

صاحب امتیاز: اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خراسان جنوبی

سر دبیر: دکتر زهرا علیزاده بیرجندی

مدیر اجرایی: مهین زرنگ

مدیر مسؤول: ناصر نبی زاده

مدیر داخلی: محمود رضائی

اعضای هیأت تحریریه (به ترتیب حروف الفبا):

- | | |
|------------------------------|--|
| ۱. دکتر حبیب اله احمدی | استاد جامعه شناسی و برنامه ریزی شهری دانشگاه شیراز |
| ۲. دکتر محمد بهنام فر | استاد زبان و ادبیات فارسی دانشگاه بیرجند |
| ۳. دکتر هادی پور شافعی | دانشیار علوم تربیتی دانشگاه بیرجند |
| ۴. دکتر الکساندر چولو خادزه | دانشیار زبان و ادبیات فارسی، مطالعات ایران و خاورمیانه دانشگاه گرجستان |
| ۵. دکتر محمد تقی راشد محصل | استاد فرهنگ و زبان های باستانی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی |
| ۶. دکتر مفید شاطری | دانشیار جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه بیرجند |
| ۷. دکتر زهرا علیزاده بیرجندی | دانشیار تاریخ دانشگاه بیرجند |
| ۸. دکتر ویلم فلور | استاد ایران شناس و پژوهشگر تاریخ ایران دانشگاه لیدن (هلند) |
| ۹. دکتر احمد کامیابی مسک | استاد تئاتر و ادبیات دانشگاه تهران |
| ۱۰. دکتر محمدرضا مجیدی | دانشیار گروه مطالعات منطقه ای دانشگاه تهران |
| ۱۱. دکتر جواد میکانیکی | دانشیار جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه بیرجند |

ویراستار فنی: سید نورالله نصراللهی

ویراستار انگلیسی: شهرزاد دهقانی

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

قیمت: ۳۵۰۰۰ تومان شمارگان: ۱۰۰

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

خراسان جنوبی، دبیرخانه شورای پژوهشی تلفن: ۰۵۶-۳۲۳۲۳۲۹۳ 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.
نوشته های ارسالی که مناسب چاپ نباشند، پس فرستاده نمی شوند.
فصلنامه در ویرایش و حذف مطالب آزاد است.

دوران این شماره (به ترتیب حروف الفبا):

استادیار دانشگاه بیرجند	- دکتر محمدباقر آخوندی
استادیار دانشگاه بیرجند	- دکتر سمیرا پور
دانشیار دانشگاه بیرجند	- دکتر هادی پورشافعی
پژوهشگر و مدرس دانشگاه جامع علمی - کاربردی	- دکتر محمدحسن شربتیان
استادیار دانشگاه بیرجند	- دکتر لیلا طالبزاده شوشتری
استادیار دانشگاه پیام نور بیرجند	- دکتر محمدعلی طالبی
استادیار دانشگاه بیرجند	- دکتر علی عسگری
دانشیار دانشگاه بیرجند	- دکتر زهرا علیزاده بیرجندی
دانشیار دانشگاه بیرجند	- دکتر جواد میکائیکی
مربی دانشگاه بیرجند	- اکرم ناصری



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 و ۱۳۹۸/۰۲/۰۹ در ارزیابی سال ۱۳۹۹، 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.srlist.com؛ پایگاه سیویلیکا 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.

۷-۱- کتاب

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

۷-۲- 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

- تغییرات ساختار خانواده از منظر آمارهای ثبتی (مورد مطالعه: خراسان بزرگ)
محبوبه جعفری بائی، علی رحمانی فیروزجاه، یعقوب فروتن، منوچهر پهلوان ۷
- مطالعه مفاهیم و ابعاد اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی (مورد مطالعه: کارکنان آموزش و پرورش خراسان جنوبی)
ایمان خاکی، تورج مجیبی ۴۷
- شناسایی عوامل مؤثر بر تغییر گرایش به مصرف کالای تجملی با تعدیل‌گری ویژگی‌های جمعیت شناختی (مورد مطالعه: شهر مشهد)
زهره شیرزور علی‌آبادی، مهدیه کاری ۸۷
- رابطه الگوهای فرزندپروری و سرزندگی تحصیلی در دانش‌آموزان متوسطه اول
معصومه فدوی، هادی پورشافعی، فرشته اسدزاده ۱۱۱
- قحطی شمال خراسان طی جنگ جهانی اول به روایت اسناد منتشرنشده آرشیو ملی ایران
الهام ملک‌زاده ۱۲۷
- مدل‌سازی حکمرانی شبکه‌های اجتماعی پیام‌رسان داخلی (مورد مطالعه: شهر مشهد)
تانیا نیکوخصال، حمید عرفانیان خانزاد، مسعود احمدی ۱۵۱

تغییرات ساختار خانواده از منظر آمارهای ثبتی (مورد مطالعه: خراسان بزرگ)

محبوبه جعفری بانی^۱

علی رحمانی فیروزجاه^۲

یعقوب فروتن^۳

منوچهر پهلوان^۴

نوع مقاله: علمی - پژوهشی

شماره صفحه: ۷-۴۶

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۲/۱۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۴/۲۰

چکیده

به دلیل اهمیت تحولات جمعیتی ایران در چهار دهه اخیر، موضوع محوری این مقاله مسأله‌شناسی تغییر ساختار خانواده با استفاده از بررسی آمار وقایع حیاتی ولادت، ازدواج و طلاق موجود در آرشیو سازمان ثبت احوال کشور است. در تحلیل تغییرات ایجادشده در ساختار خانواده، از تئوری‌های گذار جمعیتی، انتخاب عقلانی و جهانی‌شدن، بهره گرفته شده است. با روش اسنادی و تحلیل ثانویه، به بررسی آمارهای ولادت، ازدواج، طلاق، میانگین سن مادران، تغییر گروه‌های سنی مادران، مقایسه ازدواج زنان و باروری براساس گروه سنی، تغییرات نسبت ۱۰۰ ازدواج به طلاق، پرداخته شده است. نتیجه مطالعات نشان داد آمارهای وقایع حیاتی از سال ۱۳۹۵-۱۳۵۵ در استان‌های خراسان بزرگ، علاوه بر تأثیر سیاست‌های اجرایی‌شده، گویای تغییر در نگرش و عملکرد خانواده و در نتیجه، کاهش فرزندآوری، کاهش تمایل به تشکیل خانواده و ازدواج و رشد قابل تأمل طلاق است. میانگین سن مادران در هر سه استان افزایش یافته است. بیشترین ولادت در استان‌های مذکور به مادران ۲۹-۲۵ سال و کمترین فرزندآوری به مادران بالای ۴۹ سال

mahbobejafari95@gmail.com

arf1348@gmail.com

y.foroutan@umz.ac.ir

mpahlavan1967@gmail.com

۱. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بابل

۲. دانشیار گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بابل، نویسنده مسئول

۳. دانشیار جمعیت‌شناسی گروه علوم اجتماعی دانشگاه مازندران

۴. استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بابل

اختصاص دارد. نتیجه مقایسه ولادت‌های سال ۱۳۹۷ با ۱۳۸۹ براساس گروه سنی مادران، نشان داد که رتبه اول فرزندآوری از مادران ۲۰-۲۴ سال به ۲۵-۲۹ سال و رتبه دوم ولادت از مادران ۲۵-۲۹ سال به ۳۰-۳۴ سال تغییر یافته‌است که این امر نشان از بالارفتن سن فرزندآوری مادران در استان‌های مذکور دارد. زنان کمتر از ۱۵-۲۴ سال ساکن روستا، بیشتر از زنان شهری در بازه سنی مشابه اقدام به فرزندآوری می‌کنند. بر مبنای تئوری گذار دوم جمعیتی، هرچه توسعه‌یافتگی در جامعه‌ای بالاتر می‌رود، میزان باروری و ازدواج در آن کاهش و طلاق رشد می‌یابد. از طرفی تشدید روابط اجتماعی بدون مرز در قالب شبکه‌های گسترده ارتباطی و ارزیابی عقلانی والدین از منافع اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی داشتن فرزند، موجب تغییر نگرش و ارزش‌ها در خانواده شده و زمینه تغییر ساختار خانواده را در استان‌های مذکور فراهم نموده است.

واژه‌های کلیدی: ساختار خانواده، ولادت، ازدواج، طلاق، گروه سنی مادران، گذار جمعیتی.

مقدمه

خانواده بدون شک اصلی‌ترین نهاد در جامعه به‌شمار می‌آید که چه در گذشته و چه در جامعه امروز، دارای کارکردهای مهمی است، لذا انعکاس تغییر در خانواده، آنقدر مهم است که می‌تواند به کل جامعه تعمیم یابد. اولین هسته زندگی بشر از خانواده آغاز می‌شود. تغییرات زیادی در شکل خانواده رخ داده‌است که رسیدن به یک تعریف واحد به نظر بی‌نتیجه می‌رسد. گیلز معتقد است خانواده زیربنای اولیه جامعه‌شناسی است (Gillies, 2003: 23)، براساس این نظر می‌توان انعکاس تغییر در ساختار خانواده را به کل جامعه تعمیم داد. رابطه‌ای دوطرفه بین تحولات خانواده و جامعه وجود دارد، به‌طوری‌که تغییرات ارزشی در خانواده بر جامعه تأثیر می‌گذارد و تحولات جامعه نیز در مناسبات خانوادگی مؤثر خواهد بود. آنتونی گیدنز^۱ معتقد است: در میان تغییراتی که این روزها در جریان است اهمیت هیچ کدام به اندازه اتفاقاتی نیست که در زندگی شخصی، در روابط جنسی، حیات عاطفی، ازدواج و خانواده در حال وقوع است. ورود به جامعه اطلاعاتی، همچون مرحله گذر از جامعه کشاورزی به جامعه صنعتی، تمامی جنبه‌های حیات

بشری را تحت تاثیر قرار داده است. عرصه های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی را با انبوهی از فرصت ها و چالش های اساسی مواجه ساخته است و از این روست که مفهوم جامعه اطلاعاتی، امروزه به سرچشمه ای از بحث ها و گفتمان های فراوان تبدیل شده است (اسعدی، ۱۳۸۷: ۶۰). تحولات خانواده امروز، بحثی جهانی است که در همه جوامع اتفاق افتاده است؛ ولی بستر تغییرات از کشوری به کشور دیگر و از فرهنگی به فرهنگ دیگر بسیار متفاوت است. امروزه شاهد رخدادهایی، مانند افزایش میانگین سن ازدواج، افزایش زنان سرپرست خانوار، افزایش سن باروری، کاهش فرزندآوری، افزایش تک والدی، خشونت خانوادگی، تغییر سبک زندگی، کاهش طول زندگی مشترک و افزایش طلاق در خانواده هستیم که این امر نشان از تحولات و تغییرات در الگوهای زندگی خانواده ایرانی است. البته این تغییرات، پس از جذب و درونی شدن، خود به عنوان عامل درونی در تعامل همسو و ناهمسو با نیروهای همچنان فعال و شاید بسیار فعال جهانی شدن، تغییرات جدیدی را ایجاد می کند. پیداست که تاریخ معاصر ایران روایتگر تقلای یک جامعه ریشه دار محلی از یک سو برای ماندن (تداوم) و از سوی دیگر برای مدرن شدن (تغییر) بوده است (سرای، ۱۳۸۵: ۴۱). یکی از روندهای بلندمدت جمعیتی، بُعد خانوار است که می تواند نمونه ای گویا از تغییر ساختار خانواده باشد. خانوار به صورت گروهی از افراد که در اقامتگاه مشترکی ساکن هستند و هزینه ها، خوراک و دیگر ملزومات زندگی را با هم سهیم می شوند، تعریف می شود. خانوارها، هسته مرکزی فرآیندهای جمعیتی، اجتماعی و اقتصادی هستند و بسیاری از تصمیمات مربوط به فرزندآوری، و سایر موارد در آن رخ می دهد. طبق سرشماری سال ۱۳۶۵ بُعد خانوار در ایران برابر ۵/۱ بود که در سرشماری ۲۰ سال بعد، یعنی در سال ۱۳۸۵ به ۴ کاهش یافته است، در آخرین سرشماری انجام شده در سال ۱۳۹۵ بُعد خانوار در ایران به ۳/۳ رسیده است. کوچک شدن بُعد خانوار در ایران، به تصمیماتی برمی گردد که افراد در خصوص ازدواج، فرزندآوری و طلاق می گیرند. در سال ۱۳۶۵ نرخ ولادت در کشور برابر ۴۵/۶ در ۱۰۰۰ بوده که این شاخص در سال ۱۳۸۵ به ۱۷/۸ واقعه ولادت، کاهش یافته و در سال ۱۳۹۵ نرخ ولادت در کشور به ۱۹/۱ واقعه رسیده است. در استان خراسان بزرگ در سال ۱۳۶۵ نرخ ولادت برابر ۴۶/۵ واقعه در ۱۰۰۰ بوده که در سال ۱۳۷۵ به ۲۰/۱ واقعه کاهش یافته است. بررسی آمارها نشان می دهد که جامعه ایرانی، به طور جدی کاهش فرزندآوری، ازدواج و رشد طلاق را در همه استان ها تجربه کرده است.

امروزه طرز تلقی و تمایل خانواده‌های ایرانی نسبت به شکل‌گیری خانواده، فرزندآوری و تداوم ازدواج تغییر یافته‌است. بررسی روندهای ملی و استانی شاخص‌های ولادت، ازدواج و طلاق نشان می‌دهد که الگوی جغرافیایی خاصی بر ساختار خانواده در ایران حاکم است؛ به‌طوری‌که استان‌های نوار مرزی کشور، باروری بالاتری در مقایسه با استان‌های واقع در بخش مرکزی کشور، بویژه استان‌های نزدیک به پایتخت دارند. استان‌های خراسان بزرگ جزو استان‌های مهمی هستند که به لحاظ جغرافیای جمعیتی، تأثیر قاطعی بر رشد و ساختار جمعیت کشور دارد. افزایش میانگین سن ازدواج، کاهش ازدواج، افزایش میانگین سن مادران، کاهش تمایل به فرزندآوری و رشد طلاق، به‌خاطر تأثیر قاطع بر ساختار جمعیت، در فهرست مسایل اجتماعی کشور جای گرفتند (شوازی، ۱۳۸۴: ۲۵). اگرچه براساس نظریه برخی از دانشمندان، سرعت گذار باروری در ایران و استان‌هایی مانند خراسان بزرگ را متأثر از برنامه تنظیم خانواده می‌دانند، بر نقش تغییرات اجتماعی و اندیشه‌ای در تغییرات ساختار خانواده تأکید ویژه‌ای دارند. شناخت تحولات در حوزه خانواده، قطعاً در فهم تحولات اجتماعی کمک‌کننده خواهد بود؛ همان‌طور که برناردز^۱ (۱۳۹۰: ۵۵) "مطالعه خانواده را مطالعه خود جامعه می‌داند". این مقاله در پی آن است که با رصد تغییرات حاصل‌شده در مباحث ولادت، ازدواج و طلاق در استان‌های خراسان رضوی، شمالی و جنوبی به این سؤال مهم پاسخ گوید که با توجه به بازه زمانی انتخاب‌شده (۱۳۵۵-۱۳۹۵)، آیا وضعیت آمارهای ثبتی (ولادت، ازدواج و طلاق) در استان‌های خراسان رضوی، شمالی و جنوبی تغییر محسوسی داشته‌است که بتوان از این تغییر، به تغییر نگرش و تصمیم مردم در موضوع ساختار خانواده رسید؟

جدول (۱) پیشینه پژوهش

محققین	نام پژوهش	نوع پژوهش	نتایج
فروتن ۱۳۸۶	رویکرد اجتماعی و جمعیت‌شناختی به مسائل خانواده معاصر با تأکید بر سقط جنین در ایران	داخلی	نتایج پژوهش نشان داد نزدیک به دو پنجم افراد بررسی‌شده به سقط جنین نگرش مثبت دارند؛ در عین حال، این الگوی کلی تحت تأثیر سه دسته متغیر تعیین‌کننده، شامل متغیرها و تعیین‌کننده‌های جمعیت‌شناختی پایه، مانند سن، جنس، وضعیت تأهل، محل سکونت، بُعد ایدئال، خانواده و سطح تحصیلات متغیرهای مرتبط با مؤلفه‌های مذهبی، دینداری و متغیرهای مرتبط با نگرش‌های جنسیتی است.
ملکی، و دیگران ۱۳۹۴	بررسی فردی شدن خانواده در ایران با تأکید بر روند تغییرات ساختاری و کارکردی خانواده‌های ایرانی از سال ۱۳۳۵-۱۳۹۳	داخلی	یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد تغییرات جمعیت‌شناختی خانواده به‌منظور فردی شدن هر چه بیشتر عرصه خانواده، روند مشخصی دارد. این تغییرات در تمامی ۳۱ استان کشور مشاهده شده؛ اما شدت و اندازه تغییرات در استان‌ها بیش از آنکه به تفاوت‌های فرهنگی و جغرافیایی مربوط شود، تابع توسعه اجتماعی و اقتصادی است.
احمدی، قاسمی، کاظمی‌پور ۱۳۹۱	تبیین مسأله نقش گذار جمعیتی در تغییرات جامعه‌شناختی خانواده	داخلی	ساختار خانواده در کشورها بر اساس مراحل گذار جمعیتی متفاوت است.
سرای ۱۳۸۵	هدف بررسی تغییرات خانواده در بستر گذار جمعیتی	داخلی	به تغییر برخی از عناصر خانواده، مانند اشکال و ساختار خانواده، ازدواج و طلاق و رفتار فرزندآوری اشاره می‌کند و جهانی شدن را عامل این دگرگونی می‌داند.
ادهیکاری (Adhikari, 2010)	بررسی خانواده در نپال	خارجی	یافته‌های ادهیکاری از تحقیقات نپال نشان می‌دهد، نرخ زاد و ولد کلی تقریباً ۲۵٪ کاهش یافته‌است؛ یعنی از ۴/۱ تولد به ازای هر زن در سال ۲۰۰۱ به ۳/۱ تولد به ازای هر زن در سال ۲۰۰۶. بین دو بررسی کاهش یافته‌است. تحصیلات زنان، نیروی کار زنان، سکونت شهری، ثروت خانوادگی، هنجارهای فرهنگی و سطوح کلی از توسعه اجتماعی بر سطح زاد و ولد تأثیر گذاشته‌است.
سابتکا و دیگران (Sobtko, 2010)	دلایل اقتصادی و رفتار باروری در آمریکا	خارجی	نتایج پژوهش در آمریکا نشان داد، افرادی که بیکاری، کاهش دستمزد و بی‌ثباتی شغلی دارند، باروری کمتری نیز دارند؛ همچنین در طول رکود اقتصادی، روند باروری نیز کاهش پیدا می‌کند و این رابطه منفی بین رکود اقتصادی و باروری و نیز حتی ازدواج در مطالعات قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم مطرح شده- است؛ اما یک نوع عامل کمک‌کننده واسطه در ناامنی اقتصادی، سرمایه اجتماعی است.
اسکیربک (Skirbekk, 2008)	ارتباط باروری با وضعیت اجتماعی	خارجی	نتایج تحقیقات اسکیربک در قرن بیستم در کشور ایتالیا گویای رابطه معکوس میان فرزندآوری و طبقه شغلی و اجتماعی بالاست.

عباسی شوازی و مک دونالد Abbasi-Shavazi, & Mcdonald, (2007)	بررسی پویایی و تغییرات خانواده ایرانی در قرن ۲۰، بویژه بعد از انقلاب اسلامی	خارجی	این مطالعه گویای آمیزه پیچیده‌ای از تغییر و تداوم در درون نهاد خانواده است. بر اساس این مطالعه، نیروهای ساختی و ایدهای، هر دو با هم بر تغییرات خانواده تأثیر زیادی داشته‌است و در کنار آن نیروهای سیاسی نیز در تقویت یا تحدید تغییرات یا تحدید تغییرات خانواده نقش اساسی ایفا کرده‌اند.
تورن (Toren, 2003)	گذار خانواده از شکل سنتی به شکل مدرن	خارجی	دو نوع نیروی متضاد در رابطه با خانواده عمل می‌کنند؛ عواملی چون مذهب، خانواده‌گرایی و موقعیت سیاسی که مانع تغییر می‌شوند و در مقابل آن، عواملی چون تأثیرات فرهنگ جهانی محرک تغییر هستند؛ در نتیجه چهره این تغییرات را می‌توان در پدیده‌های ازدواج، طلاق، باروری و صورت‌بندی‌های جدید خانواده مشاهده کرد.
هیرشمن و مین (Hirshman & Minh, 2002)	تأثیرات نوسازی بر ساختار خانواده پدر مکانی در کشور ویتنام	خارجی	به رغم وجود فرایند نوسازی و شیوع مشاغل غیر کشاورزی و بالا رفتن سن ازدواج، الگوی خانواده تغییر محسوسی نکرده‌است؛ یعنی سکونت بین نسلی برای جوامع مدرنیزه‌شده هنوز کارکرد خود را حفظ کرده‌است.

در جدول ۱ مرور پژوهش‌های پیشین نشان از یک دغدغه مشترک در خصوص اهمیت تغییر ساختار جمعیتی خانواده‌هاست. بیشتر پژوهش‌ها با نگاه کلی به کاهش فرزندآوری، به انگیزه‌های کاهش باروری و عوامل مؤثر بر آن پرداخته‌اند. برخی از آن‌ها به بحث کاهش ازدواج و طلاق نیز وارد شده‌اند؛ اما آنچه در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته‌است و آن را از تحقیقات دیگر متمایز می‌سازد، بررسی روند آمارهای ثبتي در یک بازه زمانی مشخص است؛ با این هدف که ضمن بررسی تغییرات آمارها، سرعت کاهش و یا افزایش وقایع حیاتی هم مورد تعمق قرار می‌گیرد؛ زیرا سرعت تغییر و تأثیرپذیری افراد جامعه از همه عواملی که باعث تغییر نگرش مردم در زمینه باروری، ازدواج و طلاق و ابعاد گوناگونی چون بالارفتن میانگین سن ازدواج، طلاق و رشد میانگین سن مادران ایجاد شد، از دیدگاه جامعه‌شناختی قابل تأمل است. بررسی دقیق جزئیات روندها، حتی در زمینه آمارهای ثبتي می‌تواند در ارائه راهکار برای برون‌رفت از این آسیب جمعیتی نیز تأثیرگذار باشد. در این پژوهش تلاش شد تا با استفاده از تغییرات ایجادشده در آمارهای ثبتي، تغییر ساختار خانواده در استان‌های خراسان بزرگ به چالش گرفته شود و تغییر ساختار خانواده نتیجه‌ای است که با بررسی تغییرات ایجادشده در آمارهای ثبتي، می‌توان به تغییر نگرش مردم در خصوص خانواده گرفت.

مبانی نظری

در این مقاله تغییر ساختار خانواده در سه استان خراسان رضوی، شمالی و جنوبی براساس سه دیدگاه نظری مورد تحلیل قرار گرفت که در پی به آن‌ها پرداخته خواهد شد:

الف) دیدگاه کلاسیک جمعیت‌شناختی ب) دیدگاه انتخاب عقلانی ج) دیدگاه جهانی‌شدن.

الف. دیدگاه کلاسیک جمعیت‌شناختی

با بررسی تحولات جامعه، همیشه رابطه‌ای میان تحولات جمعیتی و تغییرات ساختار جامعه وجود داشته‌است؛ گویی انعکاس تحولات ذهن جامعه (نگرش مردم)، در عین جامعه (ساختار جمعیتی) خود را به‌نمایش می‌گذارد. تغییرات ایجادشده در گذار جمعیتی اول، زمینه لازم را جهت ظهور گذار جمعیتی دوم فراهم کرد. کاهش مرگ‌ومیر در گذار جمعیتی اول باعث تجدید نظر در هنجارها شد؛ به‌طوری‌که شرایط لازم برای استفاده از وسایل جلوگیری از بارداری و... فراهم شد که به‌دنبال آن تغییرات جمعیت‌شناختی در خانواده اتفاق افتاد. موضوع محوری در گذار جمعیتی اول، بر مبنای تغییر در باروری و مرگ‌ومیر استوار بود؛ اما نظریه گذار جمعیتی دوم، اساساً معطوف به صنعت و ویژگی‌های خانواده نوین در دهه‌های اخیر است و به همین سبب "گذار خانواده" نیز تلقی شده‌است. مطابق این نظریه، خانواده و پیوندهای زناشویی در دوره معاصر، بویژه در جوامع صنعتی دستخوش تحولات بنیادین شده‌است. این تغییرات شامل کاهش تشکیل خانواده و ازدواج، افزایش زندگی‌های بدون ازدواج، تأخیر در ازدواج و فرزندآوری، کاهش ولادت، افزایش مولید خارج از ازدواج و افزایش طلاق است. ون دی کا^۱ نیز گذار دوم جمعیتی را ناظر بر تحولات بنیادین خانواده می‌داند که بیش از هر چیز؛ ریشه در فردگرایی دارد. درحالی‌که در گذشته دگرخواهی نقش اصلی را در زندگی خانوادگی ایفا می‌کرد (فروتن، ۱۳۹۲: ۱۲۶). در جدول ۲، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و اجتماعی مرتبط با گذار اول و دوم در اروپای غربی آمده‌است که لستاق و نیلز^۲ تفاوت‌های دو گذار جمعیتی را در زمینه‌های ازدواج، باروری و زمینه‌های اجتماعی با یکدیگر مقایسه کرده‌اند.

1. Van de kaaa

2. Lesthaeghe & Neels

جدول ۲) ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و اجتماعی مرتبط با گذار اول و دوم در اروپای غربی

عنوان	گذار جمعیتی اول	گذار جمعیتی دوم
زادگان	افزایش نسبت ازدواج کرده‌ها	کاهش نسبت ازدواج کرده‌ها
	کاهش سن ازدواج	افزایش سن اولین ازدواج
	کاهش طلاق و افزایش ازدواج مجدد	افزایش طلاق (طلاق اوایل ازدواج) و کاهش ازدواج مجدد
زوری	کاهش باروری زناشویی از طریق کاهش در سنین بالاتر	کاهش بیشتر باروری از طریق تأخیر در ازدواج
	پایین‌بودن سن فرزندآوری	افزایش سن فرزندآوری
	کاهش باروری نامشروع	افزایش باروری خارج از ازدواج
	کاهش بی‌فرزندگی در بین زوجین	افزایش بی‌فرزندگی در بین زوجین
تغییرات اجتماعی	اشتغال با هدف نیازهای اساسی مادی: درآمد خانه‌داری، سلامت، تحصیل، امنیت اجتماعی، ارزش همبستگی اولیه	افزایش نیازهای سطح بالاتر: استقلال فردی، خودشکوفایی، دموکراسی اجتماع محلی
	افزایش عضویت سیاسی، مدنی و شبکه‌های اجتماع‌محور، تقویت همبستگی اجتماعی	دوری از شبکه‌های اجتماعی و مدنی‌محور، تغییر سرمایه اجتماعی و تضعیف انسجام اجتماعی
	نظارت هنجاری شدید به‌وسیله دولت، تکثر اجتماعی و سیاسی	کمرنگ‌شدن دولت، سرپیچی از قدرت و اقتدار، عدم تکثرگرایی سیاسی
	تفکیک نقش‌های جنسیتی، سیاست‌های مبتنی بر خانواده	افزایش همانندی در نقش‌های جنسیتی، استقلال اقتصادی زنان
	تغییرات منظم دوره زندگی، ازدواج محتاطانه و الگوی واحد در خانواده	انعطاف در سازمان‌دهی چرخه زندگی، شیوه‌های زندگی چندگانه، آینده باز

منبع: (Lesthaeghe & Neels, 2002: 331)

در جدول ۲، نشانه‌هایی که از گذار جمعیتی دوم بدان اشاره شده‌است، با نتایج بررسی آمارهای ثبتی همخوانی دارد و می‌توان گفت کشور ما مرحله دوم گذار جمعیتی را سپری می‌کند.

ب. دیدگاه انتخاب عقلانی

در نظریه انتخاب عقلانی، کرایب^۱ (۱۳۷۸: ۹۷) معتقد است «مردم به تعداد و دفعات کافی دست به کنش عقلانی می‌زنند که نظریه انتخاب عقلانی را به یک گزاره کارآمد تبدیل می‌کند». اولین بار نظریه انتخاب عقلانی توسط جیمز کلمن^۲ تشریح شد. نظریه انتخاب عقلانی به مطالعه سیستم‌ها، نهادهای مؤثر در تصمیم‌گیری و انتخاب‌های جمعی که بر روی یک گروه از مردم اثر می‌گذارد، می‌پردازد (آزاد ارمکی، ۱۳۸۱: ۲۹۵). تئوری انتخاب عقلانی، معتقد است که کنش عقلانی، ویژگی بارز جامعه انسانی است که عقلانیت در همه ابعاد زندگی، می‌تواند خود را نشان دهد. از جمله تأثیرات آن می‌تواند در فرزندآوری باشد. کلمن (۱۳۷۷: ۳۲) معتقد است «کنشگر کنشی را انتخاب می‌کند که حداکثر فایده را نصیب او سازد». این مفهوم ابتدا در اقتصاد مطرح شد که سود و بهره‌مندی را از زمینه اقتصادی به زمینه‌های دیگر نیز تعمیم داده‌است. زولانی (Zsolani, 1998: 618) معتقد است دو روایت از نظریه انتخاب عقلانی وجود دارد؛ عقلانیت به معنای سازگاری درونی هنجارها و عقلانیت به‌عنوان به‌حداکثر رساندن نفع فردی. در این خصوص وبر^۳ (۱۳۶۸: ۷۱) نیز یادآور می‌شود که رفتار اجتماعی ممکن است به‌طور عقلانی طبقه‌بندی و به سمت یک هدف جهت‌گیری شود. این طبقه‌بندی مبتنی است بر اینکه اشیای وضعیت بیرونی یا سایر افراد، به نحو معینی رفتار خواهند کرد و از چنین انتظاراتی، به‌مثابه شرایط یا وسایل تحقق موفقیت‌آمیز هدف‌هایی که به طرز عقلانی توسط خود فرد انتخاب شده‌اند، استفاده می‌شود. هاروی لیبنشتاین^۴ در چارچوب تئوری اقتصادی، استدلال می‌کند که منفعت و هزینه فرزندان، عواملی هستند که بر تصمیم‌گیری والدین در مورد شمار فرزندان تأثیر می‌گذارد. او ضمن برشمردن دو نوع هزینه، از سه نوع منفعت در مورد شمار فرزندان نام می‌برد: نخست، فرزند کالایی که می‌تواند منبع لذت برای والدین باشد (کالای مصرفی)؛ دوم، فرزند به‌عنوان نیروی کار که می‌توان از او به‌گونه مجانی در فعالیت‌های کشاورزی و دامداری استفاده کرد؛ سوم، تأمین و

1. Craib

2. James Kelman

3. Weber

4. Harvey Leibenstein

نگهداری والدین را در بُعد منفعت و رضایت تعریف می‌کند (حسینی، ۱۳۸۶: ۷۱) که براساس تئوری لیبنشتاین می‌توان تحلیل جامع‌تری از تغییر الگوی باروری در جامعه ایرانی داشت.

ج. دیدگاه جهانی‌شدن

با گسترده‌شدن روابط اجتماعی در جامعه انسانی، تغییراتی در ارزش‌ها و نگرش انسان به زندگی رخ داده که سبک زندگی متفاوتی را موجب شده‌است. در این مطالعه دگرگونی نهاد خانواده مورد بحث قرار گرفته‌است و یکی از تئوری‌های مهمی که می‌تواند به درک و تفسیر این تغییر کمک کند، دیدگاه جهانی‌شدن است؛ زیرا جهانی‌شدن گسترش روال‌ها، روابط، آگاهی و سازمان حیات اجتماعی جهانی است (گیدنز، ۱۳۹۵: ۷۶۶). جهانی‌شدن ندیدن تفاوت‌های جامعه انسانی و رسیدن به یک اشتراک جهانی است (عبداللهی، ۱۳۸۹: ۳). جهانی‌شدن فرایندی اجتماعی است که در آن قیدوبندهای جغرافیایی که بر روابط اجتماعی و فرهنگی سایه افکنده‌است، از بین می‌رود و مردم به طور فزاینده‌ای از کاهش این قید و بندها آگاه می‌شوند (واترز، ۱۳۷۹: ۱۲). از طریق جهانی‌شدن حوادث، تصمیمات و فعالیت‌های یک بخش از جهان می‌تواند نتایج مهمی برای افراد و جوامع در بخش‌های بسیار دور کره زمین در بر داشته باشد (Scholte, 1993: 13). گیدنز (۱۳۷۷: ۷۶) معتقد است «جهانی‌شدن مترادف با تشدید روابط اجتماعی است؛ همان روابطی که موقعیت‌های مکانی دور از هم را چنان به هم پیوند می‌دهد که هر رویداد محلی تحت تأثیر رویدادهای دیگری که کیلومترها با آن فاصله دارد، شکل می‌گیرد و بالعکس». یکی از این نهادها که مطمئناً از فرایند جهانی‌شدن تأثیر پذیرفته خانواده است. تغییر ارزش‌ها در ساختار خانواده با تأثیر جهانی‌شدن به وسیله شبکه‌های ارتباطی، صورت گرفته‌است که یکی از مظاهر برونی آن را می‌توان در تغییر ساختار جمعیتی خانواده مشاهده نکرد. یکی از ویژگی‌های اصلی جهانی‌شدن ارتباطات متقابل است؛ اما برخلاف وابستگی متقابل که بر دوجانبه‌بودن تأکید دارد، جهانی‌شدن امکان وابسته‌شدن را نیز در نظر می‌آورد (ویلیامز، ۱۳۷۹: ۱۳۳). گیدنز از طریق بازانديشی مفهوم جهانی‌شدن و تأکید بر ارکان اصلی مدرنیته؛ اعم از نظام سرمایه‌داری، صنعتی-شدن، قدرت نظامی و نظارت و کنترل، این فرایند را در جهت پروژه ناتمام مدرنیته مورد تحلیل

قرار می‌دهد. او از منظر شکل‌گیری و تکوین، فرآیند جهانی‌شدن را به گذار کامل از مدرنیته مشروط و محدود نمی‌کند (عبداللهی، ۱۳۸۹: ۱۵).

از دیدگاه گیدنز جهانی‌شدن پدیده‌ای است چندبعدی، که هر یک از ابعاد جهانی‌شدن موجب شده‌است که نوع، شرایط و سطح زندگی روزمره انسان به‌طور اساسی متحول شود. در شرایط جهانی‌شدن، ابعادی در شرایط جدید پدیدار شده‌است که سطح زندگی روزمره را تغییر داده‌است؛ به‌طور مثال زندگی و هویت زنان در جامعه جدید دچار دگرگونی اساسی شده و از چارچوب‌های سنتی و بومی محض به‌درآمده و امکان حیات مؤثر را در سطح وسیع‌تری بدان‌ها بخشیده‌است. ارتباط انسان‌ها فراتر از مرزهای محلی و کنش متقابل آن‌ها با پدیده‌های اجتماعی که فراتر از مکان و سنت‌های مکان‌محور هستند، امکان نوع جدیدی از زندگی روزمره را به آن‌ها داده‌است که ابعاد جهانی دارند (Giddens, 1999: 1).

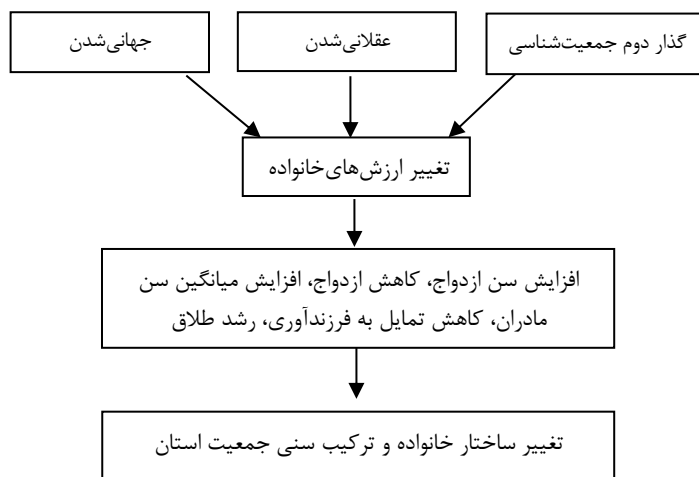
از آنجا که نقش زنان به‌عنوان یک عضو مؤثر در ساختار خانواده، همیشه مورد تأکید بوده‌است، دگرگونی در هویت زنان می‌تواند به قدری قدرتمند باشد که نه تنها منجر به تغییر در خانواده؛ بلکه انعکاس این دگرگونی می‌تواند جامعه را نیز دچار تغییر کند. از آنجا که خانواده دقیق‌ترین و شفاف‌ترین نهاد اجتماعی است که حوادث بزرگ و تاریخی جهان را انعکاس می‌دهد به‌درستی باید گفت، خانواده همپای جامعه حرکت می‌کند (لبیبی، ۱۳۹۳: ۳۵۸-۶۵۹)؛ این همان نکته حیاتی است که می‌تواند تغییرات جامعه را به درجه خانواده متصل کند. واحد اصلی جامعه و همچنین منبع اصلی جامعه-پذیری، خانواده است. خانواده نیز تحت تأثیر جهانی‌سازی قرار گرفته‌است؛ اگرچه این واقعیت است که فرایندهایی مانند صنعتی‌شدن و نوسازی، بر ساختار خانواده در سال‌های اولیه تأثیر گذاشته‌است. جهانی‌سازی نتیجه تعاملات مختلف اجتماعی و فرهنگی بین توده‌هاست (Kumar, 2012: 12).

با تحول در جامعه، خانواده نیز دچار تحول می‌شود. با توجه به این که اجتماعات مختلف به درجات مختلف در معرض تغییر بوده‌اند، خانواده نیز در اجتماعات مختلف باید به درجات مختلف تغییر کرده باشد (سرای، ۱۳۸۵: ۴۰). هاثورن^۱ در خصوص تأثیر شهرنشینی و تحصیلات بر ساختار خانواده، معتقد است این درست است که در تمامی جوامع، آگاهی از کنترل مولید، با شهرنشینی، تحصیلات

بالتر از حد متوسط و درآمد بیشتر از حد متوسط ارتباط مستقیم دارد. تحصیلات همچنین بر متغیرهای تبیینی دیگر نظیر نگرش‌ها نسبت به اندازه خانواده، هزینه‌ها و منافع فرزندان تأثیر قابل توجهی دارد (لوکاس و میر، ۱۳۸۳: ۱۷). البته این امر در ایران هم می‌تواند مصداق داشته باشد؛ زیرا عباسی شوازی و عسکری ندوشن (۱۳۸۴: ۶۲) در نتایج تحقیق خود آورده‌است زوج‌هایی که در محیط شهر پرورش یافته‌اند، زنانی که از سطح بالاتر تحصیلی برخوردار هستند و زنانی که در سنین بالاتر ازدواج می‌کنند، تعداد فرزندان کمتری دارند. خانواده به‌عنوان یک نهاد اجتماعی در فرآیند جهانی‌شدن دچار تناقضات روزافزون می‌شود (ترنر، ۱۳۸۱: ۲۹۴). همان‌طور که در مباحث فوق مطرح شد، جهانی‌شدن می‌تواند یکی از عواملی باشد که منجر به تغییر نقش در خانواده سنتی و تبدیل آن به خانواده مدرن شد و تغییر ماهیت خانواده در دنیای مدرن، آسیب‌هایی را در پی داشت که برای مقابله درست با آن‌ها باید تغییرات خانواده به‌طور دقیق بازشناسی و مسأله‌یابی شود تا در سیاست‌گذاری‌ها، تصمیم‌سازی درست صورت پذیرد. در جمع‌بندی مبانی نظری بیان‌شده در سطور قبل، می‌توان چارچوب نظری این پژوهش را این‌گونه بیان کرد که:

خانواده واحد اصلی جامعه و همچنین منبع اصلی جامعه‌پذیری است. کانون تغییر ارزش‌ها در جوامع انسانی نیز از خانواده آغاز می‌شود؛ پس رابطه میان تحولات اجتماعی و تغییرات جمعیتی خانواده، امری قابل پیش‌بینی است. نظریه گذار جمعیتی دوم، اساساً معطوف به صنعت و ویژگی‌های خانواده نوین در دهه‌های اخیر است. خانواده در جوامع صنعتی دچار تحولات بنیادینی از جمله کاهش تشکیل خانواده و ازدواج، افزایش زندگی‌های بدون ازدواج، تأخیر در ازدواج و فرزندآوری، کاهش ولادت، افزایش موالید خارج از ازدواج و افزایش طلاق شده‌است. همه تغییراتی که در خصوص ویژگی‌های گذار دوم جمعیتی بیان شد را می‌توان نشانه‌هایی از جهانی‌شدن در جامعه دانست. مطابق نظریه عقلانی‌شدن، کاهش فرزندآوری می‌تواند نتیجه ارزیابی والدین از منافع باشد که داشتن فرزند نصیبشان می‌کند که این مسأله می‌تواند همه انواع ارزیابی‌ها؛ از جمله اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را نیز شامل شود. در گذار دوم جمعیتی، تغییر ارزش‌های فرهنگی در جامعه و تغییر موقعیت زنان، اشتغال، تحصیلات و... باعث تغییراتی در سن ازدواج و افزایش سن فرزندآوری، افزایش باروری خارج از ازدواج و نیز افزایش بی‌فرزندگی در بین زوجین شده‌است. کنش عقلانی ویژگی بارز جامعه انسانی است که در همه ابعاد زندگی خود را نشان

می‌دهد که از جمله تأثیرات آن، در فرزندآوری است. براساس این نظریه، کاهش فرزندآوری می‌تواند نتیجه ارزیابی والدین از منافع باشد که در نتیجه داشتن فرزند نصیبشان می‌شود. با توجه به تغییرات ایجادشده در زمینه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، خانواده به این نتیجه رسیده است که فرزندآوری باید کاهش یابد که این نتیجه‌گیری والدین می‌تواند ناشی از تحولات گسترده و عمیقی باشد که در دهه‌های اخیر به دلایلی چون صنعتی‌شدن، رشد شهرنشینی، جهانی‌شدن و مسائل دیگر در عرصه‌های فرهنگی اجتماعی و اقتصادی کشور ما رخ داده‌است. در جوامع رو به توسعه، ارزش‌ها با آهنگی آرام تغییر می‌کنند؛ مانند نحوه انتخاب همسر که از یک تصمیم اقتصادی و مبتنی بر تصمیم و رأی دیگر افراد و اعضای خانواده، تبدیل به یک تصمیم عاطفی و احساسی شده‌است. حق انتخاب آزاد همسر، آزادی عمل زنان در ازدواج، تصمیم‌گیری در خانواده، عادی‌شدن طلاق و موارد مشابه، از جمله تغییراتی است که ما را متقاعد به حضور عقلانیت در همه ابعاد زندگی می‌کند؛ در نتیجه با تغییر ارزش‌ها، تصمیم افراد در خصوص سن ازدواج، فرزندآوری و نیز تداوم زندگی زناشویی تغییر می‌کند؛ پس این تغییر در تصمیم‌گیری، خودش را به صورت عینی، در فراوانی ولادت، ازدواج و طلاق نشان می‌دهد و تغییر فراوانی آمارهای ثبتی می‌تواند انعکاس تغییر ارزش‌ها و در نتیجه تغییر ساختار خانواده باشد؛ در نتیجه می‌توان برای تغییر ساختار خانواده به مدل زیر (نمودار ۱) رسید:



نمودار ۱) مدل تغییر ساختار خانواده (نگارندگان)

با عنایت به ۱۴ بند سیاست‌های جمعیتی تعیین‌شده از سوی مقام معظم رهبری، نتایج این پژوهش می‌تواند در شناخت بهتر و تنظیم سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌های آتی استان‌های خراسان بزرگ کمک کننده باشد. این مقاله در صدد است با رصد تغییرات ایجادشده در ثبت آمارهای ولادت، ازدواج و طلاق به این پرسش‌های پاسخ گوید:

۱. با توجه به بازه زمانی انتخاب‌شده (۱۳۵۵-۱۳۹۵) آیا وضعیت آمارهای ثبتی (ولادت، ازدواج و طلاق) در استان‌های خراسان رضوی، شمالی و جنوبی تغییر محسوسی داشته‌است که بتوان از این تغییر به تغییر نگرش و تصمیم مردم در موضوع ساختار خانواده رسید؟
۲. با توجه به روند کاهشی ولادت، آیا میانگین سنی مادران در ۱۲ سال اخیر در استان‌های خراسان بزرگ تغییر محسوسی داشته‌است؟
۳. با توجه به فرایند جهانی‌شدن، انتخاب عقلانی و وضعیت گذار جمعیتی جامعه ایران، آیا رتبه فرزندآوری مادران در گروه‌های سنی مختلف در استان‌های خراسان بزرگ نیز تغییر یافته‌است؟
۴. آیا وضعیت گروه سنی زنان در ازدواج می‌تواند به سن باروری آن‌ها مرتبط باشد؟

روش پژوهش

در این مطالعه از روش‌های مطالعه اسنادی و تحلیل ثانویه استفاده شده‌است. سازمان‌های دولتی یا خصوصی به‌صورت نظام‌مند انواع مختلفی از اطلاعات را براساس تصمیمات سیاسی و یا نوع خدمت گردآوری می‌کنند. چون آمارهای موجود معمولاً برای پاسخگویی به سؤال خاصی طراحی نشده‌اند، ممکن است دقیقاً با مدل قیاسی طرح پژوهش همساز نباشند؛ بدین جهت نگارنده داده‌ها را به‌صورت خلاقانه در قالب متغیرها سازمان‌دهی می‌کند؛ به همین دلیل نیومن^۱ (۱۳۹۵): ۱۹۶) مشخص کردن موضوعات مناسب برای پژوهش آمارهای موجود را دشوار می‌داند. در این مقاله از آمارهای آراشیو شده در سازمان ثبت احوال کشور که سالانه به‌صورت سالنامه جهت اطلاع عمومی منتشر می‌شود بهره گرفته‌شده و تلاش شده‌است آمارها مورد تحلیل ثانویه قرار گیرند. بیکر تحلیل ثانوی را تحلیل جدیدی از داده‌ها می‌داند که به منظور دیگری گردآوری شده‌اند.

آمارهای منتشرشده از سوی سازمان ثبت احوال کشور بسیار متقن است؛ زیرا منبع داده‌ها کاملاً مستند و بر اساس اسناد هویتی دولتی (شناسنامه‌های صادرشده برای نوزادان، اعلامیه‌های ازدواج و طلاق) گردآوری می‌شود. جامعه آماری این مقاله استان‌های خراسان رضوی، شمالی و جنوبی است. در این مقاله براساس داده‌های موجود در آرشیو سازمان ثبت احوال کشور، از سه بازه زمانی بهره گرفته شده است. انتخاب بازه زمانی، بیشتر منوط به موجودیت داده‌های قابل دسترس در سالنامه تخصصی سازمان ثبت احوال کشور است:

بازه اول: بازه زمانی ۴۰ ساله در قالب ۴ دوره ده‌ساله انتخاب شد تا علاوه بر امکان مقایسه درست تغییرات ایجادشده در یک بازه زمانی معقول، قابل بررسی باشد. داده‌ها از سال ۱۳۵۵ انتخاب شد تا احتمال کم‌ثبتی در ثبت رویدادهای ولادت، ازدواج و طلاق به حداقل برسد. بازه دوم: مربوط به بررسی گروه‌های سنی مادران و ازدواج زنان بر اساس گروه سنی از سال ۱۳۹۷-۱۳۸۶ است.

بازه سوم: بررسی میانگین سن مادران از سال ۱۳۹۷-۱۳۸۹ است.

تعریف مفاهیم

ولادت: واژه باروری درباره زن و شوهران یا زنان تنهایی که آدمی‌زایی می‌کنند، به کار می‌رود (پرسا، ۱۳۷۴: ۲۳۰).

ازدواج: ازدواج رابطه‌ای است که به شکل حقوقی به رسمیت شناخته شده است و میان یک زن و مرد بزرگسال به همراه برخی از حقوق و تکالیف است (مارشال، ۱۳۸۸: ۶۹۹).

طلاق: مارشال^۱ (همان: ۳۰۳) طلاق را فسخ رسمی و قانونی ازدواجی که قانونی بوده است می‌داند که شرایط لازم برای پایان دادن به ازدواج (طلاق) در فرهنگ و زمان‌های مختلف متفاوت است.

تعریف عملیاتی

ولادت: منظور از ولادت مجموع آمار فرزندانی است که در سال‌های مذکور از سازمان ثبت احوال کشور شناسنامه دریافت کرده‌اند.

ازدواج: منظور از آمار ازدواج، تمامی ازدواج‌هایی است که در سامانه تخصصی سازمان ثبت احوال کشور به صورت رسمی ثبت شده‌است.

طلاق: منظور از آمار طلاق، تمامی طلاق‌هایی است که در سامانه تخصصی سازمان ثبت احوال کشور به صورت رسمی ثبت شده‌است.

یافته‌ها

در این مجال یافته‌های حاصل از بررسی آمارهای ولادت، ازدواج و طلاق در کشور و سه استان خراسان رضوی خراسان شمالی و خراسان جنوبی طی سال‌های ۱۳۵۵، ۱۳۶۵، ۱۳۷۵، ۱۳۸۵ و ۱۳۹۵، با هدف نمایش روند تحولات ساختار خانواده، با نگاه به شاخص‌های وقایع حیاتی، ارائه می‌شود.

بررسی روند تغییر تمایل خانواده به فرزندآوری در خراسان بزرگ

جدول (۳) گروه اول، بررسی مقایسه‌ای تغییرات ولادت ۱۳۵۵-۱۳۹۵

استان‌ها	کشور	خراسان رضوی	خراسان شمالی	خراسان جنوبی
۱۳۵۵	۱۳۹۹۹۷۷	۱۳۵۰۷۷		
۱۳۶۵	۳۲۵۶۹۷۱	۳۴۵۷۹۱		
درصد تغییر ۶۵-۵۵	۶۱/۳	۸۲		
۱۳۶۵	۳۲۵۶۹۷۱	۳۴۵۷۹۱		
۱۳۷۵	۱۱۸۷۹۰۳	۱۲۱۵۲۸		
درصد تغییر ۷۵-۶۵	-۴۷/۴	-۵۰/۶		
۱۳۷۵	۱۱۸۷۹۰۳	۱۲۱۵۲۸		
۱۳۸۵	۱۲۵۳۹۱۲	۱۱۱۸۷۲	۱۷۷۵۰	۱۳۰۳۷
درصد تغییر ۸۵-۷۵	۵/۶	-۷/۹	-	-
۱۳۸۵	۱۲۵۳۹۱۲	۱۱۱۸۷۲	۱۷۷۵۰	۱۳۰۳۷
۱۳۹۵	۱۵۲۸۰۵۳	۱۴۸۵۰۰	۱۹۱۹۸	۱۸۳۳۲
درصد تغییر ۹۵-۸۵	۲۱/۹	۳۲/۷	۸/۲	۴۰/۶

زاد و ولد یا تولد یک واقعه جمعیت‌شناسی و از نخستین عوامل حرکت‌های جمعیت است. از این رو، سیاست‌های جمعیتی در دنیا به‌طور عمده، حول محور کاهش یا افزایش باروری اعمال می‌شود. در جدول ۳، تغییرات ولادت در سال‌های ۱۳۵۵، ۱۳۶۵، ۱۳۷۵، ۱۳۸۵ و ۱۳۹۵ با فاصله ۱۰ سال با یکدیگر مقایسه می‌شود؛ با این هدف که تغییراتی که در تمایل خانواده‌ها به فرزندآوری طی این سال‌ها رخ داده‌است، نشان داده شود. درصد تغییرات ولادت در کشور، علاوه بر وابسته‌بودن به سیاست‌های جمعیتی در کشور مطمئناً وابسته به تغییراتی است که در باورهای خانواده نسبت به باروری ایجاد شده‌است. رشد ۸۲٪ ولادت در خراسان رضوی در مقایسه با سال ۱۳۵۵ و ۱۳۶۵ کاهش چشمگیر ۵۰/۶٪ ولادت در مقایسه بین سال ۶۵ و ۷۵، می‌تواند نمایشی از تغییر تصمیم خانواده در موضوع فرزندآوری باشد.

گرایش به ازدواج در خراسان بزرگ

جدول (۴) بررسی مقایسه‌ای تغییرات ازدواج ۱۳۵۵-۱۳۹۵

استان‌ها	کل کشور	خراسان رضوی	خراسان شمالی	خراسان جنوبی
۱۳۵۵	۱۶۷۹۵۰	۱۳۴۲۶		
۱۳۶۵	۳۴۰۳۴۲	۳۹۲۲۴		
درصد تغییر ۶۵-۵۵	۱۰۲/۶	۱۹۲/۱		
۱۳۶۵	۳۴۰۳۴۲	۳۹۲۲۴		
۱۳۷۵	۴۷۹۲۶۲	۵۳۵۷۹		
درصد تغییر ۷۵-۶۵	۴۰/۸	۳۶/۶		
۱۳۷۵	۴۷۹۲۶۲	۵۳۵۷۹		
۱۳۸۵	۷۷۸۲۹۱	۷۲۸۶۳	۱۰۸۹۲	۷۵۰۲
درصد تغییر ۸۵-۷۵	۶۲/۴	۳۶		
۱۳۸۵	۷۷۸۲۹۱	۷۲۸۶۳	۱۰۸۹۲	۷۵۰۲
۱۳۹۵	۷۰۴۷۱۶	۶۰۵۳۶	۹۶۹۴	۷۳۵۰
درصد تغییر ۸۵-۹۵	-۹/۵	-۱۶/۹	-۱۱	-۲

در جدول ۴، تغییرات ۱۰ ساله ثبت ازدواج در کشور در سال‌های ۱۳۵۵، ۱۳۶۵، ۱۳۷۵، ۱۳۸۵ و ۱۳۹۵ نشان داده شده است. در سال ۱۳۶۵ حدود ۱۰۲/۶٪ رشد در ثبت واقعه ازدواج رخ داده که این رشد حتماً قابل تأمل در مسائل اجتماعی و جمعیت‌شناختی است. دهه دوم (۱۳۶۵-۱۳۷۵)، میزان ازدواج‌های ثبت‌شده در سال ۱۳۷۵ حدود ۴۰/۸٪ رشد داشته است و با روند صعودی ثبت ازدواج در کشور در دهه سوم با افزایش ۶۲/۴٪ نسبت به سال ۱۳۷۵، نمودار ثبت ازدواج شیب صعودی را در پیش گرفته تا دهه چهارم که توقفی در روند صعودی ازدواج رخ داده است؛ به طوری که در سال ۱۳۹۵ در قیاس با ده سال قبل از خود، کاهش ۹/۵٪ در ازدواج به وجود آمد. در استان خراسان رضوی نیز در فاصله ۱۰ ساله ۱۳۵۵ تا سال ۱۳۶۵ شاهد رشد ۱۹۲/۶٪ ازدواج هستیم؛ به عبارت دیگر در خراسان بزرگ که استان‌های خراسان شمالی و خراسانی جنوبی را نیز در خود دارد، بیش از ۹۰٪ در قیاس با کشور تمایل بیشتری به تشکیل خانواده وجود دارد. رشد قابل توجه گرایش به تشکیل خانواده همچنان در ۱۰ سال آینده وجود دارد و حتی ۳۶/۶٪ نسبت به ۱۰ سال قبلش، تمایل بیشتری به ازدواج دیده می‌شود. در مقایسه ازدواج سال ۱۳۹۵ با ۱۰ سال قبل از خود در هر سه استان شاهد کاهش ازدواج هستیم و این امر مشابه وضعیت در کشور است؛ گویی کاهش تمایل به ازدواج مسئله‌ای است که کل کشور را درگیر کرده است. فراز و فرود قابل تأمل، هم در کشور و هم در استان‌های مطالعه‌شده قابل تأمل است. روند مثبت در ازدواج در سه دهه، کم‌کم کاسته شده و در دهه چهارم به رشد منفی رسیده است. کاهش ازدواج علاوه بر هشدار درخصوص تغییر تمایل افراد به تشکیل خانواده، می‌تواند زمینه‌ساز کاهش فرزندآوری و تغییر شکل و ساختار جمعیت را نیز رقم بزند.

روند تغییرات فراوانی طلاق در خراسان بزرگ

جدول ۵) بررسی مقایسه‌ای تغییرات طلاق ۱۳۵۵-۱۳۹۵

استان‌ها	کشور	خراسان رضوی	خراسان شمالی	خراسان جنوبی
۱۳۵۵	۱۸۰۹۱	۱۶۵۳		
۱۳۶۵	۳۵۲۱۱	۳۶۵۲		
درصد تغییر ۶۵-۵۵	۹۴/۶	۱۲۰/۹		
۱۳۷۵	۳۷۸۱۷	۴۲۳۶		
۱۳۶۵	۳۵۲۱۱	۳۶۵۲		
درصد تغییر ۷۵-۶۵	۷/۴	۱۶		
۱۳۷۵	۳۷۸۱۷	۴۲۳۶		
۱۳۸۵	۹۴۰۳۹	۹۲۶۶	۸۷۷	۵۳۲
درصد تغییر ۸۵-۷۵	۱۴۸/۷	۱۱۸/۷		
۱۳۸۵	۹۴۰۳۹	۹۲۶۶	۸۷۷	۵۳۲
۱۳۹۵	۱۸۱۰۴۹	۱۶۵۸۰	۱۹۴۸	۱۱۹۶
درصد تغییر ۹۵-۸۵	۹۲/۵	۷۸/۹	۱۲۳/۱	۱۲۹/۱

در جدول ۵، تغییرات ۱۰ ساله ثبت طلاق در کشور در سال‌های ۱۳۵۵، ۱۳۶۵، ۱۳۷۵، ۱۳۸۵ و ۱۳۹۵ نشان داده شده‌است. در سال ۱۳۵۵ تعداد ۱۸۰۹۱ واقعه طلاق در کشور ثبت شده که در سال ۱۳۶۵ ثبت این واقعه حدود ۹۴/۶٪ رشد داشته‌است. در دهه (۱۳۶۵-۱۳۷۵)، میزان طلاق‌های ثبت‌شده در سال ۱۳۷۵ حدود ۷/۴٪ افزایش را نشان می‌دهد. در دهه سوم نیز با ادامه این روند، با سرعت بیشتر روبه‌رو شدیم؛ به‌طوری‌که سال ۱۳۸۵ در قیاس با ده سال قبل از خود، افزایشی در حدود ۱۴۹٪ را نشان می‌دهد. افزایش طلاق در دهه چهارم نیز با رشد ۹۲/۵٪ ادامه دارد؛ به‌طوری‌که در سال ۱۳۹۵، تعداد ۱۸۱۰۴۹ واقعه طلاق در کشور به ثبت رسیده‌است. روند صعودی طلاق در خراسان بزرگ نشانه‌ای است که می‌تواند ذهن را به تغییر هنجارها رهنمون کند. در بررسی آمارهای طلاق در استان خراسان رضوی در فاصله ۱۰ ساله ۱۳۵۵-۱۳۶۵ به رشد بیش از ۱۲۰٪ رسیده‌است. روندی که حتی از کشور پیشی گرفته‌است. در دهه دوم مقایسه فراوانی طلاق، استان خراسان رضوی در رشد طلاق، دو برابر کشور، رشد دارد. رشد واقعه طلاق از دهه چهارم همچنان ادامه دارد. رشد طلاق مسئله‌ای اجتماعی است که چه از منظر آسیب‌های اجتماعی و چه به لحاظ تأثیر مستقیم در ساختار سنی و جنسی جمعیت، نمی‌توان از آن چشم

پوشید. در جمع‌بندی بررسی آمارهای ثبتی ولادت، ازدواج و طلاق می‌توان گفت: استان‌های خراسان رضوی، خراسان جنوبی و خراسان شمالی به ترتیب از لحاظ ولادت وضعیت مناسب‌تری نسبت به کشور دارند؛ اما روند کاهشی ازدواج و روند صعودی طلاق در استان‌هایی که تاریخچه مذهبی دارند هم می‌تواند زنگ خطری برای تهدید ساختار جمعیتی استان باشد و هم آسیب‌های اجتماعی ناشی از این وقایع، می‌تواند به سلامت اجتماعی جامعه ضربه وارد کند.

