

صاحب امتیاز: اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خراسان جنوبی

سرمدیر: دکتر زهرا علیزاده بیرجندی

کارشناس اجرایی: مهین زرنگ

مدیر مسؤول: ناصر نبی زاده

مدیر داخلی: محمود رضانی

اعضای هیأت تحریریه (به ترتیب حروف الفبا):

۱. دکتر محمدباقر آخوندی
 ۲. دکتر حبیب‌اله احمدی
 ۳. دکتر بی‌بی اقدس اصغری
 ۴. دکتر محمد بهنام‌فر
 ۵. دکتر محمدعلی بیدختی
 ۶. دکتر هادی پورشافعی
 ۷. دکتر الکساندر چولوخادزه
 ۸. دکتر محمدتقی راشد محصل
 ۹. دکتر مفید شاطری
 ۱۰. دکتر زهرا علیزاده بیرجندی
 ۱۱. پروفسور ویلم فلور
 ۱۲. پروفسور احمد کامیابی مسک
 ۱۳. دکتر محمدرضا مجیدی
 ۱۴. دکتر جواد میکانیکی
- استادیار جامعه‌شناسی دانشگاه بیرجند
- استاد جامعه‌شناسی و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه شیراز
- استادیار مردم‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد گناباد
- استاد زبان و ادبیات فارسی دانشگاه بیرجند
- استادیار پژوهش و هنر دانشگاه بیرجند
- دانشیار علوم تربیتی دانشگاه بیرجند
- دانشیار زبان و ادبیات فارسی، مطالعات ایران و خاورمیانه دانشگاه گرجستان
- استاد فرهنگ و زبان‌های باستانی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
- دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه بیرجند
- دانشیار تاریخ دانشگاه بیرجند
- استاد ایران‌شناس و پژوهشگر تاریخ ایران دانشگاه لیدن (هلند)
- استاد تئاتر و ادبیات دانشگاه تهران
- دانشیار گروه مطالعات منطقه‌ای دانشگاه تهران
- دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه بیرجند

ویراستار ادبی: علیرضا خلیلی تنها

امور فنی: فائزه دستگردی

ویراستار فنی: سیدنورالله نصراللهی

ویراستار انگلیسی: شهرزاد دهقانی

لیتوگرافی و چاپ: مؤسسه فرهنگی-هنری افق هزاره سوم کویر

قیمت: ۳۵۰۰ تومان

شمارگان: ۱۰۰

نشانی دفتر نشریه: خراسان جنوبی، بیرجند، خیابان شهید محلاتی، اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی

خراسان جنوبی، دبیرخانه شورای پژوهشی تلفن: ۰۵۶-۳۲۳۲۳۳۹۳ دورنگار: ۰۵۶-۳۲۳۲۳۲۷۷

سامانه پست الکترونیک فصلنامه: pazhoheshkhorasanj@farhangmail.ir

وبگاه: <http://Farhangekhorasan.ir>

آراء و نظرهای مندرج در این شماره مبین نظرها و آرای فصلنامه نیست.

نویسندگان و مترجمان، مسؤول نظرهای مندرج در نوشته خود هستند.

نوشته‌های ارسالی که مناسب چاپ نباشند، پس فرستاده نمی‌شوند.

فصلنامه در ویرایش و حذف مطالب آزاد است.

دوران این شماره (به ترتیب حروف الفبا):

دکتر محمدباقر آخوندی	استادیار دانشگاه بیرجند
دکتر محمد اسکندری ثانی	استادیار دانشگاه بیرجند
دکتر احمد بخشی	دانشیار دانشگاه بیرجند
دکتر علی ثقه الاسلامی	استادیار دانشگاه بیرجند
دکتر محمد حجی پور	استادیار دانشگاه بیرجند
دکتر سیدسعید حسینی	استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد گناباد
دکتر سمیه حمیدی	دانشیار دانشگاه بیرجند
دکتر علی اکبر سام خانیانی	دانشیار دانشگاه بیرجند
دکتر زهرا شیرزور علی آبادی	استادیار دانشگاه بیرجند
دکتر زهرا علیزاده بیرجندی	دانشیار دانشگاه بیرجند
اکرم ناصری	مربی دانشگاه بیرجند
دکتر محمد ولی پور	استادیار دانشگاه فرهنگیان بیرجند



پیشینه: فصلنامه علمی مطالعات فرهنگی - اجتماعی خراسان از سال ۱۳۸۵ تا سال ۱۳۸۹ با عنوان "فصلنامه فرهنگ خراسان جنوبی" آغاز به کار نمود. در جلسه کارگروه علوم انسانی کمیسیون بررسی نشریات علمی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، مورخ ۱۳۸۹/۱۲/۱۲ با عنوان "مطالعات فرهنگی - اجتماعی خراسان" موافقت گردید. به استناد نامه‌ی شماره ۱۳۹۶۰۱ مورخ ۱۳۹۱/۰۷/۰۴ کمیسیون بررسی نشریات علمی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، فصلنامه "مطالعات فرهنگی - اجتماعی خراسان" حائز درجه علمی - ترویجی گردیده است. پروانه انتشار این مجله به شماره ۹۲/۷۲۶۰ مورخ ۹۲/۳/۲۵ از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی صادر شده است.

طبق آخرین مجوز از وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و بر اساس آیین‌نامه نشریات علمی مصوب ۱۳۹۸/۰۲/۰۲ در ارزیابی سال ۱۳۹۸، این فصلنامه موفق به کسب رتبه ب گردیده است.

فصلنامه علمی مطالعات فرهنگی - اجتماعی خراسان در پایگاه استنادی علوم کشورهای اسلامی (ISC) به نشانی www.srlst.com؛ پایگاه سیولیکا به آدرس <https://civilica.com/1/60837>؛ پایگاه مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی <https://www.sid.ir/fa/journal/JournalList.aspx?ID=8071>؛ پایگاه بانک اطلاعات نشریات کشور به نشانی www.inti@magiran.com و پایگاه مجلات تخصصی نور به نشانی www.noormags.com نمایه می‌شود.

شرایط پذیرش مقاله

فصلنامه علمی "مطالعات فرهنگی- اجتماعی خراسان"، مقاله‌هایی در موضوعاتی با جهت‌گیری فرهنگ، تمدن، آداب و رسوم، تاریخ، جغرافیا و آموزش در گستره‌ی خراسان که با توجه به نکات زیر تدوین شده باشد، منتشر می‌کند.

۱. ساختار مقاله دارای چکیده، مقدمه، بیان مسأله، روش‌شناسی، یافته‌ها، نتیجه، منابع و نیز ارجاعات دقیق و در صورت لزوم پیوست‌ها باشد.

۲. مقاله در محیط واژه‌پرداز Microsoft Word 2007 و قلم B nazanin، اندازه ۱۴ از طریق رایانامه حداکثر ۲۰ صفحه و هر صفحه ۲۴ سطر باشد.

۳. چکیده فارسی بین ۲۵۰ تا ۳۰۰ کلمه باشد و چکیده انگلیسی هم، همراه مقاله باشد.

۴. معادل‌های لاتین اسامی غیر فارسی و اصطلاحات غیر رایج با علامت شماره‌گذاری مستقل برای هر صفحه، در پانویس آورده شود.

۵. جداول، نمودارها، نقشه‌ها و عکس‌ها (حداقل درجه وضوح ۳۰۰ dpi)، با شماره و عنوان گویا آورده شود.

۶. ارجاعات درون‌متنی با ذکر نام خانوادگی نویسنده، سال نشر منبع و شماره صفحه مورد استفاده، درون کمانک آورده شود. مثال: (رضوانی، ۱۳۸۳: ۹۲).

۷. فهرست منابع در انتهای مقاله و بر اساس حروف الفبا همراه با مشخصات کامل کتابشناختی مطابق نمونه‌های ذیل آورده شود.

۱-۷- کتاب

باستانی پاریزی، محمد ابراهیم (۱۳۷۹). *از سیر تا پیاپی*. تهران: نشر علم.

۲-۷- مقاله

شاطری، مفید (۱۳۸۵). "گذاری بر جغرافیای تاریخی قهستان". *فرهنگ خراسان جنوبی*، سال اول، ش ۱ (بهار): ۴۹-۶۶.

۳-۷- مجموعه مقالات همایش

میکانیکی، جواد (۱۳۸۹). "اثرات مهاجرت‌های روستایی بر ساختار جمعیتی و ناپایداری سکونتگاه‌های روستایی". در: مجموعه مقالات برگزیده اولین همایش مهاجرت، نظم و امنیت، ج ۱. مشهد: فرماندهی انتظامی استان خراسان رضوی، دفتر تحقیقات کاربردی: ۷۳-۹۱.

۴-۷- پایان‌نامه

علیزاده بیرجندی، زهرا (۱۳۷۰). "رویارویی اهل شریعت و اهل طریقت در عصر صفوی". پایان‌نامه کارشناسی ارشد تاریخ، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد.

۵-۷- گزارش‌های چاپ نشده

سروش، محمدرضا (۱۳۸۵). گزارش فصل اول آواربرداری قلعه کوه قاین. بیرجند: اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی خراسان جنوبی [چاپ نشده].

۶-۷- وب‌گاه‌های اینترنتی

فاضلی، نعمت (۱۳۸۶). «شهروندی فرهنگی و فرهنگی شدن شهروندی». [پیوسته] قابل دسترس در: <http://www.farhangshenasi.com/article/s/9/5/html> [۱۳۸۸/۸/۲]

۸. نام و نام خانوادگی، وابستگی سازمانی نویسندگان، میزان تحصیلات و رشته مربوطه، نشانی کامل پستی (نام استان، شهر، رایانامه)، شماره تلفن ثابت یا همراه و دورنگار نویسنده بر روی صفحه‌ی جداگانه درج گردد. چنانچه مقاله بیش از یک نویسنده داشته باشد، ضمن مشخص کردن نویسنده مسؤول عهده‌دار مکاتبات، اسامی سایر نویسندگان هم به ترتیب ذکر شود.

۹. مقاله ارسالی نباید به منظور چاپ به دیگر مجلات ارسال شده باشد.

مقاله‌های دریافت شده، نخست توسط هیأت تحریریه مورد بررسی قرار خواهد گرفت و در صورت تأیید، برای دو نفر از داوران صاحب‌نظر ارسال خواهد شد. مقاله‌ها ابتدا به ترتیب تاریخ دریافت و سپس به ترتیب دریافت نظر مثبت داوران منتشر می‌شوند.

فهرست مطالب

- تحلیل عوامل اثرگذار بر احساس امنیت شهروندان در شهر بیرجند
محمدباقر آخوندی، فروزان شمسی ۷
- عوامل مؤثر بر نوع انتخاب نمایش در مخاطبان تئاتر (مورد مطالعه: شهر مشهد)
مسعود تقی‌آبادی، حمید تقی‌آبادی ۳۳
- رابطه رفتار کارآفرینانه کارکنان بر مزیت رقابتی و بهره‌وری ادارات ورزش و جوانان خراسان جنوبی
ایمان صفائی، فاطمه ثاراللهی ۶۷
- تحلیل جغرافیایی نتایج و نقشه‌های انتخاباتی دهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی (حوزه‌های انتخابیه: بیرجند، درمیان و خوسف)
وحید کیانی، محسن محبوب ۸۷
- تأثیرات جنگ جهانی دوم در وضعیت اجتماعی - اقتصادی خراسان
هادی وکیلی، شادی حاجی‌زاده سعدآباد، نازنین حاجی‌زاده سعدآباد ۱۲۱
- تحلیلی بر نگرش‌های عاشورا پژوهی در آثار خاندان آیتی بیرجندی
محمد ولی‌پور ۱۴۹

تحلیل عوامل اثرگذار بر احساس امنیت شهروندان در شهر بیرجند

محمدباقر آخوندی^۱

فروزان شمسی^۲

نوع مقاله: علمی-پژوهشی

شماره صفحه: ۷-۳۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۲/۸

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۶/۳

چکیده

امروزه اهمیت احساس امنیت در پیشرفت جوامع بشری تا بدان جاست که لازمی داشتن جامعه‌ای سالم محسوب می‌شود. تحلیل عوامل اثرگذار بر احساس امنیت شهروندان در شهر بیرجند، موضوع این تحلیل می‌باشد که با هدف سنجش احساس امنیت (جانی، اقتصادی، فرهنگی، قضایی، اجتماعی، سیاسی) شهروندان بیرجندی صورت گرفته است. پرسش اصلی این می‌باشد که چرا در شهر بیرجند احساس امنیت کاهش یافته‌است؟ چارچوب نظری این بررسی مبتنی بر نظریه امنیت از بوزان و ویور، پنجره‌های شکسته از کلینگ و ویلسون و سلسله‌مراتب نیازها از مازلو است. روش تحقیق، پیمایشی و جامعه آماری شامل کلیه شهروندان ۱۵ تا ۶۵ سال ساکن شهر بیرجند می‌باشد که با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۴ نفر حجم نمونه مشخص و به روش طبقه‌بندی چندمرحله‌ای و سیستماتیک نمونه‌گیری شده است. یافته‌های بررسی، بیانگر آن است که ۵۴/۹ شهروندان بیرجندی احساس امنیت نمی‌کنند. هم‌چنین یافته‌ها نشان

akhondi@birajnd.ac.ir

۱. استادیار جامعه‌شناسی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه بیرجند

۲. دانش‌آموخته‌ی کارشناسی ارشد علوم اجتماعی گرایش پژوهش علوم اجتماعی، دانشگاه بیرجند

frozan.shamsi@birjand.ac.ir

می‌دهد رابطه مستقیم و معناداری بین متغیر تحصیلات، با احساس امنیت وجود دارد؛ یعنی بین احساس امنیت و متغیرهای اسکان غیررسمی و حس مرزی بودن، رابطه منفی و معکوسی برقرار است. از سوی دیگر، بین نظر مردم نسبت به نهادهای امنیتی-حاکمیتی با احساس امنیت رابطه معناداری وجود ندارد. علاوه بر این، نتایج آزمون مدل در تحلیل رگرسیون چندمتغیره نشان می‌دهد متغیرهای مستقل و زمینه‌ای انتخاب شده در این تحقیق، در مجموع ۳۱٪ از تغییرات متغیر وابسته یعنی احساس امنیت را بررسی می‌کند.

واژگان کلیدی: احساس امنیت، اسکان غیررسمی، نهادهای امنیتی-حاکمیتی، حس

مرزی بودن، بیرجند

مقدمه

امنیت به معنی لغوی «مصونیت از ترس، نگرانی، تهدید و خطر» است (نصیری، ۱۳۸۱: ۱۱۵)؛ و از نظر مفهومی به معنی «نداشتن ترس و نگرانی نسبت به حقوق و آزادی‌های قانونی» است و این که حقوق افراد به مخاطره نیفتد و هیچ چیز آن را تهدید نکند (گروسی، میرزایی و شاهرخی، ۱۳۸۶: ۳۲).

در مجموع، امنیت دارای دو جنبه عینی و ذهنی است. امنیت در معنای عینی آن، عدم تهدید علیه ارزش‌ها و در معنای ذهنی، نبود احساس ترس از تهاجم به ارزش‌ها است (بوزان، ۱۳۷۸: ۱۸۶). به همین دلیل جنبه ذهنی امنیت، به "احساس امنیت" مرتبط می‌شود. احساس امنیت در جامعه به احساس روانی مردم از میزان وجود یا نبود جرم و خشونت است. هراندازه میزان جرم‌ها بیش‌تر باشد، احساس امنیت کم‌تر خواهد بود. هرچند باید توجه داشت احساس ناامنی فقط ناشی از نبود امنیت در جامعه نیست و امکان دارد در یک جامعه، حتی با وجود امنیت، افراد آن احساس امنیت نداشته باشند و بالعکس (لرنی، ۱۳۸۳: ۲۷). پس احساس امنیت عبارت است از «گونه‌ای ذهنیت و سوگیری مثبت (رضایت‌بخش، خرسندکننده و تسلا بخش) شهروندان نسبت به نبود اثرگذاری ظهور و تجلی رخدادها و اتفاقات ضدامنیتی در شرایط کنونی و آینده، در

حوزه‌های امنیت اجتماعی، ثبات سیاسی، انسجام هویتی، اتحاد و امنیت سرزمینی» (حاجیان، ۱۳۸۴: ۲۸).

از منظر جامعه‌شناختی، احساس امنیت در حقیقت یک محصول همگانی است؛ یعنی همه‌ی سازمان‌های اجتماعی در پیدایش آن نقش دارند. با این دید طبیعتاً همه کارگزاران مردم، حاکمیت، پلیس و ... در پدیدآوری و پیشرفت سطوح آن نقش کلیدی دارند (هزارجریبی، ۱۳۹۰: ۱۲۹). امروزه در اکثر جوامع، گسترش ناامنی‌های اجتماعی، اختلاس‌ها، رفتارهای غیرقابل اعتماد و ضداجتماعی، به شکل بحرانی درآمده و از یک پدیده اجتماعی، به مسئله‌ای اجتماعی تبدیل شده است که نه فقط سلامت و امنیت جامعه را به خطر می‌اندازد؛ که هزینه‌های مالی هنگفتی را به مالیات‌دهندگان مقیم شهرها تحمیل می‌کند (محسنی تبریزی، ۱۳۸۳: ۱۴).

در اکثر کشورهای توسعه‌یافته یا در حال توسعه (و از جمله کشور ما) تلفیقی از دگرگونی‌های اجتماعی و اقتصادی در یکی دو دهه‌ی اخیر، امنیت و بالأخص امنیت فردی شهروندان را خدشه‌دار ساخته است. از سویی دگرگونی‌های ژرف و گسترده‌ی اقتصادی همراه با فرازونشیب‌های فرهنگی، زندگی اغلب جامعه را به شدت دگرگون نموده و از دیگرسو نگرانی همگانی از بیکاری و دیگر ناامنی‌های روزافزون، معضل جدی زمانه‌ی کنونی ما شده است. کاهش روزافزون عدم امنیت اقتصادی، ذهنیت ناامنی در جامعه و ناامنی در معبرها، آسیب‌پذیری خانه‌ها و سایر تهدیدات نسبت به سلامت شهروندان را تقویت کرده است (احمدی و اسمعیلی، ۱۳۸۷: ۱۷۱).

الین می‌گوید: «اگر افراد مکان‌هایی را به سبب نبود آسایش و نگرانی مورد استفاده قرار ندهند، محیط‌های عمومی از بین رفته‌اند». یکی از اصلی‌ترین تهدیدها برای حضور مردم در محیط‌های عمومی، ترس یا ناامنی است. ناامنی مکان‌ها و محیط‌های عمومی، شادی و سلامت را در زندگی روزانه مغشوش می‌کند و با جلوگیری از پیشرفت فرهنگی و مشارکت عمومی، هزینه‌هایی را بر جامعه تحمیل می‌نماید (Ellin, 1997، به نقل از مدیری، ۱۳۸۵: ۱۳).

یافته‌های سنجش ملی نشان‌داد، ۵۲٪ ایرانیان احساس امنیت اجتماعی بالا، ۲۷٪ متوسط و ۲۱٪ احساس ناامنی دارند. یافته‌های مزبور در استان‌های خراسان نشان می‌دهد ۴۳/۶ افراد دارای

احساس امنیت زیاد، ۳۲/۲ دارای احساس امنیت متوسط و ۲۴/۲ احساس ناامنی می‌کنند (عظیمی هاشمی، ۱۳۸۴: ۲۹، به نقل از شربتیان، ۱۳۹۰: ۸۴). ملاحظه می‌شود که این میزان، کمتر از میانگین امنیت کل کشور است؛ همچنین از دیگر نتایج این تحقیق، این است که ۲۱٪ افراد احساس ناامنی را کم‌اهمیت و حدود ۵۶٪ احساس امنیت را مشکل اصلی تلقی می‌کنند (همانجا).

در پژوهشی که توسط حسینی و همکاران در شهرهای خراسان جنوبی صورت گرفته، نتایج به‌دست‌آمده نشان داد ۲۵/۵ احساس امنیت کمی دارند، ۵۱/۸٪ تا حدی احساس امنیت می‌کنند و ۲۲/۵ دارای احساس امنیت بالا هستند (حسینی، زنگنه و فاطمی‌نیا، ۱۳۹۲: ۲۲).

بر اساس دو پژوهش مزبور ظاهراً در ایران به‌اندازه‌ای که خود امنیت وجود دارد، احساس امنیت وجود ندارد؛ درحالی‌که این وضعیت در بعضی کشورهای دیگر برعکس است. به‌عنوان مثال، سرقت در منازل ایران ۲ و در انگلیس ۲۰ در هزار می‌باشد. این مقایسه نشان می‌دهد اگرچه ضریب امنیت در ایران بالاتر از امنیت در انگلیس می‌باشد که نشان از برتری ضریب امنیت در ایران نسبت به انگلیس است، اما احساس امنیت در شهروندان ایرانی کمتر از شهروندان انگلیسی به‌چشم می‌خورد (رجبی‌پور، ۱۳۸۲: ۷).

سؤال اصلی تحقیق: چرا احساس امنیت در شهر بیرجند کاهش یافته است؟

احساس امنیت در این پژوهش در شش بعد فرهنگی، اقتصادی، قضایی، جانی، اجتماعی و سیاسی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

اهداف تحقیق

هدف کلی

هدف این مطالعه پیمایشی، بررسی احساس امنیت (جانی، اقتصادی، فرهنگی، قضایی، اجتماعی، سیاسی) در میان شهروندان شهر بیرجند می‌باشد.

اهداف جزئی

- ۱- شناخت تأثیر احساس مرزی بودن بر کاهش احساس امنیت در شهروندان بیرجندی؛
- ۲- شناخت تأثیر عملکرد نهادهای امنیتی - حاکمیتی بر کاهش احساس امنیت در شهروندان؛
- ۳- شناخت تأثیر اسکان غیررسمی بر کاهش احساس امنیت در ساکنان شهر بیرجند.

پیشینه‌های تحقیق

جدول (۱) مروری بر پژوهش‌های انجام‌شده در پیوند با احساس امنیت

عنوان	نام محقق و سال انتشار	روش تحقیق و خلاصه یافته‌ها	نقد پیشینه
بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر احساس امنیت اجتماعی (مطالعه موردی: شهر تبریز)	یعقوبی (۱۳۹۷)	روش تحقیق: پیمایشی، ابزار تحقیق: پرسشنامه محقق ساخته جامعه آماری: کلیه‌ی شهروندان ۱۸ تا ۶۴ ساله‌ی شهر تبریز، حجم نمونه: ۳۸۴ نفر و روش نمونه‌گیری خوش‌های چند مرحله‌ای است. یافته‌ها نشان می‌دهد: که رابطه معناداری بین احساس امنیت و متغیرهای همکاری و مشارکت با پلیس، اعتماد مردم به پلیس و رضایت مردم از پلیس وجود دارد. از سوی دیگر، یافته‌ها نشان می‌دهد که بین پلیس قدرتمند و حساس به هنجارشکنی، گشت‌های پلیس، دین‌داری، کنترل اجتماعی غیررسمی، میزان استفاده از رسانه‌های همگانی رابطه منفی و معکوسی وجود دارد.	این پایان‌نامه دارای چارچوب نظری قوی و منسجمی بوده که به‌خوبی توانسته متغیرها را استخراج، تفسیر و تبیین کند. مورد استفاده‌ی محقق از پژوهش مزبور، یافته‌های پژوهش در بخش نتیجه‌گیری به‌عنوان مقایسه تطبیقی با نتایج است.
بررسی عوامل مرتبط با احساس امنیت اجتماعی زنان مورد مطالعه: (زنان ساکن مجتمع‌های مسکونی مهرشهر ایلام)	الماسی (۱۳۹۵)	روش تحقیق: پیمایشی، ابزار تحقیق: پرسشنامه جامعه‌ی آماری: کلیه‌ی زنان ساکن مجتمع‌های مسکن مهر شهر ایلام، حجم نمونه: ۲۷۶ نفر و روش نمونه‌گیری تصادفی است. بین متغیرهای میزان رضایت عملکرد ناجا، کنترل اجتماعی، سرمایه اجتماعی و جهت‌گیری مذهبی با احساس امنیت رابطه معناداری وجود دارد و بین متغیر راهبرد کنارآمدن با محیط و متغیر وابسته رابطه معناداری وجود ندارد.	این مقاله از حیث مبانی نظری نارسا و مبهم بوده؛ به برخی از نظریه‌ها به‌صورت خیلی جزئی پرداخته شده و برای متغیر وابسته احساس امنیت اجتماعی نظریه‌ای مورد بررسی قرار نگرفته است. در این پژوهش از شاخص‌های متغیر رضایت از عملکرد ناجا بهره گرفته می‌شود.
بررسی عوامل اجتماعی و اقتصادی مؤثر بر احساس امنیت اجتماعی زنان ۱۵ تا ۴۹ سال ساکن شهر "دوگنبدان"	حبیب‌پور (۱۳۹۴)	روش تحقیق: پیمایشی، ابزار تحقیق: پرسشنامه جامعه‌ی آماری: کلیه‌ی زنان ۱۵ تا ۴۹ سال ساکن شهر دوگنبدان، حجم نمونه: ۳۸۰ نفر و روش نمونه‌گیری تصادفی است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد بین متغیرهای مشارکت دینی و اعتماد به نیروهای امنیتی-انتظامی، با احساس امنیت اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد و بین متغیر مستقل	نقد وارده بر این پایان‌نامه تداخل مبانی نظری است. در این پژوهش نظریه‌های متعددی مورد استفاده قرار گرفته، اما از چارچوب نظری در این پژوهش استفاده نشده و مشخص نکرده‌اند که متغیرها

بر اساس چه نظریه یا نظریه‌هایی استخراج شده‌اند. مورد استفاده محقق از پژوهش مزبور، ایده‌گرفتن از روش تحقیق این پژوهش خواهد بود.	درآمد و احساس امنیت اجتماعی رابطه معناداری وجود ندارد.		
این مقاله با استفاده از نظریه‌های متعدد، تداخل مباحث نظری را باعث شده؛ با این حال به‌خوبی توانسته همه‌ی متغیرها را از این نظریه‌ها استخراج و تبیین کند. مورد استفاده‌ی محقق از پژوهش مزبور، ایده‌گرفتن از روش تحقیق خواهد بود.	روش تحقیق: پیمایشی، ابزار تحقیق: پرسشنامه جامعه‌ی آماری: شامل کلیه‌ی شهروندان تهرانی، حجم نمونه: ۳۸۴ نفر و روش نمونه‌گیری خوشه‌ای است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد؛ بین اعتماد اجتماعی، گرایش به مشارکت و پایگاه اجتماعی-اقتصادی با احساس امنیت اجتماعی رابطه‌ی معناداری وجود دارد.	هزارجریبی و دیگران (۱۳۹۱)	بررسی میزان احساس امنیت اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن (مطالعه موردی: شهر تهران)
	روش تحقیق: اکتشافی جامعه آماری: شامل دانش‌آموزان پایه‌ی ششم و هفتم، حجم نمونه: ۳۲۷ نفر بوده که ۵۷٪ سفیدپوست و ۴۳٪ سیاه‌پوست و روش نمونه‌گیری تصادفی است. یافته‌ها نشان می‌دهد؛ بین دوستی‌های نژادی و احساس امنیت رابطه معناداری وجود دارد.	(Munniksma & Juvonen, 2012)	دوستی‌های نژادی و احساس امنیت اجتماعی
	روش تحقیق: پیمایشی جامعه‌ی آماری: کلیه‌ی ساکنان ۶۰ سال و بالاتر ۸۵ منطقه بلژیک، حجم نمونه ۲۴/۹۶۲ نفر است. نتایج نشان می‌دهد؛ مشارکت‌نداشتن در امور سیاسی، مهم‌ترین عامل احساس ناامنی است. علاوه بر این، بین متغیرهای مشارکت سیاسی و تعلق به محله مانند رضایتمندی از محله و مشارکت در محله، با احساس ناامنی رابطه معناداری وجود دارد.	(De Donder, et al., 2012)	بررسی سرمایه‌ی اجتماعی و احساس ناامنی در زندگی آتی به بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی، پیوستن به محله و مشارکت مدنی در مورد امنیت درک شده در بلژیک می‌پردازد.

رویکرد نظری

نظریه بوزان^۱

نظریه بوزان در مورد امنیت را می‌توان به دو دوره زمانی مختلف تقسیم کرد. در اواخر دهه هشتاد و اوایل نود نظریه بوزان در ابتدا دولت‌محور بود و بر مرجعیت دولت در مطالعات امنیت تأکید می‌کرد. این دیدگاه از سوی دو موج مورد انتقاد قرار گرفت. موج اول به‌وسیله منتقدانی

مثل اندرسن^۱ و اسمیت^۲ رهبری شده و موج دوم که با برنامه‌ی مذاکره "امنیت جهانی" همگام بود، با هدایت بوث^۳ بنیان‌گذار مطالعات بنیادی امنیت رهبری می‌شد.

به دلیل انتقاداتی که این متفکران به نظریه دولت‌محور بوزان وارد کردند، در ادامه وی از موضع خود (دولت‌محور) کناره‌گیری کرد و در اواخر دهه نود، دولت و جامعه را به‌عنوان مرجع امنیت در نظر گرفت (بوزان، ۱۳۷۸: ۳۰). بوزان نظریه خود را در کتاب *مردم، دولت‌ها و هراس* با مفهوم بین‌ذهنی امنیت (احساس امنیت) آغاز کرده و با تمرکز بر بعد احساس امنیت معتقد است بیش‌تر تهدیدات، ناشی از حقیقت حضور آنان در محیط انسانی؛ محیطی که موجد انواع فشارهای غیرقابل اجتناب اجتماعی، اقتصادی و سیاسی می‌باشد.

او تأکید می‌کند که اگر رابطه دولبه امنیت فرد و دولت به‌عنوان وضعیت انسانی تلقی شود، آن‌گاه اتباع دولت با تهدیدات مستقیم و غیرمستقیم دولت روبه‌رو می‌شوند؛ و در نهایت می‌گوید: «اشکال مختلف تهدیدات موجود در جامعه، اصولاً سه (چهار) نوع هستند: تهدیدهای فیزیکی (درد، صدمه، مرگ)، اقتصادی (تصرف و تخریب اموال، محرومیت از دستیابی به مشاغل یا منافع) حقوقی (زندانی‌شدن و محرومیت از آزادی‌های مدنی) و تهدید موقعیت و مناصب (تنزل رتبه یا تحقیر عمومی)» (بوزان، ۱۳: ۵۴).

بوزان (۱۳۷۸: ۸۶) اشاره‌ای ظریف دارد: «این که ممکن است در جامعه‌ای امنیت وجود داشته باشد، اما فرد به دلایلی احساس امنیت نکند. وی می‌گوید که احساس ایمنی ذهنی یا اعتماد به دانستنی‌های فشرده، به‌هیچ‌روی به‌منزله وجود امنیت واقعی یا دریافت‌های شخصی نیست. برای مثال، اگر فرد مرفهی را در کشور مرفهی در نظر بگیریم، نمی‌توان چندان مطمئن بود که امنیت در مفهوم جامع آن برای وی تأمین شود. چرا که هریک از افراد جامعه، اعم از فقیر و غنی به‌طور نسبی در معرض تهدیدات مختلفی قرار دارند».

نظریه ویور^۱

الی ویور از دیگر نظریه‌پردازان مکتب گپنهاگ، در کتاب هویت خود، رویکرد پنج‌بعدی بوزان از امنیت را نقد کرده است. وی حوزه امنیت را برحسب نوعی دوگانگی امنیت دولت و امنیت اجتماعی در نظر می‌گیرد. امنیت اجتماعی در نظریه ویور قسمتی از امنیت دولتی به حساب می‌آید، اما به عنوان یک قسمت مستقل (که بوزان از آن غفلت کرده) به آن ارجاع داده است.

هرگاه امنیت ملی، گرفتار ترس از تهدیدات سلطه‌جویانه دولت باشد، امنیت اجتماعی نیز نگران تهدیداتی است که به هویت جامعه وارد می‌شود؛ پس هرچند دولت اینک علت و منبع امنیت نظامی، سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و محیطی است، اما اجتماع نیز در حد خود، سرچشمه امنیت اجتماعی به حساب می‌آید (روی، ۱۳۸۲: ۶۹۳).

متغیر ملاک احساس امنیت توسط دو نظریه بوزان و ویور قابل سنجش است. بر مبنای این دو نظریه، متغیر احساس امنیت به شاخص‌های احساس امنیت فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، قضایی، جانی و اجتماعی تبدیل شده و مورد بررسی قرار می‌گیرد. این شاخص‌بندی گواه آن است که عوامل گوناگونی امنیت فرد را در جامعه مورد تهدید قرار می‌دهند. طبق این تئوری‌ها، اکثر تهدیدات علیه ارزش‌ها و هویت گروه‌های اجتماعی صورت می‌پذیرد؛ پس هر عامل و پدیده‌ای که سبب ایجاد بی‌نظمی در احساس تعلق و هم‌بستگی اعضای یک گروه گردد، درواقع هویت آن گروه را به مخاطره انداخته و تهدیدی برای امنیت اجتماعی آن قلمداد می‌شود.

نظریه کلینگ و ویلسون

کلینگ و ویلسون (Kelling & Wilson, 1982: 31-32) در مقاله‌ای کوتاه با مطرح کردن نظریه "پنجره‌ی شکسته"، تلاش کرده‌اند انحرافات اجتماعی را بر اساس بی‌سازمانی اجتماعی تبیین کنند. آن‌ها اعتقاد دارند بی‌نظمی و جرم، رابطه بسیار نزدیکی با یکدیگر دارند و اگر شیشه ساختمانی بشکند و فوراً جایگزین نشود، احتمال دارد افرادی گمان کنند این ساختمان رها شده

و در حال خراب شدن است، و به زودی همه شیشه‌های آن ساختمان شکسته می‌شود؛ زیرا مجرمان گمان می‌کنند این ساختمان اهمیتی ندارد. بدین گونه و اندکی پس از ساختمان اول، شیشه‌های همه ساختمان‌های آن خیابان درهم می‌شکند و سپس این پدیده، به تمامی ساختمان‌های شهر می‌رسد. انگاره‌ی اساسی نظریه پنجره‌ی شکسته این است که برخلاف تصویری که جرم سبب بی‌نظمی و فساد است، بی‌نظمی سبب افزایش جرم و احساس ناامنی می‌شود. پس می‌توان محتوای این نظریه را در چهار موضوع دنبال کرد:

الف) نقش پلیس در مقابله با جرائم خرد

برقراری نظم عمومی نقش ذاتی و اصلی، و کشف جرائم و برخی اقدامات قضائی درواقع وظایف ثانویه پلیس هستند. در مورد نظم عمومی و مقابله با جرائم خرد، پلیس محلی یا پلیس انتظامی نقش اساسی را برعهده دارد.

ب) رابطه‌ی نظم عمومی و حفظ امنیت

مهم‌ترین تأکید پنجره شکسته افزایش جرم بر اثر وجود بی‌نظمی در اجتماع است؛ یعنی حفظ نظم عمومی به‌عنوان مقدمه و پیش‌شرط ایجاد حفظ امنیت شهروندان مطرح خواهد بود. درواقع بی‌نظمی، اولین پله زوال و سقوط منجر به بروز ناامنی و عدم احساس امنیت شهروندان می‌شود و مقابله با بی‌نظمی و جرائم خرد در خیابان‌ها، سبب می‌شود آمار همه جرائم کاهش یابد.

ج) نقش مردم در حفظ نظم

کلینگ در بخش دیگری از نظریه‌اش می‌گوید: «عدم مراقبت رفتاری هم می‌تواند منجر به شکستن کنترل‌های رفتاری شود. خانواده‌هایی که مراقب خانه‌هایشان هستند و به فکر بچه‌های یکدیگرند و به افراد غریبه با تردید نگاه می‌کنند، می‌توانند در چند سال یا حتی چند ماه، یک جنگل ترسناک را به محله‌ای آرام تبدیل نمایند».

د) سهم جرائم خرد در احساس ناامنی شهروندان

اشاره دیگر نظریه پنجره‌ی شکسته، سهم جرائم خرد در احساس ناامنی شهروندان است. کلینگ در این مورد می‌گوید: «یکی از موضوعاتی که شناخته شده، مهارت مأموران گشت پلیس در حفظ نظم عمومی است؛ اما تنها اندکی از احساس ناامنی مردم مربوط به جرم‌های برهم‌زننده نظم عمومی است و عمده ترس و احساس ناامنی، مربوط به جرائم خشونت‌بار است» (نوروزی، ۱۳۸۴: ۷۵-۶۵).

با نظریه کلینگ و ویلسون، متغیرهای پیش‌بین "نهادهای امنیتی- حاکمیتی" و "اسکان غیررسمی" قابل‌سنجش است. بر مبنای این نظریه، متغیر نهادهای امنیتی-حاکمیتی به شاخص‌های عملکرد نیروی انتظامی، عملکرد سپاه، عملکرد ارتش و متغیر اسکان غیررسمی به شاخص‌های بی‌نظمی اجتماعی و نابسامانی‌های محل سکونت تبدیل شده و مورد بررسی قرار می‌گیرد.

طبق این تئوری، بی‌نظمی باعث افزایش جرم و احساس ناامنی شده و سبب می‌گردد شهروندان گرفتار هراس از شکستن کنترل اجتماعی در محله یا همسایگی خود شوند که همین حس، سبب دوری بیش‌تر آن‌ها از اجتماع می‌گردد. درواقع بی‌نظمی، اولین پله زوال و سقوط منجر به بروز ناامنی و عدم احساس امنیت شهروندان می‌شود و مقابله با بی‌نظمی و جرائم خرد در خیابان‌ها، سبب می‌شود آمار همه جرائم کاهش یابد.

نظریه مازلو^۱

آبراهام‌هارولد مازلو (۱۹۰۸-۱۹۷۰م.) براساس نظریه معروف خود هرم سلسله‌مراتب نیازها انگیزه انسان را دارای پنج نیاز اساسی مشترک و بنیادی دانسته که در سلسله‌مراتبی خود، آن‌ها را از قوی‌ترین تا ضعیف‌ترین، رتبه‌بندی کرده است.

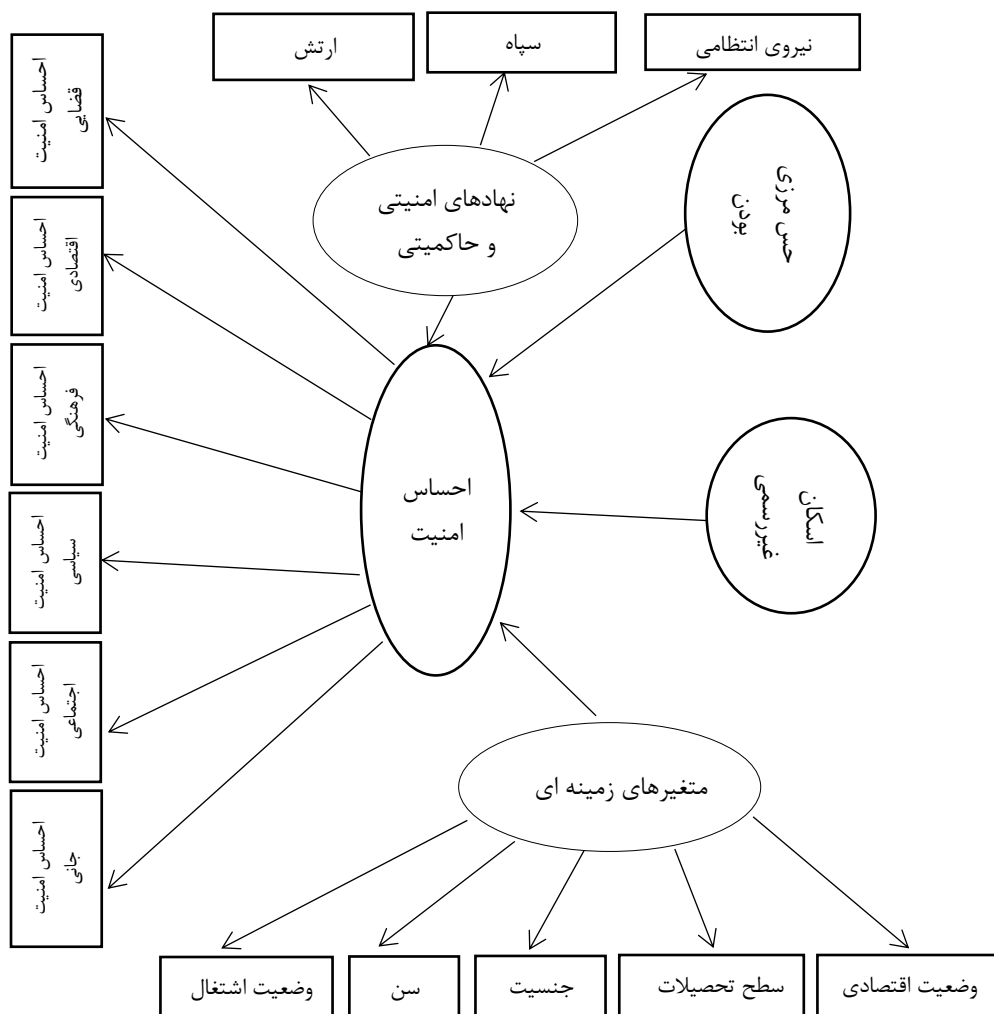
از دیدگاه وی این سلسله، از نیازهای جسمی آغاز می‌شود و به شکل پلکانی تا آخرین مرحله، یعنی "تحقق خودشکوفایی" ادامه پیدا می‌کند. وی معتقد است بعد از برطرف شدن نیازهای جسمانی، نیازهای ایمنی که در مرحله دوم قرار دارند، حضور پیدا می‌کنند. نیازهای ایمنی در

سلسله‌مراتب مازلو عبارتند از: امنیت، ثبات، حمایت، نظم و رهایی از ترس و نگرانی و نظایر این‌ها. به اعتقاد او همه انسان‌ها تا حدی نیازمند این‌اند که رویدادهای زندگی، روندی متداول و قابل پیش‌بینی داشته باشد. تحمل فقدان اعتماد سخت و مشکل است و انسان‌ها تلاش می‌کنند تا حد امکان به امنیت، حمایت و نظم دست یابند.

وی در اثر معروف خود انگیزش و شخصیت می‌نویسد: «انسان می‌خواهد در دنیایی قانونمند، قابل پیش‌بینی، دارای نظم و سازمان‌یافته و قابل اعتماد زندگی کند که در آن، اتفاقات ناگهانی و غیرقابل کنترل، مبهوت‌کننده یا مخاطره‌آمیز اتفاق نیفتد».

علاوه بر این، انسان برای دست‌یافتن به محیطی ایمن، به چیزهای آشنا و شناخته‌شده تمایل دارد؛ حتی تمایل او به دین یا داشتن فلسفه‌ای جهان‌شمول نیز که انسان و جهان را در قالب کلیتی معنی‌دار و منسجم سامان دهد، تا حدی مشمول همین انگیزه امنیت‌طلبی مازلو می‌شود (مازلو، ۱۳۷۵: ۷۷).

متغیر پیش‌بین حس مرزی بودن توسط نظریه مازلو قابل سنجش است. طبق این تئوری، انسان احتیاج دارد که رویدادهای زندگی‌اش روندی متداول و قابل پیش‌بینی داشته باشد؛ زیرا تحمل نبود اعتماد، سخت و مشکل است. انسان تلاش می‌کند تا حد امکان به امنیت، حمایت و نظم دست یابد. او می‌خواهد در دنیایی زندگی کند که قانونمند، قابل پیش‌بینی، دارای نظم و سازمان‌یافته باشد؛ تا بتواند به آن اعتماد کند. دنیایی که در آن، اتفاقات ناگهانی و غیرقابل کنترل، مبهوت‌کننده یا مخاطره‌آمیز اتفاق نیفتد. در غیر این صورت، انسان گرفتار احساس ناامنی می‌گردد.



نمودار (۱) مدل نظری پژوهش

فرضیه‌های پژوهش

الف) به نظر می‌رسد بین ادراک از عملکرد نهادهای امنیتی-حاکمیتی و کاهش احساس امنیت شهروندان شهر بیرجند، رابطه معناداری برقرار است.

ب) به نظر می‌رسد بین حس مرزی بودن و کاهش احساس امنیت شهروندان شهر بیرجند، رابطه معناداری برقرار است.

پ) به نظر می‌رسد بین اسکان غیررسمی و کاهش احساس امنیت شهروندان شهر بیرجند، رابطه معناداری برقرار است.

روش تحقیق

روش تحقیق پژوهش حاضر پیمایشی و جامعه آماری، کلیه شهروندان ۱۵ تا ۶۵ ساله شهر بیرجند هستند؛ که بر اساس سرشماری نفوس و مسکن ۱۳۹۵ بالغ بر ۲۰۳۶۳۶ نفر می‌باشد و در مناطق دوگانه شهر بیرجند سکونت دارند.

محاسبه حجم نمونه با توجه به جمعیت آماری، خطای نمونه‌گیری، واریانس و با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۴ نفر، انتخاب شده‌اند؛ که در مجموع ۴۰۰ پرسش‌نامه توزیع شده و پس از کنار گذاشتن پرسش‌نامه‌های مخدوش، ۳۸۴ پرسش‌نامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. همچنین، در این پژوهش برای نمونه‌گیری از روش (طبقه‌ای چندمرحله‌ای و سیستماتیک) استفاده شده است.

برای جمع‌آوری اطلاعات از تکنیک پرسش‌نامه محقق ساخته و مطالعات کتابخانه‌ای در راستای جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است. با توجه به سطح سنجش متغیرها، برای تجزیه و تحلیل اطلاعات جمع‌آوری شده، از طریق نرم‌افزار SPSS به تحلیل یک‌متغیره و تحلیل دو و چندمتغیره اطلاعات پرداخته شده است.

در این پژوهش به منظور سنجش اعتبار گویه‌های پرسش‌نامه از اعتبار صوری و نظر متخصصین استفاده گردید. پرسش‌نامه طراحی شده برای افزایش روایی در اختیار سه نفر از متخصصین گروه جامعه‌شناسی قرار گرفت. علاوه بر روایی صوری تأییدشده توسط متخصصین، این تحقیق از روایی سازه‌ای هم که بر اساس تحلیل عاملی تأییدی به‌دست آمده، برخوردار می‌باشد، جهت سنجش پایایی پرسش‌نامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. نیز برای به‌دست آوردن پایایی، ابتدا

تعداد ۳۰ نسخه از پرسشنامه به صورت مقدماتی بین شهروندان شهر بیرجند توزیع گردید؛ پس از گردآوری پرسشنامه ایرادات اولیه‌ی آن برطرف شد و سپس پایایی سؤال‌های پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ مورد محاسبه قرار گرفت که میزان آلفای کرونباخ را برای متغیرهای مورد تحلیل در جدول ۲ مشاهده می‌کنید.

جدول ۲) آزمون پایایی مقیاس‌های پژوهش بر حسب آلفای کرونباخ

ردیف	متغیر	تعداد گویه ها	مقدار آلفا
۱	احساس امنیت	۲۳	۷٪
۴	حس مرزی بودن	۵	۶۵۷٪
۵	اسکان غیررسمی	۴	۸۰۳٪
۶	نهادهای امنیتی - حاکمیتی	۱۰	۹۳۱٪

یافته‌های تحقیق

احساس امنیت در شهروندان شهر بیرجند

با توجه به نتایج به دست آمده در جدول ۳ و ۷۶/۳، شهروندان بیرجندی احساس امنیت فرهنگی کمی دارند. معادل ۱۸/۷ تا حدی احساس امنیت فرهنگی دارند و تنها ۵٪ افراد احساس امنیت فرهنگی بالایی دارند. از سوی دیگر ۷۳/۱ شهروندان بیرجندی "احساس امنیت اقتصادی" ندارند؛ ۱۵/۶ تا حدی و تنها ۱۳/۳ احساس امنیت اقتصادی می‌کنند. همچنین، ۴۱/۵ "احساس امنیت سیاسی" ندارند. ۳۰/۶ تا حدی و تنها ۲۷/۹ افراد احساس امنیت سیاسی می‌کنند.

در زمینه امنیت قضایی نیز ۴۰/۹ احساس امنیت قضایی ندارند؛ ۲۸٪ تا حدی، و تنها ۳۱/۱ افراد احساس امنیت قضایی بالایی دارند.

در زمینه احساس امنیت جانی نیز ۴۰/۹ احساس ناامنی، ۲۷/۲ تا حدی و تنها ۳۱/۹ افراد احساس امنیت می‌کنند.

در زمینه احساس امنیت اجتماعی نیز ۵۹/۶ احساس ناامنی اجتماعی، ۲۰/۶ تا حدی و تنها ۱۹/۸ دارای احساس امنیت اجتماعی بالایی هستند.

جدول ۳) توزیع فراوانی متغیرهای پژوهش

متغیر / شاخص‌ها		میزان	کم	متوسط	زیاد	جمع کل
احساس امنیت	احساس امنیت فرهنگی	فراوانی	۲۹۳	۷۲	۱۹	۳۸۴
		درصد	۷۶/۳	۱۸/۷	۵/	۱۰۰
	احساس امنیت اقتصادی	فراوانی	۲۸۰	۶۰	۴۴	۳۸۴
		درصد	۷۳/۱	۱۵/۶	۱۱/۳	۱۰۰
	احساس امنیت سیاسی	فراوانی	۱۵۹	۱۱۷	۱۰۷	۳۸۳
		درصد	۴۱/۵	۳۰/۶	۲۷/۹	۱۰۰
	احساس امنیت قضایی	فراوانی	۱۵۷	۱۰۷	۱۱۹	۳۸۴
		درصد	۴۰/۹	۲۸/	۳۱/۱	۱۰۰
	احساس امنیت جانی	فراوانی	۱۵۷	۱۰۴	۱۲۳	۳۸۴
		درصد	۴۰/۹	۲۷/۲	۳۱/۹	۱۰۰
	احساس امنیت اجتماعی	فراوانی	۲۲۹	۷۹	۷۶	۳۸۴
		درصد	۵۹/۶	۲۰/۶	۱۹/۸	۱۰۰
حس مرزی بودن	حس مرزی بودن	فراوانی	۱۱۹	۸۹	۱۷۵	۳۸۳
		درصد	۳۱/	۲۳/۳	۴۵/۷	۱۰۰
حاشیه‌نشینی	بی‌نظمی اجتماعی	فراوانی	۶۸	۱۱۴	۲۰۱	۳۸۳
		درصد	۱۷/۸	۲۹/۷	۵۲/۵	۱۰۰
	بی‌سامانی اجتماعی	فراوانی	۳۹	۱۰۰	۲۴۴	۳۸۳
		درصد	۱۰/۱	۲۶/۱	۶۳/۸	۱۰۰
نهادهای امنیتی-حاکمیتی	نیروی انتظامی	فراوانی	۴۰	۱۰۲	۲۴۱	۳۸۳
		درصد	۱۰/۳	۲۶/۸	۶۲/۹	۱۰۰
	سپاه	فراوانی	۲۸	۴۶	۳۰۹	۳۸۳
		درصد	۷/۳	۱۲/۱	۸۰/۶	۱۰۰
	ارتش	فراوانی	۱۶	۶۷	۳۰۰	۳۸۳
		درصد	۴/۲	۱۷/۴	۷۸/۴	۱۰۰

حس مرزی بودن شهروندان شهر بیرجند

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده در جدول ۳ و ۴۵/۷ افراد نمونه تحقیق از خطرات مرزی بودن که امنیت آن‌ها را تهدید می‌کند، احساس ناامنی زیادی دارند. ۲۳/۳ تا حدی احساس ناامنی دارند و تنها ۳۱٪ احساس ناامنی کمی دارند.

اسکان غیررسمی در شهر بیرجند

با توجه به نتایج به دست آمده در جدول ۳، ۵/۵۲ از شهروندان بیرجندی، از این که بی نظمی اجتماعی ناشی از اسکان غیررسمی امنیت آن ها را تهدید می کند، احساس نگرانی می کنند؛ ۷/۲۹ تا حدی و ۸/۱۷ احساس ناامنی کمی دارند. ۸/۶۳ افراد نمونه تحقیق از این که بی سامانی اجتماعی ناشی از اسکان غیررسمی امنیت آن ها را تهدید می کند احساس نگرانی می کنند؛ ۱/۲۶ تا حدی احساس نگرانی می کنند و تنها ۱/۱۰ افراد احساس نگرانی کمی دارند.

عملکرد نهادهای امنیتی - حاکمیتی در ایجاد امنیت

با توجه به نتایج به دست آمده در جدول ۳، ۹/۶۲ افراد نمونه ی تحقیق معتقدند نیروی انتظامی توانایی ایجاد امنیت را داراست؛ هم چنین ۶/۸۰ آنان توانایی سپاه در دفاع از کشور و ۴/۷۸ نیز این توان را به ارتش قایل هستند.

تحلیل عاملی تأییدی متغیر احساس امنیت

در مدل نظری پژوهش، براساس تئوری، احساس امنیت دارای شش بعد (فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، قضایی، جانی و اجتماعی) می باشد؛ که پس از تحلیل عاملی تأییدی، با حذف بعضی از آن ها، ابعاد مزبور به سه بعد فرهنگی، سیاسی و اجتماعی تقلیل یافت.

تحلیل عاملی تأییدی متغیر حس مرزی بودن

در مدل نظری پژوهش، بر اساس تئوری، متغیر حس مرزی بودن دارای یک بعد حس مرزی بودن می باشد؛ که پس از تحلیل عاملی تأییدی، هیچ گونه تغییری در آن صورت نگرفته است.

تحلیل عاملی تأییدی متغیر اسکان غیررسمی

در مدل نظری پژوهش، بر اساس تئوری، متغیر اسکان غیررسمی، دارای دو بعد بی‌نظمی اجتماعی و بی‌سامانی اجتماعی بود؛ که پس از تحلیل عاملی تأییدی، دو بعد آن حذف و به متغیر اسکان غیررسمی تقلیل یافت.

تحلیل عاملی تأییدی متغیر نهادهای امنیتی - حاکمیتی

در مدل نظری پژوهش و بر اساس تئوری، متغیر نهادهای امنیتی-حاکمیتی نیز دارای سه بعد نیروی انتظامی، سپاه و ارتش بود؛ که پس از تحلیل عاملی تأییدی، به دو بعد امنیت داخلی و امنیت ملی تغییر یافته است. نیروی انتظامی به امنیت داخلی و سپاه و ارتش به امنیت ملی تبدیل شده‌اند.

آزمون فرضیات تحقیق

قبل از ورود به تحلیل هر یک از فرضیه‌های تحقیق ابتدا باید از نرمال بودن داده‌های مربوط به هریک از متغیرهای تحقیق اطمینان حاصل کرده؛ سپس هم‌بستگی بین آن‌ها بررسی شود. در پژوهش حاضر با توجه به این‌که نمونه‌گیری بر اساس نمونه‌گیری احتمالی (طبقه‌بندی چندمرحله‌ای و سیستماتیک) انجام گرفته، نشان‌دهنده نرمال بودن داده‌هاست. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده در جدول ۴، که نتایج تحلیل رگرسیون متغیرهای مستقل بر احساس امنیت را نشان می‌دهد، به ازای یک واحد تغییر در متغیر ادراک از امنیت داخلی، احساس امنیت به میزان ۰/۲۳۶ واحد از یک، افزایش می‌یابد؛ یعنی هرچه ادراک از امنیت داخلی بالاتر باشد، افراد احساس امنیت بیش‌تری می‌کنند. همین‌طور به ازای یک واحد تغییر در متغیر اسکان غیررسمی، احساس امنیت به میزان ۰/۲۲۲ - واحد از یک، کاهش می‌یابد؛ یعنی هرچه اسکان غیررسمی افزایش یابد، احساس امنیت در جامعه کاهش می‌یابد.

