

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 حبیب اله احمدی
۳. دکتر بی بی اقدس اصغری
۴. دکتر محمد بهنام فر
۵. دکتر محمدعلی بیدختی
۶. دکتر هادی پور شافعی
۷. دکتر الکساندر چولوخادزه
۸. دکتر محمدتقی راشد محصل
۹. دکتر مفید شاطری
۱۰. دکتر زهرا علیزاده بیرجندی
۱۱. دکتر ویلم فلور
۱۲. دکتر 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: بهارک ولی نیا

امور فنی: فائزه دستگردی

شمارگان: ۱۰۰

ویراستار فنی: سید نورالله نصراللهی

ویراستار انگلیسی: شهرزاد دهقانی

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

قیمت: ۳۵۰۰۰ تومان

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 بی بی اقدس اصغری	استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد گناباد
دکتر مرتضی اسماعیل نژاد	دانشیار دانشگاه بیرجند
دکتر هادی پورشافعی	دانشیار دانشگاه بیرجند
دکتر رضا سوزنچی	مدیر اندیشگاه کتابخانه آستان قدس
دکتر مریم ظهوریان	استادیار دانشگاه بیرجند
دکتر محمدعلی طالبی	استادیار دانشگاه بیرجند
دکتر زهرا طلایی	مسئول امور پژوهش و امور اسناد و مطبوعات آستان قدس
دکتر زهرا علیزاده بیرجندی	دانشیار دانشگاه بیرجند
دکتر کلثوم قربانی جویباری	استادیار دانشگاه بیرجند
دکتر جواد میکائیکی	دانشیار دانشگاه بیرجند
دکتر حامد نوروزی	دانشیار دانشگاه 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 ww.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 پیاو*. تهران: نشر علم.

۲-۷- مقاله

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

۷-۳- مجموعه مقالات همایش

میکانیک، 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.

۷-۴- 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.

۷-۵- 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].

۷-۶- 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

- مطالعه تطبیقی منظر چندعملکردی باغ‌های تاریخی بیرجند (نمونه موردی: باغ رحیم‌آباد، بهلگرد، امیرآباد)
سید محمدرضا خلیل‌نژاد، سامان فرزین، سعیده مرادزاده ۷
- گونه‌شناسی "کلیددان" مشبک آستان قدس رضوی بر پایه مطالعه تطبیقی آن با نمونه‌های مشابه
صفورا زارعی شمس‌آبادی، فرهاد خسروی بیژانم، حسن یزدان‌پناه ۳۱
- شعله‌واری بیان دو عارف بزرگ خراسان (سنایی و مولانا)
مصطفی غریب، محمد بهنام‌فر، سید مهدی رحیمی، ابراهیم محمدی ۵۷
- بررسی تأثیر متغیرهای جمعیت‌شناختی بر سرمایه‌فرهنگی در بین شهروندان خراسان شمالی
علی عاقل، علی‌اصغر عباسی، ابوالقاسم حیدرآبادی ۹۱
- پیامدهای فرهنگی - اجتماعی توسعه فرایند بازاریابی در کسب و کارهای کارآفرینانه خانگی (مورد مطالعه: صنایع دستی استان خراسان شمالی)
صادق ولی‌نژاد، ابراهیم عباسی، پرویز سعیدی، محمودرضا مستقیمی ۱۲۱
- نقش فرهنگ سازمانی سبز در بهره‌وری منابع انسانی با میانجی‌گری عملکرد سبز در پرستاران بیمارستان امام‌رضا (ع) مشهد
نورمحمد یعقوبی، مسعود دهقانی، فروغ احمدی ۱۴۹

مطالعه تطبیقی منظر چندعملکردی باغ‌های تاریخی بیرجند (نمونه موردی: باغ رحیم‌آباد، بهلگرد، امیرآباد)

سید محمدرضا خلیل‌نژاد^۱

سامان فرزین^۲

سعیده مرادزاده^۳

نوع مقاله: علمی - پژوهشی

شماره صفحه: ۷-۳۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۹/۹

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۲۸

چکیده

باغ ایرانی در طول تاریخ طولانی خود از هخامنشیان تا پهلوی، علاوه بر تنوع در هندسه فضایی و طراحی هوشمندانه، بستری برای رفع نیازهای ساکنین و سازندگان باغ بوده و عملکردهای متنوعی داشته‌است؛ لذا باغ علاوه بر تأمین فضای تفرج، پاسخی برای خودکفایی، ملاحظات اقتصادی، کشاورزی و فضایی سازگار با اقلیم مناطق مختلف بوده، به نحوی که علاوه بر عملکرد اصلی، عملکردهای ثانویه و کارکردهای چندجانبه منظر، مورد توجه سازندگان و صاحبان باغ بوده است. بیرجند به دلیل موقعیت راهبردی در مرزهای شرقی ایران و اهمیت حکمرانان محلی در دوره قاجار و پهلوی، بستر شکل‌گیری و تحول باغ‌های مهمی بوده است. هدف این پژوهش یافتن چگونگی ادغام عملکردهای مختلف در نظام طراحی باغ‌های تاریخی بیرجند و مطالعه تطبیقی منظر چندعملکردی در باغ‌های مورد مطالعه است. روش تحقیق، توصیفی - تحلیلی و جمع‌آوری اطلاعات به شیوه کتابخانه‌ای و مصاحبه به همراه مطالعات میدانی در سه باغ تاریخی بیرجند (رحیم‌آباد، امیرآباد و بهلگرد) است. نتایج نشان می‌دهد باغسازان سنتی در طراحی باغ‌های بیرجند به چگونگی ادغام عملکردهای مختلف در نظام طراحی، با هدف طراحی و ساخت

smkhalilnejad@birjand.ac.ir

farzin@birjand.ac.ir

saeedmoradzadeh@birjand.ac.ir

۱. استادیار گروه صنایع دستی دانشگاه بیرجند

۲. استادیار گروه باستان‌شناسی دانشگاه بیرجند، نویسنده مسؤول

۳. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد باستان‌شناسی دانشگاه بیرجند

فضایی چندمنظوره اندیشیده‌اند. منظر چندعملکردی در باغ‌های مورد مطالعه از الگوی منظر چندعملکردی وزن‌دار پیروی می‌کنند؛ لذا در منظر چندعملکردی وزن‌دار، زمین، قادر به ارائه و تأمین بیش از یک عملکرد و در عین حال برآورده کردن چندین نیاز مختلف اما متجانس می‌باشد. طراحی منظر چندعملکردی باغ‌های تاریخی باعث تلفیق باغ‌های زینتی و کشاورزی متمر شده- است. در ضمن عملکرد اصلی باغ‌های رحیم‌آباد، بهلگرد و امیرآباد به ترتیب: پذیرایی، تولیدی و سیال است. همچنین باید گفت که از میان سه الگوی اصلی منظر چندعملکردی (موزاییکی، وزن‌دار و بنیادین) باغ‌های مورد مطالعه دارای الگوی منظر چندعملکردی وزن‌دار (تلفیق چند عملکرد متجانس در یک فضای واحد) است.

واژگان کلیدی: منظر چندعملکردی، بیرجند، باغ رحیم‌آباد، باغ بهلگرد، باغ امیرآباد

۱- مقدمه

باغ ایرانی در مفهوم وسیع خود فرآورده هنر زیستن است و در ایجاد رابطه میان انسان و طبیعت و در نظام هستی، رهاورد تمدن پُرمايه ایران زمین است (گودرزی سروش و مختابادامرائی، ۱۳۹۲: ۵۶). باغ‌سازی ایرانی را می‌توان گونه‌ای از منظرپردازی مبتنی بر جهان‌بینی و فرهنگ سازندگان دانست (حقیقت‌بین و انصاری، ۱۳۹۳: ۵۳). باغ ایرانی پدیده‌ای چندلایه است و آنچه اجمالاً از باغ ایرانی تصور می‌شود، فضای بازی است در قالب محوطه‌ای چهارگوش که کوشکی در میان آن متمایل به یک سو یا در انتهایش قرار گرفته است و محوطه باغ متکی بر هندسه‌ای ساده و فاخر با انتظام مرکزی یا محوری که با سبزه و آب آراسته شده است (اعتضادی و بینا، ۱۳۹۶: ۶). با مطالعه لایه‌های پنهان باغ ایرانی پی می‌بریم که علاوه بر اینکه باغ ایرانی پدیده چندلایه فرهنگی، تاریخی و کالبدی است (شاهچراغی، ۱۳۹۲: ۴۱)، نیازهای جسمانی، روانی و کاربردی را نیز تأمین می‌کند (فلامکی، ۱۳۸۶: ۸۴) و باید آن را منظر چندعملکردی دانست. طبق مفهوم منظر چندعملکردی، منظر می‌تواند برای مقاصد متنوع، اما متجانس طراحی شود (Dubbeling, 2011:14) تا انواع مختلفی از محصولات ملموس و غیرملموس برای تأمین

نیازهای اجتماعی فراهم شود (Barkmann, et al., 2004: 47). در حالی باغ پارک‌ها - فضاهای سبزی که فعالیت‌های تفریحی، تولیدی، آموزشی و تجاری به‌طور هم‌زمان در آن‌ها توسعه یافته است - (Dubbeling, 2011:95) در حال گسترش هستند که بسیاری از فضاهای سبز سنتی و باغ‌های تاریخی در ایران نیز واجد عملکردهای متنوع بوده‌اند. هرچند امروزه برخی محققین معتقدند یکی از مهم‌ترین فضاها برای توزیع محصولات غذایی محلی، پارک‌هاست، شواهدی وجود دارد که باغ ایرانی هم واجد خدمات کشاورزی و هم مکانی برای فروش محصولات خوراکی بوده‌است؛ مثلاً باغ‌های اطراف سمرقند به‌عنوان بازار فروش مواد غذایی و میوه واجد خدمات کشاورزی بود و سکوهایی خاصی داشت که در آن محصولات باغی به فروش می‌رسید (Gharipour, 2011: 139). با بررسی مکتوبات تاریخی، قاری‌پور معتقد است باغ‌های ایرانی در دوره سلجوقی، غزنوی و تیموری به‌طور هم‌زمان برای اردوگاه، زیارت، امور اداری و حتی نظامی مورد استفاده بوده و لذا وی به صراحت باغ ایرانی را منظر چندعملکردی می‌داند (همان: ۱۴۵) اما طبق مطالعات قبلی (Brenken, Rode, Von Haaren, 2005: 152-171; Brandt and Vejre, 2004: 3-22) منظر چندعملکردی دارای انواع متفاوتی است. مطالعات قبلی و بررسی شواهد میدانی انجام‌گرفته روی باغ‌های تاریخی بیرجند نشان می‌دهد باغ‌های مورد مطالعه دارای منظر چندعملکردی هستند. تحقیق حاضر با انتخاب سه باغ تاریخی (رحیم‌آباد، امیرآباد و بهلگرد) در پی پاسخ به پرسش‌های زیر شکل گرفته است:

- ۱- منظر چندعملکردی در باغ‌های مورد مطالعه از چه نوعی است؟
- ۲- ویژگی‌های منظر چندعملکردی در باغ‌های مورد مطالعه چیست؟

۱-۲- روش تحقیق

پژوهش حاضر دارای ماهیت تاریخی است و از نظر هدف از جمله تحقیقات بنیادی به‌شمار می‌رود. روش‌های گردآوری اطلاعات، کتابخانه‌ای، مصاحبه به همراه مطالعات میدانی و مستندنگاری تاریخی است. به منظور مطالعه دقیق و تحلیل‌های مختلف از منظر چندعملکردی،

روش موردپژوهی نیز مورد توجه محققان بوده است تا بتوانند با ارزیابی محل استقرار درختان مثمر و غیر مثمر و همچنین پوشش گیاهی و انواع گیاهان و محل کاشت آن‌ها و توجه به منظر باغ به پاسخ‌های دقیق‌تری راجع به منظر چندعملکردی باغ دست یابند. داده‌های پایه پژوهش از منابع کتابخانه‌ای، و مصاحبه با مدیران و کارشناسان باغ تاریخی اکبریه و میراث فرهنگی بیرجند جمع‌آوری شد. همچنین مطالعات میدانی توسط نگارندگان در سال ۱۳۹۹ به انجام رسید. با استفاده از تحلیل کیفی در روش‌شناختی مطالعات مسأله‌محور به منظور ارزیابی باغ تاریخی، این تحقیق ویژگی‌های فیزیکی موجود در باغ‌های مورد مطالعه را مورد کنکاش قرار داد تا ویژگی‌های منظر چندعملکردی را تعیین نماید.

۱-۳- پیشینه پژوهش

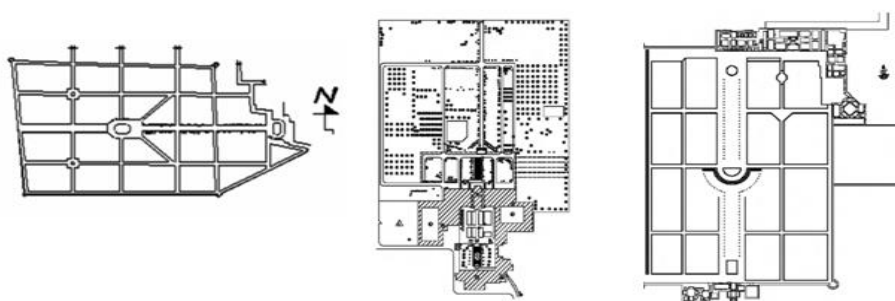
تا به امروز مطالعات زیادی روی باغ ایرانی صورت گرفته؛ اما شناخت منظر چندعملکردی باغ مغفول مانده است. راگلز (Ruggles, 2008: 118) می‌گوید: نه باغ‌های نامنظم و نه باغ‌های رسمی صرفاً مکانی برای لذت‌بردن و تفرج نبوده‌است و لذا هر دو نوع باغ دارای میوه‌های خوراکی بودند که مورد برداشت قرار می‌گرفت تا به‌عنوان حق‌الزحمه به کارکنان باغ داده شود یا در قالب هدیه‌ای به ملازمان و وابستگان ارباب اعطا شود. از دیدگاه راگلز، وجود درختان میوه و کشاورزی و باغبانی منفعت‌گرا در تلفیق با منظرسازی زینتی را می‌توان نشانه‌ای از اصل منظر چندعملکردی در باغ‌های تاریخی دانست؛ چرا که باغ دست‌کم دارای دو عملکرد اصلی بود؛ تولید میوه و سبزیجات و مکانی برای تفرج. همچنین راگلز درباره میرک چنین بیان می‌کند: از این رو میرک سیدغیاث (معمار منظر حاکم تیموری) بر هر سه حوزه علمی معماری، کشاورزی و آبیاری مسلط بود و لذا در مقامی بود که در طراحی باغ ملاحظات زیبایی‌شناختی و بهره‌وری اقتصادی و کشاورزی باغ‌ها به یک اندازه اهمیت داشت. در کتاب *دولت یاد؛ تاریخ محلی بیرجند* در آغاز سده معاصر، نیز اشاراتی غیرمستقیم به عملکردهای باغ از قبیل محلی برای برگزاری مراسم، تولید میوه و فروش و ارسال آن به روستاهای اطراف شده است (ناصر، ۱۳۹۵: ۶۶). رضایی

(۳۶۹:۱۳۸۱) در کتاب *بیرجندنامه* به موقعیت جغرافیایی، نام و وجه تسمیه و پیشینه تاریخی بیرجند تا ساختار قدیمی شهر، اوضاع اجتماعی زندگی مردم؛ خوراک، پوشاک، مسکن و... تا آداب و رسوم، جشن‌ها و عزاداری‌های مذهبی و حتی بازی‌ها و باورهای مردم آن پرداخته‌است. در خصوص مطالعات باغ‌های بیرجند، اعتضادی و بینا، انواع محوطه‌های باز در باغ‌های تاریخی بیرجند را به پنج گروه تقسیم کرده و معتقدند تنوع فضاهای باغ نسبت منطقی با تنوع عملکردها در باغ داشته است (اعتضادی و بینا، ۱۳۸۶: ۹۹). مطالعات خلیل‌نژاد و توبیاس (۱۳۹۵: ۱۱) نشان می‌دهد که باغ ایرانی فضایی چندمنظوره است که عناصر و نظام گیاهی آن فراتر از ارائه زیبایی یا تأمین مواد غذایی، دارای ابعاد و کارکردهای چندجانبه است. باغ‌ها همیشه به‌عنوان املاکی ارزشمند، دارای کارکردهای دو یا چندجانبه بوده‌اند؛ چرا که بیشتر باغ‌ها علاوه بر کارکردهای تفریحی، از محل فروش محصولات کشاورزی، درآمد داشتند (Gharipour, 2011: 139). خلیل‌نژاد و بیدختی (۱۳۹۸: ۲۸۹) در بررسی علل محدودیت دسترسی فیزیکی به منظر متمرکز به‌عنوان بخش تولیدی باغ‌ها به موضوع منظر چندعملکردی باغ ایرانی اشاره کرده‌اند و دلایل کنترل دسترسی به میوه‌های باغ‌های حکومتی منطقه بیرجند را در گرو کارکرد اصلی باغ (سکونت - حکومتی) می‌دانند.

۲- باغ‌های تاریخی بیرجند

شهر بیرجند و منطقه شهری پیرامون آن، در میان حوزه آبریز رشته کوه‌های باقران، مؤمن‌آباد و شکراب، که به نام دشت بیرجند شناخته می‌شود، واقع شده‌اند. قنات عامل حیات‌بخش این دشت است که به واسطه آن، باغ‌های متعددی در نقاط مختلف دشت، در پیرامون شهر بیرجند احداث شده است (اعتضادی و بینا، ۱۳۹۶: ۷). عمده باغ‌های تاریخی بیرجند در دوره قاجاریه، در زمان محمدابراهیم‌خان شوکت‌الملک و پدر وی امیرعلم‌خان حشمت‌الملک، حاکم بیرجند، شکل گرفته است (رنجبر، مهربانی گلزار و فاطمی، ۱۳۸۴: ۵۳). در این نوشتار سه باغ تاریخی رحیم‌آباد، امیرآباد و بهلگرد مورد بررسی قرار می‌گیرند که از این سه باغ، باغ امیرآباد و بهلگرد

در خارج از شهر قرار گرفته‌اند و باغ رحیم‌آباد در محدوده فعلی شهر بیرجند قرار دارد. در تحلیل و بررسی این سه باغ سعی شده‌است با مطالعه تطبیقی منظر چندعملکردی این باغ‌ها، به بیان تشابهات و تفاوت‌های منظر چندعملکردی در آن‌ها پرداخته شود. برای انجام مطالعه تطبیقی باغ‌های مورد مطالعه (تصویر ۲) ابتدا طبق عملکردهای چندگانه (تصویر ۳)، هر کدام از این باغ‌ها بررسی و سپس به بیان شباهت و تفاوت‌ها پرداخته شده‌است.



تصویر ۲) پلان باغ‌های مورد مطالعه. تصویر سمت راست: پلان باغ رحیم‌آباد. تصویر وسط: پلان باغ بهلگرد. تصویر سمت چپ: پلان باغ امیرآباد (آرشیو میراث فرهنگی خراسان جنوبی، آرشیو نقشه‌ها).



تصویر ۳) انواع خدمات چندگانه اکوسیستم (انواع منظر چندعملکردی) (نگارندگان، ۱۳۹۹).

۲-۱- باغ رحیم‌آباد

باغ رحیم‌آباد در فاصله ۴ کیلومتری جنوب بافت تاریخی بیرجند، در روستای رحیم‌آباد شکل گرفته است. باغ و عمارت رحیم‌آباد به‌عنوان دارالحکومه اسماعیل‌خان شوکت‌الملک^۱ پسر حشمت‌الملک در سال ۱۳۱۵هـ.ق. ساخته شده است (وفائی‌فرد، ۱۳۸۴: ۲۷۳). این باغ شامل یک خیابان اصلی و چند خیابان فرعی می‌باشد و در طول خیابان اصلی سه حوض تعبیه شده و در دو طرف خیابان درختان سرو کاشته شده است. عمارت رحیم‌آباد در دو طبقه ساخته شده که طبقه همکف شامل فضاهای متعدد اتاق‌ها و راهروهای ارتباطی است که عموماً کاربرد انبار داشته است. طبقه اول عمارت محل سکونت خانواده امیر بوده و دارای بخش‌های متنوع و متعددی است. طبقه اول را می‌توان به دو بخش عمده تقسیم کرد: بخش غربی که از مساحت کمتری نیز برخوردار است، محل زندگی خصوصی خانواده امیر است و به تنهایی دارای مسیر ورودی از داخل باغ است. بخش دوم که وسیع‌تر است و اجزا و عناصر معماری مفصل‌تری دارد و در بخش شرقی قرار گرفته است، شامل فضای ورودی "میان‌خانه"، سه تالار بزرگ در شمال، جنوب و غرب میان‌خانه، طارمی ضلع شمال، راهروهای ارتباطی، اتاق‌های خواب سرویس‌های بهداشتی و انبار می‌شود (مسعودی، موسوی‌حاجی و صارمی نائینی، ۱۳۹۵: ۱۰۴). ورودی باغ در ضلع شرقی قرار دارد؛ با این تفاوت که نسبت به دیگر باغ‌های بیرجند، ورودی دارای یک فضای پیشخوان است. نمونه این پیشخوان را به صورت گسترده‌تر در باغ عفیف‌آباد شیراز و جلوی بسیاری از مساجد بافت قدیم ایران می‌توان دید (مهربانی‌گلزار و فاطمی، ۱۳۹۵: ۴۶). عمارت و باغ رحیم‌آباد شامل مجموعه‌ای از بناها و فضاهایی است که هر کدام دارای کاربری‌های خاصی بوده‌اند. الگوی معماری باغ رحیم‌آباد با وجود حصار و برج‌های نگهبانی اطراف باغ، آن را تا حدودی شبیه نوعی باغ‌قلعه کرده است. این باغ به سبک سایر باغ‌های ایرانی شامل عمارت خشتی دوطبقه و یک خیابان اصلی و چند خیابان فرعی است. در طول خیابان اصلی سه حوض تعبیه شده است. محوطه باغ

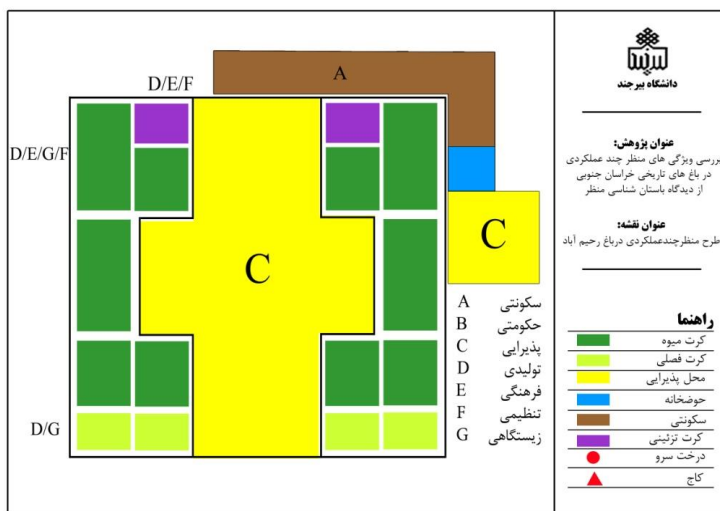
۱. اسماعیل‌خان شوکت‌الملک فرزند ذکور حشمت‌الملک، حدود سال ۱۳۱۵ق. حکومت بیرجند و قاینات را در دست داشته است (خزاعی‌مسک و پایدارفرد، ۱۳۹۱: ۵۱).

دارای سه خیابان طولی با محور شمالی - جنوبی و سه خیابان فرعی با محور شرقی - غربی است که همه، عناصر اصلی باغ رحیم‌آباد را شامل می‌شود. منظر متمرکز زمینه‌ساز سایر فعالیت‌هاست. مزارع و باغ‌ها دارای عملکردهای آموزشی (آزمایشگاه طبیعی)، گردشگری و تفریحی است (سامه، زرکش و ضرابی، ۱۳۹۸: ۲۷۷) عملکرد اصلی باغ رحیم‌آباد جهت پذیرایی و برگزاری مراسم (تصویر ۴) است. از مهم‌ترین ویژگی‌ها و مشخصه‌های این بنا وجود انبوه تزئینات در انواع گونه‌های مختلف آن است. تزئینات به‌کاررفته در این بنا بیشتر از نوع آئینه‌کاری^۱، گچ‌بری، مقرنس^۲، رسمی‌بندی^۳ و تزئینات مربوط به درب و پنجره‌های چوبی است (تصویر ۵). نوع و میزان تزئینات در بخش‌های مختلف بنا با توجه به کاربری فضاها متغییر است. وجود تزئینات بسیار زیاد در این باغ و همچنین وجود سکوهایی جهت نشستن در بخش مرکزی خیابان باغ و حوضی که در آن تعبیه شده و نیز فضاهایی که طراحی آن به گونه‌ای است که به راحتی در آن نمایش، تئاتر و تفریح‌خوانی اجرا می‌کردند و نیز انتخاب گونه همیشه سبز این باغ (سرو) که دارای ابهت بیشتری نسبت به کاج است، دلیلی بر اثبات عملکرد اصلی (پذیرایی‌بودن) این باغ و به‌نمایش‌گذاشتن اقتدار حاکم در برابر دید مهمانان است. در دوره پهلوی، زمانی که ابراهیم‌خان باغ را به برادرزاده - اش امیرحسین خزیمه هدیه می‌کند، خزیمه عملکرد اصلی باغ را به سکونتی تغییر می‌دهد؛ اما از آنجا که خود ایشان دارای یک سری تعاملات با سفیران و افراد حکومتی بود، در ضلع شرقی باغ، باغ کوچکی جهت این گونه تعاملات و برگزاری مراسم مختلف ایجاد می‌کند. بدین ترتیب

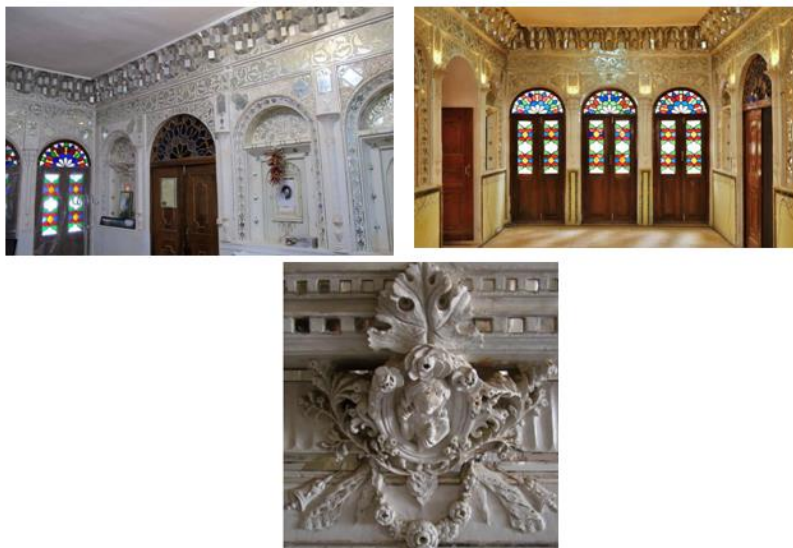
-
۱. آئینه‌کاری از هنرهای تزئینی وابسته به معماری است که در آذین‌بندی قسمتی از دیوار و سقف با تکه‌های برش‌خورده آئینه ساده یا رنگی برای ایجاد طرح‌های اغلب هندسی کاربرد دارد (خزاعی‌مسک و پایدارفرد، ۱۳۹۱: ۵۶).
 - ۲ به آنچه به شکل نردبان و پله‌پله ساخته شده باشد، گفته می‌شود. مقرنس زیباترین عنصر تزئینی است که برای پوشاندن گوشه‌های خالی یعنی بین گنبد و مربع و یا زیر پوشش اصلی طاق‌ها به‌عنوان تزئین به صورت سقف کاذب و یا روی دیوارها در قسمت بالا به صورت کتیبه و یا روی سرستون‌ها با مصالح مختلف ساخته می‌شود (کاظمیان، ۱۳۹۴: ۵).
 ۳. رسمی‌بندی به معنای بافتگی و تنیدگی هندسی است. رسمی‌بندی نوعی طاق است که از تقاطع قوس‌هایی که از پای کار شروع و به شمشه بالا منتهی می‌شوند، به وجود می‌آید که در بعضی از موارد تزئینی و در بعضی موارد باربر است (نظری و دیگران، ۱۳۹۵: ۵۵).

عملکرد اصلی باغ به حاشیه باغ انتقال می‌یابد.^۱ تنوع میوه در این باغ باعث می‌شد تا حاکمان از میوه‌های خوش طعم و گوارا برای پذیرایی مهمانان داخلی و خارجی استفاده کنند. طبق اسناد آرشیوی در باغ‌های تشریفاتی و رسمی، فروش محصولات باغ یکی از راه‌های کسب درآمد محسوب می‌شده است (تصویر ۶) که این موضوع به خدمات تولیدی باغ اشاره دارد؛ خدمات تولیدی منظور تولیدات عینی و ملموس حاصل از کشاورزی در منظر مثمر و سرمایه‌گذاری و اشتغال در بخش کشاورزی و باغداری است (La Rosa, & et al., 2014: 58). مساحت زیر کشت باغ رحیم‌آباد، امیرآباد و بهلگرد از لحاظ فرم‌شناسی کاشت به صورت شبکه‌ای و در چهار دسته؛ نقطه، خط، سطح و حجم قابل تقسیم هستند و در بدو ورود به باغ رحیم‌آباد و امیرآباد بیننده فقط درختان سرو و کاج خمره‌ای را که در لبه کرت‌ها و حاشیه فرعی کاشته شده است، می‌بیند و تا زمانی که به فضای ورودی باغ وارد نشود، درختان مثمر را نخواهد دید. از درختان مثمر باغ رحیم‌آباد به انار، توت، شاه‌توت، انگور، انجیر سیاه، سیب، عناب و زردآلو که حجم بیشتری از درختان مثمر را به خود اختصاص داده است، می‌توان اشاره کرد. کرت‌های صیفی‌جات در این باغ در انتهای مسیر آبی باغ قرار گرفته است. این کرت‌ها دارای کاشت درختان به صورت کم‌تراکم هستند تا بدین‌وسیله فقط از گیاهان با توان مقاومتی کم در برابر تنش‌های محیطی، محافظت کنند. از درخت انجیر و از گل محمدی در حاشیه فرعی باغ استفاده شده است که در آن زمان از انجیر خشک و از گل محمدی علاوه بر جنبه دارویی و خواص بصری آن در تهیه گلاب محلی نیز بهره می‌بردند (جنتی‌فر، ۱۳۹۸).

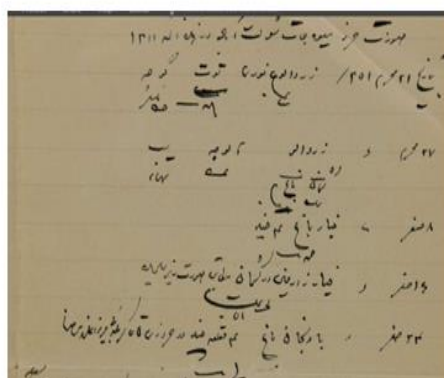
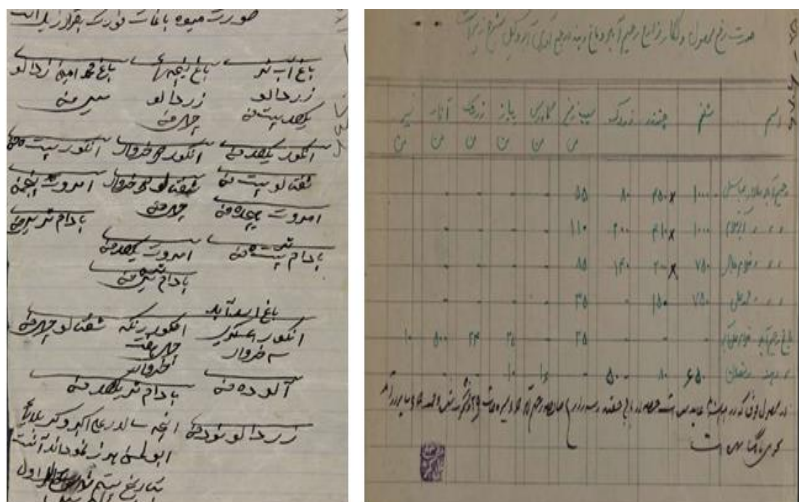
۱. مصاحبه با محمدعلی جنتی‌فر، از بیرجند، منظر چندعملکردی در باغ‌های بیرجند ۱۳۹۸/۱۱/۱۰.



تصویر ۴) نقشه منظر چند عملکردی وزن دار باغ رحیم آباد (نگارندگان، ۱۳۹۹)



تصویر ۵) تزئینات به کاررفته در باغ رحیم آباد (www.anahitatur.ir)



تصویر ۶) فاکتور و لیست برداشت میوه از باغ‌های مورد مطالعه (اسناد آرشیوی سازمان میراث فرهنگی خراسان جنوبی).

۲-۲- باغ بهلگرد

مجموعه باغ و عمارت بهلگرد در ۲۰ کیلومتری شمال شرقی بیرجند در سمت جنوبی جاده زاهدان واقع شده است (آرشیو میراث فرهنگی خراسان جنوبی). باغ بهلگرد مجموعه کاملی است که شامل عمارت، اندرونی و بیرونی، مکان اسکان خدمه، حمام و یک یخچال طبیعی در فاصله ۱۳۰ متری باغ می‌باشد (رنجبر، مهربانی گلزار و فاطمی، ۱۳۸۴: ۵۹). موقعیت قرارگیری باغ بهلگرد مانند باغ امیرآباد، در کنار بافت روستایی و اقامتی است؛ اما بین باغ بهلگرد و بافت

روستایی فاصله زیادی است که در باغ‌های دیگر بیرجند مشاهده نمی‌شود و به همین دلیل یکی از عملکردهایی که برای این باغ در مقیاس کلان می‌توان در نظر گرفت؛ تلطیف‌کنندگی و پیونددهندگی محیط‌های اطراف با یکدیگر است (تصویر ۷). از لحاظ عملکردی فرهنگی، در باغ بهلگرد، کوشک به معنای عام در باغ ایرانی کاربردی ندارد. کوشک در این باغ مانند یک خانه سنتی ایرانی رویکردی درون‌گرا دارد و با وسعتی که دارد، مانند یک خانه اعیانی در خدمت عملکرد سکونتگاهی خود است. در واقع باغ بهلگرد ترکیبی از فرم اولیه و خام؛ اما هندسی باغ ایرانی و یک خانه سنتی است. حیاط جنوبی که در واقع اندرونی باغ است دارای هشتی ورودی از سمت شمال است. وجود تخت‌گاه هشت ضلعی وسط استخر در مقیاس کوچک (فاطمی، ۱۳۹۸: ۱۰) و حصار سرتاسری باغ که بر اساس شواهد و عکس‌های هوایی دارای برج‌های نگهدارنده بوده که اینک اثری از آن باقی نمانده است (مسعودی، ۱۳۹۱: ۱۰۳)، از دیگر ویژگی‌های باغ بهلگرد است. این باغ از دیرباز محل آمدوشد خاندان علم بوده و تفرجگاهی مناسب و مکانی برای پرداختن به امور حکمرانی آن‌ها محسوب می‌شده است. یکی دیگر از عملکردهای فرهنگی باغ که آن را از دو باغ رحیم‌آباد و امیرآباد متفاوت می‌کند، زمین بازی چوگان در جنب باغ بهلگرد است که به طور حتم حاکم با مقامات حکومتی و افراد بلند پایه‌ای که جهت امور حکومتی به باغ رفت‌وآمد داشتند، به بازی و تفریح می‌پرداخته است.^۱ در باغ بهلگرد در بحث عملکرد تولیدی می‌توان به دو نوع تولیدات خوراکی و غیرخوراکی اشاره کرد. درختان با تولید خوراکی شامل درختان میوه این باغ (پسته، زردآلو، توت، سیب، شاه‌توت، بادام، عناب و شفتالو) می‌شود. عملکرد اصلی آن تولید میوه (تصویر ۸) است که در نتیجه، جنبه اقتصادی و درآمدزایی را به دنبال دارد و در بحث تولیدات غیر خوراکی می‌توان به کشت خزانه‌ای در این باغ اشاره کرد که در دو طرف میان‌کرت، کشت خزانه کاج را داریم که دارای دو عملکرد تولیدی و تنظیمی می‌باشد به این صورت که هر زمان که درختی به دلیل آفت از بین برود درختی از خزانه جایگزین می‌شود تا منظر باغ حفظ شود و از جنبه تنظیمی نیز به دلیل اینکه در منطقه بیرجند به‌خاطر بادهای ۱۲۰ روزه، گرد و

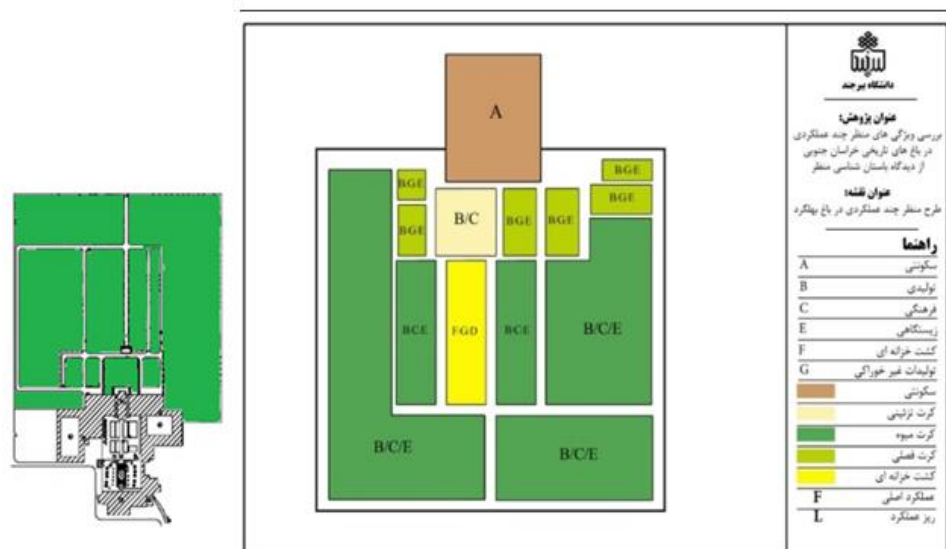
۱. مصاحبه با منصور سلیمانی، از بیرجند، منظر چندعملکردی در باغ‌های بیرجند ۱۳۹۸/۱۱/۱۰.

خاک زیاد است، این خزانه به صورت تصفیه‌کننده هوا عمل می‌کند. در باغ بهلگرد نیز کاشت درختان زینتی روی لبه و عمود بر خطوط منظر متمرکز، ضمن تأکید بر فضای داخلی کرت به‌عنوان یک فضای مستقل و متداوم و حجمی، موجبات بقا و زیست درختان متمرکز را در زیست‌بوم متأثر از تنش‌های محیطی فراهم آورده است. این شکل کاشت در باغ‌های بیرجند از نگاه ناظر در مسیر اصلی نوعی منظر کلاسیک و رسمی می‌آفریند و در کرت‌ها، دیواره و پس‌زمینه‌ای حمایتی و حفاظتی را تعریف می‌کند. موارد زیر، در باغ بهلگرد حائز اهمیت است و بر عملکرد اصلی باغ که صرفاً تولیدی بوده تأکید می‌کند:

۱. بخش اعظم باغ به کرت‌های هندسی که اطراف محور اصلی، برای کشت و زرع (تصویر ۸) استفاده می‌شده است، اختصاص یافته است.
۲. در باغ جوی آب در وسط مسیر وجود نداشته است و آثار جوی صرفاً جهت آبیاری درختان دیده می‌شود. حوض یا استخر موجود، در بخش بیرونی باغ است و بیشتر کارکرد مخزن مانند دارد؛ زیرا اگر برای انعکاس و اهداف زیباشناسانه طراحی می‌شد می‌بایست کشیدگی آن در جهت بنای کوشک باشد تا بخش بیشتری از کوشک را در خود انعکاس دهد (فاطمی، ۱۳۹۸: ۱۱).
۳. وجود یخچال در این باغ است که احتمالاً از آن برای نگهداری میوه‌ها قبل از فروش یا برای مازاد میوه‌های تولید شده از آن استفاده می‌کردند.
۴. خانواده امیراسماعیل‌خان در این باغ سکونت داشته‌اند و برای اینکه جنبه اقتصادی باغ برای خانواده حفظ شود مساحت بیشتری از آن زیر کشت رفته است و دو قنات اختصاصی برای باغ زده شده که لزوماً برای کشاورزی گسترده، از این دو قنات استفاده می‌شده است.
۵. صادرکردن سیب و گلابی از این باغ به خارج، دلیل جنبه تولیدی باغ و در پی آن اقتصادی و درآمدزایی آن است.



تصویر ۷) موقعیت قرارگیری باغ بهلگرد نسبت به روستا (Google Earth).



تصویر ۸) سمت راست: نقشه منظر چندعملکردی وزن دار باغ بهلگرد. سمت چپ: منظر مشمر در باغ بهلگرد (نگارندگان، ۱۳۹۹).

۲-۳- باغ امیرآباد

باغ و کو شک امیرآباد در ۵ کیلومتری غرب بیرجند در حاشیه سمت راست جاده خوسف بیرجند قرار دارد. این باغ طی سه دوره دچار تغییرات شده است. کو شک این باغ به صورت هشت ضلعی و در دو طبقه بنا شده است که طبقه اول دارای یک شاه‌نشین با پلان چلیپایی و طبقه همکف دارای یک حوضخانه در مرکز بناست. آثار حصار و برج‌های باقی‌مانده و وجود بافت قدیمی روستایی حالت ارگ‌بودن این باغ را بهتر نمایان می‌کند (رنجبر، مهربانی‌گلزار و فاطمی، ۱۳۸۴: ۶۲). باغ امیرآباد از لحاظ عملکردی باغ سیالی است؛ اما با این وجود زمانی که طراحان سنتی باغ آن را به زون‌های مختلفی تقسیم کردند، با مطالعه عملکردهای این زون‌ها مشخص می‌شود که در هر قسمت (زون) چندین عملکرد متجانس در حال وقوع است (تصویر ۹). در دوره‌های مختلف، سکونت خاندان خزیمه (امیرحسام، امیرمعصوم‌خان و حسام‌الدوله) را در این باغ شاهد هستیم و تعاملات بسیاری از قبیل رفت‌وآمد حکام قهستان، کرمان و سیستان به این باغ، نشان از عملکرد پذیرایی-حکومتی آن است؛ اما به دلیل نوع ساختار فضای اندرونی باغ که دارای

حیات مرکزی است و فضای نشیمن و اندرونی که در اطراف حیاط قرار گرفته است، غلبه کارکردهای سکونتی و تفریحی بر این موارد ارجحیت دارد. باغ امیرآباد در حال حاضر به دانشکده کشاورزی بیرجند واگذار شده است. در این مکان کارهای مختلف کشاورزی اعم از تعمیر ماشین-آلات کشاورزی تا امور اداری و تجاری انجام می‌شود.



تصویر ۹) نقشه منظر چندعملکردی وزن دار باغ امیرآباد (نگارندگان، ۱۳۹۹).

۴-۲- بررسی عملکرد تنظیمی و زیستگاهی در باغ‌های مورد مطالعه

عملکرد تنظیمی، تأثیر بخش کشاورزی و تولیدی را بر تنظیم شرایط محیطی نشان می‌دهد (Schagner, & et al., 2013). طراحان باغ در طول زمان با تلاش بسیار، عرضه خدمات چندگانه اکوسیستم را به نفع خدمات موردنظر خود اصلاح کرده‌اند (دیدگاه تولید محور) و این امر باعث شده است خدمات تنظیمی شامل تنظیم کیفیت هوا، تنظیم اقلیم، تعدیل وقایع شدید، تنظیم جریان آب، حفظ حاصلخیزی خاک، گرده‌افشانی و کنترل زیستی (کنترل آفت، بیماری‌ها، انتشاربذر)، توسط افراد نادیده گرفته شود (ترنیان و اسدالهی، ۱۳۹۷: ۷). کشت خزانه‌ای موجود

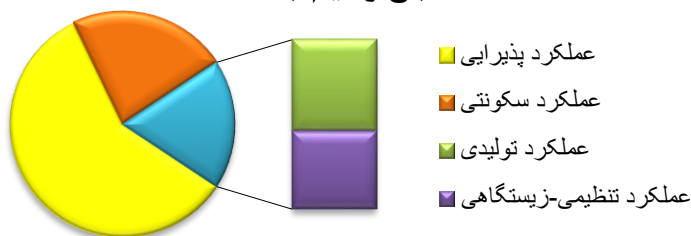
در باغ امیرآباد و بهلگرد علاوه بر تأمین، به عنوان منبع درختان جهت جایگزینی آن‌ها در فضاهای خالی باغ، خاصیت فیلترینگ (ایجاد رطوبت، سایه) را نیز دارا می‌باشد. در باغ رحیم‌آباد نیز تلفیق درختان مثمر در کنار درختان غیرمثمر تاحدودی توانسته است خاصیت فیلترینگ داشته باشد و این خاصیت باعث ایجاد فضای زیستی معتدلی در منطقه خشک بیرجند شده است. باغ امیرآباد و بهلگرد که در محدوده خارج از شهر واقع هستند دارای عملکرد تلطیف‌کننده و پیونددهنده فضای باغ با محیط بیرون و شهری است. و حیات روستاهای اطراف به حیات این باغ‌ها وابسته بوده است؛ زیرا علاوه بر تأمین بخشی از مواد خوراکی جامعه روستایی، نشانه حیات و باروری روستای همجوار است. کاشت گیاهان دارویی و تزئینی هم‌چون گل محمدی، انجیر و حتی صیفی‌جات علاوه بر نقش تولیدی، دارای عملکرد تنظیمی و حفظ گونه‌های ژنتیکی منطقه است. خدمات و عملکردهای زیستگاهی شامل تشکیل خاک، چرخه غذایی، تنوع زیستی و زیستگاه، حفظ چرخه زندگی گونه‌های مهاجر و حفظ تنوع ژنتیکی (حفظ سرمایه ژنتیکی) (اسدالهی و دیگران، ۱۳۹۷: ۱۱۲) است که برای تولید همه خدمات اکوسیستمی دیگر لازم هستند (تقوایی، علی‌دوست و مبرقعی‌دینان، ۱۳۹۶: ۸۰). کاشت گونه‌های گیاهی هم‌چون پسته، عنب و بادام در باغ‌های تاریخی بهلگرد، امیرآباد و رحیم‌آباد باعث شد تا علاوه بر حفظ این گونه‌های گیاهی و نیز سازگاری آن‌ها با اقلیم منطقه، تا به امروز باغ‌های مورد مطالعه پابرجا بمانند. جنبه دیگر عملکرد زیستگاهی، عملکرد زیستی است (فرزین و دیگران، ۱۳۹۹: ۱۴) که هر سه باغ مورد مطالعه، در کنار عملکردهای اصلی خود، فضاهایی نیز برای سکونت صاحبان باغ و نیز خدمه آن‌ها دارند.

سخن آخر

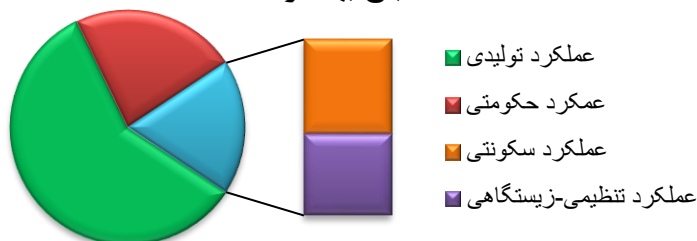
براساس شواهد و نقشه‌های منظر چندعملکردی باغ‌های مورد مطالعه به این موضوع دست یافتیم که طراحی و ساخت باغ‌ها جدا از شرایط بد اقلیمی منطقه، عدم وجود امکانات شهری و به‌نمایش گذاشتن اقتدار و قدرت حاکم منطقه، دارای عملکرد اصلی (عامل اصلی ساخت باغ) و

همچنین عملکردهای چندگانه هستند که هم‌زمان با یکدیگر در درون باغ در حال به وقوع پیوستن می‌باشند؛ با این تفاوت که سهم هر عملکرد (تصویر ۱۰) در هر یک از باغ‌ها متفاوت و یا آن‌قدر ناچیز است که در شمار عملکردهای آن باغ قرار نمی‌گیرد.

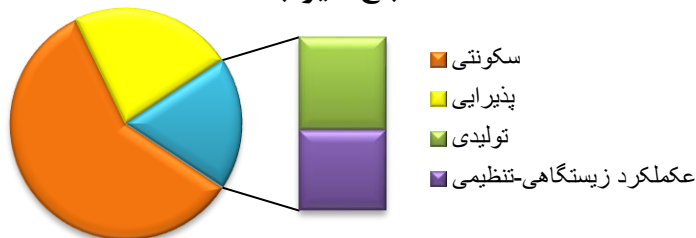
باغ رحیم‌آباد



باغ بهلگرد



باغ امیرآباد



تصویر ۱۰) میزان سهم عملکردهای چندگانه در باغ‌های تاریخی (نگارندگان، ۱۳۹۹).

نتیجه

باغ‌های بیرجند به‌رغم وجوه مشترک بسیار با الگوی باغ ایرانی، دارای برخی تفاوت‌ها با سایر باغ‌ها تحت عنوان باغ ایرانی هستند. باتوجه به مطالعات و بررسی‌های انجام گرفته می‌توان گفت که باغ‌های تاریخی بیرجند مجموعه‌ای فراتر از یک باغ روستایی و یا حکومتی است به طوری که باغ‌سازان سنتی در طراحی و ساخت این باغ‌ها علاوه بر توجه به اصول و ویژگی‌های معماری نظیر پرهیز از بیهودگی، خودبسندگی، مردم‌واری و درون‌گرایی، به فضاهای چندمنظوره اندیشیده‌اند؛ به طوری که طراحی هندسه و نحوه خیابان‌کشی محوطه باغ‌ها و محل قرارگیری کوکب در محوطه به گونه‌ای است که به ویژگی درون‌گرایی باغ توجه شده است و بیننده به صورت مستقیم وارد محوطه باغ نمی‌شود. نمونه دیگری که می‌توان به آن اشاره کرد، آن است که فضاهای باز متنوع در باغ، در وجهی پاسخگوی نیازهای سکونتی باغ بوده‌اند و در واقع توجه طراحان به نیاز مردم‌واری را نشان می‌دهد؛ چرا که ساکنین باغ نیاز به مکانی جهت تفرج داشته‌اند و این فضاها این نیاز را پاسخ گفته‌اند. بررسی‌ها نشان می‌دهد با توجه به مدارک و شواهد و فضاهای موجود در باغ رحیم‌آباد، عملکرد اصلی این باغ، پذیرایی بوده است. وجود حجم زیاد زیر کشت در باغ بهلگرد و نیز بررسی شواهد و مدارک میدانی نشان می‌دهد که در این باغ، کشاورزی بر جنبه‌های تزئینی، زیباشناسی، تفرجی، حکومتی و سکونتی غلبه داشته؛ بنابراین عملکرد اصلی این باغ تولیدی بوده است. باغ امیرآباد نیز از لحاظ کارکردی سیال است. قابل ذکر است که باغ‌های مورد مطالعه در کنار عملکرد اصلی خود با توجه به مطالعه فرم‌شناسی فضاهای کاشت، تقسیم‌بندی فضاهای باغ با محور اصلی و نیز کاشت درختان میوه در اطراف کرت‌ها و کاشت سبزیجات و گیاهان دارویی در میان کرت‌های منظر متمرکز (نشانه شیوه حمایتی حفاظتی) از ویژگی چندعملکردی بودن که یکی از ویژگی‌های اصلی این باغ‌هاست، برخوردارند. هر کدام از باغ‌های مورد مطالعه را نیز می‌توان به زون‌های مختلفی از قبیل سکونتی، حکومتی، تفرجی، منظر متمرکز، فرهنگی، آموزشی و غیره تقسیم کرد که این امر بر عملکردهای چندگانه باغ دلالت دارد. باغ‌های تاریخی بیرجند با حفظ نظام و الگوی باغ‌سازی ایرانی؛ اما دارای منظر چندعملکردی، پاسخگوی

نیازهای فرهنگی، تفرجی، اشتغال‌زایی، تنظیمی و زیستگاهی منطقه هستند. طی تطبیق نقشه منظر چندعملکردی باغ‌های مورد مطالعه با الگوهای منظر چندعملکردی به این نتیجه رسیدیم که باغ‌ها همانند الگوی منظر چندعملکردی موزاییکی، توسط باغ‌سازان سنتی، به زون‌های مختلف سکونتی، دیوانی، کشاورزی و تفرجی تقسیم شده‌اند؛ اما از آن‌جا که در هر زون دارای عملکردهای شاخص و سپس عملکردهای شناور هستند؛ به‌طوری‌که کاربری‌های متجانس بدون اختلاط و در کنار یکدیگر در یک زون در حال وقوع است، باغ رحیم‌آباد، بهلگرد و امیرآباد دارای الگوی منظر چندعملکردی وزن‌دار می‌باشند.