نگاهی به وضعیت نسبت طلاق به ازدواج در کشور و خراسان بزرگ

جدول ۶) بررسی میزان کل طلاق (نسبت طلاق به ازای هر ۱۰۰ ازدواج)

۱۳۹۵	۱۳۸۵	۱۳۷۵	۱۳۶۵	۱۳۵۵	
۲۵/۷	۱۲/۱	۷/۹	۱۰/۳	۱۰/۸	کل کشور
۱۶/۳	۷	-	-	-	خراسان جنوبی
۲۷/۴	۱۲/۷	۷/۹	۹/۳	۱۲/۳	خراسان رضوی
۲۰/۱	۸/۱	-	-	-	خراسان شمالی

در جدول ۶، به بررسی میزان طلاق به ازای هر ۱۰۰ ازدواج پرداخته شده‌است. در سال ۱۳۵۵ به ازای هر ۱۰۰ ازدواج ۱۰/۸ واقعه طلاق در کشور و در خراسان رضوی ۱۲/۳ واقعه طلاق ثبت شده‌است؛ به عبارت بهتر استان خراسان رضوی در مقایسه با کل کشور، ضریب طلاق بالاتری از کشور داشته‌است و این شاخص در سال ۱۳۹۵ در کشور به ۲۵/۷ و در استان خراسان رضوی نیز به نسبت ۲۷/۴ صعود می‌کند؛ اما نکته قابل تأمل، بالاتر بودن این شاخص در استان خراسان رضوی در قیاس با کشور است. خراسان جنوبی بعد از تشکیل، همیشه در قیاس با ۲ استان دیگر نسبت ۱۰۰ ازدواج به طلاق پایین‌تری داشته‌است.

تحول در خانواده بر پایه تغییر گروه سنی مادران در خراسان بزرگ

زاد و ولد یکی از عوامل مهم در تحولات ساختار سنی- جنسی جمعیت است که پایه‌پای دگرگونی‌های ساختاری (مانند صنعتی‌شدن، شهرنشینی و...) تغییر یافته‌است. از نظر تاریخی، افول بلندمدتی در سطح باروری در جوامع صنعتی وجود داشته‌است. این افول را در پیوند با توسعه و بازسازی اقتصادی، کاهش مرگ‌ومیر کودکان، تغییر در تأمین رفاه و ارزش اقتصادی و اجتماعی کودکان و تحول در موقعیت اجتماعی زنان می‌دانند (مارشال، ۱۳۸۸: ۴۰۹). کشور ما نیز مانند کشورهای صنعتی، کاهش باروری را تجربه کرده‌است. این بخش از مقاله سعی دارد تا با استفاده از آمارهای موجود در سازمان ثبت احوال کشور از سال ۱۳۸۶-۱۳۹۷ به توصیف تغییرات گروه سنی مادران در سال‌های مذکور بپردازد تا به شناخت عمیق‌تری از تغییرات ساختار خانواده در استان‌های خراسان بزرگ دست یابد.

جدول (۷) فراوانی موالید بر اساس گروه سنی مادران در استان خراسان رضوی ۱۳۸۶-۱۳۹۷

سال	کل	کمتر از ۱۵ سال	۱۹-۱۵	۲۴-۲۰	۲۹-۲۵	۳۴-۳۰	۳۹-۳۵	۴۴-۴۰	۴۹-۴۵	بیشتر از ۴۹ سال	نامشخص
۱۳۸۶	۱۰۵۳۶	۱۱۰	۱۰۰۶۸	۳۳۷۱۰	۳۱۶۸۱	۱۹۱۱۳	۸۶۷۶	۱۹۴۱	۲۲۳	۲۱۴	۰
۱۳۸۷	۱۱۰۱۹۲	۱۲۸	۱۰۴۵۵	۳۴۵۴۱	۳۳۵۸۸	۲۰۰۴۴	۸۹۷۶	۲۰۰۵	۲۴۴	۲۱۱	۰
۱۳۸۸	۱۱۳۶۹۹	۱۰۸	۱۰۳۷۰	۳۴۴۸۷	۳۵۲۶۶	۲۱۶۵۰	۹۱۶۱	۲۱۴۰	۲۱۶	۳۰۱	۰
۱۳۸۹	۱۱۷۰۱۳	۱۲۶	۱۰۵۵۴	۳۴۲۱۸	۳۶۲۹۶	۲۲۹۷۱	۱۰۰۵۴	۲۲۳۳	۱۷۹	۲۱	۳۶۱
۱۳۹۰	۱۲۲۵۱۷	۱۱۲	۱۰۹۵۳	۳۴۶۸۱	۳۸۶۲۷	۲۴۷۹۲	۱۰۴۳۰	۲۳۰۹	۱۲۹	۱۹	۴۵۵

۵۸۶	۶۲۷	۷۹۴	۷۸۲	۸۴۴	۸۲۲	۸۳۴	۶۱۰۵
۳۱	۱۸	۷	۱۶	۱۵	۱۵	۲۰	۸۸۸
۱۷۰	۱۸۷	۲۲۵	۲۱۳	۲۳۴	۲۵۲	۲۴۶	۲۵۲۸
۲۴۰	۲۷۲	۳۲۷۹	۳۹۷۱	۴۱۷۸	۴۴۲۱	۴۳۱۷	۳۵۹۳۶
۱۱۳۵۸	۱۳۱۰۰	۱۵۵۹۸	۱۸۰۴۸	۱۸۰۱۳	۱۸۴۶۵	۱۷۲۹۶	۱۵۹۱۷۴
۲۶۴۲۲	۲۹۶۹۳	۳۳۵۱۹	۳۶۶۲۵	۳۶۱۸۷	۳۵۵۶۴	۳۲۴۴۱	۳۳۹۰۲۱
۴۰۴۲۹	۴۳۵۹۸	۴۵۵۷۲	۴۶۳۵۳	۴۲۹۰۶	۴۰۰۲۷	۳۵۶۹۲	۴۷۰۰۳۵
۳۴۶۶۷	۳۵۸۸۳	۳۴۶۱۶	۳۳۵۱۳	۳۰۸۸۶	۲۹۷۴۸	۲۶۹۴۸	۳۹۷۷۹۸
۱۱۱۳۷	۱۱۸۵۰	۱۱۲۱۴	۱۰۸۹۹	۱۰۴۳۱	۱۰۷۱۲	۱۰۲۷۳	۱۲۸۹۱۶
۱۵۴	۱۵۸	۱۴۸	۱۴۹	۱۷۱	۱۸۲	۱۵۵	۱۷۰۱
۱۲۷۳۷۴	۱۳۷۸۳۶	۱۴۴۹۷۲	۱۵۰۵۶۸	۱۴۳۸۶۵	۱۴۰۲۰۸	۱۲۸۲۲۲	۱۵۴۲۲۰۲
۱۳۹۱	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	جمع

جدول ۷، فراوانی موالید بر اساس گروه سنی مادران از سال ۱۳۸۶-۱۳۹۷ خراسان رضوی را نشان می‌دهد. مادران ۲۵-۲۹ ساله بیشترین فرزندآوری را داشته‌اند و کمترین موالید مربوط به مادرانی با بیشتر از ۴۹ سال است.

جدول ۸) فراوانی موالید بر اساس گروه سنی مادران در استان خراسان شمالی ۱۳۸۶-۱۳۹۷

نامشخص	۰	۰	۰	۹	۱۰	۱۲	۵	۱۱	۶	۶	۷	۳	۶۹
بیشتر از ۴۹ سال	۱۲	۹	۱۳	۵	۵	۶	۲	۲	۶	۶	۳	۳	۷۲
۴۹-۴۵	۴۳	۳۸	۲۸	۳۲	۲۸	۲۸	۲۵	۲۳	۴۴	۲۷	۲۹	۴۰	۳۸۵
۴۴-۴۰	۲۷۱	۳۰۰	۳۴۱	۳۲۴	۳۳۳	۳۴۰	۳۹۳	۴۲۱	۴۷۳	۵۰۶	۴۸۲	۴۳۱	۴۶۱۵
۳۹-۳۵	۱۲۵۲	۱۲۴۴	۱۴۷۳	۱۴۶۱	۱۴۵۹	۱۵۷۷	۱۷۹۹	۱۹۵۱	۲۱۵۰	۲۱۷۴	۲۲۲۷	۲۰۷۷	۲۰۸۴۴
۳۴-۳۰	۲۶۸۳	۲۷۹۱	۳۱۹۷	۳۲۸۴	۳۵۱۳	۳۵۹۲	۳۹۳۵	۴۱۵۹	۴۳۷۹	۴۴۶۹	۴۳۱۳	۳۹۰۱	۴۴۲۱۶
۲۹-۲۵	۴۴۱۸	۴۵۵۳	۵۱۱۶	۵۱۸۲	۵۳۲۶	۵۴۰۸	۵۸۲۱	۵۶۳۰	۵۸۳۴	۵۳۸۴	۵۲۱۲	۴۵۴۶	۶۲۴۳۰
۲۴-۲۰	۴۸۱۳	۴۸۳۶	۵۲۰۸	۵۱۵۵	۵۱۰۹	۴۹۷۸	۵۳۳۲	۴۹۶۹	۴۷۳۰	۴۵۲۶	۴۲۱۸	۳۶۹۷	۵۷۵۷۱
۱۹-۱۵	۱۸۴۱	۱۹۳۷	۲۰۹۵	۱۹۹۶	۲۰۵۵	۱۹۶۲	۲۱۰۲	۲۰۴۶	۱۸۱۷	۱۷۶۵	۱۶۶۶	۱۵۵۴	۲۲۸۳۶
کمتر از ۱۵ سال	۳۹	۲۳	۴۸	۳۹	۴۵	۴۱	۵۱	۳۹	۳۰	۳۶	۳۸	۳۵	۴۶۴
کل	۱۵۳۷۲	۱۵۷۳۱	۱۷۵۱۹	۱۷۴۸۷	۱۷۸۸۳	۱۷۹۴۴	۱۹۴۶۵	۱۹۲۵۱	۱۹۴۶۹	۱۸۸۹۹	۱۸۱۹۵	۱۶۲۸۷	۲۱۳۵۰۲
سال	۱۳۸۶	۱۳۸۷	۱۳۸۸	۱۳۸۹	۱۳۹۰	۱۳۹۱	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷	جمع

جدول ۸، فراوانی موالید بر اساس گروه سنی مادران از سال ۱۳۸۶-۱۳۹۷ خراسان شمالی را نشان می‌دهد. مادران ۲۵-۲۹ ساله بیشترین فرزندآوری را داشته‌اند و کمترین موالید مربوط به مادرانی با بیشتر از ۴۹ سال است.

جدول ۹) فراوانی موالید بر اساس گروه سنی مادران در استان خراسان جنوبی ۱۳۸۶-۱۳۹۷

سال	کل	کمتر از ۱۵ سال	۱۹-۱۵	۲۴-۲۰	۲۹-۲۵	۳۴-۳۰	۳۹-۳۵	۴۴-۴۰	۴۹-۴۵	بیشتر از ۴۹ سال	نامشخص
۱۳۸۶	۱۲۳۲۲	۵	۷۴۹	۳۴۴۳	۳۷۵۳	۲۵۷۵	۱۳۷۵	۳۵۸	۳۵	۲۹	.
۱۳۸۷	۱۲۷۵۰	۶	۷۴۲	۳۵۳۹	۳۸۵۱	۲۷۳۴	۱۴۲۹	۳۹۲	۳۶	۲۱	.
۱۳۸۸	۱۳۰۴۶	۵	۷۷۱	۳۵۸۳	۴۰۱۳	۲۸۱۷	۱۴۳۴	۳۷۹	۲۵	۱۹	.
۱۳۸۹	۱۳۳۲۵	۸	۷۸۹	۳۵۹۱	۴۱۱۴	۲۸۷۹	۱۴۹۵	۴۰۴	۳۱	۳	۲۱
۱۳۹۰	۱۴۳۳۰	۲	۸۷۹	۳۷۴۶	۴۳۷۶	۳۰۶۸	۱۶۴۳	۴۷۰	۲۸	۱	۱۷
۱۳۹۱	۱۴۵۲۳	۷	۸۸۵	۳۶۷۳	۴۶۴۰	۳۱۳۴	۱۶۸۶	۴۴۷	۱۵	۴	۳۳
۱۳۹۲	۱۷۰۹۲	۳	۱۰۱۰	۴۲۶۷	۵۵۱۰	۳۸۰۱	۱۹۶۱	۴۹۲	۲۸	۲	۱۸
۱۳۹۳	۱۷۹۵۰	۳	۸۸۸	۴۲۲۱	۵۷۴۹	۴۲۷۶	۲۱۲۰	۵۷۳	۴۳	۳	۲۹
۱۳۹۴	۱۸۵۱۷	۶	۸۹۷	۴۰۳۷	۵۸۶۴	۴۵۱۲	۲۴۹۲	۶۵۵	۳۹	۲	۳۳
۱۳۹۵	۱۷۹۳۰	۶	۸۳۳	۳۶۲۵	۵۲۶۵	۴۶۸۳	۲۵۱۳	۷۲۶	۴۹	.	۳۰
۱۳۹۶	۱۷۳۹۴	۶	۹۱۳	۳۴۷۵	۵۲۰۶	۴۵۴۹	۲۴۹۰	۷۰۳	۳۵	۱	۱۶

۱۳۹۷	جمع	۱۸۵۳۷۶	۵	۸۵۴	۳۲۷۰	۴۷۶۸	۴۲۲۱	۲۳۹۱	۶۳۵	۳۹	۰	۲۲۶
------	-----	--------	---	-----	------	------	------	------	-----	----	---	-----

جدول ۹، فراوانی موالید بر اساس گروه سنی مادران از سال ۱۳۸۶-۱۳۹۷ خراسان جنوبی را نشان می‌دهد. مادران ۲۵-۲۹ ساله بیشترین فرزندآوری را داشته‌اند و کمترین موالید مربوط به مادران کمتر از ۱۵ سال بوده‌است.

گروه سنی مادران به لحاظ شهری و روستایی بودن در استان‌های خراسان بزرگ

جدول ۱۰) بررسی گروه سنی مادران خراسان رضوی به لحاظ روستایی و شهری بودن ۱۳۸۶-۱۳۹۷

گروه سنی مادران	درصد از کل	کمتر از ۱۵ سال	۱۹-۱۵	۲۴-۲۰	۲۹-۲۵	۳۴-۳۰	۳۹-۳۵	۴۴-۴۰	۴۹-۴۵	بیشتر از ۴۹ سال
درصد از کل موالید	۱۰۰	۰/۱۱	۸/۳۶	۲۵/۸۰	۳۰/۴۸	۲۱/۹۸	۱۰/۳۲	۲/۳۳	۰/۱۶	۰/۰۶
درصد از کل موالید شهری	۸۰/۳	۰/۰۹	۷/۴۸	۲۵/۴۵	۳۱/۳۲	۲۲/۴۸	۱۰/۳۸	۲/۳۳	۰/۱۵	۰/۰۵
درصد از کل موالید روستایی	۱۹/۷	۰/۲۰	۱۱/۹۳	۲۷/۲۱	۲۷/۰۵	۱۹/۹۵	۱۰/۴۹	۲/۲۷	۰/۳۴	۰/۰۹

جدول ۱۰، کل اسناد ولادت ثبت شده ۱۲ سال مورد بررسی در خراسان رضوی را نشان می دهد. ۸۰/۳٪ اسناد مربوط به والدینی است که در شهر سکونت داشتند و ۱۹/۷٪ از والدین ساکن روستا بوده اند.

جدول (۱۱) بررسی گروه سنی مادران خراسان شمالی به لحاظ روستایی و شهری بودن ۱۳۹۷-۱۳۸۶

گروه سنی مادران	درصد از کل	کمتر از ۱۵ سال	۱۹-۲۰	۲۰-۲۵	۲۵-۳۰	۳۰-۳۵	۳۵-۴۰	۴۰-۴۵	بیشتر از ۴۹ سال
درصد از کل موالید	۱۰۰	۰/۲۲	۱۰/۷۰	۲۶/۹۷	۲۹/۲۴	۲۰/۷۱	۹/۷۶	۲/۱۶	۰/۱۸
درصد از کل موالید شهری	۶۵/۷	۰/۱۶	۹/۳۸	۲۶/۵۸	۳۰/۴۹	۲۱/۵۵	۹/۶۷	۱/۹۸	۰/۱۵
درصد از کل موالید روستایی	۳۴/۳	۰/۳۳	۱۳/۲۱	۲۷/۷۱	۲۶/۸۵	۱۹/۱۱	۹/۹۴	۲/۵۱	۰/۲۳

جدول ۱۱، گویای ثبت ۶۵/۷٪ موالید شهری و ۴۳/۳٪ موالید روستایی در خراسان شمالی است.

جدول (۱۲) بررسی گروه سنی مادران خراسان جنوبی به لحاظ روستایی و شهری بودن ۱۳۹۷-۱۳۸۶

گروه سنی مادران	درصد از کل	کمتر از ۱۵ سال	۱۵-۲۰	۲۰-۲۵	۲۵-۳۰	۳۰-۳۵	۳۵-۴۰	۴۰-۴۵	بیشتر از ۴۹ سال
درصد از کل موالید	۱۰۰	۰/۰۳	۵/۵۱	۲۳/۹۸	۳۰/۹۲	۲۳/۳۸	۱۲/۴۲	۳/۳۶	۰/۲۲
درصد از کل موالید شهری	۶۷/۷	۰/۰۳	۵/۰۱	۲۴/۰۳	۳۲/۱۲	۲۳/۵۰	۱۱/۹۶	۳/۰۷	۰/۱۵
درصد از کل موالید روستایی	۳۳/۳	۰/۰۴	۶/۵۵	۲۳/۹۰	۲۸/۴۰	۲۳/۱۵	۱۳/۳۹	۳/۹۸	۰/۳۶

طبق جدول ۱۲، در استان خراسان جنوبی طی ۱۲ سال، ۶۷/۷٪ اسناد شهری و ۳۲/۳٪ اسناد روستایی ثبت شده است.

در مقایسه سه استان مورد مطالعه، استان خراسان رضوی بیشترین درصد موالید شهری و استان خراسان شمالی بیشترین درصد موالید روستایی را در کل اسناد خود تنظیم کرده است. در هر سه استان فرزندآوری در بین مادرانی با گروه های سنی کمتر از ۱۵ سال، ۱۵-۱۹ سال و ۲۰-۲۴ سال در روستاها بیشتر از شهرهاست و به دلایل مسائلی که در شهرنشینی مطرح می شود،

سن فرزندآوری در شهرها بیشتر از روستاهاست. فرزندآوری در گروه‌های سنی ۲۵-۳۹ سال در شهرها درصد بالاتری را در قیاس با فرزندآوری در روستا به خود اختصاص داده‌است. براساس آمار موالید ثبت‌شده، ریال گرایش به فرزندآوری از سن ۴۰ و بیشتر از ۴۹ در روستاها بیشتر از شهرهاست.

درصد تغییرات تمایل به فرزندآوری بر اساس گروه سنی مادران در کشور و استان‌های خراسان بزرگ (۱۳۸۶-۱۳۹۷)

جدول ۱۳) درصد تغییرات تمایل به فرزندآوری ۱۳۸۶-۱۳۹۷

گروه سنی	کشور			خراسان رضوی			خراسان شمالی			خراسان جنوبی		
	۱۳۸۶	۱۳۹۷	درصد تغییر	۱۳۸۶	۱۳۹۷	درصد تغییر	۱۳۸۶	۱۳۹۷	درصد تغییر	۱۳۸۶	۱۳۹۷	درصد تغییر
کمتر از ۱۵ سال	۱۵۸۱	۱۵۰۲	-۵	۱۱۰	۱۵۵	۴۰/۹	۳۹	۳۵	-۱۰/۳	۵	۵	۰
۱۵-۱۹	۱۱۳۲۳۴	۸۲۴۴۰	-۲۷/۲	۱۰۰۶۸	۱۰۲۷۳	۲	۱۸۴۱	۱۵۵۴	-۱۵/۶	۷۴۹	۸۵۴	۱۴
۲۰-۲۴	۳۶۸۸۰۱	۲۵۵۶۵۶	-۳۰/۷	۳۳۷۱۰	۱۶۹۴۸	-۲۰/۱	۴۸۱۳	۳۶۹۷	-۳۲/۲	۳۴۴۳	۳۲۷۰	-۵
۲۵-۲۹	۳۶۶۵۲۸	۳۸۵۷۹۰	۵/۳	۳۱۶۸۱	۳۵۶۹۲	۱۲/۷	۴۴۱۸	۴۵۴۶	۲/۹	۳۷۵۳	۴۷۶۸	۲۷
۳۰-۳۴	۲۱۹۹۱۸	۳۶۲۳۳۶	۶۴/۸	۱۹۱۱۳	۳۲۴۴۱	۶۹/۷	۲۶۸۳	۳۹۰۱	۴۵/۴	۲۵۷۵	۴۳۲۱	۶۷/۸
۳۵-۳۹	۹۶۴۵۶	۱۹۰۸۲۴	۹۷/۸	۸۶۷۶	۱۷۲۹۶	۹۹/۴	۱۲۵۲	۲۰۷۷	۶۵/۹	۱۳۷۵	۲۳۹۱	۷۳/۹
۴۰-۴۴	۱۹۸۰۳	۴۴۰۶۸	۱۲۲/۵	۱۹۴۱	۴۳۱۷	۱۲۲/۴	۲۷۱	۴۳۱	۵۹	۳۵۸	۶۳۵	۷۷/۴
۴۵-۴۹	۲۳۹۷	۳۴۱۶	۴۲/۵	۲۲۳	۲۴۶	۱۰/۳	۴۳	۴۰	-۷	۳۵	۳۹	۱۱/۴
بیشتر از ۴۹ سال	۳۶۸۸	۳۴۵	-۹۰/۶	۲۱۴	۲۰	-۹۰/۷	۱۲	۳	-۷۵	۲۹	۰	۱۰۰

هدف از ارائه جدول ۱۳، تغییرات طی ۱۲ سال است تا بتوان تغییراتی را که در انتخاب خانواده‌ها در فرزندآوری رخ داده‌است مورد توجه قرار داد. نقطه مشترک در تغییرات حاصله، آن است که فرزندآوری در مادران بالای ۴۹ سال هم در کشور و هم در سه استان شمالی کاهش یافته‌است. نکته مشترک دیگر میان کل کشور و سه استان خراسان بزرگ، آن است که گویا زنان ۲۵-۴۴ ساله در قیاس با سایر گروه‌های سنی، تمایل بیشتری به فرزندآوری دارند. در جدول ۱۳، تفاوت‌ها در تمایل به فرزندآوری در کشور با استان‌های مورد بررسی، نشان می‌دهد به‌طور مثال

تمایل به فرزندآوری در کل کشور و خراسان شمالی کاهش یافته؛ اما در خراسان رضوی حدود ۴۱٪ رشد داشته‌است. تمایل به فرزندآوری در مادران ۱۵-۱۹ در کل کشور و خراسان شمالی کم شده؛ اما در خراسان رضوی و جنوبی برعکس این روال است. در کشور، خراسان رضوی و جنوبی تمایل به فرزندآوری در زنان ۴۵-۴۹ سال افزایش یافته؛ اما در خراسان شمالی در این گروه سنی اندکی کاهش در مولید نشان داده شده‌است.

بررسی مقایسه‌ای گروه سنی مادران و سن ازدواج زنان

جدول (۱۴) مقایسه درصد گروه سنی ازدواج زنان و گروه سنی مادران ۱۳۸۶-۱۳۹۷

مکان	عنوان	زیر ۱۵ سال	۱۹-۱۵	۲۰-۲۴	۲۵-۲۹	۳۰-۳۴	۳۵-۳۹	۴۰-۴۴	۴۵-۴۹	بیشتر از ۴۹ سال
کشور	ازدواج	۵/۸	۳۰/۳	۳۱/۸	۱۸	۷/۳	۳/۳	۱/۷	۰/۹	۰/۸
	باروری	۰/۱	۷/۵	۲۴/۷	۳۱/۲	۲۳	۱۰/۵	۲/۳	۰/۲	۰/۱
خراسان رضوی	ازدواج	۷/۸	۳۷/۶	۲۹/۱	۱۴/۲	۶	۲/۶	۱/۱	۰/۶	۰/۹
	باروری	۰/۱	۸/۴	۲۵/۸	۳۰/۵	۲۲	۱۰/۳	۲/۳	۰/۲	۰/۱
خراسان شمالی	ازدواج	۸/۴	۳۸/۲	۲۹	۱۳/۷	۵/۵	۲/۴	۱/۱	۰/۶	۱/۱
	باروری	۰/۲	۱۰/۷	۲۷	۲۹/۲	۲۰/۷	۹/۸	۲/۲	۰/۱۸	۰/۰۳
خراسان جنوبی	ازدواج	۳/۸	۳۹/۱	۳۴/۹	۱۳/۵	۴/۸	۲/۱	۰/۹	۰/۴	۰/۵
	باروری	۰/۰۳	۵/۵	۲۴	۳۰/۹	۲۳/۴	۱۲/۴	۳/۴	۰/۲	۰/۰۵

همان‌طور که در جدول ۱۴ نشان داده شده‌است، بالاترین سهم ازدواج زنان، طی ۱۲ سال مورد بررسی، مربوط به گروه سنی ۲۴-۲۰ و ۱۵-۲۹ سال می‌باشد؛ اما بیشترین سهم گروه سنی زنان در فرزندآوری، مربوط به گروه سنی ۲۵-۲۹ و بعد از آن ۲۰-۲۴ می‌باشد. طی ۱۲ سال مورد بررسی، سهم مادران با گروه سنی کمتر از ۱۵ سال، یک +۵۱۸ پنجم کسانی است که در گروه سنی مشابه ازدواج کرده‌اند. ۳۰/۳۱٪ از کل ازدواج‌های رخ داده در یازده سال (۱۳۸۶-۱۳۹۷) مربوط به زنان ۱۹-۱۵ سال است؛ درحالی‌که فرزندآوری در این گروه سنی فقط ۷/۵۳٪ می‌باشد. نکته قابل تأمل آن است که مقایسه سهم گروه سنی مادران کمتر از ۱۵ سال و ۱۹-۱۵ سال و

۲۰-۲۴ سال، ۴۵-۴۹، بیشتر از ۴۹ سال بیشتر از سهم فرزندآوری در گروه‌های سنی مزبور می‌باشد؛ اما در گروه‌های سنی بالاتر برعکس این قضیه اتفاق افتاده‌است؛ به عبارت دیگر گروه سنی (۲۵-۲۹، ۳۰-۳۴، ۳۵-۳۹، ۴۰-۴۴) سهم فرزندآوری بیشتری از سهم ازدواج دارند. در استان خراسان شمالی، سهم باروری زنان ۱۵-۱۹ ساله از دو استان دیگر بیشتر و بالاتر از میانگین کشوری است.

بررسی میانگین سن مادران از سال ۱۳۸۹-۱۳۹۷

جدول ۱۵) میانگین سن مادران از سال ۱۳۸۹-۱۳۹۷

مکان / سال	۱۳۸۹	۱۳۹۰	۱۳۹۱	۱۳۹۲	۱۳۹۳	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	۱۳۹۷
کشور	۲۷/۲۵	۲۷/۳۶	۲۷/۵۲	۲۷/۷۳	۲۸/۰۵	۲۸/۳۷	۲۸/۶۶	۲۸/۸۲	۲۸/۹۸
خراسان رضوی	۲۷/۱۲	۲۷/۱۵	۲۷/۳۰	۲۷/۵۰	۲۷/۸۷	۲۸/۲۳	۲۸/۴۰	۲۸/۴۴	۲۸/۴۹
خراسان شمالی	۲۶/۹۳	۲۶/۹۸	۲۷/۱۵	۲۷/۲۶	۲۷/۵۵	۲۷/۹۸	۲۸/۰۸	۲۸/۲۲	۲۸/۳۰
خراسان جنوبی	۲۸/۰۷	۲۸/۱۹	۲۸/۲۱	۲۸/۳۷	۲۸/۶۶	۲۸/۹۳	۲۹/۲۵	۲۹/۲۱	۲۹/۱۲

در جدول ۱۵، میانگین سن مادران طی فاصله سال‌های ۱۳۸۹ و ۱۳۹۷ در کشور از ۲۷/۲۵ به ۲۸/۹۸، در خراسان رضوی از ۲۷/۱۲ به ۲۸/۴۹، در خراسان شمالی از ۲۶/۹۳ به ۲۸/۳۰ و در خراسان جنوبی از ۲۸/۰۷ به ۲۹/۱۲ رشد یافته‌است. در بین سه استان خراسان بزرگ، خراسان جنوبی دارای بالاترین میانگین سنی مادران و خراسان شمالی کمترین میانگین سنی باروری را داراست. همان‌طور که در جدول دیده می‌شود از سال ۱۳۸۹-۱۳۹۷ میانگین سن مادران چه در کشور و چه در سه استان شمالی افزایش یافته‌است و این امر یکی از نشانه‌های تغییری است که در ساختار خانواده رخ داده‌است.

نتیجه‌گیری

آمارها می‌توانند زبان گویای تحولات ذهنی کنشگران باشند. در این مقاله روند تغییر آمارهای ثبتی، ما را به سمت تحول در نگرش جامعه مورد مطالعه در موضوع خانواده و تغییر در ساختار خانواده رهنمون کرد. بررسی تغییرات ولادت و طلاق در سه استان خراسان رضوی، شمالی و جنوبی نشان داد که علی‌رغم اهمیت خانواده در جامعه ایرانی و مخصوصاً در سه استان مورد مطالعه کشور، کارکردها و ارزش‌های حاکم درون خانواده با تحولات اساسی همراه بوده؛ از گذشته تا به امروز در مفهوم خانواده تحولی عظیمی رخ داده‌است تا جایی که گاهی حتی تفاوت‌هایی را میان اهالی خراسان امروز و دیروز موجب شده است. آمارها نشان داد که ولادت در هر سه استان کاهش یافته‌است. در گذشته فرزندآوری آرمانی ستودنی در تشکیل خانواده محسوب می‌شد؛ به‌طوری‌که گاهی مشکلات جسمی هر یک از زوجین در عدم فرزندآوری تهدیدی بر پایداری نهاد خانواده بود؛ اما امروزه فرزندآوری، از اولویت‌های خانواده، به‌طور جدی سقوط کرده‌است؛ به‌طوری‌که در عرض ۴۰ سال نرخ ولادت کشور از ۴۱ واقعه به ۱۹ واقعه و در خراسان رضوی از ۳۹/۶ به ۲۳/۱ کاهش یافته‌است و این رخداد جمعیتی را می‌توان تحولی کاملاً جدی در نظام خانواده دانست. تغییر فراوانی واقعه طلاق نیز شاهدی دیگر بر دگرگونی نگرش اعضای خانواده است؛ زیرا با توجه به پیشینه مذهبی و تابوبودن رویداد طلاق، افزایش این شاخص، با وجود همه ممانعت‌های موجود مسأله‌ای قابل تأمل در ساختار خانواده به‌شمار می‌آید. استان خراسان رضوی از نرخ طلاق ۰/۵ در سال ۱۳۵۵ به ۲/۶ در سال ۱۳۹۵ رشد کرد. براساس جدول ۶، به ازای ۱۰۰ ازدواج در استان خراسان رضوی ۱۲/۳ واقعه طلاق ثبت می‌شد؛ اما این نسبت در سال ۱۳۹۵ به ۲۷/۴ طلاق رشد یافته‌است. در استان خراسان شمالی و جنوبی نیز در مقایسه سال‌های ۱۳۸۵ با ۱۳۹۵، رشد نسبت طلاق به ازدواج قابل تأمل است. نتایج به‌دست‌آمده در این مطالعه با نتایج تحقیق ملکی و دیگران (۱۳۹۴)، ادھیکاری (Adhikari, 2010)، هیرشمن و مین (Hirshcman & Minh, 2002) به لحاظ کاهش ولادت، ازدواج و رشد طلاق مشابه بوده‌است. تحولات اجتماعی دهه‌های گذشته در سطح جهانی، نظام‌های خانواده را با چالش‌ها، مسائل و نیازهای جدید و متنوعی مواجه نموده و به شکلی فزاینده با علل و عوامل پیچیده‌ای در معرض تهدید قرار گرفته‌است. گیدنز یکی از عمده‌ترین تأثیرات جهانی‌شدن در نهاد خانواده را دگرگونی

نقش‌های سنتی و ثابت و از پیش تعیین‌شده اعضای خانواده می‌داند (گیدنز، ۱۳۷۹: ۱۲). وقتی کارکردهای خانواده از قبیل کارکردهای زیستی، اجتماعی، شناختی و عاطفی یکی پس از دیگری آسیب می‌بیند، اعضای آن به تدریج احساس رضایت‌مندی خود را یکی پس از دیگری از دست می‌دهند. کاهش تدریجی رضایت‌مندی اعضای خانواده، ابتدا موجب گسستگی روانی، سپس گسستگی اجتماعی و در نهایت واقعه حقوقی طلاق می‌شود. طلاق می‌تواند نشانه‌ای از دگرگونی‌های اتفاق‌افتاده در جامعه امروز باشد؛ نشانه‌ای که می‌توان از آن به تفسیری مجدد از خانواده و کارکردهایش رسید. دیگر نمی‌توان از خانواده انتظار کارکردهای پیشین را داشت؛ بلکه باید به دنبال گمشده‌هایی بود که انسان امروز آن را در لوای خانواده طلب می‌کند و این امر، خود می‌تواند یکی از دلایلی باشد که در رشد طلاق به نمایش درمی‌آید. جامعه امروز، تعادل ساختاری خود را از دست داده‌است و بروز پدیده‌هایی چون طلاق عاطفی و طلاق ثبتی، نشانه‌هایی از چالش در این تعادل است. این مقاله سعی در شناخت تحولات مفهومی ذهنی به نام خانواده با استفاده از ابزارهایی عینی به نام ولادت، ازدواج، طلاق و گروه سنی مادران داشته‌است. کاهش باروری، ازدواج و رشد طلاق از ویژگی‌هایی است که در نظریه گذار جمعیتی دوم بدان اشاره شده‌است. نظریه کلاسیک گذار جمعیتی بر تحولات جمعیتی و تغییراتی که در جامعه انسانی رخ می‌دهد تمرکز دارد که دلیل مهم انتخاب موضوع مقاله حاضر نیز کشف این رابطه بوده‌است. تئوری گذار جمعیت شناختی را شاید بتوان برجسته‌ترین تئوری کلاسیک جمعیت‌شناسی تلقی کرد که توانسته‌است روند تغییرات جمعیتی را به‌طور نسبتاً جامع توصیف و تبیین نماید (مای، ۱۳۹۷: ۱۰). به این بخش از یافته‌ها در مطالعه سرایی (۱۳۸۵) و احمدی، قاسمی و کاظمی‌پور (۱۳۹۱) نیز پرداخته شده‌است. بررسی روند فرزندآوری براساس گروه سنی مادران نشان داد که میانگین گروه سنی مادران در حال افزایش است. بالاترین فرزندآوری مربوط به گروه سنی مادران ۲۵-۲۹ ساله و کمترین فرزندآوری به مادران بالای ۴۹ سال تعلق دارد. طی سال‌های مورد بررسی، تغییر رتبه در فراوانی مولید گروه سنی مادران کاملاً مشهود است؛ این تغییرات عبارتند از: رتبه اول فرزندآوری از مادران ۲۰-۲۴ ساله به ۲۵-۲۹ ساله و رتبه دوم ولادت در گروه سنی مادران از ۲۵-۲۹ سال به ۳۰-۳۴ سال افزایش یافته‌است.

به نظر می‌رسد تغییرات در اندیشه، عامل کاهش باروری است. در شرح این رویدادها می‌توان از تئوری گذار جمعیتی و رابطه آن با کاهش باروری و تأخیر در ازدواج و به دنبال آن افزایش سن باروری سخن گفت. کاهش فرزندآوری و بالا رفتن سن فرزندآوری می‌تواند نتیجه ارزیابی عقلانی والدینی باشد که از منافع اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی داشتن فرزند، حاصل شده است.

شهرنشینی و صنعتی شدن باعث ایجاد سبکی از زندگی شده که گرایش به باروری را هزینه‌آور ساخته است و به تدریج ارزش‌های مربوط به فرزند زیاد را از بین برده است. این نتیجه در بررسی آمارهای سن مادران در زنان شهری و روستایی استان‌های خراسان بزرگ نیز خود را نشان داد. فرزندآوری در مادران زیر ۲۵ سال در روستاها بیشتر از شهرهاست و از سن ۲۵-۴۰ فرزندآوری در بین مادران شهری از مادران روستا پیشی گرفته است. این نتیجه را هاثورن نیز در پژوهش خود می‌آورد. وی اظهار می‌دارد که این صحیح است که در تمامی جوامع آگاهی از کنترل مولید با شهرنشینی (محل تولد یا گذراندن دوران زندگی قبل از ازدواج در شهر) و تحصیلات بالاتر از حد متوسط و درآمد بیشتر از حد متوسط ارتباط مستقیم دارد. تحصیلات همچنین بر متغیرهای تبیینی دیگر، نظیر نگرش‌ها نسبت به اندازه خانواده، هزینه‌ها و منافع فرزندان تأثیر قابل توجهی دارد (لوکاس و میر، ۱۳۸۳: ۱۱۷). با توجه به مبحث جهانی شدن و تفاوتی که به لحاظ ارتباطات اجتماعی، تحصیلات و فضایی برای داشتن شغل، به خصوص برای زنان شهری فراهم شده است، زنان شهری در قیاس با زنان روستایی دیرتر ازدواج می‌کنند و فرزندآوری نیز در سنین بالاتر انجام می‌گیرد. در پژوهش عباسی شوازی و عسکری ندوشن (۱۳۸۴) و هاثورن نیز بر شهرنشینی و تأثیر تحصیلات زنان در امر ازدواج و فرزندآوری نیز تأکید شده است. بررسی مقایسه‌ای سهم ازدواج زنان و باروری بر اساس گروه سنی نشان داد که بیشترین فراوانی ازدواج طی سال‌های ۱۳۸۶-۱۳۹۷ در سه استان خراسان بزرگ در گروه سنی ۱۵-۱۹ سال بوده است؛ اما بیشترین تمایل به باروری در گروه سنی ۲۵-۲۹ سال وجود دارد. با توجه به آمارها، زنان متأهل سه استان مذکور تا قبل از ۱۹ سالگی تمایلی به باروری ندارند؛ اما بیشترین فرزندآوری و تمایل به مادرشدن در این سه استان در گروه سنی ۲۰-۲۴ و ۲۵-۲۹ سال وجود دارد. مقایسه نسبت سهم ازدواج و سهم باروری گویای تمایل باروری زنان متأهل بعد از چند سال وقفه پس از ازدواج به فرزندآوری

است. در نهایت بررسی آمارهای ثبتی نشان داد که تغییر فراوانی در آمارهای وقایع حیاتی انعکاس بیرونی، تغییر ساختار خانواده در استان‌های خراسان رضوی، شمالی و جنوبی بوده است.

پیشنهاد محقق

در ۱۴ بند با توجه به سیاست‌های جمعیتی ارائه شده از سوی مقام معظم رهبری، با تعمق به تمام ابعاد مسأله جمعیتی اشاره شده است و حتی وظایف همه دستگاه‌ها به عنوان دستگاه اصلی و دستگاه همکار مشخص شده است. به نظر می‌رسد اجرایی شدن و توجه دقیق به دستورالعمل مذکور می‌تواند اولین و مهم‌ترین قدم در حل مسائل جمعیتی استان‌ها باشد. جهت دستیابی به اهداف ۱۴ بند سیاست جمعیتی، می‌توان پیشنهادهای ذیل را نیز مدنظر قرار داد:

- به نظر می‌رسد تغییر نوع نگرش افراد نسبت به فرزند و فرزندآوری می‌تواند اقدام مهمی باشد و به همین دلیل، برنامه‌ریزی برای این مورد و فرهنگ‌سازی به منظور تغییر آن، از جمله برنامه‌های ضروری است که باید مورد توجه مسئولان جامعه، بویژه متولیان فرهنگی و جمعیتی کشور قرار گیرد.

- ارائه مشوق‌های لازم برای والدین می‌تواند آن‌ها را به داشتن فرزند بیشتر ترغیب کند. شکیبایی و حمایت از ترویج ازدواج موفق و آسان، فرزندآوری و تربیت فرزندان صالح، ارزش- دانستن ازدواج و فرزندآوری از طریق تمهیدساز و کارهای قانونی، اعطای تسهیلات و امکانات و چتر فراگیر بیمه‌های درمانی تکمیلی، آموزش و مشاوره مستمر و مسئولانه نوجوانان و جوانان با اولویت خانواده‌ها، قبل، حین و دست کم پنج سال پس از ازدواج توسط همه دستگاه‌های ذی‌ربط نیز می‌تواند راهکار مؤثری باشد.

- حدود سه میلیون زوج نابارور در کشور وجود دارد که گفته می‌شود درمان حدود دومیلیون- وپانصد زوج با روش‌های موجود امکان‌پذیر است و در صورت درمان این تعداد قابل توجه، شاهد افزایش جمعیت مناسبی در کشور خواهیم بود.

- نوزادان زیر یک‌سال و کودکان زیر پنج‌سال از مهم‌ترین گروه‌های هدف هستند و باید مرگ این گروه‌ها را کاهش داد. در حال حاضر، میزان مرگ‌ومیر نوزاد حدود ۱۰ در ۱۰۰۰ تولد زنده است که باید این میزان را نیز کاهش داد.

منابع

- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۱). *نظریه‌های جامعه‌شناسی*. تهران: سروش.
- احمدی، وکیل؛ قاسمی، وحید؛ کاظمی‌پور، شهلا (۱۳۹۱). "بررسی نقش گذار جمعیتی در تغییرات جامعه‌شناسی خانواده". *مطالعات اجتماعی-روان‌شناختی زنان*، دوره ۱۰، ش ۱، پیاپی ۳۰ (بهار): ۸۱-۱۰۱.
- اسعدی، محمود (۱۳۸۷). "جامعه اطلاعاتی: نظریه‌ها، چالش‌ها و فرصت‌ها". *تدبیر*، سال نوزدهم، ش ۱۹۴ (تابستان): ۶۰-۶۵.
- برناردز، جان (۱۳۹۰). *درآمدی بر مطالعات خانواده*. ترجمه حسن قاضیان. تهران: نشر نی.
- بیکر، ترز (۱۳۷۷). *نحوه انجام تحقیقات اجتماعی*. ترجمه هوشنگ نائبی. تهران: روش.
- پرسا، رولان (۱۳۷۴). *آنالیز جمعیت‌شناسی*. ترجمه خسرو احمدی. تهران: سمت.
- ترنر، برایان اس. (۱۳۸۱). *شرق‌شناسی، پست‌مدرنیسم و جهانی شدن*. ترجمه غلامرضا کیانی. تهران: فرهنگ گفتمان.
- حسینی، حاتم (۱۳۸۶). *درآمدی بر جمعیت‌شناسی اقتصادی اجتماعی و تنظیم خانواده*. همدان: دانشگاه بوعلی سینا.
- سرایی، حسن (۱۳۸۵). "تداوم و تغییر خانواده در جریان گذار جمعیتی ایران". *نامه انجمن جمعیت‌شناسی ایران*، دوره ۴، ش ۲ (زمستان): ۳۷-۶۰.
- عباسی شوازی، محمدجلال؛ عسکری ندوشن، عباس (۱۳۸۴). "تغییرات خانواده و کاهش باروری در ایران". *مطالعات جامعه‌شناختی*، دوره ۱۱، ش ۳ (بهار): ۳۵-۷۵.
- عبداللهی، محمد (۱۳۸۹). "هویت ملی در ایران: فراتحلیل مقاله‌های فارسی موجود". *فصلنامه علوم اجتماعی*، دوره ۱۷، ش ۵۰ (پاییز): ۱-۳۵.
- فروتن، یعقوب (۱۳۸۶). "رویکرد اجتماعی و جمعیت‌شناختی به مسائل خانواده معاصر با تأکید بر سقط جنین در ایران". *مطالعات اجتماعی/ایران*، سال یازدهم، ش ۳ (پاییز): ۵۵-۷۶.
- _____ (۱۳۹۲). "چالش‌های خانواده معاصر و نوگرایی با تأکید بر طلاق در فرایند گذار جمعیتی". *مسائل اجتماعی/ایران*، سال چهارم، ش ۲ (زمستان): ۱۰۵-۱۲۹.

- کاظمی پور، شهلا (۱۳۸۳). "تحول سن ازدواج زنان در ایران و عوامل جمعیتی مؤثر بر آن".
پژوهش زنان (زن در توسعه و سیاست)، دوره ۲، ش ۳ (پاییز): ۱۰۳-۱۲۴.
- کرایب، یان (۱۳۷۸). نظریه اجتماعی مدرن / از پارسونز تا هابرماس. ترجمه عباس مخبر.
تهران: آگه.
- کلمن، جیمز (۱۳۷۷). بنیادهای نظریه اجتماعی. ترجمه منوچهر صبوری کاشانی. تهران: نشر
نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۷). پیامدهای مدرنیته. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: نشر مرکز.
- _____ (۱۳۷۹). جهان رها شده. ترجمه علی اصغر سعیدی. تهران: علم و ادب.
- _____ (۱۳۹۵). جهان لغزنده است. ترجمه علی عطاران. تهران: پارسه.
- لیبی، محمدمهدی (۱۳۹۳). خانواده در قرن بیست و یکم. تهران: نشر علم.
- لوکاس، دیوید؛ میر، پاول (۱۳۸۱). درآمدی بر مطالعات جمعیتی. ترجمه حسین محمودیان.
تهران: دانشگاه تهران.
- مارشال، گوردن (۱۳۸۸). فرهنگ جامعه‌شناسی. ترجمه حمیرا مشیرزاده. تهران: میزان.
- ویلیامز، مارک (۱۳۷۹). "بازاندیشی در مفهوم حاکمیت: تأثیر جهانی شدن بر حاکمیت
دولت". ترجمه اسماعیل مردانی گیوی. اطلاعات سیاسی - اقتصادی، سال ششم، ش ۱۵۵-۱۵۶
(تابستان): ۱۴۱-۱۳۲.
- مای، جان. اف. (۱۳۹۷). سیاست‌های جمعیتی جهان. ترجمه یعقوب فروتن. تهران: مؤسسه
مطالعات و مدیریت جامع و تخصصی جمعیت کشور.
- ملکی، امیر، و دیگران (۱۳۹۴). "بررسی فردی شدن خانواده در ایران با تأکید بر روند تغییرات
ساختاری و کارکردی خانواده ایرانی از سال ۱۳۹۳ تا ۱۳۳۵". مطالعات راهبردی زنان، سال
هجدهم، ش ۶۹ (پاییز): ۴۱-۹۶.
- میرزایی، محمد (۱۳۷۸). "نوسانات تحدید موالید در ایران". فصلنامه جمعیت، سال بیست و
ششم، ش ۲۹-۳۰ (پاییز و زمستان): ۳۸-۵۸.
- نیومن، ویلیام لارنس (۱۳۹۵). شیوه‌های پژوهش اجتماعی: رویکردهای کیفی و کمی. ترجمه
حسین دانائی فردوسی و حسین کاظمی. تهران: کتاب مه‌دی‌ان.

- واترز، مالکوم (۱۳۷۹). *جهانی شدن*. ترجمه اسماعیل مردانی گیوی. تهران: سازمان مدیریت صنعتی.
- وبر، مارکس (۱۳۶۸). *مفاهیم اساسی جامعه‌شناسی*. ترجمه حسن پویان. تهران: چاپخش.
- Abbasi-Shavazi, M. J.; McDonald, P. (2007). "Family Change in Iran: Religion, Revolution, and the State", In: International Family Change. Id: Eeational Perspectives, R. Jayakody, A. Thornton, and W. Axinn (eds). NewYork: Taylor & Francis Group: 25-35.
- Adhikari, R. (2010). "Demographic, socio-economic and Cultural Factors Affecting Fertility Differentials In Nepal". *BMC pregnahcy & child birth*, Vol. 10, No. 19: 3-11.
- Hirshcman, C.; Minh, N. H. (2002). "Tradition and Change in Vietnamese Family Structure in the Red River Delta". *Journal of Marriage and Familiy*, Vol. 64, No. 4: 1063-1079.
- Lesthaeghe, R.; Neels, K. (2002). "From the first to the second demographic transition: An interpretation of the spatial continuity of demographic innovation in france, belgium and Switzerland". *European journal of population*, Vol. 18, No. 2: 325-360.
- Gernsheim, Elisabet-beck (2013). "Familiy structures, reproductive technologies and individualization in second modernity". [Online] Available: <https://www.theory culture society.org/interview-with elisabet-beck> [2020/1/15].
- Giddens, Anthony (1999). "Runaway world". [Online] Available: <http://www.bbc.couk/reith1999/lecture 4 shtml> [2020/4/11].
- Gillies, Val (2003). *Familiy and intimate relation ship*. London: South bank university.
- Kumar. A. (2012). "The impact of globalization on familiy structure: A sociological study (in reference to the 300 benegali families situating in udham singh nagar district of Uttarakhand)". *Journal of Experimental Science*, Vol. 3, No.1: 10-13.
- Scholte, J. A. (1993). "International Relations of Social Change". Ge, Buckingham, *open university press*, Vol. 70, No. 2: 13-26.
- Skirbekk, V. (2008). "Fertility Trends by Socioal Status". *Demographic Research*, Vol. 18, No. 5: 145-175.

-Sobtko, T.; Skirbekk, V.; Philipov, D. (2010). "Economic Recession and Fertility in the Develop World. Vinna Astria". *Population Council*, Vol. 37, No. 2: 267-306.

-Toren, N. (2003). "Tradition and Transition: Family Change in Israel". *Journal of Gender Issues*, Vol. 21, No. 2: 60-76.

- Zsolani, L. (1998). "Rational choice and the Diversity of choices". *Journal of socio-economics*, Vol. 27, No. 5: 613-623.

Changes in family structure from the perspective of registration statistics (Case study: Great Khorasan)

Mahbobeh Jafari Baei¹

Ali Rahmani Firoozjah²

Yaghoob Forootan³

Manochehr Pahlavan⁴

Abstract

Due to the importance of demographic changes in Iran in the last four decades, the central theme of this article is the problem of family structure change using a review of vital events of birth, marriage, and divorce in the archives of the Civil Registration Organization. Theories of demographic transition, rational choice, and globalization have been used to analyze changes in family structure. Documentary method and secondary analysis have examined the statistics of births, marriages, divorces, the average age of mothers, changes in mothers' age groups, comparison of women's marriages and fertility by age group, changes in the ratio of 100 marriages to divorces. The results of studies showed that: Statistics of essential events from 1355 to 1395 in the provinces of Greater Khorasan, in addition to the impact of implemented policies, indicate a change in family attitudes and practices and, consequently, reduced fertility, reduced desire to start a family and marriage and There has been considerable growth in divorce. The average age of mothers has increased in all three provinces. The highest number of births in the mentioned provinces is mothers aged 25-25 and the lowest number of children to mothers over 49 years old. The result of comparing births in 1397 with 1389 based on the age group of mothers showed that the first rank of childbearing from mothers aged 20-24 to 25 to 29 years and the second rank of births from mothers aged 25-25 years has changed to 30-30 years, which indicates an increase in maternal age. It has in the mentioned provinces. Women under the age of 15 to

1. Ph.D student in sociology, Islamic Azad University, Babol branch,
mahbobejafari95@gmail.com

2. Associate professor, Sociology Department, Islamic Azad University, Babol branch,
Corresponding Author, arf1348@gmail.com

3. Associate professor, Demography Department, Social Sciences, Mazandran University,
y.foroutan@umz.ac.ir

4. Assistant professor, Sociology Department, Islamic Azad University, Babol branch,
mpahlavan1967@gmail.com

24 living in rural areas are more likely to have children than urban women in the same age group. According to the second population transition theory, the higher the development in a society, the higher the fertility rate, the lower the marriage rate, and the higher the divorce rate. On the other hand, the intensification of borderless social relations in the form of extensive communication networks and parents' rational evaluation of the economic, social, and cultural benefits of having a child, has changed attitudes and values in the family and provided the basis for changing family structure.

Keywords: family structure, birth, marriage, divorce, age group of mothers, demographic transition

مطالعه مفاهیم و ابعاد اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی مورد مطالعه: کارکنان آموزش و پرورش خراسان جنوبی

ایمان خاکی^۱

تورج مجیبی^۲

نوع مقاله: علمی - پژوهشی

شماره صفحه: ۴۷-۸۶

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۲۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۲/۱۷

چکیده

رعایت‌نشدن معیارهای اخلاقی، نگرانی‌های زیادی را در سازمان‌ها به‌وجود آورده‌است. سقوط معیارهای رفتاری در سازمان‌ها، پژوهشگران را واداشته‌است تا در جستجوی مبنای نظری در این مورد باشند تا بتوانند مسیر مناسب اجرایی آن را فراهم سازند. پژوهش حاضر با هدف مطالعه مفاهیم و ابعاد اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی در بین کارکنان آموزش و پرورش خراسان جنوبی به صورت ترکیبی، در دو بخش کیفی (روش دلفی) و کمی (روش پیمایشی) و از نوع توصیفی-تحلیلی انجام شده‌است. مشارکت‌کنندگان بخش کیفی، شامل ۱۹ نفر از خبرگان بودند که با نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. جامعه آماری بخش کمی کارکنان آموزش و پرورش استان خراسان جنوبی با تعداد ۲۶۳ نفر بودند که ۱۱۹ نفر از آن‌ها به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند. نتایج بخش اول مطالعه نشان داد میانگین مفاهیم کمی براساس طیف ۵ امتیازی لیکرت برابر با ۳/۳۸ و پراکندگی نظرات خبرگان برابر با ۰/۵۷ است. در بین مفاهیم استخراج شده، بیشترین امتیاز را مفهوم وفاداری با کسب میانگین ۴/۰۹ و پراکندگی ۰/۸۶ کسب کرد. کمترین امتیاز کسب‌شده نیز به مفهوم استقلال رأی با میانگین ۳/۱۳ و پراکندگی ۰/۸۳ تعلق گرفت. در

۱. مدرس گروه آموزشی مدیریت، مؤسسه آموزش عالی تابران، مشهد، ایران؛ دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، گروه مدیریت

دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. نویسنده مسؤول

iman.khaki@srbiau.ac.ir

۲. دانشیار گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات و واحد فیروزکوه دانشگاه آزاد اسلامی،

toragmogibi@yahoo.com

تهران، ایران.

بخش آمار استنباطی نتیجه آزمون معادلات ساختاری نشان داد با اطمینان ۹۵٪ ابعاد اخلاق حرفه‌ای شامل شخصیتی، ارتباطی، اجتماعی و ارزشی است. در رتبه‌بندی مفاهیم اخلاق حرفه‌ای کارکنان با تأکید بر ارزش‌های اسلامی در آموزش و پرورش خراسان جنوبی، بیشترین رتبه را مفاهیم خودکنترلی (۰/۸۶)، عدالت محوری (۰/۸۱)، صداقت (۰/۷۹)، خلاقیت (۰/۷۸)، وفاداری (۰/۷۵)، شفافیت (۰/۷۴) و قدرشناسی (۰/۷۰) و کمترین رتبه را مفاهیم ارتباط موثر (۰/۴۷)، امانت داری (۰/۴۵) و آراستگی ظاهر (۰/۲۳) دارا بودند.

واژه‌های کلیدی: اخلاق، اخلاق حرفه‌ای، اخلاق اسلامی، ارزش‌های اسلامی

مقدمه

امروزه آموزه‌های اخلاقی در وضعیت بحرانی قرار دارند (زارعی، نوری و یوسف‌زاده، ۱۳۹۴: ۱). رعایت‌نشدن معیارهای اخلاقی، نگرانی‌های زیادی را در سازمان‌ها به وجود آورده‌است. سقوط معیارهای رفتاری در سازمان‌ها، پژوهشگران را واداشته‌است تا در جستجوی مبناهای نظری در این مورد باشند تا بتوانند مسیر مناسب اجرایی آن را فراهم سازند.