از سوی دیگر به ازای یک واحد تغییر در متغیر "حس مرزی بودن" احساس امنیت به میزان ۰/۴۴۰- واحد از یک، کاهش می‌یابد؛ یعنی هرچه افراد در جامعه بیشتر احساس مرزی بودن داشته باشند، احساس امنیت در آن‌ها کاهش می‌یابد.

نکته آخر این که به ازای هر واحد تغییر در سطح تحصیلات افراد جامعه، احساس امنیت به میزان ۰/۱۹۵- واحد از یک، کاهش می‌یابد؛ یعنی هرچه سطح تحصیلات افراد بالاتر باشد، احساس امنیت در آن‌ها کاهش می‌یابد؛ اما بین احساس امنیت و سایر متغیرها شامل: امنیت ملی، درآمد ماهانه و مخارج ماهانه رابطه‌ی معناداری وجود ندارد.

در مجموع، ۳۱/۴ از تغییرات متغیر ملاک (احساس امنیت) توسط متغیرهای پیش‌بین شامل ادراک از امنیت داخلی، ادراک از امنیت ملی، حس مرزی بودن، اسکان غیررسمی و زمینه‌ای قابل بررسی و مقایسه است. درواقع ۳۱/۴ از تغییرات متغیر احساس امنیت به علت متغیرهای مزبور می‌باشد.

جدول ۴) تحلیل رگرسیون متغیرهای پیش‌بین و زمینه‌ای با احساس امنیت

مدل	متغیرهای معرفی شده به مدل	ضریب رگرسیون استاندارد نشده	ضریب رگرسیون استاندارد شده	سطح معناداری	مقدار f	سطح معناداری مدل	ضریب تعیین تعدیل یافته
	ثابت	۲/۱۴۶		۰/۰۰۰			
	ادراک از امنیت داخلی	۰/۱۵۶	۰/۲۳۶	۰/۰۰۸	۵/۰۷۹	۰/۰۰۰	۰/۲۵۳
	ادراک از امنیت ملی	۰/۰۷۵	۰/۱۱۱	۰/۲۰۹			
	اسکان غیررسمی	-۰/۱۴۴	-۰/۲۲۲	۰/۰۰۷			
	حس مرزی	-۰/۱۹۲	-۰/۴۴۰	۰/۰۰۰			
	درآمد ماهانه	۳/۰۶۵	۰/۰۹۳	۰/۳۳۴			
	مخارج ماهانه	-۳/۶۹۵	-۰/۰۸۸	۰/۴۲۰			
	سطح تحصیلات	-۰/۰۷۱	-۰/۱۹۵	۰/۰۲۰			

اولویت‌بندی متغیرهای موثر بر احساس امنیت

بر اساس نتایج به‌دست آمده در جدول ۵، که نتایج تحلیل مسیر متغیرهای پیش‌بین بر احساس امنیت را نشان می‌دهد:

- ۱- اولین متغیری که بیشترین تأثیر را بر احساس امنیت دارد حس مرزی بودن است که ۳۸/۱- از تغییرات احساس امنیت را تبیین می‌کند.
 - ۲- دومین متغیری که بیشترین تأثیر را بر احساس امنیت دارد، اسکان غیررسمی است که ۲۰/۷- تغییرات متغیر احساس امنیت را تبیین می‌کند.
 - ۳- سومین متغیری که بیشترین تأثیر را بر احساس امنیت دارد، ادراک مردم از عملکرد نیروی انتظامی است که ۲۰/۱ از تغییرات احساس امنیت را تبیین می‌کند.
 - ۴- آخرین متغیری که تأثیر قابل ملاحظه‌ای بر احساس امنیت دارد، تحصیلات افراد جامعه است که ۱۷/۷ از تغییرات احساس امنیت را تبیین می‌کند؛ بقیه متغیرها شامل ادراک از امنیت ملی، درآمد ماهانه و مخارج ماهانه کم‌ترین تأثیر را بر متغیر احساس امنیت داشته‌اند.
- جدول ۵) ماتریس اثرات متغیرهای پیش‌بین و زمینه‌ای بر متغیر ملاک احساس امنیت

ردیف	مسیر	اثر مستقیم	اثر خالص	مجذور اثر خالص	سطح معناداری
۱	حس مرزی بودن احساس امنیت	-۰/۴۴۰	-۰/۳۸۱	-۳۸/۱	۰/۰۰۰
۲	اسکان غیررسمی احساس امنیت	-۰/۲۲۲	-۰/۲۰۷	-۲۰/۷	۰/۰۱۹
۳	ادراک از امنیت داخلی احساس امنیت	۰/۲۳۶	۰/۲۰۱	۲۰/۱	۰/۰۰۸
۴	سطح تحصیلات احساس امنیت	-۰/۱۹۵	-۰/۱۷۷	-۱۷/۷	۰/۰۱۶
۵	ادراک از امنیت ملی احساس امنیت	۰/۱۱۱	۰/۰۹۵	۹/۵	۰/۲۰۹
۶	درآمد ماهانه احساس امنیت	۰/۰۹۳	۰/۰۷۳	۷/۳	۰/۳۳۴
۷	مخارج ماهانه احساس امنیت	-۰/۰۸۸	-۰/۰۶۱	-۶/۱	۰/۴۲۰

شاخص‌های برازش مدل

بر اساس نتایج به‌دست‌آمده در جدول ۶، که نتایج هم‌بستگی باقیمانده‌های متغیرهای پیش‌بین را نشان می‌دهند، مقدار دوربین واتسون ۱/۸۹۳ و نزدیک دو می‌باشد؛ که نشان‌دهنده عدم هم‌بستگی بین باقیمانده‌ها و بیانگر خوب بودن مدل است.

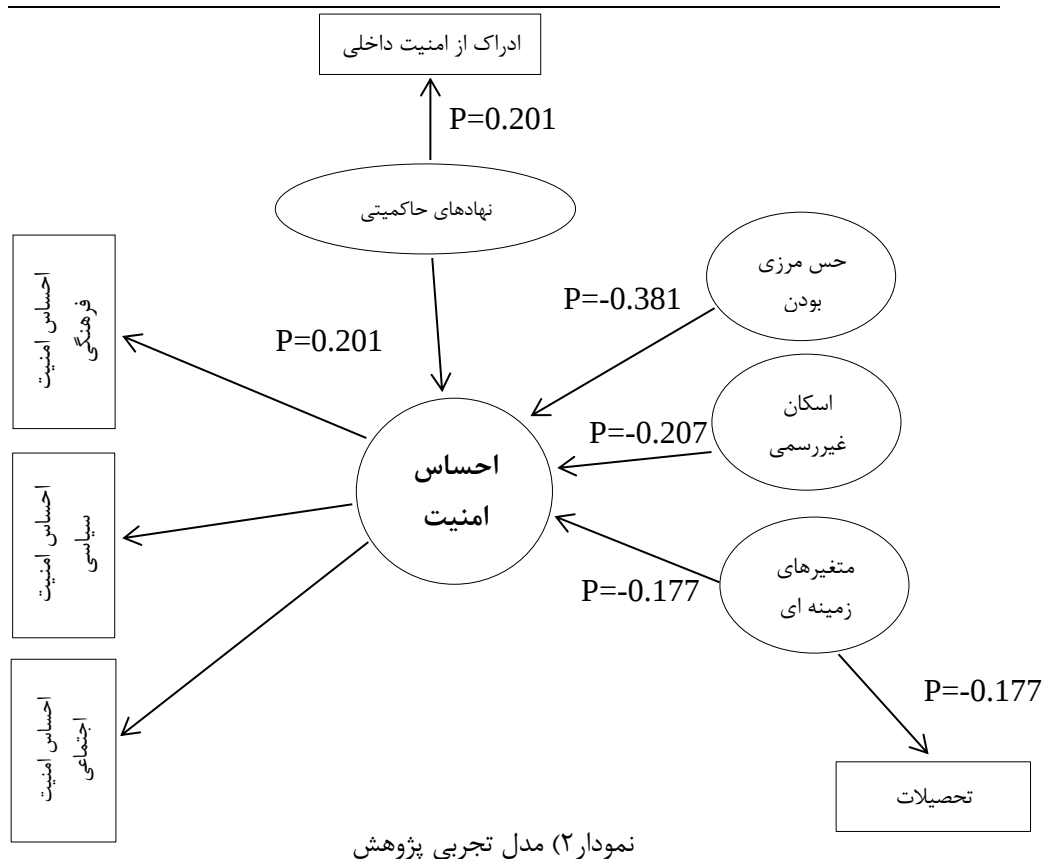
جدول ۶) میزان هم‌بستگی باقیمانده‌های متغیرهای احساس امنیت

ردیف	احساس امنیت	مقدار دوربین واتسون
۱	ادراک از امنیت داخلی	۱/۸۹۳
۲	ادراک از امنیت ملی	
۳	حس مرزی بودن	
۴	اسکان غیررسمی	

بر اساس نتایج به‌دست آمده در جدول ۷، دامنه شاخص KMO نیز ۰/۸۱۰ و نزدیک به یک می‌باشد. این بدان معناست که متغیرهای سنجیده‌شده برای تحلیل عامل مناسب هستند و در آزمون کرویت بارتلت - مقدار chi square با توجه به سطح معناداری ۰/۰۰۰ نشان‌دهنده این است که نتایج تحلیل عامل قابل‌تعمیم به جامعه آماری است. در واقع معنای شاخص‌های برازش مدل این است، مدل تجربی پژوهش ارائه شده که بر اساس تحلیل عاملی تأییدی، تحلیل رگرسیون و تحلیل مسیر به‌دست آمده است، قابل‌تعمیم به جامعه آماری می‌باشد.

جدول ۷) شاخص‌های برازش مدل

ردیف	شاخص	نتایج
۱	مقدار KMO	۰/۸۱۰
۲	آزمون بارتلت chi square -	۴۸۸۷/۸۳۳
۳	درجه آزادی df	۴۳۵
۴	سطح معناداری	۰/۰۰۰



نتیجه و بحث

کلینگ و ویلسون در نظریه پنجره شکسته معتقدند بی‌نظمی و جرم، رابطه بسیار نزدیکی با هم دارند و بی‌نظمی، سبب ازدیاد جرم و احساس ناامنی می‌شود. ایشان می‌گویند اگر در برابر کسانی که جرمی مرتکب می‌شوند، اقدامی صورت نگیرد، آن‌ها به تدریج از جرائم کوچک به جنایت خواهند رسید.

بر این اساس، از نقش پلیس در مقابله با جرائم خرد صحبت کرده‌اند و نقش ذاتی و اصلی پلیس را برقراری نظم عمومی می‌دانند که از بالاترین حساسیت و قدرت در مبارزه با بی‌نظمی برخوردار است.

در واقع مهم‌ترین نکته‌ای که پنجره شکسته بر آن تأکید دارد، این است که مقدمه ایجاد حفظ امنیت شهروندان، حفظ نظم عمومی است؛ زیرا بی‌نظمی باعث افزایش جرائم می‌شود. در واقع بی‌نظمی اولین پله روند زوال و سقوطی است که منجر به ناامنی و عدم احساس امنیت شهروندان می‌شود و مقابله با بی‌نظمی و جرائم خرد در خیابان‌ها سبب می‌شود که آمار تمامی جرائم کاهش یابد.

براین اساس، متغیر ادراک از عملکرد نیروی انتظامی که در مدل اصلاح‌شده به متغیر ادراک از امنیت داخلی تغییر یافته، از این نظریه استخراج شده است. در آزمون مدل مشاهده شده است که این متغیر، رابطه مستقیم و معناداری با احساس امنیت دارد؛ یعنی $20/1$ از تغییرات احساس امنیت توسط متغیر ادراک از امنیت داخلی قابل تبیین می‌باشد. همچنین براساس تحلیل رگرسیون رابطه معناداری بین ادراک از امنیت داخلی با احساس امنیت وجود دارد. باین حال براساس ضریب هم‌بستگی و تحلیل رگرسیون، رابطه معناداری بین ادراک از امنیت ملی با احساس امنیت وجود ندارد.

در طول تحقیق، مردم اظهار می‌کردند نهادهای امنیتی-حاکمیتی توانایی بالایی در ایجاد امنیت دارند و اعتماد آن‌ها به نهادهای مزبور در حد بسیار بالایی گزارش شده است؛ اما نتایج احساس امنیت نشان می‌دهد، مردم احساس امنیت کمی دارند و این می‌تواند بر اساس مقتضیات و شرایط حاکم در سطح جامعه در زمینه‌های اقتصادی، قضایی و ... باشد.

متغیر بعدی که از نظریه کلینگ و ویلسون، از مفهوم پنجره‌شکنان (هنجارشکنان) استخراج شده، متغیر اسکان غیررسمی می‌باشد. گلینک و ویلسون معتقدند بی‌نظمی و عدم مراقبت رفتاری منجر به ناهنجاری‌ها و رفتارهای اخلاک‌گرا می‌شوند که نه تنها عامل ترس و احساس ناامنی عمومی‌اند، که قطعاً و به‌نوبه‌ی خود زمینه ارتکاب جرم را نیز فراهم کرده؛ به گستره وسیعی از تبعات و پیامدهای اجتماعی، روانی، رفتاری و بوم‌شناختی منجر خواهند شد.

این نظریه نشان می‌دهد که چگونه بی‌نظمی و بی‌سامانی اجتماعی که از شاخص‌های حاشیه‌نشینی است، بر احساس امنیت تأثیر می‌گذارند. یافته‌های تحقیق نیز نشان از آن دارد که

۲۱/۷- از تغییرات متغیر احساس امنیت توسط اسکان غیررسمی قابل تبیین می‌باشد. براساس ضریب هم‌بستگی و تحلیل رگرسیون، رابطه معنادار و معکوسی بین این دو متغیر وجود دارد؛ به‌طوری‌که هرچه میزان اسکان غیررسمی بیش‌تر باشد، افراد احساس امنیت کم‌تری می‌کنند و بالعکس.

آبراهام مازلو در نظریه معروف خود سلسله‌مراتب نیازها به نیازهای ایمنی پرداخته است؛ این نیازهای ایمنی در سلسله‌مراتب مازلو شامل امنیت، ثبات، حمایت، نظم و رهایی از ترس و نگرانی و نظایر این‌ها می‌باشند. به اعتقاد وی همه انسان‌ها تا حدودی احتیاج دارند که رویدادهای زندگی، روندی متداول و قابل پیش‌بینی داشته باشد. تحمل بی‌اعتمادی سخت و مشکل است و انسان‌ها تلاش می‌کنند تا حدامکان به امنیت، حمایت و نظم دست یابند.

وی هم‌چنین در اثر معروف خود انگیزش و شخصیت نوشته است: انسان می‌خواهد در دنیای زندگی کند که قانونمند، قابل پیش‌بینی، دارای نظم و سازمان‌یافته باشد و بتواند به آن اعتماد داشته باشد؛ دنیایی که در آن، اتفاقات ناگهانی و غیرقابل کنترل، مبهوت‌کننده یا مخاطره‌آمیز اتفاق نیفتد، در غیر این صورت انسان به احساس ناامنی گرفتار می‌شود.

براین اساس متغیری که از این نظریه استخراج شده است، حس مرزی بودن می‌باشد. یافته‌های تحقیق نیز نشان داد که ۳۸/۱- تغییرات احساس امنیت توسط متغیر حس مرزی بودن قائل تبیین می‌باشد و بر اساس ضریب هم‌بستگی و تحلیل رگرسیون رابطه معنادار و معکوسی بین این دو متغیر وجود دارد. به‌طوری‌که هر چه حس مرزی بودن افراد بیش‌تر باشد، احساس امنیت کم‌تری دارند و بالعکس.

منابع

- احمدی، یعقوب؛ اسمعیلی، عطا (۱۳۸۷). "سنجش احساس امنیت زنان مبتنی بر عوامل چندبعدی و میان‌رشته‌ای در شهر مشهد". *جامعه‌شناسی کاربردی*، دوره بیست‌ویکم، ش ۲ (تابستان): ۱۶۹-۱۹۰.
- الماسی، مسعود (۱۳۹۵). "بررسی عوامل مرتبط با احساس امنیت اجتماعی زنان (مورد مطالعه: زنان ساکن مجتمع‌های مسکونی مهرشهر ایلام)". *مطالعات اجتماعی - روان‌شناختی زنان*، دوره چهاردهم، ش ۴۶ (بهار): ۱۰۳-۱۲۷.
- بوزان، باری (۱۳۷۸). *مردم، دولت‌ها و هراس*. ترجمه پژوهشکده مطالعات راهبردی. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- حاجیانی، ابراهیم (۱۳۸۴). *چارچوب روش‌شناختی برای بررسی احساس امنیت*. تهران: ناجا، معاونت اجتماعی.
- حبیب‌پور، عذرا (۱۳۹۴). "بررسی عوامل اجتماعی و اقتصادی مؤثر بر احساس امنیت اجتماعی زنان ۱۵-۶۹ سال شهر دوگنبدان". پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه یاسوج.
- حسینی، سیدمحمد؛ زنگنه، مهدی؛ فاطمی‌نیا، فخری‌سادات (۱۳۹۱). "سنجش میزان احساس امنیت اجتماعی زنان در شهرهای مرزی استان خراسان جنوبی و عوامل مؤثر بر آن (مورد مطالعه: زنان شهرهای مرزی حاجی‌آباد، اسدیه، نهبندان)". *دانش‌انتظامی*، دوره دوم، ش ۴ (بهار): ۹-۲۴.
- رجبی‌پور، محمود (۱۳۸۲). "درآمدی بر احساس امنیت در بستر امنیت عینی". *دانش‌انتظامی*، دوره ۵، ش ۱۷ (تابستان): ۷-۲۸.
- روی، پل (۱۳۸۲). "معمای امنیت اجتماعی". ترجمه منیژه نویدنیا. *مطالعات راهبردی*، سال ششم، ش ۳ (پاییز): ۶۸۵-۷۰۸.

- شربتیان، محمدحسن (۱۳۹۰). "سنجش ابعاد اجتماعی و روانی احساس امنیت زنان کلان‌شهر مشهد و عوامل مؤثر بر آن". *فصلنامه زن و مطالعات خانواده*، سال ششم، ش ۲۳ (بهار): ۷۹-۱۰۰.

- عظیمی‌هاشمی، مژگان (۱۳۸۴). "تحلیل مقایسه‌ای احساس امنیت اجتماعی - اقتصادی مردم مشهد و کشور". *فرهنگ خراسان*، سال پنجم، ش ۱۳ (پاییز): ۲۵-۳۱.

- گروسی، سعیده؛ میرزایی، جلال؛ شاهرخی، احسان (۱۳۸۶). "بررسی رابطه اعتماد اجتماعی و احساس امنیت (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی جیرفت)". *دانش/انتظامی*، دوره نهم، ش ۲ (تابستان): ۲۶-۳۹.

- لرنی، منوچهر (۱۳۸۳). *آسیب‌شناسی/امنیت*. تهران: پیام پویا.

- مازلو، ابراهام، اچ. (۱۳۷۵). *به سوی روان‌شناسی بودن*. ترجمه احمد رضوانی. مشهد: آستان قدس رضوی، مؤسسه چاپ و انتشارات.

- محسنی‌تبریزی، علیرضا (۱۳۸۳). *وندالیسم، مبانی روانشناسی اجتماعی و جامعه‌شناسی و روان‌شناسی رفتار وندالیستی در مباحث آسیب‌شناسی کثرت‌تاری اجتماعی*. تهران: آگه.

- مدیری، آتوسا (۱۳۸۵). "جرم، خشونت و احساس امنیت در فضاهای عمومی شهر". *رفاه اجتماعی*، دوره ششم، ش ۲۲ (پاییز): ۱۱-۲۸.

- نصیری، قدیر (۱۳۸۱). "معنا و ارکان جامعه‌شناسی امنیت". *مطالعات راهبردی*، دوره ۱، ش ۲۶ (زمستان): ۱۱۲-۱۳۳.

- نوروژی، نادر (۱۳۸۴). "سیاست جنائی در جرائم خرد و تأثیر آن بر احساس امنیت شهروندان (با تکیه بر نظریه پنجره‌های شکسته)". پایان‌نامه کارشناسی ارشد حقوق جزا و جرم‌شناسی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه تهران.

- هزارجریبی، جعفر (۱۳۹۰). "احساس امنیت اجتماعی از منظر توسعه گردشگری". *جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی*، دوره ۲۲، ش ۲ (تابستان): ۱۲۱-۱۴۳.

- هزار جریبی، جعفر، و دیگران (۱۳۹۱). "بررسی میزان احساس امنیت اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن (مطالعه موردی: شهر تهران)". *برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*، دوره ۵، ش ۲۰ (پاییز): ۴۲-۱.

- یعقوبی، سمیرا (۱۳۹۷). "بررسی عوامل مؤثر بر احساس امنیت اجتماعی (مطالعه موردی: شهر تبریز)". پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهش علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه بیرجند.

- De Donder, L., et al. (2012). "Social capital and feelings of unsafety in later life: A study on the influence of social networks, place attachment, and civic participation on perceived safety in Belgium". *Research on Aging*, Vol. 34, No. 4: 425-448.

- Ellin, N. (1997). *The Architecture of Fear*. London: Princeton Architectural Press.

- Munniksmma, A.; Juvonen, J. (2012). "Cross-ethnic friendships and sense of social-emotional safety in a multiethnic middle school: An exploratory study". *Merrill-Palmer Quarterly*, Vol. 58, No. 4: 489-506.

عوامل مؤثر بر نوع انتخاب نمایش در مخاطبان تئاتر

مورد مطالعه: شهر مشهد

مسعود تقی آبادی^۱

حمید تقی آبادی^۲

نوع مقاله: علمی-پژوهشی

شماره صفحه: ۶۶-۳۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۲/۱۷

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۶/۱۳

چکیده

این مقاله به مطالعه مخاطبان تئاتر و عوامل مؤثر بر انتخاب آن در بین ایشان به روش پیمایشی می‌پردازد. جمعیت آماری مقاله، شامل کلیه‌ی افرادی است که در شش‌ماهه دوم سال ۱۳۹۷ از سایت "مشهدگیشه" یا به‌صورت حضوری اقدام به تهیه‌ی بلیط نموده‌اند. نمونه‌گیری نیز به روشی تصادفی ساده در میان پاسخ‌گویان انجام گردیده که با استفاده از فرمول کوکران ۳۶۹ نفر محاسبه شده؛ ولی در نهایت، تعداد ۳۷۵ نفر به‌عنوان نمونه نهایی مورد تحلیل قرار گرفته است. یافته‌های متأثر از آزمون پیرسون حاکی از آن است که بین انتخاب نمایش به لحاظ بازیگر (۰/۳۵۹)، موضوع و ژانر (۰/۳۴۲)، تبلیغات از جمله تبلیغات عمومی (پوستر فیلم و...) و تبلیغات دهان‌به‌دهان (۰/۱۵۵) و کارگردان (۰/۴۱۱) رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد که این رابطه

۱. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی تهران، نویسنده مسؤول

masoud.taghiabadi@gmail.com

۲. دکترای ادبیات فارسی دانشگاه آزاد اسلامی ایران و معاون دانشگاه آزاد اسلامی واحد کابل، افغانستان

khatteman@gmail.com

بین تماشای تریلر و انتخاب نمایش به صورتی معنادار و منفی (۰/۱۳۱-) مشاهده می شود. همچنین بین خواندن نقد اثر و انتخاب نمایش نیز همبستگی برقرار نیست (سطح معناداری ۰/۰۶۳ و همبستگی ۰/۰۹۳). از دیگر سو در آزمون رگرسیون چندمتغیره، ضریب تعیین تعدیل شده ی ۰/۳۵۷ به دست آمد که نشان می دهد متغیرهای مستقل ۳۵/۷٪ در انتخاب نمایش تأثیر دارند که در این میان، متغیر بازیگر با ضریب بتای تعدیل شده ی ۰/۳۳۱ بیشترین سهم را داراست.

واژگان کلیدی: مخاطب، تئاتر، انتخاب نمایش، مشهد، استفاده و رضامندی

بیان مسأله

زمانی ریچارد هادلی^۱، دانشیار مطالعات فیلم در دانشگاه لویولا مریموند^۲ و مدیر شبکه اروپایی مخاطبان^۳ درباره مخاطبان هنر بویژه تئاتر گفت: «توسعه مخاطبان فقط در مورد افرادی که به تماشای هنر می آیند، نیست؛ بلکه این امر در مورد افرادی که به تماشای آن نمی آیند نیز صدق می کند». بروک (Brook, 1968: 11) نیز در کتاب *فضای خالی* می گوید: «من می توانم هر فضای خالی را در نظر بگیرم و آن را یک صحنه ی ساده بنامم. یک مرد در طول این فضای خالی حرکت می کند در حالی که شخص دیگری او را تماشا می نماید و این همان چیزی است که برای اجرای تئاتر مورد نیاز است». این سخنان به وضوح نشان دهنده اهمیت مخاطبان در هنر (تئاتر) است، بویژه مخاطبانی که جزء مخاطبان هدف و همیشگی تئاتر نیستند. در واقع، تئاتر بدون مخاطبان خود وجود ندارد (Wunderer, 1999: 203) و این مخاطبان هستند که با حضور خود در سالن های نمایش به تئاتر معنا و هویت می بخشند. همچنین هنگامی که ژان-ژاک گلی زال^۴ می گوید تولید هنر مشروط به دریافت و پذیرش آن است، می خواهد عنوان کند که اثر هنری

1. Richard Hadley

2. Loyola University Maryland

3. Audiences Europe Network

4. Jean-Jacques Gleizal

بدون مخاطب وجود ندارد. اثر هنری از موقعی وجود واقعی پیدا می‌کند که در حیطه عمومی رسمیت یابد (موشتوری، ۱۳۸۶: ۱۱۸).

در واقع تئاتر بیش از هر چیز نیاز به مخاطب دارد نه تماشاگر صرف. تئاتر مخاطبان خود را جست‌وجو می‌کند برخلاف سینما که تماشاگرانش را طلب می‌کند (فدایی حسین، ۱۳۸۸: ۱۴۸). حتی گروتوفسکی^۱ که با "تئاتر بی چیز" به صورتی علمی، تقریباً همه عناصر شکل‌دهنده تئاتر را زده و به سمت اساس و ذات این هنر حرکت کرده است، تماشاگر را به عنوان بخش مهمی از فرآیند تئاتری معرفی کرده و معتقد است: «حداقل یک تماشاگر لازم است تا آن [تئاتر] را تبدیل به یک اجرا کند». علی‌رغم اهمیت مخاطب، عدم وجود مخاطب کافی و عدم توجه به مخاطب عام، تبدیل به چشم اسفندیار در تئاتر شده است این در حالی است که تئاتر در حال حاضر تبدیل به رسانه‌ای شده است که اقشار کم‌درآمد از عهده خرید بلیط آن بر نمی‌آیند و ترجیح می‌دهند وقت و پول خود را در جای دیگری خرج کنند.

در ایران بیش از ۵۰۰ سالن چندمنظوره و مجموعه‌های فرهنگی وجود دارد ولی با توجه به خلاء موجود و عدم ارتباط تنگاتنگ میان مخاطب و هنرمند، هنوز جایگاه هنر و بویژه هنر تئاتر آن گونه که شایسته است در بین مردم و جامعه نهادینه نشده است (کریموند و احمدی، ۱۳۹۲: ۱۳۰).

در واقع تئاتر برای جذب مخاطب و بازکردن جای پای خود بین مخاطبان در این هیاهوی رسانه‌ای باید از تمام ظرفیت‌های خود استفاده کند. علاوه بر کیفیت اجرا، یکی از مهم‌ترین مسائلی که باعث جلب توجه مردم به تئاتر می‌گردد، روش‌های منجر به اطلاع مردم از وجود یک تئاتر و کم‌وکیف آن می‌باشد. علاوه بر این از ابتدای ظهور رسانه‌های جدید، مهم‌ترین موضوعی که ذهن صاحب‌نظران را درگیر کرده است این بوده که با حضور رسانه‌های جدیدی مانند سینما، تلویزیون و اینترنت و ... آیا رسانه‌های سنتی توانایی رقابت با رسانه‌های جدید را دارند. این مهم در قبال رسانه تئاتر که قدیمی‌ترین رسانه موجود است، بیش‌ترین اهمیت را دارد؛ زیرا این مسائل

در حقیقت نشان می‌دهد که آیا مخاطب با توجه به شرایط موجود و ویژگی‌های منحصر به فرد سایر رسانه‌ها، هنوز نیز به تئاتر علاقه دارد و از آن استقبال می‌کند یا خیر.

هدف از این مقاله، بررسی عوامل انگیزه‌بخش به مخاطبان برای مشاهده یک نمایش خاص است. لازمه درک ماهیت انتخاب آن‌ها، شناخت و آگاهی از فضای ذهنی تماشاگران و طرفداران این هنر است.

مطالعاتی که تاکنون در موضوع تئاتر و سینما انجام گرفته، بیش‌تر جنبه‌ی اجتماعی و اقتصادی علاقه‌مندان به این نمایش‌ها را مورد توجه قرار داده است؛ جنبه‌هایی چون میزان درآمد و فعالیت وقت‌های بیکاری. نو بودن نگاه مطالعه حاضر از این رو است که سعی دارد به بررسی انگیزه‌ها، عوامل مؤثر بر نوع انتخاب موضوع، و ... بپردازد؛ پس هدف اصلی این مقاله، شناخت و فهم متغیرهای گوناگون مؤثر بر تصمیم‌گیری مخاطبان تئاتر می‌باشد. هدف دیگر نیز این است که با توجه به نحوه جست‌وجوی اطلاعاتی که مخاطبان به هنگام انتخاب یک نمایش برمی‌گزینند، به درک فرآیند تصمیم‌گیری در انتخاب یک نمایش کمک کند.

پیشینه تحقیق

- بن والسمسی^۱ (Walmsley, 2011: 1) از دانشگاه لیدز^۲ در مقاله "چرا مردم به تئاتر می‌روند: مطالعه کیفی انگیزه‌ی مخاطبان"، به بررسی انگیزه و ریشه‌های اساسی تئاتر روی و پرکردن شکاف‌های ادبیات انگیزش مخاطبان می‌پردازد. تحقیق نتیجه می‌گیرد که انگیزه باید به عنوان یک ساختار تعیین‌شده توسط ترکیب پیچیده‌ای از محرک‌ها در نظر گرفته شود و توصیه می‌کند که سازمان‌های مختص تئاتر، زمان و پول را در تقسیم‌بندی انگیزشی سفارشی و افزایش تجربه‌ی مخاطب سرمایه‌گذاری کنند.

- سراتو پارگمن، روزیتو و بارخوس (Cerratto Pargman, Rossitto & barkhuus, 2019: 2) در مقاله "درک مشارکت مخاطبان در اجرای تئاتر تعاملی" یک مطالعه تجربی را در رابطه با مشارکت مخاطبان در یک اجرای تئاتر تعاملی انجام دادند. این مطالعه با هدف درک ویژگی‌های اصلی مشارکت مخاطبان در عملکرد تعاملی و همچنین نقش فن‌آوری ارتباطات به‌عنوان واسطه امکان مشارکت اجتماعی انجام شده است. نتایج، توجهات را به سمت جنبه‌های فوری و بازتابی مشارکت مخاطبان جلب می‌کند که هر دو در دو سطح متفاوت اما به‌هم‌پیوسته از تعاملات آشکار می‌شوند: یک سطح فردی و یک سطح جمعی.

- کریم‌وند و احمدی (۱۳۹۴: ۱۲۹) در مقاله‌ی "بررسی عوامل تأثیرگذار بر جذب مخاطبان تئاتر در شهر تهران" به بررسی و شناخت دلایل حضور مخاطبان در اجراهای تئاتر پرداختند. نتایج نشان می‌دهد که بیش‌ترین منبع کسب اطلاع از تئاترها توسط مخاطبان، اینترنت و دوستان بوده است. همچنین به ترتیب نمایشنامه‌نویس، کارگردان، بازیگران، سبک نمایش، طراحی صحنه، سالن نمایش و قیمت بلیط به‌عنوان دیگر معیارهای مخاطبان برای انتخاب یک تئاتر بوده است.

- همچنین مطالعه‌ای در سال ۱۹۸۶ بررسی کرد که سینماورها چه مواردی را برای تصمیم‌گیری در مورد تماشای یک فیلم لحاظ می‌کنند. یافته‌ها حاکی از این بود که در لیست اولویت‌های پاسخ‌گویان مواردی چون زمان شروع (۸۴٪)، آدرس سینماها (۶۹٪)، امتیاز فیلم (۶۷٪)، شرح مختصر (۵۳٪)، قیمت (۵۱٪)، نام بازیگران (۴۴٪)، تصویری از ستاره‌ی برجسته (۲۹٪)، و نام کارگردان (۱۹٪) وجود دارد.

با مرور اجمالی این تحقیقات می‌توان جدیدبودن این تحقیق را در باب مخاطبان تئاتر در بافت کشور ایران مشاهده کرد؛ زیرا تحقیقی که این متغیرها را در خود جای داده باشد، صورت نگرفته است. تنها چند تحقیق در عالم سینما به معرفی این متغیرها پرداخته است که این تحقیق سعی در یافتن نسبت آن‌ها در انتخاب نمایش تئاتر است.

چارچوب نظری

مخاطب و تئاتر

به طور یقین اصلی‌ترین عنصر یک نمایش پویا، حضور پرتحرک تماشاگران در عرصه‌ی آن است. تئاتر در اصل تنها هنری است که با مخاطب مفهوم پیدا می‌کند؛ نیازمند مخاطب است و پیوندی ناگستنی با مخاطب و واکنش تماشاگران خود دارد. در اصل این رسانه، تنها شکل ارتباط جمعی است که به صورت بی‌واسطه با مخاطب خود تقابل پیدا می‌کند و رابطه‌اش را با او شکل می‌دهد (میرفخرایی و رجبی‌فرد، ۱۳۹۰: ۲۶)

مخاطبان تئاتر متنوع هستند، عده‌ای از این مخاطبان دارای پتانسیل اند؛ آمادگی دارند که برای آن‌ها برنامه‌ریزی شود تا با هنرهای اجرایی ارتباط برقرار کنند و عده‌ای نیز بالقوه تماشاگر تئاتر هستند که این افراد به طور خودخواسته به تماشای نمایش‌های تئاتر می‌نشینند. دسته سومی نیز نه مخاطب دارای پتانسیل هستند و نه مخاطب بالقوه محسوب می‌شوند؛ این افراد از پدیده تئاتر خبر ندارند و نمی‌دانند که در مکان خاص و زمان خاص می‌شود یک اجرا را با گروهی از تماشاگران تماشا کرد. برخی نیز معتقدند نمایش موفق، نمایشی است که مخاطبان آن، هم مخاطبان خاص باشند و هم مخاطبان عام؛ شاید در این راستا مناسب‌ترین نکته سخنی باشد که مشهور است امیرکبیر درباره تعزیه‌های تکیه دولت گفته بود: «چنان بنویسید و بگویید که خواص بیسندند و عوام بفهمند». به زعم اسلین (۱۳۸۲: ۱۲۷) نیز «نمایش عمدتاً عبارت از داستانی است که توسط انسان‌های واقعی در برابر تماشاگران به اجرا درمی‌آید» که این خود گویای نقش حیاتی تماشاگر در تکمیل اجرای تئاتر است.

در باب اهمیت مخاطب، آگوستو بوال^۱ کلیه مراحل نوشتن متن و اجرای آن را با شرکت فعال و عینی تماشاگران پیشنهاد می‌کند؛ یعنی مخاطبین در نویسندگی، بازیگری و حتی کارگردانی نمایش باید سهیم باشند و خود نمایش هم اغلب نه روی سن، بلکه در فضای باز و در دل جامعه

و محل‌های شلوغ اجرا شود تا مخاطبین بیش‌تری در شکل‌دهی آن شرکت نمایند (فدایی حسین، ۱۳۸۸: ۱۵۵).

تئاتر از نگاه یوجینیو باربا^۱ نیز تعاملی مستقیم میان بازیگر، کارگردان و تماشاگر است. با این حال او تئاتر را به عنوان هنر تماشاگر تعریف می‌کند. در نتیجه هدف باربا این است که تماشاگر را در جایگاه شاهد قرار دهد. باربا در صدد ایجاد یک رابطه‌ی اساسی میان بازیگر (نمایش) و گیرنده است. از نظر او فرآیند خوداکتشافی بازیگر یک فرآیند مخفی است که سبب غنی شدن تجربه‌های بازیگر و تماشاگر می‌شود، در حالی که قبلاً کارهایی که بازیگر انجام می‌داد، محدود بود و صرفاً در راستای پاک‌سازی نفس تماشاگر بود (خوجه، ۱۳۹۵: ۱۸-۱۷).

در نگاه به نوع مخاطبان تئاتر، آبرکرامبی و لانگهرست (Abercrombie, Longhurst: 1998) در مقایسه با مخاطبان جمعی و منتشرشده برای تولید رسانه‌ای، به مخاطبان زنده به مثابه مخاطبان ساده اشاره دارند. این مخاطبان به وسیله‌ی فضا و زمان محدود شده‌اند «درگیر یک مراسم و تشریفات هستند» و «قوانین رفتاری نسبتاً محدود و مشخصی دارند». این ویژگی‌ها ماهیت موقت و کوتاه مدت تئاتر را پایه‌ریزی می‌کند. آن‌ها معتقدند که مخاطبان اجرای زنده با تعامل همگام تعریف می‌شوند، در حالی که مخاطبان رسانه‌ای می‌توانند پراکنده و منتشر شوند و اجتماعاتی تخیلی را به وجود آورند که شیوه‌های نوینی برای تجربه‌ی اجتماع است. مخاطبان زنده، اجراهای منحصربه‌فردی را مشاهده می‌کنند که با فضا و زمان محدود شده‌اند. از سوی دیگر، مخاطبان رسانه‌ای، اجراهای ضبط‌شده را مشاهده می‌کنند که مشمول محدودیت‌های فضایی و زمانی نمی‌شوند.

بالین حال این موارد ضبط اجرا محسوب نمی‌شوند، مگر این‌که زنده باشند، اما آن‌ها ویرایش‌شده، برش‌خورده و ساخته‌شده هستند (Abercrombie & Longhurst, 1998: 60-61). بروک (Brook, 1968: 144) نیز معتقد است: «یکی از مواردی که تئاتر را از همه‌ی هنرهای دیگر متمایز می‌کند این است که هیچ دوامی ندارد». هر اجرا منحصربه‌فرد است. بالین حال، وی می‌گوید:

1. Eugenio Barba

«مخاطبان تئاتر به اجرا کمک می‌کنند که بر تعامل انسان برای توسعه آن متکی است. در تئاتر، مخاطب مراحل خلق یک اثر را کامل می‌کند. به همین دلیل تا زمانی که یک مخاطب حضور نداشته باشد، هدف و مقصود اجرا کامل نیست» (همان: 156).

بنت (Bennett, 1997: 20-21) نیز نقش مخاطبان را در اجرای تئاتر برجسته می‌کند. در مقایسه با مخاطبان تئاتر با مخاطبان ادبیات و سینما، او می‌گوید: «متن ادبی و فیلم‌نامه، یک محصول ثابت و نهایی است که به‌طورمستقیم نمی‌توانند توسط مخاطبان آن تحت تأثیر قرار گیرد ... در تئاتر هر خواننده درگیر فرآیند خلق بازی است ... هیچ‌یک از دو گونه‌ی نمایش تئاتر هرگز نمی‌توانند به دلیل دخالت مخاطبانش یکسان باشند ... تئاتر نیز مانند همتای سینمایی خود، یک گردهم‌آیی اجتماعی است. خوانش آن نیز، به‌طورکلی، یک تجربه‌ی شخصی است». بروک (۱۳۸۳: ۱۳) معتقد است: «چشم تماشاگر نخستین عامل بازیگر است. اگر بپذیریم که دقت و توجه تماشاگر انتظاری به‌جاست که می‌خواهد در تمامی لحظات، چیزی بی‌دلیل رخ ندهد و نیز اگر بپذیریم که واکنش وی، نه از سر بی‌اعتنایی و بی‌رمقی، بلکه از هوشیاری است، آن‌گاه درمی‌یابیم که تماشاگر نقشی منفعل ندارد. تماشاگر برای مشارکت در نمایش نیازی ندارد که دخالت مستقیم کند یا حضورش را به رخ بکشد، بلکه چون حضوری آگاهانه و فعال دارد، مشارکتش نیز پیوسته و هموار است. این حضور را باید چالشی سازنده قلمداد کرد، هم‌چون مغناطیسی که نمی‌توان در برابرش بی‌تفاوت بود».

از نگاهی دیگر، مخاطبان تئاتر را می‌توان مخاطبانی سرسخت قلمداد کرد؛ باوثر^۱ مخاطب سرسخت را شخصی معرفی کرده است که از پذیرفتن آن‌چه رسانه‌ها عرضه می‌کنند، اکراه دارد. باوثر تحت تأثیر الگوی تأثیرات محدود، انتخاب‌گری و حس‌گزینش‌گری را از ویژگی‌های مهم مخاطب فعال امروزی می‌داند (صلواتیان و ترکاشوند، ۱۳۹۶: ۴۴۱). ابیوکا پنج ویژگی را برای شناسایی مخاطب فعال از مخاطب منفعل مشخص کرده است: (۱) گزینش‌گری (۲) فایده‌گرایی (۳) هدف‌گرایی (۴) مقاومت (۵) مشارکت (صلواتیان و ترکاشوند، ۱۳۹۶: ۴۴۱).

مرور ادبیات متغیرها

در این مقاله، اثرات چند متغیر کلیدی در انتخاب نمایش تئاتر مورد بررسی قرار گرفته است. انتخاب این متغیرها براساس پژوهش‌هایی است که به بررسی دلایل انتخاب یک فیلم در سینما پرداخته‌است و ما نیز به دلیل نزدیکی این متغیرها در فیلم و تئاتر، به بررسی آن‌ها در عرصه تئاتر پرداختیم.

بر اساس پرسش غیررسمی از چند نفر، متغیرهای دیگری چون تبلیغات دهان‌به‌دهان، کارگردان، و هر عامل دیگری که آن‌ها را به تماشای نمایشی خاص ترغیب می‌کند، پرداخته شده است.

متغیرهای این تحقیق به شرح زیر است:

تریلر: تریلر یک کلیپ ویدئویی کوتاه است که تجربه‌ی ۱ تا ۳ دقیقه‌ای از نمایش یا فیلم را فراهم می‌کند. تریلر معمولاً تصویری از فیلمی خاص را با تأکید بر کیفیت آن نمایش می‌دهد. دانشگاهیان دریافتند که تریلرها بیش‌ترین تأثیر را در انتخاب فیلم‌های مصرف‌کننده دارند. تریلر که به صورت شکلی از رسانه عمل می‌کند، تأثیر مهمی بر تمایل جوانان به تماشای یک فیلم دارد (wei yi, & et al., 2013: 105). دولین، چمبرز و کالیسون (Devlin, Chambers & Callison, 2011) نیز دریافتند که دانشجویان به‌عنوان اصلی‌ترین منبع فیلم به تریلر تکیه می‌کنند. تریلرها اغلب بیش از سایر رسانه‌ها و مراجع بین‌فردی، هنگام انتخاب فیلم تأثیر می‌گذارند (Preece, 2010: 25-23). پریس پی برد که تریلر دارای ماهیتی دوگانه است. از یک رو اطلاعات را فراهم می‌آورد و از طرف دیگر فیلم را تبلیغ می‌کند. یک تریلر با استفاده از کوتاه‌کردن صحنه، موسیقی و روایت، یک داستان را روایت می‌کند (همان: 24). فینستروالدر، کوپلویزر و ویلیز (Finsterwalder, Kuppelwieser & Villiers, 2012: 590) نیز معتقدند موسیقی مورد استفاده در یک تریلر نیز می‌تواند به طور مستقیم بر روند کلی تریلر فیلم تأثیر بگذارد. تریلر به شدت به موسیقی متکی است تا جنبه‌های خاص خود را برجسته کند.

محبوبیت ستاره (بازیگر) تثاتر: قدرت ستاره در توانایی او برای تولید هیجان و علاقه مصرف‌کننده قرار دارد. میزان قدرت ستارگان به‌عنوان توانایی وی در به‌دست‌آوردن سود تعریف و توسط عملکرد و شهرت او تعیین شده است. راوید (Ravid, 1999: 468) ستاره‌ها را به‌عنوان افرادی که دارای شهرت اقتصادی هستند طبقه‌بندی می‌کند، که بر اساس موفقیت در باکس آفیس (گیشه)، شهرت هنری و میزان جوایز مهم دریافت‌شده تعیین می‌شود. باسوری، چارترجی و راوید (Basuroy, Chatterjee & Ravid, 2003: 109) قدرت ستاره را به‌عنوان عاملی جهت تأثیر بر بازنگری‌های انتقادی در باب عملکرد باکس آفیس تعیین می‌کنند. آن‌ها معتقدند در فیلم‌هایی که منفی هستند، قدرت ستاره به‌طور قابل توجهی تأثیر بررسی‌های منفی را کاهش می‌دهد. علاوه‌براین، ستاره‌های محبوب برای عموم مردم نوعی تصمیم‌گیری ابتکاری را ارائه می‌دهند که ممکن است به اندازه کافی قدرتمند باشد تا جلوه هر نقد منفی در باب فیلم را از بین ببرد (Levin, Levin & Heath, 1997: 175).

نظر منتقد: ایروینگ واردل^۱، در کتاب خود *انتقاد تثاتر*، تعریفی از فرم و محتوا ارائه می‌دهد؛ هنگامی که می‌نویسد: «نقد شامل توضیحات و استدلال و به‌نحوی ایده‌آل استدلال از طریق شرح است» (Walkins, 2007: 2). علاوه‌براین، نقد به معنای نوشتن غیرآکادمیک درباره‌ی فیلم‌ها یا نمایش‌های معاصر است که معمولاً در روزنامه‌ها، مجلات و ... منتشر می‌شود و هر چیزی از جمله یک فیلم جدید را مورد ارزیابی کوتاه قرار می‌دهد و با رتبه‌بندی‌های ستاره‌ای و موارد دیگر همراه است، مانند نگاهی به گذشته‌ی کارگردان یا بازیگر برجسته. نقد هم‌چنین "پاسخ نوشتاری فوری به انتشار یک فیلم" یا نمایش است (Blandford, Barry Keith & Hillier, 2001: 17).

الیاشبرگ و شوگان (Eliashberg & Shugan, 1997: 68) اظهار کرده‌اند که بازبینی فیلم می‌تواند تصمیمات مرتبط با سینماورها را در هفته‌های اولیه انتشار یک فیلم تحت تأثیر قرار دهد و پیش‌بینی کند که آیا آن‌ها فیلم را دوست دارند یا نه. آن‌ها نشان می‌دهند که منتقدان می‌توانند

به‌عنوان رهبران عقیده (اثرگذار) عمل کنند؛ هم‌چون افرادی که از تجربه و شناخت بیش‌تری درباره کیفیت فیلم‌ها برخوردار هستند.

علاوه‌براین، منتقدان برای مصرف‌کنندگان اطلاعاتی اولیه را در مورد پیش‌نمایش محصولات ارائه می‌دهند و درعین‌حال، وضعیت حرفه‌ای آن‌ها اعتبار را در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌دهد (West & Broniarczyk, 1998: 38). به‌زعم لوین، لوین و هت (Levin, Levin & Heath, 1997: 178) نیز این‌که طرفداران نمایش، به‌خاطر تخصص و عدم علاقه‌ی صرف منتقدان به محصولی خاص، نظر آن‌ها را به‌عنوان مفسر در نظر می‌گیرند، نکته‌ای ثابت شده است. **تبلیغات (عمومی و دهان‌به‌دهان):** تبلیغات عمومی شامل تبلیغات در مجلات، پوستره‌های تبلیغی یک فیلم است که در آینده پخش می‌شود؛ تبلیغات برای یک فیلم در یک روزنامه، در رادیو، تبلیغ یک فیلم در یک نمایش توسط ستارگان فیلم و حتی تبلیغات برای یک فیلم در اینترنت (Blandford, Barry Keith & Hillier, 2001: 18).

تبلیغات می‌تواند شامل نام فیلم، ستاره‌های آن و اعتبار کارگردان و تهیه‌کننده آن باشد. تبلیغات دهان‌به‌دهان شامل ارتباط غیررسمی بین مصرف‌کنندگان محصولات و خدمات می‌باشد. به‌طور کلی اعتقاد بر این است که تبلیغات دهان‌به‌دهان به‌شدت روی انتخاب فیلم توسط عموم تماشاگر اثر می‌گذارد (Austin, 1989). معمولاً تبلیغات دهان‌به‌دهان به‌عنوان معتبرترین و قابل اطمینان‌ترین شیوه‌ی تبلیغ شناخته می‌شود که از طریق شبکه‌های اجتماعی نیز به راحتی قابل دسترسی است (Banerjee, 1992: 810).

ژانر و موضوع: در نظریه فیلم، ژانر مبحثی است برای دسته‌بندی فیلم‌ها بر اساس شباهت‌های روایتی که فیلم بر آن‌ها بنا شده است. ژانر از شمار مهم‌ترین مشخصه‌های تقسیم‌بندی یک اثر هنری (فیلم، ادبیات، تئاتر و ...) است. به‌عنوان مثال نسبت‌دادن یا تشخیص گونه (ژانر) یک فیلم، مانند کمدی، به معنی وجود پیوندی بین دامنه گسترده‌ی واکنش‌های انواع بینندگان آن فیلم و در یک گروه قراردادن با فیلم‌هایی مانند فیلم‌های خنده‌دار است (کاو، ۱۳۹۵: ۷). در اثر کارول و دری، آن‌ها موضوع و ژانر را به‌عنوان یکی از دلایل اصلی این‌که چرا مردم به تماشای فیلم‌ها

می‌نشینند، در نظر می‌گیرند. ویلیام. اچ فیلیپس نیز در کتاب *تحلیل فیلم: یک راهنمای عملی* آورده است که موضوع فیلم بعد از جنگ ویتنام تبدیل به مهم‌ترین وجه در انتخاب امریکایی‌ها درباره‌ی فیلم شده است (Phillips, 1985: 28).

تأثیر کارگردان: کارگردان صحنه یا کارگردان تئاتر، با شکل‌دادن به فرآیندهای مختلف و جنبه‌های تولید بر فعالیت‌های تولید یک تئاتر (یک نمایش، اپرا، موزیکال یا یک قطعه کاری طراحی شده) نظارت دارد و جنبه‌های مختلف آن را هماهنگ می‌کند (ویکی‌پدیا). تأثیر کارگردان زمانی دیده می‌شود که کسی بخواهد یک نمایش خاص را در سالن تئاتر ببیند، چون کار قبلی کارگردانش را دوست دارد.

نظریه استفاده و رضامندی

نظریه اصلی که در این تحقیق استفاده می‌شود، نظریه استفاده و رضایت‌مندی است که به الیهو کاتز^۱ برمی‌گردد. در این پژوهش، محقق به دنبال این است که بسنجد چه عواملی باعث می‌شود که مخاطبان، نمایش‌هایی را که می‌خواهند در تئاتر ببینند و متقابلاً چه چیزی باعث می‌شود که آن‌ها تصمیم به این کار بگیرند، به‌خصوص باتوجه به این‌که دلایل اصلی این تصمیم‌گیری چیست. آن‌چه که برای سنت‌های استفاده و رضامندی ضروری است، فعالیت مخاطب می‌باشد که با ایده‌ی این تحقیق بسیار مرتبط است؛ برای فهم این‌که چرا مردم می‌خواهند به تماشای نمایش بنشینند. نظریه استفاده و رضامندی مهم‌ترین نقش رسانه‌ها را برآورده‌ساختن نیازها و انگیزه‌های مخاطب می‌داند، بنابراین، به هر میزان که رسانه‌ها این نیازها و انگیزه‌ها را برآورده سازند، به همان میزان موجبات رضایت‌مندی مخاطب را فراهم می‌کنند. فرض اصلی نظریه استفاده و رضامندی این است که افراد مخاطب، کم‌وبیش به صورت فعال، در پی محتوایی هستند که بیش‌ترین رضایت را [برای آنان] فراهم سازد. میزان این رضایت بستگی به نیازها و علایق فرد دارد (ویندال، سیگنایز و اولسون، ۱۳۷۶: ۲۷۴).

مجموع نیازها و انگیزه‌های مخاطب در استفاده از رسانه‌ها را می‌توان در چهار مقوله اصلی جای داد:

- آگاهی و نظارت: مردم به‌منظور کسب اخبار و اطلاعات از دنیای پیرامون و نظارت بر محیط اجتماعی خویش، از رسانه‌ها استفاده می‌کنند.

- روابط شخصی: مردم در فرایند ارتباط، رسانه‌ها را همراه و هم‌نشین خود تلقی می‌کنند و از محتوای رسانه‌ای برای ارتباط با دیگران استفاده می‌کنند.

- هویت شخصی: مردم از رسانه‌ها برای کسب خودآگاهی، یافتن الگوهای رفتاری و تقویت ارزش‌های شخصی استفاده می‌کنند.

- سرگرمی و گریز از واقعیت: مردم از رسانه‌ها برای سرگرم‌شدن و گریز از مشکلات زندگی روزمره و تخلیه عاطفی استفاده می‌کنند (مهدی‌زاده، ۱۳۹۱: ۷۳-۷۴).

یکی از مفاهیم و مفروضات اصلی نظریه استفاده و رضامندی، "فعال‌بودن مخاطب" است. به این معنا که مخاطب در استفاده از رسانه‌ها به دنبال رفع نیازها و کسب رضامندی است. پژوهشگران رویکرد استفاده و رضامند، ابعاد و شاخص‌های فعال‌بودن مخاطب را تعمدی‌بودن، انتخابی‌بودن، درگیرشدن و سودمندی ذکر کرده‌اند.

فرضیه‌های تحقیق

۱. بین خواندن یا شنیدن نقد یک تئاتر (در روزنامه‌ها و سایر رسانه‌ها) و انتخاب تئاتر رابطه معناداری وجود دارد.

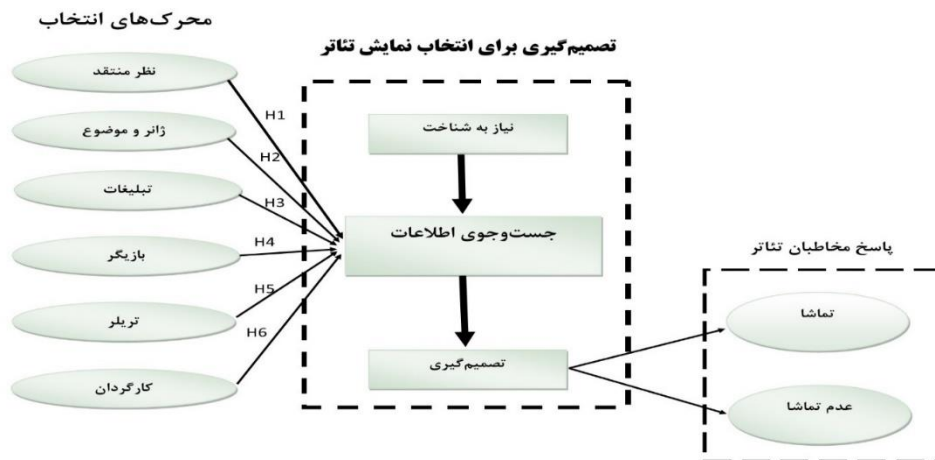
۲. بین نوع ژانر و یا موضوع تئاتر و انتخاب تئاتر رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

۳. بین تماشای تبلیغات (عمومی و دهان‌به‌دهان) و انتخاب تئاتر رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

۴. بین محبوبیت بازیگر تئاتر و انتخاب تئاتر رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

۵. بین تماشای تریلر و انتخاب تئاتر رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

۶. بین کارگردان و انتخاب تئاتر رابطه‌ی معناداری وجود دارد.



