

صاحب امتیاز: اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خراسان جنوبی

سر دبیر: دکتر زهرا علیزاده بیرجندی

مدیر اجرایی: مهین زرنگ

مدیر مسئول: علی فرخنده

مدیر داخلی: محمود رضانی

اعضای هیئت تحریریه (به ترتیب حروف الفبا):

- |                              |                                                                        |
|------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| ۱. دکتر حبیب‌الله احمدی      | استاد جامعه‌شناسی و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه شیراز                     |
| ۲. دکتر محمد بهنام‌فر        | استاد زبان و ادبیات فارسی دانشگاه بیرجند                               |
| ۳. دکتر هادی پورشافعی        | دانشیار علوم تربیتی دانشگاه بیرجند                                     |
| ۴. دکتر الکساندر چولوخادزه   | دانشیار زبان و ادبیات فارسی، مطالعات ایران و خاورمیانه دانشگاه گرجستان |
| ۵. دکتر محمد تقی راشد محصل   | استاد فرهنگ و زبان‌های باستانی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی   |
| ۶. دکتر مفید شاطری           | دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه بیرجند                   |
| ۷. دکتر زهرا علیزاده بیرجندی | دانشیار تاریخ دانشگاه بیرجند                                           |
| ۸. دکتر ویلم فلور            | استاد ایران‌شناس 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 منطقه‌ای دانشگاه تهران                            |
| ۱۱. دکتر جواد میکانیکی       | دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه بیرجند                   |

ویراستار: سمیه پورسلطانی

امور فنی: فائزه دستگردی

ویرایش انگلیسی: دکتر سعید عامری

لیتوگرافی و چاپ: مؤسسه فرهنگی-هنری ذره‌بین رسانه نوین

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: ۰۵۶-۳۲۳۲۳۳۹۳-۰۵۶ دورنگار: ۰۵۶-۳۲۳۲۳۲۷۷

سامانه پست الکترونیک فصلنامه: Farhangekhorasan@gmail.com

وبگاه: <http://Farhangekhorasan.ir>

آرا و نظرهای مندرج در این شماره مبین نظرها و آرای فصلنامه نیست.  
نویسندگان و مترجمان، مسئول نظرهای مندرج در نوشته خود هستند.  
نوشته‌های ارسالی که مناسب چاپ نباشند، پس فرستاده نمی‌شوند.  
فصلنامه در ویرایش و حذف مطالب آزاد است.

## داوران این شماره (به ترتیب حروف الفبا):

استادیار پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی	محمدعلی ابوترابی
استادیار دانشگاه بیرجند	علی اشرفی
استادیار دانشگاه بیرجند	محمد حجی پور
استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد گناباد	سید سعید حسینی
استادیار دانشگاه کوثر بجنورد	فاطمه زمانی
دانشیار و عضو هیئت علمی سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی	نیره شاه‌محمدی
استادیار دانشگاه بیرجند	زهرا شیرزور علی‌آبادی
استادیار دانشگاه بیرجند	محمدعلی طالبی
استاد دانشگاه خوارزمی تهران	حبیب‌الله عباسی
استادیار دانشگاه پیام نور تهران	علیرضا قربانی
دانشیار دانشگاه بیرجند	سیروس قنبری
استادیار دانشگاه بیرجند	وحید کیانی
استادیار دانشگاه بیرجند	حمید مسعودی
دانشیار دانشگاه بیرجند	جواد میکانیکی
استادیار دانشگاه فرهنگیان مشهد	فرامرز نودهی
دانشیار دانشگاه تربیت مدرس	حامد نوروزی

پیشینه: 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 نامه 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 براساس آیین‌نامه نشریات علمی در ارزیابی سال‌های ۱۳۹۸، ۱۳۹۹، ۱۴۰۰، ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲، این فصلنامه موفق به کسب رتبه ب گردیده است.

مطالعات فرهنگی- اجتماعی خراسان در پایگاه استنادی علوم کشورهای اسلامی (ISC) به نشانی [www.srlst.com](http://www.srlst.com)؛ پرتال جامع علوم انسانی آدرس <http://ensani.ir/fa/article/journal/1831> گوگل اسکالر [https://scholar.google.com/citations?viewop=list\\_works&hl=en&user=hUhxDv4AAAAJ](https://scholar.google.com/citations?viewop=list_works&hl=en&user=hUhxDv4AAAAJ) پایگاه سیولیکا به آدرس <https://civilica.com/1/60837>؛ پایگاه مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی <https://www.sid.ir/fa/journal/JournalList.aspx?ID=8071>؛ پایگاه بانک اطلاعات نشریات کشور به نشانی [www.inti@magiran.com](http://www.inti@magiran.com) و پایگاه مجلات تخصصی نور به نشانی [www.noormags.com](http://www.noormags.com) نمایه می‌شود.

## شرایط پذیرش مقاله

مطالعات فرهنگی - اجتماعی خراسان مقاله‌هایی در موضوعاتی با جهت‌گیری فرهنگ، تمدن، آداب و رسوم، تاریخ، جغرافیا و آموزش با تمرکز در دو حوزه فرهنگی و اجتماعی در گستره خراسان را که با توجه به نکات زیر تدوین شده باشد، منتشر می‌کند.

۱- ساختار مقاله دارای عنوان، چکیده، واژه‌های کلیدی، مقدمه، بیان مسئله، روش‌شناسی، یافته‌ها، بحث و نتیجه‌گیری، منابع و ارجاعات دقیق و، در صورت لزوم، پیوست‌ها باشد.

۲- مقاله در محیط Microsoft Word 2007 و قلم B nazanin، اندازه ۱۳ از طریق رایانامه به نشانی <http://Farhangekhorasan.ir> ارسال شود.

۳- صفحات مقاله اگر در قالب A4 باشد حداکثر ۱۸ صفحه و اگر در قالب ۱۶/۵ \* ۲۳/۵ (وزیری) باشد (طبق قالب بارگذاری شده در سامانه template) حداکثر ۲۵ صفحه باشد. مجله از پذیرش مقاله‌های طولانی (بیش از ۸۰۰۰ واژه) معذور است.

۴- چکیده فارسی بین ۲۵۰ تا ۳۰۰ کلمه باشد و واژه‌های کلیدی (سه تا هفت کلمه) است.

۵- ارسال چکیده مبسوط به فارسی و لاتین توسط نویسنده الزامی و پس از داوری مقاله توسط نویسنده ارائه می‌گردد. جهت تنظیم چکیده مبسوط به راهنمای نویسندگان در سامانه مراجعه نمایید.

۶- معادل‌های لاتین اسامی غیرفارسی، اصطلاحات غیررایج با علامت شماره‌گذاری مستقل برای هر صفحه، در پانویس آورده شود.

۷- جداول، نمودارها، نقشه‌ها و عکس‌ها (حداقل درجه وضوح 300px)، با شماره و عنوان گویا (B Nazanin 12 Regular) و همچنین ذکر مأخذ در ذیل هر کدام (B Nazanin 12 Regular) آورده شود.

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

۹- فهرست منابع در انتهای مقاله و براساس حروف الفبا همراه با مشخصات کامل کتاب‌شناختی مطابق نمونه‌های ذیل آورده شود.

۹-۱- کتاب

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

۹-۲- مقاله

شاطری، مفید (۱۳۸۵). گذاری بر جغرافیای تاریخی قهستان. *فرهنگ خراسان جنوبی*، (۱۱)، ۴۹-۶۶.

۹-۳- مجموعه مقالات همایش

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

۹-۴- پایان نامه

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

۹-۵- 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].

۹-۶- وب‌گاه‌های اینترنتی

فاضلی، نعمت (۱۳۸۶). *شهروندی فرهنگی و فرهنگی شدن شهروندی*. بازیابی شده در: <http://www.Farhanghenasi.com/article/s/9/5/html>. از: ۱۳۸۸/۸/۲.

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

۱۱- مقاله ارسالی نباید به منظور چاپ در دیگر مجلات ارسال شده باشد.

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

۱۲- جهت اطلاعات بیشتر و تنظیم مقاله، نحوه نگارش ارجاعات درون‌متنی و منابع به راهنمای نویسندگان در سامانه فصلنامه مراجعه نمایید.

نشانی دفتر نشریه: خراسان جنوبی، بیرجند، خیابان شهید محلاتی، اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خراسان جنوبی، دبیرخانه شورای پژوهشی. تلفن: ۴-۳۲۳۲۳۳۹۳-۰۵۶  
دورنگار: ۰۵۶-۳۲۳۲۳۲۷۷

آدرس وبگاه: <http://farhangekhorasan.ir>

سامانه پست الکترونیک فصلنامه: [farhangekhorasan@gmail.com](mailto:farhangekhorasan@gmail.com)



## فهرست مطالب

- ارائه‌ی الگوی بومی استراتژی‌های بازاریابی در مؤسسات فرهنگی و هنری شهر مشهد  
با رویکرد کیفی

نفیسه ابراهیم‌نژاد، سید مرتضی غیور باغبانی، سعید جعفری تیتکانلو، مرتضی رجوعی ..... ۹

- چالش‌های زندگی در سایه‌ی بی‌سرپرستی: روایت یک زن سرپرست خانوار بیرجندی  
هادی براتی، فرخ‌رو جلیلی، حمیده جلیلی، رابعه چکی، ماجده نجاتی ..... ۴۵

- رسالت شعر و شاعری در مصیبت‌نامه‌ی عطار؛ شاعری از خراسان، مهد شعر فارسی  
زهره خاکباز، ناصر نیکوبخت، نجمه دری ..... ۸۳

- تحلیل نقش زیرساخت‌های ریلی در ارتقای توسعه‌ی سیاسی فضا و امنیت پایدار  
خراسان جنوبی

وحید کیانی، بهرام رضائی ..... ۱۱۱

- تحلیل جامعه‌شناختی مصرف‌گرایی در مراسم ترحیم؛ مطالعه‌ی موردی: بیرجند  
نجمه مودی، حمید مسعودی ..... ۱۴۹

- سنجش و تحلیل حکمروایی خوب در نواحی روستایی؛ مورد مطالعه: شهرستان زیرکوه  
جواد میکانیکی ..... ۱۹۳





## A Localized Model of Marketing Strategies for Cultural and Artistic Institutions in Mashhad: A Qualitative Study

Nafiseh Ebrahimnezhad<sup>1</sup>  
Saeed Jafari Titkanloo<sup>3</sup>

Seyyed Morteza Ghayour Baghbani<sup>2</sup>  
Morteza Rojui<sup>4</sup>

Received: 11/05/2025

Accepted: 11/08/2025

### Introduction

In today's dynamic economic, social and technological environment, organizations need targeted and adaptable marketing strategies to ensure survival and foster sustainable development (Derakhshani et al., 2020). This requirement is even more critical in the cultural and artistic industries, which serve as essential pillars of the cultural economy (Shadlouei, 2019; Ghanbari et al., 2022). Although these industries hold significant potential for job creation and cultural advancement, they continue to face persistent challenges such as inadequate infrastructure, underdeveloped marketing systems, and limited specialized training. These obstacles have constrained their growth and performance (Ghanbari et al., 2023). Designing comprehensive and localized marketing models offers a promising solution to address these limitations and strengthen the development of cultural industries. Globally, leading cultural institutions have achieved success by aligning their strategies with rapid market transformations and shifting consumer preferences. This necessity is particularly evident in Iran—especially in culturally rich cities like Mashhad—where, despite considerable potential, the absence of localized cultural marketing strategies has resulted in numerous missed opportunities (Ghanbari et al., 2023). Given the intangible and symbolic nature of artistic products, effective

---

1. Ph.D. Student in Business Management, Policy Making Imam Reza International University. Email: ebrahimnezhadnafis@gmail.com

2. Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Administrative Sciences Imam Reza International University. (Corresponding Author)  
Email: ghayoor@imamreza.ac.ir

3. Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Administrative Sciences Imam Reza International University. Email: s\_jafari\_t@imamreza.ac.ir

4. Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Administrative Sciences Imam Reza International University. Email: Mortezarojui@imamreza.ac.ir



### COPYRIGHTS

2023 by the authors. Published by the General Office of Islamic Culture and Direction southern Khorasan. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

marketing in this sector requires approaches capable of not only promoting products but also communicating cultural values to audiences (Liu et al., 2021). Against this backdrop, the present paper aims to design a localized model of marketing strategy for cultural and artistic institutions in Mashhad, Iran. The results of the study will meaningfully contribute to the sustainable development of this sector.

## Method

This study adopted a qualitative approach, employing both content analysis and thematic analysis. The first stage was concerned with a thorough analysis of the existing literature using keywords related to the marketing of cultural and artistic products. The retrieved studies were screened using a critical appraisal tool, and 75 high-quality articles were selected for in-depth analysis. From these sources, 408 initial codes were extracted, which were subsequently organized into 33 axial codes and consolidated into 7 main themes. In the second phase, empirical data were collected through semi-structured interviews with 12 experts from cultural and artistic institutions in Mashhad. Participants were selected using purposive sampling, and interviews continued until theoretical saturation was achieved. The interview data were analyzed through thematic analysis across three coding stages. This process yielded 144 basic themes, which were grouped into 32 organizing codes and ultimately synthesized into 7 overarching themes. To ensure the trustworthiness of the findings, several validation strategies were employed. Member checking and expert review were conducted to verify interpretations. Furthermore, inter-coder reliability was assessed using Cohen's Kappa coefficient, resulting in a value of 0.78, indicating substantial agreement. By integrating theoretical and empirical insights, this mixed-method qualitative design provided a comprehensive understanding of marketing practices in cultural and artistic institutions and identified the key factors shaping this domain.

## Findings

This study examined marketing strategies in the field of cultural and artistic products through a systematic process designed to purposefully collect credible domestic and international scientific articles published over the past decade. Sources included databases such as Springer, Science Direct, Emerald, Wiley, Irandoc, and Jahad Daneshgahi. Keywords such as *marketing*, *marketing strategies*, *cultural products*, and *artistic products* were used in the search. The selected articles were first evaluated using the Critical Appraisal Skills Programme (CASP) tool, and only those with a score above 31 were included in the final analysis. A qualitative content analysis was then conducted on 75 articles, yielding 408 initial codes, 33 axial codes, and ultimately 7 main categories. A portion of the coding process and detailed analysis is presented in the tables of the main article. In the second phase, 12 semi-structured interviews were conducted and analyzed thematically, resulting in the identification of 144 basic themes. These were subsequently grouped into 32 organizing themes and consolidated into 7 overarching themes. The analysis confirmed that theoretical saturation had been reached. The final conceptual model

of the research comprised seven overarching themes: (1) environmental analysis, (2) targeting, (3) market segmentation, (4) positioning in the field of culture and art, (5) cultural and artistic products, (6) pricing, and (7) advertising. Together, these dimensions constitute the foundational elements of marketing strategies for cultural and artistic institutions in Mashhad.

### Conclusion

In today's rapidly changing environment, cultural and artistic institutions face numerous marketing challenges, including evolving consumer behavior, growing competition, and technological advancements. Beyond their cultural mission, these institutions play an important role in economic growth and employment. This study designed a context-specific marketing model for cultural institutions in Mashhad and proposed a comprehensive framework consisting of seven components:

1. **Environmental analysis:** competitor analysis, market analysis of cultural and artistic industries, consumer analysis, and technology analysis.
2. **Market segmentation:** based on geography, behavior, psychology, usage, and ethnicity.
3. **Positioning:** including industry positioning, customer experience-driven positioning, value proposition development, quality positioning, and price-based positioning.
4. **Targeting:** focusing on value, behavior, needs, and geographic location, with attention to both domestic and export markets.
5. **Cultural and artistic products:** encompassing product development, diversity, quality, features, and benefits.
6. **Pricing:** designed to be rational, competitive, and value-based.
7. **Advertising:** through online platforms, traditional media, and awareness-building campaigns.

Compared with traditional STP models and practical planning approaches, this model offers a more precise environmental analysis, richer segmentation, more nuanced targeting, and more specialized advertising strategies. Consequently, it is better suited to addressing the unique needs of cultural and artistic institutions in Mashhad. By identifying and structuring effective marketing strategies, this study not only provides a tailored framework for local institutions but also contributes to strengthening the broader cultural and artistic industries.

**Keywords:** Market Strategy, Cultural Industries, Positioning in The Field of Culture and Art, Art and Cultural Museums.

## References

- Ansari, M., & Khalili, A. (2021). Tarahi-ye baste-ye khat-mashi baraye neil be tose'e-ye tourism-e paydar dar Iran [Designing a policy package to achieve sustainable tourism development in Iran]. *Journal of Public Administration*, 13(4), 738-765. [In Persian]
- Asgarnejad Nouri, B., Zarei, Q., Bashir Khodaparasti, R., Saebnia, S., & Nazer Asl, A. (2019). Barrasi-ye ta'sir-e qabeliyat-haye bazaryabi va este'ratezhi-haye bazaryabi bar amalkard-e tejari-ye sherkat-haye sadirati (more-d-e motale'e: san'at-e shokolat dar shahr-e Tabriz) [Investigating the impact of marketing capabilities and strategies on the business performance of export companies (A case study of The chocolate industry in Tabriz)]. *International Business Management*, 3(3), 65-87. [In Persian]
- Azizi, F., Bonyadi Naini, A., & Masibi, A. (2019). Maziyat-e reghabati-ye paydar va tasvir-e brand-e sazeman: tabyin-e naghsh-e-ye este'ratezhi-ye bazaryabi va ta'amolat-e ejtema'i-ye moshtariyan [Sustainable competitive advantage and organizational brand image: Explaining the role of marketing strategy and customer social interactions]. *Organizational Resource Management Research*, 8(4), 89-110. [In Persian]
- Badami, A. (1401). *Este'ratezhi-ye amikhte-ye bazaryabi va barrasi-ye asar-e este'ratezhi-haye bazaryabi mobtani bar amikhte-ye bazaryabi bar amalkard-e sherkat-ha* [Marketing mix strategy (4P) and an investigation of the effect of 4P-based marketing strategies on company performance]. Paper presented at the International Conference on Management, Accounting and Economic Development. [In Persian]
- Barnard, H. (2021). Host countries' level of development and internationalization from emerging markets: A typology of firm strategies. *Journal of International Management*, 27(3), 100828.
- Bullough, A., Guelich, U., Manolova, T. S., & Schjoedt, L. (2022). Women's entrepreneurship and culture: gender role expectations and identities, societal culture, and the entrepreneurial environment. *Small Business Economics*, 58(2), 985-996.
- Csapo, J. (2012). The role and importance of cultural tourism in modern tourism industry. *Strategies for tourism industry-micro and macro perspectives*, 10, 201-212.
- Dehdashti Shahrokh, Z., & Pourhosseini, A. (2013). E'ra'e-ye olguyi ta'sir-e este'ratezhi-ye forush va bazaryabi bar amalkard-e forush [A model for the impact of sales and marketing strategy on sales performance]. *Business Management*, 5(1), 61-84. [In Persian]
- Dehdashti Shahrokh, Z., Khashaei, V., Ghazinouri, S., & Aslani Afrashteh, A. (2022). Olguyi rahbordi-ye bazaryabi mobtani bar arzesh-haye pishnahadi-ye barname-haye karbordi-ye mazhabi-ye telefon-e hamrah [A strategic marketing model based on the value propositions of religious mobile applications]. *Strategic Management Studies*, 29(89), 41-76. [In Persian]

- Derakhshani, M., & Kolahkaj, M. (2019). Moghayese-ye tatbighi-ye asar-e sanaye'-e dasti ba zavabet-e "neshan-e esalat-e sanaye'-e dasti-ye UNESCO" (motale'e-ye moredi asar-e choobi-ye "Abdolrahim Forootan" kharatt-e Dezfooli) [A comparative analysis of handicraft works with the criteria of the "UNESCO Award of Excellence for Handicrafts" (Case study: The wooden works of Abdolrahim Forootan of Dezful)]. *Bagh-e-Nazar*, 17(86), 65-76. [In Persian]
- Dimitrova, M. (2021). *Marketing mix and marketing plan in the fields of arts and creative industries*.
- Emami, K., Kheiri, B., & Momeni, M. (2022). Modeli baraye tadvin-e barname-rizi-ye este'ratezhik-e bazaryabi-ye jamee' dar kasb-o-karhaye online [A model for formulating a holistic strategic marketing plan in online businesses]. *Business Intelligence Management Studies*, 11(41), 255-292. [In Persian]
- Esmaeeli, M. R., & Habibi, M. (2017). Tarahi-ye model-e bazaryabi-ye este'ratezhik-e sanaye'-e dasti mobtani bar teori-ye dade-bonyad [A strategic marketing model for Iranian handicrafts based on grounded theory]. *New Marketing Research Journal*, 7(2), 93-114. [In Persian]
- Fadhillah, G. F., & Anam, H. (2023). Application segmentation, targeting and positioning in the UMKM marketing strategy in Indonesia. *Journal of Sharia Economics*, 5(1), 120-136.
- Ferrell, O. C., Hartline, M. D., & Hochstein, B. W. (2022). *Marketing strategy: Text and cases* (8th ed.). Boston, MA: Cengage Learning, Inc.
- Feruz, O. (2023). How to create effective marketing strategies for your business. *Vital Annex: International Journal of Novel Research in Advanced Sciences*, 2(3), 12-17.
- Georgiadou, E., & Nickerson, C. (2022). Marketing strategies in communicating CSR in the Muslim market of the United Arab Emirates: insights from the banking sector. *Journal of Islamic Marketing*, 13(7), 1417-1435.
- Ghaedi, M., & Golshni, A. (2016). Ravesh-e tahlil-e mohtava, az kami-garai ta keyfi-garai [Content analysis method, from quantitative to qualitative]. *Quarterly Journal of Psychological Methods and Models*, 7(23), 57-82. [In Persian]
- Ghanbari, A., Azizabadi Farahani, F., Rezaei, A., & Salehi Amiri, R. (2023). Este'ratezhi, rahbordha, chalesh-ha va payamadhaye sanaye'-e dasti mobtani bar tose'e-ye gardeshgari ba estefade az ravesh-e dade-bonyad [Strategies, challenges, and consequences of handicrafts based on tourism development using grounded theory]. *Tourism of Culture*, 4(14), 18-29. [In Persian]
- Ghosal, I., Prasad, B., & Behera, M. P. (2020). Delineating the exchange environment of handicraft industry from market space to marketplace: An inclusive map for RURBAN development. *Paradigm*, 24(2), 133-148.
- Haghighi Kaffash, M., Dehdashti Shahrokh, Z., Khashei, V., & Hajari, R. (2021). Tarahi va tabyin-e olguyi az este'ratezhi-haye bazaryabi va forush dar san'at-e pakhsh-e mavadd-e ghaza'i [Designing and explaining a model of marketing and sales strategies in the food distribution industry]. *Journal of Business Administration Researches*, 13(25), 331-369. [In Persian]

- Hanjari, S., Taghavi, M., Tari, F., & Jafari Samimi, A. (2019). Ta'sir-e sanaye'-e farhangi-mazhabi bar roshd-e eghtesadi-ye Iran [The impact of cultural-religious industries on Iran's economic growth]. *The Journal of Economic Studies and Policies*, 6(2), 249-276. [In Persian]
- Harahap, E. F. (2018). Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Kendaraan Bermotor pada PT Asuransi Sinarmas Cabang Garut [The effect of marketing strategy on the purchase decision of motor vehicle insurance at PT Asuransi Sinarmas Garut Branch]. *Journal of Knowledge Management*.
- Imanpour Ghazijahani, S., & Seyed Ameri, M. H. (2019). E'ra'e-ye model va rotbeh-bandi-ye avamel-e este'ratezhi-ye bazaryabi-ye amakene varzeshi-ye shomal-e gharb-e keshvar [Presenting a model and ranking strategic marketing factors of sports venues in the northwest of the country]. *Modern Studies in Sports Management*, 7(26), 55-64. [In Persian]
- Khan, M. A., Gu, L., Khan, M. A., & Meyer, N. (2022). The effects of national culture on financial sector development: Evidence from emerging and developing economies. *Borsa Istanbul Review*, 22(1), 103-112.
- Liu, Y., Chen, X., Rabinowitz, A. N., & Campbell, B. (2020). Demand, challenges, and marketing strategies in the retail promotion of local brand milk. *Agricultural Economics*, 51(5), 655-668.
- Moghaddamnejad, M., & Sadeghi Arani, Z. (2024). Tose'e-ye rahbordhaye amikhte-ye bazaryabi-ye ejtema'i baraye targib-e mardom be vaghf dar bakhsh-e amoozesh-e 'ali: ruykard-e nazariye bar-khaste az dade-ha [Developing social marketing mix strategies to encourage people to donate to higher education: A grounded theory approach]. *Strategic Management Studies*, 30(92), 121-154. [In Persian]
- Mohaghegh, N., Sarhaddi, A., & Alizadeh Majd, A. (2018). Marketing of cultural products based on social media. *Society Culture Media*, 6(25), 27-46.
- Mosalaei, S. Z. (1403). *Barrasi-ye ta'sir-e qabeliyat-haye bazaryabi bar amalkard-e kasb-o-kar ba naghsh-e mianji-ye este'ratezhi-haye sazmani dar Sherkat-e ma'dani va san'ati-ye Golgozar-e Sirjan* [Investigating the impact of marketing capabilities on business performance with the mediating role of organizational strategies in Golgozar Sirjan Mining and Industrial Company]. Paper presented at the Fourth International Conference and Seventh National Conference on Management, Psychology and Behavioral Sciences. [In Persian]
- Niros, M. I., Niros, A., Pollalis, Y., & Ding, Q. S. (2023). Effective marketing strategies for global FMCG brands during COVID-19 pandemic crisis. *International Marketing Review*, 40(5), 1012-1034.
- O'Connor, J., Gu, X., & Lim, M. K. (2020). Creative cities, creative classes and the global modern. *City, Culture and Society*, 21, 100344.
- Olawunmi, C. A., & Clarke, A. P. (2023). Analysing the marketing strategies that fish farming businesses in the UK can use to gain a competitive advantage. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 17(6), 1410-1438.

- Perreault, Jr., W. D., Cannon, J. P., & McCarthy, E. J. (2023). *Essentials of marketing: A marketing strategy planning approach*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Pimentel, P. C., Bassi-Suter, M., & Didonet, S. R. (2024). Brand activism as a marketing strategy: an integrative framework and research agenda. *Journal of Brand Management*, 31(2), 212-234.
- Rastegari, R., Ebrahimi, A., & Amini, A. (1400). Era'e-ye model-e asarbakhshi-ye este'ratezhi-ye bazaryabi-ye ta'sir-gozar dar bestar-e Instagram [Presenting an effectiveness model of influencer marketing strategy on Instagram]. *Business Management Perspective (Management Message)*, 20(46), 113-141. [In Persian]
- Risitano, M., Romano, R., Rusciano, V., Civero, G., & Scarpato, D. (2022). The impact of sustainability on marketing strategy and business performance: The case of Italian fisheries. *Business Strategy and the Environment*, 31(4), 1538-1551.
- Salehi Abar, K., Mohammadzadeh, P., & Behboudi, D. (2020). Arzyabi-ye shahr-e Tabriz be-onvan-e shahr-e khalaq-e sanaye'-e dasti va honarhaye mardomi bar asas-e model-e behtine-kavi taye dore-ye zamani-ye 1390 ta 1397 [Evaluation of Tabriz as a creative city of crafts and folk art based on a benchmarking model (2011-2018)]. *Urban Economics*, 5(1), 1-16. [In Persian]
- Shadaloui, N. (2019). *Barname-rizi-ye farhangi dar terhan* [Cultural planning in Tehran]. Tehran: SACO. [In Persian]
- Shahbandarzadeh, H., Nabavizadeh, F., Aslami, S., & Khajeh, F. (2020). Karbord-e naghsh-e shenakhti-ye fazi dar shenasa'i-ye shakhsh-haye mo'asser dar hoze-ye bazaryabi-ye jahani [Application of fuzzy cognitive mapping in identifying effective indicators in global marketing]. *New Marketing Research Journal*, 10(2), 85-104. [In Persian]
- Sulaj, K. (2024). Introducing 5Es marketing-mix: A new framework for effective marketing in the digital age. *Academy of Strategic Management Journal*, 23(2).
- Taheri, A., Parhizgar, M., Amini, M. T., & Danaei, H. (2021). Tarahi-ye model-e avamel-e asar-gozar bar ejra-ye este'ratezhi-ye bazaryabi dar bank-haye tejari [Designing a model of factors affecting the implementation of marketing strategy in commercial banks]. *Journal of Business Management Perspective*, 19(44), 147-170. [In Persian]
- Takdir, M., Maksum, M., & Sinawar, S. (2023). The economic potential of wood carving art and its marketing strategy in Sumenep. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 38(2), 188-198.
- Vahedi, M., & Naseri, S. (2015). Saz-o-karhaye tose'e-ye kasb-o-karhaye khanegi-ye sanaye'-e dasti baraye zanan-e roostayi-ye shahrestan-e Ilam [Mechanisms for developing home-based handicraft businesses for rural women in Ilam county]. *Rural Economic Research*, 2(4), 101-115. [In Persian]
- Valimi, F., Fattahi, M., & Ranjbar, M. (2019). Avamel-e mo'asser bar este'ratezhi-ye bazaryabi ba ruykard-e amozeshi-ye bime-ye salamat [Factors affecting marketing strategy with an educational approach to health insurance]. *Clinical Excellence*, 10(2), 1. [In Persian]

مقاله‌ی علمی - پژوهشی

## ارائه‌ی الگوی بومی استراتژی‌های بازاریابی در مؤسسات فرهنگی و هنری شهر مشهد با رویکرد کیفی

سید مرتضی غیور باغبانی<sup>۲</sup>نقیسه ابراهیم‌نژاد<sup>۱</sup>مرتضی رجوعی<sup>۴</sup>سعید جعفری تینکانلو<sup>۳</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۵/۲۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۲/۳۱

مشاهده‌ی مقاله‌ی منتشرشده: دوره‌ی ۱۹، شماره‌ی ۴

[http://www.farhangekhorasan.ir/article\\_226856.html](http://www.farhangekhorasan.ir/article_226856.html)

### چکیده

استراتژی‌های بازاریابی در صنایع فرهنگی و هنری نقشی کلیدی در توسعه‌ی بازار و ایجاد ارتباط مؤثر با مخاطبان دارند. با توجه به کمبود منابع بومی در این زمینه، هدف پژوهش حاضر طراحی الگوی بومی استراتژی‌های بازاریابی برای مؤسسات فرهنگی و هنری شهر مشهد است. این پژوهش با رویکرد کیفی و در دو مرحله انجام شد: در مرحله‌ی نخست، مقالات ده سال اخیر از پایگاه‌های علمی معتبر داخلی و بین‌المللی هدفمند انتخاب شدند. این مقالات با استفاده از ابزار ارزیابی مهارت‌های حیاتی (CASP) مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفتند و در نهایت ۷۵ مقاله واجد شرایط تأیید شد. سپس، با روش تحلیل محتوا، ۴۰۸ کد اولیه استخراج گردید که در قالب

۱. دانشجوی دکتری مدیریت بازاریابی - سیاستگذاری دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع). مشهد. ایران.

ebrahimnezhadnafis@gmail.com

۲. استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری، دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع). مشهد. ایران. نویسنده مسئول

ghayoor@imamreza.ac.ir

۳. استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری، دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع). مشهد. ایران.

s\_jafari\_t@imamreza.ac.ir

۴. دانشیار گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری، دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع). مشهد. ایران.

mortezarojui@imamreza.ac.ir



COPYRIGHTS

2023 by the authors. Published by the General Office of Islamic Culture and Direction southern Khorasan. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

۳۳ کد محوری و ۷ مقوله‌ی اصلی دسته‌بندی شد. در مرحله‌ی دوم، به منظور بومی‌سازی یافته‌ها، با ۱۲ نفر از خبرگان مؤسسات فرهنگی و هنری شهر مشهد، که به صورت هدفمند انتخاب شده‌اند، مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته انجام شد. داده‌های حاصل از این مصاحبه‌ها، با روش تحلیل مضمون، کدگذاری گردید. الگوی مفهومی طراحی‌شده شامل مؤلفه‌هایی در محورهای تحلیل محیطی، هدف‌گذاری، تقسیم‌بندی بازار، موقعیت‌یابی در حوزه‌ی فرهنگ و هنر، محصول فرهنگی و هنری، قیمت‌گذاری و تبلیغات است. این الگو می‌تواند به‌عنوان ابزاری راهبردی برای بهینه‌سازی فعالیت‌های بازاریابی در مؤسسات فرهنگی و هنری شهر مشهد، و ایجاد مزیت رقابتی در مواجهه با بازار رقابتی عصر حاضر مورد استفاده قرار گیرد.

**واژه‌های کلیدی:** استراتژی بازاریابی، صنایع فرهنگی و هنری، الگوی بومی استراتژی‌های بازاریابی، مؤسسات هنری و فرهنگی شهر مشهد.

#### مقدمه

در جهان امروز، تحولات سریع اقتصادی، اجتماعی و فناورانه فضای رقابتی را برای کسب و کارها به شدت دشوار کرده و پایداری فعالیت‌های اقتصادی را تحت‌تأثیر قرار داده است. این شرایط به‌ویژه در حوزه‌ی صنایع فرهنگی و هنری نمود بیشتری دارد؛ چراکه ماهیت این صنایع با تغییرات محیطی، نوسان‌های اقتصادی و تحولات فناوری به‌طور مستقیم گره خورده است. در چنین فضایی، داشتن استراتژی‌های بازاریابی هدفمند و اثربخش نه‌تنها راهکاری برای بقا بلکه ابزاری کلیدی برای رشد پایدار مؤسسات هنری و فرهنگی به‌شمار می‌آید (درخشانی و همکاران، ۱۳۹۹: ۶۹-۷۲). رقابت فزاینده در بازارهای داخلی و بین‌المللی، به‌ویژه در صنایع هنری، موجب شده است که بسیاری از تولیدکنندگان و فعالان فرهنگی برای جذب مخاطبان جدید و حفظ بازارهای موجود ناگزیر باشند رویکردهای بازاریابی خود را بازطراحی کنند (شادالویی، ۱۳۹۸: ۲۳). مؤسسات هنری و فرهنگی، در عین آن‌که می‌توانند نقش مهمی در توسعه‌ی اقتصادی ایفا کنند، در حفظ و انتقال ارزش‌های فرهنگی و هویت بومی نیز سهم بسزایی دارند. صنایع هنری و فرهنگی این مؤسسات، به دلیل ماهیت نمادین، خلاقانه و غیرملموس خود، نیازمند استراتژی‌های بازاریابی متمایزی هستند تا بتوانند ارزش‌های پنهان در این محصولات را به‌درستی به مخاطب

منتقل نموده و اعتماد و تعلق خاطر او را جلب کنند (Liu, 2020: 6-7). استراتژی‌های بازاریابی در این حوزه می‌تواند به شناسایی بهتر مخاطبان هدف، افزایش اثربخشی فعالیت‌های تبلیغاتی، بهبود تصویر برند و توسعه‌ی بازار کمک کند؛ با این حال، بسیاری از مؤسسات فرهنگی و هنری با چالش‌های متعددی روبه‌رو هستند که از جمله می‌توان به ضعف در فعالیت‌های بازاریابی، محدودیت‌های مالی، کمبود آموزش‌های تخصصی و عدم دسترسی به فناوری‌های نوین اشاره کرد (قنبری و همکاران، ۱۴۰۲: ۱۹-۲۲). در این میان، موفقیت کسب و کارهای هنری و فرهنگی به میزان زیادی به استراتژی‌های بازاریابی آن‌ها بستگی دارد. یک نقشه‌ی راه مناسب می‌تواند در ایده‌پردازی، طراحی استراتژی‌های بازاریابی و ارزیابی و موفقیت کسب و کار کمک‌کننده باشد (دهدشتی و همکاران، ۱۴۰۱: ۴۴)، با وجود اهمیت روزافزون این صنایع هنری و فرهنگی، چالش‌هایی مانند تغییرات سریع در الگوهای رفتاری مصرف‌کنندگان، ظهور فناوری‌های جدید، تحریم‌های اقتصادی و موانع موجود در صادرات صنایع دستی، بازاریابی محصولات فرهنگی و هنری را با پیچیدگی‌های خاصی مواجه کرده است (حنجری و همکاران، ۱۳۹۹: ۲۳۴؛ Feruza, 2023: 15).

در همین راستا، شهر مشهد، در جایگاه یکی از قطب‌های فرهنگی و مذهبی کشور، ظرفیت‌های ارزشمندی در حوزه‌ی تولید و عرضه‌ی محصولات هنری دارد. اما هنوز بسیاری از مؤسسات و هنرمندان این شهر نتوانسته‌اند از این فرصت‌ها بهره‌برداری کامل داشته باشند. دلیل اصلی این مسئله را باید در نبود الگوی بومی و منسجم استراتژی‌های بازاریابی دانست که متناسب با ویژگی‌های خاص محصولات هنری و زمینه‌های محلی طراحی شده باشد؛ لذا نبود الگوهای بومی‌شده و علمی برای استراتژی‌های بازاریابی مؤسسات فرهنگی و هنری لزوم توجه به این مسئله را نشان می‌دهد. در این میان، توجه به ویژگی‌های مؤسسات فرهنگی و هنری در شهر مشهد و نیازسنجی دقیق ذائقه و انتظارات مخاطبان آن‌ها می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در طراحی الگوی استراتژی‌های بازاریابی ایفا کند. پژوهش حاضر، با هدف طراحی الگوی بومی استراتژی‌های بازاریابی در مؤسسات فرهنگی و هنری شهر مشهد، در پی آن است تا با بهره‌گیری از رویکرد کیفی و مبتنی بر شواهد به رفع چالش‌های موجود کمک کند. این الگو می‌تواند نقشه‌ی راهی برای فعالان این عرصه باشد تا، ضمن شناخت دقیق بازار هدف و به‌کارگیری ابزارهای نوین بازاریابی، به تحقق اهداف خود دست یابند. به این ترتیب، استراتژی‌های بازاریابی متناسب با

ویژگی‌های بومی نه تنها به پیشرفت و رشد مؤسسات هنری و فرهنگی در مشهد کمک می‌کند بلکه نقش بی‌بدیلی در ترویج فرهنگ و هنر ایرانی در سطح جامعه ایفا خواهد کرد. در ادامه، ابتدا به تبیین پیشینه‌ی نظری پژوهش پرداخته خواهد شد تا چهارچوب مفهومی مطالعه روشن گردد. سپس، بخش روش‌شناسی پژوهش تشریح می‌شود که مشتمل بر رویکرد کیفی، مراحل گردآوری داده‌ها و شیوه‌ی تحلیل دو مرحله‌ای اطلاعات است. در بخش یافته‌ها، نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها ارائه و، در پایان، بحث و نتیجه‌گیری همراه با پیشنهادها مطرح می‌شود.

### پیشینه‌ی نظری پژوهش

استراتژی بازاریابی به‌عنوان عاملی مهم در موفقیت و بقای کسب و کارها شناخته می‌شود و اگر به‌درستی طراحی و پیاده‌سازی شود، می‌تواند مزیت رقابتی پایداری برای شرکت‌ها ایجاد کند (Ferrell, 2021: 28). این استراتژی دربرگیرنده‌ی مجموعه‌ای از اهداف تعیین‌شده و قوانین اجرایی است که جهت‌گیری سازمان را مشخص می‌کند و در مواجهه با رقابت محیطی به‌عنوان راهنمای عمل مدیران عمل می‌نماید (Harahap, 2018:18). به اعتقاد محققان، استراتژی بازاریابی شامل پنج بخش اصلی است: قلمرو فعالیت، اهداف کلی و عملیاتی، تخصیص منابع، شناسایی مزیت رقابتی و ایجاد هم‌افزایی؛ این اجزا نقشی اساسی در بهبود عملکرد شرکت‌ها ایفا می‌کنند (دهدشتی و پورحسینی، ۱۳۹۲: ۶۷). برنامه‌ریزی استراتژیک بازاریابی فرایندی کلیدی در مدیریت استراتژیک محسوب می‌شود که هدف آن تعیین اهداف بازاریابی و تدوین مسیر تحقق آن‌ها در افق زمانی کوتاه‌مدت و بلندمدت است. این فرایند باید بر پایه‌ی شناخت دقیق بازار، تحلیل محیط بیرونی و منابع داخلی و همچنین تدوین برنامه‌های عملیاتی هماهنگ انجام گیرد (امامی و همکاران، ۱۴۰۱: ۲۵۹). در این راستا، سازمان‌ها باید، ضمن توجه به آمیخته بازاریابی (شامل محصول، قیمت، ترویج و توزیع) جزئیات زمان‌بندی، منابع مورد نیاز و نتایج مورد انتظار را نیز مشخص کنند (Perreault, 2023: 32). تحلیل دقیق نیازهای مشتریان، شناسایی نقاط قوت و ضعف شرکت و انعطاف‌پذیری در انطباق با تغییرات محیطی از نکات اساسی این برنامه‌ریزی است (Dimitrova, 2021: 15). از میان الگوهای استراتژی بازاریابی، مدل آمیخته بازاریابی یا "چهار پی"، که جروم مک‌کارتی معرفی کرد (Sulaj, 2024: 1)، ابزاری بنیادین برای طراحی

استراتژی‌های بازاریابی و جذب مشتریان هدف محسوب می‌شود؛ این مدل شامل محصول، قیمت، مکان و ترویج است و بعدها سه عنصر شواهد فیزیکی، فرایندها و افراد به آن افزوده شد تا مدل "هفت پی" شکل گیرد (مقدم‌نژاد و آرانی، ۱۴۰۲: ۱۲۹). در کنار این مدل، الگوی بخش‌بندی، هدف‌گذاری و تعیین جایگاه، که توسط وندل اسمیت پایه‌گذاری و به وسیله‌ی فیلیپ کاتلر توسعه یافت، سه مرحله‌ی کلیدی را شامل می‌شود: تقسیم‌بندی مشتریان براساس معیارهای مختلف، هدف‌گذاری بخش‌های اولویت‌دار و موقعیت‌یابی محصول در ذهن مخاطب (Fadhillah, 2023: 122). از سوی دیگر، بازاریابی فرهنگی اهمیت فزاینده‌ای در بازارهای بین‌المللی یافته است. شناخت صحیح فرهنگ و ارزش‌های اجتماعی مصرف‌کنندگان زمینه‌ساز توسعه‌ی روابط پایدار و افزایش فروش خواهد بود (Bullough, 2022: 986). در این حوزه، نیازهای عاطفی و معنوی مشتریان، در کنار نیازهای مادی، نقش مهمی در تصمیم‌گیری‌های خرید ایفا می‌کنند (khan, 2022: 105). بازاریابی فرهنگی فرایندی اجتماعی، فرهنگی و مدیریتی است که، ضمن شناسایی و ایجاد نیازهای جدید انسانی، به تبدیل آن‌ها به فرصت‌های اقتصادی و اجتماعی براساس نظام ارزشی جامعه کمک می‌کند (Mohaghegh, 2018). در عرصه‌ی محصولات هنری و فرهنگی، استراتژی بازاریابی ابزاری حیاتی برای برقراری ارتباط مؤثر با مخاطبان و ارتقای جایگاه این صنایع شناخته می‌شود (اسماعیلی و حبیبی، ۱۳۹۶: ۱۰۴-۱۰۶). این استراتژی، بر مبنای توجه به جنبه‌های مادی و معنوی انسان، شناخت سنت‌ها، درک شرایط معاصر، استفاده از فناوری‌های نوین و انعطاف‌پذیری طراحی می‌شود (قنبری و همکاران، ۱۴۰۲: ۲۲). همچنین راهبردهایی مانند حضور در نمایشگاه‌ها، بازاریابی دیجیتال، تنوع‌بخشی به مدل‌های هنری، حفظ کیفیت محصولات و ارتقای رقابت‌پذیری ذهنی، موجب توسعه‌ی بازار و افزایش فروش آثار هنری خواهند شد (Takdir, 2023: 194).

مطالعات پیشین به‌طور گسترده بر تأثیر عوامل کلیدی مانند تحلیل محیط، کیفیت محصول، موقعیت بازار و استراتژی‌های سازمانی در موفقیت بازاریابی فرهنگی تأکید کرده‌اند (طاهری و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۵۱؛ شاه‌بندرزاده و همکاران، ۱۳۹۹: ۹۹-۱۰۰). هم‌زمان، پژوهش‌های متعددی نقش هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی بازاریابی را در ارتقای مزیت رقابتی بنگاه‌ها بررسی

کرده‌اند، برای نمونه ریزیتانو<sup>۱</sup> نشان داده است که استراتژی‌های بازاریابی مؤثر می‌توانند موجب افزایش وفاداری مشتری و بهبود عملکرد کسب و کار شوند. مصلاهی (۱۴۰۳: ۱) نیز اهمیت قابلیت‌های بازاریابی و توسعه‌ی ظرفیت‌های سازمانی را در این زمینه مورد توجه قرار داده است. در کنار این جریان پژوهشی، ظهور فناوری‌های نوین و گسترش ابزارهایی همچون بازاریابی دیجیتال، اینفلوئنسر مارکتینگ و استفاده از محتوای بصری در شبکه‌های اجتماعی، افق‌های تازه‌ای را در مطالعات بازاریابی گشوده است (رستگاری و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۳۸؛ Olawunmi, 2023: 29). این مطالعات عمدتاً بر نحوه‌ی بهره‌برداری از ابزارهای نوین ارتباطی برای جذب و نگهداشت مشتری تمرکز دارند. همچنین، تحقیقات بین‌المللی به‌طور پراکنده به اهمیت تقسیم‌بندی بازار و هدف‌گذاری دقیق برای ایجاد ارزش برند اشاره کرده‌اند (Georgiadou & Nickerson, 2022؛ Niros, 2023). با این حال، مرور دقیق ادبیات نشان می‌دهد که بخش اعظم پژوهش‌ها عمدتاً در صنایع بانکداری، گردشگری، مواد غذایی و صادرات محصولاتی همچون شکلات صورت گرفته‌اند (عسگرنژاد نوری و همکاران، ۱۳۹۹: ۸۱؛ حقیقی کفاش و همکاران، ۱۳۹۹: ۳۶۶)؛ این تمرکز محدود سبب شده است که ابعاد خاص صنایع فرهنگی و هنری و اقتضائات متمایز آن‌ها در زمینه‌ی استراتژی‌های بازاریابی کمتر مورد بررسی عمیق قرار گیرد. مطالعات بین‌المللی نیز هر چند از منظرهای گوناگون به اهمیت این حوزه اشاره داشته‌اند، بیشتر به موضوعاتی مانند نقش صنایع فرهنگی در اقتصاد خلاق (Csapo, 2012:209)، صادرات صنایع دستی (Ghosal, 2020:146)، چالش‌های جهانی‌سازی کسب و کارهای فرهنگی (Barnard, 2021:1) یا توسعه مفهوم شهرهای خلاق (O'Connor, 2020: 1) پرداخته‌اند. اگرچه این تحقیقات اهمیت بازاریابی فرهنگی را در سطح کلان تأیید کرده‌اند، اما در حوزه‌ی طراحی مدل‌های بومی و عملیاتی برای استراتژی‌های بازاریابی مؤسسات هنری و فرهنگی، به‌ویژه در سطح صنایع هنری، پژوهش‌های محدود یا حتی، در مواردی، هیچ مطالعه‌ی نظام‌مندی انجام نشده است. بنابراین، خلأ مشخصی در ادبیات پژوهش وجود دارد که ضرورت تدوین الگویی تخصصی را آشکار می‌سازد؛ الگویی که درک ویژگی‌های خاص مؤسسات هنری و فرهنگی، و بهره‌گیری از ابزارهای نوین بازاریابی بتواند مسیر توسعه‌ی پایدار این صنایع را هموار کند. در

همین راستا این پژوهش درصدد است، با تمرکز بر این خلأ، چهارچوبی بومی و کارآمد برای استراتژی‌های بازاریابی موسسات هنری و فرهنگی شهر مشهد ارائه دهد. پرسش اصلی مقاله‌ی حاضر بدین قرار است:

- الگوی بومی استراتژی‌های بازاریابی در موسسات فرهنگی و هنری شهر مشهد چیست؟

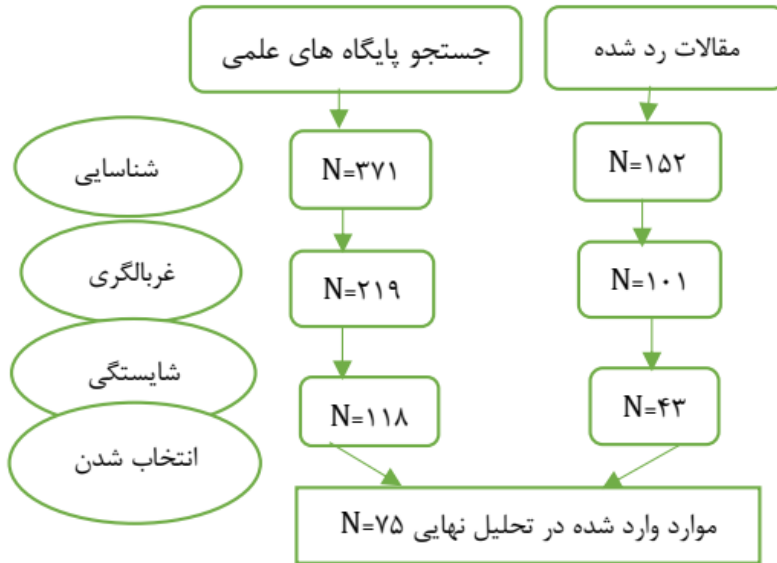
## روش‌شناسی

این پژوهش با بهره‌گیری از روش تحلیل کیفی، و به‌طور خاص، تحلیل محتوا و تحلیل مضمون انجام گرفته است. تحلیل محتوا روشی نظام‌مند برای بررسی داده‌های اسنادی و ضبط‌شده است که به‌صورت عینی و کمی ارتباطات را تحلیل می‌کند. از دیدگاه ولیدرز و وینر، تحلیل محتوا روشی علمی و عینی برای تحلیل پیام‌هاست و کریپندورف آن را روشی معتبر و تکرارپذیر می‌داند که داده‌ها را به مضامین مرتبط پیوند می‌دهد. همچنین، باردن تحلیل محتوا را مجموعه‌ای از فنون عینی برای تعریف و توصیف محتوای پیام‌ها معرفی می‌کند (قائدی و گلشنی، ۱۳۹۵: ۵۸). در این پژوهش، تحلیل محتوای کیفی با هدف شناسایی مقوله‌های آشکار و پنهان در متون به کار گرفته شده است؛ این رویکرد شامل سه مرحله‌ی اصلی آماده‌سازی و سازمان‌دهی داده‌ها، بررسی پیام‌ها و تحلیل نتایج است و بر درک جنبه‌های ادراکی و احساسی پیام‌ها تمرکز دارد. برای گردآوری داده‌های نظری، از پایگاه‌های علمی معتبر داخلی و بین‌المللی (مانند Springer, Science Direct, Emerald, Wiley, SID, IranDoc)، با کلیدواژه‌هایی نظیر "استراتژی‌های بازاریابی"، "بازاریابی"، و "محصولات فرهنگی و هنری"، جست‌وجو انجام شد. در مرحله‌ی نخست، مقاله‌ها به وسیله‌ی ابزار (مهارت‌های ارزیابی حیاتی)<sup>۱</sup> بررسی شدند. از میان منابع بررسی‌شده، ۷۵ مقاله، براساس امتیازدهی کیفی (۱ تا ۵) و کسب نمره‌ی بیش از ۳۱، انتخاب و وارد فرایند تحلیل شدند. نمونه‌گیری هدفمند انجام گرفت. در نهایت، داده‌ها کدگذاری و طبقه‌بندی شدند. در گام دوم، داده‌های میدانی از طریق انجام مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با ۱۲ نفر از خبرگان مؤسسات فعال در حوزه‌ی صنایع فرهنگی و هنر شهر مشهد به دست آمد. ویژگی‌های دموگرافیک آن‌ها، از لحاظ جنسیت، ۸ نفر مرد (۷/۶۶٪) و ۴ نفر زن (۳/۳۳٪) با

میانگین سنی ۴۶ سال (دامنه‌ی سنی ۳۵ تا ۶۰ سال) است که سابقه‌ی فعالیت حرفه‌ای آن‌ها در مدیریت یا راه‌اندازی مؤسسات فرهنگی و هنری با میانگین ۱۸ سال (بین ۱۰ تا ۳۰ سال) با مدرک تحصیلی کارشناسی (۴ نفر)، کارشناسی‌ارشد (۶ نفر) و دکتری (۲ نفر) در نظر گرفته شده است. از این میان، ۵ نفر در حوزه‌ی مدیریت مؤسسات فرهنگی، ۴ نفر در زمینه‌ی تولید آثار هنری و رسانه‌ای و ۳ نفر در سیاست‌گذاری و مشاوره حوزه‌ی فرهنگ و هنر فعالیت دارند. تمام مشارکت‌کنندگان هدفمند و با معیارهای تخصص، تجربه‌ی مرتبط و تمایل به همکاری انتخاب شده‌اند. فرایند مصاحبه تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت؛ به‌گونه‌ای که پس از چندین مصاحبه، داده‌های جدیدی تولید نشد و الگوهای مفهومی به طور کامل تکرار شدند. داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها، با استفاده از روش تحلیل مضمون و کدگذاری سه‌مرحله‌ای، بررسی گردید. به منظور افزایش اعتبار و قابلیت اعتمادپذیری یافته‌ها، از راهبردهای بازبینی توسط مشارکت‌کنندگان و مرور مجدد داده‌ها توسط خبرگان استفاده شد. همچنین، برای سنجش پایایی، از شاخص توافق بین کدگذاران (PAO) و ضریب کاپای کوهن استفاده گردید. در محاسبات، ضریب کاپا معادل ۰/۷۸ به‌دست آمد که نشان‌دهنده‌ی سطح بالای توافق میان دو ارزیاب مستقل است. به طور کلی، این رویکرد ترکیبی، با استفاده از تحلیل کیفی داده‌های نظری و تجربی، به پژوهشگر امکان می‌دهد تا، از طریق طبقه‌بندی دقیق مضامین، به شناسایی عوامل کلیدی در زمینه‌ی استراتژی‌های بازاریابی محصولات فرهنگی و هنری دست یابد و تصویری جامع از وضعیت موجود ارائه کند.

### یافته‌های پژوهش

در پژوهش حاضر، مقاله‌های مرتبط با موضوع طی ۱۰ سال اخیر از پایگاه‌های علمی معتبر داخلی و بین‌المللی، به صورت هدفمند، گردآوری شدند که در روندنمای ذیل مراحل انتخاب نهایی مقاله‌ها نشان داده شده است.