منابع

- آرشیو میراث فرهنگی خراسان جنوبی، آرشیو نقشه‌ها.
- اسدالهی، زهرا؛ و دیگران (۱۳۹۷). "ارزیابی موجودی منابع اطلاعاتی در ایران برای نقشه‌سازی خدمات اکوسیستم در راستای برنامه‌ریزی مکانی و مدیریت سرزمین". *نشریه حفاظت و بهره‌برداری از منابع طبیعی*، سال هفتم، ش ۱ (بهار و تابستان): ۱۰۹-۱۲۳.
- اعتضادی، لادن؛ بینا، محمدجواد (۱۳۹۶). "شناسایی انواع محوطه‌های باز و عملکرد آن‌ها در باغ‌های تاریخی بیرجند (با تمرکز بر باغ رحیم‌آباد، شوکت‌آباد، بهلگرد و اکبریه)". *مجله باغ نظر*، سال چهاردهم، ش ۴۷ (بهار): ۵-۱۶.
- ترنیان، فرج‌الله؛ اسدالهی، زهرا (۱۳۹۷). "تخریب مراتع، حیات وحش به‌عنوان شاخص تخریب کارکردهای زیستگاهی مراتع". در: *مجموعه مقالات هفتمین کنفرانس ملی مرتع و مرتع‌داری ایران*. گردآورندگان حسین ارزانی و علیرضا افتخاری. تهران: مؤسسه تحقیقات جنگلها و مراتع: ۱۱-۱.
- تقوایی، سیدحسن؛ علی‌دوست، شایسته؛ مبرقعی‌دینان، نغمه (۱۳۹۶). "چارچوب بهسازی منظر حاشیه رودخانه‌های شهری بر اساس خدمات اکوسیستم مورد پژوهشی رودخانه سفیدرود آستانه اشرفیه". *نشریه نامه معماری و شهرسازی*، دوره نهم، ش ۱۹ (پاییز و زمستان): ۷۷-۹۲.
- حقیقت‌بین، مهدی؛ انصاری، مجتبی (۱۳۹۳). "نمادپردازی در باغ ایرانی در دوره اسلامی و ارتباط آن با باورهای مذهبی سازندگان". *نشریه نقش جهان*، دوره ۴، ش ۱ (بهار و تابستان): ۴۷-۵۵.
- خزاعی‌مسک، سمیه؛ پایدارفرد، آرزو (۱۳۹۱). "تزئینات گچ‌بری و آئینه‌کاری عمارت باغ رحیم‌آباد بیرجند". *فصلنامه علمی-پژوهشی نگره*، دوره ۸، ش ۲۷ (پاییز): ۴۹-۵۹.
- خلیل‌نژاد، سیدمحمدرضا؛ توبیاس، کای (۱۳۹۵). "بسترهای شکل‌گیری و ویژگی‌های منظر متمرکز در باغ ایرانی". *مجله باغ نظر*، دوره سیزدهم، ش ۳۸ (تابستان): ۳-۱۶.

- خلیل‌نژاد، سیدمحمدرضا؛ بیدختی، محمدعلی (۱۳۹۸). "بررسی ابعاد تمایز رابطه ناظر با منظر متمر و منظر زینتی در باغ‌های ایرانی". *فصلنامه علوم و تکنولوژی محیط زیست*، دوره بیست و یک، ش ۷ (پاییز): ۲۸۵-۲۹۸.
- رنجبر، احسان؛ مهربانی‌گلزار، محمدرضا؛ فاطمی، مهدی (۱۳۸۴). "درآمدی بر شناخت باغ‌های تاریخی بیرجند". *مجله باغ نظر*، دوره دوم، ش ۴ (پاییز و زمستان): ۵۰-۷۱.
- رضایی، جمال (۱۳۸۱). *بیرجندنامه*، به کوشش محمود رفیعی. تهران: نشر هیرمند.
- سامه، رضا؛ زرکش، ندا؛ ضرابی، محمدمهدی (۱۳۹۸). "سایت موزه کشاورزی، راهبردی آموزشی جهت ارتقای محیط زیست شهری". *نشریه علوم و تکنولوژی محیط زیست*، دوره بیست و یکم، ش ۷ (پاییز): ۲۸۵-۲۹۸.
- شاهچراغی، آزاده (۱۳۹۲). *پارادایم‌های پردیس؛ درآمدی بر بازشناسی و بازآفرینی باغ ایرانی*. تهران: جهاد دانشگاهی واحد تهران.
- فاطمی، مهدی (۱۳۹۸). "باغ بهلگرد؛ نمونه اولیه و الگوی باغ‌های بیرجند". *مجله منظر*، دوره یازدهم، ش ۴۷ (تابستان): ۶-۱۳.
- فرزین، سامان؛ و دیگران (۱۳۹۹). "ویژگی‌های منظر چندعملکردی در باغ ایرانی (مطالعه موردی: میراث جهانی باغ اکبریه)". *مجله منظر*، دوره دوازدهم، ش ۵۲ (پاییز): ۶-۱۷.
- فلامکی، محمدمنصور (۱۳۸۶). *نوسازی و بهسازی شهری*. تهران: سمت.
- کاظمیان، معصومه (۱۳۹۴). "تحلیل معناگرایانه مقرنس در معماری اسلامی (نمونه موردی: مسجد شاه اصفهان)". *در: مجموعه مقالات برگزیده دومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در عمران، معماری و شهرسازی*. تهران: مؤسسه سرآمدهمایش کارین: ۱-۱۱.
- گودرزی‌سروش، محمدمهدی؛ مختاباد امرئی، مصطفی (۱۳۹۲). "نمادگرایی باغ ایرانی در دوره اسلامی". *نشریه هویت شهر*، سال هفتم، ش ۱۳ (بهار): ۵۵-۶۳.

- مسعودی، ذبیح‌الله (۱۳۹۱). "بررسی و مطالعه باغ‌های تاریخی بیرجند در عصر قاجار و پهلوی". پایان‌نامه کارشناسی ارشد، باستان‌شناسی دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه سیستان و بلوچستان.

- مسعودی، ذبیح‌الله؛ موسوی حاجی، سیدرسول؛ صارمی نائینی، داوود (۱۳۹۵). *باغ‌های تاریخی بیرجند*. بیرجند: نشرچهار درخت.

- مهربانی‌گلزار، محمدرضا؛ فاطمی، مهدی (۱۳۹۵). "ساختار کوشک در باغ‌های خراسان؛ الگویی برای سکونت دائم". *فصلنامه هنر و تمدن شرق*، سال چهارم، ش ۱۳ (پاییز): ۴۲-۵۱.

- وفایی‌فرد، مهدی (۱۳۸۴). *در جستجوی هویت شهری بیرجند*. تهران: وزارت مسکن و شهرسازی.

- نظری، سهیل؛ و دیگران (۱۳۹۵). "گونه‌شناسی و تحلیل هندسی و سازه‌ای یزدی‌بندی در معماری ایران". *نشریه هنرهای زیبا- معماری و شهرسازی*، دوره بیست‌ودوم، ش ۱ (بهار): ۵۳-۶۴.

- ناصح، محمدامین (۱۳۹۵). *دولت یاد: تاریخ محلی بیرجند در آغاز سده معاصر*. تهران: مؤسسه مطالعات تاریخ معاصر ایران.

مصاحبه‌ها

- مصاحبه با محمدعلی جنتی‌فر، بیرجند (۱۳۹۸/۱۱/۱۰)

- مصاحبه با منصور سلیمانی، بیرجند (۱۳۹۸/۱۱/۱۰)

- Barkmann, J.; et al. (2004). MultiLand- multifunctional landscapes: towards an analytical framework for sustainability assessment of agriculture and forestry in Europe, Germany: Leibniz Centre for Agricultural Landscape and Land Use Research e.V (ZALF).

- Brenken, H.; Rode, M.; Von Haaren, C. (2005). Konflikte und Synergien zwischen unterschiedlichen Ansprüchen an die Landschaft und Landschaftsfunktionen. In: Rode, Bonn, Bundesamt für Naturschutz, pp. 152-171.

- Brandt, J.; Vejre, H. (2004). Multifunctional landscapes - motives, concepts and perceptions. In J. Brandt, & H. Vejre (Eds.), *Multifunctional Landscapes: Volume 1*

Theory, Values and History (pp. 3-32). Southampton: WIT Press. *Advances in Ecological Sciences*, Vol. 1

- Dubbeling, M. (2011). "Integrating urban agriculture in the urban landscape". *UA Magazine*, Vol. 25, No. 2: 43-46.

- Gharipour, M. (2011). "Transferring and Transforming the Boundaries of Pleasure: Multifunctionality of Gardens in Medieval Persia". *Garden History*, Vol. 39, No. 2: 249-262.

- Ruggles, D. F. (2008). *Islamic gardens and landscapes*. Pennsylvania: University of Pennsylvania Press.

- La Rosa, D.; et al. (2014). "Agriculture and the city: A method for sustainable planning of new forms of agriculture in urban contexts". *Land Use Policy*, Vol. 41, No. 2: 45-59.

- Schägner, J. P.; et al. (2013). "Mapping ecosystem services' values: Current practice and future prospects". *Ecosystem Services*, Vol. 4, No.1: 33-46.

گونه‌شناسی "کلیددان" مشبک آستان قدس رضوی بر پایه مطالعه تطبیقی آن با نمونه‌های مشابه^۱

صفورا زارعی شمس‌آبادی^۲

فرهاد خسروی بیژائم^۳

حسن یزدان‌پناه^۴

نوع مقاله: علمی- پژوهشی

شماره صفحه: ۵۶-۳۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۸/۲۸

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۲۸

چکیده

مشبک فلز از شیوه‌های فلزکاری دوران صفوی است و یکی از آثار شاخص آن، قلمدان فولادی منحصر به فردی است که تحت عنوان "کلیددان" در موزه آستان قدس رضوی در مشهد نگهداری می‌شود. با توجه به مطالعات بصری اولیه و شباهت ظاهری این اثر نفیس با سایر قلمدان‌های دوره اسلامی، این پژوهش صورت پذیرفته است تا ویژگی‌های بصری و ساختاری این اثر مورد تحلیل و تطبیق قرار گیرد. از این‌رو، هدف این پژوهش علاوه بر تحلیل بصری، مطالعه تطبیقی طرح و نقش آن با چند نمونه شاخص از قلمدان‌های اسلامی ایرانی است. بدین منظور، پژوهش حاضر به این پرسش پاسخ خواهد داد که وجوه اشتراک و افتراق نقوش قلمدان محفوظ در موزه آستان قدس رضوی با سایر قلمدان‌های فلزی دوره اسلامی تا دوره صفوی چیست؟ در پژوهش

۱. این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد صفورا زارعی شمس‌آبادی با عنوان "طبقه‌بندی و ریشه‌یابی فرمی، کاربردی و مضمونی آثار مشبک فلزی دوره صفوی" به راهنمایی فرهاد خسروی بیژائم و مشاوره حسن یزدان‌پناه در دانشگاه هنر اصفهان است.

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد هنر اسلامی دانشکده صنایع‌دستی دانشگاه هنر اصفهان zareie_1988@yahoo.com

۳. استادیار گروه کتابت و نگارگری دانشکده صنایع‌دستی دانشگاه هنر اصفهان، نویسنده مسؤول Farhadkhosravi121@yahoo.com

۴. کارشناسی ارشد پژوهش هنر و مربی گروه کتابت و نگارگری دانشکده صنایع‌دستی دانشگاه هنر اصفهان h.yazdanpanah.ut@gmail.com

بنیادی پیش رو که با روش تطبیقی انجام شده و جمع‌آوری اطلاعات به صورت مطالعات کتابخانه-ای، بررسی منابع اینترنتی و استناد به آرشیو تصاویر موزه آستان قدس رضوی، صورت پذیرفته؛ این اثر با ۱۲ قلمدان فلزی اسلامی ایرانی تا دوره صفوی، از لحاظ فرم و نقش مورد مطالعه و تطبیق قرار گرفته‌است. نتایج به‌دست‌آمده حاکی از آن است که نقوش مورد استفاده در این آثار در ۵ گروه قابل دسته‌بندی هستند: نقوش گیاهی (اسلیمی و ختایی)، نقوش حیوانی، نقوش نوشتاری، نقوش انسانی و نقوش هندسی. همچنین، نتایج بیانگر آن است که در قلمدان‌های فلزی از نقوش نوشتاری و اسلیمی بیشتر از نقوش دیگر استفاده شده‌است. نمونه مورد مطالعه نیز مانند سایر قلمدان‌ها دارای تزیینات اسلیمی و نوشتاری است. وجه تمایز این اثر با سایر قلمدان‌ها استفاده از نقوش ختایی و همچنین استفاده از قلم خوشنویسی نستعلیق در آن است که در دیگر قلمدان‌ها چنین نقوشی به چشم نمی‌خورد.

واژگان کلیدی: فلزکاری صفوی، مشبک فلز، کلیددان، قلمدان، آستان قدس رضوی

مقدمه

با آغاز حکومت صفوی، باب تازه‌ای در مکتب هنر ایران گشوده شد و ایران پس از چند قرن، صاحب حکومت ملی و مرکزی شد. صنعت فلزکاری در عصر صفویان ابعاد وسیعی یافت و فولاد در این عصر، متداول‌ترین فلز مورد استفاده بود. با این حال، مس، طلا، نقره و همچنین آلیاژهایی نظیر برنج و برنز نیز رواج داشتند. هنرمندان عصر صفوی، هنر فولادسازی را با تکنیک‌های متنوع از جمله مشبک‌کاری به اوج رساندند (براتی، ۱۳۹۶: ۷۲) و با این شیوه، البسه، اسلحه، زره، کلاهخود، سپر، الواح مشبک، کتیبه‌های در و پنجره و قلمدان را زینت دادند.

یکی از این آثار شاخص، قلمدان فولادی محفوظ در موزه آستان قدس رضوی است که در دوره صفوی ساخته شده و با شیوه مشبک تزیین شده است. این قلمدان پس از اهدا به مجموعه آستان قدس رضوی، تحت عنوان "کلیددان" تغییر کاربری یافته و مورد استفاده قرار گرفته است. این پژوهش درصدد است تا علاوه بر تحلیل بصری این اثر فولادی، نقوش آن را با قلمدان‌های اسلامی

و ایرانی مورد تطبیق قرار دهد. مقاله حاضر به این پرسش پاسخ خواهد داد که وجوه شباهت و تفاوت طرح و نقش کلیددان آستان قدس با قلمدان‌های فلزی ایران تا دوره صفوی در چیست؟ هدف از این پژوهش، دستیابی به میزان انطباق طرح و نقش این اثر با نمونه‌های مشابه موجود است.

از این‌رو، این مقاله نخست به معرفی گزیده‌ای متنوع از قلمدان‌ها پرداخته و آن‌ها را از لحاظ جنس، طرح و نقش، فرم و اندازه، طبقه‌بندی می‌کند. در مرحله بعد، با تأکید بر قلمدان‌های فلزی، ۱۲ نمونه را معرفی می‌کند و ویژگی‌های طرح و نقش آن‌ها را مورد مطالعه قرار می‌دهد. سپس، ضمن معرفی این ویژگی‌ها در کلیددان آستان قدس، به تطبیق آن‌ها با قلمدان‌های فلزی ایرانی از دوران اسلامی تا دوره صفوی می‌پردازد و وجوه اشتراک و افتراق آن‌ها را بیان می‌کند.

پیشینه پژوهش

احسانی (۱۳۷۸) در مقاله‌ای با عنوان «هنر قلمدان‌سازی در ایران» به چگونگی ساخت و رنگ‌آمیزی قلمدان‌های روغنی و تاریخ تکامل هنر قلمدان‌سازی در ایران پرداخته‌است. این مقاله علاوه بر معرفی قلمدان‌های روغنی، اشاره مختصری به قلمدان‌های فلزی نیز دارد. حسامی (۱۳۹۲) در پایان‌نامه‌ای با عنوان "طراحی و ساخت اثر حجمی محیطی معاصر با الهام از نقوش گیاهی آثار فلزکاری دوره تیموری" ضمن تحلیل آثار فلزی تیموری، طرح و نقش دو نمونه قلمدان مربوط به این دوره را نیز معرفی کرده است. این پایان‌نامه، همچنین مباحثی در خصوص تطبیق هنر فلزکاری خراسان در دوره سلجوقی و مکتب موصل دارد. پژوهشگر در این پژوهش، دو قلمدان از این دوره‌ها را از لحاظ طرح و نقش در حیطه مذهبی و اجتماعی مقایسه کرده است. جلالیان (۱۳۹۵) در مقاله "وسایل و ملزومات مراسم غبارروبی و خدمت فوق ضریح در حرم رضوی به روایت اسناد و اشیای موزه‌ای"، ضمن بیان تاریخچه ساخت و اهدای هر یک از این ابزار در بارگاه رضوی، به کاربرد و توصیف خصوصیات آن‌ها پرداخته است. این مؤلف در بخشی از مقاله خود،

کلیددان را با توجه به اسناد موجود در آستان به عنوان محبره فولادی معرفی می‌کند که همان مورد مطالعه پژوهش پیش‌رو است.

با توجه به این‌که در پژوهش‌های گذشته به صورت اختصاصی به قلمدان‌های فلزی پرداخته نشده و در ضمن در پژوهش‌های پیشین، طرح و نقش قلمدان مورد نظر (کلیددان فولادی ضریح) مورد بررسی قرار نگرفته است؛ این پژوهش سعی بر شناسایی ویژگی‌های این اثر در کنار شناخت ویژگی‌های بصری قلمدان‌های فلزی اسلامی در ایران دارد.

روش پژوهش

پژوهش پیش‌رو که در زمره پژوهش‌های بنیادی قرار می‌گیرد، به روش توصیفی و تطبیقی انجام شده است. جمع‌آوری اطلاعات بر اساس مطالعات کتابخانه‌ای، بررسی منابع اینترنتی، استناد به منابع آرشیوی و تصاویر موجود در موزه آستان قدس، صورت گرفته است. نمونه‌های آماری، ۱۲ قلمدان دوره اسلامی ایران است که به شیوه در دسترس مورد مطالعه قرار گرفته است. علاوه بر آن، در این پژوهش کلیددان منحصربه‌فرد موجود در موزه آستان مورد توصیف، تحلیل و تطبیق قرار گرفته است و در فرایند تطبیق، وجوه اشتراک و افتراق این اثر با سایر قلمدان‌ها از لحاظ فرم و طرح و نقش، مورد مطالعه قرار خواهد گرفت.

دسته‌بندی قلمدان‌های اسلامی بر پایه مواد تشکیل‌دهنده

قلمدان شیئی استوانه‌ای است که عمدتاً از دو قطعه تشکیل شده است. قطعه داخلی آن به شکل ناوکی است که ابزار خوشنویسی در آن قرار می‌گیرد و قطعه خارجی نیز به منزله پوشش بخش داخلی است. در واقع، دلیل استفاده از قلمدان در روزگاران گذشته، حفظ قلم‌های نی تراشیده شده بود تا مانع شکستن آن‌ها شود. دواتی فلزی از برنج، نقره یا طلا در داخل قلمدان قرار داشت و علاوه بر این‌ها، چاقوی قلم‌تراش، قاشق کوچک آب دوات، قطزن و قیچی باریک هم در قلمدان گذاشته می‌شد (احسانی، ۱۳۷۸: ۵۶۴؛ قلیچ‌خانی، ۱۳۷۸: ۲۸۳).

در وهله نخست، ظروف و قلمدان‌ها جنبه کاربردی داشتند و بعضاً برای درباریان ساخته می‌شدند. در ایران باستان از وجود پدیده‌ای به نام قلمدان اطلاعی در دست نیست ولی بعد از اسلام، کاربرد قلمدان برای کارهای تحریری، معمول بوده و در مکتب‌ها، مدرسه‌ها و مراجع دیوانی از آن بهره می‌برده‌اند (برومند، ۱۳۶۶: ۳۱). قلمدان‌ها با فرم‌های متفاوت کشویی و صندوقچه‌ای از جنس‌های مختلفی همچون چوب، سفال، فلز، عاج و پایه‌ماشه ساخته شده و به صورت‌های مختلف تزیین گردیده‌است. در دوره سلجوقی، قلمدان‌سازی نیز مانند سایر شاخه‌های فلزکاری رواج یافت و تا دوره تیموری مسیر پیشرفت را ادامه داد (احسانی، ۱۳۷۸: ۵۶۳). قلمدان‌هایی که پیش از سده نهم هجری ساخته می‌شده، دو نوع چوبی و فلزی بوده‌است. نوع چوبی آن بیشتر ساده و گاهی با منبت‌کاری همراه بوده و نوع فلزی آن که اکثر از فولاد ساخته می‌شده به دو نوع ساده و مرصع تقسیم می‌شده‌است. قلمدان‌های فولادی مرصع طلاکوب و گوهرنشان جنبه اشرافی داشته و بر روی بعضی از آن‌ها آیات قرآن یا اشعار به صورت کنده‌کاری دیده شده است (برومند، ۱۳۶۶: ۳۱). در دوره تیموری به موازات هنرهایی از قبیل خوشنویسی، تذهیب و صحافی، می‌توان حدس زد که قلمدان‌سازی نیز تحولی توأم با ترقی، یافته و به علت توجه خاصی که شاهان و شاهزادگان و دولتمردان زمان نسبت به خوشنویسی داشته‌اند، این وسیله جنبه هنری و تزیینی پیدا کرده باشد (همان). پیش از دوران صفوی، در ایران، قلمدان‌های برنجی و فولادی را با طلاکاری و نقره‌کوبی تزیین می‌کردند که در دوران صفوی این تزئینات به مرحله کمال رسیده بود (احسانی، ۱۳۷۸: ۵۶۳).

قلمدان‌های چوبی

همان‌گونه که ذکر شد، یکی از رایج‌ترین شیوه‌های ساخت قلمدان پیش از سده ۹ هـ.ق. قلمدان‌های چوبی ساده و منبت بوده‌است (برومند، ۱۳۶۶: ۳۱). با تکیه بر شواهد موجود، از قلمدان‌های چوبی، اثر چندانی باقی نمانده و یا در دسترس پژوهشگران قرار نگرفته‌است. یک نمونه قلمدان چوبی بدون مشخصات در موزه بریتانیا (تصویر ۱) و یک نمونه قلمدان چوبی کشویی

از جنس شمشاد با لبه‌های مدور، در مجموعه ناصر خلیلی نگهداری می‌شود (تصویر ۲). در اثر اخیر، رنگ طبیعی چوب که قهوه‌ای روشن است، به‌عنوان زمینه نقاشی مورد استفاده قرار گرفته است. این قلمدان متعلق به ایران و قرن ۱۱ هـ.ق. است. در قلمدان موزه بریتانیا که جزء نمونه‌های صندوقچه‌ای محسوب می‌شود؛ دو فضای یکسان مربع‌شکل به محل قرارگیری دوات اختصاص یافته‌است.



تصویر ۲) قلمدان چوبی، قرن ۱۱ ه.ق.، محل نگهداری: مجموعه خلیلی، (خلیلی، ۱۳۸۶: ۳۲)



تصویر ۱) قلمدان چوبی، محل نگهداری: موزه بریتانیا (URL: 12)

دو قلمدان چوبی متعلق به سرزمین‌های اسلامی نیز یافت شده‌است. یکی از قلمدان‌ها، متعلق به امپراطوری عثمانی در قرون ۹ و ۱۰ هـ.ق. از چوب آبنوس بوده و با طلا، فیروزه و یاقوت تزیین شده‌است و در موزه توپقاپی نگهداری می‌شود (تصویر ۳). قلمدان چوبی دیگر با روکشی از لاک پوشیده شده و در هند ساخته شده‌است (قرن ۱۰ و ۱۱ هـ.ق.) و امروزه در موزه لاکما نگهداری می‌شود. در این قلمدان کشویی، محل قرارگیری دوات از محل قرارگیری سایر ابزار جدا شده‌است (تصویر ۴).

از دیگر قلمدان‌های چوبی موجود می‌توان به قلمدان چوبی با اتصالات فلزی منسوب به ایران یا هند اشاره کرد که مانند قلمدان موزه بریتانیا (تصویر ۱) فرم صندوقچه‌ای دارد و تقسیم‌بندی‌های متعددی برای قرارگیری ابزار کتابت در فضای داخلی آن صورت گرفته‌است (تصویر ۵). یکی دیگر از نمونه‌های چوبی - که البته از نظر تاریخی در محدوده زمانی این پژوهش قرار نمی‌گیرد - قلمدان منبت چوبی مربوط به قرن ۱۳ هـ.ق. ایران است که در موزه ویکتوریا و آلبرت نگهداری

می‌شود. این قلمدان کشویی از چوب گلابی ساخته شده و منبت روی آن با روکش لاک پوشانده شده‌است (تصویر ۶).



تصویر ۴) قلمدان چوبی، محل نگهداری:
موزه لاکما (URL: 10)



تصویر ۳) قلمدان چوبی، محل نگهداری:
موزه توپقایی (Piotrovsky, 2000: 94)



تصویر ۶) قلمدان چوبی، قرن ۱۳ هـ.ق،
محل نگهداری: موزه ویکتوریا و آلبرت
(URL: 8)



تصویر ۵) قلمدان چوبی، قرن ۱۱ یا ۱۲
هـ.ق. (URL: 14)

قلمدان‌های عاج

بررسی‌های انجام شده حاکی از آن است که عاج نیز یکی از مواد مورد استفاده در ساخت قلمدان‌های اسلامی بوده‌است. قلمدان عاجی که در موزه ملک نگهداری می‌شود، با فرم مکعب مستطیل ساخته شده و با نقوش گیاهی، گل و بوته تزیین شده‌است. این قلمدان صندوقچه‌ای، فاقد تاریخ و مشخصات است و اطلاعاتی از دوره تاریخی و موقعیت جغرافیایی آن در دست نیست.

همان گونه که در تصویر ۷ هم مشخص است، درون این قلمدان چند بخش مجزا به قرارگیری ابزار مختلف کتابت اختصاص یافته است.

همچنین در موزه ویکتوریا و آلبرت لندن، قلمدانی از جنس عاج متعلق به قرن ۱۱ هـ.ق. نگهداری می شود که روی آن با رنگ های مشکی، طلایی و قرمز تزیین شده است (تصویر ۸). علاوه بر این دو مورد، قلمدان صندوقچه ای دیگری از جنس عاج با اتصالات نقره و برنج از امپراطوری هند متعلق به قرن ۱۲ هـ.ق. موجود است که در موزه لاکما نگهداری می شود. تقسیم دوگانه و هم اندازه فضای قرارگیری دوات و ابزار کتاب آرایبی در این اثر، از ویژگی های مشترک آن با قلمدان عاج موزه ملک به شمار می رود (تصویر ۹).



تصویر ۷) قلمدان عاج، محل نگهداری: موزه ملک (URL: 15)



تصویر ۹) قلمدان عاج، قرن ۱۲ هـ.ق، محل نگهداری: موزه لاکما (URL: 9)



تصویر ۸) قلمدان عاج، قرن ۱۱ هـ.ق، محل نگهداری: موزه ویکتوریا و آلبرت (URL: 11)

قلمدان‌های لاکی (روغنی یا پایه‌ماشه)

در حدود نیمه عصر صفوی، جلدسازان و قلمدان‌سازان پس از آشنایی با ساختن آثار لاکی با استفاده از خمیر کاغذهای باطله و فرسوده، به تهیه آثار لاکی همچون جلد، جعبه، قاب و قلمدان پرداختند. ساخت قلمدان‌های لاکی، به این نحو بوده است که چندین لایه کاغذ با چسب سریش به هم چسبانیده می‌شد یا خمیر مقوا روی قالب‌های چوبی آغشته به صابون خشک می‌شد، سپس آن را از قالب قلمدان جدا می‌کردند و به صورت مطلوب لبه‌هایش را می‌بریدند. آن‌گاه، سطح آن را مهره‌کشی می‌کردند تا کاملاً صاف و صیقلی و آماده کار شود. در مرحله بعد، لایه بسیار نازکی از گچ خیلی نرم یا گل سفید را به صورت آستر روی آن می‌کشیدند و بعد از صاف کردن، لایه بسیار رقیقی از روغن کمان روی آستر می‌مالیدند. در مرحله بعد، نقاشان، روی گچ یا گل سفید را طرح‌اندازی می‌کردند (بهرامی، ۱۳۹۷: ۶۷). این شیوه ساخت قلمدان، تا دوره‌های بعد ادامه دارد و اوج آن در دوره قاجار است؛ ولی چون از لحاظ زمانی در محدوده پژوهش حاضر قرار نمی‌گیرد، از مطالعه و بررسی این آثار صرف نظر شده و صرفاً یک نمونه صفوی ارائه شده است. در تصویر ۱۰ یک نمونه قلمدان به شیوه کشویی که شیوه رایج ساخت قلمدان‌های لاکی محسوب می‌شود، دیده می‌شود. گل و مرغ از رایج‌ترین گونه‌های طرح و نقش به کار رفته در این آثار است.

قلمدان‌های سفالی

در بین نمونه‌های در دسترس این پژوهش، قلمدان منحصر به فردی از جنس سفال با لعاب فیروزه‌ای و تزیینات سیاه‌رنگ، متعلق به حکومت مملوکیان سوریه، بین سال‌های ۶۷۱ تا ۷۲۳ هـ.ق. به دست آمده است که در موزه بریتانیا نگهداری می‌شود (تصویر ۱۱). نقوش نوشتاری با تزیینات اسلیمی در پس زمینه آن، در بدنه خارجی این قلمدان صندوقچه‌ای قابل مشاهده است.



تصویر ۱۱) قلمدان سفالی، قرن ۷ یا ۸ هـ.ق،
محل نگهداری: موزه بریتانیا (URL 17)



تصویر ۱۰) قلمدان لاک، قرن ۱۱ هـ.ق،
محل نگهداری: مجموعه خلیلی (خلیلی،
۱۳۸۶: ۳۲)

قلمدان‌های فلزی

قبل از قلمدان‌های لاک که در اواسط دوره صفوی اشاعه یافت، قلمدان‌ها اغلب فولادی و برنجی با تزیینات نقره‌کوب و طلاکوب بودند. روی بعضی از آن‌ها، تصاویر گوناگون و اشکال هندسی، اسلیمی و گاهی نام مالک و سازنده و در مواردی ادعیه و نام سلاطین و جملاتی در عظمت کتاب و قلم به شیوه کوفی نقش می‌بست. اگر از طرف پادشاه وقت یا ثروتمندی سفارش داده می‌شد، با طلا، نقره و انواع جواهرات ترصیع می‌شد (بهرامی، ۱۳۹۷: ۶۶). یکی از نمونه‌های شاخص در این زمینه که حاوی تزیینات زیادی در قالب طرح‌های اسلیمی، انسانی، حیوانی و هندسی است؛ قلمدان برنجی مرصع به تاریخ ۶۸۰ هـ.ق. است که در موزه بریتانیا نگهداری می‌شود (تصویر ۱۲). تمامی سطوح خارجی و داخلی این قلمدان حاوی نقش و نگار است.



تصویر ۱۲) قلمدان فلزی، ۶۸۰ هـ.ق، محل نگهداری: موزه بریتانیا
(URL: 4)

با توجه به اینکه تأکید این پژوهش بر مطالعه تطبیقی کلیددان فلزی آستان قدس رضوی با قلمدان‌های فلزی ایران است؛ علاوه بر قلمدان فوق، ۱۱ قلمدان فلزی دیگر متعلق به دوران اسلامی ایران تا دوره صفوی نیز جهت مشخص نمودن ویژگی‌های بصری شاخص در طراحی این آثار مورد مطالعه قرار گرفته که مشخصات مختصر آن‌ها در جدول ۱ ارائه شده‌است.

بر اساس مطالعات اولیه، قلمدان‌های فلزی موجود، اغلب برنجی بوده و با طلا و نقره مرصع شده‌اند. علاوه بر این، دو نمونه از جنس مفرغ و فولاد نیز در بین آثار دیده می‌شود. چهار قلمدان متعلق به منطقه موصل است که امروزه در خارج از مرزهای ایران قرار دارد. با توجه به پیوندهای فرهنگی و هنری موصل و ایران، بویژه در دوره‌های ساسانی، ایلخانی، ترکمانان و صفوی که این منطقه تحت حکمرانی حکومت‌های ایرانی بوده؛ آثار این منطقه نیز در نمونه‌های آماری گنجانده شده‌است.

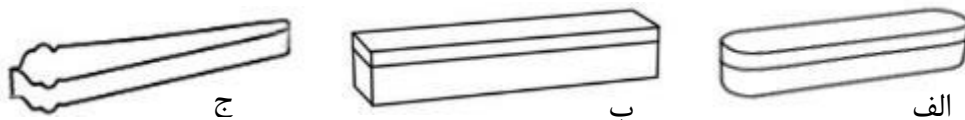
جدول ۱) نمونه‌هایی از قلمدان‌های فلزی اسلامی - ایرانی تا دوره صفوی

ردیف	آثار	تاریخ / دوره	محل	محل نگهداری / منبع	توضیحات (ابعاد به سانتیمتر)
۱		۶۵۳ ه.ق.	موصل	مجموعه دیوید (URL: 1)	برنج مرصع با نقره، طول: ۳۶.۳، عرض: ۷.۵، ارتفاع: ۵.۷
۲		۶۸۰ ه.ق.	----	موزه بریتانیا URL: 4) - وارد، ۱۳۸۴: ۹۰ - رضازاده، ۱۳۹۴: ۱۶۸ Akbarnia et al, - 2018: 143 Hattstein et al, 2004: (204	برنج قالب‌گیری شده مرصع با طلا و نقره با تزیینات مشبک داخل قلمدان، طول: ۱۹.۷، عرض: ۵.۲، ارتفاع: ۳.۱
۳		اوایل قرن ۷ ه.ق.	----	مجموعه دیوید URL: 2) - رضازاده، (۱۳۹۴: ۵۵)	مفرغ مرصع با نقره و مس، طول: ۲۸، عرض: ۶.۴، ارتفاع: ۴
۴		اواخر قرن ۷ ه.ق.	احتمالاً غرب ایران	موزه بارجلو (رضازاده، ۱۳۹۴: ۱۷۴)	برنج مرصع با طلا و نقره، طول: ؟، عرض: ؟، ارتفاع: ؟

۵		اواخر قرن ۷ هـ.ق.	موصل	حراجی ساتبی (URL3)	برنج مرصع با نقره، طول: ۲۷.۵، عرض: ۴.۳، ارتفاع: ۰.۶
۶		قرن ۷ هـ.ق.	موصل	موزه بریتانیا - URL: 13) Piotrovsky, 2000: (91	برنج مرصع با نقره و مس، طول: ۳۶.۸، عرض: ۰.۹، ارتفاع: ؟
۷		قرن ۷ هـ.ق.	خراسان	موزه ویکتوریا و آلبرت (URL: 5)	برنج چکشی، طول: ۲۴.۷، عرض: ۳.۶۵، ارتفاع: ۰.۲
۸		قرن ۷ هـ.ق.	شمال غربی ایران/ ترکیه	موزه آقاخان (Daiber et al, 2010: 179)	نقره و طلا، طول: ؟، عرض: ؟، ارتفاع: ؟
۹		قرن ۷ یا ۸ هـ.ق.	موصل	موزه ویکتوریا و آلبرت (URL: 6)	برنج مرصع با طلا و نقره، طول: ۳۶.۶، عرض: ۰.۳، ارتفاع: ۰.۵
۱۰		اواسط قرن ۹ هـ.ق.	خراسان احتمالاً هرات	موزه ایران باستان (حسامی، ۱۳۹۲: ۴۵)	برنج مرصع با نقره، طول: ؟، عرض: ؟، ارتفاع: ؟
۱۱		اواسط قرن ۹ هـ.ق.	ایران	موزه متروپولیتن URL: 7) - حسامی، (۴۳: ۱۳۹۲)	برنج مرصع با نقره و طلا با تزیینات مشبک داخل قلمدان، طول: ۲۹.۲، عرض: ۰.۴، ارتفاع: ۰.۶
۱۲		اوایل قرن ۱۰ هـ.ق.	ایران	موزه متروپولیتن (URL: 16)	برنج مرصع با نقره، طول: ۳۴.۳، عرض: ۱.۰۲، ارتفاع: ۰.۳

منبع: نگارندگان، ۱۳۹۹

با توجه به جدول ۱ بیشترین فرم به‌کاررفته در این آثار به صورت صندوقچه‌ای (جعبه‌ای) است (جز قلمدان ردیف ۱۲ که کشویی است) و در قلمدان به وسیله لولا به بدنه متصل شده‌است. با توجه به نمونه‌های آماری به‌دست آمده، قلمدان‌های فلزی در سه فرم مختلف قابل دسته‌بندی هستند. فرم رایج که در اغلب این آثار دیده می‌شود، مکعب مستطیل با کناره‌های گرد (تصویر ۱۲ الف) و در دو مورد (ردیف ۶ و ۹) مکعب مستطیل با گوشه‌های تیز (تصویر ۱۲ ب) است. فرم سومی که در این قلمدان‌ها مورد استفاده بوده و کمتر در آثار دوران اسلامی دیده شده به صورت منشور چهارپهلوی کشیده با گوشه‌های گرد (ردیف ۷ و ۱۰) است (تصویر ۱۲ ج).



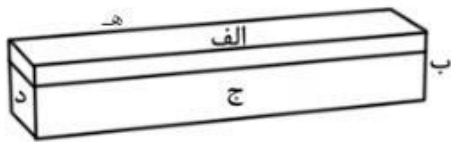
تصویر ۱۲) فرم خطی قلمدان‌های فلزی (نگارندگان: ۱۳۹۹)

مطالعه اولیه طرح کلیددان ضریح آستان قدس رضوی و نمونه‌های مورد مطالعه فوق، بیانگر آن است که این کلیددان شباهت فرمی زیادی با این آثار دارد و ساخت آن احتمالاً تحت تأثیر قلمدان‌های فلزی بوده‌است. بدین منظور در ادامه، طرح و نقش این اثر یگانه، مورد مطالعه قرار می‌گیرد تا وجوه اشتراک و افتراق آن با الگوهای به‌کاررفته در قلمدان‌های فلزی ایران دوره اسلامی تطبیق داده شود.

معرفی قلمدان موزه آستان قدس رضوی

این اثر فولادی مکعب مستطیل که در زمره قلمدان‌های صندوقچه‌ای به‌شمار می‌رود؛ با طول: ۳۶.۴، عرض: ۸.۵ و ارتفاع: ۷ سانتیمتر، در موزه آستان قدس نگهداری می‌شود. علاوه بر سطح رویی آن، چهار وجه دورادور آن نیز با کتیبه‌های نستعلیق در ترنج‌های مشبک تزیین شده است

(تصاویر ۱۳ و ۱۴). برخی از کتیبه‌های نستعلیق سطح رویی آن به صورت طلاکوب نقش بسته و بقیه سطوح قابل رؤیت نیز با نقوش اسلیمی و ختایی با شیوه مشبک، آراسته شده است.



تصویر ۱۴) فرم خطی کلیددان
(نگارندگان: ۱۳۹۹)



تصویر ۱۳) کلیددان ضریح، محفوظ در موزه آستان
قدس (نگارندگان: ۱۳۹۹)

کتیبه موجود بر روی در این اثر، حاوی شعری در قالب مثنوی است و با توجه به تاریخ "۱۱۰۹ هـ.ق"، متعلق به اوایل قرن دوازدهم هجری قمری است. این کتیبه با عبارت "بنده شاه ولایت حسین" آغاز شده و با شعری در وصف قلم و قلمدان ادامه پیدا کرده است: "قلمدان شهر خاموشان گویاست/ کز ایشان چشم شرع و عرف بیناست/ قلم فرمان‌دهی والاتبّار است/ که از زرینه کفشان یادگار است/ نگویی این قلم وان یک دوات است/ که خضر و ظلمت و آب حیات است". این اثر دارای تاریخ و رقمی است که در ترنج آخر با عبارت "کمترین بندگان محمدکاظم" مشخص شده است. ادامه این مثنوی، دورتادور قلمدان به قلم نستعلیق و باز هم به شیوه مشبک اجرا شده است: "به خدمت با دل بیدار خفته/ ز شه نشنیده حرفش را شنفته/ بود با آنکه لالی شیوه او/ چو بوسد دست شه گردد سخنگو/ نفس را از ادب دزدیده بر خویش/ ز کوس رزم آوازش بود بیش/ از این سرچشمه آب شهریاری/ به باغ ربع مسکون باد جاری". علاوه بر این کتیبه نستعلیق مشبک، کتیبه نستعلیق دیگری نیز دیده می‌شود که با تکنیک طلاکوب روی در این اثر اجرا شده و متن آن حاوی مضمون وقف این اثر به آستان قدس رضوی است: "هو/ وقف آستانه/ مقدّسه منوره/ امام ثامن/ ضامن علی ابن/ موسی الرضا/ نمود این محفره را / بجهه ظرف/ کلید ضریح/ مبارک کلب/ آستان علی ابن/ ابی طالب شاه/ سلطان حسین ۱۱۱۹".

جلالیان (۱۳۹۵: ۱۱۷) در بخشی از پژوهش خود با توجه به یکی از اسناد موجود در آستان قدس، در مورد این شیء فولادی چنین آورده است: «سال ۱۱۱۴ هـ.ق. سلطان حسین صفوی دو عدد محبره فولادی جوهردار را به عنوان نذر برای حرم رضوی ارسال می‌کند و یکی از آن‌ها را ظرف مخصوص کلید ضریح و دیگری را ظرف کلید در حرم مطهر قرار می‌دهد». در سند موجود، خصوصیات ظرف مخصوص کلید ضریح چنین بیان شده‌است:

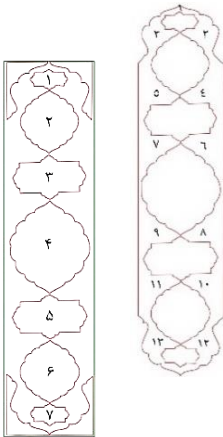
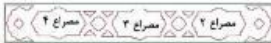
«محبره فولادی جوهردار مشبک حاشیه زرنشان کوفت طلا مع دو زنجیر طلا و هشت آهن خام طلای ساده در گوش‌های^۱ محبره مزبور و دو آهن خام میناکار متصل به در محبره مزبور مع چفت میناکاری عمل محمدکاظم مع قاب زربفت بوم مفتول طلای بوته‌دار مشگل به بلبل فراه بطانه دارایی آبی سجاف صندل‌باف و تکه ده‌یک نقره لفافه دارایی سرخ^۲ که مخصوص کلید ضریح مقدس گردید» (همانجا).

متن کتیبه‌ها و محل قرارگیری آن‌ها در جدول ۲ ارائه شده‌است.

۱. جلالیان (۱۳۹۵: ۱۱۷) "گوی‌های" خوانده است.

۲. جلالیان (همان) "به شرح" خوانده است.

جدول ۲) تحلیل فرمی و ساختاری کلیددان ضریح

متن کتیبه‌ها	فرم خطی و محل قرارگیری کتیبه‌ها	تصویر	
هو/ وقف آستانه/ مقدّسه منوره/ امام ثامن/ ضامن علی‌بن/ موسی‌الرّضا/ نمود این محفره را/ بجهه ظرف/ کلید ضریح/ مبارک کلب/ آستان علی‌بن/ ابی طالب شاه/ سلطان حسین ۱۱۱۹			در کلیددان قسمت طلاکوب (الف)
بنده شاه ولایت سلطان حسین/ قلمدان شهر خاموشان گویاست/ کز ایشان چشم شرع و عرف بیناست/ قلم فرمان‌دهی والایار است که از زربنه‌کفشان یادگار است/ نگویی این قلم وان یک دوات است/ که خضر و ظلمت و آب حیات است ۱۱۰۹/ کمترین بندگان محمد کاظم			در کلیددان قسمت مشبک (الف)
بخدمت با دل بیدار خفته			بدنه کلیددان (ب)
ز شه نشنیده حرفش را شفته/ بود با آنکه لالی شیوه او/ چو بوسد دست شه گردد سخنگو			بدنه کلیددان (ج)
نفس را از ادب دزدیده بر خویش			بدنه کلیددان (د)
زکوس رزم آوازش بود بیش/ ازین سرچشمه آب شهریاری/ به باغ ربع مسکون باد جاری			بدنه کلیددان (ه)

منبع: نگارندگان، ۱۳۹۹

از مضمون شعر کتیبه مشبک چنین استنباط می‌شود که این اثر در ابتدا کاربری قلمدان شاهی داشته و پس از وقف به عنوان کلیددان، تغییر کاربری پیدا کرده است. علاوه بر این، با توجه به سند موجود که این اثر را محبره‌ای با محفظه جوهردار معرفی کرده است، شکی در کاربری اولیه آن وجود ندارد. نکته قابل توجه، فاصله زمانی بین سال ساخت این قلمدان (۱۱۰۹ هـ.ق)، سال ارسال آن به مشهد (۱۱۱۴ هـ.ق.) و سال الحاق کتیبه طلاکوب (۱۱۱۹ هـ.ق.) است که بیانگر دو وقفه ۴ و ۵ ساله در هر یک از این مراحل است.

شناسایی و تطبیق نقوش قلمدان‌های فلزی ایرانی - اسلامی با کلیددان موزه آستان

قدس

براساس مطالعات انجام‌شده، نقوش موجود در قلمدان‌های فلزی نمونه‌های آماری این پژوهش را می‌توان در ۵ دسته؛ نقوش گیاهی، نقوش نوشتاری، نقوش هندسی، نقوش انسانی و نقوش حیوانی تقسیم‌بندی کرد (جدول ۳):

نقوش گیاهی: شامل نقوش ختایی و اسلیمی است و همان‌طور که در جدول ۳ قابل مشاهده است، گونه‌های مختلف نقوش اسلیمی در قسمت‌های مختلف تمامی قلمدان‌ها دیده می‌شود و نقوش ختایی تنها در یکی از قلمدان‌ها مورد استفاده قرار گرفته است.

نقوش نوشتاری: از جمله طرح‌هایی است که در اکثر آثار مورد استفاده قرار گرفته است. مطالعه بصری این نقوش، نشان‌دهنده آن است که قلم‌های کوفی گره‌دار (معقّد) (ردیف ۱ و ۵)، کوفی مدوّر (ردیف ۳)، ثلث (ردیف ۱، ۵، ۶، ۷، ۱۱ و ۱۲)، توقیع (ردیف ۱، ۸ و ۱۱)، رقاع (ردیف ۲ و ۱۰) و نستعلیق (ردیف ۱۳) در این آثار استفاده شده است. بیشترین قلم به‌کاررفته، ثلث است و قلم نستعلیق فقط در نمونه آستان قدس به چشم می‌خورد که یکی از تفاوت‌های آن با سایر نمونه‌ها محسوب می‌شود.

نقوش هندسی: بیشتر در حاشیه آثار مورد استفاده قرار گرفته و یک طرح ساده هندسی در حاشیه تکرار شده است. همچنین قاب‌های دایره‌ای در میان طرح‌ها به چشم می‌خورد که به

واسطه تکرار نقش هندسی نسبتاً مشابهی پر شده است (تصویر ۱۵). این نقوش در اغلب قلمدان - هایی که دارای نقوش هندسی هستند (ردیف ۴، ۵، ۹ و ۱۱) مورد استفاده بوده است. از دیگر نقوش مایه های هندسی، نقش خورشید است که به صورت شعاع های متعدد منشعب از مرکز، در نمونه های ردیف ۲ و ۵ به کار رفته است.



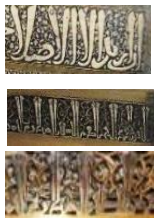
تصویر ۱۵) نقش مایه هندسی مشابه در نمونه های ردیف ۴، ۵، ۹ و ۱۱ جدول ۳ (نگارندگان: ۱۳۹۹)

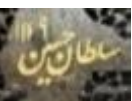
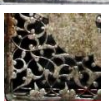
نقوش انسانی: این نقوش که در قلمدان ها اکثراً به صورت نشسته و در بعضی موارد ایستاده و سوار بر حیوان دیده می شوند؛ به صورت ساده طراحی شده اند. بیشتر نقوش انسانی در قاب های دایره وار قرار دارند. نقوش انسانی در بعضی از قلمدان ها، فاقد اجزای صورت هستند و در بقیه موارد هم بسیار ساده طراحی و اجرا شده اند. بیشترین نمونه های نقوش انسانی در قلمدان ردیف دوم (۶۸۰ هـ.ق. موزه بریتانیا) به چشم می خورد.

نقوش حیوانی: همان گونه که در ستون پایانی جدول ۳ نیز مشاهده می شود، نقوش حیوانی شامل: اسب (ردیف ۱ و ۲)، پرند (ردیف ۳)، یوزپلنگ (ردیف ۳ و ۷)، گاو (ردیف ۶)، شیر (ردیف ۲ و ۶)، خرگوش (ردیف ۲ و ۷) و هارپی (ردیف ۷) است. در برخی موارد (ردیف ۲ و ۶)، نقوش حیوانی را در کنار نقوش انسانی (جنگجوی سوار بر اسب و نوازنده بربط، سوار بر گاو) می توان دید. فراوانی این نقوش در نمونه های آماری، محدود به همین تعداد اندک است و قلمدان های مورد مطالعه از نظر به کارگیری نقوش حیوانی (جز نقش یوزپلنگ و خرگوش) تقریباً شباهتی با هم ندارند. به عبارتی، نقوش حیوانی در ۵ قلمدان و آن هم به صورت منفرد مورد استفاده بوده است.

جدول ۳) نقوش موجود در نمونه‌های آماری

نقوش حیوانی	نقوش انسانی	نقوش هندسی	نقوش نوشتاری	نقوش گیاهی		قلمدان‌ها	
				اسلیمی	ختایی		
	 		  		-----		۱
 	  	  			-----		۲
 	-----	-----	 	  	-----		۳
-----	 		-----		-----		۴

-----					-----		۵
		-----			-----		۶
		-----			-----		۷
-----	-----				-----		۸
-----	-----		-----		-----		۹

-----	-----	-----			-----		۱۰
-----	-----	 	 	 	-----		۱۱
-----	-----	-----			-----		۱۲
-----	-----	-----	 	  			۱۳

منبع: نگارندگان، ۱۳۹۹

همان‌طور که در جدول ۳ دیده می‌شود، نقوش ۱۲ قلمدان فلزی ایرانی- اسلامی با اثر موجود در آستان قدس که در ردیف آخر قرار دارد، مورد تطبیق قرار گرفته است. طبق مطالعات انجام شده و بررسی نقوش در جدول بالا، بیشترین نقوش مورد استفاده، اسلیمی (تمامی موارد) و نقوش نوشتاری (۱۱ نمونه) است که با توجه به کاربرد این آثار به‌عنوان یکی از ادوات خوشنویسی، فراوانی نقوش نوشتاری در نمونه‌ها امری موجه است. پس از آن به ترتیب از نقوش هندسی (۷ مورد)، انسانی (۶ مورد)، حیوانی (۵ مورد) و ختایی (۱ مورد) استفاده شده است. در نقوش هندسی، نقش‌مایه مشابهی در نمونه‌های ردیف‌های ۴، ۵، ۹ و ۱۱ قابل مشاهده است که نشان از استمرار استفاده از آن طی قرون ۷ تا ۹ هـ.ق. دارد ولی در نمونه آستان قدس مورد استفاده قرار نگرفته است.