نمودار (۱) الگوی تحقیق

روش تحقیق

پژوهش حاضر به روش پیمایش انجام شده است که در زمره‌ی روش‌های کمی به شمار می‌رود، همچنین این پژوهش از نظر بعد زمانی، مقطعی و از نظر هدف نیز کاربردی است. تحقیق پیمایشی روشی است برای گردآوری داده‌ها که در آن از گروه‌های معینی از افراد خواسته می‌شود به تعدادی از پرسش‌های مشخص پاسخ دهند (بیکر، ۱۳۸۵: ۱۷۹). در واقع، هدف تحقیق پیمایشی آن است تا با مقایسه دقیق ویژگی‌های مختلف موردها، به استنباط علمی نائل آید (دواس، ۱۳۸۶: ۱۵).

جمعیت آماری این پژوهش شامل کلیه‌ی افرادی است که در شش ماهه‌ی دوم سال ۱۳۹۷ از سایت "مشهدگیشه" یا به صورت حضوری اقدام به تهیه بلیط تئاتر کرده‌اند. تعداد جمعیت آماری این تحقیق ده هزار نفر است. نمونه‌گیری این تحقیق به روش تصادفی ساده در میان پاسخ‌گویان (که از تماشاگران تئاتر بودند) انجام شده است. نمونه این پژوهش با استفاده از فرمول کوکران در سطح دقت ۵٪، ۳۶۹ نفر محاسبه شد. گفتنی است که با در نظر گرفتن ۱۵٪ برای بی‌پاسخی‌ها یا پاسخ‌های نامطلوب، مقدار آن به ۳۹۰ افزایش یافت که در نهایت ۳۷۵ پرسش‌نامه‌ی مناسب مورد استفاده قرار گرفت. برای نیل به روایی تحقیق از اعتبار صوری بهره گرفته شد؛ به این صورت

که پرسش‌نامه در اختیار دو تن از متخصصین (دکتر) حوزه جامعه‌شناسی، ارتباطات و مطالعات فرهنگی قرار گرفت و نسخه‌ی نهایی از نظر مطلوب‌بودن عبارات به لحاظ وضوح و ... مهیا گردید. برای دسترسی به پایایی این پژوهش و برای این که کلیت پرسش‌نامه را با دقت ارزیابی کرده باشیم به انجام پیش‌آزمون در بین ۴۰ نفر از نزدیکان، دوستان و افرادی که جزء مخاطبان تئاتر بودند، پرداختیم. در سال ۲۰۰۳ مقدار آلفای قابل بیش از ۰/۹-۰/۸ را عالی، ۰/۹-۰/۸ را خوب، ۰/۷-۰/۸ را قابل قبول، ۰/۷-۰/۶ را قابل بحث، ۰/۵-۰/۶ را ضعیف و کم‌تر از ۰/۵ را غیرقابل قبول معرفی کردند (محمدبیگی، محمدصالحی و گل‌محمد، ۱۳۹۳: ۱۱۵۶). پس از جمع‌آوری و تحلیل آن‌ها، آزمون آلفای کرونباخ، به دست آمد که به‌دلیل مناسب‌بودن آن، اقدام به توزیع مجدد پرسش‌نامه به جامعه‌ی آماری پژوهش حاضر کردیم.

جدول (۱) محاسبه ضرایب آلفای کرونباخ متغیرها

نوع متغیر	نام متغیر	آلفای کرونباخ	تعداد گویه‌ها
وابسته	انتخاب نمایش	۰/۶۹	۴
مستقل	نظر منتقد	۰/۷۹/۳	۶
	ژانر	۰/۷۵/۶	۴
	تبلیغات	۰/۷۱/۹	۹
	بازیگر	۰/۸۰/۵	۶
	تریلر	۰/۷۸/۶	۸
	کارگردان	۰/۷۲/۷	۴

بررسی یافته‌ها

یافته‌های توصیفی

سن: پاسخ‌گویان در این تحقیق در پنج گروه سنی دسته‌بندی شدند. گروه سنی زیر ۲۰ سال ۱۲ نفر (معادل ۳/۲٪ از پاسخ‌گویان)؛ گروه سنی ۲۰ تا ۲۵ سال ۱۶۱ نفر (معادل ۴۲/۹٪)؛ گروه سنی ۲۶ تا ۳۰ سال ۱۰۶ نفر (معادل ۲۸/۳٪)؛ گروه سنی ۳۱ تا ۳۵ سال ۴۵ نفر (معادل ۱۲٪) و گروه سنی بالای ۳۵ سال ۵۱ نفر (معادل ۱۳/۶٪) بودند.

جنس: یافته‌ها حاکی از آن است که ۲۲۶ نفر (۶۰/۳٪) از افراد مورد مطالعه را زنان و تعداد ۱۴۹ نفر (۳۹/۷٪) از افراد نمونه‌ی آماری را مردان تشکیل می‌دهند.

وضعیت تأهل: از بین افراد شرکت‌کننده، تعداد ۲۸۹ نفر (۷۷/۱٪) مجرد و تعداد ۸۶ نفر (۲۲/۹٪) نیز متأهل هستند.

تحصیلات: پاسخ‌گویان در پنج مقطع تحصیلی دسته‌بندی شدند. دیپلم و پایین‌تر ۶ نفر (۱/۶٪)، فوق دیپلم ۲۴ نفر (۶/۴٪)، افراد دارای لیسانس ۲۰۳ نفر (۵۴/۱٪)، افراد دارای کارشناسی ارشد ۱۳۴ نفر (۳۵/۷٪) و در نهایت افراد دارای مدرک دکترا که ۸ نفر (۲/۱٪) از پاسخ‌گویان را تشکیل می‌دهند.

نحوه رفتن به تئاتر: از بین شرکت‌کنندگان، ۴۱ نفر (۱۰/۹٪) به تنهایی، ۱۵۳ نفر (۴۰/۸٪) با دوستان و همکاران و ۶۲ نفر (۱۶/۵٪) با خانواده به تئاتر می‌روند، همچنین تعداد ۱۱۹ نفر (۳۱/۷٪) پاسخ دادند که نحوه‌ی رفتن آن‌ها به تئاتر بستگی به شرایط دارد.

روزهای رفتن به تئاتر: از بین پاسخ‌گویان، ۱۸۱ نفر (۴۸/۳٪) روزهای عادی، ۸۱ نفر (۲۱/۶٪) روزهای تعطیل، ۷۱ نفر (۱۸/۹٪) روزهای آخر هفته و تعداد ۴۲ نفر (۱۱/۲٪) در سایر روزها به تماشای تئاتر می‌روند.

تعداد دفعات رفتن به تئاتر در سال: یافته‌ها نشان داد که ۲۵۰ نفر (۶۶/۷٪) ۱ تا ۴ بار در سال، ۸۲ نفر (۲۱/۹٪) ۵ تا ۱۰ بار در سال، ۱۸ نفر (۴/۸٪) ۱۱ تا ۱۵ بار در سال و ۲۵ نفر (۶/۷٪) بیش از ۱۵ بار در سال به تماشای نمایش می‌نشینند.

جدول ۲) ضریب پاسخ‌گویی شرکت‌کنندگان به گویه‌های انتخاب نمایش (متغیر وابسته)

ردیف	سطوح گویه	کاملاً مخالفم		مخالفم		نظری ندارم		موافقم		کاملاً موافقم		میانگین
		ردیف	گویه	ردیف	گویه	ردیف	گویه	ردیف	گویه	ردیف	گویه	
۱	من نمایش را بر اساس برجسته‌بودن نمایش انتخاب می‌کنم.	۶	۱/۶	۳۰	۸	۸۰	۲۱/۳	۲۲۸	۶۰/۸	۳۱	۸/۳	۳/۶
۲	معمولاً سعی می‌کنم قبل از انتخاب یک نمایش به جست‌وجوی اطلاعات در مورد آن نمایش بپردازم	۶	۱/۶	۲۲	۵/۹	۳۳	۸/۸	۲۱۰	۵۶	۱۰۴	۲۷/۷	۴/۰۲
۳	وقتی بدون هیچ‌گونه اطلاعات قبلی به تماشای یک تئاتر بروم، احساس می‌کنم انتخابم درست نبوده است.	۲۰	۵/۳	۱۰۵	۲۸	۹۱	۲۴/۳	۱۰۴	۲۷/۷	۵۵	۱۴/۷	۳/۱۸
۴	جست‌وجوی اطلاعات قبلی برای من مهم نیست، مهم تماشای تئاتر است.	۷۰	۱۸/۷	۱۵۸	۴۲/۱	۴۵	۱۲	۶۸	۱۸/۱	۳۴	۹/۱	۲/۵۶

براساس داده‌های جدول ۲، از میان گویه‌هایی که متغیر انتخاب نمایش را تبیین می‌کنند، بیش‌ترین میزان مربوط به "جست‌وجوی اطلاعات" گویه ۲ با فراوانی ۱۰۴ (۲۷/۷٪) با نظر کاملاً موافق و فراوانی ۲۱۰ نفر (۵۶٪) با نظر موافق است. به عبارت دیگر از دیدگاه ۸۳/۷٪ از پاسخ‌دهندگان (به نسبت موافق و کاملاً موافق) مهم‌ترین عمل قبل از تماشای یک نمایش، جست‌وجوی اطلاعات در مورد آن نمایش است که با میانگین ۴/۰۲٪ از ۵ بیش‌ترین نمره میانگین را به خود اختصاص داده است. در مقابل گویه ۴ کم‌ترین میزان میانگین را (۲/۵۶ از ۵) کسب کرده است که نشان می‌دهد عدم جست‌وجوی قبلی درباره تئاتر در حال اجرا در بین افراد کم‌ترین وجود دارد.

جدول ۳) ضریب پاسخ‌گویی شرکت‌کنندگان به گویه‌های نظر منتقد

ردیف	سطوح گویه	خیلی زیاد		زیاد		تا حدی		کم		خیلی کم		میانگین
		فراوانی	نسبت	فراوانی	نسبت	فراوانی	نسبت	فراوانی	نسبت	فراوانی	نسبت	
۱	نظر منتقد در هنگام انتخاب یک نمایش برای تماشا مهم است.	۱۵	۴	۷۳	۱۹/۵	۲۱۱	۵۶/۳	۵۳	۱۴/۱	۲۳	۶/۱	۲/۹۸
۲	بر اساس نظر منتقد این که چه نمایش‌هایی را تماشا کنم باعث می‌شود در هنگام تصمیم‌گیری احساس راحتی کنم.	۱۹	۵/۱	۷۶	۲۰/۳	۱۵۹	۲۴/۴	۹۷	۲۵/۹	۲۴	۶/۴	۳/۰۸
۳	نمایشی که منتقد آن را نقد نکرده باشد، ارزش تماشا کردن ندارد.	۱۳	۳/۵	۱۷	۴/۵	۱۰۵	۲۸	۱۳۲	۳۵/۲	۱۰۸	۲۸/۸	۳/۸۱
۴	من اعتماد زیادی به حرف‌های منتقد برای تماشای یک نمایش دارم.	۱۰	۲/۷	۵۱	۱۳/۶	۱۴۲	۲۷/۹	۱۲۲	۳۲/۵	۵۰	۱۳/۳	۳/۴۰
۵	نگاه منتقد با نگاه من به یک نمایش فرق می‌کند، به همین دلیل نظرات منتقد برایم اهمیت ندارد.	۲۰	۵/۳	۸۴	۲۲/۴	۱۶۶	۴۴/۳	۹۲	۲۴/۵	۱۳	۳/۵	۲/۹۸
۶	احساس می‌کنم اطلاعاتی که توسط منتقد ارائه می‌شود، آموزنده است.	۱۴	۳/۷	۱۱۸	۳۱/۵	۱۷۰	۴۵/۳	۵۴	۱۴/۴	۱۹	۵/۱	۲/۵۸

بر اساس یافته جدول ۳ نزدیک به ۲۴٪ از افراد معتقدند که نظر منتقد برای‌شان اهمیت دارد، ۵۶٪ نیز تا حدی به نظرات منتقد بها می‌دهند. در بین این گویه‌ها بیش‌تر افراد معتقدند نمایشی که منتقد آن را نقد نکرده باشد، ارزش تماشا کردن ندارد (میانگین ۳/۸۱ از ۵). بعد از آن خیلی از افراد با میانگین ۳/۴۰ از ۵ به نظرات منتقد برای انتخاب نمایش اعتماد زیادی دارند. علاوه‌براین ۳۵٪ از افراد گفته‌اند که به نسبت خیلی زیاد و زیاد احساس می‌کنند نظرات منتقد آموزنده است. باتوجه به جدول ۳، ۱۵۹ نفر معادل ۴۴/۲٪ افراد تا حدی و ۱۲۱ نفر معادل ۳۲٪ به نسبت کم و خیلی کم معتقدند بر اساس نظر منتقد این که چه نمایش‌هایی را تماشا کنند، باعث می‌شود در هنگام تصمیم‌گیری احساس راحتی نمایند.

جدول ۴) ضریب پاسخ‌گویی شرکت‌کنندگان به گویه‌های ژانر و موضوع

ردیف	سطوح گویه	خیلی زیاد		زیاد		تا حدی		کم		خیلی کم		پاسخ‌دهنده
		بسیار زیاد	زیاد	بسیار زیاد	زیاد	بسیار کم	کم	بسیار کم	کم	بسیار کم	خیلی کم	
۱	قبل از انتخاب یک نمایش، شناخت موضوع و ژانر آن نمایش، مهم است.	۹۴	۲۵/۱	۱۸۵	۴۹/۳	۷۴	۱۹/۷	۱۳	۳/۵	۹	۲/۴	۲/۰۸
۲	معمولاً سعی می‌کنم نمایش‌هایی را تماشا کنم که با علایق من سازگار باشد.	۱۰۰	۲۶/۷	۱۸۵	۴۹/۳	۵۳	۱۴/۱	۲۹	۷/۷	۸	۲/۱	۲/۰۹
۳	ژانر و موضوع یک نمایش، نقش مهمی در انتخاب من برای تماشای یک تئاتر دارد.	۹۳	۲۴/۸	۱۸۲	۴۸/۵	۷۷	۲۰/۵	۱۴	۳/۷	۹	۲/۴	۲/۱۰
۴	من معتقدم ژانر و موضوع تئاتر مهم‌ترین عامل برای انتخاب یک نمایش است.	۴۳	۱۱/۵	۱۴۱	۳۷/۶	۱۴۵	۳۸/۷	۳۶	۹/۶	۱۰	۲/۷	۲/۵۴

بر اساس جدول ۴، تعداد ۲۷۹ نفر (معادل ۷۴/۴٪) به نسبت خیلی زیاد و زیاد گفته‌اند که قبل از انتخاب یک نمایش، شناخت موضوع و ژانر آن نمایش، برای‌شان مهم است. این نسبت در قبال گویه‌های دو و سه به ترتیب ۷۶ (یعنی ۲۸۵ نفر) و ۷۳/۳٪ (یعنی ۲۷۵ نفر) است. علاوه بر این تعداد ۱۴۵ نفر معادل ۳۸/۷٪ تا حدی و ۴۶ نفر معادل ۱۲/۳٪ به نسبت کم و خیلی کم بیان کرده‌اند که ژانر و موضوع، مهم‌ترین عامل برای انتخاب نمایش است. بر اساس جواب‌های گویه‌های فوق، بیشتر میانگین متعلق به گویه شماره ۴ با (۲/۵۴ از ۵) و کم‌ترین میانگین با (۲/۰۸ از ۵) متعلق به گویه شماره یک است. نسبت درصدهای پاسخ‌گویان به گویه‌های این متغیر نشان می‌دهد که اکثر افراد به نسبت خیلی زیاد بر این نظرنند که شناخت ژانر و موضوع قبل از انتخاب نمایش، از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است.

جدول ۵) ضریب پاسخ‌گویی شرکت‌کنندگان به گویه‌های تبلیغات (عمومی و دهان‌به‌دهان)

ردیف	سطوح گویه	کاملاً مخالفم		مخالفم		نظری ندارم		موافقم		کاملاً موافقم		پاسخ‌گویی
		۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	
۱	تبلیغاتی که در شهر و رسانه‌های مختلف درباره یک نمایش وجود دارد باعث می‌شود یک نمایش را انتخاب کنم.	۱۲	۳/۲	۶۷	۱۷/۹	۱۰۲	۲۷/۷	۱۷۱	۴۵/۶	۲۳	۶/۱	۳/۳۳
۲	پوستر یک نمایش مهم‌ترین نقش را در شناخت من از آن نمایش دارد.	۲۱	۵/۶	۹۹	۲۶/۴	۸۱	۲۱/۶	۱۴۴	۳۸/۴	۳۰	۸	۳/۱۶
۳	تبلیغات باعث می‌شود من خیلی راحت‌تر از وجود یک نمایش آگاه شوم.	۵	۱/۳	۳۴	۹/۱	۳۴	۹/۱	۲۴۱	۶۴/۳	۶۱	۱۶/۳	۳/۸۵
۴	تبلیغات نمی‌تواند مرا برای انتخاب یک نمایش تحت تاثیر قرار دهد.	۲۰	۵/۳	۱۳۴	۳۵/۷	۱۱۹	۳۱/۷	۸۵	۲۲/۷	۱۷	۴/۵	۲/۸۵
۵	من احساس می‌کنم اطلاعاتی که توسط دیگران به صورت شفاهی به من داده می‌شود جالب هستند.	۸	۲/۱	۳۸	۱۰/۱	۷۱	۱۸/۹	۱۹۷	۵۲/۵	۶۱	۱۶/۳	۳/۷
۶	من احساس می‌کنم اطلاعاتی که به صورت دهان‌به‌دهان به من داده می‌شود، ساده و درعین‌حال آموزنده است.	۲	۰/۵	۵۷	۱۵/۲	۸۵	۲۲/۷	۱۸۱	۸۴/۳	۵۰	۱۳/۳	۳/۵۸
۷	معمولاً ابتدا در مورد یک نمایش سعی می‌کنم ببینم چقدر در بین مردم بازخورد دارد.	۱۴	۳/۷	۶۸	۱۸/۱	۹۵	۲۵/۳	۱۴۰	۳۷/۳	۵۸	۱۵/۵	۳/۴۲
۸	زمانی که از تماشای یک نمایش مطمئن نیستم، تمایل دارم به توصیه‌های دوستانم توجه کنم.	۸	۲/۱	۵۱	۱۳/۶	۶۴	۱۷/۱	۱۸۲	۴۸/۵	۷۰	۱۸/۷	۳/۶۸
۹	اگر نمایش خوب باشد سر زبان‌ها می‌افتد و مردم خودبه‌خود تبلیغش می‌کنند.	۴	۱/۱	۵۳	۱۴/۱	۵۷	۱۵/۲	۱۴۶	۳۸/۹	۱۱۵	۳۰/۷	۳/۸۴

بر اساس یافته‌های جدول ۵ بیش از نیمی از افراد، یعنی ۵۱/۷٪ معادل ۱۹۴ نفر با نسبت موافق و کاملاً موافق بر این عقیده‌اند که تبلیغاتی که در شهر و رسانه‌های مختلف درباره یک نمایش وجود دارد، باعث می‌شود یک نمایش را انتخاب کنند. علاوه‌براین، تعداد ۱۲۰ نفر معادل ۳۲٪ از افراد با نسبت‌های مخالف و کاملاً مخالف گفته‌اند که پوستر یک نمایش مهم‌ترین

نقش را در شناخت آن‌ها از نمایش دارد. هم‌چنین تعداد ۲۶۱ نفر یعنی ۶۹/۶٪ به نسبت کاملاً موافق و موافق بیان داشته‌اند "اگر نمایش خوب باشد، سر زبان‌ها می‌افتد و مردم خودبه‌خود تبلیغ‌اش می‌کنند." این نسبت در رابطه با گویه‌های توجه به توصیه دوستان و توجه به بازخورد آن در بین مردم، به ترتیب ۶۷/۲٪ (۲۵۲ نفر) و ۵۲/۸٪ (۱۹۸ نفر) است. با توجه به میانگین، در بین گویه‌های این متغیر، گویه شماره ۳ بیش‌ترین میانگین (۳/۸۵ از ۵) و در مقابل، گویه چهار کم‌ترین میانگین (۲/۸۵ از ۵) را دارا می‌باشند.

جدول ۶) ضریب پاسخ‌گویی شرکت‌کنندگان به گویه‌های بازیگر (ستاره)

ردیف	سطوح گویه	کاملاً مخالفم		مخالفم		نظری ندارم		موافقم		کاملاً موافقم		میانگین
		۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	
۱	قبل از تماشای نمایش، دانستن این‌که چه کسانی در آن نمایش ایفای نقش می‌کنند، مهم است.	۷	۱/۹	۴۳	۱۱/۵	۲۸	۷/۵	۲۲۹	۶۱/۱	۶۸	۱۸/۱	۳/۸۲
۲	یک ستاره‌ی خوب و محبوب، من را جذب می‌کند تا نمایش را تماشا کنم.	۱۱	۲/۹	۳۸	۱۰/۱	۷۷	۲۰/۵	۱۷۲	۴۵/۹	۷۷	۲۰/۵	۳/۷۰
۳	من معتقدم حضور بازیگران مشهور فقط جنبه‌ی تبلیغاتی دارد؛ به همین دلیل برای من مهم نیست چه بازیگری در نمایش ایفای نقش کند.	۱۱	۲/۹	۱۴۲	۳۷/۹	۱۳۳	۳۵/۵	۷۴	۱۹/۷	۱۵	۴	۲/۸۴
۴	حضور یک ستاره در نمایش، هنگام انتخاب آن، یک عامل بسیار مهم است.	۲۲	۵/۹	۷۷	۲۰/۵	۵۶	۱۴/۹	۱۸۶	۴۹/۶	۳۴	۹/۱	۳/۳۵
۵	من معتقدم هر بازیگری توانایی خاص خود را دارد؛ به همین دلیل حضور بازیگران مشهور در انتخابم تأثیری ندارد.	۶	۱/۶	۶۹	۱۸/۴	۱۴۷	۳۹/۲	۱۲۲	۳۲/۵	۳۱	۸/۳	۳/۲۷
۶	حضور شخصیت‌های مشهور در نمایش این حس را در من ایجاد می‌کند که آن نمایش خوب است.	۵	۱/۳	۸۲	۲۱/۹	۹۴	۲۵/۱	۱۷۱	۴۵/۶	۲۳	۶/۱	۳/۳۳

با توجه به داده‌های جدول ۶، ۲۹۷ نفر (۷۹/۲٪) با نسبت کاملاً موافق و موافق گفته‌اند که

قبل از تماشای نمایش، دانستن این‌که چه کسانی در آن نمایش ایفای نقش می‌کنند، مهم است

و تنها ۱۳/۴٪ با این گویه مخالف بوده‌اند. این گویه با میانگین ۳/۸۲ از ۵ بیش‌ترین میانگین را در بین گویه‌ها دارا می‌باشد. در همین راستا ۲۲۰ نفر یعنی ۵۸/۷٪ حضور یک ستاره را در انتخاب نمایش، عاملی مهم دانسته‌اند. ۲۴۹ نفر (۶۶/۴٪) گفته‌اند ستاره خوب باعث جذب او به سمت نمایش می‌شود. علاوه‌براین ۱۹۴ نفر (۵۱/۷٪) نیز بیان کرده‌اند که حضور شخصیت‌های مشهور در نمایش این حس را در آن‌ها ایجاد می‌کند که آن نمایش خوب است. با توجه به جدول، گویه ۳ کم‌ترین میانگین را ۲/۸۴ از ۵ داراست و تنها ۱۵ نفر یعنی ۴٪ با آن کاملاً موافق بوده‌اند.

جدول ۷) ضریب پاسخ‌گویی شرکت‌کنندگان به گویه‌های تریلر

ردیف	سطوح گویه	کاملاً مخالفم		مخالفم		نظری ندارم		موافقم		کاملاً موافقم		میانگین
		۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	
۱	تریلر سرگرم‌کننده است.	۱۲	۳/۲	۴۶	۱۲/۳	۸۷	۲۳/۲	۱۸۴	۴۹/۱	۴۶	۱۲/۳	۳/۵۴
۲	تریلر به من احساس هیجانی می‌دهد که باعث می‌شود نمایش را تماشا کنم.	۲	۰/۵	۴۶	۱۲/۳	۶۷	۱۷/۹	۲۱۴	۵۷/۱	۴۶	۱۲/۳	۳/۶۸
۳	تریلر باعث می‌شود که من درک مثبتی از کیفیت نمایش داشته باشم.	۴	۱/۱	۴۶	۱۲/۳	۸۶	۲۲/۹	۲۱۰	۵۶	۲۹	۷/۷	۳/۵۷
۴	تریلر نشان می‌دهد که نمایش، همانی است که من دوست دارم.	۴	۱/۱	۷۴	۱۹/۷	۱۰۳	۲۷/۵	۱۶۵	۴۴	۲۹	۷/۷	۳/۳۷
۵	تریلر هیچ‌گونه شناختی از یک نمایش به من نمی‌دهد.	۴۷	۱۲/۵	۱۷۲	۴۵/۹	۹۶	۲۵/۶	۵۴	۱۴/۴	۶	۱/۶	۲/۴۶
۶	موسیقی در تریلر باعث می‌شود که من احساس یا نگرش مثبتی نسبت به نمایش داشته باشم.	۰	۰	۳۰	۸	۹۹	۲۶/۴	۱۹۷	۵۲/۵	۴۹	۱۳/۱	۳/۷۰
۷	ویژگی‌های خاصی که در تریلر نشان داده شده، باعث می‌شود منتظر نمایش باشم.	۵	۱/۳	۲۳	۶/۱	۶۳	۱۶/۸	۲۳۷	۶۳/۲	۴۷	۱۲/۵	۳/۷۹
۸	تریلر فقط باعث اتلاف وقت است، باید سریع نمایش را تماشا کرد.	۸۵	۲۲/۷	۱۴۹	۳۹/۷	۸۷	۲۳/۲	۴۶	۱۲/۳	۸	۲/۱	۲/۳۱

بر پایه‌ی یافته‌های جدول ۷، ۲۳۰ نفر (۶۱/۴٪) معتقدند که تریلر سرگرم‌کننده است و تعداد ۲۳۹ نفر (۶۳/۷٪) عقیده دارند تریلر باعث می‌شود که درک مثبتی از کیفیت نمایش داشته باشند. در کنار این، ۲۱۹ نفر (۵۸/۴٪) نیز با گویه "پنج" مخالف هستند و تنها ۱۶٪ با آن موافق می‌باشند. علاوه‌براین، تنها ۷۸ نفر (۲۰/۸٪) با گویه "چهار" مخالفت ورزیده‌اند و در این بین ۱۰۳ نفر (۲۷/۵٪) نیز "بی‌نظر" بوده‌اند. داده‌ها نشان می‌دهد که در بین گویه‌های مختلف، متغیر گویه شماره ۷ با میانگین ۳/۷۹ از ۵ بیش‌ترین میانگین پاسخ را دارا می‌باشد و در سوی دیگر گویه شماره ۸ "تریلر فقط باعث اتلاف وقت است، باید سریع نمایش را تماشا کرد" با میانگین ۲/۳۱ از ۵ کم‌ترین میانگین را به خود اختصاص داده است.

جدول ۸) ضریب پاسخگویی شرکت‌کنندگان به گویه‌های کارگردان

ردیف	سطوح گویه	کاملاً مخالفم		مخالفم		نظری ندارم		موافقم		کاملاً موافقم		میانگین
		۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	
۱	قبل از تماشای نمایش، دانستن این که چه کسی آن نمایش را کارگردانی می‌کند، مهم است.	۶	۱/۶	۱۲	۳/۲	۳۹	۱۰/۴	۲۱۹	۵۸/۴	۹۹	۲۶/۴	۴/۰۴
۲	من اگر کارگردان یک نمایش را نشناسم به هیچ‌وجه آن تئاتر را تماشا نمی‌کنم.	۷۸	۲۰/۸	۱۸۲	۴۸/۵	۶۶	۱۷/۶	۳۶	۹/۶	۱۳	۳/۵	۲/۲۶
۳	موفقیت نمایش‌های قبلی یک کارگردان نقش مهمی در انتخاب یک نمایش دارد.	۰	۰	۱۹	۵/۱	۳۸	۱۰/۱	۲۳۶	۶۲/۹	۸۲	۲۱/۹	۴/۰۱
۴	شهرت کارگردان یک نمایش، این حس را در من ایجاد می‌کند که آن نمایش خوب است.	۴	۱/۱	۳۹	۱۰/۴	۷۱	۱۸/۹	۲۰۷	۵۵/۲	۵۴	۱۴/۴	۳/۷۱

با توجه به جدول ۸، ۳۱۸ نفر (۸۴/۸٪) گفته‌اند که قبل از تماشای نمایش، دانستن این که چه کسی آن نمایش را کارگردانی می‌کند، مهم است. این گویه با میانگین ۴/۰۴ از ۵ بیش‌ترین میانگین را داراست. همچنین به ترتیب ۳۱۸ نفر (۸۴/۸٪) و ۲۶۱ نفر (۶۹/۶٪) با گویه‌های "سه"

و "چهار" موافقت کرده‌اند. گفتنی است که گویه شماره ۲ درباره عدم رفتن به تئاتر بدون شناخت کارگردان، با میانگین ۲/۲۶ از ۵ کم‌ترین میانگین را به خود اختصاص داده است.

یافته‌های تبیینی و استنباطی

جدول ۹) یافته‌های حاصل از همبستگی بین متغیرهای مستقل و وابسته

فرضیه ۱: خواندن نقد تئاتر و انتخاب نمایش					متغیر
پیرسون					آزمون
نوع رابطه	رابطه	Correlation	Sig	N	انتخاب
	ندارد	۰/۰۹۳	۰/۰۶۳	۳۷۵	
فرضیه ۲: ژانر و انتخاب نمایش					متغیر
پیرسون					آزمون
نوع رابطه	رابطه	Correlation	Sig	N	انتخاب
مثبت	دارد	۰/۳۴۲	۰/۰۰۰	۳۷۵	
فرضیه ۳: تبلیغات و انتخاب نمایش					متغیر
پیرسون					آزمون
نوع رابطه	رابطه	Correlation	Sig	N	انتخاب
مثبت	دارد	۰/۱۵۵	۰/۰۵۰	۳۷۵	
فرضیه ۴: بازیگر (ستاره) و انتخاب نمایش					متغیر
پیرسون					آزمون
نوع رابطه	رابطه	Correlation	Sig	N	انتخاب
مثبت	دارد	۰/۳۵۹	۰/۰۰۰	۳۷۵	
فرضیه ۵: تماشای تریلر و انتخاب نمایش					متغیر
پیرسون					آزمون
نوع رابطه	رابطه	Correlation	Sig	N	انتخاب
منفی	دارد	-۰/۱۳۱	۰/۰۱۱	۳۷۵	
فرضیه ۶: کارگردان و انتخاب نمایش					متغیر
پیرسون					آزمون
نوع رابطه	رابطه	Correlation	Sig	N	انتخاب
مثبت	دارد	۰/۴۱۱	۰/۰۰۰	۳۷۵	

فرضیه ۱: نتایج حاصل از آزمون ضریب همبستگی پیرسون با سطح معناداری ۰/۰۶۳ نشان می‌دهد که رابطه معناداری بین این دو متغیر وجود ندارد. به این معنا که خواندن نقد یک تئاتر

در رسانه‌های مختلف در انگیزه مخاطبان مشهدی برای انتخاب یک نمایش تأثیری ندارد؛ به همین دلیل این فرضیه را نمی‌توان تعمیم داد و فرضیه صفر را باید پذیرفت.

فرضیه ۲: با توجه به میزان همبستگی پیرسون و سطح معناداری $0/000$ فرض صفر (عدم رابطه میان متغیرها را رد می‌کنیم و با احتمال 99% اطمینان می‌گوییم که میان متغیرهای فرضیه (یعنی نوع ژانر و انتخاب نمایش) رابطه‌ای معنادار و مثبت وجود دارد و به همین دلیل قابل تعمیم به جامعه است. این بدان معناست که با نسبت همبستگی $0/342$ هر چقدر میزان اتکا به ژانر بیشتر شود، مخاطبان تئاتر شهر مشهد بیش‌تر بر پایه‌ی آن دست به انتخاب نمایش می‌زنند.

فرضیه ۳: نتایج همبستگی نشان می‌دهد که بین دو متغیر تبلیغات و انتخاب نمایش رابطه‌ای معنادار، مستقیم و مثبت وجود دارد. ضریب همبستگی $0/155$ و سطح معناداری نیز $0/0150$ است که می‌توان نتیجه گرفت این رابطه در سطح 95% قابل تعمیم به جامعه است و فرضیه صفر را می‌توان رد کرد. مفهوم این رابطه آن است که هرچه مخاطب تئاتر در شهر مشهد به تبلیغات (عمومی و دهان‌به‌دهان) تکیه کند، نسبت انتخاب نمایش نیز در آن‌ها بیشتر می‌شود.

فرضیه ۴: نتایج آزمون پیرسون بیانگر آن است که بین متغیر بازیگر و انتخاب نمایش رابطه معنادار مثبتی وجود دارد. از آنجایی که این رابطه در سطح $0/01$ معنادار است، به احتمال 99% می‌توانیم بگوییم که این رابطه به بستر جامعه مخاطبان تئاتر تعمیم‌پذیر است و فرض صفر نیز رد می‌شود. مفهوم این رابطه آن است که هرچه محبوبیت بازیگر بیشتر باشد انتخاب آن نمایش در نزد مخاطبان مشهدی افزایش می‌یابد.

فرضیه ۵: نتایج آزمون پیرسون حاکی از آن است که بین دو متغیر تماشای تریلر یک تئاتر و انتخاب نمایش رابطه‌ای معنادار اما منفی وجود دارد. یعنی هرچه تماشای تریلر یک نمایش بیش‌تر شود، انتخاب آن نمایش در بین مخاطبان کاهش می‌یابد. ضریب پیرسون $0/131$ - است؛ سطح معناداری نیز $0/011$ است که نشان می‌دهد این رابطه در سطح 95% اطمینان قابل تعمیم می‌باشد.

فرضیه ۶: نتایج آزمون بیانگر آن است که بین متغیر کارگردان و انتخاب نمایش رابطه معنادار و مستقیمی وجود دارد. ضریب همبستگی ۰/۴۱۱ است که با توجه به ضریب معناداری بین دو متغیر رابطه وجود دارد و در سطح اطمینان ۹۹٪ می‌توان نتایج را تعمیم داد. مفهوم رابطه این است که هرچه کارگردان شناخته شده‌تر باشد میزان انتخاب آن نمایش در بین آن‌ها افزایش می‌یابد.

جدول ۱۰) تحلیل رگرسیون چندمتغیره

ضریب همبستگی (R) ۰/۶۰۹		ضریب تعیین (R ²) ۰/۳۷۰		ضریب تعیین تعدیل‌شده (Adjusted R ²) ۰/۳۵۷	
سطح معناداری	مقدار t	ضریب تعدیل‌شده Beta	ضریب استاندارد S.E	ضریب B	متغیرها
۰/۰۰۰	۱۱/۹۱۹		۰/۲۳۴	۲/۷۸۴	مقدار ثابت
۰/۰۷۷	۱/۷۷۶	۰/۰۹۱	۰/۰۴۹	۰/۰۸۶	نظر منتقد
۰/۰۰۶	۲/۷۴۶	۰/۱۳۸	۰/۰۴۱	۰/۱۱۳	ژانر و موضوع
۰/۰۰۵	۱/۹۶۱	۰/۱۱۱	۰/۰۴۴	۰/۰۸۷	تبلیغات
۰/۰۰۰	۵/۵۳۶	۰/۳۳۱	۰/۰۵۵	۰/۳۰۷	بازیگر
۰/۰۰۰	۲/۰۰۹	۰/۱۰۷	۰/۰۴۵	۰/۳۶۰	تریلر
۰/۰۳۰	۴/۷۶۵	۰/۲۴۹	۰/۰۴۶	۰/۲۱۶	کارگردان

بر پایه تحلیل رگرسیونی چندمتغیره جدول ۱۰، ضریب همبستگی ۰/۶۰۹ نشان می‌دهد که بین مجموعه متغیرهای مستقل و متغیر وابسته همبستگی نسبتاً قوی وجود دارد. اما ضریب تعیین تعدیل‌شده که برابر با ۰/۳۵۷ است نشان می‌دهد که ۳۵/۷٪ از کل واریانس انتخاب نمایش در بین مخاطبان مشهودی وابسته به ۶ متغیر مذکور است و توسط آن‌ها قابل پیش‌بینی می‌باشد. بر پایه ضریب رگرسیونی (بتای تعدیل شده) از بین متغیرهای مستقل تحقیق، بیش‌ترین تأثیر را متغیر بازیگر با ضریب ۰/۳۳۱ و کم‌ترین آن را متغیر نقد منتقد با ضریب ۰/۰۹۱ داشته است. بعد از متغیر بازیگر، بیش‌ترین ضریب بتای تعدیل‌شده متعلق به متغیر کارگردان است که مقدار ۰/۲۴۹ را به خود اختصاص داده است. قابل ذکر است که متغیر "نظر منتقد" به این دلیل که سطح معناداری آن بیش از ۰/۰۵ است نشان‌دهنده این است که بر متغیر انتخاب نمایش تأثیر نداشته است.

بحث و نتیجه گیری

پژوهش پیش رو، عوامل مؤثر بر انتخاب نمایش را در بین مخاطبان شهر مشهد مورد بررسی قرار داد. مخاطبان تئاتر را افرادی با سلیقه‌ها و علاقه‌های خاص تشکیل می‌دهند که از مصرف فرهنگی ویژه‌ای نیز برخوردارند. تئاتر برای دسته‌ای از مردم که به هنر علاقمندند، نوعی مصرف را تشکیل می‌دهد و در برخی نیز تبدیل به نوعی رویه‌ی زندگی روزمره‌شان شده است که بر اساس آن، افراد معمولاً معیارهای خاصی را در انتخاب خود جهت نیل به رضایت‌مندی در مصرف هنر و فرهنگ برمی‌گزینند.

همان‌طور که گفته شد مخاطبان تئاتر زنده، فعال و سرسخت هستند. پس روشن است که مخاطبی که به تماشای تئاتر می‌رود سعی می‌کند با اتخاذ نوعی گزینش‌گری، فایده‌گرایی و ... به تماشای آن نمایش‌هایی بنشیند که با روحیه، علاقه و سلیقه‌ی او هم‌خوانی داشته باشد و به همین دلیل او مخاطبی است فعال و سرسخت که مصرانه دست به جست‌وجوی اطلاعات و انتخاب نمایش می‌زند.

طبق چارچوب نظری این تحقیق، یعنی نظریه استفاده و رضامندی، این نظریه ضمن فعال‌انگاشتن مخاطب، بر نیازها و انگیزه‌های وی در استفاده از رسانه‌ها تأکید می‌کند. بر این اساس، مخاطبان تئاتر معمولاً قبل از این که به تماشای یک نمایش بپردازند دست به انتخاب نمایش‌هایی می‌زند که با علاقه‌های آنان سازگار باشد زیرا آن‌ها از این طریق در پی مشارکت، آرامش، کسب اطلاعات و ... هستند.

بر اساس تجزیه و تحلیل داده‌های این مطالعه که سعی در پاسخ به عوامل مؤثر بر انتخاب تئاتر در بین مخاطبان شهر مشهد داشت، به نظر می‌رسد که بین انتخاب نمایش با بازیگر (۰/۳۵۹)، موضوع و ژانر (۰/۳۴۲)، تبلیغات از جمله تبلیغات عمومی (پوستر فیلم و...) و تبلیغات دهان‌به‌دهان (۰/۱۵۵) و کارگردان (۰/۴۱۱) رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

۱) میان انتخاب نمایش و کارگردان بیش‌ترین همبستگی را شاهد هستیم که نشان می‌دهد معمولاً مهم‌ترین ملاک برای مخاطبان، کارگردان اثر است و آن‌ها معمولاً به تماشای آثار کارگردان‌های شناخته‌شده‌تر می‌نشینند.

۲) بین انتخاب نمایش و بازیگر نیز رابطه کمابیش خوبی برقرار است که گواه از تأثیر بازیگر خوب و قوی بر تصمیم‌گیری مخاطب برای تماشای تئاتر دارد. این رابطه قوی بین مخاطب و بازیگر دال بر تأثیری است که در فضای نمایش بین بازیگر و مخاطب برقرار می‌شود و همان‌طور که بحث شد، رابطه بین مخاطب و بازیگر یکی از مهم‌ترین عوامل برقراری ارتباط تئاتریکال به‌مثابه یک رسانه هنری است که مشارکت مخاطب را برای کشف معنا و تأثیر بر بازیگر نشان می‌دهد.

۳) میان گزینش نمایش و موضوع و ژانر تئاتر نیز رابطه قوی و مثبت برقرار بوده که حاکی از آن است که مخاطب قبل از انتخاب یک نمایش برای تماشای، به موضوع و ژانر آن اجرا توجه کرده و گاه تصمیم‌گیری خود را منوط به این متغیر می‌کند. آگاهی از مسائل و دغدغه‌های اجتماعی، فرهنگی و ... می‌تواند مفید باشد و بهره‌گیری از این رسانه می‌تواند ابزار خوبی جهت انتقال پیام از جانب نویسندگان و دریافت آن از جانب تماشاگران باشد. این، نشان کارکردی است که در نظریه استفاده و رضامندی در باب "آگاهی و نظارت" ذکر شد و بر پایه آن، مخاطبان برای کسب اطلاعات از دنیای پیرامون و نظارت بر محیط اجتماعی خویش، از رسانه‌ها بهره می‌جویند.

۴) بین تبلیغات و انتخاب نیز رابطه نسبتاً پایینی برقرار است که دلیل آن نیز نهادینه‌نشدن فرهنگ تبلیغات در بین مسئولین و دست‌اندرکاران است. زمانی که مخاطب با فضای خالی از تبلیغات مواجه شود از انتخاب‌های دیگر جهت شناخت اثر هنری (در اینجا تئاتر) استفاده می‌کند که به نظر می‌رسد دلیل پایین‌بودن نسبت تبلیغات، کمبود آن در فضای شهری و رسانه‌های اجتماعی (به‌عنوان بستر نوین تبلیغ) و رسانه‌های جریان اصلی از جمله شبکه استانی (خراسان رضوی) است. پایین‌بودن این نسبت دال بر عدم تأثیرگذاری این متغیر بر

انتخاب نیست؛ که نشان از ضعف تبلیغات در جذب مخاطب می‌باشد. این کاستی، یاری نهادهای قانون‌گذار فرهنگی را جهت سیاست‌گذاری‌های مطلوب در پرداختن بیش‌تر به تبلیغات و در اختیار گذاشتن مکان، زمان و فضای لازم برای گروه تبلیغات و روابط عمومی نمایش را می‌طلبد.

۵) بین تماشای تریلر یک اثر و انتخاب نیز رابطه‌ای معنادار و منفی (۰/۱۳۱-) وجود دارد؛ یعنی مخاطب با تماشای تریلر از تماشای نمایش اجتناب می‌کند. دلیل می‌تواند این باشد که تریلر، گاه بخش‌هایی از یک اثر را به نمایش می‌گذارد و زمانی که مخاطب از کم‌وکیف آن باخبر می‌شود، از تماشای آن صرف‌نظر می‌کند.

۶) خواندن نقد اثر نیز در انتخاب نمایش تأثیری ندارد (سطح معناداری ۰/۰۶۳ و همبستگی ۰/۰۹۳)؛ زیرا منتقد معمولاً از دیدگاه انتقادی-علمی به اثر می‌نگرد و ممکن دیدگاه و نوع نگاه او با مخاطب عامی که طبق نظریه‌ی استفاده و رضامندی برای گذران اوقات فراغت و ... به تماشای اثر می‌نشیند، متفاوت باشد.

چون ۳۵/۷٪ از واریانس منغیر وابسته (انتخاب نمایش) توسط این ۶ متغیر قابل پیش‌بینی است، اهمیت آن نیز بیش‌تر می‌شود. لازم است کارگردان، تهیه‌کننده و سایر افراد برای جذب مخاطب بیش‌تر از مسیری جدید وارد شده؛ با بهره‌گیری از تبلیغات مناسب، مخاطبانی را که هویت اصلی اجرای تئاتر هستند، به سوی خود بکشند.

خیلی از مخاطبان تئاتر به معنای واقعی کلمه جزء مخاطبان آن محسوب نمی‌شوند. "الن لی‌یه وو"^۱، مدیر "صحنه‌ی ملی" در مارسی^۲ درباره‌ی مخاطبان این‌گونه بیان می‌کند: «۹۰٪ اشخاص حتی به ذهنشان هم خطور نمی‌کند که روزی به تئاتر بیایند». پس دستیابی به فرهنگ، تنها به بهای بلیت محدود نمی‌شود این موارد، خود گویای آن است که دست‌اندرکاران تئاتر می‌توانند

مردمی را که مخاطب بالقوه آن هستند، جذب کرده و با توسعه‌ی تماشاگران خود مسیر توسعه‌ی تئاتر را در همه جنبه‌ها از متن، کارگردانی، بازیگری، طراحی، صحنه‌افزار و ... سرعت بخشند.

بر اساس نظریه‌ی استفاده و رضامندی ارزش‌ها، علاقه و نقش اجتماعی مخاطبان مهم است و مردم براساس این عوامل آن‌چه را می‌خواهند، انتخاب می‌کنند، تردیدی نیست که متغیرهای مستقل تحقیق و عواملی همچون، بهای بلیط، زمان نمایش، سطح تحصیلات و ... کم‌وبیش بر گرایش افراد به تماشای نمایش اثر می‌گذارند که تحقیقات پیشین گویای اهمیت آن‌ها در جذب مخاطبان و انتخاب آنان دارد. این تحقیق به نوعی تاییدگر نتیجه‌ی پژوهش احمدی و کریم‌وند است. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که عواملی چون کارگردان، بازیگر و ... در جذب تئاتر مفید است. علاوه‌براین، با توجه به سرگرم‌کننده بودن فضای تئاتر و توجه خانواده‌ها به آن برای گذران اوقات فراغت، پرداخت به مؤلفه‌های جذاب نمایش برای مخاطبان، به نوبه‌ی خود اسباب گرایش آنان را به سوی تماشای تئاتر فراهم می‌آورد. بخش لزوم رجوع و استفاده از تحقیقاتی چنین که در پی کشف این عوامل مهم هستند، می‌تواند تاحدی مسیر توسعه نمایش را با رویکرد مخاطب‌شناسی باز کند. به همین دلیل لازم است که متولیان امر به این عوامل با نگاهی عمیق‌تر نگریسته و بر روی‌شان سرمایه‌گذاری کنند.

منابع

- اسلین، مارتین (۱۳۸۲). نمایش چیست؟ ترجمه شیرین تعاونی. تهران: نمایش.
- بروک، پیتر (۱۳۸۳). رازی در میان نیست: اندیشه‌هایی درباره بازیگری و تئاتر. ترجمه محمد شهباز. تهران: هرمس.
- بیکر، تزرال (۱۳۸۵). نحوه انجام تحقیقات اجتماعی. ترجمه هوشنگ نایی. تهران: نشر نی.
- خوجه، میروشه (۱۳۹۵). "دریافت پیام در رسانه‌ها و تئاتر: درباره طرحواره‌ها و انگیزه‌های رسانه‌ای". رسانه، دوره اول، ش ۱۱ (تابستان): ۱۱-۲۹.
- دواس، دیوید (۱۳۸۶). پیمایش در تحقیقات اجتماعی. ترجمه هوشنگ نایی. تهران: نشر نی.
- صلواتیان، سیاوش؛ ترکاشوند، زهرا (۱۳۹۶). "ضعف‌های برنامه‌های گفت‌وگومحور دینی سیمای جمهوری اسلامی ایران بر مبنای خوانش مخاطبان جوان". مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، دوره ششم، ش ۳ (پاییز): ۴۳۱-۴۵۵.
- فدایی حسین، سیدحسین (۱۳۸۸). "تئاتر و مخاطب امروز". فصلنامه بیناب (ویژه تئاتر)، دوره ششم، ش ۱۳ (اردیبهشت): ۱۴۸-۱۶۱.
- کاوه، علیرضا (۱۳۹۵). گونه سینمایی (لحن و نظام ارزشی). تهران: روزنه کار.
- کریموند، فاطمه؛ احمدی، حاج‌محمد (۱۳۹۲). "بررسی عوامل تأثیرگذار بر جذب مخاطبان تئاتر در شهر تهران". مجله جامعه‌شناسی، دوره ششم، ش ۲۰ (پاییز): ۱۲۹-۱۴۶.
- محمدبیگی، ابوالفضل؛ محمدصالحی، نرگس؛ گل‌محمد، علی (۱۳۹۳). "روایی و پایایی ابزارها و روش‌های مختلف اندازه‌گیری آنها در پژوهش‌های کاربردی در سلامت". مجله دانشگاه علوم پزشکی رفسنجان، دوره ۱۳، ش ۱۲ (تابستان): ۱۱۵۳-۱۱۷۰.
- موشتوری، آنتیگون (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی مخاطب در حوزه فرهنگی و هنری. ترجمه حسین میرزایی. تهران: نشر نی.

- مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۹۱). *نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*. تهران: همشهری.
- میرفخرایی، تژا؛ رجبی‌فرد، منا (۱۳۹۰). "تحلیل جامعه‌شناختی تئاتر و جایگاه آن در میان رسانه‌های جمعی". *فصلنامه فرهنگ و ارتباطات*، دوره سوم، ش ۹ (بهار): ۵۱-۱۹.
- ویندال سون، بنوسیگنایز؛ اولسون، جین (۱۳۷۶). *کاربرد نظریه‌های ارتباطات*. ترجمه علیرضا دهقان. تهران: مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه‌ها.
- Abercrombie, N.; Longhurst, B. (1998). *Audiences: A Sociological Theory of Performance and Imagination*. London: Sage.
- Austin, B. A. (1989). *Immediate seating: A look at movie audiences*. Belmont: California, Wadsworth.
- Banerjee, A. (1992). "A simple model of herd behavior". *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 107, No. 3: 797-817.
- Basuroy, S.; Chatterjee, S.; Ravid, S. A. (2003). "How critical are critical reviews? The box office effects of film critics, star power and budgets". *Journal of Marketing*, Vol. 67, No. 4: 103-117.
- Bennett, S. (1997). *Theatre Audiences: A Theory of Production and Reception (second edition)*. London: Routledge
- Blandford, S.; Keith Grant, B.; Hillier, j. (2001). *The Film Studies Dictionary*. London: Hodder Education Publishers
- Brook, P. (1968). *The Empty Space*. Harmondsworth: Pelican.
- Cerratto Pargman, Teresa; Rossitto, Chiara; barkhuus, Louise (2014). "Understanding Audience Participation in an Interactive Theater Performance". *Proceedings of the NordiCHI 2014: The 8th Nordic Conference on Human-Computer Interaction: Fun, Fast, Foundational*. By Virpi Roto & Jonna Häkkinä: 608-617.
- Eliashberg, J.; Shugan, M. S. (1997). "Film critics: Influencers or predictors?". *Journal of Marketing*, Vol. 61, Issue 2: 68-78.
- Finsterwalder, J.; Kuppelwieser, V. G.; Villiers, M. D. (2012). "The effects of film trailers on shaping consumer expectations in the entertainment industry- A qualitative analysis". *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol.19, No. 6: 589-595.

- Levin, A. M.; Levin, I. P.; Heath, C. E. (1997). "Movie stars and authors as brand names: Measuring brand equity in experiential products". *Advances in Consumer Research*, Vol. 24, No. 4: 175–181.
- Phillips, William H. (1985). *Analyzing Films: A Practical Guide*. London: Holt Rinehart; Winston publisher.
- Preece, B. S. (2010). "Coming soon to a live theater near you: Performing arts trailers as paratext". *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, Vol. 16, No. 8: 23-35.
- Ravid, S. (1999). "Information, blockbusters and stars: A study of the film industry". *Journal of Business*, Vol. 16, No. 72: 463-92.
- walmsley, B. A. (2011). "Why People Go to the Theatre: A Qualitative Study of Audience Motivation". *journal of customer behavior*, Vol. 10, No. 4: 335– 351.
- Wei yi haw, et al. (2013). "The effect of trailer, critics review, star power and word of mouth toward decision making on movie consumption". A research project submitted in partial fulfillment of the requirement for the degree of bachelor of international business, university tunku abdul Rahman. FACULTY OF ACCOUNTANCY AND MANAGEMENT DEPARTMENT OF INTERNATIONAL BUSINESS.
- West, P. M.; Broniarczyk, S. M. (1998). "Integrating multiple opinions: The role of aspiration level on consumer response to critic consensus". *Journal of Consumer Research*, Vol. 25, No. 1: 38–51.
- Wunderer, M. (1999). "Presence in front of the fourth wall of cyberspace". In: *Theatre in cyberspace: issues of teaching, acting and directing*. Editor S. A. Schrum. New York: P. Lang: 203-220
- https://en.wikipedia.org/wiki/Theatre_director, [2019/8/6].

رابطه رفتار کارآفرینانه کارکنان بر مزیت رقابتی و بهره‌وری ادارات ورزش و جوانان خراسان جنوبی

ایمان صفائی^۱

فاطمه ثاراللهی^۲

نوع مقاله: علمی-پژوهشی

شماره صفحه: ۸۶-۶۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۱/۸

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۴/۱۳

چکیده

هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثیر رفتار کارآفرینانه کارکنان بر مزیت رقابتی و بهره‌وری کارکنان ادارات ورزش و جوانان خراسان جنوبی است که با روش تحقیق از نوع توصیفی و از نوع هم‌بستگی انجام گردید. جامعه‌ی آماری پژوهش، کلیه‌ی کارکنان ادارات ورزش و جوانان خراسان جنوبی به تعداد ۲۵۵ نفر بود که تعداد ۲۲۰ پرسش‌نامه جمع‌آوری شد. ابزار پژوهش، پرسش‌نامه‌ی رفتار کارآفرینانه زمپتاکیس و ماستاکیس (۲۰۰۷)، پرسش‌نامه‌ی مزیت رقابتی حسینی (۱۳۹۰) و پرسش‌نامه بهره‌وری هرسی و گلداسمیت (۱۹۸۰) بود. ضریب آلفای کرونباخ برای پرسش‌نامه‌ی رفتار کارآفرینانه (۰/۸۸)، مزیت رقابتی (۰/۷۹) و بهره‌وری (۰/۸۰) محاسبه شد. تحلیل داده‌ها از روش‌های آماری

۱. استادیار گروه تربیت بدنی، واحد بیرجند، دانشگاه آزاد اسلامی، بیرجند، ایران. نویسنده مسؤول
safaei@iaubir.ac.ir

۲. دانش‌آموخته کارشناسی‌ارشد تربیت بدنی، واحد بیرجند، دانشگاه آزاد اسلامی، بیرجند، ایران
f.sar2388@yahoo.com

توصیفی، استنباطی، آزمون کلموگروف-اسمیرنف، آزمون ضریب همبستگی با استفاده از نرم افزار اس.پی.اس.اس نسخه ۲۲ و روش مدل یابی معادلات ساختاری با نرم افزار لیزرل ۸/۸ انجام شد. یافته ها نشان داد رفتار کارآفرینانه بر مزیت رقابتی و بهره‌وری تأثیر معناداری دارد. همچنین مدل پژوهش نیز از برازش مطلوب برخوردار است. پیشنهاد می‌شود مدیران ادارات ورزش و جوانان به منظور حمایت و تقویت رفتارهای کارآفرینانه‌ی کارکنان، با فراهم ساختن امکان دسترسی آنان به اطلاعات مدیریتی، حمایت از ابتکارات کارکنان، ایجاد گروه‌های تصمیم‌گیری به جای فرد تصمیم‌گیرنده، کاهش کاغذبازی‌های اداری و ایجاد جو صمیمی، رفتار کارآفرینانه را ایجاد و به مزیت رقابتی نسبت به رقبای دست یابند.