شکل ۱. روندنمای فرایند جست‌وجو و انتخاب مقاله‌ها

پس از غربالگری و انتخاب مقاله‌ها فرایند تحلیل محتوای کیفی آغاز شد، در این بخش، در مرحله‌ی اول، نتایج حاصل از تحلیل محتوای داده‌ها و کدگذاری اطلاعات به دست‌آمده از مقاله‌های علمی مورد بررسی قرار می‌گیرد. در این تحلیل، ۷۵ مقاله‌ی منتخب درباره‌ی استراتژی‌های بازاریابی مطالعه شد؛ از میان آن‌ها ۴۰۸ کد اولیه، ۳۳ کد محوری و ۷ مقوله استخراج و دسته‌بندی شد. با توجه به حجم بالای کدهای اولیه و فرایند کدگذاری، تا دست‌یابی به مقوله‌ها، بخشی از نکات کلیدی و کدگذاری اولیه در جدول ۱ و فرایند کدگذاری مرتبط با کد محوری تحلیل محیطی در جدول ۲ و کدگذاری مقوله در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۱. نکات کلیدی مربوط به مقاله‌های انتخابی و کدگذاری اولیه

ردیف	پژوهشگر/ سال	نکات کلیدی متن	کد گذاری اولیه (مفاهیم)
۱	صالحی ابر و همکاران (۱۳۹۹)	تمایل به توسعه‌ی صنایع فرهنگی و هنری نشان‌دهنده‌ی اقتدار فرهنگی است و این صنایع، بخش جدایی‌ناپذیر اقتصاد شهری و روستایی به شمار می‌روند. همچنین، توسعه‌ی آن‌ها به جذابیت گردشگری، رشد اجتماعی و رونق اقتصادی کمک می‌کند.	نقش صنایع فرهنگی در توسعه‌ی اقتصادی، تأثیر بر گردشگری
۲	ولیمی و همکاران (۱۳۹۹)	بیانه‌ها و اصول بازاریابی و ارزش‌ها بیان می‌کند که ما به چه چیزی اعتقاد داریم و پیش‌بینی می‌کند که می‌خواهیم به کجا برسیم.	پیش‌بینی و آینده‌نگری
		بازاریابی را عمل فروش و تشویق و ترغیب خریداران برای به دست آورد سواد از طریق افزایش فروش می‌داند.	افزایش دانش برای مشتری
		استراتژی بازاریابی از فضای رقابتی، مزیت رقابتی و محدودیت منابع به وجود آمده است که مزیت رقابتی عبارت است از مجموعه‌ی منابع یا قابلیت‌هایی که به شرکت امکان غلبه بر رقبای خود را به طور مداوم فراهم می‌کند	غلبه بر رقبا به طور مداوم
۳	واحدی و ناصری (۱۳۹۹)	بر تجربه‌ی استفاده‌ی مشتری از محصول و ذهنیتی که درباره‌ی برند و محصول دارد تمرکز کنید.	ذهنیت و تجربه مشتری
		صنایع فرهنگی و هنری یکی از مهم‌ترین مشاغل خانگی به شمار می‌آید. در شرایط کنونی که بیکاری به چالشی اساسی تبدیل شده، توجه به این صنایع می‌تواند در ایجاد اشتغال و بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی جوامع نقش مؤثری داشته باشد.	صنایع فرهنگی و هنری به‌عنوان مشاغل خانگی و کاهش بیکاری
۴	انصاری و خلیلی (۱۴۰۰)	آگاهی و ایجاد فرهنگ‌سازی در حوزه‌ی صنایع هنری و فرهنگی می‌تواند به پیشرفت چشمگیر اقتصادی منجر شود.	نقش فرهنگ‌سازی و آگاهی از طریق محصولات هنری و فرهنگی
۴	ایمان‌پور و همکاران (۱۳۹۸)	برنامه‌ریزی استراتژیک بازاریابی کارکردها و مزایای زیادی برای سازمان دارد، که از مهم‌ترین آن‌ها هماهنگی و هم‌سویی کلیه‌ی منابع و امکانات سازمان اعم از منابع مالی، انسانی، مادی و تسهیلاتی است.	هماهنگی و هم‌سویی امکانات و منابع سازمان
		برنامه‌ی استراتژیک بازاریابی بعد عملیاتی کردن این برنامه است. اگر مدیران ورزشی برنامه‌ریزی استراتژیک بازاریابی را دنبال کنند، قادر خواهند بود محیط پیچیده صنعت ورزش را کنترل و مزایای اقتصادی بالایی را کسب کنند.	مزایای اقتصادی بالا

جهت‌دهی توجه مخاطبان و رفتار مشتریان	به ایجاد آگاهی و جلب توجه مخاطبان توجه کرده و دلیل آن را جهت‌دهی رفتار مشتریان و اصلاح شاخص‌های ادراکی و برداشتی مشتریان می‌داند.		
محیط تکنولوژی	مدیران کلان جامعه برای هدایت برخی از عوامل محیطی تکنولوژی برای پیشرفت در فرایند کار باید توجه کنند.		
عوامل محیطی سیاسی، بوم‌شناسی، تکنولوژیکی و اجتماعی	برای ارزیابی محیط باید عوامل محیطی سیاسی، تکنولوژیکی، اجتماعی و بوم‌شناسی در نظر گرفته شود برای ایجاد تمایز و تمرکز بر اهداف.		
کیفیت و طراحی و نام تجاری، بسته‌بندی	سطح کیفیت، طراحی، ویژگی‌ها، نام تجاری، بسته‌بندی و سایر ویژگی‌های محصول به منظور ارائه مزایای اصلی ترکیب می‌شوند.	بادامی (۱۴۰۱)	۵
قیمت انعکاس عرضه و تقاضا	قیمت‌گذاری مشکل است و باید منعکس‌کننده‌ی رابطه‌ی عرضه و تقاضا باشد.		
سهولت دسترسی مشتریان	نحوه‌ی توزیع محصول یا خدمات ارائه شده توسط سازمان جهت سهولت دسترسی کاربر نهایی.		
ایجاد ذهنیت در جامعه‌ی هدف	استراتژی‌های بازاریابی بر تصویر برند سازمان‌ها اثرگذار است. همچنین به عنوان عاملی تأثیرگذار بر شکل‌گیری تصویر برند سازمان از مزیت رقابتی و فعالیت‌های بازاریابی سازمان می‌داند.	عزیزی و همکاران (۱۳۹۷)	۶
تعاملات اجتماعی	فعالیت‌های بازاریابی تحت تأثیر تعاملات اجتماعی مشتریان است.		
مزیت رقابتی پایدار	به سازمان‌ها کمک کند تا به مزیت رقابتی پایدار دست پیدا کنند.		
به‌روزرسانی ادراکات مشتری از محصول	مصرف‌کنندگان به طور مرتب پس از ادراک و ارزیابی آن دریافته‌اند که نگرش‌های خود را پیرامون برند شکل می‌دهند.		
فعالیت‌های برند هم‌راستا با مأموریت و رویه‌های شرکت	فعالیت‌های یک برند برای ایجاد تمایز و پیشی گرفتن از رقبای خود در ذهن مصرف‌کننده وابسته به هم‌خوانی با ایدئولوژی و رویه‌های شرکت است.	پیمنتل <sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۲۴)	۷
کنشگری برند	تلاش‌های شرکت برای ایجاد تغییرات مثبت در جامعه و محیط‌زیست و تقویت هویت برند و ایجاد ارتباطات مستحکم‌تر با مشتریان.		
تعامل با محیط و سهامداران و استفاده کارآمد از منابع شرکت	هم‌آفرینی تعامل با محیط‌ها و سهامداران اجازه می‌دهد تا درک بهتری از بازار ایجاد شود و منجر به استفاده کارآمد و مؤثر از منابع شرکت شود.		

<p>ایجاد پیوند با جامعه</p>	<p>تعامل فعال و سازنده با ذینفعان محلی و گروه‌های اجتماعی، این پیوند می‌تواند از طریق مشارکت در پروژه‌های اجتماعی، حمایت از ابتکارات محلی و برگزاری رویدادهای فرهنگی و آموزشی شکل گیرد. شرکت‌ها با نشان دادن تعهد به بهبود شرایط زندگی در جامعه نه تنها اعتبار و اعتماد عمومی را کسب می‌کنند بلکه به مشتریان خود نیز احساس تعلق و ارتباط عمیق‌تری با برند می‌دهند؛ این نوع تعامل می‌تواند به ایجاد وفاداری مشتریان و تقویت هویت برند کمک کند.</p>		
<p>درک دقیق از بازارهای هدف و مصرف‌کننده</p>	<p>درک شامل شناسایی نیازها، خواسته‌ها و رفتارهای مصرف‌کنندگان است که می‌تواند از طریق تحقیقات بازار، نظرسنجی‌ها و تحلیل داده‌ها به دست آید. با شناخت عمیق از مخاطبان هدف، شرکت‌ها می‌توانند محصولات و خدمات خود را به گونه‌ای طراحی کنند که به بهترین نحو پاسخگوی نیازهای مشتریان باشد.</p>		
<p>سازگاری با محیط‌زیست</p>	<p>رویکردهایی که به حفظ منابع طبیعی و کاهش آسیب‌های زیست‌محیطی کمک کند. این شامل استفاده از مواد اولیه‌ی پایدار، کاهش تولید زباله، بهره‌برداری از انرژی‌های تجدیدپذیر و اجرای فرایندهای تولید دوستدار محیط‌زیست است. با اتخاذ این شیوه‌ها، شرکت‌ها نه تنها به مسئولیت اجتماعی خود عمل می‌کنند بلکه می‌توانند در بازار رقابتی امروز مزیت‌های بیشتری کسب کنند.</p>		
<p>استفاده از صنایع‌دستی در گردشگری فرهنگی، درآمدزایی</p>	<p>بسیاری از کشورها از صنایع دستی به‌عنوان بخشی از گردشگری فرهنگی بهره می‌برند و در مکان‌های تاریخی و میراث فرهنگی، از آن برای ایجاد اشتغال و درآمدزایی استفاده می‌کنند.</p>	<p>بارنارد (۲۰۲۱)</p>	<p>۸</p>
<p>صنایع‌دستی نماد هویت فرهنگی و اقتصادی، ارزش اقتصادی بالا</p>	<p>صنایع‌دستی نشان‌دهنده‌ی هویت، فرهنگ و میراث غنی هر کشوری است و، از نظر اقتصادی، با وجود سرمایه‌گذاری اندک، ارزش بالایی دارد.</p>	<p>غوسال (۲۰۲۰)</p>	<p>۹</p>

جدول ۲. بخشی از فرایند کدگذاری محوری مرتبط با تحلیل محیطی

کدگذاری محوری	کدگذاری اولیه (مفاهیم)	ردیف
تحلیل رقبا	<p>تمایز از رقبا، مقایسه‌ی هزینه‌های شرکت با رقبا، مقایسه‌ی عملکرد شرکت با رقبا، آن، تعیین سهم بازار رقبا، بررسی توانمندی شرکت در مقابل رقبا، ایجاد مزیت رقابتی و هم‌افزایی، ارتقای موقعیت رقابتی، قیمت عوامل رقابتی، بینش نسبت به مقاصد رقابتی، غلبه بر رقبا به طور مداوم، توسعه براساس رقبا، مزیت رقابتی پایدار، رقابت‌پذیری و کارایی اقتصادی، آگاهی از وضعیت استراتژی‌های رقبا در بازار، کیفیت و قیمت و هزینه‌ها نسبت به رقبا، در نظر گرفتن حرکات رقبا، بررسی دقیق اقدامات رقبا، فرایند شناخت و درک رقبا، جمع‌آوری سیستماتیک اطلاعات درباره‌ی رقبا، مزیت رقابتی، برآورده کردن نیاز مشتریان بهتر از رقبا، تصمیمات یکپارچه جهت پاسخ به شرایط رقابتی، نظارت بر رقبا، مزیت رقابتی پایدار.</p>	۱
تحلیل بازار	<p>تجزیه و تحلیل عوامل خارجی، شناسایی عوامل تهدید یا فرصت، تحلیل عوامل سیاسی و اقتصادی، تجزیه و تحلیل SWOT، توجه به معیارهای اقتصادی، توجه به شرایط بحرانی، تعیین هزینه‌های سالانه، موقعیت بازار و کیفیت، شناسایی فرصت‌ها برای نفوذ بیشتر در صنعت کسب و کار، پیچیدگی وضعیت محیطی، تغییرات در جامعه از نظر زیست‌محیطی، درک محیط کسب و کار، پوشش محیطی، موقعیت پایدار در محیط، درک دقیق از بازارهای هدف و مصرف‌کننده، توجه به شرایط بحرانی، رشد بازار، آگاهی از اطلاعات، اطمینان از بازار، کنشگری برند، تعامل با محیط و سهام‌داران و استفاده کارآمد از منابع شرکت، داشبوردهای بازاریابی، شاخص‌های شاخص کلیدی عملکرد و معیارهای تجسم داده‌ها برای دستیابی اطلاعات بازار، تجزیه و تحلیل قدرت و روابط بالقوه شرکت‌ها، نفوذ در بازارهای نوظهور، پردازش اطلاعات بازار، اسکن و جمع‌آوری اطلاعات مداوم بازار، تمرکز بر بازارهای با پتانسیل بالا، شناسایی بازارهایی با مزیت رقابتی بالاتر، تحقیق و توسعه، آشنایی اقتصادی، توجه به شرایط بحرانی، شناخت خصوصیات مشابه بازار هدف.</p> <p>ایجاد تعادل بین نیروهای داخلی و خارجی شرکت، عوامل کلیدی اجتماعی و اقتصادی، تجزیه و تحلیل داده‌های بزرگ، تعیین میزان تقاضای بازار و کاهش هزینه، عدم تعادل و ثبات محیطی، تجزیه و تحلیل تحولات جدید، تمرکز بر فرصت‌ها و نیازهای محیطی، قابلیت‌های درونی و فرصت‌های بیرونی برای تحقق اهداف، تعیین بازار هدف مرتبط با اهداف سازمانی، عوامل مؤثر بر رشد و رکود نهادهای هنری، پیش‌بینی فروش برای تعیین جهت بازار، اطلاع از حجم فروش برای کاهش عدم اطمینان بازار، استفاده از جدول‌بندی و گزارش‌های رسمی اطلاعات بازار، ایجاد پیوند با جامعه رسیدگی و بازمبانی دوره‌ای، پیش‌بینی و آینده‌نگری، عوامل محیطی سیاسی، بوم‌شناسی، تکنولوژیکی و اجتماعی، فرایند کسب اطلاعات، تحولات سریع بازار، تغییرات محیطی به‌عنوان تهدید یا فرصت، خصوصیات مشابه در بازار هدف، بخش‌بندی بازار با خصوصیات مشترک، آزمایش بازار برای عرضه‌ی مستقیم محصول، تطابق با نیازهای متمایز بازار، عوامل داخلی و خارجی.</p>	۲

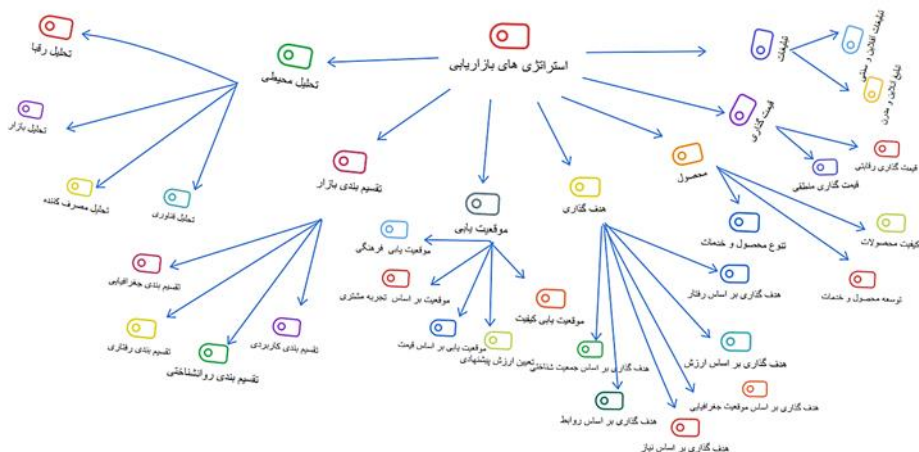
<p>تحلیل مصرف‌کننده</p>	<p>قوم‌گرایی مصرف‌کننده، تغییر در رفتار خرید مصرف‌کننده براساس شرایط، نحوه‌ی جذب مشتری، راحتی و آسایش مصرف‌کنندگان، شبیه‌سازی رفتار مصرف‌کننده، بررسی هویت مصرف‌کننده، روابط قوی با مصرف‌کننده، حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، شناسایی خواسته‌های و سلايق مصرف‌کننده، رفتار و تمایلات مصرف‌کننده وابسته به شرایط، تعداد مشتریان، توجه به ذهنیت و افکار مشتری، دریافت بازخورد مداوم از مشتریان، ارزش منحصر به فرد مشتری، یافتن مشتریانی که خرید کنند، اطلاعات براساس مقاصد و اهداف مشتری، اعتماد مصرف‌کننده، انتظارات مصرف‌کنندگان، آگاهی عمیق از مصرف‌کننده، اطلاعات مشتریان جهت تعیین موضع، ارتباط با مشتری، پیچیدگی مصرف‌کنندگان، سبک زندگی مصرف‌کننده، نگرش مشتری، تعیین وابستگی مشتری به اکوسیستم برند، انتقال ارزش‌های برند به مصرف‌کنندگان، جذب مشتری جدید و حفظ مشتری موجود، ایجاد پایگاه اطلاعاتی از مشتریان، علایق و قدرت مشتری، درک نیازهای مشتریان، تغییر در چشم‌انداز بینش مشتری، جمع‌آوری سیستماتیک اطلاعات در باره مشتریان، درک عمیق نیازهای مشتریان، عدم قطعیت در ارزش‌گذاری مصرف‌کننده، درک دیدگاه‌های همکاران در مورد مسائل مشتری، رفتارهای فردی مصرف‌کنندگان.</p>	<p>۳</p>
<p>تحلیل فناوری</p>	<p>تغییرات تکنولوژیک، فناوری دیجیتال، سهولت استفاده از وب سایت، توسل به فن‌آوری‌های جدید، نوآوری‌های تکنولوژی، تکنولوژی برای اطلاع‌رسانی و آگاهی از برند، اثر فن‌آوری، مهارت و دانش در موفقیت و توسعه‌ی سازمان، خدمات الکترونیکی، ایده و تکنولوژی جدید، تجارت الکترونیکی، عصر دیجیتال، پیشرفت فناوری، اکوسیستم‌های دیجیتال منبعی از داده‌ها، ایجاد کانال‌های ارتباطی، رسانه‌های جمعی و فناوری‌های جدید، توجه به محیط تکنولوژیکی، بهسازی فناوری، پیشرفت فناوری، انتقال سریعتر فناوری و دانش روز، دسترسی خرید توسط نرم‌افزارهای تلفن همراه، تجارت الکترونیکی، تأثیر فناوری بر تعاملات تجاری، فناوری دیجیتال جدید، بازار و جهت‌گیری‌های تکنولوژیکی، ادغام دانش تکنولوژیکی در توسعه‌ی محصولات یا خدمات جدید، دسترسی به اطلاعات و فناوری.</p>	<p>۴</p>

جدول ۳. کدگذاری محوری ذیل مرتبط با استراتژی‌های بازاریابی

ردیف	کدگذاری محوری	مقوله
۱	تحلیل رقبا، تحلیل بازار، تحلیل مصرف کننده، تحلیل فناوری	تحلیل محیطی
۲	توسعه‌ی محصول، تنوع محصول، کیفیت محصول	محصول
۳	قیمت‌گذاری رقابتی، قیمت‌گذاری منطقی	قیمت‌گذاری
۴	هدف‌گذاری براساس نیاز، هدف‌گذاری براساس رفتار، هدف‌گذاری براساس ارزش، هدف‌گذاری براساس موقعیت جغرافیایی، هدف‌گذاری بر اساس روابط، هدف‌گذاری براساس جمعیت شناختی	هدف‌گذاری
۵	تقسیم‌بندی جغرافیایی، تقسیم‌بندی روان‌شناختی، تقسیم‌بندی رفتاری، تقسیم‌بندی کاربردی	تقسیم‌بندی بازار
۶	موقعیت‌یابی فرهنگی، تعیین ارزش پیشنهادی، موقعیت‌یابی کیفیت، موقعیت‌یابی براساس تجربه‌ی مشتری، موقعیت‌یابی براساس قیمت	موقعیت‌یابی
۷	تبلیغات آنلاین و مدرن، تبلیغات آفلاین و سنتی	تبلیغات

### ترسیم شبکه‌ی بصری

خروجی نرم افزار مکس کیودا که ترسیم شبکه‌ی بصری استراتژی‌های بازاریابی در آن را نشان می‌دهد.



شکل ۲. خروجی نرم افزار مکس کیودا شبکه بصری استراتژی‌های بازاریابی

در مرحله‌ی دوم پژوهش، با انجام ۱۲ مصاحبه، روند تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که اشباع نظری حاصل شده و مفاهیم به حالت تکراری درآمده‌اند. در این مرحله، تحلیل داده‌ها با استفاده از روش تحلیل مضمون کدگذاری انجام گرفت. طی این فرایند، ۱۴۴ مضمون پایه از مصاحبه‌ها استخراج شد. سپس این مضامین در قالب ۳۲ مضمون سازمان‌دهنده دسته‌بندی گردیدند. در نهایت، مضامین سازمان‌دهنده در هفت مضمون فراگیر طبقه‌بندی شدند. به دلیل حجم بالای کدها، بخشی از کدگذاری مصاحبه‌ها در سه سطح مضمون پایه، مضمون سازمان‌دهنده و مضمون فراگیر در ادامه ارائه شده است.

جدول ۴. کدگذاری مصاحبه‌ها در قالب مضامین پایه، سازمان‌دهنده، فراگیر، استراتژی‌های بازاریابی

مضمون فراگیر	مضمون سازمان‌دهنده	مضمون پایه
موقعیت‌یابی در حوزه‌ی فرهنگ و هنر	جایگاه‌یابی صنایع فرهنگی و هنری	روابط براساس فرهنگ‌های متفاوت، هنر و فرهنگ، ماهیتی فرهنگی، تخصص‌های فرهنگی، اهمیت کالاهای هنری از نظر تمایزات اجتماعی و برتری فرهنگی، معیار فرهنگی و قومیت‌گرایی، توجه به ناهمگونی فرهنگی، موانع فرهنگی در حوزه‌ی هنر، فاصله‌ی فرهنگی و قومی، نقش اصلی و پر رنگ در هنر، توجه به بعد فرهنگی متفاوت، شناسایی موانع فرهنگی، آگاه‌سازی براساس فرهنگ و هنر.
	تعیین ارزش پیشنهادی	ارزش تعیین‌کننده و نهایی، توجه به میزان تخفیفات، تخفیفات و بسته‌بندی، رعایت قوانین و استانداردها، آگاهی و تصویر و ارزش و اعتماد بالاتر از برند، تحقیقات بازاریابی رسمی یا غیررسمی، ارتقای موقعیت رقابتی، کاهش زمان تحویل کالا، ارزش‌آفرینی، سازگاری با محیط‌زیست، امکانات و منابع سازمان، سهولت دسترسی مشتریان، ایجاد هم‌افزایی، الگوی مصرفی برای تداوم مصرف، ارزش ویژه‌ی مشتری، خدمات‌رسانی سریع‌تر.
	موقعیت‌یابی کیفیت	پایین نبودن دوام محصولات در بازار، علاقه به برند، ارائه‌ی کیفیت بهتر، حفظ بقای شرکت، تولید محصول خاص، اهمیت کارکردی محصولات، مشخص نمودن ویژگی‌های محصولات، بهبود کیفیت محصولات داخلی.
	موقعیت‌یابی براساس تجربه‌ی مشتری	تجربه مصرف‌کننده، نگرش مشتری، تصور مصرف‌کننده، استفاده از تجربیات فردی مشتریان، اشتراک گذاشتن تجربیات مشتریان، تجربه‌ی ایجادشده از محصول در جهت شناخت برند، احساس مثبت در ذهن مصرف‌کننده، بازخورد به موقع به مشتریان، تحریک کنجکاوی مشتریان، ذهنیت و تجربه‌ی مشتری.

	موقعیت‌یابی براساس قیمت	نقش دولت و سیاست‌های قانونی برای توسعه و قیمت‌گذاری، خرید در قیمت پایین، عدم قطعیت‌های اقتصادی و تأثیر بر قیمت‌گذاری، مزایای اقتصادی بالا، قیمت انعکاس عرضه و تقاضا.
--	----------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

براساس کدگذاری‌های انجام‌شده، ابعاد و مؤلفه‌های استراتژی‌های بازاریابی در مؤسسات فرهنگی و هنری شهر مشهد شناسایی و استخراج شده‌اند. همچنین با تحلیل‌های انجام‌شده و با توجه به مضامین فراگیر و سازمان‌دهنده، ابعاد مختلف این استراتژی‌ها مشخص گردیده است. در شکل ۲ نتایج این تحلیل‌ها واضح و مفصل ارائه شده است.



شکل ۳. مدل مفهومی پژوهش

## بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف طراحی یک الگوی بومی برای استراتژی‌های بازاریابی در مؤسسات فرهنگی و هنری شهر مشهد انجام گرفت. مدل نهایی حاصل از این پژوهش، الگویی جامع و بومی‌سازی شده است که دربرگیرنده‌ی ۷ مقوله و زیر مجموعه‌های آن‌ها است. این هفت مقوله، هر کدام به عنوان بخش‌های اصلی از استراتژی بازاریابی، به مؤسسات فرهنگی و هنری شهر مشهد کمک می‌کنند تا شناخت بهتری از محیط، مشتریان و رقبا داشته باشند و از این طریق به توسعه و پیشرفت کسب و کار خود بپردازند؛ این مقوله‌ها عبارت‌اند از:

۱. تحلیل محیطی به بررسی عواملی می‌پردازد که می‌توانند بر مؤسسات فرهنگی و هنری مشهد تأثیر بگذارند. این مقوله شامل زیرمجموعه‌های زیر است: تحلیل رقبا (شامل شناسایی و بررسی رقبا در بازار هنری و فرهنگی، ارزیابی نقاط قوت و ضعف آن‌ها، تحلیل استراتژی‌های بازاریابی و نحوه‌ی واکنش آن‌ها به تغییرات بازار)؛ تحلیل بازار صنایع هنری و فرهنگی (شامل مطالعه‌ی روندها و الگوهای بازار، شناسایی فرصت‌ها و تهدیدها، و درک تغییرات در تقاضا و الگوی مصرف در حوزه‌ی هنر و فرهنگ در مشهد)؛ تحلیل مصرف‌کننده (شامل درک نیازها، الگوهای رفتاری مصرف‌کنندگان محصولات هنری و فرهنگی بررسی عوامل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی مؤثر بر تصمیمات خرید)؛ تحلیل فناوری (شامل بررسی فناوری‌های نوین و نوآوری‌های موجود در صنعت هنر و فرهنگ و تحلیل تأثیر آن‌ها بر روند تولید و توزیع محصولات).

۲. تقسیم‌بندی بازار به بخش‌های مختلف براساس ویژگی‌ها و رفتارهای خاص مشتریان صورت می‌گیرد. زیرمجموعه‌های این بخش عبارت‌اند از: تقسیم‌بندی جغرافیایی (شامل شناسایی مناطق جغرافیایی مختلف و بررسی بازارهای محلی برای محصولات هنری و فرهنگی در مشهد)؛ تقسیم‌بندی رفتاری (شامل مطالعه‌ی رفتارهای خرید و تعامل مصرف‌کنندگان با محصولات هنری، الگوهای خرید و وفاداری به برند)؛ تقسیم‌بندی روان‌شناختی (شامل درک انگیزه‌ها، ارزش‌ها و نگرش‌های مصرف‌کنندگان نسبت به هنر و فرهنگ و محصولات هنری در مشهد)؛ تقسیم‌بندی کاربردی (شامل بررسی کاربردها و نیازهای خاص محصولات هنری در زندگی روزمره‌ی مشتریان برای سوغات یا هدیا با نمادهای فرهنگی شهر مشهد)؛ تقسیم‌بندی براساس

قومیت و آیین‌ها (بیانگر تنوع فرهنگی و باورهای مذهبی آن‌هاست که می‌تواند هم‌زیستی یا چالش‌هایی را به همراه داشته باشد).

۳. موقعیت‌یابی در حوزه‌ی فرهنگ و هنر به تعیین جایگاه محصولات هنری در ذهن مصرف‌کنندگان می‌پردازد. زیرمجموعه‌های آن شامل این موارد است: جایگاه‌یابی صنایع فرهنگی و هنری (تعیین موقعیت برند یا محصول براساس ارزش‌های فرهنگی و هنری که نمایندگی می‌کند)؛ موقعیت‌یابی بر اساس تجربه‌ی مشتری (تأکید بر تجربه‌ای که مشتریان هنگام خرید و استفاده از محصولات هنری کسب می‌کنند)؛ موقعیت‌یابی براساس قیمت (تعیین قیمت محصولات هنری به‌گونه‌ای که برای بازار هدف مناسب و رقابتی باشد)؛ موقعیت‌یابی کیفیت (تأکید بر کیفیت محصولات و تأثیر آن بر تجربه‌ی مشتری)؛ تعیین ارزش پیشنهادی (ارائه‌ی پیشنهادهای ارزشمند به مشتریان به منظور تشویق آن‌ها به خرید).

۴. هدف‌گذاری به انتخاب بازار هدف مناسب برای محصولات هنری و فرهنگی در شهر مشهد می‌پردازد. زیرمجموعه‌های این بخش شامل موارد زیر است: هدف‌گذاری براساس جمعیت‌شناختی (شناسایی گروه‌های سنی، جنسیتی، تحصیلات و سایر ویژگی‌های جمعیتی)؛ هدف‌گذاری براساس نیاز (شناسایی نیازها و خواسته‌های خاص مشتریان در حوزه‌ی هنر و فرهنگ و تقاضا برای محصولات با نمادهای منطقه‌ای مشهد)؛ هدف‌گذاری براساس موقعیت جغرافیایی (تمرکز بر بازارهای محلی و منطقه‌ای)؛ هدف‌گذاری براساس ارزش (شناسایی ارزش‌ها و اولویت‌های مشتریان در خرید محصولات هنری)؛ هدف‌گذاری براساس رفتار (تحلیل رفتارهای خرید و مصرف مشتریان هدف). تمرکز بر بازارهای صادراتی و داخلی صنایع فرهنگی و هنری (هدف‌گذاری در صنایع فرهنگی و هنری باید با تمرکز بر بازارهای داخلی و صادراتی انجام شود تا ضمن حفظ هویت فرهنگی، فرصت‌های اقتصادی جدید ایجاد کرده و سهم بازار جهانی را افزایش دهد).

۵. محصول فرهنگی و هنری: این بخش به توسعه و بهبود محصولات هنری و فرهنگی در شهر مقدس مشهد پرداخته و ویژگی‌های منحصر به فرد این محصولات را برای جذب مخاطبان مورد نظر طراحی می‌کند.

۶. قیمت‌گذاری در این حوزه به تعیین استراتژی‌های قیمتی مرتبط با محصولات هنری و فرهنگی در مشهد می‌پردازد. زیرمجموعه‌های آن عبارت‌اند از: قیمت‌گذاری منطقی (تعیین قیمت براساس هزینه‌ها و سود مورد انتظار)؛ قیمت‌گذاری رقابتی (تحلیل قیمت‌های رقبا و تعیین قیمت‌های رقابتی برای جذب مشتریان)؛ تعیین ارزش اقتصادی صنایع هنری و فرهنگی (رویکردی چندبعدی می‌طلبد که شاخص‌های مالی را در کنار اثرات اجتماعی، فرهنگی و هویتی به‌طور هم‌زمان و جامع مد نظر قرار دهد).

۷. تبلیغات: این بخش به ترویج محصولات هنری و فرهنگی می‌پردازد. زیرمجموعه‌های آن عبارت‌اند از: تبلیغات برخط و مدرن (استفاده از رسانه‌های دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی و وبسایت‌ها برای ترویج محصولات)؛ تبلیغات برون‌خط و سنتی (استفاده از روش‌های تبلیغاتی سنتی مانند بیلبوردها، نشریات و رویدادهای فرهنگی). ترویج صنایع دستی و فرهنگی به حفظ هویت ملی، حمایت از هنرمندان محلی و تقویت اقتصاد بومی کمک می‌کند. در ادامه، الگوی پژوهش حاضر با دو الگوی مطرح استراتژی‌های بازاریابی (۱. الگوی برنامه‌ریزی عملی،<sup>۱</sup> ۲. الگوی STP) مقایسه می‌شود تا نقاط قوت، تفاوت‌ها و هم‌پوشانی‌های آن روشن گردد.

تحلیل محیطی الگوی استراتژی‌های بازاریابی مؤسسات فرهنگی و هنری مشهد شامل تحلیل دقیق رقبا، بازار صنایع فرهنگی، مصرف‌کننده و فناوری می‌شود که در الگوی برنامه‌ریزی عملی نیز بررسی شرایط کنونی کسب و کار به‌عنوان اولین گام مطرح می‌شود اما به‌طور خاص بر صنایع فرهنگی و هنری تمرکز ندارد. الگوی STP (بخش‌بندی، هدف‌گذاری، موقعیت‌یابی) بیشتر بر شناسایی بازار هدف و گروه‌بندی مشتریان تمرکز دارد اما تحلیل فناوری و رقبا به‌صورت مستقیم در این مدل لحاظ نشده است، در نتیجه، الگوی پژوهش حاضر تحلیل محیطی جامع‌تری دارد که به‌ویژه برای مؤسسات هنری و فرهنگی مشهد مناسب است، در هدف‌گذاری، الگوی این پژوهش، علاوه بر ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و رفتاری، ارزش‌ها و نیازها و موقعیت جغرافیایی را نیز در نظر می‌گیرد و بر صادرات و بازار داخلی صنایع فرهنگی و هنری تأکید دارد. الگوی برنامه‌ریزی عملی بر تعیین اهداف مشخص و قابل اندازه‌گیری (SMART) تأکید دارد اما به روش‌های مختلف هدف‌گذاری به‌صورت جزئی اشاره نمی‌کند. الگوی STP مرحله‌ی دوم این

مدل، یعنی هدف‌گذاری، کاملاً با مدل فرهنگی و هنری هم‌پوشانی دارد اما فاقد رویکردهای خاص مانند تمرکز بر ارزش‌ها یا بازارهای صادراتی است؛ در نتیجه، الگوی فرهنگی و هنری هدف‌گذاری گسترده‌تری دارد که با ویژگی‌های مؤسسات فرهنگی و هنری در شهر مشهد هم‌خوانی بیشتری دارد، در تقسیم‌بندی بازار مدل بازاریابی فرهنگی و هنری، بازار براساس جغرافیا، روان‌شناسی، رفتار، کاربرد و حتی قومیت و آیین‌ها تقسیم می‌شود، در الگوی برنامه‌ریزی عملی تقسیم‌بندی بازار به‌عنوان مرحله‌ای مستقل در این مدل ذکر نشده است، الگوی STP تقسیم‌بندی بازار را به‌عنوان نخستین گام مطرح می‌کند اما تمرکز آن بیشتر بر معیارهای کلی (مانند جمعیت‌شناسی و رفتار مصرف‌کننده) است و به قومیت و آیین‌ها اشاره‌ای ندارد؛ در نتیجه، الگوی استراتژی‌های بازاریابی مؤسسات فرهنگی و هنری تقسیم‌بندی دقیق‌تری دارد که شامل ویژگی‌های خاص صنایع فرهنگی و هنری در شهر مشهد می‌شود، در بُعد موقعیت‌یابی در حوزه‌ی فرهنگ و هنر، الگوی استراتژی‌های بازاریابی فرهنگی و هنری جایگاه‌یابی براساس تجربه‌ی مشتری، ارزش پیشنهادی، کیفیت و قیمت را در نظر می‌گیرد، الگوی برنامه‌ریزی عملی موقعیت‌یابی را به‌عنوان بخشی از استراتژی بازاریابی در نظر می‌گیرد اما چهارچوب مشخصی برای آن ارائه نمی‌دهد. در الگوی STP موقعیت‌یابی به‌عنوان مرحله‌ی سوم این مدل مطرح شده و اهمیت زیادی دارد اما براساس شاخص‌های عمومی، مانند ارزش برند و تمایز محصول، تعریف می‌شود و به تجربه‌ی مشتری یا صنایع فرهنگی اشاره‌ای ندارد که نشان می‌دهد مدل فرهنگی و هنری، موقعیت‌یابی عمیق‌تری دارد که برای صنایع فرهنگی ضروری است. در محصول فرهنگی و هنری، مدل استراتژی‌های بازاریابی فرهنگی و هنری، توسعه‌ی محصول، تنوع و کیفیت با تأکید بر ویژگی‌ها و مزایای محصولات فرهنگی و هنری بررسی می‌شود. در الگوی برنامه‌ریزی عملی محصول یکی از عناصر کلیدی در برنامه‌ریزی بازاریابی است اما تمرکز خاصی بر محصولات فرهنگی ندارد. الگوی STP به‌طور مستقیم بر محصول تمرکز ندارد بلکه تعیین جایگاه و بخش‌بندی را انجام می‌دهد. بنابراین الگوی استراتژی‌های بازاریابی در مؤسسات فرهنگی و هنری شهر مشهد، نگاه خاص‌تری به محصول دارد و برای این حوزه مناسب‌تر است. مقوله‌ی قیمت‌گذاری در الگوی پژوهش حاضر شامل قیمت‌گذاری رقابتی، منطقی و تعیین ارزش اقتصادی محصولات فرهنگی و هنری است، الگوی برنامه‌ریزی عملی، قیمت را به‌عنوان بخشی از آمیخته‌ی بازاریابی در نظر

می‌گیرد اما روش‌های قیمت‌گذاری را به‌طور خاص تحلیل نمی‌کند. الگوی STP به موضوع قیمت‌گذاری اشاره نمی‌کند؛ در نتیجه، الگوی پژوهش حاضر روش‌های قیمت‌گذاری را دقیق‌تر بررسی می‌کند. آخرین مقوله تبلیغات است که در الگوی استراتژی‌های بازاریابی مؤسسات فرهنگی و هنری مشهود به تبلیغات مجازی و سنتی، آگاهی‌بخشی و ترویج صنایع فرهنگی توجه دارد. الگوی برنامه‌ریزی عملی، تبلیغات را به‌عنوان بخشی از برنامه بازاریابی در نظر می‌گیرد اما به روش‌های خاص تبلیغات صنایع فرهنگی اشاره نمی‌کند. الگوی STP این مدل تمرکزی بر تبلیغات ندارد و بیشتر بر شناسایی بازار هدف تأکید دارد که نشان می‌دهد الگوی استراتژی‌های بازاریابی در پژوهش حاضر تبلیغات را جامع‌تر بررسی کرده و بر روش‌های مرتبط با حوزه‌ی فرهنگ و هنر در مؤسسات فرهنگی و هنری شهر مشهد تأکید دارد.

بنابراین، الگوی استراتژی‌های بازاریابی در مؤسسات فرهنگی و هنری شهر مشهد، به دلیل ویژگی‌های خاصی، مانند تحلیل محیطی عمیق‌تر، هدف‌گذاری متنوع‌تر، تقسیم‌بندی بازار براساس قومیت و آیین‌ها، موقعیت‌یابی تجربی و تبلیغات تخصصی، برای صنایع فرهنگی و هنری مناسب‌تر است و الگوی برنامه‌ریزی عملی چهارچوبی کلی و ساختاریافته برای بازاریابی ارائه می‌دهد اما فاقد جزئیات تخصصی برای صنایع فرهنگی است. همچنین الگوی STP مدل خوبی برای بخش‌بندی و هدف‌گذاری است اما فاقد بخش‌هایی مانند تحلیل محیطی، قیمت‌گذاری و تبلیغات است؛ لذا مدل این پژوهش برای صنایع فرهنگی و هنری جامع‌تر و کاربردی‌تر است؛ درحالی‌که، دو الگوی دیگر بیشتر برای بازاریابی عمومی مناسب هستند. با توجه به پژوهش‌های پیشین که به‌طور کلی بر اهمیت استراتژی‌های بازاریابی در موفقیت برندها و شرکت‌ها تأکید دارند، بر وفاداری به برند متمرکزند و بر عملکرد سودآوری برند و به تأثیرات اقتصادی در صنایع مختلف می‌پردازند. همچنین، پژوهش‌های بین‌المللی به تأثیرات محیطی و تغییرات رفتار مشتری اشاره دارند؛ اما پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی استراتژی‌های بازاریابی در مؤسسات هنری و فرهنگی شهر مشهد در نظر گرفته شده است. این موضوع به‌ویژه در شرایط کنونی، که صنایع فرهنگی و هنری با چالش‌های متعددی مواجه‌اند، از اهمیت بالایی برخوردار است. با توجه به اینکه این حوزه معمولاً کمتر مورد توجه قرار گرفته، تدوین الگویی جامع می‌تواند به کسب و کارها در این بخش کمک کند تا استراتژی‌های مؤثرتری را پیاده‌سازی کنند و به موفقیت بیشتری

دست یابند. این پژوهش به‌ویژه در شرایط تغییرات سریع بازار و نیاز به نوآوری در استراتژی‌های بازاریابی می‌تواند راهگشا باشد. در نهایت، پژوهش حاضر نه تنها به غنای ادبیات موجود در زمینه استراتژی‌های بازاریابی کمک می‌کند بلکه به شناسایی مؤلفه‌های کلیدی برای موفقیت در مؤسسات هنری و فرهنگی در شهر مشهد نیز می‌پردازد. این رویکرد می‌تواند سبب رشد و ارتقای مؤسسات هنری و فرهنگی شهر مشهد و بهبود فعالیت‌های این مؤسسات در بازار رقابتی عصر حاضر شود.

با توجه به نتایج به دست آمده، پیشنهادهای ذیل ارائه می‌گردد:

بدین‌صورت که تحلیل محیطی اقتضا می‌کند مؤسسات هنری و فرهنگی شهر مشهد تغییرات ارزش‌ها و نیازهای فرهنگی مخاطبان محلی را به‌طور مستمر رصد کنند؛ تقسیم‌بندی بازار مبتنی بر معیارهای جمعیت‌شناختی، فرهنگ و سبک زندگی انجام شود؛ هدف‌گذاری بر گروه‌های علاقمند به هنرهای مذهبی و آیینی و جوانان جویای هویت فرهنگی متمرکز گردد؛ تبلیغات با بهره‌گیری از ظرفیت رسانه‌های محلی، شبکه‌های اجتماعی بومی و حمایت چهره‌های مشهور و هنری انجام پذیرد؛ در قیمت‌گذاری سیاست‌های منعطف و تخفیف‌های تشویقی برای گروه‌های خاص مانند دانشجویان و خانواده‌های کم‌درآمد مدنظر قرار گیرد؛ محصول فرهنگی و هنری متناسب با هویت بومی، ارزش‌های منطقه‌ای و نیازهای نسل جوان طراحی شود؛ و سرانجام موقعیت‌یابی در حوزه فرهنگ و هنر به‌گونه‌ای باشد که مؤسسات، خود را به عنوان مرجع اصیل تولید محتوای هنری - فرهنگی با اصالت بومی و محلی معرفی کنند.

### تعارض منافع:

هیچ گونه تعارض منافع در این پژوهش وجود ندارد.

## منابع

اسماعیلی، حبیبی (۱۳۹۶). طراحی مدل بازاریابی استراتژیک صنایع دستی مبتنی بر تئوری داده‌بنیاد. *تحقیقات بازاریابی نوین*، ۷(۲)، ۹۳-۱۱۴.

امامی، کاملیا، خیری، بهرام، و مؤمنی، ماندان (۱۴۰۱). مدلی برای تدوین برنامه‌ریزی استراتژیک بازاریابی جامع در کسب‌وکارهای آنلاین. *مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند*، ۱۱(۴۱)، ۲۵۵-۲۹۲.

انصاری، منوچهر، و خلیلی، اکبر (۱۴۰۰). طراحی بسته خط‌مشی برای نیل به توسعه توریسم پایدار در ایران. *مدیریت دولتی*، ۱۳(۴)، ۷۳۸-۷۶۵.

ایمان‌پورقاضی جهانی، علی، و سیدعامری، میرحسن (۱۳۹۸). ارائه مدل و رتبه‌بندی عوامل استراتژی بازاریابی اماکن ورزشی شمال غرب کشور. *رویکردهای نوین در مدیریت ورزشی*، ۷(۲۶)، ۵۵-۶۴.

بادامی، علی (۱۴۰۱). استراتژی آمیخته بازاریابی و بررسی اثر استراتژی‌های بازاریابی مبتنی بر آمیخته بازاریابی، بر عملکرد شرکت‌ها. *کنفرانس بین‌المللی مدیریت، حسابداری و توسعه اقتصادی*. تفلیس.

حقیقی کفاش، دهدشتی شاهرخ، خاشعی، و هاجری، محمد (۱۳۹۹). طراحی و تبیین الگوی استراتژی‌های بازاریابی و فروش در صنعت پخش مواد غذایی. *کاوش‌های مدیریت بازرگانی*، ۱۳(۲۵)، ۳۳۱-۳۶۹.

حنجری، سارا، تقوی، مهدی، تاری، فتح‌الله، و جعفری صمیمی، احمد (۱۳۹۸). تأثیر صنایع فرهنگی - مذهبی بر رشد اقتصادی ایران. *دوفصلنامه علمی مطالعات و سیاست‌های اقتصادی*، ۶(۲)، ۲۴۹-۲۷۶.

درخشانی، مزده، و کلاه‌کج، منصور (۱۳۹۹). مقایسه‌ی تطبیقی آثار صنایع دستی با ضوابط «نشان اصالت صنایع دستی یونسکو» (مطالعه‌ی موردی آثار چوبی «عبدالرحیم فروتن» خراط دزفولی). *باغ نظر*، ۱۷(۸۶)، ۶۵-۷۶.

دهدشتی شاهرخ، زهره، و پورحسینی، امیرحسین (۱۳۹۲). ارائه الگوی تأثیر استراتژی فروش و بازاریابی بر عملکرد فروش. *مدیریت بازرگانی*، ۵(۱)، ۶۱-۸۴.

دهدشتی شاهرخ، زهره، خاشعی، وحید، قاضی نوری، سروش، و اصلانی افراشته، امیر (۱۴۰۱).  
الگوی راهبردی بازاریابی مبتنی بر ارزش‌های پیشنهادی برنامه‌های کاربردی مذهبی تلفن  
همراه. پژوهش‌های مدیریت راهبردی، ۲۹(۸۹)، ۴۱-۷۶.

رستگاری، رضا، ابراهیمی، ابوالقاسم، و امینی، علیرضا (۱۴۰۰). ارائه مدل اثربخشی استراتژی  
بازاریابی تأثیرگذار در بستر اینستاگرام. فصلنامه علمی-پژوهشی چشم‌انداز مدیریت بازرگانی،  
۲۰(۴۶)، ۱۱۳-۱۴۱.

شادلویی، نوریه (۱۳۹۸) برنامه‌ریزی فرهنگی. تهران: ساکو.  
شاه بندرزاده، حمید، نبوی‌زاده، فروغ، اسلمی، سپیده، و خواجه، فاطمه (۱۳۹۹). کاربرد نقشه  
شناختی فازی در شناسایی شاخص‌های مؤثر در حوزه بازاریابی جهانی. تحقیقات بازاریابی  
نویسن، ۱۰(۲)، ۸۵-۱۰۴.

صالحی ابر، خدیجه، محمدزاده، پرویز، و بهبودی، داوود (۱۳۹۹). ارزیابی شهر تبریز به‌عنوان شهر  
خلاق صنایع دستی و هنرهای مردمی براساس مدل بهینه‌کاو طی دوره زمانی ۱۳۹۷-  
۱۳۹۰. اقتصاد شهری، ۱۵(۱)، ۱-۱۶.

طاهری، احمد، پرهیزگار، محمدمهدی، امینی، محمدتقی، و دانایی، حبیب‌الله (۱۳۹۹). طراحی  
مدل عوامل اثرگذار بر اجرای استراتژی بازاریابی در بانک‌های تجاری. چشم‌انداز مدیریت  
بازرگانی، ۱۹(۴۴)، ۱۴۷-۱۷۰.

عزیزی، فیروزه، بنیادی نائینی، علی، و مسیبی، علیرضا (۱۳۹۸). مزیت رقابتی پایدار و تصویر  
برند سازمان: تبیین نقش استراتژی بازاریابی و تعاملات اجتماعی مشتریان. پژوهش‌های  
مدیریت منابع سازمانی، ۸(۴)، ۸۹-۱۱۰.

عسگرزاد نوری، باقر، زارعی، قاسم، بشیر خداپرستی، رامین، صائب‌نیا، سمیه، و ناظر اصل، امین  
(۱۳۹۹). بررسی تأثیر قابلیت‌های بازاریابی و استراتژی‌های بازاریابی بر عملکرد تجاری  
شرکت‌های صادراتی (مورد مطالعه: صنعت شکلات در شهر تبریز). مدیریت کسب و کار  
بین‌المللی، ۳(۳)، ۶۵-۸۷.

قائدی، محمدرضا، و گلشنی، علیرضا (۱۳۹۵). روش تحلیل محتوا، از کمی‌گرایی تا کیفی‌گرایی.  
فصلنامه علمی روشها و مدل‌های روانشناختی، ۷(۲۳)، ۵۷-۸۲.

قنبری، عباس، عزیزآبادی فراهانی، فاطمه، رضایی، علی اکبر، و صالحی امیری، سیدرضا (۱۴۰۲). استراتژی، راهبردها، چالش‌ها و پیامدهای صنایع دستی مبتنی بر توسعه گردشگری با استفاده از روش داده‌بنیاد. گردشگری فرهنگ، ۴(۱۴)، ۱۸-۲۹.

مصلائی، ضیا (۱۴۰۳). بررسی تأثیر قابلیت‌های بازاریابی بر عملکرد کسب و کار با نقش میانجی استراتژی‌های سازمانی در شرکت معدنی و صنعتی گل گهر سیرجان. چهارمین کنفرانس بین‌المللی و هفتمین همایش ملی مدیریت، روان‌شناسی و علوم رفتاری. تهران.

مقدم‌نژاد، مهرشاد، و صادقی آزانی، زهرا (۱۴۰۳). توسعه راهبردهای آمیخته بازاریابی اجتماعی برای ترغیب مردم به وقف در بخش آموزش عالی: رویکرد نظریه برخاسته از داده‌ها. پژوهش‌های مدیریت راهبردی، ۳۰(۹۲)، ۱۲۱-۱۵۴.

واحدی، مرجان، و ناصری، ستار (۱۳۹۴). سازوکارهای توسعه کسب و کارهای خانگی صنایع دستی برای زنان روستایی شهرستان ایلام. پژوهش‌های اقتصاد روستا، ۲(۴)، ۱۰۱-۱۱۵.

ولیمی، فریبا، فتاحی، مجید، و رنجبر، منصور (۱۳۹۹). عوامل مؤثر بر استراتژی بازاریابی با رویکرد آموزشی بیمه سلامت. تعالی بالینی، ۱۰(۲): ۹-۱.

Barnard, H. (2021). Host countries' level of development and internationalization from emerging markets: A typology of firm strategies. *Journal of International Management*, 27(3), 100828.

Bullough, A., Guelich, U., Manolova, T. S., & Schjoedt, L. (2022). Women's entrepreneurship and culture: gender role expectations and identities, societal culture, and the entrepreneurial environment. *Small Business Economics*, 58(2), 985-996.

Csapo, J. (2012). The role and importance of cultural tourism in modern tourism industry. *Strategies for tourism industry-micro and macro perspectives*, 10, 201-212.

Dimitrova, M. (2017). *Marketing mix and marketing plan in the fields of arts and creative industries*. Manuscript posted on ResearchGate.

Fadhillah, G. F., & Anam, H. (2023). Application Segmentation, Targeting and Positioning in the UMKM Marketing Strategy in Indonesia. *Journal of Sharia Economics*, 5(1), 120-136.

- Ferrell, O. C., Hartline, M. D., & Hochstein, B. W. (2022). *Marketing strategy: Text and cases.* (8<sup>th</sup> ed.). Boston, MA: Cengage Learning.
- Feruz, O. (2023). How to Create Effective Marketing Strategies for Your Business. *International Journal of Novel Research in Advanced Sciences*, 2(3), 12-17.
- Georgiadou, E., & Nickerson, C. (2022). Marketing strategies in communicating CSR in the Muslim market of the United Arab Emirates: insights from the banking sector. *Journal of Islamic Marketing*, 13(7), 1417-1435.
- Ghosal, I., Prasad, B., & Behera, M. P. (2020). Delineating the exchange environment of handicraft industry from market space to marketplace: An inclusive map for RURBAN development. *Paradigm*, 24(2), 133-148.
- Harahap, E. F. (2018). Pengaruh strategi pemasaran terhadap keputusan pembelian asuransi kendaraan bermotor pada PT Asuransi Sinarmas Cabang Garut. *Journal of Knowledge Management*, 12(1), 012-020.
- Khan, M. A., Gu, L., Khan, M. A., & Meyer, N. (2022). The effects of national culture on financial sector development: Evidence from emerging and developing economies. *Borsa Istanbul Review*, 22(1), 103-112.
- Liu, Y., Chen, X., Rabinowitz, A. N., & Campbell, B. (2020). Demand, challenges, and marketing strategies in the retail promotion of local brand milk. *Agricultural Economics*, 51(5), 655-668.
- Mohaghegh, N., Sarhaddi, A., & Alizadeh Majd, A. (2018). Marketing of cultural products based on social media. *Society Culture Media*, 6(25), 27-46.
- Niros, M. I., Niros, A., Pollalis, Y., & Ding, Q. S. (2023). Effective marketing strategies for global FMCG brands during COVID-19 pandemic crisis. *International Marketing Review*, 40(5), 1012-1034.
- O'Connor, J., Gu, X., & Lim, M. K. (2020). Creative cities, creative classes and the global modern. *City, Culture and Society*, 21, 100344.
- Olawunmi, C. A., & Clarke, A. P. (2023). Analysing the marketing strategies that fish farming businesses in the UK can use to gain a competitive advantage. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 17(6), 1410-1438.

- Perreault Jr, W. D., Cannon, J. P., & McCarthy, E. J. (2023). *Essentials of marketing: A marketing strategy planning approach*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Pimentel, P. C., Bassi-Suter, M., & Didonet, S. R. (2024). Brand activism as a marketing strategy: an integrative framework and research agenda. *Journal of Brand Management*, 31(2), 212-234.
- Risitano, M., Romano, R., Rusciano, V., Civero, G., & Scarpato, D. (2022). The impact of sustainability on marketing strategy and business performance: The case of Italian fisheries. *Business Strategy and the Environment*, 31(4), 1538-1551.
- Sulaj, K. (2024). Introducing 5Es marketing-mix: A new framework for effective marketing in the digital age. *Academy of Strategic Management Journal*, 23(2).
- Takdir, M., Maksum, M., & Sinawar, S. (2023). The Economic Potential of Wood Carving Art and Its Marketing Strategy in Sumenep. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 38(2), 188-198.



## Life Challenges in the Shadow of Headship Loss: The Narrative of a Female-Headed Household in Birjand

Hadi Barati<sup>1</sup> Farrokhro Jalili<sup>2</sup> Hamideh Jalili<sup>3</sup>  
Rabea Cheki<sup>4</sup> Majedeh Nejati<sup>5</sup>

Received: 23/11/2025

Accepted: 10/08/2025

### Introduction

Female-headed households constitute one of the most vulnerable social groups globally, facing considerable psychological, social, and economic pressures. These women not only fulfill traditional female roles but also carry the full responsibility of managing and providing for their families, which creates distinct and multifaceted challenges. The literature highlights a wide range of difficulties encountered by female heads of households, including financial hardship, restricted access to education, insufficient social support, and psychosocial strains that collectively undermine their quality of life and overall well-being. This vulnerability is particularly acute in rural regions and provinces such as South Khorasan, Iran, where female-headed households represent a significant portion of the population. Understanding their lived experiences, the underlying factors shaping these challenges, and their broader consequences is therefore essential for designing

1. Assistant Professor, Department of Educational Sciences, Faculty of Educational Sciences and Psychology, University of Birjand, Birjand, Iran. Email: h.barati@birjand.ac.ir
2. Assistant Professor, Department of Education, Psychology, and Counseling, Farhangian University, Tehran, Iran. Email: farokhro.jalili@cfu.ac.ir
3. Assistant Professor, Department of Educational Sciences, Farhangian University, P.O. Box 889-14665, Tehran, Iran. Email: h.jalili@cfu.ac.ir
4. Bachelor's Degree Graduate, Birjand University of Farhangian, Birjand. Email: rabeacheiki@gmail.com
5. Bachelor's Degree Graduate, Birjand University of Farhangian, Birjand. Email: m.nejati.1398@gmail.com



COPYRAGHTS

2023 by the authors. Published by the General Office of Islamic Culture and Direction southern Khorasan. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

effective interventions. Against this backdrop, the present study employs a qualitative narrative inquiry to examine the life challenges of a rural female household head in Birjand, with a focus on the socio-economic and psychological dimensions of her experience.

### **Methodology**

This study adopts a qualitative narrative inquiry approach, emphasizing the exploration of lived experiences through personal storytelling situated within social, temporal, and spatial contexts. Data were collected through semi-structured narrative interviews with a rural female head of household, approximately 65 years old, and were complemented by the researcher's field notes and direct observations to enrich contextual understanding. Purposive sampling was employed to ensure the participant's unique situation provided deep and relevant insights into the research questions. Interview transcripts were prepared verbatim, and data analysis was conducted using thematic analysis and systematic coding. Fourteen organizing themes were identified and subsequently distilled into four overarching themes representing the core challenges. Intercoder reliability, assessed using Holsti's coefficient, produced a strong agreement score of 0.81, confirming analytical rigor. To further enhance trustworthiness, triangulation was applied by cross-validating participant quotations, thematic structures, and findings from existing scholarly literature.