نقوش ختایی تنها در نمونه آستان قدس مورد استفاده قرار گرفته و همان طور که در ردیف آخر جدول مشاهده می شود، برای تزیین اثر، علاوه بر نقوش ختایی، همانند سایر قلمدان ها از نقوش اسلیمی و نوشتاری نیز استفاده شده است. این اثر برخلاف سایر نمونه ها، فاقد نقوش انسانی، حیوانی و هندسی است. وجه تمایز دیگر نقوش قلمدان آستان قدس با سایر قلمدان ها، استفاده از قلم خوشنویسی نستعلیق است که منحصر به این اثر است. با توجه به دوره زمانی خلق اثر (اوایل قرن ۱۲ هـ.ق.) این تفاوت به تبع رواج نستعلیق در این دوره، موجه به نظر می رسد.

نتیجه

مشبک یکی از روش های تزیین فلزات در دوران صفوی بوده است که از نمونه های نفیس آن، می توان قلمدان موجود در موزه آستان قدس رضوی را نام برد. مضمون کتیبه مشبک این اثر، گواه آن است که این اثر فولادی یک قلمدان شاهی صفوی است که در سال ۱۱۱۹ هـ.ق. از سوی شاه سلطان حسین، به عنوان کلیددان ضریح، وقف آستان قدس رضوی شده و در واقع، تغییر کاربری پیدا کرده است. به منظور گونه شناسی این اثر، مطالعه تطبیقی بین طرح و نقش این اثر و ۱۲ نمونه قلمدان فلزی دیگر صورت پذیرفته است. مطالعه فرم کلی نمونه های آماری این پژوهش نشان می دهد قلمدان های فلزی عمدتاً صندوقچه ای و به ندرت کشویی هستند و در سه گونه؛ مکعب مستطیل با کناره های گرد، مکعب مستطیل با گوشه های تیز و منشور چهارپهلوی کشیده با گوشه های گرد دسته بندی می شوند که قلمدان آستان قدس، تابع طرح نسبتاً رایج قلمدان های صندوقچه ای با فرم مکعب مستطیل با گوشه های تیز است. همچنین مطالعه نقوش ۱۳ نمونه آماری، نشان دهنده آن است که این نقوش به ترتیب فراوانی، در قالب پنج گروه؛ نقوش گیاهی، نقوش نوشتاری، نقوش هندسی، نقوش انسانی و نقوش حیوانی، دسته بندی می شود. نقوش گیاهی که شامل نقوش ختایی و اسلیمی است در تمامی نمونه های مورد مطالعه دیده می شود. نقوش ختایی تنها در قلمدان آستان قدس مورد استفاده بوده و نقوش اسلیمی در تمامی نمونه ها به کار رفته است. نقوش نوشتاری در اکثر آثار مورد استفاده قرار گرفته و مطالعه بصری

این نقوش، نشان‌دهنده آن است که قلم‌های به کار رفته به ترتیب فراوانی شامل: ثلث (۶ مورد)، توقيع (۳ مورد)، رقاع (۲ مورد)، کوفی گره‌دار (۲ مورد)، کوفی مدور (۱ مورد) و نستعلیق (۱ مورد) است. قلم نستعلیق فقط در قلمدان آستان قدس دیده می‌شود که یکی از تفاوت‌های آن با سایر نمونه‌هاست. نقوش هندسی بیشتر در حاشیه آثار مورد استفاده قرار گرفته است. همچنین قاب‌های دایره‌ای در میان طرح‌ها به چشم می‌خورد که با تکرار نقش‌های هندسی پر شده است. این گروه از نقش‌مایه‌ها در ۷ نمونه قابل مشاهده است ولی در قلمدان آستان قدس به کار نرفته‌است. گروه دیگری از نقوش مورد استفاده در نمونه‌های آماری، نقوش انسانی است که بیشتر به صورت ساده طراحی شده و در قاب‌های دایره‌وار قرار دارند. برخی از این نقوش، فاقد اجزای صورت هستند و در حالت‌های مختلف ایستاده، نشسته، سواره و در حال نوازندگی طراحی شده‌اند. نقوش انسانی نیز در قلمدان آستان قدس مورد استفاده نبوده‌است. نقوش حیوانی اسب، پرنده، یوزپلنگ، گاو، شیر، خرگوش و هارپی، در ۵ نمونه از قلمدان‌های مورد مطالعه، دیده می‌شود و در نمونه آستان قدس به کار نرفته است.

در پایان می‌توان گفت از وجوه اشتراک این اثر با سایر قلمدان‌ها، استفاده از نقوش اسلیمی و نوشتاری در تزیین این اثر است. از وجوه افتراق این اثر هم می‌توان به استفاده از نقوش ختایی و عدم استفاده از نقوش هندسی، انسانی و حیوانی اشاره کرد. همچنین در نقوش نوشتاری موجود بر روی قلمدان‌ها، قلم‌های خوشنویسی کوفی، ثلث و توقيع به کار رفته که تنها در این اثر منحصر به فرد، از قلم نستعلیق استفاده شده‌است.

این پژوهش می‌تواند با مطالعه تطبیقی نقوش به‌کاررفته در قلمدان‌های فلزی با سایر قلمدان‌های دوره اسلامی ایران (چوبی یا پاپیه‌ماشه)، ادامه یابد.

منابع

- احسانی، محمدتقی (۱۳۷۸). "هنر قلمدان سازی در ایران". *ایران نامه*. ش ۶۷ (تابستان): ۵۶۸-۵۶۱.
- براتی، بهاره (۱۳۹۶). *عناصر ملی و مذهبی در فلزکاری عصر صفوی*. شهرکرد: دانشگاه شهرکرد.
- برومند، عبدالعلی (۱۳۶۶). *هنر قلمدان*. تهران: وحید.
- بهرامی، محرمعلی (۱۳۹۷). "مروری بر ساخت و تزیینات روی قلمدان در دوره صفوی". *هنر و معماری: رشد آموزش هنر*. ش ۵۲ (پاییز): ۶۶ - ۶۹.
- جلالیان، سعیده (۱۳۹۵). "وسایل و ملزومات مراسم غبارروبی و خدمت فوق ضریح در حرم رضوی به روایت اسناد و اشیای موزه‌ای". *مشکوه*. دوره ۳۵، ش ۱۳۳ (زمستان): ۱۰۹-۱۳۴.
- حسامی، مهری (۱۳۹۲). "طراحی و ساخت اثر حجمی محیطی معاصر با الهام از نقوش گیاهی آثار فلزکاری دوره تیموری". *پایان نامه کارشناسی ارشد هنر اسلامی، دانشگاه هنر اسلامی تبریز*.
- خلیلی، ناصر (۱۳۸۶). *کارهای لاک*. تهران: کارنگ.
- رضازاده، طاهر (۱۳۹۴). *فلزکاری غرب ایران سده ششم و هفتم هجری*. تهران: علمی و فرهنگی.
- قلیچ خانی، حمیدرضا (۱۳۷۸). *فرهنگ واژگان و اصطلاحات خوشنویسی و هنرهای وابسته*. تهران: روزنه.
- وارد، ریچل (۱۳۸۴). *فلزکاری اسلامی*. ترجمه مهناز شایسته‌فر. تهران: مؤسسه مطالعات هنر اسلامی.
- Akbarnia, Ladan; Venetia, Porter; Suleman, Fahmida (2018). *The Islamic world a history in objects*. New York; London: Thames & Hudson: The British Museum.
- Daiber, Verena; Junod, Benoît (2010). *Treasures of the Aga Khan Museum Masterpieces of Islamic Art*. Aga Khan Trust for Culture, Geneva.

- Hattstein, Markus; Delius, Peter (2004). *Islam art and architecture*. Koln: Konemann.
- Piotrovsky, Mikhail (2000). *Earthly beauty, heavenly art of Islam*. London: Ben Uri Gallery & Museum.
- URL1: <https://www.davidmus.dk/en/collections/islamic/materials/metal/art/6-1997> [access date: 2019/12/11]
- URL2: <https://www.davidmus.dk/en/collections/islamic/materials/metal/art/11-1982> [access date: 2019/12/11]
- URL3: <http://www.sothebys.com/en/auctions/ecatalogue/lot.144.html/2017/arts-of-the-islamic-world-117223> [access date: 2019/12/11]
- URL4: https://www.britishmuseum.org/collection/object/W_1891-0623-5 [access date: 2020/6/11]
- URL5: <http://collections.vam.ac.uk/item/O76892/portable-pen-case-qalamdan-pen-case-unknown/> [access date: 2019/12/11]
- URL6: <http://collections.vam.ac.uk/item/O66230/writing-box-unknown/> [access date: 2019/12/11]
- URL7: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/444536> [access date: 2019/12/11]
- URL8: <http://collections.vam.ac.uk/item/O305310/pen-box-qalamdan-unknown/> [access date: 2020/7/21]
- URL9: <https://collections.lacma.org/node/252321> [access date: 2019/12/11]
- URL10: <https://collections.lacma.org/node/239623> [access date: 2019/12/11]
- URL11: <https://collections.vam.ac.uk/item/O456358/writing-box/> [access date: 2019/12/11]
- URL12: https://www.britishmuseum.org/collection/object/A_As1981-26-44-a [access date: 2020/7/21]
- URL13: https://www.britishmuseum.org/collection/object/W_1884-0704-85 [access date: 2020/7/4]
- URL14: <http://www.capitalantique.com/Islamic/html/IS083-Indo-Persian-Box.html> [access date: 2019/12/11]
- URL15: <http://malekmuseum.org/artifact/1394.15.00003/%DA%AF%D9%84+%D9%88+%D8%A8%D9%88%D8%AA%D9%87%D9%82%D9%84%D9%85%D8%AF%D8%A7%D9%86+%D8%B9%D8%A7%D8%AC> [access date: 2019/12/11]

- URL16: <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/452788> [access date: 2020/7/4]

- URL 17: https://www.britishmuseum.org/collection/object/W_1928-0721-8 [access date: 2020/4/7]

شعله‌واری بیان دو عارف بزرگ خراسان (سنایی و مولانا)

مصطفی غریب^۱

محمد بهنام‌فر^۲

سید مهدی رحیمی^۳

ابراهیم محمدی^۴

نوع مقاله: علمی - پژوهشی

شماره صفحه: ۵۷-۹۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۲۸

چکیده

شعله‌واری بیان، یکی از مؤلفه‌هایی است که در مکتب سوررئالیسم و بویژه از سوی آندره برتون مورد توجه بوده‌است. منظور از شعله‌واری بیان، استفاده از استعارات و تصاویر درخشان و نورانی برای بیان تعبیر آتشین و شعله‌وار است. این نورانیت که "نور ایماژ" نامیده می‌شود، برآمده از الحاق دو بخش متفاوت تصویر است. در کلام برخی از شاعران فارسی‌زبان نیز نوعی شعله‌واری بیان وجود دارد که شبیه به شعله‌واری بیان سوررئالیست‌هاست. در تحقیق حاضر، با روش توصیفی-تحلیلی، شعله‌واری بیان در غزلیات سنایی و مولانا (دو شاعر بزرگ خراسان) مورد بررسی قرار گرفته و پس از استخراج نمونه‌ها، به مقایسه این مؤلفه در غزلیات سنایی و مولانا پرداخته شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که شعله‌واری بیان در غزلیات سنایی و مولانا

mostafa.gharib@birjand.ac.ir

mbehnamfar@birjand.ac.ir

Smrahimi@birjand.ac.ir

emohammadi@birjand.ac.ir

۱. دکترای زبان و ادبیات فارسی دانشگاه بیرجند، نویسنده مسؤول

۲. استاد گروه زبان و ادبیات فارسی دانشگاه بیرجند

۳. دانشیار گروه زبان و ادبیات فارسی دانشگاه بیرجند

۴. دانشیار گروه زبان و ادبیات فارسی دانشگاه بیرجند

وجود دارد و هر دو شاعر برای بیان تعابیر شعله‌وار، از عناصری همچون خورشید، ماه، آتش، شمع، شعله، چراغ و نور استفاده کرده‌اند. شباهت‌های لفظی و محتوایی در اشعار دو شاعر، نشان‌دهنده تأثر بی‌چون و چرای مولانا از سنایی در سرایش این‌گونه اشعار است. با وجود این شباهت‌ها، تفاوت‌هایی نیز در شعله‌واری بیان این دو شاعر وجود دارد؛ بسامد بالاتر شعله‌واری بیان و درخشندگی بیشتر تصاویر در غزلیات مولانا، ازجمله این تفاوت‌هاست که نشان می‌دهد مولانا در عین تأثر از شاعرانی چون سنایی، کلام آن‌ها را به اوج رسانده و ابداعات بی‌بدیلی داشته‌است. تفاوت‌هایی نیز در شعله‌واری بیان مولانا و سنایی با سوررئالیست‌ها وجود دارد که ازجمله آن‌ها می‌توان به باورپذیری خواننده در مواجهه با تعبیرهای شعله‌وار سنایی و مولانا و شعله‌واری بیشتر و درخشان‌تر کلام این دو شاعر نسبت به سوررئالیست‌ها اشاره کرد.

واژگان کلیدی: عرفان، سوررئالیسم، سنایی، مولانا، خراسان، شعله‌واری بیان

مقدمه

سوررئالیسم، عنوان نهضتی است که در حوالی سال ۱۹۲۰ میلادی (۱۲۹۹ هـ.ش.) در فرانسه و به رهبری آندره برتون^۱ آغاز شد. سوررئالیست‌ها، تعریف دیگری از واقعیت داشتند و از واقعیتی ورای واقعیت ظاهر صحبت می‌کردند و برای رسیدن به این مقصود، اصول و روش‌های خاص خود را داشتند که ریشه بسیاری از این اصول را باید در سمبولیسم و دادائیسم جست (سیدحسینی، ۱۳۸۷: ۷۸۷-۷۸۰). شباهت سوررئالیسم غرب و عرفان شرق، یکی از مسائل مهمی است که توجه محققان را جلب کرده است. این دو مکتب، شباهت‌های زیادی به هم دارند و هر دو در پی نوعی ذهنیت مطلق و رسیدن به وحدت تناقض‌ها یا وحدت وجود هستند. در برخی موارد نیز تأثیرپذیری سوررئالیسم از عرفان را نمی‌توان رد کرد؛ اما تفاوت‌هایی اساسی نیز دارند که باید بدان‌ها توجه داشت؛ جستجوی عرفان در روح و جان آدمی است و در پی کشف ارتباط انسان با

خدا و رسیدن به فناء فی الله و جستجوی سورئالیسم در ذهن و ناخودآگاه انسان است و صرفاً در پی کشف واقعیتی فراتر از واقعیت ظاهری است. تصوف، به رهایی دینی توجه دارد؛ اما هدف سورئالیسم، رهایی دینی و آسمانی نیست.^۱ با وجود این تفاوت‌ها، برخی از فنون و روش‌های این دو مکتب، یکی است و همین اشتراک روش‌هاست که موجب شده تا محققان، بین عرفان عارفانی چون مولانا و مکتب سورئالیسم، تقابلات و اشتراکاتی بجویند و به‌راستی که به شباهت‌ها و همسانی‌های زیادی نیز دست یافته‌اند؛ بنابراین، با پذیرفتن تفاوت‌های بنیادینی که بین این دو مکتب وجود دارد، شباهت‌های زیادی در روش و اندیشه‌های سورئالیست‌ها و عرفا می‌توان یافت و حتی در برخی موارد، از تأثیرپذیری مستقیم و غیرمستقیم سورئالیسم از عرفان می‌توان سخن گفت (دستمالچی و مشتاق‌مهر، ۱۳۹۱: ۱۲۱-۱۴۰).

اندیشه‌های سورئالیستی (شبه‌سورئالیستی)^۲، کم‌وبیش در آثار تعدادی از شاعران عارف‌مسلک فارسی‌زبان به چشم می‌خورد؛ ازجمله این شاعران، مولانا است که بوطیقای شبه‌سورئالیستی او کاملاً آشکار است. مؤلفه‌هایی همچون نگارش خودکار، مستی و بی‌خودی، خواب و رؤیا، عشق و آزادی، نامحرمی زبان، تصاویر شگفت، وحدت تناقض‌ها و شعله‌واری بیان که همگی از خصوصیات سورئالیسم است، در شعر مولانا نیز وجود دارد؛ اما مولانا نخستین شاعر ایرانی نیست که چنین اندیشه‌ها و روش‌هایی را به‌کار برده‌است و بی‌شک از شاعران قبل از خود تأثیر پذیرفته است. از این‌روی، شایسته است که تحقیقاتی نیز در شعر شاعران پیش از مولانا انجام شود و در صورت وجود چنین مؤلفه‌هایی در شعر آن شاعران، مقایسه‌ای با روش مولانا صورت گیرد تا تأثیرپذیری و همچنین تفاوت‌ها و نوآوری‌های مولانا آشکار گردد. سنایی ازجمله

۱. جهت اطلاعات بیشتر ر. ک. به: "مولوی، سورئالیسم، رمبو و فروید" (براهنی، ۱۳۴۴ الف)؛ طلا در مس (براهنی، ۱۳۴۴ ب)؛ از سعدی تا آراگون (حدیدی، ۱۳۷۳)؛ "سورئالیسم و ادبیات ایران" (حسنی، ۱۳۷۴)؛ "خیال در تصوف و سورئالیسم" (آدونیس، ۱۳۸۰)؛ تصوف و سورئالیسم (آدونیس، ۱۳۸۵)؛ "عرفان و سورئالیسم از منظر زمینه‌های اجتماعی" (مشتاق‌مهر و دستمالچی، ۱۳۸۹)؛ "بوطیقای سورئالیستی مولوی" (فتوحی، ۱۳۸۴)؛ بلاغت تصویر (فتوحی، ۱۳۸۹).

۲. عبارت شبه‌سورئالیسم، نشان می‌دهد که نویسندگان مقاله، به تفاوت‌های سورئالیسم و عرفان توجه دارند و به‌هیچ‌وجه ادعای یکسانی این دو مکتب را ندارند؛ آنچه در این تحقیق مدنظر است، بررسی شباهت‌ها و همچنین تفاوت‌ها در مؤلفه‌ها و روش‌های آن‌هاست.

عارفان و شاعرانی است که به شدت مولانا را تحت تأثیر قرار داده است. اقتباسات و تأثیرپذیری مولانا از سنایی، به وضوح در شعرش دیده می شود؛ مولانا در بسیاری موارد، هم در مثنوی و هم در غزلیات، از سنایی یاد می کند و معتقد است که برای فهم و درک کلام او، باید سخنان سنایی را دریابد.^۱ ریشه بسیاری از اندیشه های مولانا را باید در شعر سنایی یافت و از جمله این اندیشه ها، همان اندیشه هایی است که شباهت و همسانی زیادی به مکتب سوررئالیسم دارد. از این روی، برای بررسی و شناخت بهتر بوطیقای سوررئالیستی مولانا، باید به سراغ اندیشه های شاعرانی چون سنایی رفت. البته مولوی، عارف و شاعری نیست که در پی تقلید صرف باشد و همان اندیشه های کسانی چون سنایی را گرفته و ابداعی در آن انجام نداده باشد؛ بلکه او عرفان امثال سنایی و عطار را به اوج رسانده و در نوع خود مبتکر است؛ بنابراین، بررسی و مقایسه بوطیقای سوررئالیستی یا شبه سوررئالیستی سنایی و مولانا، می تواند نکات قابل توجهی به دست دهد؛ نخست به شباهت ها و تأثیرپذیری مولانا از سنایی پی خواهیم برد و دوم اینکه تفاوت این گونه اندیشه های دو شاعر و سیر تکامل آن از سنایی تا مولوی روشن خواهد شد. همچنین جالب توجه است که در کلمات "سنایی" و "شمس" که بارها در شعر این دو شاعر استفاده شده و همچنین در نام زادگاه این دو عارف بزرگ، یعنی "خراسان"، نوعی شعله واری و نورانیت دیده می شود.

در تحقیق حاضر، "شعله واری بیان" را به عنوان یکی از مؤلفه های سوررئالیسم، در غزلیات سنایی و مولانا بررسی می کنیم؛ بنابراین، سؤال اصلی تحقیق، این است که آیا شعله واری بیان در شعر مولانا و سنایی وجود دارد؟ اگر پاسخ مثبت است، چه شباهت ها و تفاوت هایی در شعله واری بیان سنایی و مولانا و نیز شعله واری بیان سوررئالیست ها با این دو شاعر وجود دارد؟ بررسی و مقایسه این ویژگی در شعر سنایی و مولانا، اولاً در شناخت شباهت های سوررئالیسم و عرفان مؤثر است و در مرحله بعد، تأثیرپذیری و همچنین شباهت شعر مولانا و سنایی را بیشتر آشکار خواهد ساخت. در ادامه، نخست پیشینه ای از تحقیقات انجام یافته در زمینه شباهت های عرفان و

۱. چنان که در جایی می گوید: «هرکه سخنان عطار را به جد خواند، اسرار سنایی را فهم کند و هرکه سخنان سنایی را به اعتقاد مطالعه نماید، کلام ما را ادراک کند و از آن برخوردار شود و برخوردار» (افلاکی، ۱۳۷۵، ج ۱: ۴۵۸).

سوررئالیسم و نیز تأثیرپذیری مولانا از سنایی را ذکر می‌کنیم و سپس به شعله‌واری بیان سنایی و مولانا خواهیم پرداخت.

پیشینه تحقیق

ازجمله پژوهش‌هایی که درخصوص شباهت سوررئالیسم با عرفان و شیوه عارفانی چون مولانا انجام یافته است، می‌توان به این موارد اشاره کرد: "مولوی، سوررئالیسم، رمبو و فروید" (براهنی، ۱۳۴۴ الف)؛ طلا در مس (براهنی، ۱۳۴۴ ب)؛ از سعدی تا آراگون (حدیدی، ۱۳۷۳)؛ "سوررئالیسم و ادبیات ایران" (حسنی، ۱۳۷۴)؛ "خیال در تصوف و سوررئالیسم" (آدونیس، ۱۳۸۰)؛ تصوف و سوررئالیسم (آدونیس، ۱۳۸۵)؛ "عرفان و سوررئالیسم از منظر زمینه‌های اجتماعی" (مشتاق مهر و دستمالچی، ۱۳۸۹)؛ "بوطیقای سوررئالیستی مولوی" (فتوحی، ۱۳۸۴)؛ بلاغت تصویر (فتوحی، ۱۳۸۹)؛ "سوررئالیسم در حکایت‌های صوفیانه" (اسدی و بیگدلی، ۱۳۹۱)؛ "نوعی سوررئالیسم در شعر مولوی، جاروب لا" (فاطمی، ۱۳۵۷)؛ تصویرگری در غزلیات شمس (فاطمی، ۱۳۷۹)؛ "سوررئالیسم و مقالات شمس تبریزی" (اسماعیلی و علی‌مددی، ۱۳۸۵)؛ "از سوررئالیسم فرانسوی تا روزبهان بقلی" (عبیدی‌نیا و رحیمی، ۱۳۸۷)؛ "تأثیرپذیری و الهام‌گیری سوررئالیسم از ادبیات عرفانی با بررسی تقابلات بین آن‌ها" (دستمالچی و مشتاق‌مهر، ۱۳۹۱)؛ "تطبیق غزلی از مولانا با غزلی از سنایی بر اساس مؤلفه‌های مکتب سوررئالیسم" (بهنام‌فر و غریب، ۱۳۹۶)؛ عرفان شرق و غرب (اتو، ۱۳۹۷). درخصوص تأثر مولانا از سنایی نیز می‌توان این آثار را نام برد: "تأثیرات مولانا از آثار سنایی غزنوی" (بیگ‌باباپور، ۱۳۸۴)؛ "سیر مولوی با چراغ سنایی" (کهدویی، ۱۳۸۹)؛ "ارادت مولوی به سنایی غزنوی" (فرزام، ۱۳۶۸)؛ "درآمدی بر تأثیرپذیری مولوی از سنایی و عطار" (ابراهیم‌تبار، ۱۳۸۶)؛ "مقایسه مثنوی با حدیقه سنایی و بررسی تأثیر سنایی بر مولوی" (یزدانی احمدآبادی، ۱۳۸۷).

روش تحقیق

تحقیق حاضر، به روش توصیفی- تحلیلی انجام گرفته است. به منظور بررسی شعله‌واری بیان در غزلیات مولانا و سنایی، ۶۰ غزل (۳۰ غزل از سنایی و ۳۰ غزل از مولانا) به عنوان جامعه آماری تحقیق، انتخاب شد. ملاک انتخاب این غزل‌ها، شباهت و تأثیرپذیری آشکار اشعار مولانا از اشعار سنایی است؛ به طوری که این شباهت و تأثیرپذیری هم در لفظ و هم در محتوا کاملاً آشکار است. پس از بررسی این مؤلفه در غزلیات سنایی و مولانا، به مقایسه نوع به کارگیری این مؤلفه در غزلیات این دو شاعر پرداخته شده است.

۱- شعله‌واری بیان

۱-۱- شعله‌واری بیان سوررئالیست‌ها

یکی از مؤلفه‌های سوررئالیستی که مخصوصاً در آثار آندره برتون دیده می‌شود، کاربرد استعاره‌های آتش، جرقه، برق و شعله، برای بیان تصویرهای تکان‌دهنده و تعبیرهای آتشین است؛ همان چیزی که از آن به شعله‌واری بیان تعبیر کرده‌اند.^۱ جالب اینجاست که در اشعار سنایی و مولانا نیز این نوع تعبیر به وفور یافت می‌شود. مولانا تپندگی و شورانگیزی و هیجان و اضطراب خویش را با زبانی بیان می‌کند که سراسر شعله و شراره است (فتوحی، ۱۳۸۹: ۳۴۳). برای بررسی شعله‌واری بیان این دو شاعر، نخست باید نمونه‌هایی از شعله‌واری بیان سوررئالیست‌ها مورد توجه قرار گیرد و سپس با توجه به این نمونه‌ها، شعله‌واری بیان سنایی و مولانا نیز بررسی و مقایسه شود.

پل الوار^۲، یکی از رهبران جنبش سوررئالیسم، در جایی به توصیف زنی می‌پردازد و رؤیاهای آن زن را در روشنایی، بر خورشید برتری می‌دهد:

«رؤیاهای او در روشنایی/ خورشید را بخار می‌کند» (سیدحسینی، ۱۳۸۷، ج ۲: ۹۰۷).

۱. جهت اطلاعات بیشتر ر. ک. به: بلاغت تصویر (فتوحی، ۱۳۸۹: ۳۴۲).

فردیناند آلکیه^۱ در توضیح این گونه اشعار می‌گوید:

«روشن است که در تمام این‌ها... هیجانی که در برابر زن احساس می‌شود، کامل و کشف‌گونه است و معادل و جایگزین تجربه عرفانی می‌شود» (همانجا).

آندره برتون و فلیپ سوپر^۲ در اثر خود به نام میدان‌های مغناطیسی^۳، عشق را به شمعی بزرگ تشبیه می‌کنند که در اعماق جنگل‌ها می‌درخشد:

«عشق در اعماق جنگل‌ها مثل شمعی بزرگ می‌درخشد» (همان: ۹۲۳).

آندره برتون در اثر مشهور خود به نام نادیا^۴، از تعبیر درخشان و شعله‌واری استفاده می‌کند؛ به‌عنوان نمونه، می‌گوید:

«این ترازویی که در ظلمت حفره‌ای پر از گلوله‌های ذغال در نوسان است، برای چیست؟» (همان: ۹۳۱).

و در جایی دیگر، تصویری شگفت از موهای آشفته خویش را در نگاه نادیا توصیف می‌کند. نادیا موهای آندره برتون را همچون شعله‌ای به تصویر می‌کشد که این شعله، در عین حال از شکم یک عقاب تشکیل می‌شود:

«بارها کوشش کرد که تصویر مرا به موهای سیخ‌سیخی که گویی هواکش بزرگی آن‌ها را رو به بالا بکشد بسازد. شبیه شعله‌ای بلند. این شعله در عین حال شکم یک عقاب را تشکیل می‌داد که بال‌های سنگینش از دو سوی سر من پایین آمده بود» (همان: ۹۳۳).

وی در ادامه، تصویری شگفت‌تر از گربه‌ای ارائه می‌دهد که با طنابی بسته شده و این طناب، در عین حال فتیله بزرگ یک چراغ است (همانجا).

1. Ferdinand Alkié
2. Philippe Soupault
3. Magnetiques les Champs
4. nadja

در قطعه شعری از روبردسنوس^۱ با نام "نیمه راه زندگی"، می‌بینیم لحظه‌ای از زندگی به نوری زودگذر تشبیه شده‌است و در ادامه همین شعر، مقاومت زنی زیبا در برابر بوسه‌ها و فصل‌ها، به ستاره‌ای در برابر باد تشبیه شده‌است و در عین حال، چراغ کهنه‌ای را در دست گرفته‌است: «لحظه‌ای که شخص، درست به نیمه راه زندگی‌اش می‌رسد، جزئی از یک ثانیه، تکه زودگذری از زمان، تندتر از یک نگاه، تندتر از ذروه التهابات عشق، تندتر از نور.

و شخص در این لحظه سریع‌التأثر است... زنی که زیبایی‌اش در برابر بوسه‌ها و در برابر فصول مقاومت می‌کند، چون ستاره‌ای در مقابل باد و صخره‌ای در مقابل امواج... دچار لرزش و هیجان است، چراغ کهنه‌ای را که دود می‌کند با دست نگاه داشته‌است» (همان: ۹۳۹-۹۴۰).

بیان شعله‌وار دیگری از رنه کرول^۲ نیز قابل توجه است:

«پوزه‌های کاسنی‌رنگ آوازخوانان گنگ به شیشه‌ها کوبیده می‌شود، مرکز یک عقیق یمانی غول‌آسا از حریق خیره‌کننده روشن می‌شود و در همان حال بر گردو خاک سطح بیرونی آن، میمون‌های کوچک هیچ و پوچ، ریشخندکنندگان را وادار می‌کنند که دیگر نخندند...» (همان: ۹۴۳-۹۴۲).

رمون کنو^۳، در یک قطعه سوررئالیستی می‌گوید:

«گل‌ولای قرمز اقیانوس‌ها، استخرهای فلزگونه، ماهی‌های کور، خزه‌های سفیدشده دریا، اسرار اعماق انعکاس‌های لاینحل آسمان اینک آثار ستاره دنباله‌داری که در مقابل یک درخت جنگلی کهنسال‌تر از "ماه بابا" ناپدید شد و دوائر سنگ‌های آسمانی، ستاره‌های کوچولو روی سر تمام ملت‌ها می‌ریزند، زن‌ها آن‌ها را گرد می‌آورند که پیانوهایشان را با آن‌ها زینت دهند... تونل‌ها راهروهای معدن می‌شوند. سپس طبع آتشین این دنیای بی زندگی در اولین اشعه زهد تازه‌ای، انسانیت را دوباره به دست خواهد گرفت» (همان: ۹۴۶).

1. Robert Desnos

2. René Crevel

3. Raymond Queneau

این‌ها نمونه‌هایی از شعله‌واری بیان سوررئالیست‌هاست که این ویژگی را به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های برجسته سوررئالیسم تأیید می‌کند. در ادامه با توجه به این نمونه‌ها، به بررسی شعله‌واری بیان سنایی و مولانا می‌پردازیم.

۱-۲- شعله‌واری بیان سنایی

برتون در بیانیه دوم سوررئالیسم (۱۹۲۴ م.) به کاربرد و اهمیت شعله‌واری بیان، اشاره می‌کند و این تصویرهای تکان‌دهنده را با استعاره "جرقه" توصیف کرده‌است:

«تصویر سوررئالیستی حاصل پیوند اتفاقی و تصادفی دو بخش تصویر است و در نتیجه همین الحاق تصادفی است که نور خاصی می‌درخشد یعنی "نور ایماژ" و ما بی‌نهایت به آن حساسیت داریم. تمام ارزش ایماژ در گرو زیبایی حاصل از این جرقه است. این جرقه نتیجه اختلاف پتانسیل میان دو سیم برق است. اگر تفاوت میان دو بخش تصویر اندک باشد مانند تشبیه و مقایسه، جرقه‌ای در میان نیست. الحاق دو امر بیگانه و دور از هم قدرتی دارد که در توان آدمی نیست» (Breton, 1924؛ به نقل از فتوحی، ۱۳۸۴: ۱۰۷).

با دقت در اشعار سنایی، شعله‌واری بیان در کلام او به‌وضوح مشاهده می‌شود. او برای بیان تعبیر شعله‌وار، از عناصری همچون نور، خورشید، ماه، شعله، شمع، چراغ، آتش و ... بهره برده و با آن‌ها تصویرسازی کرده‌است. در ادامه، نمونه‌هایی از این‌گونه بیان سنایی بررسی می‌شود.

۱-۲-۱- سنایی / نور

نخستین تصویر درخشانی که شعله‌واری بیان سنایی را نشان می‌دهد، خود کلمه "سنایی" است که شاعر بارها این کلمه را در کنار تخلص شعری خود آورده و به معنی لغوی آن نیز توجه داشته است:

تا لاجرم از شکر سنایی چو سنایی مشهور خراسان شد تا باد چنین باد

(سنایی، ۱۳۸۸: ۸۳۸)

چنان که در بیت فوق، سنایی خود را به علت شکرگزاری، همچون سنایی (نور) می‌داند که در خراسان می‌درخشد و به شهرت رسیده است. ضمن اینکه خود کلمه "خراسان" که زادگاه شاعر است نیز می‌تواند یکی دیگر از عناصر شعله‌واری بیان او در نظر گرفته شود؛ چراکه خراسان، به معنی مشرق و محل طلوع خورشید است.

در غزل دیگری، کلمات سنایی و سنا را در کنار هم آورده و می‌گوید:
چون هست سنایی را اقبال و سنا از تو واجب نبود او را مهجور سنا کردن
(همان: ۹۶۸)

در بیت دیگری بازهم با استفاده از کلمه سنایی، وجود نورانی خود را در زمان ترک تعلقات نشان داده‌است:

سنایی خوانم آن ساعت که فانی گشتم از سنت سنایی آنکهی باشم که در بند سنن باشم
(همان: ۹۳۰)

این نوع تصویرسازی در اشعار سنایی بسیار زیاد است. نمونه‌های دیگری را در ابیات زیر مشاهده می‌کنید:

سنایی کنون با ضیاء و سناست که بر وی ز سلطان ستّ ثناست
(همان: ۷۸)

ما گدایان را ز نادانی نکوهش چون کنی کان سنا از سینه پاک سنایی یافتیم
(همان: ۹۵۱)

خورشید رخست لیک چه سودست سنایی چون نیست ترا زو چو ز خورشید سنایی
(همان: ۱۰۱۹)

۱-۲-۲- خورشید

یکی دیگر از عناصری که منجر به شعله‌واری بیان سنایی شده، خورشید است. وی به گونه‌های مختلف با خورشید، تصویرسازی کرده است. سنایی غالباً معشوق را به خورشیدی که موجب

نوربخشی و مرحمت می‌شود، مانند کرده‌است ؛ چنان‌که در بیتی معشوق را خورشید و خود را ذره دانسته‌است:

خورشید تویی و ذره ماییم بی روی تو روی کی نمایم

(همان: ۹۴۶)

البته استفاده از تصویر خورشید و ذره و تقابل این دو، یکی از سنت‌های شعر فارسی است که در شعر دیگر شاعران نیز دیده می‌شود؛ اما در اینجا این نوع تصاویر، در خدمت شعله‌واری بیان قرار گرفته‌اند و همراه با دیگر عناصر و تصاویر، به شعله‌واری بیان سنایی افزوده‌اند. یا در بیتی خطاب به معشوق می‌گوید:

تا کی به نقاب و پرده یک ره از کوی برآی تا برآییم

(همانجا)

و در جایی دیگر، با تفضیل و برتری، معشوق را از خورشید هم بالاتر و نورانی‌تر می‌داند؛ به نحوی که خورشید آسمان، تحت تأثیر نورانیت معشوق قرار می‌گیرد:

خورشید که یافت خاک کویت هرگز سر آسمان ندارد

(همان: ۱۱۷)

گویی اکنون راست شد "والشمس" اندر آسمان آیت "واللیل" کرد و "الضحاش" اندر کشید

(همان: ۸۷۷)

۱-۲-۳- ماه

سنایی از تصویر ماه نیز در اشعار خود استفاده کرده‌است و غالباً معشوق را در زیبایی و نورانیت، به ماه تشبیه می‌کند. این تصاویر نیز نورانیت و درخشندگی کلام او را افزون کرده‌است:

هر روز نپویی تو جز عشق نجویی تو ای ماه نکویی تو آخر چه خالصست این

(همان: ۹۸۸)

من خود چه خطر دارم تا بنده نباشم چون شاه خرابات بود ماه خرابات
(همان: ۷۴)

۱-۲-۴- آتش

آتش نیز یکی از عناصری است که به شعله‌واری بیان سنایی می‌افزاید. سنایی بارها با آتش تصویرسازی کرده است. یکی از تصاویر زیبایی که برگرفته از آتش است و معمولاً در اشعار قلندران سنایی به چشم می‌خورد، مانند کردن عشق و عاشق راستین به آتش است که این آتش، همه‌چیز را می‌سوزاند و موجب شور و شیدایی می‌شود؛ چنان که در بیتی می‌گوید:

آتش ناپاکی اندر چرخ زن خاک تیره بر سر ایام کن
(همان: ۹۸۱)

این بیت از جمله اشعار قلندری سنایی است و منظور از آتش ناپاکی، همان عشقی است که به‌ظاهر و در چشم ظاهرینان، ناپاکی به نظر می‌رسد و مورد ملامت قرار می‌گیرد. در بیتی دیگر می‌گوید:

آبی که نهی زان پس بر عالم عالم نه آتش که زنی آن گه در عالم عالم زن
(همان: ۴۸۲)

و در بیتی دیگر، خود را عاشقی می‌داند که رازها در سینه دارد و اگر آنچه درون سینه دارد را بر زبان آورد، آتشی در عالم خواهد افتاد و جهان زیروزبر خواهد شد:

گر سنایی دم زند آتش درین عالم زند این جهان بی‌وفا چون ذره‌ای بر هم زند
(همان: ۱۵۸)

در جایی دیگر، بیان می‌کند که وقتی انسان به عشق راستین دست یافت، می‌تواند همه تعلقات را به آتش افکند و این آتش همان آتش عشق است که همه چیز را می‌سوزاند و عاشق را از خود بی‌خود می‌کند:

چون سوار راهبر گشتی تو در میدان عشق شو پیاده آتش اندر زین و زین‌افزار زن
(همان: ۴۸۰)

در بیت زیر نیز که جنبه موسیقایی بالایی دارد، نور و نار را به زیبایی در کنار هم آورده است:
زهی حسن و زهی عشق و زهی نور و زهی نار زهی خط و زهی زلف و زهی مور و زهی مار
(همان: ۸۸۲)

همچنین در بیت زیر که آتش بر دل شخص عارف می‌افتد:
برین فرق و برین دست برین روی و برین دل زهی خاک و زهی باد زهی آب و زهی نار
(همانجا)

۱-۲-۵- شمع

در توصیف و ذکر نمونه از شعله‌واری بیان سنایی، می‌توان به تصویر شمع نیز اشاره کرد. شمع، یکی از عناصری است که بارها موجب درخشندگی بیان سنایی شده است. او بارها معشوق را در نورانیت و مرحمت و هدایت، به شمع مانند کرده‌است؛ چنان‌که در بیتی می‌گوید:

تو با من و من پویان هر جای ترا جویان ای شمع نکورویان آخر چه وصالست این
(همان: ۹۸۸)

تصویر گردن‌زدن شمع، یکی از تصاویری است که سنایی بدان توجه داشته و به گونه‌های مختلف از آن استفاده کرده‌است؛ مثلاً در جایی دیگر، خود را در مقابل و در حضور معشوق، همچون شمعی می‌داند که در گردن‌زدن است و منظور از گردن‌زدن، همان اطاعت مطلق و از خود بیرون‌آمدن است:

چه جای سرکشی باشد ز حکم او که در رویش چو شمع آن‌گاه خوش باشم که در گردن‌زدن باشم
(همان: ۹۳۰)

و در جای دیگر می‌گوید:

چون لاله گر بخندی عمرت کرانه جوید چون شمع اگر بگیری حلقه بریده باید
(همان: ۸۷۴)

۱-۲-۶- نور / چراغ

در بیت زیر، سنایی معشوق را چشم و چراغ خود می‌داند که موجب هدایت و نوربخشی می‌شود:
ای از پی داغ ما آرایش باغ ما ای چشم و چراغ ما آخر چه مثال ست این
(همان: ۹۸۸)

و در بیتی دیگر، روی معشوق را چراغ می‌داند:
از روی آن صنوبر ما را چراغ باید وز زلف آن ستمگر ما را گزید باید
(همان: ۸۷۴)

بنابراین، تصویر چراغ نیز از دیگر تصاویری است که به شعله‌واری بیان سنایی افزوده است. او نورانیت معشوق را به گونه‌های مختلفی توصیف کرده است، از جمله:
ور خیال آری که چون برداری از رخ زلف را از تو قندیل فلک را روشنایی نیست هست
(همان: ۸۲۱)

با توجه به آنچه گذشت، می‌توان گفت که شعله‌واری بیان در اشعار سنایی به‌طور قابل ملاحظه‌ای دیده می‌شود؛ تا حدی که می‌توان گفت بسامد این گونه بیانات در کلام سنایی نسبت به سوررئالیست‌ها بیشتر نیز هست. در ادامه به بررسی شعله‌واری بیان در اشعار مولانا می‌پردازیم.

۱-۳- شعله‌واری بیان مولانا

شعله‌واری بیان مولانا آن قدر برجسته است که از مدت‌ها پیش توجه برخی محققان را به خود جلب کرده است^۱؛ اما شعله‌واری بیان مولانا بسیار بیشتر از آن است که تاکنون مطرح شده است و حتی بسیار بیشتر از آنچه که در تحقیق حاضر مطرح می‌شود، این ویژگی در شعر مولانا برجستگی دارد و شایسته بررسی و تجزیه و تحلیل بیشتر است. در ادامه، شعله‌واری بیان مولانا را در ۳۰ غزل او (جامعه آماری تحقیق) بررسی می‌کنیم.

۱. جهت اطلاعات بیشتر ر. که به: فتوحی، ۱۳۸۴: ۹۹-۱۲۳.

۱-۳-۱- خورشید (شمس)

خورشید، از جمله عناصری است که در شعله‌واری بیان مولانا نقش مهمی دارد و این اهمیت، زمانی بیشتر می‌شود که کلمه شمس (شمس‌الحق) نیز با این تصاویر درهم می‌آمیزد. مولانا بارها شمس تبریزی را در کنار خورشید نشانده و تصاویری شگفت و زیبا آفریده است. در یکی از این ابیات، در کنار کلمه "شمس"، از کلمه "خراسان" نیز استفاده کرده که در لغت به معنی مشرق و محل بالآمدن خورشید است. مولانا در این بیت، بیان می‌کند که حضور شمس در تبریز، باعث نورانیت و ارزشمندی این شهر شده و بدین‌روی می‌گوید تبریز به خراسان تبدیل شده‌است:

شمس‌الحق تبریزی از بس که درآمیزی تبریز خراسان شد تا باد چنین بادا
(مولوی، ۱۳۷۸، ج ۱: ۵۵)

همان‌طور که بیان شد، در بیت فوق، شمس تبریزی در نورانیت و راهنمایی، همچون خورشید است و تبریز را چون خراسان ساخته‌است. در بسیاری از ابیات نیز شمس تبریز را بر خورشید آسمان برتری داده‌است؛ چنانکه در بیت زیر، خورشید را در مقابل شمس، ذره‌ای بیش نمی‌داند:

شمس تبریز که خورشید یکی ذره اوست ذره را شمس مگویدش و پرهیز کنید
(مولوی، ۱۳۸۸: ۴۸۷)

و در غزل دیگری می‌گوید:

بگذار نشان چو شمس تبریز آن شمس که او کران ندارد
(همان: ۴۳۴)

این‌گونه تصویرسازی مولانا بسیار زیاد است و در هر یک از ابیات، به‌گونه‌ای خاص، شمس تبریز و خورشید را در کنار هم نشانده و زیبایی ویژه‌ای آفریده است؛ بنابراین، می‌توان گفت که قرارگرفتن شمس (شمس‌الحق) در کنار خورشید آسمان، یکی از شیوه‌هایی است که منجر به شعله‌واری بیان مولانا شده است.

در بسیاری از ابیات دیگر نیز مولانا معشوق را همچون خورشیدی دانسته‌است که عاشقان را مورد لطف و مرحمت قرار می‌دهد. این گونه تعبیر درخشان و نورانی نیز شعله‌واری بیان مولانا را افزون می‌کند. نمونه‌هایی از این گونه تصویرسازی را در ابیات زیر مشاهده می‌کنید:

در ظل آفتاب تو چرخ می‌زنیم کوری آنک گوید ظل از شجر جداست
(مولوی، ۱۳۷۸، ج ۱: ۲۶۱)

از بامداد روی تو دیدن حیات ماست امروز روی خوب تو یا رب چه دلرباست
(همانجا)

در روزن دلم نظری کن چو آفتاب تا آسمان نگوید کان ماه بی‌وفاست
(همان: ۲۶۲)

شب رفت صبح آمد غم رفت فتوح آمد خورشید درخشان شد تا باد چنین بادا
(همان: ۵۵)

مولوی معشوق را در نورانیت، هدایت و مرحمت، از خورشید آسمان برتر می‌داند و از این طریق، تصاویری می‌آفریند که شعله‌واری بیان او را بیش‌ازپیش آشکار می‌کند:

خورشید چو دید خاک کویت هرگز سر آسمان ندارد
(مولوی، ۱۳۸۸: ۴۳۴)

چو آفتاب تو نبود ز آفتاب چه نور چو منظر تو نباشی نظر چه سود کند
(مولوی، ۱۳۷۸، ج ۲: ۲۲۴)

شبم چو روز قیامت دراز گشت ولی دلم سحور تو خواهد سحر چه سود کند
(همانجا)

در آن فلک که شعاعات آفتاب دل‌ست هزار سایه و ظل هما چه سود کند
(همانجا)

ز عکس رخ آن یار در این گلشن و گلزار به هر سو مه و خورشید و ثریاست خدایا
(همان، ج ۱: ۶۱)

تأثیر شگفت معشوق بر وجود عاشق، یکی دیگر از موضوعات بسیار زیبایی است که مولانا معمولاً از طریق تصویر خورشید به بیان آن می‌پردازد و هر بار به‌گونه‌ای خاص تصویرسازی می‌کند. نمونه‌هایی از این نوع تصویرسازی را در ابیات زیر مشاهده می‌کنید:

چه گرمیم چه گرمیم از این عشق چو خورشید چه پنهان و چه پنهان و چه پیداست خدایا
(همانجا)

چو آمد روی مهریم که باشم من که باشم من چو زاید آفتاب جان کجا ماند شب آبستن
(همان، ج ۴: ۱۰۴)

چه باشد سنگ بی‌قیمت چو خورشید اندر او تابد که از سنگی برون ناید نگرده گوهر روشن
(همانجا)

بجو آن صبح صادق را که جان بخشد خلاق را هزاران مست عاشق را صبحی و امان باشد
(همان، ج ۲: ۲۵)

درنهایت، شعله‌واری بیان مولانا وقتی دو چندان می‌شود که برقی از خورشید حق بر معشوقان راستین می‌تابد:

خورشید حق دل شرق او شرقی که هر دم برق او بر پوره ادهم جهد بر عیسی مریم زند
(همان، ج ۲: ۳)

۱-۳-۲- ماه

ماه، یکی دیگر از عناصری است که مولانا بارها از آن استفاده کرده و تصاویری شگفت و نورانی آفریده‌است؛ نورانیتی که به شعله‌واری بیان او می‌افزاید. مولانا معشوق را به ماه تشبیه می‌کند که باعث نوربخشی به عاشق می‌شود؛ اما این ماه (معشوق)، از خورشید و ماه و ستارگان آسمان برتری دارد:

روی زمین چو نور بگیرد ز ماه تو گویی هزار زهره و خورشید بر سماس
(همان، ج ۱، ۲۶۱)

آن ماه چو تابان شد کونین گلستان شد
اشخاص همه جان شد تا باد چنین بادا
(همان: ۵۵)

آن مہی کہ نہ شرقی و غربیست
نور بخشد شبش چو ایامش
(همان، ج ۳: ۱۲۰)

ماهی که مولانا با آن تصویرسازی می‌کند، ویژگی‌هایی خارق‌العاده دارد؛ چنان‌که گاهی می‌تواند کل عالم را بسوزاند و این‌گونه است که شوریدگی و شیدایی مولانا بیش‌ازپیش، آشکار می‌شود: منی حق شود پیدا منی ما فنا گردد بسوزد خرمن هستی چو ماه حق کند خرمن
(همان، ج ۴: ۱۰۴)

نمونه‌های دیگری از این‌گونه تصویرسازی مولانا را در ابیات زیر مشاهده می‌کنید:
بی ماه تو شب سیه گلیمست
این دارد و آن و آن ندارد
(مولوی، ۱۳۸۸: ۴۳۴)

دارد ز ســـتاره‌ها هـــزاران
بی ماه چراغدان ندارد
(همان: ۴۳۴)

۱-۳-۳- آتش

یکی از موضوعاتی که مولانا و بسیاری از دیگر شاعران عارف‌مسلک، بدان پرداخته‌اند، تأثیر شگفت عشق بر وجود معشوق است. مولانا در بسیاری از ابیات خود، برای نشان‌دادن این تأثیر، از آتش استفاده می‌کند و تصاویری شگفت می‌آفریند؛ بنابراین، تشبیه عشق به آتش و تصویرسازی از این طریق، یکی دیگر از شیوه‌هایی است که شعله‌واری کلام مولانا را بیشتر می‌کند:

جان نعره می‌زند که زهی عشق آتشین
کب حیات دارد با تو نشست و خاست
(مولوی، ۱۳۷۸: ج ۱، ۲۶۱)

اگرچه در لگن بودم مثال شمع تا اکنون
چو شمعم جمله گشت آتش چرا اندر لگن باشم
(همان: ج ۳، ۲۰۳)

هر آن آتش که می‌زاید غم و اندیشه را سوزد به هر جایی که گل کاری نهالش گلستان باشد
(همان، ج ۲: ۲۵)

البته این آتش، بر همگان تأثیر یکسانی ندارد، بلکه هرچه ناحق است را می‌سوزاند:
حق آتشی افروخته تا هر چه ناحق سوخته آتش بسوزد قلب را بر قلب آن عالم زند
(همان، ج ۲: ۳)

زمانی که آتش عشق در وجود عاشق جای گرفت، آن‌گاه عاشق نیز ویژگی‌های این عشق‌آتشین را در خود دارد و بر همه عالم تأثیرگذار است:

گر جان عاشق دم زند آتش در این عالم زند وین عالم بی‌اصل را چون ذره‌ها برهم زند
(همان: ۳)

در بسیاری از ابیات قلندری مولانا از عنصر آتش استفاده شده و با آن تصویرسازی شده‌است؛ چنان‌که بی‌باکی را چون آتشی دانسته که در عالم انداخته‌است:

آتش بی‌باکی اندر چرخ زن خاک تیره بر سر ایام کن
(همان، ج ۴: ۲۳۶)

و یا جرم خود را همچون آتشی دانسته که باید استغفار را بسوزاند:
مطربا بردار چنگ و لحن موسیقار زن آتش از جرمم بیار و اندر استغفار زن
(همان: ۲۱۱)

مولانا در آفرینش تصاویر متناقض‌نما نیز با مهارت زیادی از عنصر آتش استفاده کرده‌است:
گر دار فنا خواهی تا دار بقا گردد آن آتش عمرانی در خرمن ماتم زن
(همانجا)

که آب را آتش برد که آب آتش را خورد که موج دریای عدم بر اشهب و ادهم زند
(همان، ج ۲: ۳)

۱-۳-۴- شمع

شمع نیز یکی از عناصری است که در کنار آتش، در شعر مولانا دیده می‌شود و شعله‌واری بیان او را نشان می‌دهد:

اگرچه در لگن بودم مثال شمع تا اکنون چو شمعم جمله گشت آتش چرا اندر لگن باشم
(همان: ج ۳، ۲۰۳)

۱-۳-۵- شعله / نور

نور، چراغ و شعله نیز از جمله عناصری هستند که مولانا برای توصیف معشوق، از آن‌ها بهره برده‌است و به شعله‌واری بیان مولانا کمک می‌کنند. او عشق را شعله‌ای می‌داند که جز معشوق، همه‌چیز را می‌سوزاند؛ چنان‌که در مثنوی می‌گوید:

عشق آن شعله‌ست کو چون بفروخت هرچه جز معشوق باقی جمله سوخت
(مولوی، ۱۳۸۶: ۷۸۲)

در ادامه، نمونه‌هایی از تعبیر درخشان و نورانی مولانا، با استفاده از شعله، نور و چراغ را مشاهده می‌کنید:

هما و سایه‌اش آن‌جا چو ظلمتی باشد ز نور ظلمت غیر فنا چه سود کند
(مولوی، ۱۳۷۸، ج ۲: ۲۲۴)

بر روح برافزودی تا بود چنین بودی فر تو فروزان شد تا باد چنین بادا
(همان، ج ۱: ۵۵)

خندان شو از نور جهان تا تو شوی سور جهان ایمن شوی از ماتمش کالصبر مفتاح‌الفرج
(همان: ۳۰۱)

از نور پاک چون زاد او باز پاک خواهد و آنک از حدث بزاید او را پلید باید
اما چو قلب و نیکو مانده‌اند با هم پیش چراغ یزدان آن را گزید باید
(همان: ۱۷۸)

با توجه به بررسی‌های انجام شده در اشعار سنایی و مولانا، می‌توان نتیجه گرفت که شعله‌واری بیان، در اشعار سنایی و مولانا نیز وجود دارد؛ یعنی همان‌گونه که سوررئالیست‌ها از عناصری چون شعله، برق، شمع، خورشید، چراغ، ماه و ستاره برای بیان تصویرها و تعبیرهای آتشین استفاده کرده‌اند، سنایی و مولانا نیز با استفاده از این عناصر، تعبیرهایی شعله‌وار و درخشان آفریده‌اند؛ اما در عین حال که شباهت شعله‌واری بیان سوررئالیست‌ها با شعله‌واری بیان مولانا و سنایی، آشکار است، تفاوت‌هایی نیز در این زمینه وجود دارد که توجه به آن‌ها ضروری است. نخستین تفاوتی که وجود دارد، سطح باورپذیری خواننده اشعار سنایی و مولانا و خواننده آثار سوررئالیست‌هاست؛ بدین معنی که در آثار سوررئالیستی، تعبیر شعله‌وار به‌گونه‌ای بیان شده‌است که خواننده آن تصویر را باور نخواهد کرد یا به‌سختی خواهد پذیرفت؛ مثلاً اینکه موهای آشفته یک انسان، شبیه شعله‌ای باشد و این شعله در عین حال، شبیه شکم یک عقاب هم باشد، برای خواننده قابل پذیرش نیست و خواننده هنگام خواندن، می‌داند که با یک متن سوررئالیستی و غیرواقعی مواجه است. اگر خواننده با توصیفی مواجه شود که در آن گربه‌ای که با طنابی گرفتار شده‌است، برای فرار تلاش می‌کند و این طناب، در عین حال، فیتیله یک چراغ بزرگ است، به‌راحتی این توصیف را باور نخواهد کرد و درنهایت می‌پذیرد که آن اثر، یک اثر سوررئالیستی است.