اخلاق در همه جوامع بشری از مکتب و ایدئولوژی و نظام ارزشی حاکم بر جامعه ریشه می‌گیرد. از مکتب‌هایی که اخلاق را مهم دانسته و اندوخته‌های گرانبهایی از آیات و روایات و نمونه‌های تاریخی، از خود به یادگار گذاشته، دین مبین اسلام است (محمدی و گل‌وردی، ۱۳۹۲: ۱۶). در مطالعه سعیدی و دیگران (۱۳۹۹: ۱۳۵) یکی از مفاهیم اخلاق حرفه‌ای، رعایت موازین و شئون اسلامی بیان شده‌است. این به معنی اهمیت توجه به ارزش‌های اسلامی در طراحی و چیدمان مدل‌های اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌هاست. آنچه مسلم است، احیای ارزش‌های اصیل اخلاقی، شرط لازم حاکمیت‌بخشیدن به اسلام در جامعه نیز هست و در جوامع کنونی، نظام آموزشی متولی احیای این ارزش‌هاست (تاجور و تاجور، ۱۳۹۵: ۸۰۲). با توجه به تأکید شریعت بر ارزش‌های اخلاقی، هر خدمتی که در سازمان‌ها، بویژه سازمان‌های آموزشی ارائه می‌شود، باید مبتنی بر اخلاق باشد (شهنازی و پناهی، ۱۳۹۶: ۶۷).

از آنجایی که نقش مهم آموزش در تعالی انسان‌ها و شکل‌گیری تمدن‌های بشری بر کسی پوشیده نیست، مراکز آموزشی با توجه به اینکه تربیت‌یافتگان آن‌ها، متولی آموزش نسل‌های

بعدی می‌شوند، نقش ویژه‌ای در جوامع مختلف دارند؛ بنابراین لازم است در سازمان‌ها علاوه بر آموزش تخصص‌ها و مهارت‌های مورد نیاز هر شغل به کارکنان، اخلاق حرفه‌ای نیز جزو برنامه‌های آموزشی در سازمان قرار گیرد (امیری، همتی و مبینی، ۱۳۸۸: ۱۴۴).

در ایران مطالعاتی در زمینه اخلاق حرفه‌ای مدیران آموزشگاه‌ها (شفیع‌پور، زارع زیدی و متانی، ۱۳۹۶: ۳۸؛ موسوی و دیگران، ۱۳۹۶: ۵۸؛ شیرازیان، عبدالمی و پورشافعی، ۱۳۹۶: ۳) و یا کارکنان دانشگاهی (میرسنجری، مولانا و سعیدی، ۱۳۹۲: ۱۵۹؛ نیازآذری و دیگران، ۱۳۹۳: ۳۴؛ یزدان‌ستا و اسعدی، ۱۳۹۴: ۹۷۸) انجام شده‌است؛ اما تاکنون مطالعه‌ای که کلیه کارکنان آموزش و پرورش را مدنظر قرار داده و اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی بپردازد انجام نشده‌است. همچنین مطالعه‌ای که آماری در مورد میزان یا علل مشکلات اخلاقی در سازمان‌های آموزشی گزارش کرده باشد یافت نشد. علت اینکه در این مطالعه آموزش و پرورش خراسان جنوبی را به‌عنوان مرکز بررسی انتخاب کردیم، به دلیل اهمیت اخلاق حرفه‌ای کارکنان این سازمان به‌عنوان یک سازمان آموزشی بود؛ زیرا محیط‌های آموزشی در رشد اخلاقی افراد نقش اساسی دارند و از کلیه افراد شاغل در این سازمان‌ها انتظار می‌رود پایبند به اصول اخلاقی در حرفه خود باشند. در نخستین گام ابتدا باید مطالعه ابعاد و مفاهیم اخلاق حرفه‌ای اسلامی صورت گیرد و سپس این مفاهیم مورد تأیید قرار گیرند. در مرحله بعد می‌توان این ابعاد و مفاهیم اخلاق حرفه‌ای را در مطالعات توصیفی-تحلیلی، به‌طور جداگانه مورد سنجش قرار داد تا مشخص شود در کدام بُعد و مفهوم، کارکنان سازمان‌های آموزشی قوی‌تر و در کدام بُعد ضعیف‌تر عمل می‌کنند. سؤال این مطالعه که به‌صورت آمیخته انجام شده است این است که اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی دارای چه ابعاد و مفاهیمی است؟ وضعیت هر کدام از این ابعاد و مفاهیم که طبق مبانی نظری مشخص شده‌اند، در بین کارکنان آموزش و پرورش خراسان جنوبی چگونه است؟ هر یک از این مفاهیم در مقایسه با مفاهیم دیگر چه رتبه‌ای دارند؟

پیشینه پژوهش

در مطالعات انجام شده در ایران، مفاهیم اخلاق حرفه‌ای براساس متون اسلامی مشخص شده‌اند. این مطالعات نه فقط در علوم انسانی؛ بلکه در علوم پزشکی نیز مورد توجه هستند؛ زیرا اخلاق پزشکی بر کیفیت کار و پیامدهای سلامتی بیماران تأثیرگذار است و یکی از حیطه‌های نیازمند بررسی در حوزه‌های مرتبط با علوم پزشکی و بهداشتی است.

نیاز آذری و دیگران (۱۳۹۳: ۳۴) در یک مطالعه همبستگی به بررسی رابطه اخلاق حرفه‌ای با تعهد سازمانی ۶۲۲ نفر از کارکنان مراقبتی و اداری بیمارستان آموزشی امام رضا (ع) شهرستان آمل شامل پرستاران، منشی بخش‌ها، پرسنل امور اداری و کارکنان بخش مدارک پزشکی پرداختند. یافته‌های مطالعه نشان داد که اخلاق حرفه‌ای با تعهد سازمانی و ابعاد سه گانه آن (عاطفی، مستمر، هنجاری) همبستگی معنی‌دار و مثبت دارد. همچنین اخلاق حرفه‌ای، قدرت پیش‌بینی تعهد سازمانی کارکنان را دارد. به گونه‌ای که با افزایش یک نمره در اخلاق حرفه‌ای، میانگین نمره تعهد سازمانی کارکنان ۰/۲۸۴ نمره افزایش خواهد داشت. در نتیجه‌گیری این مطالعه تأکید شده است که مدیران سازمان‌های مراقبتی، ابعاد عمومی اخلاق حرفه‌ای و همچنین ابعاد اختصاصی آن را بر اساس مشاغل مختلف در حین کار مورد تأکید قرار داده و خود به‌عنوان الگوی سایرین، پیشگام رعایت عملی اصول اخلاقی باشند. این مطالعه یک پژوهش قوی و یافته‌های آن قابل اطمینان است.

پاداش و دیگران (۱۳۹۶: ۴۵) در مطالعه‌ای کیفی تحت عنوان دیدگاه کارورزان، دستیاران و اعضای هیأت علمی بخش زنان، در خصوص عوامل مؤثر بر شکل‌گیری اخلاق حرفه‌ای در بالین با ۱۰ نفر از اساتید زنان و زایمان و ۳۰ نفر از دستیاران تخصصی و کارورزان بخش زنان و زایمان مرکز آموزشی- درمانی شهید صیاد شیرازی مصاحبه‌های انفرادی نیمه‌ساختاریافته انجام دادند. از داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها چهار مضمون اصلی شامل ماهیت انسانی کار، شخصیت و منش فردی، داشتن الگو و مدل و عوامل آموزشی اجتماعی استخراج شد که تبیین‌کننده عوامل مؤثر بر شکل‌گیری اخلاق حرفه‌ای در بخش زنان و زایمان از دیدگاه اساتید و دانشجویان و دستیاران پزشکی است. این پژوهش نظر و دیدگاه جامعه آماری را درباره تأثیرگذاری عوامل بر اخلاق حرفه‌ای در یک بیمارستان آموزشی تبیین کرده‌است. محققین در این مطالعه بررسی عوامل مؤثر

بر اخلاق حرفه‌ای را با آزمایش فرضیات حاصل از پیمایش افراد کار نکرده‌اند؛ بلکه این اثرگذاری را به صورت نظری ثابت کرده‌اند. از آنجاکه در مطالعه ما علاوه بر بخش کیفی، یک بخش کمی نیز برای سنجش مفاهیم اخلاقی وجود دارد، می‌توان نوآوری مطالعه حاضر را ترکیبی بودن آن دانست. موغلی و دیگران (۱۳۹۲: ۷۶۵) در مطالعه‌ای توصیفی و کاربردی به بررسی میزان حاکمیت مفهوم‌های اخلاق کار اسلامی در نظام سلامت در دانشگاه علوم پزشکی اصفهان پرداختند. جامعه آماری این مطالعه ۸۲۸۰ نفر از کارکنان بودند. براساس نتایج این مطالعه، شاخص روابط سالم انسانی در محل کار بر عوامل جنسیت و رسته شغلی اثرگذار بوده و شاخص رفتار مسئولانه دینی تحت تأثیر عوامل جنس، سن، رسته شغلی و سابقه مدیریتی بوده‌است اما هیچ یک از عوامل بر مفهوم‌های شاخص‌های ایمان و پشتکار و جدیت تأثیرگذار نبوده‌است. این مطالعه یک پژوهش قوی همراه با محتوا و یافته‌های قابل اطمینان است.

فارسی (۱۳۹۴: ۳۶۷) در مطالعه‌ای کاربردی و توصیفی به شناسایی و دسته‌بندی عوامل مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای و سازمان‌های ورزشی از دیدگاه مدیران و کارشناسان و متخصصان حوزه ورزش پرداختند. جامعه آماری شامل سه گروه از مدیران کل و معاونین و کارشناسان وزارت ورزش و جوانان (۵۱۰ نفر)، مدیران و کارشناسان حوزه معاونت تربیت‌بدنی و سلامت وزارت آموزش-وپرورش (۳۰ نفر)، و اساتید مدیریت ورزشی دانشکده‌های تربیت بدنی شهر تهران (۷۵ نفر) دادند. با تحلیل داده‌ها ۲۷ عامل مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای در سازمان‌های ورزشی شناسایی شد که در چهار گروه کلی عوامل فردی، سازمانی، محیطی خرد و محیطی کلان دسته‌بندی شدند. این پژوهش نیز مانند پژوهش پاداش، تأیید اثرگذاری را حاصل از نظرسنجی از نمونه به دست آورده و از روش آزمایش و پیمایش استفاده نکرده‌است.

موسوی و دیگران (۱۳۹۶: ۵۸) در مطالعه‌ای ترکیبی (کیفی/کمی) به بررسی اخلاق حرفه‌ای مدیران آموزشی پرداختند. جامعه پژوهشی در بخش کیفی عبارت است از کلیه اساتید و دانشجویان گروه مدیریت آموزشی دانشگاه آزادکرمانشاه که از میان آنها ۱۳ دانشجوی ترم دوم در مقطع دکترا و ۷ نفر از اساتید به صورت تصادفی به عنوان نمونه انتخاب شدند و در بخش کمی شامل کلیه معلمان مقطع ابتدایی شهر کرمانشاه بودند که نمونه‌ای به تعداد ۳۷۵ نفر به شیوه نمونه‌گیری تصادفی ساده از آن جامعه انتخاب شد. نتایج به دست آمده نشان داد که اخلاق

حرفه‌ای دارای هشت مؤلفه اساسی می‌باشد که عبارت‌اند از: اخلاق عدالت محوری، اخلاق حمایت محوری، اخلاق فکری، اخلاق فایده محوری، اخلاق آموزشی، اخلاق ارتقاء سازمانی، اخلاق وظیفه محوری و در نهایت اخلاق حقوق محوری است. همچنین یافته‌ها نشان داد اخلاق حرفه‌ای مدیران آموزشی کمی بالاتر از حد متوسط ارزیابی می‌شود اما بین وضعیت موجود اخلاق حرفه‌ای با وضعیت مطلوب آن فاصله وجود دارد. در نتیجه‌گیری این مطالعه لحاظ شده است که رعایت اخلاق حرفه‌ای مدیران آموزشی در سازمان، امری لازم و ضروری است تا سازمان از یک سو جامعه را دچار تعارض نکند و از سوی دیگر، با اتخاذ تصمیمات منطقی و خردمندانه منافع بلند مدت سازمان را تضمین کند.

براساس نتایج مطالعات ذکر شده در پیشینه پژوهش که نماینده‌ای از مطالعات مرتبط با اخلاق حرفه‌ای در ایران بودند و تلاش شد بیشتر در ارتباط با محیط‌های آموزشی مانند دانشگاه‌ها و بیمارستان‌های آموزشی باشد می‌توان به این نتیجه کلی رسید که داشتن الگو و مدل یکی از عوامل مؤثر بر شکل‌گیری اخلاق حرفه‌ای است و نشان می‌دهد رفتار و منش مدیران و اساتید می‌تواند بر رویه‌های اخلاق حرفه‌ای کارکنان و دانشجویان مؤثر باشد. در سازمان‌های دیگر نیز مدیران سطوح مختلف می‌توانند مانند یک الگو بر رفتار کارکنان مؤثر باشند. در حوزه ورزش نیز محققین به بررسی اخلاق حرفه‌ای مدیران و کارشناسان مربوطه پرداخته‌اند. عوامل فردی و سازمانی و همچنین عوامل محیطی بر اخلاق حرفه‌ای، مؤثر بیان شده‌است که نشان می‌دهد فقط خود شخص نیست که تعیین می‌کند چه رفتاری داشته باشد؛ بلکه سازمان و در سطح بزرگ‌تری جامعه و محیط نیز بر اتخاذ اخلاق حرفه‌ای توسط کارکنان و مدیران مؤثر هستند.

از آنجاکه در مطالعه حاضر، ابتدا از طریق روش دلفی، جامعیت ابعاد و مفاهیم اخلاق حرفه‌ای اسلامی مستخرج از متون موجود به تأیید خبرگان این حوزه رسانده شده و سپس به بررسی وضعیت این ابعاد و مفاهیم و رتبه‌بندی آن‌ها پرداخته شده‌است، نسبت به مطالعات گزارش‌شده یک نوآوری در طراحی مطالعه لحاظ شده‌است تا بتواند باعث غنای علمی متون موجود شود و مفاهیم رتبه‌بندی‌شده اخلاق حرفه‌ای را بصورت کامل‌تری به پژوهشگران معرفی کند. همچنین به دلیل زمینه و تمایلات مذهبی حاکم بر جامعه، نتایج این مطالعه که به بررسی اخلاق حرفه‌ای

با تأکید بر ارزش‌های اسلامی پرداخته است می‌تواند بصورت کاربردی در سازمان‌هایی که متعهد به اخلاق و مبانی دین مبین اسلام هستند، بکار گرفته شود.

مبانی نظری

عمده‌ترین مکاتب اخلاقی مرتبط با حوزه کسب‌وکار شامل سودانگاری (داکوبرت، ۱۳۵۶: ۱۰۹؛ لالاند، ۱۳۷۷: ۸۷۶)، تکلیف‌گرایی (ژکس، ۱۳۶۲: ۱۰۴؛ هس‌مر، ۱۳۷۷: ۱۳۵؛ کانت، ۱۳۶۹: ۲۴)، عدالت توزیعی (ژکس، ۱۳۶۲: ۳۸؛ راس، ۱۳۷۷: ۳۱۸) و آزادی فردی (کانت، ۱۳۶۹: ۱۰۴؛ هس‌مر، ۱۳۷۷: ۱۴۲) هستند. با توجه به نقاط ضعف و تفاوت‌های ارزش‌های این مکاتب با مبانی اخلاق اسلامی از جمله توجه صرف به سود و بهره دنیوی در مکتب سودانگاری (مصباح، ۱۳۷۷: ۶۸) جدا دانستن سعادت از فضیلت و کم ارزش کردن خیر به‌عنوان فرع تکلیف و حتی تابع امر مطلق در مکتب تکلیف‌گرایی (کانت، ۱۳۶۹: ۲۴؛ ژکس، ۱۳۶۲: ۱۰۴)، کم اهمیت دانستن نقش افراد در تحولات اجتماعی در مکتب عدالت توزیعی (راس، ۱۳۷۷: ۳۱۸) و تعریف سطحی و کوتاه‌بینانه از آزادی در مکتب آزادی فردی (هس‌مر، ۱۳۷۷: ۱۴۲)، این مطالعه به بررسی مبانی و ارزش‌های معرفی شده مرتبط با اخلاق حرفه‌ای در متون اسلامی پرداخته و مفاهیم ارایه شده در این متون را مبنای کار خود قرار داده است.

اخلاق حرفه‌ای با رویکرد اسلامی: اخلاق از مهم‌ترین مباحث دینی و از مهم‌ترین اهداف انبیای الهی است. اخلاق اسلامی معرفتی است که فضایل و رذایل اخلاقی را با اقتباس از متون دینی به فهم و درک انسان‌ها می‌رساند (فرامرزی قراملکی، ۱۳۷۸: ۱۰۵).

در مقایسه مکاتب ذکرشده با اصول اخلاقی استخراج‌شده از منابع اسلامی، می‌توان گفت سازمان‌های ما که در جامعه اسلامی فعالیت می‌کنند باید دارای ویژگی‌ها و خصوصیات اصول اخلاق اسلامی باشند تا به نحو شایسته‌ای در پیشبرد اهداف متعالی اسلامی ایفای نقش نمایند. اصول اخلاق اسلامی می‌تواند رفتار حرفه‌ای مطلوب و مناسبی را برای کارکنان و افراد جامعه تشریح کند و افراد را در پیشبرد اهداف با رعایت معیارهای اسلامی یاری نماید.

مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای در نظام دینی

مؤلفه‌های اخلاقی در حوزه علوم انسانی، سکه‌ای دورو است. از یک‌سو، نقشی نظارتی و کنترلی و از سوی دیگر، نقشی اطمینان‌دهنده و آرام‌بخش دارد. این مفهوم‌ها عبارت‌اند از: ۱. امانتداری، ۲. وفاداری، ۳. فروتنی، ۴. رعایت حق دیگران، ۵. صداقت، ۶. مسئولیت‌پذیری، ۷. دادورزی، ۸. شفافیت، ۹. وفاداری، ۱۰. برابری، ۱۱. میانه‌روی و ۱۲. شهامت رأی (نهج‌البلاغه، حکمت ۱۵۵).

سؤالات پژوهش

- ابعاد و مفاهیم اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی کدام‌اند؟
- وضعیت ابعاد و مفاهیم اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی در آموزش و پرورش خراسان جنوبی چگونه است؟
- رتبه‌بندی ابعاد و مفاهیم اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی چگونه است؟

روش پژوهش

این مطالعه به شیوه آمیخته (ترکیبی) از اول فروردین ۱۳۹۷ تا شهریور ۱۳۹۸ در خراسان جنوبی در دو بخش کیفی و کمی انجام شد. داده‌های کیفی درک مفصلی از مشکل را امکان‌پذیر می‌کنند؛ درحالی‌که داده‌های کمی درک کلی‌تری از مشکل را فراهم می‌آورند در مطالعات ترکیبی محدودیت‌های هر یک از رویکردهای کیفی و کمی را می‌توان با نقاط قوت دیگری پوشاند و ترکیب داده‌های کمی و کیفی، نسبت به هر یک از این رویکردها به تنهایی، درک کامل‌تری از مشکل تحقیق را امکان‌پذیر می‌کند (باکویی، سلطانی و شهبازی صیقلده، ۱۳۹۴: ۲۰).

بخش کیفی این مطالعه، از طریق روش دلفی که یکی از پرکاربردترین روش‌های تحقیق کیفی است، به شناسایی مفاهیم اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی، در کارکنان آموزش و پرورش پرداخته‌است. روش دلفی را به‌طور خلاصه می‌توان شامل تشکیل تیم اجرا و نظارت بر انجام دلفی، راه‌اندازی فعالیت‌های تنظیم پرسشنامه برای دور اول و ارسال آن‌ها برای اعضا، تجزیه و تحلیل پاسخ‌های رسیده در دور اول، ارسال پرسشنامه دور دوم برای اعضا، تجزیه و تحلیل پاسخ‌های رسیده در دور دوم و آماده‌سازی گزارش توسط تیم تحلیلگر دانست (Fowles, 1978: 50).

از آنجاکه در این مطالعه برای تبیین ابعاد و مفاهیم اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی به کسب دیدگاه و اجماع متخصصین صاحب تجربه نیاز بود، در بخش اول مطالعه از روش دلفی استفاده شده است. بدین منظور براساس معیارهای اخلاق حرفه‌ای اسلامی از دیدگاه امام‌علی (ع) و مؤلفه‌های اخلاق حرفه‌ای در متون دینی مانند نهج البلاغه، نهج الفصاحه و قران کریم، پرسشنامه‌ای طراحی و در اختیار ۱۹ نفر از خبرگان شامل اساتید دانشگاه با تخصص مرتبط، مدیران و کارشناسان خبره این حوزه قرار داده شد. در انتهای پرسشنامه یک سؤال باز گذاشته شد و از آن‌ها درخواست شد در صورت شناسایی مفاهیم دیگر، آن‌ها را قید کنند. این پرسشنامه ابتدا توسط اعضای تیم تحقیق (اساتید خبره) از نظر روایی صوری و محتوا ارزیابی شد. در دور اول از خبرگان خواسته شد به مفاهیم براساس اهمیت در قالب طیف لیکرت (تأثیر بسیار کم: ۱)، (تأثیر کم: ۲)، (تأثیر متوسط: ۳)، (تأثیر زیاد: ۴) و (تأثیر بسیار زیاد: ۵) امتیاز بدهند و اگر مفهوم جدیدی را در نظر دارند به آن اضافه کنند. در این دور ۸ مفهوم به مفاهیم اضافه شد و مفاهیمی که در دور اول امتیاز لازم را کسب نکرده بودند حذف شدند. سپس پرسشنامه جدید مجدداً جهت نظرسنجی برای خبرگان ارسال شد و نهایتاً در پایان این دور، توافق و اجماع بین متخصصین حاصل شد و مفاهیم نهایی تبیین شدند. سپس پرسشنامه‌ای براساس مفاهیم حاصل از این بخش برای بخش کمی مطالعه طراحی و در بین کارکنان آموزش و پرورش خراسان جنوبی توزیع شد تا پرسشنامه به صورت تأییدی بررسی شود.

در بخش دوم مطالعه که یک مطالعه کمی از نوع توصیفی-تحلیلی بود، پرسشنامه‌ای حاوی ۴۱ سؤال براساس مطالعه حاصل از بخش اول طراحی شد و در اختیار کارکنان آموزش و پرورش خراسان جنوبی قرار گرفت تا به صورت تأییدی مورد بررسی قرار گیرد. کارکنان آموزش و پرورش خراسان جنوبی به طور کلی ۲۶۳ نفر بودند که براساس جدول کرجسی و مورگان ۱۱۹ نفر از آن‌ها به صورت تصادفی انتخاب شدند. سؤالات براساس طیف پنج امتیازی لیکرت شامل خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد امتیازدهی شدند. اگر پاسخگو برای پاسخ به هر سؤال گزینه خیلی کم را انتخاب می‌کرد امتیاز ۱، گزینه کم، امتیاز ۲، گزینه متوسط، امتیاز ۳، گزینه زیاد، امتیاز ۴ و گزینه خیلی زیاد، امتیاز ۵ را کسب می‌کرد. جهت بررسی کفایت نمونه برای تحلیل عاملی آماره KMO استفاده شد. همان گونه که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، مقدار KMO برابر

۰/۸۱۵ به دست آمده است که نشان می‌دهد داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب هستند؛ علاوه بر این در آزمون بارتلت عدد معناداری برابر ۰/۰۰۰ به دست آمده که کمتر از سطح معناداری یعنی ۰/۰۵ بوده و نشان می‌دهد مربع کای معنادار است؛ بنابراین نتایج این آزمون نیز مطلوب است؛ به این مفهوم که بین متغیرها همبستگی معناداری وجود دارد. از این شرایط می‌توان از مناسب بودن داده‌ها اطمینان حاصل کرد.

جدول ۱) نتایج آزمون بارتلت و شاخص KMO

نمونه برداری شاخص KMO	مربع کای تقریبی	درجه آزادی	آزمون بارتلت
۰/۸۱۵	۲۶۸۸/۸۵۶	۸۲۰	عدد معناداری
			۰/۰۰۰

جهت تعیین روایی، محتوای پرسشنامه در تمام مراحل به رؤیت اعضای تیم تحقیق و تعدادی از صاحب نظران در حوزه این تحقیق رسید و اصلاحات نهایی، انجام و در نهایت پرسشنامه نهایی تنظیم شد. رواسازی محتوایی در پاسخ به این پرسش است که آیا مواد یا محتوای این وسیله اندازه گیری، معرف محتوا یا مجموعه خصوصیات مورد اندازه گیری هست یا خیر؟ جهت تعیین پایایی پرسشنامه با استفاده از نرم افزار آماری IBM SPSS 21 ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه تحقیق محاسبه شد و مقدار ۰/۹۴ حاصل شد. در قسمت آمار توصیفی، جهت توصیف داده‌ها و مشاهدات پس از جمع آوری، بازبینی، کدگذاری، ورود اطلاعات و تشکیل بانک اطلاعاتی در نرم افزار آماری SPSS از شیوه‌های توصیف آماری از قبیل جداول توزیع فراوانی، نمودارهای توصیفی و شاخص‌های مرکزی و پراکندگی نظیر میانگین، انحراف معیار و... بهره گیری شد. برای آمار استنباطی، در بخش استنباط‌های آماری پس از تبدیل کردن متغیرهای تحقیق از مقیاس ترتیبی به مقیاس فاصله‌ای، از آزمون‌هایی نظیر ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی استفاده شد. جهت داده آمایی (ورود داده‌ها) و رسم برخی از نمودارهای توصیفی از نرم افزار Microsoft Excel 2018 و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و استنباط‌های آماری از نرم افزار آماری IBM SPSS 21 و Lisrel 8/8 بهره گرفته شد.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های بخش کیفی

در این بخش شرکت‌کنندگان شامل ۱۹ نفر از خبرگان بودند. خبرگان شرکت‌کننده در این مطالعه عمدتاً بین سنین ۳۲ تا ۶۰ سال و از اعضای هیأت علمی با مرتبه دانشیاری و استادی و حداقل ۱۰ سال سابقه کار و دارای مدارک تحصیلی دکتری مدیریت و علوم قرآن و همچنین فقه و حقوق بودند. ۲ نفر از این خبرگان از مدیران اجرایی آموزش و پرورش خراسان جنوبی بودند. همان‌طور که گفته شد، پس از نتیجه‌گیری از دور اول و دوم توسط روش دلفی نهایتاً ۲۰ مفهوم به‌عنوان مفاهیم اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی به‌دست آمد. در مرحله اول توزیع پرسشنامه بین ۱۹ نفر از خبرگان ۳۸ مفهوم دارای میانگین $4/48$ بود که در نتیجه ۴ مفهوم حذف و بنابر پیشنهاد خبرگان ۸ مفهوم اضافه شد و در مرحله دوم با ۴۲ مفهوم از خبرگان نظرخواهی شد. در مرحله دوم با میانگین $4/82$ پس از بررسی توسط تیم تحقیق و ادغام مفاهیمی که در یک بُعد قرار می‌گرفتند، ۲۰ مفهوم اخلاق حرفه‌ای با رویکرد اسلامی در چهار بُعد شخصیتی، ارزشی، اجتماعی، ارتباطی با تأکید بر ارزش‌های اسلامی جهت سنجش در کارکنان آموزش و پرورش خراسان جنوبی حاصل شد.

یافته‌های بخش کمی مطالعه

نتایج بررسی متغیرهای زمینه‌ای در جدول ۲ خلاصه شده‌است.

جدول ۲) توزیع فراوانی متغیرهای زمینه‌ای پاسخگویان بخش کمی مطالعه

سن	تعداد	درصد
۲۰-۲۵ سال	۹	۸٪
۲۶-۳۰ سال	۲۳	۲۰٪
۳۱-۴۰ سال	۷۲	۵۹٪
۴۱-۶۰ سال	۱۵	۱۳٪
جنس		
زن	۲۶	۲۱٪
مرد	۹۳	۷۹٪
سطح تحصیلات		

دپلم	۱۴	٪۱۲
فوق دپلم	۳۹	٪۳۴
کارشناسی	۵۰	٪۴۱
کارشناسی ارشد	۱۲	٪۱۰
دکتری	۴	٪۳
سابقه خدمت		
کمتر از ۵ سال	۹	٪۸
۶- ۱۰ سال	۲۴	٪۲۱
۱۱- ۲۰ سال	۶۴	٪۵۴
۲۱- ۳۰ سال	۲۲	٪۱۷

همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود شرکت‌کنندگان بخش کمی مطالعه عمدتاً مرد (٪۷۹) دارای سن بین ۳۱-۴۰ سال (٪۵۹) عمدتاً دارای تحصیلات کارشناسی (٪۴۴) و با سابقه خدمت بالا یعنی بین ۱۱-۲۰ سال (٪۵۴) بودند.

سایر آمار توصیفی متغیرهای اصلی پژوهش

همان‌طور که در بخش روش تحقیق توضیح داده شد، در این مطالعه امتیاز هر متغیر به یک بازه ۱-۵ تعلق خواهد داشت. زمانی حداقل مقدار خود یعنی ۱ را کسب می‌کند که پاسخگو تمامی سؤالات مربوط به متغیر را با گزینه‌های خیلی کم مشخص کرده باشد و اگر پاسخگو در تمام سؤالات گزینه‌های خیلی زیاد را انتخاب کرده باشد، حداکثر امتیاز یعنی مقدار ۵ را کسب خواهد کرد. در جدول زیر آماره‌های توصیفی متغیرهای تحقیق محاسبه و گزارش شده‌است.

جدول ۳) توزیع فراوانی ابعاد و مفاهیم اخلاق حرفه‌ای پاسخگویان بخش کمی

متغیر	تعداد	میانگین	انحراف معیار
شخصیتی	۱۱۹	۳/۸۱۷	۰/۹۳۷
	۱۱۹	۳/۴۵۷	۰/۸۷۵
	۱۱۹	۳/۱۳۹	۰/۸۳۹
	۱۱۹	۳/۷۷۸	۰/۹۵۷
	۱۱۹	۳/۶۷۴	۰/۸۹۶
	۱۱۹	۴/۰۸۳	۰/۷۸۸
ارتباطی	۱۱۹	۷۸۷۳/	۴۵۷۰/
	۱۱۹	۸۳۵۳/	۶۲۰/۸
	۱۱۹	۹۷۳۳/	۷۹۱۰/
	۱۱۹	۸۶۱۳/	۹۳۵۰/
اجتماعی	۱۱۹	۵۶۵۳/	۳۵۶۰/
	۱۱۹	۳/۷۶۵	۰/۸۲۸
	۱۱۹	۳/۴۲۲	۰/۹۳۴
	۱۱۹	۳/۷۷۰	۰/۸۶۹
	۱۱۹	۳/۹۴۴	۰/۸۱۵
ارزشی	۱۱۹	۳/۹۰۰	۰/۸۳۵
	۱۱۹	۳/۹۰۴	۰/۸۷۳
	۱۱۹	۴/۰۸۷	۰/۸۵۹
	۱۱۹	۳/۹۶۵	۰/۷۶۵
	۱۱۹	۴/۰۳۷	۰/۷۳۷
اخلاق حرفه‌ای		۳/۷۹۸	۰/۵۷۱

نتایج جدول ۳ حاکی از آن است که میانگین امتیاز نظرات ۱۱۹ پاسخگوی انتخابی از کارمندان آموزش و پرورش خراسان جنوبی، در خصوص متغیر اصلی تحقیق که ابعاد و مفاهیم اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی است برابر با ۳/۳۷ از سقف ۵ امتیاز است و پراکندگی نظرات این افراد برابر با ۰/۵۷ است.

در بین عوامل یا مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده متغیر اخلاق حرفه‌ای، بیشترین امتیاز را مؤلفه وفاداری با کسب میانگین ۴/۰۹ و پراکندگی ۰/۸۵ کسب کرده است. کمترین امتیاز کسب شده نیز به مؤلفه استقلال رأی با میانگین ۳/۱۳۹ و پراکندگی ۰/۸۳ تعلق یافته است. براساس بازه

به کار گرفته شده در امتیازات این متغیرها، حد متوسط امتیازات ۲/۵ در نظر گرفته شد و به این ترتیب میانگین امتیازات کسب شده برای هریک از مؤلفه‌های تشکیل دهنده متغیر اخلاق حرفه‌ای کارکنان با تأکید بر ارزش‌های اسلامی، از نظر توصیفی از حد متوسط بالاتر به دست آمد.

استنباط‌های مربوط به پرسش تحقیق و بررسی مدل تحقیق

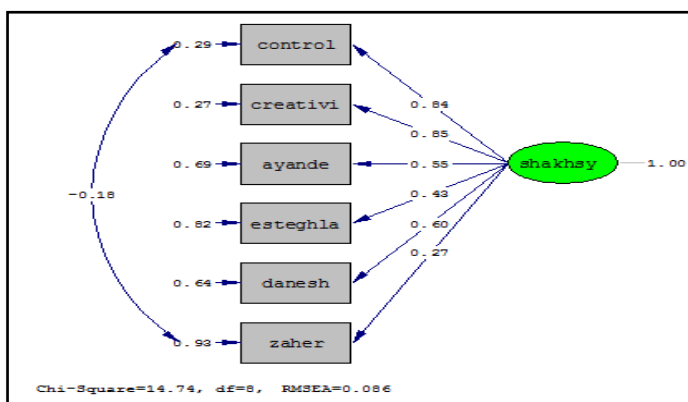
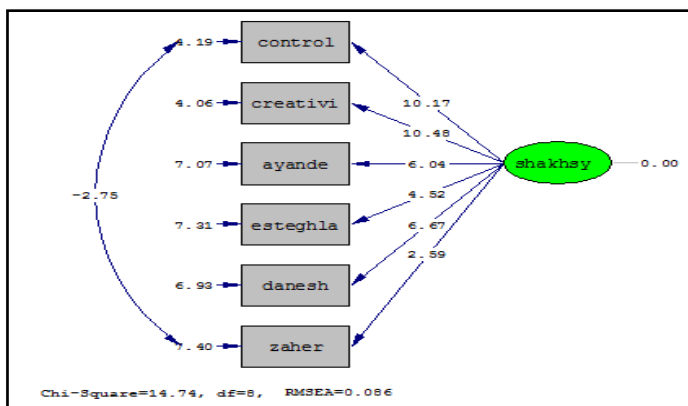
در این بخش با استفاده از روش‌های آمار استنباطی به تجزیه و تحلیل داده‌های گردآوری شده پرداخته می‌شود تا در نهایت از نتایج به دست آمده جهت پاسخگویی به پرسش تحقیق بهره‌گیری شود. در این تحقیق با استفاده از الگوبندی معادلات ساختاری^۱ (SEM) به بررسی مدل پژوهش پرداخته می‌شود. برای آزمودن این مدل، ابتدا مدل‌های اندازه‌گیری مرحله اول که مفاهوم‌ها هستند بررسی شده و سپس در صورت تأیید برازش آن‌ها، جهت مدل کلی مورد استفاده قرار می‌گیرند. کلیه تحلیل‌های این بخش با استفاده از نرم‌افزار Lisrel 8/8 انجام شده است.

پاسخ به سؤالات پژوهش

برای پاسخ به پرسش اول پژوهش (مفاهیم اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی کدامند؟) عوامل مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی که به صورت چهار بُعد اصلی طبقه‌بندی شده بودند، هر بعد با مفاهیم خود شناسایی شد و سپس در چهار بُعد اصلی اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی طبقه‌بندی شد. در مورد هر چهار بعد، ابتدا معناداری رابطه مفاهیم بررسی شد. اگر مقدار قدر مطلق T متناظر با یک ضریب بزرگ‌تر از ۱/۹۶ بود، آن‌گاه آن ضریب در سطح ۰/۰۵ معنادار در نظر گرفته شد.

مدل اول: بررسی عوامل بُعد شخصیتی: این بُعد بر مبنای نظرات خبرگان با شش مفهوم شناسایی شد که عبارت‌اند از: خودکنترلی، خلاقیت، استقلال رأی، آینده‌نگاری، یادگیری سازمانی و آراستگی ظاهر.

ابتدا معناداری رابطه مفاهیم بررسی می‌شود: در نمودارهای ۱ تا ۴، مقادیر T برای بررسی معناداری ضرایب در مدل ارائه شده‌است. اگر مقدار قدر مطلق T متناظر با یک ضریب بزرگ‌تر از $1/96$ باشد آن‌گاه آن ضریب در سطح $0/05$ رابطه معناداری دارد.



نمودار (۱) مدل ۱، نتایج آزمون T و ضریب مسیر مفاهیم بُعد شخصیتی

همان‌طور که در شکل سمت راست نمودار ۱ دیده می‌شود، تمام متغیرهای نشانگر دارای مقادیر T هستند که بزرگ‌تر از $1/96$ است. این یعنی وجود این متغیرها در مدل معنی‌دار است. نتایج به‌دست‌آمده از معادلات ساختاری میزان ضریب مسیر میان مفاهیم بُعد شخصیتی، در شکل سمت چپ نشان داده شده‌است؛ بنابراین با اطمینان 95% می‌توان گفت مفاهیم بُعد شخصیتی

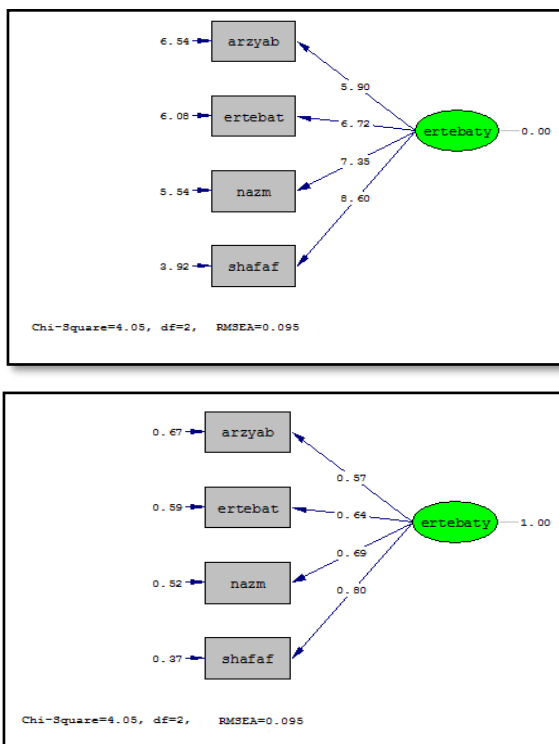
عبارت‌اند از: خودکنترلی، خلاقیت، استقلال رأی، آینده‌نگاری، یادگیری سازمانی و آراستگی ظاهر؛ در نتیجه مدل اول پذیرفته می‌شود.

جدول ۴) شاخص‌های برازش برای مدل اول

شاخص برازش	شاخص برازش	شاخص برازش	ریشه میانگین مربع	ریشه میانگین مربع	شاخص برازش
مقایسه‌ای	نرمال نشده	نرمال شده	خطای تقریب	باقی‌مانده استاندارد شده	χ^2 / df
(CFI)	(NNFI)	(NFI)	(RMSEA)	(GFI)	
۰/۹۶	۰/۹۳	۰/۹۳	۰/۰۸۶	۰/۹۶	۱/۸۴۳
$\chi^2 / df \leq 3; NFI, TLI, CFI \geq 0/80; RMSEA \leq 0/1; GFI \leq 0/10$: مقادیر مطلوب					
df = ۸			و $\chi^2 = ۱۴$		

همان‌گونه که در جدول ۴ مشاهده می‌شود مدل از لحاظ شاخص‌های نیکویی برازش وضعیت مناسبی دارد.

مدل دوم: بررسی عوامل بُعد ارتباطی: این بُعد بر مبنای نظرات خبرگان با چهار مفهوم شناسایی شد که عبارت‌اند از ارتباط غیرکلامی، ارتباط مؤثر، نظم و انضباط و شفافیت. ابتدا معناداری رابطه مفاهیم بررسی می‌شود: در شکل زیر مقادیر T برای بررسی معناداری ضرایب در مدل ارائه شده‌است. اگر مقدار قدر مطلق T متناظر با یک ضریب بزرگ‌تر از ۱/۹۶ باشد، آن‌گاه آن ضریب در سطح ۰/۰۵ رابطه معناداری دارد.



نمودار ۲) مدل ۲، نتایج آزمون T و نتایج ضریب مسیر مفاهیم بعد ارتباطی

همان‌طور که در شکل سمت راستِ نمودار ۲ دیده می‌شود، تمام متغیرهای نشانگر دارای مقادیر T هستند که بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است؛ این یعنی وجود این متغیرها در مدل معنی‌دار است. نتایج به‌دست‌آمده از معادلات ساختاری، میزان ضریب مسیر میان مفاهیم بعد ارتباطی را در شکل سمت چپ نشان داده‌است؛ بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت مفاهیم بعد ارتباطی عبارت‌اند از: ارتباط غیر کلامی، ارتباط مؤثر، نظم و انضباط و شفافیت؛ در نتیجه مدل دوم پذیرفته می‌شود.

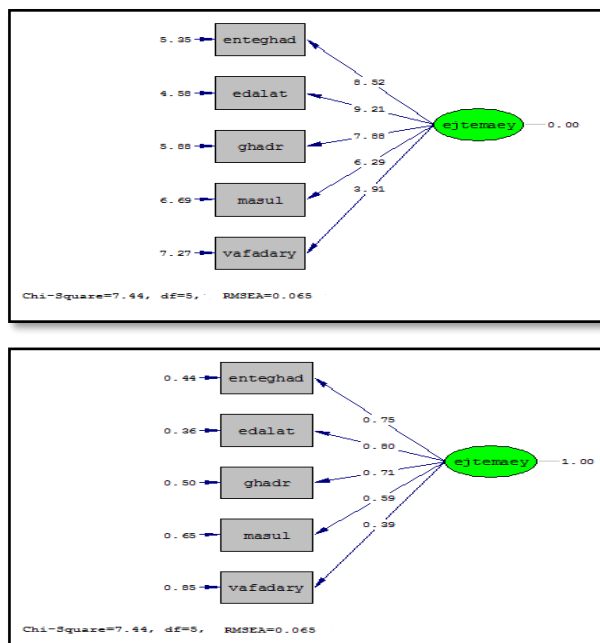
جدول ۵) شاخص‌های برازش برای مدل دوم

شاخص برازش مقایسه‌ای (CFI)	شاخص برازش نرمال نشده (NNFI)	شاخص برازش نرمال شده (NFI)	ریشه میانگین مربع خطای تقریب (RMSEA)	ریشه میانگین مربع باقی مانده استاندارد شده (GFI)	χ^2 / df
۰/۹۸	۰/۹۵	۰/۹۷	۰/۰۹۵	۰/۹۸	۲/۴۲۱
$\chi^2 / df \leq 3; NFI, TLI, CFI \geq 0/80; RMSEA \leq 0/1; GFI \leq 0/10$ مقادیر مطلوب					
$df = 2$ و $\chi^2 = 1/05$					

همان‌گونه که در جدول ۵ مشاهده می‌شود مدل از لحاظ شاخص‌های نیکویی برازش وضعیت مناسبی دارد.

مدل سوم: بررسی عوامل بُعد اجتماعی: این بُعد بر مبنای نظرات خبرگان با پنج مفهوم شناسایی شد که عبارت‌اند از: انتقادپذیری، عدالت‌محوری، قدرشناسی، مسئولیت‌پذیری و خوش رفتاری.

ابتدا معناداری رابطه مفاهیم بررسی می‌شود: در شکل زیر مقادیر T برای بررسی معناداری ضرایب در مدل ارائه شده‌است. اگر مقدار قدر مطلق T متناظر با یک ضریب بزرگ‌تر از ۱/۹۶ باشد، آن‌گاه آن ضریب در سطح ۰/۰۵ رابطه معناداری دارد.



نمودار (۳) مدل ۳، نتایج آزمون T و نتایج ضریب مسیر مفاهیم بُعد اجتماعی

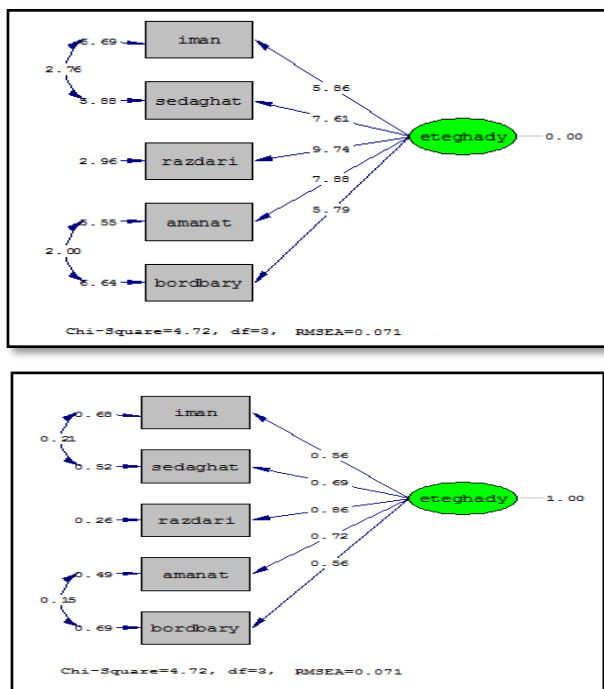
همان‌طور که در نمودار شکل سمت راستِ نمودار ۳ دیده می‌شود، تمامی متغیرهای نشانگر، دارای مقادیر T هستند که بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است؛ این یعنی وجود این متغیرها در مدل معنی‌دار است. نتایج به‌دست‌آمده از معادلات ساختاری میزان ضریب مسیر میان مفاهیم بُعد ارتباطی در شکل سمت چپ نشان داده شده‌است؛ بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت مفاهیم بُعد ارتباطی عبارت‌اند از انتقادپذیری، عدالت‌محوری، قدرشناسی، مسئولیت‌پذیری و خوش رفتاری؛ در نتیجه مدل سوم پذیرفته می‌شود.

جدول ۶) شاخص‌های برازش برای مدل سوم

شاخص برازش مقایسه‌ای (CFI)	شاخص برازش نرمال نشده (NNFI)	شاخص برازش نرمال شده (NFI)	ریشه میانگین مربع خطای تقریب (RMSEA)	ریشه میانگین مربع باقیمانده استاندارد شده (GFI)	χ^2 / df
۰/۹۹	۰/۹۸	۰/۹۷	۰/۰۶۵	۰/۹۷	۱/۴۸۸
$\chi^2 / df \leq 3; NFI, TLI, CFI \geq 0/80; RMSEA \leq 0/1; GFI \leq 0/10$: مقادیر مطلوب					
$df = 5$ و $\chi^2 = ۱۴۴$					

همان گونه که در جدول ۶ مشاهده می‌شود، مدل از لحاظ شاخص‌های نیکویی برازش وضعیت مناسبی دارد.

مدل چهارم: بررسی عوامل بُعد ارزشی: این بُعد بر مبنای نظرات خبرگان با پنج مفهوم ایمان و تقوا، صداقت، وفاداری، امانتداری، برابری شناسایی شد. ابتدا معناداری رابطه مفاهیم بررسی می‌شود: در شکل زیر مقادیر T برای بررسی معناداری ضرایب در مدل ارائه شده است. اگر مقدار قدر مطلق T متناظر با یک ضریب بزرگ‌تر از ۱/۹۶ باشد، آن‌گاه آن ضریب در سطح ۰/۰۵ رابطه معناداری دارد.



نمودار (۴) مدل ۴، نتایج آزمون T و نتایج ضریب مسیر مفاهیم بعد ارزشی

همان‌طور که در شکل سمت راستِ نمودار ۴ دیده می‌شود، تمامی متغیرهای نشانگر، دارای مقادیر T هستند که بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است؛ این یعنی وجود این متغیرها در مدل معنی‌دار است. نتایج به‌دست‌آمده از معادلات ساختاری میزان ضریب مسیر میان مفاهیم بعد ارتباطی در شکل سمت چپ نشان داده شده‌است؛ بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت مفاهیم بعد ارزشی عبارت‌اند از: ایمان و تقوا، صداقت، وفاداری، امانتداری، برابری؛ در نتیجه مدل چهارم پذیرفته می‌شود.

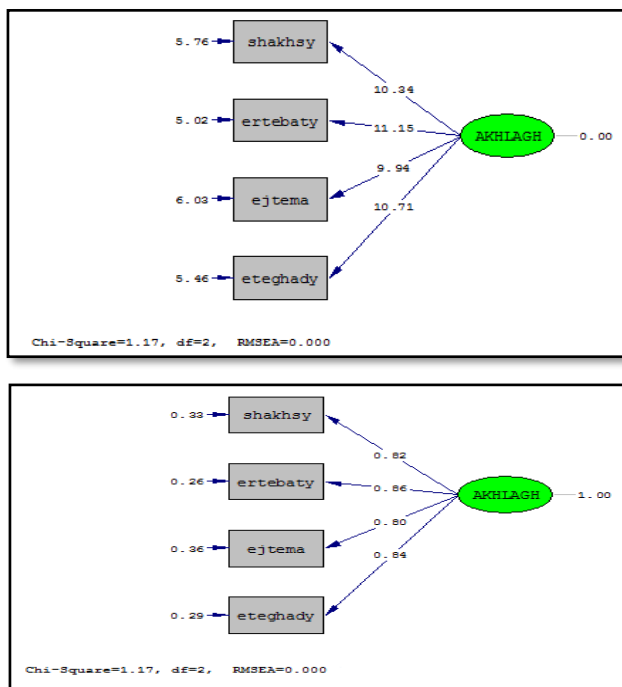
جدول ۷) شاخص‌های برازش برای مدل چهارم

شاخص برازش مقایسه‌ای (CFI)	شاخص برازش نرمال نشده (NNFI)	شاخص برازش نرمال شده (NFI)	ریشه میانگین مربع خطای تقریب (RMSEA)	ریشه میانگین مربع باقی مانده استاندارد شده (GFI)	χ^2 / df
۰/۹۸	۰/۹۵	۰/۹۷	۰/۰۷۱	۰/۹۷	۱/۵۷۳
$\chi^2 / df \leq 3; NFI, TLI, CFI \geq 0/80; RMSEA \leq 0/1; GFI \leq 0/10$ مقادیر مطلوب					
$df = ۳$ و $\chi^2 = ۱۷۲$					

همان‌گونه که در جدول ۷ دیده می‌شود، مدل از لحاظ شاخص‌های نیکویی برازش وضعیت مناسبی دارد.

بررسی وضعیت مفاهیم اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی

مفاهیم اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی با چهار بُعد اصلی که عبارت‌اند از: شخصیتی، ارتباطی، اجتماعی، ارزشی شناسایی شد. ابتدا معناداری رابطه ابعاد را بررسی می‌کنیم: در شکل زیر مقادیر T برای بررسی معناداری ضرایب در مدل ارائه شده است. اگر مقدار قدر مطلق T متناظر با یک ضریب بزرگ‌تر از ۱/۹۶ باشد، آن‌گاه آن ضریب در سطح ۰/۰۵ رابطه معناداری دارد.



نمودار (۵) نتایج آزمون T و نتایج ضریب مسیر ابعاد اخلاق حرفه‌ای

همان‌طور که در شکل سمت راست نمودار ۵ دیده می‌شود، تمام متغیرهای نشانگر، دارای مقادیر T هستند که بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است. این یعنی وجود این متغیرها در مدل معنی‌دار است. نتایج به‌دست‌آمده از معادلات ساختاری میزان ضریب مسیر میان مفاهیم بُعد ارتباطی در شکل سمت چپ نشان داده شده‌است؛ بنابراین با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت ابعاد اخلاق حرفه‌ای عبارت‌اند از: شخصیتی، ارتباطی، اجتماعی و ارزشی؛ پس مدل اصلی پذیرفته می‌شود.

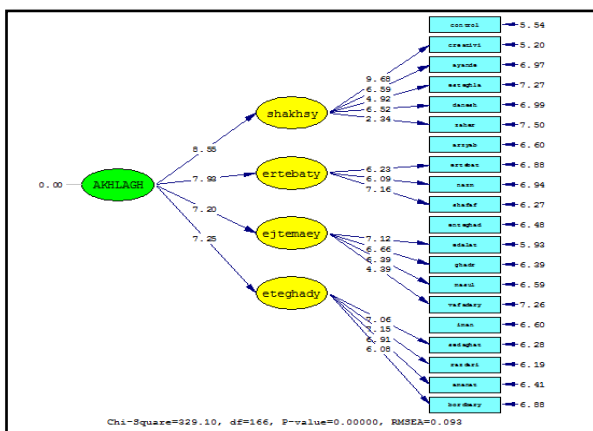
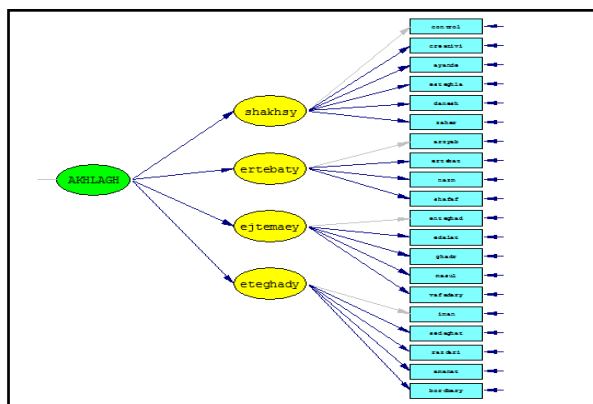
جدول ۸) شاخص‌های برازش برای مدل اصلی

شاخص برازش	شاخص برازش	شاخص برازش	ریشه میانگین مربع	ریشه میانگین مربع	χ^2 / df
مقایسه‌ای (CFI)	نرمال نشده (NNFI)	نرمال شده (NFI)	خطای تقریب (RMSEA)	باقی مانده استاندارد شده (GFI)	
۰/۹۵	۰/۹۴	۰/۹۱	۰/۰۰۰	۰/۷۸	۰/۵۸۵
$\chi^2 / df \leq 3; NFI, TLI, CFI \geq 0/80; RMSEA \leq 0/1; GFI \leq 0/10$: مقادیر مطلوب					
$df = 2$ و $\chi^2 = 117$					

همان‌گونه که در جدول ۸ مشاهده می‌شود، مدل از لحاظ شاخص‌های نیکویی برازش وضعیت مناسبی دارد.

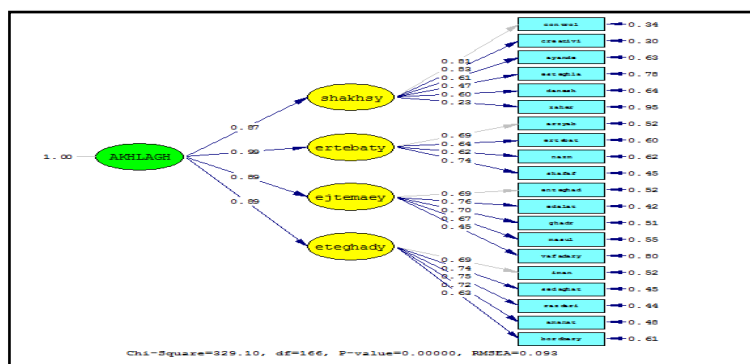
برای پاسخ به پرسش‌های بعدی پژوهش یعنی: وضعیت مفاهیم اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی در آموزش و پرورش خراسان جنوبی چگونه است؟ و رتبه‌بندی مفاهیم اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی در آموزش و پرورش خراسان جنوبی چگونه است؟ مفاهیم و ابعاد اخلاق حرفه‌ای در مرحله اول توسط خبرگان به دست آمد و در مرحله دوم ابعاد، مفاهیم توسط تحلیل عاملی تأییدی توسط نرم‌افزار لیزرل و با معادلات ساختاری بررسی شد. تمام ضرایب با استفاده از آماره T آزمون شدند. این آماره (t-value) زمانی معنادار است که مقدار قدر مطلق آن بیشتر از ۱/۹۶ باشد.

در صورت تأیید مدل، ابعاد و مفاهیم اخلاق حرفه‌ای در آموزش و پرورش خراسان جنوبی را براساس ضریب تعیین و اثری که در اخلاق حرفه‌ای کارکنان دارند رتبه‌بندی می‌شود. مدل اندازه‌گیری شامل متغیرهای مکنون و متغیرهای نشانگر آنهاست و جهت بررسی چگونگی تأثیرپذیری متغیرهای نشانگر، از متغیرهای مکنون مربوطه و قدرت آن‌ها در تبیین و اندازه‌گیری متغیرهای مکنون استفاده می‌شود. مدل مفهومی اندازه‌گیری که در مراحل قبل تأیید شد، در نمودار ۶ آمده است.



نمودار ۶) سمت راست: مدل مفهومی تحقیق؛ سمت چپ: نتایج آزمون T مدل اخلاق حرفه‌ای در آموزش و پرورش خراسان جنوبی

بر اساس داده‌های گردآوری‌شده، مدل تشکیل شده است: در شکل سمت راست نمودار ۶، مقادیر T برای بررسی معناداری ضرایب ضریب در مدل اندازه‌گیری مرتبه اول ارائه شده‌است. اگر مقدار قدر مطلق T متناظر با یک ضریب بزرگ‌تر از ۱/۹۶ باشد، آن‌گاه آن ضریب در سطح ۰/۰۵ معنادار است. همان‌طور که در این نمودار (سمت چپ) دیده می‌شود، تمام متغیرهای نشانگر دارای مقادیر T هستند که بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است؛ این یعنی وجود این متغیرها در مدل معنادار است (در سطح ۰/۰۵)؛ پس با اطمینان ۹۵٪ می‌توان گفت روابط در مدل مفهومی معنادار است.



نمودار (۷) نتایج ضریب مسیر مدل اخلاق حرفه‌ای در آموزش و پرورش خراسان جنوبی

در نمودار ۷ ضرایب استاندارد شده این مدل آمده است. ضرایب استاندارد شده - در صورت معنی داری - نشان دهنده شدت رابطه بین دو متغیر مربوطه هستند؛ به عبارت دیگر، اگر ضریبی معنی دار باشد، آن گاه صرف نظر از علامت جبری، بزرگ تر بودن مقدار آن، به معنی شدیدتر بودن رابطه بین دو متغیری است که ضریب به آن‌ها تعلق دارد.