### **Findings**

The analysis revealed four overarching categories that capture the major challenges faced by rural female-headed households:

#### *Economic Instability and Informal Employment*

The participant described subsisting on meager wages earned through long working hours in irregular, part-time, or home-based jobs that lacked job security and employment benefits. Such conditions reinforce persistent poverty and erode household living standards. As a result, there is an increased reliance on governmental aid and charitable organizations, which, while offering temporary relief, remain insufficient to address the structural roots of economic instability.

#### *Educational and Skill Deficits*

Limited literacy, restricted access to higher education, and inadequate vocational training were reported as significant barriers to stable employment and sustainable income generation. These deficits not only constrain individual opportunities but also perpetuate intergenerational cycles of poverty, limiting economic mobility and undermining long-term family stability.

### *Insufficient Social Support*

The participant's account highlighted the absence of adequate social protection, particularly in areas such as childcare and domestic responsibilities. Weak social policies and a sense of societal isolation further compound the difficulties experienced by female heads of households in rural contexts, leaving them with few reliable support networks.

### *Psychological and Social Challenges*

The heavy burden of multiple role responsibilities was linked to feelings of loneliness, social stigma, and heightened psychological stress. These pressures diminish coping and crisis-management capacities while also undermining both mental and physical health.

Taken together, these themes demonstrate the multidimensional and interrelated nature of the challenges faced by rural female-headed households. They underscore the urgent need for comprehensive, multisectoral interventions that are sensitive to the economic, educational, social, and psychological dimensions of women's lived experiences.

## **Discussion**

The findings closely align with both national and international research, indicating that the vulnerabilities of female-headed households extend far beyond economic deprivation. The dynamic interplay of financial hardship, limited educational opportunities, inadequate social support, and psychosocial strain underscores the need for holistic and integrated policies. Economic empowerment, while necessary, cannot be effective in isolation without parallel reforms in the social, cultural, and educational domains, alongside accessible psychological care. Policies aimed at improving literacy, vocational training, and social protection must therefore be complemented by mental health services and stigma-reduction initiatives. Social support programs should be designed with sensitivity to the caregiving and domestic responsibilities uniquely borne by female heads of households. Furthermore, fostering community engagement and participatory approaches in program design can enhance resilience and build social capital, both of which are essential for sustainable change. The participant's narrative highlights the importance of reframing female heads of households not as passive recipients of aid but as active agents who, when adequately supported, can navigate adversity and foster family stability. This perspective resonates with contemporary theoretical approaches that emphasize strengths-based frameworks, underscoring women's agency, resilience, and capacity for self-determination.

## Conclusion

This study provides in-depth qualitative insights into the lived realities of a rural female-headed household in Birjand, Iran, revealing a complex nexus of economic, educational, social, and psychological challenges. The findings advocate for comprehensive, inclusive policy frameworks that move beyond addressing material poverty to also confront educational deficits, social isolation, and mental health concerns. Effective interventions should be multidimensional, integrating capacity-building initiatives, social protection, healthcare, and equitable access to education to promote sustainable empowerment. Such holistic approaches require coordinated efforts among government agencies, non-governmental organizations, and community-based groups. Future research should broaden the scope by including a more diverse sample of participants across different regions, employing mixed-methods designs to both validate emerging themes and test targeted interventions. Addressing the multifaceted needs of female-headed households is not only critical for advancing social equity and reducing poverty but also for promoting sustainable community development in rural Iran and comparable global contexts.

**Keywords:** Headship, Employment, Social Support, Job Skills, Culture.

## References

- Abbaszadeh, M., & Boodaghi, A. (2020). Model-sazi-ye avamel-e mo'asser bar tavanmand-sazi-ye zanan-e mota'hel-e Ostan-e Azarbayjan-e Sharqi ba estefade az software-e Amos Graphics [Modeling the factors influencing the empowerment of married women in East Azerbaijan Province using Amos Graphics software]. *Socio-Psychological Studies of Women*, 18(2), 7–42. [In Persian]
- Abdi, A., & Hanachi, N. (2021). Arzyabi-ye asarbakhshi-ye teknik-haye darmani-ye tajrobi bar tanzim-e olgu-haye nasazegar dar zan-e sarparast-e khanevar-e mohajer-e Afghan dar Tehran [Evaluating the effectiveness of experiential therapeutic techniques on regulating maladaptive schemas in Afghan migrant female-headed households in Tehran]. *Journal of New Ideas in Psychology*, 8(12), 1–9. [In Persian]
- Afshani, A., & Fatehi, E. (2016). Tavanmand-sazi-ye zan-e sarparast-e khanevar va avamel-e ejtemai-farhangi-ye mortabet: Motale'e-i bar zan-e tahte poshesh-e Komite-ye Emdad-e Emam Khomeini dar Tabriz [Empowerment of female-headed households and related socio-cultural factors: A study of women under the support of Imam Khomeini Relief Committee in Tabriz]. *Women and Society*, 7(27), 19–38. [In Persian]
- Ahmadnia, Sh., & Ghalibaf, A. K. (2017). Zan-e sarparast-e khanevar dar Tehran: Motale'e-ye kayfi-ye tajrobeh-ha, chalesh-ha va zarfiat-ha-ye anha [Female-headed households in Tehran: A qualitative study of experiences, challenges, and capacities]. *Journal of Welfare*, 17(65), 103–136. [In Persian]
- Ariana, A., & Dastyar, T. (2019). Naqsh-e zan-e karafarin dar tose'e va tahavol-e keshvar (motale'e-ye moredi: Ostan-e Hormozgan) [The role of female entrepreneurs in national development and transformation (case study: Hormozgan Province)]. *Karafan: Scientific-Research Journal*, 16(2), 101–120. [In Persian]
- Babaei, Kh., Roshanayi, A., & Jamali Ashtiani, H. (2023). Motale'e-ye ta'sir-e mizan-e sarma-ye ejtemai bar keyfiyat-e zendegi-ye zan-e sarparast-e khanevar va zan-e 'adi [A study on the impact of social capital on quality of life among female-headed households and ordinary women]. *Social Development*, 18(2), 81–106. [In Persian]
- Bandura, A. (1991). Social cognitive theory of self-regulation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 248–287.
- Behvarz, M., Marashian, F. S., & Alizadeh, M. (2023). Model-e sakhtari-ye rabete-ye hemayat-e ejtemai va sarma-ye ravanshenakhti ba tavanmand-sazi ba naqsh-e mianji-ye esteres-e dark-shode dar zan-e sarparast-e khanevar [A structural model of the relationship between social support and psychological capital with empowerment through the mediating role of perceived stress among female-headed households]. *Cultural-Educational Quarterly of Women and Family*, 18(63), 113–132. [In Persian]
- Brannon, L. (1999). *Gender, psychological perspectives (Seventh Edition)*. Routledge.

- Carey, J. W. (1993). The ethnographic context of illness among single-women-headed households in rural Peru. *Health Care for Women International*, 14(3), 261-270.
- Chant, S. (1997). Women-Headed Households: Poorest of the Poor? Perspectives from Mexico, Costa Rica and the Philippines. *IDS bulletin*, 28(3), 26-48.
- Clandinin, D. J., & Connelly, F. M. (2000). *Narrative inquiry: Experience and story in qualitative research*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Daraban Astaneh, A., Rezvani, M. R., Qadiri Masum, M., & Hajari, B. (2010). Tahlil-e fazayi-ye paraknesh-e zan-e sarparast-e khanevar mored-e hemayat-e Komite-ye Emdad dar sath-e keshvar va erbat-e an ba motaghayyer-haye ejtemai va eqtesadi [Spatial analysis of the distribution of female-headed households supported by the Imam Khomeini Relief Committee across the country and its relation with social and economic variables]. *Women and Society*, 10(2), 169-193. [In Persian]
- Darahaki, A., & Nobakht, P. (2021). Barrasi-ye vaz'iyat-e eqtesadi va ejtemai-ye zan-e sarparast-e khanevar-e Irani: Yek tahlil-e sanavieh [An examination of the economic and social situation of Iranian female-headed households: A secondary analysis]. *Payesh*, 20(4), 427-437. [In Persian]
- Doroudian, M. (2009). Barrasi-ye moghayese'i-ye keyfiyat-e zendegi-ye zan-e sarparast-e khanevar [A comparative study of quality of life of female-headed households] (Unpublished master's thesis), University of Social Welfare and Rehabilitation Sciences, Tehran, Iran. [In Persian]
- Dunga, H. M. (2020). An empirical analysis on determinants of food security among female-headed households in South Africa. *International Journal of Social Sciences and Humanity Studies*, 12(1), 66-81.
- Esmaili Pouya, S. (2018). Naqsh-e fa'aliyat-ha-ye erbat-e shahrdari-ye manteqe 11-ye Tehran dar ijad-e raftar-e eqtesadi-ye moqavemati dar miyan-e zan-e sarparast-e khanevar [The role of communication activities of Tehran's District 11 Municipality in creating resistance economy behavior among female-headed households] (Unpublished master's thesis) Islamic Azad University, Tehran, Iran. [In Persian]
- Fatehi, A. (2004). Barrasi-ye avamel-e ejtemai-ye mo'asser bar tavanmand-sazi-ye zan-e sarparast-e khanevar ba roykard-e sarmāye-ye ejtemai [A study of social factors affecting the empowerment of female-headed households from a social capital perspective] (Master's thesis, Faculty of Literature and Humanities, Alzahra University, Tehran, Iran). [In Persian]
- Flatø, M., Muttarak, R., & Pelsler, A. (2017). Women, weather, and woes: The triangular dynamics of female-headed households, economic vulnerability, and climate variability in South Africa. *World Development*, No. 90, 41-62.
- Gajari, H., & Haghparast, F. (2022). Motale'e-ye ta'sir-e tavanmand-sazi-ye eqtesadi-ye zanan-e sarparast-e khanevar bar salamat-e ejtemai-ye anhan [A study of the effect of economic empowerment of female-headed households on their social well-being]. *Interdisciplinary Studies in Humanities*, 54(14), 151-177. [In Persian]

- Ghasemi, A., Abbasi Esfajir, A. A., & Heydarabadi, A. (2022). Avamel-e ejtemai-ye mo'asser bar asib-haye ejtemai-ye zan-e sarparast-e khanevar (motale'e-ye moredi: Zan-e sarparast-e khanevar dar Mashhad) [Social factors affecting social harms of female-headed households (case study: Female-headed households in Mashhad)]. *Women Police Journal*, 15(34), 52–76. [In Persian]
- Hajhosseini, M. (2017). *Osul-e feqhi-ye mas'uliyat-e dolat nesbat be zan-e bi-khaneman va asib-dideh* [Jurisprudential principles of state responsibility toward homeless and vulnerable women] (Unpublished doctoral dissertation), University of Qom, Qom, Iran. [In Persian]
- Jamalinik, M. (2009). *Amoozesh-e grouhi ba olguye varzi bar joratvarzi-ye zan-e sarparast-e khanevar* [Group training with the Varzi model on assertiveness of female-headed households] (Unpublished master's thesis), Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. [In Persian]
- Kermani, M., Mazloom Khorasani, M., Behravan, H., & Noghani, M. (2013). Avamel-e mo'asser bar tavanmandi-ye zanan-e sarparast-e khanevar morede motale'e: Zanan-e shaghghol dar markaz-e Kosar-e Shahr-dari-ye Tehran dar sale 1391 [Factors affecting the empowerment of female-headed households: A study of employed women in Kosar Centers of Tehran Municipality in 2012]. *Iranian Journal of Sociology*, 14(3), 116–148. [In Persian]
- Khademi, A., & Yaseri, Z. (2021). Farā-tahlil-e siyasat-gozari-haye Jomhuri-ye Eslami-ye Iran dar mowzu'e eshteghal-e zan ba ta'kid bar ta'ad ol-e kar va khanevadeh [Meta-analysis of the policies of the Islamic Republic of Iran on women's employment with emphasis on work-family balance]. *Women in Development and Politics*, 19(1), 1–20. [In Persian]
- Khalid, H., & Martin, E. G. (2017). Female-headed households associated with lower childhood stunting across culturally diverse regions of Pakistan: Results from a cross-sectional household survey. *Maternal and child health journal*, 21(10), 1967–1984.
- Khani, S., Khezri, F., & Yari, K. (2017). Motale'e-ye asib-paziri-ye ejtemai-ye zan-e sarparast-e khanevar va zan-e daraye sarparast dar manteqe-ye Soltanabad shahr-e Tehran [A study of social vulnerability of female-headed and male-headed women in the Soltanabad district of Tehran]. *Women in Development and Politics*, 15(4), 597–620. [In Persian]
- Khosraviasl, M., Nasirian, M., & Bakhshayesh, A. (2018). Ta'sir-e darmān-e hayejan-madār bar ezterāb va afsordegi-ye zan-e sarparast-e khanevar tahte pooshesh-e Komite-ye Emdad-e Emam Khomeini (RA) shahr-e Yazd dar sal-e 1395 [The effect of emotion-focused therapy on anxiety and depression of female-headed households supported by the Imam Khomeini Relief Committee in Yazd in 2016]. *Health Research Journal*, 7(3), 173–182. [In Persian]
- Kim, K. (2018). Female Heads of Households Registered in Korea's Census Registers Between the Seventeenth and Nineteenth Centuries and Their Historical Significance. *International Journal of Korean History*, 23(2), 167–194.

- Lahiri-Dutt, K., & Pattnaik, I. (2022). Women Headed Households in Agriculture: Report from West Bengal, India. *Ecology, Economy and Society—the INSEE Journal*, 5(1), 223-229.
- Ministry of Cooperatives, Labour, and Social Welfare. (2021). Barrasi-ye amari-ye vizhegi-ha-ye ejtemai-eqtessadi-ye zan-e sarparast-e khanevar va khod-sarparast (virayesh-e dovom) [Statistical review of socio-economic characteristics of female-headed and self-headed households (2nd ed.)]. Tehran: Strategic Information and Statistics Center, Ministry of Cooperatives, Labour, and Social Welfare. [In Persian]
- Momenizadeh, N. (2014). Tahlil-e moghayese'i-ye zan-e sarparast-e khanevar [A comparative analysis of female-headed households]. *Economic Journal*, 3(4), 95-120. [In Persian]
- Osei-Hwedie, B. Z. (1998). Female-headed households in Southern Africa: issues, problems and prospects. *Institute of African Studies Research Review*, 14(2), 69-83.
- Pukuh, N., & Widyasthika, H. F. (2018). Women left behind? Findings from female headed household in Indonesia. In *International Conference and Workshop on Gender: Women's Leadership and Democratisation in the 21st Century Asia* (27-28 April 2018, Jakarta). Center for Political Studies, Indonesian Institute of Sciences (LIPI).
- Purnomo, S. D. (2018). Determinants of Income of Poor Women-Headed Households in Madiun City. Eko-Regional: *Journal Pembangunan Economic Wilayah*, 13(2), 19-31.
- Rezaei, F. (2004). Barrasi-ye moshkelat-e eqtesadi-e ejtemai-ye khanevar-haye zan-e sarparast tahte poshesh-e Behzisti-ye Shahrestan-e Khomein [A study of economic and social problems of female-headed households under the support of the Welfare Organization in Khomein city] (Unpublished master's thesis), Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. [In Persian]
- Rezaei, M., & Mahmoudi, F. (2019). Bazsazi-ye ma'na'i-ye keyfiyat-e zendegi-ye zan-e sarparast-e khanevar: Yek motale'e-ye kayfi [Semantic reconstruction of quality of life in female-headed households: A qualitative study]. *Applied Sociology*, 30(1), 143-166. [In Persian]
- Ruth Aspas, H. (1998). Heading households and heading businesses: Rural Kenyan women in the informal sector. *professional Geographer*, 50 (2), 192-204.
- Sadeghi, M., & Cheraghi, Z. (2020). Ta'sir-e amoozesh-haye maharati bar tavanmand-sazi-ye zan-e sarparast-e khanevar [The effect of skill training on the empowerment of female-headed households]. *Women and Society*, 11(4), 95-112. [In Persian]
- Shaban, M., & Zare, H. (2019). Farā-tahlil-e motale'at-e zan-e sarparast-e khanevar dar Iran [Meta-analysis of studies on female-headed households in Iran]. *Sociological Studies*, 26(2), 67-97. [In Persian]
- Shalchi, S., & Azimi, M. (2019). Barrasi-ye zaneh-sazi-ye faqr dar Iran az sal-e 1365 ta 1395 [Examining the feminization of poverty in Iran from 1986 to 2016].

- Women's Quarterly – Institute for Humanities and Cultural Studies*, 10(2), 113–142. [In Persian]
- Solouk, S. (2020). Moghayese-ye asarbakhshi-ye darmān-e mobtani bar nazariye-ye entekhab-e Glasser va darmān-e paziraesh va ta'ahhod bar omid be zendegi va tab-āvāri-ye zan-e sarparast-e khanevar dar shahr-e Tehran [Comparison of the effectiveness of Glasser's choice theory-based therapy and acceptance and commitment therapy on life expectancy and resilience of female-headed households in Tehran]. *Advances in Behavioral Sciences*, 5(46), 12–27. [In Persian]
- Tajeddin, M. B., & Rahmati Vala, L. (2014). Resane-ye melli va tavanmand-sazi-ye zan-e sarparast-e khanevar (motale'e-ye moredi: Zan-e sarparast-e khanevar-e mantaqe-ye 18 Tehran) [National media and empowerment of female-headed households (case study: Female-headed households in District 18 of Tehran)]. *Strategic Studies of Women*, 12(47), 119–161. [In Persian]
- Van Schalkwyk, I. (2021). Strengthening female-headed households: Exploring the challenges and strengths of mothers with substance-problems living in a high-risk community. *Journal of Family Studies*, 27(2), 280-302.

## مقاله‌ی علمی - پژوهشی

## چالش‌های زندگی در سایه‌ی بی‌سرپرستی: روایت یک زن سرپرست خانوار بیرجندی

هادی براتی<sup>۱</sup> فرخ‌رو جلیلی<sup>۲</sup> حمیده جلیلی<sup>۳</sup>  
 رابعه چکی<sup>۴</sup> ماجده نجاتی<sup>۵</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۹/۰۳ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۵/۱۹

مشاهده‌ی مقاله‌ی منتشر شده: دوره‌ی ۱۹، شماره‌ی ۴

[http://www.farhangekhorasan.ir/article\\_226785.html](http://www.farhangekhorasan.ir/article_226785.html)

## چکیده

زنان سرپرست خانوار از آسیب‌پذیرترین گروه‌های اجتماعی به شمار می‌روند و، در مقایسه با سایر زنان، فشارهای روانی- اجتماعی بیشتری را تجربه می‌کنند و از کیفیت زندگی پایین‌تری برخوردارند؛ از این‌رو، بررسی کیفیت زندگی آن‌ها ضروری است. پژوهش حاضر، با رویکرد کیفی و روش روایت‌پژوهی، بر روی روایت‌های یک زن روستایی حدوداً ۶۵ ساله‌ی سرپرست خانوار متمرکز شده است. داده‌ها، از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته‌ی روایتی و یادداشت‌های میدانی، گردآوری و با استفاده از روش تحلیل مضمون و کدگذاری بررسی شدند که به شناسایی ۱۴ مضمون سازمان‌دهنده منجر شد؛ این مضامین در چهار مضمون فراگیر دسته‌بندی شدند. برای اطمینان از پایایی، ضریب توافق کدگذاران (ضریب هولستی) محاسبه شد که مقدار آن

۱. استادیار گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه بیرجند، بیرجند، ایران (نویسنده مسئول)

h.barati@birjand.ac.ir

farokhro.jalili@cfu.ac.ir

h.jalili@cfu.ac.ir

rabeacheki@gmail.com

m.nejati.1398@gmail.com

۲. استادیار گروه آموزش روانشناسی و مشاوره، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران.

۳. استادیار گروه آموزش علوم تربیتی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران

۴. فارغ‌التحصیل کارشناسی علوم تربیتی دانشگاه فرهنگیان، بیرجند، ایران

۵. فارغ‌التحصیل کارشناسی علوم تربیتی دانشگاه فرهنگیان، بیرجند، ایران



COPYRIGHTS

2023 by the authors. Published by the General Office of Islamic Culture and Direction southern Khorasan. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

۰/۸۱ بود. همچنین، برای اعتباربخشی به یافته‌ها، از روش مثلث‌سازی (ترکیب نقل قول مستقیم، مضامین استخراج‌شده و یافته‌های پژوهش‌های پیشین) استفاده شد. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که علل اصلی پدیدآوردن‌دهی چالش‌های یک زن سرپرست خانوار روستایی را می‌توان در قالب چالش آموزشی و مهارتی، چالش نبود حمایت اجتماعی لازم، چالش اقتصاد ناپایدار و چالش مشکلات روانی - اجتماعی طبقه‌بندی کرد. همچنین نتایج نشان می‌دهد که موانع آموزشی و مهارتی، نظیر کم‌سوادی، عدم دسترسی به آموزش عالی و نبود فرصت‌های مهارت‌آموزی، منجر به محدودیت انتخاب شغل و درآمدزایی می‌شود که در نهایت موجب اقتصاد ناپایدار و مشاغل غیررسمی زن سرپرست خانوار شده است؛ از سوی دیگر، عدم حمایت اجتماعی لازم، به دلیل مسئولیت‌های سنگین مراقبت و بزرگ کردن فرزندان به تنهایی، محدودیت‌هایی در انتخاب شغل ایجاد کرده که در نهایت، مشکلات روانی - اجتماعی مانند احساس انزوا و استرس را به دنبال داشته است.

**واژه‌های کلیدی:** بی‌سرپرستی، اشتغال، حمایت، مهارت شغلی، فرهنگ.

## مقدمه

سرپرستی خانوار، به‌عنوان پدیده‌ای اجتماعی، از چالش‌های پیچیده‌ای است که زنان در شرایط خاص با آن مواجه می‌شوند و نیازمند توانمندی‌ها و حمایت‌های ویژه، برای مدیریت این نقش مضاعف، هستند (Kim, 2018: 167). در جوامع مختلف، بسته به الگوهای فرهنگی خاص جامعه و با توجه به نقش‌های مختلف زنان در خانواده، تعاریف متفاوتی برای زنان سرپرست خانوار وجود دارد؛ به همین جهت، تعریف واژه‌ی زنان سرپرست خانوار تا حدی دشوار است زیرا در برخی از خانواده‌ها، علی‌رغم حضور مرد بزرگ‌سال در خانواده، زنان نان‌آور خانواده هستند و عملاً خانواده توسط آنان سرپرستی می‌شود (Lahiri-Dutt & Pattnaik, 2022: 223؛ شالچی و عظیمی، ۱۳۹۸: ۱۳۴). در این خانواده‌ها به دلایل مختلف (طلاق، جدایی، مهاجرت و مرگ همسر) مرد به‌عنوان سرپرست در آن وجود ندارد و یا خانوارهایی که مرد به دلایلی (کسالت، اعتیاد و ...) در درآمد خانوار سهمی ندارد (خسروی‌اصل، نصیریان و بخشایش، ۱۳۹۷: ۱). بر مبنای تعریف سازمان بهزیستی، زنان سرپرست خانوار زنانی هستند که عهده‌دار تأمین معاش مادی و معنوی

خود و اعضای خانواده می‌باشند. مطابق تعریف مرکز آمار ایران، زنان سرپرست خانوار به کسانی گفته می‌شود که، بدون حضور منظم یا حمایت یک مرد، سرپرستی خانوار را بر عهده می‌گیرند و مسئولیت اداره‌ی اقتصادی خانواده، تصمیم‌گیری‌های عمده و حیاتی با آن‌هاست (مؤمنی زاده، ۱۳۹۳: ۹۶).

از نظر جامعه‌شناسان، عبارت "سرپرست خانوار"<sup>۱</sup> اصطلاحی توصیفی است؛ سرپرست خانواده به کسی اطلاق می‌شود که قدرت قابل‌ملاحظه‌ای در مقایسه با سایر اعضای خانواده دارد؛ معمولاً مسن‌ترین فرد خانواده است و مسئولیت‌های اقتصادی خانواده به عهده وی می‌باشد (Kim & Brannon, 1999: 16; 2018: 167). نگاهی اجمالی به آمارهای گزارش شده بیانگر این است که آمارهای رسمی از روند رو به رشد تعداد زنان سرپرست خانوار در دهه‌های اخیر حکایت دارند؛ به طوری که در سال‌های ۱۳۶۵، ۱۳۷۵، ۱۳۸۵، ۱۳۹۰ و ۱۳۹۵، خانوارهای زن سرپرست به ترتیب ۷/۳٪، ۸/۴٪، ۹/۴٪، ۱۲/۱٪ و ۱۲/۷٪ از کل خانوارهای ایرانی را تشکیل داده‌اند (دراهمکی و نوبخت، ۱۴۰۰: ۴۲۹) و بنا به دلایلی، از قبیل عدم آموزش زنان برای نقش سرپرستی، تقسیم‌کار جنسیتی (احمدنیا و قالیباف، ۱۳۹۶: ۱۰۳)، دسترسی محدود به منابع اقتصادی (Chant, 1997: 28)، قرارگیری در دهک‌های پایین درآمدی (خانی، ۱۳۹۶: ۵۹۸) و بار مسئولیت مضاعف خانه‌داری و تأمین درآمد، تبعیض‌های جنسیتی و مشکلات عاطفی (قاسمی و همکاران، ۱۴۰۱)، زندگی آنان با چالش‌های جدی روبه‌رو شده که نیازمند توجه و حمایت ویژه سیاست‌گذاران است.

در این زمینه، مروری بر مبانی تجربی پژوهش‌های انجام شده بیانگر این است که فقر و عدم دسترسی به فرصت‌های شغلی سودآور، درآمد کم (Osei-Hwedie, 1998: 78) و عدم ثبات شغلی (RuthAspass, 1998: 192) از جمله مشکلات زنان سرپرست خانوار است که در پژوهش‌های بنیادین این حوزه به آن اشاره شده است. تأکید بر مشکلات عدیده‌ی زنان سرپرست خانوار در این پژوهش‌ها به حدی است که چانت (1997: 26) در مقاله‌ای زنان سرپرست خانوار را با عنوان «فقیرترین فقرا» در جهان معرفی می‌کند. از سوی دیگر وارلی<sup>۲</sup> (1996) در مطالعه‌ای

---

1. householder  
2. varley

عمیق به این نکته اشاره دارد که از نیمه‌ی دوم قرن بیستم تاکنون مدام بر آمار زنان سرپرست خانوار اضافه شده است؛ تا جایی که آمار این قشر آسیب‌پذیر به حدود یک‌سوم از کل خانوارها در جهان رسیده است (Varley, 1996 به نقل از رضایی و محمودی، ۱۳۹۸: ۱۴۴)؛ این مسئله توجه بیشتر پژوهشگران به این مهم را موجب شده است. برای مثال، در مطالعه‌ی خسروی‌اصل، نصیریان و بخشایش (۱۳۹۷: ۲) بر تأثیر مشکلات روحی و روانی، زناشودن فقر و ارزیابی سلامت زنان سرپرست خانوار تأکید شده است. همچنین، پژوهش‌های پارنومو<sup>۱</sup> (19: 2018)، خالد و مارتین (2017) و دونگاد (2020) از مطالعات جدید این حوزه در جهان به شمار می‌آیند که بر مشکلات زنان سرپرست خانوار، مانند تفاوت‌های جنسیتی در تانزانیا، افزایش زنان سرپرست خانوار در آمریکای لاتین، ضعف آموزشی خانواده‌ها در پنجاب پاکستان، و مسائلی، مانند عدم امنیت غذایی زنان سیاه‌پوست سرپرست خانوار آفریقای جنوبی، تأکید دارد. نکته‌ی قابل‌تأمل در پژوهش‌های جهانی افزایش تعداد و ارتباط بین زنان سرپرست خانوار و فقر از دیرباز تاکنون است که این موضوع، در طرح پژوهشی خادمی و یاسری (۱۴۰۰) به روش فراتحلیل مورد تأیید و تصدیق قرار گرفته و بیانگر این موضوع است که مشکلات حوزه‌ی زنان در سالیان متمادی به‌عنوان یک معضل جهانی مطرح بوده است.

آنچه لزوم انجام پژوهش در استان خراسان جنوبی را مطرح می‌کند این است که طبق گزارش وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی (۱۴۰۰) در سال ۱۳۹۸ تعداد کل زنان سرپرست خانوار ۳۵۱۷۴۷۷ نفر گزارش شده که سهم استان خراسان جنوبی ۳۹۳۹۴ نفر (۱۸۴۴۹ شهری و ۲۰۹۴۵ نفر روستایی) است و نسبت زنان روستایی سرپرست خانوار به کل زنان سرپرست خانوار ۵۳٪/۲ اعلام شده و بیانگر این است که استان خراسان جنوبی بعد از استان‌های سیستان و بلوچستان و هرمزگان بیشترین سرپرست خانوار زن روستایی را دارد (وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، ۱۴۰۰: ۵). همچنین، نتایج آماری زنان سرپرست خانوار، که در مرکز آمار و اطلاعات راهبردی وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی به دست آمده، بیانگر این است که در سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۸ تعداد خانوارهای معمولی دارای سرپرست زن حدود ۲۶/۸٪ افزایش داشته که استان خراسان جنوبی، یزد و گیلان به ترتیب با ۷۲٪، ۶۲٪ و ۶۲/۱٪ بیشترین آمار را به خود اختصاص

داده‌اند. علاوه بر این، بررسی وضعیت زنان سرپرست خانوار در شهرهای تبریز، سلطان‌آباد تهران، شاهین‌شهر، بابلسر، تهران، مازندران، کاشان، آران و بیدگل و فارسان مورد بررسی قرار گرفته؛ در حالی که در استان خراسان جنوبی و شهرستان بیرجند کمتر مورد توجه قرار گرفته است. بنابراین، با توجه به بررسی‌های انجام‌شده و نقش انکارناپذیر شرایط اجتماعی (Carey, 1993: 261) و اقلیم (Flatø, Muttarak & Pelsler, 2017: 41) که تأثیرات گسترده‌ای بر توسعه‌ی جوامع انسانی دارند؛ و از سوی دیگر، روند رو به رشد تعداد زنان سرپرست خانوار در کشور، به‌ویژه در استان خراسان جنوبی، این پژوهش رسالت خود را بر شناسایی و تحلیل عمیق مشکلات و چالش‌های این گروه اجتماعی متمرکز کرده و تلاش شده، با بهره‌گیری از رویکرد سیستماتیک و استفاده از نظریه‌های مختلف در حوزه‌ی زنان سرپرست خانوار، به بررسی شرایط اجتماعی، اقتصادی و روانی زن سرپرست خانوار پرداخته شود.

### پیشینه‌ی پژوهش

#### پیشینه‌ی نظری

در حوزه‌ی مطالعات نظری، موضوع زنان سرپرست خانوار از زوایای مختلف جامعه‌شناسی و روان‌شناسی بررسی شده است. به طور کلی، در حوزه‌ی جامعه‌شناسی دو دسته از نظریه‌ها به بررسی مسائل زنان سرپرست خانوار پرداخته‌اند: دسته‌ی اول نظریاتی هستند که به موضوع زنان سرپرست خانوار به‌عنوان یکی از مسائل زنان می‌نگرند (نظریه‌ی زنانه شدن فقر) و آن را در بستر مفاهیمی چون نابرابری، ظلم به زنان، و مسئله‌ی مادری بررسی می‌کنند. دسته‌ی دوم نظریاتی هستند که زنان سرپرست خانوار را به‌سان یکی از انواع گروه‌ها و اقشار آسیب‌پذیر تحلیل می‌کنند (نظریه‌ی تضاد طبقاتی و نظریه‌ی کنش) که این نظریه‌ها عمدتاً از فرهنگ‌های دیگر اقتباس شده‌اند و به چالش‌های زنان سرپرست نظیر افزایش بزهکاری فرزندان، فقر در ابعاد مختلف، سطح پایین تحصیلات فرزندان، و دسترسی محدود به فرصت‌های شغلی اشاره شده است. در روان‌شناسی، پژوهشگرانی مانند آدافر، سبیل، و سومر تأکید دارند که این زنان، با پذیرش نقش‌های متعدد، در معرض اضطراب، افسردگی، و بیماری‌های روانی قرار می‌گیرند و سلامت روانی و اعتمادبه‌نفس آنان تهدید می‌گردد (Brannon, 1999: 16). یکی از نظریه‌های کلیدی،

در این حوزه، نظریه‌ی "زنانه شدن فقر" یا آسیب‌پذیری زنان سرپرست خانوار است. این نظریه نشان می‌دهد که سرپرستی خانوار توسط زنان، در بسیاری از کشورها، از جمله کشورهایی با قوانین پیشرفته‌ی حمایتی، با افزایش درصد فقر در میان این گروه همراه بوده است. به‌رغم کمک‌های دولتی، این زنان همچنان در چرخه‌ی فقر باقی می‌مانند (Matthew, 1999) به نقل از مؤمنی‌زاده، ۱۳۹۳: ۹۸). نظریه‌ی ساختی - کارکردی نیز به جایگاه متفاوت این زنان اشاره دارد و آن‌ها را نه در جایگاه قربانیان منفعل بلکه به‌عنوان افرادی می‌بیند که می‌توانند، با شناخت شرایط و تجربه‌های شخصی خود، بر مشکلات زندگی فائق آیند (Chant, 1997) به نقل از مؤمنی‌زاده: ۱۰۰). در مقابل، نظریه‌ی طبقاتی و ناتوانی دولت‌ها، فقر و آسیب‌پذیری زنان سرپرست خانوار را بخشی از ساختار طبقاتی جامعه می‌داند و آن را به جنسیت محدود نمی‌کند. این دیدگاه بر اهمیت اصلاحات اجتماعی و اقتصادی برای کاهش نابرابری‌ها تأکید دارد. این نظریه‌ها، در مجموع، تصویری چندبعدی از چالش‌های زنان سرپرست خانوار ارائه می‌دهند و به لزوم سیاست‌گذاری‌های جامع در این زمینه اشاره دارند (دربان آستانه و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۷۳). از این‌رو، با توجه به مبانی نظری، می‌توان نتیجه گرفت که مسائل سرپرستی زنان دلالت بر عوامل متعددی دارد و مسئله‌ای چندبعدی است که علل و عوامل مختلفی در شکل‌گیری چالش‌ها و نحوه‌ی مواجهه با آن نقش دارد و رسیدن به نظریه‌ای جامع و کامل بسیار دشوار به نظر می‌رسد. بنابراین، در مطالعه‌ی حاضر، بر مبنای تجارب زیسته‌ی یک زن سرپرست خانوار ایرانی روستایی، سعی شده است این چالش‌ها تا حد ممکن بدون پیش‌داوری و بدون تکیه بر نظریه‌ای خاص از ابعاد مختلف اجتماعی، فرهنگی، حمایتی و عاطفی بررسی شود.

### پیشینه‌ی تجربی

به طور کلی، پژوهش‌های انجام شده در ایران درباره‌ی زنان سرپرست خانوار را می‌توان به چهار دسته‌ی اصلی تقسیم کرد که عبارت‌اند از:

دسته‌ی اول: این دسته از مطالعات بیشتر بر آسیب‌شناسی وضعیت این زنان تمرکز داشته‌اند (خسروی‌اصل و همکاران، ۱۳۹۷؛ قجری و حق‌پرست، ۱۴۰۱؛ رضایی، ۱۳۸۳). نتایج این دسته از مطالعات بیانگر این است که زنان سرپرست خانوار با مشکلات روانی، اجتماعی و اقتصادی قابل

توجهی مواجه‌اند که ناشی از فشارهای متعدد خانوادگی و اجتماعی است و نیازمند حمایت‌های همه‌جانبه هستند.

دسته‌ی دوم: این دسته به بررسی تأثیر عوامل اجتماعی و اقتصادی مختلف بر شرایط زندگی آنان پرداخته‌اند و عواملی مانند سرمایه‌ی اجتماعی (بهروز، مرعشیان و علیزاده، ۱۴۰۲؛ دورودی، ۱۳۸۸)، آموزش (عبدی و حناچی، ۱۴۰۰؛ صدقی و چراغی، ۱۳۹۹؛ فاتحی، ۱۳۸۳؛ جمالی‌نیک، ۱۳۸۸) و وضعیت اقتصادی - اجتماعی (دراهمی و نویخت، ۱۴۰۰) را مورد بررسی قرار داده‌اند؛ نتایج این دسته از مطالعات بیانگر این است که سرمایه‌ی اجتماعی و آموزش نقش مهمی در بهبود وضعیت زنان سرپرست خانوار دارند اما محدودیت‌های اقتصادی و اجتماعی همچنان مانع توانمندسازی کامل آنان است.

دسته‌ی سوم: پژوهش‌هایی هستند که وضعیت جسمانی زنان سرپرست خانوار را مورد مطالعه قرار داده‌اند (درودیان، ۱۳۸۸) و در آن‌ها موضوع توانمندسازی زنان به صورت ضمنی مطرح شده است. نتایج این دسته از مطالعات بیانگر این است که فشارهای روانی و اجتماعی بر زنان سرپرست خانوار تأثیر منفی بر سلامت جسمانی آنان دارد و این زنان در معرض بیماری‌ها و مشکلات جسمانی بیشتری قرار می‌گیرند.

دسته‌ی چهارم: پژوهش‌هایی که به طور خاص و مستقیم به مسئله‌ی توانمندسازی زنان سرپرست خانوار پرداخته‌اند (عباس‌زاده و بوداچی، ۱۳۹۹؛ کرمانی و همکاران، ۱۳۹۲؛ بابایی، روشنایی و جمالی‌آشتیانی، ۱۳۸۹). نتایج این مطالعات، ضمن ترسیم تصویری کلی از وضعیت زندگی این زنان، به ابعاد مختلف مشکلات آن‌ها نیز اشاره کرده و بر اهمیت ارائه‌ی راهکارهای جامع و چندبُعدی برای توانمندسازی زنان سرپرست خانوار تأکید دارند و نشان می‌دهند که برنامه‌های موفق باید، علاوه بر حمایت اقتصادی، به مسائل اجتماعی و روانی نیز بپردازند.

در مطالعات خارجی، دانگا<sup>۱</sup> (2020: 66) با تحلیل داده‌های خانوارهای آفریقای جنوبی نشان داده است که درآمد پایین و عدم مشارکت در کشاورزی از عوامل اصلی کاهش امنیت غذایی زنان سرپرست خانوار است. وان اسکالکویک (2021: 280)، در پژوهشی کیفی، نقش مادر بودن و حمایت اجتماعی را در تقویت عملکرد خانواده‌های زنان سرپرست برجسته کرده است. پاکو و

ویدیستیکا<sup>۱</sup> (397: 2018) نیز تأثیر فقر، تحصیلات، و عوامل جمعیتی را بر وضعیت زنان سرپرست خانوار بررسی کرده‌اند و نشان داده‌اند که این خانواده‌ها بیشتر در معرض آسیب‌های اقتصادی قرار دارند. در مجموع، این مطالعات بر نیاز به مداخله‌ی چندوجهی شامل آموزش، حمایت مالی، درمان روان‌شناختی، و توسعه‌ی اجتماعی تأکید دارند تا شرایط زندگی زنان سرپرست خانوار بهبود یابد. با وجود مطالعات متعدد داخلی و خارجی که به بررسی چالش‌ها، فرصت‌ها و راهکارهای توانمندسازی زنان سرپرست خانوار پرداخته‌اند، بررسی‌های میدانی نشان می‌دهد که استان خراسان جنوبی با چالش‌های خاصی در زمینه‌ی توانمندسازی زنان سرپرست خانوار مواجه است و مطالعه‌ی چندانی با تمرکز بر فرهنگ و بوم خراسان جنوبی انجام نشده و هنوز خلأ مطالعاتی قابل توجهی در این استان وجود دارد.

### روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش با استفاده از رویکرد روایت‌پژوهی و براساس دیدگاه کلاندینین و کانلی<sup>۲</sup> (2004) طراحی شده است. روایت‌پژوهی، تجربه‌ی زیسته افراد را در قالب داستان‌ها بازگو می‌کند و بر سه عنصر کلیدی زمان، مکان و تعاملات تأکید دارد. مشارکت‌کننده‌ی پژوهش، یک زن ۶۵ ساله‌ی روستایی است که به دلیل شرایط خاص زندگی و سهولت دسترسی انتخاب شده است. وی سرپرستی ۷ فرزند خود را، پس از فوت همسرش، در ۳۰ سال پیش بر عهده گرفته و با انجام کارهای پاره‌وقت به تأمین معیشت پرداخته و اکنون، به دلیل کهولت سن و عدم توان کار سخت و ازدواج مجدد، از کار کردن کناره گرفته است.

داده‌ها از طریق مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته گردآوری شد که در شش جلسه‌ی حضوری یک‌ساعته و چهار مصاحبه‌ی تلفنی تکمیلی ۲۰ دقیقه‌ای به دست آمد. داستان زندگی این زن، براساس توالی زمانی، فضای زندگی در محیط روستایی، و تعاملات خانوادگی و اجتماعی، بازداستان‌سرایبی شد. همچنین، جهت تأیید روایی پژوهش، متن کامل روایت برای مشارکت‌کننده خوانده شد و اصلاحات لازم براساس بازخورد او اعمال گردید. جملات مشارکت‌کننده با حفظ

لهج‌های اصلی و در موارد دشوارفهم، با توضیحات تکمیلی در پرانتز ثبت شدند. این روش‌شناسی، امکان فهم عمیق‌تر از تجارب زیسته‌ی مشارکت‌کننده و معنای نهفته در داستان زندگی او را فراهم کرد.

برای تحلیل داده‌ها از دو روش تحلیل روایتی و فرآیند تحلیل مضمون (کدگذاری) استفاده شد؛ پس از انجام مصاحبه‌ها، بازداستان‌سرایبی براساس اصول کلان‌دینین و کانلی صورت گرفت که در آن سه عنصر زمان (توالی وقایع زندگی)، مکان (فضای زندگی در محیط روستایی) و تعاملات (روابط خانوادگی و اجتماعی) مورد توجه قرار گرفت. در فرایند تحلیل روایتی، داستان‌های پراکنده‌ی سمیه در قالب یک روایت کامل قرار گرفت که بافت و شرایط زندگی او را به‌طور کامل قابل درک می‌سازد. فرایند تحلیل مضمون (کدگذاری) در این پژوهش روایتی شامل چند مرحله‌ی کلیدی بود که به پژوهشگر کمک کرد تا داده‌های کیفی را به صورت نظام‌مند تحلیل کند. در روش تحلیل مضمون، پس از ثبت متن مصاحبه‌ها، پژوهشگر به منظور شناسایی نکات کلیدی به مطالعه‌ی متن مصاحبه‌ها پرداخت. طبق شیوه‌ی اشتراوس و کوربین، ابتدا کدگذاری باز انجام شد؛ بدین صورت که به هر پیام موجود در متن مصاحبه عنوانی (کد یا برچسب) اختصاص یافت که در واقع عناوین مذکور همان مضامین پایه را تشکیل دادند. سپس در مرحله‌ی کدگذاری محوری کدهای باز یا به عبارت دیگر مضامین پایه بر حسب مشابهت و نقاط اشتراک طبقه‌بندی و عناوین گسترده‌تری به هر طبقه اختصاص یافت و مضامین سازمان‌دهنده حاصل شد. در مرحله‌ی سوم، کدگذاری گزینشی مضامین مهم و اساسی، که مفاهیم فراگیر خوانده می‌شود، استخراج شد و در نهایت شبکه‌ی مضامین ترسیم شد؛ سپس، هر مضمون به طور دقیق تعریف و نام‌گذاری شد و در نهایت، پژوهشگر نتایج تحلیل خود را در قالب یک گزارش جامع ارائه داد که شامل توصیف شبکه‌ی مضامین و ارتباطات بین آن‌ها بود. این فرایند به پژوهشگران کمک کرد تا داده‌های کیفی را به شکلی ساختارمند تحلیل و نتایج قابل اعتمادی استخراج کنند. برای پایایی داده‌ها از ضریب توافق کدگذاران (ضریب هولستی) استفاده شد که مقدار به‌دست‌آمده ۰/۸۱ است. برای بررسی روایی یافته‌های تحقیق، از شیوه‌ی تأیید مشارکت‌کننده استفاده شد. یافته‌ها در اختیار فرد مشارکت‌کننده (راوی) قرار گرفت و توسط وی تأیید شد.

همچنین، روش مثلث‌سازی (استفاده از نقل‌قول مستقیم از روایت‌ها، در کنار مضامین بیان‌شده و استفاده از یافته‌های پژوهش‌های علمی) به کار گرفته شد.

### یافته‌های پژوهش

سمیه (نام مستعار زن سرپرست خانوار) در روستایی از توابع شهرستان درمیان در یک خانواده‌ی ۵ نفره (فرزند دوم خانواده) به دنیا آمد. یک خواهر و یک برادر دارد. پدرش قالی‌باف و مادرش خانه‌دار بود. مادرش از بچگی نابینا بود. او، که در دوران کودکی وظیفه‌ی به‌چرا بردن گوسفندان را به عهده داشت، به مدرسه نرفت و در مکتب‌خانه قرآن را فراگرفت و، در کنار آن، در کارهای خانه و بیرون از خانه به پدر و مادرش کمک می‌کرد. پدر وی، به دلیل اینکه مادرش نابینا بود و نمی‌توانست به کارهای خانه بپردازد، ازدواج مجدد کرد و از زن دوم صاحب ۵ فرزند شد. پس از مدتی، دوباره ازدواج کرد و یک فرزند هم از همسر سوم داشت و همه با هم در یک خانه زندگی می‌کردند. وضعیت مالی این خانواده خوب نبود و به‌سختی زندگی را می‌گذراندند.

در سن ۱۸ سالگی، به اجبار پدر و به دلیل مشکلات اقتصادی خانواده، ازدواج کرد. از مردم روستا شنیده بود که خواستگارش بیمار است. شغل شوهرش قالی‌بافی بود و وی نیز در قالی‌بافی به همسرش کمک می‌کرد. در ۱۹ سالگی فرزند اولشان متولد شد. در مدت سه سال، وی صاحب ۳ فرزند شد. دو فرزند اول نیم‌شیر بودند. مدت ۱۴ سال با شوهرش زندگی کرد و در این ۱۴ سال، ۷ فرزند به دنیا آورد (۳ پسر و ۴ دختر). همسرش در ۳۶ سالگی به علت بیماری سرطان معده فوت کرد. در آن زمان، فرزند بزرگش سیزده‌ساله و کوچک‌ترین فرزندش دو ساله بود. وضعیت مالی آن‌ها متوسط بود. بعد از فوت همسرش، چون در شغل قالی‌بافی تخصصی نداشت، این کار را کنار گذاشت و تصمیم گرفت از طریق پختن نان و زرشک‌چینی امرارمعاش کند. به همین دلیل، برای مردم روستا نان می‌پخت و، همچنین، برای افرادی که باغ زرشک داشتند، زرشک‌چینی می‌کرد. در این زمان همسایه از بچه‌ها نگهداری می‌کرد. دستمزد وی برای پختن نان پانصد تومان و زرشک‌چینی هزار تومان ناچیز بود. بیوه بودن محدودیت‌هایی برای کار وی در خارج از خانه ایجاد کرده بود و نمی‌توانست برای کار به خارج از خانه برود؛ نگاه و حرف مردم

ادیتش می‌کرد. بعضی از مردم هم به چشم دل‌سوزی و ترحم به او نگاه می‌کردند که باز هم آزاردهنده بود.

بعد از فوت همسرش، در پایگاه بسیج روستای پدری‌اش در ۳۵ سالگی به‌صورت شبانه دو سال در کلاس‌های سوادآموزی شرکت کرد. سوادآموزی تغییر محسوسی در وضعیت شغلی و درآمدش ایجاد نکرد ولی، از این که می‌تواند اسمش را بنویسد، خوشحال بود. ۲۵ سال، سرپرستی فرزندان را به‌تنهایی به عهده داشت. خانواده پدری و مادری، با وجود اطلاع از مشکلات مالی وی، هیچ کمکی در بزرگ کردن فرزندان به او نکردند؛ وی به‌تنهایی بار این مسئولیت سنگین را بر دوش کشید. فرزندان پسر تا دوره‌ی راهنمایی در روستا درس خواندند و دوره‌ی دبیرستان در مدرسه‌ی نمونه‌ی بیرجند به ادامه تحصیل پرداختند و دو نفر موفق به ادامه‌ی تحصیل در بهترین دانشگاه‌ها شدند. مخارج تحصیل فرزندان را از پختن نان و زرشک‌چینی و کمک کمیته‌ی امداد پرداخت می‌کرد. دختران خانواده به تحصیل تا دیپلم قناعت کردند. بعد از آن که فرزندان خانواده همگی ازدواج کردند، به علت تنهایی و این موضوع که نمی‌خواست بار زندگی‌اش بر دوش فرزندان باشد، تصمیم به ازدواج مجدد گرفت و در سن ۵۵ سالگی ازدواج کرد. اکنون حدوداً ۶۵ ساله است و ۹ سال از ازدواج دومش می‌گذرد؛ در وضعیت مالی مناسبی است و ضرورتی برای کار در این سن ندارد و البته توانی هم برای کار باقی نمانده است.

یافته‌های حاصل از این پژوهش پس از تحلیل روایت‌های زن سرپرست خانوار شامل ۴ مضمون فراگیر و ۱۴ مضمون سازمان‌دهنده به شرح مطالب زیر و در جدول ۱ گزارش شد.

## یافته‌ها

## ۱. کم‌سوادى و عدم بر خوردارى از مهارت شغلى

در این خصوص زن سرپرست خانوار روایت می‌کند: «دختر تو تا دیپلم برفتن ولی نه مثلاً چنین دانشگاه خوب قبول نشدن؛ دگه مو هم گفتم خرج داره؛ نفرستادم. دخترای خودمو دیگه همیقد (همین قدر) که دیپلم خور (خود را) می‌گرفتن، دگه درس نمو خوندن. خود مو کمک مکردن.» چنان که در روایت این زن سرپرست خانوار مشهود است، این کم‌سوادى به صورت ادامه‌دار (به علت شرایط مالی خانواده) دامن‌گیر فرزندان بوده و خصوصاً دختران خانواده، به دلیل کمک به مادر، در مشاغل خانگی (شغل پاره وقت) و همچنین تأکید جامعه بر تحصیل مردان، از ادامه‌ی تحصیل باز می‌مانند و این خط سیر ادامه می‌یابد و چنانچه دختران خانواده به هر دلیلی بعداً سرپرست خانوار خویش باشند، با مشکل مادر در اشتغال مواجه می‌گردند و این داستان پایانی ندارد. در این زمینه، نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد که یکی از مشکلات فراوان زنان سرپرست خانوار نداشتن سواد و تخصص لازم برای داشتن شغلی با منزلت است که به این دلیل اغلب یا بیکارند و یا مشاغل حاشیه‌ای، نیمه‌وقت، غیررسمی و کم‌درآمد دارند (Chant, 1997: 27).

## ۲. حمایت اجتماعی ناکافی

در این خصوص زن سرپرست خانوار روایت می‌کند: «از لباس و کفش که برینو مستوندم (برایشان می‌خریدم)، چند سال استفاده مکردن (می‌کردند) تا اینکه درس خوندن دگه تونستن خو خور بشدن (درس خواندند و خودشان توانستند زندگی خود را تأمین کنند).» در این زمینه، نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد که خانواده‌ی زنان سرپرست خانوار، بیش از سایر اقشار، نیاز دارند که مورد حمایت بیمه‌ای و خدمات تأمین اجتماعی باقی بمانند و چنین خانواده‌هایی، اگر از چتر این حمایت‌ها بیرون بمانند، به اعماق فقر و مشکلات اقتصادی و اجتماعی خواهند رفت. بنابراین زنان سرپرست خانوار از طریق سازمان‌های حمایتی و کمک افراد خیرخواه امرارمعاش می‌کنند (تاج‌الدین و رحمتی‌والا، ۱۳۹۳: ۱۱۹). همچنین، نتایج نشان می‌دهد یکی از عوامل مهمی که به تشدید مشکلات اقتصادی زنان سرپرست خانوار دامن می‌زند، محدودیت شبکه‌ی روابط

اجتماعی این زنان است؛ این محدودیت‌ها باعث کاهش فرصت‌های اقتصادی و حمایت‌های اجتماعی می‌شود. گاهی این محدودیت ناشی از قطع روابط با اقوام و نزدیکان همسر سابق است که به دلیل جدایی یا طلاق رخ می‌دهد و گاهی نیز به دلیل ترجیح زنان بر تنهایی و دوری از تعاملات اجتماعی شکل می‌گیرد. کاهش ارتباطات اجتماعی دسترسی آنان به منابع حمایتی، اطلاعات و فرصت‌های شغلی را محدود می‌کند و فشارهای اقتصادی و روانی آنان را افزایش می‌دهد. همچنین، نبود حمایت‌های اجتماعی و نگاه‌های منفی فرهنگی به زنان سرپرست خانوار موجب انزوای بیشتر و کاهش توانمندی‌های اقتصادی و اجتماعی آنان می‌شود.

### ۳. اقتصاد ناپایدار و مشاغل غیررسمی

در این خصوص زن سرپرست خانوار روایت می‌کند: «نو که می‌ختم کیسه آرد رِ میاورده بر اونو نو مکردم کپسول گاز ره (را) خود اونو میاورده (آنها می‌آوردن). هر کیسه آرد، سه هزار تومن و مو مدادن میدیدم نه مو که هفت تا بچه دارم امرم نمی جله (روزگارمون نمی گذشت) مثلاً خود این سه تومن کیسه آرده کهم (من) نو می کنم (نون می پزم) باز برفتمو به زرشک باکنی (رفتم زرشک پاک کنی). زرشک باکنی هم اون موقع روز پونصد تومن بو (بود) خيله که شه هزار تومن شه. (خیلی که می‌شد، هزارتومن می‌شد). شبو نو می‌پختم و روز زرشک پاک مکردم.» در این زمینه، نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد که برخی از زنان، علاوه بر ایفای نقش مادری، به عرصه‌ی اقتصادی و بازار اشتغال وارد می‌شوند و امور اقتصادی خانواده را هدایت می‌کنند و به دلیل فقدان مشاغل بامنزلت مجبور به فعالیت در مشاغل حاشیه‌ای، نیمه‌وقت، غیررسمی و کم‌درآمد می‌شوند که فرزندان آنان آسیب‌های جبران‌ناپذیری می‌بینند (Chant, 1997: 26). در اکثر جوامع درحال توسعه، از جمله ایران، بسیاری از مشاغل در انحصار مردان است و به‌جز مشاغلی مانند پرستاری و آموزگاری، که بیشتر با زنان مرتبط دانسته می‌شود و در آنها دستمزد نسبتاً پایین است، در هر دو بخش خصوصی و عمومی احتمال استخدام مردان بیش از زنان است. زنان درواقع تحت تأثیر عوامل فرهنگی و سنتی به مشاغل مشخصی هدایت و جذب می‌شوند و حضور آنان در سایر بخش‌ها بسیار محدود است (مؤمنی زاده، ۱۳۹۳: ۹۵). نتایج مطالعات در حوزه‌ی زنان سرپرست خانوار حاکی از آن است که مشکلات اقتصادی در رأس مسائل زنان قرار دارد که

خود را به صورت فقر، بیکاری، نداشتن شغل مناسب به دلیل بی‌سوادی، نداشتن مهارت و ... نشان می‌دهد (شبان و زارع، ۱۳۹۸: ۹۰).

#### ۴. مشکلات روانی و اجتماعی

در این خصوص زن سرپرست خانوار روایت می‌کند: «هیچکس (هیچکس) نداشتیم، نه خواهر، نه برادر داشتیم، نه کس از طرف قوم شوهر نه بچه‌ها عمو داشتن کس ر (را) نداشتیم که ور (به) ما کمک کنه. خیره سخت بو زندگی (زندگی خیلی سخت بود)». در این زمینه، نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد که زن سرپرست خانوار، به دلیل فقر و تنگدستی و نداشتن حامی و سرپرست و نداشتن شغل مناسب، از نظر روانی وضعیت مناسبی ندارند و همچنین تعدد نقش‌ها، در این خانواده‌ها، باعث ایجاد استرس می‌شود (مؤمنی زاده، ۱۳۹۳: ۹۵).