در شعله‌واری بیان سنایی و مولانا این‌گونه باورناپذیری خواننده وجود ندارد؛ هرچند توصیف‌ها و تعبیرها خارق‌العاده‌تر و غیرممکن‌تر از توصیفات سوررئالیست‌ها است. به‌عنوان نمونه، وقتی سنایی می‌گوید:

خورشید که یافت خاک کویت هرگز سر آسمان ندارد

(سنایی، ۱۳۸۸: ۱۱۷)

و یا وقتی مولانا می‌گوید:

گر جان عاشق دم زند آتش در این عالم زند وین عالم بی‌اصل را چون ذره‌ها برهم زند

(مولوی، ۱۳۷۸، ج ۲: ۳)

در عین حال که تصاویری غیرممکن توصیف شده‌است، اما خواننده اشعار سنایی و مولانا، کلام آن‌ها را باور دارد. درواقع، این مهارت سنایی و مولانا است که در عین آفرینش تعبیری شعله‌وار و سوررئالیستی، توانسته‌اند باورپذیری خواننده را نیز به دست آورند. تفاوت دیگر، در بسامد این‌گونه تعبیر است؛ به‌گونه‌ای که می‌توان گفت شعله‌واری بیان در اشعار مولانا و سنایی بسامد بیشتری نسبت به آثار سوررئالیست‌ها دارد. علاوه براین، تعبیر شعله‌واری که در اشعار سنایی و مولانا است، بسیار قوی‌تر و درخشان‌تر از تعبیر سوررئالیست‌هاست.

۱-۴- مقایسه شعله‌واری بیان سنایی و مولانا

در مطالب پیشین، شعله‌واری بیان سنایی و نیز شعله‌واری بیان مولانا بررسی شد و نمونه‌هایی از ابیات و تصاویری که نشان‌دهنده شعله‌واری بیان این دو شاعر است، ذکر شد. در این قسمت، به مقایسه شعله‌واری بیان سنایی و مولانا می‌پردازیم تا شباهت‌ها و تفاوت‌های کلام این دو شاعر آشکار گردد.

بنا بر آنچه گذشت، می‌توان گفت که شعله‌واری بیان در غزلیات سنایی و نیز در غزلیات مولانا وجود دارد؛ اما آنچه در این‌جا اهمیت دارد، شباهت‌های دو شاعر در شعله‌واری بیان است. برخی از شباهت‌ها می‌تواند نشان‌دهنده تأثر مولانا از سنایی در این زمینه باشد. نخستین شباهتی که در کلام سنایی و مولانا وجود دارد، استفاده آن‌ها از عناصر تقریباً مشابهی است که برای آفرینش تصاویر و بیانی شعله‌وار و نورانی از آن بهره برده‌اند. هر دو شاعر از خورشید، ماه، آتش، شمع، چراغ، نور و شعله برای آفرینش این تصاویر استفاده کرده‌اند. این شباهت تاحدودی می‌تواند تأثر مولانا از سنایی را نشان دهد؛ اما این تأثر، زمانی آشکارتر می‌شود که شباهت‌های لفظی نیز در

کلام این دو شاعر دیده می‌شود. به‌عنوان مثال، سنایی با خورشید و ذره، چنین تصویرسازی کرده‌است:

خورشید توویی و ذره ماییم بی روی تو روی کی نمایم

(سنایی، ۱۳۸۸: ۹۴۶)

مولانا نیز دقیقاً از همین دو کلمه (خورشید و ذره) استفاده کرده‌است. چنانکه می‌گوید:

شمس تبریز که خورشید یکی ذره اوست ذره را شمس مگویدش و پرهیز کنید

(مولوی، ۱۳۸۸: ۴۸۷)

و یا در جایی دیگر می‌گوید:

هر ذره مثال آفتاب آید هر قطره به موهبت عدن گردد

(همان: ۴۲۸)

استفاده از خورشید و ذره را در این بیت مولانا هم مشاهده می‌کنیم:

چون ذره به رقص اندر آییم خورشید تو را مسخر آییم

(مولوی، ۱۳۷۸، ج ۴: ۲۶۷)

این تأثیرپذیری و شباهت، گاهی آن‌قدر زیاد می‌شود که به تکرار کامل بیت در شعر سنایی و مولانا می‌انجامد. چنان‌که سنایی در غزلی می‌گوید:

خورشید که یافت خاک کویت هرگز سر آسمان ندارد

(سنایی، ۱۳۸۸: ۱۱۷)

و مولانا نیز در غزلی می‌گوید:

خورشید چو دید خاک کویت هرگز سر آسمان ندارد

(مولوی، ۱۳۸۸: ۴۳۴)

گاهی هم تفاوت فقط در یکی دو کلمه است؛ چنان‌که سنایی در بیتی می‌گوید:

آتش ناپاکی اندر چرخ زن خاک تیره بر سر ایام کن

(سنایی، ۱۳۸۸: ۹۸۱)

و مولانا کاملاً متأثر از سنایی، می گوید:

آتش بی باکی اندر چرخ زن خاک تیره بر سر ایام کن
(مولوی، ۱۳۷۸، ج ۴: ۲۳۶)

سنایی در غزلی خود را حامل سخنانی می داند که اگر بر زبان آورد، آتش در عالم می افتد و جهان را زیر و زبر می کند:

گر سنایی دم زند آتش درین عالم زند این جهان بی وفا چون ذره ای بر هم زند
(سنایی، ۱۳۸۸: ۱۵۸)

و زمانی که مولانا می گوید:

گر جان عاشق دم زند آتش در این عالم زند وین عالم بی اصل را چون ذره ها برهم زند
(مولوی، ۱۳۷۸، ج ۲: ۳)

نشان دهنده تأثیرپذیری بی چون و چرای او از سنایی است. البته تأثیرپذیری مولانا از سنایی، به همین تکبیت ها خلاصه نمی شود و گاه این تأثر در کل یک غزل و حتی بیش از یک غزل نمایان می شود؛ به عنوان مثال، سنایی غزلی دارد با مطلع زیر:

چو آمد روی بر رویم که باشم من که من باشم چه خوش وقتی بود با من که من بی خویشان باشم
(سنایی، ۱۳۸۸: ۹۳۰)

این غزل، از جمله اشعار قلندری سنایی است که توصیف حال عاشقی است که به عالم عشق راه یافته است و غیر از معشوق، چیزی در عاشق باقی نمی ماند و درواقع، عاشق محو در معشوق است. نکته جالب این جاست که مولانا سه غزل دارد که هم به لحاظ محتوا و هم از نظر لفظ، شدیداً تحت تأثیر همین غزل سنایی است. مطلع این سه غزل مولانا عبارت است از:

چو آمد روی مه رویم که باشم من که باشم من چو زاید آفتاب جان کجا ماند شب آبدستن
(مولوی، ۱۳۷۸، ج ۴: ۱۰۴)

چو آمد روی مه رویم که باشم من که باشم چو هر خاری از او گل شد چرا من یاسمن باشم
(همان: ج ۳، ۲۰۳)

چو آمد روی مه‌رویم چه باشد جان که جان باشد چو دیدی روز روشن را چه جای پاسبان باشد
(همان، ج ۲: ۲۵)

در همین غزل‌ها، شباهت شعله‌واری بیان سنایی و مولانا نیز به چشم می‌خورد؛ چنان‌که سنایی با استفاده از تصویر شمع می‌گوید:

چه جای سرکشی باشد ز حکم او که در رویش چو شمع آن‌گاه خوش باشم که در گردن‌زدن باشم
(سنایی، ۱۳۸۸: ۹۳۰)

و مولانا می‌گوید:

اگرچه در لگن بودم مثال شمع تا اکنون چو شمع جملة گشت آتش چرا اندر لگن باشم
(مولوی، ۱۳۷۸، ج ۳: ۲۰۳)

درخصوص این شباهت و تأثیرپذیری مولانا از سنایی، می‌توان گفت که مولانا بیشتر تحت تأثیر اشعار قلندری سنایی بوده‌است؛ یعنی همان اشعاری که باعث شد سنایی نقطه عطفی در شعر فارسی باشد و بسیاری از شاعران عارف‌مسلک پس از سنایی، از او پیروی کنند و مولانا نیز خود بارها به این تأثیرپذیری اشاره کرده‌است.^۱

اما درخصوص بیت‌های کاملاً یکسان سنایی و مولانا، به نظر می‌رسد از آنجا که مولانا بیشتر در حالت بی‌خودی و ناهوشیاری و مستی عرفانی غزلیات خود را سروده است^۲ و با توجه به تأثیرپذیری و علاقه شدید او به اشعار سنایی، گاهی ابیاتی از سنایی به‌صورت یکسان و گاه با اختلافاتی بر زبان او جاری می‌شده‌است. البته در همین اشعار و ابیات مشابه نیز تفاوت‌های قابل توجهی هست که در بخش بعدی به این تفاوت‌ها هم اشاره خواهیم کرد.

۱. جهت اطلاعات بیشتر ر.ک. به: در/قلیم روشنایی، ۱۳۸۹: ۲۰-۳۵؛ زلف عالم‌سوز، ۱۳۸۱؛ "رده‌بندی غزلیات سنایی"، ۱۳۹۴؛ "تأثیرات مولانا از آثار سنایی غزنوی"، ۱۳۸۴؛ "ارادت مولوی به سنایی غزنوی"، ۱۳۶۸؛ "سیر مولوی با چراغ سنایی"، ۱۳۸۹؛ "مقایسه مثنوی با حدیقه سنایی و بررسی تأثیر سنایی بر مولوی"، ۱۳۸۷ و ...

۲. بسیاری از محققان به این مسئله اذعان داشته‌اند؛ به‌عنوان نمونه، بنگرید به سوررئالیسم در مثنوی، ۱۳۹۵: ۱۶۸؛ گفتمان روایی در غزلیات شمس، ۱۳۹۱: ۸۹-۹۸؛ آشنایی‌زدایی در غزلیات شمس، ۱۳۸۰: ۲۱۲-۲۲۰؛ ناهوشیاری هوشیارانه مولوی در دیوان شمس، ۱۳۸۴: ۱۵-۲۰؛ در سایه آفتاب، ۱۳۸۴: ۱۲۹ و ...

شباهت دیگر در این زمینه، کاربرد "سنایی" در غزلیات سنایی و کاربرد "شمس" در غزلیات مولانا است که با شعله‌واری بیان این دو شاعر در ارتباط می‌باشد. یکی از معانی سنا، روشنایی است و سنایی بارها به معنای لغوی "سنایی" توجه داشته و تصاویری شعله‌وار آفریده است. "شمس" نیز در غزلیات مولانا جایگاه خاصی دارد و با توجه به ارادت مولانا به شمس، غزلیات خود را به او تقدیم کرده و در پایان بسیاری از غزلیات، از شمس نام برده است. برخی نیز معتقدند که "شمس" در غزلیات مولانا، تخلص است.^۱ مولانا در بسیاری از این موارد، به معنای لغوی شمس توجه داشته و تصاویر شعله‌واری آفریده است؛ بنابراین، می‌توان گفت که در بسیاری از موارد، کلمات "سنایی" و "شمس"، در شعله‌واری بیان آن‌ها مؤثر است. جالب است که تأثر مولانا از سنایی، در همین موارد هم دیده می‌شود؛ چنانکه در دو بیت زیر، این تأثر را مشاهده می‌کنید:

تا لاجرم از شکر سنایی چو سنایی مشهور خراسان شد تا باد چنین باد
(سنایی، ۱۳۸۸: ۸۳۸)

شمس الحق تبریزی از بس که درآمیزی تبریز خراسان شد تا باد چنین بادا
(مولوی، ۱۳۷۸، ج ۱: ۵۵)

در این قسمت، به تفاوت‌های شعله‌واری بیان سنایی و مولانا می‌پردازیم. یکی از تفاوت‌ها در این زمینه، تعداد ابیاتی است که شعله‌واری بیان در آن‌ها به چشم می‌خورد. درواقع، ابیات حاوی شعله‌واری بیان، در غزلیات مولانا بسیار بیشتر از غزلیات سنایی است؛ به‌طوری که در ۳۰ غزلی که از مولانا در این مقاله بررسی شد، ۶۰ بیت دارای شعله‌واری بیان است و از ۳۰ غزل سنایی، ۲۵ بیت شعله‌واری بیان دارد.

تفاوت دیگر، در برجستگی و درخشندگی تصاویر است؛ به‌طوری که درخشندگی و گیرایی تصویر، در شعر مولانا بسیار بیشتر از سنایی است؛ به‌عنوان نمونه، سنایی در بیتی با استفاده از معنای لغوی تخلص شعری خود (سنایی = روشنایی)، به تصویرسازی می‌پردازد و می‌گوید:

۱. جهت اطلاعات بیشتر ر.ک. به: حسین‌پور، ۱۳۸۵؛ احمدی‌پور اناری، ۱۳۹۴

تا لاجرم از شکر سنایی چو سنایی مشهور خراسان شد تا باد چنین باد
(سنایی، ۱۳۸۸: ۸۳۸)

و مولانا متأثر از این بیت سنایی، با شمس تبریزی تصویری بی‌بدیل ساخته و می‌گوید:
شمس‌الحق تبریزی از بس که درآمیزی تبریز خراسان شد تا باد چنین بادا
(مولوی، ۱۳۷۸، ج ۱: ۵۵)

در ابیات فوق، هر دو شاعر، از "خراسان" (محل تولد خود) استفاده کرده و تصویری زیبا آفریده‌اند. سنایی خود را به علت شکرگزاری، مانند نوری می‌داند که در خراسان می‌درخشد؛ اما مولانا شمس را چنان نورانی می‌داند که گویی خورشیدی دیگر در تبریز برآمده‌است و تبریز با خراسان برابری می‌کند. برای روشن شدن این تفاوت، به نمونه دیگری اشاره می‌کنیم. هم سنایی و هم مولانا، با استفاده از تصویر شمع، به توصیف حال عاشق در حضور معشوق پرداخته‌اند و مولانا نیز تحت تأثیر سنایی بوده؛ چنان‌که سنایی خود را به شمع می‌ماند که در حال گردن زدن است تشبیه کرده‌است:

چه جای سرکشی باشد ز حکم او که در رویش چو شمع آن‌گاه خوش باشم که در گردن زدن باشم
(سنایی، ۱۳۸۸: ۹۳۰)

اما مولانا از درخشندگی شمع گذشته و به خود آتش رسیده‌است:

اگرچه در لگن بودم مثال شمع تا اکنون چو شمعم جمله گشت آتش چرا اندر لگن باشم
(مولوی، ۱۳۷۸، ج ۳: ۲۰۳)

بنابراین، درخشندگی و گیرایی تصویر در شعر مولانا بیشتر است و این مسئله، علاوه بر تفاوت نوع تصویر، تفاوت حال شاعر و مرحله سلوک او را نیز نشان می‌دهد. البته این احتمال نیز وجود دارد که هم سنایی و هم مولانا، در سرایش این دو غزل، نیم‌نگاهی به لغز شمع منوچهری دامغانی نیز داشته‌اند؛ زیرا خواندن این دو غزل، شعر منوچهری را که به تصویرسازی‌های مختلف از شمع پرداخته‌است، به یاد می‌آورد:

ای نهاده بر میان فرق، جان خویشان
جسم ما زنده به جان و جان تو زنده به تن
(منوچهری دامغانی، ۱۳۳۸: ۷۰)

به هر صورت، هر دو شاعر با این تمثیل، فنا و بی‌خویشنی خویش را بیان می‌کنند؛ اما هم در شدت فنا و هم در نوع تعبیر، متفاوت‌اند. هم درخشندگی تصویر مولانا بیشتر است و هم درجه فنای او؛ زیرا وجود همچون شمع او به آتش تبدیل شده است و دیگر نیازی به گردن‌زدن خویش و ماندن در لگن، نمی‌بیند.

با توجه به این‌گونه تفاوت‌هاست که باید بگوییم مولانا شاعری نیست که از امثال سنایی صرفاً تقلید کرده باشد؛ بلکه او از اشعار شاعران پیشین تأثیر گرفته و کلام آنان را به اوج رسانده‌است. درواقع، کلامی آفریده‌است که در عین تأثیرپذیری، تفاوت‌ها و برتری‌های بی‌نظیری دارد و اینجاست که باید این گفته مولانا را به یاد آوریم:

اگر عطار عاشق بد سنایی شاه و فائق بد
نه اینم من نه آنم من که گم کردم سر و پا را
(مولوی، ۱۳۷۸، ج ۱: ۴۴)

نکته دیگری نیز در ارتباط با همین تفاوت تصویر وجود دارد و باید بدان اشاره کرد و آن اینکه نوع استفاده از آرایه‌ها برای آفرینش تصاویر و بیان شعله‌وار، در غزلیات سنایی و مولانا متفاوت است؛ به‌طوری که سنایی بیشتر از تشبیه استفاده کرده و مولانا بیشتر از استعاره بهره برده‌است. این نوع استفاده نیز می‌تواند یکی از دلایل درخشندگی بیشتر تصاویر مولانا نسبت به سنایی باشد.

نتیجه‌گیری

استفاده از استعارات و تصاویر درخشان و نورانی برای بیان تعبیر شعله‌وار و آتشین، یکی از مؤلفه‌های مکتب سوررئالیسم است که به "شعله‌واری بیان" تعبیر می‌شود. شعله‌واری بیان، در آثار آندره برتون و نیز دیگر سوررئالیست‌ها دیده می‌شود. نوعی شعله‌واری در کلام شاعرانی چون مولانا نیز وجود دارد که شبیه به شعله‌واری بیان سوررئالیست‌هاست. از آنجا که مولانا در سرایش اشعار خود به شدت تحت تأثیر شاعرانی چون سنایی بوده‌است، دور از انتظار نیست که شعله‌واری بیان او متأثر از سنایی باشد. در تحقیق حاضر، به‌منظور بررسی این مسئله، شعله‌واری بیان در ۳۰ غزل از سنایی و ۳۰ غزل از مولانا مورد بررسی و تحلیل گرفت. نتایج بررسی‌ها نشان داد که نوعی شعله‌واری بیان در اشعار سنایی و مولانا وجود دارد که شبیه به شعله‌واری بیان سوررئالیست‌هاست. سنایی و مولانا از عناصری همچون خورشید، ماه، آتش، شمع، نور، چراغ و شعله برای بیان تعبیر شعله‌وار و آتشین استفاده کرده‌اند. البته تفاوت‌هایی نیز در شعله‌واری بیان سنایی و مولانا با سوررئالیست‌ها وجود دارد که باید بدان‌ها توجه شود. شعله‌واری بیان سنایی و مولانا نوعی باورپذیری خواننده را به همراه دارد که این باورپذیری در شعله‌واری بیان سوررئالیست‌ها نیست؛ به عبارت دیگر، با اینکه تعبیر شعله‌وار سنایی و مولانا بسیار خارق‌العاده‌تر و غیرطبیعی‌تر از تعبیر سوررئالیست‌هاست، خواننده این تصاویر را می‌پذیرد؛ اما در مواجهه به تعبیر شعله‌وار سوررئالیست‌ها، خواننده به این سطح باور نمی‌رسد و درنهایت می‌پذیرد که با متنی سوررئالیستی سروکار دارد. بسامد بیشتر و درخشندگی و نورانیت بیشتر شعله‌واری بیان سنایی و مولانا نسبت به سوررئالیست‌ها نیز از جمله این تفاوت‌هاست.

پس از بررسی شعله‌واری بیان در غزلیات سنایی و مولانا، به مقایسه این ویژگی شعری در کلام این دو شاعر پرداخته شد. نتایج این مقایسه نشان داد که شباهت‌ها و نیز تفاوت‌های زیادی در این خصوص وجود دارد. هر دو شاعر تقریباً از عناصر یکسانی برای تصویرسازی استفاده کرده‌اند و شباهت‌های محتوایی و لفظی بسیاری در کلام دو شاعر مشاهده می‌شود؛ به‌طوری که تأثر مولانا از سنایی کاملاً آشکار است و این نشان می‌دهد که مولانا بسیاری از ابیات و حتی غزل‌ها را با

توجه به غزل‌های سنایی سروده است. کاربرد واژه "سنایی" در غزلیات سنایی و کاربرد واژه "شمس" از سوی مولانا و استفاده هر دو شاعر از واژه "خراسان" برای بیان تعبیر شعله‌وار، از دیگر شباهت‌های موجود است. زادگاه مشترک این دو شاعر بزرگ، در شاعری آن‌ها بی‌تأثیر نبوده‌است. با وجود این شباهت‌ها، تفاوت‌های قابل توجهی نیز در کلام دو شاعر دیده می‌شود. ازجمله این تفاوت‌ها، بسامد بالاتر شعله‌واری بیان در شعر مولانا است. درخشندگی و گیرایی بیشتر تصاویر در شعر مولانا نیز از دیگر تفاوت‌های موجود است. نوع استفاده از آرایه‌ها نیز در کلام دو شاعر متفاوت است؛ به‌طوری که مولانا بیشتر از استعاره بهره برده و سنایی بیشتر از تشبیه استفاده کرده‌است. به‌عنوان نتیجه نهایی می‌توان گفت که نوعی شعله‌واری بیان، در غزلیات سنایی و نیز در غزلیات مولانا وجود دارد و مولانا در سرایش این‌گونه اشعار، شدیداً تحت تأثیر سنایی بوده‌است؛ با وجود این، شعله‌واری بیان در غزلیات مولانا پررنگ‌تر و شورانگیزتر است.

منابع

- آدونیس، علی احمدسعید (۱۳۸۰). "خیال در تصوف و سوررئالیسم". ترجمه حبیب‌الله عباسی. *مجله هنر و معماری*، سال دوم، ش ۴۷ (بهار): ۱۴-۲۱.
- _____ (۱۳۸۵). *تصوف و سوررئالیسم*. ترجمه حبیب‌الله عباسی. تهران: سخن.
- ابراهیم‌تبار، ابراهیم (۱۳۸۶). "درآمدی بر تأثیرپذیری مولوی از سنایی و عطار". *مطالعات تقریبی مذاهب/اسلامی*، سال چهارم، ش ۱۰ (زمستان): ۸۰-۸۹.
- اتو، رودولف (۱۳۹۷). *عرفان شرق و غرب*، ترجمه انشاءالله رحمتی. تهران: سوفیا.
- احمدی‌پور اناری، زهره (۱۳۹۴). "بررسی کاربرد معنایی تخلص شمس در غزل‌های مولوی". *فنون/دبی*، سال هفتم، ش ۱، پیاپی ۱۲ (بهار و تابستان): ۴۷-۶۴.
- اسدی، علیرضا؛ بیگدلی، سعید (۱۳۹۱). "سوررئالیسم در حکایت‌های صوفیانه (معرفی یک نوع روایی کهن)". *نقد/دبی*، سال پنجم، ش ۱۷ (بهار): ۱۰۵-۱۲۸.
- اسماعیلی، عصمت؛ علی‌مددی، منا (۱۳۸۵). "سوررئالیسم و مقالات شمس تبریزی". *مجله حافظ*، سال یازدهم، ش ۳۳ (تابستان): ۵۰-۵۸.
- افلاکی، ش (۱۳۷۵). *مناقب العارفین*. ج ۱، به کوشش تحسین یازیجی. تهران: دنیای کتاب.
- براهنی، رضا (۱۳۴۴ الف). "مولوی، سوررئالیسم، رمبو و فروید". *مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تبریز*، سال هفدهم، ش ۷۴ (بهار): ۲۲۱-۲۴۰.
- براهنی، رضا (۱۳۴۴ ب). *طلا در مس*. تهران: چاپخانه چهر.
- بروین، د. (۱۳۸۷). *حکیم/قلیم عشق*. ترجمه مهیار علوی‌مقدم و محمدجواد مهدوی. مشهد: بنیاد پژوهش‌های اسلامی آستان قدس رضوی.
- بهنام‌فر، محمد؛ غریب، مصطفی (۱۳۹۶). "تطبیق غزلی از مولانا با غزلی از سنایی براساس مؤلفه‌های مکتب سوررئالیسم". *ادبیات عرفانی و اسطوره‌شناختی*، سال سیزدهم، ش ۴۷ (تابستان): ۱۳۹-۱۶۴.

- بیگ باباپور، یوسف (۱۳۸۴). "تأثیرات مولانا از آثار سنایی غزنوی". کتاب ماه ادبیات و فلسفه، سال نهم، ش ۹۵ (تابستان): ۹۶-۱۰۷.
- پورنامداریان، تقی (۱۳۸۴). در سایه آفتاب. تهران: سخن.
- حدیدی، جواد (۱۳۷۳). /از سعدی تا آراگون. تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
- حسنی (۱۳۷۴). "سوررئالیسم و ادبیات ایران". مجله هنر و معماری، سال دوم، ش ۲۹ (تابستان و پاییز): ۵۳۹-۵۵۰.
- حسین پور، علی (۱۳۸۵). "خلاصی از تخلص". مجله علمی-پژوهشی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه اصفهان، دوره دوم، ش ۴۷ (زمستان): ۹۹-۱۱۵.
- دستمالچی، ویدا؛ مشتاق مهر، رحمان (۱۳۸۹). "عرفان و سوررئالیسم از منظر زمینه‌های اجتماعی". مطالعات عرفانی، سال دوم، ش ۱۲ (پاییز و زمستان): ۱۸۳-۲۰۰.
- _____ (۱۳۹۱). "تأثیرپذیری و الهام‌گیری سوررئالیسم از ادبیات عرفانی با بررسی تقابلات بین آن‌ها". کاوش‌نامه زبان و ادبیات فارسی، دوره سیزدهم، ش ۲۴ (بهار و تابستان): ۱۲۱-۱۴۲.
- زرقانی، سیدمهدی (۱۳۸۱). زلف عالم‌سوز. تهران: نشر روزگار.
- زرقانی، سید مهدی؛ دری، نجمه (۱۳۹۴). "رده‌بندی غزلیات سنایی". پژوهش‌های ادب عرفانی، سال نهم، ش ۱ (بهار و تابستان): ۳۵-۵۸.
- سنائی غزنوی، ابوالمجد مجدودبن آدم (۱۳۸۸). غزل‌های حکیم سنایی، مصحح یدالله جلالی پندری. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- سیدحسینی، رضا (۱۳۸۷). مکتب‌های ادبی. تهران: نگاه.
- شفیعی کدکنی، محمدرضا (۱۳۸۹). در اقلیم روشنائی. تهران: آگاه.
- عبیدی‌نیا، محمدامیر؛ رحیمی، سعیده‌زمان (۱۳۸۷). "از سوررئالیسم فرانسوی تا روزبهان بقلی (جلوه‌های فراواقعی در شطحیات صوفیه)". نامه پارسی، سال دوازدهم، ش ۴۶ و ۴۷ (بهار): ۳۳-۵۹.

- فاطمی، سیدحسین (۱۳۵۷). "نوعی سوررئالیسم در شعر مولوی، جاروب لا". *جستارهای ادبی، سال چهاردهم، ش ۵۴* (تابستان): ۳۴۸-۴۱۳.
- _____ (۱۳۷۹). *تصویرگری در غزلیات شمس*. تهران: امیرکبیر.
- فتوحی، محمود (۱۳۸۴). "بوطیقای سوررئالیستی مولوی". *مطالعات و تحقیقات ادبی، سال دوم، ش ۵ و ۶* (بهار و تابستان): ۹۹-۱۲۳.
- _____ (۱۳۸۹). *بلاغت تصویر*. تهران: سخن.
- فرزام، حمید (۱۳۶۸). "ارادت مولوی به سنایی غزنوی". *نامه /نجم، سال هفتم، ش ۲۷* (پاییز): ۴۵-۴۸.
- کهدویی، محمدکاظم (۱۳۸۹). "سیر مولوی با چراغ سنایی". *مولاناپژوهی، سال اول، ش ۲* (تابستان): ۱۶۵-۱۸۲.
- منوچهری دامغانی، ابوالنجم (۱۳۳۸). *دیوان استاد منوچهری دامغانی*. به کوشش محمد دبیرسیاقی. تهران: زوار.
- مولوی، جلال‌الدین محمد (۱۳۷۸). *کلیات شمس، یا دیوان کبیر*. به تصحیح بدیع‌الزمان فروزانفر. تهران: امیرکبیر.
- _____ (۱۳۸۶). *مثنوی معنوی*. مطابق با تصحیح نیکلسون، به کوشش مهدی آذریزدی. تهران: پژوهش.
- یزدانی احمدآبادی، حسین (۱۳۸۷). "مقایسه مثنوی با حدیقه سنایی و بررسی تأثیر سنایی بر مولوی". *پایان‌نامه دکترای زبان و ادبیات فارسی، دانشگاه فردوسی مشهد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی*.

- Abrams, M. H. (1970). *A Glossary of Literary Terms*. New York: Earl Mcpeek.
- Cuddon, J. A. (1979). *A Dictionary of Literary Terms and Literary THEORY*. London: WILEY-BLACKWELL.
- Gascoyne, David (1970). *A short survey of Surrealism*. London: FRANK CASS & co.LTD.

بررسی تأثیر متغیرهای جمعیت‌شناختی بر سرمایه فرهنگی

در بین شهروندان خراسان شمالی

علی عاقل^۱

علی اصغر عباسی^۲

ابوالقاسم حیدرآبادی^۳

نوع مقاله: علمی- پژوهشی

شماره صفحه: ۹۱-۱۲۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۲۸

چکیده

هدف از انجام پژوهش حاضر، بررسی تأثیر متغیرهای جمعیت‌شناختی بر سرمایه فرهنگی است. روش این پژوهش، پیمایش و ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه استاندارد بوردیو می‌باشد. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه شهروندان ۱۸ سال به بالای ساکن شهرهای بجنورد، اسفراین و شیروان است. در این پژوهش برای تعیین حجم نمونه، از جدول مورگان استفاده شده است که با توجه به محاسبات انجام‌شده طبق این جدول، حجم نمونه به‌دست‌آمده، برابر ۴۱۲ می‌باشد. روش نمونه‌گیری در پژوهش فوق، روش نمونه‌گیری هدفمند و تلفیقی است که شامل شیوه نمونه‌گیری طبقه‌ای برحسب معیارهای جمعیت‌شناختی، تصادفی ساده و خوشه‌ای چندمرحله‌ای است. برای سنجش متغیر سرمایه فرهنگی از پرسشنامه استاندارد بوردیو استفاده شد. در این تحقیق از اعتبار صوری و محتوایی برای تعیین روایی تحقیق استفاده شده است. همچنین ضریب

۱. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی فرهنگی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران

a.aqe11352@gmail.com

asfajir@hotmail.com

ashahin2000@yahoo.com

۲. دانشیار جامعه‌شناسی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران، نویسنده مسؤول

۳. استادیار جامعه‌شناسی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران

آلفای کرونباخ گویه‌های مربوط به ابعاد سرمایه فرهنگی ۰/۹۳ می‌باشد که نشان‌دهنده همبستگی درونی بالای گویه‌ها در این پرسشنامه است. داده‌ها به کمک نرم‌افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌است. با توجه به میانگین به‌دست‌آمده (۳/۴۱) می‌توان بدین نتیجه رسید که ابعاد سرمایه فرهنگی در بین شهروندان سه شهرستان بجنورد، اسفراین و شیروان در سطح بالایی قرار دارد. نتایج آزمون پیرسون برای سنجش رابطه گروه سنی و سرمایه فرهنگی و ابعاد آن نشان داد که بین سن و دو بُعد سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته و عینیت‌یافته، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. می‌توان گفت بین متغیر پایگاه اقتصادی - اجتماعی با سرمایه فرهنگی و دو بُعد سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته و نهادینه شده ساکنان حاشیه شهرهای بجنورد، اسفراین و شیروان رابطه معناداری وجود دارد؛ بدین معنا که میزان سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته و نهادینه‌شده در بین افراد مورد مطالعه، متأثر از پایگاه اقتصادی - اجتماعی آن‌ها است. با استناد به یافته‌های موجود می‌توان گفت بین جنسیت و قومیت با سرمایه فرهنگی از لحاظ آماری رابطه معناداری وجود ندارد.

واژگان کلیدی: سرمایه فرهنگی، پایگاه اقتصادی - اجتماعی، متغیرهای جمعیت‌شناختی

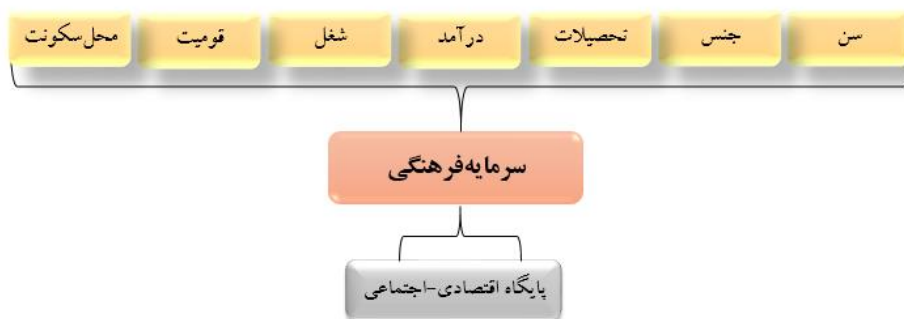
مقدمه و بیان مسأله

برای مدت‌هایی مدید، نگرشی تک‌بعدی بر مطالعات سرمایه حاکم بود و سرمایه با سرمایه اقتصادی مترادف در نظر گرفته می‌شد، اما با افزایش دانش بشری، رفته‌رفته، این نگرش تک‌بعدی به حاشیه رانده شد؛ چنان‌که سرمایه را پدیده‌ای دارای پیچیدگی علی دانسته‌اند که برای حصول به آن می‌بایست مجموعه‌ای از علل در کنار یکدیگر قرار گیرند. از این دیدگاه تأکید بر متغیرهای صرفاً اقتصادی و یا سیاسی و توجه صرف به یکی از ابعاد سرمایه لزوماً به افزایش توانایی سیستم اجتماعی در مواجهه با پیچیدگی‌های محیطی منجر نخواهد شد و حتی در مواردی اتخاذ این نگرش تک‌بعدی می‌تواند سیستم را در مواجهه با پیچیدگی‌های محیطی آسیب‌پذیرتر کند. افزایش دانش بشری در زمینه ابعاد مختلف سرمایه و لزوم نگرستن به آن به مثابه مجموعه‌ای

علی، اندیشمندان را بر آن داشت که از سرمایه اقتصادی فراتر روند و به مفاهیمی چون سرمایه سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و ... بیندیشند (فاضلی و دیگران، ۱۳۹۲: ۱۶۲). از چند دهه قبل، تغییری انقلابی در مفهوم سرمایه به وجود آمده و مفهوم سرمایه‌های جدید مطرح شد است؛ یکی از معروف‌ترین این سرمایه‌های جدید که امروزه بسیار از آن سخن گفته می‌شود؛ سرمایه فرهنگی است. به جهت اهمیت و گستردگی این نوع سرمایه در عصر حاضر، بسیاری از پژوهشگران و نظریه‌پردازان اجتماعی از آن به عنوان منبع بسیار مهمی در تعیین ساختارهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی یاد کرده‌اند (فائق و باینگانی، ۱۳۹۵: ۱۲۸). مصرف کالاهای اقتصادی و فرهنگی یکی از مهم‌ترین ابعاد مصرف را در جوامع نوین تشکیل می‌دهد؛ به طوری که امروزه واژه کالا علاوه بر اشاره به موضوعات مادی مانند پوشاک، خوراک و ... برای اشاره به موضوعات غیرمادی مانند کتاب، روزنامه، فیلم و ... نیز به کار می‌رود و از همین روست که استفاده از کالاهای تولیدشده نظام فرهنگی از قبیل کتاب، موسیقی، روزنامه، مجلات و ... را مصرف فرهنگی می‌گویند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۳۶). از طرفی سرمایه فرهنگی مجموعه‌ای از روابط، معلومات و امتیازات است که فرد، برای حفظ کردن یا به دست آوردن یک موقعیت اجتماعی از آن استفاده می‌کند. به عبارت دیگر، سرمایه فرهنگی به طور دائمی در قلمرو امکانات یک قشر، گروه، طایفه یا قبیله است. از نظر بوردیو^۱، اصطلاح سرمایه فرهنگی در قیاس با سرمایه اقتصادی مورد پژوهش قرار می‌گیرد. کسب سرمایه فرهنگی زمان می‌خواهد و به امکانات مالی و مادی نیاز دارد. سرمایه فرهنگی از این بابت به نحوی تنگاتنگ به سرمایه اقتصادی گره خورده است (صالحی‌امیری، ۱۳۸۶: ۲۸). به عبارتی بهتر، اصطلاح سرمایه فرهنگی بازنمای کلی پیشینه تحصیلاتی خانوادگی، عادت‌واره‌ها، ترجیحات و کردارهای زیبایی‌شناسانه طبقات و خرده‌طبقات موجود در ساختار اجتماعی، با تمرکز بر داشتن یا نداشتن سلیقه اشکال هنری متعالی (موسیقی، تئاتر، نقاشی و ادبیات) تعریف می‌شود و به همین دلیل هر طبقه از الگوی منحصربه‌فردی از ذائقه برخوردار می‌گردد که با ترکیب خاصی از سرمایه اقتصادی و فرهنگی هماهنگ است (Weininger & Lareau, 2006: 26). باتوجه به

رواج مصرف کالاهای فرهنگی در چند دهه اخیر، مطالعه و تفحص درباره این نوع سرمایه افزایش یافت. هرچند نظریه پردازان مشهوری در حوزه سرمایه فرهنگی وجود دارند؛ مهم‌ترین نظریه، مربوط به بورديو است که از چهار نوع سرمایه سخن می‌گوید؛ سرمایه فرهنگی قابل تأمل‌ترین نظریه اوست که به سه بُعد سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته، عینیت‌یافته و نهادینه‌شده تقسیم می‌شود. این نوع سرمایه شامل مهارت، مالکیت وسایل هنری و مدارج علمی و تحصیلی است که رابطه تنگاتنگی با طبقه اقتصادی و درآمد افراد دارد. باتوجه به جامعه آماری پژوهش که شامل حاشیه‌نشینان شهرهای بجنورد، اسفراین و شیروان است و در آن منطقه وضعیت اقتصادی در سطح مطلوبی نیست؛ ضرورت پرداختن به سرمایه فرهنگی به عنوان یک سرمایه فراگیر و تأثیرگذار بر ابعاد مختلف زندگی، ضروری می‌نماید. علاوه بر شرح متغیر سرمایه فرهنگی و شاخص‌های آن، لازم است به مختصات و موقعیت توپوگرافی استان، پرداخته شود تا ضرورت پرداختن به این مسأله در شهرهای مورد مطالعه نمایان گردد. استان خراسان شمالی با مساحتی در حدود ۲۸۴۳۴ کیلومترمربع، ۱/۷٪ از مساحت کل کشور و براساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۵، تقریباً ۱/۰۸٪ از جمعیت کل کشور را به خود اختصاص داده‌است که به دلیل ویژگی‌های طبیعی مناسب، محل سکونت اقوام گوناگون در دوران‌های مختلف تاریخی بوده‌است. خراسان شمالی به دلیل مهاجرت افراد و درهم‌آمیختن با جمعیت بومی منطقه، علاوه بر آمیختگی نژادی و فرهنگی هنوز هم نشانه‌هایی از تفاوت‌های قومی، نژادی و زبانی در این شهر وجود دارد. سکونت اقوام مختلف نظیر ترک، فارس، گُرد، عرب، ترکمن، بلوچ، کردهای کرمانج و... این قسمت از کشور را به صورت منطقه‌ای منحصربه‌فرد درآورده است که هر قوم با آداب و رسوم خاص خود ولی در کنار یکدیگر زندگی می‌کنند. با توجه به اینکه جمعیت مهاجر از مناطق روستایی غالباً دارای سرمایه فرهنگی اندک و متمایز از مناطق شهری است، مسئله ناسازگاری فرهنگی این گروه از جمعیت با ساکنان شهرها را در پی دارد که از پیامدهای آن می‌توان به تضاد فرهنگی، ناهنجاری‌های اجتماعی و به تبع آن گسترش جرائم و ناامنی اجتماعی در مناطق حاشیه شهرها اشاره کرد. نابرابری شدید در توزیع سرمایه فرهنگی می‌تواند پیامدهای نامطلوبی برای جامعه

بوژه مناطق مختلف شهر داشته باشد. سرمایه فرهنگی قدرت شناخت و قابلیت استفاده از کالاهای فرهنگی در هر فرد و دربرگیرنده تمایلات پایدار فرد است که در خلال اجتماعی‌شدن در افراد، بر اساس سه بُعد (ذهنی، عینی و نهادی) انباشته می‌شود. بنابراین این پژوهش در صدد بررسی تأثیر متغیرهای جمعیت‌شناختی و به‌طور کلی توصیف وضعیت سرمایه فرهنگی در بین حاشیه‌نشینان بجنورد، اسفراین و شیروان، بر حسب سن، جنسیت، قومیت، شهر محل سکونت و همچنین پایگاه اقتصادی- اجتماعی است. در نهایت سؤال اصلی پژوهش حاضر که هدف اصلی ماست، این است که آیا متغیرهایی نظیر سن، جنسیت، قومیت، شهر محل سکونت و پایگاه اقتصادی- اجتماعی تا چه حد بر میزان سرمایه فرهنگی پاسخگویان تأثیرگذار خواهد بود؟



نمودار (۱) مدل مفهومی تحقیق (نگارندگان: ۱۳۹۹)

پیشینه پژوهش

ازجمله تحقیقات انجام‌گرفته در این حوزه می‌توان به پژوهش جباری با عنوان "بررسی رابطه سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی با احساس امنیت زنان شهر سمنان" (۱۳۹۸) اشاره کرد که بین ۳۸۴ نفر از زنان ۲۰-۶۴ ساله سمنان انجام داده‌است. نتایج حاکی از آن بود که احساس امنیت اجتماعی زنان شهر سمنان در حد متوسطی قرار دارد. همچنین نتایج آزمون‌ها نشان داد که بین سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی با احساس امنیت اجتماعی، رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. در پژوهشی که توسط حسنونند تحت عنوان "رابطه بین سرمایه اجتماعی- فرهنگی

و احساس امنیت در بین زنان شهرستان خرم‌آباد" (۱۳۹۷) به روش پیمایشی و بین ۴۲۵ نفر از زنان شهر خرم‌آباد انجام شد؛ نتایج حاکی از آن بود که بین احساس امنیت و متغیرهای تحصیلات، شغل و محل سکونت رابطه معناداری وجود دارد. همچنین از این پژوهش رابطه معناداری بین سرمایه اجتماعی و فرهنگی و مقوله احساس امنیت استخراج شد. در تحقیقی که حاجی‌زاده و رضوی دینانی به "بررسی مصرف کالاهای فرهنگی و عوامل مؤثر بر آن" (۱۳۹۵) در بین ۳۸۲ نفر از جوانان ۱۸-۲۹ ساله شهرستان خوی پرداختند؛ یافته‌ها نشان داد که میان سن و تحصیلات با مصرف کالاهای فرهنگی رابطه وجود دارد؛ به‌طوری‌که میزان مصرف کالاهای فرهنگی در سنین ۲۶ تا ۲۹ سال به طور معنی‌داری بیشتر از ۱۸ تا ۲۱ سال است. همچنین نتایج نشان داد متغیرهایی همچون جنسیت، وضعیت تأهل و درآمد، تأثیری بر میزان مصرف کالاهای فرهنگی نداشتند. فائقی و باینگانی در پژوهشی با عنوان "سنجش سرمایه فرهنگی براساس پایگاه اقتصادی- اجتماعی" (۱۳۹۵) که بین ۴۰۰ نفر از شهروندان ۲۰-۶۴ ساله شهر اصفهان انجام دادند؛ به این نتیجه دست‌یافتند که میزان سرمایه فرهنگی در میان طبقات اجتماعی، متفاوت است. بنابراین می‌توان گفت بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی با سرمایه فرهنگی رابطه معناداری وجود دارد و پایگاه اقتصادی- اجتماعی بیشترین تبیین‌کنندگی را بر بُعد نهادینه‌شده سرمایه فرهنگی دارد.

گاورلیوک و گاورلیوک (Gavereliuc, & Gavereliuc, 2014) پژوهشی با عنوان "سرمایه نمادین و ابعاد سرمایه فرهنگی برای سازمان‌های آموزشی رومانیایی" انجام دادند. در این تحقیق به سرمایه نمادین به‌عنوان موتور ژنراتور ایجادکننده الگوهای باز در محیط آموزشی اشاره دارد و به بررسی مشکلات فکری و رفتاری نظام آموزشی غرب رومانیایی می‌پردازد و برای آن راه حل فکری و عملی ارائه می‌دهد و سرمایه نمادین را به عنوان تئوری نوسازی رابط‌هایی برای بهبود نظام آموزشی کشور، پیشنهاد می‌دهد که ریشه در نگرش‌های اجتماعی و تاریخ فرهنگی کشور دارد. همچنین خواجه و موافی (Khawaja, Mowafi, 2006) در پژوهش خود به بررسی رابطه سرمایه فرهنگی با سلامت روانی- اجتماعی در بین زنان فقیر و متاهل شهر لبنان پرداختند. نتایج

آمار استنباطی حاکی از آن بود که سرمایه فرهنگی، پیش‌بینی‌کننده قوی و معناداری برای متغیر سلامت عمومی و روانی در میان زنان ساکن منطقه فقیرنشین شهری بود. مرور مطالعات انجام‌شده داخلی و خارجی نشان می‌دهد در پژوهش‌های پیشین سرمایه فرهنگی، متغیری مستقل و تأثیرگذار بوده است و در اکثر مطالعات بر متغیرهای دیگر همچون سلامت عمومی- روانی، سرمایه اجتماعی و احساس امنیت اثرگذار بوده است. همچنین در اغلب پژوهش‌ها به بررسی رابطه پایگاه اقتصادی-اجتماعی با سرمایه فرهنگی پرداخته شده است. وجه تمایز و نوآوری پژوهش حاضر از این حیث است که سرمایه فرهنگی به عنوان متغیر وابسته و تأثیرپذیر مورد سنجش قرار گرفته است و همچنین به بررسی رابطه پایگاه اقتصادی-اجتماعی با سه بُعد سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته، عینیت‌یافته و نهادینه‌شده به تفکیک پرداخته شده است. علاوه بر آن، جامعه آماری پژوهش و بررسی وضعیت سرمایه فرهنگی در بین حاشیه‌نشینان از دیگر مزایای مقاله حاضر می‌باشد.

مبانی نظری و چارچوب پژوهش

سرمایه فرهنگی از دیدگاه پیر بوردیو

هدف این پژوهش بررسی سرمایه فرهنگی و شاخص‌های آن می‌باشد. به اعتقاد بوردیو (۱۹۸۴)، ساختار اجتماعی هر جامعه سرمایه‌داری پیشرفته‌ای، موقعیت‌های اجتماعی را که به گونه‌ای افقی و سلسله‌مراتبی متمایز است، تعیین می‌کند. بوردیو در مقاله اشکال سرمایه از سه نوع سرمایه اصلی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی نام می‌برد و برای آن‌ها از سایر سرمایه‌ها ارزش بیشتری قائل می‌شود. از نظر بوردیو سرمایه فرهنگی در فضای اجتماعی معنا پیدا می‌کند و این فضاهای اجتماعی باهم متفاوتند؛ که به تبع هنجارها، ارزش‌ها و اشکال قدرت متفاوتی وجود دارد. در فضای اجتماعی، عاملان بیشتر بر پایه شعور عملی رفتار می‌کنند. در نتیجه سلسله‌ای از کنش‌ها، تمایلات، گرایش‌های گوناگون به ذهن منتقل شده است که افراد از آن آگاه نیستند؛ که بوردیو به این تمایلات پایدار و طرحواره‌های ادراک و ارزش‌گذاری و کنش "عادتواره" می‌گوید. عادتواره

چیزی است که به افراد امکان می‌دهد که آن محیط اجتماعی‌ای را بپذیرند که متعلق به آن‌هاست و عاداتی را بپذیرند که با تعلق اجتماعی آنان سازگار است؛ به بیان بهتر می‌توان گفت که عادتواره در خلاء پدید نمی‌آید؛ بلکه رفتارهای عاملان به واسطه اموری درونی شکل می‌گیرد که بازتاب ساختارهای بیرونی‌اند. این ساختارهای بیرونی "میدان" نام دارند که شبکه‌های ارتباطی‌اند و جدای از آگاهی و اراده فردی هستند (Bourdieu, 1984: 460). مهم‌ترین میدان مورد تأکید بوردیو، میدان تولید فرهنگی است که در بررسی مصرف کالاهای فرهنگی بسیار راهگشا بوده‌است. میدان فضایی بین کنشگران است (بوردیو، ۱۳۹۳: ۶۸). میدان‌ها مدل‌های کوچک در درون فضای اجتماعی هستند که با عملکرد عادتواره پیوند می‌یابند. این عملکرد برای دستیابی به انواع سرمایه‌هاست. پس می‌توان گفت سرمایه همان چیزی است که به میدان وجود می‌بخشد و سرمایه باید وجود داشته باشد تا کشاکش برای دستیابی به آن در میدان رخ دهد. این کشاکش، بنیان سلطه را در میدان شکل می‌دهد (همان: ۸۴). ذائقه محصول منش‌ها و برآمده از شرایط ساختاری طبقاتی است (Bourdieu, 1984: 173). از دیدگاه بوردیو کسانی که در طبقه اجتماعی بالاتر جای داشته، بهتر توانسته‌اند ذائقه‌شان را به دیگران تحمیل کنند و با ذائقه طبقات پایین‌تر مخالفت کنند. او ذائقه را با ساختمان ذهنی نیز پیوند می‌دهد. به عقیده بوردیو میان محصولات فرهنگی و ذائقه، رابطه دوسویه دیالکتیکی وجود دارد. دگرگونی در کالاهای فرهنگی تغییرهایی را در ذائقه به بار می‌آورد؛ همچنان که دگرگونی در ذائقه به تغییر شکل‌های محصولات فرهنگی می‌انجامد (بوردیو، ۱۳۸۰: ۳۲-۳۵).