واژگان کلیدی: رفتار کارآفرینانه، مزیت رقابتی، بهره‌وری، ادارات ورزش و جوانان

مقدمه

سازمان‌های امروزی در محیطی پویا، پر ابهام و متحول فعالیت می‌کنند. در دنیای متحول امروزی اگر سازمانی نتواند به تغییرات، پاسخ داده یا در مقابل تغییرات، حالت انفعالی به خود گیرد از قافله عقب خواهد ماند؛ به عبارت دیگر، شرکت‌ها یا باید به نوآوری بپردازند یا محکوم به فنا هستند. دستیابی به نوآوری نیز مستلزم وجود کارآفرینان سازمانی است (علیمردانی، فراهانی و قاسمی، ۱۳۹۴: ۲۶). به وجود آوردن انگیزه‌های راهبردی در افراد برای ایجاد تولیدات جدید، موجب افزایش استفاده از منابع مناسب‌تر و موفقیت نهایی در کسب و کار شده و امکان توسعه‌ی مزیت رقابتی را برای سازمان فراهم می‌کند (De Guimaraes, Severo & De Vasconcelos, 2018: 1654).

مزیت رقابتی، ارزشی است که سازمان به مشتریان خود می‌دهد؛ ارزشی که هم‌زمان توسط رقبای بالقوه و بالفعل عرضه نمی‌شود. نظریه مزیت رقابتی یکی از نظریات مدرن

است که سال ۱۹۹۰ توسط پورتر^۱ مطرح گردید (وحدانی، محرم‌زاده و طلابی، ۱۳۹۴: ۱۱). براساس نظریه‌ی پورتر "نظریه‌ی مزیت رقابتی ملل" که متکی بر ظرفیت نوآوری، خلاقیت و ابتکار کشورها است، می‌تواند شرایط کنونی را توضیح دهد. برای دستیابی به مزیت رقابتی، یک سازمان هم باید به موقعیت خارجی؛ و هم توانمندی‌های داخلی خود توجه کند. مزیت رقابتی حاصل فرآیند پویا و مستمری است که با در نظر داشتن موقعیت خارجی و داخلی سازمان، از منابع همان سازمان ریشه می‌گیرد.

مفهوم مزیت رقابتی ارتباط مستقیم با ارزش‌های موردنظر مشتری دارد؛ به‌نحوی که در یک طیف مقایسه‌ای هر قدر ارزش‌های عرضه‌شده یک سازمان به ارزش‌های مورد نظر مشتری نزدیک‌تر یا با آن هم‌سو باشد، آن سازمان، نسبت به رقبای خود در یک یا چند معیار رقابتی دارای برتری، ارزش و مزیت است. خلق این ارزش می‌تواند با عرضه محصولات و خدمات با قیمتی پایین‌تر و یا از روش عرضه محصولات و خدمات با کیفیت بالاتر و منفعت افزوده‌ی بیش‌تر حاصل شود.

تحقیقات مختلفی در زمینه مزیت رقابتی صورت پذیرفته است (Ambe, 2010: 6). یکی از کامل‌ترین تعاریف در زمینه‌ی رفتار کارآفرینانه، عبارت است از انجام فعالیت‌هایی توسط افراد (مثلاً در سازمان) با ایجاد و بهره‌برداری از ترکیب روش‌های نوآورانه؛ به‌طوری‌که شناسایی و پیگیری فرصت‌ها ممکن شود.

بروز رفتارهای کارآفرینانه را یک پدیده ذاتی دانسته‌اند که از بدو تولد در برخی انسان‌ها وجود دارد. رفتار کارآفرینی در سازمان‌ها مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و شیوه‌هایی است که افراد به‌طور خودجوش در سطوح مختلف، برای تولید با استفاده از ترکیب منابع به‌صورت ابتکاری برای شناسایی بهره‌برداری از فرصت‌ها در سازمان انجام می‌دهند. در تعریفی دیگر، رفتار کارآفرینانه شامل اقدامات نوآورانه است که اعتبار و اقدامات آن، قابل اعتماد

و دفاع‌پذیر باشد (Mair & Marti, 2006: 37). از نظر دی جوماراس، سورو و دی ونکانسلوز (De Guimaraes, Severo & De Vasconcelos, 2018: 1654) از کارکردهای رفتارهای کارآفرینانه و تولیدات جدید این است که سعی دارد با کاهش هزینه‌ها و استفاده از مواد اولیه مناسب‌تر، سبب افزایش کارایی و بهره‌وری شود. از دیگر نتایج مهم رفتار کارآفرینانه‌ی کارکنان، مزیت رقابتی شرکت و کسب‌وکار است. رفتار کارآفرینانه و راهبردهای رقابتی به مفاهیم راهبردی در واحد کسب‌وکار اشاره دارند. در مسیر ایجاد مزیت رقابتی، دو نکته مهم است: ۱. این مسیر، فرایندی دنباله‌دار است که به بهبود کارکرد و رقابت‌پذیری سازمان منجر می‌شود؛ یعنی اگر سازمان از راه شایستگی‌های خود چنین مزیت رقابتی پایداری بیافریند که برای مشتریان ارزشمند باشد، پس کارکردی سازمان شایسته و رقابت‌پذیری دارد، ۲. به دلیل پیچیدگی‌های محیطی و شدت رقابت، مزیت رقابتی به‌راحتی توسط رقبا تقلید می‌شود یا از نظر مشتریان به‌زودی رنگ می‌بازد و باید با مزیت‌های جدیدی جایگزین شود. مزیت رقابتی پایدار را می‌توان به‌طوری گسترده، کیفیت سازمانی تعریف کرد؛ یعنی از این راه سازمان می‌تواند از رقبای خود پیشی بگیرد و بازدهی خود را بیش از حد طبیعی نگاه دارد (علیان و رضایی، ۱۳۹۴: ۸۲).

استفاده مؤثر و کارآمد از نیروی انسانی و یا به تعبیر دیگر بهره‌وری نیروی انسانی، یکی از مسایل عمده در هر جامعه است. امروزه شرط ماندگاری هر سیستم سازمانی، توجه عمیق و کافی به نیروی انسانی موجود و تلاش در جهت خلق ارزشی تحت عنوان "کارمندان، ارزشمندترین دارایی‌های ما هستند" می‌باشد (فعال، علیدوست قهفرخی و جلالی فراهانی، ۱۳۹۵: ۳۸). دی جوماراس، سورو و دی ونکانسلوز (De Guimaraes, Severo & De Vasconcelos, 2018: 1654) در پژوهش خود دریافتند که استفاده از نوآوری و گرایش‌های کارآفرینانه توسط افراد، سبب بهبود مزیت رقابتی در کسب‌وکار شده و یک وضعیت پایدار اقتصادی را برای آنان دربر خواهد داشت؛

گانگ و دیگران (Gong, et al., 2017: 740) در پژوهش خود نشان دادند که پای‌بندی به تولید محصولی جدید، با بهبود عملکرد در محیط و کسب مزیت رقابتی مرتبط خواهد بود. به‌عنوان مثال آپاستولوپلو و پاپادیمیتریو (Apostolopoulou & Papadimitriou, 2004: 181) به این نتیجه رسیدند که سازمان‌ها و حامیان مالی باید با رعایت مزیت‌های زیادی که رویداد بزرگ المپیک به وجود می‌آورد، از این فرصت بهره‌جسته و پیشرفت سازمان خود را تضمین کنند. عباس، غالب و ال‌رفاع (Abbas, Ghaleb & EL-refae, 2012: 199) بیان کردند با گسترش محیط رقابتی در حوزه‌های مختلف خدماتی، مدیران باید توجه ویژه‌ای به توسعه استراتژی‌های مؤثر بر بازار داشته باشند. در این خصوص ایجاد خلاقیت و نوآوری در ارائه خدمات می‌تواند زمینه موفقیت سازمان‌های خدماتی را فراهم کند.

متغیر مهم دیگر تحقیق بهره‌وری نیروی انسانی است که به‌نوعی با کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه‌ی کارکنان ارتباطی تنگاتنگ دارد. یکی از راه‌کارهای ایجاد مزیت رقابتی نسبت به دیگر سازمان‌ها، ایجاد ظرفیت برای مدیریت بهتر، و ساختن محصولاتی کاربردی برای ایجاد گرایش بیش‌تر به آن در جامعه است. به‌عنوان مثال عدم ایجاد فرصت‌هایی جهت سرمایه‌گذاری بزرگ به‌دلیل محدودبودن منابع، سبب از بین رفتن فرصت رشد شده و در نتیجه هیچ مزیت رقابتی را برای سازمان دربر نخواهد داشت (Asaf & Callaghan, 2019: 2).

توجه به مقوله کارآفرینی سازمانی، به‌عنوان جزئی از توسعه‌ی کارآفرینی در ورزش کشور است. هر سازمان برای بقا، نیازمند اندیشه‌های نو و نظرات تازه است و توجه به توسعه کارآفرینی سازمانی برای پیشرفت و ارتقای سازمان‌ها، امری ضروری است (نجفی، ۱۳۹۴: ۱۰۱). کارآفرینی سازمانی یا درون‌سازمانی شامل پرورش رفتار کارآفرینانه در سازمانی می‌باشد که قبلاً تأسیس شده؛ و فرایندی است که توسط آن، محصولات و خدمات، یا فرایندهای نوآورانه با خلق فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان ایجاد می‌شود.

در واقع، کارآفرینی سازمانی در حیطه سازمان عمل نموده و ساختارها، رویکردها، هنجارها، تکنولوژی‌ها، خدمات و محصولات فعلی سازمان را گسترش داده و یا در مسیرهای جدید قرار می‌دهد (محمدی، قاسمی و رحمانی، ۱۳۹۶: ۱۶۲).

هوریچ، کلات و بریگر (Horisch, Kollat & Brieger, 2017: 48) دریافتند که گرایش‌های محیطی و بازاری غالباً می‌تواند سبب کارآفرینی و پیشرفت در کسب‌وکارها شود. مندعلی‌زاده، احسانی و هنری (۱۳۹۵: ۷۱۰) دریافتند نگرش و ذهنیت کارآفرینانه افراد با رعایت نهادهای درگیر و محیط نهادی می‌تواند بر فرایند کارآفرینی پایدار ورزشی اثرگذار باشد تا نتایج حاصل از آن در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و محیط نهادی، جامعه ورزش را به سوی توسعه پایدار هدایت کند.

به نظر می‌رسد راهبردهای حاصل از مدل، ازجمله سیاست‌های حمایتی از طرف دولت، تشویق رسانه‌ها از کارآفرینی در ورزش، و آموزش صحیح مهارت‌های کاربردی و کارآفرینانه بتواند به کارآفرینی و استمرار کسب‌وکارها و به نتیجه رسیدن اهداف اجتماعی و نهادی به کشور و جامعه‌ی ورزش کمک کند. در همین راستا، امیدی و محمدکامی و آزموده (۱۳۹۵: ۷۵۴) گزارش کردند وزارت ورزش و جوانان از موانع سیاسی- قانونی، اقتصادی، فرهنگی- اجتماعی، فناوری و بین‌المللی بر کارآفرینی سازمانی تأثیر معنادار و سوء داشته و موانع ساختاری فرهنگی، اجتماعی و بین‌المللی به‌ترتیب مهم‌ترین موانع محیطی در برابر کارآفرینی سازمانی وزارت ورزش جوانان به‌شمار می‌رود.

بنابراین با توجه به اهمیت نیروی انسانی به‌عنوان باارزش‌ترین سرمایه سازمان‌ها، شناخت عوامل مؤثر بر بهره‌وری نیروی انسانی در هر سازمان می‌تواند در بهره‌وری بیش‌تر و توان رقابتی آن سازمان بسیار مفید و مؤثر باشد. بهره‌وری، کارکردن سخت‌تر نیست، بلکه کارکردن هوشمندانه است. بهره‌وری معیاری برای ارزیابی عملکرد سازمان‌ها و تعیین میزان موفقیت یا ناکامی در رسیدن به اهداف T با توجه به مصرف منابع است. مدیریت دولتی با بهره‌وری زیاد با به‌کارگیری روش‌های بهینه‌ی استفاده از منابع، از ظرفیت‌های

جامعه بیش‌ترین استفاده را می‌کند. با توجه با رویکرد جدید اندیشمندان که بدون دخالت و حضور دولت، بازار به‌تنهایی از عهده‌ی خواسته‌های جامعه برنمی‌آید، عامل حیاتی موفقیت و اساس سودآوری، بهبود بهره‌وری در سطح سازمان تلقی می‌شود. هم‌چنین بهره‌وری در سازمان‌های امروزی اهمیت ویژه‌ای دارد؛ زیرا این مقوله با کارایی، اثربخشی و کیفیت در ارتباط است و کاهش یا افزایش آن می‌تواند موجب اضافه‌شدن یا ازدست‌دادن مشتریان و مخاطبان سازمان شود.

خراسان جنوبی به لحاظ دوری از پایتخت و با موقعیت خاص جغرافیایی، نداشتن سرمایه‌گذاری‌های اقتصادی در توسعه کارخانه‌ها و شرکت‌ها، و جمعیتی جوان و با انگیزه که آماده‌ی بروز استعدادها و توانمندی‌های خود هستند، زمینه‌ی مناسبی برای نمود رفتار کارآفرینانه به‌شمار می‌رود. بنابراین نیاز اساسی به انجام پژوهشی برای به‌کارگیری راهبرد مناسب که به‌طور هم‌زمان شامل رفتارهای جستجوکننده‌ی فرصت‌ها و مزیت‌ها در چنین محیط پویایی باشد و منجر به عملکرد برتر شود، احساس می‌گردد.

این تحقیق در تلاش است تا اهمیت این متغیرها در مزیت رقابتی بهره‌وری نیروی انسانی کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان خراسان جنوبی را نمایان سازد؛ زیرا بهره‌وری نیروی انسانی در ورزش استان، نتیجه‌ی تکامل و ترکیب عوامل گوناگون بوده و نیز در پژوهش‌های حوزه ادارات ورزش و جوانان، متغیرهای زیادی از بهره‌وری مورد تحقیق قرار گرفته اما مؤلفه‌هایی از قبیل رفتار کارآفرینانه‌ی کارکنان و مزیت رقابتی میان کارکنان کم‌تر مورد توجه قرار گرفته است. ادارات ورزش و جوانان خراسان جنوبی می‌توانند نقش مهمی برای توسعه و اشاعه ورزش، با تشویق کارکنان خود به رفتار کارآفرینانه داشته باشند تا عملکرد کارکنان آن بر ورزش استان تأثیر بگذارد. محقق در پی یافتن این پرسش است که آیا رفتار کارآفرینانه کارکنان بر مزیت رقابتی و بهره‌وری کارکنان ادارات ورزش و جوانان تأثیرگذار خواهد بود؛ یا مدل پژوهش، از برازش مطلوب برخوردار خواهد بود؟

روش‌شناسی

چون هدف این تحقیق، برخورداری از نتایج یافته‌ها برای حل مسائل موجود می‌باشد، نوع تحقیق کاربردی است؛ و چون در این مطالعه، محقق به دنبال به دست آوردن اطلاعاتی درباره دیدگاه‌ها و نظرات کارکنان اداره کل، از طریق پرسش‌نامه است، ماهیت تحقیق توصیفی از نوع هم‌بستگی خواهد بود.

جامعه‌ی آماری این پژوهش، کلیه کارکنان ادارات ورزش و جوانان استان، به تعداد ۲۵۵ نفر بود. با توجه به تعداد محدود اعضای جامعه، نمونه‌ی آماری به‌صورت کل‌شمار، به‌صورت سرشماری تمام اعضا جامعه به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند که از این تعداد ۲۲۰ پرسش‌نامه تکمیل گردید.

پرسش‌نامه‌های این پژوهش شامل: پرسش‌نامه مربوط به متغیرهای جمعیت‌شناختی^۱ از قبیل جنسیت، سن، میزان تحصیلات و سابقه‌ی شغلی می‌باشد. پرسش‌نامه استاندارد رفتار کارآفرینانه زمپتاکیس و ماستاکیس (Zampetakis & Moustakis, 2007: 20) شامل ۱۲ پرسش و ۵ بعد (کاهش کاغذبازی، تغییر در رفتار کارکنان، بینش استراتژیک، ایجاد یک محیط کاری پرانرژی و محیط حمایتی) به‌صورت پنج گزینه‌ای و بر اساس طیف لیکرت (کاملاً مخالفم ۱، مخالفم ۲، نه موافقم نه مخالفم ۳، موافقم ۴ و کاملاً موافقم ۵) طراحی شده بود (رمضان و مقیمی، ۱۳۹۰: ۱۲). پرسش‌نامه‌ی مزیت رقابتی حسینی (۱۳۹۰: ۸) شامل ۱۷ سؤال و ۵ بعد (مزیت مشهود سؤال ۴-۱ و شامل مزیت رقابتی میزان فزونی جذابیت پیشنهادهای شرکت از نظر مشتریان در مقایسه با رقبای است، مزیت پایدار سؤال ۷-۵ و شامل ویژگی‌هایی نظیر بادوام بودن، قابلیت پدافندی بالا، تحمل‌پذیری مناسب، دارای قابلیت مدارا، قابلیت زیستی بالا، قابلیت حمایتی، مزیت پویا سؤال ۱۰-۸ و شامل کارایی و اثربخشی سازمان، مزیت متجانس سؤال ۱۳-۱۱ و شامل

مزیت رقابتی، دوام کارایی عملیاتی، مزیت مرکب سؤال ۱۷-۱۴ و شامل مزیت رقابتی در تمایز، محصولات و خدمات کیفی، هزینه پایین، پاسخ سریع به بازار و نیز نوآوری مستمر) به صورت ۵ گزینه‌ای و بر اساس طیف لیکرت (بسیار کم ۱، کم ۲، متوسط ۳، زیاد ۴، بسیار زیاد ۵) طراحی شده است. پرسش‌نامه بهره‌وری هرسی و گلداسمیت (Hersey & Goldsmith, 1980: 32) شامل ۲۶ سؤال و ۷ بعد (توانایی، درک و شناخت، حمایت سازمانی، انگیزش، بازخورد، اعتبار و سازگاری، به صورت ۵ گزینه‌ای و بر اساس طیف لیکرت (بسیار کم ۱، کم ۲، متوسط ۳، زیاد ۴، بسیار زیاد ۵) طراحی شده است. برای سنجش روایی پرسش‌نامه از روش محتوایی و صوری استفاده گردید بدین صورت که از نظرات ۱۰ تن از اساتید صاحب‌نظر در زمینه مدیریت ورزشی استفاده شد و نظرات آنان در پرسش‌نامه نهایی لحاظ گردید.

در این تحقیق نیز به منظور اندازه‌گیری قابلیت اعتماد، از روش آلفای کرونباخ استفاده گردیده است. به منظور تعیین پایایی پرسش‌نامه‌های رفتار کارآفرینانه، مزیت رقابتی و بهره‌وری، تعداد ۳۰ عدد از پرسش‌نامه‌ها بین کارکنان ادارات ورزش و جوانان به روش تصادفی طبقه‌ای توزیع گردید و پس از جمع‌آوری آن‌ها، نتایج آلفای کرونباخ پرسش‌نامه-های رفتار کارآفرینانه، مزیت رقابتی و بهره‌وری به ترتیب ۰/۸۸ و ۰/۷۹ و ۰/۸۰ به دست آمده است.

به منظور سازمان دادن، خلاصه کردن، طبقه‌بندی نمره‌های خام و توصیف اندازه‌های نمونه، از روش آمار توصیفی استفاده شد؛ از آزمون کولموگروف اسمیرنوف جهت بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها، آزمون رگرسیون خطی ساده با استفاده از نرم‌افزار اس.پی.اس.اس (SPSS) نسخه ۲۲، و از روش مدلیابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار لیزرل^۱ انجام شد.

یافته‌ها

از تعداد ۲۲۰ نفر آزمودنی که در این پژوهش حضور داشتند، ۳۱/۱٪ پاسخ‌گویان مجرد و ۶۸/۹٪ آنان متأهل می‌باشند. در این میان، ۳۷/۸٪ پاسخ‌گویان زن و ۶۲/۲٪ آنان را مرد تشکیل می‌دهد. هم‌چنین بیش‌ترین سن پاسخ‌گویان در محدوده سنی ۳۱ تا ۵۰ سال و کم‌ترین سن در محدوده بالای ۵۰ سال قرار دارند. به علاوه، وضعیت تحصیلی افراد نشان می‌دهد که ۵/۹٪ افراد دیپلم، ۲۰/۷٪ فوق‌دیپلم دارند و ۶۲/۲٪ دارای لیسانس می‌باشند. مدارک بالاتر یعنی فوق‌لیسانس ۱۱/۱٪ افراد نمونه را تشکیل داده‌اند. به همین ترتیب، در رده‌ی سابقه زیر ۱۰ سال ۳۷/۳٪، ۱۱ تا ۲۰ سال ۳۷/۳٪ و بالای ۲۰ سال ۲۵/۹٪ آزمودنی‌ها قرار دارند. هم‌بستگی‌های کمتر از ۰/۸۰ نشان‌دهنده‌ی فقدان هم‌خطی بودن چندگانه است. در جدول ۱ ماتریس هم‌بستگی متغیرهای پژوهش به همراه شاخص‌های توصیفی متغیرها ارائه شد و ضرایب هم‌بستگی بین متغیرهای مورد مطالعه بیان‌کننده تأیید فرضیه فقدان هم‌خطی بودن چندگانه است. بر اساس نتایج جدول ۱ بیش‌ترین هم‌بستگی، بین رفتار کارآفرینانه و مزیت رقابتی و کم‌ترین هم‌بستگی، بین مزیت رقابتی و بهره‌وری مشاهده شد. همه‌ی هم‌بستگی‌ها مثبت و معنی‌دار است.

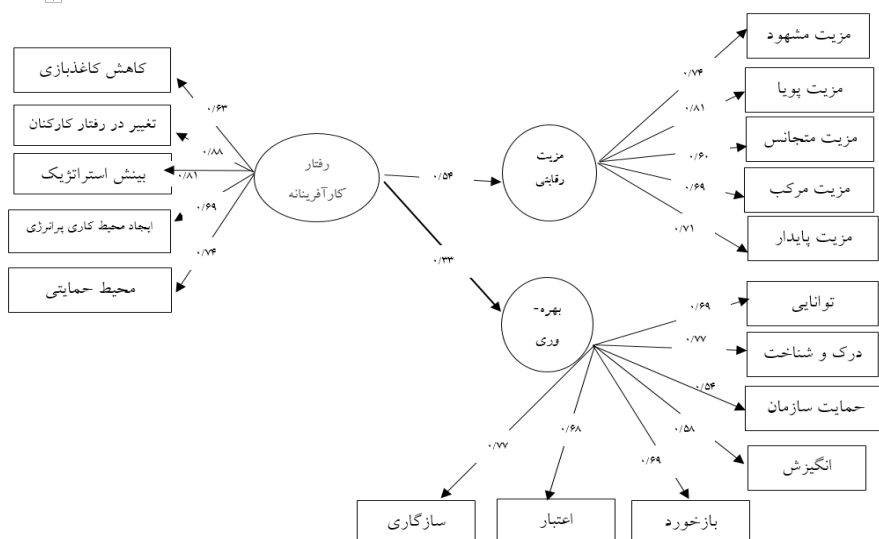
جدول (۱) ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

متغیر	رفتار کارآفرینانه	مزیت رقابتی	بهره‌وری
رفتار کارآفرینانه	۱		
مزیت رقابتی	۰/۴۷**	۱	
بهره‌وری	۰/۳۹**	۰/۳۳**	۱
میانگین	۲/۶۳	۲/۶۱	۲/۸۱
انحراف استاندارد	۰/۶۶۸۰	۰/۶۹۸۶	۰/۶۴۰۴

**p<۰/۰۱ *p<۰/۰۵

به‌منظور پیش‌بینی مزیت رقابتی و بهره‌وری الگوی مفهومی پیشنهاد شده از طریق روش مدل‌یابی معادلات ساختاری بررسی شد. از روش حداکثر احتمال برآورد الگو از بین شاخص‌های نیکویی برازش شاخص مجذور خی (X^2)، شاخص نیکویی برازش^۱ (GFI)، شاخص نیکویی برازش انطباقی^۲ (AGFI)، خطای ریشه‌ی مجذور میانگین^۳ (RMSEA) و ... برای برازش الگو استفاده شد.

-
1. Goodness of Fit Index
 2. Adjusted Goodness of Fit Index
 3. Root Mean Square Error



شکل ۱) ضرایب مسیر مدل فرضی رفتار کارآفرینانه‌ی کارکنان بر مزیت رقابتی و بهره‌وری ضرایب مسیر مدل فرضی در شکل ۱ و ضرایب مسیر متغیرهای برون‌زا و درون‌زا در جدول ۲ ارائه شده‌است. به‌منظور تعیین ضرایب استاندارد و برازش مدل از روش معادلات ساختاری استفاده شد که در شکل ۲ و در جدول ۲ ضرایب استاندارد و ضرایب تی و هم‌چنین شاخص‌های برازش مدل در جدول ۳ آمده است.

جدول ۲) بار عاملی و مقادیر t رابطه رفتار کارآفرینانه، مزیت رقابتی و بهره‌وری

مسیر	بار عاملی	مقدار t	سطح معناداری
رفتار کارآفرینانه <--- بهره‌وری	۰/۹۴	۰/۶۲	۰/۰۰۱
رفتار کارآفرینانه <--- مزیت رقابتی	۰/۹۰	۰/۹۵	۰/۰۰۱

براساس یافته‌های جدول ۲ نتایج نشان‌داد که رفتار کارآفرینانه بر بهره‌وری ($\beta=۰/۹۴$, $t=۰/۶۲$, $Sig=۰/۰۰۱$) و بر مزیت رقابتی ($\beta=۰/۹۰$, $t=۰/۹۵$, $Sig=۰/۰۰۱$) تأثیر مثبت معناداری دارد.

جدول ۳) شاخص‌های برازش مدل

ردیف	معیارهای برازش مدل	شاخص	بعد	حد مطلوب	نتیجه
۱	کای دو نسبی	χ^2/df	۲/۱۶	بین ۲-۳	مطلوب
۲	ریشه‌ی میانگین مجزورات تقریب	RMSEA	۰/۰۶۴	کمتر از ۰/۰۸	مطلوب
۳	شاخص برازش هنجار شده	NFI	۰/۸۹	بیشتر از ۰/۹۰	نسبتاً مطلوب
۴	شاخص نرم برازندگی	NNFI	۰/۸۹	نزدیک ۱	مطلوب
۵	شاخص برازش تطبیقی	CFI	۰/۹۲	بیشتر از ۰/۹۰	مطلوب
۶	شاخص برازش نسبی	RFI	۰/۸۹	بیشتر از ۰/۹۰	نسبتاً مطلوب
۷	شاخص برازش اضافی	IFI	۰/۹۰	بیشتر از ۰/۹۰	مطلوب
۸	شاخص برازندگی	GFI	۰/۹۱	بیشتر از ۰/۹۰	مطلوب
۹	برازندگی تعدیل‌یافته	AGFI	۰/۹۰	بیشتر از ۰/۹۰	مطلوب

باتوجه به نتایج جدول ۳ و این‌که در نرم‌افزار لیزرل نسبت کای اسکوئر^۱ به درجه‌ی آزادی هرچه کوچک‌تر از ۳ باشد و شاخص RMSEA نیز هرچه از ۰/۰۸ کوچک‌تر باشد، مدل برازش شده بهتر است؛ و با توجه به مقادیر سایر شاخص‌های ذکرشده در جدول فوق، مدل مورد مطالعه از برازش و تناسب خوبی برخوردار است.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد رفتار کارآفرینانه کارکنان تأثیر معنی‌داری بر مزیت رقابتی و بهره‌وری کارکنان اداره کل ورزش و جوانان خراسان جنوبی دارد. این نتایج با پژوهش‌های دی جوماراس، سورو و دی وَنکانسلوز (De Guimaraes, Severo & De Vasconcelos, 2018: 1654)، گانگ و دیگران (Gong, et al., 2017: 740)، چاوز و

1. Chi-square

دیگران (Chavez, et al., 2017: 34)، جانسون و دیگران (Jansson, et al., 2017: 70)، فریرا، کولیو و موتینیو (Ferreiraa, Coelhoa & Moutinho, 2020: 2)، جونز و راولی (Jones & Rowley, 2011: 26)، حسینی و شمس (۱۳۸: ۱۳۹۳)، اسکردولیس، گالاتسیداس و ارباتزیس (Skordoulis, Galatsidas & Arabatzis, 2017: 206) و پورتر و دیگران (Porter, et al., 2005: 542) هم‌سو می‌باشد.

این پژوهش از این لحاظ با پژوهش فریرا، کولیو و موتینیو (Ferreiraa, Coelhoa & Moutinho, 2020: 2) هم‌سو است که آنان نیز در پژوهش خود نشان دادند که مدیران و کارآفرینان باید به درجه‌ای از تسلط بر متغیرهای خلاقیت و کارآفرینی دست یابند؛ چراکه آن‌ها باید آگاه باشند که با در نظر گرفتن شرایط محیطی و محدودیت‌های آن، می‌توانند با توجه به زمینه فرهنگی خاص به ایجاد یک مزیت رقابتی پایدار از طریق خلاقیت، نوآوری و بروز رفتارهای کارآفرینانه مناسب دست یابند.

مدیران عالی باید تشخیص دهند که خلاقیت و نوآوری در کار، یک فرایند پیچیده است و ایجاد یک مزیت رقابتی به مهارت‌ها و دانش مدیر بستگی داشته و افراد و متغیرهای متفاوت را شامل می‌شود؛ پس رفتارهای کارآفرینانه بدون موازی کاری در ایجاد کسب‌وکار و تولید محصول یا خدمتی جدید، ظهور یافته و یک مزیت سودمند رقابتی به شیوه‌ای متنوع و با استفاده از تولیدات متفاوت به وجود می‌آورد. درواقع با یک رفتار کارآفرینانه در محیط و ارائه خدمتی جدید با گرایش‌های کارآفرینانه، می‌توان مزیت رقابتی نسبت به سایرین ایجاد کرد که منجر به بهره‌وری خواهد شد.

جونز و راولی (Jones & Rowley, 2011: 26) همچنین دریافتند که رفتارهای کاوش‌گر و جسورانه، یک جنبه‌ی نامعلوم در مسیر اجرای عملکرد است؛ یعنی می‌تواند با افزایش ریسک بالقوه و هزینه‌ها، مزیت‌های رقابتی به وجود آمده را از بین ببرد. همچنین جانسون و دیگران (Jansson, et al., 2017: 70) بیان می‌کنند که گرایش به کارآفرینی

و عملکرد در محیط بیرونی سازمان، می‌تواند با تقویت تحمل ابهام مزیت‌های رقابتی در بازار و ایجاد کارآفرینی شود.

بنابراین در تبیین این یافته‌ها می‌توان بیان نمود که کارآفرینی شامل جست‌وجوی فرصت و سپس جست‌وجوی منابع مورد نیاز است. فرصت‌ها پیدا نمی‌شوند؛ بلکه ایجاد می‌شوند و پایدار و همیشگی نیز نیستند. پنجره‌های فرصت همیشه باز نیستند؛ بلکه هنگامی که باد وزیدن می‌گیرد، باز و سپس بسته می‌شود. برای شناخت پنجره کارآفرینانه و کشف فرصت‌ها، کارآفرین با افراد مختلفی ارتباط برقرار می‌کند.

چاوز و دیگران (Chavez, et al., 2017: 34) بیان می‌کنند که تأکید بر داشتن گرایش کارآفرینانه برای ایجاد ظرفیت جهت انعطاف‌پذیری در عملکرد و هزینه‌های سازمان، بدون داشتن سطحی مناسب از گرایش کارآفرینانه، مزیت رقابتی برای عملکرد سازمانی به وجود نخواهد آمد. از این‌رو گرایش به کارآفرینی باید به‌عنوان یک انگیزه استراتژیک مدنظر قرار گیرد.

هم‌چنین دی جوماراس، سورو و دی وُنکانسلوز (De Guimaraes, Severo & De Vasconcelos, 2018: 1654) معتقدند انگیزه‌های استراتژیک مانند گرایش‌های کارآفرینانه با دانش مدیریت می‌تواند به‌عنوان هدف سازمان و مدیران عالی‌رتبه آن برای بهبود عملکرد به‌منظور رقابت با سایرین و کسب مزیت رقابتی در تولید یا خدمت به‌شمار رود.

مدیران ادارات ورزش و جوانان استان باید زمینه‌ی ایجاد رفتار کارآفرینانه را در کارکنان ایجاد نمایند و با فراهم‌ساختن امکان دسترسی کارکنان به اطلاعات مدیریتی، حمایت از ابتکارات کارکنان، ایجاد گروه‌های به‌جای تصمیم‌گیری فردی، کاهش کاغذبازی‌های اداری و ایجاد جوی صمیمی، رفتار کارآفرینانه را ایجاد و به مزیت رقابتی نسبت به رقبا دست یابند. با این انتخاب، پرورش مدیریت‌های کارآفرین و مناسب در هر جامعه، می‌تواند با ابتکار عمل و خلق راه‌های جدید بر مشکلات اقتصادی جوامع فائق آید.

در این جا برای نمونه، راهکارهایی برای تداوم کارآفرینی در سازمان آمده است: ایجاد یک مدل جامع برای کارآفرینی سازمانی، توسعه‌ی فرهنگ کارآفرینی سازمانی، شناخت افراد مستعد برای کارآفرینی و اهدای پاداش به کارآفرینان سازمانی.

تأکید این پژوهش و دیگر پژوهش‌ها بر این است که سازمان‌هایی توانایی ادامه کار در دنیای در حال تغییر امروز دارند که خلاق و نوآور باشند. این، زمانی شدنی است که سازمان به افراد خلاق و نوآور خود بها داده و برنامه‌های‌شان را مورد حمایت قرار دهد. به این ترتیب، برای این که سازمانی به بهره‌وری بالاتری دست یابد، باید به رفتارهای کارآفرینانه دست بزند و خلاقیت و نوآوری به عنوان اجزای تکمیل‌کننده‌ی کارآفرینی نقش مهمی در بهره‌وری کارکنان ایفا کند.

فرهنگ کارآفرینی می‌تواند تسهیل‌کننده‌ی عملکرد سازمانی باشد؛ زیرا فرهنگ کارآفرینی زمینه را برای ایجاد نوآوری فراهم می‌کند. همچنین این فرهنگ می‌تواند سرعت و گوناگونی را در زمینه‌ی نوآوری و خلاقیت در فرایندهای مختلف یک سازمان ایجاد نماید. حرکت به سمت نوآوری در فرایندهای سازمان با بهره‌گیری از فرهنگ کارآفرینی می‌تواند به بهبود عملکرد سازمان و بقا در بازار رقابتی بی‌انجامد. همچنین برای رسیدن به عملکرد برتر در یک کسب‌وکار، باید مزیت رقابتی را پایدار کرد. برتری در خروجی‌های عملکرد سازمانی و منابع سازمان، انعکاس‌دهنده‌ی مزیت رقابتی است. استفاده از تکنولوژی روز دنیا در ادارات ورزش و جوانان، برخورد مناسب با کارکنان در محیط کار، ایجاد محیطی دل‌پسند و مفرح برای کارکنان، ارائه‌ی مشاوره‌های تخصصی و انجام کارها با سرعت بالا، از جمله مواردی است که منجر به مزیت رقابتی در سطح سازمان شده و باعث افزایش بهره‌وری در سطح ادارات ورزش و جوانان می‌گردد.

بهره‌وری بالاتر در ادارات ورزش و جوانان یعنی ایجاد فرصت‌های ارتقای در شغل کارکنان، انگیزش شغلی کارکنان، حمایت‌های سازمانی از کارکنان و ایجاد حس اعتماد

و اطمینان به مدیران بالادست و تصمیمات آنان که می‌تواند زمینه مزیت رقابتی ادارات ورزش و جوانان گردد.

همچنین شاخص‌های برازش مدل، نشان از مطلوب بودن مدل دارند. در پایان شایان ذکر است که برای ایجاد یک مزیت پایدار و پویا در اداره‌ی ورزش و جوانان، باید به رفتارهایی که کارکنان بروز می‌دهند توجه ویژه‌ای شود و هر رفتاری که جنبه نوآوری داشته و از خلاقیت بالایی برخوردار است، مورد تشویق و قدردانی قرار گیرد. برای این که کارکنان اقدام به رفتارهای کارآفرینانه بزنند، جو ادارات را به‌صورتی قرار دهند که کارکنان به دلیل ترس، از رفتارهای نوگرایانه‌ی خود دوری نکنند. همچنین، نتیجه عملکرد کارکنان به‌صورت ماهانه به آنان بازخورد داده شود و در شیوه‌ی ارزیابی آنان به مواردی که باعث بروز خلاقیت در کار آنان می‌شود، پاداش‌ها و امتیازات بیش‌تری داده شود تا کارکنان در راستای رفتار کارآفرینانه به عملکردهای خلاق روی آورده و بهره‌وری سازمانی را افزایش دهند. اینجاست که برون‌داد از درون‌داد بیش‌تر خواهد بود و ادارات با بازدهی مثبت به فعالیت خود می‌پردازند. علاوه بر این، با جلسات هم‌اندیشی با کارکنان راهکارهای افزایش مزیت رقابتی فراهم گردد تا با ایجاد مزیت‌های پایدار، پویا و غیر تقلیدی، باعث افزایش بهره‌وری کاری گردیده و افزایش آن را به‌همراه داشته باشد. اجرای سامانه‌ی انتقادات و پیشنهادها به‌صورت کاربردی می‌تواند در خلق راهکارهای ایجاد مزیت رقابتی کمک شایانی کند.

منابع

- امید، یاور؛ محمدکامی، رضا؛ آزموده، صغری (۱۳۹۵). "شناسایی و تحلیل موانع محیطی کارآفرینی سازمانی در وزارت ورزش و جوانان". *مطالعات مدیریت ورزش، دوره ۸، ش ۵ (زمستان): ۷۷۵-۷۵۳*.
- حسینی، احمد؛ شمس، فاطمه (۱۳۹۳). "تأثیر رفتار سازمانی مثبت و نوآوری باز بر بهبود مزیت رقابتی". *مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)*، دوره ۲۳، ش ۷۵ (پاییز): ۱۳۷-۱۵۹.
- حسینی، س. (۱۳۹۰). "بررسی رابطه عملکرد بازاریابی و مزیت رقابتی در بانک‌های تجاری". پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد تربیت‌بدنی، دانشکده تربیت‌بدنی، دانشگاه آزاداسلامی سنج. *سندج*.
- رمضان، مجید؛ مقیمی، سیدمحمد (۱۳۹۰). *مدیریت رفتار سازمانی (سطح سازمانی)*. تهران: راه‌دان.
- علیان، مژده؛ رضایی، حسین (۱۳۹۴). "تأثیر گرایش کارآفرینانه و راهبرد رقابتی بر بازارگرایی در راستای بهبود عملکرد و ایجاد مزیت رقابتی پایدار". *توسعه کارآفرینی، سال هشتم، ش ۱، پیاپی ۲۷ (بهار): ۸۱-۱۰۰*.
- علیمردانی، محمد؛ فراهانی، ابوالفضل؛ قاسمی، سیدحمید (۱۳۹۴). "ارتباط بین فرهنگ سازمانی با کارآفرینی سازمانی در اداره کل ورزش و جوانان استان قم". *پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزش، دوره ۴، ش ۱، پیاپی ۱۳ (تابستان): ۳۴-۲۵*.
- فعال، آرمین؛ علیدوست قهفرخی، ابراهیم؛ جلالی فراهانی، مجید (۱۳۹۵). "رابطه اعتماد سازمانی و مؤلفه‌های آن با بهره‌وری نیروی انسانی در ادارات ورزش و جوانان استان اردبیل". *پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزش، دوره ۵، ش ۳، پیاپی ۱۹ (زمستان): ۴۵-۳۷*.

- محمدی، فروغ؛ قاسمی، حمید؛ رحمانی، نریمان (۱۳۹۶). "بrazش معادله رگرسیونی مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی در کارکنان وزارت ورزش و جوانان". *مطالعات مدیریت ورزش، دوره ۹، ش ۴۳* (تابستان): ۱۶۱-۱۸۴.

- مندعلی‌زاده، زینب؛ احسانی، محمد؛ هنری، حبیب (۱۳۹۵). "طراحی مدل کارآفرینی پایدار در ورزش با استفاده از نظریه برخاسته از داده‌ها". *مطالعات مدیریت ورزش، دوره ۸، ش ۵* (زمستان): ۷۰۹-۷۲۵.

- نجفی، معصومه (۱۳۹۴). "نقش خلاقیت سازمانی بر کارآفرینی سازمانی (مطالعه موردی: کارکنان اداری دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی تهران)". *طلوع بهداشت؛ دوره ۱۴، ش ۴* (پاییز): ۱۰۰-۱۱۰.

- وحدانی، محسن؛ محرم‌زاده، مهرداد؛ طلایی، رضا (۱۳۹۴). "تحلیل عوامل مؤثر در میزبانی رویدادهای بزرگ ورزشی شهر ارومیه". *مدیریت ورزشی دانشگاه تهران، دوره هفتم، ش ۵* (پاییز): ۷۶۵-۷۷۸.

- Ambe, I. M. (2010). "Agile supply chain: strategy for competitive advantage". *Journal of Global Strategic Management*, Vol. 4, No. 1: 5-17.

- Apostolopoulou, A.; Papadimitriou, D. (2004). "Welcome home: Motivations and objectives of the grand national Olympic sponsors". *Sport Marketing Quarterly*, Vol. 13, No. 4: 180-192.

- Asaf, R.; Callaghan, C. W. (2019). "Entrepreneurial orientation, technological propensity and academic research productivity". *Heliyon*, Vol. 5, No. 8: 1-11.

- Abbas, B.; Ghaleb, A.; EL-refae, A. (2012). "The Relationships between Service Quality, Satisfaction, and Behavioral Intentions of Malaysian Spa Center Customers". *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 3, No. 1: 198-205.

- Chavez, R., et al. (2017). "Manufacturing capability and organizational performance: The role of entrepreneurial orientation". *International Journal of Production Economics*, Vol. 184, No. 30: 33-46.

- Ferreira, J.; Coelho, A.; Moutinho, L. (2020). "Dynamic capabilities, creativity and innovation capability and their impact on competitive advantage and firm performance: The moderating role of entrepreneurial orientation". *Technovation*, Vol. 92-93, No. 102: 1-18.

- Gong, B., et al. (2017). "An approach for evaluating cleaner production performance in iron and steel enterprises involving competitive relationships". *Journal of cleaner production*, Vol. 142, No. 2: 739-748.
- De Guimarães, J. C. F.; Severo, E. A.; De Vasconcelos, C. R. M. (2018). "The influence of entrepreneurial, market, knowledge management orientations on cleaner production and the sustainable competitive advantage". *Journal of Cleaner Production*, Vol. 174, No. 15: 1653-1663.
- Hersey, H.; Goldsmith, M. (1980). "A situational approach to performance planning". *Training and Development Journal*, Vol. 34, No. 11: 31-48.
- Horisch, J.; Kollat, J.; Brieger, S. A. (2017). "What influences environmental entrepreneurship? A multilevel analysis of the determinants of entrepreneurs' environmental orientation". *Small Business Economics*, Vol. 48, No. 1: 47-69.
- Jansson, J., et al. (2017). "Commitment to sustainability in small and medium-sized enterprises: The influence of strategic orientations and management values". *Business Strategy and the Environment*, Vol. 26, No. 1: 69-83.
- Jones, R.; Rowley, J. (2011). "Entrepreneurial marketing in small businesses: A conceptual exploration". *International Small Business Journal*. Vol. 29, No. 1: 25-36.
- Mair, J.; Marti, I. (2006). "Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction and delight". *Journal of World Business*, Vol. 41, No. 1: 36-44.
- Porter, C. L.; et al. (2005). "A comparative study of child temperament and parenting in Beijing, China and the western United States". *International Journal of Behavioral Development*, Vol. 29, No. 6: 541-551.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.
- Skordoulis, M.; Galatsidas, S.; Arabatzis, G. (2017). Business Strategies and Competitive Advantage through Green Entrepreneurship and Sustainable Environmental Management. *HAICTA*. 205-213.
- Zampetakis, L. A.; Moustakis, V. (2007). "Entrepreneurial behaviour in the Greek public sector". *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 13, No. 1: 19-38

تحلیل جغرافیایی نتایج و نقشه‌های انتخاباتی دهمین دوره انتخابات مجلس

شورای اسلامی حوزه‌های انتخابیه: بیرجند، درمیان و خوسف

وحید کیانی^۱

محسن محجوب^۲

نوع مقاله: علمی-پژوهشی

شماره صفحه: ۸۷-۱۲۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۴/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۶/۲

چکیده

یکی از زیرشاخه‌های حوزه مطالعات جغرافیای انتخابات، تحلیل جغرافیایی نتایج و ترسیم نقشه‌های انتخاباتی آن است. این مطالعات ضمن تشریح وضعیت پراکندگی آرای نامزدها، احزاب و جناح‌های سیاسی، نقاط قوت و ضعف و ناتوانی و نیرومندی پایگاه‌های آن‌ها را در حوزه‌ها و مکان‌های جغرافیایی گوناگون نشان می‌دهند. نقشه‌های یادشده که بر اساس شاخص‌های جغرافیایی ترسیم و تحلیل می‌شود، بیانگر آن است که جاهای گوناگون جغرافیایی در انتخابات چگونه رأی می‌دهند؛ بنابراین، ترسیم نقشه‌های انتخاباتی دقیق و مبتنی بر شاخص‌های جغرافیایی می‌تواند تأثیر زیادی در تدوین سند راهبردی مناسب برای نامزدهای انتخاباتی و همچنین میزان موفقیت آن‌ها به‌عنوان پیروز انتخابات داشته باشد. پژوهش حاضر از نوع و با هدف تحقیقات کاربردی و به روش توصیفی-تحلیلی است. در جمع‌آوری مطالب تلفیقی از روش کتابخانه‌ای و اینترنتی و در تجزیه و تحلیل آمارها و ترسیم نقشه‌ها و نمودارها از نرم‌افزارهای

vkiani@birjand.ac.ir

mahjoub94@birjand.ac.ir

۱. استادیار جغرافیای سیاسی، دانشگاه بیرجند، نویسنده مسؤول

۲. دانش‌آموخته‌ی کارشناسی ارشد جغرافیای سیاسی، دانشگاه بیرجند

Excel و Arc GIS استفاده شده است. یافته‌ها و نتایج تحقیق بیانگر آن است که زادبوم یا محل تولد نامزدها تأثیر زیادی در آرای آن‌ها داشته است. البته سهم شهروندان شهرستان خوسف در این میان بیش‌تر بوده و ساکنان شهرستان خوسف نسبت به دیگر شهرستان‌های استان، به شاخص جغرافیایی زادبوم نامزدها اهمیت بیش‌تری می‌دهند. نیز بیش‌ترین پایگاه رأی نامزدهای اصلاح‌طلب و مستقل در شهرها و شعب ثابت و نامزدهای اصولگرا در روستاها و شعب سیار بوده است. مکان استقرار شعبه‌های اخذ رأی در شمار آرای دو جناح اصلاح‌طلب و اصولگرا متفاوت است؛ صلاح‌طلبان در مکان‌های آموزشی و اصولگرایان در مکان‌های مذهبی و نظامی وضعیت مطلوب‌تری دارند. در بین سه شهرستان، شهرستان خوسف بیش‌ترین گرایش به سمت اصولگرایان و همین موفقیت نزد اهل سنت به‌خصوص در شهرستان مرزی درمیان از آن نامزدهای مستقل بوده است.

واژگان کلیدی: نقشه انتخاباتی، انتخابات مجلس، حوزه انتخابیه بیرجند و درمیان و خوسف

مقدمه

انتقال اراده ملت بر حکومت از طریق انتخابات صورت می‌گیرد که در این بستر، عوامل بسیاری بر میزان مشارکت مردم و نوع آرای آن‌ها تأثیرگذار خواهد بود. شناخت هرچه‌بیشتر این موضوع ضروری است چراکه انتخابات مهم‌ترین وسیله برای اثرگذاری اراده ملت بر شیوه کار حکومت در اداره سرزمین است (مجتهدزاده، ۱۳۸۱: ۸۶). انتخابات در پهنه جغرافیایی تحت تأثیر پارامترهای مختلفی قرار دارد که این‌ها به‌نوبه‌ی خود بر میزان مشارکت سیاسی مردم و رفتار رأی آن‌ها تأثیرگذار است. شرایط زمانی و ویژگی‌های جغرافیایی و مکانی در هر مقطع بر پدیده‌ها و رویدادها ازجمله انتخابات اثرات ساختاری دارد و به گونه طبیعی، این احتمال هست که در سایه تحولات اجتماعی، ساختارهای اجتماعی - سیاسی دگرگون شود (گلابچی، ۱۳۸۴: ۱۶۲). در حال، شرایط زمانی و ویژگی‌های جغرافیایی و مکانی در هر مقطع بر پدیده‌ها و رویدادها ازجمله انتخابات اثرات ساختاری دارد. در میان عوامل گوناگون مؤثر بر شیوه رأی‌دادن شهروندان، عامل

پندارهای انتخاب‌کنندگان اهمیت بیش‌تری دارد. ریشه و خاستگاه پندارهای رأی‌دهندگان را می‌توان در دل‌بستگی‌های حزبی یا جناحی، بستگی‌های گروهی، وفاداری‌های قومی، نژادی و زبانی، هم‌بستگی دینی، آمال و آرزوهای خفته و برآورده‌نشده، نیازمندی‌های سنی و جنسی، پیشینه تاریخی، مبارزات انتخاباتی و غیره یافت (همان: ۱۴۸-۱۴۹).

از طرفی، دیگر تحلیل‌گران به این نتیجه رسیده‌اند که گروه‌های مختلف اجتماعی در انتخابات مختلف رفتار ثابتی از خود نشان می‌دهند. به‌عنوان مثال ساکنان منطقه جغرافیایی خاص برای سال‌های طولانی جناح خاصی را برمی‌گزینند و در دوره‌های انتخاباتی مختلف به آن‌ها رأی می‌دهند. این امر پژوهش‌گران را بر آن داشت تا رفتار رأی‌دهندگان را به‌عنوان پدیده‌ای که با متغیرهای مختلف اجتماعی و حتی جغرافیایی قابل توضیح باشد، مورد توجه قرار دهند. به‌تدریج با بررسی نتایج انتخابات یک کشور در سال‌های مختلف، غیر از نقشه‌ی جغرافیایی، نقشه انتخاباتی کشور نیز ترسیم شود. این نقشه‌ها که بر اساس جغرافیا تنظیم می‌شود، به‌خوبی نشان می‌دهد که نقاط مختلف جغرافیایی در انتخابات چگونه رأی می‌دهند. این امر باعث شد تا بسیاری از محققان و متخصصان انتخابات به عنصر جغرافیا به‌عنوان یک متغیر مستقل توضیح‌دهنده رفتار رأی‌دهندگان نگاه کنند (ایوبی، ۱۳۷۷: ۱۰۵).

با توجه به موارد گفته‌شده، این مقاله تلاش دارد بر مبنای تجزیه و تحلیل رفتارهای انتخاباتی مردم در حوزه انتخابیه بیرجند، درمیان و خوسف به نقشه‌ای انتخاباتی دست‌یابد. استدلال اصلی مقاله آن است که با مطالعه و تحلیل رفتارهای انتخاباتی مردم در این حوزه انتخابیه، می‌توان رفتارهای نسبتاً ثابتی را در ساختار رأی‌دهی آنان که دارای پراکنش فضایی خاص و با ریشه جغرافیایی است، پیدا کرد. برای این هدف، انتخابات دهمین دوره مجلس شورای اسلامی که در هفتم اسفند ۱۳۹۴ در حوزه انتخابیه مورد نظر برگزار شده، مورد تحلیل و بررسی قرار خواهد گرفت.

پیشینه تحقیق

تاکنون پایان‌نامه‌ها و مقالات زیادی با موضوع انتخابات منتشر شده‌است. بر اساس بررسی صورت‌گرفته، فقط سه مقاله که از نظر موضوعی تا حدی با موضوع این پژوهش نزدیکی دارد، به بررسی فضایی و مکانی شعب اخذ رأی از نظر نزدیکی به امکانات و دسترسی بلوک‌های جمعیتی پرداخته که به شرح ذیل و جدول ۱ است.

عبدی، ضیائیان فیروزآبادی و خدایی (۱۳۹۳) در مقاله‌ای تحت عنوان "تحلیل فضایی مکانی تهدیدات شهری صندوق‌های اخذ آراء با استفاده از GIS، مورد مطالعه شهر زنجان" که با روش توصیفی-تحلیلی با استفاد از نرم‌افزار Arc GIS به این نتیجه رسیده است که با توجه به جمعیت این منطقه، پایگاه‌های اخذ رأی به درستی توزیع نشده‌اند به‌طوری که بعضی از نواحی جمعیتی درون این منطقه با توجه به میزان افراد ساکن در آن با کمبود پایگاه‌های اخذ رأی مواجه بوده و باید برای آن برنامه‌ریزی فضایی بهتر و مفیدتری صورت گیرد.

نظریان، قورچی و بخشی (۱۳۹۰) در مقاله‌ای تحت عنوان "تحلیل فضایی- مکانی صندوق اخذ آراء در منطقه‌ی ۱۵ شهر تهران با کمک G.I.S" سعی کرده‌اند تا با کمک نرم‌افزار Arc GIS منطقه‌ی ۱۵ تهران در دو بُعد مورد تحلیل قرارگیرد؛ یکی رابطه بلوک‌های جمعیتی با تعداد صندوق‌های اخذ آراء، و دیگری نحوه دسترسی به بیمارستان و درمانگاه در صورت وقوع هرگونه رویداد غیرمنتظره است. نتیجه تحقیق مذکور نشان می‌دهد با توجه به جمعیت این منطقه، پایگاه‌های اخذ رأی به درستی توزیع که باید برای آن برنامه‌ریزی فضایی بهتر و مفیدتری صورت گیرد.