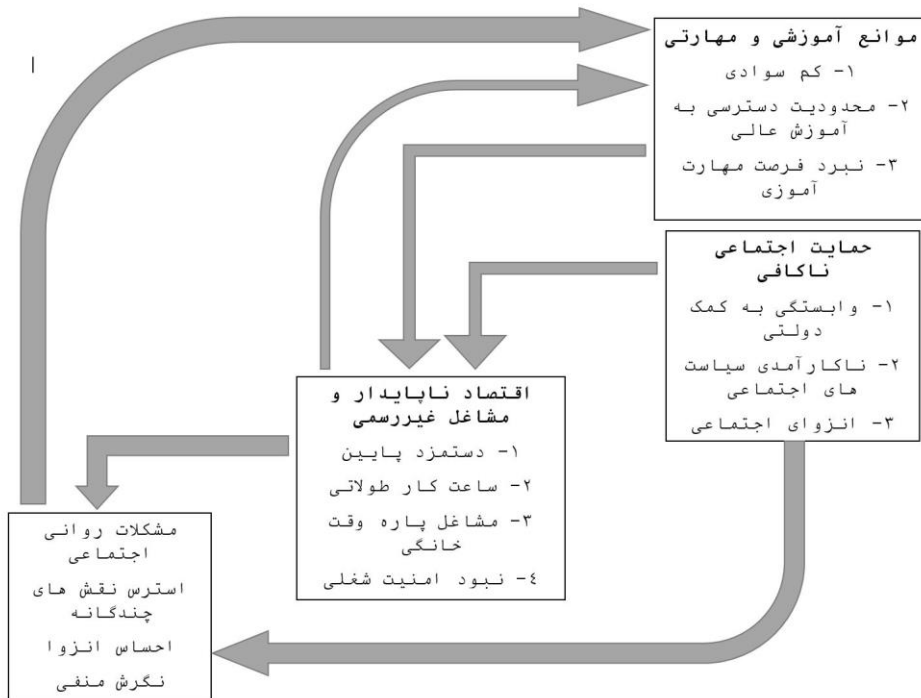
روانشناسان معتقدند از عمده‌ترین منابع استرس زنان سرپرست خانوار ایفای نقش‌های چندگانه است. وقتی زنان نقش‌های متعددی، همچون مراقبت از فرزندان، تأمین سرپناه و معیشت خانواده، و هم‌زمان نقش پدری و مادری را به عهده دارند، دچار تعارض در نقش‌های چندگانه می‌شوند و این امر سلامت روانی و جسمانی آنان را تهدید می‌کند (شبان و زارع، ۱۳۹۸: ۷۳).

جدول ۱. چالش‌ها، علل و پیامدهای زن سرپرست خانوار

چالش‌ها	علل	پیامدها
اقتصاد ناپایدار و مشاغل غیررسمی	<ul style="list-style-type: none"> <li>• دستمزد پایین</li> <li>• ساعات کاری طولانی</li> <li>• وابستگی به مشاغل پاره‌وقت و خانگی</li> <li>• نبود امنیت شغلی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• تأثیر مستقیم بر کیفیت زندگی و معیشت خانواده</li> <li>• افزایش وابستگی به منابع حمایتی</li> </ul>
آموزشی و مهارتی	<ul style="list-style-type: none"> <li>• کم‌سوادی</li> <li>• محدودیت دسترسی به آموزش عالی</li> <li>• نبود فرصت‌های مهارت‌آموزی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• کاهش فرصت‌های اشتغال رسمی</li> <li>• تداوم فقر در نسل‌های بعدی</li> </ul>
حمایت اجتماعی ناکافی	<ul style="list-style-type: none"> <li>• وابستگی به کمک‌های دولتی</li> <li>• ناکارآمدی سیاست‌های اجتماعی</li> <li>• انزوای اجتماعی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ایجاد حس وابستگی به کمک‌های اجتماعی</li> </ul>

چالش‌ها	علل	پیامدها
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• عدم توانمندسازی زنان سرپرست خانوار برای خروج از فقر</li> </ul>
مشکلات روانی و اجتماعی	<ul style="list-style-type: none"> <li>• استرس ناشی از مسئولیت‌های چندگانه</li> <li>• احساس انزوا</li> <li>• نگرش‌های تحقیرآمیز</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• افزایش فشارهای روانی و کاهش توانایی مدیریت بحران‌های زندگی</li> <li>• تضعیف سلامت روانی و جسمی زنان سرپرست خانوار</li> </ul>

پس از تحلیل داده‌ها و استخراج نتایج اصلی، موضوعات کلیدی این پژوهش در قالب شکل ۱ به صورت جامع و سازمان‌یافته ترسیم شده است.



شکل ۱. شبکه‌ی مضامین و چرخه‌ی بازتولید چالش‌ها در نسل‌های آتی

چنانکه در شکل ۱ مشهود است، مضامین فراگیر موانع آموزشی و مهارتی، حمایت اجتماعی ناکافی به‌مثابه علل پدیدآورنده‌ی چالش‌ها و پیامدهای چالش‌ها عبارت‌اند از: اقتصاد ناپایدار و

مشکلات روانی - اجتماعی . دو عامل مهم موانع آموزشی - مهارتی و حمایت اجتماعی ناکافی در پدید آوردن چالش‌ها نقش مهمی دارند. موانع آموزشی و مهارتی، شامل کم‌سوادی، دسترسی نداشتن به آموزش عالی و نبود فرصت‌های مهارت‌آموزی، باعث محدودیت انتخاب شغل و درآمدزایی و در واقع اقتصاد ناپایدار و مشاغل غیررسمی زن سرپرست خانوار شده است. حمایت اجتماعی ناکافی، علاوه بر اینکه به واسطه‌ی مسئولیت سنگین مراقبت و بزرگ کردن فرزندان به تنهایی باعث محدودیت در انتخاب شغل و بسنده کردن به مشاغل خانگی می‌گردد، مشکلات روانی اجتماعی نیز در پی دارد؛ مثلاً: احساس انزوا، استرس و تأثیر منفی ناشی از ایستادگی و مقابله با نگرش‌های منفی به تنهایی. لازم به ذکر است که مضامین اقتصاد ناپایدار، مشاغل غیررسمی و مشکلات روانی - اجتماعی در یک دور باطل باعث شدت یافتن چالش‌ها و گسترش مشکلات به نسل‌های آتی نیز می‌گردد، از قبیل تأثیر بین نسلی فقر و محدودیت دسترسی فرزندان به آموزش عالی. خانوارهای دارای سرپرست زن، نسبت به سایر خانوارها، کمتر می‌توانند به منابع مالی ایجاد شده توسط سرپرست خود تکیه کنند و شرایط بد اقتصادی آن‌ها سبب می‌شود که فرزندان‌شان نیز در شرایط بدتری، نسبت به افراد مشابه در خانوارهای دیگر، قرار داشته باشند. در روایت مذکور، دختران خانواده به دلیل مسئولیت نگهداری خواهر و برادران کوچک‌تر، انجام امور خانه و مشکلات اقتصادی خانواده فرصت ادامه‌ی تحصیل در دانشگاه را از دست داده و در آینده چنانچه به هر دلیلی سرپرستی خانوار بر عهده‌ی آنان قرارگیرد، توان تصدی مشاغل با درآمد بالا را نخواهند داشت و مشکلات مادر را تجربه خواهند کرد.

### بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر، با رویکرد روایت‌پژوهی، به تحلیل چالش‌های زن سرپرست خانوار، در یکی از روستاهای شهرستان بیرجند، می‌پردازد و با استناد به چهارچوب نظری (ترکیبی از نظریه‌های جامعه‌شناسی و روان‌شناسی) ابعاد ساختاری، اقتصادی و روانی این پدیده را شفاف می‌سازد. در دیدگاه جامعه‌شناسی، نظریه‌ی تعارض نقش و نظریه‌ی تقاطع‌گرایی تأکید می‌کنند که زنان سرپرست خانوار درگیر تنگناهای نهادی (مانند نابرابری جنسیتی، کم‌سوادی) و فشارهای اجتماعی (تبعیض و انزوای ناشی از برچسب سرپرست) غیرعادی می‌شوند که از طریق مطالعه‌ی

موردی یک زن روستایی، با هفت فرزند، نشان‌دهنده‌ی تداوم چرخه‌ی فقر نسلی است. این فرد، با ترک تحصیل فرزندان به دلیل مشکلات اقتصادی و تکیه بر مشاغل غیررسمی (مانند پخت نان و زرشک‌چینی با دستمزد روزانه ۵۰۰ تا ۱۰۰۰ تومان)، نمادی از وابستگی به اقتصاد غیررسمی و ناپایدار است که در پژوهش‌های چانت (1997) و شبان و همکاران (۱۳۹۸) نیز مورد اشاره قرار گرفته است. از منظر روان‌شناسی، نظریه‌ی خودکارآمدی بندورا (1991) نشان می‌دهد که کم‌مهارتی و کم‌سوادگی با کاهش اعتماد به نفس، در مدیریت مسئولیت‌های چندگانه (مراقبت از فرزندان، کار پاره‌وقت)، همراه است که منجر به فرسودگی روانی و تضعیف سلامت جسمانی می‌شود. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که موانع آموزشی (عدم دسترسی به آموزش عالی) و حمایت اجتماعی ناکافی (وابستگی به کمک‌های دولتی غیرمستمر) باعث تداوم فقر در نسل‌های بعدی می‌شود که این امر با نتایج پژوهش‌های دربان آستانه و همکاران (۱۳۹۸) و سلوک (۱۳۹۹) هم‌سو است. در بخش روش‌شناسی، استفاده از تحلیل مضمون (کدگذاری باز، محوری و گزینشی) و روایت‌سرایی عمیق (با ۶ مصاحبه حضوری و ۴ مصاحبه تلفنی)، به همراه تأیید مشارکت‌کننده و مثلث‌سازی، روایی پژوهش را تأمین می‌کند. این پژوهش با ترکیب نظریه‌های کلان (ساختاری - کارکردگرایی، تعارض) و خرد (سبک‌های مقابله، خودکارآمدی)، نوآوری خود را در تحلیل جامع علل، چالش‌ها و پیامدهای متقابل (مانند تأثیر کم‌سوادگی بر اقتصاد غیررسمی و بازتولید فقر) نشان می‌دهد. این پژوهش، ضمن تأیید یافته‌های پیشین، با رویکرد روایتی - تحلیلی، ابعاد جدیدی از تجربه‌ی زیسته این گروه را آشکار می‌سازد که در پژوهش‌های کمی قابل دسترسی نیست.

در خصوص چالش‌های روانی و اجتماعی، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که مشکلات زن سرپرست خانوار صرفاً به بُعد اقتصادی محدود نمی‌شود بلکه آنان با مجموعه‌ای از چالش‌های روانی، اجتماعی، شغلی و خانوادگی مواجه‌اند که هر یک به تنهایی می‌تواند کیفیت زندگی آنان را تحت تأثیر قرار دهد. روایت سمیه، زن سرپرست خانوار روستایی، به خوبی ابعاد عمیق این چالش‌ها را نمایان می‌سازد: «خیلی وقت‌ها شب‌ها خوابم نمی‌برد. استرس دارم که فردا چه می‌شود، چه طور باید خرج خانه را بدهم. گاهی احساس می‌کنم دیگر توان ادامه ندارم. فقط به خاطر بچه‌هاست که هنوز سرپا مانده‌ام. اگر آن‌ها نبودند، شاید خیلی وقت پیش از پا در می‌آمدم.» این

روایت بیانگر فشارهای روانی و اضطراب‌های مستمری است که زن سرپرست خانوار، به دلیل مسئولیت‌های چندگانه و نبود حمایت کافی، تجربه می‌کند. از سوی دیگر، یافته‌ها نشان می‌دهد که زن سرپرست خانوار برای تأمین معیشت، ناگزیر به پذیرش مشاغل پاره‌وقت و غیررسمی با درآمد اندک هستند؛ چنین وضعیتی آن‌ها را در چرخه‌ای از ناامنی شغلی و اقتصادی قرار می‌دهد که خود منشأ نگرانی‌های روانی و اجتماعی بیشتر است. سمیه مجبور بود در هر ساعت از شبانه‌روز به دنبال شغلی باشد تا بتواند هزینه‌های زندگی خود و فرزندانش را تأمین کند؛ این امر نه تنها بر سلامت جسمی و روانی او اثر منفی گذاشته بلکه فرصت‌های رشد فردی و اجتماعی را نیز از او گرفته است. همچنین، تحلیل روایت‌ها نشان می‌دهد زن سرپرست خانوار، علاوه بر ایفای نقش مادری و تربیت فرزندان، به عنوان نان‌آور اصلی خانواده نیز عمل می‌کند و ناگزیر است در بازار کار غیررسمی و کم‌درآمد فعالیت کنند. این مسئولیت مضاعف، آن‌ها را در معرض فرسودگی، استرس و آسیب‌پذیری بیشتر قرار می‌دهد. چنین شرایطی با یافته‌های پژوهش‌های خسروی‌اصل و همکاران (۱۳۹۷)؛ فجری و همکاران (۱۴۰۱) و رضایی (۱۳۸۳) هم‌سو است که بر چندبُعدی بودن چالش‌های زن سرپرست خانوار و نقش پررنگ عوامل روانی و اجتماعی، در کنار مشکلات اقتصادی، تأکید دارند. در سطح نظری، این نتایج با رویکرد زنانه شدن فقر نیز هم‌خوان است؛ نظریه‌ای که معتقد است زنان سرپرست خانوار، به دلیل ساختارهای اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی، بیش از سایر گروه‌های اجتماعی در معرض فقر و آسیب‌پذیری قرار دارند (مؤمنی‌زاده، ۱۳۹۳: ۱۰۰). براساس این نظریه، فقر زنان سرپرست خانوار نه تنها ناشی از کمبود درآمد بلکه محصول انباشت مشکلات ساختاری، تبعیض‌های جنسیتی، نبود حمایت اجتماعی و فشارهای روانی است.

در خصوص چالش‌های مربوط به حوزه‌ی سواد و مهارت، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که چالش کم‌سوادی و فقدان مهارت شغلی، در میان زن سرپرست خانوار، ریشه در ضعف کارکرد حمایتی خانواده و شرایط چندوجهی زندگی این زن دارد. روایت سمیه که می‌گوید: «من فقط تا کلاس سوم ابتدایی درس خواندم. بعدش پدرم گفت باید کمک مادرم باشم و مدرسه رفتن را کنار گذاشتم. همیشه حسرت این را داشتم که سواد بیشتری داشتم تا شاید بتوانم کار بهتری پیدا کنم. الان هم برای کارهای ساده مثل پر کردن فرم یا خواندن قبض برق، از بچه‌ها کمک

می‌گیرم»، به‌خوبی نشان‌دهنده‌ی تأثیر مستقیم فقر، مسئولیت‌های خانوادگی، نبود حمایت ساختاری بر ترک تحصیل و عدم کسب مهارت‌های لازم برای ورود به بازار کار است. این یافته‌ها با پژوهش پاکو و ویدیستیکا (2018) هم‌خوانی دارد که نشان می‌دهد زن سرپرست خانوار، در جوامع مختلف، به دلیل فقر و شرایط خانوادگی، از تحصیلات و مهارت‌های شغلی کافی برخوردار نیستند و این امر آن‌ها را در چرخه‌ای از فقر، اشتغال غیررسمی و درآمد پایین قرار می‌دهد. در این شرایط نه‌تنها فرصت‌های شغلی برای زنان محدود می‌شود بلکه فرزندان آن‌ها نیز به دلیل ناامنی ذهنی و روانی، با مشکلاتی نظیر رکود یا شکست تحصیلی مواجه می‌شوند و خانواده از ایفای نقش حمایتی مطلوب باز می‌ماند. نکته‌ی قابل توجه در تحلیل این یافته‌ها، نقش الگویی زن سرپرست خانوار برای فرزندان است. با وجود تمام مشکلات، بسیاری از این زنان، با تلاش و پشتکار، روحیه‌ی مسئولیت‌پذیری را در فرزندان خود تقویت می‌کنند. براساس نظریه‌ی اجتماعی بندورا (1991)، زنان سرپرست خانوار، با رفتار و عملکرد خود، الگو و سرمشق مناسبی برای فرزندان هستند و می‌توانند حس مسئولیت‌پذیری و تلاش برای عبور از موانع را در خانواده نهادینه کنند. پژوهش آریانا و توسلی (۱۳۹۸) نیز ویژگی‌هایی چون چشم‌انداز کارآفرینی، مصمم بودن، تمرکز داشتن، بانگیزه بودن و ازخودگذشتگی را برای زنان کارآفرین برمی‌شمارد که در زن سرپرست خانوار نیز دیده می‌شود. از منظر نظریه‌ی ساختی - کارکردی و نظریه‌ی ویژگی‌های منزلتی (کنش متقابل)، زن سرپرست خانوار را نباید صرفاً قربانی و منفعل دانست بلکه آنان، در شرایط دشوار، با ایفای نقش‌های چندگانه و سازگاری با وضعیت موجود به عاملان فعال اجتماعی تبدیل می‌شوند. همانندسازی فرزندان با مادران سرپرست، مطابق دیدگاه پارسونز، یکی از سازوکارهای مهم اجتماعی شدن است که به تقویت هویت، مسئولیت‌پذیری و تاب‌آوری نسل جدید کمک می‌کند. بنابراین، هرچند کم‌سواد و فقدان مهارت شغلی چالش جدی برای زن سرپرست خانوار است، نقش الگویی و تلاش این زن برای عبور از موانع می‌تواند زمینه‌ساز توانمندسازی فردی و خانوادگی و کاهش آسیب‌های اجتماعی در نسل‌های بعدی باشد.

در خصوص چالش‌های اقتصادی، یافته‌های این پژوهش به‌وضوح نشان می‌دهد که زنان سرپرست خانوار با مجموعه‌ای از مشکلات پیچیده‌ی اقتصادی و مالی مواجه‌اند که به شکل مستقیم و غیرمستقیم بر کیفیت زندگی و سلامت روانی آن‌ها تأثیر می‌گذارد. روایت سمیه که

می‌گوید: «گاهی حتی برای خرید مایحتاج روزانه با مشکل روبه‌رو می‌شوم. درآمد فقط از کارهای پاره‌وقت است و هیچ حمایتی از جایی ندارم. هر ماه باید حساب کنم که پول نان و برنج را چطور جور کنم. خیلی وقت‌ها مجبور شدم از همسایه‌ها قرض بگیرم»، بازتابی از واقعیت تلخ زندگی زن سرپرست خانوار است که، در نبود شغل پایدار و درآمد کافی، هر روز با دغدغهی تأمین نیازهای اولیه‌ی خود و فرزندانشان دست‌وپنجه نرم می‌کنند. در این شرایط، نبود حامی و سرپرست، نداشتن شغل و حرفه‌ی مناسب، تلاش مستمر برای تأمین نیازهای فرزندان، نداشتن سرمایه‌ی اجتماعی و تعارض نقش نه‌تنها بار اقتصادی بلکه فشار روانی مضاعفی را بر این زن تحمیل می‌کند. چنین وضعیتی سلامت روانی آن‌ها را به‌شدت تهدید می‌کند و موجب بروز احساساتی چون اضطراب، ناامیدی، استیصال و حتی افسردگی می‌شود. یافته‌های پژوهش حاضر با نتایج پژوهش سلوک (۱۳۹۹) و عبدی و همکاران (۱۴۰۰) هم‌سو است و تأکید می‌کند که فقر اقتصادی و اشتغال نامناسب و نبود حمایت اجتماعی سه ضلع اصلی چالش‌های زن سرپرست خانوار را تشکیل می‌دهد. در مجموع، می‌توان گفت که چالش‌های اقتصادی و مالی زن سرپرست خانوار ماهیتی چندبُعدی دارد و ریشه در ساختارهای اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی جامعه دارد. مقابله با این چالش‌ها نیازمند رویکردی جامع است که، علاوه بر حمایت‌های مالی و اشتغال‌زایی، به توانمندسازی روانی، ارتقای سرمایه‌ی اجتماعی و افزایش دسترسی به آموزش و مهارت‌آموزی نیز توجه داشته باشد. تنها در چنین شرایطی می‌توان امید داشت که زنان سرپرست خانوار بتوانند با عزت و آرامش بیشتری نقش‌های چندگانه خود را ایفا کنند و آینده‌ای روشن‌تر برای خود و فرزندانشان رقم بزنند.

در خصوص چالش‌های حمایتی، یافته‌های این پژوهش به‌روشنی نشان می‌دهد که زنان سرپرست خانوار با کمبود منابع حمایتی اجتماعی، قانونی و مالی مواجه‌اند. حمایتی که از سوی نهادهای مددکاری و سازمان‌های حمایتی ارائه می‌شود، هم از نظر کمی و هم از نظر کیفی، پاسخگوی نیازهای چندبُعدی این قشر نیست. روایت سمیه، زن سرپرست خانوار، که می‌گوید: «بعد از فوت همسرم، همه مسئولیت‌ها روی دوش من افتاد. هیچ‌کس نبود که کمکم کند. حتی فامیل هم فقط حرف می‌زنند و کسی واقعاً دستم را نگرفت. گاهی احساس می‌کنم کاملاً تنها هستم و اگر مریض شوم، کسی نیست حتی یک لیوان آب به من بدهد»، به‌خوبی عمق احساس

تنهایی، بی‌پناهی و فقدان شبکه حمایتی مؤثر را بازتاب می‌دهد. این وضعیت، علاوه بر اثرات مستقیم اقتصادی، پیامدهای روانی و اجتماعی گسترده‌ای برای زن سرپرست خانوار دارد. نبود حمایت کافی این زن را در معرض آسیب‌های روانی چون اضطراب، افسردگی، احساس انزوا و ناامیدی قرار می‌دهد و توان او را برای ایفای نقش‌های چندگانه مادری، اقتصادی و اجتماعی کاهش می‌دهد. این یافته با پژوهش‌های افشانی و فاتحی (۱۳۹۵) و اسماعیلی (۱۳۹۷) هم‌سو است که بر ناکافی بودن حمایت‌های نهادی و اهمیت اطلاع‌رسانی، الگوسازی و تشویق زنان برای مشارکت فعال در بازار کار تأکید دارند. نکته‌ی قابل تأمل، در یافته‌های این پژوهش، نگرش مثبت زن سرپرست خانوار نسبت به کسب مهارت‌های حرفه‌ای و ورود به بازار کار است. با وجود همه‌ی مشکلات، این زنان تمایل دارند، با توانمندسازی خود، استقلال اقتصادی بیشتری به دست آورند. با این حال، میزان موفقیت نهادهایی مانند کمیته امداد امام خمینی (ره) در توانمندسازی اقتصادی این زن، از نظر مشارکت‌کنندگان، در حد قابل قبول بوده اما کافی نیست و نیازمند بازنگری و تقویت جدی است. دستاورد مهم دیگر پژوهش تأکید بر ضرورت سیاست‌گذاری‌های حمایتی متناسب با شرایط و تفاوت‌های گروه‌های مختلف زنان سرپرست خانوار است. این گروه‌ها، براساس سن، وضعیت سلامت، تعداد فرزندان، محل سکونت (شهری یا روستایی) و سطح تحصیلات، نیازهای متفاوتی دارند و برنامه‌های حمایتی باید به‌صورت هدفمند و متناسب با این تفاوت‌ها طراحی و اجرا شود. همچنین، بازنگری اساسی در قوانین حمایتی، با توجه به مسئولیت جامعه‌ی اسلامی در قبال زنان سرپرست خانوار، ضرورتی انکارناپذیر است؛ موضوعی که حاج‌حسینی (۱۳۹۶) نیز بر آن تأکید دارد. به طور کلی، می‌توان گفت که چالش عدم منابع حمایتی ریشه در ساختارهای ناکارآمد اجتماعی و قانونی دارد و رفع آن نیازمند رویکردی جامع، چندسطحی و مبتنی بر نیازهای واقعی زنان سرپرست خانوار است. افزایش اثربخشی حمایت‌های سازمانی، تقویت شبکه‌های اجتماعی و خانوادگی، اصلاح قوانین و توسعه‌ی برنامه‌های توانمندسازی حرفه‌ای و روانی از جمله راهکارهای کلیدی برای بهبود وضعیت این گروه آسیب‌پذیر است. تنها با چنین رویکردی می‌توان امید داشت که زنان سرپرست خانوار از چرخه‌ی فقر، انزوا و آسیب‌پذیری خارج شده و به سطحی از استقلال، عزت و سلامت روانی و اجتماعی دست یابند.

## محدودیت‌ها و پیشنهادها

پژوهش حاضر در شرایط همه‌گیر شدن بیماری کرونا انجام شده است؛ با توجه به محدودیت‌های بهداشتی، فقط روایت‌های یک زن به عنوان نمونه ای عادی از زنان روستایی سرپرست خانوار مورد بررسی قرار گرفته است. بنابراین پیشنهاد می‌شود، در پژوهش‌های آینده، نمونه‌های بیشتری از مناطق مختلف جغرافیایی و فرهنگی مورد بررسی قرار گیرند. همچنین، تلفیق روش روایت‌پژوهی با روش‌های کمی می‌تواند به تعمیم‌پذیری نتایج کمک کند. نتایج این پژوهش بیانگر نقش ناکافی نهادهای حمایتی و خیرین در بهبود شرایط زن سرپرست خانوار است. کمک‌های فعلی نه تنها هزینه‌های زندگی را پوشش نمی‌دهد بلکه به دلیل عدم وجود سیاست‌های جامع، زنان را در معرض آسیب‌های اقتصادی و اجتماعی قرار می‌دهند. برای تقویت توانمندی این گروه ضروری است، حمایت‌های مالی گسترش یابد و از رویکردهای هدفمند مانند کمک‌های مشروط به آموزش یا مهارت‌آموزی استفاده شود. همچنین، جذب مشارکت بخش خصوصی و خیرین، از طریق تسهیلات مالی و فنی، می‌تواند شبکه‌ی حمایتی پایداری ایجاد کند. ترویج فرهنگ حمایت از طریق کمپین‌های اطلاع‌رسانی نیز به کاهش تبعیض و افزایش همدلی اجتماعی کمک خواهد کرد.

در بُعد روان‌شناختی، زن سرپرست خانوار، به دلیل فشارهای هم‌زمان ناشی از مسئولیت‌های خانوادگی، اقتصادی و اجتماعی، دچار فرسودگی جسمی و روانی می‌شوند. نبود حمایت‌های روان‌شناختی و احساس انزوا مشکلات را تشدید می‌کند. ارائه‌ی خدمات مشاوره‌ای رایگان، کارگاه‌های مدیریت استرس و برنامه‌های توانمندسازی، مبتنی بر رویکردهای شناختی- رفتاری، می‌تواند به بهبود سلامت روان آنان منجر شود. از سوی دیگر، ضعف سرمایه‌ی اجتماعی و سیاست‌های ناکارآمد باعث محدودیت دسترسی زن به فرصت‌های شغلی پایدار و آموزشی می‌شود. این موضوع نه تنها رشد اقتصادی آنان را مختل می‌کند بلکه فرزندان را نیز از تحصیل و امکانات رفاهی محروم می‌سازد که به تداوم فقر نسلی منجر می‌شود. برای شکستن این چرخه، توسعه‌ی سیاست‌های جامع شامل آموزش مهارت‌های بازارپسند، ایجاد شغل‌های پایدار و تقویت شبکه‌های اجتماعی (همانند هاب‌های اشتغال) ضروری است. همچنین، طراحی برنامه‌های بلندمدت دولتی، مانند بیمه‌های درمانی، وام‌های کم‌بهره و اولویت در استخدام بخش عمومی،

می‌تواند به کاهش آسیب‌پذیری این گروه کمک کند. این مداخلات نیازمند همکاری بین‌رشته‌ای و مشارکت فعال نهادها، جامعه‌ی مدنی و بخش خصوصی است تا بتواند تحولی عملی در زندگی زن سرپرست خانوار ایجاد نماید.

---

**تعارض منافع:** هیچ‌گونه تعارض منافع در این پژوهش وجود ندارد.

## منابع

- احمدنیا، شیرین، و کامل قالیباف، آتنا (۱۳۹۶). زن سرپرست خانوار در تهران: مطالعه کیفی تجربیات، چالش‌ها و ظرفیت‌های آن‌ها. نشریه رفاه، ۱۷(۶۵)، ۱۰۳-۱۳۶.
- آریانا، آزاده، و دستیار، توسلی (۱۳۹۸). نقش زن کارآفرین در توسعه و تحول کشور (مطالعه موردی: استان هرمزگان). نشریه علمی-پژوهشی کارافن، ۱۶(۲)، ۱۰۱-۱۲۰.
- اسماعیلی پویا، سائنا (۱۳۹۷). نقش فعالیت‌های ارتباطی شهرداری منطقه ۱۱ تهران در ایجاد رفتار اقتصادی مقاومتی در میان زن سرپرست خانوار (پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری). دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
- افشانی، علیرضا، و فاتحی، الهام (۱۳۹۵). توانمندسازی زن سرپرست خانوار و عوامل اجتماعی-فرهنگی مرتبط: مطالعه‌ای بر زن تحت پوشش کمیته امداد امام خمینی در تبریز. نشریه زن و جامعه، ۷(۲۷)، ۱۹-۳۸.
- بابایی، خدیجه، روشنایی، علی، و جمالی آشتیانی، حسن (۱۴۰۲). مطالعه تأثیر میزان سرمایه اجتماعی بر کیفیت زندگی زنان سرپرست خانوار و زنان عادی. توسعه اجتماعی، ۱۸(۲)، ۸۱-۱۰۶.
- بهورز، مریم، مرعشیان، فاطمه‌سادات، و علیزاده، مرجان (۱۴۰۲). مدل ساختاری رابطه حمایت اجتماعی و سرمایه روان‌شناختی با توانمندسازی با نقش میانجی استرس ادراک شده در زنان سرپرست خانوار. فصلنامه فرهنگی-تربیتی زنان و خانواده، ۱۸(۶۳)، ۱۱۳-۱۳۲.
- تاج‌الدین، محمدباقر، و رحمتی والا، لیلی (۱۳۹۳). رسانه ملی و توانمندسازی زن سرپرست خانوار (مطالعه موردی: زن سرپرست خانوار منطقه ۱۸ تهران). مطالعات راهبردی زن، ۱۱۷(۶۵)، ۱۱۹-۱۶۱.
- جمالی‌نیک، مریم (۱۳۸۸). آموزش گروهی با الگوی ورزی بر جرات ورزی زن سرپرست خانوار (پایان‌نامه کارشناسی ارشد مشاوره خانواده). دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.

- حاج حسینی، معصومه (۱۳۹۶). *اصول فقهی مسئولیت دولت نسبت به زن بی‌خانمان و آسیب‌دیده* (پایان‌نامه دکتری فقه و مبانی حقوق اسلامی). دانشکده الهیات و معارف اسلامی، دانشگاه قم، قم، ایران.
- خادمی، عاطفه، و یاسری، زینب (۱۴۰۰). فراتحلیل سیاست‌گذاری‌های جمهوری اسلامی ایران در موضوع اشتغال زن با تأکید بر تعادل کار و خانواده. *زن در توسعه و سیاست*، ۱۹(۱)، ۱-۲۰.
- خانی، سعید، خضری، فرشید، و یاری، کتایون (۱۳۹۶). مطالعه آسیب‌پذیری اجتماعی زن سرپرست خانوار و زن دارای سرپرست در منطقه سلطان‌آباد شهر تهران. *زن در توسعه و سیاست*، ۱۵(۴)، ۵۹۷-۶۲۰.
- خسروی‌اصل، مرجان، نصیریان، منصوره، و بخشایش، علیرضا (۱۳۹۷). تأثیر درمان هیجان‌مدار بر اضطراب و افسردگی زن سرپرست خانوار تحت پوشش کمیته امداد امام خمینی (ره) شهرستان یزد در سال ۱۳۹۵، *مجله تحقیقات سلامت*، ۷(۳)، ۱۷۳-۱۸۲.
- دراهکی، احمد، و نوبخت، پایش (۱۴۰۰). بررسی وضعیت اقتصادی و اجتماعی زن سرپرست خانوار ایرانی: یک تحلیل ثانویه. *پایش*، ۲۲۰(۴)، ۴۲۷-۴۳۷.
- دربان آستانه، علیرضا، رضوانی، محمدرضا، قدیری معصوم، مجتبی، و هاجری، بهرام (۱۳۸۹). تحلیل فضایی پراکنش زن سرپرست خانوار مورد حمایت کمیته امداد در سطح کشور و ارتباط آن با متغیرهای اجتماعی و اقتصادی. *مجله زن و جامعه*، ۱۰(۲)، ۱۶۹-۱۹۳.
- درودیان، معصومه (۱۳۸۸). *بررسی مقایسه‌ای کیفیت زندگی زن سرپرست خانوار* (پایان‌نامه کارشناسی ارشد مددکاری اجتماعی). دانشکده علوم رفتاری و سلامت روان، دانشگاه علوم پزشکی بهزیستی و توانبخشی، تهران، ایران.
- رضایی، فاطمه (۱۳۸۳). *بررسی مشکلات اقتصادی خانوارهای زن سرپرست تحت پوشش بهزیستی شهرستان خمین* (پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم اجتماعی). دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.
- رضایی، مهدی، و محمودی، فاطمه (۱۳۹۸). بازسازی معنایی کیفیت زندگی زن سرپرست خانوار: یک مطالعه کیفی. *نشریه جامعه‌شناسی کاربردی*، ۳۰(۱)، ۱۴۳-۱۶۶.

سلوک، سمیه (۱۳۹۹). مقایسه اثربخشی درمان مبتنی بر نظریه انتخاب گلاسر و درمان پذیرش و تعهد بر امید به زندگی و تاب‌آوری زن سرپرست خانوار در شهر تهران. *نشریه پیشرفت‌های نوین در علوم رفتاری*، ۵(۴۶)، ۱۲-۲۷.

شالچی، سمیه، و عظیمی، میترا (۱۳۹۸). بررسی زنده‌سازی فقر در ایران از سال ۱۳۶۵ تا ۱۳۹۵. *نشریه علمی فصلنامه زن - پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی*، ۱۰(۲)، ۱۱۳-۱۴۲.

شبان، ملیحه و زارع، حنان (۱۳۹۸). فراتحلیل مطالعات زن سرپرست خانوار در ایران. *مطالعات جامعه‌شناختی*، ۲۶(۲)، ۶۷-۹۷.

صدقی، مریم، و چراغی، زهرا (۱۳۹۹). *تأثیر آموزش‌های مهارتی بر توانمندسازی زن سرپرست خانوار*. *نشریه علمی-پژوهشی زن و جامعه*، ۱۱(۴)، ۹۵-۱۱۲.

عباس‌زاده، محمد، و بوداقتی، علی (۱۳۹۹). مدل‌سازی عوامل موثر بر توانمندسازی زنان متأهل استان آذربایجان شرقی با استفاده از نرم افزار Graphics Amos. *مطالعات اجتماعی روان شناختی زنان*، ۱۸(۲)، ۷-۴۲.

عبدی، احدف، و حناچی، نفیسه (۱۴۰۰). ارزیابی اثربخشی تکنیک‌های درمانی تجربی بر تنظیم الگوهای ناسازگار در زن سرپرست خانوار مهاجر افغان در تهران. *نشریه روانشناسی ایده‌های نو*، ۸(۱۲)، ۱-۹.

فاتحی، آزو (۱۳۸۳). *بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر توانمندسازی زن سرپرست خانوار با رویکرد سرمایه اجتماعی (پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم اجتماعی)*. دانشکده ادبیات و علوم انسانی. دانشگاه الزهراء، تهران، ایران.

قاسمی، علیرضا، عباسی اسفجیر، علی اصغر، و حیدرآبادی، ابوالقاسم (۱۴۰۱). عوامل اجتماعی مؤثر بر آسیب‌های اجتماعی زن سرپرست خانوار (مطالعه موردی: زن سرپرست خانوار در مشهد). *نشریه پلیس زن*، ۱۵(۳۴)، ۵۲-۷۶.

قجری، حسینعلی، و حق‌پرست، فاطمه (۱۴۰۱). مطالعه تأثیر توانمندسازی اقتصادی زنان سرپرست خانوار بر سلامت اجتماعی آنان. *مطالعات میان رشته‌ای در علوم انسانی*، ۵۴(۱۴)، ۱۵۱-۱۷۷.

کرمانی، مهدی، مظلوم خراسانی، محمد، بهروان، حسین، و نوغانی، محسن (۱۳۹۲). عوامل مؤثر بر توانمندی زنان سرپرست خانوار مورد مطالعه: زنان شاغل در مراکز کوثر شهرداری تهران در سال ۱۳۹۱. *مجله جامعه شناسی ایران*، ۱۴(۳)، ۱۱۶-۱۴۸.

مؤمنی‌زاده، ندا (۱۳۹۳). تحلیل مقایسه‌ای زن سرپرست خانوار. *نشریه اقتصادی*، ۳(۴)، ۹۵-۱۲۰.

وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی (۱۴۰۰). *بررسی آماری ویژگی‌های اجتماعی-اقتصادی زن سرپرست خانوار و خود سرپرست* (ویرایش دوم). تهران: مرکز آمار و اطلاعات راهبردی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی.

- Bandura, A. (1991). Social cognitive theory of self-regulation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 248-287.
- Brannon, L. (1999). *Gender, Psychological Perspectives* (Seventh Edition). Routledge.
- Carey, J. W. (1993). The ethnographic context of illness among single-women-headed households in rural Peru. *Health Care for Women International*, 14(3), 261-270.
- Chant, S. (1997). Women-Headed Households: Poorest of the Poor? Perspectives from Mexico, Costa Rica and the Philippines. *IDS bulletin*, 28(3), 26-48.
- Clandinin, D. J., & Connelly, F. M. (2000). *Narrative inquiry: Experience and story in qualitative research*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Dunga, H. M. (2020). An empirical analysis on determinants of food security among female-headed households in South Africa. *International Journal of Social Sciences and Humanity Studies*, 12(1), 66-81.
- Flatø, M., Muttarak, R., & Pelsler, A. (2017). Women, weather, and woes: The triangular dynamics of female-headed households, economic vulnerability, and climate variability in South Africa. *World Development*, No. 90, 41-62.
- Khalid, H., & Martin, E. G. (2017). Female-headed households associated with lower childhood stunting across culturally diverse regions of Pakistan: Results from a cross-sectional household survey. *Maternal and child health journal*, 21(10), 1967-1984.

- Kim, K. (2018). Female Heads of Households Registered in Korea's Census Registers Between the Seventeenth and Nineteenth Centuries and Their Historical Significance. *International Journal of Korean History*, 23(2), 167-194.
- Lahiri-Dutt, K., & Pattnaik, I. (2022). Women Headed Households in Agriculture: Report from West Bengal, India. *Ecology, Economy and Society—the INSEE Journal*, 5(1), 223-229.
- Osei-Hwedie, B. Z. (1998). Female-headed households in Southern Africa: issues, problems and prospects. *Institute of African Studies Research Review*, 14(2), 69-83.
- Pukuh, N., & Widyasthika, H. F. (2018). Women left behind? Findings from female headed household in Indonesia. In *International Conference and Workshop on Gender: Women's Leadership and Democratisation in the 21st Century Asia* (27-28 April 2018, Jakarta). Center for Political Studies, Indonesian Institute of Sciences (LIPI).
- Purnomo, S. D. (2018). Determinants of Income of Poor Women-Headed Households in Madiun City. Eko-Regional: *Journal Pembangunan Economic Wilayah*, 13(2), 19-31.
- Ruth Aspas, H. (1998). Heading households and heading businesses: Rural Kenyan women in the informal sector. *professional Geographer*, 50 (2), 192-204.
- Van Schalkwyk, I. (2021). Strengthening female-headed households: Exploring the challenges and strengths of mothers with substance-problems living in a high-risk community. *Journal of Family Studies*, 27(2), 280-302.



## The Message of Poetry and Poetics in Attar's *Moṣībat-nāma*: A Poet from Khorasan, the Cradle of Persian Poetry

Zahra Khakbaz<sup>1</sup>

Naser Nikoubakht<sup>2</sup>

Najmeh Dori<sup>3</sup>

Received: 27/4/2025

Accepted: 10/08/2025

### Introduction

In the study of Persian literary theory, attention to the perspectives of classical poets regarding the mission of poetry is an often overlooked yet highly valuable topic. Analyzing these perspectives, particularly in classical poetic texts, can play a decisive role in shaping an indigenous theory of Persian poetry. One of the most prominent poet-thinkers whose works contain profound reflections on the function and purpose of poetry is Attar of Nishapur. Among his works, *Moṣībat-nāma* occupies a special place; according to Shafiei Kadkani, it is, after *The Conference of the Birds*, Attar's most important masnavi, in which the poet presents deep and original views on poetry, the poet, and the audience. Unlike many of his predecessors, Attar, with a quasi-philosophical perspective influenced by Sufism, defines multifaceted missions for poetry, which are particularly manifested in *Moṣībat-nāma*. This article aims to extract and classify these missions and, focusing on the text of *Moṣībat-nāma*, examines Attar's views on the purpose and mission of poetry. This study is guided by this research question:

- What are the dimensions and functions of the mission of poetry and the poet in Attar's view, as presented in *Moṣībat-nāma*, and into what categories can they be divided?

---

1. PhD student of Persian Language and Literature, Tarbiat Modares University, z.khakbaz@modares.ac.ir

2. Professor at the Department of Persian Language and Literature, Tarbiat Modares University, n\_nikoubakht@modares.ac.ir

3. Associate Professor at the Department of Persian Language and Literature, Tarbiat Modares University, n.dorri@modares.ac.ir (Corresponding Author)



### COPYRIGHTS

2023 by the authors. Published by the General Office of Islamic Culture and Direction southern Khorasan. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

## Methodology

This research employs a qualitative approach using a descriptive-analytical method. The study's primary focus is the content analysis of the versified text of the *Moṣībat-nāma*, a Sufi epic poem by Attar of Nishapur, which is considered one of the most vital sources for examining his views on poetry and the role of the poet. The first step involved a meticulous reading and re-reading of the entire *Musibat Nāma*, from which all couplets alluding to concepts related to the mission of poetry and the poet were extracted.

In the second stage, the selected couplets underwent thematic analysis. They were then classified into four overarching categories: the poet's mission in relation to the audience, the poet himself, poetry, and silence. Each of these categories was further subdivided into sub-themes. This classification was constructed based on the concepts derived directly from the text, supported by references to interpretive sources, works by classical critics, contemporary Sufi texts, and an analysis of classical Persian poetic theory. Furthermore, to better elucidate Attar's perspective, comparative references were made to the works of other poets such as Sanā'ī, Nāṣer Khosrow, and Niẓāmī. The ultimate goal of this methodology was to achieve a systematic portrayal of the position of poetry within Attar's worldview and to formulate his theory of poetry with an indigenous approach rooted in the Iranian-Islamic intellectual tradition.

## Research Findings

A careful examination of *Moṣībat-nāma* reveals that Attar of Nishapur conceives four categories of responsibility for poetry and the poet:

1. **Responsibility toward the audience:** The poet's primary duty is to address the intellectual and religious concerns of the audience and to justify the legitimacy of poetry before the law of religion. Attentiveness to the audience's capacity for understanding is also essential, ensuring that the poet's words correspond to the listener's level of comprehension.
2. **Responsibility toward the poet:** The poet must cultivate their own inner capacity to receive and comprehend sublime meanings, composing poetry in moments of leisure and free from the distractions of daily life.
3. **Responsibility toward the poem:** This responsibility operates on two levels: formal and substantive. Formally, the poet is obligated to observe meter, rhyme, refrain, and structural conventions. Substantively, the poet must convey wisdom, avoid flattery and satire, and strive for originality in expression.

4. **The responsibility of silence:** The poet must recognize when to remain silent. In Attar's view, silence can at times surpass even the most sagacious speech, serving as a marker of the poet's mystical maturity and wisdom.

Collectively, these responsibilities constitute a value-based framework for the poet's duties, which is unparalleled in the Persian mystical and literary tradition.

### **Discussion and Conclusion**

In the Persian literary tradition, the poet's responsibilities, particularly from the perspective of reflective poets, have seldom been examined in a systematic manner. In his poem *Moṣṭibat-nāma*, Attar of Nishapur addresses this topic from philosophical, mystical, and critical perspectives, defining multifaceted responsibilities for both poetry and the poet. The findings of this study indicate that, from Attar's viewpoint, the poet's responsibility extends beyond mere artistic expression to encompass domains such as religious instruction, moral refinement, intellectual flourishing, social critique, and even sagacious silence.

According to Attar, the poet bears responsibility toward four elements: the audience, the self, the poetic text, and the divine. Toward the audience, the poet must provide religious persuasion and ensure that the message aligns with the listener's capacity for understanding. Toward the self, the poet must cultivate moral refinement and the ability to apprehend spiritual mysteries. Toward the poem, the poet must remain faithful both to form and content. And toward the ultimate truth, the poet may at times resort to silence. This value-driven perspective frames poetry not merely as a craft or linguistic play but as a manifestation of wisdom, guidance, and the awakening of meaning.

Attar's theory in *Moṣṭibat-nāma*, emerging from the mystical tradition of Khorasan, possesses the potential to contribute to the formulation of an indigenous theory of Persian poetry and offers a significant step toward re-evaluating the poet's duties within the Iranian-Islamic cultural context.

**Keywords:** Poet's Responsibility, Attar of Nishapur, *Moṣṭibat-nāma*, Poetry Theory.

## References

- al-Qartājīnī, H. (1996). *Minhaj al-bulaghā' wa sirāj al-udabā'* [The Method of Orators and the Lamp of Literati]. Tunis. [In Arabic]
- Attar, F. (2018). *Mosibat-nāmeḥ* (M. R. Shafie-Kadkani, Ed.) [The Book of Affliction] (8th ed.). Tehran: Sokhan. [In Persian]
- Attar, F. (n.d.). *Asrār-nāmeḥ* (S. Goharin, Ed.) [The Book of Mysteries]. Tehran: Zavar. [In Persian]
- Bagheri, M. (2009). *Naqd va barrasī-ye she'r az didgāh-e shā'erān va nevisandegān (Rudaki tā Moulana)* [Critique and analysis of poetry from the perspective of poets and writers (Rudaki to Moulana)] (Unpublished doctoral dissertation), University of Qom, Qom, Iran. [In Persian]
- Esmaili, Y. (2018). *Didgāh-e sho'arā-ye 'āref be she'r, māhiyyat, kār kard va sākh-tār bā takiyeh bar Sanā'i, 'Attār va Moulavī* [Mystical poets' views on poetry, its nature, function, and structure with emphasis on Sana'i, 'Attar, and Molavi] (Unpublished doctoral dissertation), University of Tehran, Tehran, Iran. [In Persian]
- Ghani, Q. (2009). *Tārīkh-e tasuf dar eslām* [The history of Sufism in Islam]. Tehran: Zavar. [In Persian]
- Ibn Athīr, A. M. (1988). *Asad al-Ghābah* [The lions of the forest] (Vol. 1). Beirut: Dār al-Fikr. [in Arabic]
- Ibn Bābūya, M. A. (1984). *Sharḥ Man lā Yaḥḍuruḥu al-Faqīḥ* ('Alī Akbar Ghaffārī, Ed.) [Commentary on *Man Lā Yaḥḍuruḥu al-Faqīḥ*] (Vol. 4). Qom: Islamic Publishing Press. [In Arabic]
- Jam Namaghi, A. (1989). *Ons al-Tā'ebīn* (A. Fazel, Ed.) [The intimacy of the repentant]. Tehran: Tus. [In Persian]
- Mayer, F. (2001). *Esmā'īliyyeh va erfān dar qorun-e sheshom va haftom* (A. Baybordi, Trans.) [Ismailism and mysticism in the 6th and 7th centuries]. *Ma'āref Monthly*, 18(2), 84–113. [In Persian]
- Mohabbati, M. (2009). *Az ma'nā tā sūrat* [From meaning to form] (Vol. 1). Tehran: Sokhan. [In Persian]
- Mohebbati, M. (2006). *Qalmrow va māhiyyat-e she'r az didgāh-e erfānī-ye attār* [The scope and nature of poetry in Attar's mystical view]. *Journal of Mystical Studies*, 2(2), 157–172. [In Persian]
- Naser Khosrow. (2001). *Dīvān* (N. Taqavi, Ed.) [Collected poems]. Tehran: Moin. [In Persian]
- Nezami Ganjavi, I. (2003). *Khamseh-ye Nezami* (S. Basir Mojdehi, Ed.) [The Quintet of Nezami]. Tehran: Doostan. [In Persian]
- Nikobakht, N. (2001). *Hajv dar she'r-e Fārsī* [Satire in Persian poetry]. Tehran: University of Tehran. [In Persian]
- Pourjavadi, N. (1995). *She'r va shar'* [Poetry and Sharia] (1st ed.). Tehran: Asatir. [In Persian]
- Pournamdarian, T. (2007). *Didār bā sīmorgh* [Meeting with the Simorgh] (4th ed.). Tehran: The Institute for Humanities Studies Press. [In Persian]

- Rezaei, A. (2007). *Tahlil-e didgāh-hā-ye 'Attār darbāre-ye she'r va moqāyese-ye ānhā bā ārā-ye montaqedān-e adabī* [Analysis of Attar's views on poetry and their comparison with the opinions of literary critics]. *New Literary Studies*, 40(1), 57–76. [In Persian]
- Thaqafī Kūfī, I. b. M. (1994). *Al-Ghārāt* (A. Allah Atārdi, Trans.) [The Raids]. Tehran: Atarod. [In Arabic]
- They Holy Quran. (H. Ansarian, Trans.) Qom: Dezh. [In Persian]
- Zarrinkoub, A. (1984). *She'r bī-dorūgh, she'r bī-neqāb* [Poetry without lies, poetry without masks] (4th ed.). Tehran: Javidan Publishing Organization. [In Persian]

مقاله‌ی علمی - پژوهشی

**رسالت شعر و شاعری در مصیبت‌نامه‌ی عطار؛****شاعری از خراسان، مهد شعر فارسی**زهرا خاکباز<sup>۱</sup> ناصر نیکوبخت<sup>۲</sup> نجمه دری<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۲/۰۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۵/۱۹

مشاهده‌ی مقاله‌ی منتشر شده: دوره‌ی ۱۹، شماره‌ی ۴

[http://www.farhangekhorasan.ir/article\\_226786.html](http://www.farhangekhorasan.ir/article_226786.html)**چکیده**

عطار نیشابوری، شاعر و عارف قرن ششم و اوایل قرن هفتم هجری، نظریه‌های جامعی درباره‌ی رسالت شعر و شاعری دارد. خراسان مهد شعر فارسی دری است؛ از این جهت، در شکل‌گیری نظریه‌ی شعر فارسی تأثیر بسزایی داشته است. یکی از مهم‌ترین آثار عطار مصیبت‌نامه است که در آن شعر بیرون از جهان شعری و با دیدی فلسفی روایت شده است. پژوهش حاضر، که به شیوه‌ی توصیفی - تحلیلی انجام شده، مقوله‌ی رسالت شعر و شاعری از دیدگاه عطار در مصیبت‌نامه را به‌طور کامل تحلیل و طبقه‌بندی کرده است. پس از بررسی مصیبت‌نامه و استخراج ابیات موردنظر، اشعار موجود در چهار دسته طبقه‌بندی شدند که عبارت‌اند از: ۱. رسالت شعر و شاعری در برابر مخاطب که شامل توجه به نگرش دینی و ظرف وجودی مخاطب است؛ ۲. رسالت شعر و شاعری در برابر شاعر که شامل توجه به توسعه‌ی وجودی او و فارغ بودنش است؛

۱. دانشجوی دکتری زبان و ادبیات فارسی گرایش ادبیات غنایی دانشگاه تربیت مدرس z.khakbaz@modares.ac.ir

۲. استاد گروه زبان و ادبیات فارسی دانشگاه تربیت مدرس n\_nikoubakht@modares.ac.ir

۳. دانشیار گروه زبان و ادبیات فارسی دانشگاه تربیت مدرس (نویسنده مسئول) n.dorri@modares.ac.ir



COPYRIGHTS

2023 by the authors. Published by the General Office of Islamic Culture and Direction southern Khorasan. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

۳. رسالت شعر و شاعری در برابر شعر که نخستین آن، پرهیز از تکلف است و سپس در دو دسته‌ی کلی رسالت صوری و محتوایی بررسی شده است. رسالت صوری شامل عروض و قافیه‌دانی است و زیرمجموعه‌های رسالت محتوایی عبارت‌اند از: رسالت شرعی، حکمی، پرهیز از مدح، هزل و بکسرایی؛ ۴. رسالت شعر و شاعری برای ملزم کردن شعر و شاعر به خاموشی در برخی امور که این مقوله در دو دسته‌ی حکیمانه و عارفانه بررسی شده است.

**واژه‌های کلیدی:** رسالت شاعر، عطار نیشابوری، مصیبت‌نامه، نظریه‌ی شعر.

#### مقدمه

یکی از مسائلی که در حوزه‌ی نقد و نظریه‌ی ادبی کمتر مورد توجه قرار گرفته نظریه‌های منتقدانه‌ی آفرینشگران آثار ادبی فارسی در خلال آثارشان است که، در صورت طبقه‌بندی، می‌تواند فصل جدیدی را در پژوهش‌های نقد ادبی رقم بزند. واکاوی سیر تطور دیدگاه شاعران درباره‌ی رسالت شعر و شاعری یکی از زمینه‌های مؤثر در تکوین نظریه‌ی بومی شعر فارسی است، به‌ویژه شاعران خراسانی؛ چراکه خراسان مهد شعر فارسی دری است.

یکی از شاعرانی که در باب رسالت شعر و شاعری اظهارنظرهای قابل تأملی داشته عطار نیشابوری (۵۵۳-۶۲۷ق) است. اساساً نگاه عطار به مقوله‌ی شعر نگاهی پرسشگرانه و شبه‌فلسفی است و از همین‌رو است که آثار وی مشحون نکاتی در باب شعر است. او در مثنوی‌های چهارگانه‌ی خویش، یعنی *الهی‌نامه*، *منطق‌الطیر*، *اسرارنامه* و به‌ویژه *مصیبت‌نامه*، جهان‌بینی‌اش درباره‌ی شعر و شاعری را توضیح داده است. *مصیبت‌نامه* مملو از دیدگاه‌هایی است که نه‌تنها در بین مثنوی‌های شاعر بلکه در عرصه‌ی ادبیات فارسی بدیع هستند؛ از این‌رو، *مصیبت‌نامه* به‌طور کامل بررسی شد و رسالت‌های شعر و شاعری از نظرگاه عطار، از ساحت آن، استخراج گردید و درنهایت چهار شاخه‌ی اصلی، نه شاخه‌ی فرعی و پنج پیوست شکل گرفت.

## پیشینه‌ی پژوهش

محبتی (۱۳۸۵) در مقاله‌ی «قلمرو و ماهیت شعر از دیدگاه عرفانی عطار» در تلاش است به نظریه‌ی شعر عطار دست یابد. رضایی (۱۳۸۶) در مقاله‌ی «تحلیل دیدگاه‌های عطار درباره شعر و مقایسه آن با آرای منتقدان ادبی» نگرش شعری عطار را با آرای منتقدان ادبی مقایسه کرده است. هرچند مقاله‌ی مذکور با پژوهش پیش رو شباهت‌هایی دارد، حوزه‌ی آن کلی‌تر و تمرکز آن بر آرای منتقدان است. باقری (۱۳۸۸) در رساله‌ی «نقد و بررسی شعر از دیدگاه شاعران و نویسندگان (رودکی تا مولانا)» شعر را از دیدگاه ناقدان سنتی، منطق‌یون و اهل تصوف مورد بررسی قرار داده است. اسمعیلی (۱۳۹۷) در رساله‌ی «دیدگاه شعرای عارف به شعر، ماهیت، کارکرد و ساختار با تکیه بر سنایی، عطار و مولوی (بوطیقای شعر عرفانی)»، به‌طور خاص، شعر را از منظر شاعران عارف بررسی کرده است. علی‌رغم تغییر آشکار نظریه‌ی شعری عطار در *الهی‌نامه* و *اسرارنامه*، که بعد از *مصیبت‌نامه* و *منطق‌الطیر* سروده شده‌اند، در منابع مذکور، آرای شعری عطار به صورت مجزا بررسی نشده و غالباً به تحلیل کل آثار پرداخته‌اند و این امر باب تدقیق را بسته است؛ اما این پژوهش، با انتخاب یک اثر و دقت در مفاهیم آن، سعی در موشکافی نظریه‌های شاعر و ارائه‌ی نظامی دقیق از رسالت شعر و شاعری از دیدگاه او را دارد. همچنین، در آثار مذکور رسالت شعر و شاعری در *مصیبت‌نامه* مورد بحث قرار نگرفته است.