سرمایه فرهنگی از دیدگاه کالینز^۱

کالینز سرمایه فرهنگی را شامل منابعی نظیر مکالمات ازپیش‌اندوخته در حافظه، شیوه زبانی، انواع خاص دانش و مهارت، حق ویژه تصمیم‌گیری و حق دریافت احترام می‌داند. به عبارتی، سرمایه فرهنگی نوع دیگر سرمایه است که در یک سازمان وجود دارد (مانند تحصیلات عالیه اعضای سازمان) که این نوع سرمایه نیز در برخی موارد و تحت شرایطی قابل تبدیل به سرمایه اقتصادی است. کالینز سرمایه فرهنگی را به سرمایه فرهنگی عام یا تعمیم‌یافته و سرمایه فرهنگی خاص تقسیم می‌کند. سرمایه فرهنگی عام، معادل نمادهای غیرشخصی و بیانگر منابع فرهنگی عموم طبقات و گروه‌ها در جامعه است. سرمایه فرهنگی خاص، مربوط به اندوخته‌های ذهنی افراد است و در هویت‌های فردی و شخصی تبلور یافته‌است (فاضلی، ۱۳۸۲: ۴۹).

سرمایه فرهنگی از دیدگاه دیوید تراسبی^۲

به اعتقاد تراسبی یکی از ابزارهای پرکردن شکاف میان علم اقتصاد و فرهنگ، مطرح کردن رهیافتی برای بازنمایی پدیده‌های فرهنگی است که ویژگی‌های ذاتی این پدیده‌ها را طوری در برمی‌گیرد که هم در گفتمان اقتصادی و هم در گفتمان گسترده‌تر فرهنگی قابل درک است. وی معتقد است که چنین ابزاری به وسیله مفهوم سرمایه فرهنگی فراهم می‌شود (تراسبی، ۱۳۹۱: ۶۷). تراسبی میان سرمایه معمولی تمایز قائل می‌شود و معتقد است که سرمایه فرهنگی هم ارزش فرهنگی می‌آفریند و هم ارزش اقتصادی؛ اما سرمایه معمولی، تنها ارزش اقتصادی می‌آفریند. از سوی دیگر وی معتقد است سرمایه فرهنگی به دو شکل ملموس و ناملموس می‌تواند وجود داشته باشد. تراسبی معتقد است ارزش اقتصادی یک دارایی می‌تواند تا حد زیادی به دلیل ارزش فرهنگی آن افزایش یابد. بنابراین میان این دو، رابطه‌ای علی برقرار است؛ ممکن است ارزش فرهنگی موجب ارزش اقتصادی شود. بنابراین، ممکن است یک بنای تاریخی ارزش فرهنگی

"خالص" را مطابق با یک یا تعداد بیشتری از معیارهای پیشنهادی قبلی مجسم کند و در عین حال به عنوان یک دارایی، واجد ارزش اقتصادی باشد که هم از محتوای فیزیکی آن ناشی شود و هم از محتوای فرهنگی آن؛ اما سرمایه فرهنگی ناملموس، رابطه متفاوتی میان ارزش فرهنگی و اقتصادی دارد؛ برای مثال موجودی (ذخیره) موسیقی و ادبیات، آداب و رسوم و عقاید، و زبان، ارزش فرهنگی زیادی دارند ولی هیچ گونه ارزش اقتصادی ندارند؛ زیرا نمی توانند به عنوان دارایی دادوستد شوند؛ مگر زمانی که حقوق مربوط به عایدات آتی خرید و فروش شود. در این جا هم، بخشی از ارزش اقتصادی چنین جریان هایی، در چارچوب هایی کاملاً فیزیکی یا مکانیکی قرار دارد؛ یعنی در قالب کالاهای عمومی که بنا به دلایل کاملاً اقتصادی تقاضا می شوند. این بررسی ها نشان می دهد که به احتمال زیاد میان ارزش فرهنگی و اقتصادی اقلام سرمایه فرهنگی همبستگی وجود دارد؛ اما این رابطه به هیچ وجه رابطه کاملی نیست. به نظر تراسبی سرمایه فرهنگی در جاهایی دیگر نیز کاربرد دارد؛ مثلاً در زبان عامیانه. این مفهوم عبارت است از اشاره به ادعاهای شهرهای گوناگون درباره برتری در جایگاه فرهنگی عام یا خاص. به نظر وی تثبیت شده ترین کاربرد مفهوم سرمایه فرهنگی، به احتمال زیاد در جامعه شناسی و مطالعات فرهنگی متأثر از بوردیو است که بعداً ایده هایش به حوزه های دیگری مثل نقد ادبی، اقتصاد - سیاسی و مردم شناسی و آموزش و پرورش گسترش یافته است. تراسبی در ادامه به اشتراکات میان سرمایه فرهنگی و طبیعی اشاره می کند؛ سرمایه فرهنگی مادی به ارث رسیده از گذشته را می توان دارای وجه اشتراکی با منابعی طبیعی دانست که آن ها نیز به عنوان نعمتی در اختیار ما هستند؛ منابع طبیعی حاصل بخشش طبیعت اند، سرمایه فرهنگی نیز حاصل فعالیت های خلاقانه بشر است که منحصر به فرد است (ابراهیمی و دیگران، ۱۳۹۶: ۳۲).

پژوهشگرانی همچون تراسبی، کالینز و بوردیو درباره سرمایه فرهنگی و شاخص های آن اظهار نظر کرده اند. بنابراین با استناد به نظریات پژوهش در یافتیم مرتبط ترین نظریه، نظریه سرمایه فرهنگی بوردیو است و برای سنجش میزان سرمایه فرهنگی آزمودنی ها، از پرسشنامه استاندارد بوردیو استفاده شد. از دیدگاه بوردیو سرمایه اقتصادی (ثروت)، سرمایه فرهنگی (دانش،

صلاحیت)، سرمایه نمادین (احترام، پرستیژ، افتخار) و سرمایه اجتماعی (پیوندهای اجتماعی و اعتماد) شکل‌های متنوعی از انواع سرمایه‌هاست (بوردیو، ۱۳۹۰: ۴۱۰). مهم‌ترین سرمایه‌ای که بوردیو از آن نام برد، سرمایه فرهنگی است که به سه بخش سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته، عینیت-یافته و نهادینه‌شده تقسیم می‌شود که در ادامه، هریک از شاخص‌های سرمایه فرهنگی به تفکیک، تشریح می‌شود.

سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته

این سرمایه با شخصی که در آن تجسم می‌یابد، ارتباط نزدیک دارد؛ در واقع، نوعی ثروت بیرونی است که به‌عنوان بخش جدایی‌ناپذیری از فرد درآمده‌است. این همان بخشی است که بوردیو آن را بُعد سرمایه فرهنگی همراه با تولد می‌نامد که نمی‌توان آن را از راه هدیه، خرید و یا مبادله به دیگری منتقل کرد. این بُعد سرمایه فرهنگی، توانایی بالقوه‌ای دارد که به تدریج، بخشی از وجود فرد شده و در او به تثبیت رسیده‌است که می‌تواند با سرمایه‌گذاری زمان، در شکل‌گیری یادگیری، افزایش یابد؛ بنابراین بُعد سرمایه فرهنگی نمی‌تواند به طور آنی انتقال یابد (روح‌الامینی، ۱۳۹۵: ۳۴).

سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته

این بُعد از سرمایه فرهنگی که بیشتر در کالاها و اشیای مادی تجسم می‌یابد، از بدیهی‌ترین و آشکارترین نوع ابعاد سرمایه فرهنگی است که افراد جامعه می‌توانند از آن بهره‌مند شوند. این سرمایه به نوعی در شکل اقتصادی هم مطرح است؛ به‌طور خلاصه، به تمامی اشیاء و کالاهای فرهنگی، سرمایه فرهنگی عینی می‌گویند؛ اما خصلت اساسی این سرمایه، در این است که اثر آموزشی بر، دارندگان آن می‌گذارد و قابل انتقال است.

سرمایه فرهنگی نهاده‌شده

لازمه این نوع سرمایه، وجود افراد با صلاحیت و مستعد، در جهت کسب انواع مدارک تحصیلی و دانشگاهی است؛ از طرف دیگر، وجود نهادهای رسمی است که این مدارک تحصیلی را صادر و به آن رسمیت ببخشند. از ویژگی‌های بارز این سرمایه، این است که به شکل پل میانی اقتصاد و فرهنگ عمل می‌کند و این توانایی را دارد که سرمایه فرهنگی را از راه کاربرد آن به طریق معقول و رسمی، به نوعی سرمایه اقتصادی تبدیل نماید. سرمایه فرهنگی نهاده‌شده، با قانون و مقررات نهاده‌شده، حاصل می‌شود و برای دارنده آن پایگاه اجتماعی ایجاد می‌کند. این بُعد سرمایه فرهنگی، به کمک ضوابط اجتماعی و به‌دست‌آوردن عنوان‌هایی مانند: مدارک تحصیلی، تصدیق حرفه و کار برای افراد دارنده آن کسب موقعیت می‌کند. این سرمایه، قابل انتقال و واگذاری نمی‌باشد و به‌دست‌آوردن آن برای افراد، به شرایط معینی بستگی دارد (پاتنام و کلمن، ۱۳۸۴: ۱۴۲). بنابراین نظریه بورديو به‌عنوان چارچوب نظری پژوهش می‌باشد که پرسشنامه براساس آن طرح‌ریزی شده است.

سؤالات پژوهش

آیا پایگاه اقتصادی - اجتماعی با میزان سرمایه فرهنگی (تجسم‌یافته، عینیت‌یافته و نهاده‌شده - شده) رابطه معناداری خواهد داشت؟

آیا متغیرهای جمعیت‌شناختی (سن، جنس، شهر محل سکونت، قومیت) با میزان سرمایه فرهنگی (تجسم‌یافته، عینیت‌یافته و نهاده‌شده) رابطه معناداری خواهد داشت؟

فرضیات پژوهش

به‌نظر می‌رسد بین پایگاه اقتصادی - اجتماعی و سرمایه فرهنگی (تجسم‌یافته، عینیت‌یافته و نهاده‌شده) رابطه معناداری وجود دارد.

به‌نظر می‌رسد بین متغیرهای جمعیت‌شناختی (سن، جنس، شهر محل سکونت، قومیت) و سرمایه فرهنگی (تجسم‌یافته، عینیت‌یافته و نهادینه‌شده) رابطه معناداری وجود دارد.

روش‌شناسی پژوهش

مطالعه حاضر از نوع پژوهش توصیفی-تحلیلی با رویکرد پیمایشی است و با توجه به هدف این تحقیق که بررسی تأثیر متغیرهای زمینه‌ای بر سرمایه فرهنگی است، سعی دارد سهم هر کدام از عوامل جمعیت‌شناختی (سن، جنسیت، شهر محل سکونت، قومیت و پایگاه اقتصادی-اجتماعی) در سرمایه فرهنگی را با بهره‌گیری از روش پیمایشی به‌دست آورد. جامعه آماری این تحقیق شامل شهروندان ۱۸ سال به بالای سه شهر بجنورد، اسفراین و شیروان است که در زمان انجام پژوهش با استناد به سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵ در خراسان شمالی دفتر آمار و اطلاعات سازمان برنامه‌وبودجه، جمعیت کل شهرهای بجنورد، شیروان و اسفراین ۵۹۰۶۹۱ نفر اعلام شده‌است. در این پژوهش برای تعیین حجم نمونه، از جدول مورگان استفاده شده‌است که با توجه به محاسبات انجام‌شده طبق جدول مورگان، حجم نمونه به‌دست‌آمده برابر ۴۱۲ می‌باشد. روش نمونه‌گیری در پژوهش فوق، روش نمونه‌گیری هدفمند و تلفیقی است که شامل شیوه نمونه‌گیری طبقه‌ای برحسب معیارهای جمعیت‌شناختی، تصادفی ساده و خوشه‌ای چندمرحله‌ای است. در ابتدا با بهره‌گیری از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای، با توجه به جمعیت هریک از شهرهای بجنورد، شیروان و اسفراین، تعداد نمونه انتخاب شده‌است. با توجه به فرمول کوکران و جدول مورگان مشخص شد که در هر شهر به نسبت جمعیت چه تعداد پرسشنامه باید پخش شود؛ پس از آن، از بین مناطق هر شهر به تفکیک، چند محله انتخاب شد و سپس، از آن محلات، تعدادی بلوک (خیابان) برگزیده و از درون آن بلوک‌ها، کوچه‌هایی و سپس خانه‌هایی انتخاب شد. در هر خانه اگر فردی با شرایط سنی مورد نظر در تحقیق، حاضر به پاسخگویی بود، پرسشنامه در اختیار وی قرار می‌گرفت. در این پژوهش برای سنجش میزان پایایی پرسشنامه نیز آلفای

کروناخ به دست آمده است. در نهایت داده‌های پژوهش، پس از جمع‌آوری به کمک نرم‌افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

برای سنجش متغیر سرمایه فرهنگی از پرسشنامه استاندارد بورديو استفاده شد. بورديو سرمایه فرهنگی را طبق جدول ۱ به سه بُعد سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته (مالکیت کالاها و وسایل الکترونیک، مالکیت امور مربوط به هنر، دسترسی به فضای مجازی)، سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته (فعالیت‌های بصری، مطالعاتی و تفریح و سرگرمی) و سرمایه فرهنگی نهادینه‌شده (مدارک و مدارج تحصیلی و علمی) دسته‌بندی می‌کند. به‌طور کلی برای سنجش سرمایه فرهنگی فرد از منظر بورديو، سؤالاتی درباره بازدید از موزه و بناهای تاریخی و گالری‌های هنری، مطالعه کتب ادبیات کلاسیک، رفتن به سینما و تئاتر و همچنین میزان توانمندی و مهارت در شعر، نقاشی، خطاطی و نویسندگی، موسیقی، سینما و تئاتر، داشتن مدارج علمی و مدارک تحصیلی از پاسخگویان پرسیده شد. میزان سرمایه فرهنگی پاسخگویان در مقاله حاضر با استفاده از ۳۵ گویه با سطح سنجش ترتیبی در قالب طیف ۵ قسمتی لیکرت از "کاملاً موافقم" تا "کاملاً مخالفم" مورد سنجش قرار گرفت. در این مقاله از اعتبار صوری و محتوایی برای تعیین روایی این پرسشنامه استفاده شده است. در پژوهش‌های پیشین نیز گرامی (۱۳۹۱)، اسماعیلی (۱۳۹۱)، خیری (۱۳۹۵) و... برای سنجش سرمایه فرهنگی از پرسشنامه استاندارد بورديو استفاده کرده‌اند. ضریب آلفا در هریک از تحقیقات پیشین به ترتیب ۰/۸، ۰/۷، ۰/۵، ۰/۶ گزارش شده است. در این پژوهش نیز ضریب آلفای کروناخ گویه‌های مربوط به ابعاد سرمایه فرهنگی ۰/۹۳ به دست آمد که نشان‌دهنده همبستگی درونی بالای گویه‌ها در این پرسشنامه است.

جدول ۱) ابعاد سرمایه فرهنگی

ابعاد سرمایه فرهنگی	شاخص‌های سرمایه فرهنگی	
سرمایه فرهنگی	سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته	_ مالکیت وسایل و کالاهای الکترونیک _ مالکیت امور مربوط به مطالعه _ مالکیت امور مربوط به هنر
	سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته	_ فعالیت‌های بصری _ تفریح و سرگرمی _ فعالیت‌های مطالعاتی
	سرمایه فرهنگی نهادینه‌شده	_ مدارک و مدارج تحصیلی و علمی و فرهنگی

(Bourdieu, 1984: 112)

پایگاه اقتصادی - اجتماعی

به‌عنوان جایگاه فرد برحسب میزان بهره‌مندی از سرمایه اقتصادی و اجتماعی به صورت یک شاخص ترکیبی از معرف‌های ثروت و منزلت شغلی، مورد سنجش قرار گرفته‌است. در این پژوهش پایگاه اقتصادی - اجتماعی شهروندان با ۵ گویه مربوط به تحصیلات پاسخگو، تحصیلات پدر و مادر پاسخگو، شغل و درآمد مورد سنجش قرار گرفته است (کاظمی‌پور، ۱۳۷۸: ۸۵).

یافته‌های پژوهش

الف. سیمای جمعیت‌شناختی

جدول (۲) آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

شاخص	وضعیت
سن	۳۰/۸: درگروه سنی ۱۸-۲۵ سال، ۲۳/۵: بین ۲۶-۳۳ سال، ۲۳/۵: بین ۳۴-۴۱ سال، ۱۸٪ در گروه سنی ۴۲-۴۹ سال، ۳/۲٪ ۵۰ سال و بالاتر
جنسیت	۴۶/۶٪ مرد، ۵۳/۲٪ زن
تحصیلات	۵/۳٪ بی‌سواد، ۲۳/۱٪ زیر دیپلم، ۳۵/۷٪ دیپلم، ۲۹/۶٪ کارشناسی، ۰/۵٪ کارشناسی ارشد و بالاتر
درآمد	۶۷/۷٪ کمتر از دو میلیون، ۲۲/۸٪ بین دو-چهار میلیون، ۶/۳٪ بین چهار-شش میلیون، ۰/۸٪ بیش از شش میلیون
شغل	۴۳/۴٪ آزاد، ۱۹/۷٪ کارمند، ۱۵/۸٪ محصل، ۲۱/۱٪ بیکار
شهر محل سکونت	۵۱/۹٪ بجنورد، ۲۱/۸٪ اسفراین، ۲۵/۵٪ شیروان
قومیت	۲۵/۲٪ پارسی، ۴۴/۴٪ کُرد کرمانج، ۲۰/۱٪ تُرک، ۴/۱٪ ترکمن، ۵/۶٪ سایر اقوام

از بین ۴۱۲ نفر پاسخگو، ۱۹۲ نفر (۴۶/۶٪) مرد و ۲۱۹ نفر (۵۳/۲٪) زن، مورد پژوهش قرار گرفتند. یک نفر نیز به این سؤال پاسخ نداده‌است. یافته‌ها بیانگر این است که بیشترین تعداد پاسخگویان ۱۴۷ نفر (۳۵/۷٪) دارای تحصیلات دیپلم می‌باشند و کمترین میزان فراوانی مربوط به بی‌سوادان با (۵/۳٪) می‌باشد. از بین ۴۱۲ نفر پاسخگو، تنها دو نفر به این سؤال پاسخ نداده‌اند. همچنین بیشترین میزان تحصیلات با فراوانی ۲۳۱ نفر (۵۶/۱٪) مربوط به گزینه بی‌سواد می‌باشد؛ نیز آمارها نشان می‌دهد که تنها ۲ نفر (۰/۵٪) از ۴۱۲ نفر پاسخگو، دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و بالاتر هستند. آمارها نشان‌دهنده این است که بیشترین فراوانی ۲۰۰ نفر (۴۸/۵٪) از پدر پاسخگویان بی‌سواد هستند. همچنین باتوجه به جدول می‌توان گفت از بین ۴۱۲ نفر پاسخگو، تنها ۲ نفر (۰/۵٪) از پدر پاسخگویان دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و بالاتر هستند. باتوجه به آمارهای به‌دست‌آمده می‌توان گفت بیشترین فراوانی ۲۷۹ نفر (۶۷/۷٪) مربوط

به درآمد کمتر از دومیلیون می‌باشد؛ از این تعداد تنها ۱۰ نفر (۲/۴٪) دارای درآمد بیش از شش میلیون است. آمارها نشان می‌دهد که سه نفر از پاسخگویان نیز به این سؤال پاسخ نداده‌اند. داده‌های موجود نشان می‌دهد که از بین افراد مورد مطالعه، بیشترین تعداد، ۱۷۹ نفر (۴۳/۴٪)، دارای مشاغل آزاد هستند. کمترین میزان فراوانی، ۸۱ نفر (۱۵/۸٪) نیز مربوط به دانش‌آموزان است. همچنین لازم به ذکر است که دسته‌بندی بیکار شامل افراد خانه‌دار، سرباز و بیکار می‌باشد که دارای شغل و حقوق نیستند. نتایج مبین این است که از بین شرکت‌کنندگان، بیشترین تعداد، ۲۱۴ نفر (۵۱/۹٪)، ساکن بجنورد، ۹۰ نفر (۲۱/۸٪) ساکن اسفراین و ۱۰۵ نفر (۲۵/۵٪) ساکن شیروان بوده‌اند. از بین آزمودنی‌ها، ۳ نفر محل سکونت خود را گزارش نکرده‌اند. علاوه‌برآن، بیشترین فراوانی، ۱۸۳ نفر (۴۴/۴٪)، مربوط به قومیت گُردهای کرمانج است. همچنین پارسی‌ها با فراوانی ۱۰۴ نفر (۲۵/۲٪) و ترک‌زبان‌ها با تعداد ۸۳ نفر (۲۰/۱٪) به ترتیب رتبه دوم و سوم از نظر بیشترین میزان فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند. کمترین میزان فراوانی ۱۷ نفر (۴/۱٪) متعلق به ترکمن‌ها است. تنها ۲ نفر از بین ۴۱۲ آزمودنی، قومیت خود را عنوان نکرده‌اند. نتایج مبین این نکته است که بیشتر پاسخگویان، ۱۲۷ نفر (۳۰/۸٪)، در گروه سنی ۱۸-۲۵ سال قرار می‌گیرند؛ همچنین کمترین میزان فراوانی، ۱۳ نفر (۳/۲٪)، متعلق به گروه سنی ۵۰ سال به بالا می‌باشد. تنها ۴ نفر (۱٪) از پاسخگویان، سن خود را بیان نکرده‌اند.

ب. یافته‌های توصیفی پژوهش

جدول ۳) یافته‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

مقیاس‌ها	میانگین	انحراف معیار	واریانس	حدّ اقل نمره	حدّ اکثر نمره	تعداد
سرمایه فرهنگی	۳/۴۱	۱/۱۲	۱/۲۶	۱	۵	۴۱۲
تجسم یافته	۳/۴۳	۱/۱۰	۱/۲۲	۱	۵	۴۱۲
عینیت یافته	۳/۰۷	۱/۰۹	۱/۲۱	۱	۵	۴۱۲
نهادینه شده	۲/۰۱	۱/۰۲	۱/۰۴	۱	۵	۴۱۲
پایگاه اقتصادی اجتماعی	۲/۳۶	۰/۹۴	۰/۸۸	۱	۵	۴۱۲

با توجه به اطلاعات به دست آمده در جدول ۳ و همچنین مقدار میانگین به دست آمده می‌توان به این نتیجه رسید که سرمایه فرهنگی در بین شهروندان سه شهرستان بجنورد، اسفراین و شیروان در سطح بالایی قرار دارد. همچنین میانگین هریک از شاخص‌های سرمایه فرهنگی را نیز محاسبه کردیم؛ همان گونه که از جدول فوق ملاحظه می‌شود سرمایه فرهنگی تجسم یافته که مربوط به مهارت‌های فردی و سرگرمی است در بین پاسخگویان در سطح بالایی قرار دارد؛ اما سرمایه فرهنگی عینیت یافته که نشان دهنده مالکیت امور هنری و... است، در سطح متوسط به بالا قرار دارد. علاوه بر آن، سرمایه فرهنگی نهادینه شده که مربوط به مدارج تحصیلی است، در سطح پایینی قرار دارد و توزیع فراوانی تحصیلات پاسخگویان و والدین آن‌ها نیز تأییدکننده این نتیجه می‌باشد.

با توجه به اطلاعات به دست آمده در جدول فوق و همچنین مقدار میانگین به دست آمده می‌توان به این نتیجه رسید که پایگاه اقتصادی - اجتماعی در بین شهروندان سه شهرستان بجنورد، اسفراین و شیروان در سطح متوسط به بالایی قرار دارد؛ بدین معنا که پاسخگویان از دارائی و منزلت اجتماعی متوسطی برخوردار هستند. باتوجه به میزان حداقل و حداکثر نمره، پایگاه اقتصادی - اجتماعی را می‌توان در سه طیف پایین، متوسط و بالا دسته‌بندی کرد. از آن جا که میانگین پایگاه اقتصادی - اجتماعی (۲/۳۶) بین اعداد ۲- ۳ قرار دارد، با استناد به آزمون و

میانگین به‌دست‌آمده؛ می‌توان گفت پایگاه اقتصادی- اجتماعی آزمودنی‌ها در سطح متوسط رو به بالایی قرار دارد.

آزمون نرمال‌بودن داده‌ها

جدول (۴) محاسبه کشیدگی و چولگی متغیرها

متغیرها	تعداد	چولگی		مقدار کشیدگی	
		ضریب استاندارد	ضریب غیر استاندارد	ضریب استاندارد	ضریب غیر استاندارد
تجسم‌یافته	۴۱۲	۰/۵۷۱	۰/۱۲۱	-۰/۱۱۶	۰/۲۴۲
عینیت‌یافته	۴۱۲	-۰/۳۹۲	۰/۱۲۳	-۰/۶۱۵	۰/۲۴۵
نهادینه‌شده	۴۱۲	۰/۰۷۲	۰/۱۲۴	-۰/۷۶۴	۰/۲۴۷
سرمایه فرهنگی	۴۱۲	-۰/۱۹۱	۰/۱۲۷	-۰/۷۶۰	۰/۲۵۳

اگر مقدار چولگی (کجی) و کشیدگی (ارتفاع یک توزیع) داده‌ها در دامنه (۲- و ۲) قرار داشته باشد؛ داده‌ها از توزیع نرمال برخوردارند؛ در نتیجه با توجه به مقدار چولگی به‌دست‌آمده که در دامنه (۲- و ۲) قرار دارد می‌توان گفت داده‌ها نرمال هستند (جدول ۴).

جدول (۵) آزمون کولموگروف- اسمیرنوف

متغیر	میانگین	انحراف استاندارد	وضعیت آزمون کولموگروف اسمیرنوف	سطح معناداری
نهادینه‌شده	۶/۴۴	۲/۱۳	۰/۱۳۱	۰/۱۲۰
عینیت‌یافته	۷۷/۷۶	۱۶/۳۸	۰/۰۴۹	۰/۰۴۹
تجسم‌یافته	۵۲/۲۰	۱۰/۷۶	۰/۰۶۸	۰/۰۸۲
سرمایه فرهنگی کل	۱۳۰/۰۰	۲۴/۹۰	۰/۰۵۳	۰/۰۵۵

همان گونه که در جدول ۵ مشاهده می شود، آزمون کولموگروف اسمیرنوف برای تمام متغیرهای مورد پژوهش معنادار است، که سطح معناداری بیش از ۰/۰۵ تأییدکننده این روابط است. بنابراین متغیرها دارای توزیع نرمالی هستند و می توان از تحلیل های پارامتریک برای آن استفاده کرد.

ارتباط بین متغیرهای جمعیت شناختی و سرمایه فرهنگی

جدول ۶) نتایج آزمون تفاوت میانگین سرمایه فرهنگی بر حسب جنسیت

متغیر	جنسیت	میانگین	انحراف معیار	مقدار f	سطح معناداری	تأیید یا عدم تأیید
سرمایه فرهنگی	مرد	۳/۴۹	۱/۱۴	۱/۰۲۵	۰/۳۱۲	عدم تأیید
	زن	۳/۳۳	۱/۱۱			
تجسم یافته	مرد	۳/۴۹	۱/۱۵	۲/۹۷۸	۰/۰۸۵	عدم تأیید
	زن	۳/۳۸	۱/۰۶			
عینیت یافته	مرد	۳/۱۸	۱/۰۷	۰/۰۹۰	۰/۷۶۴	عدم تأیید
	زن	۲/۹۷	۱/۱۲			
نهادینه شده	مرد	۱/۹۹	۱/۰۴	۰/۳۷۶	۰/۵۴۰	عدم تأیید
	زن	۲/۰۴	۰/۹۹			

با توجه به اینکه سطح معناداری به دست آمده، از سطح معناداری پذیرفته شده (۰/۰۵) بیشتر است، می توان گفت بین سرمایه فرهنگی و شاخص های آن بر حسب جنسیت رابطه معناداری وجود ندارد؛ بنابراین فرضیه (H1) مبتنی بر وجود رابطه بین جنسیت و سرمایه فرهنگی رد می شود که این امر ناشی از مصرف روزافزون کالاهای فرهنگی و جنسیت زد شدن کالاهای مصرفی به دلیل دسترسی آسان، کم هزینه بودن، جهانی شدن و تحرک اجتماعی است (جدول ۶).

جدول (۷) نتایج آزمون آنالیز واریانس یک‌طرفه تفاوت سرمایه فرهنگی برحسب قومیت

متغیر	طبقات	میانگین	انحراف معیار	مقدار F	سطح معناداری	تأیید یا عدم تأیید
سرمایه فرهنگی	پارسی	۲/۰۰	۱/۰۰	۲/۰۱۰	۰/۰۹۲	عدم تأیید
	گُردهای کرمانج	۲/۱۱	۱/۱۳			
	تُرک	۲/۳۲	۰/۹۷			
	ترکمن	۲/۳۲	۱/۱۷			
	سایر	۱/۹۸	۰/۷۹			
تجسم‌یافته	پارسی	۲/۲۱	۱/۰۵	۲/۱۴۵	۰/۰۷۵	عدم تأیید
	گُردهای کرمانج	۲/۰۷	۰/۹۸			
	تُرک	۲/۳۵	۱/۱۱			
	ترکمن	۲/۲۷	۱/۱۲			
	سایر	۱/۹۸	۰/۸۳			
عینیت‌یافته	پارسی	۲/۰۴	۰/۹۱	۰/۶۵۶	۰/۶۳۲	عدم تأیید
	گُردهای کرمانج	۲/۲۸	۱/۰۶			
	تُرک	۲/۲۱	۱/۱۳			
	ترکمن	۲/۲۲	۱/۰۵			
	سایر	۲/۰۲	۰/۷۷			
نهادینه‌شده	پارسی	۲/۲۱	۰/۸۷	۱/۱۰۲	۰/۳۵۵	عدم تأیید
	گُردهای کرمانج	۲/۲۹	۱/۰۸			
	تُرک	۲/۰۴	۱/۱۵			
	ترکمن	۲/۰۶	۱/۲۷			
	سایر	۲/۵۷	۱/۴۰			

با توجه به مقدار $F (F=۲/۰۱۰)$ و سطح معناداری ($\text{sig}=۰/۰۹۲$)، میانگین سرمایه فرهنگی در بین قومیت‌های پارسی، تُرک، گُردهای کرمانج، ترکمن و... از لحاظ آماری تفاوت معناداری ندارد.

همچنین یافته‌ها مبین این است که بین ابعاد سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته، عینیت‌یافته و نهادینه - شده با قومیت رابطه معناداری وجود ندارد؛ به عبارت بهتر میزان سرمایه فرهنگی افراد مورد مطالعه، متأثر از قومیت نیست (جدول ۷).

جدول ۸) نتایج آزمون آنالیز واریانس یکطرفه تفاوت سرمایه فرهنگی برحسب شهر محل سکونت

متغیر	طبقات	میانگین	انحراف معیار	مقدار F	سطح معناداری	تأیید یا عدم تأیید
سرمایه فرهنگی	بجنورد	۱۲۳/۶۷	۲۴/۰۴	۲۵/۲۶۱	۰/۰۰۰	تأیید
	شیروان	۱۳۰/۰۱	۲۱/۳۴			
	اسفراین	۱۴۵/۲۷	۲۵/۵۱			
تجسم‌یافته	بجنورد	۷۰/۵۱	۱۴/۹۰	۲۷/۲۸۵	۰/۰۰۰	تأیید
	شیروان	۷۳/۹۰	۱۳/۲۰			
	اسفراین	۸۴/۰۴	۱۴/۹۲			
عینیت‌یافته	بجنورد	۵۰/۲۸	۱۰/۶۵	۱۲/۲۶۳	۰/۰۰۰	تأیید
	شیروان	۵۲/۰۴	۹/۵۹			
	اسفراین	۵۶/۹۲	۱۱/۴۶			
نهادینه‌شده	بجنورد	۶/۴۷	۲/۲۰	۰/۱۲۱	۰/۸۸۶	عدم تأیید
	شیروان	۶/۴۶	۲/۱۰			
	اسفراین	۶/۳۴	۲/۱۱			

جدول ۸، نتایج آزمون آنالیز واریانس یکطرفه تفاوت سرمایه فرهنگی و ابعاد آن، برحسب شهر محل سکونت پاسخگویان را نشان می‌دهد. با توجه به مقدار $F (F=25/261)$ و سطح معناداری ($sig=0/000$)، میانگین سرمایه فرهنگی در بین شهرهای بجنورد، شیروان و اسفراین متفاوت است؛ به‌طوری‌که شهروندان ساکن شهر اسفراین سرمایه فرهنگی بالاتری نسبت به شهرهای بجنورد و شیروان دارند. همچنین بررسی رابطه شاخص‌های سرمایه فرهنگی با شهر محل سکونت نشان داد که افراد ساکن در شهر اسفراین از سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته و عینیت‌یافته بالاتری نسبت به سایر شهرهای مورد مطالعه برخوردارند. علاوه بر آن، سطح معناداری به‌دست‌آمده ($0/886$) بیانگر این است که بین سرمایه فرهنگی نهادینه‌شده و محل سکونت رابطه معناداری

وجود ندارد. بنابراین فرض (H_1) مبتنی بر اینکه بین دو متغیر شهر محل سکونت و ابعاد سرمایه فرهنگی رابطه معنادار وجود دارد، تأیید می‌شود.

جدول ۹) نتایج آزمون اسپیرمن رابطه سن با سرمایه فرهنگی

متغیر	گروه سنی		
	سطح معناداری	ضریب همبستگی	جهت رابطه
سرمایه فرهنگی	۰/۰۰۰	۰/۲۱۱**	مثبت
تجسم یافته	۰/۰۰۵	۰/۱۳۹**	مثبت
عینیت یافته	۰/۰۰۰	۰/۳۴۵**	مثبت
نهادینه شده	۰/۰۰۰	-۰/۳۰۵**	معکوس

باتوجه به سطح معناداری به دست آمده که از سطح خطای پذیرفته شده (۰/۰۵) کمتر است؛ می‌توان گفت بین متغیر سن و سرمایه فرهنگی و ابعاد آن رابطه معناداری وجود دارد. با استناد به جدول ۹ می‌توان اظهار داشت بین سرمایه فرهنگی تجسم یافته و عینیت یافته با سن، رابطه مثبت و معنادار قوی‌ای وجود دارد؛ اما رابطه بین سرمایه فرهنگی نهادینه شده و سن معکوس است.

جدول ۱۰) نتایج آزمون اسپیرمن رابطه پایگاه اقتصادی- اجتماعی با سرمایه فرهنگی

متغیر	پایگاه اقتصادی- اجتماعی		
	سطح معناداری	ضریب همبستگی	جهت رابطه
سرمایه فرهنگی	۰/۰۰۷	۰/۱۳۲**	مثبت
تجسم یافته	۰/۱۴۰	-۰/۰۷۳	معکوس
عینیت یافته	۰/۰۰۴	۰/۱۴۲**	مثبت
نهادینه شده	۰/۰۰۰	۰/۴۶۴**	مثبت

با توجه به سطح معناداری به دست آمده در جدول ۱۰ که از سطح خطای پذیرفته شده (۰/۰۵) کمتر است؛ می توان گفت بین متغیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی با سرمایه فرهنگی و دو بُعد سرمایه فرهنگی عینیت یافته و نهادینه شده ساکنان حاشیه شهرهای بجنورد، اسفراین و شیروان رابطه معنی داری در سطح ضعیفی وجود دارد؛ بدین معنا که منزلت اجتماعی افراد تعیین کننده میزان سرمایه فرهنگی عینیت یافته و نهادینه شده پاسخگویان می باشد. به عبارت بهتر میزان سرمایه فرهنگی عینیت یافته و نهادینه شده در بین افراد مورد مطالعه، متأثر از پایگاه اقتصادی- اجتماعی آن ها می باشد. ضریب همبستگی نشان داد که همبستگی بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی با ابعاد سرمایه فرهنگی، علی رغم معنادار بودن، در سطح ضعیف و پایینی قرار دارد. علاوه بر آن، سطح معناداری به دست آمده (۰/۱۴۰) مبین این است که پایگاه اقتصادی- اجتماعی بر سرمایه فرهنگی تجسم یافته که مربوط به فعالیت ها و سرگرمی است، تأثیر گذار نمی باشد.

بحث و نتیجه گیری

هدف از انجام پژوهش حاضر، بررسی تأثیر متغیرهای جمعیت شناختی بر میزان سرمایه فرهنگی و ابعاد آن است. یافته های توصیفی بیانگر سطح بالای سرمایه فرهنگی در بین حاشیه نشینان شهرهای بجنورد، اسفراین و شیروان بوده است.

در مورد متغیر سرمایه فرهنگی نیز از چارچوب نظری پیر بوردیو استفاده شد. بوردیو در ارائه نظریه طبقات اجتماعی خود سهم قابل توجهی را به سرمایه فرهنگی اختصاص داده است (شامپاین، ۱۳۹۱: ۳۳). از منظر بوردیو نظام های نمادین به طور هم زمان سه کارکرد مرتبط اما مجزا را انجام می دهند؛ این کارکردها شامل شناخت، ارتباط و تمایز اجتماعی است (بوردیو، ۱۳۹۳: ۴۲). در این پژوهش با توجه به اینکه به سنجش رابطه سرمایه فرهنگی با متغیرهایی نظیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی و سایر متغیرهای دموگرافیک اشاره شده است، تمرکز بر بُعد سوم؛ یعنی تمایز اجتماعی می باشد. بنابراین نظام های نمادین وسیله ای برای سلطه هستند.

با توجه به نتایج آزمون تی می‌توان گفت بین جنسیت و سرمایه فرهنگی و شاخص‌های آن رابطه معناداری وجود ندارد. با توجه به آماره‌های به دست آمده می‌توان تحلیل کرد که جهانی شدن و افزایش وسایل ارتباطی نوین سبب افزایش مصرف کالاهای فرهنگی شده‌است؛ همچنین دردسترس بودن موسیقی سبب جنسیت‌زد شدن این کالای فرهنگی شده‌است. همچنین امروزه مردانگی و زنانگی را نمی‌توان با ملاک‌های دآوری پیشین سنجید؛ چراکه در جوامع پیشرفته، زنان به افق‌های جدیدی دست یافته‌اند؛ همچنین دسترسی به منابع فرهنگی نظیر کتاب، موسیقی، شعر، تئاتر و... برای زنان و مردان برابر است. در نتیجه جنسیت عامل تعیین‌کننده‌ای برای مصرف کالای فرهنگی نیست. علاوه بر آن طبق نظریه سلیقه‌های مصرفی زیمل می‌توان گفت زنان در آغاز راه برابرخواهی در جستجوی ارتقای موقعیت اجتماعی خویش با برگزیدن الگوهای مصرفی فرهنگی توانستند به این ارتقا دست یابند. بنابراین این موضوع می‌تواند دال بر برابری جنسیتی در ایران، حداقل از منظر مصرف کالای فرهنگی باشد. نتایج پژوهش حاجی‌زاده و رضوی دینانی (۱۳۹۵) با نتایج پژوهش فوق همسو می‌باشد. همچنین نتایج نشان‌دهنده عدم وجود تفاوت معنادار بین میانگین سرمایه فرهنگی و شاخص‌های سه‌گانه آن بر حسب قومیت است؛ به عبارتی بهتر، قومیت نقشی در کاهش یا افزایش میزان سرمایه فرهنگی شهروندان ساکن در شهرهای بجنورد، شیروان و اسفراین ندارد.

نتایج آزمون پیرسون برای سنجش رابطه گروه سنی و سرمایه فرهنگی و ابعاد آن نشان داد که بین سن و دو بُعد سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته و عینیت‌یافته رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ بدین معنا که با افزایش سن، سرمایه فرهنگی فرد در بعد مالکیت وسایل و کالاهای فرهنگی و همچنین فعالیت‌ها و مشغولیت فرد به کارهای هنری نظیر خطاطی، خوشنویسی و ... افزایش می‌یابد؛ اما با استناد به آماره‌های به دست آمده می‌توان گفت، با افزایش سن، سرمایه فرهنگی نهاده‌دیده شده که مربوط به مدارک تحصیلی و مدارج علمی است، کاهش می‌یابد.

همچنین یکی دیگر از اهداف پژوهش حاضر مقایسه میزان سرمایه فرهنگی و شاخص‌های آن در بین سه شهر بجنورد، شیروان و اسفراین بود. نتایج آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه نشان داد

که سرمایه فرهنگی تجسم یافته و عینیت یافته در بین شهرهای مختلف، تفاوت معناداری دارد؛ بدین معنا که میزان سرمایه فرهنگی تجسم یافته و عینیت یافته در بین ساکنان اسفراین بیش از دو شهر بجنورد و شیروان است. با توجه به سطح معناداری به دست آمده (۰/۸۸۶) می توان این گونه استدلال کرد که بین سرمایه فرهنگی نهادینه شده و شهر محل سکونت از لحاظ آماری، رابطه معناداری وجود ندارد.

با توجه به سطح معناداری به دست آمده که از سطح خطای پذیرفته شده (۰/۰۵) کمتر است؛ می توان گفت بین متغیر پایگاه اقتصادی - اجتماعی با سرمایه فرهنگی و دو بُعد سرمایه فرهنگی عینیت یافته و نهادینه شده ساکنان حاشیه شهرهای بجنورد، اسفراین و شیروان رابطه معنی داری وجود دارد؛ بدین معنا که میزان سرمایه فرهنگی عینیت یافته و نهادینه شده در بین افراد مورد مطالعه، متأثر از پایگاه اقتصادی - اجتماعی آنها است. نتایج پژوهش حاضر با مطالعات فائقی و باینگانی (۱۳۹۵)، پناهی و امیدی (۱۳۹۱)، کارکنان نصرآبادی و دیگران (۱۳۹۱) و داوون (Dunn, 2008) مبتنی بر رابطه سرمایه فرهنگی و پایگاه اقتصادی - اجتماعی همسو است. سرمایه فرهنگی عینیت یافته مربوط به مالکیت امور هنری و سرمایه فرهنگی نهادینه شده نیز بیانگر مدارج علمی و تحصیلی است که این دو پارامتر متأثر از درآمد و طبقه اقتصادی فرد است؛ بنابراین انتظار می رفت که درآمد، شغل و تحصیلات به عنوان شاخص های پایگاه اقتصادی - اجتماعی، تبیین کننده سرمایه فرهنگی باشند. طبقات بالا و افراد دارای منزلت اجتماعی فقط امکانات اقتصادی در اختیار ندارند؛ بلکه سرمایه غیر اقتصادی و به طور خاص سرمایه فرهنگی را نیز در اختیار دارند؛ ناظر بر مسأله فوق می توان گفت سرمایه فرهنگی به عنوان برخورداری از فرهنگ پایگاه های اقتصادی - اجتماعی، گرایش ها و انگاره ها در نظر گرفته می شود که اغلب با سازوکارهای مهم بازتولید سلسله مراتب اجتماعی پیوند می یابد (Hayse, 2004).

همچنین نتایج نشان داد بین سرمایه فرهنگی تجسم یافته و پایگاه اقتصادی - اجتماعی از لحاظ آماری، رابطه وجود ندارد. امروزه به دلیل جهانی شدن و فراگیر شدن کالاهای فرهنگی، راحت تر و کم هزینه بودن کالاهای هنری و پیشرفت تکنولوژی، امکان دسترسی به هر نوع کالای فرهنگی

برای افراد جامعه میسر شده و سبب درهم شکستن مرزهای مرسوم در این حیطه شده‌است. تحرک اجتماعی، فراطبقاتی‌شدن مصرف و همچنین مصرف کالاهای فرهنگی به‌عنوان بخشی از سبک زندگی مصرفی، سبب شده تا عواملی مثل درآمد، شغل، تحصیلات و... در تعیین مصرف کالاهای فرهنگی نقش‌چندانی نداشته باشند. بنابراین سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته که دربرگیرنده فعالیت بصری، تفریح و سرگرمی است، متأثر از پایگاه اقتصادی- اجتماعی افراد نیست؛ چراکه کالاهای فرهنگی به‌وفور در جامعه وجود دارد و برای استفاده‌کردن و مصرف کالاهای فرهنگی، نیاز به صرف هزینه گزاف نیست.

منابع

- ابراهیمی، قربانعلی؛ و دیگران (۱۳۹۶). "بررسی تأثیر سرمایه فرهنگی بر اعتماد اجتماعی (مطالعه موردی: شهروندان ۱۸ سال و بالاتر شهر تهران)". *جامعه‌شناسی مطالعات جوانان*، دوره ششم، ش ۲۱ (بهار): ۲۵-۴۴.
- اسماعیلی، نجمه (۱۳۹۱). "بررسی رابطه سرمایه فرهنگی و سبک زندگی زنان (مورد مطالعه: زنان متأهل شهر شیراز)". پایان‌نامه کارشناسی ارشد مطالعات زنان، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی.
- بوردیو، پیر (۱۳۸۰). *نظریه کنش: دلایل عملی و انتخاب عقلانی*. ترجمه مرتضی مردی‌ها. تهران: نقش و نگار.
- _____ (۱۳۹۰). *تمایز، قضاوت‌های ذوقی*. ترجمه حسن چاوشیان. تهران: انتشارات ثالث.
- _____ (۱۳۸۴). *شکل‌های سرمایه*. گردآورنده کیان تاجبخش، ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان. تهران: شیرازه.
- _____ (۱۳۹۳). *تمایز: نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی*. ترجمه حسین چاوشیان. تهران: ثالث.
- پاتنام، رابرت؛ کلمن، جیمز (۱۳۸۴). *سرمایه اجتماعی: اعتماد، دموکراسی و توسعه*. ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان. تهران: شیرازه.
- پناهی، حسین؛ امیدی، مهدی (۱۳۹۱). "رابطه پایگاه اقتصادی - اجتماعی با سرمایه فرهنگی (مورد مطالعه: شهر تهران)". *فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر*، سال ششم، ش ۱۷ (تابستان): ۳۳-۶۶.
- تراسبی، دیوید (۱۳۹۱). *اقتصاد و فرهنگ*، ترجمه کاظم فرهادی. تهران: نشر نی.
- جباری، الهه (۱۳۹۸). "بررسی رابطه سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی با احساس امنیت زنان شهر سمنان". پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور استان تهران، مرکز پیام نور تهران غرب.

- حاجی‌زاده، رویا؛ رضوی دینانی، ابتسام (۱۳۹۵). "مصرف کالاهای فرهنگی و عوامل مؤثر بر آن (مطالعه موردی: جوانان ۱۸ الی ۲۹ ساله شهرستان خوی)". *مطالعات جامعه‌شناسی*، دوره هشتم، ش ۲۹ (زمستان): ۹۳-۱۱۲.
- حسنوند، مهدی (۱۳۹۷). "رابطه بین سرمایه اجتماعی- فرهنگی و احساس امنیت در بین زنان شهرستان خرم‌آباد". *فصلنامه علمی تخصصی دانش/انتظامی لرستان*، سال ششم، ش ۳ (پاییز): ۲۷-۵۷.
- خیری، الهام (۱۳۹۵). "بررسی مقایسه‌ای وضعیت توسعه فرهنگی و سرمایه فرهنگی در شهر جدید پرند و رباط‌کریم". پایان‌نامه کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی و توسعه منطقه‌ای، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی.
- روح‌الامینی، محمود (۱۳۹۵). *زمینه فرهنگ‌شناسی*. تهران: دانشگاه پیام‌نور.
- شامپاین، پاتریک (۱۳۹۱). *پیر بوردیو، مرور زندگی و آثار*. ترجمه ناهید مؤیدحکمت. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- صالحی امیری، سیدرضا (۱۳۸۶). *مفاهیم و نظریه‌های فرهنگی*. تهران: ققنوس.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۲). *مصرف و سبک زندگی*. قم: انتشارات صبح صادق.
- _____؛ و دیگران (۱۳۹۲). "توسعه اجتماعی، شاخص‌ها و جایگاه ایران در جهان". *فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی- فرهنگی*، دوره دوم، ش ۱ (تابستان): ۱۵۹-۱۸۲.
- فائق، سحر؛ باینگانی، بهمن (۱۳۹۵). "سنجش سرمایه فرهنگی طبقات براساس پایگاه اقتصادی-اجتماعی (مطالعه موردی: شهروندان اصفهانی)". *جامعه‌پژوهی فرهنگی*، پژوهشگاه علوم/انسانی و مطالعات فرهنگی، سال هفتم، ش ۳ (پاییز): ۱۲۷-۱۴۸.
- کارکنان نصرآبادی، محمد؛ و دیگران (۱۳۹۱). "بررسی عوامل مؤثر بر سرمایه فرهنگی در شهرستان‌های کاشان و آران و بیدگل". *فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، سال هشتم، ش ۲۷ (تابستان): ۱۴۴-۱۷۰.

- کاظمی پور، شهلا (۱۳۷۸). "الگوی در تعیین پایگاه اجتماعی - اقتصادی افراد و سنجش تحرک اجتماعی با تکیه بر مطالعه موردی در شهر تهران". *نامه علوم اجتماعی*، پیاپی ۱۱۰۹، دوره ۱۴، ش ۱۴ (زمستان): ۱۳۹-۱۷۲.

- گرامی، فتح اله (۱۳۹۱). "بررسی رابطه بین سرمایه فرهنگی و منزلت اجتماعی دبیران متوسطه شهر خلخال". پایان نامه کارشناسی ارشد علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خلخال.

- Bourdieu, Pierre. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* Routledge. London: Routledge.

- Dunn, Kestrel (2008). "Cultural Capital, Socio-Economic Class, and Parental Involvement in Indian Children's Educational Experiences", *Education* 129(1), 170, available in: dkeestrel.com/KDunn_IndianChildrenEducationExperiences.pdf.

- Gavereliuc, Dana; Gavereliuc, Alin (2014). "Symbolic capital and cultural dimensions in Romanian educational organizations, Procidia". *Journal social and behavior sciences*, Vol. 127, No. 4: 392-395.

- Hayse, Jessica Ann (2004). *the impact of social and cultural capital*. California State University: Sacramento.

- Khawaja, Marwan; Mowafi, Mona (2006). "Cultural Capital and Self-Rated Health in Low Income Women: Evidence from the Urban Health Study, Beirut, Lebanon". *Journal of Urban Health*, Vol. 83, No. 3: 444-458.

- Weininger, Elliot B.; Lareau, Annette (2006). *Cultural capital in education research: a critical assessment. Theory and Society*. University of Maryland: College Park.