مختاری هشی و ابوالحسنی (۱۳۹۳) در مقاله‌ای تحت عنوان "تحلیل پراکنش فضایی شعب اخذ رأی در شهر اصفهان (مطالعه‌ی موردی: مناطق هفت، دوازده و چهارده شهری)" با رویکردی توصیفی-تحلیلی و با استفاده از سامانه اطلاعات جغرافیایی Arc GIS به بررسی پراکنش جغرافیایی شعب اخذ رأی در مناطق هفت، دوازده و چهارده شهر اصفهان و مطابقت آن با نقشه پراکندگی جمعیت و همچنین مقایسه نحوه قرارگیری شعب اخذ رأی نسبت به سایر کاربری‌ها پرداخته است. نتایج تحقیق حاکی از عدم انطباق پراکنش جمعیت با پراکنش صندوق‌ها و نیز

عدم استقرار مناسب شعب اخذ رأی از نظر دسترسی به شبکه معابر و سایر مراکز خدمات‌رسان مرتبط می‌باشد.

جدول (۱) پیشینه تحقیق

ردیف	نویسندگان	عنوان پژوهش	نتایج	موارد مورد استفاده در پژوهش
۱۳۸۲	عبدی، ضیائیان فیروزآبادی و خدایی	تحلیل فضایی مکانی تهدیدات شهری صندوق های اخذ آرا با استفاده از (GIS) مورد: شهر زنجان	- رابطه بین جمعیت و تعداد پایگاه های اخذ آراء در حوزه های انتخاباتی متناسب نبوده است. - عدم وجود یک شبکه نظام مند دسترسی برنامه ریزی شده	- چکیده و نتیجه
۱۳۹۰	نظریان، قورچی و بخشی	تحلیل فضایی - مکانی صندوق اخذ آرا در منطقه ۱۵ شهر تهران با کمک GIS	- صندوق های اخذ آرای شهروندان تهرانی در این منطقه متناسب با نواحی جمعیتی نیست. - رابطه بین جمعیت و تعداد پایگاه های اخذ آراء در حوزه های جمعیتی منطقه مناسب نبوده است - عدم وجود یک شبکه دسترسی نظام مند و برنامه ریزی شده	- چکیده و نتیجه
۱۳۹۲	مختاری هشی، ابوالحسنی	تحلیل پراکنش فضایی شعب اخذ رأی در شهر اصفهان. مطالعه موردی: مناطق هفت، دوازده و چهارده شهری	نتایج تحقیق حاکی از عدم انطباق پراکنش جمعیت با پراکنش صندوق ها و همچنین عدم استقرار مناسب شعب اخذ رأی از نظر دسترسی به شبکه معابر و سایر مراکز خدمات رسان مرتبط می باشد.	- چکیده و نتیجه گیری

منبع: نگارندگان

مبانی نظری تحقیق

در این بخش مهم‌ترین نظریه‌های مرتبط با حوزه جغرافیای انتخابات متناسب با موضوع مقاله حاضر ارائه خواهد شد تا تحلیل‌هایی که در ادامه مطرح می‌شوند بر بنیادهای تئوریک استوار باشند. در این راستا بر مبنای مهم‌ترین شاخص‌های جغرافیایی به شناسایی رفتارهای انتخاباتی پرداخته خواهد شد تا در نهایت بتوان به ترسیم نقشه انتخاباتی حوزه مورد مطالعه پرداخت.

منشأ جغرافیایی رفتارهای انتخاباتی

رفتار انتخاباتی و تأثیر محیط جغرافیایی بر رأی‌دهندگان از جمله موارد بسیار مهمی است که در جغرافیای سیاسی به آن پرداخته می‌شود (پیشگاهی فرد و شوشتری، ۱۳۸۷: ۱۱۰). دلایل مردم برای شرکت کردن یا نکردن در انتخابات در بسترهای سیاسی ناهمگون متفاوت است و انتخاب گروه‌های سیاسی نیز بسته به رویکرد وابسته به شرایط سیاسی در هر واحد سیاسی است (تایلور و جانستون، ۱۳۸۶: ۵). در میان عوامل گوناگون مؤثر بر شیوه رأی‌دادن شهروندان، عوامل پندارهای انتخاب‌کنندگان اهمیت زیادی دارد. ریشه و خاستگاه پندارهای رأی‌دهندگان را می‌توان در دل‌بستگی‌های حزبی یا جناحی، دل‌بستگی‌های گروهی، وفاداری‌های قومی، نژادی و زبانی، همبستگی دینی، آمال و آرزوهای خفته و برآورده نشده، نیازمندی‌های سنی و جنسی، پیشینه‌ی تاریخی، مبارزات انتخاباتی و غیره یافت (گلابچی، ۱۳۸۴: ۱۴۸-۱۴۹).

صاحب‌نظران عرصه رفتار انتخاباتی معتقدند پس از گذشت شش دهه از حیات رفتارگرایی و پژوهش درباره رفتار رأی‌دهی هنوز چارچوب نظری استواری برای مطالعه این نوع مشارکت سیاسی وجود ندارد (دارابی، ۱۳۸۸: ۱۱). برخی از دیدگاه‌ها در این زمینه عبارت‌اند از: دیدگاه انتخاب عاقلانه که بر اساس آن مردم کسانی را برمی‌گزینند که بیش‌ترین منافع (اقتصادی، فرهنگی و سیاسی) را برای آن‌ها داشته باشند. از طرفی داونز^۱ معتقد است در جایی که مردم نتوانند منافع خود، دیدگاه‌های گروه‌های سیاسی، یا هر دو را تشخیص دهند یا در تطبیق‌دادن آن‌ها با یکدیگر دچار مشکل شده باشند، از توجیهات ایدئولوژیک برای توجیه رفتار خود استفاده می‌کنند. لازارسفلد^۲ نیز معتقد است نمی‌توان تبلیغات را عامل اصلی تعیین رفتار رأی‌دهی دانست و این ویژگی‌های اجتماعی است که تعیین‌کننده ویژگی‌های سیاسی افراد است. آندره زیگفرد^۳ نیز یکی از نظریه‌پردازان معروف در این زمینه است که در تحقیقات خود بر عنصر جغرافیا تأکید

1. Anthony Downs

2. Paul Lazarsfeld

3. Andre Siegfried

ویژه‌ای دارد. وی متغیرهایی چون مذهب، سن، طبقه‌ی اجتماعی و امثال آن را تعیین‌کننده رأی افراد می‌داند (ایوبی، ۱۳۷۷: ۱۰۴). در هر حال شرایط زمانی و ویژگی‌های جغرافیایی و مکانی در هر مقطع بر پدیده‌ها و رویدادها از جمله انتخابات اثرات ساختاری دارد. این امر موجب شده است تا بتوان رفتار رأی‌دهندگان را به‌عنوان پدیده‌ای که با متغیرهای مختلف اجتماعی و حتی جغرافیایی قابل توضیح باشد، مورد توجه قرار داد. مجموع این عوامل زمینه را برای توجه پژوهشگران عرصه جغرافیای انتخابات فراهم کرد تا عنصر جغرافیا را به‌عنوان یک متغیر مستقل توضیح‌دهنده رفتار رأی‌دهندگان مورد توجه قرار دهند.

بنابراین، تحقیق حاضر تلاشی است در این زمینه تا بتواند شاخص‌های جغرافیایی مهم در رفتار انتخاباتی را مشخص و بر مبنای آن به تحلیل رفتار انتخاباتی مردم در حوزه انتخابیه بیرجند، درمیان و خوسف پرداخته؛ در نهایت نقشه انتخاباتی منطقه‌ی موردنظر را ترسیم کند. در ادامه بحث، چهار شاخص جغرافیایی مهم و مولفه‌های آن تشریح خواهد شد.

خاستگاه رأی مردم

یکی از شاخص‌های جغرافیایی در رفتارهای انتخاباتی مردم، تعیین خاستگاه رأی آنان است. در حوزه انتخابیه موردنظر در یک طبقه‌بندی کلی می‌توان خاستگاه رأی مردم را به دو نوع سنتی و مدرن تقسیم کرد. منظور از آراء سنتی، آرای هستند که ریشه در منافع حزبی و طبقه خاص نداشته و بیشتر دغدغه‌های شخصی، قومی، مذهبی و جغرافیایی فرد را مدنظر قرار می‌دهد. در این طبقه‌بندی شاخص جغرافیایی زادبوم از اهمیت بالایی برخوردار است؛ چراکه هر مکان و فضای جغرافیایی هویتی ساختارمند و نظام‌یافته دارد که می‌توان از آن به اکوسیستم جغرافیایی تعبیر کرد (حافظ‌نیا، و کاویانی‌راد، ۱۳۹۲: ۱۱). انسان براساس روابط مزبور، نوعی وابستگی به مکان و زیستگاه خود می‌یابد. چنین مکانی منبع هویت فرد نیز قرار می‌گیرد و او احساس می‌کند که این مکان محل آزادی، تأمین نیازها و حقوق اساسی و نیز محیط آرامش‌بخشی برای اوست (شکوهی، ۱۳۷۴: ۳۰۰). مردمان بومی براین‌اساس نسبت به یکدیگر و ارزش‌های مشترک

خودشان احساس تعلق می‌کنند و خواستار تضمین منافع مشترک و ارزش‌هایی هستند که به هویت و موجودیت آن‌ها کمک می‌کند (حافظنیا و کاویانی‌راد، ۱۳۹۲: ۱۲). در نهایت این‌که، این دل‌بستگی مکانی در بیش‌تر مواقع در رفتار سیاسی مردم تأثیر دارد که بر مبنای آن در فعالیت‌های سیاسی شرکت می‌کنند که در جغرافیای انتخابات تحت عنوان اهمیت زادبوم در رفتار انتخاباتی مردم یاد می‌شود.

یکی دیگر از شاخص‌های جغرافیایی مهم در این زمینه، آرای شرعی یا ایدئولوژیک هستند. تأثیر جغرافیای قدرت بر رأی‌دهی و نقش ایدئولوژی در شکل‌دهی به انتخابات ممکن است پیامدهای گوناگون جغرافیایی داشته باشد و الگوی رأی خاصی را شکل دهد که همگون یا ناهمگون باشد (کاویانی‌راد، ۱۳۹۳: ۹۴) از آن به‌عنوان الگوی رأی ایدئولوژیک نام می‌برند. به‌طور مثال الگوی رأی حاکم، در برخی از مناطق اهل سنت ایران از این الگو تبعیت می‌کند و سران مذهبی آن منطقه رأی‌دادن به فرد یا افرادی خاص را به‌عنوان وظیفه‌ی شرعی مطرح، و مردم نیز از آن تبعیت می‌کنند.

پایگاه جغرافیایی آرا (چهره سیاسی مناطق جغرافیایی)

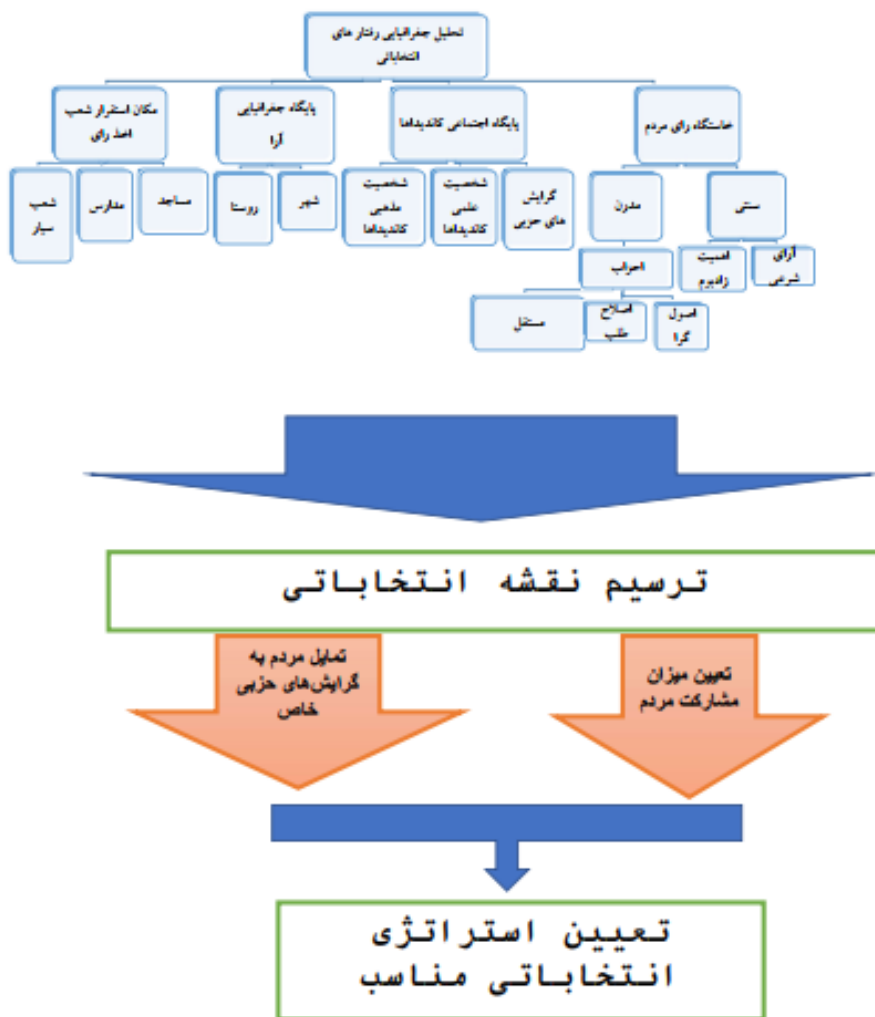
برخی مکان‌ها و فضاهای جغرافیایی در اثر عوامل بسیار گوناگون به مرور زمان به نوع خاصی از الگوی رفتاری در انتخابات گوناگون شهره می‌شوند. مردم در این مناطق همواره رویکرد خاص و از پیش تعیین‌شده‌ای نسبت به نامزدها، احزاب، چهره‌های مذهبی، سیاسی، قومی و ... داشته و سعی می‌کنند که همان رویه را در انتخابات گوناگون حفظ کنند. از این برآیند چهره خاصی از منطقه شکل خواهد گرفت که به‌عنوان چهره سیاسی منطقه از آن یاد می‌شود. برای مثال جهت‌گیری الگوی رأی‌دهی در نواحی حاشیه‌ای و قوم‌نشین ایران به احزاب اصلاح‌طلب گرایش نشان می‌دهد (پیشگاهی‌فرد، ۱۳۸۰: ۱۰).

پایگاه اجتماعی نامزدها

پایگاه اجتماعی نامزدها نقش مهمی در شکست یا موفقیت آن‌ها در جلب آرای عمومی دارد. وابستگی به خاندان‌های بانفوذ و متشخص از جمله روحانیون و معتمدین و بزرگان و ملاکان معتبر و محترم از جمله این پایگاه‌ها است. همچنین میزان اهمیت مردم مناطق مختلف به علم و دانش و شخصیت‌های علمی و دانشگاهی یا مذهبی و روحانی نمونه دیگری از پایگاه‌های اجتماعی آرا به شمار می‌آید.

مکان استقرار شعب اخذ رأی

از دیگر شاخص‌های جغرافیایی مهم در شناخت رفتار رأی‌دهندگان، آرای است که از مکان‌های مختلف استقرار رأی به دست می‌آید. برای مثال رأی‌هایی که در پایگاه‌های مذهبی مثل مساجد و حسینیه‌ها به صندوق ریخته می‌شود، با آرای که در پایگاه‌های آموزشی مثل مدارس و دانشگاه‌ها به صندوق‌ها ریخته می‌شود، بعضاً تفاوت‌های معناداری دارند. همین‌طور صندوق‌های اخذ رأی سیار که اهمیت دوچندانی در این بین داشته و تحلیل‌های عمیق جغرافیایی را می‌طلبد. در مجموع شاخص‌ها و مؤلفه‌های دخیل در این پژوهش که تحلیل نتایج و ترسیم نقشه‌های انتخاباتی بر اساس آن‌ها صورت گرفته است، در شکل ۱ نشان داده شده است.



شکل ۱) شاخص های جغرافیایی و رفتارهای انتخاباتی

نوآوری مقاله

جمع آوری داده ها و اطلاعات مربوط به نتایج انتخابات تا پایین ترین سطح، یعنی شعب (به تفکیک ۲۰۱ شعبه در حوزه انتخابیه) همراه با ارائه اطلاعات مکانی هر شعبه و تحلیل های جغرافیایی مربوطه به تفکیک بخش و شهرستان و تهیه نقشه های انتخاباتی پراکنش آرای نامزدها، از جنبه های نوآورانه و جدیدی است که در سایر پژوهش های جغرافیای انتخابات در ایران کمتر به چشم می خورد.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نظر نوع و هدف در زمره‌ی تحقیقات کاربردی و از نظر ماهیت و روش، توصیفی-تحلیلی است. شیوه جمع‌آوری مطالب، تلفیقی از روش کتابخانه‌ای و اینترنتی است. در تحقیق حاضر، آمار و اطلاعات مکانی مربوط به ۲۰۱ شعبه اخذ رأی و نتایج آرای هر صندوق از طریق وزارت کشور و استانداری جمع‌آوری شده است. نیز آمارهای جمعیتی و جغرافیایی مربوط به حوزه انتخابیه و حوزه‌های فرعی از نتایج سرشماری‌ها و آمارنامه‌های مربوطه اخذ گردیده؛ سپس با تجزیه و تحلیل آمار و اطلاعات مربوطه، به ترسیم و تحلیل نقشه‌ی انتخابات مجلس در حوزه‌های انتخابیه بیرجند، درمیان و خوسف پرداخته شده است. در تجزیه و تحلیل آمارها و ترسیم نمودارها و تولید نقشه‌ها از نرم‌افزارهای Excel و Arc GIS استفاده شده است.

تحلیل کارتوگرافیکی نیز از دیگر شیوه‌های تحلیل نقشه‌های انتخاباتی بوده است.

منطقه‌شناسی تحقیق

حوزه انتخابیه بیرجند، درمیان و خوسف

حوزه انتخابیه بیرجند، درمیان و خوسف یکی از حوزه‌های چهارگانه استان خراسان جنوبی در انتخابات مجلس شورای اسلامی است. این حوزه انتخابیه شامل سه شهرستان بیرجند، درمیان و خوسف، ۶ بخش، ۱۷ دهستان و ۷ شهر و یکی از حوزه‌های انتخابیه وسیع، مرزی و کویری در کشور است؛ به‌طوری‌که از شرق با کشور افغانستان همسایه است و از غرب با کویر لوت متصل می‌باشد. مساحت آن ۲۵۴۶۶ کیلومترمربع و که بر اساس سرشماری (۱۳۹۵)، جمعیتی بیش از ۳۴۲۶۳۸ نفر را شامل می‌گردد.

حدود ۷۶٪ کل جمعیت حوزه در شهرستان بیرجند، ۱۶٪ در شهرستان درمیان و ۸٪ آن در شهرستان خوسف اقامت دارند و دارای تراکم جمعیتی ۱۳/۵ نفر در هر کیلومترمربع است؛ البته این عدد در کل حوزه یکسان نیست، به‌طوری‌که تراکم جمعیت در شهرستان بیرجند، ۶۶ نفر در هر کیلومترمربع، شهرستان درمیان ۹/۳ و شهرستان خوسف ۱/۷۵ نفر در هر کیلومترمربع می‌باشد.

شهرستان‌های بیرجند، درمیان و خوسف به ترتیب ۱۵/۵٪، ۲۲/۵٪ و ۶۱/۵٪ کل مساحت حوزه انتخابیه را تشکیل می‌دهند (جدول ۲).

از مجموع ۹۰۵ آبادی این حوزه، ۴۱۸ آبادی معادل ۴۶٪ آن در شهرستان بیرجند، ۲۹۱ آبادی، معادل ۳۲٪ در شهرستان خوسف و بالاخره ۲۰۴ آبادی معادل ۲۲٪ کل آبادی‌های حوزه در شهرستان درمیان واقع شده و از ۷ نقطه‌ی شهری آن، یک نقطه شهری و پرجمعیت‌ترین آن (شهر بیرجند) در شهرستان بیرجند، دونقطه شهری (خوسف و محمد شهر) در محدوده شهرستان خوسف و چهارنقطه شهری (اسديه، گزیک، طبس مسینا و قهستان) در محدوده شهرستان درمیان واقع شده‌اند.

جدول ۲) وضعیت توزیع عناصر تقسیمات کشوری و شعب و آرای مأخوذه دهمین دوره انتخابات مجلس

شورای اسلامی در حوزه انتخابیه بیرجند، درمیان و خوسف

شهرستان	مساحت به کیلومتر مربع	جمعیت به نفر (۱۳۹۵)	تعداد بخش	تعداد دهستان	تعداد شهر	تعداد شعب اخذ رأی	آرای مأخوذه	نسبت تعداد جمعیت به ازای هر شعبه
بیرجند	۳۹۴۹	۲۶۱۳۲۴	۱	۶	۱	۱۲۴	۱۲۹۲۴۴	۲۱۰۷
درمیان	۵۷۶۳	۵۳۷۱۴	۳	۶	۴	۴۰	۲۵۰۰۴	۱۳۴۳
خوسف	۱۵۷۴۵	۲۷۶۰۰	۲	۵	۲	۳۷	۱۸۲۹۵	۷۴۶
جمع حوزه	۲۵۴۶۶	۳۴۲۶۳۸	۶	۱۷	۷	۲۰۱	۱۷۲۵۴۳	۱۷۰۵

منبع: مطالعات طرح آمایش سرزمین استان خراسان جنوبی، ۱۳۹۷؛ استانداری خراسان جنوبی، (۱۳۹۸)

شهرستان بیرجند مرکز استان خراسان جنوبی و همچنین به‌عنوان مرکز حوزه انتخابیه، کم وسعت‌ترین و در عین حال پُرجمعیت‌ترین شهرستان استان و حوزه انتخابیه است. بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۵، ۷۸٪ جمعیت شهرستان بیرجند را جمعیت شهری ساکن در شهر بیرجند و ۲۲٪ جمعیت آن را روستایی تشکیل می‌دهد.

شهرستان خوسف ازجمله شهرستان‌های حاشیه کویری استان به حساب می‌آید که در سال ۱۳۹۱ ایجاد و تأسیس شده است. این شهرستان، سومین شهرستان وسیع استان و وسیع‌ترین شهرستان حوزه انتخابیه است. تقریباً ۳۴٪ جمعیت شهرستان خوسف را جمعیت روستایی و ۶۶٪ جمعیت آن

را جمعیت شهری تشکیل می‌دهد. همچنین ترکیب جنسیتی جمعیت آن را ۵۶/۷٪ معادل ۱۵۶۴۵ نفر مردان و ۴۳/۳٪ معادل ۱۱۹۵۵ نفر زنان تشکیل می‌دهند (مطالعات طرح آمایش سرزمین استان خراسان جنوبی، ۱۳۹۴: ۴۷). بالابودن نسبت جنسی در شهرستان خوسف به دلیل قراردادن پادگان‌های نظامی و زندان در محدوده این شهرستان است که عمده جمعیت آن‌ها را مردان غیربومی از جمله سربازان و زندانیان تشکیل می‌دهند.

شهرستان درمیان یکی از شهرستان‌های مرزی استان و حوزه انتخابیه است که از سمت شرق با ولایت فراه افغانستان (ولسوالی اناردره)، از سمت شمال با شهرستان زیرکوه، از سمت غرب با شهرستان بیرجند و از سمت جنوب با شهرستان سریشه هم‌جواری دارد. از مجموع جمعیت این شهرستان، ۲۷/۳٪ جمعیت شهری که در چهار نقطه‌ی شهری (اسدی، گزیک، طبس مسینا و قهستان) ۷۲/۳٪ روستایی ساکن هستند. دقت در این آمار نشان می‌دهد برعکس دو شهرستان بیرجند و خوسف که غالب جمعیت ساکن مناطق شهری هستند، در شهرستان درمیان غالب جمعیت ساکن مناطق روستایی هستند و تعدد روستاهای پرجمعیت از ویژگی‌های این شهرستان است؛ گرچه تعداد کل آبادی‌های این شهرستان از شهرستان‌های بیرجند و خوسف کم‌تر است. از دیگر ویژگی‌های جمعیتی شهرستان مرزی درمیان، ترکیب مذهبی جمعیت این شهرستان است که حدود ۶۰٪ جمعیت این شهرستان را پیروان مذهب تسنن و ۴۰٪ را پیروان مذهب تشیع تشکیل می‌دهند. اهل تسنن بیش‌تر در دو بخش گزیک و مرکزی و اهل تشیع در بخش قهستان و برخی از روستاهای بخش مرکزی ساکن هستند.

یافته‌ها

مشارکت در انتخابات

مشارکت انتخاباتی ساده‌ترین و کم‌زمان‌برترین شکل مشارکت سیاسی است، تعداد کسانی که رأی می‌دهند از تعداد کسانی که دیگر فعالیت‌های سیاسی مشارکت می‌کنند، بسیار بیش‌تر است. میزان مشارکت شهروندان در انتخابات یکی از شاخص‌های میزان مشروعیت و مقبولیت نظام سیاسی در بسیاری از کشورهاست، حکومت‌ها بر حضور حداکثری مردم در انتخابات تأکید می‌کنند. حکومتی که بتواند بیش‌ترین مشارکت در انتخابات را جلب کند، نه‌تنها در عرصه داخلی بلکه در عرصه بین‌المللی نیز می‌تواند از موضعی مقتدرانه برخوردار باشد، مشارکت حداکثری مردم در انتخابات بستری برای اعتماد به نفس مسؤولان سیاسی و منتخبان مردم فراهم می‌کند که بتوانند در اداره امور کشور، رأی مردم را پشتیبان تصمیم‌های خود بدانند (سیدامامی و عبدالله، ۱۳۸۸: ۱۱۱).

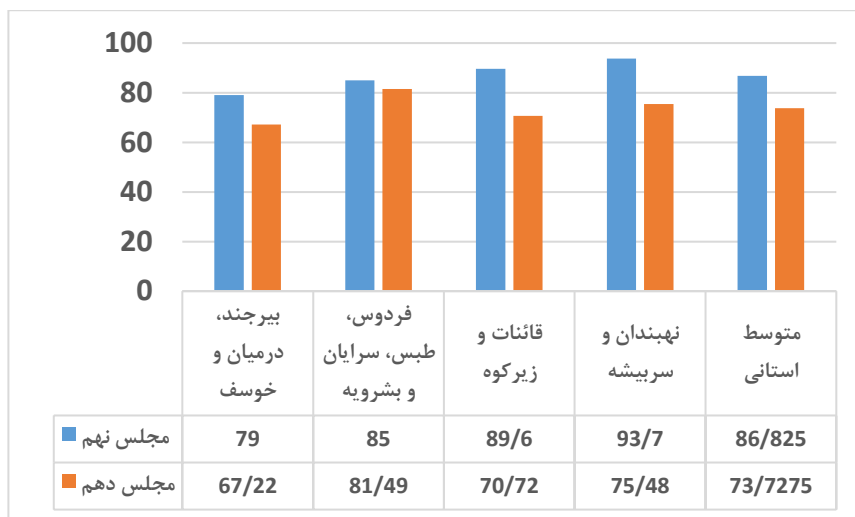
بررسی نتایج انتخابات مختلف از زمان پیروزی انقلاب اسلامی تاکنون نشان می‌دهد که میزان مشارکت مردم استان خراسان جنوبی خیلی بالاتر از میانگین کشوری است؛ به‌طوری‌که درصد مشارکت مردم استان در اغلب انتخابات بالای ۸۰٪ بوده است. این، نشان‌دهنده حساسیت مردم نسبت به سرنوشت خود و کشورشان است. از طرفی، میزان مشارکت مردم در انتخابات ریاست جمهوری بیش‌تر از سه نوع انتخاب دیگر است. باین‌همه، بررسی میزان مشارکت مردم استان در انتخابات مجلس شورای اسلامی از زمان تأسیس استان تاکنون نشان از کاهش میزان مشارکت دارد؛ به‌طوری‌که میزان مشارکت مردم استان از ۸۵٪ در هشتمین دوره انتخابات به ۸۴/۵٪، در نهمین دوره و بالاخره به ۷۲/۱٪ در دهمین دوره کاهش یافته است. کاهش ۱۳٪ میزان مشارکت واجدین شرایط در انتخابات دهمین دوره مجلس شورای اسلامی نسبت به هشتمین و نهمین دوره این انتخابات در کل استان قابل تأمل است. در این میان بیش‌ترین کاهش مشارکت در حوزه انتخابیه قائنات و زیرکوه با ۱۹٪ کاهش رخ داده است. در حوزه انتخابیه مورد مطالعه

(بیرجند، درمیان و خوسف) نیز میزان مشارکت در دوره دهم بیش از ۱۱٪ نسبت به دوره نهم کاهش داشته‌است.

تحلیل جغرافیایی نتایج آرا در حوزه انتخابیه

از مجموع ۲۰۱ شعبه‌ی اخذ رأی دهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی در حوزه انتخابیه بیرجند، درمیان و خوسف، ۹۵ شعبه معادل ۴۷/۲۶٪ ثابت و ۱۰۶ شعبه برابر با ۵۲/۷۴٪ شعبه سیار بوده‌اند که از این تعداد، ۱۲ شعبه در مناطق شهری و در اختیار ستاد انتخابات و ۹۴ شعبه به مناطق روستایی اختصاص یافته‌اند.

از نظر پراکندگی شعبه‌ها در شهرستان‌های حوزه، ۱۲۴ شعبه در شهرستان پرجمعیت بیرجند، ۴۰ شعبه در شهرستان مرزی درمیان و ۳۷ شعبه در شهرستان وسیع و کویری خوسف مستقر بوده‌اند (شکل ۲).



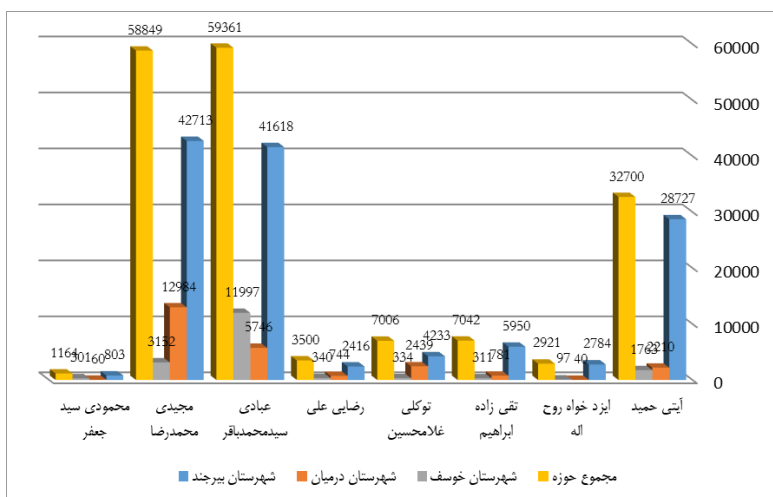
شکل ۲) مقایسه میزان مشارکت در انتخابات نهم و دهم در حوزه انتخابیه

مجلس شورای اسلامی در استان خراسان جنوبی

حوزه انتخابیه بیرجند، درمیان و خوسف، بیش‌ترین تعداد داوطلبان ثبت‌نام‌کننده و کم‌ترین تعداد داوطلبان تأیید صلاحیت شده را میان چهار حوزه انتخابیه استان داشته‌است. به‌طوری‌که

۲۸ داوطلب برای نامزدی در این حوزه ثبت‌نام نموده و صلاحیت ۲۵ نفر به تایید هیأت‌های اجرایی رسید که در نهایت، پس از بررسی صلاحیت‌ها در شورای نگهبان، صلاحیت ۱۲ نفر^۱ به تأیید رسید^۲. سپس در جریان رقابت‌ها و پیش از انتخابات، ۴ نفر از نامزدها از رقابت انصراف دادند.

آرای مأخوذه در دهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی در این حوزه انتخابیه که سهم آن یک کرسی نمایندگی مجلس است، ۱۷۲۵۴۳ رأی بوده است که ۱۲۹۲۴۴ رأی (حدود ۷۵٪) آن در شهرستان بیرجند، ۲۵۰۰۴ رأی (بیش از ۱۴٪) در شهرستان درمیان و ۱۸۲۹۵ رأی (نزدیک ۱۱٪) در شهرستان خوسف به صندوق‌ها ریخته شده است (شکل ۳). نمودار وضعیت آرای مأخوذه ۸ نامزد دهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی را در حوزه انتخابیه و هر یک از شهرستان‌های حوزه نشان می‌دهد.



شکل ۳) آرای نامزدهای دهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی

در حوزه انتخابیه بیرجند، خوسف و درمیان

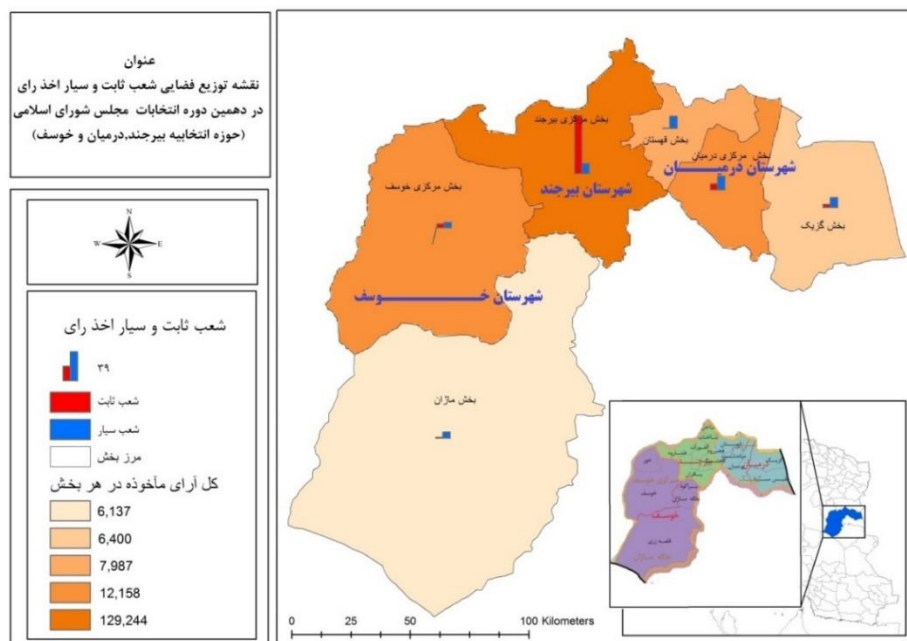
۱. اصلاح‌طلبان همیشه در جریان بررسی صلاحیت‌ها، بیان داشته‌اند که تعداد زیادی از نامزدهای اصلاح‌طلب و بعضاً نامزدهای با اقبال بالا زمینه حضور در جریان رقابت انتخابات را به دلیل رد یا عدم احراز صلاحیت پیدا نمی‌کنند.
۲. بنا بر اعلام فرماندار حوزه انتخابیه از ۲۸ داوطلب ثبت‌نامی، چهار نفر انصراف، ۱۲ نفر رد صلاحیت [عدم احراز صلاحیت] و ۱۲ نفر مورد تأیید صلاحیت قرار گرفتند.

تحلیل میزان آراء نامزدها در مناطق شهری و روستایی

از مجموع ۲۰۱ شعبه اخذ رأی حوزه انتخابیه ۱۰۲ شعبه در مناطق شهری و ۹۹ شعبه در مناطق روستایی مستقر بوده که بیش‌تر شعب مناطق روستایی سیار بوده‌اند. از مجموع ۱۷۲۵۴۳ رأی تعداد ۱۱۷۲۰۸ رأی معادل ۶۷/۹۳٪ آراء از شعب مستقر در مناطق شهری و ۵۵۳۳۵ رأی معادل ۳۲/۰۷٪ رأی از شعب مستقر در مناطق روستایی اخذ شده است. در بین نامزدها، بیش‌ترین آرای مناطق شهری و شعب ثابت به سید مجیدی (نامزد مستقل) و بیش‌ترین آرای مناطق روستایی و شعب سیار به سید عبادی (نامزد اصول‌گرا) ریخته شده است. اقبال آیتی (نامزد اصلاح‌طلب) نیز در مناطق شهری و شعب ثابت بسیار بیش‌تر از مناطق روستایی و شعب سیار بوده است (شکل ۴). بررسی نتیجه آرای سایر نامزدها و گرایش سیاسی آن‌ها، موفقیت اصول‌گرایان را در شعب سیار و روستایی و موفقیت نامزدهای مستقل و اصلاح‌طلب را در مناطق شهری و شعب ثابت نشان می‌دهد (جدول ۴).

جدول ۴) تعداد و درصد آرای نامزدها در مناطق شهری و روستایی

ردیف	نام خانوادگی	نام	گرایش سیاسی	شهری		روستایی	
				تعداد	درصد	تعداد	درصد
۱	عبادی	سید محمدباقر	اصول‌گرا	۳۶۷۹۲	۶۱/۹۸	۲۲۵۶۹	۳۸/۰۲
۲	مجیدی	محمد رضا	مستقل	۳۹۴۴۴	۶۷/۰۳	۱۹۴۰۵	۳۲/۹۷
۳	آیتی	حمید	اصلاح‌طلب	۲۶۸۹۴	۸۲/۲۴	۵۸۰۶	۱۷/۷۶
۴	تقی زاده	ابراهیم	اصول‌گرا	۴۵۴۲	۶۴/۵۰	۲۵۰۰	۳۵/۵۰
۵	توکلی	غلامحسین	اصول‌گرا	۴۴۹۸	۶۴/۳۰	۲۵۰۸	۳۵/۸۰
۶	رضایی	علی	اصول‌گرا	۲۵۵۶	۷۳/۰۳	۹۴۴	۲۶/۹۷
۷	ایزد خواه	روح اله	اصول‌گرا	۱۶۵۵	۵۶/۶۶	۱۲۶۶	۴۳/۳۴
۸	محمودی	سید جعفر	اصلاح‌طلب	۸۲۷	۷۱/۰۵	۳۳۷	۲۸/۹۵



شکل ۴) نقشه توزیع فضایی شعب ثابت و سیار اخذ رأی در دهمین دوره انتخابات مجلس
(حوزه انتخابیه بیرجند، درمیان و خوسف)

زادبوم نامزدها و تأثیر آن بر نتایج آراء

نتایج بسیاری از پژوهش‌ها در ایران و جهان نشان داده است که معمولاً نامزدها در زادگاه و زادبوم خود از اقبال بیش‌تری در کسب آرای مردمی برخوردارند. هرچند همیشه استثناهایی هم وجود داشته است. همچنین هر چه زادگاه و زادبوم از اهمیت و نفوذ بیشتری برخوردار باشد، تأثیرگذاری بیش‌تری خواهد داشت. اثرگذاری زادگاهی که یک روستای کم‌جمعیت باشد با زادگاهی که از جمعیت بیشتری برخوردار است و حوزه نفوذ گسترده‌تری دارد یکسان نیست. جدول ۵ زادگاه و زادبوم نامزدهای این دوره انتخابات را نشان می‌دهد.

جدول ۵) مشخصات و گرایش نامزدهای انتخابات دهمین دوره مجلس شورای اسلامی

حوزه‌های انتخابیه بیرجند، درمیان و خوسف

ردیف	نام و نام خانوادگی نامزد	سال تولد	زادگاه زادبوم	گرایش سیاسی	حامیان	تشکل سیاسی حامی	سابقه نمایندگی
۱	روح‌الله ایزد خواه	۱۳۵۸	مشهد/ بیرجند	اصولگرا	اصولگرایان	-	خیر
۲	حمید آیتی	۱۳۳۹	بیرجند	اصلاح طلب	اصلاح طلبان	ائتلاف فراگیر اصلاح طلبان	خیر
۳	ابراهیم تقی زاده	۱۳۴۸	بیرجند	اصولگرا	اصولگرایان		خیر
۴	غلامحسین توکلی	۱۳۴۸	درمیان	اصولگرا	اصولگرایان		خیر
۵	علی رضایی	۱۳۴۴	بیرجند	اصولگرا	اصولگرایان		خیر
۶	سید محمدباقر عبادی	۱۳۴۹	خوسف	اصولگرا	اصولگرایان	ائتلاف بزرگ اصولگرایان	دارد
۷	محمد رضا مجیدی	۱۳۴۴	بیرجند/درمیان	مستقل	مستقلین و برخی اصلاح طلبان		خیر
۸	سید جعفر محمودی	۱۳۵۳	طیس	اصلاح طلبان	اصلاح طلبان		خیر

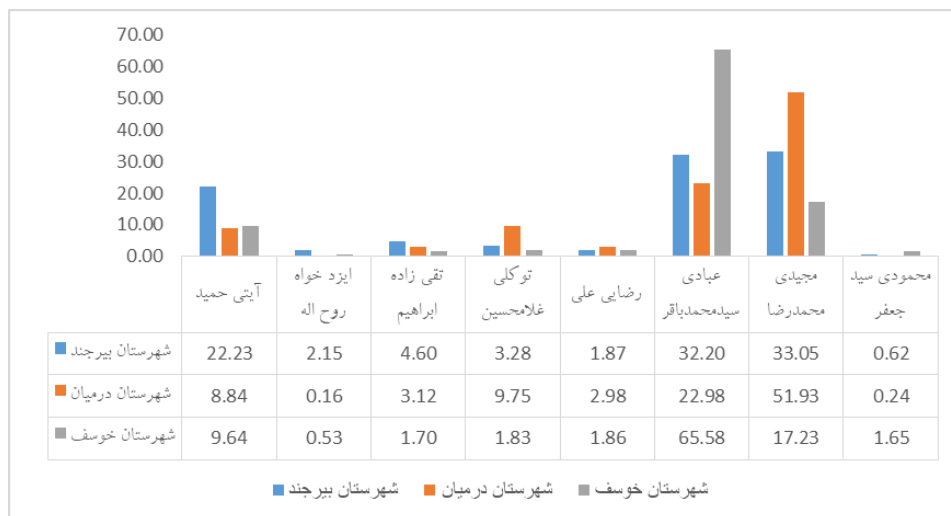
منبع: استانداری خراسان جنوبی، معاونت سیاسی امنیتی و اجتماعی، دفتر امور سیاسی و انتخابات، اسفند ۱۳۹۴

شهرستان‌های خوسف و درمیان هر دو در تقسیمات کشوری گذشته بخش‌هایی از شهرستان بیرجند به شمار می‌آمده‌اند. در این دوره، تنها یک نامزد زادگاهش شهرستان و شهر خوسف به شمار می‌آمد، اما تعدد نامزدها با زادگاه بیرجند و درمیان (که قبلاً بخشی از شهرستان بیرجند بوده) از ویژگی‌های این دوره انتخابات بود. پس عبادی بدون رقیب زادگاهی توانست بیش از ۶۵٪ آرای شهرستان خوسف را به خود اختصاص دهد و می‌توان گفت آرای زادبوم در این دوره نقش بسیار پررنگی در پیروزی فرد منتخب داشت چراکه نتایج دو شهرستان پرجمعیت بیرجند و درمیان به نفع رقیب فرد منتخب بود.

در شهرستان بیرجند مجیدی بیش از ۳۳٪ آراء این شهرستان و بیش‌ترین آراء را نسبت به دیگر نامزدها به خود اختصاص داده است که بخشی از این آراء متأثر از عامل زادبوم بوده است. در شهرستان بیرجند بعد از مجیدی، عبادی ۳۲٪ آراء را به خود اختصاص داد که این نشان‌دهنده اصول‌گرا حفظ پیوندهای جغرافیایی گذشته بین دو شهرستان کنونی و نیز پایگاه اجتماعی خاندان عبادی در شهرستان بیرجند بویژه در بین حامیان گروه‌های اصول‌گرا و حمایت رسمی

ائتلاف بزرگ اصول‌گرایان از ایشان است. آیتی نیز که زادگاهش شهر بیرجند است؛ پس از پشتوانه‌ی پایگاه اجتماعی خاندان آیتی در این منطقه بهره‌مند بود. به‌علاوه به‌طور رسمی مورد حمایت ائتلاف فراگیر اصلاح‌طلبان بود. وی توانست حدود ۲۲٪ آرای این شهرستان و رتبه سوم را در این شهرستان و در کل حوزه انتخابیه به دست آورد. سایر نامزدهایی هم که زادگاه‌شان بیرجند بوده، در این شهرستان نسبت به سایر شهرستان‌ها با اقبال بیش‌تری روبه‌رو بوده‌اند.

در شهرستان درمیان به ترتیب مجیدی با (۵۲٪)، عبادی با (۲۳٪) و توکلی با (۱۰٪) حائز اکثریت آراء شده‌اند. شهرستان درمیان تا چندین سال پیش یکی از بخش‌های شهرستان بیرجند بوده و روستای زادگاه مجیدی مدت‌ها در محدوده بخش درمیان واقع بوده است. اگرچه تا حد زیادی می‌توان اثر زادگاهی و زادبومی را در آرای مجیدی در شهرستان درمیان دید، اما با توجه به اینکه ۶۰٪ ساکنین این شهرستان اهل سنت هستند، موفقیت ایشان در جذب بخش قابل‌توجهی از آرای اهل سنت به‌خصوص بخش‌های مرکزی و گزیک را می‌توان حاصل موفقیت ایشان در جلب نظر بزرگان و نخبگان مذهبی و علمی و اجتماعی اهل سنت دانست. عبادی در این شهرستان مرزی رتبه دوم را حائز شد و بیش‌ترین موفقیت را نیز در بخش شیعه‌نشین قهستان داشت. رتبه سوم آرای شهرستان درمیان را توکلی کسب نمود که از منظر زادگاهی، شهرستان درمیان زادگاهش به شمار می‌آمد. بااین‌همه اهمیت زادگاه را در کسب آرای ایشان نمی‌توان نادیده گرفت چرا که بالاترین درصد آرای کسب‌شده ایشان در همین شهرستان زادگاهش بوده است. پس می‌توان گفت که اهمیت زادگاه و زادبوم آن‌قدر که نزد رأی‌دهندگان شهرستان خوسف در دوره‌های مختلف انتخابات، پررنگ و مشهود بوده، نزد رأی‌دهندگان شهرستان بیرجند و درمیان از اعتبار نسبتاً کمتری برخوردار بوده است (شکل ۵).

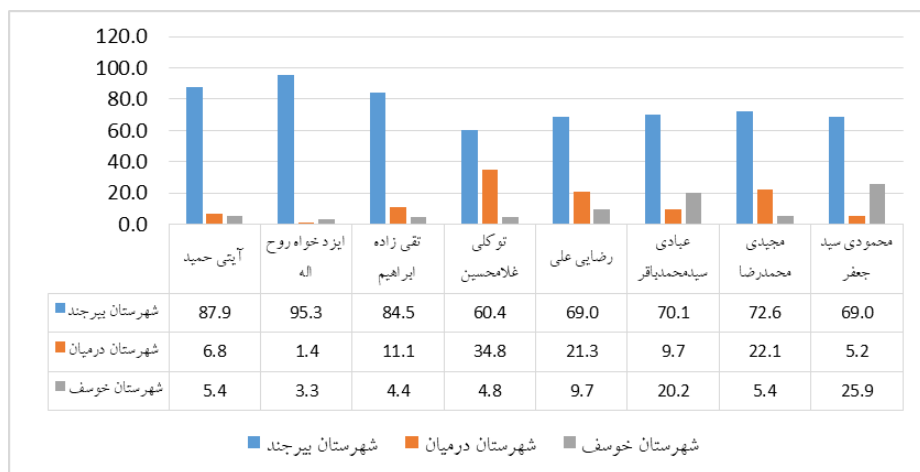


شکل ۵) درصد آرای هر نامزد از کل آرای هر یک از شهرستان‌های حوزه انتخابیه

اهمیت وزن مکانی حوزه‌های فرعی

نقاط شهری پرجمعیت، روستاها و بخش‌ها و شهرستان‌های پرجمعیت اهمیت بیش‌تری در کسب آرا برای نامزدها دارند. از این‌رو نامزدها همواره سعی می‌کنند در مبارزات انتخاباتی، تبلیغات خود را بیش‌تر معطوف به نقاط پرجمعیت‌تر کنند. در بین سه شهرستان حوزه انتخابیه بیش‌ترین وزن از نظر جمعیتی مربوط به شهرستان بیرجند است که حدود ۷۶٪ کل جمعیت حوزه را دربرمی‌گیرد، پس از آن شهرستان درمیان حدود ۱۶٪ و شهرستان خوسف ۸٪ جمعیت حوزه انتخابیه را تشکیل می‌دهند. همچنین نقطه شهری بیرجند به‌تنهایی نزدیک به ۶۰٪ جمعیت حوزه انتخابیه را تشکیل می‌دهد. شش نقطه شهری شهرستان‌های خوسف و درمیان مجموعاً ۹۵٪ جمعیت حوزه را تشکیل می‌دهند. ۷ نقطه شهری حوزه انتخابیه نزدیک به ۷۰٪ جمعیت حوزه را دربرمی‌گیرند. در دو شهرستان بیرجند و خوسف جمعیت شهری بسیار غلبه بر جمعیت روستایی دارد و در شهرستان درمیان علی‌رغم داشتن ۴ نقطه‌ی شهری، جمعیت روستایی بر جمعیت شهری غلبه دارد و داشتن شهرهای کم‌جمعیت و روستاهای پرجمعیت به‌عنوان یکی از

ویژگی‌های این شهرستان مرزی مدنظر نامزدها و برنامه‌ریزان انتخاباتی آن‌ها بوده است. وزن جمعیتی حوزه‌های فرعی و نقاط شهری در نتایج آرای کسب‌شده‌ی نامزدها نیز نمایان است، به‌طوری‌که همه‌ی نامزدها بیشتر از ۶۰٪ آرای خود را از شعب شهرستان بیرجند به دست آورده‌اند (شکل ۶).



شکل ۶) ترکیب جغرافیایی آرای مکتسبه هر نامزد در حوزه انتخابیه (به درصد)

تحلیل خاستگاه حزبی نامزدها بر میزان آرای آنان

دو جناح مهم سیاسی کشور در دهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی، فهرست نامزدهای موردحمایت خود را اعلام نمودند. اصول‌گرایان فهرستی تحت عنوان "ائتلاف بزرگ اصول‌گرایان" و اصلاح‌طلبان تحت عنوان "ائتلاف فراگیر اصلاح‌طلبان". در فهرست اصلاح‌طلبان صرفاً برای دو حوزه انتخابیه در خراسان جنوبی نامزد معرفی شده بود. اصول‌گرایان نیز برای سه حوزه انتخابیه در خراسان جنوبی نامزد معرفی کرده بودند. نتایج آرا موفقیت اصول‌گرایان را در تصاحب کرسی‌های حوزه‌های انتخابیه خراسان جنوبی نشان داد به‌طوری‌که سه فرد فهرست اصول‌گرایان در سه حوزه انتخابیه استان راهی مجلس شورای اسلامی شدند (جدول ۶).

جدول ۶) رقابت فهرست‌های انتخاباتی در حوزه‌های انتخابیه استان خراسان جنوبی

(دهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی)

حوزه انتخابیه	نامزدهای موردحمایت فهرست ائتلاف بزرگ اصولگرایان	نامزدهای موردحمایت فهرست ائتلاف فراگیر اصلاح‌طلبان	نتیجه
بیرجند، درمیان و خوسف	محمدباقر عبادی	حمید آیتی	محمدباقر عبادی (ائتلاف بزرگ اصولگرایان)
قاینات و زیرکوه	فرهاد فلاحتی	علی اسماعیلی	فرهاد فلاحتی (ائتلاف بزرگ اصولگرایان)
نهبندان و سربیشه	نظر افضلی	-	نظر افضلی (ائتلاف بزرگ اصولگرایان)
فردوس سراپان طبس و بشرویه	-----	-	محمد رضا امیرحسنخانی (مستقل)

در چند دوره اخیر انتخابات مجلس شورای اسلامی، در اغلب موارد کرسی‌های حوزه‌های انتخابیه استان به‌طور عام و حوزه انتخابیه بیرجند، درمیان و خوسف به‌طور خاص در اختیار اصول‌گرایان قرار داشته است. اما به نظر می‌رسد پایگاه مستحکم اصول‌گرایان در این حوزه با تزلزل روبه‌رو شده است. به‌طوری‌که پیروزی نامزدهای اصول‌گرای منتخب این دوره (عبادی) با اختلاف آرای ۵۱۲ رأی با نفر دوم رقم خورد.

لازم به ذکر است که آرای زادگاهی شهرستان خوسف و برخی شعب خاص کمک فراوانی در پیروزی فرد منتخب کرد. نکته مهم این‌که در مجموع آرای دو شهرستان پرجمعیت بیرجند و درمیان، ایشان نفر دوم و بازنده نتایج به شمار می‌آمد.

عبادی و مجیدی، نامزدهای مشترک و نفرات اول و دوم در کسب نتایج آرای دوره‌های نهم و دهم انتخابات بوده‌اند. در نهمین دوره انتخابات، رقابت اصلی بین عبادی و مجیدی بود که در نهایت عبادی توانست با کسب ۶۵۳۴۲ رأی معادل ۴۲٪ آراء به مجلس شورای اسلامی راه یابد اما در دهمین دوره انتخابات ایشان تنها با کسب ۵۹۳۶۱ رأی و معادل ۳۴٪ آرا و تنها با اختلاف ۵۱۲ رأی بیش‌تر به مجلس شورای اسلامی راه پیدا کرد.

مجیدی نیز که در نهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی موفق به کسب ۵۴۱۸۹ رأی معادل ۳۵٪ آراء شده بود، در دوره دهم توانست ۵۸۸۴۹ رأی را کسب نماید که از نظر تعداد

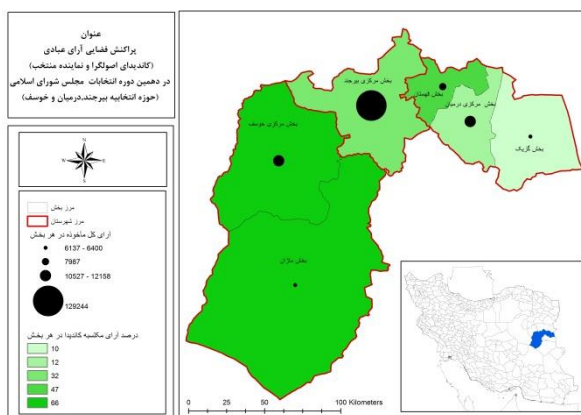
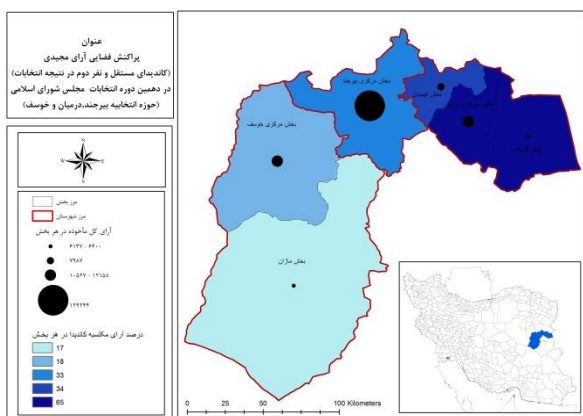
آرای کسب‌شده، آرای وی ۴۶۶۰ رأی افزایش داشته است. آرای عبادی از نظر تعداد ۵۹۸۱ رأی و از نظر درصد ۸٪ کاهش نسبت به دوره نهم را نشان می‌دهد. از طرفی می‌توان گفت میزان اقبال و گرایش به نامزدهای حزبی در این حوزه رو به کاهش است و نامزدهای کارآمد و مجرب نیز اگر کارنامه‌ی قابل قبولی داشته باشند، می‌توانند در کسب اقبال مردمی موفق باشند.