## بحث و بررسی

درباره‌ی این مقوله که رسالت شعر و شاعری چیست؟ جریان‌های مختلف فکری نظریاتی بیان کرده‌اند اما این امر از نظرگاه شاعران آن‌گونه که باید، بررسی نشده است. در این مجال دیدگاه عطار نیشابوری درباره‌ی رسالت شعر و شاعری در ساحت *مصیبت‌نامه* مورد بررسی قرار گرفته است.

### مصیبت‌نامه

شفیعی کدکنی، در مقدمه‌ی *مصیبت‌نامه*، این اثر را «پس از *منطق‌الطیر*، برجسته‌ترین اثر عطار» (عطار، ۱۳۹۷: ۲۹) می‌نامد. او معتقد است که عطار چون در این اثر سوک‌نامه‌ی تبار انسان و اضطراب‌های بیکران و مشکلات ازلی و ابدی بشر را سروده است، آن را *مصیبت‌نامه* نام

نهاده است. این دیدگاه و نظر بزرگانی مانند فروزانفر در متن گفتار احمد جام ژنده‌پیل (جام نامقی، ۱۳۶۸: ۳۵-۴۱)، و فریتس مایر (۱۳۸۰: ۸۴-۱۱۳) ناظر به محتوای کتاب است لیکن عطار علت نام‌گذاری مصیبت‌نامه را برابند رنج خویش برای سرایش گفته است:

ز آن که هر بیتی که می‌بنگاشتم  
بر سر آن ماتمی می‌داشتم  
در مصیبت ساختم هنگامه من  
نام این کردم مصیبت‌نامه من  
(عطار، ۱۳۹۷: ۴۴۸)

### رسالت‌های شعر و شاعری از دیدگاه عطار در مصیبت‌نامه

شاعران، با رویکردهای متفاوت، رسالت‌هایی را برای شعر و شاعری برشمرده‌اند. این امر سیر ثابتی نداشته؛ گاه شاعری مانند سنایی، در برهه‌های مختلف، رسالت‌های متعددی را برشمرده است که بررسی تطور آن جهان‌بینی شاعر و تحولات درونی و بیرونی او را به ما می‌نمایاند. به باور زرین‌کوب، اساساً مقوله‌ی شاعری با نقد شعر همراه است زیرا «شاعر وقتی در شعر خویش الفاظ و معانی را سبک و سنگین می‌کند، وقتی کار خود را مرور و اصلاح می‌کند و... دیگر شاعر نیست، منتقد است و کاری که می‌کند نقد» (زرین‌کوب، ۱۳۶۳: ۹). مقصود از رسالت شعر و شاعری، در این مقاله، آن کارکردی است که شعر و شاعری در برابر خویشتن یا دیگری ایفا می‌کند. گفتمان‌های جدید رسالت‌های جدید ایجاد می‌کند. ظهور عرفان فصل جدیدی از رسالت شعر و شاعری را رقم زد که یکی از سردمداران این تغییر گفتمانی عطار نیشابوری است.

#### ۱- رسالت شعر و شاعری در برابر مخاطب

مصیبت‌نامه مشحون از ابیاتی است که درصدد پاسخ به سؤالات ذهنی مخاطب و دغدغه‌های اوست و گویی رسالت اول شاعر، در این کتاب، گشودن گره‌های ذهنی مخاطب است. یکی از مهم‌ترین رسالت‌های شعری بیان‌شده در مصیبت‌نامه استفاده از بستر نظم برای تبیین مفاهیم دینی است.

#### - توجه به نگرش دینی مخاطب

برای بررسی رسالت شعر و شاعری ابتدا باید به درک درستی از نگرش عطار نسبت به شعر رسید. عطار و سنایی اظهارات متناقضی درباره‌ی شعر دارند؛ از سویی از شعر تمجید و از دیگرسو آن را تقبیح کرده‌اند. این امر برای سنایی طبیعی است زیرا او دچار دگرذیسی عقیدتی شده است

اما چرا نگاه عطار به شعر یکنواخت نیست؟ چرا در جایی می‌گوید: «شاعرم مشمر که من راضی نی‌ام؟» (همان: ۴۵۰) و در جای دیگر چنین می‌سراید: «شعر را کردند بهتر چیز نام/کی تواند بود ازین برتر مقام؟» (همان: ۱۵۰) پورنامداریان معتقد به صیروریت عطار در زمینه‌ی محتوایی است: «عطار گفتن شعر را تحت تأثیر گرایش به طریقت شروع می‌کند و منطق/الطیر و مصیبت‌نامه را می‌سراید اما بعد به شریعت روی می‌آورد و لب از گفتن آن تجربه‌هایی که در منطق/الطیر و مصیبت‌نامه طرح شده بود فرومی‌بندد. *الهی‌نامه* و *اسرارنامه* می‌باید حاصل این بازگشت باشد» (پورنامداریان، ۱۳۸۶: ۹۹)؛ بنابراین دگردیسی عقیدتی در نظریه‌ی شعر عطار مشهود است و یکی از علل این موضوع تأثیر عقاید عموم بر اشعار اوست. تبیین جهان‌بینی شاعرانی که درباره‌ی شرع و شعر و نسبت آن‌ها با یکدیگر اظهارنظر کرده‌اند، به‌ویژه در دوره‌ی عطار، که نسبت شعر و شرع در حال شکل‌گیری است، باید همراه با در نظر گرفتن عقاید عموم باشد؛ زیرا در این دوران است که نخستین بارقه‌های شعر شرعی زده می‌شود و تمام آنچه شاعر درباره‌ی شعر می‌گوید الزاماً بر این عقاید او نیست. اظهارات متناقض عطار در باب شعر را باید مبتنی بر در نظر گرفتن یک سیر افناعی برای مخاطب در نظر گرفت؛ تا عصر عطار و سنایی، بیان مضامین دینی در قالب شعر حرمت داشت؛ آیه‌ی «والشعراء یَتَّبِعُهُمُ الْغَاوُونَ» (الشعراء، آیه ۲۲۴) راه را برای ورود گفتمان دینی به شعر بسته بود و زبان بیان دین قرائت آیات و خطابه بود؛ بنابراین شاعران مجبور بودند زبان شعر را به‌عنوان زبان بیان شریعت، در درجه‌ی اول، برای مخاطب خود توجیه کنند. این ابیات بیانگر توجیه شعر است:

مصطفی کاو بود دل جان را ز قدر      منبری بنهاد حسان را ز قدر  
بر سر منبر فرستادش پگاه      تا ادا می‌کرد شعر آن جایگاه

(عطار، ۱۳۹۷: ۱۵۲)

عطار، در این حکایت، ارزش حسان را، که پیشه‌ی شاعری داشت، برای مخاطب خود تشریح می‌کند. این شعر مبتنی بر آن است که رسول خدا (ص) درباره‌ی حسان فرمودند: «ای حسان تا وقتی که از ما دفاع کنی، مؤید به تأییدات روح‌القدس خواهی بود» (ثقفی کوفی، ۱۳۷۳: ۴۰۸). عطار در ادامه‌ی همان شعر، طبق قول «الشعراء امراء الکلام یصرفونه أنى شئت و یجوز لهم ما لایجوز لغيرهم» (حازم القرطاجینی، ۱۹۹۶م: ۱۴۳)، چنین شاعرانی را تکریم می‌کند:

خواجۀ دینی و دین، شمع کرام

خواند ایشان را امیران کلام

(عطار، ۱۳۹۷: ۱۵۳)

برقراری توازن بین این اشعار و آیه‌ای مثل «والشعراء يتبعهم الغاوون» (الشعراء، آیه ۲۲۴) کار دشواری است که افرادی چون عطار آن را عهده‌دار شده‌اند. اضطراب او از توجیه مخاطب برای مواجهه با شعر دینی موجب شده که، علاوه بر رسول خدا (ص)، به تأیید شعر از جانب خلفا نیز اشاره کند. در حکایتی ذکر می‌کند که شاعری برای عمر بن خطاب شعر می‌خواند و خلیفه پاسخ می‌دهد:

سخت دلخوش شد ز شعر او عمر

حفظ کرد و باز می‌گفت آن قدر

(عطار، ۱۳۹۷: ۱۵۳)

در حکایت دیگری، ضمن اشاره به نام خلیفه، به تلقین شدن شعر از عالم بالا اشاره می‌کند. «شاعران عارف از تابعه‌های متعددی به‌عنوان تلقین‌کننده شعر یاد کرده‌اند و به الهام باواسطه و بی‌واسطه قائل بوده‌اند و در الهام باواسطه تمایلشان به انتخاب شخصیت‌های دینی است» (اسمعیلی، ۱۳۹۷: ۴۹).

بود در عهد عمر مردی قوی

چون ادا کردی نماز معنوی

خلق را در پیش خود بنشانندی

شعر در محراب خوش می‌خواندی

... گفت فاروقش که تو بعد از نماز

شعر خوانی شعرهای دلنواز

گفت چیزی می‌درآید غیبی‌ام

همچنان می‌خوانم از بی‌عیبی‌ام

(عطار، ۱۳۹۷: ۱۵۳)

این شعر یکی از هوشمندانه‌ترین اشعار عطار برای توجیه مخاطب متشرع و قانع کردن او به شرعی بودن شعر، از طریق ذکر نام خلیفه، است. دلهره‌ی عطار، از قضاوت مردم در باب نظم‌ش، سبب سرودن شعر زیر نیز شده است که شاعر در آن از مخاطب می‌خواهد سخنان او را از منظر شعر بودن قضاوت نکند:

شاعرم مشمر که من راضی نیام  
مرد حالم شاعر ماضی نیام  
...تو مخوان شعرش اگر خواننده‌ای  
ره به معنی بر اگر داننده‌ای

(همان: ۴۵۰)

در جای دیگری، مخاطب را «پاک‌دین» می‌خواند و شاعری را منکر می‌شود:

گر بخوانی شعر من ای پاک‌دین  
شعر من از شعر گفتن پاک بین

(همان‌جا)

گویی عطار لحظاتی، به‌جای مخاطبی که تمامی آموزه‌های شریعت را در قالب نثر دیده و خوانده، شعر را تقبیح کرده است؛ اما توأم با همین امر، در جای دیگر، جنبه‌های الهی شعر را نشان داده تا دو دم بودن تیغ شعر را به مخاطب بنمایاند. او در قسمتی از مصیبت‌نامه، در قالب یک تمثیل، فردی را مثال زده که تصور می‌کرد در اختیار داشتن ذوالفقار علی (ع) برای جنگیدن کافی است و از زور حیدری غافل بود!

تا نباشد نقد زور حیدری  
نسیه باشد کار تیغ گوهری

(همان: ۴۴۸)

شعر از نظر عطار ظرفی است که به واسطه‌ی مظلوف آن ارزش پیدا می‌کند و، مانند گونه‌های دیگر سخن، خوب و بد دارد و ارزش آن در گرو تفکر شاعر و محتواسست. در واقع کلام عطار مفسر کلام رسول (ص) است که فرمود: «کلام حسنه حسن، و قبیحه قبیح» (ر.ک: نیکوبخت، ۱۳۸۰: ۱۵):

مصطفی گفته است «شعر نامدار  
چون سخن‌های دگر دارد شمار  
زشت او زشت و نکوی او نکوست  
زشت، دشمن دار، نیکو دار دوست

(عطار، ۱۳۹۷: ۱۵۳)

او، با همه‌ی تقبیح‌ها، شعر را احسن‌الاشیاء می‌داند و معتقد است که کذب با هر چیز بیامیزد، سبب بی‌فروغی آن می‌شود اما در شعر زیبا جلوه می‌کند. کذب رذیلتی اخلاقی و گناه است و نزدیک بودن شعر به دروغ، در وهله‌ی نخست، سبب تقبیح آن توسط متشرعان شده است. وقتی به حسان بن ثابت گفتند که اشعار پیش از اسلام او بهتر از اشعار بعد از اسلام است، پاسخ داد: «در جاهلیت شعر قیدوبندی نداشت و نیکویی شعر، افراط در بیان است و این افراط کذب است.»

اسلام هم از کذب منع کرده است» (ابن اثیر، ۱۳۶۷: ۴۸۳). اما عطار، در این حکایت، کذب را در شعر به نگار مانند می‌کند:

تا ابد آن چیز گردد بی فروغ	...گفت در هر چیز که آمیزد دروغ
در جوار شعر گردد چون نگار	...کذب اگر در شعر گردد آشکار
می‌سزد گر احسن‌الاشیا شود	آنچه کذب از وی چنین زیبا شود
کی تواند بود ازین برتر مقام؟	... شعر را کردند بهتر چیز نام

(عطار، ۱۳۹۷: ۱۵۰)

عطار در شعر مذکور، ضمن اشاره به «احسنه اکذبه»، همراه با مخاطبی که منکر شعر است پیش می‌آید و، طبق یک سیر اقناعی هوشمندانه، در بیت آخر او را به این نتیجه می‌رساند که شعر بهترین چیز است. اگر مخاطب‌شناسی عطار و تلاش او برای پاسخ به شبهات مخاطب در باب ارتباط شرع و شعر نبود، شاید شعر شرعی در این حد پرورش نمی‌یافت و همواره شعر در دیدگاه متشرعین امری مردود می‌بود لیکن عطار رسالتی جدی برای شاعر در نظر گرفت و آن رسالت تشخیص دادن به شعر در ساحت شرع بود. او در شعری از ۱۲ شاعر سلف خود نام می‌برد، نام ایشان را به نمادهای آفرینش الهی پیوند می‌زند و سپس می‌گوید:

تا دو عالم زین سه حرف آراستند	شعر و عرش و شرع از هم خاستند
چون عناصر باد و آتش خاک و آب	... چون بهشت و آسمان و آفتاب
پس جهان شاعر بود چون دیگران	نسبتی دارند با این شاعران

(همان: ۱۴۹)

### - توجه به ظرف وجودی مخاطب

سخن گفتن متناسب با فهم مخاطب سابقه‌ای دیرینه در ادبیات فارسی دارد تا آنجا که رودکی، پدر شعر فارسی، به این امر توجه داشته است و «اساسی‌ترین نکته از نگاه رودکی، در حیطه نقد ادبی، مسئله تأثیر شعر است. از نظر او، مهم‌ترین معیار در شناسایی شعر خوب، میزان تأثیر آن در جان و زبان مخاطب است» (محبتی، ۱۳۸۸: ۴۷۹). عطار به این امر بسیار توجه دارد و در حکایت «خواجه اکافی» و کفشگر اشاره می‌کند که خواجه مجلسی مناسب پرنده‌گان زنده، یعنی

سالکان، ترتیب داده بود درحالی که مخاطبانش عوام‌الناس بودند! و از این طریق، به سخن گفتن متناسب با فهم مخاطب اشاره می‌کند:

ملهمم گفت: این سخن‌های بلند	نیست اندر خورد مшти مستمند
این سخن پرندگان زنده راست	نه خر پالانی و خربنده راست
... پشه‌ای را قوت پیلی می‌دهی	مور را با جبرئیلی می‌نهی

(عطار، ۱۳۹۷: ۲۹۴)

## ۲- رسالت شعر و شاعری در برابر شاعر

شاعر در برابر خویشتن نیز مسئول است؛ او باید ظرف وجودی خویش را برای دریافت حقایق توسعه دهد و، ضمن این امر، خود را از مسائل فرعی فارغ کند تا جانش آماده‌ی دریافت معانی طرفه شود.

### - توسعه‌ی وجودی

وقتی که عطار شعر را «گشودن دری به عالم غیب» (همان: ۴۶۷) و گنج‌های الهی را نهفته در زیر زبان شاعران می‌داند، هرکسی را لایق سرودن نمی‌داند. او تلویحاً به توسعه‌ی وجودی شاعر اصالت می‌دهد و اشاره می‌کند که هرکسی نمی‌تواند به اسرار دست پیدا کند و آن‌ها را در قالب شعر بیاورد:

می‌داند او که از عطار بود	ختم صد عالم که پر اسرار بود
نافه‌ اسرار نبود مشکبار	تا که عطارش نباشد دستیار

(همان: ۴۴۸)

اساساً خودسازی یکی از رسالت‌های مهم شاعر در ادبیات تعلیمی و عرفانی است. عطار معتقد است: «در صنعت شاعری نیز حسنی که در شعر هست نتیجه کمالی است که در شاعر وجود دارد. شاعری که از این کمال برخوردار است و طبعی روان دارد، سخنی می‌گوید که دارای نظم است و نیکوست. نظم و حسن خاصیتی است که از درون شاعر سرچشمه گرفته، همان‌طور که نظم و حسن در عالم صنوع از صانع عالم برخاسته است» (پورجوادی، ۱۳۷۴: ۲۳). اگر شاعر انسان خوبی باشد، شعر خوب از او تراوش می‌کند؛ بنابراین توسعه‌ی ظرف وجودی و قرار گرفتن بر مدار عالم اسرار رسالتی جدی برای شاعر تلقی می‌شود.

شعر تو نیک و بد تو از خود می‌کنی      نیک اگر بد می‌کنی بد می‌کنی

(عطار، ۱۳۹۷: ۱۵۴)

عطار، در این ابیات، مستقیماً شعر را برخاسته از درون شاعر می‌داند و ارتباطی ذاتی بین شاعر و شعر متصور می‌شود.

### - فراغ بودن

علی‌رغم آنکه عطار در بسیاری جاها به شعر خود نازان است، بلاغت سخن خویش را مشروط به «فراغت» می‌داند و از این رهگذر، شاعران را به پرهیز از سرگشتگی فرامی‌خواند زیرا سرگشتگی موجب بستن نطق شاعر می‌شود:

در سخن گر چه بلاغت باشدم      آن بلاغت در فراغت باشدم  
گر شوم سرگشته هر بی‌خبر      نه بلاغت ماندم نه شعر تر

(همان: ۱۵۴)

بنابراین شاعر باید به فراغت خویش توجه داشته باشد تا بتواند شعرهای طرفه بگوید.

### ۳- رسالت شعر و شاعری در برابر ساحت شعر

شاعر باید برای سرودن از تکلف و تصنع بپرهیزد و به محتوا و صورت شعر خویش توأمان عنایت داشته باشد.

### - پرهیز از تکلف

شعر نباید متکلف باشد و شاعر باید به قریحه‌ی خود توجه کند نه قضاوت دیگران:

ذوق اگر با شیر مادر باشدت      شعر، شیرین تر ز شکر باشدت  
ور نداری و تکلف می‌کنی      هم تو خود خود را تعرف می‌کنی

(همان: ۴۴۹)

پرهیز از کوشش بی‌هوده برای سرایش و معرفت به استعداد ذاتی خویشتن مقدمه‌ی رسالت شعر و شاعری در برابر شعر است اما اگر شاعری مستعد بود، رسالت‌های جدیدی برای او تعریف می‌شود. رسالت شعر و شاعری در برابر شعر را می‌توان در دو دسته‌ی صوری و محتوایی بررسی کرد. رسالت صوری ناظر به زبان، عروض و... است و رسالت محتوایی ناظر به جان کلام. «در نظر این طباطبا بهترین شعر، ترکیبی است از این دو رکن: شاعر با فرهنگ و شعر ساختارمند. هر کدام

از این دو قائمه که خلل یابد، به نوعی ساختار واقعی شعر خلل خواهد یافت» (محبتی، ۱۳۸۸: ۳۴۵)؛ این امر در بیان عطار نیز دیده می‌شود.

### - رسالت صوری

رسالت شاعر از نظر عطار در درجه‌ی اول شاعری کردن است؛ توجه او به وجوه صوری شعر، انتخاب الفاظ و... بیانگر این است که اصالت را صرفاً به محتوا نمی‌دهد و از شاعر توقع صورت نیکو نیز دارد. «تلقی عطار از شعر حکمت به‌عنوان سخن منظوم موضوع مهمی است. منظوم بودن شعر حکمت یک امر عرضی نیست. نظم از لوازم ذات شعر نزد عطار است» (پورجوادی، ۱۳۷۴: ۹۹). عطار در *اسرارنامه* ابعاد دیگری از توجه به صورت شعر را بیان کرده است:

همی‌ریزد پیسای بر زفانم	جواهر بین که از دریای جانم
نگه کن معنی و ترکیب گفتار	ببین این لطف لفظ و کشف اسرار

(عطار، بی تا: ۱۸۰-۱۸۱)

این ابیات بیانگر آن است که لطافت لفظی مهم است و ترکیب گفتار می‌تواند بیانگر جوهر وجودی شاعر باشد.

عطار در *مصیبت‌نامه* توجه به علم عروض و قافیه و شناخت ردیف را برای شاعر ضروری برشمرده است. او مراحل سرودن شعر را این چنین توصیف می‌کند:

شعر گفتن همچو زر پختن بود	در عروض آوردنش سختن بود
... گر بسنجی زر زر موزون بود	ور بسی باشد ز وزن افزون بود

(عطار، ۱۳۹۷: ۱۵۲)

اهمیت موزون بودن شعر در بیت دیگری نیز بیان شده است:

از زفان‌ها هر سخن بیرون رود	از زفانِ شاعران موزون رود
-----------------------------	---------------------------

(همان: ۱۵۱)

او در شعر دیگری برای شروع مطلبی تازه درباب شعر، به وزن، ردیف و قافیه اشاره کرده، آن‌ها را مقدمات شاعری برشمرده است:

شعر گفتن چون ز راه وزن خاست	وز ردیف و قافیه افتاد راست
-----------------------------	----------------------------

(همان: ۴۵۰)

قافیه یکی از ارکان شعر کهن است که عطار توجه به آن را جزو رسالت‌های شاعر برمی‌شمرد و تشخیص شعر را وابسته به قافیه می‌داند:

نظم و نثری کان میان امت است      از قوافی آن سخن را حرمت است  
(همان: ۱۵۱)

## – رسالت محتوایی

### رسالت شرعی

عطار شریعت را معنایی تازه داده و، به‌جای پوسته‌ی دین، کنه آن را به مخاطب ارائه کرده است. فهم ذوقی عارفان از شرع و التزام به بیان آن یکی از چالش‌برانگیزترین مباحث در شعر کهن فارسی است و تحلیل آن ممکن نیست مگر از رهیافت بررسی عقاید شاعرانی چون عطار و سنایی در باب شعر. تغییر زبان مضامین دینی از نثر به شعر انقلابی عظیم هم در عرصه‌ی تعلیم دینی و هم در عرصه‌ی شعر فارسی بود. پیوند شرع و شعر در قرن پنجم و ششم به سبب افرادی مانند کسایی و ناصر خسرو اوج می‌گیرد. این پیوند با رواج اندیشه‌های عرفانی قوی‌تر می‌شود و شرع و شعر به‌مثابه دو بال، برای تعالی انسان، قلمداد می‌شوند. این پیوند را نباید سطحی و یا صرفاً ارتباطی بین کلمات تلقی کرد بلکه باید آن را زیربنای عقیدتی شاعر دانست:

شعر و شرع و عرش از هم خاستند      تا دو عالم زین سه حرف آراستند  
نور گیرد چون زمین از آسمان      زین سه حرف یک صفت هر دو جهان  
(همان: ۱۴۹)

تعریف رسالت دینی برای شعر به آن عمومیت داد و سبب برگزیدن آن از جانب سخنوران دینی شد، همچنین «تصوف در اشاعه شعر و عمومی شدن آن تأثیر فراوان داشته است. حتی می‌توان گفت که تصوف به شعر که در دوره سامانیان و غزنویان در سایه توجه امرا و ملوک نشو و نما یافته، زندگی استقلالی بخشیده و آن را هنر ملی کرده است و دامنه تخیلات و معانی آن را فوق‌العاده وسیع ساخته است، مثلاً قبل از پیدا شدن اشعار صوفیه، وصف غالباً در پیرامون بهار و خزان و رزم و بزم و شکار شاهان و مضامین متفرع بر آن‌ها بوده، ولی شعرای صوفی وصف واقعیات و حالات و واردات عرفانی را به‌صورت مناظر مجسم ساخته‌اند» (غنی، ۱۳۸۸: ۴۸۲).

پیوند شعر و عرش و شرع، که یکی از پایه‌های گفتمانی عطار است، فصل جدیدی را در شعر فارسی ایجاد کرد. عطار با ایجاد این گفتمان، که بر مبنای آهنگین بودن مفردات و بازی با الفاظ بود، مخاطب را پذیرای شعر شرعی کرد و سپس عقاید خویش را این چنین بی‌پرده بیان کرد:

شعر چیست؟ از جمله در بگشادن است شرح چندینی عجایب دادن است

(عطار، ۱۳۹۷: ۴۶۷)

او، به استناد سخنی از رسول گرامی اسلام (ص)، گنج‌های الهی را نهفته در زیر زبان شاعران می‌داند؛ بنابراین شعر نباید چیزی جز نمود اسرار الهی باشد:

آن که بود او سرور پیغامبران گفت «در زیر زلفان شاعران

هست حق را گنج‌های بی‌شمار» سر آن یک تن ندانند از هزار

(همان: ۱۵۱)

البته دیدگاه عطار نظام‌مندی خاص خود را دارد و از شاعرانی مانند نظامی متفاوت است؛ او مانند نظامی معتقد نیست که «پس شعرا آمد و پیش انبیاء» (نظامی گنجوی، ۱۳۸۲: ۲۲). عطار رسالت شاعران و پیامبران را در دو حیطه‌ی متفاوت معنا می‌کند. طبع‌آزمایی خاصیت شعر و شاعری است؛ خاصیتی که پیامبران ندارند:

هم قوافی کان خوش و یکسان بود زان سخن، بسیار در قرآن بود

... گر پیمبر می‌نخواندی شعر راست پادشا، جولاهه گر نبود، رواست

چون جهودان ساحرش می‌خواندند بت پرستان شاعرش می‌خواندند

حق تعالی گفت بس، این ظاهر است کاو، به حق، نه ساحر و نه شاعر است

... شاعران را نطق او خاموش کرد در لفظش حلقه‌شان در گوش کرد

... شعر از طبع آید و پیغامبران طبع کی دارند هم چون دیگران

(عطار، ۱۳۹۷: ۱۵۱)

عطار در نهایت آرزو می‌کند که او را «قصه‌گوی حق» برشمرد و رسالت شعری خود را همین

قصه‌گویی حق می‌داند:

جمله از حق گویم و از کار او  
تا ملایک بشنوند اسرار او  
چون در این اسرار بیندم مدام  
«قصه گوی حق» نهندم بو که نام

(همان: ۴۵۵)

### رسالت حکمی

رسالت حکمی شعر، که با کسانی مانند کسایی و ناصر خسرو آغاز شده بود، با عطار مسیر تازه‌ای پیش می‌گیرد. می‌توان شعر حکمی را گفتمانی جدید بر مبنای حدیث «انّ من الشعر لحکمة» (ابن بابویه، ۱۳۶۳: ۱۳) در نظر گرفت. عطار به صراحت تغییر رسالت شعر را این چنین بیان می‌کند:

لاجرم اکنون سخن بی‌قیمت است  
مدح منسوخ است، وقت حکمت است

(عطار، ۱۳۶۷: ۱۵۰-۱۵۱)

«اشعار دینی عطار در مثنوی‌هایش "شعر حکمت" است که معانی آن‌ها در نتیجه ذوق و فهم شاعرانه از قرآن پدید آمده است» (پورجوادی، ۱۳۷۴: ۱۶). از دوران ناصر خسرو، سنایی و عطار، شعر هم به لحاظ محتوا هم به لحاظ مفردات دچار دگردیسی شد؛ اما نخستین پیشگامان این تغییر بسیار محتاطانه عمل کردند و به جوّ ذهنی مخاطب توجه داشتند که نتیجه‌ی تحول‌خواهی آن‌ها تغییرات اساسی شعر فارسی در دوره‌های بعدی می‌شود. «سنایی اولین شاعری بود که جرأت کرد معانی عالیّه تصوّف را به نظم درآورد... آنچه سنایی و پس از او عطار کردند این بود که تصوّف را، چه نظریّات اخلاقی و چه نظریّات مابعدالطبیعی را، وارد ساحت شعر کردند، و هردوی آن‌ها تعالیم خود را حکمت خواندند. این حکمت در حقیقت برخاسته از همان علمی بود که خداوند در شب معراج به پیامبر (ص) تعلیم داده بود؛ همان علمی که صوفیه خود را وارث آن می‌دانستند و آن را شرع می‌خواندند» (همان: ۱۰۱).

در نتیجه‌ی تلاش عطار و سنایی، از قرن هفتم به بعد، عارفان بدون دغدغه تعالیم حکمی خود را در قالب شعر بیان کردند. عطار، با بیان اینکه خلفای اسلام شاعر بوده‌اند و حضرت علی (ع) از عمر و ابوبکر شاعرتر بوده است، در پی وجاهت دادن به ساحت شعر در قاموس دین است:

از ابوبکر و عمر هم شعر خاست  
 ... شعر اگر حکمت بود طاعت بود  
 اشعر از هر دو علی مرتضاست  
 قیمتش هر روز و هر ساعت بود  
 شعر بر حکمت پناهی یافته‌ست  
 کاو به «یؤتی الحکمه» راهی یافته‌ست

(عطار، ۱۳۹۷: ۱۵۳)

عطار حکمت را ذاتی می‌داند و هرچه غیر از آن را حرف طاماتی برمی‌شمرد:

حکمت و نظمی که نه ذاتی بود  
 نیک یا بد حرف طاماتی بود

(همان: ۴۴۹)

معمولاً شعر را برخاسته از احساسات و اثرگذارنده بر آن معنا می‌کنند اما عطار تعریف جدیدی از شعر دارد؛ او شعر خود را «مست‌کننده عقل» می‌نامد و این تعریف ناظر به عقلانی بودن احساسات است:

شیوه‌ای کز شوق او شد عقل مست  
 جز مرا هرگز کرا داده است دست؟

(همان: ۴۴۷)

التذاد عقلانی از شعر گفتمان جدیدی بود که زمره‌های آن از همین دوران آغاز شد و در دوره‌های بعد بسط یافت.

### پرهیز از مدح و هزل

یکی دیگر از ارکان رسالت محتوایی در مصیبت‌نامه پرهیز از مدح است. «عطار مقدمه مصیبت‌نامه را با دفاعی از شعر رو به پایان می‌برد؛ شعری که حکمت‌آمیز باشد و مدح و هزل نباشد» (پورنامداریان، ۱۳۸۶: ۱۸۳). او عظمت حکمت را در تقابل با مدح بیان می‌کند و دوران خود را عصر حکمت می‌نامد:

لاجرم اکنون سخن بی‌قیمت است  
 دل ز منسوخ و ز ممدوحم گرفت  
 مدح منسوخ است، وقت حکمت است  
 ظلمت ممدوح در روحم گرفت  
 تا ابد ممدوح من حکمت بس است  
 در سر جان من این همت بس است

(عطار، ۱۳۹۷: ۱۵۰-۱۵۱)

هزل و مدح مایه‌ی حقارت‌اند و زبینه نیست که شاعر گرد این مضامین بگردد:

شعر مدح و هزل گفتن هیچ نیست  
شعر حکمت به، که در وی پیچ نیست  
(همان: ۱۵۳)

او، در شعر دیگری، وارسته بودن و دور بودن از منت شاهان را ضمن بیان حکایتی درباره‌ی سقراط چنین می‌ستاید:

گفت سقراط حکیم آن مرد پاک	در رهی می‌شد، پیاده، دردناک
سائلی گفتش ملوک روزگار	جمله می‌جویندت و تو برکنار
معتقد داری، بسی، اسبی بخواه	تا پیاده رفتنت نبود به راه
گفت هم بر پای من بار تنم	به که بار منتی بر گردنم

(همان: ۱۵۴)

دوری سقراط از دربار شاهان امتداد همان دوگانه‌ی مدح و حکمت است.

### بکرسرایبی

یکی از دغدغه‌های مهم برخی از شاعران کهن پرهیز از تکرار است و رایج بودن تعبیر «دختر طبع» در دیوان‌هایشان ناشی از همین دغدغه است. این امر آن قدر مهم است که امثال نظامی شرط سخن گفتن را تکراری نبودن می‌دانند. طرفه سخن گفتن دشوار است و به همین دلیل هرکسی لیاقت شاعری را ندارد:

سخن گفتن بکر جان سفتن است  
نه هر کس سزای سخن گفتن است  
(نظامی گنجوی، ۱۳۸۲: ۷۳۰)

یکی از مهم‌ترین رسالت‌های شعر و شاعری از نظر عطار طرفه‌سرایبی است. او دزدان معانی‌اش را نفرین می‌کند و این بیانگر اهمیت تازگی سخن نزد اوست:

هر که گوهر دزد این دریا شود	زود از تردامنی رسوا شود
هر که را دزدیدن از من دست داد	همچو دزدانش بریده دست باد

(عطار، ۱۳۹۷: ۴۴۸)

بی‌مانند بودن اشعار او چنان است که می‌گوید تا ابد هیچ‌کس نمی‌تواند چنین سخنانی بسراید و مانند این کتاب بیاورد:

هر که پندارد که مثل این کتاب  
دیگری در جلوه آرد از حجاب  
گو مبر خود را به غفلت روزگار  
زان که خواهد زور حیدر ذوالفقار  
.... هیچ کس را تا ابد این شیوه نیست  
طوبی فردوس را این میوه نیست  
(همان: ۴۴۸)

بنابراین از نظر عطار شاعر باید معنی آفرین باشد، نه مقلد.

#### ۴- خاموشی گزیدن

یک روی سکه‌ی سخنوری، سکوت است. شاعر خوب حامل و حاصل سکوت‌های به موقع و به اندازه است. با تعمق در جهان‌نگری عطار این گونه فهم می‌شود که می‌توان خاموشی را به عنوان یکی از ارکان نظریه‌ی شعری او قلمداد کرد. خاموشی شاعر را می‌توان در دو دسته‌ی حکیمانه و عارفانه بررسی کرد.

#### - خاموشی گزیدن حکیمانه

خاموشی گزیدن شاعر رسالتی در برابر خود، مخاطب و متن است. در واقع، این رسالت عصاره‌ی تمام رسالت‌های پیشین است. خاموشی راه سلوک فردی و رشد وجودی شاعر را فراهم می‌کند، موجب تشنگی مخاطب برای دریافت‌های جدید می‌شود و باعث ذبح نشدن معانی و مبتذل نشدن مفاهیم بزرگ می‌شود. اگر سراییدن شعر برخاسته از آگاهی شاعر باشد، خاموشی او، در برخی موضوعات، صدایی رساتر از شعر او دارد. شاعرانی مانند ناصر خسرو نیز، به کرات، شاعر را توصیه می‌کردند که در باب هر موضوعی شعر نگوید:

آن به که نگویی چو ندانی سخن، ایراک  
ناگفته بسی به بود از گفته رسوا  
چون تیر، سخن راست کن آنگاه بگویش  
بیهوده مگو، چوب میرتاب ز پهنا  
(ناصر خسرو، ۱۳۸۰: ۱۱۸)

خاموشی ثمره‌ی حکمت است و عطار گاهی سکوت را بهتر از شعر خوب می‌داند!

چند شعر چون شکر گویی تو خوش؟  
همچو بادامی ز فان در کام کش  
(عطار، ۱۳۹۷: ۴۵۱)

او در حکایتی ذکر می‌کند که حتی لقمان حکیم، که بر پایه‌ی «حکمت» سخن می‌گفت، از سخن گفتن ملول شده بود و آن را موجب ندامت می‌دانست:

با پسر لقمان چنین گفت «ای پسر  
گرچه بسیاری سخن گفتم چو زر  
ای عجب با آنکه لقمان آدمم  
از بسیی گفتن پشیمان آدمم  
لیک هرگز از خموشی کردم  
نه پشیمان بود و نه غم خوردنم»

(همان: ۴۵۲)

عطار هرکسی را لایق سخن گفتن نمی‌داند و معتقد است انسانی که حرفی برای گفتن ندارد نباید شاعر شود:

گر خوش‌آوازی، جهان آور به جوش  
ورنه‌ای، دانی چه کن؟ بنشین خموش!

(همان: ۴۴۹)

این مقوله با خلاصه‌گویی متفاوت است؛ خلاصه‌گویی ناظر به کم سخن گفتن است لیکن عطار به موجزگویی صرف معتقد نیست و گواه این امر حکایات مطول و توضیحات کامل او در باب برخی امور است. عطار معتقد است، در بعضی امور، انسان باید داد موضوع را بدهد و با گفته‌های خود جهانی را به جوش آورد، حتی اگر سخن به درازا بکشد؛ این امر در اشعار ناصرخسرو نیز دیده می‌شود. ناصرخسرو معتقد است کسی که بر مرکب حکمت سوار است باید سخن بگوید و به چنین انسانی نهیب می‌زند که چرا خاموش است:

چرا خاموش باشی ای سخن‌دان  
چرا در نظم ناری در و مرجان  
اگر بر مرکب حکمت سواری  
چرا نایی سوی میدان مردان

(ناصرخسرو، ۱۳۸۰: ۳۷۵)

شاعرانی چون عطار و ناصرخسرو به تلخیص و گزیده‌گویی مطالب مفید تأکید نمی‌کنند بلکه به سکوت مطلق در برخی موضوعات معتقدند. شاعر باید در برخی امور تمام‌قد وارد عرصه شود و در برخی امور سکوت کند.

### – خاموشی گزیدن عارفانه

عطار، در پی سرودن اشعار متعدد در فضیلت خاموشی، درباره‌ی خود، که انسان پرگویی است، چنین می‌گوید:

از ازل چون عشق با جان خوی کرد  
شور عشقم این چنین پرگوی کرد  
... کاشکی جان مرا بودی قرار  
تا همیشه تن زدن بودیم کار

(عطار، ۱۳۹۷: ۴۵۳)

بنابراین یک وجه خاموشی، عارفانه است. او فضیلت سخن خوب را می‌گوید اما این امر مفهومی نسبی است؛ سخن شاعر نسبت به سخن خلق باید درجه‌ی بالاتری داشته باشد اما سخن خدا از سخن خلق و شاعر برتر است و این جایگاه، جایگاه صمت و سکوت است:

یا رب از دست زفانم بازخر  
دست بر نه، وز جهانم بازخر

(همان: ۱۳۰)

«عطار برای اینکه به شرع وفادار باشد باید دست از بت‌پرستی یعنی شعر گفتن بردارد. از این‌روست که از خود می‌خواهد که نفس را خاموش کند؛ این دعوت در حقیقت دعوت از جوهر آدمی است برای عروج از مرتبه‌ی طبیعت و حیوانی به مرتبه‌ی انسانی، یعنی مرتبه‌ی جان. از این راه است که او می‌تواند در برابر شرع کاملاً تسلیم شود. بنابراین، شاعر برای اینکه به حقیقت شعر حکمت برسد باید فنا شود» (پورجوادی، ۱۳۷۴: ۱۲۰-۱۲۱) و این جایگاه، عرصه‌ی خاموشی است.

## نتیجه

برخی شاعران در خلال اثرشان برای شعر و شاعری رسالت‌هایی معرفی کرده‌اند؛ یکی از این شاعران عطار است. در این جستار، رسالت شعر و شاعری از دیدگاه عطار در مصیبت‌نامه استخراج و طبقه‌بندی شد که عبارت است از: رسالت شعر و شاعری در برابر مخاطب، شاعر و ساحت شعر. توجه به مخاطب و انگاره‌های او از رسالت‌های مهم شعر و شاعری است که عطار با آیینگی به این مهم پرداخته است؛ او در جای مخاطب می‌نشیند و از زاویه‌ی باورهای مذهبی او به شعر می‌نگرد و تلاش می‌کند که این باورها را بازآفرینی کند. توجه به ظرف وجودی مخاطب و سخن گفتن متناسب با حال او نیز رسالت دیگری است که عطار در برابر مخاطب تعریف کرده است. مورد بعدی رسالت شعر و شاعری در برابر شاعر است؛ اساساً سلامت نفس مؤلف یکی از اضلاع مهم رسالت شعر و شاعری در ادب کهن فارسی، به‌ویژه در جهان‌بینی عرفاست. رسالت شعر و شاعری در برابر شعر، در درجه‌ی اول، بی‌تکلف سراییدن است و سپس در دو دسته‌ی کلی رسالت صوری و محتوایی بررسی شده است؛ رسالت صوری شامل عروض و قافیه‌دانی است و زیرمجموعه‌های رسالت محتوایی عبارت‌اند از: رسالت شرعی، حکمی، پرهیز از مدح، هزل و بکرسرایبی. از نگاه عطار شعر خوب محصول درنگ‌های به‌موقع است؛ بنابراین خاموشی نیز از دیگر رسالت‌هایی است که عطار برای شعر و شاعری در نظر می‌گیرد. خاموشی ممکن است حکیمانه باشد زیرا سکوت حکیم نیز به‌منزله‌ی موضع‌گیری است و وجه دیگر خاموشی، عارفانه است که سکوت، در این مقام، بیانگر ادب عارف در برابر خالق است. بنابراین رسالت شعر و شاعری در مصیبت‌نامه در چهار شاخه‌ی اصلی، نه شاخه‌ی فرعی و پنج پیوست بررسی شد و یک طبقه‌بندی منسجم و دقیق از این امر پیش روی مخاطب قرار گرفت.

بررسی رسالت شعر و شاعری از نظر شاعران سبب معرفت به جهان‌نگری ایشان می‌شود و از دیگر سو، به شکل‌گیری نقد و نظریه‌ی بومی ایرانی کمک می‌کند.



شکل ۱. رسالت شعر و شاعری از دیدگاه عطار در مصیبت‌نامه

تعارض منافع: هیچ گونه تعارض منافع در این پژوهش وجود ندارد.

## منابع

- قرآن کریم (۱۳۹۱). (ترجمه حسین انصاریان). قم: دژ.
- ابن اثیر، علی بن محمد (۱۳۶۷). *اسد الغابه*. ج ۱. بیروت: دارالفکر.
- ابن بابویه، محمد بن علی (۱۳۶۳). *شرح من لا یحضره الفقیه* (شرح علی اکبر غفاری). ج ۴. قم: مؤسسه نشر اسلامی.
- اسمعیلی، یاسین (۱۳۹۷). *دیدگاه شعرای عارف به شعر، ماهیت، کارکرد و ساختار با تکیه بر سنایی، عطار و مولوی* (رساله دکتری زبان و ادبیات فارسی). دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
- باقری، مجتبی (۱۳۸۸). *نقد و بررسی شعر از دیدگاه شاعران و نویسندگان (رودکی تا مولانا)*. (رساله دکتری زبان و ادبیات فارسی). دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه قم، قم، ایران.
- پورجوادی، نصرالله (۱۳۷۴). *شعر و شعر*. چ ۱. تهران: اساطیر.
- پورنامداریان، تقی (۱۳۸۶). *دیدار با سیمرغ*. چ ۴. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی.
- ثقفی کوفی، ابراهیم بن محمد (۱۳۷۳). *الغارات* (ترجمه عزیز الله عطاردی). تهران: عطارد.
- جام نامقی، احمد (۱۳۶۸). *انس الثائبین* (تصحیح علی فاضل). تهران: توس.
- حازم القرطاجینی (۱۹۹۶م). *منهاج البلغاء و سراج الادباء*. تونس.
- رضایی، احمد (۱۳۸۶). *تحلیل دیدگاه‌های عطار درباره شعر و مقایسه آنها با آرای منتقدان ادبی*. *جستارهای نوین ادبی*، ۴۰(۱)، ۵۷-۷۶.
- زرین کوب، عبدالحسین (۱۳۶۳). *شعر بی‌دروغ شعر بی‌نقاب*. چ ۴. تهران: سازمان انتشارات جاویدان.
- عطار، فریدالدین (بی‌تا). *اسرارنامه* (تصحیح صادق گوهرین). تهران: زوآر.
- \_\_\_\_\_ (۱۳۹۷). *مصیبت‌نامه* (تصحیح محمدرضا شفیعی کدکنی). چ ۸. تهران: سخن.
- غنی، قاسم (۱۳۸۸). *تاریخ تصوف در اسلام*. تهران: زوآر.
- مایر، فریتس (۱۳۸۰). *اسماعیلیه و عرفان در قرون ششم و هفتم* (ترجمه مهر آفاق بایبوردی). *ماهنامه معارف*، ۱۸(۲)، ۸۴-۱۱۳.

محبتی، مهدی (۱۳۸۵). قلمرو و ماهیت شعر از دیدگاه عرفانی عطار. *مجله مطالعات عرفانی*، ۲(۲)، ۱۵۷-۱۷۲.

\_\_\_\_\_ (۱۳۸۸). *از معنا تا صورت*. ج ۱. تهران: سخن.

ناصر خسرو (۱۳۸۰). *دیوان* (به اهتمام نصر الله تقوی). تهران: معین.

نظامی گنجوی، الیاس (۱۳۸۲). *خمسه نظامی* (تصحیح سامیه بصیر مزدهی). ج ۱. تهران: دوستان.

نیکوبخت، ناصر (۱۳۸۰). *هجو در شعر فارسی*. تهران: دانشگاه تهران.

## The Role of Railway Infrastructure in Promoting Political Spatial Development and Sustainable Security in Southern Khorasan Province

Vahid Kiani<sup>1</sup>

Bahram Rezaei<sup>2</sup>

Received: 26/5/2025

Accepted: 17/8/2025

### Introduction

Railway transport networks, as critical infrastructure, play a vital role in shaping spatial structures and promoting sustainable security across regions. These networks facilitate the movement of goods, services, and human capital, reduce transportation costs, enhance economic competitiveness, and generate investment opportunities—factors widely recognized in development studies and policymaking. In Iran, expanding the railway network is a central component of national development programs and holds significant potential for socio-economic advancement in underdeveloped regions such as South Khorasan.

Previous research has shown that railway development in Iran leads to lower transport costs, heightened economic competition, increased domestic and foreign investment, and improved logistics for mineral and agricultural products. Additionally, railways contribute to environmental sustainability by reducing pollution and energy consumption, a critical concern in the context of global climate change. From a security perspective, railways facilitate military logistics, strengthen border security, and mitigate the impact of transport disruptions, thereby supporting sustainable regional security.

Despite extensive studies on the economic and spatial impacts of railway networks at national and regional scales—mostly through econometric analyses—their direct role in political spatial development and sustainable security remains underexplored. This study addresses this gap by examining the impacts of railway infrastructure on the economic, political, and security dimensions of South Khorasan, a peripheral border province. Using a mixed descriptive-analytical and survey-based methodology, the research provides novel insights into the broader socio-political

- 
1. Assistant Professor of Political Geography, University of Birjand, Email: vkiani@birjand.ac.ir
  2. Master's Graduate in Political Geography, University of Birjand



COPYRIGHTS

2023 by the authors. Published by the General Office of Islamic Culture and Direction southern Khorasan. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

effects of railway development, enriching existing knowledge and informing region-specific strategies.

### Methodology

This descriptive-analytical study employed a researcher-designed questionnaire consisting of 45 items, divided into two domains: economic development (24 items) and sustainable security (21 items). Responses were measured on a five-point Likert scale ranging from *very low* to *very high*. Content validity was ensured through expert review, while reliability was confirmed via a pilot test, with Cronbach's alpha coefficients exceeding 0.9. The study sample included 270 economic actors and domain experts associated with the provincial railway network. Data were analyzed using SPSS, applying non-parametric binomial tests and *t*-tests for inferential statistics.

### Findings

The results demonstrate that improved railway access significantly enhances investment attraction, mine revitalization, border market development, and transportation cost reduction (Table 5). Inferential analyses confirm that the railway network's economic impact on the province is well above average ( $M = 4.06$ ,  $p < 0.001$ ). In terms of sustainable security, the railway contributes substantially to strengthening border security, facilitating military logistics, and reinforcing regional security, with statistically significant effects ( $M = 3.86$ ,  $p < 0.001$ ). Friedman test results further highlight border market activation and mine revitalization as the most influential economic impacts, while food security sustainability and the neutralization of transport strikes emerge as key outcomes in the security domain.

### Discussion and Conclusion

The findings confirm that railway network development exerts a strong positive influence on Southern Khorasan's economic, political, and security landscape. As critical infrastructure, the railway fosters investment, employment generation, border security, and social stability, while also mitigating center-periphery disparities. By reducing the province's geopolitical isolation and enhancing governance indicators, the railway acts as a catalyst for broader national cohesion.

Through a mixed-methods approach in a less-developed regional context, this study provides a comprehensive perspective on the multifaceted effects of transport infrastructure, extending beyond economic growth to encompass political and security dimensions. Nevertheless, limitations such as the single-province focus suggest the need for future research across broader geographic and methodological scopes to strengthen generalizability. Policymakers are advised to incorporate political and security considerations into railway development planning to maximize long-term benefits.

**Keywords:** Railway Network, Economic Development, Political Spatial Development, Sustainable Security, Southern Khorasan Province.

## References

- Ahmadlou, M. (2023). *Naqsh-e tose'e-ye shabakeh-ye rah-ahan dar erteqa-ye zirsaakht-e hamlonaghl dar ostanha-ye kamtar tose'e-yafteh* [The role of railway network development in improving transport infrastructure in less developed provinces]. Tehran: University of Tehran. [In Persian]
- American Association of Railroads. (2025). *Rail transportation and the U.S. economy: Fueling growth, trade, and opportunity*. <https://www.aar.org/wp-content/uploads/2025/02/AAR-PE-Economic-Impact-Report-2025-FINAL.pdf>
- Barzegar, S. (2015). *Naqsh-e hamlonaghl-e reili dar tose'e-ye gardeshgari-ye mehvar-e Gorgan–Tehran* [The role of rail transport in the tourism development of the Gorgan–Tehran corridor] (Unpunished master's thesis). Hakim Jorjani Institute of Higher Education, Gorgan, Iran. [In Persian]
- Berger, T., & Enflo, K. (2020). Short-term impacts of railroads on town economies in Sweden. *Journal of Economic Geography*, 20(5), 1033–1056. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbz036>
- Bogart, D., Eden, M., & Yang, D. (2017). Historical railway impacts on regional economic development. *Economic History Review*, 70(1), 45–60. <https://doi.org/10.1111/ehr.12350>
- Cascetta, E., Carteni, A., & Montanino, M. (2019). Decision-making processes in transportation planning: A taxonomy and four theoretical models. In E. Venezia (Ed.), *The decision-making process for infrastructural investment choices* (pp. 112–143). Milan, Italy: Franco Angeli.
- Cavallaro, F., Bruzzone, F., & Nocera, S. (2020). Spatial and social equity implications for high-speed railway lines in Northern Italy. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2020.03.028>
- Donaldson, D. (2018). Railroads and spatial economic development. *American Economic Review*, 108(4–5), 899–934. <https://doi.org/10.1257/aer.20101199>
- Dwiatmoko, H., Hidayat, A. K., Supriyatno, D., Mudjanarko, S. W., & Ramli, M. I. (2020). The influence of railway development on the Indonesian national economy: An input-output approach. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 419, 012104. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/419/1/012104>
- Eskandari, Z. (2017). *Barrasī-ye jayeghah-e sazmandehi-ye siyasi-ye faza dar amaayesh-e sarzamini-ye ostan-e Sistan va Baluchestan* [The role of political space organization in regional planning of Sistan and Baluchestan province] (Unpunished master's thesis). Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran. [In Persian]

- Faramarzi, A. (2018). *Ta'sir-e shabakeh-ye hamlonaghl-e reili bar tose'e-ye ostan-e Kermanshah* [The impact of the railway transport network on the development of Kermanshah province] (Unpunished master's thesis). Faculty of Literature and Humanities, Jihad Daneshgahi Institute of Higher Education, Kermanshah, Iran. [In Persian]
- Galushko, O., Kovalenko-Marchenkova, Y., Chernova, N., Kasadzhyk, A., & Gechbaia, B. (2024). Impact of railway infrastructure on sustainable development of regions. *E3S Web of Conferences*, 558, 01035. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202455801035>
- Hania, S. (2024). *The economic impact of rail networks*. Rail Vision Reports. <https://railvisionreports.org/economic-impact>
- Hosseini, M. (2023). *Tose'e-ye zirsaakht-e hamlonaghl va naqsh-e an dar amniyat-e manateghe-e marzi* [Transport infrastructure development and its role in the security of border areas]. Tehran: University of Tehran Press. [In Persian]
- Jafari, S. (2022). *Diplomasi-ye hamlonaghl va jayeghah-e Iran dar mantaqeh* [Transport diplomacy and Iran's position in the region]. Tehran: Center for Strategic Studies. [In Persian]
- Karimi, R. (2020). *Amniyat-e paydar va zirsaakht-ha-ye hamlonaghl* [Sustainable security and transport infrastructure]. Birjand: University of Birjand. [In Persian]
- Maitra, P., & Yu, W. (2021). The long shadow of infrastructure development: Long run effects of railway construction in colonial India. *Monash Economics Working Papers*, 2021-01. Monash University, Department of Economics. <https://ideas.repec.org/p/mos/moswps/2021-01.html>
- Rasouli, N. (2019). *Barrasī-ye qabeliatha va mavane'e tose'e-ye ostan-e Kermanshah az did-e joghrafiya-ye siyasi* [Capabilities and barriers to the development of Kermanshah province from the perspective of political geography] (Unpunished master's thesis). Faculty of Literature and Humanities, Payame Noor University, Kermanshah, Iran. [In Persian]
- Saedi, N. (2024). *Tose'e-ye motevazen va naqsh-e zirsaakht-ha-ye rahahan* [Balanced development and the role of railway infrastructure]. Tehran: SAMT. [In Persian]
- Soretire, O. O., Adeyemi, O. S., & Akinboade, O. A. (2024). Sustainability of Nigeria's rail transport system: An economic perspective. *International Journal of Scientific Research and Management*, 12(4), 6210–6216. <https://doi.org/10.18535/ijstrm/v12i4.07>
- Wang, C., Chen, J., Li, B., Chen, N., & Wang, W. (2023). Impact of high-speed railway construction on spatial patterns of regional economic development along the route: A case study of the Shanghai–Kunming high-speed railway. *Socio-*

*Economic Planning Sciences*, 87, Article 101583.  
<https://doi.org/10.1016/j.seps.2023.101583>

Yousefi, A., Darabi, M., Soleimani, Z., & Rezaei, N. (2021). *Ta'sirat-e ejtemai va eqtesadi-ye khotout-e rah-ahan dar manategh-e mahrum* [Social and economic impacts of railway lines in deprived areas]. Mashhad: Regional Development Research Institute. [In Persian]

Zahri, E. (2017). *Naqsh-e rah-ahan-e Qazvin-Rasht dar tose'e-ye eqtesadi-ye ostan-e Gilan* [The role of the Qazvin-Rasht railway in the economic development of Gilan province] (Unpublished master's thesis). Faculty of Architecture and Art, University of Gilan, Gilan, Iran. [In Persian]

مقاله‌ی علمی - پژوهشی

## تحلیل نقش زیرساخت‌های ریلی در ارتقای توسعه‌ی سیاسی فضا و امنیت پایدار خراسان جنوبی

وحید کیانی<sup>۱</sup>بهرام رضائی<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۳/۰۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۵/۲۶

مشاهده‌ی مقاله‌ی منتشر شده: دوره‌ی ۱۹، شماره‌ی ۴

[http://www.farhangekhorasan.ir/article\\_227147.html](http://www.farhangekhorasan.ir/article_227147.html)

### چکیده

شبکه‌ی ریلی، به عنوان یکی از مهم‌ترین زیرساخت‌های حمل و نقل و توسعه‌ی اقتصادی، نقشی کلیدی در توسعه‌ی سیاسی فضا و ارتقای امنیت پایدار در مناطق مختلف ایفا می‌کند. استان خراسان جنوبی، با موقعیت جغرافیایی ویژه و ظرفیت‌های معدنی و مرزی، از اهمیت بالایی در توسعه‌ی محور شرق کشور برخوردار است. اما نبود شبکه‌ی ریلی مناسب، استان را در بن‌بست ارتباطی قرار داده است. ضرورت این تحقیق در بررسی دقیق نقش شبکه‌ی ریلی در توسعه‌ی سیاسی فضا و تأثیر آن بر توسعه‌ی اقتصادی و امنیت پایدار استان خراسان جنوبی نهفته است تا بتوان راهکارهای مناسب جهت ارتقای زیرساخت‌های حمل و نقل و توسعه‌ی منطقه‌ای ارائه داد. هدف اصلی پژوهش، شناسایی و تحلیل تأثیرات شبکه‌ی ریلی بر توسعه‌ی سیاسی فضا با تمرکز بر ابعاد اقتصادی و امنیتی در استان خراسان جنوبی است. این مطالعه با استفاده از روش تحقیق توصیفی - تحلیلی و به صورت کاربردی انجام شده است. داده‌ها از طریق پرسش‌نامه‌های محقق ساخته و با نمونه‌ای شامل ۲۷۳ نفر از افراد بالای ۱۸ سال ساکن استان گردآوری شده

۱. استادیار جغرافیای سیاسی دانشگاه بیرجند (نویسنده مسئول).

vkiani@birjand.ac.ir

۲. دانش آموخته کارشناسی ارشد جغرافیای سیاسی دانشگاه بیرجند

brezaei@birjand.ac.ir



COPYRIGHTS

2023 by the authors. Published by the General Office of Islamic Culture and Direction southern Khorasan. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

است. تحلیل داده‌ها با استفاده از آزمون‌های آماری پارامتریک و ناپارامتریک، نظیر آزمون کولموگروف-اسمیرنف، آزمون t یک‌نمونه‌ای، آزمون دوجمله‌ای و آزمون فریدمن، انجام شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که شبکه‌ی ریلی تأثیر قابل توجه و معناداری در توسعه‌ی اقتصادی و امنیت پایدار استان دارد. فعال شدن بازارچه‌های مرزی با افغانستان، فعال شدن معادن و تأسیس کارخانجات مرتبط، انتقال سریع و ارزان محصولات به بازارهای بین‌المللی، پایداری انبارهای ذخیره‌ی کالاهای اساسی و سوخت، خنثی‌سازی اعتصابات شبکه‌ی حمل و نقل جاده‌ای و ارتقای امنیت اقتصادی و اجتماعی مهم‌ترین نتایج توسعه شبکه‌ی ریلی است و بر این موضوع تأکید می‌کند که توسعه‌ی شبکه‌ی ریلی می‌تواند به عنوان راهبردی مؤثر در ارتقای توسعه‌ی سیاسی فضا و امنیت پایدار استان خراسان جنوبی مورد توجه قرار گیرد.