پیامدهای فرهنگی - اجتماعی توسعه فرایند بازاریابی در کسب و کارهای کارآفرینانه خانگی (مورد مطالعه: صنایع دستی استان خراسان شمالی)

صادق ولی نژاد^۱

ابراهیم عباسی^۲

پرویز سعیدی^۳

محمودرضا مستقیمی^۴

نوع مقاله: علمی- پژوهشی

شماره صفحه: ۱۲۱-۱۴۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۹/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۲۸

چکیده

با توجه به اهمیت موضوع کارآفرینی و اشتغال، پژوهش حاضر بر آن است تا با کنکاشی نوپردازانه و ایجاد همگرایی بین دو حوزه بازاریابی و کارآفرینی به شناسایی و تبیین پیامدهای فرهنگی- اجتماعی توسعه فرایند بازاریابی در کسب و کارهای خانگی در بخش صنایع دستی استان خراسان شمالی بپردازد. روش پژوهش از نوع کیفی (روش گراند تئوری) بوده و گردآوری داده‌ها با استفاده از مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته و بررسی پیشینه‌های تحقیق صورت پذیرفت. جامعه آماری تحقیق شامل اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های کشور با تخصص بازاریابی و کارآفرینی، اعضای کارگروه اشتغال و کارآفرینی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و کارآفرینان منتخب در بخش کسب و کارهای کارآفرینانه خانگی حوزه صنایع دستی در استان خراسان شمالی

۱. دانشجوی دکتری گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی‌آباد کتول

laumarketing@yahoo.com

۲. دانشیار گروه مدیریت، دانشگاه الزهراء، تهران، نویسنده مسؤول

Abbasiebrahim2000@alzahra.ac.ir

۳. دانشیار گروه مدیریت، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول

Dr. parvizsaedi@yahoo.com

۴. استادیار گروه مدیریت، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول

m_r_mostaghimi@yahoo.com

است که با استفاده از روش نمونه‌گیری نظری (هدفمند) و رسیدن به نقطه اشباع نظری در نهایت پس از ۲۱ مصاحبه به عنوان نمونه انتخاب شدند. لازم به ذکر است تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز طی سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی صورت گرفت. بر اساس نتایج حاصل از پژوهش، پیامدهای فرهنگی - اجتماعی توسعه فرایند در بازاریابی کسب‌وکارهای کارآفرین خانگی شامل پنج مؤلفه تحت عناوین بهبود کیفیت زندگی، اشتغال‌زایی پایدار، بهبود زیرساخت‌ها، نهادینه‌سازی کارآفرینی، افزایش گرایش به مشاغل خانگی شناسایی و استخراج شد. همگرایی بین دو حوزه بازاریابی و کارآفرینی موجب ایجاد مزیت رقابتی و خلق ثروت می‌شود و منافع اجتماعی و فرهنگی فراوانی برای کارآفرینان بخش خانگی در استان خراسان شمالی و همچنین در سطح جامعه به همراه خواهد داشت.

واژگان کلیدی: توسعه بازاریابی، کسب‌وکارهای خانگی، خراسان شمالی.

مقدمه

دنیای کنونی شاهد تغییرات گسترده‌ای در محیط‌های کاری و فضای کسب‌وکار است. ظهور فناوری‌های جدید و دل‌زدگی افراد از محیط‌های کاری صنعتی و مدرن، نویدبخش ظهور کسب‌وکارها و سازمان‌های جدیدی است که به سازمان‌های عصر فراصنعتی یا پست‌مدرن^۱ معروف هستند (هچ، ۱۳۹۶: ۵۳). در دهه‌های اخیر از یک طرف سازمان‌ها روزبه‌روز کوچک‌تر و انعطاف پذیرتر شده‌اند و از طرف دیگر مرزهای میان خانه و محل کار در حال از بین رفتن است. بر اساس نظریه توسعه انسانی و معقول^۲، کار در آینده در خدمت دیگران نخواهد بود بلکه فعالیتی است که انسان برای خود انجام می‌دهد که با مدیریت و کنترل خود و برای رفع نیازهایش همراه است (الوانی، ۱۳۹۸: ۲۹۱). به همین دلیل در سال‌های اخیر شمار کسانی که به طور مستقل و برای خود کار می‌کنند بویژه صاحبان مشاغل و کسب‌وکارهای خانگی^۳ رشد فزاینده‌ای یافته‌است

1. Postmodern / Post industrial

2. Sane, Human, Ecological (SHE)

3. Home-Based Business (HBB)

(Mottner & Ford, 2015:10). کسب‌وکارهای خانگی به‌طور معمول در زمره کسب‌وکارهای خُرد (تعداد کارکنان کمتر از پنج نفر) طبقه‌بندی شده و وجه تمایز آن با دیگر کسب‌وکارها، واقع‌بودن آن در خانه مالک و اداره‌کننده آن است. اگرچه این نوع کسب‌وکارها اغلب جزو بخش پنهان و غیررسمی اقتصاد هستند؛ اما نقش قابل توجهی در ثروت و رشد اقتصادی یک جامعه و توسعه سرمایه اجتماعی آن دارند (Edwards, 2010:14)؛ تا جایی که به زعم برخی اندیشمندان فرصت‌های کسب‌وکار خانگی باعث خوداشتغالی برای رفع کاستی‌ها و تأمین نیازهای محلی یک اقتصاد می‌شود و علاوه بر ایجاد زمینه لازم جهت توسعه پایدار اقتصادی، بستر را برای توسعه اجتماعی و فرهنگی نیز هموار می‌کند (Horgan, 2015: 09).

راه‌اندازی یک کسب‌وکار خانگی نیازمند برخورداری از مجموعه مهارت‌های اساسی است. با وجود اینکه راه‌اندازی این نوع از کسب‌وکار به سرمایه‌هنگفتی نیاز ندارد؛ اما لازمه درآمدزایی از مقداری سرمایه اندک نیز، برخورداری از مهارت‌هایی چون مهارت‌های مدیریت مالی، مدیریت زمان، سازمان‌دهی یک مجموعه کاری، مدیریت فردی و مهم‌تر از همه مهارت یا ذهنیت بازاریابی است (Mottner & Ford, 2015: 11). به عبارت دیگر در حقیقت مهم نیست که مالک کسب‌وکار خانگی چه مقدار سرمایه یا محصول در اختیار دارد یا تا چه میزان فرایندهای تولیدی را به درستی انجام داده‌است؛ بلکه اگر فاقد توانایی کافی جهت ارائه محصولات و پیشبرد اهداف کسب‌وکار خود باشد، فرصت را از دست داده‌است و چنین توانایی‌ای در واقع همان مهارت و توانایی بازاریابی است (Edwards, 2010: 17).

به هر حال فرایند بازاریابی یک عملکرد جامع و مجموعه‌ای از فرایندها جهت ایجاد، برقراری ارتباط و خلق ارزش برای مشتریان و مدیریت روابط با آن‌ها جهت ایجاد ارزش و سودآوری در یک کسب و کار است؛ بنابراین، لازمه موفقیت یک کسب‌وکار خانگی، ایجاد روابط بلندمدت با مشتریان و خلق ارزش برای آنان می‌باشد. نتیجه چنین عملیاتی، دستیابی به مشتریانی وفادار است که به منبعی ارزشمند جهت اشاعه محصول/ خدمت میان سایر مصرف‌کنندگان تبدیل می‌شوند و در واقع این بازاریابی است که مدیر یک کسب‌وکار خانگی را قادر به کشف، خلق،

برانگیختن، جلب رضایت و برآوردن تقاضاها و خواسته‌های مشتریان می‌کند (Jones, & Rowley, 2011: 22).

علی‌رغم اینکه در سال‌های اخیر، کسب‌وکارهای خانگی به‌عنوان راهکاری مهم جهت ایجاد اشتغال و درآمد در بسیاری از کشورهای مختلف مورد توجه قرار گرفته‌است؛ اما متأسفانه یکی از اصول حیاتی برای موفقیت هر کسب‌وکاری را نادیده گرفته‌است. در حقیقت بدون وجود یک الگوی بازاریابی منسجم و یکپارچه، کلیه تلاش‌های سازمانی در این زمینه تصادفی و ناکارآمد خواهند بود. با توجه به نبود مدل و الگوی جامع تبیین‌کننده بازاریابی در کسب‌وکارهای خانگی، شناخت چیستی و چگونگی عناصر، اجزا و مقوله‌های بازاریابی کسب‌وکار خانگی با بهره‌گیری از راهبرد پژوهش کیفی نظریه برخاسته از داده‌ها در این کسب‌وکارها حائز اهمیت است. از این‌رو پژوهشگر در تحقیق پیش رو تلاش دارد تا به شناسایی پیامدهای فرهنگی - اجتماعی ناشی از بازاریابی کسب‌وکارهای خانگی در استان خراسان شمالی بپردازد و از طریق اکتشاف، استخراج و تحلیل شاخص‌ها و ابعاد مرتبط با موضوع بتواند از یک‌سو موجبات بهره‌مندی دولتمردان از نتایج حاصل به منظور اصلاح محیط کسب‌وکار بویژه کسب‌وکارهای خانگی را فراهم نموده که این امر منجر به موفقیت و تداوم کسب‌وکارهای خانگی محور خواهد شد و از سوی دیگر نتایج حاصل از پژوهش حاضر بتواند علاوه بر توسعه مفهوم بازاریابی کارآفرینانه، به توسعه اجتماعی و فرهنگی بویژه استان خراسان شمالی کمک قابل ملاحظه‌ای نماید.

مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق

کسب‌وکار خانگی محور

اگرچه مفهوم کسب‌وکارهای خانگی قدمت دیرینه‌ای دارد؛ در مورد تعریف آن هنوز اتفاق نظر کلی وجود ندارد. نقطه مشترک در تأکید بر خانه به‌عنوان محل اصلی و عمده کسب‌وکار است (Musket & Mike, 2005: 02). کسب‌وکارهایی را می‌توان خانگی نامید که صرف نظر از اندازه و نوع آن‌ها، محل کار اصلی‌شان خانه باشد. اما نقطه تمایز و ابهام در تفاوتی است که میان کارکنان

خانگی^۱ و کارآفرینان خانگی^۲ وجود دارد؛ بدین ترتیب که مشخص نیست بین فعالیتهای افرادی که در استخدام و قرارداد یک شرکت یا مؤسسه مستقل بیرونی هستند اما دفتر کار و محل انجام وظایف آنها خانه است، با فعالیتهای افرادی که در استخدام هیچ سازمانی نیستند و به طور مستقل برای ایجاد ارزش افزوده به کارهای تولیدی، خدماتی و فروش می پردازند، چه تفاوتی وجود دارد (مدرسی و دیگران، ۱۳۹۵: ۱۹). در برخی تعاریف ارائه شده این دو مفهوم در هم آمیخته و کسبوکار خانگی نامیده شد اند؛ درحالی که کار خانگی مفهوم وسیعی است که صاحبان و اداره-کنندگان کسبوکارهای خانگی را نیز شامل می شود (Rosnafisah, & et. al, 2009: 04).

کسبوکار خانگی هم اکنون با بهره برداری از امتیازاتی چون رشد اقتصادی و گسترش تکنولوژی ارتباطات و فناوری اطلاعات، حیطه گسترده ای را در اکثر حوزه های اقتصادی و صنعتی به خود اختصاص داده است. اگر چه شروع مطالعات آکادمیک در حوزه کسبوکار خانگی به فعالیتهای (Walker & Webster, 2004: 07)؛ (Stokes, 2010: 12) باز می گردد، اما عمده توجهات به این حوزه به دنبال تحقیقات (Mason, 2014: 06) صورت پذیرفته است.

کسبوکار خانگی طبق تعریف ماسون (Mason, 2014: 06) عبارت است از هر واحد کسب-وکاری که در فرایندهایی چون فروش محصولات و خدمات به بازار فعالیت دارد و توسط یک فرد مستقل با همراهی یا در غیاب تعدادی نیروی کار اداره می شود. لازم به ذکر است که مدیر مالک از منزل مسکونی یا محل سکونت خود جهت اداره امور و اعمال فرایندهای کاری استفاده می کند. این تعریف حیطه گسترده ای از کسبوکارها را تحت پوشش قرار می دهد. حتی فعالیتهایی که صرفاً در محل سکونت افراد به عنوان نوعی فعالیت سرگرم کننده برپا می شوند و فردی از قبال آن، درآمد کسب می کند نیز در زمره این کسب و کارها قرار دارند. چنین کسبوکارهایی در توسعه اقتصادی کشورها، بهبود شرایط اجتماعی، توسعه داخلی، ارتقای وضعیت اشتغال و شرایط کاری و افزایش سرزندگی در جامعه نقشی عمده ایفا می کنند (Hemmea, & et.al, 2018: 16).

1. Home Workers

2. Home Entrepreneurs

بازاریابی در کسب و کارهای خانگی

توسعه یک استراتژی بازاریابی، یکی از اصول حیاتی در هر کسب و کاری بویژه کسب و کارهای خانگی به شمار می‌رود. در حقیقت بدون وجود یک برنامه بازاریابی، کلیه تلاش‌های سازمانی تصادفی و ناکارآخواهند بود. بازاریابی فرایندی است که بر کلیه فرایندهای سازمانی احاطه دارد. اغلب کارآفرینان، بازاریابی را نه تنها به عنوان یک عملکرد در نظر نمی‌گیرند؛ بلکه چیزی که به دنبال آن هستند بازاریابی جهت دستیابی به مشتریان است (Wynarczyk & Graham, 2013: 08). به عبارت دیگر از دید آن‌ها بازاریابی هسته اصلی کسب و کار را شکل می‌دهد (Gilmore, Carson & Odwyer, 2009: 09). این در حالی است که در بنگاه‌های خانگی، فعالیت‌های بازاریابی به عنوان تاکتیکی جهت بهره‌برداری از موقعیت‌های تجاری انگاشته می‌شود. در این کسب و کارها به بازاریابی به مثابه یک فلسفه سازمانی و یا یک فرایند استراتژیک توجه نشده است؛ بلکه بازاریابی فعالیتی معادل با فروش محصولات می‌باشد و اغلب بنگاه‌های خانگی فروش خود را با استفاده از تکنیک‌های ترفیع محقق می‌سازد (Nwaizugbo & Anukam, 2014: 21). در کسب و کارهای خانگی همواره بر جلب رضایت مشتریان تأکید فراوانی می‌شود. زمانی که از مالکان و کاربران کسب و کارهای موفق خانگی خواسته می‌شود تا به سودآورترین و درآمدزاترین فعالیت خود اشاره نمایند، هر بار پاسخ مشابهی دریافت می‌شود. آن‌ها بزرگ‌ترین منبع خود را جلب رضایت مشتریان می‌دانند (Edwards, 2010: 04). این در حالی است که کسب و کارهای خانگی به دلیل محدودیت در سرمایه مالی، قادر به اختصاص بودجه‌ای مجزا به فعالیت‌های بازاریابی و مقابله با رقبا نمی‌باشند و به همین دلیل همواره به دنبال راهی کم‌هزینه‌تر و سریع‌تر جهت شناسایی رقبا بوده‌اند (احمدپور داریانی و مقیمی، ۱۳۹۸: ۷۶) کسب و کارهای خانگی از طریق برقراری تعامل سازنده با واسطه‌ها و توزیع کنندگان محلی، شرکت در نمایشگاه‌ها و همایش‌های فصلی، جستجو در اینترنت، تعامل دوجانبه با مشتریان، مطالعه بروشورها و تبلیغات رسانه‌ای و پایش مستمر وبسایت‌های رقبا، اطلاعات مورد نیاز خود را در مورد رقبا، کالاها و محصولات جدید و فرصت‌های نوظهور در بازار به دست می‌آورند (Clark & Douglas, 2014: 11).

از منظر پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه بازاریابی کسب‌وکارهای خانگی محور، می‌توان به این موارد اشاره کرد: هما و دیگران (۲۰۱۸) الگوی بازاریابی کسب‌وکار خانگی را به دو طبقه برنامه-ریزی بازاریابی و عملیات بازاریابی تقسیم می‌کنند. حوزه‌های تشکیل‌دهنده برنامه‌ریزی بازاریابی عبارتند از: شناسایی فرصت‌ها، تنظیم اهداف، توسعه راهبردها، تنظیم برنامه‌ها و پیاده‌سازی و کنترل. حوزه‌های تشکیل‌دهنده طبقه عملیات بازاریابی عبارتند از: درک، پیش‌بینی و توسعه و ترفیع. هورگان (۲۰۱۵) این‌طور عنوان کرد که کارآفرینی استراتژیک یک ضرورت برای شرکت‌ها به منظور خلق حداکثر ثروت به شمار می‌آید؛ به عبارت دیگر کارآفرینی استراتژیک از طریق فعالیت‌های کارآفرینانه با دیدگاه استراتژیک، به افزایش عملکرد شرکت و توسعه مزیت رقابت پایدار از طریق افزایش سودآوری و یا سهم بازار کمک می‌کند. کلارک و داگلاس (۲۰۱۴) به این نتیجه دست‌یافتند که کارآفرینی به ترتیب بر قابلیت بازاریابی و قابلیت نوآوری به طور مستقیم تأثیر می‌گذارد و از طریق قابلیت بازاریابی و قابلیت نوآوری به طور غیرمستقیم بر مزیت رقابتی پایدار تأثیر می‌گذارد. آن‌ها معتقدند که مالکین کسب‌وکارهای خانگی از بازاریابی‌ای استفاده می‌کنند که در تعامل با کارآفرینی باشد؛ لذا از شیوه‌های بازاریابی مرسوم و قراردادی در کسب-وکارشان استفاده نمی‌کنند و بازاریابی آنها وابستگی شدیدی به توانایی‌های خود کارآفرین دارد. نتایج تحقیق ادوارد (۲۰۱۰) نشان داد که مدیرمالکان کسب‌وکارهای خانگی در بازاریابی خود از اصول رسمی و مرسوم پیروی نمی‌کنند. مدیر مالک کسب‌وکار خانگی، قبل از ورود به یک بازار جدید به دنبال راهی جهت حفظ مشتریان فعلی خود است و به طور مداوم به دنبال راهی برای فروش بیشتر محصولات خود به مشتریان فعلی است و جهت حفظ و نگهداری آن‌ها تلاش می‌کند. علی‌پور و دیگران (۱۳۹۸) بر این باورند که محیط کسب‌وکار و توسعه کارآفرینی خانگی اثر متقابل بر یکدیگر دارند؛ بدین معنا که محیط مناسب، احتمال وقوع رفتار کارآفرینانه را افزایش می‌دهد و ایجاد و توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه خانگی، خود نیز می‌تواند منجر به بهبود فضای کسب‌وکار شود. گلابی و دیگران (۱۳۹۰)، بازاریابی برای کسب‌وکارهای خانگی را به منزله راهکاری که در آن فرد کارآفرین با بهره‌گیری از توانایی‌های فردی خود و با به‌کارگیری

تجارب و تکنیک‌های کاری، قوه‌شهود و ادراکات شخصی، عملکردهای پیش‌فعالانه و پایبندی به اصول اخلاقی در بازار، سعی در کسب سود بیشتر و ارائه ارزشی بالاتر نسبت به سایر رقبا برای مشتریان اولیه و ثانویه خود دارد، می‌دانند.

محدوده مورد مطالعه

استان خراسان شمالی در شمال شرق ایران قرار دارد و مرکز آن شهرستان بجنورد است که بزرگ‌ترین شهر استان نیز می‌باشد. این استان با مصوبه دولت در سال ۱۳۸۳ و پس از تقسیم استان خراسان به سه استان، ایجاد شد. اکثریت مردم خراسان شمالی شیعه و اقلیت سنی هستند که گروه‌های قومی استان شامل گُردها، فارس‌ها، ترک‌ها و ترکمن‌ها می‌باشند. جمعیت آن ۸۱۱/۵۷۲ نفر است و بجنورد پرجمعیت‌ترین شهر استان و پس از آن شیروان پرجمعیت‌ترین شهر استان می‌باشد.

بر اساس آمار سرشماری سال ۱۳۸۵ مرکز آمار ایران، نرخ باسوادی در این استان برابر ۷۹/۱۳٪، نرخ شهرنشینی برابر با ۴۸/۳۶٪، نرخ بیکاری ۵/۹ و نرخ مشارکت اقتصادی ۴۰/۷٪ بوده است. این استان، از نظر موقعیت جغرافیایی از شمال با کشور ترکمنستان (با ۲۸۱ کیلومتر مرز مشترک)، از شرق و جنوب با استان خراسان رضوی، از جنوب غربی با استان سمنان و از غرب با استان گلستان هم‌مرز است. این استان از ۸ شهرستان، ۲۲ شهر و ۱۹ بخش، ۴۰ دهستان و ۸۶۲ روستای دارای سکنه تشکیل شده است.

استان خراسان شمالی با مساحتی حدود ۲۸/۱۷۹ کیلومتر مربع که از این نظر پانزدهمین استان ایران است، از ۸ شهرستان بجنورد، شیروان، اسفراین، مانه و سملقان، راز و جرگلان، جاجرم، فاروج و گرمه تشکیل شده است.



شکل (۱) نقشه جغرافیایی استان خراسان شمالی به تفکیک شهرستان‌های تابعه

براساس نتایج سرشماری کارگاه‌های صنعتی ۱۳۹۵ کشور، خراسان شمالی دارای ۵۶۰۰ کارگاه صنعتی با ۱۷۴۰۰ شاغل است که دارای ۱/۲۲۵۷۰۰ میلیون ریال ارزش افزوده می‌باشد. تعداد ۱۸۰ واحد صنعتی با ۱۰ نفر پرسنل و بیشتر در سطح استان فعال است (<https://fa.wikipedia.org>). البته در سال‌های اخیر مشاغل خانگی نیز در توسعه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی استان نقش بسیار برجسته‌ای داشته‌اند. راه‌اندازی مشاغل خانگی در خراسان شمالی یکی از شیوه‌هایی است که موجب مشارکت اعضای خانواده و نمو اقتصادی می‌شود. علاوه بر آن حذف هزینه‌های لازم برای ملک به‌منظور راه‌اندازی یک شغل، موجب می‌شود که سرمایه کمتری برای شروع یک شغل مورد نیاز باشد. جهت راه‌اندازی مشاغل خانگی خراسان شمالی رشته‌های گوناگونی از سوی سازمان حمایت و سازمان‌دهی مشاغل خانگی تصویب شده‌است که صنایع دستی، مواد غذایی و فرش مهم‌ترین آن‌ها هستند. بنابراین با توجه به اینکه ظرفیت‌های خوبی در خراسان شمالی در کسب‌وکارهای خانگی به خصوص در حوزه صنایع دستی نظیر فرش و گلیم وجود دارد، با اندک حمایت و مشاوره شاهد رشد چشمگیر در افزایش تعداد و توسعه در حوزه مشاغل خانگی خواهیم بود.

روش‌شناسی تحقیق

همان‌گونه که پیش‌تر اشاره شد هدف پژوهش حاضر شناسایی پیامدهای اجتماعی - فرهنگی ناشی از بازاریابی کسب‌وکارهای خانگی در بخش صنایع دستی استان خراسان شمالی است و با توجه به نوظهور بودن موضوع و مفهوم کسب‌وکار خانگی و با توجه به اینکه در مطالعات پیشین، کمتر پژوهشی یافت می‌شود که تمرکز خود را معطوف به بررسی مؤلفه‌های تاثیرگذار بازاریابی در کسب و کارهای خانگی نموده باشد، در این مطالعه با به‌کارگیری رویکرد پژوهش کیفی اکتشافی و به طور مشخص راهبرد نظریه داده‌بنیاد، اقدام به استخراج پیامدهای فرهنگی - اجتماعی بازاریابی کسب‌وکارهای کارآفرین خانگی نمودیم.

این مطالعه از منظر جهت‌گیری پژوهش جزء مطالعات بنیادین محسوب می‌شود. هدف اساسی تحقیقات بنیادین افزودن به مجموعه دانش موجود در یک زمینه خاص است. با توجه به نبود مدل و الگوی جامع تبیین‌کننده بازاریابی در کسب‌وکارهای خانگی، شناخت چیستی و چگونگی عناصر، اجزا و مقوله‌های بازاریابی کسب‌وکار خانگی با بهره‌گیری از راهبرد پژوهش کیفی نظریه داده‌بنیاد در این کسب‌وکارها دارای اهمیت است. این پژوهش مبتنی بر رویکرد استقرایی است؛ زیرا بدون پیش‌فرض به بررسی پدیده‌ای می‌پردازد که تئوری جامعی در مورد آن وجود ندارد و یا مورد اجماع نیست. ضمن اینکه در مراحل اولیه تحقیق و با توجه به اصل نمونه‌گیری نظری و نیز روشی بودن تئوری (تئوری به‌عنوان هدف غایی روش داده‌بنیاد)، می‌توان ادعا کرد، تئوری از درون داده‌های خام و واقعی متولد می‌شود و از هر مصاحبه به مصاحبه دیگری شکل می‌یابد و رشد می‌کند تا اینکه در مرحله اشباع نظری به بلوغ می‌رسد.

جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و حجم نمونه

جامعه آماری تحقیق حاضر شامل اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های کشور با تخصص بازاریابی و کارآفرینی، اعضای کارگروه اشتغال و کارآفرینی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و کارآفرینان منتخب در بخش کسب‌وکارهای خانگی حوزه صنایع دستی استان خراسان شمالی است. لازم به

ذکر است که در تحقیقات کیفی، به افرادی که در پژوهش مشارکت می نمایند، نمونه گفته نمی‌شود؛ بلکه به آن‌ها "مشارکت کننده" و یا "اطلاع‌رسان" می‌گویند و معیار دقیقی برای تعیین حجم نمونه و یا تعداد افراد مشارکت‌کننده و مطلع وجود ندارد. صاحب‌نظران مختلف برای انجام مطالعات کیفی، حجم نمون‌های متفاوتی را بیان کرده‌اند.

در مرحله طراحی الگوی تحقیق، به‌منظور نمونه‌گیری، از راهبرد "نمونه‌گیری هدفمند" استفاده شده است. هدف از این نمونه‌گیری این نیست که بتوان استنباط آماری به عمل آورد؛ بلکه هدف آن است که مناسب‌ترین فرد از مجموعه نمونه‌های ممکن انتخاب شود تا بتواند تمامی جوانب پدیده مورد بررسی را به خوبی تشریح و خزانه‌های داده‌های مورد نیاز را غنی نماید. بنابراین افرادی مورد مشاهده قرار می‌گیرند که "پدیده" مورد نظر را تجربه کرده باشند. همچنین از آن‌جا که به دنبال ساختن الگو و نظریه‌ای بر اساس داده‌های گردآوری‌شده هستیم، از "نمونه‌گیری نظری" استفاده خواهیم کرد. نمونه‌گیری نظری، فرایند گردآوری داده‌ها برای نظریه‌پردازی است که از این طریق، تحلیلگر به طور هم‌زمان داده‌هایش را گردآوری، کدگذاری و تحلیل می‌کند و تصمیم می‌گیرد چه داده‌هایی را در مرحله بعد، گردآوری و آن‌ها را کجا پیدا کند تا بدین وسیله، نظریه‌اش را تدوین کند. در نمونه‌گیری نظری انتخاب نمونه‌ها تا جایی تداوم پیدا می‌کند که به نقطه اشباع و کفایت برسد. اشباع بدین معنی است که هیچ داده تازه و مهمی در فرایند تحقیق توسط محقق کشف نشود و مقوله‌های موجود به‌خوبی از لحاظ ویژگی و ابعاد پرورده شده باشند. هدف از نمونه‌گیری نظری به حداکثر رساندن امکان مقایسه رویدادها و پدیده‌هاست تا تعیین شود چگونه یک مقوله از لحاظ ویژگی‌ها و ابعادش تغییر می‌کند (Creswell, 2007: 09).

همان‌طور که گفته شد، در این پژوهش ۲۱ نفر شامل اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های کشور با تخصص بازاریابی و کارآفرینی، اعضای کارگروه اشتغال و کارآفرینی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و کارآفرینان منتخب در بخش کسب‌وکارهای خانگی حوزه صنایع‌دستی در استان خراسان شمالی مشارکت داشتند که اطلاعات آن‌ها در جدول آمده‌است.

جدول ۱) توزیع افراد در گروه‌های مشارکت‌کننده در مصاحبه و کدهای مورد استفاده

ردیف	سمت	تخصص	کد
Row	post	speciality	code
۱	عضو هیئت علمی دانشگاه تهران (دانشکده کارآفرینی)	مدیریت کارآفرینی	P ₁
۲	عضو هیئت علمی دانشگاه تهران (دانشکده کارآفرینی) و مدرس منتخب کارگروه اشتغال و کارآفرینی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی	بازاریابی بین‌الملل	P ₂
۳	عضو هیئت علمی دانشگاه تهران (دانشکده کارآفرینی)	مدیریت بازاریابی	P ₃
۴	عضو هیئت علمی دانشگاه تهران (دانشکده کارآفرینی) و عضو کارگروه اشتغال و کارآفرینی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی	مدیریت کارآفرینی	P ₄
۵	عضو هیئت علمی دانشگاه مازندران (دانشکده علوم اقتصادی و اداری، گروه مدیریت بازرگانی)	مدیریت بازاریابی	P ₅
۶	عضو هیئت علمی دانشگاه مازندران (دانشکده علوم اقتصادی و اداری، گروه مدیریت بازرگانی) و متخصص بازاریابی کسب‌وکارهای نوپا	مدیریت بازاریابی	P ₆
۷	عضو هیئت علمی دانشگاه پیام‌نور (گروه مدیریت بازرگانی) و مدیر عامل شرکت بازرگانی خرد سالار	بازاریابی بین‌الملل	P ₇
۸	عضو هیئت علمی دانشگاه پیام‌نور (گروه مدیریت بازرگانی)	بازاریابی	P ₈
۹	کارآفرین خانگی (کیف و کفش دست‌دوز) با نام تجاری گیتاوند	-	P ₉
۱۰	کارآفرین خانگی (زیورآلات و صنایع دستی) با نام تجاری مهرآفرین	-	P ₁₀
۱۱	کارآفرین خانگی (تولیدکننده گلیم، جاجیم، گبه و چارق)	-	P ₁₁
۱۲	کارآفرین خانگی (نمدمالی) با نام تجاری دستا	-	P ₁₂
۱۳	دکتری کارآفرینی و مدیر عامل کلینیک کسب‌وکار نوین بازار	مدیریت کارآفرینی	P ₁₃
۱۴	عضو کارگروه اشتغال و کارآفرینی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و مدیر عامل کلینیک کسب و کار ایرانیان	بازاریابی	P ₁₄
۱۵	عضو هیئت علمی دانشگاه پیام‌نور (گروه مدیریت بازرگانی)	مدیریت کارآفرینی	P ₁₅
۱۶	عضو هیئت علمی دانشگاه پیام‌نور (گروه مدیریت بازرگانی)	مدیریت بازاریابی	P ₁₆
۱۷	کارآفرین خانگی (فعال در زمینه تولید و صادرات نقاشی بر روی شیشه)	-	P ₁₇
۱۸	دکتری کارآفرینی گرایش کسب‌وکار و مدرس منتخب کارگروه اشتغال و کارآفرینی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی	کارآفرینی کسب و کار جدید	P ₁₈
۱۹	دبیر کارگروه سامان‌دهی و حمایت از مشاغل خانگی وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی	کارآفرینی	P ₁₉
۲۰	عضو کارگروه اشتغال و کارآفرینی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی	توسعه کارآفرینی	P ₂₀
۲۱	مدرس منتخب کارگروه اشتغال و کارآفرینی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و مدیر عامل کلینیک کسب‌وکار سینا	کارآفرینی	P ₂₁

ابزار گردآوری و طبقه‌بندی داده‌ها

در این تحقیق ابزار جمع‌آوری اطلاعات شامل مطالعات کتابخانه‌ای (بررسی اسناد و مدارک موجود) و مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته است.

مطالعات کتابخانه‌ای: این مطالعات از طریق مراجعه به اسناد و مدارک و جست‌وجو در شبکه اینترنت برای شناخت ادبیات و پیشینه مرتبط با مفهوم بازاریابی در کسب‌وکارهای خانگی انجام شد.

انجام مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته: مصاحبه نیمه‌ساختاریافته یکی از معمول‌ترین انواع مصاحبه است که در تحقیقات کیفی مورد استفاده واقع می‌شود. این مصاحبه بین دو حد نهایی ساختاریافته و بدون ساختار قرار می‌گیرد که گاهی به آن مصاحبه عمیق هم می‌گویند که در آن از تمام پاسخگوها سؤال‌های مشابهی پرسیده می‌شود، اما آن‌ها آزادند که پاسخ خود را به هر طریقی که مایلند ارائه دهند، در این مورد مسئولیت رمزگردانی پاسخ‌ها و طبقه‌بندی آن‌ها بر عهده محقق است (دانایی‌فرد و دیگران، ۱۳۸۸: ۱۲۱). در مصاحبه‌ها جمع‌آوری داده‌ها تا رسیدن به نقطه اشباع ادامه یافت. در این مطالعه به منظور روشن‌تر شدن پاسخ افراد، سؤالات در قالب "نیمه‌ساختاریافته" و مبتنی بر چارچوب نظری طراحی شده‌است و از مصاحبه‌شوندگان خواسته شد خارج از چارچوب نظری به تشریح و توصیف موضوع بپردازند. سپس پاسخ سؤالات مربوطه در داخل چارچوب نظری در جداول مناسب صورت‌بندی شد. هدف از طرح سؤالات آن بود که برای شرکت‌کنندگان در فرایند تحقیق این امکان فراهم آید که بدون توجه به نقش محقق به‌عنوان یک کارشناس یا پژوهشگر، پاسخ‌های خود را مطرح کنند. در نهایت از طریق تحلیل محتوا شرایط علی تأثیرگذار در بازاریابی کسب‌وکار خانگی حاصل شد و داده‌های گردآوری‌شده به روش استنباط استقرایی در قالب مفهوم، مقوله و ابعاد دسته‌بندی شدند. با توجه به ماهیت اکتشافی تحقیق نوع روش تحلیل محتوای مورد استفاده، روش کیفی است. در روش کیفی تحلیل محتوا، پایه واحد اطلاعاتی، در واقع، حضور یا عدم حضور یک خصیصه است. در این روش، واژه‌ها به‌عنوان مجموعه‌ای از کمیت‌ها مورد مطالعه قرار می‌گیرند و عبارت‌ها و گاه حتی جملات و بندها

نیز چنین نقشی می‌یابد. محقق بر اساس دانش خود یا مطالعه‌ای که انجام می‌دهد می‌کوشد تا دریابد آیا تک‌واژه‌ها، عبارت‌ها، جمله‌ها، یا بندها قادرند نماینده پیام‌هایی باشند؟ محقق این واحدها را در مقوله‌هایی که عناصر آن دارای وجوه مشترک هستند دسته‌بندی می‌کند؛ هرگاه تعدادی از واحدها در رده‌های یکسان قرار گیرند که گروه همگنی را تشکیل دهند آن گروه را مقوله می‌نامند. مقوله‌بندی در تحلیل محتوا اهمیت فراوان دارد و محقق را قادر می‌سازد تا هر مفهوم و نماینده آن را مشخص کند.

روایی و پایایی تحقیق

در پژوهش‌های کیفی، از جمله تئوری داده‌بنیاد، روایی بیشتر بر روی صحت داده‌ها (روایی درونی) تأکید دارد تا معنایی که در مطالعات کمی به کار می‌رود. به عبارتی، در این روش پژوهشی سعی شد که از طریق ایجاد روابط علی و حذف روابط مصنوعی، روایی درونی افزایش یابد. این کار از طریق ارائه نتایج به‌دست‌آمده به مصاحبه‌شوندگان (مشارکت‌کنندگان در پژوهش)، انجام شد. با تأیید یافته‌ها از سوی آن‌ها، اطمینان بیشتری نسبت به روایی حاصل شد. در این تحقیق، با ارائه بازخورد به مصاحبه‌شوندگان و قراردادن آن‌ها در مسیر تحقیق به‌طوری که بر نحوه پاسخگویی آن‌ها تأثیرگذار نبود، به منظور افزایش روایی درونی اقدام شد. ضمناً، پس از انجام هر مصاحبه، الگوی به‌دست‌آمده تا آن مرحله ارائه شد و در صورتی که مصاحبه‌شونده نکاتی را نسبت به الگو موردنظر داشتند، مورد بحث قرار می‌گرفت. این کار پس از انجام مصاحبه انجام شد تا مصاحبه خالی از هرگونه پیش‌فرض و جهت‌گیری انجام شود. بنابراین روایی در پژوهش کیفی بیشتر بر روی صحت داده‌ها (روایی درونی) تأکید دارد تا معنایی که در مطالعات کمی به کار می‌رود. اگر مصاحبه‌شوندگان (مشارکت‌کنندگان در پژوهش) یافته‌های پژوهش را مورد تأیید قرار دهند، می‌توان نسبت به روایی پژوهش بیشتر مطمئن شد.

برای حصول اطمینان از روایی مرحله نخست پژوهش یعنی دقیق‌بودن یافته‌ها از منظر مشارکت‌کنندگان در پژوهش، اقدامات زیر نیز انجام شد (Creswell, 2007: 09).

تطبیق توسط اعضا^۱: مشارکت کنندگان، پارادایم کدگذاری محوری را بازبینی و نظر خود را در ارتباط با آن ابراز کردند و دیدگاه‌های ایشان در کدگذاری محوری اعمال شد.

بررسی همکار^۲: چند تن از اساتید و دانشجویان دکتری بازاریابی به بررسی یافته‌ها و اظهار نظر درباره کدگذاری محوری پرداختند.

مشارکتی‌بودن پژوهش: به طور هم‌زمان از مشارکت کنندگان در تحلیل و تفسیر داده‌ها کمک گرفته شد.

بازاندیشی پژوهشگر^۳: تا حد امکان تلاش شد سوگیری و پیش‌داوری پژوهشگر کنترل شود. از آنجا که مؤلفه پایایی به گستره تکرارپذیری یافته‌های پژوهش اشاره دارد و در انجام مطالعات کیفی پژوهشگر به تفسیر موضوع مورد مطالعه می‌پردازد، نیازی به ایجاد و ارائه مفهوم سنتی پایایی نیست، بنابراین در بحث پایایی پژوهش، باید نشان داد که چگونه داده‌ها گردآوری شده و کدگذاری، استخراج مفاهیم و انتخاب طبقات به چه نحوی صورت گرفته‌است. با توجه به اینکه بر اساس رویکرد داده‌بنیاد، پس از انجام هر مصاحبه، فرایند کدگذاری انجام شده‌است، به منظور حصول اطمینان از صحت انجام کار، نتایج کدگذاری به مصاحبه‌شوندگان ارائه می‌شد. همچنین، پس از هر مصاحبه الگوی به‌دست‌آمده تا آن مرحله به افراد ارائه می‌شد تا چنان‌چه تغییر و یا اصلاحی در نظر دارند، به منظور بررسی و اعمال ارائه کنند. به علاوه به منظور افزایش اطمینان از کیفیت و دقت کدگذاری انجام‌شده در این پژوهش، تلاش شد تا نسبت به ارزیابی کدگذاری انجام‌شده اقدام گردد. علاوه بر این یکی دیگر از راهکارهای تعیین پایایی در پژوهش‌های کیفی، انجام کدگذاری به صورت مستقل نتایج مصاحبه‌های مشارکت کنندگان به صورت تصادفی توسط فردی است که سابقه ذهنی در خصوص موضوع ندارد. به‌منظور سنجش کیفیت کدگذاری انجام‌شده، در این پژوهش از روش توافق بین دو کدگذار بر اساس ضریب کاپای کوهن استفاده شد و نتایج (ضریب کاپا: ۰/۷۶۴) حاکی از رد فرض استقلال کدهای استخراج‌شده و تأیید وابستگی

-
1. Member Checking
 2. Peer Examination
 3. Researcher reflexivity

آن‌ها با یکدیگر است. از این رو می‌توان ادعا کرد که فرایند کدگذاری از پایداری کافی برخوردار است.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

تجزیه و تحلیل اطلاعات بر مبنای روش کدگذاری نظری انجام شد. کدگذاری نظری عبارت است از عملیاتی که طی آن داده‌ها تجزیه، مفهوم‌سازی، و به شکل تازه‌ای در کنار یکدیگر قرار داده می‌شوند. مراحل کدگذاری مورد استفاده در این تحقیق شامل کدگذاری باز بر مبنای مقولات استخراج‌شده از مطالعه مقدماتی مبانی نظری، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی می‌باشد. کدگذاری باز به بخشی از تحلیل که مشخصاً به نام‌گذاری و دسته‌بندی پدیده از طریق بررسی دقیق داده‌ها مربوط می‌شود، اطلاق می‌شود. هدف از کدگذاری محوری ایجاد رابطه بین مقوله‌های تولیدشده (در مرحله کدگذاری باز) است. این عمل معمولاً بر اساس الگوی پارادایم انجام می‌شود. کدگذاری انتخابی بر اساس نتایج کدگذاری باز و کدگذاری محوری، مرحله اصلی نظریه‌پردازی است؛ به این ترتیب که مقوله محوری را به شکل نظام‌مند به دیگر مقوله‌ها ربط می‌دهد و آن روابط را در چارچوب یک روایت ارائه می‌کند (پرویزی و دیگران، ۱۳۸۹: ۱۴). در این تحقیق کدگذاری باز با مرور داده‌های جمع‌آوری‌شده بر روی مصاحبه‌های پیاده‌سازی‌شده و خلاصه‌نویسی‌های صورت‌گرفته از مطالب با روش صورت‌بندی آن‌ها در جداول متناسب انجام شد.

فرایند مقوله‌سازی و کدگذاری تا جایی ادامه یافت که داده‌ها به بهترین شکل تبیین شود. در مرحله اول در نتیجه انجام دادن ۲۱ مصاحبه ۹۲ کد استخراج شد و با بررسی دقیق‌تر در مرحله دوم مشخص شد که بسیاری از کدها اگر چه با اصطلاحات و تعابیر متفاوت گفته شده‌اند، اما بر اساس سؤالات پژوهشی مطرح‌شده در این مطالعه، دارای مفهوم یکسانی هستند. از این رو، این کدها جمع‌شد و به عنوان محصول نهایی کدگذاری باز ۵۸ گزاره مفهومی اولیه به عنوان پیامدها و نتایج ناشی از بازاریابی کسب‌وکارهای خانگی شناسایی و صورت‌بندی شد. البته ذکر این نکته ضروری است که پیامدهای ناشی از بازاریابی کسب‌وکارهای خانگی شامل پیامدهای ۱. فردی ۲.

سازمانی ۳. اجتماعی - فرهنگی می‌باشد که در این تحقیق فقط پیامدهای اجتماعی - فرهنگی مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته‌است. پس از برگزاری چندین جلسه با مفهوم‌پردازی دقیق پدیده‌ها و داده‌ها و انجام دادن فرایند مقایسه تفاوت‌ها و شباهت‌ها و ادغام، تلخیص و تقلیل داده‌ها، در نهایت ۱۷ گزاره مفهومی، ۵ مقوله اصلی در خصوص پیامدهای اجتماعی - فرهنگی بازاریابی در کسب‌وکار خانگی به دست آمد که تمام افراد حاضر در مصاحبه روی آن به توافق رسیدند.

یافته های تحقیق

اطلاعات جمعیت‌شناختی افراد نمونه به صورت خلاصه در جدول ۲ آورده شده است. طبق داده‌های توصیفی، ۷۶٪ نمونه را مردها تشکیل می‌دهند. همچنین بیش از ۵۸٪ آن‌ها دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و بالاتر و ۶۲٪ سابقه فعالیت بین ۱۱ تا ۲۰ سال را دارند.

جدول ۲) آمار توصیفی مربوط به داده‌های جمعیت‌شناختی

شاخص‌های آماری	فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی تجمعی
Statistical indicators	Abundance	Frequency	Cumulative frequency percentage
جنسیت	مرد	۱۶	۷۶
	زن	۵	۱۰۰
تحصیلات	دیپلم	۱	۴
	فوق دیپلم	۲	۱۴
	کارشناسی	۶	۴۲
	کارشناسی ارشد و بالاتر	۱۲	۱۰۰
سابقه فعالیت	زیر ۱۰ سال	۴	۱۹
	۱۱ - ۲۰ سال	۱۳	۳۸
	۲۰ - ۳۰ سال	۴	۱۰۰

شرح و بسط پیامدهای فرهنگی - اجتماعی در پژوهش حاضر، بر مبنای داده‌های مصاحبه‌ها و حاصل تجزیه و تحلیل ۲۱ مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بوده‌است که ابتدا مفاهیم استخراج شد و هر قدر یک عامل (طبقه به‌دست‌آمده) کدهای بیشتری داشت به همان اندازه سایر جنبه‌های فرعی آن نیز با وضوح بیشتری شناسایی و مشخص شد. مقوله، زیرطبقه‌ها و کدهای (مفاهیم) به‌دست‌آمده در این پژوهش در جدول ۳ قابل مشاهده است.

جدول ۳) پیامدهای اجتماعی - فرهنگی ناشی از بازاریابی کسب‌وکارهای خانگی
(طبقه‌های محوری و زیرطبقه‌ها)

مقوله محوری	مقولات فرعی	کدها (مفاهیم)
<i>Axial category</i>	<i>Sub categories</i>	<i>(Codes (Concepts)</i>
توسعه‌یابی	بهبود کیفیت زندگی	افزایش کیفیت زندگی افراد جامعه
		کاهش هزینه‌های درمانی
		پاسخگویی بیشتر و بهتر به بخش بزرگ‌تری از نیازهای مشتریان
	اشتغال‌زایی پایدار	افزایش اشتغال‌زایی (کاهش بیکاری)
		افزایش امنیت شغلی
		فعال‌شدن کسب‌وکارهای بخش خصوصی
		رونق کسب و کارهای تخصصی مرتبط با مشاغل خانگی
	بهبود زیرساخت‌ها	بهبود زیرساخت‌های کسب‌وکار خانگی در کشور
		بهبود زیرساخت‌ها و منابع سخت‌افزاری و نرم‌افزاری مرتبط با کسب‌وکار
		ورود و بهره‌مندی از تکنولوژی‌ها و فناوری‌های روز دنیا در کشور
	نهادینه‌سازی کارآفرینی	ریشه‌گذاری فرهنگ کارآفرینی
		نظام‌مندشدن نظام فرایندی کارآفرینی (نظام‌نامه کسب‌وکار)
		توسعه مفهوم بازاریابی کارآفرینانه و شاخص‌های آن در میان کارآفرینان
	افزایش گرایش به مشاغل خانگی	ارتقای جایگاه فعلی کسب‌وکار خانگی در بین کسب‌وکارها
		افزایش تمایل افراد جامعه به ایجاد کسب‌وکار خانگی
		اعتماد افراد جامعه به مشاغل خانگی و خدمات و محصولات مرتبط با آن
		افزایش سهم مشاغل خانگی در سبد درآمد خانواده‌های ایرانی

بحث و نتیجه گیری

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها به پنج مقوله محوری تحت عناوین بهبود کیفیت زندگی، اشتغال‌زایی پایدار، بهبود زیرساخت‌ها، نهادینه‌سازی کارآفرینی، افزایش گرایش به مشاغل خانگی به‌منظور شناسایی و تبیین پیامدهای اجتماعی- فرهنگی ناشی از بازاریابی کسب‌وکارهای خانگی منتج گردید. همچنین در مقوله بهبود کیفیت زندگی سه مفهوم تحت عناوین افزایش کیفیت زندگی افراد جامعه، کاهش هزینه‌های درمانی و پاسخگویی بیشتر و بهتر به بخش بزرگ-تری از نیازهای مشتریان شناسایی و استخراج شد. در مقوله اشتغال‌زایی پایدار چهار مفهوم تحت عنوان افزایش اشتغال‌زایی (کاهش بیکاری)، افزایش امنیت شغلی، فعال‌شدن کسب‌وکارهای بخش خصوصی و رونق کسب و کارهای تخصصی مرتبط با مشاغل خانگی طلبانه شناسایی شد. در مقوله بهبود زیرساخت‌ها نیز سه مفهوم تحت عنوان بهبود زیرساخت‌های کسب‌وکار خانگی در کشور، بهبود زیرساخت‌ها و منابع سخت‌افزاری و نرم‌افزاری مرتبط با مشاغل خانگی و ورود و بهره‌مندی از تکنولوژی‌ها و فناوری‌های روز دنیا در کشور استخراج گردید. در مقوله محوری نهادینه‌سازی کارآفرینی سه مفهوم تحت عناوین ریشه‌گذاری فرهنگ کارآفرینی، نظام‌مندشدن نظام فرایندی کارآفرینی (نظام‌نامه کسب‌وکار) و توسعه مفهوم بازاریابی کارآفرینانه و شاخص‌های آن در میان کارآفرینان شناسایی و استخراج شد. در مقوله افزایش گرایش به مشاغل خانگی، چهار مفهوم تحت عناوین ارتقای جایگاه فعلی کسب‌وکار خانگی در بین کسب‌وکارها، افزایش تمایل افراد جامعه به ایجاد کسب‌وکار خانگی، اعتماد افراد جامعه به مشاغل خانگی و خدمات و محصولات مرتبط با آن، افزایش سهم مشاغل خانگی در سبد درآمد خانواده‌های ایرانی شناسایی شد.

تحلیل‌های صورت‌گرفته بر روی داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها نشان داد بهبود کیفیت زندگی به‌عنوان اولین پیامد اجتماعی و فرهنگی ناشی از بازاریابی کسب‌وکارهای خانگی بخش صنایع-دستی در استان خراسان شمالی محسوب می‌شود. این نتیجه با نتایج پژوهش طغرای و دیگران (۱۳۹۵) و خنیفر و دیگران (۱۳۹۵) هم‌سو است. فعالیت‌های کارآفرینانه به‌عنوان یک پدیده نوین

در اقتصاد، در یک گستره وسیع و در تعاملی چندسویه با خلاقیت شغلی، نقشی تعیین کننده در بهبود کیفیت زندگی افراد ایفا می کند. قرن ها است که بشر به طور ذاتی به دنبال زندگی خوب است و برای بهبود شرایط زیست خود، سعی می کند از استعدادها و توانمندی های خود حداکثر بهره برداری را بنماید. ولی در دوره های اخیر توسعه اجتماعی از فرضیه های تکاملی خود جدا شده و روی مسائلی در ارتباط با تأمین نیازهای بشری و ارتقای کیفیت زندگی متمرکز شده است.

اشتغال زایی پایدار به عنوان دومین پیامد اجتماعی و فرهنگی ناشی از توسعه بازاریابی در کسب و کارهای خانگی بخش صنایع دستی استان خراسان شمالی محسوب می شود که این نتیجه با نتایج تحقیق گلابی و دیگران (۱۳۹۰)، مبارکی و دیگران (۱۳۹۵) و ماتنر و فورد (Mottner, Ford: 2015) هم سو می باشد. اشتغال زایی و کارآفرینی از مهم ترین چالش های سیاست گذاران در آمار توسعه پایدار است. کارآفرینی با ایجاد فرصت های شغلی، تولید ثروت و بهبود شرایط اقتصادی، کیفیت زندگی کارآفرینان را بهبود می بخشد. کارآفرینان به علت قابلیت اشتغال زایی که دارند، به کاهش نرخ بیکاری که از اهداف کلان اقتصادی، اجتماعی، دولت هاست کمک می کنند. بنابراین، کارآفرینی می تواند زمینه ساز اشتغال نیروی کار باشد و نوآوری که در یک فعالیت اقتصادی توسط خود فرد ایجاد می شود منجر به ایجاد اشتغال در جامعه می شود. با توجه به اینکه در حال حاضر اشتغال یکی از مهم ترین دغدغه های مردم یک کشور به خصوص قشر جوان است، ایجاد و توسعه روحیه کارآفرینی در افراد امری ضروری به نظر می رسد.