جدول (۹) شاخص‌های برازش برای مدل اخلاق حرفه‌ای در آموزش و پرورش خراسان جنوبی

شاخص برازش مقایسه‌ای (CFI)	شاخص برازش نرمال نشده (NNFI)	شاخص برازش نرمال شده (NFI)	ریشه میانگین مربع خطای تقریب (RMSEA)	ریشه میانگین مربع باقی مانده استاندارد شده (GFI)	χ^2 / df
۰/۹۵	۰/۹۴	۰/۹۱	۰/۰۹۳	۰/۷۸	۱/۹۸۲
$\chi^2 / df \leq 3; NFI, TLI, CFI \geq 0/80; RMSEA \leq 0/1; GFI \leq 0/10$: مقادیر مطلوب					
$df = 166$			$\chi^2 = 329.10$ و		

همان گونه که در جدول ۹ مشاهده می شود، مدل از لحاظ شاخص‌های نیکویی برازش وضعیت مناسبی دارد.

رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای کارکنان با تأکید بر ارزش‌های اسلامی در آموزش و پرورش خراسان جنوبی

در دو مرحله، عوامل مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای کارکنان با تأکید بر ارزش‌های اسلامی در آموزش و پرورش خراسان جنوبی، بر اساس ضریب استاندارد که بیانگر میزان تأثیر بر اخلاق حرفه‌ای است، رتبه‌بندی شد. در مرحله اول، ابعاد مؤثر و در مرحله دوم مفاهیم مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای کارکنان با تأکید بر ارزش‌های اسلامی در آموزش و پرورش خراسان جنوبی مشخص شد.

رتبه‌بندی ابعاد مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای کارکنان با تأکید بر ارزش‌های اسلامی در آموزش و پرورش خراسان جنوبی

مفاهیم و ابعاد اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی، در چهار بُعد که عبارت‌اند از: شخصیتی، ارتباطی، اجتماعی و ارزشی طبقه‌بندی که پس از بررسی ضریب تأثیر این ابعاد یعنی میزان اثر هر بُعد در متغیر اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی در آموزش و پرورش خراسان جنوبی به صورت جدول ۱۰ است.

جدول ۱۰) میزان تأثیر ابعاد اخلاق حرفه‌ای در آموزش و پرورش خراسان جنوبی

۰.۸۷	۱. شخصیتی	ابعاد اخلاق حرفه‌ای
۰.۹۹	۲. ارتباطی	
۰.۸۸	۳. اجتماعی	
۰.۸۹	۴. ارزشی	

با توجه به نتایج این رتبه‌بندی، مؤثرترین بُعد اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی در آموزش و پرورش خراسان جنوبی، بُعد ارتباطی، سپس ابعاد ارزشی و اجتماعی و در آخر بُعد شخصیتی است.

رتبه‌بندی مفاهیم مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای کارکنان با تأکید بر ارزش‌های اسلامی

در مدل تحقیق T مفاهیم مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای کارکنان با تأکید بر ارزش‌های اسلامی را، خودکنترلی، خلاقیت، استقلال رأی، آینده‌نگاری، یادگیری سازمانی، آراستگی ظاهر، ارتباط غیرکلامی، ارتباط مؤثر، نظم و انضباط، شفافیت، انتقادپذیری، عدالت‌محوری، قدرشناسی، مسئولیت‌پذیری، وفاداری، خوش رفتاری، ایمان و تقوا، صداقت، وفاداری، امانت داری، برابری در نظر گرفته شده است که با توجه به نتایج آزمون ضریب تأثیر این مفاهیم یعنی میزان اثر هر مفهوم در متغیر اخلاق حرفه‌ای کارکنان با تأکید بر ارزش‌های اسلامی در آموزش و پرورش خراسان جنوبی به صورت جدول ۱۱ است.

جدول ۱۱) رتبه‌بندی مفاهیم مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای کارکنان با تأکید بر ارزش‌های اسلامی

۱. خودکنترلی	۰/۸۶
۲. خلاقیت	۰/۷۸
۳. استقلال رأی	۰/۶۴
۴. آینده‌نگاری	۰/۶۱
۵. یادگیری سازمانی	۰/۶۰
۶. آراستگی ظاهر	۰/۲۳
۷. ارتباط غیرکلامی	۰/۶۹
۸. ارتباط مؤثر	۰/۴۷
۹. نظم و انضباط	۰/۶۲
۱۰. شفافیت	۰/۷۴
۱۱. انتقادپذیری	۰/۶۹
۱۲. عدالت‌محوری	۰/۸۱
۱۳. قدرشناسی	۰/۷۰
۱۴. مسئولیت‌پذیری	۰/۶۷
۱۵. خوش رفتاری	۰/۶۸
۱۶. ایمان و تقوا	۰/۶۹
۱۷. صداقت	۰/۷۹
۱۸. وفاداری	۰/۷۵
۱۹. امانت‌داری	۰/۴۵
۲۰. برابری	۰/۶۳

با توجه به نتایج این رتبه‌بندی، مؤثرترین مفاهیم اخلاق حرفه‌ای کارکنان با تأکید بر ارزش‌های اسلامی در آموزش و پرورش خراسان جنوبی مفهوم خودکنترلی، عدالت‌محوری، صداقت، خلاقیت، وفاداری، شفافیت و... هستند. همچنین مفاهیم ارتباط مؤثر، امانت داری، آراستگی ظاهر کمترین تأثیر را در بین مفاهیم اخلاق حرفه‌ای دارند.

بحث و نتیجه‌گیری

کشور ما به رغم دورنمای روشن تاریخی و تمدنی و میراث زرین فرهنگی و دینی، در افق کنونی خود نسبت به کشورهای صنعتی غرب و حتی برخی جوامع شرقی پیشرو، از وضعیتی مناسب شأن تاریخی خود در توسعه اخلاق حرفه‌ای برخوردار نیست (هدایتی، برج‌علیزاده و اله‌بادشتی، ۱۳۹۲: ۶۱). اخلاق حرفه‌ای شامل مجموعه‌ای از ارزش‌ها، اصول و هنجارهای حاکم بر تمام حرفه‌های ویژه است. هرچند اخلاق حرفه‌ای در همه مشاغل مهم است؛ اهمیت آن در حرفه‌های آموزشی برجسته‌تر بیان شده‌است (Fallahi, et al., 2019: 97). براساس چشم‌انداز ۱۴۰۴ جمهوری اسلامی ایران، جامعه ایرانی باید مسئولیت‌پذیر، مؤمن، برخوردار از وجدان کاری، دارای انضباط، دارای روحیه تعاون و سازگاری اجتماعی باشد. همچنین در سند تحول بنیادین آموزش و پرورش به جذب، تربیت و به‌کارگیری نیروی انسانی شایسته و متعهد و عامل به رعایت حیا، عفاف و پوشش مناسب در کلیه مراکز اداری و آموزشی و در اصل سوم قانون اساسی کشور بر ایجاد محیط مساعد برای رشد فضایل اخلاقی تأکید شده‌است (سایت آموزش و پرورش خراسان جنوبی، ۱۴۰۰).

منابع انسانی هر سازمان به‌عنوان منابع استراتژیک به حساب می‌آید و موفقیت سازمان‌ها به استفاده کارآمد از کارکنانش بستگی دارد. کارکنان منابع اصلی هر سازمان در مزیت‌های رقابتی هستند. وقتی آن‌ها به اهداف و ارزش‌های سازمان متعهد می‌شوند نه تنها عاملی برای افزایش ارزش یک سازمان در مقایسه با سایر سازمان‌ها هستند؛ بلکه یک مزیت رقابتی پایدار در سطح بین‌المللی نیز به حساب می‌آیند. اخلاق حرفه‌ای مناسب زمینه افزایش تعهد سازمانی و مسئولیت‌پذیری در کارکنان را افزایش می‌دهد (Imani, et al., 2017: 51)؛ به‌طوری‌که مهم‌ترین متغیر در موفقیت سازمان، اخلاق حرفه‌ای اعلام شده‌است. سازمان آموزش و پرورش هم بر

اساس استانداردهای روز دنیا، به دنبال ارتقای عملکرد شغلی کارکنان خود است (جعفری‌نژاد ماسوله، ۱۳۹۶: ۲).

در این مطالعه ترکیبی، ابتدا یک مطالعه کیفی انجام شد و با استفاده از نظرات گروهی از خبرگان و همچنین اعضای تیم تحقیق، ۲۰ شاخص به‌عنوان مفاهیم اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی حاصل شد. سپس این مفاهیم در چهار بُعد شخصیتی، ارزشی، اجتماعی و ارتباطی جهت سنجش اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی دسته‌بندی شدند و مدل اولیه اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی جهت سنجش در آموزش و پرورش خراسان جنوبی حاصل شد. ابعاد ذکرشده عبارت‌اند از: ۱. بُعد شخصیتی: با اطمینان ۹۵٪ این بُعد شامل مفاهیم خودکنترلی، خلاقیت، استقلال رأی، آینده‌نگاری، یادگیری سازمانی و آراستگی ظاهر است؛ ۲. بُعد ارتباطی: با اطمینان ۹۵٪ این بُعد شامل مفاهیم ارتباط غیرکلامی، ارتباط مؤثر، نظم و انضباط و شفافیت است؛ ۳. بُعد اجتماعی: با اطمینان ۹۵٪ مفاهیم این بُعد شامل انتقادپذیری، عدالت‌محوری، قدرشناسی، مسئولیت‌پذیری، وفاداری و خوش رفتاری است ۴. بُعد ارزشی: با اطمینان ۹۵٪ مفاهیم این بُعد شامل ایمان و تقوا، صداقت، وفاداری، امانتداری، برابری است.

از آنجاکه این مطالعه توانست به شیوه‌ی اکتشافی، مفاهیم اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی را توسعه بخشد و برای این مفاهیم ابعاد مناسبی تعریف کند، می‌تواند اقدامی نوآورانه در زمینه پژوهش‌های مرتبط قلمداد شود و جهت کاربردی کردن یافته‌های خود، الگو و پیشنهاد‌های مناسبی را جهت تدوین منشور اخلاقی کارکنان، به مدیران سازمان‌های آموزشی ارائه نماید. شناسایی و ارائه مدل‌های مختلف اخلاق سازمانی می‌تواند به بهبود شرایط در سازمان‌های مختلف کمک کند (سعیدی و دیگران، ۱۳۹۹: ۱۳۴). به‌کارگیری الگوهای اخلاقی در کارکنان آموزش و پرورش به درک بهتر خواسته‌های ارباب رجوع کمک می‌کند و منجر به بررسی و تأمین نیازهای آن‌ها می‌شود و علاوه بر دستیابی به منافع خود، منافع کل جامعه را تأمین می‌کند.

در مطالعه عباسی، قلاونی و مهاجران (۱۳۹۹: ۱۱۷) که به منظور طراحی و تبیین مفاهیم اخلاق حرفه‌ای بر روی ۳۵۶ نفر از دبیران آموزش و پرورش استان آذربایجان غربی انجام شد، مفاهیمی مانند رعایت حقوق دیگران، شایستگی تخصصی، شایستگی پداگوژیکی، رشد و توسعه

دانش‌آموزان، حفظ اسرار دانش‌آموزان، ارزیابی بی‌طرف دانش‌آموزان، احترام گذاشتن، نحوه برخورد با موضوعات حساس، ارتقای شخصیت علمی و رشد تهذیب نفس در تبیین اخلاق حرفه‌ای مورد تأیید قرار گرفت. با توجه به اینکه این مطالعه، اخلاق حرفه‌ای در ارتباط با دانش‌آموزان را مورد بررسی قرار داده، با مطالعه حاضر که به بررسی مفاهیم اخلاق حرفه‌ای کارکنان پرداخته‌است متفاوت است؛ هرچند نتایج دو مطالعه از لحاظ مفاهیم نحوه ارزیابی و اهمیت وفاداری مشابه هستند. در مطالعه رمضانی و دیگران (۱۳۹۵: ۱۰۲) نیز ارتباط بین اخلاق حرفه‌ای و سلامت اداری کارکنان دانشگاه‌های علوم پزشکی مورد بررسی قرار گرفته‌است. در این مطالعه مفاهیم اخلاق حرفه‌ای شامل مسئولیت‌پذیری، صداقت و وفاداری به عهد، احترام به ارزش‌های اجتماعی، عدالت، انصاف، برتری‌جویی و رقابت‌طلبی، احترام و تکریم دیگران معرفی شده‌اند؛ هرچند فقط ۵ مفهوم اول با سلامت اداری ارتباط معناداری دارند. در این مطالعه مفاهیمی مشابه مطالعه حاضر مورد بررسی قرار گرفته‌اند. پیشنهاد می‌شود مفاهیم مورد بررسی در مطالعه حاضر با سایر متغیرهای مستقل مانند سلامت اداری کارکنان و یا افزایش بهره‌وری مورد بررسی قرار گیرد. در مطالعه احمدی بالادهی و صالحی تیکلی (۱۳۹۹: ۱۵) نتایج آزمون نشان می‌دهد که بین اخلاق حرفه‌ای، مفاهیم آن و عملکرد سازمانی رابطه معناداری وجود دارد. در این مطالعه برتری‌جویی و رقابت‌طلبی بیشترین رابطه را با عملکرد سازمانی دارند؛ درحالی‌که احترام به دیگران و عدالت و انصاف کمترین رابطه را با عملکرد سازمانی داشتند. در مطالعه حاضر عدالت‌محوری و همچنین خودکنترلی، عدالت‌محوری، صداقت، خلاقیت، وفاداری و... بیشترین تأثیر را در بین مفاهیم اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی نشان دادند؛ اما آراستگی ظاهر، ارتباط موثر و امانتداری، کمترین تأثیر را در بین این مفاهیم‌ها دارا بودند. از نظر خبرگان شرکت‌کننده در مطالعه رضوی (۱۳۹۷: ۷۹) نیز که به اولویت‌بندی معیارهای اخلاق حرفه‌ای پرداخته، همانند مطالعه حاضر، شفافیت و وفاداری و همچنین پاسخگوبودن و امانتداربودن، دارای بیشترین اهمیت بیان شده‌است. در مطالعه حبیبیان، یاری و قنبرلو (۱۳۹۳: ۵۴) به جستجوی مدل مبتنی بر ارزش‌های اسلامی برای اخلاق حرفه‌ای، اخلاق کاری و عملکرد سازمانی پرداخته شده‌است. در این مطالعه نیز همانند مطالعه ما، مشخصه‌های اخلاق حرفه‌ای برگرفته از مروری بر متون، شش مفهوم، احترام، مسئولیت‌پذیری، وفاداری، عدالت، وظیفه‌شناسی، صداقت و راستگویی بیان شده‌است که

در مطالعه این محققین دو مفهوم دیگر یعنی تعهد و توکل نیز به آن اضافه شده است. رضوی در مطالعه خود معیارهای اخلاق حرفه‌ای را در دو دسته کلی عوامل فردی و سازمانی تقسیم کرده است. این محقق ویژگی‌هایی مانند ادب و نزاکت، امانتداری، معتمدبودن و صراحت داشتن را به عنوان عوامل فردی و ویژگی‌هایی مانند شفافیت، پاسخگویی، مسئولیت پذیری و رعایت حقوق افراد جامعه را جزو عوامل سازمانی نام گذاری کرده است؛ همچنین مدل ارائه شده در مطالعه خود را با توجه به دُبعدی بودنش نسبت به مدل‌های تک بُعدی، دارای مزیت دانسته است (رضوی، ۱۳۹۷: ۸۰).

با توجه به این که در مطالعه ۲۰ مفهوم معرفی شده است، می توان گفت در این مطالعه اخلاق حرفه‌ای دارای مفاهیم کامل تر و جامع تری است و می تواند پوشش دهنده جزییات بیشتری از الگوی اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی باشد. یکی دیگر از نقاط قوت مطالعه طبقه بندی مفاهیم در چهار طبقه جداگانه است که درک و به کارگیری آن را راحت تر می کند. در مطالعه رضوی (۱۳۹۷: ۸۱) رتبه بندی کلی مفاهیم اخلاق حرفه‌ای نشان داد که معتمدبودن، شفافیت، رازداربودن و پاسخگو بودن و امانتداربودن، دارای بیشترین اهمیت از نظر خبرگان سازمان‌های دانش محور شاهرود هستند. در این مطالعه در بُعد شخصیتی مفهوم خودکنترلی، در بُعد ارتباطی، مفهوم شفافیت، در بُعد اجتماعی، مفهوم عدالت محوری و در بُعد ارزشی، مفهوم صداقت، دارای بالاترین امتیاز هستند؛ به عبارت دیگر صیانت از اطلاعات محرمانه سازمان (شامل کلیه ذی نفعان)، طراحی لباس‌های فرم مخصوص کارکنان و توجه به آراستگی ظاهر کارمندان، داشتن تعهد و وفاداری کارکنان نسبت به سازمان چه از لحاظ عاطفی و چه از لحاظ هنجاری و پایبندی به رعایت نظم و مقررات و قوانین جاری، دارای بیشترین اهمیت در اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی هستند. با توجه به اینکه محیط پژوهش حاضر یک محیط آموزشی بود، کسب امتیاز بالاتر به ویژگی‌هایی همانند پوشش و ظاهر مناسب، رعایت نظم و انضباط و پرهیز از افشاگری، کاملاً منطقی و قابل درک به نظر می رسد. وفاداری کارکنان نیز که در این مطالعه جزو مفاهیم مهم اخلاق حرفه‌ای بیان شده است، به عنوان یکی از ویژگی هایی که کارکنان را به سرمایه های بی بدیل سازمان تبدیل می کند اشاره شده است (برومند، ۱۳۹۰: ۷).

پیشنهادهای مرتبط با نتایج

سازمان آموزش و پرورش یکی از مهم‌ترین بخش‌های سازمانی و اداری است؛ زیرا با سیستم آموزشی و معلمان و کادر آموزشی کشور سروکار دارد. کادر آموزشی نیز پرورش‌دهنده نسل آینده کشور هستند. اخلاقی بودن یا نبودن رفتارها و عملکرد کارکنان این سازمان می‌تواند موجب بروز پیامدهای مثبت یا منفی در سطح سازمان، مدارس و کل سیستم آموزشی شود. به کارگیری الگوهای اخلاقی در سازمان آموزش و پرورش به درک بهتر خواسته‌های مراجعه‌کنندگان که معلمین و کادر آموزشی را نیز شامل می‌شود، کمک می‌کند و منجر به بررسی و تأمین نیازهای آن‌ها می‌شود که در نتیجه علاوه بر ایجاد اعتماد و اطمینان خاطر در میان کارکنان سازمان، رضایت مراجعه‌کنندگان را فراهم می‌کند و علاوه بر دستیابی به منافع خود، منافع کل جامعه را تأمین می‌نماید.

وجود ارزش‌های اخلاقی در سازمان آموزش و پرورش خراسان جنوبی و کشور و در کل سیستم آموزشی کشور، به معنی حذف کلیه عملیات مجرمانه از جمله رشوه‌خواری، فساد، عدم رعایت سلسله‌مراتب اداری، اسراف، کم‌کاری و... است. با توجه به مطالب فوق پیشنهاد می‌شود ارزش‌های اخلاقی مشخص در رفتارهای کارکنان سازمان آموزش و پرورش خراسان جنوبی و سازمان آموزش و پرورش کشور، فرهنگ‌سازی و نهادینه شود و از طرفی در جهت تطبیق راهبردها، سیاست‌ها و عملکرد سازمان با آن ارزش اخلاقی، ارزش‌های اخلاقی شناسایی شود. یکی از نکات مهمی که می‌توان براساس تحقیقات و براساس مطالعات مشابه بیان کرد این است که فرهنگ‌سازی جهت مفاهیم مختلف اخلاق حرفه‌ای ابتدا نیازمند توجه به عوامل زمینه‌ای برای تمام این مفاهیم است. چون وفاداری، رعایت نظم و انضباط و وفاداری، دارای بالاترین امتیاز در ابعاد اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی کارکنان آموزش و پرورش خراسان جنوبی هستند، به مدیران مربوطه پیشنهاد می‌شود توجه به عوامل زمینه‌ساز تعهد عاطفی و هنجاری، شفافیت در مقررات و قوانین و موضوع محرمانه نگه داشتن اطلاعات ذی‌نفعان را در اولویت قرار دهند. با تأکید توصیه می‌شود در سازمان‌های آموزشی به مفهوم یادگیری سازمانی که در این مطالعه در بُعد شخصیتی قرار گرفته است توجه شود. همچنین توصیه می‌شود برنامه‌ریزی‌هایی مناسب جهت ارتقای ظاهر و پوشش کارکنان، تناسب ظاهر آن‌ها با اهداف سازمانی و زمینه‌های فرهنگی مذهبی جامعه انجام

شود. برای ارتقا و رشد کارکنان فرصت‌های مساوی ایجاد شود و به توزیع عادلانه قدرت، اطلاعات و امکانات در محیط کار توجه شود. به مدیران آموزش پرورش توصیه می‌شود شرایطی را در سازمان ایجاد کنند تا ارتباطات تسهیل شوند و ایده‌ها در سازمان به گردش درآیند و مدیریت نیز با جدیت آن‌ها را تحویل بگیرد و مورد بررسی قرار دهد.

در انتها تعریف عملیاتی ابعاد و مفاهیم اخلاق حرفه‌ای با تأکید بر ارزش‌های اسلامی مورد نظر این مطالعه در جدول ۱۲ ارائه می‌شود و پیشنهاد می‌شود هر کدام از مفاهیم اخلاق حرفه‌ای با توجه به اهداف هر سازمان تعریف عملیاتی شوند.

جدول ۱۲) تعریف عملیاتی مفاهیم و ابعاد آن

بُعد	مفهوم‌ها و تعریف عملیاتی آن‌ها
۱ بُعد شخصیتی	خودکنترلی: انجام وظایف، بدون حضور مقام مافوق و بدون ترس از عواقب کنترل
	خلاقیت: مطرح کردن ایده‌های نو
	استقلال رأی: به خود متکی بودن و عدم وابستگی؛ زیرا در غیر این صورت به جهت وابستگی و دخالت غیر حرفه‌ای، عملکرد کارکنان دچار اغتشاش می‌شود.
	آینده‌نگاری: واکنش به رویدادها پیش از واقعیت یافتن آن‌ها و خلق آینده
	یادگیری سازمانی: تقویت مهارت‌های مورد نیاز کارکنان از طریق ارائه آموزش‌های برنامه‌ریزی شده
	آراستگی ظاهر: طراحی لباس فرم مخصوص کارکنان و توجه به آراستگی ظاهر آنان
۲ بُعد ارتباطی	ارتباط غیر کلامی: در زمان گفتگو بعضی چیزها را بدون حرف زدن به دیگران انتقال می‌دهیم مثلاً با تکان دادن سر و تبسم حرف ارباب رجوع را تایید می‌کنیم.
	ارتباط مؤثر: توجه به برقراری حالت دوستانه با ارباب رجوع؛ مانند لبخند خوشامدگویی، ارائه کمک و احترام گذاشتن نظم و انضباط: پایبندی به رعایت مقررات و قوانین جاری که باید همیشگی، پیگیرانه، همگانی و بدون استثنا باشد.
	شفافیت: آگاهی‌دادن به ارباب رجوع و ارائه اطلاعات مورد نیاز آنان، در چارچوب قانون
۳ بُعد اجتماعی	انتقادپذیری: استفاده مؤثر از نظرات، پیشنهادات و انتقادات دیگران به‌عنوان یک فرصت
	عدالت‌محوری: منظور عدم تبعیض در توزیع خدمات به ارباب رجوع
	قدرشناسی: قدردانی از عملکرد دیگران و پاداش‌دهی
	مسئولیت‌پذیری: قبول وظایف محول‌شده و انجام امور با تمام توان و به بهترین نحو، براساس سیاست‌ها و دستورالعمل‌های داخلی؛ خودداری از هر عمل مخدوش‌کننده اعتبار حرفه‌ای سازمان؛ انطباق خود با مقررات، دستورالعمل‌ها، روش‌های اجرایی، بخشنامه‌ها و اطلاعیه‌های درون‌سازمانی
۴ بُعد ارزشی	خوش‌رفتاری: اکرام ارباب رجوع، نه به‌صورت انتزاعی، ظاهری و مقطعی؛ بلکه به‌صورت فضیلتی نهادینه‌شده؛ با زبان قابل درک صحبت‌کردن، گشاده‌رویی و باحوصله‌بودن و گوش‌دادن به سخنانشان و رعایت ادب و احترام
	ایمان و تقوا: وجود روح معنویت و ایمان در انسان‌ها که موجب می‌شود حتی در مواردی که استفاده از قانون و مقررات کاربردی ندارد، فرد تکلیف مورد نظر خود را به‌خوبی انجام دهد. فرد مؤمن اگر خدمتی هم از دستش برنیاید، از خیانت، کارشکنی، جاسوسی برای بیگانه، دادن اطلاعات دروغ به مسئول خود، افشای اسرار و به‌کارگیری زیرکی و علم خود در راه خیانت به دور است؛ با دشمن جوانمردانه و با دوستان صادقانه رفتار می‌کند و همواره امانت‌دار خوبی است.

صداقت: شفاف، صادق‌بودن، اعتماد متقابل و پرهیز از دروغ؛ اطمینان فرد از تنبیه‌نشدن در صورتِ اعتراف به اشتباه و تنبیه‌شدن در صورت خلاف آن.		
وفاداری: تعهد و وفاداری کارکنان نسبت به سازمان، هم از لحاظ عاطفی و هم از لحاظ هنجاری؛ نه تعهد ناشی از ترس. تعهد عاطفی یعنی احساس عاطفی شدید نسبت به سازمان و کار خود و تعهد هنجاری یعنی حتی اگر فرد از شرایط فعلی خود ناراضی یا به دنبال فرصت‌های بهتری در کار خود باشد، همچنان نسبت به سازمان خود متعهد و وفادار بماند.		
امانتداری: حفظ اطلاعات ارباب رجوع و عدم افشا یا سوءاستفاده از آن‌ها		
برابری: یکسان انگاری ارباب رجوع فارغ از جنسیت و...		

منابع

- نهج البلاغه

- احمدی بالادهی، سیدمهدی؛ صالحی تیکلی، یحیی (۱۳۹۹). "اخلاق حرفه‌ای عاملی راهبردی بر موفقیت سازمان و نقش آن بر عملکرد سازمانی کارکنان فرماندهی انتظامی استان هرمزگان". *دانش انتظامی هرمزگان*، دوره ۱۰، ش ۱ (بهار): ۲-۱۸.
- امیری، علینقی؛ همتی، محمد؛ مبینی، مهدی (۱۳۸۸). "اخلاق حرفه‌ای؛ ضرورتی برای سازمان". *معرفت/اخلاقی*، سال اول، ش ۴ (پاییز): ۱۳۷-۱۵۹.
- باکویی، فاطمه؛ سلطانی، فرزانه؛ شهبازی صیقلده، شیرین (۱۳۹۴). *طراحی و اجرای مطالعات ترکیبی*. تهران: جامعه نگر.
- برومند، زهرا (۱۳۹۰). *مدیریت رفتار سازمانی*. تهران: دانشگاه پیام نور.
- پاداش، لیلا، و دیگران (۱۳۹۶). "دیدگاه کارورزان، دستیاران و اعضای هیئت علمی بخش زنان در خصوص عوامل مؤثر بر شکل‌گیری اخلاق حرفه‌ای در بالغین". *زنان، مامایی و نازایی ایران*، دوره ۲۰، ش ۵ (تابستان): ۳۹-۴۷.
- تاجور، آذر؛ تاجور، ملیحه (۱۳۹۵). "ضرورت طراحی و اجرای برنامه درسی مبتنی بر ارزش‌های اخلاقی و انسانی بر اساس تعلیم و تربیت اسلامی". [پیوسته] قابل دسترس در: <https://civilica.com/doc/580871> [۱۳۹۸/۳/۱۹]
- جعفری‌نژاد ماسوله، آدینه (۱۳۹۶). "تأثیر اخلاق حرفه‌ای بر عملکرد شغلی کارکنان با در نظر گرفتن نقش واسطه‌ای انگیزش درونی و رضایت شغلی (مورد مطالعه: کارکنان آموزش و پرورش استان گیلان)". پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، مؤسسه عالی آموزش و پژوهش سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی.
- حبیبیان، سجاد؛ یاری، حمید؛ قنبرلو، علی (۱۳۹۳). "نقش اخلاق حرفه‌ای، اخلاق کاری و عملکرد سازمانی: جستجوی مدل مبتنی بر ارزش‌های اسلامی". [پیوسته] قابل دسترس در: <https://civilica.com/doc/347402/> [۱۳۹۸/۲/۱۲]
- داکوبرت، د. رونس (۱۳۵۶). *فرهنگ مکتب‌های فلسفی*. ترجمه احمد اردوبادی. شیراز: معرفت.

- راس، ویلیام دیوید (۱۳۷۷). /رسطو. ترجمه مهدی قوام صفری. تهران: فکر روز.
- رضوی، اعظم‌السادات (۱۳۹۷). "شناسایی و اولویت‌بندی معیارهای اخلاق حرفه‌ای با استفاده از تکنیک تحلیل سلسله‌مراتبی (مورد مطالعه: سازمان‌های دانش‌محور شهرستان شاهرود)". پایان‌نامه کارشناسی ارشد منابع انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شاهرود.
- رضائی، قباد، و دیگران (۱۳۹۵). "ارتباط بین اخلاق حرفه‌ای و سلامت اداری کارکنان دانشگاه‌های علوم پزشکی". پژوهش سلامت، دوره ۲، ش ۲ (زمستان): ۹۹-۱۰۷.
- زارعی، فرشته؛ نوری، فرشته؛ یوسف‌زاده، فرشته (۱۳۹۴). "بررسی شاخصه احترام به والدین در کتب پایه سوم مقطع ابتدایی؛ با تأکید ایران بر تربیت اخلاقی (مطالعه موردی: کتب پایه سوم ابتدایی)". در: دومین کنفرانس ملی جامعه‌شناسی و اخلاق. تهران: جهاد دانشگاهی، مرکز اطلاعات علمی: ۱-۶.
- ژکس (۱۳۶۲). فلسفه اخلاق، حکمت عملی. ترجمه سیدابوالقاسم پورحسینی. تهران: امیرکبیر.
- سعیدی، معصومه‌سادات، و دیگران (۱۳۹۹). "شناسایی نارسایی ابعاد و مفاهیم اخلاق حرفه‌ای در سازمان". اخلاق در علوم و فناوری، دوره ۱۵، ش ۲ (زمستان): ۱۳۱-۱۳۷.
- شفیع‌پور، سیده‌فاطمه؛ زارع زیدی، علیرضا؛ متانی، مهرداد (۱۳۹۶). "نقش اخلاق حرفه‌ای مدیران در موفقیت سازمان‌ها". مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه، سال دوم، ش ۵ (زمستان): ۳۸-۴۸.
- شهنازی، روح‌الله؛ پناهی، مجتبی (۱۳۹۶). "سنجش میزان اخلاقی بودن بانکداری در ایران (مطالعه موردی: بانک‌های ایران، شعب شیراز)". تحقیقات مالی/اسلامی، دوره ۶، ش ۲ (بهار و تابستان): ۶۷-۱۰۰.
- شیرازیان، بهاره؛ عبدالمهی، زهرا؛ پورشافعی، هادی (۱۳۹۶). "اهمیت و ضرورت اخلاق حرفه‌ای در سازمان و نقش مدیران". [پیوسته] قابل دسترس در:

- عباسی، نریمان؛ قلاونی، حسین؛ مهجریان، بهناز (۱۳۹۹). "طراحی و تبیین مفاهیم اخلاق حرفه‌ای". *اخلاق در علوم و فناوری*، سال پانزدهم، ش ۲ (پاییز): ۱۱۵-۱۲۲.
- فارسی، سمیه (۱۳۹۴). "شناسایی و دسته‌بندی عوامل مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای و سازمان‌های ورزشی از دیدگاه مدیران و کارشناسان و متخصصان حوزه ورزش". [پیوسته] قابل دسترس در: <https://civilica.com/doc/427102/> [۱۳۹۸/۳/۵]
- فرامرز قراملکی، احد (۱۳۷۸). *اخلاق حرفه‌ای*. تهران: مجنون؛ احد.
- کانت، امانوئل (۱۳۶۹). *بنیاد مابعدالطبیعه / اخلاق*. ترجمه حمید عنایت و علی قیصری. تهران: خوارزمی.
- لالاند، آندره (۱۳۷۷). *فرهنگ علمی و انتقادی فلسفه*. ترجمه غلامرضا وثیق. تهران: فردوسی.
- محمدی، مسلم؛ گل‌وردی، مهدی (۱۳۹۲). "مفاهیم اخلاق حرفه‌ای در سازمان با الگوگرفتن از مبانی دینی". *اسلام و مدیریت*، سال دوم، ش ۳ (بهار و تابستان): ۲-۱۸.
- مصباح، محمدتقی (۱۳۷۷). *دروس فلسفه / اخلاق*. تهران: اطلاعات.
- موسوی، فرانک، و دیگران (۱۳۹۶). "اخلاق حرفه‌ای مدیران آموزشی". *اخلاق در علوم و فناوری*، دوره ۱۱، ش ۴ (زمستان): ۵۸-۶۵.
- موغلی، علیرضا، و دیگران (۱۳۹۲). "بررسی میزان حاکمیت اخلاق کار اسلامی در نظام سلامت در دانشگاه علوم پزشکی اصفهان". *تحقیقات نظام سلامت*، دوره ۹، ش ۷ (پاییز): ۷۶۰-۷۷۱.
- میرسنجری، سیده‌آویشن؛ مولانا، ناصر؛ سعیدی، گل‌بابا (۱۳۹۲). "عوامل مؤثر بر اخلاق حرفه‌ای کارکنان آموزشی دانشگاه‌های شهر تهران". [پیوسته] قابل دسترس در: <https://civilica.com/doc/307349/> [۱۳۹۸/۲/۱۲]
- نیازآذری، کیومرث، و دیگران (۱۳۹۳). "رابطه اخلاق حرفه‌ای و تعهد سازمانی". *پرستاری / ایران*، دوره ۲۷، ش ۸۷ (بهار): ۳۴-۴۲.
- هدایتی، علی‌اصغر؛ برج‌علیزاده، راضیه؛ اله‌بداشتی، ندا (۱۳۹۲). "اخلاق حرفه‌ای در آموزه‌های دینی". *تاریخ پزشکی*، دوره ۳، ش ۸ (پاییز): ۳۷-۶۳.
- هسمر، ال. تی. (۱۳۷۷). *اخلاق در مدیریت*. ترجمه سیدمحمد اعرابی و داود ایزدی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

- یزدان‌ستا، فاروق؛ اسعدی، فاتح (۱۳۹۴). "مقایسه اخلاق حرفه‌ای کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی و دانشگاه پیام نور سقز". در: مجموعه مقالات کنفرانس ملی روان‌شناسی و علوم تربیتی. سنندج: جهاد دانشگاهی، مرکز اطلاعات علمی: ۹۷۸-۹۸۲.

- Fallahi, A., et al. (2019). "Exploring the Components of Professional Ethics in Teaching, from the Perspective of Faculty Members in Iran". *Health Education and Health Promotion*, Vol. 7, No. 2: 95-102.

- Fowles, J. (ed.) (1978). *Handbook of Futures Research*. Westport: Greenwood Press.

Study of professional ethics with an emphasis on Islamic values (Case study: Education staff of South Khorasan)

Iman Khaki¹

Tooraj Mojibi²

Abstract

Non-compliance with ethical standards has caused many concerns in organizations. The collapse of behavioral standards in organizations has forced researchers to seek theoretical foundations to provide a suitable path for its implementation. This study aimed to identify the concepts of professional ethics with an emphasis on Islamic values among education staff in South Khorasan. The study design is mixed methods with two qualitative (Delphi strategy) and quantitative (survey strategy) phases. The participants in the qualitative phase included 19 experts who were selected by purposive sampling. The population of the quantitative phase was 263 of education staff in South Khorasan province. 119 of these staff were chosen by simple random sample. The results of the first part of the study showed that the average of quantitative concepts based on the 5-point Likert scale is equal to 3/38 and the scatter of expert opinions is equal to 0/57. Among the extracted images, the most points were scored by the concept of loyalty with an average of 4/09 and a dispersion of 0/86. The lowest score was given to the idea of vote independence with an average of 3/13 and a distribution of 0/83. In the inferential statistics section, the results of the structural equation test, with 95% confidence, showed that the dimensions of professional ethics include personality, communication, social and value. In the ranking of concepts of professional ethics of employees with emphasis on Islamic values in the education of South Khorasan, the concepts with the highest rank were self-control (0/86), central justice (0/81), honesty (0/79), creativity (0/78), loyalty (0/75), transparency (0/74) and appreciation (0/70) and the concepts with the lowest rank were effective communication (0/47), fidelity (0/45) and neat appearance (0/23).

Keywords: Ethics, professional ethics, Islamic ethics, Islamic values

1. Ph.D student in Governmental Management, Governmental Management Department, Management and Economics College, Islamic Azad University, Tehran, Iran, corresponding Author, iman.khaki@sbiau.ac.ir

2. Associate professor, Governmental Management Department, Management and Economics College, Islamic Azad University, Tehran, Iran, toragmogibi@yahoo.com

شناسایی عوامل مؤثر بر تغییر گرایش به مصرف کالای تجملی با تعدیل گری ویژگی‌های جمعیت‌شناختی (مورد مطالعه: شهر مشهد)

زهرا شیرزور علی‌آبادی^۱

مهديه كاری^۲

نوع مقاله: علمی - پژوهشی

شماره صفحه: ۸۷-۱۱۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱/۲۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۵/۱۰

چکیده

در دهه‌های قبل، خریدهای مصرف‌کننده به منظور دستیابی به کالاها و خدمات، مورد نیاز بود. امروزه، مصرف‌کنندگان با خرید کالاها، نیازهای روان‌شناختی خود را برآورده می‌کنند. مصرف‌کنندگان با به‌نمایش گذاشتن شخصیت یا تقویت عزت نفس خود، محصولات را خریداری می‌کنند؛ به عبارتی کالای خریداری‌شده، به کالایی برای نشان‌دادن وجهه اجتماعی، تبدیل شده است. این مطالعه جهت بررسی عوامل مؤثر بر تغییر گرایش رفتار مصرفی مصرف‌کننده درمورد محصولات تجملی انجام شده است. در این مطالعه تلاش شده است ارتباط متغیرهایی همچون: کیفیت ادراک‌شده، وضعیت اجتماعی ادراک‌شده، نگرش، ادراک از برند و تصویر ذهنی، با رفتار مصرفی مصرف‌کننده برای کالاهای تجملی، با اثر تعدیل‌گر (خودبینی) مورد مطالعه قرار گیرد. به این منظور، پرسشنامه استاندارد بومی‌شده‌ای بین ۳۸۴ نفر در شهر مشهد توزیع شد. این تحقیق به روش توصیفی-پیمایشی با روش نمونه‌گیری احتمالی از نوع تصادفی ساده انجام شده است. برای روابط بین متغیرها، از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده است. نتیجه

۱. استادیار گروه مدیریت، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه بیرجند، نویسنده مسؤول

shirzour@birjand.ac.ir

۲. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد اقتصاد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه پیام نور مشهد

mahdiyekari@yahoo.com

تجزیه و تحلیل، نشان می‌دهد که اثر اجتماعی ادراک‌شده، ادراک از برند، نگرش مصرف‌کننده و کیفیت خدمات، با عوامل مؤثر با قصد خرید مصرف‌کننده، ارتباط دارند. درحالی‌که تصویر ذهنی و خودبینی، تأثیر معناداری بر انگیزه خرید ندارند. از طرفی بین متغیرهای مستقل، تأثیر ادراک از برند نسبت به سایر متغیرها بر قصد خرید بیشتر بوده است. علاوه بر خودبینی، تعاملات بین متغیرهای مستقل، ادراک از برند و اثر اجتماعی و متغیر وابسته، رفتار خرید مصرف‌کننده را تعدیل نمی‌کند.

واژه‌های کلیدی: ادراک، اثر اجتماعی، تصویر ذهنی، خرید، خودبینی، کالاهای تجملی، کیفیت خدمات.

مقدمه

برای قرن‌ها، مردم در سراسر جهان، خود را با داشتن کالاهای زیبا و لوکس راضی نگه داشته‌اند؛ درنتیجه، محصولات تجملی مورد بحث و تبادل نظر شدید قرار گرفته‌است. امروزه به‌طور چشمگیری در طبقات درآمدی بالا مشاهده می‌شود که مصرف‌کنندگان کنونی تمایل دارند مبلغ قابل توجهی برای کالا و خدمات تجملی هزینه کنند.

در یک تعریف از کالای تجملی، کالایی است که صرف استفاده یا نمایش یک محصول با مارک خاص، اعتبار خاصی برای مالک، جدا از هرگونه کاربرد کاربردی، به ارمغان می‌آورد (Grossman & Shapiro, 1986: 59). طبق فرهنگ لغت آمریکایی آکسفورد، تجملی، حالت راحتی و زندگی عجیب است. مفهوم تجملی‌بودن، به هر فردی محدود می‌شود و به‌طور کلی کالاهای تجملی، کالاهای بسیار گرانی هستند که اغلب در بازار وجود دارد و افراد این کالاها را به انگیزه‌های مختلف می‌خرند.

در حال حاضر معیارهای مورد پذیرش مصرف در جامعه یا طبقه‌ای که شخص به آن تعلق دارد، استاندارد زندگی او را تعیین می‌کند و فرد بر اساس عادت، شیوه زندگی خود را بر اساس این معیارها شکل می‌دهد. به‌نظر می‌رسد، فرد خود را با عرف مطابقت می‌دهد و بدین صورت از انتقاد دیگران نسبت به خود می‌کاهد (جواهری و دیگران، ۱۳۹۹: ۴۲۲).

با گسترش ارتباطات و پدیده جهانی شدن، شرکت‌ها و برندهای جهانی با فرض‌های جدیدی روبه‌رو شده‌اند و مصرف‌کنندگان از آگاهی و حق انتخاب بیشتری برخوردارند. وجود مشتریان بالقوه، رشد اقتصادی قابل توجه و افزایش سریع انتظارات مردم در کشورهای در حال توسعه، موجب شده‌است این کشورها بازار هدف خوبی برای کشورهای توسعه‌یافته محسوب شوند (Meyer & Tean, 2006: 179). شانس موفقیت این کشورها، در کشورهایی که در فرهنگ آن‌ها، موقعیت اجتماعی باارزش تلقی می‌شود، بیشتر است؛ چراکه مردم در کشورهای در حال توسعه در جستجوی راهی برای تطابق با فرهنگ غربی از طریق خرید از برندهای خارجی هستند (Ye, Bose & Pelton: 2012: 5).

در کشور ما با وجود پایین بودن سطح درآمد سرانه، خرید کالاهای تجملی به‌عنوان راهی برای کسب جایگاه اجتماعی بالا تبدیل شده‌است که به‌نظر می‌رسد ناشی از تمایل افراد به شباهت به زندگی افراد ساکن در کشورهای غربی است. این امر در افراد جوان‌تر بیشتر مشاهده می‌شود. در این اقبال مصرف کالاهای داخلی کاهش و مصرف کالاهای خارجی افزایش یافته‌است که عواملی از جمله تهاجم فرهنگی استعمار در فروش کالاهای خارجی و عقب‌نگهداشتن کشورهای در حال توسعه، در این امر مؤثر بوده‌است (جواهری و دیگران، ۱۳۹۹: ۴۲۲).

پژوهش حاضر، به‌دنبال شناسایی عوامل مؤثر بر تغییر گرایش به خرید کالای تجملی با میانجیگری ویژگی‌های جمعیت‌شناختی در شهر مشهد است؛ زیرا به دلیل تقاضای بی‌سابقه، نگرش‌ها نسبت به مفهوم مجلل در فرهنگ‌های هر منطقه و عوامل جمعیت‌شناختی مؤثر، می‌تواند متفاوت باشد. لازم است ادراکات جدید مشتریان، خصوصاً در بازارهایی که دستخوش تغییرات سریع هستند، درک شود. این تحقیق با ابزار دقیق‌تری و در مقیاس بزرگ‌تری این عوامل را مورد واکاوی قرار داده‌است.

بیان مسأله

در ادبیات رفتار مصرف‌کننده، یکی از واژه‌هایی که اخیراً بیشتر مورد توجه قرار گرفته‌است، "ارزش دریافتی مشتری" است. ارزش ادراکی مشتری به‌صورت قضاوت کلی مشتری در مورد مزایای دریافتی (کیفیت، تسهیلات، سودمندی) و فرصت‌های ازدست‌رفته (قیمت، هزینه) بیان می‌شود. ارزش، نقش مهمی در پیش‌بینی رفتار مشتری در انتخاب و قصد خرید مجدد وی، بازی می‌کند و ترجیحات وی را شکل می‌دهد (Lee & Hwang, 2011: 658).

دلیل توجه بر ارزش مشتری به نسبت رضایت مشتری، در این است که ارزش بهتر از رضایت می‌تواند وفاداری مشتری را بیان کند. تجربه خرید برای مشتریان، ترکیبی از ارزش کارکردی و ارزش احساسی است. ارزش کارکردی، ناشی از سودمندی و کارایی کالا است و انعکاسی از الگوی فکری فرایند اطلاعاتی در رفتار مصرف‌کننده‌است؛ درحالی‌که ارزش احساسی، از تجربه خرید نشأت می‌گیرد و انعکاسی از ارزش روانی و حسی خرید است و شامل لذت یا هیجان خرید، برای فرار از مشغله‌های روزمره است و جنبه شخصی‌تر و ذهنی‌تری دارد. تحقیقات نشان داده‌است که بین ارزش خرید و رضایت، قصد خرید مجدد و وفاداری مشتری ارتباط وجود دارد (Carpenter, et al., 2012: 413).

تحقیقات نشان داده‌است ارزش کارکردی و احساسی می‌تواند بر رفتار خرید تأثیر داشته باشد. ارزیابی فایده و هزینه‌ها توسط مشتری به‌واسطه برآورد همزمان ارزش احساسی و کارکردی صورت می‌گیرد. در صنعت کالاهای پیرومد، ارزش احساسی از اهمیت بیشتری برخوردار است و به غیر از ویژگی‌های ملموس یک کالا، ابعاد مهم احساسی منتقل‌شده توسط برند است که تجربه خرید مصرف‌کننده را تکمیل می‌کند (Allard, Dunn & White, 2019: 10). در این کالاها، شهرت و رضایت روانی مشتری قیمت بالاتر کالا را توجیه می‌کند. مفهوم اصلی کالاهای تجملی وجهه‌ای است که نام تجاری به حامل آن ارائه می‌دهد. از این‌رو این کالاها دارای ارزش نمادین بسیار انحصاری هستند.

در بازارهای گسترده امروزی، مشتریان بین برندهای محلی، ملی و جهانی حق انتخاب دارند. در نتیجه مشتریان تصمیم خود را بر اساس کشور تولیدکننده و ویژگی‌های کالاهای آن کشور ارزیابی می‌کنند. تمایل به تولیدات این کشورها، به‌دلیل کسب موقعیت و جایگاه

مطلوب و همسانی با سایر فرهنگ‌ها و یا ایجاد تعلق قوی به برندی خاص است (Carpenter, et al., 2012: 414). با وجود اینکه برخی مصرف‌کنندگان کشورهای در حال توسعه، به دلیل شناخت بیشتر، غرور و تعصب ملی و این اعتقاد که خرید تولیدات داخلی کمکی برای چرخه اقتصاد داخلی و اشتغال است، مصرف کالای داخلی را به خارجی ترجیح می‌دهند؛ اما از آنجا که استفاده از برندهای خارجی به عنوان نمادی برای مدرنیته و کیفیت بالا پذیرفته شده است، اکثریت مردم مصرف کالاهای خارجی را ترجیح می‌دهند. این درحالی است که این امر در مورد کشورهای توسعه یافته برعکس است (Cao, et al., 2011: 445).

بازار کالاها و خدمات مجلل در ایران در سال‌های اخیر بشدت رشد کرده است؛ برای مثال، ماشین‌ها یکی از بارزترین نمونه‌های مصرف کالاهای مجلل در ایران است؛ یا حتی املاک و آپارتمان‌ها. خانه‌های زیادی وجود دارند که در سطح استانداردهای خانه‌های طراح شده در جهان هستند. از خدمات مجلل می‌توان به رستوران‌های وی. ای. پی، هتل‌های مجلل، سالن‌های زیبایی و سالن‌های ورزشی در بین سایر موارد اشاره کرد.

کشور ما به عنوان کشوری مسلمان با فرهنگی مذهبی، دارای خصوصیات فرهنگی خاص خود است. وجود قومیت‌های مختلف می‌تواند باعث متفاوت بودن این عوامل در مناطق مختلف کشور شود و پیچیدگی و خاص بودن رفتار مصرف‌کنندگان را به دنبال داشته باشد. با توجه به مباحث فوق، این پژوهش در پی شناختی عمیق‌تر از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر تغییر گرایش به خرید کالای مجلل در شهر مشهد مقدس است.

اهمیت و ضرورت تحقیق

نحوه اثرگذاری نشان‌های تجاری و کشورهای تولیدکننده بر ادراک مصرف‌کنندگان نسبت به کالاها و خدمات از دو طریق قابل بیان است؛ ابتدا به واسطه اثر هاله‌ای و تأثیر در نگرش و باورهای مصرف‌کننده در خصوص ویژگی کالا یا خدمات، یعنی ارزیابی مشتری از کالا یا خدمات بر اساس ادراک خود نسبت به آن کشور. مثلاً بگوییم: کالاهای ژاپنی باکیفیت هستند و یا این ماشین حساب، ژاپنی است؛ پس کالای باکیفیتی است؛ دوم، به واسطه قضاوت براساس تجربیات قبلی در

مورد خصوصیات کالا یا خدمات کشور خاص؛ مثلاً بر اساس تجربیات قبلی می‌دانیم که پاکستان نوشیدنی‌های بی کیفیت می‌سازد؛ این نوشیدنی پاکستانی است؛ پس انتظار داریم کیفیت ضعیفی داشته باشد. چنین باورهایی به دلیل مشکل پیگیری تفاوت‌ها در کیفیت؛ یا به دلیل عدم شناخت مصرف‌کنندگان با کالا یا کشور تولیدکننده رخ می‌دهد و مصرف‌کننده با قضاوت از روی برند یا کشور تولیدکننده با ایجاد یک تفکر کالبدی، زحمت کسب اطلاعات بیشتر را نمی‌کشد. تحقیقات نشان داده‌است شکل‌گیری ارزش ادراک‌شده برای مشتری منجر به وفاداری مشتری می‌شود؛ چراکه بین عملکرد بازاریابی و عملکرد مالی شرکت ارتباط برقرار می‌کند (Pecotich & Ward, 2010: 293).

هزینه‌های مصرف‌کنندگان کالاهای تجملی بین سال‌های ۱۹۹۴ و ۲۰۰۴، ۵۰٪ افزایش یافته‌است، در حالی که هزینه‌های محصولات غیر تجملی ۷٪ افزایش یافته‌است (Keane & McMillan, 2004: 31). علاوه بر این، ارزش مارک تجاری مارک‌های تجملی در سال ۲۰۰۷، ۲۶۳ میلیارد دلار در سراسر جهان بود. علاوه بر این، مارک‌های مجلل سریع‌ترین رشد و سودآورترین بخش تجاری طی ده سال گذشته ارزیابی شده‌اند (Han, Nunes & Dreze, 2010: 15)؛ مبحث تغییر نگرش مشتری به کالاهای مجلل طی دهه‌های اخیر مورد توجه مشاوران و محققان بازاریابی قرار گرفته‌است.

با توجه به تشدید تحریم‌ها، اهمیت تخصیص ارز به مواد اولیه و واسطه ضروری و تشویق مصرف کالاهای ایرانی جهت برون‌رفت از رکود اقتصادی، در این تحقیق به شناسایی عوامل مؤثر در تصمیم مشتریان برای خرید کالاهای مجلل پرداخته می‌شود. این موضوع کارشناسان را در ارزیابی این مبحث که مشتریان چگونه در برابر کالاهای مختلف، رفتارهای متفاوت نشان می‌دهند، کمک خواهد کرد. از طرفی درک این رفتار در انتخاب استراتژی تولید و فروش محصول داخلی رهگشا خواهد بود.

چارچوب نظری

مفهوم مجلل بودن به آدام اسمیت^۱ (۱۷۷۶) برمی گردد که مصرف را به زیرگروه‌های ضروری، اساسی، وافر و مجلل تقسیم کرد. در مقایسه با قرن هجدهم، به دلیل شرایط بهتر زندگی، مصرف کالاهای تجملی در جامعه بیشتر شده است (Belk, 1988: 139)؛ به بیان ساده‌تر، افراد می‌توانند به راحتی محصولات حیاتی را در زندگی روزمره خود به دست آورند. در طول سال‌ها، توجه افراد از محصولات اساسی به محصولات تجملی معطوف شده است؛ زیرا تمایل به ساخت و تولید آن‌ها افزایش داشته است.

زندگی بدون مصرف، تقریباً غیر ممکن است (Richins, 1994: 523). مردم در طول زندگی خود مصرف می‌کنند و همین امر ارسال پیام به سایر افراد جامعه را امکان‌پذیر می‌کند. حتی می‌توان با بررسی مجدد گرایش‌های مصرفی آن‌ها، در مورد آن‌ها نظر داد؛ برای مثال فردی که همیشه یک پیراهن را می‌پوشد، احتمالاً به عنوان فردی که پول خوبی کسب نمی‌کند یا فردی متواضع ارزیابی می‌شود؛ بنابراین، آنچه ما مصرف می‌کنیم سرنخ‌هایی درباره خودمان به دست می‌دهد. مالکیت‌هایی که ما در اختیار داریم، بخش مهمی از خود ما هستند. مردم نه تنها برای برآوردن نیازهای فیزیولوژیکی خود؛ بلکه برای ایجاد نقش‌های خود در جامعه مصرف می‌کنند (Chaudhuri & Majumdar, 2006: 12).

مصرف تجملی یک سبک مصرفی است که ممکن است مردم پیش‌بینی کنند دارای مزایایی است. با مصرف کالا و خدمات تجملی، مردم می‌توانند از طریق الگوی مصرف و طبقه اجتماعی که می‌خواهند بخشی از آن باشند، مزایای اجتماعی و روان‌شناختی به دست آورند (Kastanakis & Balabanis, 2012: 1400). طبق نظریه گرایش و دوستی تیلور، وقتی فردی از نظر اجتماعی منزوی باشد یا در معرض تهدید قرار گیرد، برای محافظت و راحتی، به دنبال پیوستن خود به دیگران است. شیوه‌های مصرف تجملی اعمالی است که پذیرش اجتماعی گروه‌های اجتماعی را فراهم می‌کند (Wang, Zhu & Shiv, 2012: 1117)؛ به عبارتی مصرف آشکار کالاهای تجملی می‌تواند به افراد کمک کند تا بر احساس طرد اجتماعی غلبه کنند.

از آنجا که محصولات و خدمات تجملی توانایی تأمین قدرت اجتماعی برای صاحبان خود را دارند (Rucker & Galinsky, 2008: 258)، می‌توان استنباط کرد افرادی که خودکنترلی پایینی دارند، تمایل به خرید محصولات و خدمات تجملی دارند. به‌طور خلاصه طبق نظریه کنترل جبرانی، مصرف تجملی راهی برای به‌دست‌آوردن قدرت اجتماعی است که افراد مایلند محرومیت از کنترل شخصی خود را با آن جبران کنند.

واژه تجمل در مورد اعتبار و نمادهاست که مفاهیمی انتزاعی هستند. بنابراین، می‌توان از این تصور که تجملات، ماهیتی عمدتاً انتزاعی (به‌عنوان مثال، اعتبار، نمادها) دارند، دفاع کرد. نظریه سطح جمع‌گرایی تروپ و لیبرمن (Trope & Liberman, 2010) می‌تواند درک درستی از ماهیت انتزاعی مفهوم تجملی‌بودن داشته باشد؛ زیرا این تئوری معتقد است افرادی که دارای سطح تفسیر بالا هستند، تمرکز خود را بر قسمت انتزاعی و مرکزی پدیده‌ها می‌گذارند و به جمع‌آوری کالاهای تجملی علاقه‌مندتر هستند که به دلایلی مانند ارسال پیام به محیط اطراف خود، برای نمایش وضعیت تعلق به طبقه دیگر، ارتقای خود، ارائه تمایز از محیط و حرکت به سمت طبقات بالاتر اجتماعی است.

با توجه به اینکه انتقال بین طبقات اجتماعی در جامعه امروزی آسان‌تر شده‌است، نمی‌توان شدت این میل را نادیده گرفت. جوامع کنونی، مردم را به مصرف تجملی ترغیب می‌کنند؛ به‌عبارت دیگر، دیگر تصور نمی‌شود که مصرف تجملی یک عمل مصرفی باشد که متعلق به یک طبقه اجتماعی خاص است (Yeoman, 2011: 48). طبق نظریه جامعه‌پذیری می‌توان ادعا کرد هرچه انتقال بین طبقات اجتماعی آسان‌تر باشد، احتمال این که مصرف محصولات تجملی، جذاب باشد بیشتر می‌شود. این نظریه نشان می‌دهد چگونه مصرف‌کنندگان از طبقه اجتماعی پایین‌تر به خریداران مکرر کالاهای مجلل تبدیل می‌شوند تا بخشی از جامعه نخبگان شوند یا از نردبان اجتماعی بالا روند و مورد تأیید اجتماع قرار گیرند (Vel, et al., 2011: 146).

پیتر دوئل^۱، در مجله مدیریت بازاریابی، یک تعریف برای مارک ارائه کرده است: یک نام، نماد، طرح یا ترکیبی که محصول یک سازمان خاص را به‌عنوان یک مزیت قابل توجه و متفاوت تشخیص دهد (O'Malley, Bachman & Schulenberg, 1999: 5). تعریف دیگر

(Kapferer, 2008: 321) می‌گوید که مارک تجاری، مجموعه‌ای از ارتباطات ذهنی است و به ارزش ادراک‌شده یک محصول یا خدمات می‌افزاید. این ارتباطات باید منحصر به فرد (انحصاری)، قوی (برجسته) و مثبت (مطلوب) باشد. از نظر بسیاری، یک مارک بهترین انتخاب را پیشنهاد می‌کند؛ درحالی‌که دیگران نام تجاری را چیزی می‌دانند که مشتری می‌داند و نسبت به آن واکنش نشان می‌دهد.