**واژه‌های کلیدی:** شبکه‌ی ریلی، توسعه‌ی سیاسی فضا، توسعه‌ی اقتصادی، امنیت پایدار، استان خراسان جنوبی.

### مقدمه

شبکه‌های حمل و نقل ریلی، به عنوان یکی از زیرساخت‌های حیاتی توسعه‌ی اقتصادی و سیاسی، نقش بی‌بدیلی در شکل‌دهی به ساختار فضایی و ارتقای امنیت پایدار مناطق مختلف ایفا می‌کنند. اهمیت این شبکه‌ها در تسهیل جریان کالا، خدمات و نیروی انسانی، کاهش هزینه‌های حمل و نقل، افزایش رقابت‌پذیری اقتصادی و ایجاد فرصت‌های سرمایه‌گذاری، به ویژه در مناطق کمتر توسعه‌یافته، به طور گسترده در مطالعات علمی و سیاست‌گذاری‌های توسعه‌ای مورد تأکید قرار گرفته است (روی و قربانزاده، ۱۴۰۲: ۱۴۷). در ایران نیز توسعه‌ی شبکه ریلی به‌عنوان یکی از محورهای اصلی برنامه‌های توسعه‌ی ملی مطرح است که می‌تواند به بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی مناطق محروم، از جمله استان خراسان جنوبی، کمک شایانی نماید (احمدلو، ۱۴۰۲: ۳).

استان خراسان جنوبی، با توجه به موقعیت جغرافیایی خاص خود در شرق کشور، هم‌مرزی با افغانستان، نزدیکی به کشورهای آسیای میانه و دارا بودن ظرفیت‌های فراوان معدنی، کشاورزی و گردشگری، می‌تواند از طریق توسعه‌ی شبکه‌ی ریلی به بازارهای داخلی و بین‌المللی متصل شود

و بدین ترتیب زمینه‌ساز توسعه‌ی پایدار و امنیت منطقه‌ای گردد (روی و قربان‌زاده، ۱۴۰۲: ۱۵۰). با این حال، نبود زیرساخت‌های حمل و نقل ریلی مناسب، این استان را در بن‌بست ارتباطی قرار داده و مانع بهره‌برداری کامل از این ظرفیت‌ها شده است (احمدلو، ۱۴۰۲: ۵). در این میان، شهر بیرجند، در جایگاه مرکز استان، نیازمند توسعه‌ی شبکه‌ی ریلی برای تسهیل دسترسی به بازارهای بزرگ و تقویت جایگاه اقتصادی و سیاسی خود است.

مطالعات نشان می‌دهد که توسعه‌ی شبکه‌ی ریلی در ایران منجر به کاهش هزینه‌های حمل و نقل، افزایش رقابت اقتصادی، جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی و بهبود شرایط حمل و نقل کالاهای معدنی و کشاورزی شده است. همچنین، توسعه‌ی ریلی می‌تواند به کاهش آلودگی‌های زیست‌محیطی و افزایش پایداری حمل و نقل کمک کند که این امر در شرایط تغییرات اقلیمی و دغدغه‌های زیست‌محیطی جهانی اهمیت فراوانی دارد (احمدلو، ۱۴۰۲: ۶). در حوزه‌ی امنیت نیز شبکه‌ی ریلی، با تسهیل انتقال تجهیزات نظامی، افزایش امنیت مرزی و خنثی‌سازی اعتصابات در شبکه‌ی حمل و نقل جاده‌ای، نقش مهمی در ارتقای امنیت پایدار ایفا می‌کند (روی و قربان‌زاده، ۱۴۰۲: ۱۵۴).

زیرساخت‌های ریلی در خراسان جنوبی، به عنوان یکی از مناطق مرزی و راهبردی کشور، از اهمیت و ضرورت ویژه‌ای برخوردارند. توسعه‌ی خطوط ریلی نه تنها موجب تسهیل حمل و نقل و افزایش مبادلات اقتصادی می‌شود بلکه به تقویت پیوندهای اجتماعی و سیاسی میان مرکز و مناطق پیرامونی کمک می‌کند (حسینی، ۱۴۰۲: ۵۸). این امر نقش بسزایی در کاهش احساس محرومیت، افزایش رضایتمندی عمومی و تقویت سرمایه‌ی اجتماعی ساکنان منطقه دارد (یوسفی و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۱۲). همچنین، حضور پررنگ‌تر دولت، از طریق توسعه‌ی زیرساخت‌ها، امنیت پایدار را در مناطق مرزی تضمین و زمینه را برای مقابله با تهدیدات امنیتی و کاهش آسیب‌پذیری‌های اجتماعی فراهم می‌کند (کریمی، ۱۳۹۹: ۷۶). از سوی دیگر، اتصال ریلی خراسان جنوبی به کریدورهای بین‌المللی، ظرفیت دیپلماسی اقتصادی و ژئوپلیتیکی کشور را افزایش می‌دهد و جایگاه ایران را در منطقه ارتقا می‌بخشد (جعفری، ۱۴۰۱: ۲۳). بنابراین، توجه به توسعه‌ی زیرساخت‌های ریلی، در این استان، ضرورتی راهبردی برای تحقق توسعه‌ی متوازن، امنیت پایدار و ارتقای جایگاه ملی و منطقه‌ای کشور محسوب می‌شود (سعیدی، ۱۴۰۳: ۴۴).

با توجه به اهمیت این موضوع، پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش شبکه‌ی ریلی در توسعه‌ی سیاسی فضا و تأثیر آن بر توسعه‌ی اقتصادی و امنیت پایدار استان خراسان جنوبی انجام شده است. این مطالعه، با استفاده از روش کمی و تحلیل داده‌های پیمایشی، به دنبال پاسخ‌گویی به این پرسش است:

- چگونه توسعه‌ی شبکه‌ی ریلی می‌تواند به ارتقای شاخص‌های توسعه‌ی اقتصادی و امنیتی در این استان منجر شود؟

- توسعه‌ی شبکه‌ی ریلی چه تأثیراتی بر ساختار سیاسی و فضایی منطقه دارد؟  
در نهایت، یافته‌های پژوهش می‌تواند مبنایی برای سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان در جهت بهبود زیرساخت‌های حمل و نقل و توسعه‌ی متوازن استان خراسان جنوبی فراهم آورد و نقش راهبردی شبکه‌ی ریلی را در توسعه‌ی سیاسی، اقتصادی و امنیتی این منطقه برجسته سازد.

### پیشینه‌ی پژوهش

بررسی پیشینه‌ی مقاله‌ی حاضر نشان می‌دهد که این موضوع در پژوهش‌های دیگر از دیدگاه‌های مختلف بررسی شده است. دوپاتموکو<sup>۱</sup> و همکاران (2020) در مقاله‌ی «نقش توسعه زیرساخت‌های ریلی در رشد اقتصادی منطقه‌ای»، با استفاده از داده‌های آماری و مدل‌های اقتصادسنجی، نقش توسعه‌ی زیرساخت‌های ریلی را در رشد اقتصادی منطقه‌ای بررسی کردند. نتایج نشان می‌دهد که توسعه‌ی شبکه‌ی ریلی موجب افزایش اشتغال و بهره‌وری در مناطق مورد مطالعه شده است. برگر و انفلو<sup>۲</sup> (2020) در مقاله‌ی «تأثیرات کوتاه‌مدت راه‌آهن‌ها بر اقتصاد شهرها در سوئد» تأثیرات کوتاه‌مدت احداث اولین شبکه‌ی ریلی را در سوئد بر اقتصاد شهرها بررسی کردند. نتایج نشان می‌دهد که شهرهای متصل به شبکه‌ی ریلی رشد اقتصادی بیشتری در مقایسه شهرهای غیرمتصل داشته‌اند. کاسکتا<sup>۳</sup> و همکاران (2019) در مطالعه‌ی «تأثیرات راه‌آهن سریع‌السیر بر دسترسی پذیری و توسعه شهری در ایتالیا»، با استفاده از مدل‌های حمل و

- 
1. Dwiatmoko
  2. Berger & Enflo
  3. Cascetta

نقل و داده‌های شهری، تأثیر توسعه‌ی شبکه‌ی ریلی سریع‌السیار بر دسترسی‌پذیری و توسعه‌ی شهری را بررسی کردند. یافته‌ها نشان می‌دهد که این شبکه‌ها موجب افزایش دسترسی به خدمات و رشد اقتصادی مناطق تحت پوشش شده‌اند. کواالرو<sup>۱</sup> و همکاران (2020) در پژوهش «راه‌آهن‌ها و نابرابری‌های اجتماعی: یک تحلیل فضایی»، با استفاده از تحلیل فضایی، نقش شبکه‌های ریلی را در ایجاد یا کاهش نابرابری‌های اجتماعی بررسی کردند. یافته‌ها نشان می‌دهد که شبکه‌های ریلی می‌توانند هم‌زمان موجب افزایش فرصت‌ها و تشدید برخی نابرابری‌ها شوند. وانگ<sup>۲</sup> و همکاران (2023) در مقاله‌ی «تأثیر ساخت شبکه‌های ریلی سریع‌السیار بر الگوهای فضایی توسعه اقتصادی» به بررسی اثرات ساخت خطوط ریلی سریع‌السیار بر الگوهای فضایی توسعه‌ی اقتصادی در کشور چین پرداختند. این مطالعه، با استفاده از داده‌های آماری و تحلیل مکانی، نشان می‌دهد که توسعه‌ی خطوط ریلی سریع‌السیار موجب افزایش قابل توجه تولید ناخالص داخلی و نرخ شهرنشینی در مسیرهای ریلی شده است. هانیا<sup>۳</sup> (2024) در گزارش «تأثیر اقتصادی شبکه‌های ریلی»، با مرور منابع و تحلیل داده‌های جهانی، نقش شبکه‌های ریلی را به عنوان محرک اصلی رشد اقتصادی و توسعه‌ی بازارها معرفی کرده است. این مطالعه نشان می‌دهد که شبکه‌های ریلی، علاوه بر ایجاد فرصت‌های شغلی، موجب بهبود تجارت و توسعه پایدار اقتصادی می‌شوند. سورتیری<sup>۴</sup> و همکاران (2024) در مقاله‌ی «پایداری سیستم حمل و نقل ریلی نیجریه: دیدگاه اقتصادی»، با روش تلفیقی و تحلیل رگرسیون، نقش سیستم حمل و نقل ریلی را در توسعه‌ی اقتصادی محلی بررسی کردند. نتایج نشان می‌دهد که شبکه‌ی ریلی تأثیر مثبت و معناداری بر توسعه‌ی اقتصادی محلی داشته است. گالوشکو<sup>۵</sup> و همکاران (2024) در مقاله‌ی «تأثیر زیرساخت‌های ریلی بر توسعه پایدار منطقه‌ای»، با تحلیل داده‌های منطقه‌ای، تأثیر زیرساخت‌های ریلی را بر توسعه‌ی پایدار و رفاه اجتماعی بررسی کردند. نتایج نشان می‌دهد که توسعه‌ی زیرساخت‌های ریلی موجب بهبود شرایط اقتصادی و اجتماعی جوامع محلی می‌شود. گوان و لی<sup>۶</sup>

1. Cavallaro
2. Wang
3. Hania
4. Soretire
5. Galushko
6. Guan & Li

(2025) در مقاله‌ی «شبکه ریلی چندلایه منطقه‌ای و توسعه اقتصادی عادلانه»، با استفاده از مدل داده‌های پانل پویا، تأثیر شبکه‌های ریلی چندلایه را بر رشد اقتصادی و عدالت فضایی، در منطقه‌ی دلتای رودخانه یانگ‌تسه چین، بررسی کردند. نتایج نشان می‌دهد که توسعه‌ی شبکه‌های ریلی موجب افزایش رشد اقتصادی و کاهش نابرابری‌های منطقه‌ای می‌شود. انجمن راه‌آهن آمریکا<sup>۱</sup> (2025) در گزارش «حمل و نقل ریلی و اقتصاد آمریکا: محرک رشد، تجارت و فرصت‌ها»، با استفاده از مدل IMPLAN و تحلیل داده‌های اقتصادی، نقش حمل و نقل ریلی در رشد اقتصادی، ایجاد اشتغال و پایداری زنجیره‌ی تأمین را بررسی کردند. یافته‌ها حاکی از اثرگذاری بالای سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های ریلی بر اقتصاد ملی و منطقه‌ای است.

برزگر (۱۳۹۴) پایان‌نامه‌ی «نقش حمل و نقل ریلی در توسعه گردشگری محور گرگان - تهران» را با هدف بررسی تأثیر خط‌آهن گرگان به تهران بر توسعه‌ی گردشگری منطقه انجام داده است. نتایج نشان می‌دهد که استراتژی تنوع، راهبرد اصلی صنعت ریلی محسوب می‌شود و مدیریت کیفیت یکپارچه سازمان‌های حمل‌ونقل کشور با امتیاز ۱۰.۳۹ به عنوان راهبرد اصلی انتخاب شد. همچنین توسعه‌ی خدمات و امکانات در قطارها و ایستگاه‌ها، توسعه‌ی ناوگان ریلی، حمایت دولت از بخش خصوصی و تنوع در روش‌های تهیه و فروش بلیت از دیگر راهبردهای مهم شناسایی شدند. ظهري (۱۳۹۶) در پژوهشی میزان تأثیرگذاری راه‌آهن را بر توسعه‌ی اقتصادی و اجتماعی استان گیلان سنجدیده است. روش تحقیق به صورت کاربردی و تحلیلی - توصیفی و با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای، اسنادی، اینترنتی و مصاحبه با خبرگان بوده است. یافته‌ها نشان می‌دهد راه‌آهن بر بخش‌های گردشگری، بازرگانی، تجارت، کشاورزی، خدمات صنعتی و زیربنایی تأثیر مثبت دارد و موجب افزایش اشتغال، سرمایه‌گذاری و رونق صنعتی و همچنین حمل و نقل ایمن‌تر و ارزان‌تر می‌شود؛ اگرچه بر محیط‌زیست اثر منفی دارد. پادهبان (۱۳۹۶) تأثیر شبکه‌های ارتباطی در توسعه‌ی اقتصاد روستا را با روش تحقیق ترکیبی (مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی و ابزار پرسش‌نامه و عکس) بررسی کرده است. نتایج نشان می‌دهد شبکه‌های ارتباطی باعث افزایش درآمد، گسترش ارتباطات فرهنگی - اجتماعی، تنوع شغلی، رونق کشاورزی، بهبود بهداشت و درمان، حمل و نقل کالا و توسعه‌ی روستا می‌گردد. اسکندری (۱۳۹۶) در پایان‌نامه‌ی «بررسی

جایگاه سازماندهی سیاسی فضا در آمایش سرزمینی استان سیستان و بلوچستان» نشان می‌دهد که توزیع متوازن و هماهنگ فعالیت‌های توسعه‌ای، براساس قابلیت‌های سرزمینی، موجب گسترش عدالت اجتماعی و توسعه‌ی پایدار می‌شود و عدم آمایش صحیح موجب عقب‌ماندگی و توسعه‌ی نابرابر استان شده است. فرامرزی (۱۳۹۷) در پایان‌نامه‌ی «تأثیر شبکه حمل‌ونقل ریلی بر توسعه استان کرمانشاه» اثرات توسعه‌ی حمل‌ونقل ریلی بر توسعه‌ی استان کرمانشاه را با روش‌های کمی و کیفی بررسی کرده و داده‌ها را از طریق مصاحبه و پرسش‌نامه‌ی بین‌مدیران و کارآفرینان جمع‌آوری نموده است. نتایج نشان می‌دهد عبور محورهای مواصلاتی جاده‌ای و ریلی در مکان‌یابی فعالیت‌های اقتصادی نقش مهمی دارد، هزینه‌های تولید را کاهش می‌دهد و بر ایجاد اشتغال مستقیم و غیرمستقیم، افزایش حضور گردشگران، سرمایه‌گذاران، تجار و صنعتگران و توسعه تجارت خارجی تأثیر مثبت می‌گذارد. رسولی (۱۳۹۸)، در پژوهش «بررسی قابلیت‌ها و موانع توسعه استان کرمانشاه از دید جغرافیای سیاسی» شاخص‌های توسعه‌یافتگی، موانع و قابلیت‌های استان کرمانشاه و تعیین شاخص‌های مؤثر بر فرایند توسعه‌یافتگی استان را بررسی کرده است. روش تحقیق کاربردی و توصیفی - تحلیلی و جامعه‌ی آماری نخبگان استان بوده‌اند. نتایج نشان می‌دهد توسعه در نقاط مختلف کشور و استان یکنواخت نیست اما قابلیت‌هایی چون چهار فصل بودن، منابع آبی، هم‌مرزی با عراق، ذخایر معدنی و نیروی کار تحصیل کرده می‌تواند در روند توسعه‌ی استان و کشور نقش مهمی ایفا کند و موجب جذب صنعتگران و سرمایه‌گذاران شود.

پژوهش‌های مذکور عمدتاً بر تأثیرات اقتصادی و فضایی توسعه‌ی شبکه‌های ریلی، در مقیاس‌های ملی و منطقه‌ای، تمرکز داشته‌اند و بیشتر به بررسی رشد اقتصادی، عدالت فضایی، و توسعه‌ی شهری پرداخته‌اند. همچنین، برخی از این مطالعات به تحلیل داده‌های کمی و مدل‌های اقتصادسنجی محدود شده‌اند و کمتر به نقش شبکه‌ی ریلی در توسعه‌ی سیاسی فضا و امنیت پایدار توجه کرده‌اند. اما مقاله‌ی حاضر، علاوه بر بررسی تأثیر شبکه‌ی ریلی بر توسعه‌ی اقتصادی، به طور خاص نقش آن را در توسعه‌ی سیاسی فضا و ارتقای امنیت پایدار استان خراسان جنوبی مورد تحلیل قرار می‌دهد؛ موضوعی که در پژوهش‌های پیشین کمتر مورد توجه قرار گرفته است. همچنین، این مطالعه، با ترکیب روش‌های توصیفی - تحلیلی و پیمایشی و تمرکز بر یک منطقه

کمتر توسعه‌یافته و مرزی، ابعاد جدیدی از اثرات شبکه ریلی را در زمینه‌های اقتصادی، سیاسی و امنیتی به تصویر می‌کشد که می‌تواند به غنای دانش موجود و ارائه‌ی راهکارهای منطقه‌ای کمک کند.

### روش تحقیق

پژوهش حاضر از نوع تحقیقات کاربردی و براساس ماهیت توصیفی - تحلیلی است که با هدف بررسی نقش شبکه‌ی ریلی در توسعه‌ی سیاسی فضا و تأثیر آن بر توسعه‌ی اقتصادی و امنیت پایدار استان خراسان جنوبی انجام شده است. روش گردآوری اطلاعات به دو صورت کتابخانه‌ای و میدانی (پیمایشی) بوده است. جامعه‌ی آماری پژوهش حاضر شامل افراد بالای ۱۸ سال ساکن استان خراسان جنوبی است که به دلیل نامشخص بودن حجم جامعه از فرمول کوکران<sup>۱</sup> جهت برآورد حجم نمونه استفاده شده است؛ بدین منظور ابتدا تعداد ۳۰ پرسش‌نامه در یک نمونه‌گیری تصادفی ساده در بین جامعه‌ی هدف توزیع گشته و واریانس اولیه محاسبه شده که نتایج آن در قالب جدول ۱ ارائه شده است. روش نمونه‌گیری مورد استفاده نیز نمونه‌گیری تصادفی ساده بوده است.

جدول ۱. اطلاعات مربوط به نحوه‌ی برآورد نمونه‌ها و تعداد پرسش‌نامه‌ها

وارینانس اولیه	برآورد نمونه	توزیع شده	برگشتی	قابل استفاده
۰/۱۷۶	۲۷۰	۳۰۰	۲۸۱	۲۷۳

ابزار اصلی تحقیق پرسش‌نامه‌ی محقق‌ساخته است که شامل ۴۵ گویه در دو مؤلفه‌ی توسعه‌ی اقتصادی (۲۴ گویه) و امنیت پایدار (۲۱ گویه) است. پرسش‌نامه‌ها با مقیاس لیکرت پنج‌قسمتی (از خیلی کم تا خیلی زیاد) طراحی شده‌اند. روایی صوری پرسش‌نامه با نظرخواهی از اساتید دانشگاه و کارشناسان حوزه‌ی موضوع تأیید شده و پایایی آن با انجام پیش‌آزمون بر روی ۴۰ پرسش‌نامه و محاسبه ضریب آلفای کرونباخ (بیش از ۰.۹) تضمین شده است (جدول ۲).

1.  $n = \frac{Z^2 a_{/2} \times S^2}{d^2}$

جدول ۲. ضریب آلفای کرونباخ برای بخش‌های مختلف پرسش‌نامه

مؤلفه‌های پرسش‌نامه	تعداد سؤالات	مقدار ضریب آلفای کرونباخ
توسعه‌ی اقتصادی	۲۴	۰/۹۱۹
امنیت پایدار	۲۱	۰/۹۳۶

(منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۴)

### مبانی نظری پژوهش

در این بخش از مقاله به مبانی تئوریک و رویکردها و دیدگاه‌های نظری مرتبط با ارتباط شبکه ریلی و توسعه‌ی سیاسی فضاهای جغرافیایی پرداخته می‌شود. در حقیقت برای درک و فهم دقیق‌تر نقش شبکه‌های ریلی در توسعه‌ی فضاهای جغرافیایی و تأثیرات آن بر اقتصاد و امنیت هر منطقه‌ی جغرافیایی، شناخت پایگاه نظری و چهارچوب‌های تئوریک می‌تواند به انسجام منطقی و تحلیل چهارچوبمند و روشمند کمک نمایند؛ از این رو، در ادامه به مهم‌ترین تأثیرات شبکه‌ی ریلی در توسعه‌ی فضا در ابعاد گوناگون پرداخته خواهد شد.

### نقش شبکه‌ی ریلی در توسعه‌ی سیاسی فضا، توسعه‌ی اقتصادی و امنیت پایدار

#### - اهمیت شبکه‌ی ریلی در توسعه‌ی اقتصادی و سیاسی

شبکه‌های ریلی، به عنوان یکی از مهم‌ترین زیرساخت‌های حمل و نقل، نقش کلیدی در توسعه‌ی اقتصادی و سیاسی و اجتماعی ایفا می‌کنند. توسعه‌ی حمل و نقل ریلی موجب کاهش هزینه‌های جابه‌جایی کالا و مسافر، افزایش بهره‌وری، تسهیل دسترسی به بازارهای داخلی و بین‌المللی و ارتقای شاخص‌های توسعه پایدار می‌شود. مطالعات جهانی نشان می‌دهد که توسعه‌ی شبکه‌های ریلی سریع‌السییر باعث افزایش قابل توجه تولید ناخالص داخلی و رشد اقتصادی مناطق مرتبط شده است (Wang & et al., 2023: 10). همچنین، شبکه‌های ریلی به عنوان ابزاری مؤثر برای کاهش شکاف‌های منطقه‌ای و ایجاد عدالت فضایی شناخته می‌شوند (Donaldson, 2018: 45; Bogart & et al., 2017: 52).

### - تأثیر شبکه‌های ریلی بر توسعه اقتصادی

تحقیقات متعددی نشان داده‌اند که توسعه شبکه‌ی ریلی موجب تحولات ساختاری در اقتصاد می‌شود. در بریتانیا، گسترش شبکه‌ی ریلی در قرن نوزدهم باعث افزایش اشتغال در بخش‌های ثانویه<sup>۱</sup> و ثالثیه<sup>۲</sup> و کاهش اشتغال به کشاورزی شد. منظور از بخش‌های "ثانویه" و "ثالثیه"، در اقتصاد، دسته‌بندی فعالیت‌های اقتصادی براساس نوع و مرحله‌ی تولید است: بخش ثانویه مربوط به فعالیت‌های صنعتی و تولیدی است که شامل تبدیل مواد اولیه به کالاهای ساخته‌شده می‌شود. در این بخش کارخانه‌ها، صنایع معدن، تولید مصالح ساختمانی، تولید ماشین‌آلات و سایر فعالیت‌های صنعتی قرار دارند. به عبارت دیگر، بخش ثانویه نقش واسطه بین استخراج منابع طبیعی و مصرف نهایی کالاها را ایفا می‌کند و بخش ثالثیه به خدمات مربوط است، یعنی فعالیت‌هایی که مستقیماً تولید کالا نمی‌کنند بلکه خدمات مختلف به افراد و کسب و کارها ارائه می‌دهند. مثلاً: خدمات حمل و نقل، آموزش، بهداشت و درمان، تجارت، بانکداری، گردشگری و سایر خدمات را در بر می‌گیرد.

در نتیجه، وقتی گفته شده توسعه شبکه ریلی در قرن نوزدهم در بریتانیا باعث افزایش اشتغال در بخش‌های ثانویه و ثالثیه شده، به این معناست که این توسعه باعث رشد اشتغال در صنایع تولیدی و همچنین در بخش خدمات گردیده؛ درحالی‌که اشتغال در کشاورزی (بخش اول یا اولیه) کاهش یافت. بخش اولیه<sup>۳</sup> مربوط به کشاورزی، ماهیگیری، استخراج منابع طبیعی و فعالیت‌های مشابه است. توسعه‌ی حمل و نقل ریلی معمولاً موجب سهولت در حمل و نقل کالاها و تسهیل فعالیت‌های صنعتی و خدماتی می‌شود که منجر به تغییر ساختار اشتغال به سمت این بخش‌ها می‌گردد (Bogart & et al., 2017: 112; Saylor Academy, 2022: 33). در هند، اتصال مناطق مختلف به شبکه‌ی ریلی درآمد سرانه را افزایش و فقر روستایی را کاهش داده است که این اثرات مثبت بیش از یک قرن باقی مانده‌اند (Maitra & Yu, 2021: 58). همچنین، شبکه‌ی ریلی باعث کاهش هزینه‌های حمل و نقل و افزایش تجارت داخلی و بین‌المللی شده است (Donaldson, 2018: 89).

1. Secondary sector
2. Tertiary sector
3. Primary sector

مطالعات در کشورهای در حال توسعه، مانند نیجریه، نشان می‌دهد که عملیات شبکه‌ی ریلی تأثیر قابل توجهی بر توسعه‌ی اقتصادی محلی دارد و موجب بهبود شرایط اقتصادی و اجتماعی جوامع می‌شود (Soretire & et al., 2024: 6212). همچنین، توسعه‌ی زیرساخت‌های ریلی به‌عنوان محرک اصلی رشد اقتصادی، جذب سرمایه‌گذاری، فعال‌سازی معادن و تسهیل تجارت داخلی و خارجی شناخته می‌شود (Hania, 2024: 26). استان‌هایی با منابع معدنی و موقعیت استراتژیک می‌توانند به‌طور ویژه از توسعه‌ی شبکه‌ی ریلی بهره‌مند و محور توسعه‌ی اقتصادی منطقه‌ای شوند.

#### - نقش شبکه‌ی ریلی در توسعه‌ی سیاسی فضا و امنیت پایدار

علاوه بر تأثیرات اقتصادی، توسعه‌ی شبکه‌ی ریلی نقش مهمی در توسعه‌ی سیاسی فضا و امنیت پایدار ایفا می‌کند. شبکه‌ی ریلی، با تسهیل ارتباطات بین مناطق، کاهش انزوای جغرافیایی و ایجاد پیوندهای اقتصادی و اجتماعی، انسجام ملی و همگرایی سیاسی را تقویت می‌کند. همچنین، شبکه‌ی ریلی در انتقال سریع و امن تجهیزات نظامی، افزایش امنیت مرزی و خنثی‌سازی اعتصابات در شبکه‌ی حمل و نقل جاده‌ای نقش کلیدی دارد که به امنیت پایدار منطقه‌ای منجر می‌شود (Bogart & et al., 2017:115).

مطالعات موردی در مناطق مرزی نشان داده‌اند که توسعه‌ی زیرساخت‌های ریلی می‌تواند شکاف‌های مرکز - پیرامون را کاهش داده و عدالت فضایی و حکمرانی محلی را بهبود بخشد (Donaldson, 2018: 91; Maitra & Yu, 2021: 60). فقدان شبکه‌ی ریلی مناسب، در برخی مناطق، موجب بن‌بست ارتباطی و محدودیت‌های توسعه‌ای شده است که توسعه‌ی این شبکه می‌تواند به رفع این مشکلات و ارتقای امنیت و توسعه‌ی سیاسی فضا کمک کند.

#### - تأثیرات اجتماعی و زیست‌محیطی توسعه‌ی شبکه‌ی ریلی

شبکه‌های ریلی، علاوه بر تأثیرات اقتصادی و امنیتی، اثرات مثبت اجتماعی و زیست‌محیطی نیز دارند. توسعه‌ی حمل و نقل ریلی موجب کاهش آلودگی هوا، صرفه‌جویی در مصرف انرژی و کاهش ترافیک جاده‌ای می‌شود که این موارد در راستای توسعه‌ی پایدار اهمیت فراوانی دارند (Hania, 2024: 16). همچنین، افزایش دسترسی به خدمات، بهبود کیفیت زندگی و کاهش

مهاجرت‌های اجباری از پیامدهای اجتماعی توسعه‌ی شبکه‌ی ریلی محسوب می‌شوند. براساس مبانی نظری فوق، چهارچوب نظری پژوهش در سه محور اصلی خلاصه می‌شود:

**توسعه‌ی اقتصادی:** شبکه‌ی ریلی به عنوان محرک اصلی رشد اقتصادی، جذب سرمایه‌گذاری، فعال‌سازی معادن و تسهیل تجارت داخلی و خارجی عمل می‌کند.

**توسعه‌ی سیاسی فضا و امنیت پایدار:** شبکه‌ی ریلی موجب انسجام سیاسی، کاهش انزوای جغرافیایی، افزایش امنیت مرزی و نظامی و تقویت حکمرانی می‌شود.

**تأثیرات اجتماعی و زیست‌محیطی:** توسعه‌ی شبکه ریلی بهبود شرایط زیست‌محیطی، اجتماعی و کیفیت زندگی جوامع محلی را به دنبال دارد.

این چهارچوب نظری پایه و اساس تحلیل‌های پژوهش حاضر را، در بررسی نقش شبکه‌ی ریلی در توسعه‌ی سیاسی فضا و تأثیر آن بر توسعه‌ی اقتصادی و امنیت پایدار استان خراسان جنوبی، تشکیل می‌دهد (جدول ۳).

جدول ۳. نقش شبکه‌ی ریلی در توسعه‌ی سیاسی فضا، توسعه‌ی اقتصادی و امنیت پایدار

تأثیر مورد انتظار	توضیح	متغیرهای کلیدی	بُعد تحقیق
افزایش تولید ناخالص داخلی، جذب سرمایه‌گذاری، فعال‌سازی معادن، تسهیل تجارت داخلی و خارجی (Maitra & Yu, 2021; Wang & et al., 2025)	گسترش زیرساخت‌های ریلی و اتصال مناطق و بازارها	توسعه‌ی شبکه‌ی ریلی	توسعه‌ی اقتصادی
افزایش بهره‌وری و رقابت‌پذیری	کاهش هزینه‌های جابه‌جایی کالا و مسافر	کاهش هزینه‌های حمل و نقل	
تحول ساختاری اقتصادی (Bogart & et al., 2017)	افزایش اشتغال در بخش‌های ثانویه و ثالثیه و کاهش اشتغال در بخش کشاورزی	تغییرات اشتغال	
تقویت انسجام ملی و همگرایی سیاسی (Donaldson, 2018)	بهبود ارتباطات بین منطقه‌ای و کاهش انزوای جغرافیایی	ارتباط و اتصال بین مناطق	توسعه‌ی سیاسی فضا و امنیت پایدار
ارتقای امنیت پایدار منطقه‌ای (Bogart & et al., 2017)	انتقال سریع و امن تجهیزات نظامی، افزایش کنترل مرزی	امنیت مرزی و نظامی	
افزایش ثبات سیاسی و عدالت اجتماعی (Maitra & Yu, 2021)	کاهش شکاف مرکز-پیرامون، بهبود حکمرانی محلی	حکمرانی و عدالت فضایی	

حمایت از اهداف توسعه پایدار (Hania, 2024)	کاهش آلودگی هوا، صرفه‌جویی در مصرف انرژی، کاهش ترافیک جاده‌ای	مزایای زیست‌محیطی	تأثیرات اجتماعی و زیست‌محیطی
بهبود رفاه و ثبات اجتماعی جوامع محلی	افزایش دسترسی به خدمات، کاهش مهاجرت اجباری	-رفاه اجتماعی و کیفیت زندگی	

(منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۴)

## یافته‌های تحقیق

### توصیف ویژگی‌های نمونه تحقیق

یافته‌های توصیفی نشان می‌دهد که بیشترین سهم سنی افراد مورد مطالعه در بازه‌ی ۳۵ تا ۴۵ سال با ۴۳.۵٪ قرار دارد و پس از آن گروه‌های سنی ۲۵ تا ۳۵ سال و ۴۵ تا ۵۵ سال به ترتیب با ۲۷.۵٪ و ۱۴.۵٪ در رتبه‌های بعدی قرار دارند. از نظر جنسیت، اکثریت نمونه را مردان تشکیل می‌دهند که ۸۷.۸٪ از جامعه‌ی آماری را شامل می‌شوند و زنان ۱۲.۲٪ هستند. همچنین، در حوزه‌ی تحصیلات، بیشترین فراوانی به دارندگان مدرک کارشناسی با ۴۰.۷٪ و کارشناسی‌ارشد با ۴۰٪ اختصاص دارد؛ در حالی که گروه‌های دیپلم و پایین‌تر، کاردانی و دکتری به ترتیب سهم کمتری دارند. این ترکیب جمعیتی و تحصیلی نمایانگر نمونه‌ای با تمرکز سنی میان‌سال و سطح تحصیلات نسبتاً بالا است که می‌تواند اعتبار و قابلیت تعمیم نتایج پژوهش را افزایش دهد.

### تحلیل استنباطی داده‌ها

#### بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها

یافته‌های آزمون کولموگروف - اسمیرنوف نشان می‌دهد که داده‌های مربوط به دو متغیر اصلی پژوهش، یعنی «توسعه‌ی اقتصادی» و «امنیت پایدار»، از توزیع نرمال تبعیت می‌کنند. مقدار آماره آزمون برای متغیر توسعه‌ی اقتصادی برابر با ۰/۹۳۷ و سطح معناداری (sig) آن ۰/۳۴۴ است، و برای متغیر امنیت پایدار مقدار آماره ۰/۸۴۱ با سطح معناداری ۰/۴۷۹ گزارش شده است که هر دو سطح معناداری بالاتر از ۰/۰۵ بوده و بنابراین فرض نرمال بودن توزیع داده‌ها تأیید می‌شود (جدول ۴). با توجه به این نتایج، می‌توان از آزمون‌های پارامتریک برای تحلیل‌های

استنباطی مرتبط با این دو مؤلفه استفاده کرد. لازم به ذکر است که هر یک از این دو متغیر با میانگین پاسخ‌های ۲۴ گویه برای توسعه‌ی اقتصادی و ۲۱ گویه برای امنیت پایدار در پرسش‌نامه سنجیده شده‌اند که، به دلیل مقیاس کمی این میانگین‌ها، تحلیل‌های پارامتریک قابل اعمال است.

جدول ۴. آزمون کولموگروف - اسمیرنوف برای بررسی فرض نرمال بودن متغیرهای تحقیق

نتیجه	sig	سطح معناداری	مقدار آماره آزمون	مؤلفه
نرمال	۰/۳۴۴	۰/۰۵	۰/۹۳۷	توسعه اقتصادی
نرمال	۰/۴۷۹	۰/۰۵	۰/۸۴۱	امنیت پایدار

(منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۴)

## تحلیل استنباطی تأثیرات شبکه‌ی ریلی در روند توسعه‌ی اقتصادی استان خراسان

### جنوبی

از آنجایی که گویه‌های مربوط به مؤلفه‌ی اقتصادی از نوع کیفی است، برای انجام آمار استنباطی و تعمیم نتایج به دست آمده از نمونه‌ی مورد مطالعه به کل جامعه‌ی آماری از آزمون ناپارامتری دوجمله‌ای (Binomial Test)، برای بررسی استنباطی آن‌ها، استفاده می‌شود؛ در این آزمون، فرض‌های  $H_0$  و  $H_1$  به صورت زیر است:

$$H_0: P = 0.5$$

$$H_1: P \neq 0.5$$

داده‌ها نیز به دو گروه طبقه‌بندی می‌شوند: گروه اول شامل پاسخ‌های خیلی کم، کم و متوسط و گروه دوم شامل پاسخ‌های زیاد و خیلی زیاد است. فرض صفر در این آزمون بیان می‌کند نسبت پاسخ‌های دو گروه برابر است. اگر مقدار sig آزمون کمتر از ۰/۰۵ باشد، فرض صفر رد می‌شود و فرض مقابل آن پذیرفته می‌شود.

جدول ۵ نتایج آزمون ناپارامتری دوجمله‌ای مربوط به گویه‌های توسعه‌ی اقتصادی را نشان می‌دهد؛ با توجه به مقدار sig حاصل نتیجه می‌گیریم که:

در همه‌ی گویه‌های توسعه‌ی اقتصادی، مقدار sig آزمون کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد و نسبت پاسخ‌های مشاهده‌شده در گروه اول کمتر از گروه دوم است؛ بنابراین براساس نتایج جدول ۵ دیدگاه افراد در مورد همه‌ی گویه‌های توسعه‌ی اقتصادی در سطح "زیاد" استنباط می‌شود.

جدول ۵. نتایج آزمون ناپارامتری دوجمله‌ای مربوط به ابعاد مختلف توسعه‌ی اقتصادی

نتیجه آزمون	sig	سطح معناداری	نسبت آزمون	نسبت پاسخ‌های مشاهده‌شده	تعداد پاسخ‌های مشاهده‌شده	گروه	گویه‌های توسعه‌ی اقتصادی
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۲۲	۶۰	گروه اول	وضعیت دسترسی تولیدکنندگان به شبکه‌های ریلی در استان خراسان جنوبی تا چه حد در میزان سرمایه‌گذاری آن‌ها تأثیر دارد؟
				۰/۷۸	۲۱۳	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۴۱	۱۱۳	گروه اول	در زمان سرمایه‌گذاری واحدهای تولیدی تا چه حد به مزیت نزدیکی به شبکه‌های ریلی توجه می‌شود؟
				۰/۵۹	۱۶۰	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۱۷	۴۶	گروه اول	شبکه ریلی بر ارتباطات اقتصادی خراسان جنوبی با کشورهای آسیای میانه تا چه حد تأثیرگذار خواهد بود؟
				۰/۸۳	۲۲۷	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۱۵	۴۰	گروه اول	شبکه‌ی ریلی تا چه حد بر فعال شدن بازارچه‌های مرزی با کشور افغانستان تأثیر خواهد داشت؟
				۰/۸۵	۲۳۳	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۱۰	۲۸	گروه اول	در صورتی که کیفیت و دسترسی به شبکه‌ی حمل و نقل ریلی مطلوب باشد، سرمایه‌گذاران به چه میزان ترجیح می‌دهند از آن استفاده کنند؟
				۰/۹۰	۲۴۵	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۱۵	۴۲	گروه اول	اجرای شبکه‌ی ریلی بر هزینه‌ی حمل و نقل محصولات و تأمین مواد اولیه چه قدر تأثیر دارد؟
				۰/۸۵	۲۳۰	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۱۳	۳۶	گروه اول	اجرای شبکه‌ی ریلی بر انتقال پرحجم، ارزان‌قیمت و سریع محصولات تولیدی به بازارهای فروش بین‌المللی و آب‌های گرم تا چه میزان تأثیرگذار خواهد بود؟
				۰/۸۷	۲۳۷	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۱۵	۴۱	گروه اول	

				۰/۸۵	۲۳۲	گروه دوم	شبکه‌ی ریلی تا چه حد در فعال شدن معادن استان و تأسیس کارخانجات بزرگ مرتبط با معادن موجود در استان تأثیرگذار خواهد بود.
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۲۶	۷۱	گروه اول	تأثیر و نقش شبکه‌ی ریلی در مکان‌یابی محل استقرار صنعت تا چه میزان است؟
				۰/۷۴	۲۰۲	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۲۳	۶۴	گروه اول	شبکه‌ی ریلی تا چه اندازه می‌تواند در جلب سرمایه‌گذاری خارجی در استان مؤثر باشد؟
				۰/۷۷	۲۰۹	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۲۰	۵۵	گروه اول	شبکه‌ی ریلی تا چه اندازه می‌تواند در جلب سرمایه‌گذاری داخلی در استان مؤثر باشد؟
				۰/۸۰	۲۱۸	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۲۴	۶۶	گروه اول	ایجاد شبکه‌ی ریلی در استان تا چه حد بر توسعه‌ی متوازن و یکپارچه و پایدار استان تأثیر دارد؟
				۰/۷۶	۲۰۷	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۲۴	۶۶	گروه اول	ایجاد شبکه‌ی ریلی تا چه اندازه موجب بهره‌گیری جوامع محلی از موهبت ریل خواهد شد؟
				۰/۷۶	۲۰۷	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۲۴	۶۵	گروه اول	وجود یک شبکه‌ی ریلی تا چه اندازه می‌تواند در رسیدن به این اهداف تأثیرگذار باشد: بهبود شرایط زیست‌محیطی و ...
				۰/۷۶	۲۰۸	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۲۶	۷۲	گروه اول	سیستم حمل و نقل ریلی تا چه اندازه می‌تواند در به فعلیت رساندن استعدادها و زمینه‌های بالقوه مناطق جغرافیایی استان مؤثر واقع گردد؟
				۰/۷۴	۲۰۱	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۲۳	۸۹	گروه اول	ایجاد شبکه‌ی ریلی در استان تا چه حد در جذب نیروی کار استان و جلوگیری از مهاجرت آنان تأثیر دارد؟
				۰/۶۷	۱۸۴	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۲۴	۹۳	گروه اول	ایجاد شبکه‌ی ریلی در استان تا چه حد بر افزایش ارائه‌ی خدمات و تسهیلات دولت‌ها در مناطق جغرافیایی تأثیر دارد؟
				۰/۶۶	۱۸۰	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۲۴	۶۶	گروه اول	میزان تأثیر شبکه‌ی ریلی بر ارتقای شرایط دسترسی مراکز
				۰/۷۶	۲۰۷	گروه دوم	

							جمعیتی به شبکه‌های ارتباطی به چه میزان خواهد بود؟
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۰۵	۰/۵	۰/۲۰	۵۴	گروه اول	ایجاد شبکه‌ی ریلی تا چه حد بر خروج از انزوای جغرافیایی استان از بدنه‌ی اصلی کشور تأثیر دارد و موجب گسترش عدالت فضایی و جغرافیایی خواهد شد؟
				۰/۱۸۰	۲۱۹	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۰۵	۰/۵	۰/۳۴	۹۳	گروه اول	ایجاد شبکه‌ی ریلی در استان خراسان جنوبی تا چه حد بر از بین بردن شکاف مرکز پیرامون تأثیر دارد؟
				۰/۱۶۶	۱۸۰	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۰۵	۰/۵	۰/۱۴	۳۸	گروه اول	همگرایی و پیگیری مسئولین سه استان سیستان و بلوچستان ، خراسان جنوبی و رضوی تا چه میزان در اجرای شبکه‌ی ریلی محور شرق تأثیرگذار است؟
				۰/۱۸۶	۲۳۵	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۰۵	۰/۵	۰/۳۴	۹۲	گروه اول	ایجاد شبکه‌ی ریلی تا چه حد در فقرزدایی و خروج از توسعه‌نیافتگی استان نقش دارد؟
				۰/۱۶۶	۱۸۱	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۰۵	۰/۵	۰/۲۵	۹۵	گروه اول	ایجاد شبکه‌ی ریلی تا چه میزان موجب شکل‌گیری نهادهای سرمایه‌گذاری محلی در داخل استان خواهد شد؟
				۰/۱۶۵	۱۷۸	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۰۵	۰/۵	۰/۴۱	۱۱۳	گروه اول	ایجاد شبکه‌ی ریلی تا چه میزان مانع خروج سرمایه از استان خواهد شد؟
				۰/۱۵۹	۱۶۰	گروه دوم	

(منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۴)

جدول ۶ نتیجه‌ی آزمون t یک‌نمونه‌ی ای را در مورد متغیر توسعه‌ی اقتصادی نشان می‌دهد؛

در این آزمون، فرض‌های  $H_0$  و  $H_1$  به صورت زیر می‌باشد:

$$H_0: \mu = 3$$

$$H_1: \mu \neq 3$$

$H_0$  بیان می‌کند که تأثیرات شبکه‌ی ریلی در روند توسعه‌ی (اقتصادی-کالبدی) استان در حد متوسط است و  $H_1$  بیان می‌کند که تأثیرات شبکه‌ی ریلی در روند توسعه‌ی (اقتصادی-کالبدی) استان بیشتر از حد متوسط یا کمتر از حد متوسط است.

با توجه به جدول ۶، تأثیرات شبکه‌ی ریلی در روند توسعه‌ی (اقتصادی-کالبدی) استان، با توجه به میزان sig به دست آمده کمتر از ۰/۰۵ است؛ بنابراین فرض  $H_0$  رد می‌شود و با توجه به مقدار میانگین تأثیرات شبکه‌ی ریلی در روند توسعه‌ی (اقتصادی-کالبدی) استان بیشتر از حد متوسط استنباط می‌شود.

جدول ۶. نتیجه‌ی آزمون t در مورد تأثیرات شبکه‌ی ریلی در روند توسعه‌ی (اقتصادی - کالبدی) استان

میانگین نظرات					نتایج آزمون	موارد
نتیجه	sig	آماره آزمون T	درجه آزادی df	$(\mu - 3)$		
بیشتر از حد متوسط	۰/۰۰۰	۳۴/۴۶۲	۲۷۲	۱/۰۶	۴/۰۶	تأثیرات شبکه ریلی در روند توسعه (اقتصادی - کالبدی) استان

(منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۴)

از آن جایی که گویه‌های مربوط به متغیر تأثیرات شبکه ریلی در روند توسعه‌ی (اقتصادی-کالبدی) استان در مقیاس طیف لیکرت و از نوع ترتیبی هستند، برای تعیین مهم‌ترین تأثیرات شبکه‌ی ریلی در روند توسعه‌ی (اقتصادی-کالبدی) استان از میانگین‌های رتبه‌ای و آزمون ناپارامتری فریدمن استفاده شده است. جدول ۷ نتایج حاصل از آزمون فریدمن را نشان می‌دهد. با توجه به این جدول و مقدار sig نتیجه می‌گیریم که بین میانگین‌های رتبه‌ای تأثیرات شبکه‌ی ریلی در روند توسعه‌ی (اقتصادی-کالبدی) استان اختلاف معنادار وجود دارد و در میان تأثیرات شبکه‌ی ریلی در روند توسعه‌ی (اقتصادی-کالبدی) استان، "فعال شدن بازارچه‌های مرزی با کشور افغانستان"، "فعال شدن معادن استان و تأسیس کارخانجات بزرگ مرتبط با معادن موجود در استان" مهم‌ترین تأثیرات شبکه‌ی ریلی در روند توسعه‌ی (اقتصادی-کالبدی) استان است و

"انتقال پرحجم، ارزان قیمت و سریع محصولات تولیدی به بازارهای فروش بین‌المللی" و "آب‌های گرم" و "ارتباطات اقتصادی خراسان جنوبی با کشورهای آسیای میانه" به ترتیب در اولویت‌های بعدی قرار می‌گیرند.

جدول ۷. نتایج آزمون فریدمن به منظور تعیین مهم‌ترین تأثیرات شبکه‌ی ریلی در روند توسعه‌ی

(اقتصادی - کالبدی) استان

نتیجه‌ی آزمون فریدمن		میانگین	تأثیرات شبکه‌ی ریلی در روند توسعه (اقتصادی - کالبدی) استان
Sig	میانگین رتبه‌ای		
./۰۰۰	۱۵/۳۳	۴/۳۷	شبکه‌ی ریلی تا چه حد بر فعال شدن بازارچه‌های مرزی با کشور افغانستان تأثیر خواهد داشت؟
	۱۴/۶۹	۴/۳۳	شبکه‌ی ریلی تا چه حد در فعال شدن معادن استان و تأسیس کارخانجات بزرگ مرتبط با معادن موجود در استان تأثیرگذار خواهد بود.
	۱۴/۴۹	۴/۳۲	اجرای شبکه‌ی ریلی بر انتقال پرحجم، ارزان قیمت و سریع محصولات تولیدی به بازارهای فروش بین‌المللی و آب‌های گرم تا چه میزان تأثیرگذار خواهد گذاشت؟
	۱۴/۳۳	۴/۲۳	شبکه‌ی ریلی بر ارتباطات اقتصادی خراسان جنوبی با کشورهای آسیای میانه تا چه حد تأثیرگذار خواهد بود؟
	۱۳/۹۵	۴/۲۵	اجرای شبکه‌ی ریلی بر هزینه‌ی حمل و نقل محصولات و تأمین مواد اولیه چه قدر تأثیر دارد؟
	۱۳/۹۳	۴/۲۶	در صورتی که کیفیت و دسترسی به شبکه حمل و نقل ریلی مطلوب باشد، سرمایه‌گذاران به چه میزان ترجیح می‌دهند از آن استفاده کنند؟
	۱۳/۶۳	۴/۱۱	وضعیت دسترسی تولیدکنندگان به شبکه‌های ریلی در استان خراسان جنوبی تا چه حد در میزان سرمایه‌گذاری آن‌ها تأثیر دارد؟
	۱۳/۴۲	۴/۱۸	ایجاد شبکه‌ی ریلی تا چه حد بر خروج از انزوای جغرافیایی استان از بدنه‌ی اصلی کشور تأثیر دارد و موجب گسترش عدالت فضایی و جغرافیایی خواهد شد؟
	۱۳/۰۴	۴/۱۴	شبکه‌ی ریلی تا چه اندازه می‌تواند در جلب سرمایه‌گذاری داخلی در استان مؤثر باشد؟
	۱۳/۰۳	۴/۱۳	وجود شبکه‌ی ریلی تا چه اندازه می‌تواند در رسیدن به این اهداف تأثیرگذار باشد: * بهبود شرایط زیست‌محیطی * بهبود سیمای شهری * صرفه‌جویی در مصرف سوخت * افزایش حضور گردشگران

۱۲/۸۶	۴/۱۱	شبکه‌ی ریلی تا چه اندازه می‌تواند در جلب سرمایه‌گذاری خارجی در استان مؤثر باشد؟
۱۲/۴۶	۴/۰۵	ایجاد شبکه‌ی ریلی تا چه اندازه موجب بهره‌گیری جوامع محلی از موهبت ریل خواهد شد؟
۱۲/۳۴	۴/۰۴	ایجاد شبکه‌ی ریلی در استان تا چه حد بر توسعه‌ی متوازن و یکپارچه و پایدار استان تأثیر دارد؟
۱۱/۷۲	۴/۰۱	میزان تأثیر شبکه‌ی ریلی بر ارتقای شرایط دسترسی مراکز جمعیتی به شبکه‌های ارتباطی به چه میزان خواهد بود؟
۱۱/۶۸	۳/۹۶	تأثیر و نقش شبکه‌ی ریلی در مکان‌یابی محل استقرار صنعت تا چه میزان است؟
۱۱/۱۲	۳/۹۴	ایجاد شبکه‌ی ریلی در استان تا چه حد در جذب نیروی کار استان و جلوگیری از مهاجرت آنان تأثیر دارد؟
۱۱/۱۱	۳/۹۳	سیستم حمل و نقل ریلی تا چه اندازه می‌تواند در به فعلیت رساندن استعدادها و زمینه‌های بالقوه مناطق جغرافیایی استان مؤثر واقع گردد؟
۱۱/۰۳	۳/۹۱	ایجاد شبکه‌ی ریلی تا چه حد در فقر زدایی و خروج از توسعه‌نیافتگی استان نقش دارد؟
۱۰/۵۵	۳/۸۴	ایجاد شبکه‌ی ریلی در استان خراسان جنوبی تا چه حد بر از بین بردن شکاف مرکز پیرامون تأثیر دارد؟
۱۰/۵۱	۳/۸۶	ایجاد شبکه‌ی ریلی در استان تا چه حد بر افزایش ارائه خدمات و تسهیلات دولت‌ها در مناطق جغرافیایی تأثیر دارد؟
۱۰/۳۹	۳/۸۵	ایجاد شبکه‌ی ریلی تا چه میزان موجب شکل‌گیری نهادهای سرمایه‌گذاری محلی در داخل استان خواهد شد؟
۱۰	۳/۶۲	در زمان سرمایه‌گذاری واحدهای تولیدی تا چه حد به مزیت نزدیکی به شبکه‌های ریلی توجه می‌شود؟
۹/۱۸	۳/۶۸	ایجاد شبکه‌ی ریلی تا چه میزان مانع خروج سرمایه از استان خواهد شد؟

(منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۴)

### تحلیل استنباطی تأثیرات شبکه‌ی ریلی در روند امنیت پایدار استان خراسان جنوبی

در این قسمت، با توجه به اینکه گویه‌های مربوط به امنیت پایدار از نوع کیفی ترتیبی است، برای انجام تحلیل آمار استنباطی و تعمیم نتایج به دست آمده از نمونه‌ی مورد مطالعه به کل جامعه‌ی آماری از آزمون ناپارامتری دوجمله‌ای (Binomial Test) برای بررسی استنباطی استفاده می‌شود؛ در این آزمون فرض‌های  $H_0$  و  $H_1$  به صورت زیر است:

$$H_0: P = 0.5$$

$$H_1: P \neq 0.5$$

داده‌ها به دو گروه طبقه‌بندی می‌شوند: گروه اول شامل پاسخ‌های خیلی کم، کم و متوسط و گروه دوم شامل پاسخ‌های زیاد و خیلی زیاد می‌باشد. فرض صفر در این آزمون بیان می‌کند نسبت پاسخ‌های دو گروه برابر است. اگر مقدار sig آزمون کمتر از ۰/۰۵ باشد، فرض صفر رد می‌شود و فرض مقابل آن پذیرفته می‌شود.