سومین پیامد اجتماعی و فرهنگی ناشی از توسعه بازاریابی در کسب و کارهای خانگی استان خراسان شمالی، بهبود زیر ساخت ها می باشد. اسماعیلی و حبیبی (۱۳۹۶)؛ رضوانی و دیگران (۱۳۸۸) نیز به این نتیجه دست یافتند که کامیابی از آن جوامع و سازمان هایی است که بین منابع کمیاب و قابلیت های مدیریتی و کارآفرینی منابع انسانی خود رابطه معنی داری برقرار سازند؛ به عبارت دیگر جامعه و سازمانی می تواند در مسیر توسعه، حرکت رو به جلو و باشتابی داشته باشد که با ایجاد بسترهای لازم، منابع انسانی خود را به دانش و مهارت کارآفرینی مولد تجهیز

کند تا آن‌ها با استفاده از این توانمندی ارزشمند، سایر منابع جامعه و سازمان را به سوی ایجاد ارزش و حصول رشد و توسعه، مدیریت و هدایت کنند.

مقوله دیگر نهادینه‌سازی کارآفرینی است که به‌عنوان چهارمین پیامد اجتماعی و فرهنگی ناشی از بازاریابی کسب‌وکارهای خانگی در بخش صنایع استان خراسان شمالی به شمار می‌آید که با نتایج تحقیق سید امیری و دیگران (۱۳۹۴) هم‌سو است. یکی از سازوکارهای مطلوب سازمان‌ها برای پاسخی سریع و مناسب به تغییر و تحولات روزافزون محیطی در فضای کسب‌وکار، ایجاد سازمان‌های کارآفرین است. سازمان‌های کارآفرین از طریق نهادینه‌سازی کارآفرینی در درون خود، موجبات اجرایی‌شدن ابعاد کارآفرینی سازمانی را فراهم می‌آورند. فراهم‌سازی زمینه برای نهادینه‌سازی کارآفرینی در سازمان از طریق عوامل سازمانی، به ایجاد انعطاف‌پذیری به پاسخ‌گویی به تغییرات شدید و پرشتاب محیطی و توانایی اینکه سازمان‌ها در هر وضعیتی ایده‌ای مطلوب داشته باشند، کمک می‌کند. توسعه مفهوم کارآفرینی و شاخص‌های آن در میان کارآفرینان خانگی از پیامدهای اجتماعی توسعه فنون بازاریابی در کسب‌وکار خانگی به‌شمار می‌آید.

افزایش گرایش به مشاغل خانگی به عنوان پنجمین عامل از پیامدهای اجتماعی و فرهنگی ناشی از توسعه بازاریابی در کسب‌وکارهای خانگی استان خراسان شمالی محسوب می‌شود. امروزه کسب‌وکارهای خانگی به‌عنوان راهکاری مهم برای ایجاد اشتغال و درآمد در سراسر جهان محسوب می‌گردند. قابلیت انجام این نوع کسب‌وکار در "منزل" سبب ایجاد مزایای بسیاری برای شاغلین آن‌ها می‌شود که از جمله می‌توان به ایجاد توازن بین مسئولیت خانوادگی زنان و اشتغال آنان، حذف هزینه‌های مربوط به خرید، رهن و اجاره کارگاه و ایاب‌وذهاب، استفاده از نیروی کار سایر اعضای خانواده، امکان انتقال تجارب از طریق آموزش غیررسمی اشاره کرد. تمام این موارد، افزایش گرایش به مشاغل خانگی را به دنبال خواهد داشت. حمایت نهادهای مرتبط، از فعالیتهای کارآفرینانه خانگی، نویدبخش این موضوع خواهد بود که نخست تمایل افراد جامعه به ایجاد کسب‌وکار خانگی افزایش خواهد یافت و سپس افراد جامعه به محصولات و خدماتی که توسط

کارآفرینان خانگی تولید می‌شود اعتماد خواهند کرد. نتایج این تحقیق با نتایج تحقیق هورگان (۲۰۱۵)، طغریایی و دیگران (۱۳۹۶) هم‌سو می‌باشد.

محدودیت‌ها و پیشنهادات برخاسته از تحقیق

با وجود اینکه فعالیت کسب‌وکارهای خانگی بویژه در کشورهای در حال توسعه اغلب به صورت غیررسمی بوده و از آن‌ها درآمد چندانی نصیب دولت‌ها نمی‌شود، تحقیقات نشان می‌دهد که این نوع کسب‌وکارها نقش قابل توجهی در توسعه اشتغال و کارآفرینی ایفا می‌کنند. سهم کسب‌وکارهای خانگی در اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته اهمیت فراوانی دارد؛ اما متأسفانه تقریباً هیچ داده رسمی در زمینه کسب‌وکارهای خانگی و فعالیت‌های بازاریابی مرتبط با آن وجود ندارد. این عامل یکی از محدودیت‌های اصلی در پژوهش‌های حوزه این کسب‌وکارهاست. به منظور رشد و توسعه این کسب‌وکارها، دولت باید با مشارکت مراکز پژوهشی مرتبط با این نوع کسب‌وکارها اقدامات لازم را در این زمینه انجام دهد. در نهایت، با توجه به تازگی موضوع مورد مطالعه و همچنین ارائه شیوه‌ای جدید برای سامان‌دهی فعالیت‌های بازاریابی در کسب‌وکارهای حوزه خانگی، نتایج این پژوهش خالی از عیب نیست و انجام پژوهش‌های دیگر برای افزایش روایی و کاربرد نتایج حاصل از این پژوهش ضروری است.

هر چند پیشنهادات کاربردی در زمینه بازاریابی در کسب‌وکارهای خانگی بیان شده‌است؛ مجدداً در این قسمت با توجه به نتایج حاصل از پژوهش، برخی پیشنهادات کاربردی در زمینه توسعه فنون بازاریابی در کسب‌وکارهای خانگی خواهد آمد:

۱. بهره‌مندی از تجارب کشورهای پیشرو در زمینه کارآفرینی بویژه در بخش کسب‌وکارهای خانگی.

۲. تبیین و تضمین حقوق مالکیت معنوی و تقویت قوانین تجارت در جهت تشویق کارآفرینان خانگی.

۳. ایجاد انعطاف‌پذیری در قوانین و مقررات مرتبط با بازار کار و اصلاح مقرراتی که تأثیرات منفی بر بازار کار مرتبط با کسب‌وکارهای خانگی دارد.
 ۴. ایجاد ارتباط بین توسعه نظام آموزشی و نیازهای بازار کار مرتبط با کسب‌وکارهای خانگی.
 ۵. برگزاری کارگاه‌ها، همایش‌ها و دوره‌های آموزشی برای صاحبان و کارکنان کسب‌وکارهای خانگی با هدف افزایش توانمندی آنان در بهره‌برداری از فرصت‌ها، نوآوری و خلق بازارهای جدید.
 ۶. وضع قوانین حمایتی به منظور کاهش تعرفه‌های گمرکی و یا معافیت‌های مالیاتی برای کسب‌وکارهای کارآفرینانه خانگی.
 ۷. حمایت از صاحبان کسب‌وکارهای کارآفرینانه خانگی از طریق اعطای تسهیلات بانکی با بهره کمتر و دوره بازپرداخت طولانی.
 ۸. تسهیل توسعه کسب‌وکارهای خانگی در بازارهای داخلی از طریق کاهش مالیات بر کالاهای خانگی تولیدشده در داخل کشور و ساده‌سازی پیچیدگی‌های مالیاتی و کاهش نیاز به مستندسازی کسب‌وکارهای خانگی در میان سادگی نظام اجرایی و اداری.
 ۹. توجه به آموزش کارآفرینی در تمام سطوح سیستم آموزشی در سیاست‌گذاری‌های کلان آموزش عالی مرتبط با کسب‌وکارهای کارآفرینانه.
 ۱۰. توسعه فناوری و انتقال دانش از طریق برگزاری همایش‌ها و سمینارها، چاپ کتاب‌ها و نشریات.
 ۱۱. ایجاد و تقویت ارتباط مراکز علمی دانشگاهی با کسب‌وکارهای خانگی محور و تأسیس مراکز تحقیق و توسعه مرتبط با این نوع کسب‌وکارها، همراه با حمایت وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی.
 ۱۲. تأکید بیشتر صاحبان کسب‌وکارهای کارآفرینانه خانگی بر انجام تحقیقات کاربردی و مبتنی بر نیاز بازار کار و توجه و حمایت بیشتر از ایده‌های نوآورانه.
- با توجه به بند ج اصل ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و جهت‌گیری خصوصی‌سازی به‌منظور افزایش کارایی و رقابت‌پذیری و گسترش مالکیت عمومی و لزوم توانمندسازی بخش‌های خصوصی و تعاونی در اقتصاد ایران و حمایت از آن جهت رقابت کالاها در بازارهای بین‌المللی و

نیز آماده‌سازی بنگاه‌های داخلی جهت مواجهه هوشمندانه با قواعد تجارت جهانی در یک فرایند تدریجی و هوشمند، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط بویژه کسب‌وکارهای خانگی از نظر ایجاد شغل و نوآوری در عرضه محصول یا خدمات، موجب تنوع و دگرگونی زیادی در اجتماع و اقتصاد هر کشور می‌شوند. اگرچه کسب‌وکارهای خانگی بویژه در کشورهای در حال توسعه اغلب به صورت غیررسمی است و از آن‌ها درآمد چندانی نصیب دولت‌ها نمی‌شود، اما تحقیق‌ها نشان می‌دهد که این نوع کسب و کارها نقش قابل توجهی در توسعه اشتغال و کارآفرینی ایفا می‌کنند. امید است تلاش‌های محقق در تحقیق حاضر علاوه بر ارتقای مبانی نظری مفهوم بازاریابی کارآفرینانه به‌عنوان مفهومی نوظهور، مورد بهره‌برداری کارآفرینان خانگی به منظور راه‌اندازی، حفظ، ارتقا و رشد کسب‌وکارهای کارآفرینانه بویژه کسب‌وکارهای خانگی در استان خراسان شمالی قرار گیرد و بدین ترتیب زمینه‌های بقا، رشد و توسعه کسب‌وکارهای خانگی و به دنبال آن توسعه فنون بازاریابی مرتبط با این نوع کسب‌وکارها و پیامدهای متعاقب آن در جامعه، ایجاد شود.

منابع

- اسماعیلی، محمدرضا؛ حبیبی، مرضیه (۱۳۹۶). "طراحی مدل بازاریابی استراتژیک صنایع دستی مبتنی بر تئوری داده‌بنیاد". *تحقیقات بازاریابی نوین*، سال پنجم، ش ۲ (تابستان): ۹۳-۱۱۴.
- احمدپورداریانی، محمود؛ مقیمی، سیدمحمد (۱۳۹۸). *مبانی کارآفرینی*. تهران: نگاه دانش.
- الوانی، سید مهدی (۱۳۹۸). *مدیریت عمومی*. تهران: نی.
- پرویزی، سرور؛ و دیگران (۱۳۸۹). *روش‌های تحقیق کیفی*. تهران: نشر و تبلیغ بشری.
- خنیفر، حسین؛ و دیگران (۱۳۸۹). "کارآفرینی خانگی: انگیزه‌ها و نقش عوامل جمعیت-شناختی بر آن". *توسعه کارآفرینی*، سال ششم، ش ۹ (پاییز): ۱۸۳-۲۰۳.
- دانایی فرد، حسن؛ و دیگران (۱۳۸۸). *روش‌شناسی پژوهش کمی در مدیریت: رویکردی جامع*. تهران: صفار.
- رضوانی، مهران؛ و دیگران (۱۳۸۸). "بازاریابی کارآفرینانه بین‌المللی در بنگاه‌های کارآفرین ایرانی بخش صنایع غذایی". *توسعه کارآفرینی*، سال دوم، ش ۵ (بهار): ۳۱-۵۵.
- سید امیری، نادر؛ و دیگران (۱۳۹۴). "بازایابی کارآفرینانه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط فناوری اطلاعات با رویکرد نظری زمینه‌ای کلاسیک". *مجله مدیریت بازرگانی*، سال سوم، ش ۷ (زمستان): ۱۰۱-۱۲۵.
- علی‌پور، شهرام؛ و دیگران (۱۳۹۸). "ارایه مدل توسعه کسب‌وکارهای خانگی در شهر تهران مبتنی بر رویکرد محله‌محوری". *فصلنامه مدیریت کسب‌وکار*، سال یازدهم، ش ۴۴ (تابستان): ۱۰۰-۱۲۰.
- طغرای، محمد؛ رضوانی، مهران (۱۳۹۱). "نگاشت مفهومی سرمایه اجتماعی در فعالیت‌های بازاریابی کارآفرینانه شرکت‌های کوچک". *تحقیقات بازاریابی نوین*، سال هفتم، ش ۲ (بهار): ۸۷-۱۰۶.

- طغرای، محمدتقی؛ و دیگران (۱۳۹۵). "طراحی الگوی بازاریابی کارآفرینانه در کسب- و کارهای فرهنگی- هنری". *توسعه کارآفرینی*، سال نهم، ش ۳ (تابستان): ۴۷۳-۴۹۱.
- گلابی، امیرمحمد؛ و دیگران (۱۳۹۰). "تبیین نقش فرد کارآفرین در بازاریابی کسب و کارهای خانگی محور". *مجله مدیریت بازاریابی*، سال چهارم، ش ۱۱ (پاییز): ۶۴-۸۴.
- مبارکی، محمدحسن؛ و دیگران (۱۳۹۵). "طراحی و تبیین مدل مفهومی آمیخته بازاریابی کارآفرینانه در کسب و کارهای خلاق هنری (مورد مطالعه: صنایع خلاق)". *تحقیقات بازاریابی نوین*، سال دهم، ش ۷ (زمستان): ۳۳۷-۳۵۲.
- مدرسی، میثم؛ و دیگران (۱۳۹۵). "آسیب شناسی برنامه های حمایتی دولت از رشد کسب- و کارهای خانگی از دیدگاه زنان صاحب کسب و کارهای خانگی در ایران". *فصلنامه مدیریت سازمان های دولتی*، سال چهارم، ش ۲ (پاییز): ۶۰-۸۳.
- هج، ماری جو (۱۳۹۶). *تئوری سازمان: مدرن، نمادین- تفسیری و پست مدرن*، ترجمه حسن دانایی فرد. تهران: مهربان نشر.
- Clark, C.; Dougla, J. (2014). "Micro-Enterprise growth: Lessons from home-based business in New Zeland". *journal of small enterprise research*, Vol. 3, No. 2: 68-90.
- Creswell, J. W. (2007). "Designing and conducting mixed methods research". Thousand Oaks, CA: *Journal of global management*, Vol. 3, No. 1: 48-60.
- Edwards, S. (2010). "Home-Based Business for Dummies, Wiley Publishing, Inc". *Journal of bussiness management*, Vol. 4, No. 3: 19-38.
- Gilmore, A.; Carson, D.; Odwyer, B. (2009). "Innovative marketing in SMEs". *European Journal of Marketing*, Vol. 43, No.21:42-61.
- Horgan, M. (2015). "Policy, Regulations and Approaches to Home based". *The Review of Economoics and Statistics*, Vol. 162, No. 46: 117-120.
- Hemmea, F.; et al. (2018). "Extending sport-based entrepreneurship theory through phenomenological inquiry". *Journal of sport management review*, Vol. 20, No. 1: 92-104.
- Jones, R.; Rowley, J. (2011). "Entrepreneurial marketing in small businesses: A conceptual exploration". *International Small Business Journal*, Vol. 29, No. 1: 25-36.

- Mason, C. (2014). "Home Truths: The true value of Home-based businesses. Project Report, Federation of Small Businesses in Scotland, Glasgow". *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, Vol. 15, No. 2: 111-132.
- Mottner, S.; Ford, B. (2015). "Measuring nonprofit marketing strategy performance: the case of museum stores". *Journal of Business Research*, Vol. 58, No. 22: 829– 840.
- Musket, G.; Mike, W. (2005). "Home-Based Business: An Economic Development Alternative, Oklahoma Cooperative Extension Sheets". *from Journal of sport management review*, Vol. 18, No. 3: 54-76
- Nwaizugbo, I. C.; Anukam, A. I. (2014). "Assessment of entrepreneurial marketing practices among Small and Medium Scale Enterprises in Imo State Nigeria: Prospects and challenges". *Review of Contemporary Business Research*, Vol. 3, No. 1:44- 24.
- Rosnafisah. S.; et al. (2009). "The ebusiness potential for home-based businesses in Malaysia: A qualitative study". *International Journal of Cyber Society and Education*, Vol. 2, No. 1: 21-36.
- Stokes, D. (2010). "Entrepreneurship and marketing education: time for the road less travelled?". *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, Vol. 11, No. 1: 95-108.
- Walker, E.; Webster, B. (2004). "Gender issues in home-based businesses". *Women in Management Review*, Vol. 19, No.54: 404- 412.
- Wynarczyk, Z.; Graham, P. (2013). "The Impact of Connectivity Technology on Home-Based Business". *Journal of Entrepreneurship*, Vol. 6, No. 1: 24-40.

نقش فرهنگ سازمانی سبز در بهره‌وری منابع انسانی با میانجی‌گری عملکرد سبز در پرستاران بیمارستان امام‌رضا (ع) مشهد

نورمحمد یعقوبی^۱

مسعود دهقانی^۲

فروغ احمدی^۳

نوع مقاله: علمی- پژوهشی

شماره صفحه: ۱۴۹-۱۷۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۸/۱۷

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۲۸

چکیده

مدیریت با تأکید بر حفاظت محیط‌زیست مفهوم جدیدی به نام فرهنگ سازمانی سبز را در ساختارهای سازمانی به خصوص بیمارستان‌ها که فعالیت‌های نزدیکی با محیط‌زیست دارند، ایجاد کرده‌است. هدف پژوهش حاضر بررسی نقش فرهنگ سازمانی سبز در بهره‌وری منابع انسانی با میانجی‌گری عملکرد سبز است. این پژوهش با روش پیمایشی و مبتنی بر مدل‌یابی معادلات ساختاری در محیط نرم‌افزاری Smart PLS انجام یافته‌است. جامعه آماری پژوهش شامل پرستاران بیمارستان امام رضا (ع) می‌باشد. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۲۸۲ نفر برآورد و نمونه‌گیری به روش تصادفی ساده صورت گرفته و داده‌های مورد نیاز با استفاده از پرسشنامه‌های محقق‌ساخته گردآوری شده‌است. پایایی و روایی سازه‌های پژوهش با نرم‌افزار

۱. استاد مدیریت دولتی دانشکده مدیریت و علوم انسانی، دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان
yaghoubi@mgmt.usb.ac.ir

۲. استادیار مدیریت دولتی دانشکده مدیریت و علوم انسانی، دانشگاه ولایت ایران‌شهر، نویسنده مسؤول
M.Deighani@velayat.ac.ir

۳. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت دولتی دانشکده علوم اداری و اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد
forough.ahmadi@mail.um.ac.ir

PLS و با استفاده از دو شاخص CR و AVE برآورد شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که تقریباً نیمی (۰/۴۸) از اثر کل فرهنگ سازمانی سبز بر بهره‌وری منابع انسانی از طریق غیرمستقیم توسط متغیر میانجی عملکرد سبز تبیین می‌شود. نتایج پژوهش حاکی از ضریب معناداری در رابطه میان فرهنگ سازمانی سبز و بهره‌وری منابع انسانی برابر با ۲/۹۸۴؛ در رابطه میان فرهنگ سازمانی سبز و عملکرد سبز، ۷/۵۹۰؛ در نقش عملکرد سبز در بهره‌وری منابع انسانی، ۴/۰۵۷ و در ارتباط با نقش میانجی عملکرد سبز در اثر فرهنگ سازمانی سبز بر بهره‌وری منابع انسانی با استفاده از آزمون سوبل برابر با ۵۹/۶ می‌باشد.

واژگان کلیدی: فرهنگ سازمانی سبز، عملکرد سبز، بهره‌وری منابع انسانی

مقدمه

امروزه فرهنگ سازمانی و رویکردهای سبز شدن فرهنگ در سازمان‌ها برای حفاظت از محیط‌زیست مطرح است (Crane, 2017: 130). از منظر رایینز^۱ (۱۳۹۵)، فرهنگ یک سیستم کنترل است و موجب ثبات و پایداری نظام اجتماعی در سازمان‌ها می‌شود. فرهنگ سازمانی نشان‌دهنده فرضیه‌های اصلی سازمان‌ها است و رفتارهای آن‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ چراکه اعضای سازمان مکرراً به منظور تصمیم‌گیری‌های سازمانی در چارچوب فرهنگ سازمانی حرکت می‌کنند (نقدی و دیگران، ۱۳۹۶: ۳۹۸). به گفته نیوتن و هارت^۲ (۱۹۹۷)، اهمیت فرهنگ سازمانی بویژه در ادبیات مربوط به قابلیت پایداری کسب‌وکارها، مکرراً مورد توجه قرار گرفته است. با این وجود، استند و استد^۳ (۱۹۹۲)، معتقدند که سازمان‌ها می‌بایست به منظور پاسخگویی مناسب به چالش‌های زیست‌محیطی اقدام به تغییر چشمگیری در فرهنگ سازمانی خود کنند (Porter, Gallagher & Lawong, 2016: 207). فرهنگ سازمانی سبز، همراه مسائل زیست‌محیطی، به باورها، ارزش‌ها و هنجارها در ارتباط با مدیریت زیست‌محیطی اشاره دارد (Chang, 2015: 452).

-
1. Robins
 2. Newton and Harte
 3. Stead & Stead

نیوتن و هارت (۱۹۹۷)، اظهار داشتند که ساختار فرهنگی سازمان‌ها عاملی تعیین‌کننده و مهم در پرداختن به اقدامات مبتنی بر محیط‌زیست است. فرهنگ سازمانی، شکل‌دهنده فعالیت‌ها و موضوعات زیست‌محیطی است و جهت خلق شرایط مطلوب برای گفتمان اجتماعی فرهنگی، از قدرت برخوردار می‌باشد. فرهنگ‌ها با فشار بر افراد آن‌ها را در راستای ارزش‌های فرهنگی هدایت می‌کنند (Gürlek & Tuna, 2018: 466). بسیاری از صاحب‌نظران، در این مورد اتفاق نظر دارند که مقصود از فرهنگ سازمانی، سیستمی از استنباط مشترک است که اعضا نسبت به یک سازمان دارند. به عبارت دیگر، فرهنگ سازمانی، به شیوه‌ای اطلاق می‌شود که اعضای سازمان درباره ویژگی‌های آن می‌اندیشند (رابینز، ۱۳۹۵: ۳۷۲). کارکنان به عنوان یکی از ذی‌نفعان کلیدی سازمان‌ها، اهمیت مسائل زیست‌محیطی را درک می‌کنند و گرایش درونی در آن‌ها به منظور ممانعت از فعالیت‌های غیرمسئولانه در قبال محیط‌زیست وجود دارد (Chang & Chen, 2013: 1057). ظهور مفاهیم مدرن مانند پایداری زیست‌محیطی در سازمان‌ها، آن‌ها را برای تغییرات جدی در فلسفه مدیریتی خود از قبیل فرهنگ سازمانی هم به لحاظ روشی و هم به لحاظ تفکری نهادی در عملیات سازمانی، مجاب کرده‌است. اگرچه، درجه تغییرات در فرهنگ‌های سازمانی متفاوت و قابل بحث است؛ اما آن‌چه مهم است، مسئولیت‌پذیرتر شدن سازمان‌ها در قبال محیط‌زیست به واسطه اقدامات و عملیات خود می‌باشد (Harris & Crane, 2002: 214). این مطالعه به بررسی نقش فرهنگ سازمانی سبز در بهره‌وری منابع انسانی با میانجی‌گری عملکرد سبز پرداخته است.

بیان مسئله

ممکن است سازمان‌ها رفتارهایی در قبال محیط‌زیست از خود نشان دهند که سهم قابل توجهی در نابودی آن داشته‌باشند. برخی از این رفتارها عبارت است از: مصرف بیش از اندازه آب، برق، گاز، استفاده از محصولات غیرقابل بازیافت و شیوه‌های نادرست بازیافت و استفاده از محصولات شیمیایی آسیب‌زا به محیط‌زیست (Jang, 2016: 442). سازمان‌ها با علم به این موضوع، می‌بایست

به شناسایی جزئیاتی پردازند که در عملیات سازمانی خود در سطوح مختلف موجب خسارت گاه جبران‌ناپذیر به محیط‌زیست می‌شوند (Kim Park & Wen, 2015: 1499). یکی از اثرات قابل توجه رویکردهای مدیریت محیط‌زیستی بر سازمان‌ها، متوجه‌ساختن آنان در ارتباط با محیط اجتماعی است و این که محیط اجتماعی با محیط طبیعی گره خورده‌است؛ چراکه تمام افرادی که در سازمان‌ها مشغول فعالیت هستند جزیی از این محیط اجتماعی و زیست‌محیطی به شمار می‌روند؛ بنابراین، به‌عنوان یک ذی‌نفع درون‌سازمانی، می‌بایست متعهد به نهادینه‌سازی اقدامات سبز مبتنی بر طبیعت و جامعه و نیز جامعه‌پذیری کارکنان در خصوص اقدامات حفاظت از محیط‌زیست برآیند (Zhou, Luo & Tang, 2018: 339; Taylor, Vithayathil & Yim, 2018: 971). سازمان نیز هم‌چون فرد و اجتماع از فرهنگی که به خودش اختصاص دارد برخوردار است. فرهنگ سازمانی را ارزش‌های غالب ارائه‌شده توسط سازمان (Deal & Kennedy, 1982: 12)، یا شیوه-ای که کارها در جایی انجام می‌شود (Bower, 1966: 79) تعریف کرده‌اند. تأثیر فرهنگ سازمانی بر اعضای سازمان به حدی است که می‌توان با بررسی زوایای آن، به چگونگی رفتار، احساسات، دیدگاه‌ها و نگرش اعضای سازمان، پی برد و واکنش احتمالی آنان را در قبال تحولات مورد نظر، ارزیابی، پیش‌بینی و هدایت کرد. با اهرم فرهنگ سازمانی، به سادگی می‌توان انجام تغییرات را تسهیل کرد و جهت‌گیری‌های جدیدی را در سازمان به‌وجود آورد (الوانی، ۱۳۹۴: ۲۲۴). از نظر تئوری، بهره‌وری عبارت است از مفهومی برای ارزش‌آفریدن و کارآمدکردن تلاش‌های انسان‌ها در جامعه یا در سازمان‌ها به منظور دستیابی به زندگی بهتر و کیفیت کاری مناسب‌تر (Harrington, 1992: 793).

اگرچه محققان اظهار داشتند تعاریف قبلی فرهنگ سازمانی می‌تواند به آسانی با مفهوم فرهنگ سازمانی سبز انطباق پیدا کند، فرهنگ سازمانی سبز حوزه مطالعاتی جدیدی است و هنوز تعریف جامعی در مورد آن وجود ندارد. از عوامل مؤثر بر بهره‌وری نیروی انسانی، فرهنگ حاکم بر سازمان می‌باشد. اهمیت بهره‌وری منابع انسانی در زنجیره ارزش سازمان‌ها بسیار بالاست و در حال حاضر از آن به عنوان اثربخش‌ترین شاخص تعیین‌کننده مزیت رقابتی و میزان موفقیت سازمان‌ها یاد

می‌شود (امینی خیابانی و حمدی، ۱۳۹۷: ۱۶۰). فرهنگ سازمانی، جو حاکم بر محیط سازمان است که افراد در آن فعالیت می‌کنند. این جو حاکم، رفتار آن‌ها را شکل می‌دهد که این موضوع خود در عملکرد کارکنان سازمان نقش بسزایی دارد (نماین و فیض‌الهی، ۱۳۹۴: ۱۶۳). در نتیجه عملکرد سبز به‌عنوان پیامدی از رفتارهای برخاسته از فرهنگ مدیریتی سبز در سازمان، مورد انتظار است (Chu, Wang & Lai, 2019: 60). عملکرد سبز اشاره به ارزیابی‌های نهایی دارد که سازمان از اقدامات خود در حوزه مدیریت زیست‌محیطی صورت می‌دهد (Yu & Ramanathan, 2015: 6393). شناخت روندهای مدیریت زیست‌محیطی و سازگارسازی اقدامات سازمان با این روندها، منجر به اثرگذاری بر عملکرد سازمانی می‌شود (Jabbour, et al., 2015: 442).

بیمارستان امام‌رضا (ع) به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین و قدیمی‌ترین بیمارستان‌های شهر مشهد، امروزه، هم به لحاظ فیزیکی و هم به لحاظ افزودن بخش‌های مختلف در حوزه پزشکی در ساختار بیمارستانی خود، در حال گسترش است. با توجه به نقش پررنگی که بیمارستان امام‌رضا (ع) در رفع نیازهای پزشکی مردم شهر مشهد و به طور کلی حوزه استان خراسان رضوی دارد و نیز اتخاذ رویکردهای جدید در زمینه مدیریت بیمارستانی، یکی از این چالش‌ها توجه به فرهنگ سازمانی دوستدار محیط‌زیست در راستای بهره‌وری اقدامات منابع انسانی است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که هرچه یک فرهنگ قوی‌تر باشد، تعهد کارکنان نسبت به آن فرهنگ افزایش می‌یابد (Ashikali & Groeneveld, 2015: 146). این تعهد کارکنان، نشأت‌گرفته از ارزش‌هایی است که در قالب فرهنگ در سازمان جریان دارد (Hai & Van Tien, 2018: 451)؛ بنابراین در فرهنگ‌های قوی، کارکنان توانمندتر می‌شوند، به کسب دانش می‌پردازند و دارای هویت سازمانی معناداری می‌شوند که همه منجر به افزایش بهره‌وری آنان خواهد شد (Saha & Kumar, 2018: 199; Sihombing et al., 2018: 514). با توجه به بررسی‌های صورت‌گرفته پیرامون پیشینه پژوهش، فرضیاتی پیرامون نقش فرهنگ سازمانی سبز در بهره‌وری منابع انسانی مطرح شد که البته یکی از این حدس‌های مبتنی بر دانش گذشته، ایفای نقش

تعدیل‌کنندگی متغیر عملکرد سبز در رابطه بین این دو متغیر ملاک و پیش‌بین است. پژوهش حاضر بر آن است تا از منظر پرسنل بیمارستان گرایش و وضعیت اقدامات مدیریت محیط‌زیستی را که بیمارستان در فعالیت‌ها و اقدامات خود بدان متعهد و در حال انجام است مورد بررسی قرار دهد. لذا پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به این سؤال است که نقش فرهنگ سازمانی سبز در بهره‌وری منابع انسانی با نقش میانجی عملکرد سبز در پرستاران بیمارستان امام رضا (ع) مشهد چگونه است؟

پیشینه تحقیق

امینی خیابانی و حمدی پژوهشی (۱۳۹۷) با عنوان "رابطه میان فرهنگ بازارگرایی و بهره‌وری منابع انسانی؛ تبیینی از رویکرد بازار در یک سازمان تجاری" انجام دادند. نتایج، رابطه علی دوطرفه میان متغیرهای پژوهش را تأیید کرد؛ به گونه‌ای که از یک طرف بهره‌وری منابع انسانی عامل بهبود فرهنگ بازارگرایی و از سوی دیگر فرهنگ بازارگرایی به عنوان عامل ارتقای بهره‌وری منابع انسانی شناسایی شد. مروتی و دیگران (۱۳۹۷) پژوهشی با عنوان "رابطه علی بین فرهنگ سازمانی و سکوت سازمانی با بهره‌وری نیروی انسانی با میانجی‌گری رفتار شهروند سازمانی در بین کارکنان شهرداری" انجام دادند. بر اساس نتایج این پژوهش، مدل پیشنهادی روابط علی بین متغیرهای مذکور، از برازش قابل قبولی برخوردار بود. به طور کلی، در مدل پیشنهادی پژوهش، نتایج نشان داد فرهنگ سازمانی هم به صورت مستقیم و هم به صورت غیرمستقیم از طریق رفتار شهروند سازمانی با بهره‌وری نیروی انسانی رابطه دارد. همچنین سکوت سازمانی از طریق رفتار شهروند سازمانی با بهره‌وری نیروی انسانی رابطه دارد. وفاخواه و دیگران (۱۳۹۷) پژوهشی با عنوان "بررسی تأثیر گونه‌های فرهنگ سازمانی بر فرایندهای مدیریت منابع انسانی پروژه" انجام دادند. آن‌چه در یافته‌های تحقیق به صورت بارزی به تأیید رسید؛ اثر منفی متغیر فردگرایی بر فرایندهای مدیریت منابع انسانی پروژه و بالعکس نقش مثبت متغیر جمع‌گرایی بر فرایندهای مدیریت منابع انسانی پروژه بوده است که نشان‌دهنده نقش کلیدی توسعه شاخص‌های فرهنگ

سازمانی بر فرایند مدیریت منابع انسانی پروژه می‌باشد. محبوب خواه و بیگزاده (۱۳۹۷) پژوهشی با عنوان "مدل ساختاری بهره‌بررسی تأثیر منابع قدرت مدیران و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی کارکنان بر بهره‌وری نیروی انسانی" انجام دادند. نتایج حاصل از مدل ساختاری نشان داد قدرت مرجعیت و تخصص، از منابع قدرت مدیران و مؤلفه‌های توفیق‌طلبی، تحمل ابهام و ریسک‌پذیری، از ویژگی‌های کارآفرینی کارکنان، در بهره‌وری نیروی انسانی مؤثر هستند. همچنین مؤلفه‌های قدرت مدیران و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی کارکنان ۵۲/۶٪ از بهره‌وری نیروی انسانی را پیش‌بینی می‌کنند. صدقی‌بوکانی و دیگران (۱۳۹۷) پژوهشی با عنوان "تحلیل روابط چندگانه رهبری اثربخش و برنامه‌ریزی راهبردی با بهره‌وری نیروی انسانی در مراکز آموزش عالی استان آذربایجان غربی" انجام دادند. نتایج نشان داد بین رهبری اثربخش و برنامه‌ریزی راهبردی با بهره‌وری نیروی انسانی رابطه مثبت معناداری وجود دارد. همچنین رهبری اثربخش بیشترین تأثیر مثبت مستقیم را بر برنامه‌ریزی راهبردی و بهره‌وری نیروی انسانی می‌گذارد و برنامه‌ریزی راهبردی اثر کمتری بر بهره‌وری نیروی انسانی دارد. حکیمی (۱۳۹۶) پژوهشی با عنوان "تأثیر فرهنگ سازمانی بر قابلیت‌های بازاریابی و عملکرد؛ تبیین نقش میانجی جهت‌گیری‌های استراتژیک برون‌گرا" انجام داد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد فرهنگ سازمانی تحول‌گرا بر جهت‌گیری‌های استراتژیک برون‌گرا (بازارگرایی و گرایش به فناوری) تأثیر معناداری می‌گذارد. همچنین، شواهدی حاکی از تأیید نقش میانجی بازارگرایی و رد میانجی‌گری گرایش به فناوری در ارتباط بین فرهنگ سازمانی و قابلیت‌های بازاریابی به‌دست آمد. در نهایت، تأثیر فرهنگ سازمانی تحول‌گرا بر توسعه قابلیت‌های بازاریابی و ارتباط مستقیم و معنادار قابلیت‌های بازاریابی با عملکرد کسب‌وکارهای فعال در صنعت مواد غذایی کشور به تأیید رسید. جلالی فراهانی و دیگران (۱۳۹۶) پژوهشی با عنوان "ارائه مدل تبیین تأثیر فرهنگ سازمانی بر یادگیری سازمانی و بهره‌وری نیروی انسانی" انجام دادند. نتایج نشان داد که فرهنگ سازمانی دارای ضریب اثر ۰/۴۳ بر یادگیری سازمانی و ضریب اثر ۰/۶۳ بر بهره‌وری نیروی انسانی است. همچنین ضریب اثر یادگیری سازمانی بر بهره‌وری نیروی انسانی ۰/۵۳ به دست آمد. مدل ارائه‌شده در این پژوهش

تأثیر فرهنگ سازمانی از طریق یادگیری سازمانی را بر بهره‌وری نیروی انسانی تأیید کرد. در نهایت با توجه به یافته‌های حاصل از این مدل، پیشنهاد دادند که با مدیریت تغییر فرهنگ سازمانی، شاخصه‌هایی که نامطلوب و غیرمؤثر هستند، تغییر یابند و یا اصلاح شوند تا در پی آن یادگیری سازمانی و بهره‌وری نیروی انسانی افزایش یابد. سید نقوی و دیگران (۱۳۹۶) پژوهشی با عنوان "رابطه سبک‌های مدیریت تعارض با بهره‌وری نیروی انسانی در بانک سینا" انجام دادند. نتایج حاکی از آن بود که بین سبک‌های مدیریت تعارض با بهره‌وری نیروی انسانی در کارکنان بانک سینا رابطه مثبت معناداری وجود دارد. همچنین نتایج حاصل از فرضیه‌های فرعی نشان می‌دهد که بین سبک همکاری، مصالحه و گذشت، با بهره‌وری نیروی انسانی رابطه مثبت معناداری وجود دارد؛ ولی بین سبک‌های اجتناب و رقابت با بهره‌وری نیروی انسانی رابطه مثبت معناداری وجود ندارد. نقدی و دیگران (۱۳۹۶) پژوهشی با عنوان "بررسی و تبیین رابطه بین فرهنگ سازمانی بر اساس مدل هافستد و ابعاد کارآفرینی سازمانی" انجام دادند. نتایج به‌دست آمده نشان داد که بین ابعاد شناسایی‌شده فرهنگ سازمان و کارآفرینی سازمانی، رابطه معناداری وجود دارد. نامیان و فیض‌الهی (۱۳۹۴) پژوهشی با عنوان "تأثیر فرهنگ سازمانی بر عملکرد سازمان با نقش میانجی نوآوری (مطالعه موردی: شهرک صنعتی ایلام)" انجام دادند. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که فرهنگ‌های سازمانی (گروهی، منطقی، توسعه‌ای و سلسله‌مراتبی) با نقش میانجی نوآوری بر عملکرد سازمان، تأثیرات مثبت و معناداری دارند و میزان تأثیرپذیری فرهنگ گروهی با میانجی‌گری نوآوری بر عملکرد، قوی‌تر از سایر فرهنگ‌هاست؛ به‌علاوه، نتایج آزمون نشان می‌دهد که مدل از برازش خوبی برخوردار است.

فرهنگ سازمانی و فرهنگ سازمانی سبز

فرهنگ سازمانی به‌عنوان مجموعه‌ای از باورها و ارزش‌های مشترک، بر رفتار و اندیشه اعضای سازمان اثر می‌گذارد و می‌تواند نقطه شروعی برای حرکت و پویایی و یا مانعی در راه پیشرفت به‌شمار آید. فرهنگ سازمانی از اساسی‌ترین زمینه‌های تغییر و تحول در سازمان است (وفاخواه

و دیگران، ۱۳۹۷: ۷۶؛ حکیمی، ۱۳۹۶: ۷۴۱). فرهنگ سازمانی قسمتی از محیط داخلی سازمان را توصیف می‌کند که در حقیقت ترکیبی از مجموعه تعهدات، اعتقادات و ارزش‌های مشترک بین اعضای سازمان است و برای راهنمایی کارکنان در انجام وظایفشان استفاده می‌شود (وفاخواه و دیگران، ۱۳۹۷: ۷۹). اگرچه، محققان اظهار داشته‌اند که تعاریف قبلی فرهنگ سازمانی می‌تواند به آسانی با مفهوم فرهنگ سازمانی سبز انطباق پیدا کند، فرهنگ سازمانی سبز حوزه مطالعاتی جدیدی است و هنوز تعریف جامعی درمورد آن وجود ندارد. به‌عنوان مثال، نورتون، زافر و اشکاناسی (Norton, Zacher & Ashkanasy, 2015)، تعریفی ارائه می‌کنند که می‌تواند به‌عنوان معیاری برای توصیف فرهنگ سازمانی سبز قرار گیرد. اثرات فعالیت‌های انسانی، و به‌خصوص فعالیت‌های اقتصادی بر محیط‌زیست، به وضوح نشان‌دهنده مشکلات خارجی می‌باشد که نیازمند انطباق و سازگارسازی سازمانی است. دامنه و ماهیت مزمن این مشکلات به‌گونه‌ای است که سازمان‌ها را (البته نه همه آن‌ها) به پاسخ‌های مختلف در قبال آن ملزم می‌کند؛ پس می‌بایست با الگوبرداری از اقدامات موفق که انجام شده است، در جهت آگاهی‌بخشی و شکل‌دهی به رفتارهای آینده در سازمان‌ها و بین اعضای سازمان استفاده کرد؛ بنابراین، فرهنگ سازمانی دوستدار محیط‌زیست این‌گونه تعریف می‌شود: «الگویی از مفروضات اساسی تسهیم‌شده در ارتباط با محیط‌زیست، در راستای چالش‌های ناشی از فعالیت‌های اثرگذار انسانی بر محیط طبیعی آموزش داده می‌شود و در تلاش است تا با سازگارسازی فعالیت‌ها به صورت کارکردی روزمره به مقابله با این چالش‌ها برآید. این الگو به عنوان یک قانون ارزشمند تلقی می‌شود؛ بنابراین می‌بایست نیروی انسانی را در ادراک، تفکر و احساس در ارتباط با پایداری زیست‌محیطی، به شیوه‌ای صحیح آموزش داد» (Gürlek & Tuna, 2018: 470; Norton, Zacher, & Ashkanasy, 2015: 325). بر اساس مدل دنیسون (Denison, 2000: 122)، ابعاد فرهنگ سازمانی به این شرح است: ۱. درگیرشدن در کار: سازمان‌های اثربخش بر محور تیم‌ها/گروه‌های کاری تشکیل می‌شوند و قابلیت‌های منابع انسانی خود را در همه سطوح توسعه می‌دهند. در چنین سازمان‌هایی اعضای سازمان نسبت به کار و مسئولیت‌های خود احساس تعهد جدی دارند و خود را بخشی از پیکره

سازمان می‌دانند؛ ۲. سازگاری: تحقیقات نشان داده‌است سازمان‌های اثربخش غالباً باثبات و یکپارچه‌اند. در این سازمان‌ها رفتارهای کارکنان از ارزش‌های بنیادی در سازمان نشأت می‌گیرد؛ حتی زمانی که مدیر و کارکنان دیدگاه متقابل دارند، فعالیت‌های سازمانی به‌خوبی هماهنگ و پیوسته است؛ ۳. رسالت: بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند مهم‌ترین مشخصه فرهنگ سازمانی، رسالت (مأموریت) آن است. سازمان‌هایی که نمی‌دانند به کجا می‌روند و وضعیت موجودشان چیست، معمولاً به بیراهه می‌روند. به‌عکس، سازمان‌های موفق شناخت و درک روشنی از چشم‌انداز و مسیر حرکت خود دارند و بر اساس آن، اهداف سازمانی و راهبردی مشخصی را تعریف می‌کنند؛ ۴. انطباق‌پذیری: سازمان‌های اثربخش علی‌رغم انعطاف‌پذیری در برابر تغییرات بیرونی، یکپارچه‌اند و به لحاظ اصول و ارزش‌های سازمانی به‌سختی تغییر می‌کنند؛ از این‌رو، یکپارچگی درونی و انطباق‌پذیری بیرونی را می‌توان از مهم‌ترین مشخصه‌های چنین سازمان‌هایی برشمرد. این سازمان‌ها از اشتباهات خود در طول زمان درس گرفته و ظرفیت ایجاد تغییر را دارند. آن‌ها به‌طور مستمر در حال بهبود توانایی سازمان به منظور ارزش‌قائل شدن برای مخاطبان خود هستند.

عملکرد سبز

باکالان^۱ (۲۰۰۰)، بیان می‌دارد، سازمان‌هایی که مزیت رقابتی خود را از طریق بهبود عملکردشان در حوزه فعالیت سبز افزایش می‌دهند و آن را در نظارت و کنترل مقررات و دستورالعمل‌های زیست‌محیطی به کار می‌گیرند، در پاسخگویی به نگرانی‌های زیست‌محیطی مشتریان و ذی‌نفعان خود، به نحو بهتری عمل می‌کنند و اثرات فعالیت‌ها و خدماتشان را بر محیط زیست کاهش می‌دهند (Famiyeh et al., 2018: 608). عملکرد سبز موجب کمینه‌سازی در هدررفت منابع و صرفه‌جویی در هزینه‌های سازمانی می‌شود (Chen, Nginiatedema, & Li, 2018: 1008). تغییر در ساختارهای بازارهای جهانی در حوزه‌های مختلف و متعاقباً تقاضاها با قابلیت پایداری، سازمان‌ها را به باز تعریف مدل‌های کسب‌وکار و فرآیندهای خود برای پاسخگویی

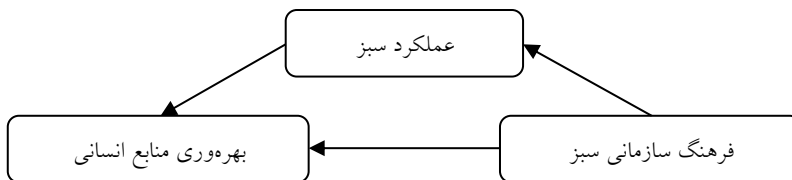
به نیازهای زیست‌محیطی بازار مجبوساخته‌اند (Chuang & Huang, 2018: 992). اشالتگر و واگنر، عملکرد سبز را به‌عنوان کاهش اثرات زیست‌محیطی شرکت‌ها، تعریف کرده‌اند که از طریق همانگی و همکاری بین کسب و کارها و نگرانی‌های زیست‌محیطی حاصل می‌شود. عملکرد سبز می‌تواند توسط شاخص‌های مختلفی اندازه‌گیری شود. این شاخص‌ها شامل استفاده در منابع آبی، انرژی، منابع غیرتجدیدپذیر، ورودی‌های سمی، فاضلاب جامد، آلودگی خاک (زمین)، نشر فاضلاب، آلودگی هوا، آلودگی صوتی، نشر بوهای بد و تخریب چشم اندازهای محیطی، می‌باشد (Schaltegger & Wagner, 2004؛ نقل در غلامی و ناظری، ۱۳۹۷: ۱۱).

بهره‌وری منابع انسانی

بهره‌وری را می‌توان یک دیدگاه فکری دانست که همواره سعی در بهبود مستمر وضع موجود دارد. به عبارت دیگر می‌توان بهره‌وری را مرتبط با توسعه دانست و همان‌طور که توسعه فرآیندی تدریجی، رو به جلو و درصدد بهبود وضع موجود است، آن را به عنوان یکی از شاخص‌های توسعه و ارتقای کیفیت در هر سازمانی لحاظ نمود. بهره‌وری را می‌توان یکی از راه‌های افزایش سرمایه-گذاری در هر سازمانی دانست (صدقی بوکانی و دیگران، ۱۳۹۷: ۳۲). سازمان‌ها به کارکنان اثربخش و کارا نیاز دارند تا بتوانند به اهداف خود در جهت رشد و توسعه همه جانبه دست یابند و به‌طور کلی کارایی و اثربخشی سازمان‌ها به کارایی و اثربخشی بهره‌وری نیروی انسانی بستگی دارد. استفاده مؤثر و کارآمد از نیروی انسانی و به تعبیر دیگر بهره‌وری نیروی انسانی، یکی از مسائل عمده هر جامعه است (مروتی و دیگران، ۱۳۹۷: ۷۰). به عقیده رانفتل، بهره‌وری عبارت است از نسبت ارزش خروجی به ورودی؛ این به معنای کارایی و اثربخشی آن چیزی است که به‌وسیله آن، منابع در دسترس برای رسیدن به یک نتیجه به‌کار گرفته می‌شود (Ranftl, 1989؛ نقل در محبوب‌خواه و بیگزاده، ۱۳۹۷: ۶۴).

بهره‌وری کارکنان به معنی ارزیابی اثربخشی و کارایی فردی یا گروهی کارکنان سازمان می‌باشد. بهره‌وری نیروی کار ممکن است حاصل خروجی فرد در یک مدت زمان خاص ارزیابی شود. به‌طور معمول بهره‌وری نیروی کار از طریق نسبت ستاده به داده در یک دوره زمانی مشابه اندازه‌گیری می‌شود یا همچنین می‌تواند با توجه به میزانی که یک کارمند در زمان معین به ارائه خدمات می‌پردازد، محاسبه شود. هویت (Hewitt, 2010)، بهره‌وری نیروی کار را به عنوان کسانی که در مورد نکات مثبت سازمان صحبت می‌کنند، تمایل به ماندن در سازمان به عنوان یک عضو مؤثر و تلاشی فراتر از حداقل اقدامات مورد نیاز سازمان برای انجام وظایف شغلی تعریف می‌کند. نودجو، بهره‌وری کارکنان را به معنای تعهد عاطفی و فکری کارکنان به سازمان خود در دستیابی به موفقیت تعریف می‌کند (Nodjo, 2015؛ نقل در سیدنقوی و دیگران، ۱۳۹۶: ۱۴). مدل‌های مختلفی برای تعیین عوامل مؤثر بر بهره‌وری نیروی انسانی وجود دارد. از مهم‌ترین و پرکاربردترین مدل‌های مورد استفاده در بهره‌وری نیروی انسانی، مدل آپچو بوده که توسط هرسی، بلانچارد و جانسون (Hersey, Blanchard & Johnson, 1996) ارائه شده‌است. این مدل دارای هفت بعد توانایی، وضوح، حمایت، انگیزه، ارزیابی، اعتبار و محیط است.

مطابق با مبانی تحقیق، مدل مفهومی که این تحقیق به دنبال سنجش آن می‌باشد به قرار شکل ۱ ارائه می‌شود. در این مدل، متغیر فرهنگ سازمانی سبز به عنوان متغیر پیش‌بین، عملکرد سبز به عنوان متغیر میانجی و بهره‌وری منابع انسانی به عنوان متغیر ملاک است.



شکل (۱) مدل مفهومی تحقیق، نقش فرهنگ سازمانی سبز در بهره‌وری

منابع انسانی با میانجی‌گری عملکرد سبز

(Aboelmaged, 2018؛ Yu & Ramanathan, 2015؛ Chang, 2015)

بدین ترتیب بر مبنای مدل تحقیق، اهداف و فرضیه‌های تحقیق این‌گونه تعریف شدند:

اهداف پژوهش

بررسی نقش فرهنگ سازمانی سبز در بهره‌وری منابع انسانی با میانجی‌گری عملکرد سبز در پرسنل بخش پرستاری بیمارستان امام‌رضا (ع) مشهد؛

- بررسی نقش فرهنگ سازمانی سبز در بهره‌وری منابع انسانی در پرستاران بیمارستان امام‌رضا (ع) شهر مشهد؛

- بررسی نقش فرهنگ سازمانی سبز در عملکرد سبز در پرستاران بیمارستان امام‌رضا (ع) شهر مشهد؛

- بررسی نقش عملکرد سبز در بهره‌وری منابع انسانی در پرستاران بیمارستان امام‌رضا (ع) شهر مشهد.

فرضیه‌های پژوهش

فرهنگ سازمانی سبز با میانجی‌گری عملکرد سبز بر بهره‌وری منابع انسانی در پرسنل بخش پرستاری بیمارستان امام‌رضا (ع) مشهد نقش دارد.

- فرهنگ سازمانی سبز در بهره‌وری منابع انسانی در پرستاران بیمارستان امام‌رضا (ع) شهر مشهد نقش دارد.

- فرهنگ سازمانی سبز در عملکرد سبز در پرستاران بیمارستان امام رضا (ع) شهر مشهد نقش دارد.

- عملکرد سبز در بهره‌وری منابع انسانی در پرستاران بیمارستان امام رضا (ع) شهر مشهد نقش دارد.

روش تحقیق

این پژوهش به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ ماهیت تحقیق، توصیفی می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق پرسنل بخش پرستاری بیمارستان امام رضا (ع) در سه بخش مورد بررسی قرار گرفت. جامعه آماری مورد نظر تنها شامل پرستارانی می‌شود که به امور درمانی مشغول هستند و افرادی از قبیل سرپرستاران، بهیاران، و کمک‌بهیاران مدنظر تحقیق نمی‌باشند. در محدوده زمانی انجام این پژوهش، جامعه آماری مورد بررسی در حدود ۱۰۵۰ نفر بودند. به منظور تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد که با توجه به حجم جامعه آماری، حجم نمونه به تعداد ۲۸۲ نفر برآورد و به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب و پرسشنامه‌ها توزیع شد و داده‌های جمع‌آوری‌شده، مبنای تجزیه و تحلیل قرار گرفت. به منظور تهیه پرسشنامه از مطالعات (Gürlek & Tuna, 2018; Chen, Nginiatedema, & Li, 2018; Chang, 2015) برای طراحی سؤالات مربوط به فرهنگ سازمانی سبز؛ از مطالعه (Yu & Ramanathan, 2015) برای طراحی سؤالات مربوط به عملکرد سبز و در نهایت از مطالعه (Aboelmaged, 2018: 363) برای طراحی سؤالات مربوط به بهره‌وری منابع انسانی استفاده شد.