ویگنرون و جانسون (Vigneron & Johnson: 1999) پنج ارزش رفتار اعتباری را همراه با پنج انگیزه مرتبط تعریف کردند. طبق طبقه‌بندی محصولات تجملی توسط ویگنرون و جانسون، لذت‌گرایان و کمال‌گرایان بیشتر به لذت ناشی از استفاده از محصولات تجملی علاقه‌مند هستند و کمتر به کیفیت، مشخصات محصول و عملکرد آن‌ها با توجه به قیمت، توجه دارند. این مصرف‌کنندگان می‌دانند که چه می‌خواهند؛ درحالی‌که قیمت، فقط به‌عنوان اثبات کیفیت وجود دارد. در مصرف‌کنندگانی که قیمت را مهم‌ترین عامل می‌دانند قیمت بالاتر، نشان‌دهنده اعتبار بیشتر است. آن‌ها معمولاً محصولات کمیاب را خریداری می‌کنند و از این طریق بر موقعیت خود تأکید می‌کنند.

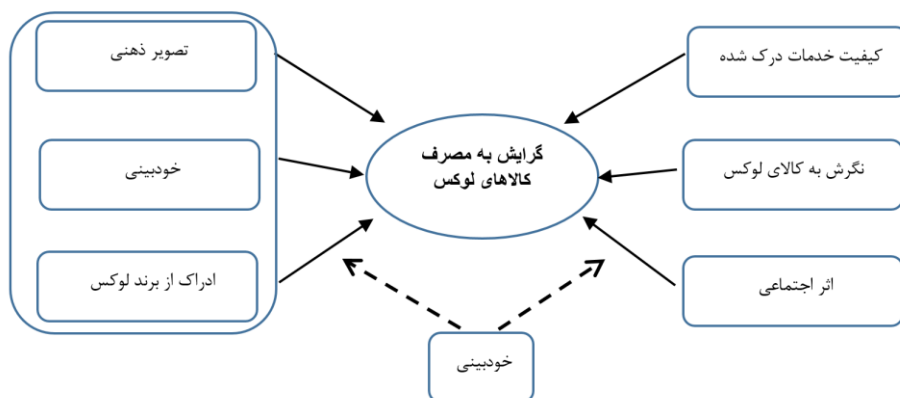
کمرون و الیوت (Cameron & Elliott, 1998) نگرش را به‌عنوان ارزیابی پایدار و نسبتاً جهانی یک شیء، موضوع، شخص یا عمل می‌دانند. نگرش‌ها اغلب زمینه را برای مصرف‌کننده فراهم می‌کنند تا به یک روش خاص رفتار کند؛ بنابراین آن‌ها باید پیش‌بینی‌کننده‌های مفید رفتار مصرف‌کنندگان در برخورد با یک کالا یا خدمت باشند. نگرش از سه جزء شناخت، عاطفه و رفتار تشکیل شده‌است. اصطلاح نگرش، معمولاً به جزء عاطفی یک نگرش اشاره دارد. جزء عاطفی، تشکیل‌دهنده یک نگرش، هیجان یا احساس است. شناخت و عاطفه در رفتار فرد تجلی می‌یابد؛ مثلاً من فلان شخصیت را دوست ندارم؛ چراکه در مورد اقلیت‌ها تبعیض قایل می‌شود. برخی از صاحب‌نظران موضوع اصلی روان‌شناسی اجتماعی را نگرش می‌دانند. بخشی از این اهمیت ناشی از آن است که نگرش‌ها تعیین‌کننده رفتارها هستند و این فرض به‌طور ضمنی دلالت بر این امر دارد که با تغییر دادن نگرش‌های افراد، می‌توان رفتارهای آن‌ها را تغییر داد. لازم به ذکر است با افزایش نگرش‌های شخص در مورد چیزها، احتیاج او به تفکر و اخذ تصمیم‌های تازه کم

می‌شود و رفتار او نسبت به آن چیزها عادت، قالبی، مشخص و قابل پیش‌بینی می‌گردد و در نتیجه زندگی اجتماعی او آسان می‌شود (Hartmann & Apaolaza-Ibáñez, 2012: 1255). در سال ۲۰۱۴ تحقیقی با عنوان تأثیر کیفیت محیط فیزیکی، غذا و خدمات بر تصویر رستوران، ارزش درک‌شده مشتری، رضایت مشتری و مقاصد رفتاری توسط ریو، لی و کیم (Ryu, Lee & Kim, 2012) انجام شد. مدل‌سازی ساختاری نشان داد که کیفیت محیط فیزیکی، غذا و خدمات از عوامل مهم و تعیین‌کننده در شهرت رستوران می‌باشند. در ضمن کیفیت محیط فیزیکی و غذا از عوامل مهم در پیش‌بینی ارزش درک‌شده توسط مشتری هستند. شهرت رستوران نیز یکی از مقدمات مهم در درک مشتری از ارزش‌هاست.

مطالعه کالووپرال و لوی منجین (Calvo-Porrall & Lévy-Mangin, 2017) یک مدل مفهومی از "تأثیر کیفیت درک‌شده مارک‌های فروشگاه‌های نسبت به ارزش درک‌شده و قصد خرید" را پیشنهاد و آزمایش می‌کند. مدل‌سازی روی نمونه‌ای از ۴۳۹ مصرف‌کننده، با تمایز بین مصرف‌کنندگان با کیفیت درک بالا و کیفیت درک پایین انجام شده‌است. یافته‌ها نشان می‌دهد که قصد خرید مارک‌های فروشگاه‌های به‌شدت تحت تأثیر اعتماد مشتری و قیمت محصول است. علاوه بر این، نتایج، نقش تعدیل‌کننده کیفیت ادراک‌شده در برخی از روابط پیشنهادی را نشان می‌دهد.

اونال، دنیز و نیسا (Ü. N. A. L., Deniz & Nisa, 2019: 222) عوامل مؤثر در خرید از طریق مصرف‌کنندگان جوان در بازار را مورد بررسی قرار دادند. وضعیت مصرف، نیاز به منحصربه‌فردبودن، انگیزه‌های اجتماعی، نگرش به مارک‌های تجملی به‌عنوان فاکتورهای ورودی و قصد خرید به‌عنوان فاکتورهای خروجی، مورد بحث قرار گرفته‌است. اثر تعدیل‌کننده فشار همسالان نیز بررسی شده‌است. از روش کمی در تحقیق با کمک ۴۰۰ پرسشنامه برای آزمون فرضیه‌های تحقیق استفاده شد. یافته‌ها نشان می‌دهد درحالی‌که وضعیت مصرف و انتخاب خلاق (یکی بعد از منحصربه‌فرد بودن) انگیزه‌های اجتماعی مصرف را تحت تأثیر قرار می‌دهد، انتخاب نامطلوب و جلوگیری از شباهت، بر انگیزه‌های اجتماعی مصرف و اهداف خرید، تأثیر نمی‌گذارد. فشار همسالان تأثیر تعدیل‌کننده‌ای بر رابطه بین وضوح و انگیزه‌های مصرف اجتماعی دارد. درحالی‌که انگیزه‌های اجتماعی، بر نگرش به یک برند تجملی تأثیر می‌گذارد.

تحقیقات قبلی در مورد چگونگی درک مصرف تجمل‌گرایی توسط مصرف‌کنندگان، عواملی که باعث می‌شود یک برند تجملی تلقی شود، میزان نگرش مصرف‌کنندگان نسبت به مفهوم تجملی بودن و عواقب مصرف تجملی متمرکز شده‌است. درک کامل از مصرف محصولات تجملی می‌تواند با عوامل روان‌شناختی و اجتماعی سازگار باشد که سهم این تحقیق بررسی این بخش است. در مجموع، گرایش به خرید محصولات تجملی با انگیزه‌های، ارسال پیام به محیط اطراف خود، برای نمایش وضعیت تعلق به دیگران، ارتقا و اعتبار خود، ارائه تمایز از سایرین و حرکت به سمت طبقات بالاتر اجتماعی، صورت می‌گیرد. در ادامه شکل ۱ مدل مفهومی تحقیق آورده شده‌است.



شکل (۱) مدل مفهومی تحقیق

فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اول: کیفیت درک‌شده خدمات تجملی بر قصد خرید اثر می‌گذارد.

فرضیه دوم: نگرش مصرف‌کننده نسبت به محصولات تجملی بر قصد خرید اثر می‌گذارد.

فرضیه سوم: تصویر ذهنی، خودبینی و ادراک از برند تجملی بر قصد خرید اثر می‌گذارد.

فرضیه چهارم: خودبینی اثر تعدیل‌گر بر رابطه ادراک از برند تجملی و اثر اجتماعی با قصد خرید دارد.

فرضیه پنجم: اثر اجتماعی بر قصد خرید اثر می‌گذارد.

روش تحقیق

این تحقیق به شناسایی عوامل مؤثر بر تغییر گرایش به خرید کالای تجملی با میانجیگری ویژگی‌های جمعیت‌شناختی در شهر مشهد در سال ۱۳۹۸ می‌پردازد. تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش اجرا، توصیفی و از نوع همبستگی است و همچنین از نظر جمع‌آوری داده، پیمایشی است.

برای تهیه و جمع‌آوری اطلاعات، علاوه بر به‌کارگیری منابع موجود، از پرسشنامه به‌عنوان ابزار جمع‌آوری اطلاعات اولیه کمک گرفته شد. سؤالات پرسشنامه از نوع سوالات بسته و مقیاس اندازه‌گیری سؤالات از نوع مقیاس ۵ درجه‌ای لیکرت بود است. پرسشنامه این تحقیق مجموعاً با ۳۸ سؤال تنظیم شد. متغیرهای خودبینی، تصویر ذهنی، نگرش به کالاهای تجملی، کیفیت خدمات درک‌شده، ادراک از برند تجملی و اثر اجتماعی، به‌عنوان متغیرهای مکنون لحاظ شد. لازم به ذکر است از پرسشنامه استاندارد مرتبط با این تحقیق کمک گرفته شد (Lee, & Hwang: 2011; Wu, et al., 2011) و با همکاری خبرگان و مدیران فروشگاه‌های محصولات تجملی بومی‌سازی شد. جامعه آماری، مشتریان فروشگاه‌های لوکس در شهر مشهد با روش احتمالی از نوع تصادفی ساده انتخاب شده‌است. با استفاده از جدول کرجسی مورگان ۱، حجم نمونه ۳۸۴ نفر به‌دست آمد.

تجزیه و تحلیل مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از AMOS 20.0 برای آزمایش داده‌ها انجام شد. در مرحله اول، مدل اندازه‌گیری با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی، تأیید و به‌دنبال آن، فرضیه‌ها بررسی شد.

در این تحقیق روایی و پایایی، بر طبق فرمول فورنل و لارکر (Fornell, C., & Larcker, 1981) و در نرم‌افزار اکسل محاسبه شد. میانگین واریانس استخراجی به‌وسیله مجموع شاخص‌های یک سازه نظری باید حداقل ۰/۵ باشد. نتایج تحقیق حاضر، نشان داد همه متغیرهای پنهان، دارای میانگین واریانس بالای ۰/۵ هستند. برای ارزیابی روایی همگرا، تمامی بارهای عاملی در مدل اندازه‌گیری بزرگ‌تر یا مساوی مقدار حداقلی ۰/۶ است و مقدار این بارهای عاملی، همگی معنادار

بود. از طرفی، نسبت کای مربع به درجه آزادی و نیز مقدار^۱ سطح معناداری و نیز روایی همگرایی مدل اندازه‌گیری تحقیق را، تأیید کردند.

برای سنجش پایایی، پایایی ترکیبی مد نظر قرار گرفت. تفسیر پایایی ترکیبی مشابه با تفسیر به‌کاررفته در آلفای کرونباخ است و نونالی و برنشتاین (Nunnally & Bernstein, 1994) حداقل مقدار آلفای کرونباخ را ۰/۷ پیشنهاد می‌کنند. ضرایب پایایی ترکیبی نشان داد که مقدار این ضریب در تمامی متغیرهای مکنون بالاتر از ۰/۷ بالاتر بوده‌است. نتایج مزبور در جدول ۱ آمده است.

جدول (۱) روایی و پایایی عوامل

حداکثر واریانس مشترک (MSV)	میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE)	پایایی ترکیبی (CR)	
۰/۳۱۲	۰/۵۰۲	۰/۸۰۱	نگرش به کالاهای تجملی
۰/۰۸۷	۰/۵۰۹	۰/۸۸۷	خودبینی
۰/۱۳۷	۰/۵۷۶	۰/۷۱۰	تصور ذهنی
۰/۲۲۲	۰/۵۹۴	۰/۷۰۲	کیفیت خدمات
۰/۳۸۹	۰/۵۰۹	۰/۷۵۱	اثر اجتماعی
۰/۳۹۹	۰/۵۲۸	۰/۷۱۸	ادراک از برند

چون تحقیقات مبتنی بر مدل ساختاری مبتنی بر فرض نرمال بودن داده‌ها استوار هستند، ابتدا آزمون نرمال بودن انجام شده‌است. در تحلیل عاملی تأییدی و مدل‌یابی معادلات ساختاری، به نرمال بودن همه داده‌ها نیاز نیست؛ بلکه باید عامل‌ها نرمال باشند (Kline, et al., 2012: 74). هنگام بررسی نرمال بودن داده‌ها، فرض صفر مبتنی بر اینکه توزیع داده‌ها نرمال است در سطح خطای ۵٪ آزمون می‌شود. فرض نرمال بودن داده‌ها در سطح معناداری ۵٪ با تکنیک کولموگروف-اسمیرنوف^۲ آزمون شده‌است.

1. RMSEA.

2. Kolmogorov-Smirnov

جدول ۲) آزمون نرمال بودن داده‌ها

خودبینی	اثر اجتماعی	ادراک از برند	نگرش مصرف‌کننده	تصویر ذهنی		کیفیت خدمات	
۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴		۳۸۴	تعداد
۴/۲۰	۴/۱۶	۴/۰۲	۴/۳۹	۴/۰۸		۳/۷۲	میانگین
۰/۵۶	۰/۳۷	۰/۶۲	۰/۳۴	۰/۳۹		۰/۵۰	انحراف معیار
۲/۶۲۸	۲/۶۵۸	۳/۵۲۵	۱/۳۸۵	۲/۹۵۸		۱/۷۸۵	آماره کلموگراف-اسمیرنف
۰/۳۸۱	۰/۴۶۵	۰/۴۱۲	۰/۴۳۰	۰/۱۷۴		۰/۳۴۳	معناداری

منبع: یافته‌های پژوهش

براساس نتایج جدول ۲ در تمامی موارد مقدار معناداری بزرگ‌تر از ۰/۰۵ به دست آمده است؛ بنابراین دلیلی برای رد فرض وجود ندارد؛ یعنی توزیع داده‌های سنجش هر یک از ابعاد، نرمال است؛ بنابراین می‌توان آزمون‌های پارامتریک و تحلیل عامل تأییدی را به کار گرفت.

بعد از تأیید ساختار عاملی سازه‌های تحقیق، جهت بررسی روابط میان متغیرها، از مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده می‌کنیم. نتایج تحقیق در مدل ساختاری نشان داد که غیر از تصویر ذهنی و خودبینی که تأثیر معنادار مستقیمی بر قصد خرید نداشتند، سایر متغیرها (یعنی ادراک از نشان تجاری تجملی، اثر اجتماعی، نگرش مصرف‌کننده نسبت به محصولات تجملی و کیفیت خدمات کالاهای تجملی) مستقیماً بر قصد خرید اثر می‌گذارند که در این بین، تأثیر ادراک از برند لوکس بر قصد خرید، بیشتر از سایر متغیرها بر گرایش خرید بود. در ادامه، مشخص شد علاوه بر این، خودبینی، تعاملات بین متغیرهای مستقل ادراک از برند و اثر اجتماعی و متغیر وابسته رفتار خرید مصرف‌کننده را، تعدیل نمی‌کند.

نهایتاً، بررسی شاخص‌های برازش مدل با توجه به جدول ۳ نشان داد که مدل نظری پیشنهادی، برازش نسبتاً قابل قبولی با داده‌های تجربی دارد. بررسی اکثر شاخص‌های برازش نشان از این دارد که مدل برآوردی بر اساس شاخص‌های برآوردی دارای برازش قابل قبولی با مدل نظری است (Jöreskog & Sörbom, 1989: 57).

جدول ۳) شاخص‌های برازش مدل نهایی برآورد تحقیق

عنوان نشانگر	مقدار	دامنه قابل قبول شاخص	نتیجه
جذر برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA)	۰/۰۷	کمتر از ۰/۰۸	برازش
فاصله اطمینان برای RMSEA	۰/۰۶۷-۰/۰۷۴	بین ۰/۰۶-۰/۱	برازش
عدم معناداری کای مربع	۰/۰۰۰	بزرگ‌تر از ۰/۰۵	عدم برازش
نسبت کای مربع به درجه آزادی	۲/۰۳	کمتر از ۲ یا ۳	برازش
شاخص نیکویی برازش	۰/۸۸	بزرگ‌تر از ۰/۸	برازش
شاخص نیکویی برازش تعدیل افته	۰/۸۵	بزرگ‌تر از ۰/۸	برازش
شاخص برازش هنجاریافته	۰/۹۱	بزرگ‌تر از ۰/۸	برازش
شاخص برازش تطبیقی	۰/۹۴	بزرگ‌تر از ۰/۸	برازش
ریشه میانگین باقیمانده	۰/۰۴۸	کوچک‌تر از ۰/۸	برازش

مدل اندازه‌گیری پژوهش و آزمون فرضیات

ابتدا تحلیل عاملی تأییدی بر روی شاخص‌های هر یک از متغیرهای پنهان صورت گرفت. اگر بار عاملی شاخص‌های اندازه‌گیری هر کدام از ملاک‌های این مرحله (مقدار بار عاملی، معناداری بار عاملی، معناداری خطای اندازه‌گیری، پایایی گزینه‌ای، پایایی ترکیبی و میانگین واریانس استخراجی) را تأمین کنند، در آن صورت می‌توان به مدل اندازه‌گیری تحقیق حاضر، اطمینان داشته و مرحله ارزیابی و تحلیل مدل ساختاری را انجام داد. هر زمان که یکی از ملاک‌های مورد انتظار در مدل اندازه‌گیری تأمین نشدند، باید اقدام اصلاحی انجام داد (کلاین، ۱۳۸۰: ۳۶). نتایج مراحل مذکور به‌طور خلاصه در جدول ۴ بیان شده‌است که در ادامه مورد تحلیل قرار می‌گیرد. با انجام این فرایند، بار عاملی استاندارد در متغیر پنهان تصویر ذهنی بالاتر از حد قابل قبول ۰/۶ و معنادار به‌دست آمد. بار عاملی استاندارد در یکی از شاخص‌های عملیاتی متغیر مکنون ادراک از برند لوکس ۰/۳۶ است که کمتر از مقدار حداقلی است. همچنین، میزان خطای اندازه‌گیری این شاخص بالطبع با توجه به پایین بودن بار عاملی، بسیار بالاست که قابل قبول نیست. البته سایر شاخص‌های این متغیر مکنون، بار عاملی استاندارد بالاتر از ۰/۶ دارند که معنادار نیز هستند. بار عاملی استاندارد در شاخص‌های مربوط به متغیر مکنون اثر اجتماعی، هم بالاتر از حد قابل قبول است و هم معنادار می‌باشد. بار عاملی استاندارد در یکی از شاخص‌های مربوط به

متغیر مکنون نگرش مصرف‌کننده نسبت به محصولات تجملی ۰/۲۴ است که کمتر از مقدار حداقلی و استاندارد می‌باشد؛ هرچند که سایر شاخص‌های مربوط به متغیر مکنون نگرش مصرف‌کننده نسبت به محصولات لوکس، بار عاملی استاندارد بالاتر از ۰/۶ دارند که معنادار هم هستند. بار عاملی استاندارد در متغیر پنهان کیفیت خدمات لوکس هم بالاتر از حد قابل قبول است و معنادار می‌باشد. بار عاملی استاندارد در متغیر پنهان قصد خرید هم بالاتر از حد مورد پذیرش ۰/۶ است و معنادار است. نهایتاً بار عاملی استاندارد در یکی از شاخص‌های متغیر مکنون خودبینی ۰/۲۴ می‌باشد که کمتر از مقدار حداقلی است. همچنین میزان خطای اندازه‌گیری این شاخص باتوجه به پایین بودن بار عاملی، بالاست که به هیچ عنوان قابل قبول نیست؛ البته سایر شاخص‌های این متغیر پنهان، بار عاملی استاندارد بالاتر از ۰/۶ دارند که معنادار نیز می‌باشند. با این نتایج، سه شاخص که بار عاملی کمتر از ۰/۶ داشتند از روند تجزیه و تحلیل حذف، و مدل دوباره اجرا شد. مدل تحقیق مجدداً در نرم‌افزار اموس اجرا شد که نتایج و مدل اندازه‌گیری تحقیق نشان داد همه بارهای عاملی استاندارد، معنادار و بالاتر از مقدار حداقل می‌باشند و شاخص‌های برازش نشان می‌دهد که نسبت آماره کای مربع به درجه آزادی کوچک‌تر از مقدار حداکثری ۳ و مقدار شاخص نیکویی برازش^۱ کمتر از مقدار حداکثری ۰/۰۸ است که همگی نشان از برازش قابل قبول مدل دارند.

فرضیه اول: کیفیت خدمات کالاهای لوکس بر قصد خرید اثر می‌گذارد. نتایج مربوط به فرضیه اول نشان داد که متغیر کیفیت خدمات لوکس، رابطه مستقیم مثبت و معناداری با قصد خرید مصرف‌کنندگان دارد. ضریب بتای استاندارد برای این مسیر برابر با ۰/۱۵ است و معناداری آن برابر با ۲/۹۷ است. می‌توان نتیجه گرفت که به ازای یک درصد تغییر در کیفیت خدمات کالای لوکس، در صورت ثابت بودن سایر متغیرهای مؤثر، قصد خرید مصرف‌کنندگان به اندازه ۰/۱۵٪، تغییر می‌کند.

فرضیه دوم: نگرش مصرف‌کننده نسبت به محصولات تجملی، بر قصد خرید اثر می‌گذارد. ضریب بتای استاندارد شده برای فرضیه دوم، مثبت و برابر با ۰/۲۴ و معناداری آن برابر ۴/۷۱ است؛ پس ۲۴٪ از تغییرات مربوط به قصد خرید در نزد مشتریان را می‌توان به نگرش مصرف‌کننده

نسبت به محصولات لوکس نسبت داد. به نوعی، به ازای یک درصد تغییر در نگرش مصرف کننده نسبت به محصولات لوکس، در صورت ثبات سایر عوامل مؤثر، قصد خرید مصرف کنندگان به اندازه ۰/۲۴٪ تغییر پیدا می کند. بر این اساس با اطمینان ۹۹٪ فرضیه دوم پذیرفته شده است. فرضیه سوم: ادراک از برند لوکس، خودبینی و تصویر ذهنی بر قصد خرید اثر می گذارد. ضریب بتای استاندارد شده برای فرضیه سوم، به ترتیب برابر با ۰/۳۶، ۰/۰۴ و ۰/۰۶ است. می توان اظهار داشت ۳۶٪ از تغییرات مربوط به گرایش خرید در نزد مشتریان را می توان به نگرش مصرف کننده نسبت به محصولات لوکس نسبت داد؛ به عبارت دیگر، به ازای یک درصد تغییر در ادراک محصولات لوکس، در صورت ثبات سایر عوامل مؤثر، قصد خرید مصرف کنندگان به اندازه ۰/۳۶٪ تغییر پیدا می کند. ضریب بتای استاندارد شده برای خودبینی، مثبت و برابر با عدد ۰/۰۶ است و معنادار نیست و می توان اظهار کرد در جامعه مورد مطالعه تحقیق، خودبینی تأثیر معناداری بر قصد خرید مصرف کنندگان ندارد. تصویر ذهنی بر قصد خرید اثر می گذارد. ضریب بتای استاندارد شده نشان می دهد رابطه معناداری بین تصویر ذهنی و قصد خرید وجود ندارد و می توان چنین بیان کرد که در جامعه مورد مطالعه تحقیق، تصویر ذهنی، تأثیر معناداری بر قصد خرید مصرف کنندگان ندارد.

فرضیه چهارم: فرضیه چهارم این تحقیق به نقش تعدیل گر خودبینی در رابطه بین ادراک از برند لوکس و اثر اجتماعی بر قصد خرید اختصاص داشت. نتایج حکایت از آن دارد که در حالت تعاملی، متغیر ادراک از برند لوکس تأثیر مستقیمی بر خودبینی ندارد و نیز همان طور که مشاهده شد، تأثیر خودبینی بر قصد خرید معنادار نیست. از این رو، یکی از شرط های وجود رابطه تعدیل گر، وجود رابطه معنادار میان عناصر روابط تعدیل گر است؛ همچنین نتایج نشان می دهد که اثر اجتماعی، مستقیماً تأثیر معناداری بر خودبینی دارد؛ اما همچنان خودبینی تأثیر مستقیمی بر قصد خرید ندارد و در نتیجه، فرضیه چهارم رد شده است و نمی توان پذیرفت که خودبینی، در رابطه بین اثر اجتماعی، رابطه بین ادراک از برند تجملی و قصد خرید، نقش تعدیل گر ایفا کند. فرضیه پنجم: اثر اجتماعی بر قصد خرید اثر می گذارد. ضریب بتای استاندارد شده برای فرضیه چهارم، مثبت و برابر با عدد ۰/۲۶ و معناداری آن برابر ۴/۵۴ است. بر طبق این خروجی، می توان گفت ۲۶٪ از تغییرات مربوط به قصد خرید مشتریان را می توان به اثر اجتماعی نسبت داد؛ به

عبارت دیگر، به ازای یک درصد تغییر در اثر اجتماعی، در صورت ثبات سایر عوامل، قصد خرید مصرف‌کنندگان به اندازه ۲۶ صدم درصد تغییر پیدا می‌کند.

جدول (۴) خلاصه نتایج آزمون فرضیه‌ها

ردیف	فرضیه	ضریب تأثیر	معناداری	نتایج
۱	کیفیت خدمات کالاهای لوکس بر قصد خرید اثر می‌گذارد.	۰/۱۵	۲/۹۷	تأیید
۲	نگرش مصرف‌کننده نسبت به محصولات لوکس بر قصد خرید اثر می‌گذارد.	۰/۲۴	۴/۷۱	تأیید
۳	ادراک از برند لوکس بر قصد خرید اثر می‌گذارد.	۰/۳۶	۶/۵۹	تأیید
	تصور ذهنی بر قصد خرید اثر می‌گذارد.	-۰/۰۴	رد	رد
	خودبینی بر قصد خرید اثر می‌گذارد.	۰/۰۶	۱/۲۲	رد
۴	خودبینی، اثر تعدیل‌گر بر رابطه ادراک از برند لوکس با قصد خرید دارد.	عدم معناداری	رد	رد
	خودبینی، اثر تعدیل‌گر بر رابطه اثر اجتماعی با قصد خرید دارد.	عدم معناداری	رد	رد
۵	اثر اجتماعی بر قصد خرید اثر می‌گذارد.	-۰/۲۴	۴/۵۴	تأیید

نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادات

نتایج این مطالعه در شهر مشهد به‌عنوان جامعه آماری مورد مطالعه نشان داد غیر از تصویر ذهنی و خودبینی که تأثیر معنادار مستقیمی بر قصد خرید نداشتند، سایر متغیرها (یعنی ادراک از نشان تجاری تجملی، اثر اجتماعی، نگرش مصرف‌کننده نسبت به محصولات تجملی، کیفیت خدمات کالاهای تجملی) مستقیماً بر قصد خرید اثر می‌گذارند. این درحالی است که تأثیر ادراک از نشان تجاری تجملی بر قصد خرید، بیشتر از سایر متغیرها بر گرایش خرید می‌باشد. علاوه بر این مشخص شد خودبینی، تعاملات بین متغیرهای مستقل ادراک از برند و اثر اجتماعی و متغیر وابسته، رفتار خرید مصرف‌کننده را تعدیل نمی‌کند.

از آنجاکه کیفیت خدمات ادراک شده شده مستقیماً و به‌طور مثبت بر قصد خرید مصرف‌کنندگان تأثیر داشت، توجه به خواسته‌ها، نیازها و انتظارات مشتریان و عرضه خدمات مطابق با انتظارات مشتریان و حتی پیش‌بینی نیازهای آتی پیشنهاد می‌شود. از طرفی توجه به محیط

فیزیکی ارایه خدمات، جهت تأثیرگذاری بر ادراک مشتری از کیفیت محصول در فروشگاه‌های کالاهای تجملی در شهر مشهد می‌تواند مؤثر باشد.

در این پژوهش، این نتیجه به‌دست آمد که نگرش مصرف‌کننده نسبت به محصولات لوکس مستقیماً و به‌طور مثبتی بر قصد خرید مصرف‌کنندگان اثر می‌گذارد؛ در نتیجه نگرش که شامل سه ویژگی (معطوف به یک موضوع، ارزشیابی کردن و ثبات) است و ویژگی ارزشیابی کردن مهم‌تر از سایر موارد می‌باشد؛ پس باید فعالین این حوزه تلاش کنند نگرش مشتریان نسبت به محصولات آنها مثبت، مناسب و باارزش باشد.

از آنجاکه ادراک از نشان تجاری تجملی، تصویر ذهنی و خودبینی مستقیماً و به‌طور مستقیم بر قصد خرید مصرف‌کنندگان اثر می‌گذارد، فعالان در بخش محصولات تجملی باید به ویژگی‌های شخصی افراد، هدف از خرید و شرایطی که در آن اهداف و حوادث را می‌بینیم، توجه داشته باشند؛ چراکه بر چگونگی ادراک مؤثرند. بازاریاب‌ها باید تلاش کنند طرز تفکر مصرف‌کنندگان و روشی را که طرز فکر آنان بر تفسیرهای صورت‌گرفته از تبلیغات و اطلاعات مربوط به فروش تأثیر می‌گذارد، درک کنند و تلاش کنند تا پیام خود را برسانند. مدیران و خرده‌فروشان مارک‌های فروشگاه‌های شهر مشهد می‌توانند تقسیم بازار را توسعه دهند و روش‌های بازاریابی را بر اساس کیفیت درک‌شده مشتری انجام دهند.

نهایتاً از آنجا که اثر اجتماعی مستقیماً و به‌طور مثبتی بر قصد خرید مصرف‌کنندگان تأثیر می‌گذارد، رفتار مصرف‌کننده می‌تواند متأثر از اثر اجتماعی؛ نظیر گروه‌های مرجع، خانواده، نقش و موقعیت اجتماعی باشد؛ پس باید در سیاست‌های بازاریابی، این عوامل واکاوی شود. تمرکز باید بر مصرف‌کنندگانی باشد که جامع محور هستند؛ چراکه تمایل آنها به نشان تجاری تجملی به‌منظور نشان دادن وجهه اجتماعی آنها و ارتباط آنها به گروه‌های اجتماعی مورد نظرشان می‌باشد. کما اینکه جامعه هدف این تحقیق نشان داد این امر در کلان شهر مشهد مورد توجه است.

منابع

- دلاور، عبدالحسین (۱۳۹۰). *مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی*. تهران: رشد.
- کریمی، یعقوب (۱۳۸۹). *نگرش و تغییر نگرش*. تهران: ویرایش.
- کلاین، پل (۱۳۸۰). *راهنمای آسان تحلیل عاملی*. ترجمه اصغر مینایی و دیگران. تهران: سمت.
- جواهری کاشانی، محمدعلی، و دیگران (۱۳۹۹). "بررسی جامعه‌شناختی تأثیر سرمایه اجتماعی بر الگوی مصرف معلمان شهر تهران". *پژوهش در نظام آموزشی*، دوره ۱۴، ش ۱، (تابستان): ۴۱۹-۴۳۷.
- Allard, T.; Dunn, L.; White, K. (2019). "Feeling Bad for the Brand: Encouraging Positive Consumer Reactions to Unfair Negative Reviews Through Empathetic Responding". *ACR North American Advances*, Vol. 1, No. 11: 1-24.
- Belk, R. W. (1988). "Possessions and the extended self". *Journal of Consumer Research*, Vol. 2, No. 15: 139-168.
- Calvo-Porràl, Cristina; Lévy-Mangin, Jean-Pierre (2017). "Store brands' purchase intention: Examining the role of perceived quality". *European Research on Management and Business Economics*, Vol. 23, No. 2: 90-95.
- Cameron, R. C.; Elliott, G. R. (1998). "The 'country-of-origin effect' and consumer attitudes to 'buy local' campaigns: Australian evidence". *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, Vol. 6, No. 2: 39-50.
- Cao, X. Z. J., et al. (2011). "Effect of drug brand meaning response on drug selection and compliance in outpatients". *Pharmacy Today*, Vol. 10, No. 21: 444-446.
- Carpenter, J., et al. (2012). "Acculturation to the global consumer culture: A generational cohort comparison". *Journal of Strategic Marketing*, Vol. 20, No. 5: 411-423.
- Chaudhuri, H. R.; Majumdar, S. (2006). "Of diamonds and desires: Understanding conspicuous consumption from a contemporary marketing perspective". *Academy of Marketing Science Review*, Vol. 2006, No. 11: 1-18.
- Fornell, C.; Larcker, D. F. (1981). "Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error". *Journal of marketing research*, Vol. 18, No. 1: 39-50.
- Grossman, G. M.; Shapiro, C. (1986). "Counterfeit-product trade". *The American Economic Review*, Vol. 78, No. 1: 59-75.

- Han, J.; Jang, S. Shawn (2012). "The effects of dining atmospherics on behavioral intentions through quality perception". *Journal of Services Marketing*, Vol. 26, No. 3: 204-215.
- Han, Y. J.; Nunes, J. C.; Dreze, X. (2010). "Signaling status with luxury goods: The role of brand prominence". *Journal of Marketing*, Vol. 74, No. 4: 15-30.
- Hartmann, P.; Apaolaza-Ibáñez, V. (2012). "Consumer attitude and purchase intention toward green energy brands: The roles of psychological benefits and environmental concern". *Journal of business Research*, Vol. 65, No. 9: 1254-1263.
- Jöreskog, K. G.; Sörbom, D. (1989). "LISREL 7: A Guide to the Program and Applications SPSS". ISC, Chicago, Publisher, IL: spss.
- Kapferer, J. N. (2008). *The new strategic brand management: Creating and sustaining brand equity long term*. Philadel Phio: Kogan Page Publishers.
- Kastanakis, M. N.; Balabanis, G. (2012). "Between the mass and the class: Antecedents of the Bandwagon luxury consumption behavior". *Journal of Business Research*, Vol. 65, No. 10: 1399-1407.
- Keane, M. J.; McMillan, Z. (2004). "Above and beyond". *Brand Strategy*, Vol. 47, No. 187: 30-40.
- Kline, E., et al. (2012). "Psychosis risk screening in youth: A validation study of three self-report measures of attenuated psychosis symptoms". *Schizophrenia research*, Vol. 141, No. 1: 72-77.
- Lee, J. H.; Hwang, J. (2011). "Luxury marketing: The influences of psychological and demographic characteristics on attitudes toward luxury restaurants". *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 30, No. 3: 658-669.
- Meyer, K. E.; Tran, Y. T. T. (2006). "Market penetration and acquisition strategies for emerging economies". *Long Range Planning*, Vol. 39, No. 2: 177-197.
- O'Malley, Johnston; Bachman, P. M.; Schulenberg, J. E. (1999). "Cigarette Brand Preferences among Adolescents". *Monitoring the Future Occasional Paper*, Vol. 5, No. 45: 2-54.
- Pecotich, A.; Ward, S. (2010). "Taste testing of wine by expert and novice consumers in the presence of variations in quality, brand and country of origin cues". *American Association of Wine Economists*, Vol. 28, No. 1: 287-303.
- Richins, M. L. (1994). "Special possessions and the expression of material values". *Journal of Consumer Research*, Vol. 21, No. 3: 522-533.
- Rucker, D. D.; Galinsky, A. D. (2008). "Desire to acquire: Powerlessness and compensatory consumption". *Journal of Consumer Research*, Vol. 35, No. 2: 257-267.

- Ryu, K.; Lee, H. R.; Kim, W. G. (2012). "The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions". *International Journal of contemporary Hospitality Management*, Vol. 24, No. 2: 200-223.
- Sevtap, Ü. N. A. L.; Deniz, E.; Nisa, A. (2019). "Determining the factors that influence then intention to purchase luxury fashion brands of young consumers". *Ege Akademik Bakış Dergisi*, Vol. 19, No. 2: 221-236.
- Vel, K. P., et al. (2011). "Luxury Buying in the United Arab Emirates". *Journal of Business and Behavioural Sciences*, Vol. 23, No. 3: 145-160.
- Vigneron, F.; Johnson, L. (1999). "A review and a conceptual framework of prestige-seeking consumer behavior". *Academy of Marketing Science Review*, Vol. 11, No. 1: 1-15.
- Wang, J.; Zhu, R.; Shiv, B. (2012). "The lonely consumer: Loner or conformer?". *Journal of Consumer Research*, Vol. 38, No. 6: 1116-1128.
- Wu, P. C.; Yeh, G. Y. Y.; Hsiao, C. R. (2011). "The effect of store image and service quality on brand image and purchase intention for private label brands". *Australasian Marketing Journal*, Vol. 19, No. 1: 30-39.
- Ye, L.; Bose, M.; Pelton, L. (2012). "Dispelling the collective myth of Chinese consumers: A new generation of brand-conscious individualists". *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 29, No. 3: 3-13.
- Yeoman, I. (2011). "The changing behaviors of luxury consumption". *Journal of Revenue and Pricing Management*, Vol. 10, No. 1: 47-50.

Identify influential factors on change tendency to luxury goods consume by adjustment Demographic Features (Case Study: Mashhad City)

Zahra Shirzour Aliabadi¹

Mahdiyeh Kari²

Abstract

In previous decades, consumer purchases were related to access to needed goods and services. Today, consumers meet their psychological needs by buying goods. Consumers purchase products by showing their personality or boosting their self-esteem; in other words, the purchased product has become a mental confirmation. This study was conducted to investigate the effective factors in changing consumer behavior towards luxury products. This study has been made to study the relationship between variables (perceived quality, perceived social status, attitude, brand perception, mental image) and consumer consumption behavior for luxury goods with a moderating effect (self-esteem). For this purpose, a researcher-made questionnaire was distributed among 384 people in Mashhad. This research has been done by descriptive survey method with the simple random sampling method. Structural equation modeling has been used for the relationships between variables. The analysis results show that perceived social impact, brand perception, consumer attitude, and service quality are related to the influential factors with consumers' intention to buy.

In contrast, mental image and self-esteem do not have a significant effect on buying motivation. On the other hand, among the independent variables, the impact of brand perception on purchase intention was more significant than other variables. In addition, the narcissism of the interactions between the independent variables, the perception of the brand and the social effect, and the dependent variable does not moderate the consumer buying behavior.

Keywords: perception, social effect, mental image, shopping, selfishness, luxury goods, service quality.

1. Assitant professor, Management Department, Literature and Human Sciences College, University of Birjand, Corresponding Author, shirzour@birjand.ac.ir

2. M.A graduate in Economics, Human Sciences College, Payam Noor University, Mashhad, mahdiyekari@yahoo.com

رابطه الگوهای فرزندپروری و سرزندگی تحصیلی در دانش‌آموزان متوسطه اول

معصومه فدوی^۱

هادی پورشافعی^۲

فرشته اسدزاده^۳

نوع مقاله: علمی - پژوهشی

شماره صفحه: ۱۱۱-۱۲۶

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۹/۱۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۲/۸

چکیده

خانواده به‌عنوان نخستین محیط پرورشی کودک، در پرورش ویژگی‌های گوناگون کودکان نقش فراوانی دارد. کودک نخستین آموختنی‌ها را در خانواده و سپس مدرسه می‌آموزد. این تأثیر در دوران مدرسه نیز ادامه پیدا می‌کند؛ پس فهم چگونگی تعامل والدین با دانش‌آموزان اهمیت دارد. سبک‌های فرزندپروری، الگوهایی از پرورش فرزندان است که از تعامل به‌هنگار والدین و پاسخ آن‌ها به رفتار فرزندان شکل می‌گیرد. درواقع شیوه‌های فرزندپروری یکی از بُعدهای خانواده است که طبق پژوهش‌ها تأثیر بسیار و سازنده‌ای در تمام زمینه‌های اجتماعی و تحصیلی و نیز شکل‌گیری ویژگی‌های گوناگون روان‌شناختی، ازجمله سرزندگی تحصیلی دارد؛ بنابراین لازم است که رابطه بین الگوهای فرزندپروری و سرزندگی تحصیلی در دانش‌آموزان بررسی قرار گیرد. هدف از پژوهش حاضر، رابطه الگوهای فرزندپروری و سرزندگی تحصیلی دانش‌آموزان متوسطه شهر قاین بود. روش پژوهش از نوع همبستگی است. جامعه مورد نظر پژوهش حاضر، دانش‌آموزان دختر متوسطه اول شهر قاین بود که با توجه به آمار ارائه‌شده، ۲۸۰ نفر را شامل شده‌است. نمونه

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد روان‌شناسی تربیتی دانشگاه پیام‌نور بیرجند، نویسنده مسؤول

as.m7.fadavi@gmail.com

hpourshafei@birjand.ac.ir

Jgavam@yahoo.com

۲. دانشیار علوم تربیتی دانشگاه بیرجند

۳. عضو هیأت علمی گروه علوم تربیتی دانشگاه تهران

آماري مطالعه بر اساس جدول کرجسي و مورگان، ۲۶۰ نفر است که با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شدند. ابزار اندازه‌گیری پژوهش، پرسشنامه‌های سرزندگی تحصیلی حسین چاری و دهقانی‌زاده (۱۳۹۱) و شیوه‌های فرزندپروری بامریند (۱۹۹۱) بود. روایی پرسشنامه‌های فوق‌الذکر توسط صاحب‌نظران تأیید و پایایی آن با محاسبه ضرایب آلفای کراباخ، برای پرسشنامه سرزندگی تحصیلی ۰/۸۰ و پرسشنامه شیوه‌های فرزندپروری ۰/۷۵ گزارش شده‌است. داده‌های پژوهش با استفاده از آزمون پیرسون و رگرسیون چندگانه و با استفاده از نرم‌افزار SPSS تحلیل شد. یافته‌های پژوهش نشان داد، بین نوع الگوهای فرزندپروری با سرزندگی تحصیلی دانش‌آموزان رابطه وجود دارد. همچنین از بین دو سبک فرزندپروری یعنی سبک استبدادی و سهل‌انگارانه، با سرزندگی تحصیلی، رابطه معناداری وجود دارد؛ ولی در سبک قاطع با سرزندگی تحصیلی رابطه معناداری وجود ندارد؛ همچنین سهل‌گیرانه بیشترین رابطه را با سرزندگی تحصیلی دارند.

واژه‌های کلیدی: الگوهای فرزندپروری، سرزندگی تحصیلی، دانش‌آموزان.

مقدمه

در سال‌های اخیر روان‌شناسی مثبت‌گرا مورد توجه روان‌شناسان قرار گرفته‌است که به‌جای پرداختن به ناهنجاری‌ها و اختلال‌ها، بیشتر بر توانمندی‌ها و استعداد‌های انسان تأکید دارد و هدف نهایی خود را شناسایی شیوه‌هایی می‌داند که بهزیستی انسان را به دنبال دارد (کلاهی حامد، احمدی و شالچی، ۱۳۹۷: ۱۴۷)؛ از طرفی توجه به عوامل مؤثر بر عملکرد تحصیلی، سال‌هاست که مورد توجه متخصصان آموزش و پرورش و نظام آموزش عالی قرار گرفته‌است. از آنجاکه دانش‌آموزان به‌عنوان رکن اساسی نظام آموزشی، در دستیابی به اهداف نظام آموزشی نقش و جایگاه ویژه‌ای دارند، توجه به این قشر از جامعه از لحاظ آموزشی و تربیتی، باروری و شکوفایی هر چه بیشتر نظام آموزشی و تربیتی را موجب می‌شود (جوادی علمی و اسدزاده، ۱۳۹۹: ۱۰۳)؛ پس یکی از عواملی مهمی که برای یادگیری دانش‌آموزان ضروری است، سرزندگی تحصیلی است. درواقع عوامل شناختی و انگیزشی مختلفی با موفقیت نظام آموزشی ارتباط دارند و با توجه به اینکه سرزندگی تحصیلی نیز با موفقیت نظام آموزشی ارتباط دارد، درنتیجه با طراحی و آموزش سرزندگی تحصیلی می‌توان تا حدودی موفقیت نظام آموزشی را تضمین کرد.

سرزندگی تحصیلی به صورت توانایی دانش‌آموزان برای موفقیت در برخورد با موانع و مشکلات معمول زندگی تعریف شده است. سرزندگی تحصیلی به پاسخ مثبت، سازنده و انطباقی به انواع مشکلات و موانعی اطلاق می‌شود که دانش‌آموز هر روز با آن‌ها سروکار دارد. سرزندگی یکی از مؤلفه‌های بهزیستی روانی در بسیاری از نظام‌های پژوهشی به شمار می‌آید. وقتی فردی کاری را به طور خودجوش انجام می‌دهد، نه تنها احساس خستگی و ناامیدی به او دست نمی‌دهد، احساس می‌کند که انرژی او افزایش نیز یافته است (یعقوبی، فتحی و فتحی چگنی، ۱۳۹۸: ۱۰۸)؛ بنابراین سرزندگی تحصیلی منعکس‌کننده مفهوم تاب‌آوری فعال در زمینه تحصیلی و حوزه کلی روان‌شناسی مثبت‌نگر است و به عنوان ظرفیت دانش‌آموزان برای غلبه بر مشکلات و موانعی محسوب می‌شود که حقیقت جاری زندگی تحصیلی است (مرادی و دیگران، ۱۳۹۷: ۲). به طوری که سرزندگی تحصیلی به معنای توانایی موفقیت‌آمیز دانش‌آموزان در مواجهه با چالش‌های تحصیلی و فائق‌آمدن بر آن‌هاست (Comerford, Batteson & Tormey, 2015: 99). از نظر مارتین و مارش (Martin & Marsh, 2008: 55) پیشایندهای سرزندگی تحصیلی شامل عوامل روان‌شناختی، عوامل مدرسه و مشارکت و عوامل ارتباطی با خانواده و همسالان است (فولادی، کجباف و قمرانی، ۱۳۹۷: ۴۰)؛ از طرفی تحقیقات نشان داده تعامل بین فرزندان و والدین و چگونگی برقراری ارتباط والدین با فرزندان، مهم‌ترین و اساسی‌ترین عوامل در بین عوامل مختلفی است که بر پرورش و شخصیت سالم کودکان تأثیر می‌گذارد (Kimble, 2015: 11). پژوهش‌ها حاکی است رشد مثبت در دوران کودکی، پایه و اساس شخصیت، خانواده و جامعه سالم است و عامل مهمی برای توسعه کلی کودکان و موفقیت‌های آینده (Darling-Churchill & Lippman, 2016: 1)؛ در نتیجه از جمله مهم‌ترین عوامل مؤثر بر روند رشد کودک، نوع و شیوه تربیتی یا به اصطلاح، سبک فرزندپروری والدین است. سبک‌های فرزندپروری را می‌توان به عنوان مجموعه یا سیستم رفتاری تعریف کرد که تعامل والدین و کودک را در طیف گسترده‌ای از موقعیت‌ها توصیف و یک فضای تعامل مؤثر را ایجاد می‌کند. درواقع سبک‌های فرزندپروری، ترکیبی از رفتارهای والدین است که در موقعیت‌های گسترده‌ای روی می‌دهد و جو فرزندپروری بادوامی را پدید می‌آورند، روش‌هایی که والدین در برخورد با فرزندان خود اعمال می‌کنند. لذا فرزندپروری شامل یک سری از مهارت‌های بین فردی توقعات هیجانی

است که تحت تأثیر ویژگی‌های والدین و سبک دل‌بستگی که کسب کرده‌اند قرار دارد (ذکایی‌فر و موسی‌زاده، ۱۳۹۹: ۹۰). بامریند (Buamrind, 1991: 58) سه نوع الگوی رفتاری مقتدرانه، مستبدانه و آسان‌گیرانه را برای سبک‌های فرزندپروری ارائه داده است (نیک‌سیرت، خادمی اشکذری و هاشمی، ۱۳۹۴: ۱۵۴). پژوهش‌های انجام‌شده، نشان می‌دهد که هر کدام از شیوه‌ها، آثار و نتایج و پیامدهای خاصی را به دنبال دارد. بر اساس پژوهش مرادیان، علی‌پور و شهینی ییلاق (۱۳۹۳: ۶۳) سبک فرزندپروری مقتدرانه، با انگیزه پیشرفت رابطه مثبت و معناداری دارد؛ همچنین سبک فرزندپروری مستبدانه هم رابطه منفی و معناداری با انگیزه پیشرفت دارد.

بی‌تردید باید گفت که شخصیت، نگرش‌ها، طبقه اجتماعی، اقتصادی و مذهبی، خصوصیات و وابستگی‌های نسبی خانوادگی، تحصیل و جنس والدین خانواده، به نحوه ارائه ارزش‌ها و میزان استفاده از رفتارهای اخلاقی در فرزندان تأثیر خواهد گذاشت. والدین در این میان با مهر و محبت این حمایت و امنیت را در نوجوان ایجاد می‌کنند و منجر به ارتقای تحصیلی کودک و نوجوان خود می‌شوند؛ از طرفی رفتار والدین و مربیان به‌طور کلی بزرگ‌ترها با نوجوانان و کودکان خود از اهمیت خاصی برخوردار است و آن‌ها هستند که با کنش‌های بهنجار و نابهنجار خویش گاهی سرنوشت نوجوان را تغییر می‌دهند و او را به بیراهه می‌کشانند یا راه درست زندگی را به او نشان می‌دهند. دانستن این موضوع که دانش‌آموزان در سنین نوجوانی دستخوش چنین تغییراتی می‌شوند و او باید خود را با تمام این تغییرات هماهنگ کند حائز اهمیت است.

در میان تحقیقاتی که به بررسی رابطه الگوهای فرزندپروری و سرزندگی تحصیلی دانش‌آموزان پرداخته‌اند، پژوهش‌هایی مورد بررسی قرار گرفت که به حوزه فرزندپروری و ارتباط آن با سرزندگی تحصیلی ارتباط بیشتری داشتند. رضاپور گتایی (۱۳۹۷: ۵) در پژوهش خود نشان داد بین ادراک دانش‌آموزان از شیوه‌های فرزندپروری و سبک‌های تدریس معلم با درگیری تحصیلی دانش‌آموزان رابطه معناداری وجود دارد. اکبری، دهقانی و بیت‌الهی (۱۳۹۶: ۱) بیان داشتند که میان سبک فرزندپروری مقتدر با سرزندگی تحصیلی دانش‌آموزان ارتباط مثبت و معنادار و میان سبک فرزندپروری مستبد با سرزندگی تحصیلی دانش‌آموزان ارتباط منفی و معنادار وجود دارد. همچنین میان درک حمایت اجتماعی معلم با سرزندگی تحصیلی دانش‌آموزان ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. سبک‌های فرزندپروری و آموزش‌های والدین که در آن ارزیابی منفی از

رفتار و اعمال کودکان باشد، نقش کلیدی مهمی در رشد سرزندگی در کودکان دارد (شکاری گیسی، ۱۳۹۶: ۱)؛ پس در ضرورت پژوهش پیش رو، ذکر این نکته کافی به نظر می‌رسد که بررسی کنیم به‌کارگیری کدام روش‌ها رابطه مثبت بیشتری با سرزندگی تحصیلی دانش‌آموزان دارد. علی‌رغم اینکه تحقیق در مورد رابطه بین شیوه‌های فرزندپروری و سرزندگی تحصیلی است، هدف آن است که بهترین روش اتخاذ شود. پژوهش حاضر به یافتن پاسخ این پرسش خواهد پرداخت: آیا الگوهای فرزندپروری با سرزندگی تحصیلی دانش‌آموزان دختر متوسطه اول رابطه دارد؟

روش پژوهش، جامعه آماری و نمونه

روش پژوهش حاضر از نوع همبستگی است و جامعه آماری، کلیه دانش‌آموزان دختر متوسطه اول شهر قاین، شامل ۲۸۰ نفر هستند. نمونه آماری مطالعه بر اساس جدول کرجسی و مورگان ۲۶۰ نفر بودند که با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای مرحله‌ای انتخاب شدند. بدین ترتیب که بعد از کسب مجوز از آموزش و پرورش از بین مدارس دختر متوسطه اول که تعداد آن‌ها نه مدرسه بود، پنج مدرسه به‌صورت تصادفی انتخاب و پرسشنامه‌ها بین دانش‌آموزان توزیع شد.

ابزارهای پژوهش

برای جمع‌آوری اطلاعات از دو پرسشنامه استفاده شد که عبارت‌اند از: الف. پرسشنامه سرزندگی تحصیلی دهقانی‌زاده و حسین چاری (۱۳۹۱: ۲۹): این مقیاس بر اساس نسخه انگلیسی مقیاس سرزندگی تحصیلی مارتین و مارش (Marsh, 2006: 267) و شامل نه سؤال است. پاسخ‌ها بر روی مقیاس ۷ درجه‌ای از نوع لیکرت (کاملاً مخالف ۱ تا کاملاً موافق ۷) محاسبه می‌شوند. مقیاس مارتین و مارش از جنبه‌های همسانی درونی و بازآزمایی پایا بود (آلفای کرونباخ، ۰/۸۰ و بازآزمایی ۰/۶۷). در پژوهش دهقانی‌زاده و دیگران (۱۳۹۳: ۱۲) ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه ۰/۸۰ و ضریب بازآزمایی آن ۰/۷۳ گزارش

شد؛ همچنین برای محاسبه روایی، هر گویه با نمره کل محاسبه شد که دامنه آن‌ها بین ۰/۵۴ تا ۰/۶۴ گزارش شد.

ب. پرسشنامه شیوه‌های فرزندپروری بامریند (Buamrind, 1991: 58): این ابزار از نظریه اقتدار والدین است که بر اساس نظریه بامریند از سه الگوی آزادگذاری، استبدادی و اقتدار منطقی والدین برای بررسی الگوهای نفوذ و شیوه‌های فرزندپروری ساخته شده است. این پرسشنامه دارای ۳۰ ماده است که ۱۰ ماده آن به شیوه آزادگذاری مطلق، ۱۰ ماده به شیوه استبدادی و ۱۰ ماده دیگر به شیوه اقتدار منطقی والدین مربوط می‌شود. در این پرسشنامه، والدین نظر خود را برحسب مقیاس ۵ درجه‌ای لیکرتی مشخص می‌کنند. نیک‌سیرت، خادمی اشکذری و هاشمی (۱۳۹۴) در پژوهش خود، ضریب پایایی آلفا را برای شیوه آزادگذاری ۰/۶۶؛ شیوه استبدادی ۰/۷۱ و شیوه اقتدار منطقی ۰/۷۳ گزارش کرده‌اند.

یافته‌های پژوهش

با توجه به جدول ۱، سبک قاطع، بالاترین میانگین را در بین سبک‌های فرزندپروری داراست (۳/۵۸). میانگین سرزندگی نیز ۳/۴۸ است. همه انحراف معیارها از ۱ کمتر است که نشان از پراکندگی کم داده‌ها دارد و اعداد مناسبی هستند.

جدول (۱) بررسی شاخص‌های مرکزی و پراکندگی

متغیر	مؤلفه	میانگین	انحراف معیار
سبک‌های فرزندپروری	سهل‌انگارانه	۱/۹۶	۰/۳۷
	استبدادی	۲/۰۲	۰/۴۱
	قاطع	۳/۵۸	۰/۳۴
سرزندگی		۳/۴۸	۰/۳۹

قبل از تحلیل داده‌های پژوهش مفروضه‌های زیربنایی تحلیل موردبررسی قرار گرفت. از مهم‌ترین این مفروضه‌ها، مفروضه نرمال بودن است. برای بررسی مفروضه نرمال بودن، داده‌های توزیع روش بررسی چولگی و کشیدگی استفاده شد. اگر مقادیر چولگی و کشیدگی بین بازه ۲- و ۲+ باشد،

داده‌ها نرمال است. همان‌گونه که جدول ۲ نشان می‌دهد، هیچ‌یک از متغیرهای پژوهش از مفروضه نرمال بودن تخطی ندارند.

جدول ۲) بررسی نرمال بودن متغیرهای پژوهش

متغیر	مؤلفه	چولگی	کشیدگی
سبک‌های فرزندپروری	سهل‌انگارانه	-۱/۹۰	۱/۳۷
	استبدادی	-۱/۱۷	۰/۸۵
	قاطع	-۱/۶۵	۱/۳۲
سرزندگی		-۱/۰۸	-۱/۲۹

بر اساس فرضیه پژوهش حاضر، بین نوع الگوهای فرزندپروری (سهل‌انگارانه، قاطع و استبدادی) با سرزندگی تحصیلی دانش‌آموزان دختر متوسطه اول شهر قاین رابطه وجود دارد و نتایج بررسی این فرضیه نشان می‌دهد که در جدول ۳، فقط بین سرزندگی و سبک قاطع رابطه وجود ندارد. بین سرزندگی با سبک استبدادی رابطه منفی و بین سبک سهل‌انگارانه با سرزندگی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ همچنین در جدول ۴ مدل مشخص می‌کند که ۷٪ از واریانس مشاهده‌شده سرزندگی تحصیلی از طریق الگوهای فرزندپروری توجیه می‌شود ($R^2 = 0.07$) و در جدول ۵ با توجه به مقدار F و سطح معنی‌داری (P) که کوچک‌تر از ۰/۰۱ است، فرضیه صفر رد شده‌است و با اطمینان ۹۹٪ نتیجه گرفته می‌شود الگوهای سهل‌گیرانه، استبدادی و قاطع، با سرزندگی تحصیلی رابطه دارد. در جدول ۶ مقدار B ، بتا، t و سطح معناداری گزارش شده‌است. بر این اساس الگوهای سهل‌گیرانه، استبدادی و قاطع، نقش منفی و سبک سهل‌انگارانه نقش مثبت و به مقادیر بتا، سبک‌های استبدادی و قاطع نقش منفی و سبک سهل‌انگارانه نقش مثبت و معناداری در سرزندگی تحصیلی دارند. مقدار بتا نشان می‌دهد به‌ازای افزایش یک واحد در سبک‌های استبدادی و قاطع، سرزندگی به‌اندازه ۱۸٪ کاهش و با افزایش یک واحد در سبک سهل‌انگارانه، سرزندگی به‌اندازه ۲۳٪ افزایش می‌یابد. از بین الگوهای سهل‌گیرانه، استبدادی و قاطع با توجه به مقدار بتا موجود در جدول، الگوی سهل‌گیرانه بیشترین رابطه را بر سرزندگی تحصیلی دارد.