جدول ۸ نتایج آزمون ناپارامتری دوجمله‌ای مربوط به گویه‌های امنیت پایدار را نشان می‌دهد؛ با توجه به مقادیر sig حاصل نتیجه می‌گیریم که:

در گویه‌های "ایجاد شبکه‌ی ریلی تا چه میزان بر بالا بردن ضریب امنیتی استان تأثیر خواهد گذاشت؟"، "ایجاد شبکه‌ی ریلی تا چه حد بر ارتقای شاخص‌های حکمروایی مطلوب در استان تأثیر خواهد گذاشت؟"، "ایجاد شبکه‌ی ریلی در استان تا چه حد بر امنیت محیط پیرامونی استان تأثیر خواهد گذاشت؟" مقدار sig آزمون بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشد؛ بنابراین، نسبت پاسخ‌های مشاهده‌شده در گروه اول و گروه دوم تفاوت معناداری با هم ندارند و برابرند. در بقیه‌ی گویه‌های امنیت پایدار، مقدار sig آزمون کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد و نسبت پاسخ‌های مشاهده‌شده در گروه اول کمتر از گروه دوم است؛ بنابراین براساس نتایج جدول ۸ دیدگاه افراد در مورد همه‌ی گویه‌های امنیت پایدار در سطح "زیاد" استنباط می‌شود.

جدول ۸. نتایج آزمون ناپارامتری دوجمله‌ای مربوط به ابعاد مختلف امنیت پایدار

نتیجه آزمون	Sig	سطح معناداری	نسبت آزمون	نسبت پاسخ‌های مشاهده‌شده	تعداد پاسخ‌های مشاهده‌شده	گروه	امنیت پایدار
عدم معنی‌داری	۱/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۵۰	۱۳۶	گروه اول	ایجاد شبکه‌ی ریلی تا چه میزان بر بالا بردن ضریب امنیتی استان تأثیر خواهد گذاشت؟
				۰/۵۰	۱۳۷	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۲۹	۸۰	گروه اول	شبکه‌ی ریلی تا چه میزان در افزایش و امنیت انتقال تجهیزات نظامی مؤثر است؟
				۰/۷۱	۱۹۲	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۳۱	۸۳	گروه اول	شبکه‌ی ریلی تا چه میزان بر جابجایی با حجم بیشتر و امنیت بیشتر نیروهای نظامی مؤثر است؟
				۰/۶۹	۱۸۹	گروه دوم	

زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۲۷	۷۳	گروه اول	ایجاد شبکه‌ی ریلی در استان تا چه حد در خروج جغرافیای استان از انزوای ژئوپلیتیکی مؤثر خواهد بود؟
				۰/۷۳	۱۹۹	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۱	۰/۰۵	۰/۵	۰/۴۰	۱۰۸	گروه اول	ایجاد شبکه‌ی ریلی در استان تا چه حد بر کنترل و مدیریت بهتر فضاهای جغرافیایی استان تأثیرگذار خواهد بود؟
				۰/۶۰	۱۶۴	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۱۷	۴۶	گروه اول	ایجاد شبکه‌ی ریلی در استان تا چه حد بر فعال شدن اهداف برنامه‌ی توسعه‌محور شرق تأثیر خواهد گذاشت؟
				۰/۸۳	۲۲۷	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۳۷	۱۰۲	گروه اول	شبکه ریلی تا چه میزان در همگرایی مردم استان با حکومت مرکزی مؤثر است؟
				۰/۶۳	۱۷۱	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۳۸	۱۰۳	گروه اول	ایجاد شبکه‌ی ریلی تا چه میزان در شکل‌گیری احساس امنیت مردم دیگر نقاط ایران نسبت به خراسان جنوبی تأثیر خواهد گذاشت؟
				۰/۶۲	۱۶۹	گروه دوم	
عدم معنی‌داری	۰/۱۰۱	۰/۰۵	۰/۵	۰/۴۵	۱۲۲	گروه اول	ایجاد شبکه‌ی ریلی تا چه حد بر ارتقای شاخص‌های حکمروایی مطلوب در استان تأثیر خواهد گذاشت؟
				۰/۵۵	۱۵۰	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۳۷	۱۰۱	گروه اول	ایجاد شبکه‌ی ریلی در استان تا چه میزان بر امنیت مرزی استان تأثیر خواهد گذاشت؟
				۰/۶۳	۱۷۲	گروه دوم	
عدم معنی‌داری	۰/۳۰۳	۰/۰۵	۰/۵	۰/۴۷	۱۲۷	گروه اول	ایجاد شبکه‌ی ریلی در استان تا چه حد بر امنیت محیط پیرامونی استان تأثیر خواهد گذاشت؟
				۰/۵۳	۱۴۵	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۱۷	۴۶	گروه اول	شبکه‌ی ریلی تا چه میزان می‌تواند اعتصابات شبکه‌ی حمل و نقل جاده‌ای را خنثی نماید و موجب امنیت اقتصادی گردد؟
				۰/۸۳	۲۲۶	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۱۶	۴۵	گروه اول	شبکه‌ی ریلی تا چه میزان می‌تواند بر پایداری انبارهای ذخیره‌ی کالاهای اساسی (امنیت غذایی) تأثیرگذار باشد؟
				۰/۸۴	۲۲۸	گروه دوم	

زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۱۹	۵۲	گروه اول	شبکه‌ی ریلی تا چه میزان می‌تواند بر پایداری موجودی انبارهای ذخیره‌ی سوخت تأثیرگذار باشد؟
				۰/۸۱	۲۲۱	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۳۶	۹۷	گروه اول	ایجاد شبکه‌ی ریلی تا چه حد به در هم جوشی بیشتر مردم استان با بقیه نقاط کشور تأثیر خواهد داشت؟
				۰/۶۴	۱۷۶	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۴۵	۰/۰۵	۰/۵	۰/۴۴	۱۱۹	گروه اول	ایجاد شبکه‌ی ریلی در استان تا چه حد در جلوگیری از حفره‌های امنیتی یا حفره‌ی دولت در استان تأثیر خواهد گذاشت؟
				۰/۵۶	۱۵۳	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۳۸	۱۰۳	گروه اول	ایجاد شبکه‌ی ریلی تا چه حد بر بالا بردن امنیت ملی ایران تأثیر خواهد گذاشت؟
				۰/۶۲	۱۶۹	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۳۵	۹۵	گروه اول	ایجاد شبکه‌ی ریلی در استان تا چه میزان بر شکل‌گیری احساس امنیت (مثبت) شهروندان استان تأثیر خواهد گذاشت؟
				۰/۶۵	۱۷۷	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۳۶	۹۹	گروه اول	شبکه‌ی ریلی تا چه میزان بر احداث زیرساخت‌های نظامی در استان تأثیرگذار خواهد بود؟
				۰/۶۴	۱۷۳	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۳۹	۱۰۶	گروه اول	شبکه‌ی ریلی تا چه میزان بر سرمایه‌گذاری شرکت‌های مرتبط با نهادهای نظامی در استان مؤثر خواهد بود؟
				۰/۶۱	۱۶۵	گروه دوم	
زیاد	۰/۰۰۰	۰/۰۵	۰/۵	۰/۲۶	۷۲	گروه اول	ایجاد شبکه‌ی ریلی تا چه حد بر ارتقای حس هویت ملی مردم استان تأثیر خواهد گذاشت؟
				۰/۷۴	۲۰۱	گروه دوم	

(منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۴)

جدول ۹ نتیجه‌ی آزمون t یک‌نمونه‌ای را در مورد متغیر امنیت پایدار نشان می‌دهد؛ در این آزمون فرض‌های  $H_0$  و  $H_1$  به صورت زیر می‌باشد:

$$H_0: \mu = 3$$

$$H_1: \mu \neq 3$$

$H_0$  بیان می‌کند که تأثیرات شبکه‌ی ریلی در راستای امنیت پایدار استان در حد متوسط می‌باشد و  $H_1$  بیان می‌کند که تأثیرات شبکه‌ی ریلی در راستای امنیت پایدار استان بیشتر از حد متوسط یا کمتر از حد متوسط است.

در مورد تأثیرات شبکه‌ی ریلی در راستای امنیت پایدار استان، با توجه به اینکه میزان sig به دست آمده در جدول ۹ کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد، نتیجه می‌گیریم که فرض  $H_0$  رد می‌شود و با توجه به مقدار میانگین تأثیرات شبکه‌ی ریلی در راستای امنیت پایدار استان بیشتر از حد متوسط استنباط می‌شود.

جدول ۹. نتیجه‌ی آزمون t در مورد تأثیرات شبکه‌ی ریلی در راستای امنیت پایدار استان

میانگین نظرات					میانگین نظرات	نتایج آزمون
نتیجه	sig	آماره آزمون t	درجه آزادی Df	اختلاف از میانگین		
بیشتر از حد متوسط	۰/۰۰۰	۲۳/۵۹۸	۲۷۲	۰/۸۶	۳/۸۶	تأثیرات شبکه‌ی ریلی در راستای امنیت پایدار استان

(منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۴)

از آن جایی که گویه‌های مربوط به متغیر تأثیرات شبکه‌ی ریلی در راستای امنیت پایدار استان در مقیاس طیف لیکرت و از نوع ترتیبی هستند، برای تعیین مهم‌ترین تأثیرات شبکه‌ی ریلی در راستای امنیت پایدار استان از میانگین‌های رتبه‌ای و آزمون ناپارامتری فریدمن استفاده شده است.

جدول ۱۰ نتایج حاصل از آزمون فریدمن را نشان می‌دهد. با توجه به این جدول و مقدار sig نتیجه می‌گیریم که بین میانگین‌های رتبه‌ای تأثیرات شبکه‌ی ریلی در راستای امنیت پایدار استان اختلاف معنادار وجود دارد و در میان تأثیرات شبکه‌ی ریلی در راستای امنیت پایدار استان، "تأثیر بر پایداری انبارهای ذخیره کالاهای اساسی (امنیت غذایی)"، "حنثی نمودن اعتصابات شبکه‌ی حمل و نقل جاده‌ای" مهم‌ترین تأثیرات شبکه‌ی ریلی در راستای امنیت پایدار استان

است و "فعال شدن اهداف برنامه‌ی توسعه‌محور شرق" و "پایداری موجودی انبارهای ذخیره‌ی سوخت" به ترتیب در اولویت‌های بعدی قرار می‌گیرند.

جدول ۱۰. نتایج آزمون فریدمن به منظور تعیین مهم‌ترین تأثیرات شبکه‌ی ریلی در راستای امنیت پایدار استان

نتیجه‌ی آزمون فریدمن		میانگین	تأثیرات شبکه‌ی ریلی در راستای امنیت پایدار استان
Sig	میانگین رتبه‌ای		
.۰/۰۰۰	۱۳/۸۵	۴/۲۵	شبکه‌ی ریلی تا چه میزان می‌تواند بر پایداری انبارهای ذخیره‌ی کالاهای اساسی (امنیت غذایی) تأثیرگذار باشد؟
	۱۳/۵۲	۴/۲۱	شبکه‌ی ریلی تا چه میزان می‌تواند اعتصابات شبکه‌ی حمل و نقل جاده‌ای را خنثی نماید و موجب امنیت اقتصادی گردد؟
	۱۳/۴۶	۴/۱۹	ایجاد شبکه‌ی ریلی در استان تا چه حد بر فعال شدن اهداف برنامه‌ی توسعه‌محور شرق تأثیر خواهد گذاشت؟
	۱۳/۱۵	۴/۱۷	شبکه‌ی ریلی تا چه میزان می‌تواند بر پایداری موجودی انبارهای ذخیره‌ی سوخت تأثیرگذار باشد؟
	۱۳/۸۲	۳/۹۶	شبکه‌ی ریلی تا چه میزان بر جابجایی با حجم بیشتر و امنیت بیشتر نیروهای نظامی مؤثر است؟
	۱۳/۷۸	۳/۹۶	ایجاد شبکه‌ی ریلی تا چه حد به ارتقا حس هویت ملی مردم استان تأثیر خواهد گذاشت؟
	۱۱/۷۵	۳/۹۷	شبکه‌ی ریلی تا چه میزان در افزایش و امنیت انتقال تجهیزات نظامی مؤثر است؟
	۱۱/۷۰	۳/۹۶	ایجاد شبکه‌ی ریلی در استان تا چه حد در خروج جغرافیای استان از انزوای ژئوپلیتیکی مؤثر خواهد بود؟
	۱۰/۸۳	۳/۸۲	ایجاد شبکه‌ی ریلی در استان تا چه میزان بر شکل‌گیری احساس امنیت (مثبت) شهروندان استان تأثیر خواهد گذاشت؟
	۱۰/۷۰	۳/۸۰	ایجاد شبکه‌ی ریلی تا چه حد در در هم جوشی بیشتر مردم استان با بقیه‌ی نقاط کشور تأثیر خواهد داشت؟
	۱۰/۶۳	۳/۸۲	شبکه‌ی ریلی تا چه میزان بر احداث زیرساخت‌های نظامی در استان تأثیرگذار خواهد بود؟
	۱۰/۳۹	۳/۷۹	شبکه‌ی ریلی تا چه میزان در همگرایی مردم استان با حکومت مرکزی مؤثر است؟
	۱۰/۳۵	۳/۷۷	ایجاد شبکه‌ی ریلی تا چه حد بر بالا بردن امنیت ملی ایران تأثیر خواهد گذاشت؟
	۱۰/۳۱	۳/۷۷	ایجاد شبکه‌ی ریلی در استان تا چه میزان بر امنیت مرزی استان تأثیر خواهد گذاشت؟

۱۰/۰۸	۳/۷۲	ایجاد شبکه‌ی ریلی تا چه میزان در شکل‌گیری احساس امنیت مردم دیگر نقاط ایران نسبت به خراسان جنوبی تأثیر خواهد گذاشت؟
۱۰/۰۵	۳/۷۴	ایجاد شبکه‌ی ریلی در استان تا چه حد بر کنترل و مدیریت بهتر فضاهای جغرافیایی استان تأثیرگذار خواهد بود؟
۹/۹۲	۳/۷۳	شبکه‌ی ریلی تا چه میزان بر سرمایه‌گذاری شرکت‌های مرتبط با نهادهای نظامی در استان مؤثر خواهد بود؟
۹/۵۰	۳/۶۷	ایجاد شبکه‌ی ریلی در استان تا چه حد در جلوگیری از حفره‌های امنیتی یا حفره دولت در استان تأثیر خواهد گذاشت؟
۹/۲۱	۳/۶۳	ایجاد شبکه‌ی ریلی تا چه حد بر ارتقای شاخص‌های حکمروایی مطلوب در استان تأثیر خواهد گذاشت؟
۹/۰۵	۳/۶۰	ایجاد شبکه‌ی ریلی در استان تا چه حد بر امنیت محیط پیرامونی استان تأثیر خواهد گذاشت؟
۸/۹۵	۳/۶۰	ایجاد شبکه‌ی ریلی تا چه میزان بر بالا بردن ضریب امنیتی استان تأثیر خواهد گذاشت؟

(منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۴)

### بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های آماری پژوهش نشان می‌دهد که توسعه‌ی شبکه‌ی ریلی در استان خراسان جنوبی تأثیر معنادار و قابل توجهی بر ارتقای شاخص‌های اقتصادی استان دارد. براساس آزمون فریدمن، مهم‌ترین اولویت‌ها و تأثیرات اقتصادی شبکه‌ی ریلی عبارت‌اند از:

**فعال‌سازی بازارچه‌های مرزی با افغانستان** که موجب رونق تجارت خارجی، افزایش صادرات و تنوع بازارهای هدف می‌شود.

**احیای معادن و تأسیس کارخانجات مرتبط** که با تسهیل حمل و نقل مواد اولیه و محصولات معدنی و صنعتی زمینه‌ساز رشد بخش صنعت و معدن استان است.

**انتقال سریع و ارزان محصولات به بازارهای بین‌المللی** که باعث کاهش هزینه‌های حمل‌ونقل، افزایش رقابت‌پذیری تولیدکنندگان و جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی می‌گردد.

**پایداری انبارهای ذخیره‌ی کالاهای اساسی و سوخت** که امنیت غذایی و انرژی استان را تضمین و تاب‌آوری اقتصادی منطقه را افزایش می‌دهد.

**خنثی سازی اعتصابات شبکه‌ی حمل و نقل جاده‌ای** که موجب پایداری زنجیره‌ی تأمین و کاهش ریسک‌های اقتصادی می‌شود.

تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که شبکه‌ی ریلی نه تنها در بُعد اقتصادی بلکه در ارتقای امنیت پایدار استان نیز نقش کلیدی ایفا می‌کند. مهم‌ترین آثار امنیتی شبکه‌ی ریلی براساس اولویت‌های آماری عبارت‌اند از:

**افزایش امنیت اقتصادی و اجتماعی** با ایجاد فرصت‌های شغلی، کاهش بیکاری و افزایش رضایت‌مندی عمومی.

**تقویت امنیت مرزی و کاهش آسیب‌پذیری‌های اجتماعی** از طریق کنترل بهتر مرزها و تسهیل حضور دولت در مناطق مرزی.

**ارتقای سرمایه‌ی اجتماعی و کاهش احساس محرومیت** با افزایش پیوندهای اجتماعی و سیاسی میان مرکز و مناطق پیرامونی.

**تسهیل انتقال تجهیزات و امکانات نظامی** که موجب افزایش آمادگی دفاعی و امنیتی استان می‌شود.

**کاهش قاچاق و جرایم مرزی** به واسطه حضور پررنگ‌تر دولت و توسعه‌ی زیرساخت‌های رسمی حمل و نقل.

داده‌های پیمایشی نشان می‌دهد که توسعه‌ی شبکه‌ی ریلی موجب تقویت نقش استان در ساختار سیاسی - فضایی کشور می‌شود. اتصال استان به کریدورهای بین‌المللی، افزایش ظرفیت دیپلماسی اقتصادی و ارتقای جایگاه ژئوپلیتیکی استان از جمله آثار مثبت این توسعه محسوب می‌شود. همچنین، توسعه‌ی ریلی به عنوان ابزاری برای تحقق عدالت فضایی و کاهش نابرابری‌های منطقه‌ای تلقی می‌گردد.

براساس آزمون‌های آماری، فعال‌سازی بازارچه‌های مرزی و معادن، انتقال سریع محصولات، پایداری ذخایر کالا و ارتقای امنیت اقتصادی و اجتماعی به ترتیب بالاترین امتیاز را در میان مؤلفه‌های توسعه‌ی اقتصادی و امنیتی کسب کرده‌اند. این نتایج نشان می‌دهد که سیاست‌گذاران باید تمرکز ویژه‌ای بر این اولویت‌ها داشته باشند تا بیشترین اثربخشی را از توسعه‌ی شبکه‌ی ریلی در استان شاهد باشند.

در مجموع، یافته‌های پیمایشی و تحلیل آماری نشان می‌دهد که توسعه‌ی شبکه‌ی ریلی در استان خراسان جنوبی نه تنها محرک اصلی رشد اقتصادی و صنعتی است بلکه به طور هم‌زمان موجب ارتقای امنیت پایدار، تقویت سرمایه اجتماعی و تحقق توسعه‌ی سیاسی - فضایی می‌شود. در شرایط کنونی که استان با چالش‌هایی چون بن‌بست ارتباطی، بیکاری و آسیب‌پذیری مرزی مواجه است، توسعه‌ی ریلی می‌تواند به عنوان یک راهبرد کلیدی و چندبُعدی در دستور کار قرار گیرد.

### پیشنهادات نهایی براساس اولویت‌های یافته‌های پیمایشی

- تسریع در احداث و توسعه‌ی خطوط ریلی با اولویت اتصال به بازارچه‌های مرزی و معادن: با توجه به نقش تعیین‌کننده این خطوط در رونق صادرات، فعال‌سازی معادن و ایجاد اشتغال، پیشنهاد می‌شود توسعه‌ی خطوط ریلی، به‌ویژه در محورهای منتهی به بازارچه‌های مرزی و مناطق معدنی، در اولویت قرار گیرد.

- ایجاد و تجهیز انبارهای ذخیره کالا و سوخت در مجاورت ایستگاه‌های ریلی: جهت افزایش تاب‌آوری اقتصادی و امنیت غذایی و انرژی استان، لازم است انبارهای ذخیره‌ی کالاهای اساسی و سوخت در کنار ایستگاه‌های اصلی ریلی ایجاد و تجهیز شوند.

- تدوین بسته‌های حمایتی برای جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در حوزه‌ی حمل و نقل ریلی: با هدف افزایش بهره‌وری و توسعه‌ی خدمات، دولت باید با ارائه‌ی مشوق‌های مالیاتی، تسهیلات بانکی و تضمین خرید خدمات، زمینه‌ی حضور فعال بخش خصوصی را در توسعه و بهره‌برداری از شبکه‌ی ریلی فراهم کند.

- ایجاد سامانه‌های هوشمند مدیریت حمل و نقل و امنیت مرزی در بستر شبکه‌ی ریلی: توسعه‌ی سامانه‌های هوشمند برای رصد و کنترل حمل و نقل کالا و مسافر، ارتقای امنیت مرزی و کاهش قاچاق از طریق شبکه‌ی ریلی ضروری است.

- برنامه‌ریزی برای توسعه‌ی پیوسته شبکه‌ی ریلی و اتصال استان به کریدورهای بین‌المللی: اتصال خراسان جنوبی به کریدورهای بین‌المللی حمل‌ونقل موجب افزایش ظرفیت

دیپلماسی اقتصادی و ارتقای جایگاه ژئوپلیتیکی استان و کشور خواهد شد؛ بنابراین باید در برنامه‌های میان‌مدت و بلندمدت توسعه استان لحاظ گردد.

تحلیل پیمایشی و آماری پژوهش حاضر به روشنی نشان می‌دهد که توسعه‌ی شبکه‌ی ریلی در استان خراسان جنوبی راهبردی چندبُعدی و کلیدی برای رشد اقتصادی، ارتقای امنیت پایدار و توسعه‌ی سیاسی فضا است. اجرای دقیق و اولویت‌بندی شده پیشنهادات فوق می‌تواند زمینه‌ساز تحولات مثبت و پایدار در استان و منطقه شرق کشور باشد.

---

**تعارض منافع:** هیچ گونه تعارض منافع در این پژوهش وجود ندارد.

## منابع

- احمدلو، مجید (۱۴۰۲). نقش توسعه شبکه راه‌آهن در ارتقای زیرساخت حمل‌ونقل در استان‌های کمتر توسعه‌یافته. تهران: دانشگاه تهران.
- اسکندری، زهرا (۱۳۹۶). بررسی جایگاه سازماندهی سیاسی فضا در آمایش سرزمینی استان سیستان و بلوچستان (پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیای سیاسی)، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فرودوسی، مشهد، ایران.
- برزگر، سارا (۱۳۹۴). نقش حمل‌ونقل ریلی در توسعه گردشگری محور گرگان - تهران (پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت گردشگری)، دانشکده گردشگری، مؤسسه آموزش عالی حکیم جرجانی، گرگان، ایران.
- جعفری، سارا (۱۴۰۱). دیپلماسی حمل‌ونقل و جایگاه ایران در منطقه. تهران: مرکز مطالعات استراتژیک.
- حسینی، محمد (۱۴۰۲). توسعه زیرساخت حمل‌ونقل و نقش آن در امنیت مناطق مرزی. تهران: دانشگاه تهران.
- رسولی، نگین (۱۳۹۸). بررسی قابلیت‌ها و موانع توسعه استان کرمانشاه از دید جغرافیای سیاسی. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیای سیاسی)، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه پیام نور، روانسر، کرمانشاه، ایران.
- سعیدی، نسترن (۱۴۰۳). توسعه متوازن و نقش زیرساخت‌های راه‌آهن. تهران: سمت.
- فرامرزی، امیر (۱۳۹۷). تأثیر شبکه حمل‌ونقل ریلی بر توسعه استان کرمانشاه. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت)، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، مؤسسه آموزش عالی جهاد دانشگاهی، کرمانشاه، ایران.
- ظهری، الناز (۱۳۹۶). نقش راه‌آهن قزوین - رشت در توسعه اقتصادی استان گیلان (پایان‌نامه کارشناسی ارشد شهرسازی)، دانشکده معماری و هنر، دانشگاه گیلان، گیلان، ایران.
- کریمی، رضا (۱۳۹۹). امنیت پایدار و زیرساخت‌های حمل‌ونقل. بیرجند: دانشگاه بیرجند.
- یوسفی، امیرحسین، دارابی، مهدی، سلیمانی، زهرا، و رضایی، نرگس (۱۴۰۰). تأثیرات اجتماعی و اقتصادی خطوط راه‌آهن در مناطق محروم. مشهد: پژوهشکده توسعه منطقه‌ای.

- American Association of Railroads. (2025). Rail transportation and the U.S. economy: Fueling growth, trade, and opportunity. <https://www.aar.org/wp-content/uploads/2025/02/AAR-PE-Economic-Impact-Report-2025-FINAL.pdf>
- Berger, T., & Enflo, K. (2020). Short-term impacts of railroads on town economies in Sweden. *Journal of Economic Geography*, 20(5), 1033–1056.
- Bogart, D., & Eden, M., Yang, D., (2017). Historical railway impacts on regional economic development. *Economic History Review*, 70(1), 45–60.
- Cascetta, E., Carteni, A., & Montanino, M. (2019). Decision-making processes in transportation planning: A taxonomy and four theoretical models. In E. Venezia (Ed.), *The decision-making process for infrastructural investment choices* (pp. 112–143). Franco Angeli. Milan, Italy.
- Cavallaro, F., Bruzzone, F., & Nocera, S. (2020). Spatial and social equity implications for High-Speed Railway lines in Northern Italy. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*. Advance online publication.
- Donaldson, D. (2018). Railroads and spatial economic development. *American Economic Review*, 108(4-5), 899–934.
- Dwiatmoko, H., Hidayat, A. K., Supriyatno, D., Mudjanarko, S. W., & Ramli, M. I. (2020). The influence of railway development on the Indonesian national economy: An input-output approach. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 419, 012104.
- Galushko, O., Kovalenko-Marchenkova, Y., Chernova, N., Kasadzhyk, A., & Gechbaia, B. (2024). Impact of railway infrastructure on sustainable development of regions. *E3S Web of Conferences*, 558, 01035.
- Hania, S. (2024). The economic impact of rail networks. Rail Vision Reports. <https://railvisionreports.org/economic-impact>
- Maitra, P., & Yu, W. (2021). The long shadow of infrastructure development: Long run effects of railway construction in colonial India. *Monash Economics Working Papers*, 2021-01. Monash University, Department of Economics.

- Soretire, O. O., Adeyemi, O. S., & Akinboade, O. A. (2024). Sustainability of Nigeria's rail transport system: An economic perspective. *International Journal of Scientific Research and Management*, 12(4), 6210–6216.
- Wang, C., Chen, J., Li, B., Chen, N., & Wang, W. (2023). Impact of high-speed railway construction on spatial patterns of regional economic development along the route: A case study of the Shanghai–Kunming high-speed railway. *Socio-Economic Planning Sciences*, 87(PB), Article 101583.



## A Sociological Analysis of Conspicuous Consumption in Death Industry: The Case of Birjand

Najmeh Moodi<sup>1</sup>

Hamid Masoudi<sup>2</sup>

Received: 14/04/2025

Accepted: 02/08/2025

### Introduction

Death, as a multifaceted phenomenon in the social sciences, is examined through cultural, psychological, and economic lenses, carrying profound meanings across societies. In Western contexts, death rituals have shifted from traditional ceremonies to personalized, commodified practices that emphasize individuality and identity (Bryant-Jefferies, 2006; Mandel & Smeesters, 2008). Such conspicuous consumption enables individuals to symbolically address mortality and pursue desires for immortality (Zaleskiewicz et al., 2013). In contrast, in Iran—particularly in Birjand—mourning rituals are deeply rooted in religious and traditional values, maintaining a collective nature that fosters social cohesion. These rituals include elaborate ceremonies on the first, third, seventh, and fortieth days after death, marked by extensive participation of kin and lavish hospitality, differing from the Western focus on personal memorials (Khodadadi Sangdeh et al., 2014).

Cultural and economic transformations, amplified by media influence, have driven the trend toward conspicuous consumption in death rituals. Sociological theories, including agenda-setting (McCombs & Shaw, 1972), cultivation (Gerbner et al., 1986), and consumption (Baudrillard, 2016), suggest that media portrayals of lavish ceremonies elevate them as symbols of social status, promoting consumptive patterns. In Birjand, social and economic pressures compel families to organize costly rituals, resulting in both psychological and financial strain. This study sociologically analyzes Birjand residents' inclination toward the death industry,

---

1. M.A. Student, Social Sciences Research, University of Birjand, najmeh.mooodi@gmail.com

2. Assistant Professor, Department of Sociology, Faculty of Literature and Humanities, University of Birjand, Iran, hmdmasoudi@birjand.ac.ir (Corresponding Author)



### COPYRAGHTS

2023 by the authors. Published by the General Office of Islamic Culture and Direction southern Khorasan. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

exploring its causes, contexts, strategies, and consequences, and proposes solutions for mitigating pressures and redefining mourning practices.

### **Methodology**

This research adopts a qualitative approach using the systematic grounded theory method, based on Strauss and Corbin (2016), which emphasizes deriving theory from systematically collected data without preconceived assumptions (Strauss & Corbin, 2016: 34). This method was chosen to directly investigate the phenomenon of death in real-life contexts, capturing the ritualistic and emotional shifts in Birjand's mourning practices. Theoretical sampling was employed, involving simultaneous data collection and analysis to develop the theory (Flick et al., 2017: 138). Sixteen semi-structured interviews with organizers of lavish funeral ceremonies in Birjand were conducted until theoretical saturation was reached. Purposive and snowball sampling methods were used to select participants. Validity was ensured through rigorous execution of each stage, from data collection to analysis. Reliability was established through credibility (reflecting interviewees' perspectives), confirmability (using credible sources), dependability (detailed coding and analysis processes), and transferability (rich descriptions of Birjand's cultural and social context). Findings indicate that the inclination toward costly ceremonies stems from social pressures, the preservation of honor, and adherence to cultural norms, providing a robust framework for understanding this phenomenon.

### **Findings**

Using grounded theory, 324 codes, 201 concepts, and 31 main categories were extracted from interviews with 16 funeral organizers in Birjand. These were analyzed within a paradigmatic model encompassing causal, contextual, and intervening conditions, as well as strategies and consequences. The central phenomenon, termed the "death industry" is shaped by causal conditions such as concern for public perception, honoring the deceased, consolidating social status, maintaining spiritual bonds, displaying identity, adapting to crises, simplifying processes, cultural influence, sustained empathy, balancing aesthetics with ritual meaning, and emotional impact. Contextual conditions include entrenched traditions, economic dynamics, social participation, and the harms associated with superficiality in mourning practices.

Identified strategies involve managing social and financial pressures, reducing costs, integrating cultural and traditional elements, resisting lavish rituals, and emphasizing spiritual solace and higher mourning objectives. However, these strategies encounter challenges such as operational difficulties, psychological stress, and financial burdens. The consequences extend across social and cultural dimensions of mourning, financial complexities, psychological and emotional effects, spiritual and religious values, transformations in ritual practices, and operational challenges. Overall, the findings indicate that the inclination toward costly ceremonies in Birjand arises from social pressures, cultural norms, and the desire to display social status, yet it also generates significant financial,

psychological, and operational challenges. The results provide a comprehensive framework for understanding this phenomenon and suggest actionable solutions to mitigate associated pressures.

### **Discussion and Conclusion**

The inclination of Birjand residents toward the death industry is a complex phenomenon shaped by the interplay of social, cultural, economic, and psychological factors, amplified by media influence, conspicuous consumption, and identity redefinition. Qualitative findings, grounded in interviews and supported by sociological theories, reveal that motivations such as concern for public perception, honoring the deceased, consolidating social status, maintaining spiritual bonds, and displaying identity drive families to organize costly rituals. Theories such as agenda-setting (Shaw & McCombs, 1972), cultivation (Gerbner et al., 1986), hypodermic needle (Severin & Tankard, 2001), and diffusion (Kapferer, cited in Mohammadpour et al., 2009) demonstrate how media portrayals of lavish ceremonies establish them as symbols of social prestige, thereby promoting consumptive behaviors. Likewise, theories of consumption (Baudrillard, 2016), conspicuous consumption (Veblen, cited in Bayngani et al., 2013), and habitus (Bourdieu, cited in Hamidi & Faraji, 2008) highlight families' use of luxury services to display identity and social standing. Giddens' theory of reflexivity (cited in Alizadeh Aghdam, 2019) further suggests that in modern societies, individuals redefine their identities through lifestyle choices, including ritual practices.

The consequences of this trend include financial pressures, psychological stress, cultural shifts in mourning practices, and operational challenges, often transforming mourning from a process of solace into one of competition. To mitigate these pressures, proposed solutions include public education to promote simplified rituals, media campaigns advocating meaningful mourning, provision of counseling and financial support services, and a stronger emphasis on cultural and religious values over superficial displays. This study provides both a theoretical and empirical framework for redefining death rituals as meaningful, cohesive practices. It offers guidance for cultural and social policymaking aimed at alleviating the burdens on bereaved families and fostering rituals that prioritize emotional healing and social solidarity.

**Keywords:** Death Industry, Funeral Rituals, Sociology of Consumption, Consumptive Rituals, Conspicuous Consumption.

## References

- Abdollahian, H., & Hasani, H. (2010). Tablighat-e tejari va masrafgarayi: tahlil-e neshaneh-shenakhti-ye agahi-haye tejari-ye telewiziyoni dar Iran [Commercial advertising and consumerism: A semiotic analysis of television commercials in Iran]. *Communication Research*, 17(62), 107–125. [In Persian]
- Ahmadzadeh Kermani, R. (2011). Daramadi bar padidarshenasi-ye faza-ye majazi [An introduction to the phenomenology of cyberspace]. *Media Studies*, 12(6), 55–82. [In Persian]
- Akhunov, A. M. (2024). Tradition or Sharia: The transformation of funeral culture in post-Soviet Tatarstan. *Historical Ethnology*, 9(4), 638–650.
- Alizadeh Aghdam, M. (2019). Tahlil-e jame'e-shenakhti-ye sabk-e ghazayi-ye shahrivandan-e Tabrizi [A sociological analysis of dietary patterns of Tabrizi citizens]. *Social Welfare Quarterly*, 12(44), 285–318. [In Persian]
- Bahar, M., & Jabarpour, F. (2021). Taghirat-e a'yin-haye soogvari-ye motofi pas az Corona va arzyabi-ye ta'sirat-e an bar saheban-e aza [Changes in mourning rituals after Corona and assessment of their impact on the bereaved]. *Religion and Communication (Imam Sadiq University / Nameh Sadiq)*, 28(1), 67–90. [In Persian]
- Barker, Howard (2006). *Plays Two*. London, Oberon Books.
- Baudrillard, Jean. (2016). *The consumer society: Myths and structures*. California: Sage Publications.
- Bayangani, B., Irandoust, S. F., & Ahmadi, S. (2013). Sabk-e zendegi az manzar-e jame'e-shenasi: Moghadame-i bar shenakht va vakavi-ye mafhum-e sabk-e zendegi [Lifestyle from a sociological perspective: An introduction to the concept of lifestyle]. *Cultural Engineering*, 8(77), 56–74. [In Persian]
- Bryant-Jefferies, R. (2006). *Counselling for death and dying: Person-centered dialogues*. Radcliffe Publishing.
- Creswell, J. W. (2023). *Ravesh va tarh-e tahqiq-e keyfi: Entekhab az miyān-e panj roykard-e tahqiq-e keyfi* [Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches] (T. Hassangholipour, A. Elhiyari, & M. Barari, Trans.). Tehran: Negah-e Danesh. [In Persian]
- Flick, U., Kardorff, E. von, & Steinke, I. (2018). *Rahnamā-ye ravesh-e tahqiq-e keyfi* [A companion to qualitative research] (S. Mohammaditalvar, Trans.). Tehran: Sociologists Publishing with Methodologists Publishing. [In Persian]
- Fokouhi, N. (2007). Negahi bar roykard-e tafsiri-ye Clifford Geertz ba ta'kid bar tafsir-e u az padiyde-ye dini [A look at Clifford Geertz's interpretive approach with emphasis on his interpretation of religion]. *Journal of Sociological Studies*, 15(31), 103–120. [In Persian]
- Geertz, C. (2003). Eslam an gouneh ke moshahedeh kardam [Islam as I observed]. (F. Hessami, Trans.). *Ma'refat*, 12(72), 88–94. [In Persian]
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986). Living with television: The dynamics of the cultivation process. *Perspectives on media effects*, 17-40.
- Ghaneirad, M. A., & Karimi Malah, M. (2006). Namayeshnameh-haye farhangi-ye marg va mordan (mored-e motale'eh: bimaran-e saratani-ye bimarestan-e Emam

- Khomeini) [Cultural dramas of death and dying: A case study of Cancer patients at Imam Khomeini Hospital]. *Motale'at-e Farhangi va Ertebatat* [Cultural Studies and Communications], 2(5), 51–74. [In Persian]
- Hägerstrand, T. (1965). A Monte Carlo approach to diffusion. *European Journal of Sociology/Archives Européennes de Sociologie*, 6(1), 43–67.
- Hamid, W., & Jahangir, M. S. (2022). Dying, death and mourning amid COVID-19 pandemic in Kashmir: A qualitative study. *OMEGA-journal of Death and Dying*, 85(3), 690–715.
- Hamid, W., Jahangir, M. S., Khan, T. A., & Maqbool, T. (2022). Role of technology in restructuring the traditional practices around death and mourning in Kashmir. *Death Studies*, 46(4), 832–841.
- Hamidi, N., & Faraji, M. (2008). Sabk-e zendegi va poushesh-e zanan dar shahr-e Tehran [Lifestyle and women's clothing in Tehran]. *Iranian Journal of Cultural Studies*, 1(1), 65–92. [In Persian]
- Kiani, M., & Hashemi Nasab, F. (2021). Motale'e-ye padidarshenasi-ye a'yin-e soogvari dar marg-haye nashi az virus-e Corona [A phenomenological study of mourning rituals in deaths caused by the Coronavirus]. *Iranian Journal of Social Studies*, 14(4), 106–127. [In Persian]
- Levy, S. J. (2015). Olio and integraphy as method and the consumption of death. *Consumption Markets & Culture*, 18(2), 133–154.
- Mandel, N., & Smeesters, D. (2008). The sweet escape: The effect of mortality salience on consumption quantities for high- and low-self-esteem consumers. *Journal of Consumer Research*, 35(2), 309–323.
- Mansouri, S. T. (2016). Motale'e-ye keyfi-ye tajrobeh-ye do faza'i-shode-ye karbaran-e Irani az soogvari-ye majazi dar shabake-ye ejtema'i-ye Facebook [A qualitative study of Iranian users' two-spatial experience of virtual mourning on Facebook] (Unpublished master's thesis). University of Tehran, Tehran, Iran. [In Persian]
- Masoudi, H., Noghani Dokht Bahmani, M., & Behravan, H. (2018). Marasem-e pishkari; nomoud-e masraf-e namayeshi-ye manasak-e ezdevaj [Pre-engagement ceremony: A display of conspicuous consumption in marriage rituals]. *Quarterly of the Cultural and Social Council for Women and Family*, 20(79), 87–114. [In Persian]
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, 36(2), 176–187.
- Mohammadpour, A., Naqdi, A., & Nadernejad, B. (2010). Ta'sir-e mahvare bar hoviyat-e farhangi dar Kordestan-e Iran; barrasi-ye moredi-ye daneshjuyan-e Kord-e daneshgah-haye Sanandaj [The impact of satellite television on cultural identity in Iranian Kurdistan: A case study of Kurdish students at Sanandaj universities]. *Youth Studies, Culture, and Society (Special Issue on Youth and Generational Relations)*, (4), 131–156. [In Persian]
- Movahed, M., Abbasi-Shavazi, M. T., & Marhamati, N. (2010). Resaneh, jensiyat va masrafgarā'i (motāle'e-ye rabete-ye estefādeh az resaneh-haye jam'i ba tamāyolāt-e masrafgarāyāneh-ye dokhtaran va pesarān-e javan dar shahr-e

- Shiraz) [Media, gender, and consumerism: A study of the relationship between mass media use and consumerist tendencies of young women and men in Shiraz]. *Strategic Studies on Women*, 12(47), 7–40. [In Persian]
- Nasiri, A. (2010). A'yin-e sougvari va marasi dar farhang-e 'amiyaneh-ye qom-e Lor [Mourning rituals and elegies in the folklore of the Lor people] (Unpublished master's thesis) University of Tehran, Tehran, Iran. [In Persian]
- Nikabadi, A., & Bagheri, Z. (2013). A'yin-haye sougvari va marsiyeh-khani dar Shahnameh-ye Ferdowsi [Mourning rituals and elegy recitation in Ferdowsi's Shahnameh]. *Studies in Lyric Language and Literature*, 3(7), 59–76. [In Persian]
- Nikoo, M. (2002). Shenakht-e mokhatab-e televiziyun ba rouykard-e estefadeh va rezamandi [Understanding television audiences using the uses and gratifications approach]. Tehran: Soroush. [In Persian]
- Rabbani, R., & Rastegar, Y. (2008). Javan, sabk-e zendegi va farhang-e masrafi [Youth, lifestyle, and consumer culture]. *Cultural Engineering*, 5(23–24), 44–53. [In Persian]
- Rafiee, M., & Rezaei, J. (2002). *Birjandnāmeḥ: Birjand dar aghaz-e sadeh-ye chahardahom-e khorshidi* [Birjandnameh: Birjand at the beginning of the 20th century]. Tehran: Hirmand. [In Persian]
- Rahmani, T. (2015). *Eqtasad-e kallasan* [Macroeconomics] (Vol. 2). Tehran: Nour-e Elm. [In Persian]
- Razavizadeh, N. (2005). Barrasi-ye ta'sir-e resaneh-ha bar tamayol be taghyir-e sabk-e zendegi-ye roostayi [The impact of media on rural lifestyle change]. *Social Sciences Quarterly*, 12(31), 111–114. [In Persian]
- Sarrajzadeh, S. H., Ferasatkah, M., & Zamani Moghadam, M. (2016). Negaresh-e lahuti va nasuti nesbat be marg: Motale'e-ye marg-andishi nemune-i az daneshjuyan ba ravesh-e nazariyeh-ye zamineh-i [Transcendent and immanent attitudes toward death: A grounded theory study of death contemplation among students]. *Cultural and Communication Studies*, 11(40), 151–176. [In Persian]
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2001). *Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media* (pp. 115–117). New York: Longman.
- Sorlin, W. J., & Tankard, J. (2014). *Nazariyeh-haye ertebatāt* [Communication theories] (A. Dehghan, Trans.). Tehran: University of Tehran Press. [In Persian]
- Strauss, A., & Corbin, J. (2016). *Mabani-ye pajoohesh-e keyfi: fonun va marāhel-e tolid-e nazariye-ye zamineh-i* [Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory] (E. Afshar, Trans.). Tehran: Nashr-e Ney. [In Persian]
- Sumiala, J. (2021). *Raesaneh va a'yin-e marg, jamā'at va zendegi-ye rouzmarreh* [Mediated death: Funerals, communalism, and everyday life] (N. Khajehzadeh, Trans.). Tehran: Nashr-e Sales. [In Persian]
- Tabeei, M., Yousefi, A., & Sedigh Ourei, Gh. (2017). Padidarshenasi-ye tajrobi-ye vakonesh be marg; motale'e-ye zanan-e shahr-e Mashhad [An empirical phenomenology of reaction to death: A study of women in Mashhad]. *Strategic Culture Quarterly*, 10(40), 71–94. [In Persian]

- Yaghubi, A., Mirhejazi, S. Z., & Soufizadeh, Z. (2019). Senkh-shenasi-ye tasvir az marg va farayandha-ye royarouyi ba an; mored-e motale'e: Shahrvandān-e Gilani [Typology of images of death and coping processes: A case study of citizens in Gilan]. *Applied Sociology*, 30(2), 101–116. [In Persian]
- Zaleskiewicz, T., Gasiorowska, A., Kesebir, P., Luszczynska, A., & Pyszczynski, T. (2013). Money and the fear of death: The symbolic power of money as an existential anxiety buffer. *Journal of Economic Psychology*, 36, 55–67.
- Zamanimoghadam, M., & Akbari, Y. (2015). Negāresh-e jame'e-shenākhti be marg-e digari va manāsak-e dafn [A sociological view of another's death and burial rituals]. In *Proceedings of the National Conference on the Anthropology of Death and Life*. Tehran: Research Institute of Cultural Heritage and Tourism. [In Persian]
- Zare, B., & Falah, M. (2012). Barrasi-ye sabk-e zendegi-ye javānān dar shahr-e Tehran va 'avāmel-e mo'asser bar an [The lifestyle of youth in Tehran and its influencing factors]. *Iranian Journal of Cultural Studies*, 5(4), 75–105. [In Persian]
- Zeraati, M., Haqqani Zamidani, M., & Khodadadi Sangdeh, J. (2016). Moghayeseh-ye afsordegi va ezterab-e marg dar salmandan-e moghim va gheyr-e moghim dar sarā-ye sālmandan [A comparison of depression and death anxiety among elderly residents and non-residents in nursing homes]. *Iranian Nursing Journal*, 29(102), 45–54. [In Persian]

مقاله‌ی علمی - پژوهشی

## تحلیل جامعه‌شناختی مصرف‌گرایی در مراسم ترحیم مطالعه‌ی موردی: بیرجند

نجمه مودی<sup>۱</sup>حمید مسعودی<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۱/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۵/۱۱

مشاهده‌ی مقاله‌ی منتشر شده: دوره‌ی ۱۹، شماره‌ی ۴

[http://www.farhangekhorasan.ir/article\\_226310.html](http://www.farhangekhorasan.ir/article_226310.html)

### چکیده

برگزاری مراسم تدفین مانند گذشته صرفاً پدیده‌ای فرهنگی و اجتماعی نیست و امروزه بُعد اقتصادی و مصرفی آن نیز برجسته شده است؛ این موضوع مناسک مرگ را به صنعت مرگ تبدیل کرده است؛ لذا هدف این پژوهش درک و تحلیل علل و نتایج تمایل مردم شهر بیرجند به صنعت مرگ است. منظور از صنعت مرگ، مصرفی‌شدن، نمایشی‌شدن، تخصصی‌شدن، اقتصادی‌شدن و برون‌سپاری برگزاری مراسم به شرکت‌های خدماتی است. روش پژوهش از نوع کیفی و مبتنی بر روش گزندتئوری بوده و داده‌ها، از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۱۶ نفر از افرادی که تجربه‌ی برگزاری مجلل مراسم تدفین را داشته‌اند، جمع‌آوری شده است. داده‌ها پس از گردآوری در سه مرحله‌ی کدگذاری باز، محوری و هسته‌ای تحلیل و مقولات گزارش گردید. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد مناسک مرگ در بیرجند بازتاب‌دهنده‌ی باورهای مذهبی و فرهنگی بوده و با فرایندهای اجتماعی و روانی مرتبط است. شرایط علی مؤثر در گرایش به «صنعت مرگ»

۱. دانشجوی کارشناسی‌ارشد پژوهش علوم اجتماعی، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه بیرجند، ایران. najmeh.moodi@birjand.ac.ir

۲. استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه بیرجند، ایران (نویسنده مسئول)

hmdmasoudi@birjand.ac.ir



COPYRIGHTS

2023 by the authors. Published by the General Office of Islamic Culture and Direction southern Khorasan. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

شامل حفظ مقبولیت اجتماعی، پاسداشت یاد متوفی، تثبیت جایگاه اجتماعی و نمایش هویت است. شرایط زمینه‌ای مانند سنت‌ها، عرف، مسائل مالی و فشارهای اقتصادی در شکل‌گیری این مناسک نقش دارند. راهبردهای افراد شامل کاهش هزینه‌ها، ساده‌سازی مراسم، مقاومت در برابر فشارهای اجتماعی و کمک به امور خیریه است. پیامدهای این مراسم شامل فشار روانی، اسراف مالی، دشواری‌های اجرایی، تأثیرات عاطفی و نیز حمایت عاطفی، همدردی و آرامش خاطر بازماندگان است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که مناسک مرگ در بیرجند تحت تأثیر باورهای فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی شکل می‌گیرند. گرایش به مصرف‌گرایی برای حفظ جایگاه اجتماعی و هویت است. راهبردهای ساده‌سازی و کمک به خیریه تلاشی برای کاهش فشارهای مالی و اجتماعی است. پیامدهای منفی، مانند اسراف و فشار روانی، در کنار پیامدهای مثبت، مثل حمایت عاطفی، لزوم تعادل بین سنت و کاهش تشریفات را نشان می‌دهد.

**واژه‌های کلیدی:** صنعت مرگ، مراسم تدفین، جامعه‌شناسی مصرف، مناسک مصرفی، مصرف‌نمایشی.

## مقدمه

مرگ یکی از بنیادی‌ترین تجربه‌های انسانی است که در علوم اجتماعی به‌عنوان پدیده‌ای چندوجهی از منظرهای فرهنگی، روان‌شناختی و اقتصادی بررسی شده و معانی عمیقی در جوامع مختلف ایجاد کرده است. مطالعات نشان می‌دهند که مرگ در بسیاری از فرهنگ‌ها تجربه‌ای آسیب‌زا همراه با احساساتی مانند ترس، اضطراب، درد و غم است (Levy, 2015: 133). در جوامع غربی، درک از مرگ در دهه‌های اخیر تغییر کرده و مراسم‌های سنتی تشییع جنازه جای خود را به آیین‌های شخصی‌سازی شده داده‌اند که بر فردیت و جشن گرفتن "خود" تأکید دارند (Bryant-Jefferies, 2006: 65). این تحولات با کالایی شدن مرگ همراه بوده است به‌گونه‌ای که افراد، از طریق مصرف اشیاء و خدمات نمادین، تلاش می‌کنند هویت خود را پس از مرگ حفظ کنند (Mandel & Smeesters: 2008: 311). به گفته‌ی برخی پژوهشگران، این مصرف‌نمایشی به افراد امکان می‌دهد تا به‌صورت نمادین بر مرگ غلبه نموده و میل ناخودآگاه به جاودانگی را ارضا کنند (Zaleskiewicz, & et al., 2013: 67).

در ایران، به دلیل ریشه‌های عمیق دینی و سنتی، مراسم سوگواری ماهیتی جمعی دارند و به‌عنوان بخشی از زندگی اجتماعی، همبستگی و همدردی را تقویت می‌کنند (کیانی و هاشمی‌نسب، ۱۴۰۰: ۱۰۷). این مراسم، برخلاف برخی فرهنگ‌های غربی که مراسم تشییع با تعداد محدودی از افراد و تمرکز بر خاطرات شخصی برگزار می‌شود، به‌صورت جمعی و با نمایش عاطفی و همدردی عمومی انجام می‌گیرند (زراعتی، حقانی زمیدانی و خدادادی سنگده، ۱۳۹۵: ۴۶). در بیرجند، این مراسم با برنامه‌های خاصی مانند برگزاری مراسم شب اول، سوم، هفتم و چهلم همراه است که با حضور گسترده‌ی خویشان، همسایگان و دوستان و پذیرایی مفصل از مهمانان برگزار می‌شود. این تفاوت‌های فرهنگی نشان‌دهنده‌ی تأثیر عمیق سنت‌ها و ارزش‌های محلی بر نحوه‌ی سوگواری است. در بیرجند، واژه‌ی «سوغ» در گذشته «شوق» یا «سبق» تلفظ می‌شد و به معنای عزا و ماتم به کار می‌رفت. سوگواری پس از دفن متوفی آغاز می‌شود و بستگان، با پوشیدن جامه‌ی سیاه یا سپید، به «پُرسه‌داری» می‌پردازند. خانه‌ی متوفی به «دارالعزا» تبدیل می‌شود و با پارچه‌های سیاه آماده‌ی پذیرایی از تسلیت‌گویان می‌شود. تا روز سوم، آشنایان برای همدردی به خانه‌ی متوفی می‌روند و با چای و خرما پذیرایی می‌شوند. روز سوم، پرسه‌ی عمومی در خانه یا مسجد برگزار می‌شود، با قرآن‌خوانی، روضه‌خوانی و گریه. پرسه‌های زنانه با نوحه‌خوانی و نمایش عاطفی همراه است. برخی خانواده‌ها تا هفت روز خیمه‌ای بر سر قبر برپا می‌کنند و از قاریان قرآن با غذا و چای پذیرایی می‌کنند (این رسم تقریباً از بین رفته است). در روزهای هفتم و چهلم، ختم «تره» (با غذا) یا «خشکه» (بدون غذا) برگزار می‌شود که نحوه‌ی برگزاری آن نشان‌دهنده‌ی جایگاه اجتماعی و توان مالی خانواده است (رضایی و رفیعی، ۱۳۸۱: ۶۲۱).

همان‌گونه که در مناسک ازدواج، مراسم نوظهوری چون پیش‌کاری نمودِ بارزی از مصرف‌گرایی نمایشی و بازتعریف سنت‌ها یافته‌اند (مسعودی، نوغانی دخت‌بهمنی و بهروان، ۱۳۹۷: ۸۸)، مناسک مرگ نیز، در بستر تحولات فرهنگی و اقتصادی، می‌توانند واجد نمودهای جدیدی از بازنمایی اجتماعی و مصرف‌نمادین شوند. نظریه‌های جامعه‌شناختی به توضیح این گرایش کمک می‌کنند. نظریه‌ی برجسته‌سازی<sup>۱</sup> مک‌کومبز و شاو<sup>۲</sup> نشان می‌دهد که رسانه‌ها، با نمایش

1. Agenda-Setting Theory

2. Maxwell E. McCombs and Donald L. Shaw

مراسم‌های مجلل، این آیین‌ها را به نمادی از منزلت اجتماعی تبدیل می‌کنند (McCombs & Shaw, 1972: 176). نظریه‌ی کاشت<sup>۱</sup> گربنر نیز بیان می‌کند که تکرار تصاویر مراسم‌های پرهزینه در رسانه‌ها، باورهایی را در مردم ایجاد می‌کند که با واقعیت اقتصادی جامعه هم‌خوانی ندارد (Gerbner & et al., 1986: 21). نظریه‌ی تزریقی<sup>۲</sup> سورین و تانکارد بر تأثیر مستقیم و سریع پیام‌های رسانه‌ای بر مخاطبان تأکید دارد (Severin & Tankard, 2001: 115)، در حالی که نظریه‌ی رسانه‌های سرایت‌دهنده<sup>۳</sup> کاپلا نشان می‌دهد که این پیام‌ها به تقلید اجتماعی و گسترش الگوهای مصرفی منجر می‌شوند (محمدپور، نقدی و نادرنژاد، ۱۳۸۹: ۱۴۰). نظریه‌ی مصرف<sup>۴</sup> بودریار نیز توضیح می‌دهد که، در دنیای مدرن، افراد به دنبال ارزش نمادین خدمات و اشیا هستند، نه صرفاً کارکرد عملی آن‌ها (Baudrillard, 2016: 90). از منظر اقتصادی و براساس نظریه‌ی چشم‌انداز<sup>۵</sup> تالر، در زمینه‌ی خدمات تشییع جنازه، زیان‌های ناشی از نارضایتی یا خطاهای احتمالی از نظر روانی و ارزشی بسیار پررنگ‌تر از منافع ناشی از اجرای بی‌نقص و رضایت‌بخش آیین‌ها درک می‌شوند. این امر فشار مضاعفی بر ارائه‌دهندگان خدمات و خانواده‌ها وارد می‌کند؛ زیرا هرگونه خطا، به‌ویژه در مراحل نهایی مراسم، می‌تواند تأثیر عاطفی عمیقی داشته باشد. همچنین، نظریه‌ی تجمل‌گرایی<sup>۶</sup> وبلن و عادت‌واره‌ی<sup>۷</sup> بوردیو بر نقش مصرف‌نمایشی<sup>۸</sup> در تثبیت جایگاه اجتماعی تأکید دارند (باینگانی، ایراندوست و احمدی، ۱۳۹۲: ۶۸)؛ جایی که خانواده‌ها در بیرجند از خدمات لوکس برای نمایش هویت و منزلت استفاده می‌کنند. نظریه‌ی بازاندیشی<sup>۹</sup> گیدنز نیز نشان می‌دهد که، در دنیای مدرن، افراد از طریق انتخاب سبک زندگی، هویت خود را بازتعریف می‌کنند (علیزاده اقدم، ۱۳۹۸: ۲۸۶). پیشینه‌های پژوهشی نشان می‌دهند که فضای مجازی، به‌ویژه در دوران کرونا، الگوهای جدیدی از سوگواری را معرفی کرده است. محدودیت‌های تجمع و پروتکل‌های بهداشتی، خانواده‌ها را به برگزاری مراسم‌های آنلاین یا

- 
1. Cultivation Theory
  2. Hypodermic needle model
  3. Contagion Theory of Media
  4. Theory of Consumption
  5. Prospect Theory
  6. Conspicuous Consumption Theory
  7. Habitus
  8. Conspicuous Consumption
  9. Reflexivity Theory

کوچک‌تر سوق داد که این امر، ضمن تغییر شکل سوگواری، فشارهای روانی و مالی را تشدید کرد (کیانی و هاشمی‌نسب، ۱۴۰۰: ۱۰۸؛ Akhunov, Hamid & Jahangir, 2022: 694; 638: 2024). این تحولات در بیرجند نیز مشاهده شده؛ جایی که خانواده‌ها برای حفظ جایگاه اجتماعی، حتی در شرایط بحرانی، به مصرف نمایشی روی می‌آورند.