از نکات مهم دیگر، عدم اقبال نامزد مورد حمایت اصلاح‌طلبان در این دوره از انتخابات بود که تنها توانست کم‌تر از ۱۹٪ آرا را تصاحب نماید و در نوع خود شکست سنگینی برای نامزدهای مورد حمایت رسمی یک جناح مهم سیاسی کشور به شمار می‌آید. این عدم اقبال نیازمند آسیب‌شناسی از سوی فعالان حزبی اصلاح‌طلب در این حوزه است؛ که یکی از دلایل آن، وجود رقیب قدرتمند مستقلی بود که می‌توانست بخشی از آرای اصلاح‌طلبی را نیز به سبد خود سرازیر نماید. به‌طوری‌که طیف حامیان مجیدی را طیفی متنوع از اصول‌گرایان و اصلاح‌طلبان تا افراد فاقد گرایش سیاسی خاص تشکیل می‌داد. نکته مهم دیگر تعدد حضور نامزدها با مشی اصول‌گرایی و اصلاح‌طلبی است که بعضاً باعث تشتت آرا می‌گردید که در صورت ایجاد وحدت و همدلی و در نظر گرفتن منافع حزبی و کناره‌گیری نفراتی که با اقبال عمومی کم‌تری مواجه هستند، هر دو جناح سیاسی امکان موفقیت بیش‌تری داشت.

نامزدهای اصول‌گرا و به‌خصوص نماینده منتخب در شعب سیار که عمدتاً روستاهای کم‌جمعیت و مراکز نظامی و انتظامی و پادگان‌ها را شامل می‌شود، با اقبال بیش‌تری نسبت به نامزدهای مستقل و اصلاح‌طلب روبه‌رو بوده‌اند. سه نفر اول این انتخابات در شعب سیار حوزه انتخابیه به ترتیب عبادی (اصول‌گرا) ۲۳۱۴۷ رأی، مجیدی (مستقل) ۱۸۰۳۰ رأی و آیتی (اصلاح‌طلب) ۶۱۶۹ رأی کسب نموده‌اند. در شعب ثابت که معمولاً در نقاط شهری و روستاهای پرجمعیت استقرار داشته‌اند، به ترتیب مجیدی (مستقل) ۴۰۸۱۹ رأی، عبادی (اصول‌گرا) ۳۶۲۱۴ رأی و آیتی (اصلاح‌طلب) ۲۶۵۱۳ رأی کسب نموده‌اند. این مسأله در کنار توجه به ویژگی‌های جمعیتی روستاها و شهرهای حوزه انتخابیه، از جمله هرم سنی پیرتر جمعیت روستاها نسبت به شهرها و

سطح بالاتر میزان سواد و تحصیلات در مناطق شهری نسبت به روستاها بیان‌کننده پایگاه‌های جمعیتی و جغرافیایی هرکدام از جناح‌های سیاسی و نامزدها است.

در بین سه شهرستان حوزه انتخابیه، شهرستان خوسف پایگاه مستحکم‌تری برای نامزدهای اصول‌گرا به شمار می‌رود و این ویژگی در بررسی نتایج انتخابات مختلف مجلس و ریاست جمهوری در این شهرستان کاملاً مشهود است. در دوره نهم نیز نامزدهای منتخب که اصول‌گرا و مورد حمایت رسمی ائتلاف اصولگرایان بود بیش از ۶۵٪ آرای این شهرستان را کسب نمود.



از نظر تعداد شعب مستقر در اماکن آموزشی تعداد ۶۴ شعبه و شعب مستقر در اماکن مذهبی ۲۳ شعبه و سایر شعب شامل شعبه‌های سیار یا مستقر در سایر ادارات و نهادهای دولتی ۱۱۴ شعبه بوده‌اند. این باور که افراد معتقد مذهبی با نگاه تکلیفی به انتخابات می‌نگرند، موجب شده تا ایشان با قصد قربت مکان‌های مذهبی را برای شرکت در انتخابات برگزینند و گرایش آن‌ها بیش‌تر به نامزدهای اصول‌گرا باشد.

عبادی به‌عنوان نماینده‌ی منتخب از مجموع ۵۹۳۶۱ رأی مکتسبه، تعداد ۱۰۷۹۸ رأی معادل ۱۸/۱۹٪ آرای خود را از شعب مستقر در مکان‌های مذهبی، ۲۱۴۹۷ رأی (معادل ۳۶/۲۱٪) را از شعب مستقر در مکان‌های آموزشی و تعداد ۲۷۰۶۶ رأی (معادل ۴۵/۵۹٪) را از سایر شعب به دست آورده است.

مجیدی از مجموع ۵۸۸۴۹ رأی خود ۱۰۹۴۲ رأی معادل ۱۸/۵۹٪ را از شعب مستقر در مکان‌های مذهبی، ۲۶۹۲۷ رأی معادل ۴۵/۷۵٪ را از شعب مستقر در مکان‌های آموزشی و باقیمانده (۲۰۹۸۰ رأی)، معادل ۳۶/۶۵٪ آرایش را از سایر شعب به دست آورده است.

آیتی به‌عنوان نفر سوم و نامزد مورد حمایت اصلاح‌طلبان نیز ۱۸/۵۳٪ آراء خود را از شعب مستقر در مکان‌های مذهبی، ۵۴/۴٪ در شعب مستقر در مکان‌های آموزشی و باقیمانده معادل ۲۹/۹٪ را سایر شعب کسب کرده است.

مقایسه‌ی این آمارها نشان می‌دهد که هر سه نفر اول انتخابات با گرایش‌های سیاسی مختلف، در شعب مستقر در اماکن مذهبی از اقبال یکسانی برخوردار بوده‌اند و این موضوع این فرض را که اصول‌گرایان بیش‌تر تمایل به حضور در شعب مستقر در مکان‌های مذهبی دارند را رد می‌کند. در شعب مستقر در اماکن آموزشی نامزدهای مستقل و اصلاح‌طلب نسبت به نامزدهای اصول‌گرا از توفیق بیش‌تری برخوردار بوده‌اند و در سایر شعب که شامل شعب سیار و شعب مستقر در سایر اماکن از جمله مراکز نظامی و انتظامی و پادگان‌ها بوده است، عبادی (نامزدهای اصول‌گرا) با شانس بیش‌تری مواجه بوده است.

یکی از ویژگی‌های حوزه‌های انتخابیه مرزی با شهرهایی با کارکرد نظامی و دانشگاهی، تعداد قابل توجه آرای افراد غیربومی است که بنا به دلایلی از جمله خدمت سربازی، تحصیل در دانشگاه و ... به‌طور موقت در این حوزه ساکن می‌شوند. حال اگر هر چه سهم این افراد از جمعیت و آرا بیش‌تر باشد، تأثیرگذاری آن در نتایج انتخابات بیش‌تر می‌گردد. درصد آرای غیربومی در این حوزه انتخابیه حدود ۸ تا ۱۰ هزار رأی برآورد می‌گردد. نزدیک ۸۰۰۰ رأی فقط از صندوق‌های مستقر در دانشگاه‌ها و خوابگاه‌های دانشجویی و مراکز نظامی و انتظامی اخذ گردیده است.

از شعب مستقر در مراکز دانشگاهی که عمده آن را آرای دانشجویان غیربومی تشکیل می‌دهد، مجموعاً ۲۰۴۶ رأی اخذ شده است. نکته جالب توجه پررنگ بودن گرایش سیاسی در آرای این اماکن است به‌طوری‌که در این شعب به ترتیب آیتی (نامزدهای اصلاح‌طلب) با ۷۴۳ رأی، عبادی اصولگرا با ۵۶۵ رأی و مجیدی به‌عنوان نامزدهای مستقل فقط ۴۴۸ رأی کسب نموده است. همچنین نتایج این شعب حاکی است که گرایش دانشجویان حوزه انتخابیه به‌سوی اصلاح‌طلبان است.

شعب مستقر در مراکز نظامی و انتظامی و پادگان‌ها از جمله شعب تعیین‌کننده نتیجه انتخابات در این حوزه انتخابیه بود؛ در واقع، نتایج این شعب، به‌نوعی نتیجه نهایی انتخابات را رقم زد. به‌جز شعب مراکز نظامی و انتظامی و پادگان‌ها، نتایج تمامی شعب به نفع مجیدی بود؛ اما ۵۷۹۷ رأی اخذشده در این شعب، نتیجه را ناگهان به نفع عبادی تغییر داد. در این شعب به ترتیب عبادی ۲۳۳۷ رأی و مجیدی ۱۳۲۴ رأی را کسب کردند. در این شعب نماینده منتخب تعداد ۱۰۱۳ رأی بیشتر نسبت به نفر دوم به دست آورد و در نهایت هم فرد منتخب صرفاً با ۵۲۱ رأی بیش‌تر کرسی نمایندگی این حوزه را تصاحب کرد. نتایج این شعب همچنین حاکی از گرایش بیش‌تر رأی‌دهندگان این‌گونه شعب به نامزدهای اصول‌گرا بوده است.

بحث و نتیجه گیری

پس تأثیر عامل زادگاه/ زادبوم در موفقیت نامزدها به تأیید رسید. همه نامزدها در زادگاه خود از موفقیت بیش‌تری برخوردار بودند. بر اساس تحلیل جغرافیایی نتایج آراء، اصول‌گرایان در مناطق روستایی و شعب سیار از اقبال بیشتری برخوردار بودند و اصلاح‌طلبان و مستقلین پایگاه نسبتاً مستحکم‌تری در مناطق شهری و شعب ثابت داشتند. نتایج شعب مستقر در اماکن مذهبی و نظامی بیش‌تر به نفع اصول‌گرایان، و شعب مستقر در اماکن آموزشی بیش‌تر به سمت اصلاح‌طلبان و نامزدهای مستقل گرایش داشته است. با توجه به رقابت تنگاتنگ، آرای غیربومی در این دوره بسیار تعیین‌کننده و تأثیرگذار بود. نامزدهای اصول‌گرا در جذب آرای پادگان‌ها، و نامزدهای اصلاح‌طلب در جذب آرای دانشجویی موفق‌تر بودند. اهمیت وزن مکانی شهرستان‌های حوزه انتخابیه به تأیید رسید؛ به‌طوری‌که نزدیک ۷۵٪ آرای اخذشده مربوط به شهرستان بیرجند و به‌خصوص شهر بیرجند بود. همچنین همه نامزدها بیش از ۶۰٪ آرای خود را از شعب این شهرستان به دست آورده‌اند. پس اهمیت وزن مکانی در بسیاری از پژوهش‌های حوزه جغرافیای انتخابات به تأیید رسیده است. برخلاف نتایج انتخاباتی در مقیاس ملی در ایران، ازجمله انتخابات ریاست جمهوری که معمولاً آرای اهل سنت به سبد رأی اصلاح‌طلبان ریخته می‌شود، در انتخاباتی با مقیاس محلی مانند مجلس، لزوماً آرای اهل سنت به سبد اصلاح‌طلبان ریخته نمی‌شود. مثلاً در این دوره نامزدهای مستقل در جذب آرای اهل سنت موفق‌تر بوده است.

پیشنهاد می‌گردد برای تحقق اصل انتخابات عادلانه، در توزیع جغرافیایی شعب سیار و ثابت اخذ رأی در شهرستان‌ها و حوزه‌های فرعی انتخابات، شاخص‌های جغرافیایی و جمعیتی رعایت گردد. نیز برای احترام به اصل جمهوریت و افزایش اعتماد عمومی و بالارفتن میزان مشارکت و اصل انتخابات آزاد و عادلانه، سیستم‌های نظارتی برای شعب مستقر در اماکن با آرای غیربومی حساسیت بیش‌تری نشان دهند تا تردیدی در نتیجه‌ی آرای این‌گونه شعب به وجود نیاید و اعتماد عمومی خدشه‌دار نگردد.

تحلیل جغرافیایی نقشه‌های انتخاباتی یکی از رویکردهای مطالعاتی حوزه جغرافیای انتخابات است. در این مطالعات با تحلیل کارتوگرافیکی نقشه‌های انتخاباتی و تحلیل دقیق آمار و اطلاعات مربوطه، می‌توان به نتایج قابل توجهی دست یافت که کمک زیادی به انتخاب راهبردی انتخاباتی درست برای نامزدهای انتخابات بعدی خواهد بود. حوزه انتخابیه بیرجند، در میان و خوسف نیز از این قاعده مستثنا نبوده و با مطالعه‌ی عمیق در این حوزه و تجزیه و تحلیل آمار و اطلاعات به دست آمده از انتخابات مختلف نتایج قابل توجهی در ارتباط با رفتار رأی‌دهی و نقشه انتخاباتی این حوزه در دهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی استخراج شده است. ضمناً به دلیل رقابت اصلی دو دوره اخیر در این حوزه بین نامزدهایی اصول‌گرا و نامزدهایی مستقل، نتایج آرای دو نامزدهای در دو دوره مورد بررسی و مقایسه قرار گرفته است.

نتایج و یافته‌های تحقیق حاضر حاکی از آن بوده که در مرکز حوزه انتخابیه شهر بیرجند بیش‌ترین رقابت بین سه نامزدهایی اول در جریان بوده است و نفر اول و دوم انتخابات رقابتی پایاپای داشته‌اند. اما تحلیل نقشه‌های پراکنش فضایی آرای نامزدها حاکی از آن است که هر چه از مرز و شرق به سمت غرب و کویر و زادگاه نامزدهای اصول‌گرا نزدیک می‌شویم، درصد آرای نامزدها افزایش می‌یابد. و این نشان‌دهنده‌ی تأثیر آرای زادگاه/زادبوم و همچنین قوت پایگاه رأی اصول‌گرایان در مناطق روستایی و بخش‌هایی است که بیش‌ترین شعب سیار را داشته‌اند. این در صورتی است که نامزدهای مستقل و اصلاح‌طلبان در شهرها و بخش‌هایی که شعب ثابت بیش‌تر بوده، با نتیجه‌ی بهتری روبه‌رو بوده‌اند. درست برخلاف الگوی پراکنش آرای عبادی (اصول‌گرا و نفر اول)، درصد آرای مجیدی (مستقل و نفر دوم) از غرب و کویر به سمت شرق و مرز افزایش می‌یابد.

در مورد اهمیت زادگاه و زادبوم در کسب آرا باید گفت نامزدها در شهرستان زادگاه خود نسبت به سایر شهرستان‌ها از شانس بیشتری برخوردارند. شهرستان خوسف زادبوم نامزدهایی منتخب و شهرستان بیرجند و بخش قدیمی در میان در تقسیمات سیاسی گذشته، زادبوم نفر دوم انتخابات است. شهرستان بیرجند همچنین زادبوم نفر سوم انتخابات نیز است. اهمیت آرای زادبوم در این

دوره بیش‌تر ملموس بود زیرا فرد منتخب در دو شهرستان پرجمعیت بیرجند و درمیان در جایگاه دوم از نظر تعداد آرا قرار داشت اما با احتساب آرای شهرستان خوسف که ۶۵٪ آرای آن به فرد منتخب اختصاص داشت، نتیجه نهایی به نفع نامزدهای وی خورد.

پس می‌توان گفت بین سه شهرستان این حوزه، اهمیت زادگاه و توجه به نامزد بومی نزد ساکنان شهرستان خوسف اهمیت بیش‌تری داشته است. البته در اقبال نماینده منتخب، پایگاه اجتماعی و معنوی خاندان عبادی، سابقه‌ی نمایندگی فرد منتخب و خاندان او را نباید نادیده انگاشت. آرای اهل سنت حوزه انتخابیه بیش‌تر به سبد نامزد مستقل واریز شده است، در شهرستان درمیان که بیش‌تر جمعیت آن را اهل سنت تشکیل می‌دهند، نامزدهای مستقل بیش از ۵۰٪ آرا را کسب نموده است. جالب توجه است که در بین سه بخش شهرستان درمیان، بخش قهستان با جمعیتی غالباً شیعه، رفتار انتخاباتی متفاوتی از دو بخش مرکزی و گزیک که غالباً سنی‌نشین هستند، داشته است. به‌طوری‌که در دو بخش مرکزی و گزیک نامزدهای مستقل بیش‌ترین آراء را کسب نموده و در بخش شیعه‌نشین نامزدهای اصولگرا حائز بیش‌ترین رأی گردیده است.

لازم به ذکر است که الگوی رأی‌دهی اهل سنت در انتخابات محلی و مجلس از الگوی رفتاری آن‌ها در انتخابات ملی مانند ریاست جمهوری که بیش‌تر به سمت اصلاح‌طلبان گرایش دارد، تبعیت نمی‌کند و معمولاً در انتخاباتی با مقیاس محلی مانند انتخابات مجلس، اهل سنت به فردی رأی می‌دهند که از طرف شورای بزرگان و نخبگان مذهبی و فکری اهل سنت تأیید و حمایت شده باشد. بررسی اماکن انتخاب‌شده جهت استقرار شعب رأی‌نشان داد که اصلاح‌طلبان در شعب مستقر در مکان‌های آموزشی و اصولگرایان در شعب مستقر در مکان‌های نظامی و مذهبی با اقبال بیشتری روبه‌رو بوده‌اند. در کسب آرای غیربومی دو نامزد اصولگرا و اصلاح‌طلب موفق‌تر از نامزدهای مستقل بوده‌اند. در شعب مستقر در خوابگاه‌های دانشجویی و دانشگاه‌ها نامزدهای اصلاح‌طلب بیش‌ترین آراء را کسب نموده است و در شعب مستقر در مراکز نظامی و انتظامی، پادگان‌ها و زندان، این نامزدهای اصولگرا بوده است که با فاصله زیادی حائز بیش‌ترین آراء شده است به‌طوری‌که این آراء نقش مهمی در پیروزی فرد منتخب ایفا کرده است. در یک جمع‌بندی

کلی می‌توان گفت نقشه انتخاباتی هر حوزه نقشی اساسی در انتخاب راهبردی درست توسط احزاب سیاسی و نامزدها در انتخابات دارد؛ چراکه با بهره‌گیری از آن می‌توانند نسبت به شناسایی پایگاه‌های رأی، الگوهای متفاوت رفتار رأی‌دهی در حوزه انتخابیه و جوامع و اقشار مختلف و شناسایی نقاط قوت و ضعف اقدام نمایند و بر اساس آن، راهبردی‌های آینده‌ی خود را تدوین نمایند.

منابع

- استانداری خراسان جنوبی (۱۳۹۴). انتخابات پنجمین دوره مجلس خبرگان رهبری و دهمین دوره مجلس شورای اسلامی در استان خراسان جنوبی. بیرجند: استانداری خراسان جنوبی، معاونت سیاسی - امنیتی و اجتماعی، دفتر امور سیاسی و انتخابات.
- ایوبی، حجت‌الله (۱۳۷۷). "تحلیل رفتار انتخاباتی رأی دهندگان". *اطلاعات سیاسی-اقتصادی*، دوره ۴، ش ۱۳۶-۱۳۷ (زمستان): ۱۰۰-۱۱۱.
- پیشگاهی فرد، زهرا (۱۳۷۲). "جغرافیای انتخابات". *فصلنامه پژوهش‌های جغرافیایی*، دوره ۳۳، پیاپی ۱۴۲۵ (تیر): ۴۳-۶۶.
- _____ (۱۳۸۰). "انتخابات و پویش جغرافیایی آن در سیستان و بلوچستان". *مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران*، دوره ۴۸، ش ۱۶۰ (زمستان): ۱۶۱-۱۷۸.
- پیشگاهی فرد، زهرا؛ شوشتری، محمدجواد (۱۳۸۷). "مبانی جغرافیایی خاستگاه آراء مردم در هشتمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی". *فصلنامه ژئوپلیتیک*، سال چهارم، ش ۲ (تابستان): ۱۰۹-۱۳۰.
- تایلور، پی. جی؛ جانستون، آر. جی. (۱۳۸۶). *جغرافیای انتخابات*. مترجمان زهرا پیشگاهی فرد و رسول اکبری. تهران: قومس.
- حافظ‌نیا، محمدرضا؛ کاویانی‌راد، مراد (۱۳۹۲). *افق‌های جدید در جغرافیای سیاسی*. تهران: سمت.
- دارابی، علی (۱۳۸۸). "بنیان‌های نظری رفتار انتخاباتی شهروندان در جمهوری اسلامی ایران". *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، سال شانزدهم، ش ۱ (بهار): ۳۷-۹.
- سیدامامی، کاووس؛ عبدالله، عبدالمطلب (۱۳۸۸). "عوامل مؤثر بر مشارکت شهروندان در انتخابات ریاست جمهوری و مجلس (مطالعه موردی: شهر تهران)". *پژوهشنامه علوم سیاسی*، دوره ۴، ش ۱۶ (پاییز): ۱۰۹-۱۴۶.

- شکوهی، حسین (۱۳۷۴). *جغرافیای کاربردی و مکاتب جغرافیایی*. تهران: آستان قدس رضوی، به نشر.
- عبدی، عطاءالله؛ ضیائیان فیروزآبادی، پرویز؛ خدائی، بهرام علی (۱۳۹۳). "تحلیل فضایی- مکانی تهدیدات شهری صندوق های اخذ آراء با استفاده از GIS (مورد مطالعه: شهر زنجان)". در: مجموعه مقالات برگزیده هفتمین کنگره انجمن ژئوپلیتیک ایران (جغرافیای سیاسی شهر). تهران: انجمن ژئوپلیتیک ایران، با همکاری شهرداری تهران: ۱-۱۲.
- کاویانی راد، مراد (۱۳۹۳). *جغرافیای انتخابات با تأکید بر انتخابات ریاست جمهوری در ایران*. تهران: دانشگاه خوارزمی.
- گلابچی، محمد (۱۳۸۴). "نقش پندارهای جناحی در رفتار انتخاباتی". *اطلاعات سیاسی- اقتصادی*، دوره ۶، ش ۲۱۵-۲۱۶ (تابستان): ۱۴۸-۱۶۳.
- مجتهدزاده، پیروز (۱۳۸۱). *جغرافیای سیاسی و سیاست جغرافیایی*. تهران: سمت.
- مختاری هشی، حسین؛ ابوالحسنی، عاطفه (۱۳۹۳). "تحلیل پراکنش فضایی شعب اخذ رأی در شهر اصفهان (مطالعه موردی: مناطق هفت، دوازده و چهارده شهری)". در: مجموعه مقالات برگزیده هفتمین کنگره انجمن ژئوپلیتیک ایران (جغرافیای سیاسی شهر). تهران: انجمن ژئوپلیتیک ایران، با همکاری شهرداری. تهران: ۴۳-۶۰.
- مطالعات طرح آمایش سرزمین استان خراسان جنوبی (۱۳۹۷). بیرجند: استانداری خراسان جنوبی، معاونت توسعه مدیریت و توسعه انسانی.
- نظریان، اصغر؛ قورچی، مرتضی؛ بخشی، حمید (۱۳۹۰). "تحلیل فضایی- مکانی صندوق اخذ آراء در منطقه ۱۵ شهر تهران با کمک G.I.S". *فصلنامه جغرافیایی سرزمین*، دوره هشتم، ش ۲۹ (بهار): ۲۵-۳۵.

تأثیرات جنگ جهانی دوم در وضعیت اجتماعی - اقتصادی خراسان

هادی وکیلی^۱

شادی حاجی‌زاده سعدآباد^۲

نازنین حاجی‌زاده سعدآباد^۳

نوع مقاله: علمی - ترویجی

شماره صفحه: ۱۲۱-۱۴۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۲/۹

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۵/۱۵

چکیده

هم‌زمان با آغاز جنگ جهانی دوم، ایران بی‌طرفی خود را در این جنگ اعلان کرد؛ اما دولت‌های متفق با بهانه حضور جاسوسان آلمانی در ایران، در شهریورماه ۱۳۲۰ به ایران وارد شدند. این جنگ همان‌گونه که در اروپا سبب تحولات و زیرورویی اوضاع اجتماعی و اقتصادی شده بود، به حوادث و دگرگونی‌هایی در ایران و بویژه در خراسان نیز منجر گردید. خراسان به دلیل جایگاه ویژه نظامی و داشتن مرز مشترک با شوروی، مورد توجه دولت‌های متفق قرار گرفت که به نفوذ هرچه بیش‌تر نیروهای انگلیس و شوروی در خاک این منطقه انجامید و پیامدهای بدون جبرانی نیز به همراه داشت. هدف اصلی این مقاله، بررسی پیامدهای جنگ جهانی دوم بر وضعیت اجتماعی و اقتصادی خراسان می‌باشد که به روش توصیفی - تحلیلی صورت گرفته است. این

۱. دانشیار گروه تاریخ دانشکده ادبیات و علوم انسانی دکتر علی شریعتی دانشگاه فردوسی مشهد Vakili355@yahoo.com

۲. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد تاریخ ایران اسلامی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دکتر علی شریعتی دانشگاه فردوسی مشهد، نویسنده مسؤول sh.haji1372@gmail.com

۳. دانشجوی کارشناسی تاریخ، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دکتر علی شریعتی دانشگاه فردوسی مشهد n.sadabad.1377@gmail.com

نوشتار، در پی یافتن پاسخ این پرسش است که اشغال ایران از سوی متفقین در جنگ جهانی دوم، چه تأثیری بر وضعیت اجتماعی و اقتصادی مردم خراسان داشته است؟ به نظر می‌رسد اشغال ایران، موجب افزایش مشکلات و نابه‌سامانی‌های اجتماعی و اقتصادی خراسان شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که پس از اشغال ایران، ناهنجاری‌های اجتماعی و شرایط نامناسب اقتصادی از جمله راهزنی، اعتیاد، ناامنی، گسترش بیماری‌های گوناگون و گرانی در سراسر استان‌ها رشد چشم‌گیری و محسوسی یافته است. وجود این مشکلات و نابه‌سامانی‌ها، خود معلول عواملی گسترده می‌باشد که در این نوشتار به آن‌ها اشاره خواهد شد. تاریخ‌نگاران، همواره در پژوهش‌های تاریخی خود، جنگ جهانی دوم را با نگاهی سیاسی یا نظامی مورد بررسی قرار داده‌اند؛ در حالی که آسیب پیامدهای این جنگ به بدنه اجتماعی و اقتصاد جامعه آن روز ایران، بسیار بیش‌تر بوده است.

واژگان کلیدی: خراسان، وضعیت اجتماعی و اقتصادی، جنگ جهانی دوم، متفقین

مقدمه

جنگ جهانی دوم در سال ۱۹۳۹م./۱۳۱۸ش.، با حمله آلمان به لهستان آغاز شد و تا سال ۱۹۴۵م. ادامه یافت. دولت ایران هم‌زمان با آغاز جنگ، اعلام بی‌طرفی کرد اما با گسترده‌ی مرزی ایران و شوروی و اهمیت خراسان برای انگلیس و روس برای نیروهای متفق، حضور آنان در ایران ناگزیر شد؛ و سرانجام دو کشور انگلیس و شوروی به بهانه حضور جاسوسان آلمانی در ایران، کشور را به اشغال نظامی خود درآوردند.

پژوهش‌های تاریخی همواره جنگ جهانی دوم و تأثیرات آن را از دیدگاه سیاسی مورد ارزیابی قرار داده‌اند؛ اما مسایل اجتماعی و اقتصادی، هرگز از سیاست جدا نیست. دولت‌های استعمارگری چون انگلیس و شوروی نیز از طریق چیرگی بر دیگر کشورها و ناتوان کردن ارکان اجتماعی و اقتصادی آن‌ها توانسته‌اند به اهداف و مقاصد سیاسی خود دست یابند.

اشغال ایران عوارض و پیامدهای گوناگونی چون گرانی، افزایش فقر، ناامنی و خرابی اوضاع بهداشتی را به همراه داشت. استان خراسان نیز که در شمال شرقی ایران واقع شده، از این عوارض و پیامدها مصون نماند. طی سال‌های ۱۳۲۰-۱۳۲۶ش، مشکلات بسیاری به این استان پهناور هجوم آورد و موجب ناکارآمدی بنیان‌های اجتماعی و اقتصادی شد.

چیستی و چگونگی پیامدهای اجتماعی و اقتصادی جنگ جهانی دوم برای استان خراسان، پرسشی است که نگارنده با روشی توصیفی، تحلیلی و به شیوه گردآوری اطلاعات از راه گفت‌وگو و مطالعه منابع کتابخانه‌ای و مطبوعات استان قدس رضوی در پی پاسخ بدان خواهد بود.

پیشینه پژوهش

تاکنون کتاب و مقاله‌ای نتوانسته در خصوص پیامدهای جنگ جهانی دوم بر وضعیت اجتماعی و اقتصادی خراسان طی سال‌های اشغال (۱۳۲۰-۱۳۲۶ش) مطالب مرتبط با محتوای این مقاله را پوششی فراگیر دهد؛ بااین‌حال، برخی از کتب و پژوهش‌ها اشاراتی کوتاه و پراکنده به این مسأله داشته‌اند.

الهی (۱۳۸۰) در کتاب *روزنامه و روزنامه‌نگاری در خراسان*، اشاره‌ای کلی به رقابت بین انگلیس و روس در ایران و مشکلات اجتماعی و اقتصادی آن کرده است. استوارت^۱ (۱۳۷۰) نیز در کتاب *آخرین روزهای رضاشاه توضیحاتی را در مورد ورود نیروهای شوروی به ایران*، و جلالی در کتاب *تقویم روزشمار ایران*، اطلاعات درخوری از چگونگی ورود ارتش شوروی به خراسان به خواننده ارایه می‌دهد. نیز جلد پنجم اسنادی از اشغال ایران در جنگ جهانی دوم از مرکز پژوهش و اسناد ریاست جمهوری این‌گونه است که مورد اشاره نگارنده می‌باشد.

همین پراکندگی و تکراری بودن اطلاعات موجود باعث شد تا نگارنده برای ارایه اطلاعات جزیی و دقیق‌تر وضعیت خراسان، از روزنامه‌هایی چون ندای خراسان، راستی، اطلاعات، آزادی و نور خراسان و دیگر مطبوعات نیز بهره‌برد.

اوضاع سیاسی - اجتماعی خراسان

هجوم قوای اشغال گر متفقین به ایران، تأثیرات ژرفی بر اوضاع سیاسی و اجتماعی ایران برجای گذاشت و آن را به یکی از مهم ترین دوره های تاریخی ایران تبدیل کرد. اگر چه شیرینی برداشته شدن سایه ی سنگین استبداد و خفقان از دوش مردم، موجب شده بود تا آن ها برای مدتی کوتاه نفسی به راحتی بکشند؛ با ورود قوای روس و انگلیس، این حلاوت به سرعت و برای سال ها به تلخ کامی انجامید. در این میان، خراسان نیز مانند دیگر نواحی ایران دستخوش مشکلات بسیار گردید؛ بویژه که مورد تجاوز خشونت بار نیروهای شوروی قرار گرفته و بدبختی، نداری، ناامنی، دزدی، کمبود مواد غذایی و سهمیه بندی کالاهای ضروری مثل نان، مشکلات مردم خراسان و مشهد را دوچندان کرده بود.

«مهم ترین مسأله ای که در دوره اشغال توده های مردم را به رنج و تعب انداخت، مسأله قحطی نان و غله بود. این موضوع، به مرور خود را نشان داد تا آن جا که دولت در آغاز سال ۱۳۲۱ ش. مجبور به توزیع کوپن قند و شکر و ارزاق عمومی شد. این کمبود حتی شامل حال دولت مردان و رجال سیاسی گردید؛ به طوری که حسن اسفندیاری، رئیس مجلس شورای ملی، برای رفع این کمبود دستور داد در باغ بهارستان سیب زمینی و حبوبات بکارند. هم چنین دولت در اردیبهشت ۱۳۲۱ ش. ممنوعیت صدور حبوبات، غلات و گوشت را تصویب کرد. در مناطق دور از مرکز اوضاع نابسامان تر بود. چنان چه در خراسان به مرز قحطی رسید. از همین رو، کارگزاران حکومت مجبور به خرید غله و آرد از متفقین شدند» (محمدی و کریمی، ۱۳۹۰: ۱۲).

خراسان به دلیل جو خفقانی که در عصر رضاشاه پهلوی بر آن حاکم بود، از پیشرفت های اقتصادی و فرهنگی و سیاسی باز ماند. در آغاز سال ۱۳۲۰ ش. و در شانزدهمین سال سلطنت پهلوی اول، هنوز بیش تر نقاط آن از لحاظ اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی در انزوای نسبی به سر می بردند (الهی، ۱۳۸۲: ۳۸).

با کشیده شدن جنگ به مرزهای ایران و تهاجم قوای اشغال گر به خراسان، هرج و مرج گسترده ای در این استان ایجاد گردید. این شرایط در جامعه بدون سازمان های سیاسی آن زمان، مشکلات فراوانی به جا گذاشت که در پی آن، بی ثباتی سراسر خراسان را فراگرفت.

اگرچه جنگ جهانی دوم مشکلاتی نیز به وجود آورده بود، مردم از سقوط پهلوی اول شادمان بودند. مردم و جوانان پرشور سروده ها و جمله های طنزی را با زغال و به خط درشت، بر دیوارها و درهای چوبی خانه ها و دکان ها می نوشتند مانند:

«پهلوی را بردند، پسرش مانده	شمس را هم بردند، اشرفش مانده
سربازها رفتند، افسرش مانده	از لشکر شرق، دفترش مانده
روس ها اسبها را بردند، مهترش مانده	هنگ ژاندارمری، یک کمش مانده
از پاسگاه سرخس، سردرش مانده	نظمیه ی بیرجند، سردرش مانده
از مسلسل ها تق تقش مانده	از هواپیماها شهرش مانده»

(ماهوان، ۱۳۸۳: ۳۷۲).

در پی جنگ جهانی و سقوط رضا شاه، اوضاع اجتماعی و اقتصادی خراسان نیز همانند دیگر نقاط ایران «دچار بلوا و آشوب شده بود، کمیابی ارزاق عمومی و گسترش راهزنی و آزادی عمل دزدان، تاراج سرمایه های اجتماعی را در ابعاد گوناگون باعث گردیده بود. استقرار روس ها در این استان موجب شده بود که هر روز مشکلات جدیدی بروز کند؛ بویژه آن که اختلاف پنهان بین دو قدرت جهانی آن روز، یعنی اتحاد جماهیر شوروی و انگلستان، از زمان های دیرین در مورد خراسان وجود داشت» (الهی، ۱۳۸۰: ۵۷). از این رو هریک از آنان بر آن بود تا شرایط را به دلخواه خود، دگرگون سازد.

چنان که گفته شد، سقوط رضاشاه موجب به وجود آمدن آزادی سایه واری در ایران گردید. در خراسان پس از حادثه مسجد گوهرشاد، روحانیون در خراسان اجازه پوشیدن عبا و عمامه و برگزاری جلسات مذهبی نداشتند؛ که با سقوط رضاشاه، دوباره «عبا و عمامه از پستوها درآمد.

فعالیت و تظاهرات ممنوع شده مذهبی از سر گرفته شد و هیأت‌های سینه‌زنی به راه افتادند» (فیاض، ۱۳۸۱: ۹۲).

هجوم نیروهای شوروی به خراسان

پس از وقوع جنگ جهانی دوم، استان خراسان به خاطر شرایط راهبردی و هم‌مرزی و همسایگی با اتحاد جماهیر شوروی، در کانون توجه متفقین قرار گرفت؛ به گونه‌ای که دولت شوروی بار دیگر پس از چهار سال، اقدام به بازگشایی کنسول‌گری در مشهد نمود. چون خراسان به عنوان مهم‌ترین معبر برای ارسال کمک‌های متفقین به شوروی مطرح بود، این کشور (شوروی) به هر طریق ممکن در صدد کنترل اوضاع سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و حتی فرهنگی این استان برآمد (رادمنش، ۱۳۹۰: ۱۱۱-۱۱۲). به نظر می‌رسد شوروی به پایان جنگ و تقسیم خاورمیانه نیز فکر کرده بود تا از طریق تسلط بر خراسان راحت‌تر بتوانند به خواسته‌های بعدی خود، یعنی تسلط بر افغانستان و هند دست یابد. (تفرشیان، ۱۳۶۷: ۱۱)

تفرشیان آن وضعیت را این‌طور تشریح کرده است: «... صبح دکان‌ها طبق معمول باز بود، اما به محض این که یک نفر می‌گفت روس‌ها به طرق^۱ رسیده‌اند، یک‌مرتبه تمام دکان‌ها بسته می‌شد، بعد از نیم‌ساعت که می‌گفتند خبر دروغ بوده است، دکان‌ها باز می‌شد. هیچ‌کس نبود که این اجتماع بلا تکلیف را هدایت کند، تنها تلاشی که مأمورین باقی مانده‌ی دولت می‌کردند، این بود که کوشش داشتند خبازخانه (نانوایی)ها باز بماند تا مردم بتوانند نان خوراکی خود را به دست آورند. خانواده‌ها هم اکثراً بدون این که کسی دستوری داده باشد، شهر را ترک کرده بودند؛ این کار راهم فقط از روی غریزه‌ی حفظ ذات یا تصمیم شخصی انجام داده بودند. سرانجام در سحرگاه روز سوم شهریورماه ۱۳۲۰ ش. هواپیماهای روسی در آسمان مشهد نمایان شدند» (اسکرین، ۱۳۶۳: ۱۹۹).

۱. روستای طرق در حدود ۱۵ کیلومتری جنوب شرق شهر مشهد واقع شده است.

در سوم شهریور سال ۱۳۲۰ش. پرواز هواپیماهای شوروی در آسمان قوچان^۱ مردم این شهر را دچار تشویش و اضطراب نمود. با ورود ارتش روس به قوچان، ادارات دولتی، ژاندارمری و شهربانی قوچان با اندک مقاومتی به تصرف روس‌ها درآمد و مأموران خلع سلاح شدند (جلالی، ۱۳۷۷: ۸۳). روس‌ها علاوه بر این که در مشهد بودند، در شهر قوچان نیز فعالیت داشتند. حتی برخی از زنان روسی نیز حضور داشتند که لباس نظامی بر تن کرده بودند. در حدود ۴۰۰۰ نفر از افراد ارتش سرخ و مهندسين روسی در قوچان حضور داشتند که بسیاری از خانه‌ها را اجاره کرده بودند (اسکرین، ۱۳۶۳: ۳۳۶). باغ ستاد، باشگاه افسران، ساختمان دژبان، منزل فرمانده لشکر، تمام سربازخانه‌ها و تأسیسات نظامی و قسمتی از بیمارستان شاه‌رضا (امام رضا [ع]) در تصرف کامل روس‌ها بود (بقیعی، ۱۳۷۳: ۲۶۱).

در روز سوم شهریور چند هواپیمای روسی بر فراز آسمان مشهد پیدا شدند. در شهر همه‌مه و هرج و مرج عجیبی به وجود آمده بود. شمال‌شهری‌ها به جنوب شهر و جنوب‌شهری‌ها به شمال شهرها می‌رفتند بدون آن که بدانند چرا و کجا می‌روند. مردم به خارج از شهر پناه برده، سربازها از سربازخانه و افسران از شهر می‌گریختند (استوارت، ۱۳۷۰: ۲۵۹). مشهد در سومین روز جنگ آرام به نظر می‌رسید. در خیابان‌ها به‌ندرت اتومبیل یا کامیونی دیده می‌شد و شهر خالی از سکنه بود. از کادر بیمارستان رضاشاه (امام رضا [ع])، که مشهد به داشتن آن می‌بالید، به جز باروخ^۲، جراح چک‌اسلوواکی و همسرش و هم‌چنین هامر شلک^۳، رئیس قدیمی بیمارستان و زخمی‌های ایرانی، از جمله ۱۸ سربازی که در جریان حمله هوایی مجروح گردیده بودند، شخص دیگری حضور نداشت (اسکرین، ۱۳۶۳: ۲۰۲).

در چهارم شهریور ۱۳۲۰ش. ارتش شوروی هنگام سپیده‌دم به سوی مرز ایران در خراسان به حرکت درآمد. ارتش پنجاه‌وسوم مستقل آسیای مرکزی آماده گشودن جبهه جدید در شرق

۱. علت اهمیت قوچان این بود که بر سر راه عشق‌آباد قرار گرفته بود و کامیون‌های حامل تدارکات از دو مسیر، یکی زاهدان به مشهد و دیگری از تهران - شاهرود - سبزوار به این شهرها می‌رسید.

دریای خزر به سوی ایران و افغانستان بود. نیروهای شوروی به راحتی وارد سرخس شده و از آنجا عازم مشهد، پایتخت خراسان شدند. افراد سواره نظام لشکرهای هجدهم و چهل و چهارم پس از ورود به سرخس، از وسط شهر می‌گذشتند تا به مشهد، کرسی‌نشین ایالت خراسان بروند. یک واحد موتوریزه^۱ مرکب از دو گردان پیاده به جلو اعزام شد تا گردنهٔ مزدوران (مزدآوند) را که در نیمه راه مشهد جنبه حیاتی داشت، تصرف کند (استوارت، ۱۳۷۰: ۲۵۶). در روز چهارم شهریور به دستور سرلشکر محتشمی، فرمانده لشکر نهم شرق، ستاد جنگ تشکیل شد و قرار بر این گذارده شد که دو ستون نظامی برای مقابله با نیروهای شوروی عازم قوچان و سرخس شوند. از آن جایی که لشکر شرق وسیله نقلیه کافی برای اعزام نیروهای خود نداشت، تعدادی از اتوبوس‌های بین‌شهری و کامیون‌های شخصی را به زور و تهدید از گاراژها درآوردند. بسیاری از رانندگان اتوبوس‌ها و کامیون‌ها که نمی‌خواستند وسیله نقلیه خود را در اختیار ارتش قرار دهند، وسایل نقلیه خود را پنچر نموده، یا چرخ‌های آن را باز کردند و به راه‌های مختلف دیگر متوسل شدند تا مانع اعزام وسیله خود شوند (رامین‌نژاد، ۱۳۹۰: ۹۰).

در تمام مدت جنگ، موتورهای کارخانه برق مشهد از کار افتاد و شهر در تاریکی محض فرو رفت (اسکرین، ۱۳۶۳: ۲۰۱). گویا حملات هوایی روز چهارشنبه باعث ترس و وحشت مسئولان شده و چون احتمال تکرار این حملات در شب نیز وجود داشت، شهرداری مشهد در اطلاعیه‌ای از مردم خواست از ایجاد روشنایی در معابر، کوچه‌ها و حتی منازل خودداری کنند؛ نیز برای تکمیل اقدامات احتیاطی، برق مشهد به‌طور کامل قطع شد.

در پنجم شهریور ۱۳۲۰ش. به محض این‌که صدای انفجار نخستین بمب شنیده شد، مردم متوحش گردیده و بدون اراده اثاثیه خود را به خارج ریخته و به کوچه و خیابان می‌رفتند. این وضعیت تا عصر ادامه داشت (ادیب هروی، ۱۳۲۶: ۵۶). متعاقب ورود نیروهای زمینی شوروی به خراسان، هواپیماهای نظامی این کشور در دو نوبت و در ساعت‌های ۷ و ۹ بامداد، اقدام به بمباران

۱. اصطلاحی است مربوط به جنگ‌های مدرن که تقریباً پس از جنگ جهانی اول متداول گردید.

فرودگاه مشهد کردند. شلیک ۲۳ گلوله‌ی ضد هوایی نیز که تمام ذخیره هنگ هوایی مشهد بود، نه تنها تأثیری نداشت؛ که باعث وحشت بیش‌تر اهالی مشهد گردید (ارجمند، ۱۳۸۵: ۲۲۰).

هزاران نفر فقیر و غنی را می‌دید که به روستاها سرازیرند. تعدادی از مردم با ماشین یا کامیون‌هایی که از احظار ارتش جان سالم به در برده بودند و بقیه هم با باروبنه و احشام و بچه‌های‌شان به وسیله درشکه‌های اسبی یا بر پشت الاغ و قاطرها و گاری‌های دستی و با هر وسیله نقلیه دیگری که گیرشان می‌افتاد، می‌گریختند (منصوری، ۱۳۸۴: ۳۲).

در هفتم شهریور، مردم مشهد احساس آرامش کردند؛ زیرا چنین به نظر می‌رسید که شوروی‌ها پیشروی را متوقف ساخته‌اند. بنابراین مغازه‌ها باز شد و پاسبان‌ها در خیابان‌ها ظاهر شدند، اما حوالی ظهر یک واحد از پیاده‌نظام شوروی از جانب سرخس وارد مشهد شد. در بعدازظهر همان‌روز، سربازان شوروی بویژه در خیابان‌ها به تقسیم میوه و شیرینی پرداختند و سربازان تاجیک شوروی به زبان فارسی فریاد می‌زدند که ارتش سرخ برای آزادی شما از دست خائنان طرفدار هیتلر وارد شده است (میرنیا، ۱۳۷۳: ۱۵۱). از آمار کشته‌شدگان و مجروحان این حوادث اطلاع دقیقی در دست نیست؛ اما گفته شده بیمارستان‌های مشهد در فاصله روزهای پنجم تا هفتم شهریور، دیگر جواب‌گوی زخمی‌ها و تشریفات دفن مقتولین این بمباران‌ها نبوده‌اند (عاقلی، ۱۳۷۲: ۵۶۳).

در نهم شهریور نیز بخش عمده‌ای از سپاه چهارم سواره‌نظام ژنرال شاپکین^۱ وارد مشهد شد و اقدام به رژه در خیابان‌های مشهد نمود. مردم مشهد نیز نظاره‌گر این رژه بودند. از نکات جالب‌توجه این است که سربازان شوروی، سرود نظامی می‌خواندند اما همین که به بارگاه امام‌رضا (ع) رسیدند، به‌عنوان احترام سکوت کردند (جلالی، ۱۳۷۷: ۸۴). روس‌ها در مدت اشغال مشهد، سعی در حفظ حرمت بارگاه رضوی و تشکیلات آستان قدس داشتند. آنان نمی‌خواستند هم‌چون دوره قاجار، کارنامه بدی از خود به جای بگذارند (متولی حقیقی، ۱۳۹۲: ۵۹). به‌هرحال، روس‌ها نیروهای اشغال‌گر بودند و برای این که بتوانند امنیت سربازان‌شان را تأمین کنند، مبادی ورودی

و خروجی شهرها را تحت نظر داشتند. این نظارت در شهرهایی مثل مشهد، قوچان، بجنورد و سبزوار که سربازان ارتش سرخ حضور داشتند، سخت‌تر بود (جابانی، ۱۳۶۳: ۱۳). گویا هدف شوروی از اشغال خراسان، به‌دست‌آوردن فراخنایی از خراسان بود تا سریع‌تر و راحت‌تر به هدف‌های استعماری خود دست‌یابد. آنان اهداف بلندمدتی را در سر می‌پروراندند و در پی گسترش مرزهای خود بودند تا از هم‌پیمان استعمارگر خود - انگلیس - عقب نمانند. شاید به همین علت بود که سربازان روسی رفتار مناسبی را با مردم خراسان در پیش گرفته بودند «رفتار متین سربازان اشغالگر روس خصوصاً در مقایسه با حرکات ناهنجار سربازان انگلیسی و آمریکایی، ترسی را که از روس‌ها در دل مردم بود، کاست و تعداد کسانی که مشتاق شرکت در پارتی‌های باغ‌خونی (اقامت‌گاه قدیم کلنل محمدتقی‌خان پسیان و کنسول‌گری شوروی در زمان جنگ دوم) بودند، از حد گذشته بود (فیاض، ۱۳۸۱: ۹۲).

اوضاع ارتش خراسان در طول جنگ بسیار نامنظم و به‌هم‌ریخته بود. عده‌ای سرباز بدون فرمانده و بی‌انضباط در شهر حضور داشتند که یا در جبهه بی‌فرمانده بودند، یا از دسته خود عقب مانده، یا از پادگان‌ها فرار کرده بودند (تفرشیان، ۱۳۶۷: ۹). بعضی از سربازها، اسلحه خود را می‌فروختند تا بتوانند خرج زندگی‌شان را تأمین کنند و در این میان، افرادی که از تملک مالی خوبی برخوردار بودند، اسلحه‌ها را می‌خریدند که شاید روزی بتوانند از آن‌ها استفاده نمایند؛ به‌خصوص زمین‌داران و ملاکان بزرگ که کارگر زیادی برای آن‌ها کار می‌کرد، از خریداران اسلحه‌ها بودند (همتی، ۱۳۹۰: ۷۲). ارتش شوروی با مردم عادی کاری نداشتند، اما با ارتشی‌ها رفتار خوبی نداشتند. روس‌ها با کسانی که تفنگ در دست داشته و ارتشی بودند، مخالف بودند و حتی اعلام کرده بودند که هر کسی که اسلحه دارد تحویل دهد.^۱ در شهریور ۱۳۲۱، تقریباً هزار سرباز پیاده و هزار و دویست سوار و تقریباً ۵۰ هواپیمای روسی در مشهد وجود داشت (اسکرین، ۱۳۶۳: ۲۰۴).

۱. مصاحبه با عبدالمجید فیاض، تربت حیدریه، ۱۳۵۷/۱۱/۸.

دلایل خروج شوروی و اثرات فرهنگی - اجتماعی بر مردم خراسان

ارتش شوروی در نهایت بر اساس موافقت‌نامه‌ای که در اوایل خرداد ۱۳۲۵، بین ایران و شوروی در هنگام سفر قوام السلطنه به مسکو منعقد گردید، از خاک ایران، از جمله خراسان خارج شد (میرنیا، ۱۳۷۳: ۲۲۴) و ارتش سرخ روس‌ها پس از چهار سال و پنج ماه که در مشهد حضور داشت، پادگان مشهد را ترک نمودند (روزنامه راستی، ۲۰ اردیبهشت ۱۳۲۴: ۳۱). البته ایالات متحده‌ی آمریکا نیز اولتیماتومی به استالین^۱ داد که اگر سپاهیان را از قلمرو ایران خارج نسازد، مسؤول عواقب بعدی خواهد بود. این اولتیماتوم نقش قاطعی در تصمیم شوروی به خروج از ایران ایفا کرد (امجد، ۱۳۸۰: ۹۸). پس از انتشار این پیام، دولت شوروی رسماً اعلام داشت که تصمیم گرفته است تا دوم ماه مارس، قوای خود را از خراسان و شاهرود و سمنان بیرون ببرد (لنزوسکی، ۲۵۳۶: ۳۲۶). سرانجام به دنبال اعمال فشار سازمان ملل و دولت آمریکا و هم‌چنین مذاکراتی که دولت ایران با دولت شوروی انجام داد، شوروی نیروهای خود را در بهار سال ۱۹۴۶م. از ایران خارج کرد (بلیک، ۱۳۹۴: ۲۴). فردای آن روز دولت قوام طی اعلامیه‌ای، تخلیه کامل ایران را از نیروهای نظامی شوروی تأیید کرد و مراتب را رسماً به شورای امنیت سازمان ملل اعلام داشت (امینی، ۱۳۸۱: ۱۳۹). بنابراین، در روز دوم مارس / یازدهم اسفند ۱۳۲۴، هزار نفر پیاده‌نظام، چهارصد سواره‌نظام و دو آتش‌بار توپ‌خانه با مارش نظامی از خیابان‌ها گذشته و رفتند و اعلام شد که بقیه فردای آن روز خواهند رفت. مردم مشهد نفس راحتی کشیدند (اسکرین، ۱۳۶۳: ۳۷۵؛ عبدالمجید فیاض، ۱۳۵۷).

با وجود سنگینی حضور ارتش سرخ شوروی در خراسان و بویژه شهر مشهد، فرصتی به گروه‌ها و لایه‌های گوناگون اجتماعی برای تحرک و جستجوگری داده شده بود. هم به این دلیل و هم برای تطهیر نظام کمونیستی اشغال‌گر و نیز جذب مخاطب، کارگزاران روس بر آن شدند تا با گسترش فرهنگ نوجلوه‌ی مارکسیسم - لنینیسم در ایران، روسیه را چونان سرزمین شوراها، قبله انقلاب و تجلی‌گاه سوسیالیسم تصویر کنند؛ مأموریتی که در نخستین گام با اجرای نمایش و

1. Stalin

فیلم، برگزاری سخنرانی، مسابقه و سایر پویش‌های فرهنگی در ایران و خراسان توسط کنسول‌گری و بخش تبلیغاتی ارتش سرخ و در گام بعد، با واگذاری این فعالیت‌ها به نهادهای به ظاهر جذاب اما وابسته‌ای چون شعبه خانه وکس و حزب توده ایران عملی شد.

اشتقاق نسل جوان دهه‌ی ۱۳۲۰ش. برای آشنایی با دستاوردهای فرهنگی جهان و تجربه پدیده‌های مدرن که در اختناق رضاشاهی ممنوع شده بود، اینک به تمایل آنان به فعالیت‌های فرهنگی و تبلیغاتی انجامیده بود؛ پس روس‌ها با برنامه‌ریزی دقیق تبلیغی چنان در فکر و ذهن افشار خودآگاه و نوگرای خراسانی رسوخ کردند که با وجود مشکلات اقتصادی ناشی از جنگ، در برنامه‌های گروه تبلیغاتی کنسول‌گری شوروی و حتی در گردآوری کمک‌های مردمی به مناطق جنگ‌زده‌ی روسیه نیز مشارکت می‌کردند. این‌گونه، در نیمه اول دهه‌ی ۱۳۲۰ش.، خراسان از حیث فرهنگی و اجتماعی، سخت تحت تأثیر تبلیغات شوروی و وابستگان آن قرار گرفت و مارکسیست‌ها از هر شیوه‌ای برای جذب نیروهای مردمی استفاده کردند.

حضور روس‌ها در مشهد که بیش‌تر از چهار سال به طول انجامید، دربرگیرنده دو دوره متفاوت بود. در دوره دوساله اول، به دلیل خطر آلمان نازی، روس‌ها در پی چیرگی کامل سیاسی و نظامی در خراسان بودند و بسیاری از اقدامات آنان در راستای این هدف بود؛ اما در دوره بعد که با فرسایش و عقب‌نشینی نیروهای آلمانی در جبهه‌های عمومی جنگ همراه بود، ماهیت اقدامات روس‌ها با پیش‌بینی و برنامه‌ریزی برای دوران پس از پایان جنگ تغییر یافت و بیش‌ترین تلاش آنان به مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و اقدامات فرهنگی و اجتماعی برای فراهم کردن زمینه‌های نفوذ بلندمدت در ایران بدل شد.

اوضاع اقتصادی خراسان

با آغاز جنگ جهانی دوم، همه برنامه‌های آبادانی و صنعتی در ایران متوقف شد؛ اجرای برنامه‌های کشاورزی که در قالب برنامه پنج‌ساله، در حال تحقق بود، با ورود متفقین تعطیل شد (روزنامه اطلاعات، ۲ دی ۱۳۱۹: ۳). جنگ جهانی دوم در دو مرحله بر صنعتی‌سازی در ایران

تأثیر گذاشت و سرانجام به پایان برنامه صنعتی‌سازی کشور انجامید و صنعت ایران و بویژه خراسان، دچار بحران گردید (شجاعی دیوکلائی، ۱۳۸۹: ۱). سعید نفیسی در این باره نوشته است: «در پایان دوره پهلوی، کم‌ترین شهری در ایران بود که در آن یا در همسایگی آن، یکی چند کارخانه مهم مشغول به کار نشده باشد و مخصوصاً در درجه اول، تهران و اصفهان و تبریز و مشهد ... در هر یک از آن‌ها مبالغ خطیری از سرمایه ایرانی، چندین هزار کارگر ایرانی از زن و مرد و کودک به کار مشغول بود (نفیسی، ۱۳۴۵: ۱۲۹). اشغال ایران توسط متفقین سه پیامد عمده برای صنعتی‌سازی در ایران داشت، این پیامدها عبارت بود از: ۱. اخراج متخصصان و کارشناسان صنعتی آلمان از ایران؛ ۲. کاهش تولید و یا تعطیلی کارخانه‌ها؛ ۳. اشغال کارخانه‌های ایران توسط متفقین و به‌کارگیری آن‌ها در راستای اهداف نظامی (شجاعی دیوکلائی، ۱۳۸۹: ۱۵).