جدول (۳) نتایج ضریب همبستگی الگوهای فرزندپروری و سرزندگی تحصیلی (N=۲۶۰)

الگوهای فرزندپروری	سهل انگارانه	استبدادی	قاطع	سرزندگی
سهل انگارانه	۱			
استبدادی	-۰/۰۶	۱		
قاطع	۰/۵۴***	-۰/۰۱	۱	
سرزندگی	۰/۱۵*	-۰/۲۰***	-۰/۰۵	۱

>*.۰۰۵, >***.۰۰۵

جدول (۴) نتایج تحلیل رگرسیون سرزندگی

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	دوربین واتسون	خطای استاندارد
۰/۲۸	۰/۰۸	۰/۰۷	۱/۹۰	۰/۳۴

جدول (۵) نتایج تحلیل رگرسیون سرزندگی

منابع تغییر	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره فیشر	سطح معناداری
رگرسیون	۳/۲۵	۳	۱/۰۸	۷/۳۶	۰/۰۰۰
باقی مانده	۳۷/۷۶	۲۵۶	۰/۱۵		

جدول (۶) ضرایب رگرسیون متغیرهای پیش‌بینی کننده در تحلیل رگرسیون سرزندگی

مدل	B	خطای معیار SE	ضریب استاندارد Beta	آماره t	سطح معناداری	ضریب تحمل	VIF
مقدار ثابت	۴/۰۹	۰/۲۷		۱۴/۷۷	۰/۰۰۰		
سهل انگارانه	۰/۲۴	۰/۰۸	۰/۲۳	۳/۲۴	۰/۰۰۱	۰/۷۱	۱/۴۱
استبدادی	-۰/۱۷	۰/۰۶	-۰/۱۸	-۳/۰۵	۰/۰۰۲	۰/۹۹	۱/۰۰۵
قاطع	-۰/۲۱	۰/۰۸	-۰/۱۸	-۲/۵۰	۰/۰۱	۰/۷۰	۱/۴۱

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه الگوهای فرزندپروری با سرزندگی تحصیلی دانش‌آموزان دختر متوسطه اول شهر قاین با میانگین سنی ۱۵ سال مورد بررسی قرار گرفت. بررسی میانگین متغیرها نشان داد سبک قاطع بالاترین میانگین ۳/۵۸ را در بین سبک‌های فرزندپروری داراست. در تأیید فرضیه پژوهش، نتایج نشان دادند بین نوع الگوی فرزندپروری با سرزندگی تحصیلی دانش‌آموزان رابطه وجود دارد. رضایور گتایی (۱۳۹۷: ۵) نشان داد بین ادراک دانش‌آموزان از شیوه‌های فرزندپروری و سبک‌های تدریس معلم با درگیری تحصیلی دانش‌آموزان رابطه معناداری وجود دارد. بطیار (۱۳۹۶) نشان داد بین سرزندگی تحصیلی و سبک سهل‌گیرانه و همچنین سبک مقتدرانه در فرزندپروری، رابطه مثبت و بین سرزندگی تحصیلی و سبک استبدادی در فرزندپروری، رابطه منفی وجود دارد. بخشایی (۱۳۹۵) نشان داد تأثیر راهبردهای خودمدیریتی زندگی، ادراک از شیوه‌های فرزندپروری و ادراک از جوّ مدرسه بر تحول مثبت جوانی، مثبت و معنادار است؛ همچنین راهبردهای خودمدیریتی زندگی و ادراک از شیوه فرزندپروری والدین بر سرزندگی تحصیلی، رابطه مثبت و معناداری دارد. شکاری گیسی (۱۳۹۶) نشان داد شیوه فرزندپروری مقتدرانه می‌تواند به‌طور مثبت عملکرد دانش‌آموزان را در مدارس پیش‌بینی کند و درنهایت رابطه بین شیوه‌های فرزندپروری و درگیری والدین در امور تحصیلی تأیید شد. نتایج پژوهش‌های فوق با نتایج فرضیه فوق‌الذکر همسو است. با توجه به یافته‌های پژوهش، شیوه تربیتی والدین مقتدر که در مورد فرزندشان ثابت‌قدم هستند، الگوهایی از رفتارهای ابراز وجود و اعتماد را به آن‌ها ارائه می‌دهد؛ آن‌ها به گفته‌های فرزندان خود گوش می‌سپارند و گفتگو با آن‌ها را ترویج می‌دهند؛ همچنین روش انضباطی آنان توأم با گرمی، منطق و انعطاف‌پذیری است که به افزایش پیشرفت و درگیری تحصیلی یاری می‌رساند. والدین مقتدر در کنش‌های خود با فرزندان دلسوز و صمیمی هستند.

سبک فرزندپروری مقتدرانه با ترکیبی از مهارگری و حمایت بالای عاطفی، سطوح مناسبی از استقلال و ارتباط دوسویه میان کودک و والد را تأمین می‌کند. این سبک با پیامدهای تحولی مثبت، همچون پیشرفت تحصیلی، اتکا به خود بیشتر، انحراف رفتاری کمتر و روابط بهتر با همسالان همراه است. در مقابل، سبک مستبدانه، با تقاضای بالای والدین و پاسخ‌دهی کم آن‌ها

و پیامدهای منفی، مانند مشکلات رفتاری درونی‌سازی و برونی‌سازی همراه است. در سبک سهیل‌گیرانه که با توقعات کم والدین و رسیدگی و توجه بیشتر آن‌ها مشخص می‌شود، والدین با توجه بیش‌ازحد به فرزندان، انتظارات کمی از آنان دارند. این شیوه تربیتی با پرخاشگری، رفتار ضداجتماعی، موفقیت کم تحصیلی و مشکلات رفتاری آشکار در کودکان همراه است (ذکای‌فر و موسی‌زاده، ۱۳۹۹)؛ پس در تبیین این فرضیه می‌توان گفت فرزندانی که از شیوه تربیتی مناسبی برخوردارند، به این دلیل که با والدین احساس راحتی و صمیمیت می‌کنند، در مورد مسائل مختلف، ازجمله مسائل تحصیلی با آن‌ها تبادل نظر می‌کنند و معمولاً در مسائل تحصیلی موفق‌تر هستند. در چنین شرایطی، فرد با داشتن احساس سرزندگی در زندگی فردی، اجتماعی و تحصیلی، احساس شور و روحیه می‌کند. فرد با داشتن احساس سرزندگی در دوران تحصیل، با موانع و چالش‌های تحصیلی که در مسیر زندگی تحصیلی او قرار می‌گیرد، برخورد می‌کند و می‌کوشد با استفاده از نظرات و تجارب والدین، موفقیت‌های تحصیلی بیشتری کسب کند. به‌طور کلی نتایج پژوهش حاضر حاکی از رابطه الگوهای فرزندپروری با سرزندگی تحصیلی است. سرزندگی تحصیلی موجب احساس مثبت دانش‌آموزان در مورد خودشان خواهد شد و همین امر موجب علاقه آنان به امور تحصیلی و افزایش انگیزش تحصیلی آنان خواهد شد. این عامل، تحرک لازم را برای به‌پایان‌رساندن موفقیت‌آمیز یک تکلیف، رسیدن به هدف یا دستیابی به درجه معینی از شایستگی فراهم می‌آورد. دانش‌آموزانی که سرزندگی تحصیلی بالایی دارند، اشتیاق و علاقه بیشتری به تحصیل نشان می‌دهند و جهت رسیدن به اهداف تحصیلی خود تلاش بیشتری می‌کنند. برعکس دانش‌آموزان دارای سرزندگی تحصیلی پایین، علاقه چندانی به تحصیل نشان نمی‌دهند و تلاش کمتری هم برای رسیدن به اهداف تحصیلی می‌کنند (آریا پوران و دیگران، ۱۳۹۳: ۵۸).

در خاتمه با توجه به نتایج پژوهش و هم‌چنین اهمیتی که سرزندگی تحصیلی در زندگی روزانه تحصیلی فراگیران دارد، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های بیشتری در زمینه پیامدهای سرزندگی تحصیلی، رابطه آن با کیفیت تدریس و یا نوع شناسی دیگری از الگوهای فرزندپروری با فرسودگی تحصیلی انجام شود.

منابع

- آریا پوران، سعید، و دیگران (۱۳۹۳). "رابطه ابعاد خودپنداره با انگیزش تحصیلی (خواندن، نوشتن و ریاضی) دانش‌آموزان ابتدایی دارای ناتوانی‌های یادگیری". *ناتوانی‌های یادگیری*، دوره ۴، ش ۱ (پاییز): ۵۶-۷۲.
- اکبری، مرتضی؛ دهقانی، حمیدرضا؛ بیت‌الهی، حمیده (۱۳۹۶). "ارتباط سبک‌های فرزندپروری والدین و درک حمایت معلم با سرزندگی تحصیلی". [پیوسته] قابل دسترس در: <https://civilica.com/doc/768429> [۱۳۹۹/۷/۱۴]
- بخشایی، فرح (۱۳۹۵). "مدل‌یابی رابطه راهبردهای خودمدیریت زندگی، ادراک از شیوه فرزندپروری والدین، ادراک از جو مدرسه و تحول مثبت جوانی با سرزندگی تحصیلی". رساله دکتری روان‌شناسی تربیتی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه بین‌المللی امام‌رضا (ع).
- بطیار، عاطفه (۱۳۹۶). "پیش‌بینی سرزندگی تحصیلی بر اساس سبک‌های فرزندپروری و ادراک از جو مدرسه در دانش‌آموزان دوره ابتدایی". پایان‌نامه کارشناسی ارشد روان‌شناسی تربیتی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی شاهرود.
- جوادی علمی، لیلا؛ اسدزاده، حسن (۱۳۹۹). "مدل‌یابی روابط ساختاری اشتیاق تحصیلی دانشجویان بر اساس کمک‌طلبی تحصیلی، تدریس تحول‌آفرین، حمایت اجتماعی با میانجی‌گیری نقش سرزندگی تحصیلی". *پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی*، دوره ۱۰، ش ۳۷ (بهار): ۱۰۱-۱۲۲.
- دهقانی‌زاده، محمدحسین؛ حسین چاری، مسعود (۱۳۹۱). "سرزندگی تحصیلی و ادراک از الگوی ارتباطی خانواده، نقش واسطه‌ای خودکارآمدی". *مطالعات آموزش و یادگیری*، دوره ۴، ش ۲ (پاییز و زمستان): ۲۱-۴۷.
- دهقانی‌زاده، محمدحسین، و دیگران (۱۳۹۳). "سرزندگی تحصیلی و ادراک از الگوهای ارتباطات خانواده و ساختار کلاس، نقش واسطه‌ای ابعاد خودکارآمدی". *فصلنامه روان‌شناسی تربیتی*، سال دهم، ش ۳۲ (تابستان): ۳-۳۰.

- ذکایی فر، آرزو؛ موسی زاده، توکل (۱۳۹۹). "نقش سبک‌های فرزندپروری والدین در پیش‌بینی رشد اجتماعی کودکان پیش‌دبستان ۵ و ۶ ساله". *پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی*، دوره ۱۰، ش ۳۷ (بهار): ۸۷-۱۰۰.

- رضاپور گتایی، مصطفی (۱۳۹۷). "رابطه ادراک دانش‌آموزان از شیوه‌های فرزندپروری و سبک‌های تدریس معلم با درگیری تحصیلی دانش‌آموزان دبیرستانی". *پایان‌نامه کارشناسی ارشد روان‌شناسی تربیتی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران*.

- شکاری گیزی، ایوب (۱۳۹۶). "بررسی رابطه بین شیوه‌های فرزندپروری و درگیری والدین در امور تحصیلی با عملکرد تحصیلی دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع راهنمایی شهر بندرعباس". *پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه خوارزمی، تهران*.

<https://civilica.com/doc/768588/> [۱۳۹۹/۷/۱۴]

- فولادی، اسما؛ کجباف، محمدباقر؛ قمرانی، امیر (۱۳۹۷). "اثر بخشی آموزش سرزندگی تحصیلی بر موفقیت تحصیلی و خودکارآمدی تحصیلی دانش‌آموزان دختر". *آموزش و ارزش‌یابی*، دوره ۱۱، ش ۴۲ (پاییز): ۳۷-۵۳.

- کلاهی حامد، صبا؛ احمدی، عزت‌الله؛ شالچی، بهزاد (۱۳۹۷). "تبیین گرایش به مصرف مواد مخدر بر اساس هوش معنوی و خردمندی". *فقی دانش*، دوره ۲۴، ش ۲ (بهار): ۱۴۶-۱۵۲.

- مرادی، مرتضی، و دیگران (۱۳۹۷). "رابطه حمایت اجتماعی ادراک شده و ارزش مدرسه با سرزندگی تحصیلی با نقش میانجی درآمیزی با کار مدرسه". *مطالعات آموزش و یادگیری*، دوره ۱۰، ش ۱ (بهار و تابستان): ۱-۲۴.

- مرادیان، جلال؛ علی‌پور، سیروس؛ شهنی ییلاق، منیجه (۱۳۹۳). "رابطه علی بین سبک‌های فرزندپروری و عملکرد تحصیلی با واسطه خودکارآمدی تحصیلی و انگیزه پیشرفت در دانشجویان". *روان‌شناسی خانواده*، دوره ۱، ش ۱ (بهار و تابستان): ۶۳-۷۴.

- نیک‌سیرت، فرشته؛ خادمی اشکذری، ملوک؛ هاشمی، زهرا (۱۳۹۴). "رابطه شیوه‌های فرزندپروری والدین با انگیزش پیشرفت تحصیلی در دانش‌آموزان دختر". *اندیشه‌های نوین تربیتی*، دوره ۱۲، ش ۴ (زمستان): ۱۵۱-۱۷۴.

- یعقوبی، ابوالقاسم؛ فتحی، فتانه؛ فتحی چگنی، مریم (۱۳۹۸). "مقایسه دانش‌آموزان تیزهوش و عادی از لحاظ کمال‌گرایی، افسردگی و سرزندگی تحصیلی". *فصلنامه کودکان/استثنایی*، دوره ۱۹، ش ۳ (پاییز): ۱۰۵-۱۱۴.

- Buamrind, D. (1991). "The influences of parenting style on adolescent competence and subs tance use". *Journal of Early Adolesences*, Vol. 11, No. 1: 56-59.
- Comerford, J.; Batteson, T.; Tormey, R. (2015). "Academic buoyancy in second level schools: insights from Ireland". *Journal of Social and Behavioral Sciences*, Vol. 197: 98-103.
- Darling-Churchill, K. E.; Lippman, L. (2016). "Early childhood social and emotional development: Advancing the field of measurement". *Journal of Applied Developmental Psychology*, Vol. 45: 1-7.
- Kimble, B. A. (2015). *The parenting styles and dimensions Questionnaire: A reconceptualization and validation*. Oklahoma: Oklahoma State University.
- Martin, A. J.; Marsh, H. W. (2006). "Academic buoyancy and its psychological and educational correlates: A construct validity approach". *Psychology in the Schools*, Vol. 43, No. 3: 267-282.
- ——— (2008). "Academic buoyancy: Towards an understanding of students' everyday academic resilience". *Journal of School Psychology*, Vol. 46, No. 1: 53-83.

The relationship between parenting patterns and educational vitality in Junior high School students

Masoomeh Fadavi¹

Hadi Pourshafei²

Fereshteh Asadzadeh³

Abstract

As the first child-rearing environment, the family plays an important role in nurturing the various characteristics of children. The child learns first things in the family environment and then in school. This effect continues throughout school. Therefore, it is important to understand how parents interact with students. Peruvian child styles are patterns of child-rearing that are formed by regular parental interaction and their response to children's behavior. Parenting styles are one of the dimensions of the family, which, according to research, has a great and constructive impact on all social and educational fields and the formation of various psychological characteristics, including academic vitality. Therefore, it is necessary to investigate the relationship between parenting patterns and intellectual vitality in students. Therefore, this study aimed to investigate the relationship between parenting patterns and the academic vitality of high school students in Ghaen. The research method is correlational.

The target population in the present study is the first female high school students in Ghaen, which according to the statistics provided, includes 280 people. The statistical sample of the study based on Krejcie and Morgan's table is 260 people who were selected by the multi-stage cluster sampling method. The measurement tools in this study were Hosseinchari and Dehghanizadeh's (2012) Academic Vitality Questionnaires and Bamrind's (1991) Parenting Methods. Experts have confirmed the validity of the questionnaires mentioned above, and its reliability has been reported by calculating Cronbach's alpha coefficients for the Academic Vitality Questionnaire of 0.80 and the Parenting Methods Questionnaire of 0.75. Research data were analyzed using Pearson test and multiple regression using SPSS software. Findings showed that there is a relationship between the type of parenting patterns and students'

1. M.A student in Educational Psychology, Payam Noor University, Birjand, Corresponding Author, as.m7.fadavi@gmail.com

2. Associate professor, Educational Sciences, University of Birjand, hpourshafei@birjand.ac.ir

3. Faculty member of Educational Sciences, University of Tehran, Jgavam@yahoo.com

academic vitality. Also, there is a significant relationship with academic vitality between the two parenting styles, namely authoritarian and negligent styles. Still, decisively, there is no significant relationship with educational vitality. They also easily have the most to do with academic vitality.

Keywords: parenting patterns, academic vitality, students, high school

قحطی شمال خراسان طی جنگ جهانی اول به روایت اسناد منتشر نشده آرشیو ملی ایران

الهام ملک‌زاده^۱

نوع مقاله: علمی - پژوهشی

شماره صفحه: ۱۲۷-۱۵۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۴/۲۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۶/۲

چکیده

ایران سرزمینی است که به دلایل متعدد جغرافیایی، هجوم بیگانگان، فقدان راه‌های مناسب مواصلاتی و غیره، پیوسته در معرض قحطی‌های مختلف و ادواری بوده است. با وقوع جنگ جهانی اول و اشغال ایران، مقارن با خشکسالی، آشفتگی‌هایی پیش آمد که وضعیت را پیچیده‌تر کرد. مسئله‌ی اصلی و پرسش مقاله‌ی حاضر، با تمرکز بر منطقه شمالی خراسان به عنوان یکی از مناطق درگیر قحطی جنگ جهانی اول و تبعات حاصل از آن، این است که عوامل موجد یا تشدیدکننده‌ی بروز و گسترش قحطی و غلای پیش آمده چه بود؟ در این شرایط، دولت ایران جهت کاستن شدت قحطی و گرسنگی یا غلبه بر این وضعیت، چه اقداماتی انجام داد؟

برای انجام این پژوهش از اسناد آرشیوی منتشر نشده به‌عنوان اصلی‌ترین منبع مطالعاتی موجود که حاوی اطلاعاتی بکر و تازه است، استفاده شده و تلاش شده با بهره‌گیری از روش تحقیق مطالعات تاریخی و بر پایه شیوه توصیفی - تحلیلی پس از مطالعه و بررسی اسناد مربوطه، با توجه به خلأ مطالعاتی درخصوص موضوع کنونی، به پرسش‌های بالا پاسخ داده شود.

نتیجه‌ی حاصله، نشان‌گر این واقعیت است که علاوه بر روند اقدامات غیر عادلانه‌ی روس‌ها در ایجاد اختلال و تخریب نظام خرید محصولات مناطق شمال خراسان، اعم از محصولات کشاورزی و دامی، عوامل مختلف دیگری از جمله بارش کم، احتکار گندم و جو، سودجویی بیش از اندازه

۱. عضو هیأت علمی و مدیر گروه تاریخ اجتماعی و اقتصادی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

فروشنده‌گان غله، بی‌کفایتی و بی‌خردی مأموران گمرکی، بی‌تدبیری مسئولان دولتی و غیره، مهم و مؤثر بوده‌اند و باعث بروز قحطی در سال‌های ۱۲۹۷-۱۲۹۱ شده‌اند.

واژه‌های کلیدی: احتکار، جنگ جهانی اول، شمال خراسان، قحطی، قوای روس.

مقدمه

موقعیت جغرافیایی سرزمین ایران، وضعیت ژئوپلیتیک منحصربه‌فردی را موجب شده که همواره در معادلات جهانی، نقش برجسته‌ای ایفا کرده‌است. این موقعیت ژئوپلیتیک، بستر مناسبی برای بروز تنش‌های سیاسی و نظامی و مآلاً تهدیدهایی برای امنیت ملی ایران بوده‌است. همچنین، کشور ایران به سبب قرار گرفتن در کمربند خشک جغرافیایی واقع در ۲۵ تا ۴۰ درجه عرض شمالی، از مناطق خشک و کم‌باران جهان به‌شمار می‌رود که مقدار بارش آن تقریباً معادل یک‌سوم متوسط بارش جهانی است.

با بروز جنگ جهانی اول، این دو ویژگی، یعنی موقعیت ژئوپلیتیک و خشکی و کم‌بارانی، دست‌به‌دست هم دادند و افزون بر حمله قوای نظامی روسیه و انگلیس و عثمانی به ایران که به اشغال این کشور انجامید، سراسر کشور دچار خشکی و قحطی شد و در پی آن، قحط‌وغلای بزرگ سال‌های ۱۲۹۶-۱۲۹۸ ش. / ۱۹۱۷-۱۹۱۹ م. پدیدار شد. پیش از شروع جنگ جهانی اول و کشیده‌شدن دامنه آن به ایران، بخش‌هایی از کشور به علل طبیعی و داخلی دچار کمبود یا گرانی غله شده بود و نشانه‌های آن از اوایل سال ۱۲۹۱ ش. / ۱۹۱۲ م. آشکار و روزبه‌روز بر شدت آن افزوده شد. این قحطی، کمبود غله و دیگر مواد خوراکی مورد نیاز تا سال ۱۲۹۶ ش. ادامه یافت و اغلب مردم در دوران جنگ جهانی با خشکی، کمبود و گرسنگی دست‌به‌گریبان بودند. در کنار سختی و تنگنای طبیعی و داخلی، از بهمن ۱۲۹۳ ش. / ژانویه ۱۹۱۵ م. که قوای روسیه وارد خاک ایران شدند تا پایان جنگ و بیرون رفتن قشون عثمانی از خاک ایران و تخلیه کامل کشور از نیروهای انگلیسی در تابستان ۱۲۹۷ ش. / ۱۹۱۸ م.، ایرانیان ناخواسته به منازعه خونین متفقین و متحدین کشیده شدند و به ورطه آسیب‌ها و محرومیت‌های فراوان افتادند. جنگ موجب ویرانی مناطق زیادی از کشور شد و اثر نامطلوبی بر اقتصاد ایران گذاشت. با این همه، شدت سختی‌های

برآمده از جنگ، در زمستان ۱۲۹۷ ش./ ۱۹۱۹ م. رخ نمود و با بروز قحطی و بیماری، مشکلات افزایش یافت و تعداد زیادی از ایرانیان جان باختند.

درباره این سختی‌ها و اوضاع اجتماعی ایران، بویژه قحطی‌های پدیدآمده در دوران جنگ و شیوع بیماری‌های مسری، پژوهشی مستقل انجام نشده و آنچه در این باره، خصوصاً تلف‌شدن عده زیادی از ایرانیان نوشته شده‌است؛ اغلب افواهی هستند و کمتر بر مشاهده مستقیم و دقیق تکیه داشته‌اند. با وجود این، لابه‌لای همین آثار، مطالبی دقیق و درخور توجه درباره موضوع پژوهش حاضر آمده که البته تعداد آن‌ها بسیار کم و انگشت‌شمار است. در این میان کتاب قحطی بزرگ تألیف محمدقلی مجد، سال ۱۳۸۷، با ترجمه محمد کریمی، نخستین تکنگاری و اثر مستقل درباره قحطی سال‌های ۱۲۹۶-۱۲۹۸ ش./ ۱۹۱۷-۱۹۱۹ م. است که نویسنده از آن به‌عنوان هولوکاست واقعی نام برده‌است. مجد کتاب خود را با تکیه بر اسناد و گزارش‌های موجود در آرشیو وزارت امور خارجه آمریکا و اخبار و گزارش‌های منتشرشده در روزنامه‌های آن ایام، بویژه روزنامه‌های رعد و/ایران تألیف کرده و از خاطرات افسران و فرماندهان انگلیسی استفاده کرده‌است. هدف اصلی وی از تألیف این کتاب نشان‌دادن رفتار ارتش انگلیس در ایران، به‌عنوان مسبب اصلی قحطی بزرگ بود. وی تأکید می‌کند قحطی هنگامی رخ داد که سراسر ایران در تصرف نظامی انگلیسی‌ها بود و آن‌ها نه تنها کاری برای مبارزه با قحطی و کمک به مردم ایران نکردند؛ بلکه عملکردشان وضع را وخیم‌تر کرد و موجب مرگ ایرانی‌ها شد. مجد معتقد است، درست در زمانی که مردم ایران به دلیل قحطی و گرسنگی هلاک می‌شدند، ارتش بریتانیا مشغول خرید مقادیر عظیمی غله و مواد خوراکی از بازار ایران بود و با این کار افزون بر افزایش قیمت مواد غذایی، مردم ایران را نیز از دستیابی به این مواد محروم کرد و در عین حال مانع ورود مواد غذایی و غله از آمریکا و هند و بین‌النهرین به ایران شد. همچنین دولت انگلیس از پرداخت پول حاصل از فروش نفت ایران خودداری کرد و دولت ایران را در تنگنای بیشتری انداخت که همه این اقدامات را باید جنایت جنگی و نسل‌کشی به‌شمار آورد. مجد بر این باور است که انگلیسی‌ها از قحطی و نسل‌کشی، به‌عنوان وسیله مناسبی استفاده کردند تا به‌طور کامل بر ایران چیره شوند و منابع ثروت آن را به یغما برند.

گذشته از کتاب مجد، در تعداد دیگری از پژوهش‌هایی که درباره جنگ جهانی اول و ارتباط آن با ایران انجام شده‌است، دیده می‌شود که اغلب پژوهشگران بنا بر بینش و گرایش سیاسی خود، وقتی از قحط‌وغلای سال‌های ۱۲۹۶-۱۲۹۸ ش. سخن به میان می‌آورند، با تک‌سبب‌بینی آشکار، علت اصلی را، معمولاً به گردن استبداد داخلی و بی‌کفایتی مسئولان کشوری می‌اندارند؛ یا بر عامل خارجی تکیه می‌کنند و نقش دولت‌های استعماری، بویژه بریتانیا را جلوه‌ای خاص می‌دهند و از دیگر علل و اسباب این پدیده، ناخودآگاه غافل می‌مانند. به نظر می‌رسد علت اصلی آن نیز استفاده نکردن از اسناد مراکز آرشیوی داخل کشور است که اگر مورد بهره‌برداری قرار می‌گرفتند، بدیهی است باعث تغییر نگرش و رأی و نظر درباره این موضوع می‌شد.

از آن‌جاکه طی سالیان اخیر، به این موضوع توجه ویژه‌ای شده و در خصوص قحطی ایران و مسائل مربوط به آن طی جنگ جهانی اول، آثار متعددی منتشر شده‌است که البته هیچ‌یک به طور خاص با موضوع مقاله حاضر مرتبط نیست، به‌عنوان پیشینه پژوهش این نوشتار به‌شمار نیامده‌اند و بدان‌ها اشاره نخواهد شد؛ از آن جمله مقاله‌ای از نگارنده است با عنوان «روایت اسنادی نقش روسیه و شوروی در بحران قحطی جنگ جهانی اول در ایران» که پیشتر منتشر شده‌است و به‌طور عام به نقش دولت روسیه و سپس شوروی در بروز قحطی و تبعات آن در ایران در بحبوحه سال‌های جنگ جهانی اول در سایر مناطق ایران می‌پردازد. بدیهی است نقطه اشتراک این مقاله با نوشتار حاضر، تأکید بر آگاهی‌های برآمده از محتوای اسناد منتشر نشده آرشیوی است که شاید با رویکردی متفاوت با آنچه تاکنون در آثار چاپ‌شده موجود است، روایت این سال‌ها را منعکس می‌کند.

با این مختصر باید خاطرنشان ساخت، بیشتر مقالات و آثاری که طی سال‌های اخیر منتشر شده‌اند، به تکرار مکررات دچار شده‌اند و هنوز نگاهی مستند، واقع‌بینانه و مبتنی بر تبعات اجتماعی و اقتصادی حاصل از اشغال ایران و ائتلاف نفوس انجام نشده‌است. بدین لحاظ، مقاله حاضر می‌کوشد روایتی مستند از وضعیت قحطی و مسائل در پی آن، با تمرکز بر منطقه شمال خراسان ارائه نماید.

قحطی مناطق شمال خراسان طی جنگ جهانی اول

در شرایطی که جنوب ایران عرصه تاخت و تاز قشون انگلیسی و در پی آن، سیاست دولت انگلستان بود، بخش‌های شمالی خراسان در دست قشون روس قرار داشت. به نظر می‌رسد دولت روسیه و به تبع آن، فرماندهان نظامی مستقر در مرزهای ایران، افزون بر فعالیت‌های قانونی، از طریق سفارت‌خانه روسیه در تهران و کارگزاری‌هایش در شهرهای خراسان، به‌صورت غیرقانونی از جمله تطمیع تعدادی از کارمندان گمرک و بعضی از سران عشایر خراسان و مذاکره با آن‌ها، غلات و دیگر مواد خوراکی مورد نیاز خود را از خراسان به‌دست می‌آوردند.

بنا به گزارش مدیرکل گمرکات به وزارت مالیه در ۲۵ ژانویه ۱۹۱۶ م. / ۱۱/۴ / ۱۲۹۴ هـ. ش، رئیس ایل تیموری به‌طور قاچاق از گمرک کاریز، غله به روسیه صادر می‌کرد [برگرفته از نامه شماره ۲۲۲۴، ۸۰۶۴، وزارت داخله و اداره گمرکات به وزارت مالیه در ۱۹ دلو و ۵ حوت ۱۲۹۵ هـ. ش]. [ساکما، سند شماره ۲۰۲-۱۴۹۳-۲۴۰] و رئیس گمرک نیز به دلیل نداشتن نیروی کافی، نمی‌توانست از کار او جلوگیری کند؛ چراکه ایل تیموری دارای چندین صد نفر سوار بود. غله به‌صورت قاچاق هنگامی صادر می‌شد که به واسطه وخامت شرایط [برگرفته از نامه شماره ۷۳۲۱ اداره گمرکات به وزارت مالیه در ۴ دلو ۱۲۹۴ هـ. ش]. [ساکما، سند شماره ۲۷۰-۱۴۹۳-۲۴۰] در ۱۸ جدی ۱۲۹۴ هـ. ش، به رئیس ایالتی گمرکات خراسان ابلاغ شده بود که بنا بر تصمیم هیئت دولت، از صدور غله از سرحدات خراسان ممانعت کنند [نامه شماره ۶۵۶۳ اداره گمرکات به وزارت مالیه در اول جدی]. [ساکما، سند شماره ۲۶۹، ۲۷۴-۱۴۹۳-۲۴۰].

پیداست که رئیس ایل تیموری و افرادش در این کار تنها نبودند و احتمالاً تعدادی از مأموران دولتی نیز با افراد ایل همکاری می‌کردند. این مطلب را بعدها وزارت مالیه در نامه شماره ۳۲۴۸۳ خود به وزارت داخله در ۲۹ دلو ۱۲۹۵ ش. تأیید کرد؛ اما از مأموران دولت سخنی به میان نیاورد و از واژه دیگران استفاده کرد و نوشت: «در این اقدام رئیس ایل مزبور و دیگران مصدر این کار هستند». به‌رحال با آشکارشدن این ماجرا، از ادامه آن جلوگیری و مقرر شد حقوق گمرکی

غله‌های حمل‌شده را از رئیس تیموری دریافت کنند و به اداره گمرک بپردازند (ساکما، سند شماره ۲۱۸، ۲۷۴-۱۴۹۳-۲۴۰).

بنا بر گزارش کارپردازی عشق‌آباد به وزارت خارجه، در برج حوت ۱۲۹۴ ش. / ژانویه و فوریه ۱۹۱۵ م.، به اهتمام اداره گمرک، از نقاط مختلف خراسان، استرآباد و مازندران، به ترکستان روسیه غله و احشام برده شد که به گفته کارشناسان وزارت امور خارجه از نظر اقتصادی و تجاری به حال مملکت مضر و اگر واقعاً این اقدام از طرف گمرک صورت گرفته باشد، باعث حیرت است. در این باره البته وزارت مالیه دستور داد که حتی «اگر به توسط غیر هم حمل می‌شود، جلوگیری» کنند. بردن غله و گاو و گوسفند به روسیه همچنان ادامه داشت و حتی به برج میزان [مهر] ۱۲۹۴ ش. نیز رسید [برگرفته از نامه‌های وزارت مالیه به اداره مرکزی گمرکات در ۹ جمادی‌الاول و ۲۲ جمادی‌الثانی ۱۳۳۳ ق. و نامه وزارت امور خارجه در ۲۶ جمادی‌الاول به وزارت مالیه] (ساکما، سند شماره ۳۱۵، ۳۱۶، ۳۱۷، ۳۲۴-۱۴۹۳-۲۴۰).

بردن غله و دام زنده به ترکستان روسیه از راه‌های مختلف انجام می‌شد؛ چنان‌که تجارت‌خانه طومانیانس^۱ مقداری غله و دام را به بهای ۴۳۶۰۰ ریال از اداره مالیه خرید و قید کرد که اگر اجازه رسمی برای بردن دام و غله از سوی مقام‌های مسئول صادر نشود، پول خود را باز پس می‌گیرد [نامه شماره ۸۱۵۱، خزانه‌داری کل به وزارت مالیه در ۳۱ خرداد ۱۲۹۴ ش.]. به نظر می‌رسید احتمالاً تعدادی از کارمندان وزارت مالیه و اداره گمرک در این کار دست داشته‌اند؛ زیرا در نامه‌ای با کاغذ مخصوص وزارت مالیه و با نشان تاج و شیر و خورشید، بدون شماره و تاریخ و امضا و مهر، از وزارت مالیه به اداره مرکزی گمرکات، نوشته شده بود که بر حسب اجازه و تصویب هیئت دولت، باید مقدار نه‌هزار خروار از جنس‌های ایتیاعی تجارت‌خانه طومانیانس از سرحد قوچان به خارجه حمل شود. جالب است که در پایان، دستور داده شده بود، به ضرورت به اداره

۱. نخستین تجارت‌خانه‌ای است که در ایران به کار صرافی و بانکداری، به شکل گسترده پرداخت. هاراتون تومانیانس در ۱۲۵۷ خورشیدی، مؤسسه بازرگانی خود را در تبریز بنا کرد و پس از برقراری صادرات و واردات با روسیه تزاری و چند سفر به این کشور و آشنایی با بانکداری آن، در ۱۳۰۹ ش. کار صرافی و بانکداری را شروع کرد که رفته‌رفته به صورت فعالیت اصلی تجارت‌خانه درآمد. این بنگاه، در زمانی کوتاه توانست در خرید و فروش ارز با بانک شاهنشاهی رقابت کند و با افتتاح حساب جاری برای مردم، پرداخت وام و دادن بهره به موجودی تا ۶٪، موفقیت زیادی به دست آورد؛ ولی پس از نزدیک یک سده فعالیت، در جریان انقلاب روسیه، ورشکست و اموالش توقیف شد (نصیری و دیگران، ۱۳۳۸: ۴۷-۴۸، ۵۰؛ اعظمی زنگنه، ۱۳۱۸: ۲۰۴؛ ماجدی و گلریز، ۱۳۶۷: ۱۶۹).

گمرک محلی دستور داده شود این مقدار جنس با تصویب پیشکار مالیه خراسان اجازه عبور داده شود و مانع نشوند و حقوق مقرر گمرکی را هم دریافت کنند (ساکما، سند شماره ۱۵۳-۱۴۹۳). افزون بر نداشتن تاریخ و شماره و امضا، آنچه بیشتر باعث تردید در اصالت این نامه می‌شود، تأکید بر تصویب پیشکار مالیه خراسان و جلوگیری نکردن از خروج غله و گرفتن حقوق گمرکی است؛ زیرا هر جنسی که به‌طور قانونی از مرزها خارج می‌شد، حقوق گمرکی آن نیز دریافت می‌شد و نیازی به این نبود که بر موافقت پیشکار مالیه تأکید شود. به هرحال این نامه هنگامی برای اداره مرکزی گمرکات فرستاده شد که وزارت مالیه در پاسخ به محتشم‌السلطنه، وزیر امور خارجه، در ۶ سنبله^۱ [شهریور] ۱۲۹۴ ش. نوشت: «به واسطه وفور حمل غله به خارجه و بیم قحط و غلایی که مآلاً نتیجه آن بوده... وزارت مالیه منع حمل غله را صادر نموده» است. در انتهای این نامه که چند کلمه از آن محو شده است و به نظر می‌رسد درباره اجازه خروج غله است، خطاب به محتشم‌السلطنه آمده است: «البته تصدیق می‌فرمایید که از روی مأخذ و مدرکی نبوده- است و به محض اظهار یک نفر که شخصاً در این موضوع ذی‌نفع است، نمی‌توان آن را تغییر داد»؛ که منظور همان حکم جلوگیری از خروج دام و غله از سرحدات بود که کسی نمی‌توانست آن را نسخ کند (ساکما، سند شماره ۱۵۳-۱۴۹۳-۲۴۰).

بنا بر گزارش اداره روسیه، وزارت امور خارجه^۲ در هفتم اکتبر ۱۹۱۵ م. / ۲۶ ذی‌قعدة ۱۳۳۳ ق. / ۱۴ میزان [مهر] ۱۲۹۴ ش. به وزارت مالیه، فرمانده نگهبانان سرحدی سرخس روسیه، درخواست خرید و اجازه حمل یکصد خروار جو از سرخس ناصری را از کارگزار سرخس کرده بود (ساکما، سند شماره ۲۸۸-۱۴۹۳-۲۴۰). کارگزار سرخس در گزارش خود به وزارت امور خارجه، بی‌توجه به کشیده‌شدن جنگ به ایران و ورود نیروهای بیگانه به درون کشور، به مقام‌های مسئول رهنمون داد که چون غله در سرخس زیاد و بیش از اندازه لزوم موجود است، صدور این اجازه متضمن صرفه رعایای آن حدود خواهد بود. به این جهت مقتضی این است که برای حمل یکصد

۱. تا پیش از ۱۳۰۴ که تقویم رسمی کشور بر اساس گاه‌شماری خورشیدی و ماه‌های ایرانی تغییر یافت، تاریخ‌ها بر پایه تقویم قمری و ذکر ماه‌های عربی و بروج فلکی مرسوم در دوره قاجار بود؛ از این‌رو در اسناد عباراتی از این دست دیده می‌شود؛ مثل سنبله که منظور شهریورماه است.

۲. در دوران رضاشاه، ساختار وزارت خارجه و بخش‌های مختلف آن تغییراتی یافت. ادارات سیاسی متعددی نیز ایجاد شد که از آن جمله، اداره روسیه بود که امور مربوط به مسائل فی‌مابین ایران و کشور روسیه را بر عهده داشت.

خروار، اجازه صادر شود (ساکما، سند شماره ۲۸۶-۱۴۹۳-۲۴۰). برای تصمیم‌گیری در این باره نامه‌هایی میان وزارت‌خانه‌های امور خارجه، داخله و مالیه مبادله شد و دستور روشنی صادر نشد (ساکما، سند شماره ۲۴۷، ۲۵۵، ۲۵۶، ۲۸۷، ۳۰۳-۱۴۹۳-۲۴۰).

در این میان کار صدور غله همچنان ادامه داشت و به تصریح کارگزار عشق‌آباد در تلگراف رمز نمره ۲۴۲۴ خود به اداره روسیه وزارت امور خارجه در ۲۱ ذی‌حجه ۱۳۳۳ ق. / ۷ آبان ۱۲۹۴ ش. همه‌روزه مقدار زیادی گندم از ایران به ترکستان وارد می‌شد. کارگزار عشق‌آباد پس از این گزارش با نگاهی واقع‌بینانه و با توجه به آنچه امروز آن را منافع ملی می‌خوانیم، اظهار کرد: «اگر ممانعت سخت نشود در مدت دو ماه، تمام گندم خراسان به طرف ترکستان کشیده خواهد شد و معلوم نیست اجازه عبور از طرف دولت علیّه رسماً داده شده یا این که به واسطه عدم توجه مأمورین گمرک، به‌طور قاچاق عبور می‌دهند». کارگزار عشق‌آباد در پایان گزارش خود، با کنایه خطاب به مقام‌های مسئول تأکید کرد: «یقین است در این خصوص توجه مخصوص خواهند فرمود» (ساکما، سند شماره ۲۵۳، ۲۵۴-۱۴۹۳-۲۴۰).

اداره گمرکات همواره اظهار می‌کرد تأکیدات بلیغه به مأمورین تحت‌الحکم خود نموده‌است تا در نهایت جدّیت و شدت، از صدور جنس قاچاق که در سرحدات خراسان خارج می‌شود جلوگیری نمایند [نامه اداره گمرکات به وزارت مالیه در ۲۹ ژانویه ۱۹۱۶ م.]. با بروز تنگنایی که «اهالی خراسان از حیث خشکسالی و نیامدن باران دچار» آن شده بودند و آشکارشدن فروش و حمل دوهزار خروار از خراسان به روسیه، همه مسئولان امر در وزارت امور خارجه و وزارت مالیه به تکاپو افتادند [برگرفته از نامه شماره ۲۴۱ وزارت امور خارجه به وزارت مالیه در ۶ صفر ۱۳۳۴ ق. / ۳۰ آذر ۱۲۹۴ ش.]. (ساکما، سند شماره ۲۸۱-۱۴۹۳-۲۴۰)؛ و نامه وزارت مالیه به اداره گمرکات در ۲۴ بهمن ۱۲۹۴ ش.]. (ساکما، سند شماره ۲۶۷-۱۴۹۳-۲۴۰)؛ و معلوم شد برخلاف گزارش کارگزاری سرخس، نه تنها «جنس زایدی» در سرخس «و بیش از اندازه لزوم موجود» نبود؛ بلکه همین مسأله باعث گرانی جنس شده بود و ممکن بود اهالی آن حدود، دچار قحطی و عسرت شوند؛ این همه باعث شد که وزارت مالیه در پی شناختن کسانی روند که گندم و جو به روسیه فروخته و برده‌اند؛ از این رو وزارت مالیه از خزانه و گمرک توضیحات خواست که با صدور حکم منع حمل غله، چگونه حمل می‌نمایند؟ [برگرفته از نامه وزارت امور خارجه به وزارت مالیه در ۱۴

محرم ۱۳۳۴ ق./ ۲۹ آبان ۱۲۹۴ ش.]. (ساکما، سند شماره ۲۶۱-۱۴۹۳-۲۴۰). از آن سو مقام‌های نظامی روسیه بر اجرای خواسته‌های خود پای می‌فشردند و از جمله رئیس گمرکات مشهد در ۴ ژانویه ۱۹۱۶ م./ ۱۳ دی ۱۲۹۴ ش.، به آگاهی اداره گمرکات رساند که قنسولگری، تقاضای صدور غله از خراسان به سرحدات روسیه در سرخس را کرده و در تلگراف خود نوشته‌است: «تصور می‌کنم بتوان اجازه صدور» غله‌ای را داد «که به جهت پُست‌های سرحدی روس لازم است». او معتقد بود صدور غله به روسیه صدمه‌ای به آذوقه و معاش اهالی وارد نمی‌کند؛ زیرا مقدار جنسی که تقاضا شده‌است، دارای اهمیت نیست و این غله از نواحی سرحدی می‌آید که به هیچ‌وجه جنس آنجا به مرکز وصلت نمی‌دهد. کنسول‌گری روسیه همچنین معتقد بود، غله موجود در سرخس کفاف خوراک اهالی را به‌خوبی می‌داد؛ لیکن نزد محترکین جمع می‌شد و به دست مردم نمی‌رسید (ساکما، سند شماره ۲۲۲-۱۴۹۳-۲۴۰).

در پی این تلگراف در نهم ژانویه نیز کنسول‌گری روسیه در تلگراف دیگری به اداره گمرکات مشهد، درخواست «۳۰۰۰ پود^۱ جو، ۴۰۰۰ پود یونجه و ۷۰۰ پود آرد» را کرد که به روسیه صادر شود (ساکما، سند شماره ۲۶۳-۱۴۹۳-۲۴۰). برای پاسخ‌دادن به این درخواست‌ها حتی در جلسه هیئت دولت نیز در این‌باره گفت‌وگو شد و قرار شد وزارت مالیه «هرطور مقتضی» می‌داند پاسخ دهد. اما وزارت مالیه نیز گویی با کنسول‌گری روسیه رودربایستی داشت؛ ارائه پاسخ را به وزارت امور خارجه محول کرد و تأکید کرد در این‌باره با سفارت روسیه مذاکره و مکاتبه نخواهد کرد [نامه وزارت مالیه به وزارت امور خارجه در ۱۲/۱۵ ۱۲۹۴ ش.]. (ساکما، سند شماره ۲۴۹-۱۴۹۳-۲۴۰).

وزارت امور خارجه گویا از دادن پاسخ روشن به سفارت روسیه در تهران سرباز زده بود و فقط نقش پیک را بازی می‌کرد؛ از این رو در ۶ جمادی‌الثانی ۱۳۳۴ ق./ ۱۱/۱۱ ۱۲۹۶ ش. در نامه‌ای به وزارت مالیه، راجع به حمل غله نوشت: «به موجب یادداشتی که از سفارت روس در این موضوع رسیده‌است، اولیای محترم سفارت دولت امپراتوری روسیه خواهش نموده‌اند که به حکام و مأمورین مالیه تعلیمات لازمه داده شود موافق معمول سنواتی جلوگیری از حمل غله به خاک

۱. پود یا پوپت Pot واحد اندازه‌گیری وزن در روسیه که معادل ۱۶ کیلوگرم یا ۵ من و نیم تبریز است که در تعیین مالیات از آن استفاده می‌شد.

روسیه نمایند». با اینکه وزارت مالیه بر آن بود تا آنجا که ممکن بود، مسئولیت این موضوع را به عهده نگیرد، در پاسخ به نامه وزارت خارجه به اداره مالیه دستور داد: «به وزارت خارجه بنویسید که رأی و دستورالعمل وزارت خارجه را در این باب مرقوم نمایند تا اقدامات لازم به عمل آید. چون مسأله خیلی اهمیت دارد، محتاج به دستورالعمل است» (ساکما، سند شماره ۲۵۲، ۳۰۴-۱۴۹۳-۲۴۰). به رغم اهمیت موضوع غله و جلوگیری از قحطی و کمیابی آن با تمهیداتی که وزارت مالیه در این باره به کار برده بود، به نظر می‌رسد مدیریت این کار چندان موفق نبود و مسئولان امر به نوشتن بخشنامه بسنده می‌کردند؛ از این رو، ممکن بود در جایی درواقع غله فراوان بود و باید صادر می‌شد و جای دیگر کمبود آن نمایان و نیاز به واردکردن جو و گندم بود.

در هشتم ثور ۱۲۹۴ ش. چند نفر از کشاورزان لطف‌آباد در تلگرافی به رئیس‌الوزرا که رونوشت آن به وزارت مالیه و رئیس کل گمرکات ایران نیز فرستاده شد گفتند: نزدیک هزار و پانصد خروار جو که حاصل سال ۱۲۹۴ ش. بود به واسطه قدغن خروج آن، در انبارها باقی مانده‌است؛ چون مصرفی در درج [دره‌گز] ندارد و حاصل تازه هم، بیست‌روزه به دست می‌آید. حرف این کشاورزان این بود که به زودی جو سال قبل ضایع خواهد شد و خسارت زیادی به آن‌ها وارد می‌شود؛ از این رو، چون حاصل دسترنج آن‌ها به فروش نرسیده بود توانایی جمع‌آوری محصول تازه نیز از آنان سلب شده بود و به همین سبب از وزارت مالیه درخواست عاجزانه می‌کردند به رئیس گمرکات درج اجازه دهند با خروج جو مخالفت نکنند (ساکما، سند شماره ۳۰۶-۱۴۹۳-۲۴۰). به این ترتیب وزارت مالیه به طور موقت اجازه داد مقداری غله به ترکستان صادر شود (ساکما، سند شماره ۲۸۳-۱۴۹۳-۲۴۰).

دیری نپایید که بر اثر تلگراف‌های حکومت خراسان و گزارش‌های کارگزاری آن ایالت و نیز تحقیقاتی که وزارت به انجام رساند، آشکار شد، به دلیل نیامدن باران از اوایل پاییز، قیمت غله در تمام مناطق خراسان، رو به ترقی گذاشت و همگان به هراس افتادند که اسباب عسرت و قحطی برای اهالی خراسان فراهم شد. به همین جهت، وزارت مالیه به تکاپو افتاد و به این نکته توجه کرد که حمل غله به خارجه باعث شدت این قحطی خواهد شد. در نخستین اقدام خود در همان اوان در سیزدهم ثور ۱۲۹۵ ش.، بنا به گزارش وزارت مالیه به میرزایانس، مدیرکل گمرک و خزانه‌داری، سفارت روسیه از وزارت مالیه درخواست کرده بود که حمل جواز سرحدات خراسان

به خاک روسیه را آزاد بگذارند. در این حال چون جو در سرحد کم نبود و گزندی به اهالی نمی‌رساند، وزارت مالیه به گمرک سرحدات خراسان دستور داد که با گرفتن حقوق گمرکی، مانع صدور جو به روسیه نشوند (ساکما، سند شماره ۲۳۸، ۲۳۹-۱۴۹۳-۲۴۰). در ۲۸ قوس [آذر] ۱۲۹۴ ش. در نامه‌ای به اداره کل گمرکات که مضمون آن را در همان روز به آگاهی وزارت امور خارجه و اداره خزانهداری کل رساند، دستور داد به مأمورین گمرک‌خانه‌های سرحدی خراسان و سیستان اطلاع دهند که حمل غله را به خارجه هر قدر و راجع به هرکس باشد، جداً منع کنند و تکلیف اداری را در اجرای این حکم و قدغن کاملاً ادا نمایند (ساکما، سند شماره ۲۷۱، ۲۷۲، ۲۷۳-۱۴۹۳-۲۴۰).

حکم جلوگیری از خروج غله در پاییز ۱۲۹۴ ش. فقط مخصوص گمرک‌خانه‌های سرحدات خراسان بود؛ اما چون این حکم برای همه گمرک‌خانه‌های سرحدی فرستاده شده بود، در گیلان و مازندران نیز درباره برنج اجرا شد و از این رو آسیب‌هایی به کشاورزان وارد شد. اساساً گیلان و مازندران به دلیل نداشتن راه‌های ارتباطی مناسب با بخش‌های داخلی کشور، کاملاً به بازار روسیه وابسته بود و همواره از راه دریا که حمل و نقل کالا در آن سریع‌تر و ارزان‌تر بود با روسیه دادوستد داشت؛ در نتیجه صدور فرآورده کشاورزی و دامی، بویژه برنج از خطه شمال ایران حتی در دوران جنگ، آسیبی به بازار داخلی نمی‌زد و سبب گرانی و قحطی نمی‌شد؛ برعکس هرگاه به دلیل طبیعی یا سیاسی راه صدور کالا از گیلان و مازندران به روسیه بسته می‌شد، کشاورزان و بازرگانان ایرانی به شدت لطمه می‌دیدند و زیان سختی به اقتصاد و تولید کشاورزی شمال ایران وارد می‌شد. به همین دلیل پس از گذشت نزدیک به یک سال از صدور حکم مجدد منع خروج غله از سرحدات خراسان، رئیس گمرک استرآباد برای جلوگیری از زیان برنج‌کاران در ۳ قوس ۱۲۹۵ ش. از اداره مرکزی گمرکات درباره «ممنوعیت حمل برنج استعلام کرد» و معلوم شد که حکم منع خروج غله فقط برای سرحدات خراسان صادر شده بود (ساکما، سند شماره ۲۰۸، ۲۱۳-۱۴۹۳-۲۴۰)؛ از این‌رو، صدور برنج از استرآباد و گیلان از سر گرفته شد (ساکما، سند شماره ۲۱۳-۱۴۹۳-۲۴۰) و برای حمل پانزده‌هزار کیسه برنج بنگاه بازرگانی طومانیانس نیز اجازه صادر شد (ساکما، سند شماره ۲۱۱-۱۴۹۳-۲۴۰). به‌طور کلی خروج فرآورده‌های کشاورزی و دامی در دوران جنگ جهانی اول جهانی از نواحی کنار دریای خزر به روسیه، فعالیتی بود طبیعی و عادی که در فرایند

روابط بازرگانی ایران و روسیه تعریف می‌شد و ارتباطی با غارتگری‌های نظامیان روسی نداشت و هیچ‌گاه سبب قحطی و کمیابی مواد خوراکی و گرانی آن‌ها نشد. در ۱۴ قوس ۱۲۹۵ ش. در شکایت از حکم جلوگیری از صدور برنج و دیگر فرآورده‌های کشاورزی به خارج از کشور، تلگرافی به اداره کل گمرک و وزارت داخله فرستاده شد. در این تلگراف که آن را جعفرآف، حاجی علی مقیم‌آف و محسن‌آف از سوی هیئت تجار امضا کرده‌اند آمده‌است: «از قرار تلگراف انزلی، اجازه حمل برنج به روسیه از مرکز داده شد، برای مازندران اجازه دولت نرسیده ما جماعت تجار در بندر[های] مازندران واقع شدیم، کلی پول تجار خارجه در نزد ما و خرید برنج نمودیم و باید برسانیم. تمنا می‌نماییم هر نوع به تجار گیلان رفتار فرموده و اجازه داده شد به این چاکران اجازه فدوی داده که اعتبارات در خطر نباشد...» (ساکما، سند شماره ۲۰۳-۱۴۹۳-۲۴۰).

چون پاسخ این تلگراف را وزارت داخله در ۱۹ قوس به مازندران فرستاد (ساکما، سند شماره ۲۰۴-۱۴۹۳-۲۴۰)، تلگراف دیگری در ۱۶ قوس و با امضای رفیع جعفرآف، نعیم‌آف و محسن‌آف به اداره کل گمرکات کشور و وزارت داخله فرستاده شد که در آن با اشاره به تلگراف تظلم‌آمیز پیشین و اینکه تاکنون حکمی از مقام محترم صادر نشده آمده‌است: «علاوه بر این که اعتبارات ما در خطر؛ بلکه فوق‌العاده سخته در امر تجارت وارد خواهد شد، اکنون استدعای عاجزانه داریم حکمی صادر فرمایید تا اداره گمرک ممانعت از حمل ننماید». البته چون از آغاز برای اداره گمرک سوءتفاهمی حاصل شده بود، با اقدامات وزارت داخله و وزارت مالیه، حکم قدغن حمل برنج رفع شد و بازرگانی از مازندران از سر گرفته شد (ساکما، سند شماره ۲۰۵، ۲۰۶، ۲۰۷-۱۴۹۳-۲۴۰). این حکم را نظامیان روسیه مستقر در خراسان نپذیرفتند و بی‌توجه به بخش‌نامه دولت ایران، به قوه قهریه و بدون رعایت هیچ‌یک از مقررات مقرر، غله صادر نموده و برای نظامیانی که خارج از سرحد اردو زده بودند، می‌فرستادند [گزارش رئیس ایالتی گمرکات مشهد، در ۲۷ مارس ۱۹۱۶ م. ۱۲۹۵/۱/۷ ش. به اداره گمرکات] (ساکما، سند شماره ۲۴۳-۱۴۹۳-۲۴۰).

وزارت مالیه در پاسخ به این گزارش، مسئولیت را از خود سلب کرد و آن‌را به وزارت امور خارجه ارجاع داد و در نامه‌ای به آن وزارتخانه در ۱۲۹۵/۱/۲۶ ش. تصریح کرد: «اقدام در این کار موقوف به دستورالعمل آن وزارت جلیله است. مقرر فرمایید دستورالعملی را در این باب مرقوم دارند تا از طرف وزارت مالیه اقدام شود. چون مسئله خیلی اهمیت دارد محتاج به دستورالعمل است»

(ساکما، سند شماره ۲۳۶-۱۴۹۳-۲۴۰)؛ از سوی دیگر در ۲۷ فروردین، وزارت مالیه در نامه‌ای به اداره کل گمرکات که ناتوانی دولت ایران از رویارویی با خودسری‌های نظامیان روسیه در آن هویدا بود، به مدیر گمرکات توصیه کرد: «در این باب با سفارت روس مذاکره نماید، شاید موفق شود بر اینکه ترتیبی در جلوگیری از این اقدامات بدهد» (ساکما، سند شماره ۲۴۳-۱۴۹۳-۲۴۰). درخواست‌های کشاورزان و اهالی سرحدات خراسان برای آزاد گذاشتن صدور غله به روسیه و درخواست‌های پی‌درپی سفارت روسیه برای صدور پاره‌ای از فرآورده‌های کشاورزی، مسئولان وزارت مالیه را بر آن داشت تا با دقت به بررسی این موضوع بپردازند و در وهله اول معین کنند چه مقدار غله و از چه نقاط می‌توان به روسیه صادر کرد. این میزان دقت و توجه، به‌رغم اینکه در پاییز ۱۲۹۵ ش. / ۱۹۱۶ م. غله در خراسان فراوان و نرخ آن هم مناسب بود، برای این بود که مسئولان امور با توجه به حضور نیروهای بیگانه در کشور و آثار جنگ و احتمال نیامدن باران، بیم داشتند هرگاه اجازه حمل مقدار نامحدودی از غله داده شود، ممکن است در آینده مشکل ایجاد کند [تلگراف نمره ۴۵۶ از مشهد به تهران در ۱۲ میزان ۱۲۹۵ ش.]. (ساکما، سند شماره ۲۲۳-۱۴۹۳-۲۴۰). در پی این تلگراف، وزارت مالیه در ۱۷ قوس به اداره مالیه خراسان توصیه کرد که صدور غله به روسیه، فقط از نقاط سرحدیه حمل شود نه از نقاط داخله خراسان. با وجود این تعیین مقدار غله صادراتی نیز اهمیت شایانی داشت و وزارت مالیه نمی‌خواست به‌طور نامحدود، اجازه حمل صادر کند. به همین سبب، تعیین مقدار آن را منوط به نظریات و تحقیقات دقیقه اداره مالیه خراسان کرد (ساکما، سند شماره ۲۲۴-۱۴۹۳-۲۴۰). در این باره مجدالسلطنه، رئیس مالیه خراسان، در ۲۳ میزان^۱ به آگاهی وزارت مالیه رساند که صد و ده‌هزار خروار غله از سرحدات بی‌اشکال است و این مقدار را می‌توان از این مناطق اجازه حمل داد: سرخس ۱۵۰۰، قوچان ۵۰۰۰، بجنورد ۲۵۰۰ [و] درج ۱۰۰۰ خروار (ساکما، سند شماره ۱۸۶-۱۴۹۳-۲۴۰). با این‌همه، به دلیل سوء مدیریت و فزون‌خواهی سودجویان، با اینکه هنوز اجازه صدور غله به روسیه داده نشده بود، بنا بر گزارش‌های متعدد از خراسان به وزارت مالیه در واپسین روزهای مهر، به‌واسطه سوء اقدامات محتکرین و خروج بی‌رویه غله از مرزها، قیمت گندم به خرواری

بیست تومان رسید و روزبه‌روز نیز در حال افزایش بود [برگرفته از نامه‌های وزارت مالیه به حکومت خراسان در ۲۱ و ۲۸ میزان ۱۲۹۵ ش.]. (ساکما، سند شماره ۱۸۵، ۱۸۹-۱۴۹۳-۲۴۰).