در بخش شاخص‌های مدل اندازه‌گیری اصلی‌ترین معیار روایی همگرا یا همان AVE است که باید به سطح بحرانی ۰/۵ برسد که نشان‌دهنده همسانی یا اعتبار درونی مدل‌های اندازه‌گیری انعکاسی می‌باشد. در جدول ۲، مقادیر مربوط به روایی همگرا، و پایایی مرکب و آلفای کرونباخ هر سازه آورده شده‌است.

جدول ۲) مقادیر روایی همگرا، پایایی مرکب و آلفای کرونباخ

متغیر	روایی همگرا (AVE)	پایایی مرکب (CR)	آلفای کرونباخ
فرهنگ سازمانی سبز (GOC)	۰/۵۱۸	۰/۸۴۱	۰/۷۶۸
عملکرد سبز (GPER)	۰/۷۵۶	۰/۹۲۵	۰/۸۹۱
بهره‌وری منابع انسانی (HRMP)	۰/۵۰۳	۰/۸۵۶	۰/۷۹۷

همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، ضریب AVE برای تمامی متغیرها بالای ۰/۵ است که این مقادیر همگرایی قابل‌قبولی را نشان می‌دهند. سازه عملکرد سبز با مقدار $AVE = 0.756$ بالاترین میزان روایی همگرا را به خود اختصاص داد. با توجه به این‌که معیار CR به مراتب بهتر از آلفای کرونباخ است، یافته‌های این جدول نشان می‌دهد که تمامی مقادیر CR برای همه سازه‌ها بالای ۰/۷ می‌باشد و از پایایی درونی خیلی خوبی برخوردارند. در روایی تشخیصی یا واگرا میزان همبستگی بین شاخص‌های یک سازه با آن سازه و میزان همبستگی بین شاخص‌های یک سازه با سازه‌های دیگر مقایسه می‌شود. برای سنجش روایی واگرای پرسشنامه از معیار فورنل و لارکر (Fornell & Larcker, 1981) استفاده شده‌است. روایی تشخیصی در واقع مکمل روایی همگرا بوده‌است که نشان‌دهنده تمایز نشانگرهای یک متغیر پنهان از سایر نشانگرهای دیگر در همان مدل ساختاری است. این معیار از جذر مقادیر AVE سازه‌های تحقیق به دست می‌آید.

جدول ۳) ماتریس سنجش روایی واگرا به روش فورنل و لارکر

عامل	فرهنگ سازمانی سبز (GOC)	عملکرد سبز (GPER)	بهره‌وری منابع انسانی (HRMP)
فرهنگ سازمانی سبز (GOC)	۰/۷۲۰		
عملکرد سبز (GPER)	۰/۵۷۳	۰/۸۶۹	
بهره‌وری منابع انسانی (HRMP)	۰/۶۰۴	۰/۶۸۸	۰/۷۰۹

همان‌گونه که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، هر عامل تعامل بیشتری با شاخص‌های خودش در مدل دارد.

جدول ۴) آمار توصیفی

متغیر	زیرمتغیر	تعداد	درصد	متغیر	زیرمتغیر	تعداد	درصد
جنسیت	مرد	۹۷	۳۴/۵	وضعیت	مجرد	۲۱۵	۷۶/۴
	زن	۱۸۵	۶۵/۵		متاهل	۶۷	۲۳/۶
تحصیلات	کارדانی	۵۸	۲۰/۵	سن	۲۱ تا ۳۰ سال	۱۵۷	۵۵/۶
	لیسانس	۱۹۱	۶۷/۶		۳۱ تا ۴۰ سال	۷۱	۲۵/۱
	فوق لیسانس	۲۶	۹/۲		۴۱ تا ۵۰ سال	۳۶	۱۲/۷
	دکتری	۷	۲/۷		۵۱ تا ۶۰ سال	۱۸	۶/۶

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از آزمون معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار Smart PLS استفاده شد. در جدول ۴ آمار توصیفی مرتبط با تحقیق ارائه شده‌است.

در ادامه به شرح عملیات آزمون معادلات ساختاری در نرم‌افزار PLS پرداخته می‌شود. الگوریتم تحلیل داده‌ها در PLS شامل سه بخش است:

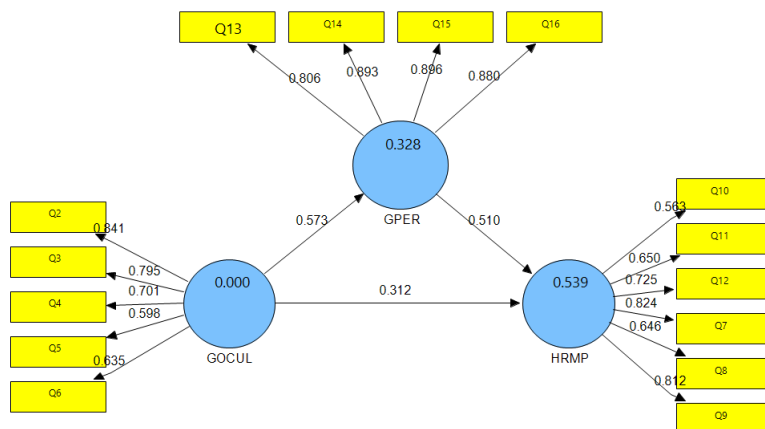
شاخص‌های مدل اندازه‌گیری مانند روایی همگرا (سطح بحرانی ۰/۵)، پایایی ترکیبی (سطح ۰/۷)، آلفای کرونباخ، روایی تشخیصی یا واگرا.

شاخص‌های مدل ساختاری مانند ضریب تعیین (R^2) متغیرهای مکنون درون‌زا (سه سطح ۰/۱۹ ضعیف، ۰/۳۳ متوسط، ۰/۶۷ قوی) و ضرایب مسیر (بتا)، ضرایب معناداری Z-Value (۱/۹۶ سطح معناداری در سطح اطمینان ۹۵ درصد)، ضریب Q^2 برای متغیرهای درون‌زای مدل (سه سطح ۰/۰۲ ضعیف، ۰/۱۵ متوسط، ۰/۳۵ قوی).

معیار آزمون مدل کلی (GOF) (سه سطح ۰/۰۱ ضعیف، ۰/۲۵ متوسط، ۰/۳۶ قوی) می‌شود. علاوه بر این موارد، جهت سنجش نقش میانجی متغیر عملکرد سبز، از دو آزمون سوبل (Sobel) که اثر میانجی یک متغیر در رابطه میان دو متغیر دیگر را مورد سنجش قرار می‌دهد و آزمون VAF که برای تعیین شدت اثر غیرمستقیم از طریق متغیر میانجی استفاده می‌شود.

یافته‌های تحقیق

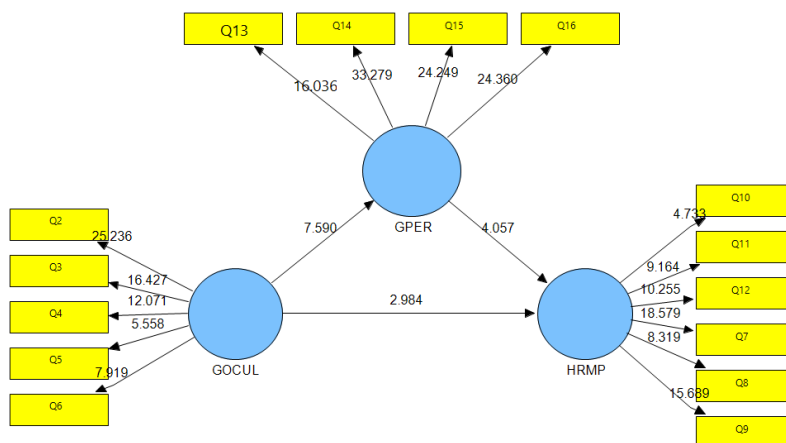
ضریب تعیین نشان از تأثیری دارد که متغیر ملاک بر پیش‌بین دارد و هرچه میزان این ضریب بیشتر باشد دالّ بر تبیین بیشتر متغیر ملاک از سوی متغیر یا متغیرهای پیش‌بین است.



شکل ۲) مقادیر R^2 , β

همان‌گونه که در شکل ۲ نشان داده شده است، ضریب R^2 برای عملکرد سبز (GPER) برابر با ۰/۳۲۸ و بهره‌وری منابع انسانی (HRMP) برابر با ۰/۵۳۹ می‌باشد؛ بدین معنا که سازه عملکرد سبز توانسته است به میزان ۳۲/۸٪ و بهره‌وری منابع انسانی به میزان ۵۳/۹٪ از تغییرات مربوط به سازه خود را تبیین نماید. در ارتباط با مقادیر بتا یا همان ضرایب مسیر می‌توان گفت بیانگر اثرگذاری مستقیم متغیر پیش‌بین بر ملاک به صورت جداگانه دارد؛ بدین معنا که متغیر پیش‌بین تا چه میزان توانسته است بر متغیر ملاک، اثرگذار باشد. درواقع ضریب بتا سهم نسبی هر متغیر پیش‌بین در پیش‌بینی تغییرات مربوط به متغیر ملاک را گزارش می‌کند. همان‌طور که مشاهده می‌شود، این میزان در فرضیه نقش فرهنگی سازمانی سبز در بهره‌وری منابع انسانی، برابر با ۰/۳۱۲؛ در فرضیه نقش فرهنگی سازمانی سبز در عملکرد سبز، برابر با ۰/۵۷۳ و در فرضیه نقش عملکرد سبز در بهره‌وری منابع انسانی، برابر با ۰/۵۱۰ می‌باشد. بیشترین میزان در مسیر فرضیه تأثیر فرهنگ سازمانی سبز بر عملکرد سبز، تحقق یافته‌است و بدین معنی است که فرهنگ سازمانی سبز توانسته است به میزان ۵۷/۳٪ اثر مستقیم و مثبتی بر سازه عملکرد سبز بگذارد.

در ارتباط با ضرایب معناداری یا همان Z-value هنگامی که رابطه بین سازه‌ها از مقدار $1/96$ بیشتر باشد نشان از صحت رابطه میان سازه‌ها دارد. در شکل ۳ تمام مسیرهای مدل نشان از معناداری روابط میان سازه‌ها دارد. این میزان در فرضیه نقش فرهنگ سازمانی سبز در بهره‌وری منابع انسانی، برابر با $2/984$ ؛ در فرضیه نقش فرهنگ سازمانی سبز در عملکرد سبز، برابر با $7/590$ و در فرضیه نقش عملکرد سبز در بهره‌وری منابع انسانی، برابر با $4/057$ است که روابط به دلیل بالا بودن از سطح $1/96$ در سطح اطمینان 95% معنادار می‌باشند. در ادامه برای بررسی فرضیه اصلی تحقیق یعنی نقش میانجی عملکرد سبز در رابطه میان فرهنگ سازمانی سبز و بهره‌وری منابع انسانی از دو آزمون سوبل و VAF استفاده شده که خروجی مربوط به آن در شکل ۳ آورده شده‌است.



شکل ۳) ضرایب معناداری Z-value

معیار بعدی، ضریب Q^2 است که هدف آن توانایی مدل ساختاری در پیش‌بینی کردن به روش چشم‌پوشی می‌باشد. معروف‌ترین و شناخته‌شده‌ترین معیار اندازه‌گیری این توانایی، شاخص Q^2 استون - گایسلر است که بر اساس این ملاک مدل باید نشانگرهای متغیرهای مکنون درون‌زای انعکاسی را پیش‌بینی کند. هنسلر و دیگران (۲۰۰۹) درمورد شدت قدرت پیش‌بینی مدل درمورد متغیرهای پنهان درون‌زا، سه مقدار $0/2$ ، $0/15$ و $0/35$ را به ترتیب به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای این شاخص معرفی کردند. هدف از انجام این کار تعیین این مطلب است که

آیا روابط بین سازه‌های درون‌زای مدل به‌خوبی تبیین شده‌است یا خیر. ضریب Q^2 در جدول ۴ برای متغیرهای ملاک مدل گزارش شده است.

جدول ۵) قدرت پیش‌بین مدل، ضریب Q^2

سازه	SSO	SSE	1-SSE/SSO
عملکرد سبز (GPER)	۷۸۸	۵۹۶/۸۹۵	۰/۲۴
بهره‌وری منابع انسانی (HRMP)	۱۱۸۲	۸۸۴/۳۵۱	۰/۲۵

همان‌طور که در جدول ۵ نشان داده شد، متغیرهای عملکرد سبز (۰/۲۴) و بهره‌وری منابع انسانی (۰/۲۵) قدرت پیش‌بینی نسبتاً قوی از خود نشان دادند. شاخص نیکویی برازش (GOF) به صورت میانگین R^2 (۰/۴۳۴) و متوسط مقادیر اشتراکی (۰/۵۹۳) محاسبه می‌شود. این شاخص مجذور ضرب دو مقدار متوسط مقادیر اشتراکی و متوسط ضریب تعیین است. تزلس و دیگران (۲۰۰۹) سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵، و ۰/۳۶ را به ترتیب به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF معرفی کردند (محسنین و اسفیدانی، ۱۳۹۳: ۷۳)؛ بنابراین با توجه به حاصل ضرب ۰/۴۳۴ و ۰/۵۹۳ در رابطه فوق، مقدار ۰/۳۹۱ GOF برای مدل تحقیق، میزان برازش مدل در سطح قوی ارزیابی می‌شود.

آزمون فرضیه اصلی تحقیق

در آزمون سوبل یک مقدار Z-value از طریق فرمول زیر به‌دست می‌آید که در صورت افزایش این مقدار از سطح ۱/۹۶، می‌توان در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار بودن نقش میانجی یک متغیر را تأیید کرد. این مقدار از رابطه زیر به دست می‌آید:

$$Z - value = \frac{a \times b}{\sqrt{(b^2 \times s_a^2) + (a^2 \times s_b^2) + (s_a^2 \times s_b^2)}}$$

مفروضات رابطه:

a: مقدار ضریب مسیر میان متغیر پیش‌بین (فرهنگ سازمانی سبز) و میانجی (عملکرد سبز).

b : مقدار ضریب مسیر میان متغیر میانجی (عملکرد سبز) و متغیر ملاک (بهره‌وری منابع انسانی).

S_a : خطای استاندارد مربوط به مسیر میان متغیر پیش‌بین و میانجی.

S_b : خطای استاندارد مربوط به مسیر میان متغیر میانجی و ملاک.

مقدار a (۰/۵۷۳) و b (۰/۵۱۰) در شکل شماره ۲ آورده شده‌است. دو مقدار S_a و S_b نیز با استفاده از فرمان Bootstrapping به دست می‌آید. این مقدار برای S_a برابر با ۰/۰۸ و برای S_b برابر با ۰/۰۷ است. با جای‌گذاری مقادیر در فرمول آزمون سوبل خواهیم داشت:

$$Z - value = \frac{0.573 \times 0.510}{\sqrt{0.510^2 \times 0.08^2 + (0.573^2 \times 0.07^2) + (0.08^2 \times 0.07^2)}} = \frac{0.292}{0.0049} = 59.6$$

همان‌طور که مشاهده می‌شود، مقدار Z-value حاصل از آزمون سوبل برابر با ۵۹/۶ شد که به دلیل بیش‌تر بودن از سطح ۱/۹۶ می‌توان گفت در سطح اطمینان ۹۵٪، نقش متغیر میانجی عملکرد سبز در رابطه میان فرهنگ سازمانی سبز و بهره‌وری منابع انسانی معنادار است. برای تعیین شدت اثر غیرمستقیم از طریق متغیر میانجی از آماره‌ای به نام VAF (Variance Accounted For) استفاده می‌شود که مقداری بین ۰ و ۱ را اختیار می‌کند و هرچه این مقدار به ۱ نزدیک باشد، نشان از قوی‌تر بودن اثر متغیر میانجی دارد. در واقع این مقدار نسبت اثر غیرمستقیم بر اثر کل را می‌سنجد. مقدار VAF از رابطه زیر به دست می‌آید:

$$VAF = \frac{a \times b}{(a \times b) + c}$$

a : مقدار ضریب مسیر میان متغیر پیش‌بین (فرهنگ سازمانی سبز) و میانجی (عملکرد سبز).

b : مقدار ضریب مسیر میان متغیر میانجی (عملکرد سبز) و متغیر ملاک (بهره‌وری منابع انسانی).

C: مقدار ضریب مسیر میان متغیر پیش‌بین (فرهنگ سازمانی سبز) و ملاک (بهره‌وری منابع انسانی).

مقدار C با توجه به شکل شماره ۲، برابر با ۰/۳۱۲ است؛ بنابراین خواهیم داشت:

$$VAF \frac{0.573 \times 0.510}{(0.573 \times 0.510) + (0.312)} = \frac{0.292}{0.604} = 0.483$$

مقدار ۰/۴۸ نشان می‌دهد که تقریباً نیمی از اثر کل فرهنگ سازمانی سبز بر بهره‌وری منابع انسانی از طریق غیرمستقیم توسط متغیر میانجی عملکرد سبز تبیین می‌شود.
با توجه به موارد فوق، در جدول ۶ نتیجه‌گیری در مورد روابط میان فرضیه‌های تحقیق آورده شده‌است.

جدول ۶) نتایج فرضیه‌های تحقیق

فرضیه	رابطه	ضریب مسیر (اثر مستقیم)	ضریب VAF (اثر غیرمستقیم)	ضریب معناداری	نتیجه آزمون فرضیه
H ₁	نقش میانجی عملکرد سبز در فرهنگ سازمانی سبز — بهره‌وری منابع انسانی	—	۰/۴۸۳	۵۹/۶	تأیید
H ₂	فرهنگ سازمانی سبز — بهره‌وری منابع انسانی	۰/۳۱۲	—	۷/۵۹۰	تأیید
H ₃	فرهنگ سازمانی سبز — عملکرد سبز	۰/۵۷۳	—	۲/۹۸۴	تأیید
H ₄	عملکرد سبز — بهره‌وری منابع انسانی	۰/۵۱۰	—	۴/۰۵۷	تأیید

بحث و نتیجه‌گیری

گرایش‌های سبز در سازمان‌ها جزء رویکردهای نوین در فرهنگ سازمانی است که امروزه در حوزه‌های مختلفی بدان پرداخته می‌شود. فرهنگ سازمانی و مدیریت زیستی محیطی از آن‌جا با یکدیگر ارتباط نزدیکی دارند که سازمان‌ها دارای مکانیسم‌های اثربخش مدیریت زیست‌محیطی هستند که به واسطه‌ی فرهنگ سازمانی دوستدار محیط‌زیست حمایت می‌شوند و این قابلیت را

دارند که به منظور جذب بیشتر کارکنان و افزایش انگیزه آنان برای پرداختن به مسائل زیست-محیطی و درنهایت شایستگی بیشتر آنان عمل نمایند. با توجه به تأیید اثرگذاری فرهنگ سازمانی سبز بر بهره‌وری کارکنان، می‌توان چنین گفت که به سبب‌سازی فرهنگ در ساختارهای فرهنگی بیمارستان امام‌رضا (ع) توجه می‌شود. یکی از دلایل این موضوع، وجود سیستم‌های مدیریت کیفیت در بیمارستان‌هاست که ساختار سازمانی و در پی آن فرهنگ سازمانی را به منظور پیاده‌سازی استانداردهای مدیریت زیست‌محیطی هدایت می‌کنند. چون هدف سیستم‌های زیست-محیطی در سازمان‌ها پاسخگویی به نیازهای ذی‌نفعان و مشتریان است، کارکنان سازمان نیز به عنوان ذینفع داخلی به عنوان گروهی بهره‌مند از مزایای این سیستم‌ها هستند؛ بنابراین، با آموزش‌های لازم در این زمینه و جامعه‌پذیری صحیح کارکنان در سازمان‌ها می‌توان به توانمندشدن، اثربخشی و تعهد شغلی بیشتر آنان دست یافت که تحت عنوان دست‌یافتن به بهره‌وری منابع انسانی از آن یاد می‌شود. بدین ترتیب، هنگامی که سیستم‌های مدیریت کیفیت زیست‌محیطی به فرهنگ سازمانی تبدیل شود، کارکنان سازمان به دلیل بهره‌مندی از فواید اجرای آن به تعهد بیشتری در قبال سازمان متمایل می‌شوند. با توجه به تأیید رابطه میان فرهنگ سازمانی سبز بر عملکرد سبز می‌توان چنین عنوان کرد که تغییر در مدل‌های کسب‌وکار در حوزه سبز می‌تواند منجر به عملکرد بهتر در این زمینه شود. عملکرد سازمانی به عنوان نتیجه‌ای قابل ارزیابی برای سازمان‌ها بسیار مهم است و هدف سازمان‌ها نیز در بهبود عملکرد سازمانی خود، ارتقای سودآوری و بهبود وضعیت اقتصادی می‌باشد. با توجه به این که بیمارستان‌ها هزینه‌های ثابت هنگفتی را به صورت روزمره در انجام عملیات سازمانی خود دارند، رویکرد سبز و بهینه‌سازی در فعالیت‌های خود می‌تواند به این رشد عملکردی بیانجامد. شاید بتوان از جمله دلایل تأیید این رابطه را نیز همین موضوع عنوان کرد که صرفه‌جویی در حوزه مدیریت زیست‌محیطی و تغییر در فرهنگ سازمانی بیمارستان به حوزه سبز، باعث شده است بیمارستان امام‌رضا (ع) در شاخص-های عملکردی خود به واسطه عمل به این اقدامات موفق عمل نماید. باید توجه داشت که عملکرد سبز در سازمان علاوه بر بُعد مالی، ابعاد غیرمالی مانند رضایت شغلی، پیشرفت شغلی، افزایش

مهارت در حوزه سبز و ... را نیز در نظر دارد؛ چراکه به‌عنوان یک ذی‌نفع درون‌سازمانی به‌شمار می‌آیند و رویکردهای زیست‌محیطی تنها شاخص‌های اقتصادی را در نظر ندارند. با توجه به تأیید رابطه میان عملکرد سبز بهره‌وری منابع انسانی، می‌توان چنین عنوان نمود که تغییر رویکرد مدیریتی به حوزه سبز باعث شده است در ساختارهای ارزیابی عملکرد کارکنان، پرداختن به فعالیت‌های سبز نیز گنجانده شود و علاوه بر این که یک ارزش سازمانی تلقی می‌شود، به‌عنوان یک شاخص مؤثر در بهبود عملکرد کارکنان به‌شمار آید و در پی آن، افزایش بهره‌وری مؤثرتر از منابع انسانی در بیمارستان باشد. پس در ارتباط با فرضیه اصلی پژوهش و با توجه به نقش حدوداً ۵۰ درصدی در تبیین بهره‌وری منابع انسانی به واسطه عملکرد سبز، شاهد نقش‌آفرینی مثبت متغیر عملکرد سبز در بیمارستان امام‌رضا (ع) هستیم. این اثرگذاری مثبت می‌تواند به دلیل هویت سبز برای کارکنان معنا شود که با اقداماتی که در زمینه مدیریت زیست‌محیطی در سازمان صورت می‌گیرد و مشارکت آنان در این زمینه، منجر به مفهوم متفاوتی از شغل و وظایف محوله شده‌است. از طرف دیگر، در سیستم‌های مدیریت کیفیت در سازمان‌ها، یکی از مقوله‌هایی که باید به آن توجه شود خود پرسنل است؛ بنابراین، می‌توان چنین استنباط کرد که سیستم‌های مدیریت زیست‌محیطی در بیمارستان‌ها و توجه به کارکنان در فرآیندها منجر به افزایش هویت شغلی در چارچوب سبز و در نهایت بهره‌وری آنان شده است (Saha & Kumar, 2018; Sihombing et al., 2018). نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش‌های امینی خیابانی و حمدی (۱۳۹۷)، مروتی و دیگران (۱۳۹۷)، وفاخواه و دیگران (۱۳۹۷)، محبوب‌خواه و بیگزاده (۱۳۹۷)، صدقی‌بوکانی و دیگران (۱۳۹۷)، حکیمی (۱۳۹۶)، جلالی فراهانی و دیگران (۱۳۹۶)، سیدنقوی و دیگران (۱۳۹۶)، نقدی و دیگران (۱۳۹۶) و نمایان و فیض‌الهی (۱۳۹۴)، هم‌سو است. در ارتباط با یافته‌های پژوهش به بهره‌وران در حوزه‌های خدماتی و پزشکی پیشنهاد می‌شود که خود را ملزم به اخذ و استمرار گواهینامه‌های کیفیت در زمینه مدیریت زیست‌محیطی کنند و به‌عنوان عنصری فعال در فرهنگ سازمانی خود به آن بنگرند؛ چراکه به‌صورت دقیق، ابعاد و استانداردهای لازم را برای حفاظت از محیط زیست تبیین کرده و

ارائه داده‌اند. همچنین، پیشنهاد می‌شود به همکاری و تشریک مساعی بین‌سازمانی در حوزه فرهنگ سبز مبادرت ورزند؛ چراکه هم‌افزایی بین سازمانی را افزایش می‌دهد و می‌تواند منجر به عملکرد بهتر در حوزه سبز در بیمارستان‌ها شود. در چارچوب فرهنگ سازمانی سبز پیشنهاد می‌شود به آگاهی‌بخشی و ارائه آموزش‌های لازم به پرسنل بیمارستان پرداخته شود؛ زیرا زمانی که کارکنان هویت جدید و مؤثرتری، با ارزش افزوده شغلی متفاوتی نسبت به قبل بیابند، تعهد بالاتری در انجام وظایف خود به کار می‌گیرند و سازمان می‌تواند در ساختار منابع انسانی خود به نیروی انسانی با بهره‌وری بالاتری دست یابد. همچنین پیشنهاد می‌شود در ارزیابی عملکرد کارکنان به منظور بهره‌وری آنان در سازمان، شاخص‌ها و موارد مربوط به فعالیت‌های زیست-محیطی را مدنظر قرار دهند.

منابع

- امینی خیابانی، غلامرضا؛ حمدی، کریم (۱۳۹۷). "رابطه میان فرهنگ بازارگرایی و بهره‌وری منابع انسانی؛ تبیینی از رویکرد بازار در یک سازمان تجاری". *فصلنامه مدیریت بهره‌وری*. دوره یازدهم، ش ۴۴ (بهار): ۱۵۷ - ۱۷۹.
- الوانی، سیدمهدی (۱۳۹۴). *مدیریت عمومی*. تهران: نشر نی.
- رابینز، استیفن پی. (۱۳۹۵). *مبانی رفتار سازمانی*. مترجم علی پارساییان و سیدمحمد اعرابی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- حکیمی، ایمان (۱۳۹۶). "تأثیر فرهنگ سازمانی بر قابلیت‌های بازاریابی و عملکرد؛ تبیین نقش میانجی جهت‌گیری‌های استراتژیک برون‌گرا". *فصلنامه مدیریت بازرگانی*. دوره نهم، ش ۴ (بهار): ۷۳۹ - ۷۶۲.
- جلالی فراهانی، مجید؛ و دیگران (۱۳۹۶). "ارائه مدل تبیین تأثیر فرهنگ سازمانی بر یادگیری سازمانی و بهره‌وری نیروی انسانی". *فصلنامه مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش*، سال چهارم، ش ۱۳ (بهار): ۴۱ - ۴۹.
- سیدنقوی، میرعلی؛ و دیگران (۱۳۹۶). "رابطه سبک‌های مدیریت تعارض با بهره‌وری نیروی انسانی در بانک سینا". *فصلنامه مدیریت بهره‌وری*، سال یازدهم، ش ۴۳ (زمستان): ۷-۴۴.
- صدقی‌بوکانی، ناصر؛ و دیگران (۱۳۹۷). "تحلیل روابط چندگانه رهبری اثربخش و برنامه‌ریزی راهبردی با بهره‌وری نیروی انسانی در مراکز آموزش عالی استان آذربایجان غربی". *فصلنامه مدیریت بهره‌وری*، سال دوازدهم، ش ۴۵ (تابستان): ۳۱ - ۶۹.
- غلامی، سودابه؛ ناظری، علی (۱۳۹۷). "مدیریت زنجیره تأمین سبز و عملکرد سازمان؛ نقش تعدیل‌گر گواهی‌نامه ایزو". *فصلنامه مدیریت استاندارد و کیفیت*، سال هشتم، ش ۱ (بهار): ۶ - ۲۵.

- محبوب‌خواه، فرهاد؛ بیگزاده، یوسف (۱۳۹۷). "بررسی تأثیر منابع قدرت مدیران و ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی کارکنان بر بهره‌وری نیروی انسانی". *فصلنامه دانش و پژوهش در روان‌شناسی کاربردی*، سال نوزدهم، ش ۷۲ (تابستان): ۶۳ - ۷۶.
- محسنین، شهریار؛ اسفیدانی، محمدرحیم (۱۳۹۳). "معادلات ساختاری مبتنی بر رویکرد حداقل مربعات جزئی به کمک نرم افزار (آموزشی و کاربردی)". تهران: مؤسسه کتاب مهربان نشر.
- مروتی، ذکراه؛ و دیگران (۱۳۹۷). "رابطه علی بین فرهنگ سازمانی و سکوت سازمانی با بهره‌وری نیروی انسانی با میانجی‌گری رفتار شهروند سازمانی در بین کارکنان شهرداری". *فصلنامه مدیریت بهره‌وری*، سال دوازدهم، ش ۴۶ (پاییز): ۶۹ - ۹۶.
- نقدی، اعتبار؛ و دیگران (۱۳۹۶). "بررسی و تبیین رابطه بین فرهنگ سازمانی بر اساس مدل هافستد و ابعاد کارآفرینی سازمانی". *فصلنامه مدیریت بازرگانی*، سال نهم، ش ۲ (تابستان): ۳۹۵ - ۴۱۴.
- نمامیان، فرشید؛ فیض‌الهی، صادق (۱۳۹۴). "تأثیر فرهنگ سازمانی بر عملکرد سازمان با نقش میانجی نوآوری (مطالعه موردی: شهرک صنعتی ایلام)". *فصلنامه فرهنگ/ایلام*، سال شانزدهم، ش ۴۶ - ۴۷ (بهار و تابستان): ۱۶۱ - ۱۷۴.
- وفاخواه، شادی؛ و دیگران (۱۳۹۷). "بررسی تأثیر گونه‌های فرهنگ سازمانی بر فرآیندهای مدیریت منابع انسانی پروژه". *دوفصلنامه پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی*، سال دهم، ش ۳۲ (تابستان): ۴۹ - ۷۲.
- Aboelmaged, M. G. (2018). "Knowledge sharing through enterprise social network (ESN) systems: motivational drivers and their impact on employees' productivity". *Journal of Knowledge Management*, Vol. 22, No. 2: 362-383.
- Ashikali, T.; Groeneveld, S. (2015). "Diversity management in public organizations and its effect on employees' affective commitment: The role of transformational leadership and the inclusiveness of the organizational culture". *Review of Public Personnel Administration*, Vol. 35, No. 2: 146-168.
- Bower, mavin (1966). *The Will to manage*. New York: McGraw-Hill.

- Chang, C. H. (2015). "Proactive and reactive corporate social responsibility: antecedent and consequence". *Management Decision*, Vol. 53, No. 2: 451-468.
- Chang, C. H.; Chen, Y. S. (2013). "Green organizational identity and green innovation". *Management Decision*, Vol. 51, No. 5: 1056-1070.
- Chen, F.; Ngaietdema, T.; Li, S. (2018). "A cross-country comparison of green initiatives, green performance and financial performance". *Management Decision*, Vol. 56, No. 5: 1008-1032.
- Chu, Z.; Wang, L.; Lai, F. (2019). "Customer pressure and green innovations at third party logistics providers in China: The moderation effect of organizational culture". *The International Journal of Logistics Management*. Vol. 30, No. 1: 57-75.
- Chuang, S. P.; Huang, S. J. (2018). "The effect of environmental corporate social responsibility on environmental performance and business competitiveness: The mediation of green information technology capital". *Journal of Business Ethics*, Vol. 150, No. 4: 991-1009.
- Crane, A. (2017). Rhetoric and reality in the greening of organizational culture. *In Greening the Boardroom*. London. Routledge. 129-144.
- Deal, Terrence E.; Kennedy, Allan A. (1982). *Corporate Culture: The Rites and Rituals of Corporate Life*; Reading, Mass: Addison-Wesley.
- Denison, D: (2000). "Organizational culture: Can it be a key lever for driving organizational change?". *The Handbook of Organizational Culture*. London: John Wiley & Sons.
- Famiyeh, S.; et al. (2018). "Green supply chain management initiatives and operational competitive performance". *Benchmarking: An International Journal*, Vol. 25, No. 2: 607-631.
- Fornell, C.; Larcker, D. (1981). "Evaluating structural equation models with unobservable and measuring error". *Journal of High Technology Management Research*. Vol. 10, No. 2: 39-50.
- Gürlek, M.; Tuna, M. (2018). "Reinforcing competitive advantage through green organizational culture and green innovation". *The Service Industries Journal*, Vol. 38, No. 7-8: 467-491.
- Hai, N. M.; Van Tien, N. (2018). The Influence of Corporate Culture on Employee Commitment. *International Econometric Conference of Vietnam*. January, pp.450-465, Springer, Cham.

- Harrington, H. J. (1992). *Business Process Improvement: The Breakthrough Strategy for total Quality, Productivity and Competitiveness*. McGraw, New York, NY. pg. 793.
- Harris, L. C.; Crane, A. (2002). "The greening of organizational culture: Management views on the depth, degree and diffusion of change". *Journal of organizational change management*, Vol. 15, No. 3: 214-234.
- Henseler, J. a. R.; Christian M.; Sinkovics, Rudolf R (2009). "The Use of Partial Least Squares Path Modeling in International Marketing". *Advances in International Marketing (AIM)*. Vol. 20: 277-320.
- Hersey, P.; Blanchard, K. H.; Johnson, D. E. (1996). *Management of Organizational Behavior: Utilizing Human Resources*. 7th ed. NewJersey: Prentice Hall.
- Hewitt, J. (2010). Factors influencing Career choice. [Availabl] continuously at: [http:// www.ehow.com](http://www.ehow.com)[15/02/2010].
- Jabbour, C. J. C.; et al. (2015). "Green product development and performance of Brazilian firms: measuring the role of human and technical aspects". *Journal of Cleaner Production*, Vol. 87, No. 1: 442-451.
- Jang, Y. J. (2016). "Environmental sustainability management in the foodservice industry: Understanding the antecedents and consequences". *Journal of foodservice business research*, Vol. 19, No. 5: 441-453.
- Kim, H. J.; Park, J.; Wen, J. (2015). "General Managers' environmental commitment and environmental involvement of lodging companies: The mediating role of environmental management capabilities". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 27, No. 7: 1499-1519.
- Newton, T.; Harte, G. (1997). "Greening business: Technician kitsch"? *Journal of Management Studies*, Vol. 34, No. 1: 75-98.
- Nodjo, C.; Duvor, F.; Afriyie, M. (2015). An Assesment of the Effects of Internal Communication Practices on Employee Productivity: A Survey of the Views of Employess of Akuafu Adamfo Marketing Company.
- Norton, T. A.; Zacher, H.; Ashkanasy, N. M. (2015). Pro-environmental organizational culture and climate. In J. Barling & J. L. Robertson (Eds.), the psychology of green organizations (pp. 322-348). [Chapter 14] Oxford University Press.

- Porter, T. H.; Gallagher, V. C.; Lawong, D. (2016). "The greening of organizational culture: revisited fifteen years later". *American Journal of Business*, Vol. 31, No. 4: 206-226.
- Ranftl, Robert M. (1989). *Seren keys for high Productivity, Productivity*. A Dale Timpe, kend Publishing.
- Saha, S.; Kumar, S. P. (2018). "Organizational culture as a moderator between affective commitment and job satisfaction: Empirical evidence from Indian public sector enterprises". *International Journal of Public Sector Management*, Vol. 31, No. 2: 184-206.
- Sihombing, S.; et al. (2018). "The effect of servant leadership on rewards, organizational culture and its implication for employee's performance". *International Journal of Law and Management*, Vol. 60, No. 2: 505-516.
- Stead, W.E. and Stead, J.G. (1992). *Management for a Small Planet*. Sage, Newbury Park.
- Taylor, J.; Vithayathil, J.; Yim, D. (2018). "Are corporate social responsibility (CSR) initiatives such as sustainable development and environmental policies value enhancing or window dressing"? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. Vol. 25, No. 5: 971-980.
- Wagner, M.; Schaltegger, S. (2004). "The Effect of Corporate Environmental Strategy Choice and Environmental Performance on Competitiveness and Economic Performance: An Empirical Study of EU Manufacturing". *European Management Journal*. Vol. 22: 557-572.
- Yu, W.; Ramanathan, R. (2015). "An empirical examination of stakeholder pressures, green operations practices and environmental performance". *International Journal of Production Research*, Vol. 53, No. 21: 6390-6407.
- Zhou, Z.; Luo, B. N.; Tang, T. L. P. (2018). "Corporate social responsibility excites 'exponential' positive employee engagement: The Matthew effect in CSR and sustainable policy". *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 25, No. 4: 339-354.

A comparative study of the multifunctional landscape of Birjand historical gardens (Case study: Rahimaabad Garden, Behlgard, Amirabad)

Seyed Mohammadreza Khalilnezhad¹, Saman Farzin², Saeedeh Moradzadeh³

Abstract

Throughout its long history from the Achaemenids to the Pahlavi, in addition to the diversity in spatial geometry and clever design, the Persian garden has been a bed to meet the needs of gardeners and builders and has had a variety of functions. Therefore, in addition to providing recreational space, the garden is a response to self-sufficiency, economic, agricultural and spatial considerations adapted to the climate of different regions, so that in addition to the main function, secondary functions and multifaceted landscape functions have been considered by garden builders and owners. Birjand due to its strategic location on the eastern borders of Iran and the importance of local rulers in the Qajar and Pahlavi periods; It has been the bedrock of the formation and evolution of important gardens. The purpose of this study is to find how to integrate different functions in the design system of Birjand historic gardens and a comparative study of multifunctional landscape in the studied gardens. The research method is descriptive-analytical and data collection is library and interview method along with field studies in three historical gardens of Birjand (Rahimaabad, Amirabad and Behlgard). The results show that traditional gardeners in designing Birjand gardens have thought about how to integrate different functions in the design system, with the aim of designing and constructing a multi-purpose space. The multifunctional landscape in the studied gardens follows the pattern of the weighted multifunctional landscape, so in the weighted multifunctional landscape, the ground; It is able to provide more than one function while meeting several different but homogeneous needs. The multi-functional landscape design of historical gardens has resulted in a combination of ornamental and fruitful agricultural gardens. In addition, the main functions of Rahimabad, Behlgard and Amirabad gardens are: reception, production and fluid, respectively. It should also be noted that among the three main models of multifunctional landscape (mosaic, weighted and fundamental) the studied gardens have a multifunctional landscape model of weighted (combination of several homogeneous functions in a single space).

Keywords: Multi-functional Landscape, Birjand, Rahimaabad Garden, Behlgard Garden, Amirabad Garden

1. Assistant professor, Handicrafts department, University of Birjand smkhalilnejad@birjand.ac.ir

2. Assistant professor, Archeology department, University of Birjand, Correspondent Author farzin@birjand.ac.ir

3. Master in Archeology, University of Birjand saeedhmoradzadeh@birjand.ac.ir

Typology of the lattice metallic key box belonging to the Astan Quds Razavi Based on a comparative study with similar cases

Safoora Zareie Shamsabadi¹, Farhad Khosravi Bizhaem², Hassan Yazdanpanah³

Abstract

Metal lattice is one of the methods of metalworking in the Safavid era and one of its outstanding works is a unique steel pen box that is kept in the Astan Quds Razavi Museum in Mashhad under the title of "key box". Due to the initial visual studies and the apparent similarity of this exquisite work with other pen boxes of the Islamic period, this research has been done to analyze and adapt the visual and structural features of this work. Therefore, in addition to visual analysis, the purpose of this study is a comparative study of the design and motifs with some significant examples of Iranian Islamic pen boxes. In this regard, the present study will answer the question: what are the similarity and differences between the designs of the preserved pen box in the Astan Quds Razavi Museum and other cases from the Islamic period to the Safavid era? In this fundamental research which has been done by comparative method; This work has been studied and adapted in terms of form and motifs with 12 Iranian Islamic metal pen boxes until the end of Safavid era. The results indicate that the motifs used in these works can be classified into 5 groups: plant motifs (Arabesque and Khataei), animal motifs, written motifs, human motifs and geometric motifs. Also, the results show that in metallic pen boxes, written and arabesque motifs are used more than other ones. The studied case, like other pen boxes, has arabesque and written decorations. The distinguishing feature of this work instead of other cases is the use of Khataei motifs and also the use of Nastaliq calligraphy in this work, which is not seen in other pen boxes.

Keywords: Safavid Metalworking, Metallic Lattice, Key Box, Pen Box, Astan Quds Razavi.

1. M.A Student in Islamic Art, Faculty of Handicrafts, Art University of Isfahan
zareie_1988@yahoo.com

2. Assistant Professor of writing and Painting, Faculty of Handicrafts, Art University of Isfahan,
Farhadkhosravi121@yahoo.com

3. Master of Arts Research; Lecturer, Faculty of Handicrafts, Art University of Isfahan
h.yazdanpanah.ut@gmail.com

Flaming the expression of two great mystics of Khorasan (Sanai and Rumi)

Mostafa Gharib¹, Mohammad Behnamfar², Seyed Mahdi Rahimi³, Ebrahim Mohammadi⁴

Abstract

Flaming the expression is one of the components that has been considered in the school of surrealism and especially by André Breton. Flaming the expression means using of metaphors and glowing images to express fiery and flamboyant expressions. This lominous that is called "light of Image" inspired by connection of two different parts of the image. There is flaming the expression in the words of some of the Persian poets that is similar to the flaming of the expression of surrealists. In this research, by the descriptive-analytical method, flaming the expression has been considered in Sana'i and Maulana's poems (two great poets of Khorasan) and after extraction of samples, we have compared these components in Sana'i and Maulana's poems. The results of the research show that flaming the expression is exist in Sana'i and Rumi's poems and both poets use the elements such as the sun, moon, fire, candle, flame, lights for expressing flaming the expression. Verbal and contental similarities in the poets of two poets reflect Rumi's unmistakable impact from Sanai in singing these lyrics. Despite these similarities, there are differences in the flamboyance of the expression of these two poets; the higher frequency of the flamboyance of the expression and brilliance of most of the images in Rumi's poems, among these differences that shows Rumi while inspiration from poets like the Sanai have brought their words to the forefront and had the brilliant innovations. There are also differences in flaming the expression of Rumi and Sanai with surrealistic ones, including we can refer to the reader's credibility in confronting with the flamboyance meanings of Sanai and Rumi and more flamboyance and more brilliant words of these two poets in comparison with surrealists.

Keywords: sufism, surrealism, Sana'i, Rumi, Khorasan, flaming the expression.

1. Ph.D in Persian Language and Literature, University of Birjand, Correspondent Author
mostafa.gharib@birjand.ac.ir

2. Professor in Persian Language and Literature, University of Birjand mbehnamfar@birjand.ac.ir

3. Associate professor in Persian Language and Literature, University of Birjand
Smrahimi@birjand.ac.ir

4. Associate professor in Persian Language and Literature, University of Birjand
emohammadi@birjand.ac.ir

Investigating the effect of demographic variables on cultural capital

Ali Aghel¹, Aliashghar Abbasi², Abolghasem Heydarabadi³

Abstract

The purpose of this study is to investigate the effect of demographic variables on cultural capital. The method of this research is survey and data collection tool is Bourdieu standard questionnaire. The statistical population of the present study includes all citizens aged 18 and over living in Bojnourd, Esfaryen and Shirvan; In this study, Morgan table was used to determine the sample size, which according to the calculations performed according to Morgan table, the sample size is 412. The sampling method in the above research is purposeful and integrated sampling method which includes stratified sampling method in terms of demographic criteria, simple random and multi-stage clusters. The Bourdieu standard questionnaire was used to measure the variable of cultural capital. In this research, face and content validity has been used to determine the validity of the research. Also, Cronbach's alpha coefficient of items related to the dimensions of cultural capital is 0.93, which indicates the high internal correlation of items in this questionnaire.

The data were analyzed using SPSS software. According to the obtained average (3.41), it can be concluded that the dimensions of cultural capital among the citizens of the three cities of Bojnourd, Esfaryen and Shirvan are at a high level. The results of Pearson test to measure the relationship between age group and cultural capital and its dimensions showed that there is a positive and significant relationship between age and the two dimensions of embodied and objectified cultural capital. It can be said that there is a significant relationship between the variable of socio-economic status and cultural capital, and the two dimensions of objectified and institutionalized cultural capital of the inhabitants of the suburbs of Bojnourd, Esfaryen and Shirvan; In other words, the amount of objectified and institutionalized cultural capital among the subjects is affected by their socio-economic status. Based on the available findings, it can be said that there is no statistically significant relationship between gender and ethnicity with cultural capital.

Keywords: cultural capital, socio-economic base, demographic variables.

1. Ph.D student, Cultural Sociology, Islamic Azad University, Babol branch pink.neet@yahoo.com
2. Associate professor, Cultural Sociology, Islamic Azad University, Babol branch, Correspondent Author asfajir@hotmail.com
3. Assistant professor, Cultural Sociology, Islamic Azad University, Babol branch ashahin2000@yahoo.com

Socio-cultural implications for the development of the marketing process in home-based entrepreneurial businesses (Case study of handicrafts of North Khorasan province)

Sadeq Valinezhad¹, Ebrahim Abbasi², Parviz Saeedi³, Mohammadreza Mostaghimi⁴

Abstract

Goal: The present study intends to identify and explain the socio-cultural consequences of marketing home-based entrepreneurial businesses in the handicrafts sector of North Khorasan province through innovative research and convergence between the two fields of marketing and entrepreneurship.

Methodology: The research method was qualitative (grounded theory method) and data were collected using in-depth semi-structured interviews and research backgrounds. The statistical population includes faculty members of the country's universities with specialization in marketing and entrepreneurship, members of the Employment and Entrepreneurship Working Group of the Ministry of Cooperatives, Labor and Social Welfare and selected entrepreneurs in the home business sector in the field of handicrafts sector of North Khorasan province. Theoretical saturation was finally selected as the sample after 21 interviews. It should be noted that data analysis was performed in three stages of open, axial and selective coding.

Findings: Based on the results of the study, the socio-cultural consequences of home entrepreneurial business marketing include five components under the headings of improving quality of life, sustainable employment, improving infrastructure, entrepreneurial institutionalization, increasing the tendency to home-based businesses.

Discussion and Conclusion: Convergence between the two areas of marketing and entrepreneurship creates a competitive advantage and wealth creation and will bring many social and cultural benefits for entrepreneurs of North Khorasan province and society.

Key words: Marketing, Home-Based Businesses (HBB), North Khorasan

1. Ph.D student, Management department, Islamic Azad University, Aliabad Katul branch, Iran
laumarketing@yahoo.com

2. Associate professor, Management department, Al-zahra University, Tehran, Iran, Correspondent
author Abbasiebrahim2000@alzahra.ac.ir

3. Associate professor, Management department, Islamic Azad University, Aliabad Katul branch, Iran
parvizsaeeedi@yahoo.com

4. Assistant professor, Management department, Islamic Azad University, Aliabad Katul branch, Iran
m_r_mostaghimi@yahoo.com

The impact of Green Organizational Culture on Human Resource Productivity by the mediating role of Green Performance in Imam Reza Hospital

Nour Mohammad Yaghoubi¹, Masoud Dehghani², Forough Ahmadi³

Abstract

Nowadays, environmental management by emphasizing on environmental protection has become one of the most important issues for customers, stakeholders, governments, and competitors and the global pressures have obliged the organizations to produce and deliver environmentally-friendly of products and services. The purpose of this paper is to investigate the impact of “Green Organizational Culture” on “Human Resource Productivity” by the mediating role of “Green Performance” in Imam Reza Hospital. This paper was conducted by survey method based on structural equation modeling by Smart PLS software. The statistical sample of this study was constituted Imam Reza Hospital of 282 nurses who were selected by random sampling method. The required data were collected by questionnaire. To investigate the reliability and validity has used both CR and AVE indicators in PLS. The findings have estimated in the conjunction with Green Organizational Culture (CR= 0.841, AVE= 0.518); Green Performance (CR= 0.925, AVE= 0.756); and Human Resource Productivity (CR= 0.856, AVE= 0.503), that indicates confirming the reliability and validity of model variables. The results showing the relationship support among model variables. The significantly coefficient was estimated in the relation between (Green Organizational Culture* Human Resource Productivity= 2.984); (Green Organizational Culture*Green Performance = 7.590); (Green Performance* Human Resource Productivity= 4.057). As well as, significantly coefficient was estimated by Sobel Test in concern with the mediating role Green Performance in the relation between Green Organizational Culture and Human Resource Productivity 59.6.

Keywords: Green Organizational Culture, Green Performance, Human Resource Productivity.

1. Professor, Faculty of Management and Economics, University of Sistan and Baluchestan, Zahedan, Iran yaghoubi@mgmt.usb.ac.ir

2. Assistant Professor, Faculty of Management and Humanities, Velayat University, Iranshahr, Iran M.Dehghani@velayat.ac.ir

3. MSc, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran forough.ahmadi@mail.um.ac.ir

Table and content

A comparative study of the multifunctional landscape of Birjand historical gardens (Case study: Rahimaabad Garden, Behlgard, Amirabad)/ Seyed Mohammadreza Khalilnezhad, Saman Farzin, Saeideh Moradzadeh	7
Typology of the lattice metallic key box belonging to the Astan Quds Razavi Based on a comparative study with similar cases/ Safoora Zareie Shamsabadi, Farhad Khosravi Bizhaem, Hassan Yazdanpanah	31
Flaming the expression of two great mystics of Khorasan (Sanai and Rumi)/ Mostafa Gharib, Mohammad Behnamfar, Seyed Mahdi Rahimi, Ebrahim Mohammadi	57
Investigating the effect of demographic variables on cultural capital/ Ali Aghel, Aliashghar Abbasi, Abolghasem Heydarabadi	91
Socio-cultural implications for the development of the marketing process in home-based entrepreneurial businesses (Case study of handicrafts of North Khorasan province)/ Sadeq Valinezhad, Ebrahim Abbasi, Parviz Saeedi, Mohammadreza Mostaghimi	121
The impact of Green Organizational Culture on Human Resource Productivity by the mediating role of Green Performance in Imam Reza Hospital/ Nour Mohammad Yaghoubi, Masoud Dehghani, Forough Ahmadi	149



Referees of This Period. (Alphabetical Order)



Mohammad Bagher Akhoondi/ Assistant Professor, University of Birjand
Bibi Aghdas Asghari/ Assistant Professor, Islamic Azad University, Gonabad branch
Morteza Esmail Nezhad/ Assistant Professor, University of Birjand
Hadi Pourshafeie/ Associate Professor, University of Birjand
Reza Soozanchi/ Astan Qods documents and research manager
Maryam Zohourian/ Assistant Professor, University of Birjand
Mohammadali Talebi/ Assistant Professor, University of Birjand
Hamed Norouzi/ Assistant Professor, University of Birjand
Zahra Talaei/ Astan Qods Razavi library manager
Zahra Alizadeh Birjandi/ Associate Professor, University of Birjand
Kolsoum Qorbani Jouybari/ Assistant Professor, University of Birjand
Javad Mekaniki/ Associate Professor, University of Birjand

In The Name Of God

Scientific Quarterly of Social-Cultural Studies of Khorasan

Serial: 58

ISBN 1735-8256

Winter 2021 ,2nd Number ,15th 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: Nasrollahi, Seyyed Noorollah

Editors: Baharak Valinia

Translator and 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.)