الف) توقف پروژه‌ی عملیات احداث راه‌آهن تهران- مشهد

عملیات ساخت راه‌آهن تهران به مشهد که کار ساختمانی آن آغاز شده بود، در سال ۱۳۱۹ به شاهرود رسید و از شاهرود تا مشهد در قطعه‌های مختلف کار زیرسازی با صرف هزینه‌های بسیارسنگین که از طریق وصول مالیات‌های مستقیم و غیرمستقیم تأمین می‌گردید، انجام و آماده ریل‌گذاری بود و مصوبه دولت این بود که راه‌آهن تهران به مشهد تا سال ۱۳۲۱ به پایان برسد. در شهریور ۱۳۲۰ با ورود نیروهای متفقین به خاک ایران، آن پروژه بزرگ ملی متوقف شد و آن‌چه هم که انجام شده بود، در اختیار نیروهای متجاوز انگلیسی و روسی قرار گرفت و در مدت چند سال حضور اشغال‌گرانه متفقین در ایران، آن سرمایه‌ی ملی از دست رفت. راه‌آهن تهران به مشهد که با تجاوز متفقین اشغال‌گر به خاک ایران در شهریور ۱۳۲۰ در منطقه‌ی شاهرود متوقف مانده بود، پس از جنگ، وزارت راه اداره عملیات ساختمان و ریل‌گذاری به مشهد را به عهده گرفت و سرانجام در روز ۱۲ اردیبهشت ۱۳۳۶ پس از ۱۴ سال تأخیر بهره‌برداری رسمی از خط‌آهن تهران- مشهد آغاز گردید (سعادت، ۱۳۸۳: ۱۰۵).

ب) توقف پروژه بزرگ ایجاد شهر صنعتی - کشاورزی فریمان

پیش از ورود متفقیان کار ساختمان سازی و آبادانی در جاهای گوناگون ایران در دست انجام بود؛ یکی از این برنامه های مهم در خراسان، ایجاد شهر کشاورزی - صنعتی فریمان بود. آرتور میلسپو^۱ (۱۳۷۰: ۴۶) آمریکایی که به عنوان رئیس کل دارایی ایران استخدام شده بود، در کتاب خود به نام *آمریکایی ها در ایران* درباره فعالیت های عمران و آبادانی که با ورود نیروهای متفقیان و اشغال ایران، تعطیل گردید، می نویسد که رضاشاه در شماری از شهرهای کوچک و دهات، مراکز خرید و در چند جا از مناطق کشاورزی خانه های روستایی یک شکل برای کشاورزان ساخت و روستای فریمان خراسان را با کارخانه ها، مغازه ها و فروشگاه ها به صورت شهر نمونه درآورد. ایجاد شهرک فریمان یکی از طرح های عمرانی و اقتصادی رضاشاه بود؛ خود رضاشاه با علاقه ای ویژه بر روند گسترش و پیشرفت آن نظارت می کرد و بودجه ی زیادی از کشور را بدان اختصاص داده بود. کار ساخت شهر تقریباً به پایان رسیده و کشاورزانی از اطراف برای امور کشاورزی، جمع آوری و در شهر اسکان داده شده بودند و در واقع، هنگام بهره برداری از برنامه بود که ناگهان دشمنان دیرینه به کشور یورش آوردند و همه چیز به هم ریخت. این گونه، فریمان، یکبار بعد از شهر یور ۱۳۲۰، مورد بی مهری قرار گرفت و میلیون ها سرمایه گذاری کشور نابود شد و برای سال های طولانی از پیشرفتی که انتظار داشت، بازماند. برای آشنایی بیش تر با وضعیت آن زمان، یکی از نامه های اهالی فریمان را به نخست وزیر و رئیس مجلس شورای ملی که شش ماه پس از ورود نیروهای اشغال گر نوشته شده، مطالعه می کنیم:

«جناب آقای نخست وزیر [سهیلی] و رو نوشت جناب آقای رئیس مجلس شورای ملی!

... ملت ایران پس از بیست سال تحمل همه گونه سختی و مذلت در زیر چنگال استبداد و قدرت و توانایی اعلیحضرت شاه سابق، در خلال یک سلسله عملیات آن دوره، یک رشته اقدامات و اصلاحات عمرانی با خون جگر در هر گوشه و کنار به نام املاک اختصاصی و غیره انجام داده، این اصلاحات در محلی با جور و ستم به دست مأمورین متعددی و استفاده جو و در محلی مانند

فریمان با حسن سلوک و بی‌طمعی انجام [شده است] ... آقایان محترم! بیایید و از نزدیک فریمان را ببینید، به درد واقعی دل‌ها رسیدگی کنید، هزاران کار سودمندی که در هر گوشه ایجاد شده، ملاحظه فرمایید و مورد بررسی قرار دهید! بالاخره برای نگهداری آن، قدری فکر و چاره‌جویی نمایید؛ نمونه‌ای از کار نیک‌مردان خیراندیش را بازرسی کنید تا بدانید فریمان، مازندران نیست^۱، تا بدانید فریمان به دست ما و در پرتو هدایت مأمورین لایق درست‌کار و میهن‌پرست، آباد شد؛ بیایید و اقدام مؤثری برای تأمین امنیت مملکت بفرمایید، زیرا تابه‌حال، چندین هزار گوسفند ماها در حدود سرخس به‌وسیله‌ی سارقین از بین رفته و امروز بیچاره شده‌ایم» (روزنامه آزادی، ۱۴ فروردین ۱۳۲۲: ۲).

اشغال هر کشور پیامدهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی فراوانی را به‌همراه دارد. چنین قاعده‌ای در خصوص اشغال خراسان در شهریور ۱۳۲۰ ش.، نیز صادق است؛ زیرا نیروهای متفقین با اهداف نظامی وارد ایران شدند و بخش بزرگی از سرمایه‌های اقتصادی و انسانی را در راستای رسیدن به اهداف خود، در اختیار گرفتند و در این میان، صنایع نوپا و برنامه‌های تازه آغازشده، از این قاعده بیرون نبود. اشغال خراسان سه پیامد عمده به همراه داشت که عبارتند از:

- ۱- بیکاری ۲- افزایش بزهکاری ۳- پس‌رانی صنعتی‌شدن و پیشرفت ایران.

فعالیت‌های عمرانی متفقین در خراسان

الف: در خلال جنگ جهانی دوم که بخشی از کمک‌های پشتیبانی به روسیه از طریق جاده زاهدان به مشهد انجام می‌گرفت، لازم بود که آن جاده نامناسب شوسه، بازسازی شود؛ پس متفقین با استفاده از کارگران ایرانی به بازسازی آن اقدام کردند، «پیمانکاری به عهده یک بنگاه آمریکایی بود که خود را "شرکت هجده" می‌نامید، هزاران دهقان که بیش‌ترشان از قبیله‌های پیرامون زابل و سیستان بودند، زیر نظر سردارهای‌شان به پرکردن چاله‌ها و پاک‌کردن وسط

۱. اشاره دارد به ساخت هتل رامسر

جاده از سنگ‌ها می‌پرداختند. از بولدوزر یا غلطک و تجهیزات خیلی سبک‌تر جاده‌سازی خبری نبود و بسیاری از افراد، با دست خالی به کار مشغول بودند. آنان، گروهی ژنده‌پوش بودند که پشت سرهم، دسته‌دسته می‌آمدند و از دست‌مزد کم، بی‌سرپناهی و محرومیت از هرگونه تیمار پزشکی شکایت می‌کردند؛ حتی از نداشتن جیره‌ی کافی نان تقبل‌ی غیرقابل‌هضمی که نیمی از جمعیت ایران در آن هنگام با آن سر می‌کردند، می‌نالیدند» (اسکرین، ۱۳۶۳: ۳۲۴).

ب: ایجاد خط هوایی تهران- مشهد: روس‌ها برای انجام رسیدن به اهداف سیاسی و نظامی خود، در داخل ایران خط‌های هوایی بین مشهد و تهران و بالعکس؛ تهران به تبریز و بالعکس و تهران به بندر پهلوی (امام‌خمینی) را ایجاد نمودند. این خطوط هوایی که با نام اینتوریست^۱ فعالیت می‌کرد، مسافری عادی را نیز جابه‌جا می‌نمود. راه اندازی پرواز بین مشهد و تهران یکی از آن کارهایی بود که انگلیسی‌ها را متعجب نمود. این اقدام در آوریل ۱۹۴۴م. / ۱۳۲۳ش.، توسط نیروی هوایی ارتش سرخ آغاز شد که دوبار در هفته، خلبانان نظامی با هواپیمای ۲۳ نفره داگلاس و گاه با هواپیمای ارتباطی ارتش، مسافت دوروزه‌ی مشهد-تهران را سه‌ساعته می‌پیمودند. نرخ کرایه آن نیز از هر سو، ۱۶۰ تومان بود (اسکرین، ۱۳۶۳: ۳۹۳).

اشغال خراسان در طی جنگ جهانی دوم، مشکلاتی اقتصادی برای مردم ایجاد نمود که حل این مشکلات، بزرگ‌ترین دل‌مشغولی مسئولین بود. استاندار خراسان نیز در این زمان دو مشکل اساسی داشت که «یکی از آن‌ها تأمین نان مردم و دیگری تأمین امنیت و قلع‌وقمع راهزنان بود» (همان: ۲۱۶). در طول این جنگ، مردم خراسان دچار کمبود ارزاق عمومی بویژه نان شدند. البته در روستاهای دورافتاده که عبور و مرور مأمورین و نیروهای اشغال‌گر مشکل بود، روستاییان در تهیه آرد خودکفا بودند و وضع بهتری داشتند. اما برخی از مردم که توانایی خرید گندم نداشتند؛ یا گندم‌کارانی بودند که از شدت نداری مجبور به فروش گندم خود می‌شدند، ناگزیر به خوردن نان ارزن روی می‌آوردند.^۲

1. Intourist

۲. مصاحبه با برات همتی استاد، مشهد، ۱۳۸۹/۱۰/۳.

جنگ جهانی دوم چهار سال به درازا کشید. سفره‌های مردم که همواره به قناعت آراسته بود، با ورود میهمانان ناخوانده، هرروز تهی‌تر شد. دشواری مردم، تنها سیرکردن شکم سربازان اشغال‌گر نبود، لقمه‌ی دهان هزاران مردم محروم، به جبهه‌های جنگ شوروی علیه آلمان هیتلری می‌رفت. این‌گونه، نان که خوراک اصلی مردم بود، کمیاب شد. ازدحام مردم گرسنه در برابر دکان‌های نانوايي غم‌انگیز بود. همیشه بیش از ۱۰۰ نفر برای دریافت یک نان جلوی نانوايي ایستاده بودند که در پایان، به بعضی از آن‌ها نان نیز نمی‌رسید و مجبور بودند شب را با شکم گرسنه بخوابند. آن‌هایی هم که نانی به ایشان می‌رسید، آن را بین اعضای خانواده تقسیم می‌کردند (مهدی‌زاده و جوادى، ۱۳۹۱: ۱۳۰). یکی از علت‌های کمبود غلات این بود که انگلیسی‌ها گندم را از سطح شهرها جمع‌آوری می‌کردند و به زاهدان و جنوب، محل استقرار نیروهای خود می‌فرستادند که با این عمل، قحطی گندم و جو پدید آمد. نان سهمیه‌بندی شده بود که مثلاً سهمیه هر خانواده فقط یک نان بود. از دیگر دلایل کمبود آذوقه و افزایش مشکلات اقتصادی، ورود مهاجران لهستانی به ایران و خراسان بود. بسیاری از این مهاجران، در ایران ماندگار شدند. این در حالی بود که دولت ایران خود با قحطی و کمبود مواد غذایی، نا بسامانی سیاسی و اقتصادی بر اثر اشغال کشور و ... روبه‌رو بود. با این همه، ایرانیان با میهمانان ناخوانده خود رفتاری شایسته پیشینه و منش تاریخی خود داشتند (روحانی و ایزدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۱۴).

در سال ۱۳۲۱ ش. دیدن صفوف طولانی مردم پریشان و لرزانی که برای دریافت جیره‌ی نان سیاه غیرخوردنی خویش، ساعت‌ها پشت یکدیگر می‌ایستادند، بسیار عادی بود (اسکرین، ۱۳۶۳: ۲۱۸). قحطی در شهرها به قدری بود که اگر کسانی پیدا می‌شدند که در منزل آرد داشتند، به‌طور مخفیانه و شبانه نان می‌پختند تا همسایه‌ها متوجه نان‌پختن آن‌ها نشوند. قحطی نان و غله به مرور خود را نشان داد؛ تا آن‌جا که دولت در آغاز سال ۱۳۲۱ مجبور به توزیع کوپن قند و شکر و ارزاق عمومی شد. این کمبود حتی شامل حال دولت‌مردان و رجال سیاسی گردید. به طوری که حسن اسفندیاری (رئیس مجلس شورای ملی)، برای رفع این کمبود دستور داد در باغ بهارستان سیب‌زمینی و حبوبات بکارند. هم‌چنین دولت در اردیبهشت ماه ۱۳۲۱ ممنوعیت

صدور حبوبات، غلات و گوشت را تصویب کرد (عاقلی، ۱۳۷۴: ۳۴۵-۳۴۶). در مناطق دور از مرکز، اوضاع نابه‌سامان‌تر بود. چنان‌که در خراسان به مرز قحطی رسید. از همین‌رو کارگزاران حکومت مجبور به خرید غله و آرد از متفقین شدند (روحانی و ایزدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۲۶۲). بنابراین پس از اشغال ایران، آتش هرج‌ومرج و شورش و طغیان و ناامنی در مناطق شرقی و شمالی خراسان شعله‌ور گردید و ارزاق عمومی کمیاب شد، و مردم وحشت‌زده و بیم‌ناک و نگران آینده، دچار زحمت و مشقت شدند. در مشهد مرکز استان خراسان، چنان‌که ذکر شد، استاندار به دنبال راه حل این بحران بود. فتح‌الله پاک‌روان - استاندار خراسان - در محل خود باقی ماند و چون زبان روسی را خوب می‌دانست، در مذاکره با مقامات ارتش اشغال‌گر شوروی، نظر موافقت آن‌ها را برای برقراری اوضاع عادی و عدم دخالت در امور استان جلب می‌کرد. پاک‌روان پس از تأمین نان شهر، نظر مقامات شوروی را با افتتاح و اسقرار کلانتری‌ها، شهربانی‌ها و ژاندارمری‌های شهر و بخش‌ها موافق ساخت و نیروهای پراکنده انتظامی را جمع‌آوری و به جلوگیری از سرقت و شرارت و بی‌نظمی در شهرها و راه‌های خراسان اقدام کرد. او شب‌ها خود در مشهد به گشت و رسیدگی به مایحتاج عمومی پرداخت؛ تا به تدریج، وضع عادی در شهر مشهد و سایر شهرهای خراسان برقرار شد (میرنیا، ۱۳۷۳: ۱۸۸).

طی یک سال، یعنی از شهریور ۱۳۲۰ ش. تا شهریور ۱۳۲۱ ش. در مشهد که جمعیتی در حدود ۱۶۰ هزار داشت، تقریباً ۱۴۷۰۰ تن غلات مصرف شده است؛ ۱۰۰۰ تن گندم از هندوستان و ۲۵۰ تن جو از روسیه وارد شده و اداره اقتصاد این ارقام را تهیه کرده است (اسکرین، ۱۳۶۳: ۲۹۹). این آمار نشان‌دهنده این است که تنها در مشهد کمبود غلات به چه مقدار بوده است، پس برای آماده‌سازی ارزاق عمومی همه شهرها و روستاهای استان پهناور خراسان، چندین برابر آن نیاز بود. در همان روزهای اولیه جنگ مبلغ نه‌هزار ریال از طرف سرکنسول‌های شوروی و بریتانیا برای بینوایان مشهد در نظر گرفته شد (جلالی، ۱۳۷۷: ۸۶).

از دیگر مشکلات در خراسان، می‌توان به گرانی اجناس اشاره کرد. با آغاز جنگ جهانی دوم و اشغال ایران، گرانی اوج گرفت و قیمت هر خروار (۳۰۰ کیلوگرم) گندم که تا سال ۱۳۱۸ ه.ش

بین ۱۵ تا ۲۰ تومان بود به ۱۳۰ تومان افزایش یافت و در زمستان سال ۱۳۲۱ ش. هر خروار گندم به ۶۰۰ تومان هم رسید. سیب‌زمینی که پیش از جنگ، خرواری ۶ تومان خرید و فروش می‌شد، به خرواری ۱۸۰ تومان و قند یک من (۳ کیلو) به بیش از ۶۰ تومان و هر خروار آرد به ۹۰۰ تومان افزایش یافت. پیش از جنگ، هرکس می‌توانست یک خروس چاق را به ۲/۵ ریال بخرد ولی با آغاز جنگ، بهای تنها یک تخم‌مرغ به ۳ ریال رسید. قند کیلویی ۹۰ تا ۱۰۰ ریال تهیه می‌شد. قند جیره‌بندی شد. قند روسی به طور آزاد در دسترس نبود.

در سال‌های جنگ دستمزد روزانه یک کارگر ساده ۱۵ ریال برای بود، ولی بنا یا گچ‌کاری که برای طرح‌های متفقین کار می‌کرد روزانه ۱۵۰ تا ۲۵۰ ریال دستمزد دریافت می‌کرد (رجبی و دهقان‌پور، ۱۳۹۴: ۴۲۷). در شرایط بحرانی جنگ، فشار اخذ مالیات، مردم را به ستوه آورد و بعضی از کالاهای اساسی چون قند و چای جیره‌بندی شد (تبرائیان، ۱۳۷۱: ۵۰۶). با وجود ناآرامی‌های اقتصادی و اوضاع نابه‌سامان اجتماعی، معضل جدیدی با عنوان سوءاستفاده‌های محترکان و دلالان اجناس بویژه نان و غله در جامعه خراسان نمود پیدا کرد. پرونده زشت‌کاری سودجویان، بسیار از سنگین‌تر و سیاه‌تر دشمنان اشغال‌گر بود. اوضاع نابه‌سامان آن سال‌ها زمینه را برای محترکان و دلالان و سودجویان داخلی فراهم کرد و ستمی که از سوی این سودجویان متوجه جیب و سفره و زندگی مردم گردید، به‌هیچ‌روی از سوی بیگانگان به مردم روا نشد. در واقع جنگ جهانی، میدانی شد تا بی‌رحمی سودجویان داخلی را نسبت به هموطنان‌شان آشکار سازد و نشان دهد که آدمیان در شرایط نامتعادل، تا چه حد انسانیت دارند. بنابراین سودجویی و تورم موجب گردید تا ثروتمندان هر روز ثروتمندتر و مردم فقیر هر روز فقیرتر شوند (پورشافعی، ۱۳۸۵: ۳۳۰).

مسأله خشک‌سالی سال‌های ۱۳۲۳ تا ۱۳۲۵ که هم‌زمان با اشغال خراسان توسط نیروهای خارجی بود، سختی‌ها و مشقت‌های فراوانی برای مردم به همراه داشت. آثار خشک‌سالی در سال‌های اول چندان محسوس نبود و اهالی پس‌اندازهایی از قبل داشتند؛ فعالیت‌های راه‌سازی انگلیس‌ها نیز اهالی را مشغول داشت. ولی به محض این که کار ساخت راه ارتباطی متفقین قطع

شد، اثرات خشک‌سالی در زندگی مردم هویدا شد و مردم، فقیر و بی‌بضاعت شدند. بعضی‌ها فقط چهارماه نان گندم می‌خوردند و باقی سال را با نان جو، ارزن، توت خشک و شلغم و چغندر می‌گذراندند (آیتی، ۱۳۷۱: ۲۴). اکثر قنات‌ها دچار کم‌آبی شد یا به کلی خشکید. مردم در تابستان ۱۳۲۷ برای خریدن کوزه‌ای آب آشامیدنی، گاه مجبور به پرداخت یک ریال بودند که در آن هنگام، مبلغ زیادی محسوب می‌شد.

شرایط حاصل از اشغال ایران، موجب گردید در خراسان نیز مانند بسیاری شهرهای دیگر، روزنامه‌های جدیدی منتشر گردد که با توجه به وابستگی آن‌ها به قطب‌های گوناگون و درنظرگرفتن منافع مالی، بر هیجانات و شکاف درونی این استان افزود و بر دشمنی‌های اجتماعی دامن زد. شعارهای روزنامه‌ها و احزابی که در خیابان‌ها از آزادی به هیجان آمده بودند، با شرایط جامعه هم‌خوانی نداشت. مأمورین کنسول‌گری‌های روس و انگلیس نیز در تلاش بودند تا رقابت‌های قومی و اختلافات مذهبی را بین گروه‌های اجتماعی تشدید کنند تا از طریق بی‌ثباتی، به اهداف خود دست یابند. این‌گونه بود که در مشهد نیروهای شوروی در مراسم محرم سال ۱۳۲۳ ش. به دفاع از محله‌ی یهودیان مداخله کردند و در دیگر شهرهای استان نیز اختلافات مذهبی شعله‌ور گردید (الهی، ۱۳۸۲: ۴۵).

یکی از بدترین پیامدهای اشغال غاصبانه‌ی ایران، ناامنی اجتماعی در تمام مناطق کشور، بویژه خراسان بود (روزنامه آزادی، ۲۳ مهر ۱۳۲۰: ۳). روزنامه آزادی چاپ مشهد در این خصوص نوشت: «بیش از پنجاه روز است که بر اثر سلسله حوادث ناگوار - اشغال ایران توسط نیروهای متفقین - رشته انتظام زندگی ما (بد یا خوب) از هم گسیخت و کشور ما که هیچ‌وقت خیال نمی‌کردیم به بدبختی‌های جنگ جهانی آلوده شود، ناگهان دچار وقایعی شد که در آینده تصور ما حتی ضعیف‌ترین شبخی از آن منعکس نبود. بر اثر این سوانح که دفعه‌تاً خانه‌ی امنیت را خراب کرده و بر اثر خودسری یک عده افراد بی‌تربیت جاهل که تأمین جانی و مالی از شهرها و هامون این کشور رخت بر بسته، بسا مال‌ها که غارت و بسا خون‌ها که به ناحق ریخته شد ... آن چه

اکنون برای ما کمال لزوم را داشته و نهایت، تشنه آن می‌باشیم، امنیت شهر و بیابان و رفع تشویش و نگرانی مردم از این جهالت است...».

جدول (۱) فهرست مشکلات اجتماعی- اقتصادی خراسان از سال ۱۳۲۰ تا ۱۳۲۶ ش.

ردیف	نوع مشکل	نام شهر	منبع
۱	سرقت پول نقد	عباس‌آباد	روزنامه آزادی، دوشنبه ۷ مهر ۱۳۲۰
۲	راهزنی	در نزدیکی مشهد	روزنامه آزادی، دوشنبه ۱۴ مهر ۱۳۲۰
۳	راهزنی	راه تربت حیدریه به مشهد	روزنامه آزادی، جمعه ۱۸ مهر ۱۳۲۰
۴	دزدی	روستاهای براکوه و جوبین	روزنامه آزادی، جمعه ۱۸ مهر ۱۳۲۰
۵	دزدی	گردنه‌ی الله‌اکبر نزدیک درگز	روزنامه آزادی، پنج شنبه ۲۶ شهریور ۱۳۲۱
۶	سرقت	تپه سلام	روزنامه راستی، پنج شنبه ۲۰ اردیبهشت ۱۳۲۴
۷	سرما	مشهد	روزنامه آزادی، پنج شنبه ۲۰ آذر ۱۳۲۰
۸	تخلیه‌ی ادارات دولتی توسط روس‌ها - افزایش قیمت گندم و نان - دزدی	شیروان	مقیمی، ۱۳۷۰: ۳۰۶
۹	غارث انبار گندم	طبس	تبرائیان، ۱۳۷۱: ۱۴۴
۱۰	دزدی - وجود فاحشه‌خانه - عدم نظافت و روشنایی - نبود خواروبار و قماش و برنج	تربت‌جام	روزنامه راستی، دوشنبه ۱۰ بهمن ۱۳۲۲
۱۱	دزدی و عدم امنیت اجتماعی	زورآباد از توابع تربت‌جام	سیدی، ۱۳۷۳: ۸۳
۱۲	قحطی	سبزوار	روزنامه راستی، چهارشنبه ۲۰ اردیبهشت ۱۳۲۳
۱۳	گسترش بیماری حصبه و عدم طبیب	سرخس	روزنامه راستی، یکشنبه ۱۰ اردیبهشت ۱۳۲۳
۱۴	اعتیاد به مواد مخدر - کمبود آب - عدم بهداشت و نیمه‌اتمام ماندن ساخت بیمارستان - نبود بودجه‌ی کافی و عدم پرداخت حقوق آموزگاران و اوضاع نامناسب تحصیلی	درگز	روزنامه آزادی، پنج شنبه ۲۶ شهریور ۱۳۲۱

۱۵	ناامنی - قحطی - فقر - احتکار - تورم - افزایش هزینه‌های زندگی	قوچان	شاکری، ۱۳۶۵: ۱۳۳
۱۶	قحطی - مرگ‌ومیر ناشی از گرسنگی	اسفراین	اسکرین، ۱۳۶۳: ۳۴۱
۱۷	گسترش بیماری تیفوئید و تیفوس	فریمان	روزنامه دادگستران، سه شنبه ۸ فروردین ۱۳۲۳
۱۸	بیماری سفلیس	فریمان	روزنامه ندای خراسان، پنج شنبه ۱۱ مهرماه ۱۳۲۵
۱۹	آب‌های آلوده	مشهد	روزنامه نور خراسان، ۲۵ شهریور ۱۳۲۴
۲۰	گسترش بیماری آبله	مشهد	روزنامه ندای خراسان، سه شنبه ۲۷ مرداد ۱۳۲۶
۲۱	رکود بازار	بجنورد	مجله بانک ملی ایران، فروردین و اردیبهشت ۱۳۲۴
۲۲	رکود بازار - افزایش بهای روغن	بیرجند	
۲۳	افزایش بهای خواربار	تربت حیدریه	
۲۴	رکود بازار	سبزوار	
۲۵	رکود بازار - افزایش قیمت روغن - خشک‌سالی	قاین	
۲۶	افزایش قیمت گندم و جو - افزایش قیمت قند و شکر	قوچان	
۲۷	افزایش قیمت کشمش و مویز	کاشمر	
۲۸	رکودبازار	گناباد	
۲۹	افزایش قیمت گوشت	مشهد	
۳۰	رکود بازار	تربت حیدریه	مجله بانک ملی ایران، مرداد و شهریور ۱۳۲۳
۳۱	رکود بازار پشم	سبزوار	
۳۲	رکود بازار	مشهد	
۳۳	افزایش بهای قند و شکر	بجنورد	
۳۴	افزایش نرخ کلیه‌ی کالاها	بیرجند	مجله بانک ملی ایران، سال دهم، آبان و آذر ۱۳۲۱
۳۵	افزایش قیمت شکر، چای و مغز بادام	تربت حیدریه	
۳۶	افزایش نرخ خواربار	بجنورد	

نتیجه

خراسان به دلیل همسایگی با شوروی، برای متفقین اهمیت درخوری داشت. قرارگیری استراتژیک این استان از مهم‌ترین دلایل توجه و گرایش دولت‌های متفق بدان بود؛ زیرا خراسان مانند کلید دست‌یابی به کشورهای افغانستان و هندوستان محسوب می‌شد. شوروی از ورود به

ایران و خراسان اهداف مختلفی را در سر می‌پروراند و در پی گسترش مرزهای خود بود تا بتوانند از هم پیمانان خود، به خصوص انگلیس عقب نماند. نیروهای شوروی با مردم رفتاری مناسب داشتند؛ درحالی که نیروهای نظامی آمریکایی و انگلیسی خلاف این رفتار را انجام می‌دادند. این، بدان معنی نیست که شوروی‌ها با اعتقاد قلبی و برای خرسندی مردم خراسان از این سیاست استفاده می‌کردند؛ که با هدف نفوذ بیش‌تر بر مناطقی از ایران بویژه در خراسان، به بازگشایی کنسول‌گری‌هایی اقدام کردند تا در قالب این مؤسسات، بتوانند با آرامش خاطر بیش‌تر بر خراسان تسلط یابند.

نیروهای شوروی با حضور چهارسال و پنج‌ماهه‌ی خود در خراسان، موجب بسیاری ناهنجاری‌های اجتماعی و مشکلات اقتصادی و پزشکی شدند. از نخستین روزهای ورود ارتش شوروی به خراسان، آتش هرج‌ومرج و شورش و طغیان و ناامنی در مناطق شرقی و شمالی خراسان شعله‌ور گردید و ارزاق عمومی از جمله نان کم‌یاب شد و مردم دچار مشکلات زیادی شدند. کارخانه‌های زیادی تعطیل شد و بسیاری از عملیات‌های عمرانی ناکام ماند. با وجود این مشکلات، وضع پزشکی و سلامت هم دچار مشکلات بی‌شماری گردید. ایران و بویژه خراسان با بیماری‌های گوناگونی از جمله تیفوس، تیفوئید، دیسانتری^۱، سیاه‌زخم، مالاریا و ... آشنا شدند. لازمه درمان چنین بیماری‌های خطرناکی، وجود بیمارستان‌ها و مؤسسات بهداشتی بود که شوربختانه و برخلاف انتظارات جامعه، شمار بیمارستان‌ها و مراکز پزشکی و داروخانه‌ها بسیار کم بود. در برخی شهرستان‌ها، حتی یک مرکز درمانی هم وجود نداشت و به ازای جمعیت هر شهر و شهرستان، پزشکان انگشت‌شماری حضور داشتند.

منابع

- آیتی، محمدحسین (۱۳۷۱). *بهارستان در تاریخ و تراجم رجال قاینات و قهستان*. مشهد: دانشگاه فردوسی.
- ادیب هروی، محمدحسن (۱۳۲۶). *الحدیقه/الرضویه*. مشهد: خراسان.
- ارجمند، محمد (۱۳۸۵). *شش سال در دربار پهلوی: خاطرات محمد ارجمند سرپرست تلگرافخانه مخصوص رضاشاه*. تهران: پیکان.
- استوارت، ریچارد (۱۳۷۰). *در آخرین روزهای شاه*. ترجمه کاوه بیات. تهران: نشر نو.
- اسکرین، سرکلارمونت (۱۳۶۳). *جنگ جهانی در ایران*. ترجمه حسین نجف‌آبادی فراهانی. تهران: نوین.
- امجد، محمد (۱۳۸۰). *ایران از دیکتاتوری سلطنتی تا دین‌سالاری*. تهران: باز.
- امینی، علیرضا (۱۳۸۱). *تحولات سیاسی و اجتماعی ایران در دوران پهلوی*. تهران: صدای معاصر.
- الهی، حسین (۱۳۸۰). *روزنامه و روزنامه‌نگاری در خراسان*. مشهد: دانشگاه فردوسی.
- _____ (۱۳۸۲). *احزاب و سازمان‌های سیاسی و عملکرد آنها در خراسان*. مشهد: دانشگاه فردوسی.
- بقیع، غلامحسین (۱۳۷۳). *انگیزه*. تهران: مؤسسه خدمات فرهنگی رسا.
- بلیک، کریستین (۱۳۹۴). *روابط خارجی ایران از ۱۳۲۰ تا ۱۳۴۱*. روایتی جدید از رویارویی آمریکا و شوروی در ایران. ترجمه علی باقری دولت‌آبادی و حوریه دهقان. تهران: مخاطب.
- پورشافعی، مجید (۱۳۸۵). *اقتصاد کوچه*. تهران: گام نو.
- تبرائیان، صفاءالدین (۱۳۷۱). *ایران در اشغال متفقین*. تهران: مؤسسه خدمات فرهنگی رسا.
- تفرشیان، ابوالحسن (۱۳۶۷). *قیام/افسران خراسان*. تهران: اطلس.
- جابانی، محمد (۱۳۶۳). *سرزمین و مردم قوچان*. مشهد: اطلس.
- جلالی، غلامرضا (۱۳۷۷). *تقویم تاریخ خراسان*. تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی.

- رادمنش، محمد کاظم (۱۳۹۰). *فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی آمریکایی‌ها در مشهد*. مشهد: سخن گستر.
- رامین‌نژاد، رامین (۱۳۹۰). *تاریخ لشکر خراسان*. مشهد: آهنگ قلم.
- رجبی، نجیب‌الله؛ دهقان‌پور، مریم (۱۳۹۴). *تاریخ خراسان جنوبی*. تهران: شهر آشوب.
- روحانی، علیرضا؛ ایزدی‌زاده، ابوالفضل (۱۳۸۹). *اسنادی از اشغال ایران در جنگ جهانی دوم*. ج ۳. تهران: ریاست جمهوری، مرکز پژوهش و اسناد.
- سعادت‌ی، حسین (۱۳۸۳). "تأثیرات و پیامدهای جنگ جهانی دوم بر استان خراسان". پایان‌نامه کارشناسی ارشد تاریخ، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- سیدی، مهدی (۱۳۷۳). *زورآباد جام*. مشهد: محقق.
- شاکری، رمضانعلی (۱۳۶۵). *اترک‌نامه (تاریخ جامع قوچان)*. تهران: امیرکبیر.
- شجاعی دیوکلائی، سیدحسن (۱۳۸۹). "پیامدهای جنگ جهانی دوم بر سیاست صنعتی سازی در ایران". *تاریخ ایران*، ش ۷، شماره پیاپی ۶۵/۵ (تابستان): ۱-۱۵.
- عاقلی، باقر (۱۳۷۲). *رضاشاه، قشون متحدالشکل*. تهران: جاویدان.
- فیاض، عبدالمجید (۱۳۸۱). *از باغ قصر تا باغ آرزوها*. تهران: کویر.
- لنزوسکی، جورج (۲۵۳۶). *رقابت روسیه و غرب در ایران*. ترجمه اسماعیل رائین. تهران: جاویدان.
- ماهوان، احمد (۱۳۸۳). *تاریخ مشهدالرضا*. مشهد: ماهوان.
- متولی حقیقی، یوسف (۱۳۹۲). *تاریخ معاصر مشهد، پیرامون تحولات سیاسی-اجتماعی مشهد از انقلاب مشروطیت تا انقلاب اسلامی*. مشهد: شورای اسلامی شهر مشهد، مرکز پژوهش‌ها.
- محمدی، ایرج؛ کریمی، حجت‌الله (۱۳۹۰). *اسنادی از اشغال ایران در جنگ جهانی دوم*. ج ۵. تهران: خانه کتاب.
- مقیمی، محمداسماعیل (۱۳۷۰). *جغرافیای تاریخی شیروان*. مشهد: آستان قدس رضوی، معاونت فرهنگی.

- منصوری، پروین (۱۳۸۴). *تاریخ شفاهی کانون نشر حقایق اسلامی*. تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
- مهدی‌زاده، مهناز؛ جوادی، حسین (۱۳۹۱). *فردوس، خورشیدی بر تارک کویر*. مشهد: سخن-گستر.
- میرنیا، سیدعلی (۱۳۷۳). *وقایع خاور/ ایران*. مشهد: اردشیر.
- میلسپو، آرتور (۱۳۷۰). *آمریکایی‌ها در ایران*. ترجمه عبدالرضا هوشنگ مهدوی. تهران: البرز.
- نفیسی، سعید (۱۳۴۵). *تاریخ معاصر ایران از چهارم اسفند ۱۲۹۹ تا بیست و چهارم شهریور ۱۳۲۰*. تهران: فروغی.
- همتی، رحمت‌الله (۱۳۹۰). "فعالیت حزب توده در خراسان تا سال ۱۳۳۲". پایان‌نامه کارشناسی ارشد تاریخ، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بجنورد.

روزنامه‌ها

- روزنامه آزادی، شماره ۱۹۷۲، دوشنبه، ۷ مهر ۱۳۲۰.
- _____، شماره ۱۹۷۴، دوشنبه، ۱۴ مهر ۱۳۲۰.
- _____، شماره ۱۹۷۵، جمعه، ۱۸ مهر ۱۳۲۰.
- _____، شماره ۱۹۷۶، چهارشنبه، ۲۳ مهر ۱۳۲۰.
- _____، شماره ۱۹۹۲، پنج‌شنبه، ۲۰ آذر ۱۳۲۰.
- _____، شماره ۲۰۲۱، فروردین ۱۳۲۱، ۲.
- _____، شماره ۲۰۶۹، پنج‌شنبه، ۲۶ شهریور ۱۳۲۱.
- روزنامه اطلاعات، شماره ۴۳۵۱، ۱۳۱۹/۱۰/۲.
- روزنامه بانک ملی ایران، شماره ۶۳، سال دهم، آبان و آذر ۱۳۲۱.
- _____، شماره ۷۱، مرداد و شهریور ۱۳۲۳.
- _____، شماره ۷۵، فروردین و اردیبهشت ۱۳۲۴.

- روزنامه دادگستران، سال اول، شماره ۱۱، سه شنبه، ۸ فروردین ۱۳۲۳.
- راستی، شماره ۸۳، دوشنبه، ۱۰ بهمن ۱۳۲۲.
- _____، شماره ۱۰۲، یکشنبه، ۱۰ اردیبهشت ۱۳۲۳.
- _____، شماره ۱۰۴، چهارشنبه، ۲۰ اردیبهشت ۱۳۲۳.
- _____، شماره ۲۰۷، پنج شنبه، ۲۰ اردیبهشت ۱۳۲۴.
- _____، شماره ۳۱۰.
- ندای خراسان، شماره شماره ۷، پنج شنبه، ۱۱ مهر ۱۳۲۵.
- _____، شماره ۹۰، سه شنبه ۲۷ مرداد ۱۳۲۶.
- نور خراسان، شماره ۱۸۰، ۲۵ شهریور ۱۳۲۴.

مصاحبه‌ها

- فیاض، عبدالمجید، تاریخ مصاحبه ۱۳۵۷/۱۱/۸.
- همتی استاد، برات، تاریخ مصاحبه ۱۳۸۹/۱۰/۳.

تحلیلی بر نگرش‌های عاشورا پژوهی در آثار خاندان آیتی بیرجندی

محمد ولی‌پور^۱

نوع مقاله: علمی-پژوهشی

شماره صفحه: ۱۴۹-۱۷۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۶/۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۶/۲۸

چکیده

واقعه عاشورا در تاریخ اسلام از جمله حوادث اثرگذاری است که کتب زیادی پیرامون آن نگاشته شده است. مطالعه و تحلیل آثار عاشورایی از جهات گوناگون در خور توجه است؛ یکی از موارد مهم، تحلیل نگرش‌ها و بررسی نوع گفتمان‌های موجود در این آثار است. نویسندگان واقعه طف در بیان چگونگی این حادثه و شرح احوال و شخصیت یاران امام حسین (ع) دیدگاه‌های گوناگونی ارائه کرده‌اند که تنوع و گوناگونی گزارش‌ها را انجامیده است. در میان گزارش‌های ارائه‌شده، آثار خاندان آیتی بیرجندی (محمدباقر، محمدابراهیم و محمدحسین) از جنبه‌های مختلف درخور توجه و واکاوی است. وجود علمای برجسته و صاحب‌قلم، شاخص بودن آثار برخی از این خاندان بویژه توجه به تحریفات و آسیب‌ها، و مستندنویسی از دلایل انتخاب موضوع این نوشتار است. کانون محوری بحث‌های عاشورا پژوهی خاندان آیتی، افزون بر واگویی واقعه بر مبنایی مستدل و مستند، بررسی برخی تحریفات آن است؛ از این‌رو این مقاله با بهره‌گیری از روش توصیفی-تحلیلی به نقد و بررسی آثار عاشورایی این خاندان، و سنخ‌شناسی گفتمان‌های مطرح‌شده پرداخته است.

۱. دکترای تاریخ تمدن و ملل اسلامی، گروه آموزشی تاریخ، دانشگاه فرهنگیان

دستآورد این پژوهش، بیانگر وجود ابعاد سنخ‌شناسانه، نگرش‌های تاریخی، دیدگاه عاطفی، عرفانی و ماورایی در شکل‌گیری آثار عاشوراپژوهی این خاندان است؛ که برخی از این گفتمان‌ها به دلایل پرشماری چون ویژگی‌های متنی (ادبی، تاریخی و فقهی) بر سایر گفتمان‌ها برتری و چیرگی یافته است.

واژگان کلیدی: عاشورا، خاندان آیتی، تاریخ تشیع

مقدمه

نقد و بررسی آثاری که پیرامون واقعه کربلا نگاشته شده، از جنبه‌های گوناگون اهمیت ویژه‌ای در مطالعات تاریخ اسلام بویژه عاشوراپژوهی دارد. از فواید این‌گونه بررسی‌های نقادانه، آسیب‌شناسی ادبیات موجود، گفتمان‌کاوی و تحلیل نگرش‌ها در این آثار است. در آثاری که با نگاه آسیب‌شناسانه و نقادانه پیرامون ادبیات عاشورایی نگاشته شده، آثار خاندان آیتی برجستگی ویژه‌ای دارد که محور بحث این نوشتار، واکاوی آثار سه تن از آنان (شیخ محمدباقر، شیخ محمدابراهیم و شیخ محمدحسین) خواهد بود.

شیخ محمدباقر آیتی (متوفی ۱۳۵۲ق.) از علمای شیعی است که در اکثر کتب تراجم، شرح احوال و آثار او آمده است. وی تألیفات متعددی در حوزه‌های فقهی، تاریخی و کلامی دارد (مرعشی، ۱۴۱۶ق.: ج ۲: ۷). محمدابراهیم آیتی (متوفی ۱۳۴۳ش.) از دیگر شخصیت‌های این خاندان است که در حوزه سیره نبوی و مطالعات تمدن اسلامی، آثار او مرجع اهل علم بوده و آثاری چون بررسی تاریخ عاشورا، تاریخ زندگانی پیامبر اسلام (ص)، سرمایه سخن و تاریخ اندلس از جمله آن‌هاست (آیتی، ۱۳۷۱: ۳۵۴). یکی دیگر از علمای برجسته این خاندان، شیخ محمدحسین آیتی (متوفی ۱۳۵۰ش.)، صاحب بهارستان در تاریخ و تراجم رجال قاینات و قهستان می‌باشد که در زمینه عاشوراپژوهی، کتبی چون مقامات‌الابرار و دیوان در غلطان را به رشته تحریر درآورده است (علیزاده‌بیرجندی، ۱۳۸۲: ۱۰۶-۱۰۷).

کانون محوری بحث‌های عاشورا پژوهی خاندان آیتی، افزون بر روایت واقعه عاشورا بر مبنایی مستدل و مستند، بررسی برخی تحریفات آن است که در کتاب کبریت/حمر فی شرایط منبر در گستره‌ای بازتر در قالب شرح وظایف اهل منبر و خطابه، نمود پیدا کرده است. در این اثر، نویسنده ضمن اشاره به فرازهایی از رخداد عاشورا و حوادث مرتبط، بر مسؤولیت سنگین راویان اخبار اهل بیت بویژه امام حسین (ع) چارچوب محکمی برای اهل منبر تأکید کرده است. محمدابراهیم نیز از طریق ارائه تحلیل‌های منطقی و براهین محکم و با تکیه بر منابع مستند، سبک متفاوتی در واقعه عاشورا ارائه کرده است. این تمایز سبک را می‌توان در آثار منظوم این خاندان پیرامون روایت عاشورا مشاهده کرد. در حالی که خواننده از آثار منظوم عاشورایی، بیش‌تر انتظار گفتمانی عاطفی و عرفانی دارد، شیخ محمدحسین در روایت منظوم مقامات/الابرار، با تکیه بر منابع و مستندات تاریخی بر ارزش و برتری تاریخی آن افزوده است. همین سبک و نقاط تمایز دیگر نیز باعث انتخاب این موضوع شده است.

مقاله پیش رو، با تمرکز بر آثار خاندان آیتی (شیخ محمدباقر، شیخ محمدابراهیم، شیخ محمدحسین) که در حوزه عاشورا پژوهی نوشته شده، به قصد کاوش در این گفتمان‌ها می‌پردازد و در این واکاوی، پاسخ‌گویی به سؤال ذیل مدنظر قرار گرفته است که: چه رویکردی در گفتمان آثار این خاندان وجود دارد؟

در پیشینه این تحقیق، باید به مقاله‌ی "معرفی، نقد و بررسی کتاب مکین‌الاساس فی احوال مولانا ابوالفضل‌العباس" نوشته علی‌اکبر عباسی اشاره کرد. این مقاله به معرفی و بررسی یکی از آثار محمدباقر آیتی در مورد زندگی حضرت ابوالفضل (ع) و رویدادهای کربلا اختصاص دارد (عباسی، ۱۳۹۶). نیز می‌توان به مقاله گفتمان‌کاوی آثار عاشورایی محمد ابراهیم آیتی نوشته نگارنده که به گفتمان‌های موجود در آثار محمدابراهیم آیتی پرداخته، اشاره کرد. در آن مقاله فقط آثار عاشورایی محمدابراهیم بررسی شده؛ اما در این‌جا، مقایسه‌ای تطبیقی بین آثار خاندان آیتی و تفاوت‌های نگرش آن‌ها مورد تحلیل قرار گرفته است (ولی پور، ۱۳۹۹).

در پژوهش‌های محلی از جمله کتاب *تاریخ برگزیدگان و مشاهیر بیرجند* (علیزاده بیرجندی، ۱۳۸۲: ۷۷-۸۶) و *بزرگان قاین* (سعیدزاده، ۱۳۶۹: ۴۹۲-۴۹۶) شرحی اجمالی درباره آثار این خاندان با ماهیتی توصیفی آمده است. تفاوت پژوهش حاضر با آثار مذکور، بعد تحلیلی مبتنی بر گفتمان‌کاوی این نوشتار با تکیه بر مبانی نظری است. گفتنی است چون گفتمان تاریخی در مقاله گفتمان‌کاوی آثار عاشورایی محمدابراهیم آیتی به‌صورتی مفصل آمده، در این جا از ذکر مجدد آن خوداری می‌شود.

بنیان نظری این تحقیق بر اساس سنخ‌شناسی گفتمانی کتاب *تحول گفتمان در گزارش واقعه‌ی کربلا* تألیف میرابوالقاسمی صورت گرفته است. میرابوالقاسمی در این اثر، چهار گفتمان تاریخی، عاطفی، عرفانی و ماورایی را توضیح داده و ویژگی‌های هریک از آن‌ها را معرفی نموده است.^۱ این نوشتار، ضمن طرح هریک از آن گفتمان‌ها و شاخص‌های آن، به گفتمان‌کاوی آثار عاشورایی خاندان آیتی خواهد پرداخت.

نمود گفتمان تاریخی در آثار خاندان آیتی بیرجندی

از مهم‌ترین آثار شیخ محمدباقر بیرجندی در زمینه‌ی عاشورا پژوهی می‌توان به سه اثر مهم او یعنی *کبریت احمر فی شرایط منبر*، *مکین‌الاساس فی احوال مولانا ابوالفضل‌العباس* و *مفتاح‌الفردوس* اشاره کرد. کتاب *کبریت احمر* در سه بخش تدوین شده که مؤلف، بخش اول و دوم را مقاله، و بخش سوم را جزء نامیده است. مقاله‌ی اول از یک مقدمه و چهار فصل تشکیل شده است؛ فصل اول در فضیلت موعظه، فصل دوم در شرایط وعظ، فصل سوم در شرایط شنوندگان و فصل چهارم درباره‌ی شرایط منبر است. در پایان این مقاله، کتب معتبر موعظه و مقتل را معرفی می‌کند. مقاله‌ی دوم کتاب، حاوی سی مجلس و یک خاتمه است. برای بخش سوم، مؤلف برخلاف دو بخش پیش، عنوان جزء را بعداً اضافه نموده است. مرعشی این قسمت را

۱. جهت اطلاعات بیشتر ر.ک. به: میرابوالقاسمی، ۱۳۹۳: ۲۲-۳.

که مکین/الاساس فی احوال مولانا ابوالفضل العباس است، جزء کبریت احمر می‌داند (مرعی، ۱۴۱۶ق، ج ۲: ۱۰). اما کتاب مکین/الاساس به صورت جداگانه به چاپ رسیده (بیرجندی، ۱۳۹۴: ۲۸-۲۹) که نویسنده به اقتضای بحث، فرازهایی از مطالب آن کتاب را به واقعه عاشورا اختصاص داده است.

و اما کتاب مفتاح/الفردوس شامل سه بخش که مؤلف هر بخش را یک فردوس نامیده، می‌باشد. فردوس اول به سه قسمت تقسیم می‌شود که هر قسمت را قصر می‌نامد. به‌طور کلی فردوس اول در زمینه عقل و ذم جهل، تمسک به قرآن و اهل بیت، مذمت اخذ علم از غیر اهل بیت و فضیلت علم می‌باشد. در فردوس ثانی به اثبات امامت امام حسین (ع) و مکارم اخلاق ایشان و واقعه طف پرداخته است. و اما فردوس سوم شامل ده مجلس است که در مورد پیامبر و انبیای گذشته و نیز شهادت امام حسن (ع)، حکایت فدک و شهادت امیرالمؤمنین (ع)، شهادت موسی بن جعفر (ع) و امام رضا (ع) و در آخر هم در مورد امام دوازدهم بحث می‌کند (بیرجندی، ۱۳۵۲: ۲-۳).

مؤلف در سه اثر فوق از دو نوع منبع بهره برده، گروهی از منابع او متقدم هستند که به واقعه عاشورا نزدیک‌ترند و گروهی نیز منابع متأخر؛ که مؤلف در مواردی با نگرشی نقادانه آن‌ها را مورد بررسی و ارزیابی قرار داده است.

محمدباقر گاهی در آغاز و گاه در میانه‌های بحث، سند گفته‌ی خود را ارائه می‌دهد که حاکی از گفتمان تاریخی اوست. از دیگر شاخص‌های گفتمان تاریخی، بیان زمان، مکان و نام اشخاص است که در متون عاشورایی شیخ محمدباقر به چشم می‌خورد. مثلاً از قول سیدبن طاووس در لُهو ف هنگام حرکت امام حسین (ع) از مکه به کوفه می‌گوید: «محمد حنفیه خدمت آن حضرت مشرف شد و عرض کرد ای برادر، می‌دانی که اهل کوفه با پدر و برادر تو مکر کردند و با تو وفا نخواهند کرد؛ در حرم امن خدا اقامت فرما و بیرون مرو!». آن حضرت فرمود: می‌ترسم مرا پنهانی به امر یزیدبن معاویه بکشند و هتک حرمت حرم خدا شود (بیرجندی، ۱۳۹۴: ۲۳۴). در این گزارش نویسنده، اصالت را به گزارش تاریخی داده و سند خود را بیان می‌نماید.

همچنین در گزارشی دیگر در مورد صبح روز عاشورا می‌نویسد: «و اما آن‌چه عزالدین ابن اثیر در *کامل فی‌التاریخ* و شیخ مفید به اختصار آورده، آن است که عمر بن سعد بعد از آن‌که نماز خواند، در روز شنبه و به قولی روز جمعه عاشر محرم، مہیای قتال شد. حضرت امام حسین (ع) نیز نماز صبح گزارد و با اصحاب و اهل بیت خود که مجموع سی و دو سواره و چهل پیاده بودند، خیام را پشت سر قرار دادند. میمنه را به زهیر بن قین و میسره را به حبیب و رایت را به برادرش عباس عطا فرمود.» (همان: ۶۱۹). یکی از ویژگی‌های کتاب کبریت/حمر، عدم توالی وقوع حوادث کربلا توسط نویسنده است.

مؤلف که قصد بیان شرایط منبر دارد و نه نوشتن واقعه عاشورا، خود را ملزم به رعایت توالی رخدادها نکرده است؛ با این حال، این اثر معیارهای گفتمان تاریخی مانند زمان‌مندی، ذکر مکان، نام اشخاص و ذکر منابع را داراست، حتی در موارد فراوانی برای اعتبار بیش‌تر گفته‌های خویش، روایتی را از دو یا سه منبع نقل و مقایسه می‌کند (همان: ۲۷۷).

در گفتمان تاریخی محمدباقر، گاهی تحلیل تاریخی هم دیده می‌شود. وی مؤلفان و مصنفان گذشته را بدون توجه به شهرت و محبوبیت آن‌ها به نقد می‌کشد (عباسی، ۱۳۹۴: ۱۴۹). چنان‌که در مورد پیکر مطهر حضرت عباس (ع) طریحی می‌گوید: نعش آن حضرت را امام (ع) به خیمه آورد و اهل حرم محترم، به تعزیه‌ی آن سرور اُمم مشغول شدند (طریحی، ۱۳۹۲، ج ۲: ۳۰۷). اما شیخ محمدباقر در رد نظر طریحی می‌نویسد: «ظاهر، آن است که حضرت سیدالشهدا ارواحنا فدای از کثرت جراحات و غیر آن، متمکن نشدند از الحاق آن جسد مطهر به سایر فقیان که ایشان را نزدیک خیمه جمع می‌کرد؛ که سرهای ایشان جدا نشود و پایمال نشوند» (بیرجندی، ۱۳۹۴: ۳۱۵).

نمونه‌ای دیگر از گفتمان تاریخی شیخ محمدباقر، جایی است که می‌نویسد: «بدان حکایت عروسی که در منتخب طریحی مرسلأ و در مدینه‌المعاجز از آن نقل شده، اصلی ندارد و یقیناً دروغ است و فاطمه بنت مولانا حسین، زوجه حسن مثنی بود و شوهر او در واقعه کربلا با او بود و زخم بسیار برداشت و اسماء بن خارجه او را به کوفه برد و مداوا کرد و چون صحیح شد، به

مدینه روانه نمود» (همان: ۵۶۳). در بعضی منابع آمده است که در کربلا حضرت قاسم (ع) به دستور امام حسین (ع) با فاطمه بنت حسین (ع) ازدواج کرد و برای آن‌ها حجله‌ی عروسی درست کردند؛ که از تحریفات تاریخ است. اولین کسی که این حکایت را نقل کرده است، ملاحسین کاشفی در روضه‌الشهدا است که شهید مطهری آن را رد می‌کند (مطهری، ۱۳۸۵، ج ۱: ۶۹).

شیخ محمدباقر همچنین در کتاب مکین/الاساس در مورد دفن شهدا از قول شیخ مفید می‌نویسد: «بعد از آن‌که بیرون رفت عمر سعد از کربلا، آمدند طایفه‌ای از بنی‌اسد که موطن در غاضریه بودند و نماز کردند و دفن کردند سیدالشهدا را و دفن کردند ولد او علی‌بن‌الحسین اصغر در پایین او. و حفره‌ای کردند برای جمیع شهدا از اهل بیت و اصحاب «دفن‌وهم جمیعاً معا؛ پس همه را با هم در آن حفره دفن کردند، غیر عباس بن علی» (بیرجندی، ۱۳۹۰: ۱۴۳).