با پیش‌آمدن این وضع، وزارت مالیه، در ۲۸ میزان از اداره مرکزی گمرکات درخواست کرد که از اداره گمرک خراسان استعلام شود با اینکه هنوز از وزارت مالیه اجازه حمل جنس به خارجه صادر نشده، چگونه مأمورین گمرکات سرحدی خراسان، حمل غله را آزاد کرده‌اند و مانع نمی‌شوند (ساکما، سند شماره ۱۸۴-۱۴۹۳-۲۴۰). از دیگرسو، برای جلوگیری از افزایش قیمت گندم و بروز احتمالی قحطی و کمیابی نان، در وهله اول به دستورات وزارت مالیه، از بیرون‌بردن غله از مرزهای خراسان جلوگیری شد و سپس با هماهنگی وزارت مالیه و وزارت داخله، "مجلس مشاوره بلدیة مشهد" تشکیل شد و اعضای آن به‌اتفاق تقاضا کردند برای جلوگیری از تسعیر در زمستان، از طرف دولت به اداره مالیه قدغن شود جنس انبار را بفروشند تا به این وسیله بتوانند جنس را ارزان‌قیمت نگاه دارند و اگر ناچار دولت باید بفروشد به خود اداره بلدیة بفروشد [برگرفته از تلگراف مشارالسلطنه به وزارت داخله در ۲۵ میزان ۱۲۹۵ ش.]. (ساکما، سند شماره ۱۸۷، ۱۸۸-۱۴۹۳-۲۴۰).

در حقیقت پیشنهاد مجلس مشاوره بلدیة مشهد که آن را مشارالسلطنه پیشکار ایالت خراسان به وزارت داخله تلگراف کرده بود، این بود که مسئولیت جلوگیری از دشواری‌های آینده مردم را به بلدیة محول کنند. به این شرط که غله موجود در انبار دولتی را به معمول و نه به بهای خرواری بیست‌تومان به بلدیة بفروشند تا این اداره به تدابیری که مقتضی می‌داند جلوی کمیابی نان را بگیرد. بنابراین آشکار شد علت اصلی گرانی غله در پاره‌ای از شهرهای خراسان، بویژه در درجز، یکی فعالیت مخرب محتکران بود و دیگر حمل بی‌رویه غله به روسیه که البته معلوم نیست اجازه صدور آن را چه نهادی داده بود؛ گو اینکه در میان اسناد موجود برگی یافت شد با نشان تاج و شیر و خورشید که عنوان ریاست وزرا در زیر آن چاپ شده و در قسمت نوشتن متن، مطلبی بدون تاریخ و شماره و امضا و مهر نوشته شده که در آن آمده‌است: «به گمرک تلغراف کنند که هر قدر جو از خراسان به روسیه حمل می‌کنند، ابدأً ممانعت نمایند» (ساکما، سند شماره ۱۸۲-۱۴۹۳-۲۴۰)؛ اما اینکه چرا سخن از حمل جو به میان آمده نه گندم، دور نیست بدین دلیل باشد

که در همان اوان اجازه صدور هزار و پانصد خروار جو از لطف‌آباد به روسیه صادر شده بود و با این حکم کسانی می‌توانستند در کنار مقداری جو، مقدار معتناهی گندم نیز به روسیه ببرند. وقتی آشکار شد صدور غله از سرحدات خراسان، غیرقانونی و بدون اجازه وزارت مالیه بوده‌است، به گزارش مجدالسلطنه در دهم عقرب، این کار از قرار اظهار اداره گمرکات به موجب حکم نمره ۲۵۶۶ اداره مرکزی گمرکات به انجام رسید و در همین حکم آمده بود حمل غله از سرحدات آزاد است و از تمام سرحدات خراسان غله حمل می‌نماید. جالب آنکه در حاشیه تلگراف مجدالسلطنه نوشته شده بود: «جواب داده شود، سوء تفاهمی در دادن این حکم برای اداره گمرک مرکزی شده بود. اکنون اکیداً قدغن گردید حمل به خارجه ممنوع باشد» (ساکما، سند شماره ۲۰۱-۱۴۹۳-۲۴۰). به هرحال این تلگراف و حاشیه آن، این احتمال را تأیید می‌کند که کسانی از درون نهادهای دولتی جریان غیرقانونی خروج غله از خراسان به روسیه را هدایت می‌کردند و از نابسامانی اوضاع نیز به‌خوبی بهره می‌بردند. ضمن اینکه علت دیگر گرانی گندم، چنان که مجدالسلطنه در دوم عقرب [آبان] ۱۲۹۵ ش. در تلگراف شماره ۵۵ خود به وزارت مالیه نوشت، علت تفاوت قیمت مخابره‌شده از تلگراف‌خانه با قیمت اعلام‌شده از اداره مالیه، این بود که تلگراف‌خانه سنگ محل را مأخذ قرار داده، درحالی‌که اداره مالیه، از قرار سنگ تبریز را مصدر تعیین قیمت دانسته‌است؛ از این‌رو، همین اختلاف قیمتی که از سوی تلگراف‌خانه و اداره مالیه ارائه می‌شد، مورد بهره‌برداری سودجویان و محتکران قرار می‌گرفت و به راحتی می‌توانستند قیمت‌ها را افزایش دهند.

به گفته مجدالسلطنه، اساساً در ایالت خراسان، اختلاف وزن در همه نقاط به چشم می‌خورد. مجدالسلطنه در گزارش خود به وزارت مالیه نوشته‌است: «در نقاط ذیل یک خروار به سنگ محل معادل است: قوچان ۱۱۷، شیروان ۱۲۵، درجز ۱۳۷، تربت ۱۰۶، کلات ۱۲۵، باخرز ۱۲۰ من تبریز»؛ بنابراین بهای گندم در درجز به سنگ تبریز ۱۳-۱۴ تومان بود و قیمت جنس به سنگ محل، مبلغی دیگر (ساکما، سند شماره ۱۷۷، ۱۷۸، ۱۹۵-۱۴۹۳-۲۴۰).

بنابر گزارش‌های متعددی که به وزارت مالیه می‌رسید، حمل جنس از سرحدات خراسان شیوع حاصل کرده بود و گمرک‌خانه‌های سرحدی خراسان نیز در این‌باره در خوش‌بینانه‌ترین حالت،

قصور می‌کردند و حتی گمرک خاکستر^۱ برخلاف ممنوع‌بودن صدور غله، به‌صراحت اعلام کرد: «تا حکم نرسد اجازه داریم که حمل غله را مانع نشویم» [برگرفته از نامه شماره ۱۷۰۶ وزارت داخله به وزارت مالیه در ۵ عقرب و نامه‌های وزارت مالیه به اداره مرکزی گمرکات به شماره‌های ۲۱۶۱۷ و ۲۲۰۷۱ در ۵ و ۷ عقرب ۱۲۹۵ ش.]. (ساکما، سند شماره ۱۷۹، ۱۸۲، ۱۸۳-۱۴۹۳-۲۴۰). از این‌رو، در بیستم عقرب، بار دیگر وزارت مالیه بر ممنوعیت صدور غله از سرحدات خراسان تأکید کرد و در نامه‌ای به اداره مرکزی گمرکات در ۲۶ عقرب برای دلجویی از مأموران اداره گمرک، اظهار کرد: «البته مأمورین گمرک حتی‌الامکان در اجرای احکام و تصمیمات هیئت دولت کوشش و اهتمام دارند و اگر در بعضی موارد قصوری شده‌است، به‌واسطه اشتباه و سوءتفاهم است». پس از آن بر ممنوع‌بودن خروج غله از سرحدات تأکید کرد که «عجالتاً قدغن نمایید به طور عمومیت صدور غله را ممنوع بدارند و اگر در ضمن این قدغن عمومی مستثنیاتی لازم باشد، راجع به هر ناحیه باشد. در ثانی به موجب حکم مخصوصی به اداره مرکزی گمرکات دستور داده خواهد شد» (ساکما، سند شماره ۱۹۸-۱۴۹۳-۲۴۰). با این همه درخواست‌های سفارت روسیه برای خرید غله همچنان ادامه داشت و این بار تقاضا کرد چون تعدادی از اسیران جنگی را در ماورای خزر [ترکستان] اسکان داده‌اند، اداره گمرک خراسان از حمل آذوقه به روسیه ممانعت نکند. وزارت مالیه البته در برابر این درخواست نمی‌توانست مقاومت کند و از این‌رو در ۲۷ عقرب به اداره گمرک اجازه داد که موقتاً این تقاضا را بپذیرند؛ اما چون از بروز گرانی و کمبود نان در هراس بود، از وزارت داخله خواست به‌وسیله مأمورین خود تحقیق کند وضع حقیقی نواحی خراسان را از حیث آذوقه اهالی معین فرمایند تا در آتیه در رد و قبول این‌گونه تقاضاها مدرک صحیحی در دست داشته باشد (ساکما، سند شماره ۲۲۸، ۲۴۸-۱۴۹۳-۲۴۰). همچنین مصادر نظامی روسیه درخواست حمل هزار پوپ [پود] جو برای علیق سواران سرحدی روسیه کردند که طبق معمول، رئیس اداره مرکزی کل گمرکات در هشتم حوت ۱۲۹۵ ش. پذیرش این درخواست را منوط به تحقیقات گمرک خراسان کرد تا در صورتی که معلوم شود این مقدار جو واقعاً برای مصرف اسب‌های مأموران سرحدی تقاضا شده‌است و صدور آن سبب رنج و عسرت اهالی ساکن

۱. نام منطقه‌ای در سرحدات خراسان و در نزدیکی سرخس

در سرحد نمی‌شود، بهای آن گرفته شود و اجازه صدور صادر گردد (ساکما، سند شماره ۱۶۳-۱۴۹۳-۲۴۰).

وزارت مالیه که از گرانی و کمیابی نان در هراس بود و نمی‌خواست این مقدار جو برای خوراک اسب‌های سواران روسی به آن سوی مرز حمل شود، موافقت با درخواست مصادر نظامی روسیه را در یازدهم حوت، منوط به نظریات... رئیس‌الوزرا و اولیای وزارت خارجه کرد و خود را از تصمیم‌گیری در این باره کنار کشید (ساکما، سند شماره ۱۹۱-۱۴۹۳-۲۴۰). در این مورد، گویا رئیس‌الوزرا و اولیای وزارت امور خارجه به عمد از اظهار نظر خودداری کردند تا شاید بر اثر گذشت زمان، فرماندهان نظامی روسیه که در خراسان مستقر بودند، چاره دیگری برای تهیه خوراک اسب‌ها در نظر بگیرند. در این میان مدیرکل گمرکات در پانزدهم حمل ۱۲۹۶ ش. در نامه‌ای به شماره ۲۵۴ به وزارت مالیه پیشنهاد کرد، این مقدار جو از خیرآباد صادر شود؛ زیرا نظر به بُعد مسافت فوق‌العاده بین خیرآباد و سایر نواحی خراسان و عدم امکان رسانیدن غله آنجا به نقاط مجاور، پذیرفتن تقاضای... مصادر نظامی روس متضمن ضرر و زیانی به مردم نبود (ساکما، سند شماره ۱۶۷-۱۴۹۳-۴۰). تصمیم‌گیری در این باره ظاهراً همچنان به تعلل و دفع‌الوقت به این روز و آن روز افتاد (ساکما، سند شماره ۱۶۵-۱۴۹۳-۲۴۰)؛ اما سرانجام در همان بهار ۱۲۹۶ ش. اجازه حمل این هزار پوط جو صادر شد و به آن سوی مرز برده شد. پس از صدور این هزار پوط جو، بار دیگر در خرداد ۱۲۹۶ ش. اومیستر کراسیک، فرمانده پست نظامی آرتیک از رئیس گمرک باباجیق^۱ درخواست ۶۰۰ پوط جوی دیگر برای آذوقه اسب‌های پست نظامی آرتیک کرد (ساکما، سند شماره ۱۳۴-۱۴۹۳-۲۴۰). با این درخواست نیز به دلیل اینکه از صدور آن «ضرری متصور نیست»، موافقت شد و به این ترتیب ۶۰۰ پوط جوی دیگر به روسیه صادر شد [برگرفته از نامه شماره ۱۹۱۵، اداره گمرک به وزارت مالیه در ۱۳ جوزای ۱۲۹۶ ش.] (ساکما، سند شماره ۱۳۹-۱۴۹۳-۲۴۰).

در همان اوان، بنا بر نامه وزارت امور خارجه در ۳ رجب ۱۳۳۵ ق. / ۱۲۹۶/۲/۵ ش. اولیای دولت علیه ایران محض مروت و مساعدت، حمل چهارده هزار خروار گندم را به عشق آباد اجازه داد... .

۱. نام سابق بخش لطف‌آباد در شهرستان دره‌گز

بعد اولیای دولت علیّه نظر به شایعات قلّت و کمی غله موقع وعده خود را موقوف داشت. در این حال سفارت روسیه بنا بر اطلاعاتی که به دست آورده بود به آگاهی وزارت امور خارجه رساند در خراسان گندم کافی موجود و تمام تحریکات بر ضد حمل گندم از طرف محترکین به انجام می‌رسید؛ بنابراین سفارت روسیه اعلام آمادگی کرد برای خنثی کردن فعالیت‌های مخرب محترکان با مسئولان محلی خراسان همکاری کند؛ به شرط اینکه دولت ایران اجازه حمل آن چهارده هزار خروار گندم را صادر کنند که همه آن‌ها به ماورای بحر خزر که فوق‌العاده احتیاج به آن دارند فرستاده شود (ساکما، سند شماره ۱۱۱، ۱۳۷-۱۴۹۳-۲۴۰). پاسخ به پیشنهاد سفارت روسیه تا بیستم اردیبهشت ۱۲۹۶ ش. به تعویق افتاد و در این مدت اداره مالیه؛ اجازه حمل گندم به عشق‌آباد را نداد و بنابر گزارش ایالت خراسان به جنرال قونسول‌گری، وزارت داخله بر آن بود که تمام جنس دولتی را به طومانیانس بفروشد تا خواستاران گندم، غله مورد نیاز خود را از همین تجارت‌خانه تأمین کنند (ساکما، سند شماره ۱۱۶-۱۴۹۳-۲۴۰).

در این میان پیشکار مالیه سابق، بیست هزار خروار غله موجودی انبار مشهد و سایر نقاط ایالت خراسان را تصرف و به اسم تجارت‌خانه طومانیانس حواله صادر کرد [برگرفته از تلگراف‌های شماره ۱۰۱۳ و ۱۰۸۲ از مشهد به تهران در ۲۴ و ۲۵ ثور ۱۲۹۶ ش.] (ساکما، سند شماره ۱۱۸، ۱۲۰-۱۴۹۳-۲۴۰). جالب آنکه این مقدار گندم گم شده بود و وزارت مالیه در پی آن بود تا دریابد این بیست هزار خروار گندم در تصرف و اختیار چه کسی بود؟ (ساکما، سند شماره ۱۲۴-۱۴۹۳-۲۴۰). به نظر می‌رسد این گندم به طور قاچاق به روسیه برده شده‌است؛ زیرا بنا به گزارش اداره گمرکات خراسان، از اول فروردین تا بیستم اردیبهشت ۱۲۹۶ ش. به طور رسمی و قانونی به روسیه صادر شده بود، ۲۱۵۰ خروار بود (ساکما، سند شماره ۱۲۲-۱۴۹۳-۲۴۰) و از اتفاق، همان بیست هزار خروار گندم در همین زمان گم شده و معلوم نبود به کجا برده شده‌است؛ البته دولت تا پنج هزار خروار گندم اجازه داده بود که به روسیه حمل شود و نزدیک به سه هزار خروار آن باقی مانده و هنوز صادر نشده بود (ساکما، سند شماره ۱۲۳-۱۴۹۳-۲۴۰). این سه هزار خروار گندم قرار بود از قوچان به روسیه حمل شود [برگرفته از نامه شماره ۸۳۲ وزارت داخله به وزارت مالیه در ۲۷ ثور ۱۲۹۶ ش.] (ساکما، سند شماره ۱۲۷-۱۴۹۳-۲۴۰)؛ اما با مفقود شدن بیست هزار خروار گندم و خالی شدن انبارهای دولتی، مردم نگران شدند و به گزارش مأموران مالیه که

می‌خواستند آن سه‌هزار خروار گندم را از فاروج جمع‌آوری کنند، نزدیک سه- چهارهزار جمعیت از قرای ولایت در فاروج جمع شدند و نگذاشتند گندم حمل شود. آن‌ها از قحطی و گرسنگی بیم داشتند و می‌گفتند «تمام ما از گرسنگی خواهیم مرد». شجاع‌الدوله حاکم خراسان که نشانه‌های کمبود نان و بروز قحطی در خراسان را به‌خوبی دریافته بود، حرکت مردم را تأیید کرد و درباره درستی سخن آن‌ها برای وزارت داخله نوشت: مردم شهدالله راست می‌گویند. گندم ابداً در خاک قوچان نیست. او از وزارت داخله خواست که امر و مقرر فرمایند دو- سه‌هزار خروار جنس از اداره مالیه به رعایا و اهالی بفروشند و به هر قیمت که جنس به کمیته (کمیته خرید غله روسیه) فروخته‌اند، رعایا خرواری سه‌تومان علاوه خریداری می‌نمایند. وی به‌درستی بر این نکته پای فشرده که اگر رعایا نان داشته باشند، آن وقت از حمل گندم کمیته ممانعت نخواهند کرد و اگر تا موقع خرمن از گندم مالیاتی به رعایا فروخته نشود، به عسرت و تلفات سخت هم خواهند افتاد (ساکما، سند شماره ۱۳۸-۱۴۹۳-۲۴۰)؛ از سوی دیگر هیئت تجار قوچان در نهم جوزا تلگرافی به وزارت داخله و مالیه فرستاد که در آن درخواست شده بود از حمل غله به روسیه جلوگیری شود و در عوض غله انبار دولتی را با نرخ عادلانه به مردم بفروشند و بدین طریق از گرانی و کمبود نان جلوگیری کنند (ساکما، سند شماره ۱۳۱، ۱۳۵-۱۴۹۳-۲۴۰) در این‌باره وزارت مالیه در دهم جوزا پاسخ داد: «که در موضوع فروش غله و حمل به خارجه از طرف دولت مقرر شده‌است، مقداری از جنس خراسان را به خارج حمل نمایند. از این مقدار هم قدری سابقاً حمل شده و بقیه تدریجاً به‌نوعی که باعث عسرت اهالی نشود، حمل خواهد شد و چون مقدار خیلی است، حمل آن باعث عسرت و سختی نخواهد شد». درباره غله قوچان نیز که درخواست شده بود به مردم واگذار شود، پاسخ داده شد: «ترتیبی در نظر است که دستورالعمل آن قریباً خواهد رسید و رفع نگرانی اهالی شده آسوده خاطر می‌شوند» (ساکما، سند شماره ۱۳۲-۱۴۹۳-۲۴۰)؛ اما با بروز خشکسالی و سختی، بنابر گزارش‌های مجدالسلطنه در هفدهم جوزا و کارگزار خراسان در سوم سرطان [تیر] هیجان و حالت اضطراب و تزلزل در اهالی خراسان افزون شده بود و اظهارات شکایت‌آمیز از هرسو برخاسته بود. به گفته مجدالسلطنه اگر چنان‌چه از حمل غله به خارجه در این مورد شدیداً ممانعت نشود، در آتیه گذشته از عسرت و تنگی، بیم قحطی سخت می‌رود. برای جلوگیری از آن قحطی سخت، مجدالسلطنه توصیه کرده بود به فوریت به ادارات مالیه و گمرکات

خراسان اوامر اکید صادر شود که نهایت مواظبت را در سرحدات به عمل آورده و سوای پنج هزار خروار غله‌ای که قبلاً از طرف دولت اجازه حمل به خاک روسیه داده شده، از خروج غله به خارجه کلیتاً جلوگیری کنند تا رفع نگرانی اهالی را کرده و از هر دسیسه که ممکن است در ضمن خروج این مقدار غله در سرحدات اعمال شود، با کمال دقت ممانعت نمایند (ساکما، سند شماره ۱۲۹، ۱۴۱-۱۴۹۳-۲۴۰)؛ البته تلگراف‌های شکایت‌آمیز درباره صدور غله به روسیه همچنان ادامه داشت [برگرفته از نامه وزارت مالیه به اداره کل گمرکات در ۱۲۹۶/۴/۵ ش.ا. از این‌رو، افزون بر بستن مرزها، وزارت مالیه از اداره مالیه خراسان درخواست کرد به‌طور دقیق معین کنند چه مقدار غله به‌طور رسمی و قانونی به روسیه صادر شده‌است. در پاسخ به این درخواست، اداره مالیه خراسان در هفدهم سرطان در تلگراف نمره ۶۴۹ نوشت: «هیچ مقدار غله از اداره مالیه به دولت بهیه روسیه تا به حال فروخته نشده، فقط دوهزار خروار غله قوچان و دوهزار خروار غله سرخس را دولت بهیه از وکیل [تجارت‌خانه] طومانیانس خریداری نموده، به موجب حکم تلگرافی نمره ۹۳۰۰ مقرر شده بود که معادل مقدار پنج‌هزار خروار غله به دولت بهیه روسیه فروخته شود و فعلاً هم مقدار هزار خروار آن باقی است. در صورتی که دولت اجازه فروش مقدار فوق را به دولت بهیه داده‌است، بهتر است فروش مقدار باقی را نیز تعقیب نماید». البته نگرانی مردم و مسئولان محلی از صدور این پنج‌هزار خروار غله نبود، بلکه مشکل اساسی، خروج بی‌رویه و فراوان غله قاچاق به روسیه بود که در آن اوضاع و احوال، صدور هزار خروار باقی‌مانده از پنج‌هزار خروار گندمی که قرار بود به روسیه صادر شود، خود سبب کمبود و گرانی نان می‌شد؛ چنان‌که کمیسیون تغذیه مشهد نیز تصدیق کرده بود که صدور همین یک‌هزار خروار غله با اوضاع و احوال اهالی و بدی محصول ضرر فوق‌العاده‌ای را در بر داشت. بدین سبب اداره مالیه خراسان پیشنهاد کرد تصمیم‌گیری درباره این هزار خروار گندم به حکومت خراسان واگذار شود. اداره مالیه همچنین بر این نظر بود که اگر قرار است این هزار خروار گندم در معرض فروش قرار گیرد، چه دلیل دارد که گندم پست‌تر از نرخ عادلانه روز به دولت بهیه روسیه به موقع فروش گذارد؟ به‌هر حال شکایت‌های پی‌درپی مردم و هشدارهای مسئولان محلی خراسان و بیم از قحطی و سختی مردم موجب شد وزارت مالیه، خروج غله از سرحدات خراسان را صلاح نداند و از صدور همان هزار خروار گندم نیز جلوگیری کند (ساکما، سند شماره ۱۴۵، ۱۴۶-۱۴۹۳-۲۴۰).

نتیجه

حضور نظامی قوای بیگانه در ایران در دوران جنگ جهانی اول، مهم‌ترین اسباب ویرانی کشور و نابودی اقتصاد متکی بر کشاورزی آن بود. فراتر از پدیده قحطی و کمبود مواد غذایی در دوران جنگ، بررسی اسناد آرشیوی و پاره‌ای گزارش‌های روزنامه‌های آن روزگار، حکایت از اقدامات دولت‌های ایران، نهادهای مختلف از جمله اداره غلات، مدیریت خبازخانه‌ها و افراد خیر دارد که جهت مقابله با گرسنگی، تلاش زیادی مصروف داشتند. این درحالی بود که عوامل مهمی سوای بارش کم باران، احتکار گندم و جو به وسیله محترکان، سودجویی نانوایان، بی‌تدبیری مسئولان امور، خیانت مأموران گمرک و... وجود داشت. ضمن اینکه به‌عنوان مهم‌ترین و اصلی‌ترین عامل مؤثر در بروز قحطی و تبعات حاصل از آن باید کارشکنی تجار روسی با دستور و اطلاع دولت روسیه را نام برد. بدین‌ترتیب که برخلاف شیوه مرسوم تجارت میان بازرگانان روسی و تولیدکنندگان ایرانی اعم از کشاورزان و دامداران، که به‌صورت پیش‌خرید محصولات، معامله می‌کردند، از تجارت با کشاورزان و دامداران مناطق شمالی خراسان سرباز زدند. این امر نه تنها موجب از میان‌رفتن قدرت خرید طرف ایرانی در تأمین مواد غذایی و مایحتاج زندگانی روزمره شد، به‌دلیل فقدان هرگونه انبار و سیلویی که امکان نگهداری محصولات را ممکن سازد، امکان استفاده بعدی برای مصرف داخلی در زمانی دیگر را عملاً غیرممکن می‌ساخت. همچنین در شرایطی که دولت مرکزی در تلاش برای مدیریت وضعیت نابسامان معیشتی، کمبود آذوقه و غلات، حضور نیروهای اشغال‌گر و خرابی‌های ناشی از وجودشان بود، از یک‌سو ضعف حکام محلی و مأموران گمرک که با نیروهای روس همکاری می‌کردند، فشار همراه با تهدید و ایجاد اغتشاش در شمال خراسان، بویژه سرحدات توسط دولت روسیه و سربازان حاضر در خراسان از سویی دیگر، موجب آشفتگی و به‌هم‌خوردن وضعیت عمومی در منطقه و بروز معضلات مختلف اقتصادی، اجتماعی و تلفات انسانی شد. غالب اسناد و مدارک مربوط به موضوع قحطی مناطق شمالی خراسان، از هجوم، غارت، دزدی، هتک حرمت، کشتار و بیرحمی‌های سالدات‌های روسی در خراسان و سایر نقاط شمالی و شمال شرقی و شمال غربی کشور حتی اصفهان حکایت می‌کند؛ دست‌درازی‌هایی که موجب کشتار بسیاری از مردم بی‌گناه شد و به همان اندازه دولت مرکزی را عاجز از رسیدگی و سامان‌دادن اوضاع کرده بود.

.۱۳۸.۱۳۷.۱۳۵.۱۳۴.۱۳۲.۱۳۱.۱۲۹.۱۲۷.۱۲۴.۱۲۳.۱۲۲.۱۲۰.۱۱۸.۱۱۶.۱۱۱
.۱۸۵.۱۸۴.۱۸۳.۱۸۲.۱۷۹.۱۷۸.۱۷۷.۱۶۷.۱۶۵.۱۶۳.۱۵۳.۱۴۶.۱۴۵.۱۴۱.۱۳۹
.۲۰۸.۲۰۷.۲۰۶.۲۰۵.۲۰۴.۲۰۳.۲۰۲.۲۰۱.۱۹۸.۱۹۵.۱۹۱.۱۸۹.۱۸۸.۱۸۷.۱۸۶
.۲۴۹.۲۴۸.۲۴۷.۲۴۳.۲۴۰.۲۳۹.۲۳۸.۲۳۶.۲۲۸.۲۲۴.۲۲۳.۲۲۲.۲۱۸.۲۱۳.۲۱۱
.۲۸۱.۲۷۴.۲۷۳.۲۷۲.۲۷۱.۲۷۰.۲۶۹.۲۶۷.۲۶۳.۲۶۱.۲۵۶.۲۵۵.۲۵۴.۲۵۳.۲۵۲
.۱۴۹۳.۳۲۴.۳۱۷.۳۱۶.۳۱۵.۳۰۶.۳۰۴.۳۰۳.۲۸۸.۲۸۷.۲۸۶.۲۸۳

Famine in North Khorasan during the First World War, according to unpublished documents of the National Archives of Iran

Elham Malekzadeh¹

Abstract

Iran is a country that has been constantly exposed to various periodic famines due to: various geographical reasons, foreign invasions, lack of proper transportation routes, and etc. With the outbreak of World War I and the occupation of Iran, along with the drought, there were disturbances that complicated the situation. The main topic of the present article, focusing on the northern region of Khorasan as one of the areas affected by the famine of World War I and its consequences, is what caused or exacerbated the phenomenon and the development of famine and what happened afterward. Under these circumstances, what the Iranian government did to reduce the increase in famine and hunger or to overcome this situation is of absolute importance.

To conduct this research, unpublished archival documents have been used as the main source of existing studies that contain fresh and up-to-date information, given the lack of studies on the current topic, to answer the above questions.

The result indicates that in addition to the unjust actions of the Russians in disrupting and destroying the purchasing system of products in northern Khorasan, including agricultural and livestock products, other crucial factors such as low rainfall, hoarding of wheat and barley, excessive profiteering of grain sellers, inadequacy and irrationality of customs officials, the recklessness of government officials, and etc have been described as important factors and have caused famine in the years 1291-1297

Keywords: hoarding, World War I, North Khorasan, famine, Russian forces.

1. Faculty Member of Research Center for Historical Sciences, Institute for Humanities and Cultural Studies, elhammalekzadeh@ihcs.ac.ir

مدل سازی حکمرانی شبکه های اجتماعی پیام رسان داخلی

مورد مطالعه: شهر مشهد

تانیا نیکوخصال^۱

حمید عرفانیان خازناد^۲

مسعود احمدی^۳

نوع مقاله: علمی- پژوهشی

شماره صفحه: ۱۵۱-۱۷۹

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۲/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۴/۲۹

چکیده

حکمرانی شبکه‌ای، فضاهاى جدیدی از حکومت را، با رفع دوگانگی‌های سنتی دولت و جامعه فراهم کرده‌است که از طریق بسیج دانش، منابع شهروندان مسئول، نهادهای جامعه مدنی، سازمان‌های عمومی و شرکت‌های خصوصی امکان‌پذیر می‌شود. هدف از پژوهش حاضر، مدل-سازى حکمرانى شبکه‌های اجتماعى داخلى است. روش تحقیق ترکیبی، مبتنى بر تحقیق آمیخته اکتشافی (کیفی- کمی) است. جامعه آماری در بخش کیفی، خبرگان دانشگاهی و مدیران فناوری اطلاعات سازمان‌های اجرایی و در بخش کمی، مدیران و کارشناسان فناوری اطلاعات سازمان‌های اجرایی منتخب شهر مشهد در تابستان سال ۱۳۹۹ و در حدود ۲۵ سازمان اجرایی به تعداد تقریبی ۱۲۵۰ نفر هستند. در بخش کیفی با استفاده از روش گلوله‌برفی تا رسیدن به اشباع نظری با ۱۲ خبره، مصاحبه عمیق انجام شد و در بخش کمی، برای سنجش مدل، پرسشنامه محقق ساخته ۶۸ گویه‌ای با روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای در بین ۲۹۴ نفر از نمونه‌ها توزیع

۱. دانشجوی دکترای مدیریت دولتی، گرایش تصمیم‌گیری و خط‌مشی‌گذاری عمومی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری
nikokhesal.tanya@gmail.com

۲. استادیار گروه مدیریت دولتی، دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد، نویسنده مسئول
hamiderfanian@mshdiau.ac.ir

۳. استادیار گروه مدیریت دولتی، دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری
m.ahmadi4502@gmail.com

شد. روایی پرسشنامه با روش صوری و محتوایی و پایایی آن با روش آلفای کرونباخ به میزان ۰/۸۴ مورد تأیید قرار گرفت. داده‌های کیفی با تحلیل داده بنیاد در نرم افزار MAXqda2018 و داده‌های کمی با استفاده از معادلات ساختاری (تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی) و با نرم-افزارهای SPSS و AMOS تحلیل شد. نتایج بخش کیفی حاکی از آن است که مدل حکمرانی شبکه‌های اجتماعی داخلی دارای ۹ بُعد است که عبارت‌اند از: شرایط علی (ارتباطات مؤثر)، شرایط زمینه‌ای (عوامل زمینه‌ای)، شرایط مداخله‌ای (سیاست‌گذاری‌های دولتی و پیشرفت اجتماعی)، راهبرد (امنیت و اعتماد و سیاست‌های راهبردی) و پیامد (خانواده، کیفیت ارتباطات و سرنوشت سیاسی). نتایج بخش کمی نشان داد تمامی ابعاد مدل پارادایمی پژوهش، مورد تأیید واقع شده‌اند.

واژه‌های کلیدی: حکمرانی خوب، حکمرانی شبکه‌های اجتماعی، دولت الکترونیک.

مقدمه

امروزه مدیریت و حکمرانی در کشورهای پیشرفته به سمت اداره الکترونیکی و مجازی پیش می‌رود و تغییرات نوین در مباحث فناوری اطلاعات و مدیریت دولتی نوین، اهمیت هرچه بیشتر نقش و تأثیر مردم‌سالاری الکترونیک، دولت الکترونیک، حکمرانی الکترونیکی و نوع خاص و نوینی از حکمرانی الکترونیکی (حکمرانی شبکه‌های اجتماعی پیام‌رسان و پیامدها و مؤلفه‌های مؤثر بر اجرای هر چه بهتر حکمرانی الکترونیک) و حکمرانی شبکه‌های پیام‌رسان که در نهایت منجر به مشارکت و تعامل شهروندان و نهادهای حاکمیتی در عرصه‌های سیاسی، دولتی و مدیریتی شده‌است، روشن‌تر می‌شود. باتوجه به شرایط سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی حاکم بر کشور، آشکارا، پرداختن به مسئله حکمرانی شبکه‌ای، ضرورت زیادی پیدا می‌کند؛ به این دلیل، نگارنده با احساس این نیاز، به این موضوع پرداخته‌است و با انتخاب نمونه موردی شهر مشهد، در پی ارائه حکمرانی شبکه‌های اجتماعی پیام‌رسان داخلی به‌منظور افزایش شفافیت و آگاهی مردم است؛ البته خلأ تحقیقاتی موجود هم، از دلایل پرداختن به موضوع حاضر بوده‌است. با شناخت و شناسایی یک مدل کارا و کاربردی، هم زمینه برای تحقیقات آتی محققان فراهم

شده‌است و هم می‌تواند راهکاری برای اجرایی کردن حکمرانی شبکه‌های اجتماعی پیام‌رسان داخلی فراهم کند.

در قرن بیست و یکم، اینترنت به عنوان ابزاری ارتباطی، می‌تواند چهره دولت و سازمان‌های عمومی را به صورت ریشه‌ای تغییر دهد (هادی پیکانی، شهسواری و نصر اصفهانی، ۱۳۹۵: ۱۳۲). مفهوم حکمرانی خوب از اواسط دهه ۱۹۸۰ میلادی به ادبیات حوزه‌های مختلفی تسری یافت (بیگی‌نیا و دیگران، ۱۳۹۱: ۷۱). حکمرانی شبکه‌ای هم به عنوان شکلی از مدیریت و هم به عنوان پاسخی برای نگرانی‌های مربوط به شکست سازوکارهای اداره سلسله‌مراتبی و متمرکز، شکل نوینی از حکمرانی در کنار حکمرانی بازاری و سلسله‌مراتبی است (Courtney, 2017: 701). اگرچه در ابتدا حکمرانی خوب را در حد تعریف مفاهیمی می‌پنداشتند که می‌کوشید ابعاد مختلف تصمیم‌گیری را با ذی‌نفعان گره بزند (قاضی طباطبایی، نصرتی و کاظمی، ۱۳۹۱: ۴۳)، با درک جوامع از ضرورت به کارگیری این مفهوم، توسعه‌های آتی در این حوزه‌ها وابسته به تعیین ویژگی‌هایی با جزئیات بیشتر شد (مقیم و اعلائی اردکانی، ۱۳۹۰: ۱۷۶). با افزایش فشارهای مستقیم و غیر مستقیم ناشی از جهانی‌شدن، دولت‌ها به عنوان پدیده‌ای بسیار مهم، بیش از پیش مورد توجه قرار گرفتند و با پیشرفت‌های سریع و گسترده در فناوری اطلاعات و ارتباطات، حوزه‌های جدید و گسترده‌ای پیش روی دولت‌ها قرار گرفت (کشاورز و طبرسا، ۱۳۹۵: ۸). فناوری‌های دیجیتال، شهروندان را خودآگاه‌تر و قدرتمندتر از دوران پیش کرده‌اند؛ زیرا از یک طرف، دولت‌ها دیگر نمی‌توانند اقتدار پیشین را اعمال کنند و از طرف دیگر، به تدریج مفاهیمی مانند سرکوب، پنهان‌کاری، قانون‌گریزی، مرزهای ملی و سانسور، بی‌معنی شده‌اند (خلیلی، ۱۳۹۴: ۶). فناوری‌های دیجیتال، تأثیر دوسویه‌ای نیز دارند؛ از یک سو منجر به پیدایش مقوله دولت الکترونیک شده‌اند و در پدیدارشدن مفهوم مردم‌سالاری الکترونیک مدد فراوان رسانده‌اند (خلیلی، ۱۳۹۴: ۷) و از دیگر سو حکمرانی شبکه‌ای معمولاً وقتی اتفاق می‌افتد که مردم متوجه شوند، نمی‌توانند مشکل یا مسئله‌ای خاص را با کار مستقل حل کنند و تنها راه دستیابی به منافعی، همکاری فعالانه است (Scarlett & McKinney, 2016: 119).

شبکه‌های اجتماعی، فناوری‌های تحت وب و فناوری‌های همراهی هستند که ارتباطات را به صورت ارتباطات تعاملی تغییر می‌دهند. با استفاده از این فناوری‌ها، کاربران صرفاً استفاده‌کننده‌های

خدمات و مطالب منتشرشده در فضای مجازی نیستند؛ بلکه خود آزادانه به ایجاد مضامین مختلف می‌پردازند و این مضامین را با سایر افراد که ممکن است حتی از نظر زبانی و فرهنگی نیز متفاوت باشند در اشتراک می‌گذارند (دشتی‌نژاد و وظیفه، ۱۳۹۴: ۳). شبکه‌های اجتماعی می‌توانند باعث تشریک مساعی میان کارکنان سازمان‌ها شوند و می‌توان گفت شبکه‌های اجتماعی بخشی از تغییرات محیطی است که سازمان‌ها باید به آن توجه کنند (Awolusi, 2014: 4). اهمیت این مطلب زمانی دوچندان می‌شود که افراد در محیط‌های کاری از این شبکه‌ها، استفاده کنند (دشتی‌نژاد و وظیفه، ۱۳۹۴: ۲)؛ اما با وجود اهمیت بسیار زیاد حکمرانی شبکه‌ای و شبکه‌های حکمرانی به‌منظور توسعه و پیشرفت جوامع، در زمینه توسعه شبکه‌ها و حکمرانی شبکه‌ای، مطالعات اندکی انجام شده‌است (Imperial, et al., 2016: 132). بیان توضیحات بالا نشان می‌دهد در کشور ما نیز باید به حکمرانی الکترونیک و به‌طور اخص، شیوه نوین‌تر آن، حکمرانی شبکه‌های پیام‌رسان توجه ویژه‌ای شود؛ چراکه پیام‌رسان‌ها به‌عنوان رسانه‌ای نوین، هم در جهان و هم در ایران، با اقبال خوبی مواجه شده‌اند. براساس نتایج نظرسنجی ایسنا که در شهریورماه ۹۷، صورت گرفته‌است، ۶۶٪ مردم حداقل از یکی از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و درصد بالایی، فقط از پیام‌رسان خارجی استفاده می‌کنند. همچنین، در شهریورماه ۹۶، معاون مرکز فضای مجازی کشور، از اشغال ۶۰ درصدی پهنای باند کشور از طریق شبکه مجازی تلگرام خبر داده‌است (مؤمنی و دیگران، ۱۳۹۷: ۷۴)؛ بنابراین با توجه به این موارد، مشهد دومین کلان‌شهر جمعیتی ایران با جمعیت ۲۷۶۶۲۵۸ نفر است که دومین شهر پرجمعیت ایران است و همچنین به‌عنوان دومین کلان‌شهر مذهبی جهان، سالانه پذیرای حدود ۲۰ میلیون نفر زائر و مسافر است (رهنما و شاددل، ۱۳۹۴: ۱۲۵)؛ پس ارائه مدل حکمرانی شبکه‌های اجتماعی پیام-رسان با توجه به تراکم جمعیتی آن، می‌تواند به‌عنوان یک الگو و سرمشق برای سایر شهرهای ایران باشد و نقاط قوت و ضعف و همچنین، فرصت‌ها و تهدیدهای پیش‌رو را برای همه‌گیری آن در سراسر کشور، نمایان کند. در پژوهش حاضر این پرسش‌ها مطرح است:

۱. ابعاد مدل حکمرانی شبکه‌های اجتماعی پیام‌رسان در مشهد کدام‌اند؟

۲. روابط بین ابعاد مدل حکمرانی شبکه‌های اجتماعی پیام‌رسان در مشهد، چگونه است؟

۳. اولویت‌بندی هر یک از ابعاد مدل حکمرانی شبکه‌های اجتماعی پیام‌رسان در مشهد، چگونه است؟

مرور ادبیات

با ورود به عصر اطلاعات و جامعه شبکه‌ای، در بیشتر حوزه‌ها شاهد تحولات تکنولوژیکی گوناگونی هستیم. اینترنت به مثابه "رسانه جدید" و یکی از مهم‌ترین دستاوردهای انقلاب ارتباطات، از محدودیت‌های الگوهای چاپ و پخش در ارتباطات فراتر رفته‌است (کیا و نوری-مرادآبادی، ۱۳۹۱: ۲۰۱). شبکه‌های اجتماعی مجازی، گونه‌ای از رسانه‌های اجتماعی هستند که بیشترین شباهت را به جامعه انسانی دارند و به فرد امکان برقراری ارتباط با شمار فراوانی از افراد دیگر را، فارغ از محدودیت‌های زمانی، مکانی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی می‌دهند (اکبری‌تبار و اسکندری‌پور، ۱۳۹۲: ۵). حکمرانی خوب نیز ایده‌ای بود که به دنبال ناکارآمدی سازوکارهای پیشین توسعه مطرح شد (مرشدی‌زاد، ۱۳۹۶: ۱۲۷). امروزه حکمرانی شبکه‌ای ارائه‌دهنده یک راهکار است (Nochta & Skelcher, 2020: 1)؛ به‌طوری‌که به مجموعه‌ای از بازیگران دولتی و غیردولتی اشاره دارد که به‌منظور تصمیم‌گیری در رابطه با حل مسائل و مشکلات عمومی، ایجاد ارزش عمومی و ارائه خدمات عمومی با یکدیگر به‌طور رسمی یا غیر رسمی تعامل و مشارکت دارند؛ یا با اشتراک‌گذاری دانش، به هماهنگی فعالیت‌ها و ارائه راه حل‌های مشترک می‌پردازند (Sorensen & Torfing, 2018: 309; Fawcett, et al., 2017: 119; Palomo-Navarro & Navío-Marco, 2018: 874). در واقع حکمرانی خوب، واژه‌ای است که بیانگر تغییر پارادایم نقش دولت و حکومت‌هاست. حکمرانی مختص دستگاه‌ها یا مجریان نیست؛ بلکه آن چیزی که مهم‌تر است کیفیت حکمرانی است که توسط شاخص‌ها و ابعادی مشخص می‌شود (Haque & pathrannarakul, 2013: 33). در واقع دولت الکترونیک امکانات گسترده‌ای برای عینیت‌بخشی به آرمان‌های حکومت‌داری خوب فراهم می‌کند (مقیمی و اعلائی اردکانی، ۱۳۹۰: ۱۷۴). ایجاد شبکه‌ای در ساختار دولتی می‌تواند یکی از راه حل‌ها برای مسائل و مشکلات جامعه در نظر گرفته شود. از این رو، از اوایل دهه نود توجه زیادی به نقش شبکه‌های حکمرانی و

حکمرانی شبکه‌ای شده‌است (Ansell & Torfin, 2016: 33). هدف از گونه‌های مختلف شبکه‌ای در حکمرانی این است که انجمن‌هایی با استانداردهای مشترک رفتاری، احترام و تعهد متقابل را ارتقا دهند و در عین حال روش‌های متداول را نیز تشویق کنند که از چارچوب مشترکی به‌منظور توسعه استفاده کنند (Weller & Tierney, 2018: 286). امروزه حکمرانی شبکه‌ای به‌عنوان چارچوبی برای درک مدیریت عمومی شناخته می‌شود (Laffin, 2015: 363). ویژگی‌های خاص شبکه نیز بر توانایی سازمان در شناخت و پاسخ به تغییرات محیطی تأثیر گذاشته است (Jedd & Bixler, 2015: 179).

در حال حاضر سازمان‌ها و مؤسسات، اینترنت را به‌عنوان فرصتی بزرگ برای گسترش و توزیع جریان اطلاعات، عقاید و همین‌طور ارائه خدمات وسیع در اختیار دارند. این امکان برای دولت‌ها در سطح کلان، سازمان‌ها در سطح میانی و افراد و گروه‌های کوچک در سطح خرد فراهم شده‌است تا با استفاده از جریان جهانی اینترنت، بیش از هر زمان دیگری، خود را در معرض جهان بیرون قرار دهند و دستاوردهای خود را به معرض استفاده عموم بگذارند که در این بین مهم‌ترین وظیفه بر عهده دولت‌هاست تا با بهره‌گیری از ظرفیت‌های فنی موجود و با تدبیر و تفکری جامعه‌مدارانه، خدمات خود را با بهترین کیفیت به شهروندان ارائه کنند. رسانه‌ها عنصر مهم مردم‌سالاری را تشکیل و عناصر مختلف گفتمان مردم‌سالاری را به هم ارتباط می‌دهند و باعث تولید رفتارها و سیاست‌های دموکراتیک می‌شوند. اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی با توجه به ویژگی‌هایی چون تعاملی‌بودن، همزمان‌بودن ارتباط، همه‌جایی‌بودن، نبود نظارت مرزی، نبود مالکیت بر شبکه‌ها و سانسورگریزی، فضای مناسبی برای احیای ابعاد از دست‌رفته مشارکت سیاسی و دموکراسی در جوامع پیشرفته و تقویت مردم‌سالاری در جوامع در حال توسعه به‌وجود آورده‌اند؛ به همین دلیل، نبود این‌گونه رسانه‌ها در این جوامع باعث تحلیل‌رفتن مفهوم دموکراسی می‌شود.

پیشینه پژوهش

باتوجه به همه‌گیری و نفوذ فناوری‌های نوین مانند شبکه‌های اجتماعی در جامعه و لزوم استفاده از انواع شبکه‌های اجتماعی در بحث حکمرانی، محققان در داخل و خارج از کشور، به تحقیق در خصوص دولت الکترونیک، دولت سیار، حکمرانی شبکه‌ای، حکمرانی شبکه‌های اجتماعی و ... پرداخته‌اند که به پژوهش‌های جدیدی که در این خصوص انجام شده‌است، اشاره می‌شود.

طبق نتایج تحقیق دقتی و دیگران (۱۳۹۸: ۲۲۸)، کدهای فناوری اطلاعات و ارتباطات، امنیت سایبری، سودآوری شبکه، مشارکت شهروندان در شبکه، بین ابعاد ۲۱ گانه توسعه حکمرانی شبکه‌ای، بیشترین ضریب اهمیت را به‌دست آوردند. نتایج پژوهش عزیزی‌فر (۱۳۹۶: ۱۱) حاکی از آن بود که به شرط تحقق زیرساخت‌های فنی و فرهنگی مورد نیاز دولت الکترونیک، نه تنها نیل به تسریع حکمرانی خوب میسر می‌شود؛ بلکه دولت الکترونیک خود بالذات موجب دموکراسی و استقرار حکمرانی خوب است. نتایج پژوهش قدوسی و محمودی (۱۳۹۶: ۱۱۰) نشان داد که رابطه زمانی، بین دو حوزه حکمرانی خوب و نیز حکمرانی الکترونیک به‌صورت دوجانبه وجود دارد. در پژوهشی که توسط ددیو وارد و دیگران (Dedeurwaerdere, et al., 2017: 131) انجام شد، نتایج نشان داد که فعالیت‌های شبکه‌های اجتماعی گروه‌های خرید محلی مواد غذایی نسبت به فعالیت‌های سازمانی اجتماعی منجر به ایجاد سازوکارهای خاص حکومتی شده‌است. در پژوهشی که توسط اوجو و سل ملولی (Ojo & Sehl Mellouli, 2018: 109) انجام شد، نتایج نشان داد شبکه‌های اجتماعی هنوز عمدتاً توسط دولت هدایت می‌شوند و کارآیی شبکه‌های حکمرانی به مشارکت شهروندان در شبکه‌های اجتماعی بستگی دارد. ارزیابی تحقیقات پیشین انجام‌شده داخلی و خارجی نشان می‌دهد که در خصوص استقرار دولت الکترونیک، دولت سیار و یا پیام‌رسان‌ها به‌عنوان بازوی دولت در اجرای حکمرانی خوب، تحقیقاتی انجام شده؛ اما توجه چندانی به پیام‌رسان‌های داخلی نشده‌است. باتوجه به سیاست‌های دولت در خصوص سامان‌دهی فضای مجازی، به‌نظر می‌رسد، مدل‌سازی حکمرانی شبکه‌های اجتماعی پیام‌رسان داخلی و شناسایی فاکتورهای تبیین‌کننده این امر، راهکارهای لازم را برای حکمرانی پیام‌رسان‌های داخلی، در اختیار متولیان امر قرار می‌دهد.

روش تحقیق

در این پژوهش روش تحقیق از نوع ترکیبی و طرح تحقیق نیز از نوع طرح تحقیق آمیخته اکتشافی (کیفی- کمی) است. جامعه آماری پژوهش، در بخش کیفی گروهی از خبرگان دانشگاهی (اساتید رشته مدیریت دولتی و مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی کشور) و مدیران فناوری اطلاعات سازمان‌های اجرایی هستند که مورد مصاحبه عمیق قرار گرفتند. این انتخاب و انجام مصاحبه، تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت و پس از آن متوقف شد. خصوصیات مورد نظر برای خبره‌بودن افراد، شامل این موارد بود: اشراف به رویکرد دولت الکترونیکی، اشراف به مبحث حکمرانی شبکه‌ای و اشراف به مبحث شبکه‌های اجتماعی داخلی. با روش نمونه‌گیری کیفی گلوله‌برفی، ۱۲ نفر تا رسیدن به اشباع نظری انتخاب شدند.

جامعه آماری پژوهش، در بخش کمی شامل مدیران و کارشناسان بخش فناوری اطلاعات سازمان‌های اجرایی منتخب شهر مشهد در تابستان سال ۱۳۹۹، در حدود ۲۵ اداره به تعداد تقریبی ۱۲۵۰ نفر بودند. تعداد نمونه منتخب ۲۹۴ نفر بود که روش نمونه‌گیری پژوهش با توجه به جامعه آماری مورد نظر، به‌صورت نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای بود. روش تحقیق در این پژوهش ترکیبی است:

الف. بخش کیفی: برای شناسایی مدل پژوهش، با مصاحبه عمیق از خبرگان و به‌کارگیری تئوری داده‌بنیاد (GT^1) در محیط نرم‌افزار مکس.کیو.دی.ای^۲.

ب. بخش کمی: برای آزمودن و کمی‌سازی مدل شناسایی‌شده، با نظرسنجی از نمونه‌های آماری و به‌کارگیری معادلات ساختاری (SEM^3) در محیط نرم‌افزار AMOS⁴.

-
1. Grounded theory
 2. MAXqda
 3. Structural Equation Modeling
 4. Analysis Of Moment Structures

یافته‌ها و بحث

یافته‌های بخش کیفی

در بخش کیفی پژوهش، محور اصلی پرسش‌های مصاحبه در خصوص کاوش و اکتشاف ابعاد و مؤلفه‌های تبیین‌کننده حکمرانی شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر شبکه‌های پیام‌رسان داخلی بود. برای رسیدن به این منظور، در مرحله اول، مقوله‌های اصلی و مؤلفه‌های فرعی بر اساس کدگذاری باز و محوری داده‌های حاصل از مصاحبه‌های عمیق و اکتشافی با خبرگان کلیدی و انجام پالایش کدهای مفهومی، ارائه می‌شود. بر این اساس برای انجام کدگذاری باز و محوری در مرحله اول، داده‌ها در سطح جمله و عبارت برای هر یک از مصاحبه‌ها مورد بررسی قرار گرفت و کدهای مفهومی از رونوشت مصاحبه‌ها استخراج شد. جدول ۱، فراوانی درصد پاسخ‌دهندگان خبرگان در مصاحبه‌ها و انجام کدگذاری باز را نشان می‌دهد.

جدول ۱) ابعاد و شاخص‌های مدل

مقوله‌های اصلی	شماره کد	مصادق
سهولت استفاده از آن و راحتی کار با شبکه‌های پیام‌رسان سرعت انتقال اطلاعات ارتباط دوطرفه در لحظه	۱	سهولت استفاده از آن و راحتی کار با آن و اینکه اطلاعات با سرعت، انتقال داده می‌شود و می‌توان خیلی از مسایل را به راحتی انتشار داد و ارتباط دوطرفه در لحظه و بدون منتظرماندن برقرار می‌شود.
ارتقای آگاهی افراد ارتقای هوش اجتماعی افراد ایجاد سردی در روابط خانواده‌ها افزایش دوستی‌های مخرب و مجازی ایجاد کانال‌های سازنده و جذاب از طریق خود دولت فرهنگ‌سازی استفاده از شبکه‌های پیام‌رسان	۱	شبکه‌های پیام‌رسان هم پیامدهای مثبت دارد و هم پیامدهای منفی. با توجه به اطلاعاتی که فرد لازم دارد اگر درست استفاده شود باعث ارتقای آگاهی افراد جامعه و هوش اجتماعی می‌شود. در مورد پیامدهای منفی، می‌توان به طلاق‌های عاطفی و ایجاد سردی در روابط خانواده‌ها اشاره کرد.
تأثیر بهتر در خانواده‌های با سطح آگاهی بالا تأثیر بیشتر در خانواده‌های منسجم‌تر	۲	همان‌طور که مشخص است، خانواده از دو نفر تشکیل شده‌است و گاهی به بیش از چند نفر (مانند خانواده‌های سنتی، خانواده‌های حاشیه‌نشین و خانواده‌های روستایی) می‌رسد و بالطبع تأثیر آن در خانواده‌ها متفاوت، ولی انکارناپذیر است.
فناوری بیشتر و به‌روزتر سیاست‌گذاری‌های دولتی	۲	هر چه فناوری بیشتر و به‌روزتر باشد پیام‌رسان‌ها نیز دچار تحول می‌شوند؛ برای نمونه، قبلاً یا‌هو مسنجر فقط امکان ارسال پیام متنی داشت و بسیار نیز پرمخاطب بود؛ اما با پیشرفت علم پیام‌رسان‌ها، امکانات دیگری مانند ارسال عکس، صدا، فیلم، فایل و ارتباط زنده صدا و تصویر را نیز فراهم کرده‌است.

تنهایی و گریز از خانواده اجتماعی شدن در جامعه مجازی فرهنگ سازی و نهادینه کردن استفاده درست و به هنگام از پیام رسان ها	۲	شبکه های پیام رسان نیز مانند تمام امکانات بشری مثل چاقو که هم می توان از آن جهت کشتار و قتل و دعوا استفاده کرد و هم جهت استفاده در آشپزی و غیره، دارای معایب و محاسنی است.
اثرگذاری منفی برخی از کانال ها با ایجاد اغتشاش و آشوب استفاده صحیح و انتقال آموزه ها در جهت تقویت بنیان حکومت	۳	شبکه های پیام رسان بر حکومت تأثیر می گذارند؛ براب نمونه، کانال هایی بودند که باعث اغتشاش و آشوب در کشور شدند که از این جهت بر حکومت تأثیر منفی داشتند و اگر حکومت بتواند از این پیام رسان ها به نفع خود استفاده کند، ثمربخش است.
حجم زیاد اطلاعات و مسائل گوناگون در حال وقوع	۳	ضرورت شبکه های پیام رسان و وجود شبکه های پیام رسان ضرورت کاملاً مشخصی است؛ چون در دنیایی که این همه اطلاعات و مسایل مختلف در حال وقوع است اگر بخواهد سنتی اطلاع رسانی شود عملاً شدنی نیست.
زیرساخت بهبود سرعت اینترنت با افزایش پهنای باند ایجاد فضای رقابتی همگون برای پیام رسان ها	۴	چند مسئله باید حل شود؛ ۱. بحث زیرساختی و سرعت و افزایش پهنای باند، ۲. دغدغه های امنیتی تصمیم گیرندگان و حاکمان و ۳. مخاطب و کاربر اطمینان خاطر داشته باشد که چقدر در فضایی امن و مطمئن قرار دارد.
رفع محدودیت ها و آزادی ارتباطات آموزش فرهنگ استفاده از پیام رسان ها در مدارس	۴	در همه زمینه ها نمی توانیم فیلتر کنیم؛ شبکه های پیام رسان آمده است تا بتوان هر چیزی را نشر داد؛ حال ممکن است برخی گروه ها، پورنو و برخی نیز گروه های دانشگاهی ایجاد کنند؛ در واقع این به معنای تأیید این نیست که دولت اصلاً نباید فیلتر کند.
اعتماد سازی در استفاده امن از پیام رسان های داخلی اصلاح و به روزرسانی قانون فناوری اطلاعات رعایت حقوق بین المللی پیام رسان های جهانی الهام بخش مشخص بودن مدیریت نگهداری اطلاعات توسط پیام رسان ها	۵	اگر منظور راهبردها و راهکارهای دولت در خصوص توسعه شبکه های پیام رسان داخلی است، باید توجه کنیم که از نظر تعداد پیام رسان داخلی، نیازی به سرمایه گذاری و توسعه بیشتر نداریم. پیام رسان هایی چون بله، ایتا، سروش و مانند آن ها در کشور با ارائه خدماتی کمابیش مشابه پیام رسان های خارجی توسعه داده شده اند.
سیاست گذاری دولتی فیلترینگ ارائه دستورالعمل کار پیام رسان ها عدم رعایت قانون کیی رایت در کشور	۵	سیاست گذاری دولتی بزرگ ترین عامل مداخله در توسعه شبکه های پیام رسان است. در بسیاری از کشورها تنها عامل توسعه پیام رسان ها رقابت و توانمندی پیام رسان است؛ اما در ایران اولین متغیر تأثیرگذار سیاست گذاری دولتی است.
به کارگیری قابلیت های حوزه آموزش و یادگیری	۶	بررسی همه جانبه این شبکه ها مخصوصاً بررسی قابلیت های آن در حوزه آموزش و یادگیری باید در اولویت قرار گیرد. شکی نیست که موفقیت آموزشی هر یادگیرنده ای تا حدودی وابسته به ویژگی های فردی اوست؛ اما نباید فراموش کرد که یادگیرنده، به عنوان عضوی از خانواده و اجتماع، ممکن است به منابع و حمایت های مختلفی دسترسی داشته باشد که در موفقیت آموزشی او اثر مهمی بگذارند.
به چالش کشیدن حکومت و اشخاص سیاسی جهت شفاف سازی بیشتر	۶	امروزه ارتباط مردم با شبکه های اجتماعی، قطعی است؛ بنابراین خواسته یا ناخواسته اطلاعاتی را از منابع مختلف به دست می آورند و اگر حکومت ها شفاف سازی را سرلوحه خود قرار دهند، مسلماً با اهداف مردم

همسو خواهند شد و شبکه‌های اجتماعی، حکومت‌ها را مجبور به شفاف-سازی و راستی می‌کنند.		
اطلاع‌رسانی در خصوص بیان محاسن و معایب شبکه‌های پیام‌رسان، راه-اندازی کسب‌وکارهای جدید بر بستر این شبکه‌ها، فیلترینگ شبکه‌های معاند و غیراخلاقی و ایجاد شبکه آموزشی از طریق این اپلیکیشن‌ها از راهبردها و راهکارهایی برای شبکه‌های پیام‌رسان در ایران به‌شمار-می‌روند.	۷	راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید فیلترینگ شبکه‌های معاند و غیر اخلاقی ایجاد شبکه آموزشی
وجود شبکه‌های پیام‌رسان به شکل کنترل‌شده به همراه ارتقای آگاهی و دانش عمومی از نحوه بهره‌برداری از آن از اهم واجبات دنیای امروز است.	۷	ارتقای آگاهی و دانش افراد جامعه
مهم‌ترین راهبرد تدوین سیاست‌های کلان توسعه جهت بومی‌سازی شبکه‌های پیام‌رسان و نیز قانونمند کردن تبادل اطلاعات در فضای مجازی از طریق این شبکه‌هاست. راهبرد دوم به‌روزرسانی قوانین موجود، خصوصاً در زمینه جرم‌شناسی در شبکه‌های پیام‌رسان است.	۸	تدوین سیاست‌های کلان توسعه جهت بومی-سازی شبکه‌های پیام‌رسان اصلاح و به‌روزرسانی قانون فناوری اطلاعات
مسئله شبکه‌های پیام‌رسان در پیشرفت یک جامعه تأثیرات زیادی دارند؛ هم از نظر کاهش شکاف دیجیتالی هم از نظر افزایش آگاهی‌های عمومی همچون در زمینه بهداشت عمومی، سلامت فردی، تندرستی و ورزش، کارآفرینی و غیره.	۸	کاهش شکاف دیجیتالی افزایش آگاهی و سبک زندگی مناسب‌تر
هر رسانه‌ای با جهت‌دهی (مثلاً مباحث مربوط به تأثیرگذاری در انتخابات گذشته ریاست جمهوری آمریکا) می‌تواند بر سرنوشت حکومت-ها اثر بگذارد که شبکه‌های پیام‌رسان نیز از آن جدا نیستند.	۹	تأثیر بر رأی مردم در انتخابات
شبکه‌های پیام‌رسان در رابطه با ساختار خانواده هیچ‌گونه هدفی را دنبال نمی‌کنند. تنها تأثیراتی که می‌توانند متصور باشند این است که با توجه به زمانی که خانواده به کار با این شبکه‌ها اختصاص می‌دهد، تعاملات بین اعضا کمتر می‌شود.	۹	کاهش تعاملات اعضای خانواده در یک خانه
شبکه‌های پیام‌رسان برای تسهیل ارتباطات ایجاد شده‌اند. ارتباطات تسهیل شده، هم دارای فرصت هستند هم تهدید؛ فرصت‌هایی مانند خرید و فروش‌هایی که در قالب این شبکه‌ها انجام می‌شود (نتورک مارکتینگ) و مشاغل خانگی و همچنین فروش غذاهای خانگی و محصولاتی که زنان خانه‌دار خود درست می‌کنند و در این کانال‌ها به فروش می‌گذارند.	۹	تسهیل ارتباطات ایجاد و توسعه اقتصادی کسب‌وکارهای کوچک و بسیار کوچک ارتقای آگاهی و دانش افراد ترویج و توسعه و اشاعه محتوای ناهنجار توسعه زیرساخت‌های ارتباطی
شبکه‌های پیام‌رسان به‌خودی خود، به‌عنوان یک پیام‌رسان تأثیری بر روی خانواده‌ها ندارند؛ بلکه محتوای این شبکه‌هاست که می‌تواند بر روی آن‌ها تأثیر بگذارد. طبیعتاً وقتی این شبکه‌ها در کشور فعال باشند ولی محتوایی از سوی مردم و نهاد فرهنگی یا حاکمیت تولید نشود، تهدیدی برای خانواده است.	۱۰	افزایش سواد اطلاعاتی اعضای خانواده
وجود شبکه‌های پیام‌رسان در دنیای ارتباطات امروز ضرورت است و هر چه پیش می‌رویم خدمات‌دهنده‌ها تغییر می‌کنند. یکی از این خدمات-دهنده‌ها، پیام‌رسان‌ها هستند که بتوانند آن دهکده جهانی را ایجاد کنند و انسان‌ها را به هم نزدیک کنند.	۱۰	ایجاد دهکده جهانی اطلاعاتی و ارتباطات نزدیک‌تر

سرعت انتقال شایعات	۱۱	با توجه به اینکه هر روز به تعداد مخاطبین این شبکه‌ها افزوده می‌شود، می‌توانند بر سرعت انتقال شایعه کمک کنند و در واقع باید بر روی هریک از این ارتباط‌دهندگان یک کنترل‌گر قرار داده شود تا از انتشار شایعه جلوگیری شود.
سرعت به اشتراک‌گذاری و انتقال اطلاعات	۱۱	شایعه هم همیشه بد نیست و شایعه مثبت و منفی داریم که اکثر سیاستمداران از آن به نفع اهداف خود برای خارج کردن رقیب استفاده می‌کنند؛ از آن جمله ترامپ در انتخابات توانست رقیب خود، خانم هیلاری کلینتون را از صحنه رقابت بیرون نماید.
تسهیل ارتباط با عضو دور از خانواده افزایش سواد اطلاعاتی اعضای خانواده ارتباطات نامشروع مصرف‌گرایی	۱۲	شبکه‌های مجازی تأثیرات فرهنگی و اجتماعی زیادی دارند که بستگی به نحوه استفاده از آن دارد و می‌تواند مثبت و یا منفی باشد؛ مثبت: کمک به خانواده در برقراری ارتباط با یکدیگر در همه زمان‌ها و مکان‌ها و دریافت دانش و اطلاعات جهت توسعه خانواده.
مدیریت فضای شبکه نظارت بر پیام‌رسان‌ها به جای مالکیت آن‌ها	۱۲	برای بهتر شدن ارتباطات، باید کوشید فضای این شبکه‌ها را مدیریت کرد، به جای سرکوب کردن و محدود کردن این فضا، باید آن را پذیرفت و آن را به فرصتی برای حاکمیت بهتر تبدیل کرد.
درک مشکلات و کمک‌رسانی به مردم ترویج شایعات و اخبار غلط	۱۲	امروزه فعالیت پیام‌رسان‌ها در دامنه وسیعی تعریف شده؛ از انتقال پیام، اخبار، اطلاعات و تصاویر گرفته تا برقراری تماس‌های صوتی و تصویری که همه در بستر شبکه‌های مجازی میسر شده‌است.

در مرحله بعدی با انجام پالایش و عمل کاهش، این مؤلفه‌ها در قالب مقوله‌های فرعی سازمان‌دهی و با بررسی مستمر نام‌گذاری شدند. به‌منظور اطمینان از سازمان‌دهی مناسب هر یک از مفاهیم و مقولات، مجدداً رونوشت مصاحبه‌ها بررسی شد و با مرور این مقوله‌ها به‌منظور رسیدن به اشباع منطقی برای مقوله‌های اصلی و مقوله‌های فرعی صورت گرفت. نتایج مربوط به کدگذاری محوری و انتخابی در جدول ۲، نشان داده شده‌است.

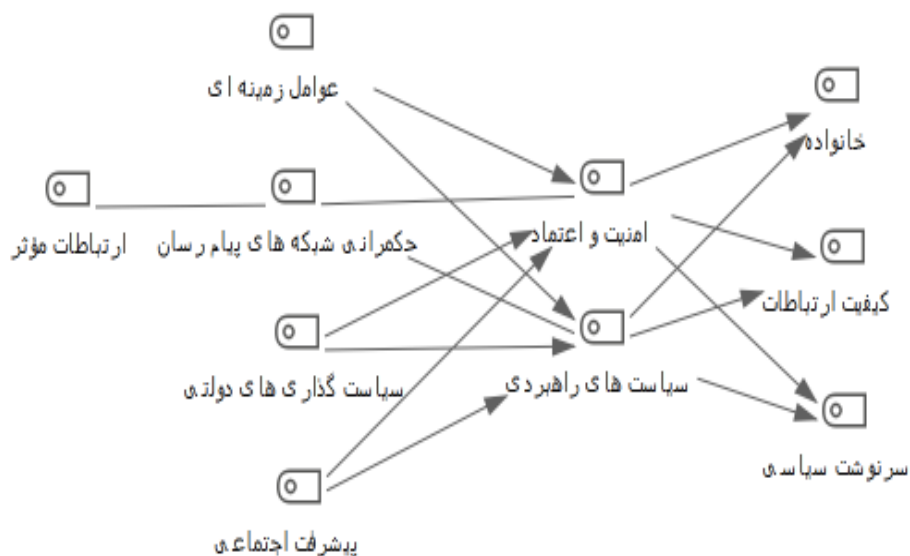
جدول ۲) مؤلفه‌ها و شاخص‌های مدل

مؤلفه (کدگذاری محوری)	شاخص (کدگذاری باز)
ارتباطات مؤثر	دسترسی همیشگی به اطلاعات و دیتا
	شفافیت در اطلاع‌رسانی
	دسترسی فراگیر و سهولت استفاده از پیام‌رسان‌ها
	سرعت به اشتراک‌گذاری و انتقال اطلاعات
	ارتباط دوطرفه در لحظه
عوامل زمینه‌ای	علاقه به برقراری ارتباط و اجتماعی‌بودن
	نیازها و تقاضاهای کاربران
	آموزش فرهنگ استفاده از پیام‌رسان‌ها در مدارس
	تأثیرات فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی در نظر گرفتن اصول انسانی

رفع محدودیت‌ها و آزادی ارتباطات	
ایجاد دهکده جهانی اطلاعاتی و ارتباطات نزدیک‌تر	حکمرانی شبکه‌های پیام‌رسان
تبلیغات و ترویج گسترده‌تر کسب‌وکارها و گروه‌های ورزشی و علمی	
حجم زیاد اطلاعات و مسائل گوناگون در حال وقوع	
صرفه‌جویی در زمان افراد به دلیل سهولت دسترسی	
نیاز اجتناب‌ناپذیر به پیشرفت ارتباطات و سرعت بیشتر اطلاعات	
بالا بردن سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کاربران	پیشرفت اجتماعی
کاهش شکاف دیجیتالی	
ایجاد و توسعه اقتصادی کسب‌وکارهای کوچک و بسیار کوچک	
افزایش آگاهی و سبک زندگی مناسب‌تر	
آزادی بیشتر گردش اطلاعات	
انجام وظایف به طور صحیح توسط پیام‌رسان‌ها	
فرهنگ‌سازی جهت استفاده درست و مفید	
ایجاد فضای رقابتی همگون برای پیام‌رسان‌ها	سیاست‌گذاری‌های دولتی
نظارت بر پیام‌رسان‌ها به جای مالکیت آن‌ها	
ایجاد کانال‌های سازنده و جذاب از طریق خود دولت	
عدم رعایت قانون کی‌رایت در کشور	
خارج کردن از دسترس در مواقع ناآرامی‌های سیاسی	
تأثیرات منفی و مثبت تحریم‌ها	
محدودیت سطح دسترسی و اعمال فیلترینگ	
پیشرفت فناوری‌ها با گردش آزاد اطلاعات	
ارائه دستورالعمل کار پیام‌رسان‌ها	
ارائه بسته‌های تشویقی توسط دولت جهت افزایش کاربران و اعتبار بیشتر	امنیت و اعتماد
تدوین و اطلاع‌رسانی سطح دسترسی به اطلاعات توسط نهادهای امنیتی	
مشخص‌بودن مدیریت نگهداری اطلاعات توسط پیام‌رسان‌ها	
رعایت حقوق بین‌المللی پیام‌رسان‌های جهانی الهام‌بخش	
اصلاح و به‌روزرسانی قانون فناوری اطلاعات	
اعتمادسازی در استفاده امن از پیام‌رسان‌های داخلی	
به‌کارگیری قابلیت‌های حوزه آموزش و یادگیری	سیاست‌های راهبردی
تدوین سیاست‌های کلان توسعه جهت بومی‌سازی شبکه‌های پیام‌رسان	
ورود بخش خصوصی و سازمان‌های غیردولتی در راه‌اندازی پیام‌رسان‌ها	
توسعه زیرساخت‌های ارتباطی	
دریافت محتوا از سمت مردم جهت توسعه پیام‌رسان‌های داخلی	
ایجاد محرک‌ها و انگیزاننده‌های داخلی در اپلیکیشن جهت جذب کاربر	
توجه به مؤلفه‌های فرهنگی کشور	
به‌روزرسانی و توسعه مداوم نرم‌افزارهای پیام‌رسان	
بهبود سرعت اینترنت با افزایش پهنای باند	
افزایش مصرف‌گرایی	خانواده

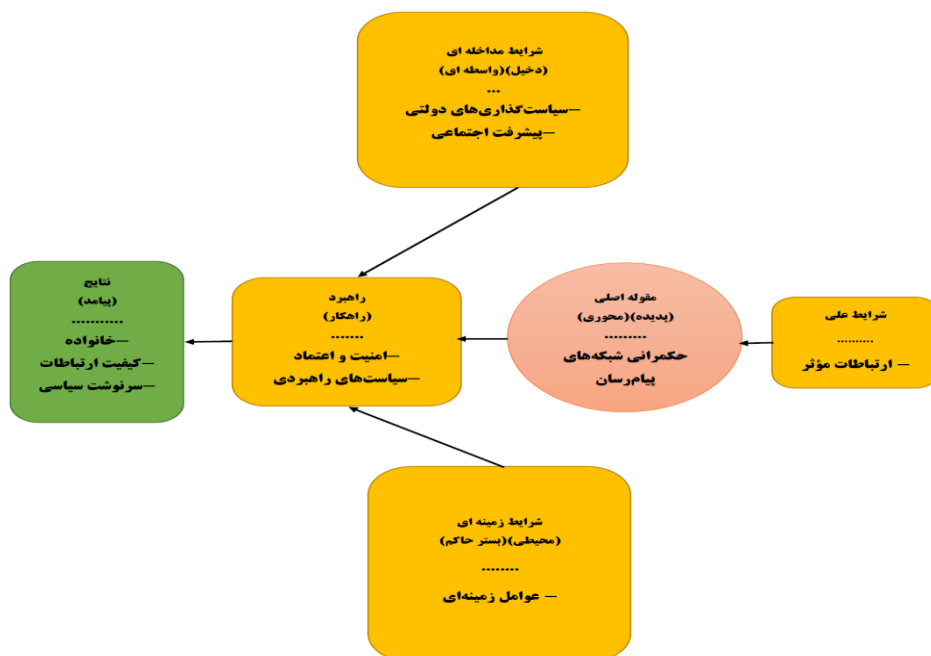
افزایش سواد اطلاعاتی اعضای خانواده	
تسهیل ارتباط با عضو دور از خانواده	
ایجاد سرگرمی	
تأثیر بیشتر در خانواده‌های منسجم	
تأثیر مثبت در خانواده‌های با سطح آگاهی بالا	
افزایش دوستی‌های مخرب و مجازی	
کاهش تعاملات اعضای خانواده در یک خانه	
درک مشکلات و کمک‌رسانی به مردم	کیفیت ارتباطات
امکان مشارکت اقشار گوناگون در زمینه مسائل مختلف	
تسهیل ارتباطات متنی، صوتی و تصویری در جامعه	
افزایش جعل اخبار و پخش شایعات و اطلاعات اشتباه	
ارتقای هوش اجتماعی افراد	
ارتقای آگاهی و دانش افراد جامعه	
بیان دیدگاه‌های حاکمیت به تمامی اقشار جامعه	
به‌چالش کشیدن حکومت و اشخاص سیاسی جهت شفاف‌سازی بیشتر	سرنوشت سیاسی
انتشار گسترده‌تر اخبار و اتفاقات سیاسی	
استفاده صحیح و انتقال آموزه‌ها در جهت تقویت بنیان حکومت	
اثرگذاری منفی برخی از کانال‌ها با ایجاد اغتشاش و آشوب	
اثرگذاری بر انواع مشارکت سیاسی مردم	
تأثیر بر رأی مردم در انتخابات	

کدگذاری باز و محوری، زمانی متوقف شد که یک طبقه‌بندی معنادار پس از چندین بررسی درباره رونوشت مصاحبه‌ها، حاصل شد. به‌طور کلی از تحلیل داده‌های کیفی پژوهش در مرحله کدگذاری، ۲۱۸ کد مفهومی اولیه استخراج شد. شکل ۱، مدل پارادایمی حاصل از تحلیل کیفی داده‌هاست.



شکل ۱) مدل پارادایمی پژوهش در محیط نرم‌افزار مکس کیودا

با توجه به نتایج حاصل از مرحله کیفی، می‌توان مدل حکمرانی شبکه‌های اجتماعی پیام‌رسان داخلی را ترسیم کرد که در شکل ۲ نمایش داده شده‌است.



شکل ۲) مدل پارادایمی پژوهش

یافته‌های بخش کمی

آمار توصیفی: در بررسی توصیفی آزمودنی‌های تحقیق، ۲۶۳ نفر مرد (۸۹/۴۶٪) و ۳۱ نفر زن (۱۰/۵۴٪) و ۴۳ نفر مجرد (۱۴/۶۳٪) و ۲۵۱ نفر متأهل (۸۵/۳۷٪) بوده‌اند. در رده‌های سنی آزمودنی‌ها، ۲۶ نفر کمتر از ۳۰ سال (۸/۸۴٪)، ۸۴ نفر بین ۳۱-۴۰ سال (۲۸/۵۷٪)، ۱۱۳ نفر ۴۱-۵۰ سال (۳۸/۴۴٪) و ۷۱ نفر (۲۴/۱۵٪) بیشتر از ۵۰ سال داشتند. در میزان تحصیلات، ۱۷ نفر کاردانی و کمتر (۵/۸۷٪)، ۱۸۲ نفر کارشناسی (۶۱/۹۰٪) و ۹۵ نفر (۳۲/۳۱٪) کارشناسی ارشد و بالاتر بودند. در سابقه خدمت هم، ۲۸ نفر ۵ سال و کمتر (۹/۵۲٪)، ۵۸ نفر بین ۶-۱۰ سال (۱۹/۷۳٪)، ۷۶ نفر بین ۱۱-۱۵ سال (۲۵/۸۵٪)، ۷۱ نفر (۲۴/۱۵٪) ۱۶-۲۰ سال و ۶۱ نفر (۲۰/۷۵٪) بیشتر از ۲۰ سال سابقه داشتند.

آمار استنباطی: در شروع آمار استنباطی، ابتدا روایی صوری پرسشنامه کمی که از مرحله کیفی تحقیق، بدست آمده، طی نظرسنجی از چندین خبره، محاسبه گردید و اصلاحات مورد

نظر خبرگان انجام شد. بر اساس محاسبه CVR^1 (ضریب روایی محتوایی) و CVI^2 (شاخص روایی محتوایی) برای هریک از گویه‌ها، روایی محتوایی پرسشنامه، مورد تأیید یک گروه ۲۰ نفره متشکل از خبرگان دانشگاهی و سازمان‌های اجرایی قرار گرفت؛ به‌طوری‌که محدوده CVR و CVI برای هر یک از گویه‌ها به‌ترتیب بین ۰/۷ تا ۱/۰ و ۰/۸۵ تا ۱/۰ به‌دست آمد. لازم به ذکر است که برای تعیین روایی محتوایی بایستی دو عامل ضریب روایی محتوایی و شاخص روایی محتوایی را تعیین کرد و براساس نتایج حاصله در مورد روایی محتوایی تصمیم‌گیری نمود. برای سنجش مدل، پرسشنامه حاصل از مرحله کیفی بعد از تأیید پایایی، با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبی در بین ۲۹۴ تن از نمونه‌ها توزیع و داده‌ها با روش تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی با نرم‌افزارهای SPSS و AMOS تحلیل شد.

پرسش نخست: ابعاد مدل حکمرانی شبکه‌های اجتماعی پیام‌رسان در مشهد، کدام‌اند؟

برای تشخیص این مسئله که تعداد داده‌های مورد نظر (اندازه نمونه‌ها و رابطه بین متغیرها) برای تحلیل عاملی مناسب هستند یا خیر، از شاخص آزمون تناسب کایزر-مایر^۳ و آزمون بارتلت^۴ استفاده شد. مقدار KMO (کفایت نمونه‌برداری) برابر ۰/۸۰۱، ۰/۸۳۳، ۰/۸۹۹، ۰/۸۱۳، ۰/۸۹۷ و ۰/۹ برای هر یک از شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌ای، مقوله اصلی، راهبرد و پیامد و سطح معناداری آزمون کرویت بارتلت برابر ۰/۰۰۹ است؛ بنابراین، علاوه بر کفایت نمونه‌برداری، اجرای تحلیل عاملی بر پایه ماتریس همبستگی مورد مطالعه نیز قابل توجیه خواهد بود. جدول ۳ نتایج مربوط به عوامل استخراج‌شده و درصد واریانس تبیین‌شده توسط ابعاد شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌ای، راهبرد و پیامد را نشان می‌دهد.

-
1. Content Validity Ratio
 2. Content Validity Index
 3. KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of sampling Adequacy)
 4. Bartlett's Test of sphericity

جدول ۳) عوامل استخراج شده و درصد واریانس تبیین شده توسط ابعاد مدل پارادایمی

ابعاد			مقادیر ویژه اولیه			مجموع توان دوم بارهای عاملی استخراج شده			مجموع توان دوم بارهای عاملی بعد از چرخش واریماکس		
مقدار ویژه	درصد واریانس تبیین شده	درصد از واریانس جمعی	مقدار ویژه	درصد از واریانس	درصد از واریانس جمعی	مقدار ویژه	درصد از واریانس	درصد از واریانس جمعی	مقدار ویژه	درصد از واریانس	درصد از واریانس جمعی
۱/۰۴	۱۷/۲۷	۶۸/۳۶	۱/۰۴	۱۷/۲۷	۶۸/۳۶	۱/۰۴	۱۷/۲۸	۶۸/۳۶	۱/۰۴	۱۷/۲۸	۶۸/۳۶
۳/۲۶	۶۵/۱۰	۶۵/۱۰	۳/۲۶	۶۵/۱۰	۶۵/۱۰	۳/۲۶	۶۵/۱۰	۶۵/۱۰	۳/۲۶	۶۵/۱۰	۶۵/۱۰
۳/۲۴	۶۴/۷۷	۶۴/۷۷	۳/۲۴	۶۴/۷۷	۶۴/۷۷	۳/۲۴	۶۴/۷۷	۶۴/۷۷	۳/۲۴	۶۴/۷۷	۶۴/۷۷
۵/۹۱	۳۶/۹۶	۳۶/۹۶	۵/۹۱	۳۶/۹۶	۳۶/۹۶	۵/۹۱	۳۰/۲۷	۳۶/۹۶	۴/۸۴	۳۰/۲۷	۳۰/۲۷
۲/۷۶	۱۷/۲۷	۵۴/۲۳	۲/۷۶	۱۷/۲۷	۵۴/۲۳	۲/۷۶	۲۳/۸۷	۱۷/۲۷	۳/۸۲	۲۳/۸۷	۵۴/۱۳
۵/۹۷	۳۹/۸۱	۳۹/۸۱	۵/۹۷	۳۹/۸۱	۳۹/۸۱	۵/۹۷	۳۱/۷۶	۳۹/۸۱	۴/۷۶	۳۱/۷۶	۳۱/۷۶
۲/۵۹	۱۷/۲۵	۵۷/۰۶	۲/۵۹	۱۷/۲۵	۵۷/۰۶	۲/۵۹	۲۵/۱۷	۱۷/۲۵	۳/۷۸	۲۵/۱۷	۵۶/۹۳
۷/۷۹	۳۷/۰۸	۳۷/۰۸	۷/۷۹	۳۷/۰۸	۳۷/۰۸	۷/۷۹	۲۶/۹۱	۳۷/۰۸	۵/۶۵	۲۶/۹۱	۲۶/۹۱
۳/۱۰	۱۴/۷۸	۵۱/۸۶	۳/۱۰	۱۴/۷۸	۵۱/۸۶	۳/۱۰	۲۰/۸۴	۱۴/۷۸	۴/۳۸	۲۰/۸۴	۴۷/۷۵
۲/۶۳	۱۲/۵۳	۶۴/۳۹	۲/۶۳	۱۲/۵۳	۶۴/۳۹	۲/۶۳	۱۶/۶۲	۱۲/۵۳	۳/۴۹	۱۶/۶۲	۶۴/۳۸

برای بررسی مدل پژوهش از تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم استفاده شده که نتایج مربوطه در جدول ۴ آمده است.

جدول ۴) تحلیل عاملی مرتبه دوم ابعاد تبیین کننده مدل پارادایمی پژوهش

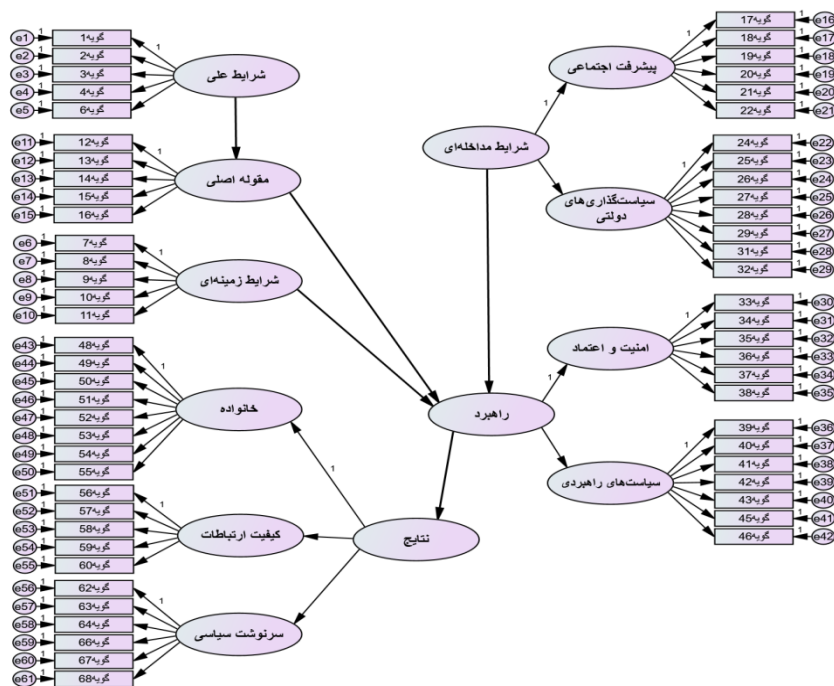
ابعاد نهایی سازه	ضرایب استاندارد	مقادیر t	P-Value	نتایج
خانواده	۰/۵۸	۶/۳۲۳	۰/۰۰۰۹	معنی دار است.
کیفیت ارتباطات	۰/۵۰	۵/۸۷۶	۰/۰۰۰۹	معنی دار است.
سرنوشت سیاسی	۰/۶۵	۶/۶۰۹	۰/۰۰۰۹	معنی دار است.

این جدول نشان می دهد هر یک از ابعاد (خانواده، کیفیت ارتباطات و سرنوشت سیاسی، به طور قابل توجهی معنی دار هستند. با توجه به اینکه فقط نتایج (پیامد) دارای بیش از دو بُعد و بقیه دارای ابعادی کمتر از دو هستند، انجام تحلیل عاملی مرتبه دوم برای شرایط علی، مقوله اصلی، زمینه ای، مداخله ای و راهبردی امکان پذیر نیست. از دیدگاه نمونه ها، ابعاد نه گانه مدل اکتشافی

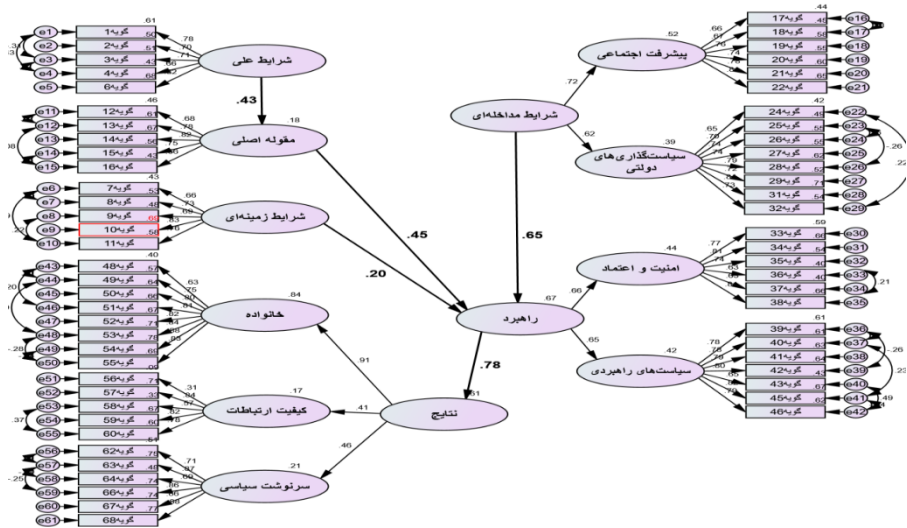
به‌عنوان سازه‌های مدل در تبیین مدل حکمرانی شبکه‌های پیام‌رسان در شهر مشهد، تأثیر معناداری دارند.

پرسش دوم: روابط بین ابعاد مدل حکمرانی شبکه‌های اجتماعی پیام‌رسان در مشهد، چگونه است؟

برای بررسی سؤال دوم پژوهش با استفاده از تحلیل مسیر در مدل پژوهش، به بررسی روابط بین ابعاد مدل حکمرانی شبکه‌های اجتماعی پیام‌رسان پرداخته‌شد. شکل‌های ۳ و ۴، خروجی اثرات و روابط میان هر یک از ابعاد مدل را در حالت کلی و ضرایب استاندارد نشان می‌دهند.



شکل ۳) مدل پارادایمی پژوهش در محیط نرم‌افزار



شکل ۴) مدل پارادایمی پژوهش در حالت ضرایب استاندارد

جدول ۵ خروجی اثرات و روابط میان هر یک از ابعاد مدل را در حالت کلی و ضرایب استاندارد نشان می‌دهد که به‌طور قابل ملاحظه‌ای معنادار و قابل قبول است.

جدول ۵) تحلیل مسیر مدل پارادایمی پژوهش

مسیرها	ضرایب استاندارد	مقادیر t	P-Value	نتایج
شرایط علی بر مقوله اصلی	۰/۴۳	۵/۹۰۳	۰/۰۰۰۹	معنی‌دار است.
مقوله اصلی بر راهبردها (راهکارها)	۰/۴۵	۵/۶۱۹	۰/۰۰۰۹	معنی‌دار است.
شرایط زمینه‌ای بر راهبردها (راهکارها)	۰/۲۰	۳/۳۰۴	۰/۰۰۱	معنی‌دار است.
شرایط مداخله‌ای بر راهبردها (راهکارها)	۰/۶۵	۴/۸۵۳	۰/۰۰۰۹	معنی‌دار است.
راهبردها (راهکارها) بر نتایج (پیامدها)	۰/۷۸	۷/۲۸۲	۰/۰۰۰۹	معنی‌دار است.

پرسش سوم: اولویت‌بندی هر یک از ابعاد مدل حکمرانی شبکه‌های اجتماعی پیام- رسان در مشهد چگونه است؟

در این بخش، بررسی اولویت‌ها با استفاده از آزمون فریدمن انجام شد. بیشترین اولویت از لحاظ عملکردی مربوط به شرایط مداخله‌ای با میانگین رتبه ۴/۲۶، دومین اولویت مربوط به راهبردها با میانگین رتبه ۳/۶۷، سومین اولویت مربوط به شرایط علی با میانگین رتبه ۳/۵۲، چهارمین اولویت مربوط به مقوله اصلی با میانگین رتبه ۳/۴۱، پنجمین اولویت مربوط به پیامدها (نتایج) با

میانگین رتبه ۳/۴۰ و کمترین اولویت از لحاظ عملکردی مربوط به شرایط زمینه‌ای با میانگین رتبه ۲/۷۳ بوده‌است. در شرایط مداخله‌ای، اولویت اول از لحاظ عملکردی مربوط به مؤلفه سیاست‌گذاری‌های دولتی با میانگین رتبه ۱/۶۵ و اولویت دوم مربوط به مؤلفه پیشرفت اجتماعی با میانگین رتبه ۱/۳۵ بوده‌است. در راهبردها، اولویت اول از لحاظ عملکردی مربوط به مؤلفه سیاست‌های راهبردی با میانگین رتبه ۱/۷۳ و اولویت دوم مربوط به مؤلفه امنیت و اعتماد با میانگین رتبه ۱/۲۷ بوده‌است. در نتایج، بیشترین اولویت از لحاظ عملکردی مربوط به مؤلفه کیفیت ارتباطات با میانگین رتبه ۲/۲۶ و کمترین اولویت، مربوط به مؤلفه سرنوشت سیاسی با میانگین رتبه ۱/۸۲ بوده‌است.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر در پی مدل‌سازی حکمرانی شبکه‌های اجتماعی پیام‌رسان داخلی بود که با بهره‌گیری از روش‌های کیفی و کمی به پرسش‌های آن پاسخ داده‌شد. طبق نتایج بخش کیفی، مدل پارادایمی پژوهش دارای نه بُعد است و طبق نتایج بخش کمی، شرایط علی (ارتباطات مؤثر) (ضریب استاندارد ۰/۴۳، مقدار تی ۵/۹۰۳ و مقدار احتمال ۰/۰۰۹)، شرایط زمینه‌ای (عوامل زمینه‌ای) (۰/۲، ۳/۳۰۴ و ۰/۰۰۱)، شرایط مداخله‌ای (سیاست‌گذاری‌های دولتی و پیشرفت اجتماعی) (۰/۶۵، ۴/۸۵۳ و ۰/۰۰۹)، راهبرد (امنیت و اعتماد و سیاست‌های راهبردی) (۰/۷۸، ۷/۲۸۲ و ۰/۰۰۹) و پیامد (خانواده، کیفیت ارتباطات و سرنوشت سیاسی)، تبیین‌کننده مدل پارادایمی پژوهش هستند. در اینجا به مقایسه نتایج حاصل از این پژوهش با مطالعات سایر پژوهشگران می‌پردازیم. طبق نتایج تحقیق دقتی و دیگران (۱۳۹۸: ۲۰۳)، فناوری اطلاعات و ارتباطات، امنیت سایبری، مشارکت شهروندان در شبکه، درگیری و تعامل سازنده میان اعضای شبکه، پاسخ‌گویی و چارچوب ساختاری شبکه و چشم‌انداز توسعه شبکه، دارای اهمیت بالایی تعیین شدند. طبق نتایج مدل پارادایمی پژوهش حاضر، ارتباطات مؤثر مؤلفه تبیین‌کننده شرایط علی، سیاست‌گذاری‌های دولتی مؤلفه شرایط مداخله‌ای و سیاست‌های راهبردی مؤلفه راهبرد، تعیین شد که دربردارنده مؤلفه‌های ذکرشده در تحقیق مورد اشاره هستند؛ پس نتایج دو تحقیق با یکدیگر قرابت و همسویی دارند. در تحقیق منوریان، نرگسیان و حسینی مکارم (۱۳۹۸: ۸۳)

عوامل علی مؤثر بر حکمرانی شبکه‌ای؛ شامل تشکل‌های مردمی، عوامل زمینه‌ای؛ شامل زیرساخت‌های فرهنگی و اعتمادسازی، راهبردهای حکمرانی شبکه‌ای؛ شامل توسعه کانال‌های اطلاعات و پویای محیطی و پیامدها؛ شامل اثربخشی سازمانی بود که این مؤلفه‌ها در مدل پارادایمی پژوهش حاضر نیز، بررسی شد که البته در نام‌گذاری مؤلفه تا حدودی متفاوت هستند. نتایج تحقیق سلطانی‌نژاد و گودرزی (۱۳۹۶: ۹۵) در خصوص فناوری اطلاعات و تحول در مفهوم حکمرانی خوب، بر نقش مهم ارتباطات مناسب در بستر مجازی تأکید کردند. در تحقیق حاضر هم ارتباطات مؤثر به‌عنوان مؤلفه شرایط علی تعیین شد. نتایج تحقیق قدوسی و محمودی (۱۳۹۶: ۱۰۶) سیاست‌های راهبردی تدوین‌شده را در بحث حکمرانی، مهم برشمردند. سیاست‌های راهبردی، جزء دو مؤلفه راهبردهای مدل پژوهش حاضر بوده‌اند. در پژوهش یعقوبی (۱۳۹۶: ۲۰۴)، نتایج بر ایجاد اعتماد و شفافیت در بین مردم تأکید می‌کند. مؤلفه امنیت و اعتماد، از راهبردهای شناسایی‌شده در مدل نهایی پژوهش حاضر است. طبق نتایج تحقیق شهرستانی (۱۳۹۵: ۱) فناوری اطلاعات و ارتباطات در تحقیق حکمرانی خوب شهری، نقش مهمی دارد که همسو با تحقیق حاضر است؛ چراکه ارتباطات مؤثر مؤلفه شرایط علی در پژوهش حاضر بوده‌است. یافته‌های پژوهش جعفری، زارعی‌متین و جوکار (۱۳۹۵: ۱۰۳) نشان داد که ارتقای امنیت شبکه اطلاعات و گسترش عدالت اجتماعی جزء ارزش‌های حکمرانی الکترونیکی هستند. در تحقیق حاضر، پیشرفت اجتماعی از مؤلفه‌های شرایط مداخله‌ای و امنیت و اعتماد از مؤلفه‌های شرایط زمینه‌ای بوده‌اند؛ پس بین دو تحقیق، قرابت بالایی وجود دارد. در پژوهش پیتمن و آرمیتیگ (Pittman & Armitage, 2019: 67) و در مورد حکمرانی شبکه‌ای، محققان دریافتند که حکومت در حال حاضر در حال انتقال به یک حالت شبکه‌ای است و سیاست‌گذاری‌های دولت برای مدیریت شبکه، مهم است. در مدل پژوهش، سیاست‌گذاری دولت در امر حکمرانی شبکه‌های اجتماعی از مؤلفه‌های شرایط مداخله‌ای بوده‌است. از این جهت، دو پژوهش، با یکدیگر همخوانی دارند. نتایج تحقیق هارو دی روساریو، سیز مارتین و ماریا دل کارمن (Haro-de-Rosario, Sández-Martín & María del Carmen, 2018: 37) بر تأثیرگذاری رسانه‌های اجتماعی در ایجاد شفافیت و امنیت تأکید کرده‌اند. مؤلفه امنیت و اعتماد، جزء دو مؤلفه راهبردهای حکمرانی شبکه‌ای، تعیین شد که همسو با پژوهش مذکور است. از آنجا که تحقیق و پژوهش مذکور مربوط

به شبکه‌های اجتماعی داخلی (مطالعه موردی شهر مشهد) است؛ می‌توان گفت به‌خاطر جمعیت گردشگری که سالانه برای زیارت و تفریح به این شهر می‌روند، وجود حکمرانی شبکه‌ها به‌عنوان یک برنامه‌ی راهبردی جهت ارائه خدمات با کیفیت و اطلاع‌رسانی و ایجاد فضای مناسب برای مراجعه‌کنندگان، لازم است؛ تا جایی که زائرین امام‌رضا (ع) با استفاده از این شبکه‌ها، به‌راحتی از هتل‌ها، مکان‌های تفریحی و گردشگری، مراکز خرید، سرویس‌های حمل‌ونقل و قطار شهری و برون‌شهری، رزرو بلیط قطار، هواپیما و اتوبوس و همچنین رستوران‌ها و غذاخوری‌ها مطلع شوند و به‌صورت برخط به آن‌ها خدمات‌رسانی شود و حتی امکانات رفاهی برای کسانی که برای درمان به این شهر سفر می‌کنند فراهم شود که این امر نیاز به ایجاد بستری مناسب و امن برای ارتباطات و اینترنت رایگان دارد که موجب ایجاد حکمرانی خوب و ارائه خدمات بهتر و پاسخگویی و شفاف‌سازی رضایت شهروندان و مشارکت عمومی می‌شود.

با استناد به نتایج حاصل از سؤال‌های پژوهش، پیشنهاداتی به شرح زیر ارائه می‌شود:

الف. تقویت شرایط علی: ایجاد شرایط مناسب برای دسترسی همیشگی به اطلاعات، شفافیت در اطلاع‌رسانی به اقشار مختلف مردم و دسترسی فراگیر و سهولت استفاده از پیام‌رسان‌ها برای افراد با سطح تحصیلات مختلف.

ب. تقویت شرایط محیطی: توجه متولیان امر به نیازها و تقاضاهای به‌روز و واقعی کاربران، آموزش فرهنگ استفاده از پیام‌رسان‌ها در مدارس برای دانش‌آموزان در سنین پایین و توجه به تأثیرات فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی به‌کارگیری شبکه‌های اجتماعی داخلی بر مردم.

ج. تقویت شرایط مداخله‌ای: همکاری و تعامل با صداوسیما برای بالابردن سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کاربران، ایجاد و توسعه اقتصادی کسب‌وکارهای کوچک و استفاده آن‌ها از محیط شبکه‌های اجتماعی داخلی، آزادی بیشتر گردش اطلاعات و عدم سانسورهای غیر ضروری و ایجاد فضای رقابتی همگون برای پیام‌رسان‌ها توسط دولت.

د. تقویت راهبردها (راهکارها): ارائه بسته‌های تشویقی توسط دولت جهت افزایش کاربران و اعتبار بیشتر، تدوین و اطلاع‌رسانی سطح دسترسی مردم به اطلاعات توسط نهادهای امنیتی و مشخص‌بودن سازوکار مربوط به مدیریت نگهداری اطلاعات توسط پیام‌رسان‌ها.

منابع

- اکبری تبار، علی اکبر؛ اسکندری پور، ابراهیم (۱۳۹۲). *رسانه های اجتماعی و شبکه های اجتماعی مجازی*. تهران: مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال؛ مؤسسه فرهنگی هنری تقارب و تبادل فرهنگی.
- بیگی نیا، عبدالرضا، و دیگران (۱۳۹۱). "شناسایی و اولویت بندی شاخص های حکمرانی خوب". *چشم/انداز مدیریت دولتی*، دوره ۳، ش ۴، پیاپی ۴ (بهار): ۶۵-۸۶.
- جعفری، محمدباقر؛ زارعی متین، حسن؛ جوکار، شهناز (۱۳۹۵). "شناسایی و اولویت بندی ارزش های حکمرانی الکترونیکی در شهرداری ها". *پژوهش های مدیریت در ایران*، دوره ۲۰، ش ۳، پیاپی ۹۳ (پاییز): ۸۳-۱۰۴.
- خلیلی، محسن (۱۳۹۴). "کشاکش دولت الکترونیک با دموکراسی الکترونیک". *دولت پژوهی*، دوره ۱، ش ۳، پیاپی ۳ (پاییز): ۱-۳۲.
- دشتی نژاد، رضا؛ وظیفه، زهرا (۱۳۹۴). "بررسی استفاده از شبکه های اجتماعی بر انگیزه های کارکنان سازمان ها". در: *مجموعه مقالات اولین کنفرانس بین المللی مدیریت، اقتصاد و سامانه های مالی*. دبی: شرکت پنداران دیش رهپو.
- دقتی، عادل، و دیگران (۱۳۹۸). "ارائه الگوی توسعه مرحله ای حکمرانی شبکه ای با استفاده از رویکرد فراترکیب". *مدیریت دولتی*، دوره ۱۱، ش ۲ (بهار): ۲۰۳-۲۳۰.
- رهنما، محمدرحیم؛ شاددل، لیا (۱۳۹۴). "ارزیابی پایداری و تعیین اندازه بهینه جمعیت شهر مشهد بر اساس وضعیت منابع آبی". *پژوهش های جغرافیایی برنامه ریزی شهری*، دوره ۳، ش ۲ (تابستان): ۱۲۳-۱۴۳.
- سلطانی نژاد، احمد؛ گودرزی، سهیل (۱۳۹۶). "فناوری اطلاعات و تحول در مفهوم حکمرانی خوب". *فصلنامه سیاست*، دوره ۴۷، ش ۱ (بهار): ۷۹-۹۷.
- شهرستانی، رضا (۱۳۹۵). "بررسی نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در تحقق حکمروایی خوب شهری (مطالعه موردی: منطقه ۶ تهران)". در: *دومین کنفرانس سالانه پژوهش های معماری، شهرسازی و مدیریت شهری*. تهران: مؤسسه معماری و شهرسازی سفیران راه مهرازی: ۱-۱۰.

- عزیزی‌فر، محمدجواد (۱۳۹۶). "نگرشی بر توانمندی‌های دولت الکترونیک در افزایش و توسعه حکمرانی خوب". در: *اولین همایش ملی توسعه پایدار و مدیریت شهری با رویکرد آرامش شهروندی*. سیرجان: شهرداری سیرجان: ۱۱-۲۱.

- قاضی طباطبایی، محمود؛ نصرتی، روح‌الله؛ کاظمی، علی (۱۳۹۱). "ارزیابی الگوی نظری حکمرانی خوب در تبیین وضعیت توسعه انسانی". *توسعه روستایی*، دوره ۴، ش ۱ (بهار و تابستان): ۳۹-۵۲.

- قدوسی، محمدرضا؛ محمودی، جعفر (۱۳۹۶). "الکترونیکی‌شدن مسبب گرایش به حکمرانی نیک یا حکمرانی نیک مسبب گرایش به الکترونیکی‌شدن: روندهای کنونی و پیش‌بینی‌های آتی". *آینده‌پژوهی مدیریت*، دوره ۲۸، ش ۳، پیاپی ۱۱۰ (پاییز): ۱۰۵-۱۱۲.

- کشاورز، محمد؛ طبرسا، غلامعلی (۱۳۹۵). "نقش دولت الکترونیک در رسیدن به حکمرانی خوب". در: *اولین همایش بین‌المللی انسجام مدیریت و اقتصاد در توسعه شهری*. تبریز: دانشگاه اسوه؛ دانشگاه آتاترک ترکیه.

- کیا، علی‌اصغر؛ نوری مرادآبادی، یونس (۱۳۹۱). "عوامل مرتبط با گرایش دانشجویان به شبکه اجتماعی فیس‌بوک (بررسی تطبیقی دانشجویان ایران و آمریکا)". *مطالعات فرهنگ-ارتباطات*، دوره ۱۳، ش ۱۷، پیاپی ۴۹ (بهار): ۱۸۱-۲۱۲.

- مرشدی‌زاد، علی (۱۳۹۶). "حکمرانی خوب، و حکمرانی مطلوب در تمدن نوین اسلامی". *آینده‌پژوهی ایران*. دوره ۲، ش ۲، پیاپی ۳ (پاییز و زمستان): ۱۲۵-۱۴۰.

- مقیمی، محمد؛ اعلائی اردکانی، مصطفی (۱۳۹۰). "سنجش شاخص‌های حکمرانی خوب و نقش دولت الکترونیک در ارتقای آن". *مدیریت فناوری اطلاعات*، دوره ۳، ش ۸ (پاییز): ۱۷۱-۱۸۸.

- منوریان، عباس؛ نرگسیان، عباس؛ حسینی مکارم، عاطفه (۱۳۹۸). "طراحی مدل حکمرانی شبکه‌ای در شهرداری تهران". *اقتصاد و مدیریت شهری*، دوره ۷، ش ۲۷ (تابستان): ۷۶-۸۵.

- مؤمنی، داود، و دیگران (۱۳۹۷). "تدوین مدل راهکارهای تجاری‌سازی پیام‌رسان‌های ایرانی". *پژوهش‌های ارتباطی*، دوره ۲۵، ش ۴ (زمستان): ۷۳-۱۰۸.

- هادی پیکانی، مهربان، شهسواری، قاسم؛ نصر اصفهانی، مهدی (۱۳۹۵). "حکمرانی الکترونیک؛ چالش‌های مردم‌سالاری". *چالش‌های جهان*، دوره ۲، ش ۳، پیاپی ۷ (پاییز): ۱۲۷-۱۵۴.

- یعقوبی، اسماعیل (۱۳۹۶). "حکمرانی خوب و ارتقای سلامت نظام اداری؛ تبیین نقش دولت الکترونیک". *پژوهش‌های مدیریت عمومی*، دوره ۱۰، ش ۳۷ (پاییز): ۲۰۳-۲۲۲.

- Ansell, C.; Torfing, J. (2016). *Handbook on theories of governance*. Cheltenham: Edward Elgar.

- Awolusi, F. (2014). "The Impacts of Social Networking Sites on Workplace Productivity". *The Journal of Technology Management, and Applied Engineering*, Vol. 28, No. 1: 1-6.

- Courtney, R. (2017). "Network governance in the heritage ecology". *Journal of Management and Governance*, Vol. 22, No. 3: 689-706.

- Dedeurwaerdere, T., et al. (2017). "The Governance Features of Social Enterprise and Social Network". *Ecological Economics*, Vol. 140, No. 2017: 123-135.

- Fawcett, P., et al. (2017). *Anti-politics, de-politicization and governance*. Oxford: Oxford Scholarship Online.

- Haque, P.; Pathrannarakul, P. (2013). "E-government towards good governance: A global appraisal". *Journal of E-Governance*, Vol. 36, No. 1: 25-34.

- Haro-de-Rosario, A.; Sáez-Martín, A.; María del Carmen, C. (2018). "Using social media to enhance citizen engagement with local government: Twitter or Facebook?". *New media & society*, Vol. 20, No. 1: 29-49.

- Imperial, C.; et al. (2016). "Understanding leadership in a world of shared problems: advancing network governance in large landscape conservation". *Journal of Frontiers in Ecology and the Environment*, Vol. 14, No. 3: 126-134.

- Jedd, T.; Bixler, P. (2015). "Accountability in Networked Governance: Learning from a case of landscape-scale forest conservation". *Journal of Environmental Policy and Governance*, Vol. 23, No. 3: 172- 188.

- Laffin, M. (2015). "Planning in England: New Public Management, Network Governance or Post-Democracy?". *International Review of Administrative Sciences*, Vol. 82, No. 2: 354-372.

- Nochta, T.; Skelcher, C. (2020). "Network governance in low-carbon energy transitions in European cities: A comparative analysis". *Energy Policy*, Vol. 138, No. 2020: 111298.
- Ojo, A.; Sehl Mellouli, S. (2018). "Deploying governance networks for societal challenges". *Government Information Quarterly*, Vol. 35, No. 4: 106-112.
- Palomo-Navarro, A.; Navío-Marco, J. (2018). "Smart city networks' governance: The Spanish smart city network case study". *Telecommunications Policy*, Vol. 42, No. 10: 872-880.
- Pittman, J.; Armitage, D. (2019). "Network Governance of Land-Sea Social-Ecological Systems in the Lesser Antilles". *Ecological Economics*, Vol. 157, No. 2019: 61–70.
- Scarlett, L.; McKinney, M. (2016). "Connecting people and places: The emerging role of network governance in large landscape conservation". *Ecol Environ*, Vol. 14, No. 3: 116–125.
- Sorensen, E.; Torfing, J. (2018). "The democratizing impact of governance networks: From pluralization, via democratic anchorage, to interactive political leadership". *Journal of Public Administration*, Vol. 96, No. 2: 302-317.
- Weller, T.; Tierney, J. (2018). "Evidence in the Networked Governance of Regional Decarbonisation: A Critical Appraisal". *Journal of Public Administration*, Vol. 77, No. 2: 280-293.

The Modeling of Governance of Internal Messaging Social Networks (Case Study: Mashhad City)

Tanya Nikokhesal¹

Hamid Erfanian Khanzad²

Masoud Ahmadi³

Abstract

The Governance provides networks of new spaces of government by eliminating the traditional dichotomies of government and society, which are made possible through the mobilization of knowledge, the resources of responsible citizens, civil society institutions, public organizations and private companies. purpose of this study is to model the governance of internal social networks, a combined research method based on exploratory mixed research (qualitative-quantitative). The statistical population in the qualitative part of academic experts and information technology managers of executive organizations and in the quantitative part, managers and information technology experts of selected executive organizations in Mashhad in the summer of 1399 were about 25 executive organizations with an approximate number of 1250 people. In the qualitative part, using the snowball method to achieve theoretical saturation, in-depth interviews were conducted with 12 experts, and in the quantitative part, to measure the model, a 68-item researcher-made questionnaire using stratified random sampling method among 294 Samples were distributed. The validity of the questionnaire was confirmed by face and content method and its reliability was confirmed by Cronbach's alpha method by 0.84. Qualitative data were analyzed using grounded theory technique in MAXqda2018 software and quantitative data were analyzed using structural equations (exploratory and confirmatory factor analysis) with SPSS and AMOS software. The results of the qualitative part indicate that the governance model of internal social networks has 9 dimensions: causal conditions (effective communication), contextual conditions (contextual factors), intervention conditions (government policies and social progress), strategy (security). And trust and strategic policies (and consequences) (family, quality of communication, and political destiny). The results of the quantitative section showed that all dimensions of the research paradigm model were confirmed.

Keywords: Good governance, social media governance, e-government.

1. Ph.D student in Governmental Management, Islamic Azad university, Sari Branch
nikokhesal;tanya@gmail.com

2. Assitant professor, Governmental Management, Islamic Azad university, Mashhad Branch,
Corresponding Author; hamiderfanian@mshdiau.ac.ir

3. Assitant professor, Governmental Management, Islamic Azad university, Sari Branch;
m.ahmadi4502@gmail.com

Table and content

Changes in family structure from the perspective of registration statistics (Case study: Great Khorasan)/ Mahbobeh Jafari Baee, Ali Rahmani Firoozjah, Yaghoob Forootan, Manochehr Pahlavan	7
Study of professional ethics with an emphasis on Islamic values (Case study: Education staff of South Khorasan)/ Iman Khaki, Tooraj Mijibi	47
Identify influential factors on change tendency to luxury goods consume by adjustment Demographic Features (Case Study: Mashhad City)/ Zahra Shirzour Aliabadi, Mahdیه Kari	87
The relationship between parenting patterns and educational vitality in Junior high School students/ Masoomeh Fadavi, Hadi Pourshafei, Fereshteh Asadzadeh	111
Famine in North Khorasan during the First World War, according to unpublished documents of the National Archives of Iran/ Elham Malekzadeh	127
The Modeling of Governance of of Internal Messaging Social Networks (Case Study: Mashhad City)/ Tanya Nikokhesal, Hamid Erfanian Khanzad, Masoud Ahmadi	151

Referees of This Period. (Alphabetical Order)

Mohammad Bagher Akhoondi/ Assistant Professor, University of Birjand

Samira Pour/ Assistant Professor, University of Birjand

Hadi Pourshafeie/ Associate Professor, University of Birjand

Mohammad Hassan Sharbatian/ Researcher and Lecturer at the University of Applied Sciences

Leyla Talebzadeh Shooshtari/ Assistant Professor, University of Birjand

Mohammad Ali Talebi/ Assistant Professor, Payam Noor University, Birjand

Ali Asgari/ Assistant Professor, University of Birjand

Zahra Alizadeh Birjandi/ Associate Professor, University of Birjand

Javad Mekaniki/ Associate Professor, University of Birjand

Akram Naseri/ University of birjand, Lecturer

In The Name Of God

Scientific Quarterly of Social-Cultural Studies of Khorasan

Serial: 60

ISBN 1735-8256

Summer 2021 ,4th 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 editor: Zerang, Mahin

The Editorial Committee

1. Habib Allah Ahmadi/ Professor, University of Shiraz
 2. Zahra Alizadeh Birjandi/ Associate Professor, University of Birjand
 3. Mohammad Behnamfar/ Professor of Persian language and literature, University of Birjand
 4. Alexander Chulukhadze/ Associate Professor of Persian Language and Literature, University of Georgia
 5. Ahmad Kamyabi Mask/ Professor, University of Tehran
 6. Mohammad Reza Majidi/ Associate Professor, University of Tehran
 7. Javad Mikaniki/ Associate Professor, University of Birjand
 8. Hadi Pour Shafei/ Associate Professor, University of Birjand
 9. Mohammad Taghi Rashed Mohassel/ Professor, Institute for Humanities and Cultural Studies
 10. Mofid Shateri/ Associate Professor, University of Birjand
 11. 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 ۴۰۰ 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.)