در بررسی دلایل و عوامل اثرگذار بر اتخاذ رویکرد تاریخی در آثار محمدباقر، نقش استادان و گرایش‌های فکری آنان بویژه میرزای شیرازی که محمدباقر از سال ۱۳۰۰ تا ۱۳۰۵ ق. در سامرا افتخار شاگردی ایشان را داشته است (آیتی، ۱۳۷۱: ۳۱۲) و تعلق وی به مکتب سامرا^۱ بی‌تأثیر نبوده است. پیروان این مکتب گرایش به روش فکری بر پایه‌ی استدلال و اقامه‌ی برهان دارند؛ پس این نوع گفتمان تاریخی و بویژه رویکرد انتقادی محمدباقر که بیش‌ترین نمود آن در اثر شاخص وی یعنی کبریت/حمر بروز کرده نیز، در تأثیرپذیری از مکتب سامرا است.

گرچه محمدباقر بیرجندی تأکید خاصی به ارائه‌ی اسناد و شواهد در نقل وقایع دارد، رویکرد تاریخی در نوشته‌های او مانع بروز دیگر گفتمان‌ها در آثارش نشده است.

محمدابراهیم آیتی نیز در سه اثر خود به حادثه‌ی عاشورا پرداخته است: بررسی تاریخ عاشورا،

۱. مکتب سامرا نامی است که بر شیوه‌ی علمی جمعی از فقها و محدثان امامیه در قرن ۱۳ و ۱۴ ق. اطلاق می‌شود. این شیوه‌ی علمی جدید با هجرت میرزای شیرازی از نجف به سامرا شکل گرفت که ویژگی‌های مخصوص خود دارد؛ از جمله بر پژوهش و شاگردمحوری تکیه دارد. در این مکتب فکری، آموزش بر پایه‌ی ژرف‌نگری در مسائل و نظریه‌پردازی به جای تمرکز بر نقل دیدگاه‌های دیگران بود. نزد میرزا تفکر از اهمیت خاصی برخوردار بود. در این مکتب پژوهش جایگاه ویژه‌ای داشت. میرزای شیرازی برای نگارش ارزش زیادی قایل بود. از دیگر ویژگی‌های مکتب سامرا بیان ساده و قلم شیوا، گرایش به عرفیات، تقدم فقه بر اصول و توجه به مسایل سیاسی روز بود. (دارایی، ۱۳۹۲: ۳۹-۴۰).

گفتار عاشورا و سرمایه‌ی سخن. بررسی تاریخ عاشورا مجموعه‌ی هفده سخنرانی است که او در رادیو ایران طی سال‌های ۱۳۴۲ و ۱۳۴۳ هجری خورشیدی است که توسط علی‌اکبر غفاری گردآوری شده است. وی از منابع متقدم که به واقعه‌ی عاشورا نزدیک‌ترند، استفاده بیش‌تری کرده است. او از ابتدای واقعه عاشورا، روند حوادث را پی می‌گیرد و تا پایان سفر به دمشق با رعایت توالی، وقایع را تحلیل و بررسی کرده، به ریشه‌یابی حادثه عاشورا از زمان خلافت عثمان می‌پردازد. وی در پایان، مبحثی درباره اربعین به کتاب افزوده است.

در آثار محمدابراهیم نشانه‌های گفتمان تاریخی، نظیر رعایت توالی زمانی رویدادها و مستندسازی دیده می‌شود. او سعی نموده بیش‌تر، از منابع دست‌اول حوادث را پیگیری نماید و با در نظر گرفتن عنصر زمان و مکان، اصالت را به گزارش‌های تاریخی بدهد. در جای‌جای نوشته‌های عاشورایی او پای‌بندی به ذکر منابع و آوردن نام اشخاصی که نقشی در این حادثه دارند، سیطره‌ی گفتمان تاریخی را آشکار ساخته است (آیتی، ۱۳۷۲: ۴۶).

وی در کتاب بررسی تاریخ عاشورا که مهم‌ترین اثر عاشوراپژوهی اوست، گفتار خود را به منابع نزدیک به واقعه‌ی عاشورا مستند کرده است؛ چنان‌که از قول مسعودی می‌نویسد: «قیمت املاک خلیفه‌ی سوم در وادی‌القری و همچنین جاهای دیگر به صدهزار دینار می‌رسد» (همان: ۶۸). وی در استناد وقایع در موارد زیادی سعی کرده تا سلسله روایان خبر را معرفی کند تا بر اطمینان و اعتبار کلامش بیفزاید. برای نمونه می‌گوید: «ابوالفرج اصفهانی در کتاب مقاتل‌الطالبیین از مردی به نام محمدبن حسین آشنائی نقل کرده که می‌گوید خیلی طول کشیده بود که من از ترس، به زیارت حسین‌بن علی (ع) موفق نشده بودم. بالاخره خود را به خطر انداختم» (همان: ۳۹).

محمدابراهیم آیتی سعی نموده از عنصر زمان و مکان که از ملاک‌های مهم گفتمان تاریخی است، به‌خوبی استفاده کند؛ چنان‌که می‌نویسد: «امام حسین (ع) یک‌شنبه ۲۹ ماه رجب سال ۶۰ هجرت با همسران و برادران و برادرزادگان و بیش‌تر افراد خانواده خویش، از مدینه بیرون رفت و شاهره مکه را درپیش گرفت» (همان: ۵۰). یا در ادامه می‌نویسد: «امام (ع) روز سوم ماه شعبان

وارد مکه گشت و در نیمه ماه رمضان، عموزاده‌ی خود مسلم بن عقیل را به کوفه فرستاد. بقیه ماه رمضان و شوال و ذی‌القعدة و تا هشتم ذی‌الحجه در مکه ماند» (همان: ۸۰).

به‌طور کلی رویکرد محمدابراهیم آیتی به وقایع عاشورا، حاکی از نوگرایی در دیدگاه‌های وی، قوت استدلال و پختگی تحلیل‌های اوست. همه‌ی این شاخص‌ها علاوه بر تحصیلات و بعدها تدریس وی در فضاهای آکادمیک (آیتی، ۱۳۷۱: ۳۵۴) ناشی از متدولوژی و منش فکری اوست. در مورد شاخص‌های روش‌شناسی وی و وثاقت روایت‌های او افرادی چون مطهری و آرام، او را مردی کم‌نظیر دانسته‌اند (مطهری، ۱۳۸۵، ج ۱: ۱۹).

به نظر می‌رسد رویکرد انتقادی و تحلیل‌های او، علاوه بر این‌ها، تحت تأثیر حلقه فکری انجمن مهندسان با حضور شخصیت‌هایی چون بهشتی و مطهری و آشنایی او با زبان‌های عربی و انگلیسی بوده است.

از دیگر افراد صاحب‌قلم خاندان آیتی، شیخ محمدحسین (۱۳۱۰-۱۳۹۱ق.) است. وی صاحب آثار متعددی از جمله دو اثر منظوم با نام‌های *مقامات‌الابرار* و *در غلطان* است که پیرامون وقایع عاشورا سروده شده‌اند. مباحث عاشورایی کتاب *مقامات‌الابرار* به‌صورت سه جلدی به نام *حماسه عاشورا* توسط اسماعیلی آیتی و دیگران با تفسیر و معنای روان چاپ شده است. کتاب *مقامات‌الابرار* از پنج دفتر تشکیل شده که دفتر چهارم و پنجم آن درباره واقعه عاشورا و شامل هفت‌هزاروپانصد بیت است. دفتر چهار و پنج این کتاب تحت عنوان *روضه‌الشهدا در مقتل‌امام حسین (ع)* است که بنا به گفته مؤلف، مطابق اخبار صحیح و آثار معتبر به نظم درآمده است. مهم‌ترین منابعی که نویسنده از آن‌ها بهره برده، به شرح ذیل است: الارشاد مفید، امالی شیخ صدوق، لهوف سیدبن طاووس، مقاتل‌الطالبیین ابوالفرج اصفهانی، بحارالانوار مجلسی، مقام زخار فرهادمیرزا^۱، کامل بهایی عمادالدین طبری و منتخب‌التواریخ طریحی.

با وجود این تصور که در کلام منظوم، گفتمانی عاطفی و عرفانی است، استفاده از منابعی که

۱. فرهاد میرزا معتمدالدوله نوه‌ی فتح‌علی‌شاه قاجار از نویسندگان دوره‌ی قاجار است که کتاب *مقام زخار و مصمص تبار* را به زبان فارسی نوشته. این کتاب به تفضیل در شرح احوالات امام‌حسین (ع) است (فرهاد میرزا، ۱۳۹۷: ۶).

در اول کتاب آورده، و توالی ذکر وقایع برحسب زمان، و برجسته نمودن مکان و نام اشخاص در ذکر وقایع، از شاخص‌های گفتمان تاریخی در آثار عاشورایی مؤلف به‌شمار می‌رود (آیتی، ۱۳۳۷: ۲۳۷-۲۳۸). چنان‌که می‌سراید:

روز جمعه سوم شعبان نزول	کرد اندر مکه فرزند رسول
شد مقیم کعبه، آن شکوه نور	مکه از نورش شدی دارالسورور (همان: ۲۴۰)

ورود امام (ع) به مکه در روز سوم شعبان سال ۶۰ هجرت را منابع متقدم مانند/رشاد هم نقل کرده‌اند (مفید، ۱۳۹۵، ج ۲: ۵۹). مؤلف روند وقایع را نیز از ورود امام (ع) به مکه و خروج ایشان از آن شهر و رفتن به عراق و آن‌چه در منازل بین راه اتفاق افتاده، به ترتیب توالی وقوع حوادث به نظم درآورده که حکایت از گفتمان تاریخی دارد (آیتی، ۱۳۳۷: ۲۷۰-۲۷۱). همان‌طور که در قضیه فرستادن مسلم‌بن عقیل به کوفه با تکیه بر منابع تاریخی چنین سروده است:

الغرض برحسب امر شهریار	سوی کوفه گشت مسلم رهسپار
در مدینه کرد چون باری نزول	رفت اندر روضه‌ی پاک رسول

وز قبيله قيس بگرفتی دليل تا برد آن راه بر غير سبيل (همان: ۲۴۴-۲۴۵)

این واقعه‌ی تاریخی را دینوری در *اخبار الطوال* به همین منوال می‌آورد (دینوری، ۱۳۶۴: ۲۷۹-۲۸۰). مؤلف *مقامات‌الابرار*، حوادث کربلا را در قالب نظم با تمامی ظرایف و دقت پی می‌گیرد و آن‌ها را به ترتیب زمان وقوع رویدادها، مطابق منابع تاریخی با زبان شعر به تصویر می‌کشد و در بیان رویدادها نام اشخاص را قید می‌کند:

گفت در کامل، طبرسی این خبر	واین حدیث آورد از اصحاب سیر
در عزای حضرت شاه شهید	خواست رخست ام کلثوم از یزید
داد پیغامش زکيه‌ی طاهره	دختر زهرا شمس زاهره
ما در این مدت که بوده‌استیم اسیر	روز و شب در دست دشمن دستگیر
محنت آبت به ما فرصت نداد	کاوریم از آن شهیدان نیک یاد

(آیتی، ۱۳۸۸، ج ۳: ۱۷۸-۱۷۹).

تا جایی که ام‌کلثوم از یزید در دارالحجره‌ی دمشق اجازه‌ی برپایی عزا اخذ می‌کند (طبری، ۱۳۸۶: ۶۴۴). شیخ محمدحسین آیتی تحت تأثیر فضای فکری حاکم بر خاندان مذکور، بویژه پیرو شیوه‌ی نوشتاری محمدباقر و محمدابراهیم در اشعار خود که می‌بایست عرصه‌ی تجلی احساسات و عواطف باشد، رویکردی علمی و تاریخی اتخاذ کرده است. در این میان، تحصیلات وی در نجف و فضای فکری حوزه در گفتمان تاریخی او بی‌تأثیر نبوده است (آیتی، ۱۳۷۱: ۳۷۴-۳۷۵).

گفتمان ماورایی در آثار عاشورایی خاندان آیتی

در گفتمان ماورایی بر اصالت عوامل غیرمادی و ماوراءالطبیعی در بروز یک رویداد تأکید شده است. این گفتمان دارای وجوه مشترکی با گفتمان‌های عاطفی و عرفانی است. داستان‌پردازی و برقراری ارتباط مؤثر با اذهان عمومی، دور کردن مخاطب از حقیقت تاریخی وقایع و القای تقدیرگرایی از شباهت‌های آن با گفتمان عرفانی است. شاخص‌های این گفتمان، پیش‌گویی، تقدس روز عاشورا و یا سوگواری کائنات و کرامات و معجزه است (میرابوالقاسمی، ۱۳۹۳: ۱۹). با توجه به آنچه در مباحث گفتمان تاریخی آمد هر سه مؤلف در ذکر سند برای گفته‌های خود در آثار عاشورایی تلاش داشتند؛ اما این، به معنی نبود نموده‌هایی از دیگر گفتمان‌ها در آثارشان نیست. در موارد پُرشمار، گفتمان‌ها حالت ماورایی پیدا می‌کند که گویا مؤلف از نویسندگان گذشته تأثیر پذیرفته است.

محمدباقر در آثار عاشورایی خود نموده‌هایی از گفتمان ماورایی با رویکرد اعتقادی آورده است. مثلاً می‌نویسد: وقتی که امام حسین (ع) و یارانش از قصر بنی‌مقاتل کوچ کردند، عقبه‌بن ابی‌سمعان می‌گوید یک‌ساعتی که راه رفتیم، حضرت سیدالشهدا را خواب درربود بر بالای اسب؛ پس بیدار شد و سه مرتبه فرمود: «انالله و انا الیه راجعون» پسرش علی‌اکبر (ع) از او پرسید سبب استرجاع چه بود؟ فرمود: ای فرزند، مرا خواب درربود؛ پس سواره‌ای به نظرم آمد که بر اسبی سوار بود و می‌گفت این جماعت که سیر می‌کنند، مرگ به‌سوی ایشان می‌آید! پس دانستم که خبر مرگ ما را به ما می‌دهد (بیرجندی، ۱۳۹۴: ۲۱۸). یا در جای دیگر در مورد کمبود آب در کربلا می‌نویسد:

«وقتی دیگر چاهی کردند و آب نیافتند. پس آن حضرت کلنگی برگرفتند و نوزده قدم و در روایتی نه قدم از عقبه‌ی خیمه‌ی زنان، رو به قبله برداشتند و بر زمین زدند؛ نهر آب شیرینی جاری شد و آب آشامیدند. تمام جماعت، مشک پُر آب کردند. پس آن چشمه مفقود شد و کسی اثری از آن ندید» (همان: ۳۶۹). یا می‌نویسد که «آن حضرت انگشت ابهام را در کف مبارک گذارد و همه را سیراب فرمودند» (همان: ۳۷۰). در هر دو روایت فوق نمونه‌هایی از گفتمان ماورایی، یعنی معجزه و خواب مطرح شده است.

در گفتمان ماورایی نوعی تقدس‌گرایی وجود دارد که به عاشورا و حوادث آن جنبه‌ای مقدس می‌بخشد و به شنونده القا می‌کند که این واقعه از روز ازل رقم خورده و باید صورت می‌پذیرفت. چنان‌که می‌گوید: هنگام تولد امام حسین (ع) ملائکه، مثل صرصائیل^۱، دردائیل^۲ و فطروس^۳ توسل به امام حسین (ع) جستند و بعد، ملکی آمد خدمت حضرت رسول (ص) و قبضه‌ای از خاک کربلا به آن حضرت داد و عرض کرد: «وقتی این تربت تغییر یابد و مبدل به خون عبیط^۴ گردد، آن وقت فرزند تو شیهه شده است» (همان: ۴۱۲).

این نوع گفتمان در آثار محمدباقر اگرچه بیانگر تلاشی است تا عقاید شیعه امامیه را گسترش دهد، اما به معنی جزمی‌گری و نبود مبانی استدلال در آرای او نیست. شاهد این ادعا تحلیل‌ها و انتقاداتی است که در گفتمان تاریخی آمد.

۱. یکی از ملائکه‌ی مقرب درگاه الهی است که در بسیاری منابع آمده قضیه‌ی ازدواج حضرت علی (ع) و حضرت زهرا (س) را به پیامبر (ص) از طرف خداوند مطرح کرد (خوارزمی، ۱۴۱۱ق: ۳۴۰).

۲. یکی از ملائکه‌ی مقرب الهی است. ابن عباس می‌گوید: شنیدم که رسول خدا (ص) می‌فرمود خدای تعالی را فرشته‌ای است که دردائیل نام دارد او را شانزده‌هزار سال است (ابن بابویه، ۱۳۹۵، ج ۱: ۲۸۲).

۳. فطروس یکی از دیگر از فرشتگان درگاه الهی است که هنگام تولد امام حسین (ع) همراه با جبرئیل خدمت رسول خدا (ص) رسیدند که در مورد او داستان‌هایی نقل کرده‌اند (قمی، ۱۳۹۳: ۹۳۰).

۴. خون تازه

از دیگر شاخص‌های گفتمان ماورایی در آثار محمدباقر که مربوط به واقعه کربلا می‌باشد و نشان از تمایل نویسنده به گفتمان ماورایی، کاربرد علایمی چون سوگ‌واری کائنات بر امام حسین (ع) و معجزات و کرامات می‌باشد که به اختصار به نمونه‌هایی اشاره می‌گردد:

جایی می‌نویسد: چون شمر لعین سر مطهر سیدالشهدا بر نیزه بلند کرد، تکبیر گفت و به موافقت او لشکریان سه بار تکبیر گفتند. زمین به زلزله آمد و هوا تاریک شد و از آسمان خون بارید و منادی از آسمان ندا کرد. «قتل والله الامام، ابن الامام، اخوالامام» پس غبار شدیدی بلند شد در نهایت تاریکی، و باد سرخی وزیدن گرفت که گمان کردند عذاب نازل شد و در بیت المقدس هر سنگی از زمین برداشتند، از آن خون جوشید (بیرجندی، ۱۳۹۰: ۲۶۹).

گفتمان ماورایی در آثار محمدابراهیم هم به چشم می‌خورد. در بسیاری موارد، ابتدا با گفتمان تاریخی بحث‌های مربوط به عاشورا را شروع می‌کند و آن‌گاه، بحث را به سمت وسوی گفتمان ماورایی می‌برد. چنان‌که می‌گوید: «امام حسین (ع) هنگامی که از مکه به قصد کوفه عزیمت نمود، عبدالله جعفر با برادر حاکم مکه حامل نامه‌ای از برادر خود عمرو بن سعید برای امام بود و از امام خواست که با اطمینان خاطر برگردد. امام (ع) فرمود من جد خود رسول خدا را در خواب دیده‌ام که او، امر فرموده است تا به این راه بروم. گفتند که چه خواب دیده‌ای؟ فرمود: خواب خود به کسی نگفته‌ام و تا زنده باشم، به کسی نخواهم گفت (آیتی، ۱۳۷۲: ۹۳). نویسنده با کنار هم قراردادن خطبه‌های امام حسین (ع) به این نتیجه رسیده که هرچه امام از مکه به طرف کوفه و کربلا جلوتر می‌آید، به مناسبت‌های مختلف سخن از شهادت و فداکاری و جانبازی به میان می‌آورد؛ یعنی می‌خواهد بگوید که این حرکت و اقدام از قبل رقم خورده است و اصلاح فساد موجود در جامعه جز با شهادت من امکان‌پذیر نیست. با توجه به این‌که او نوعی تقدیرگرایی را مطرح می‌کند و یا از طریق خواب و ورای این جهان به واقعه طف می‌نگرد، گفتمانی ماورایی است.

در آثار شیخ محمدحسین آیتی گرچه توالی تاریخ در بیان واقعه طف وجود دارد، نوعی گفتمان ماورایی هم دیده می‌شود. مؤلف فوق در دو اثر منظوم *دُر غلطان و روضه‌الشهدا* (حماسه عاشورا)

در بعضی از اشعار از این گفتمان استفاده کرده است. آن جا که در دیوان در غلطان می نویسد:

فطروس سلام ما برسان چون که بگذری بر تربت مطهر سلطان کربلا (آیتی، ۱۳۴۶: ۱۰۳).

این بیت برگرفته از قضیه فطروس ملک است که مورد شفاعت امام حسین (ع) قرار گرفت (راوندی، ۱۳۶۹: ۲۰۰). شیخ محمدحسین ضمن بیان رویداد کربلا سعی می کند گفتمان ماورایی را هم بیاورد و انگیزه سرودن اشعار خود را توضیح دهد؛ چنان که می گوید: واقعه قیام امام حسین (ع) را تا ورود اسیران به کوفه به صورت نظم درآورده بودم که وقتی دست نمی داد تا ورود اسراء به شام و از آن جا به مدینه را به نظم درآورم. تا این که سیدجلیل برادرزاده میرزا محمدحسن شیرازی از اصفهان به بیرجند آمده بود و خوابی که دیده بود، برای من نقل کرد و گفت که حضرت زینب (س) در عالم رؤیا فرمودند اکنون که در بیرجند هستی، به شیخ محمدحسین بگو: «مقتلی که می نویسد کامل کند و آن را ناقص رها ننماید» که من از شنیدن این نوید و بشارت دفتر پنجم را به نظم درآوردم (آیتی، ۱۳۸۸، ج ۱، مقدمه: ۳) نیز در شعر دیگری می سراید:

هنگامی که امام حسین (ع) قصد خروج از مدینه را دارد، برای خداحافظی به بقیع می رود و خطاب به برادرش امام حسن (ع) می گوید:

مصرع من باشد اندر نینوا	در بقیعت می گذارم بی نوا
من به سوی کربلا بایدشدم	در جوار جد، تو را باشد وطن
خوابگاه کشتگان کربلاست (همان: ۷۲)	نینوا جای غریبان بلاست

گفتمان عاطفی در آثار خاندان آیتی

گفتمان عاطفی: گفتمانی است که برجسته سازی وجه یا وجوه عاطفی یک رویداد (عمدتاً حوادث غم انگیز) محوری ترین رویکرد آن را شکل می دهد. این گفتمان با شاخص هایی چون ابراز انزجار، اندوه، ایثار، پاداش، عقوبت اخروی و دنیوی، تشنگی، تنهایی، غربت، گریستن و داستان پردازی تبیین شده است (میرابوالقاسمی، ۱۳۹۳: ۱۶-۱۷).

شیخ محمدباقر در زمینه ارائه گزارش واقعه‌ی عاشورا، گرچه سعی می‌کند سند و مدرک معتبر ارائه نماید اما با عشق و علاقه‌ای که به خاندان عصمت و طهارت دارد، توجه را از گفتمان تاریخ به عاطفه و احساسات سوق می‌دهد (بیرجندی، ۱۳۹۴: ۳۹۳). ابیاتی که در مورد میدان رفتن عباس (ع) می‌آورد، شاهد این مدعا است.

منبع جود و فتوت، معدن حلم و حیا نور چشم حیدر صفدر، امیرمؤمنان
کی توان او را جداکردن ز ولد فاطمه نوگل باغ دل زهراست آن سرو روان
(بیرجندی، ۱۳۹۰: ۲۰۷).

در این ابیات مؤلف درباره‌ی فضیلت حضرت عباس (ع) تأکید دارد و فضایل او را برجسته نموده که در حقیقت، نوعی گفتمان عاطفی است. در جایی دیگر مؤلف از سر سوز و عشق، قصایدی در مورد واقعه عاشورا می‌سراید که گفتمان عاطفی او را پررنگ می‌کند. او می‌گوید:

یکی زمن این خبر به شام ویران برد کتاب هجو مرا به پورسفیان برد
بگویدش کای پلید خلیفه کردی یزید که دین و ایمان خلق، به سان شیطان برد
(بیرجندی، ۱۳۹۴: ۴۷۳).

دیگر از گفتمان عاطفی محمدباقر در قالب نثر این است که در شجاعت ابوالفضل (ع) می‌نویسد: «آنچه واقع شد از شیر بیشه‌ی شجاعت در مقابله با کفره طغات و مانعین آب فرات، از آنچه متمکن نشد از آن کسی به غیر برادر رشیدش حضرت امام حسین (ع) از متفرق نمودن چهارهزار سوار و پیاده و مالک شدن شریعه» (بیرجندی، ۱۳۹۰: ۸۱). گرچه این مطلب گویای گفتمان عاطفی مؤلف است اما وی همین را با سند از/کسیر/عباد فاضل دربندی نقل می‌کند که در منابع دیگر دیده نمی‌شود (عباسی، ۱۳۹۶: ۱۱۸).

در آثار محمدابراهیم علاوه بر گفتمان تاریخی-تحلیلی در بیان واقعه عاشورا، در بعضی موارد گفتمان عاطفی هم دیده می‌شود و در بیانات خود برای آگاهی بیش‌تر مخاطب، از احساسات و عواطف هم بهره می‌برد. آن‌جا که می‌گوید امام (ع) در صبح روز عاشورا خطبه‌ای در نهایت بلاغت و فصاحت ایراد کرد و مردم کوفه را مخاطب قرار داد و گفت: ای مردم مرا بشناسید که من که

هستم؟ آن گاه به خود آید و خود را ملامت کنید و نیک بیندیشید که آیا کشتن و پایمال کردن حرمت من بر شما جایز است؛ مگر من دخترزاده‌ی پیامبر شما نیستم؟ و در ادامه می‌نویسد که امام (ع) فرمود: مگر حمزه سیدالشهدا عموی پدرم نیست؛ مگر جعفر بن ابوطالب، همان شهیدی که دو بال دارد و با فرشتگان خدا پرواز می‌کند، عموی من نیست؟ که نوعی گفتمان عاطفی است. و در ادامه می‌نویسد که امام حسین (ع) در خطبه‌اش فرمود: «مگر نشنیده‌اید که رسول خدا درباره‌ی من و برادر من حسن گفته است این دو پسر من دو آقای جوانان بهشتی‌اند؟» (آیتی، ۱۳۷۲: ۱۱۴).

نوعی دیگر از گفتمان عاطفی که در نوشته‌های محمدابراهیم، در بیان ورود اسیران کربلا به کوفه است: «خطبه‌های این گویندگان شجاع و بی‌نظیر در سینه‌های مردم جای گرفت؛ دل‌ها را تکان داد، تشخیص مردم را عوض کرد، اشک‌ها را جاری کرد و مردم را به اشتباه بزرگ‌شان توجه داد، و احساسات مردم را برانگیخت. و در جایی می‌آورد که اسیران، وقایع کربلا را همان‌طور که بود، گفتند، هرزگی‌های دشمن را گفتند» (همان: ۱۲۵). و یا درباره وقایع عصر روز عاشورا می‌نویسد: «با اسیران داغ‌دیده تندی و درستی کردند، بر لب‌ها و دندان‌های امام (ع) چوب زدند» (همان: ۱۲۴). که گفتمان عاطفی را مطرح می‌کند.

در آثار عاشورایی محمدحسین آیتی تلاش شده روند حوادث کربلا بر اساس منابع، با رعایت توالی زمانی به نظم درآید، اما سروده‌های او خالی از عواطف و احساسات نبوده و نوعی گفتمان تاریخی - عاطفی است. چنان‌که در بیان آخرین لحظات نبرد امام حسین (ع) با سپاه دشمن می‌نویسد:

و اندر آن حالت که شه مدهوش بود	ناتوان و از سخن، خاموش بود
حمله‌بردی شمر سوی خیمه‌گاه	دست بگشایند بر غارت سپاه
شاه را غیرت، دوباره زنده کرد	سر، بلند او با رخ رخشنده کرد

(آیتی، ۱۳۳۷: ۴۰۶-۴۰۷).

اما گفتمان صرفاً عاطفی هم در سروده‌های او زیاد است (همان: ۳۹۷). در مواردی گفتمان عاطفی او چنان به اوج می‌رسد که گفتمان تاریخی و ماورایی را هم تحت‌الشعاع قرار می‌دهد؛ چنان‌که در حماسه‌ی عاشورا از زبان حضرت زینب، هنگامی که سر امام (ع) را در کوفه بالای نیزه می‌بیند، می‌سراید:

می‌ندانستم روی با این شتاب	واین چنین مقدر باشد در کتاب
من بر روی محمل و باشم اسیر	تو سرت بر نیزه، ای ماه‌منیر

(آیتی، ۱۳۸۸، ج ۳: ۵۵).

در دیوان در غلطان نیز می‌نویسد:

گو به بلبل بکشد ناله، که ایام غم است	گلشن فاطمه را فصل خزان از ستم است
نوبت ماتم سلطان شهیدان برسید	چشمه‌ی اشک، ز هرچشم، روان دم‌به‌دم است

(آیتی، ۱۳۴۶: ۱۰۳).

به نظر می‌رسد شیخ محمدحسین آیتی هرچند رویدادهای کربلا را از مدینه کوفه و شام به نظم درآورده و درصدد شرح اندوه عمیق ستم‌دیدگان برای ابراز و گسترش نفرت از ستم‌گران صحنه کربلا به مخاطب است، اما قصد داستان‌سرایی ندارد. او جز با همان آگاهی تاریخی خود سخن نمی‌گوید؛ که مضامین تاریخی را در قالب عاطفی و احساسی یا گفتمان عاطفی به شنونده انتقال می‌دهد.

گفتمان عرفانی در آثار عاشورایی خاندان آیتی

گفتمتن عرفانی، گفتمانی است با رویکرد شهودی که کفه‌ی حوادث و رویدادهای این جهانی را در ماهیت آن جهانی و معنوی با تفسیری قدسی جست‌وجو می‌کند. شاخص‌های این گفتمان، ابتلا و آزمایش الهی، تکامل معنوی، عشق، نزاع حق و باطل، نفی غم و وصال الهی است (میرابوالقاسمی، ۱۳۹۳: ۱۶).

در مباحث گذشته بیان شد که هرچند گفتمان تاریخی، عاطفی و ماورایی چگونه جلوه‌هایی را در آثار محمداقرا به خود اختصاص داده، اما این به مفهوم نبود گفتمان عرفانی در نوشته‌های نیست. نموده‌های گفتمان عرفانی نوشته‌های او کم‌تر است؛ مانند این بیت:

چون زند عشق، حلقه‌ای بر در نه پسر می‌شناسد و نه پدر
هرکه باشد ز دوستی آگاه دارد از حال شاه تشنه، خبر

(بیرجندی، ۱۳۹۴: ۳۹۳).

یا در بیان واقعه عاشورا می‌نویسد: بنا به قول مجلسی و سیدبن طاووس، خدا امام حسین (ع) را در بین دو مسأله یعنی شهادت و لقای یار و پیروزی مخیر گذاشت که آن مفخر دودمان خلیل، لقای حضرت جلیل را اختیار فرمود (همانجا). در اینجا مؤلف سه گفتمان تاریخی، ماورایی و عرفانی را به هم آمیخته و در پایان مسأله‌ی لقای معبود و پیوستن به حضرت جلیل را مطرح می‌کند؛ که گفتمانی عرفانی است.

در آثار و نوشته‌های عاشورایی محمدابراهیم، گفتمان عرفانی به شدت گفتمان تاریخی نیست؛ وی تنها در موارد نادری از گفتمان عرفانی استفاده کرده است. اصطلاحاتی چون جانبازی، لقای پروردگار و شوق به شهادت در آثار او به کار رفته که نشان از گفتمان عرفانی دارد. چنان‌که از قول زین‌العابدین می‌نویسد: امام در شب عاشورا به یاران خود گفت فردا روز شهادت است و اصرار ورزید که هریک از شما دست یکی از اهل بیت مرا بگیرید و از این ورطه بیرون روید؛ و در شهرهای خود پراکنده شوید تا خدا به شما گشایش دهد (آیتی، ۱۳۷۲: ۱۰۷). یا: "زهیرگفت به خدا قسم دوست دارم که کشته شوم و سپس زنده شوم؛ آنگاه تا هزار بار دوباره کشته شوم، و این وسیله‌ای باشد که خدا تو را و جوانان اهل بیت تو را حفظ کند و شما زنده بمانید!" که شاخص‌های گفتمان عرفانی را داراست. در شب عاشورا در برابر پیشنهاد امام (ع)، یاران وی گفتند: «شکر، خدای را که راه سعادت ما را هموار ساخت و شهادت با تو را؛ که بالاترین شرافت است که به ما روزی کرد» (آیتی، ۱۳۸۸، ج ۲: ۱۷۰-۱۷۱).

شیخ محمدحسین آیتی در کتاب حماسه‌ی عاشورا، گرچه به گفتمان تاریخی و عاطفی برتری می‌دهد اما در مواردی نشانه‌هایی از گفتمان عرفانی بروز می‌دهد که نمودهایی از آن در فراز اول جلد سوم حماسه عاشورا در شهادت و جانبازی امام حسین (ع) در راه معشوق از آن جمله است:

در ره معشوق، چون از سرگذشت	از سر و حنجر و پیکر گذشت
از ضیاع و مال و فرزند و عیال	وز زنان و کودکان خردسال
خود به‌سوی ایزد، رخت برد	آن‌چه را بگذاشت، با زینب سپرد

(همان، ج ۳: ۲۶).

یا در جایی دیگر، در بیان حوادث پس از شهادت امام می‌سراید:

ساعتی در کربلا بر نیزه بود بر فراز نی اناالحق می‌سرود (همان: ۳۴)
و یا آن‌جا که می‌سراید:

وی لقای دوست را شد خواستار قتل را بر نصر کردی اختیار (همان: ج ۲: ۶۹).
هرچند این شاخص‌های گفتمان عرفانی در سرودهای شیخ محمدحسین، به گونه‌ای نیست که گفتمان تاریخی و عاطفی وی از وقایع را تحت‌الشعاع قرار دهد؛ نمی‌توان گفت که گفتمان او خالی از عبارات عرفانی است. مثلاً در شرح زبان حال امام (ع) و یاران او در شب دهم محرم می‌گوید:

با وجود آن‌که بودی ماتمش،	عالمی می‌سوخت آن شب، از غمش
شاه، سرگرم لقای یار بود	فارغش دل، از همه اغیار بود

(آیتی، ۱۳۳۷: ۳۱۷).

نتیجه

تحلیل محتوایی و سنخ‌شناسانه آثار خاندان آیتی پیرامون واقعه کربلا نشان می‌دهد که شاخص گفتمان‌های تاریخی، ماورایی، عاطفی و عرفانی در آثار آن‌ها نمود و ظهور پیدا کرده است. مقایسه آثار عاشورایی این خاندان، حاکی از تفاوت تأثیر رویکردها در این آثار است؛ یعنی در برخی آثار عاشورایی، گفتمان تاریخی و در برخی دیگر گفتمان عاطفی و ماورایی غالب بوده است.

در آثار محمدباقر بیرجندی شاخص‌های گفتمان تاریخی نظیر ذکر اسامی و تبیین زمان و مکان واقعه، رویکردی تحلیلی و انتقادی وجود دارد. او بدون در نظر گرفتن "قدرت و شهرت مراجع"، آن‌ها را نقد کرده است.

در آثار محمدابراهیم، مؤلفه‌های گفتمان تاریخی نظیر استناد به منابع، رعایت توالی زمانی رویدادها و ذکر مکان و نام اشخاصی که در حوادث نقش داشته‌اند، نشانه‌ی برتری گفتمان تاریخی است. با وجود نشانه‌های گفتمان تاریخی در آثار محمدحسین و نیز محمدباقر، این نوع گفتمان در نوشته‌های عاشورایی محمدابراهیم جلوه و برجستگی ویژه‌ای دارد. محمدابراهیم با پرهیز از نقل مطالب بی‌اساس، افسانه‌های عامیانه، دروغ‌های گمراه‌کننده؛ و نیز افزودن تحلیل‌های عقلی و علمی بر اطمینان متن و ارزش کلام خود افزوده است.

همه‌ی این ویژگی‌ها سبب شده که برخی از پژوهشگران تاریخ اسلام از او به‌عنوان مورخی کم‌نظیر و مسلط یاد کنند. براهین ارائه‌شده، همه نشان از برتری گفتمان تاریخی و اهمیت آن در آثار محمدابراهیم نسبت به سایر اعضای خاندان وی دارد. به دلیل این ویژگی است که نسبت به دیگر افراد این خاندان، در آثار وی گفتمان عاطفی، ماورایی و عرفانی نمود و بروز کم‌تری دارد. آثار محمدحسین آیتی به لحاظ منظوم‌بودن، نمایان‌گر گفتمان عاطفی به‌عنوان گفتمان چیره در کلام اوست. وی حتی باوجود غلبه‌ی احساس در برخی گفتمان ماورایی‌اش، از گفتمان تاریخی در سروده‌های خود غافل نشده و زمان‌بندی رخدادها و ذکر نام اشخاص در آثار وی جایگاه ویژه‌ای دارد. این ویژگی از وجوه تمایز آثار محمدحسین با سایر آثار منظوم در این زمینه است. نمود گفتمان ماورایی در آثار شیخ محمدحسین پررنگ‌تر است. شاهد این مدعا اشاره نویسنده در مورد دلایل نگارش منظومه سوم کتاب *مقامات/الابرار* است که می‌گوید علت نگارش این منظومه، خواب یکی از علما بوده که در آن، حضرت زینب (س) امر به نگارش منظومه‌ی سوم را به شیخ محمدحسین داده است.

منابع

- آیتی، محمدحسین (۱۳۳۷). *مقامات الابرار*. تهران: چاپخانه دولتی.
- _____ (۱۳۴۶). *دیوان در غلطان*. تهران: دانشگاه تهران.
- _____ (۱۳۷۱). *بهارستان: در تاریخ و تراجم رجال قایمات و قهستان*. مشهد: دانشگاه فردوسی.
- _____ (۱۳۸۸). *حماسه عاشورا*. شرح و تفسیر اسماعیل آیتی و دیگران. مشهد: اندیشه خرد.
- آیتی، محمدابراهیم (۱۳۷۲). *بررسی تاریخ عاشورا*. تهران: صدوق.
- _____ (۱۳۸۸). *سرمایه سخن، ج ۲*. تهران: اندیشه مولانا.
- ابن بابویه، محمد بن علی (۱۳۹۵). *کمال‌الدین و تمام‌النعمه، ج ۱*. تصحیح علی‌اکبر غفاری. تهران: اسلامی.
- بیرجندی، محمدباقر (۱۳۵۲). *مفتاح‌الفردوس*. با تلاش حسین رشتی و غلامرضا بیرجندی. تهران: مطبعه اسلامی.
- _____ (۱۳۹۰). *مکین‌الاساس فی احوال مولانا ابوالفضل العباس*. به کوشش علیرضا اباذری. قم: جمال.
- _____ (۱۳۹۴). *کبریت/حمر فی شریط منبر*. قم: نغمه قرآن.
- خوارزمی، موفق بن احمد (۱۴۱۱). *مناقب*. قم: مؤسسه نشر اسلامی.
- دارایی، بهنام (۱۳۹۲). "حوزه علمیه تقریب‌گرای سامرا و نقش میرزای شیرازی". *مطالعات تقریب مذاهب/اسلامی*، سال هشتم، ش ۳۱ (بهار): ۴۹-۳۹.
- دینوری، احمد بن داوود (۱۳۶۴). *اخبار الطوال*. ترجمه محمود مهدوی دامغانی. تهران: نشر نی.
- راوندی، قطب‌الدین (۱۳۶۹). *الخرائج و الجرائج*. ترجمه غلامحسین محرمی. قم: جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.

- سعیدزاده، محسن (۱۳۶۹). *بزرگان قاین*، ج ۱. قم: ناصر.
- طبری، عمادالدین (۱۳۸۶). *کامل بهایی*. تحقیق و تصحیح اکبر صفدری قزوینی. تهران: مرتضوی.
- طریحی، فخرالدین (۱۳۶۲). *المنتخب التواریخ*. قم: راضی.
- عباسی، علی اکبر (۱۳۹۶). "معرفی و نقد و بررسی کتاب مکین الاساس فی احوال مولانا ابوالفضل العباس". *مطالعات فرهنگی - اجتماعی خراسان*، سال یازدهم، ش ۴۴ (تابستان): ۱۰۵-۱۲۵.
- علیزاده بیرجندی، زهرا (۱۳۸۲). *تاریخ برگزیدگان و مشاهیر بیرجند*. بیرجند: رزقی.
- فرهادمیرزا (۱۳۷۹). *قמقام زخار و صمصام بتار*. تصحیح محمود محرمی. تهران: کتابچی.
- قمی، عباس (۱۳۹۳). *سفینه البحار و مدینه الاحکم و الآثار*. ترجمه هادی صلواتی. تهران: نوید اسلام.
- مرعشی، سید محمود (۱۴۱۶ ق.). *المسلسلات فی الاجازات*، ج ۲. قم: مطبعه آیت الله مرعشی نجفی.
- مطهری، مرتضی (۱۳۸۵). *حماسه حسینی*، ج ۱. تهران: صدرا.
- مفید، محمد بن نعمان (۱۳۹۵). *الارشاد*، ج ۲. ترجمه امیر خانبلوکی. قم: تهذیب.
- میرابوالقاسمی، سیده رقیه (۱۳۹۳). *تحول گفتمان در گزارش واقعه کربلا با تکیه بر آثار فارسی تا نیمه اول قرن دهم هجری قمری*. قم: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
- ولی پور، محمد (۱۳۹۹). "گفتمان کاوی آثار عاشورایی دکتر محمدابراهیم آیتی". *فصلنامه علمی-پژوهشی تاریخ اسلام*، سال بیست و یکم، ش ۸۲ (تابستان): ۱۰۹-۱۴۰.

Analysis of Factors Affecting The Sense of Security of Citizens in Birjand

Mohammad Bagher Akhoondi ¹, Foroozan Shamsi ²

Abstract

Today, the importance of feeling safe in the development of human societies is such that it is necessary to have a healthy society. The analysis of factors affecting the sense of security of citizens in the city of Birjand is the subject of this analysis, which has been conducted with the aim of measuring the sense of security (life, economic, cultural, judicial, social, political) of Birjand citizens. The main question is why the sense of security has decreased in Birjand? The theoretical framework of this study is based on the "security theory" of "Bozan and Weaver", the "broken windows" of "Kling and Wilson" and the "hierarchy of needs" of "Maslow". Research method, survey; the statistical population includes all citizens aged 15 to 65 years living in Birjand. Using the "Cochran" formula, 384 people have a specific sample size and have been sampled in a multi-stage and systematic classification method. The findings of the study indicate that 54.9% of Birjandi citizens do not feel safe. The findings also show that there is a direct and significant relationship between the variable of education and the feeling of security; that is, there is a negative and inverse relationship between the feeling of security and the variables of informal settlement and the sense of being borderline. On the other hand, there is no significant relationship between people's opinion of security governance institutions and the feeling of security. In addition, the test results of the model in multivariate regression analysis show that the independent variables and the selected contexts in this study, in total, examine 31% of the changes in the dependent variable, ie the feeling of security.

Keywords: sense of security, informal settlement, security-government institutions, sense of borderline, Birjand

1. Assistant Professor, Faculty of Literature and Humanities, University of Birjand
akhondi@birajnd.ac.ir

2. MA in Social Sciences, Faculty of Literature and Humanities, University of Birjand
frozan.shamsi@birjand.ac.ir

The Factors Affecting on The Choice of Drama In The Theater Audience (Case study: Mashhad)

Masoud Taghiabadi ¹, Hamid Taghiabadi ²

Abstract

This article aims to study the audience of the theater and the factors that affecting on the choice of drama in them, which is carried out by survey method. The study population includes all people who bought tickets from "Mashhad Gisheh" site in the second six months of 1397 and some of the audience who have taken tickets in person. Sampling of this research was done in a simple random sampling method among respondents. The sample size was calculated using the Cochran formula of 369 people, but in the end, 375 people were analyzed as the final sample.

Findings from the Pearson test indicate that between the choice of the drama with the actor (0.359), the subject matter and the genre (0.342), advertising including publicity (film posters, etc.) and word-of-mouth (0.155) and the director (0.411) have a positive and significant relationship. There is a significant and a negative relationship between watching a trailer and choice of the drama (-0.131). Also, there is no correlation between reading critique of theatre and choosing a drama (significance is 0.063 and correlation is 0.093). Also, in the multiple regression test, the adjusted coefficient of determination was 0.357% that indicates independent variables have a significant effect on the choice variable (35.7%) in which the actor variable with the adjusted beta coefficient (0.331) has the highest share.

Keywords: audience, theater, choice of drama, mashhad, Use and satisfaction

1. Ph.D candidate in Communication Sciences, Allameh Tabatabai University, Tehran
masoud.taghiabadi@gmail.com

2. Ph.D in Persian Literature, Islamic Azad University, Tehran

khatteman@gmail.com

Impact of Employers Entrepreneurial Behavior on the Competitive Advantage and Productivity of Employers Sports and Youth Departments in South Khorasan Province

Iman Safaei ¹, Fatemeh Sarallahi ²

Abstract

The aim of this study was to investigate the effect of employees' entrepreneurial behavior on competitive advantage and productivity of employees of sports and youth departments in South Khorasan. The research method was descriptive and correlational. The statistical population of the study was 255 employees of all employees of sports and youth departments of South Khorasan and 220 questionnaires were collected. The research instruments were Zamptakis and Mastakis Entrepreneurial Behavior Questionnaire (2007), Hosseini Competitive Advantage Questionnaire (2011) and Hershey and Goldsmith Productivity Questionnaire (1980). Cronbach's alpha coefficient was calculated for the Entrepreneurial Behavior (0.88), Competitive Advantage (0.79) and Productivity (0.80) questionnaires. Data were analyzed using descriptive and inferential statistical methods, Kolmogorov-Smirnov test, correlation coefficient test using SPSS software version 22 and structural equation modeling method with LISREL software 8.8. Findings showed that entrepreneurial behavior has a significant effect on competitive advantage and productivity. Also, the research model has a favorable fit. It is suggested that managers of sports and youth departments create entrepreneurial behavior in order to support and strengthen the entrepreneurial behaviors of employees by providing them with access to managerial information, supporting staff initiatives, creating decision-making groups instead of the decision-maker, Gain a competitive advantage over competitors.

Keyword: Entrepreneurial Behavior, Competitive Advantage, Sports and Youth Departments

1 . Assistant Professor, Department of Physical Education, Birjand Branch, Islamic Azad, University, Birjand safaei@iaubir.ac.ir

2. Master of Physical Education, Department of Physical Education, Birjand Branch, Islamic Azad University, Birjand f.sar2388@yahoo.com

Geographic Analysis of The Results and Election Maps of The Tenth Parliamentary Election (Constituency: Birjand, Darmian and Khoosf)

Vahid Kiani ¹, Mohsen Mahjoob ²

Abstract

Aims & Backgrounds: The geographic analysis of the election results and the drawing of its electoral maps is one of a variety of studies in the field of electoral geography, which describes the distribution of candidates 'and political parties' votes, showing their strengths and weaknesses and strong and shaky bases in different geographic regions. Therefore, the present paper presents the electoral maps of the tenth parliamentary elections in the Birjand, Darmian and Khoosf constituency, and a geographical analysis of the results and maps. The present study is based on the type and purpose of an applied research and is based on the nature and method of descriptive-analytical. The method of collecting materials is a combination of library, internet and statistical information collection from relevant references. The analysis of statistics and drawing of diagrams and maps have been used by Excel and Arc GIS software. The results and research findings confirmed the effect of the birthplace factor of the candidates on their vote outcomes. Of course, this factor was more severe in Khoosf's sub- Constituency than in the other two counties, and had a great impact on the outcome of the election. Three main rivals have had relatively close competition in the center of the constituency (Birjand). The success of the principled and elected candidate has been greater in the western regions of the constituency, the rural areas and most of the mobile ballot boxes. In the eastern regions of the constituency, cities and most of the fixed ballot boxes and Sunni settlements, independent and reformist candidates have been more successful in gaining votes. The results of the ballot boxes at training places tended to be more toward independent and reformist candidates and the results of ballot boxes that were located in religious and military places tended to be more towards principled candidate.

Keywords: Electoral Map, Parliamentary Elections, Birjand, Darmian and Khoosf Constituency.

1. Department of Geography, Faculty of Literature and Humanities, University of Birjand
vkiani@birjand.ac.ir

2. MA in political geography, University of Birjand mahjoub94@birjand.ac.ir

World War II Influence on Social and Economic Status of Khorasan

Hadi Vakili ¹, Shadi Hajizadeh Saadabad ², Nazanin Hajizadeh Saadabad ³

Abstract

At the same time as World War II broke out, Iran declared neutrality, but the Allies prepared to invade Iran on the pretext of the presence of German spies in Iran in September 1320 and entered Iran. Just as World War II brought about changes in Europe and changed the social and economic situation, so did Iran, and especially Khorasan. Due to its strategic position and the existence of common borders with the Soviet Union, Khorasan received the attention of the Allied governments and the presence of such factors increased the influence of British and Soviet forces on Khorasan territory and had irreparable consequences. The main purpose of this article is to investigate the consequences of World War II on the social and economic status of Khorasan and the research method is descriptive-analytical. This article seeks to answer the question: what effect did the occupation of Iran have on the social and economic situation of the people of Khorasan during World War II? Occupation of Iran seems to have caused problems and disadvantages of Khorasan social and economic system. The findings show that after the occupation of Iran, social abnormalities and inappropriate economic conditions such as banditry, addiction, insecurity, various diseases, inflation and rising prices have been noticeable throughout the provinces. These problems and the lack of organization are caused by the broader factors mentioned in this article. Historians have historically evaluated and examined World War II politically or militarily in historical research, while most of these consequences have damaged the social and economic structure of Iranian society that day.

Keywords: khorasan, social and economic status, wwll, Allies.

1. Associate Professor, Department of History, Faculty of Literature and Humanities, University of Birjand
Vakili355@yahoo.com

2. MA in Islamic History of Iran, Department of History, Faculty of Literature and Humanities, University of Birjand
sh.haji1372@gmail.com

3. BA in History, Department of History, Faculty of Literature and Humanities, University of Birjand
n.sadabad.1377@gmail.com

An Analysis of Attitudes of Ashura Studies in the Works of The Ayatis

Mohammad Valipoor¹

Abstract

Ashura is one of the most influential events in the history of Islam about which lots of books have been written. The analysis of Ashura studies is important for several reasons. One of these reasons is the analysis of attitudes and discourse types present in those studies. The historians who wrote about the Battle of Karbala have different views on how to narrate the event, analyze the warriors of Karbala and Imam Hossein's supporters; this difference has led to the variety of reports about the event. Among the different reports on this event, the works of the Ayatis deserve considering. The existence of outstanding scholars and prominent writers in this family with their special attention to distortions of this event make the author choose the present study. Thus, the present study aims at analyzing the works of the Ayatis on Ashura using content analysis method. Typologically speaking, the findings indicate that the Ayatis had historical, emotional, mystical, supernatural attitudes in writing their works. Each of these attitudes has preference over the other attitudes depending on the event and the textual features.

Keywords: Ashura, The Ayatis, Discourse

1. Ph.D in Islamic Civilizations History, Department of History, Farhangian University, Tehran
m.valipoor@cfu.ac.ir

Table and content

Analysis of Factors Affecting The Sense of Security of Citizens in Birjand/
Mohammad Bagher Akhoondi, Foroozan Shamsi 7

The Factors Affecting on The Choice of Drama In The Theater Audience
(Case study: Mashhad) / Masoud Taghiabadi, Hamid Taghiabadi 33

Impact of Employers Entrepreneurial Behavior on the Competitive Advantage and
Productivity of Employers Sports and Youth Departments
in South Khorasan Province/ Iman Safaei, Fatemeh Sarallah..... 67

Geographic Analysis of The Results and Election Maps of The Tenth Parliamentary
Election (Constituency: Birjand, Darmian and Khoosf)/ Vahid Kiani,
Mohsen Mahjoob 87

World War II Influence on Social and Economic Status of Khorasan/ Hadi Vakili,
Shadi Hajizadeh Saadabad, Nazanin Hajizadeh Saadabad 121

An Analysis of Attitudes of Ashura Studies in the Works of The Ayatis/ Mohammad
Valipoor..... 149

Referees of This Period. (Alphabetical Order)

Mohammad Bagher Akhoondi/ Assistant Professor, University of Birjand

Mohammad Eskandari Sani/ Assistant Professor, University of Birjand

Ahmad Bakhshi/ Associate Professor, University of Birjand

Ali Seghatoleslami/ Assistant Professor, University of Birjand

Mohammad Hajipour/ Assistant Professor, University of Birjand

Seyed Saeed Hosseini/ Assistant Professor, Islamic Azad University, Gonabad branch

Somayeh Hamidi/ Associate Professor, University of Birjand

Aliakbar Sam Khaniani/ Associate Professor, University of Birjand

Zahra Shirzoor Aliabadi/ Assistant Professor, University of Birjand

Zahra Alizadeh Birjandi/ Associate Professor, University of Birjand

Akram Naseri/ Tutor, University of Birjand

Mohammad Valipoor/ Assistant Professor, Farhangian University, Birjand

In The Name Of God

Scientific Quarterly of Social-Cultural Studies of Khorasan

Serial: 56

ISBN 1735-8256

Summer 2020 ,4rd Number ,14th year

Concessioner: General Office of Islamic Culture and Direction

Chairman: Nabizadeh, Naser

Editor-in-chief: Alizadeh Birjandi, Zahra, PhD

Executive editor: Ramezani, Mahmoud

Executive manager: Zerang, Mahin

The Editorial Committee

1. Mohammad Bagher Akhoundi/ Assistant Professor, University of Birjand
 2. Habib Allah Ahmadi/ Professor, University of Shiraz
 3. Zahra Alizadeh Birjandi/ Associate Professor, University of Birjand
 4. Mohammad Behnamfar, Professor of Persian language and literature, University of Birjand
 5. Bibi Aghdas Asghari/ Assistant Professor, Islamic Azad University, Gonabad
 6. Alexander Chulukhadze/ Associate Professor of Persian Language and Literature, University of Georgia
 7. Mohammad Ali Beidokhti/ Assistant Professor, University of Birjand
 8. Ahmad Kamyabi Mask/ Professor, University of Tehran
 9. Mohammad Reza Majidi/ Associate Professor, University of Tehran
 10. Javad Mikaniki/ Associate Professor, University of Birjand
 11. Hadi Pour Shafei/ Associate Professor, University of Birjand
 12. Mohammad Taghi Rashed Mohassel/ Professor, Institute for Humanities and Cultural Studies
 13. Mofid Shateri/ Associate Professor, University of Birjand
 14. willem floor/ Professor, Iranologist and historian University of Leiden
-

Editors: KhaliliTanha, Alireza

Editors: Nasrollahi, Seyyed Noorollah

English Editor: Dehghani, Shahrzad

Technical affairs: Dastgerdi, Faezeh

Lithography & Press: Ofogh Hezareh sevom kavir institution

Circulation: 100

Price: 350000 rials

Address: South Khorasan, Birjand, Shahid Mahallati Av. General Office of Culture and Direction.

Research Society Office

Tel: 056-32323393

Fax: 056-32323277

Email: pazhoheshkhorasanj@farhangmail.ir

http://Farhangekhorasan.ir

The ideas mentioned in this issue declare the view of this quarterly. The authors are responsible for the ideas mentioned in their writing, and translators are responsible for their translations. Materials sent to the quarterly for publication are not sent back if not appropriate. This quarterly has the right to edit or delete some material.



فرآیند دریافت وجه جهت پذیرش نهایی مقالات

نگارندگان محترمی که مقاله ایشان پس از طی مراحل داوری و بررسی نهایی مورد پذیرش قرار گرفته است، می‌بایست مبلغ ۲۰۰ هزار تومان بابت پذیرش نهایی به شماره حساب ۳۶۱۱۷۱۰۰۴۳۴۴۹۳۷ بانک قرض الحسنه مهر ایران مؤسسه فرهنگی - هنری افق هزاره سوم کویر واریز و تصویر فیش پرداختی را از طریق سامانه ارسال فرمایند.

(مقالاتی که فاقد فیش واریزی هستند در اولویت چاپ قرار نخواهند گرفت.)