گرایش مردم بیرجند به صنعت مرگ نتیجه‌ی تلاقی عوامل متعددی است: تأثیر رسانه‌ها در ترویج الگوهای مصرفی، فشارهای اجتماعی برای حفظ منزلت و تحولات فرهنگی در بازتعریف آیین‌های سنتی. این پدیده، همان‌طور که نظریه‌های مرور شده نشان می‌دهند، از طریق برجسته‌سازی رسانه‌ای، تقلید اجتماعی و مصرف نمایشی تقویت شده و به جریانی فراگیر تبدیل شده است. خانواده‌ها، حتی در شرایط اقتصادی نامناسب، تحت فشار انتظارات اجتماعی به برگزاری مراسم‌های پرهزینه روی می‌آورند، که این امر چالش‌هایی مانند فشارهای مالی، استرس روانی، و پیچیدگی‌های اجرایی را به همراه دارد. با این حال، این مراسم‌ها نقش مهمی در تقویت همبستگی اجتماعی، پاسداشت یاد متوفی و حفظ پیوندهای دینی و فرهنگی ایفا می‌کنند. با وجود اهمیت این موضوع، پژوهش‌های محدودی به‌طور خاص به تحلیل جامعه‌شناختی صنعت مرگ در زمینه‌های محلی پرداخته‌اند. بیشتر مطالعات یا بر جنبه‌های کلی مرگ در جوامع غربی تمرکز کرده‌اند (Mandel & Smeesters: 2008: 316; Bryant-Jefferies, 2006: 230) یا به تأثیرات رسانه‌ای و مصرفی در سطح کلان پرداخته‌اند (Baudrillard, 2016: 108؛ کیانی و هاشمی‌نسب، ۱۴۰۰: ۱۰۷). این شکاف پژوهشی ضرورت بررسی عمیق‌تر گرایش به صنعت مرگ در بیرجند را، با توجه به ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی منحصربه‌فرد این شهر، برجسته می‌کند. این پژوهش می‌تواند به درک بهتر عوامل، زمینه‌ها، راهبردها و پیامدهای این پدیده کمک کند و راهکارهایی برای کاهش فشارهای مالی و روانی بر خانواده‌ها ارائه دهد. پژوهش حاضر، با هدف تحلیل جامعه‌شناختی گرایش مردم بیرجند به صنعت مرگ، به دنبال پاسخ‌گویی به پرسش‌های زیر است:

- علل و انگیزه‌های گرایش مردم بیرجند به برگزاری مراسم‌های پرهزینه و نمایشی چیست؟
- زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی مؤثر بر این گرایش کدام‌اند؟

- راهبردهای مردم بیرجند در مواجهه با فشارهای اجتماعی و مالی مرتبط با صنعت مرگ چیست؟

- پیامدهای اجتماعی، روانی و اقتصادی این گرایش بر خانواده‌ها و جامعه چیست؟  
این پژوهش با رویکرد کیفی، از طریق مصاحبه‌های عمیق و تحلیل داده‌ها، به شناسایی عوامل شکل‌دهنده‌ی این پدیده، زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی آن، راهبردهای اتخاذشده توسط افراد، و پیامدهای کوتاه‌مدت و بلندمدت آن می‌پردازد. نتایج این مطالعه می‌تواند به سیاست‌گذاری فرهنگی و اجتماعی برای کاهش فشارهای مالی و روانی بر خانواده‌های داغ‌دیده کمک کند و چهارچوبی برای بازتعریف مراسم‌های سوگواری به‌عنوان آیین‌هایی معنادار و همبستگی‌بخش ارائه دهد. بنابراین مسئله اصلی این پژوهش، تحلیل جامعه‌شناختی گرایش مردم بیرجند به برگزاری مراسم پرهزینه و نمایشی مرگ است تا مشخص شود چه عواملی این گرایش را شکل می‌دهند، چه زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی بر آن اثر دارند، چه راهبردهایی برای مدیریت فشارهای مرتبط به کار گرفته می‌شود، و این پدیده چه پیامدهایی برای خانواده‌ها و جامعه دارد.

### پیشینه‌ی پژوهش

بررسی پیشینه‌ها نشان می‌دهد که پدیده‌ی مورد نظر (گرایش مردم به صنعت مرگ) از ابعاد مختلف رسانه‌ای، اجتماعی، تاریخی، روانی و مذهبی مورد بررسی قرار گرفته است. چنانکه در بُعد رسانه‌ای (دیجیتالی) پژوهش‌های مختلف به نقش رسانه، تبلیغات و پدیده‌ی مجزای جهانی شدن در کنار آن‌ها اشاره دارند (منصوری، ۱۳۹۵: ۱۴۰؛ عبداللهیان و حسنی، ۱۳۸۹: ۱۰۷؛ موحد و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۱؛ رضوی‌زاده، ۱۳۸۴؛ ۸۳۲؛ Hamid, & et al., 2022؛ سومیالا، ۱۴۰۰: ۲۱)؛ نتایج این پژوهش‌ها حاکی از آن است که در چند دهه‌ی اخیر گسترش و همه‌گیری فضای مجازی، مناسک مرگ را تحت تأثیر قرار داده است؛ علاوه بر تأثیرات مثبتی که فضای مجازی در ابراز هم‌دردی با بازماندگان متوفی ایجاد می‌کنند، موجب شکل‌گیری چرخه‌ی رقابت و حس خودبرتری‌بینی در بین افراد می‌شود.

بعد از این، از بُعد اجتماعی به این پدیده پرداخته شده است؛ پژوهش‌هایی در این دسته قرار می‌گیرند، مانند زمانی مقدم و اکبری (۱۳۹۴: ۴۳)؛ ربانی و رستگار (۱۳۸۷: ۴۴). پیامدهای ناشی از کرونا را در پژوهش‌های کیانی و هاشمی‌نسب (۱۴۰۰: ۱۱۰)؛ بهار و جبارپور (۱۴۰۰: ۶۷)؛ Hamid, & et al., 2022: 833 می‌توان مشاهده کرد. بُعد دیگر که به این پدیده پرداخته است، بُعد تاریخی مربوط به آیین‌های سوگواری در قرون وسطی، شاهنامه‌ی فردوسی، فرهنگ بومی و اقوام لر می‌باشد (نیک‌آبادی و باقری، ۱۳۹۲: ۵۹ و نصیری، ۱۳۸۹: ۸۴). نتایج این پژوهش‌ها نشان‌دهنده‌ی تأثیر رخدادهای اجتماعی بر مناسک می‌باشند؛ به طور کلی، وقایع و عوامل اجتماعی مؤثر بر پدیده‌ی مناسک مرگ را در بر می‌گیرد. یکی از وقایع اجتماعی که در پژوهش‌های این قسمت به آن اشاره شده و در سال‌های اخیر موجب تحول در پدیده‌ی مناسک مرگ گردیده، همه‌گیری "کرونا" است.

علاوه بر ابعاد ذکرشده، به بُعد روانی نیز پرداخته شده است. پژوهش‌های این قسمت به دیدگاه روان‌شناختی درک و پذیرش مرگ، مواجهه با مرگ و عوامل مؤثر بر نگرش افراد به پدیده‌ی مرگ اشاره دارد؛ این دسته از پژوهش‌ها که به تصورات ذهنی و باور افراد درباره‌ی مرگ پرداخته‌اند، عبارت‌اند از: یعقوبی، میرحجازی، و صوفی‌زاده (۱۳۹۸)، تابعی، یوسفی، و صدیق‌اورعی (۱۳۹۶)، زمانی‌مقدم و اکبری (۱۳۹۴). آخرین بُعد مربوط به مذهب می‌شود که شامل پژوهش‌هایی درباره‌ی نگرش لاهوتی و ناسوتی و دیدگاه ذهنی درمورد مرگ است که پژوهش‌های سراج‌زاده، فراستخواه، و زمانی‌مقدم (۱۳۹۵)، قانع‌راد و کریمی مله (۱۳۸۵) را شامل می‌شود.

پژوهش حاضر با تمرکز بر مصرف‌گرایی در مراسم ترحیم در شهر بیرجند، از منظر جامعه‌شناختی، به تحلیل دقیق‌تر الگوهای رفتاری نمایشی و مصرف‌نمادین در چهارچوب مناسک مرگ می‌پردازد؛ امری که در پیشینه‌های موجود اغلب به شکل کلی یا در زمینه‌هایی مانند رسانه، روان‌شناسی یا مذهب بررسی شده‌اند. نوآوری این پژوهش در تلفیق نظریه‌های مصرف، تجمل‌گرایی و بازنمایی اجتماعی با مطالعه‌ی میدانی در بستر فرهنگی خاصی (بیرجند) است که به طور مشخص به نمایش منزلت اجتماعی از طریق آیین‌های ترحیم می‌پردازد؛ موضوعی که کمتر به صورت عمیق و بومی‌نگر تحلیل شده است.

## مرور نظری

در جامعه‌ی رو به توسعه‌ی بیرجند، مانند بسیاری از جوامع دیگر، مناسک مرگ دیگر صرفاً آیینی سنتی برای سوگواری نیست بلکه به صنعتی پیچیده تبدیل شده است که تحت‌تأثیر رسانه‌ها، مصرف، و بازاندیشی هویتی شکل می‌گیرد؛ برای فهم این پدیده، باید مرور نظری که از نقش رسانه‌ها در برجسته‌سازی این آیین‌ها شروع می‌شود صورت گیرد و به تأثیرات اجتماعی و اقتصادی مصرف کالاهای مرتبط با مرگ پرداخته و در نهایت به بازتعریف هویت و معنا در این مناسک ختم شود. در ابتدا برجسته‌سازی دونالد شاو و مک‌کومبز مطرح می‌شود. رسانه‌ها، به‌ویژه در دنیای مدرن، نه تنها واقعیت را منعکس نمی‌کنند بلکه آن را دستکاری کرده و، با تمرکز بر موضوعات خاص، اولویت‌های ذهنی مخاطبان را تعیین می‌کنند (احمدزاده کرمانی، ۱۳۹۰: ۷۴). در کنار این نگاه، نظریه‌ی کاشت جرج گربرنر مطرح می‌شود. گربرنر معتقد است که تلویزیون، به‌عنوان رسانه‌ای فراگیر، باورها و نگرش‌هایی را در مخاطبان «کاشته» می‌کند که بیشتر با جهانی هماهنگ است که رسانه‌ها به تصویر می‌کشند، نه واقعیت عینی. نظریه‌ی تزریقی سورین و تانکارد این تأثیر را از منظری دیگر توضیح می‌دهد؛ این نظریه، مخاطبان را موجوداتی منفعل می‌داند که پیام‌های رسانه‌ای مانند گلوله‌هایی به ذهنشان شلیک می‌شود و، بدون مقاومت، آن‌ها را می‌پذیرند (سورین و تانکارد، ۱۳۹۳: ۲۳۱). نظریه‌ی رسانه‌های سرایت‌دهنده ژوزف کاپلا لایه‌ای دیگر به این تأثیر اضافه می‌کند. کاپلا معتقد است که رسانه‌ها از طریق الگوهای تقلید اجتماعی، افکار و رفتارها را منتشر می‌کنند (محمدپور، نقدی و نادرزاد، ۱۳۸۹: ۱۴۰). این الگوهای رسانه‌ای با نظریه‌ی اشاعه‌ی<sup>۱</sup> هاگسترند<sup>۲</sup> پیوند می‌خورد. هاگسترند توضیح می‌دهد که پذیرش و گسترش عناصر فرهنگی، مانند آیین‌های مرگ، به ترویج آن‌ها در جامعه کمک می‌کند. این عناصر، ضمن حفظ اصالت خود، هویت و ارزش‌های اجتماعی را بازتعریف می‌کنند (Hägerstrand: 1965: 43). با نگاه اقتصادی نیز پدیده‌ی مصرف در مراسم تدفین قابل تبیین است. برای مثال، نظریه‌ی مد گئورگ زیمل<sup>۳</sup> نشان می‌دهد که مد نه تنها نشانه‌ای از تمایز فردی است بلکه انسجام اجتماعی را

1. Diffusion
2. Hagerstrand, T.
3. Simmel, Georg

در گروه‌های خاص تقویت می‌کند (زارع و فلاح، ۱۳۹۱: ۷۵). نظریه‌ی درآمد نسبی دوزنبری<sup>۱</sup> این رفتار را از منظر اقتصادی توضیح می‌دهد. افراد مصرف خود را نه تنها بر اساس نیاز یا درآمد واقعی بلکه بر اساس جایگاه اجتماعی مورد انتظارشان تنظیم می‌کنند (رحمانی، ۱۳۹۴: ۲۸۷). نظریه‌ی عادت‌واره بورديو نیز این رفتار را به انتخاب سبک زندگی مرتبط می‌کند. طبقات اجتماعی با انتخاب کالاها و خدمات خاص، مانند سنگ‌های گران‌قیمت یا پذیرایی‌های مجلل، سبک زندگی خود را به نمایش می‌گذارند. این انتخاب‌ها نه تنها نشانه‌ای از سرمایه فرهنگی و اقتصادی است بلکه به ابزاری برای تمایز اجتماعی تبدیل شده‌اند (حمیدی و فرجی، ۱۳۸۷: ۷۲). نظریه‌ی تبیین‌کننده تجمل‌گرایی تورستین وبلن این مصرف را به رقابت اجتماعی گره می‌زند. وبلن معتقد است که طبقات برای حفظ منزلت اجتماعی به مصرف نمایشی روی می‌آورند. خانواده‌های مرفه، با برگزاری مراسم‌های پرهزینه نه تنها جایگاه خود را تثبیت می‌کنند بلکه الگوهای مصرفی را به سایر طبقات تحمیل می‌کنند (باینگانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۶۸). نظریه‌ی مصرف ژان بودریارد این دیدگاه را تکمیل می‌کند. بودریار استدلال می‌کند که، در دنیای مدرن، مصرف‌کنندگان به دنبال ارزش نمادین اشیاء هستند، نه کارکرد عملی آن‌ها (Baudrillard, 2016: 97). مثلاً: در مراسم‌های مرگ، انتخاب کالاهای لوکس به نمادی از هویت و منزلت تبدیل شده است؛ جایی که ارزش‌های مادی و معنایی در هم تنیده‌اند.

از سوی دیگر، این مصرف‌نمایشی به بازانديشی هویت در دنیای مدرن گره می‌خورد. نظریه‌ی بازانديشی آنتونی گیدنز نشان می‌دهد که، در جوامع مدرن، سنت‌ها نقش کمتری در تعیین هویت دارند و افراد از طریق سبک زندگی هویت خود را می‌سازند (باینگانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۷۰؛ علیزاده اقدم، ۱۳۹۸: ۲۸۵؛ ربانی و رستگار، ۱۳۸۷: ۴۷). نظریه‌ی استفاده و رضایت‌مندی کاتز<sup>۲</sup> این انتخاب‌ها را به نیازهای روانی و اجتماعی مرتبط می‌کند. افراد به دنبال خدماتی هستند که بالاترین رضایت را برایشان فراهم کند؛ خدماتی که نه تنها نیازهای مادی بلکه نیازهای اجتماعی مانند تأیید و احترام را برآورده سازد (نیکو، ۱۳۸۱: ۵۷). در نهایت، دیدگاه کلیفورد گیرتز (۱۹۶۶)<sup>۳</sup> مطرح می‌شود که الگوهای فرهنگی را منابعی بیرونی برای فهم جهان می‌داند. از

- 
1. Duesenberry's Relative Income Hypothesis
  2. Katz's Uses and Gratifications Theory (UGT)
  3. Geertz, Clifford

نگاه‌گیرتز، آیین‌های مرگ در بیرجند مجموعه‌ای از نمادها هستند که در فضای عمومی جامعه شکل می‌گیرند و معانی عمیقی را منتقل می‌کنند (فکوهی، ۱۳۸۶: ۱۰۳). این نمادها، از طریق مراسم‌ها و الگوهای مصرفی، نه‌تنها جهان‌بینی مردم را بازتاب می‌دهند بلکه هویت جمعی و ارزش‌های حاکم بر جامعه را بازتعریف می‌کنند. گیرتز (۱۳۸۲)، با روش «توصیف غلیظ»، تلاش می‌کند به لایه‌های عمیق‌تر این نمادها نفوذ نماید و معنای آن‌ها را در زندگی روزمره و کیفیت زندگی مردم درک کند. این مرور نظری به پژوهش کیفی حاضر کمک می‌کند تا، با ارائه‌ی چهارچوبی منسجم، لایه‌های عمیق‌تر معانی فرهنگی و اجتماعی گرایش به صنعت مرگ را در بیرجند کشف و درک کند که چگونه این پدیده از آیینی سنتی به صنعتی نمادین و مصرف‌محور تبدیل شده است، ضمن آنکه راهنمایی برای تحلیل داده‌های کیفی و شناسایی الگوهای رفتاری و انگیزه‌های اجتماعی در این زمینه فراهم می‌آورد.

بنابراین، مرور نظری تبیین می‌کند گرایش مردم بیرجند به صنعت مرگ، به‌عنوان پدیده‌ای اجتماعی، از منظر جامعه‌شناختی تحت‌تأثیر شبکه‌ی پیچیده‌ای از عوامل رسانه‌ای، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی قرار دارد. نظریه‌های برجسته‌سازی، کاشت، تزیینی و رسانه‌های سرایت‌دهنده نشان می‌دهند که رسانه‌ها، با نمایش مراسم‌های مجلل مرگ، باورهای مردم را دستکاری و این آیین‌ها را به نمادی از منزلت اجتماعی تبدیل می‌کنند؛ به‌گونه‌ای که حتی خانواده‌های با درآمد متوسط، برای هم‌رنگی با طبقات مرفه، هزینه‌های سنگین را متحمل می‌شوند (احمدزاده کرمانی، ۱۳۹۰: ۹۶؛ Barker, 2006: 22؛ سورین و تانکار، ۱۳۹۳: ۸۰؛ محمدپور، نقدی و نادرزاد، ۱۳۸۹: ۱۲۰). نظریه‌ی اشاعه‌ی هاگسترند پذیرش این الگوهای مصرفی را به‌عنوان جریانی فرهنگی توضیح می‌دهد که هویت جمعی را بازتعریف می‌کند (Hägerstrand: 1965: 44). از سوی دیگر، نظریه‌های مد زیمل، درآمد نسبی دوزنبری، عادت‌واره‌ی بورديو، و تجمل‌گرایی و بلن بر نقش مصرف نمایشی تأکید دارند؛ جایی که افراد، از طریق انتخاب کالاها و خدمات لوکس در مراسم مرگ، جایگاه اجتماعی خود را تثبیت کرده و هویتی متمایز می‌سازند (زارع و فلاح، ۱۳۹۱: ۷۷؛ رحمانی، ۱۳۹۴: ۶۵؛ حمیدی و فرجی، ۱۳۸۷: ۷۶؛ باینگانی، و همکاران، ۱۳۹۲: ۷۷). نظریه‌های بازاندیشی‌گیدنز و استفاده و رضایت‌مندی کاتز

نیز نشان می‌دهند که این انتخاب‌ها تحت تأثیر نیاز به تأیید اجتماعی و بازتعریف هویت در دنیای مدرن صورت می‌گیرد (باینگانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۸۷؛ نیکو، ۱۳۸۱: ۵۴).

### روش پژوهش

رویکرد کلی پژوهش حاضر، کیفی است که با استفاده از یکی از راهبردهای پژوهش کیفی به نام «نظریه‌ی زمینه‌ای» و براساس نسخه‌ی استراوس و کربین<sup>۱</sup> به‌عنوان «گردند تئوری سیستماتیک» انجام گرفته است؛ منظور از «نظریه‌ی زمینه‌ای آن نظریه‌ای است که مستقیماً از داده‌هایی استخراج شده است که در جریان پژوهش به صورت منظم گرد آمده و تحلیل شده‌اند. در این روش گردآوری داده‌ها، تحلیل و نظریه‌ی نهایی با یکدیگر در ارتباط تنگاتنگ‌اند و پژوهشگر کار را با نظریه‌ای که از قبل در ذهن دارد شروع نمی‌کند بلکه کار را در عرصه‌ی واقعیت آغاز می‌کند و می‌گذارد تا نظریه‌ی از درون داده‌هایی که گرد می‌آورد پدیدار شود» (استراوس و کربین، ۱۳۹۵: ۳۴). دلیل اینکه پژوهشگر برای پژوهش خود راهبرد گردند تئوری را از میان راهبردهای کیفی برگزید این بود که رفتن به عرصه‌ی زندگی واقعی و مصاحبت با شرکت‌کنندگان در مناسک را برای کشف آنچه در واقع در جریان است ضروری می‌دانست و معتقد است پدیده‌هایی همچون مناسک مرگ در شرایطی افراد به سراغ آن می‌روند که در شرایط روحی مساعدی نیستند و این مناسک از رویه‌ی معنوی - مذهبی خارج شده و حالت تشریفاتی به خود گرفته است.

روش نمونه‌یابی در رویکرد گردند نمونه‌گیری نظری است. نمونه‌گیری نظری عبارت است از فرآیند گردآوری داده‌ها برای نظریه‌پردازی که تحلیلگر به طور هم‌زمان داده‌هایش را گردآوری و تحلیل می‌کند و تصمیم می‌گیرد چه داده‌هایی نمونه‌هایی در مرحله‌ی بعد گردآوری کند تا بدین وسیله نظریه‌اش را در حین شکل‌گیری تدوین کند (فلیک، کاردورف و اشتاینکه<sup>۲</sup>، ۱۳۹۷: ۱۳۸). گلایزر و استراوس<sup>۳</sup> معیار اشباع نظری را برای ادامه‌ی فرایند نمونه‌گیری هدفمند پیشنهاد کرده‌اند که در پژوهش حاضر با ۱۶ مصاحبه به نقطه‌ی اشباع رسید و البته از ابزار مصاحبه‌ی نیمه‌طراحی شده (نیمه‌ساختاریافته) استفاده کرده است. این پژوهش با روش حاضر و در طی سه

1. Strauss, A., & Corbin, J.

2. Flick, U., Von Kardorff, E., & Steinke, I.

3. Glaser, B. G., & Strauss, A. L.

مرحله با دقت و حساسیت بالا انجام پذیرفته و لذا نائل به کشف نظریه‌ی مستتر در مقوله‌ها شده است. روایی و اعتبار در پژوهش‌های کیفی به معنی مناسب بودن داده‌ها، ابزارها و نیز به طور کلی فرایندها است. روایی در واقع به کل فرایند پژوهش برمی‌گردد؛ به این معنا که هر بخش پژوهش باید کامل انجام شود و تا زمانی که یک بخش تمام نشده نباید به سراغ بخش بعدی رفت.

پایایی در پژوهش‌های کیفی به معنای قابلیت اعتماد به یافته‌ها براساس چهار معیار باورپذیری، تأییدپذیری، اطمینان‌پذیری و انتقال‌پذیری است. باورپذیری از طریق بازتاب منظور مصاحبه‌شوندگان به آن‌ها در حین گفت‌وگو، حفظ ارتباط مستمر و روش‌های دقیق حاصل شد تا از سوءبرداشت جلوگیری شود. تأییدپذیری با جمع‌آوری داده‌ها از منابع معتبر، به‌ویژه مصاحبه‌های حضوری با افراد در بیرجند، تضمین گردید. اطمینان‌پذیری از طریق تشریح فرایند نمونه‌گیری هدفمند و زنجیره‌ای (گلوله برفی)، کدگذاری و تحلیل داده‌ها تأمین شد که در آن افراد برگزارکننده‌ی مراسم مجلل مرگ انتخاب و تا اشباع نظری مصاحبه شدند. انتقال‌پذیری با ارائه‌ی توصیف غنی از زمینه پژوهش در بیرجند، شامل انگیزه‌هایی مانند حفظ آبرو، چشم‌وهم‌چشمی و اهمیت نظر مردم، محقق شد. این توصیف نشان داد که گرایش به برگزاری مراسم پرهزینه اغلب از فشارهای اجتماعی و هنجارهای فرهنگی نشئت می‌گیرد.

جدول ۱. مشخصات مصاحبه‌شوندگان

ردیف	نام مستعار	میزان تحصیلات	شغل	ردیف	نام مستعار	میزان تحصیلات	شغل
۱	آقای الف.	لیسانس علوم تربیتی	دبیر فرهنگی	۹	آقای ز.	لیسانس تربیت بدنی	فروشنده
۲	خانم ع.	لیسانس روانشناسی	آنلاین شاپ	۱۰	آقای ع.	فوق دیپلم نرم افزار	سنگ‌فروش
۳	خانم ف.	دیپلم	خانه‌دار	۱۱	آقای ن.	لیسانس باستان شناسی	سنگ‌فروش
۴	خانم ز.	لیسانس ادبیات	آنلاین شاپ	۱۲	آقای س.	لیسانس زیست شناسی گیاهی	سنگ‌فروش
۵	خانم ز.	لیسانس شیمی	خانه‌دار	۱۳	آقای ب.	سیکل	سراشپز

۶	خانم ت.	دیپلم انسانی	فست فود و گل آرا	۱۴	آقای ک.	سیکل	خادم مسجد
۷	خانم ک.	فوق دیپلم	خانه دار	۱۵	آقای خ.	لیسانس مهندسی معدن	سرآشپز
۸	خانم ن.	دیپلم تجربی	گل فروش	۱۶	آقای ع.	پنجم ابتدایی	خادم مسجد

### یافته‌ها

از مجموع ۳۲۴ کد دریافت شده ۲۰۱ مفهوم و ۳۱ مقوله‌ی اصلی از مصاحبه با ۱۶ با برگزارکنندگان مناسک مرگ استخراج و پس از شناسایی شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌ای، راهبردها و پیامدها در قالب جداول معرفی و پس از کشف نظریه در مدل پارادایمی به تصویر کشیده شد.

### جدول ۲. کدگذاری گراند تئوری

مقولات محوری	مقوله گزینشی	پدیده‌ی مرکزی
توجه و اهمیت به نگاه و نگرش مردم	شرایط علی	صنعت مرگ
پاسداشت و بزرگداشت یاد از دست رفته		
تثبیت جایگاه اجتماعی در زمان سوگواری		
پیوندهای معنوی و استمرار ارزش‌های احساسی		
نمایش قدرت و هویت در مواجهه با فقدان		
همگام‌سازی مناسک مرگ با شرایط بحران		
ساده‌سازی و بهبود فرایندهای اجتماعی		
نفوذ عرف و فرهنگ بر تصمیمات جمعی		
همدردی و حمایت عاطفی پایدار		
توازن میان زیبایی‌شناسی و معنای آیینی		
تاثیر عواطف در تصمیمات و رفتارهای اجتماعی	شرایط زمینه‌ای	
سنت‌ها و عرف‌های شکل‌دهنده مناسک		
دینامیک اقتصادی در مناسک مرگ		
مشارکت اجتماعی در همدردی و همیاری	راهبردها	
آسیب‌های ناشی از ظاهرگرایی در سوگواری		
فشارهای اجتماعی و تأثیر آن بر برگزاری مراسم		
چالش‌های اجتماعی و سنت دست و پا گیر		

تأثیر فشار مالی بر کیفیت مناسک مرگ			
راهبردهای مدیریت هزینه و تقلیل مخارج			
پیوند فرهنگ، آیین و سنت‌های ملی			
دشواری‌های اجرایی و تشریفات آیینی			
مقاومت در برابر فشار اجتماعی برای ساده‌سازی			
تأثیرات روانی و استرس ناشی از مدیریت مراسم			
آرامش معنوی و اهداف متعالی سوگواری			
ابعاد اجتماعی و فرهنگی سوگواری			پیامدها
پیچیدگی مسائل مالی و اقتصادی در مراسم			
اثرات روانی و عاطفی مرتبط با سوگواری			
ارزش‌های معنوی و دینی در مناسک مرگ			
تغییرات اجتماعی و فرهنگی در نحوه برگزاری مراسم			
نتایج و پیامدهای بلندمدت اجتماعی در سوگواری			
پیامدهای اجتماعی و روانی مناسک سوگواری			
مشکلات اجرایی و چالش‌های تدارکاتی			

### شرایط علی‌گرایش مردم به صنعت مرگ

شرایط علی‌رودادهایی است که موقعیت‌ها، مباحث و مسائل مرتبط با پدیده را خلق و تا حدودی تشریح می‌کنند که چرا و چگونه افراد و گروه‌ها به این پدیده مبادرت می‌ورزند. در واقع، منظور رویدادها و اتفاقاتی است که بر این پدیده تأثیر گذاشته و منجر به بروز و یا تغییر آن می‌شوند.

- توجه و اهمیت به نگاه و نگرش مردم: مناسک مرگ تحت تأثیر عوامل اجتماعی، فرهنگی و روان‌شناختی متعددی قرار دارند؛ مفاهیمی مانند حرف مردم، چشم و هم‌چشمی، حفظ آبرو و جایگاه اجتماعی، ترس از قضاوت شدن و از دست دادن حرمت، نقش پررنگی در شکل‌دهی به این مناسک ایفا می‌کنند. اگرچه این عوامل می‌توانند به حفظ سنت‌ها و ارزش‌های فرهنگی کمک کنند اما در عین حال می‌توانند باعث شوند که تمرکز از اهداف اصلی سوگواری و همدلی با خانواده‌ی داغدار منحرف شود؛ این موضوع می‌تواند باعث ایجاد فشار مضاعف بر خانواده داغدار، تحمیل هزینه‌های بالا و بی‌توجهی به نیازهای واقعی آن‌ها شود. مثلاً: خانم ف. در پاسخ به این پرسش که دلیل شخصی‌تان برای برگزاری مراسم چیست، پاسخ داد:

«حرمت گذاشتن به کسی که از دست رفته و ارزش قائل شدن برایش. ما جوون ازدست دادیم و مسلماً اگر بدون هیچ مراسمی سر و ته ماجرا رو هم می‌آوردیم به سنت پشت کرده بودیم، و این باور رو داریم که اگه این مراسم آبرومندانه برگزار بشه پیش مردم سرفراز می‌شیم و انگار احترام اون عزیز از دست رفته رو بالا بردیم.»

- پاسداشت و بزرگداشت یاد از دست رفته: کدهای محوری «پاسداشت و بزرگداشت یاد از دست رفته» شامل مفاهیم پیچیده‌ای از هویت اجتماعی، سرمایه نمادین و روابط فردی و جمعی است که با استفاده از مراسم‌های یادبود، سرشناس بودن و مهمان‌نوازی به یکدیگر متصل می‌شوند. این فرایندها نه تنها به حفظ یاد و خاطره فرد فوت شده کمک می‌کنند بلکه در تقویت هویت جمعی و نهادهای اجتماعی جامعه نیز نقشی اساسی ایفا می‌کنند. خانم ع. در پاسخ به این سؤال که چرا مراسم برگزار کردند به مهمان‌نوازی پدرشان اشاره کرد:

«از اونجایی که فامیل زیاد داشتیم و پدرم همیشه مهمان‌نواز بود، ترجیح دادیم مراسم آبرومند تو تالار داشته باشیم و قطعاً دلیل اول و مهم‌ترین دلیل این بود که ما عزادار بودیم و متوفا عزیزترین آدم زندگی ما بود و همیشه آدم برای عزیزانش دلش می‌خواد سنگ تموم بزاره.»

- تثبیت جایگاه اجتماعی در زمان سوگواری: بازماندگان به دنبال این هستند تا با برگزاری مراسم، جایگاه اجتماعی متوفی را حفظ کنند و یا به نوعی فخرفروشی نسبت به اطرافیان داشته باشند. خانم ع. همچنین افزودن که:

«دومین دلیل خانوادگی درجه‌ی دو مثل عمو، عمه که خیلی تأکید داشتن که باید مراسم در حد عالی برگزار بشه» که به اصرار اقوام برای برگزاری مراسم پرهزینه اشاره دارد.

- پیوندهای معنوی و استمرار ارزش‌های احساسی: به بررسی چگونگی تأثیر مرگ بر زندگی و ارزش‌های افراد می‌پردازد و نشان می‌دهد که چگونه این پیوندها می‌توانند به عنوان منابعی برای معنا و هدف در زندگی عمل کنند. این تحلیل می‌تواند به درک بهتر از تجربه انسانی و چگونگی مواجهه با مرگ و زندگی کمک کند. آقای ز. در مصاحبه به این نکته اشاره کردند:

«خودم به شخصه یک حس عذاب وجدان داشتم نسبت به مادر به خاطر کارهایی که

می‌تونستم در زمان حیات انجام بدم و کوتاهی کردم.»

- نمایش قدرت و هویت در مواجهه با فقدان: مناسک مرگ به عنوان یک فضای اجتماعی و فرهنگی مکانی برای نمایش قدرت و هویت در مواجهه با فقدان فراهم می‌آورد. مفاهیم تکبر، برتری‌جویی و کسر شأن در این مناسک به نوعی با هم پیوند دارند و موجب شکل‌گیری حرکتی برای تعادل میان احساس فقدان و نمایش هویت اجتماعی می‌شوند. خانم ز. با تجربه‌ای که از فوت برادرشوه‌رسان داشتند یکی از دلایل برگزاری مراسم را به این شکل بیان می‌کنند:

«خانواده‌ی شوهر من خیلی به خودشون دارن و میخوان تو همه چیز بهترین باشن حتی شده قرض کنن ولی تو این مراسم‌های بزرگ کم نمیارن. مثلاً از بعد هفتم تا چهلم که هر روز سر خاک می‌رفتیم کماچ خونگی که از اقوام درست می‌کردن، می‌برد با کیک یزدی و یه سری روزها لیوان یک‌بار مصرف برای شربت و یه سری روزها هم میوه که این میوه هم اکثراً خیار یا سیب بود.»

- همگام‌سازی مناسک مرگ با شرایط بحرانی: این فرایند، با تأکید بر اهمیت بهداشت، نه‌تنها به حفظ سلامتی افراد بلکه به ایجاد فضایی انسانی و محترمانه برای تدفین و یادآوری عزیزان از دست رفته کمک می‌کند. خانم ت. در مورد رواج بسته‌های پذیرایی گفت:

«در کرونا دیگه به خاطر اینکه خیلی از مردم رو از دست دادیم، بسته‌بندی‌ها متفاوت و شکل‌تر شد؛ بحث بهداشت در اون دوره مطرح بود و به مرور که از کرونا فاصله گرفتیم، این سبک پذیرایی بین مردم جا افتاد و مورد استقبالشون بود.»

- ساده‌سازی و بهبود فرایندهای اجتماعی: فرایندهای نام برده در این مقوله محوری به آن‌ها کمک می‌کند تا با کمترین میزان استرس و در زمان کمتری به مناسک پرداخته و به آرامش خاطر دست یابند. در نتیجه، این تغییرات می‌توانند به نوعی نوآوری در فرهنگ مرگ و سوگواری تبدیل شوند. خانم ک. همچنین برای رواج بسته‌های پذیرایی این دلایل را بیان کرد:

«مردم برای فراهم کردن پذیرایی با کمبود وقت مواجهه هستند، بنابراین با سفارش پک‌ها یک مسئولیتی از روی دوششان برداشته می‌شود و راحت‌تر به بقیه‌ی امور رسیدگی می‌کنند.»

- نفوذ عرف و فرهنگ بر تصمیم جمعیت: مفاهیم این مقوله نشان از تعامل پیچیده‌ای هست که باهم دارند. رفتارهای جمعی غالباً نتیجه‌ای از تعامل فرهنگ، عرف و فشارهای اجتماعی است و در این زمینه افراد مجبور به تأمل در تناقضات موجود بین هویت شخصی و الزامات اجتماعی می‌شوند. خانم ن. در مورد دلایل رواج تاج گل گفت که:

«ما یه سری سفارشاتمون از خارج بیرجنده که برای مقامات بیرجندی و یا بستگان این مقامات از تهران سفارش می‌دن و زیاد هم به جزئیات توجه ندارن. می‌گن یه چیز خوب درست کنین؛ صرف اینکه بگن من این کار رو کرده باشم، من این احترام رو گذاشتم و از من توقع دارن»

- هم‌دردی و حمایت عاطفی پایدار: هم‌دردی و حمایت عاطفی پایدار، نقش اساسی در تسکین درد و غم ناشی از مرگ دارد. با استفاده از ابراز همدردی، ادای دین، احترام گذاشتن، دلگرمی و تسلی خاطر می‌توان به داغ‌دیدگان کمک کرد تا با احساسات پیچیده خود کنار بیایند و به سمت فرایند بهبودی حرکت کنند. این حمایت نه‌تنها در کاهش درد فردی مؤثر است بلکه جامعه را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد و به ساختن پیوندهای عمیق‌تر انسانی کمک می‌کند. خانم ن. در مورد دلایل رواج تاج گل به تأثیرات عاطفی این پدیده اشاره دارند:

«تاج گل تو این موقعیت بیشتر برای افراد مرفه هست یه جور ادای دین حساب میشه و یه نکته که بخوام اضافه کنم اینه که یه سری خریدا هستن مثل خوراکی می‌خوری، تموم می‌شه؛ این یه هزینه‌ای که برای مردم جا افتاده و برای این قبیل موارد خیلی پول هم می‌دن ولی گل حالا در هر شکله هنوز برای مردم جا نیوفتاده و همه‌ی اقشار جامعه استقبال نکردن هنوز در صورتی که این گل می‌تونه برای همدردی و تسلی خاطر بازماندگان خیلی خوب باشه.»

- توازن میان زیبایی‌شناسی و معنای آیینی: توازن میان زیبایی‌شناسی و معنای آیینی در مناسک مرگ به یک شکلی از هنر تبدیل می‌شود که نه‌تنها یاد فرد در گذشته را زنده نگه می‌دارد بلکه به افرادی که در این مراسم حضور دارند، آرامش و معناداری می‌بخشد. این توازن می‌تواند با در نظر گرفتن تنوع، سادگی و تأثیرات مُد ایجاد شود و تجربه‌ای عمیق و ارزشمند را برای همه فراهم آورد. آقای ع. دلایل تنوع بالای امروزه و پدیده‌ی مد را مطرح می‌کنند:

«خب در اون زمان تنوع کارها کمتر بود. دسترسی مردم برای ایده گرفتن و خلاقیت کم بود. بیشتر کارها کپی بود از روی همدیگه ولی الان تنوع بالایی داریم در همه امور. چند سالی بود سنگ قبر با یادبود بزرگ با عکس مرحوم بالای قبر مُد بود که اونا ۸ الی ۱۰ تومن می‌شد اگر خارجی بودن تا ۱۵ تومن.»

- تأثیر عواطف در تصمیمات و رفتارهای اجتماعی: در این مقوله محوری به دلایل روحی روانی انتخاب سنگ قبر اشاره می‌شود. آقای ن. به این نکته اشاره دارند که یکی از دلایل خرید سنگ قبر گرون از دست دادن جوون (داغ جوان) است:

«ممکنه از روستا باشن، دستشون تنگ باشه ولی چون جوون از دست دادن یا فامیل شهری زیاد دارن، بیان و سنگ گرون بخرن... قیمت سنگ زیاد به طبقه‌ی افراد بستگی نداره و یا ممکنه شخصی که جوون از دست داده میاد برای رفع اون عذاب وجدان یا تحت یک‌سری هیجانات قرار می‌گیره با وجود اینکه دستش تنگه ولی سنگ ۲۰ تومنی می‌خره.»

### شرایط زمینه‌ای گرایش مردم به صنعت مرگ

مجموعه‌ی خاصی از شرایطاند که در یک زمان و مکان خاص جمع می‌آیند تا مجموعه اوضاع و احوال یا مسائلی را به وجود آورند که اشخاص با تعامل‌های خود به آن‌ها پاسخ می‌دهند (استراوس و کوربین ۱۳۹۵: ۱۵۴). شرایط زمینه‌ای در این پژوهش عوامل اقتصادی و اجتماعی را در برمی‌گیرد؛ بدین صورت که در این بخش به مجموعه سنت و باورهایی که عامل شکل‌گیری مناسک مرگ هستند، اشاره می‌شود.

- سنت‌ها و عرف‌های شکل‌دهنده‌ی مناسک: از شرایط زمینه‌ای گرایش مردم به صنعت مرگ می‌توان به سنت‌ها و عرف‌هایی که مورد قبول مردم است اشاره کرد که این سنت‌ها شکل‌دهنده و عامل زمینه‌ای برگزاری مناسک مرگ هستند. خانم ف. از دلایل برگزاری مراسم به این نکته اشاره کرد که برگزاری مراسم پیروی از رسوم است و اگر مراسمی برگزار نشود، برخلاف سنت عمل کرده‌اند:

«ما جوون از دست دادیم و مسلماً اگر بدون هیچ مراسمی سر و ته ماجرا رو هم می‌آوردیم به سنت پشت کرده بودیم.»

- دینامیک اقتصادی در مناسک مرگ: در برگزاری مناسک تضادها و چالش‌هایی است که افراد در زمینه‌ی مسائل مالی و برگزاری مراسم با آن مواجه هستند. یک طرف میل به تجملات و اسراف مالی قرار دارد و طرف دیگر صرفه‌جویی، دوری از هزینه‌های غیرضروری و توجه به امور

خیریه. شرایط زمینه‌ای و فرهنگ جامعه نقش مهمی در تعیین این که کدام یک از این رویکردها غالب خواهد شد دارد. آقای س. در این باره گفت:

«با برگزاری یادبود موافقم ولی یه‌سری هزینه‌ی زیاد مثل غذا و هر روز سر قبرستون رفتن و خیرات بردن تا چهلیم و تعداد مراسم‌هایی که برگزار می‌شه کمتر باشه. روز تشییع جنازه مراسم هست، باز شبش هم مراسم می‌گیرن، باز سوم، هفتم، پنجاه‌ه‌های هر هفته هم باز مراسم... از تعداد مراسم‌ها کم بشه.»

- آسیب‌های ناشی از ظاهرگرایی در سوگواری: اهمیت به حرف مردم و توجه به مسائل ظاهری می‌تواند جزء دلایل تمایل مردم به برگزاری مناسک مرگ باشد؛ از جمله مسائل ظاهری که مصاحبه‌شوندگان از آن ناراضی بودند: اهمیت مردم و مهمانان به غذا و پذیرایی بیشتر از مراسم و دلداری به بازماندگان، توقع بیجای مهمانان از میزبان، چاپلوسی و تظاهر مهمانان به عزاداری. خانم ت. درباره‌ی نظر مهمانان در برگزاری مراسم‌ها گفت:

«اونقدر که من یادمه، تشکر کردن. به ظاهر تسلیت گفتن ولی برای روز سوم جمعیت زیادی بود که برای روزای دیگه نبود و معلوم بود برای چیه» و در ادامه، در مورد سنت‌های مؤثر در برگزاری مراسم این‌گونه پاسخ داد:

«فقط حرف مردم؛ هیچ کار اینا به خاطر ثواب و آرامش روح و این چیزا نبود. غذا اینجوری بدیم که مردم حرف نزنن؛ گریه کنیم که مردم اینو نگن، اونو نگن. هر روز پاشیم، بریم سر قبر که مردم نگن اینا که باباشون فراموشش کردن. حتی یه‌بار پرسیدم از مامانم که چرا بعد چهلیم دیگه نرفتین. مردم حرف نمیزنن؟ گفت نه خاک سرده دیگه تا بعد چهلیم آدم براش کمرنگ‌تر می‌شه و نری دیگه مردمم چیزی نمیگن.»

- مشارکت اجتماعی در هم‌دردی و همیاری: مشارکت اجتماعی، در هم‌دردی و همیاری در مناسک مرگ، نمایشگر تحولات فرهنگی و اجتماعی ارزشمند است. تغییر نوع برگزاری مراسم، بهبود و ترویج کمک به امور خیریه و بیان هم‌دردی همگی نشان‌دهنده‌ی اهمیت همبستگی اجتماعی و تلاش جمعی است. این تغییرات بر ساختار اجتماعی جامعه تأثیر مثبت می‌گذارند و به ارتقای کیفیت زندگی اجتماعی کمک می‌کنند. مثلاً خانم ز. گفت:

«اگر از نظر مالی مشکلی ندارن میتونن این مراسم را به شکل نرمال و جوری که در عرف اکثر افراد است برگزار کنن ولی اصلا با تشریفات خیلی زیاد موافق نیستیم و حتی معتقدم اگر از نظر مالی مشکلی داره میتونه این مراسم را به ساده‌ترین شکل برگزار کرد.»

### راهبردهای گرایش مردم به صنعت مرگ

به بیان کرسول<sup>۱</sup> (۱۴۰۲) راهبرد همان استراتژی یا برنامه فراگیری است که سبب می‌شود پدیده‌ی محوری به پیامدهای مورد نظر منتهی شود. در این پژوهش راهبردهای زیر به دست آمد:

- فشارهای اجتماعی و تأثیر آن بر برگزاری مراسم: فشارهای اجتماعی، حرف‌های مردم، چشم و هم‌چشمی و احترام به مرده همگی به نوعی در برگزاری مراسم مرگ هم‌پوشانی دارند. این عوامل می‌توانند به شکل‌گیری تجمل‌گرایی و هزینه‌های بالا منجر شوند که ممکن است علاوه بر بار مالی که بر دوش خانواده‌ها بگذارد، تأثیراتی بر روی روابط اجتماعی و نگرش‌ها نیز داشته باشد. در نهایت این پدیده‌ها، به‌ویژه در جوامع سنتی و تحت‌تأثیر نهادهای اجتماعی به‌عنوان عناصر کلیدی در شکل‌گیری مناسک مرگ در نظر گرفته می‌شوند. خانم ف. به اهمیت حرف مردم در برگزاری مناسک مرگ اشاره دارد:

«ما همیشه این کارو انجام می‌دیم و راضی هم هستیم و دوس داریم این مراسم برگزار بشه که مردم نگویند چرا خاک کردن برایشون ارزشی نداشت.»

- چالش‌های اجتماعی و سنت‌های دست و پاگیر: این چالش‌ها نه تنها باعث ایجاد نفاق میان احساسات واقعی و انتظارات اجتماعی می‌شوند بلکه می‌توانند به احساس تنهایی و عدم ارتباط واقعی منجر شوند. برای مقابله با این چالش‌ها، نیاز به گفت‌وگوهای بازتر و نظریات جدید درباره‌ی عزاداری و مناسک اجتماعی احساس می‌شود تا فضای سالم‌تری برای ابراز احساسات واقعی فراهم گردد. آقای ز. از اجبار اجتماعی صحبت کرد و گفت:

«انجام این مراسم‌ها رو ضروری می‌دونستیم و باورمون هم این بود که این مراسم باید برگزار بشه. اگر انجام نمی‌شد، یک عیب دونسته می‌شد.»

- تأثیر فشار مالی بر کیفیت مناسک مرگ: مسائل مالی از جمله موارد حائز اهمیت است که به اشکال مختلف مورد توجه افراد قرار می‌گیرد. این مقوله‌ی محوری به برگزاری مراسم از جنبه‌ی اقتصادی توجه می‌کند. برخی از مصاحبه‌شوندگان درباره‌ی مخارج مراسم عقیده داشتند که خرج‌های انجام شده در مراسم بیهوده بوده و تعدادی از افراد در شرایط سخت اقتصادی برای جلوگیری از قضاوت‌های مردم برگزاری مراسم را به عهده گرفتند. خانم ز. به شرایط سخت و مشکلات مالی هنگام وقوع حادثه اشاره کرد و گفت در آن دوره برگزاری مراسم برایشان سخت بوده اما برای حرف مردم مجبور به انجام مراسم شدند:

«فکر می‌کنم در دسر بود، من چون بابام مریض بود و یه دوره درمان چندماهه با هزینه‌های خیلی زیاد داشت، این برگزاری مراسم بزرگ از نظر مالی برامون سنگین بود ولی به خاطر اینکه بعداً نگویم آره اینا منتظر مرگ باباشون بودن و یا گدابازی در آوردن، مجبور شدیم تو شرایط سخت مراسم رو بگیریم.»

- راهبردهای مدیریت هزینه و تقلیل مخارج: مشکلات مالی برای اکثریت مصاحبه‌شوندگان حائز اهمیت بوده و از برگزاری مراسم در شرایط سخت اقتصادی به ستوه آمده بودند. برخی افراد پیشنهادهایی برای مدیریت هزینه‌های برگزاری مراسم داشتند. مثلاً: خانم ز. که به وجود مشکلاتشان در هنگام برگزاری مراسم اشاره کرد و از برگزاری مراسم به صورت تشریفاتی ناراضی بود، در پایان صحبت به ارائه‌ی راه حل با ذکر مثال پرداخت:

«الان شوهر عمه‌ام فوت شده، توی مراسم هفت اعلام کردن و به صورت محترمانه از همه تشکر کردن گفتن دیگه مراسمی برگزار نمی‌شه، مشکی نپوشین و فقط سر خاک می‌آیم پنجشنبه‌ها. فک کنم تنها این‌جوری فرهنگ‌سازی می‌شه.»

- پیوند فرهنگ، آیین و سنت‌های ملی: پیوند بین فرهنگ، آیین و سنت‌های ملی در گرایش مردم بیرجند به صنعت مرگ به شدت تحت‌تأثیر کدهای باز «رعایت احترام»، «پیروی از رسوم» و «تفاوت رسوم» قرار دارد. این کدها نه‌تنها راه‌های مختلفی را برای ابراز عواطف و احساسات نسبت به درگذشتگان ارائه می‌دهند بلکه نمایانگر عمق پیوندهای اجتماعی و فرهنگی در این منطقه هستند. آقای ز. گفت:

«باوری که در رابطه و سنت‌هایی که تو خانواده ما حالا بخوایم بگیریم وجود داره همین باورهایی است که توی منطقه ما وجود داره. سنت‌ها اینه که خب حالا بعضی از روستاها، شهرها متفاوته؛ اینی که مثلاً خب بعضی از جاها می‌بینی ختم مراسم با اون ناهاری که می‌دن هم‌زمان با روز تشییع جنازه است ولی سمت روستای ما، کلاته ملک، ختم روز سوم حتماً باید باشه.»

- دشواری‌های اجرایی و تشریفات آیینی: نحوه‌ی مواجهه با مرگ و عزاداری در بستر اجتماعی و فرهنگی این مردم ریشه دارد. عزاداری تظاهری و سنت‌های تشریفاتی هر دو به شکل‌دهی نگرش جامعه به صنعت مرگ و چگونگی برگزاری مراسم‌های آن تأثیر می‌گذارند. مثلاً: خانم ت. نیز به عزاداری تظاهری میزبان برای دریافت تأیید اجتماعی اشاره کرد:

«مثلاً همین مامان خودم تو مسجد و قبرستون یه جیغا می‌زد؛ یه کولی بازی یا در می‌آورد؛ حالا باباش ۸۰ سالش بود، بعد تو خونه خوش و خرم بود. بهش گفتن این گریه‌ها چیه می‌کنی. گفت: برای چشم مردمه که نگو باباش مرده عین خیالش نیست وگرنه که بابام عمرشو کرده نمی‌خواست نگهبون دنیا بشه.»

- مقاومت در برابر فشار اجتماعی برای ساده‌سازی: پاسخگویان برای برگزاری مراسم با مشکلات و چالش‌های متفاوتی روبه‌رو بودند و برای راحتی خیال و از بین بردن چالش‌های موجود در مناسک مرگ پیشنهاداتی داشتند، مانند برگزاری ساده مراسم و کاهش تشریفات مرسوم خانم ز. به برگزاری مراسم به شکل ساده و کاهش تشریفات اشاره کرد:

«اصلاً با تشریفات خیلی زیاد موافق نیستم و حتی معتقدم اگر از نظر مالی مشکلی داره می‌تونه این مراسم را به ساده‌ترین شکل برگزار کرد.»

- آرامش معنوی و اهداف متعالی سوگواری: این مقوله‌ی محوری به اثرات مثبت خدمات مناسک مرگ اشاره می‌کند. مصاحبه‌شوندگان از قشر گل‌فروشان هستند و به حضور مثبت تاج گل در مراسم و آرامش روح شخص متوفا اشاره دارند. آقای ز. در این باره گفت:

«ممکنه برای تسکین و تلطیف روح بازماندگان هست و ربطی به مرده نداره؛ بیشتر برای اینکه صاحبان عزا بیشتر احساس آرامش خاطر بکنن.»

- تأثیرات روانی و استرس ناشی از مدیریت مراسم: راهبردها پاسخ‌هایی هستند که افراد، خانواده‌ها و جوامع به دغدغه‌های فکری، استرس، عذاب وجدان، فشار روانی، حس حقارت و غم

و درد ناشی از مرگ می‌دهند که این پاسخ‌ها می‌تواند تأثیرات روانی را بر میزبان به جای بگذارد. خانم ز. به استرس برگزاری مراسم و تهیه‌ی تدارکات اشاره کرد:

«خیلی اذیت شدیم همگی؛ از تهیه‌ی اعلامیه و انواع بنر تا سفارش به رستوران برای تهیه‌ی ناهار و شام و آماده کردن پک‌های پذیرایی و تهیه‌ی شیرینی و خرما و حلوا و گل‌آرایی میز عکس مرحوم و گل‌آرایی قبر مرحوم؛ و در کنار همه‌ی این‌ها استرس اینکه آیا مراسم به بهترین شکل و اونجوری که تو ذهنمون هست برگزار می‌شود یا نه.»

### پیامدهای گرایش مردم به صنعت مرگ

پیامد، آثار و نتایجی است که بر اثر فعالیت پدیده بروز می‌کند. پدیده‌ی هسته‌ای پژوهش یا همان صنعت مرگ از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان دارای پیامدهای اقتصادی و روانی است.

- ابعاد اجتماعی و فرهنگی سوگواری: از پیامدهایی که می‌تواند برگزاری مناسک مرگ داشته باشد "مقبولیت اجتماعی" است؛ بدین شکل که بازماندگان با برگزاری مناسک مرگ برای عزیز از دست رفته‌ی خود تأیید اجتماعی از طرف مردم و جامعه را دریافت می‌کنند؛ همان‌طور که آقای آ. دریافت مقبولیت اجتماعی را از دلایل برگزاری مراسم می‌داند:

«دلیل شخصی من برای انجام این مناسک این بوده که خب اون چیزی که مرسوم هست یا اون عرف جامعه یا اون چیزی که جامعه اون‌ها رو رسم می‌دونه و انسان ناچاره برای اینکه تو این جامعه زندگی که می‌کنه، بتونه حالا توی اون جامعه سرشو بالا بگیره یا حداقل یه مقبولیت اجتماعی داشته باشه یا به قول گفتنی بعدش حرف و حدیثی نشنوه.»

- پیچیدگی مسائل مالی و اقتصادی در مراسم: از عواقب و نتایج برگزاری مراسم می‌تواند بحث امور مالی باشد که امروز دغدغه‌ی خیلی از افراد است. خانم ز. به این مسئله اشاره کرد و گفت:

«پیامد که هیچی همش شد قرض و خرج اضافی.»

- اثرات روانی و عاطفی مرتبط با سوگواری: بسیاری از مصاحبه‌شوندگان به درگیری‌های فکری ناشی از شیوه‌ی برگزاری مراسم اشاره کردند که برای برگزاری مراسم با وجود غمگین بودن اما درگیری ذهنی برگزاری مراسم و رسیدگی به مهمانان را داشتند و برخی هم به این نکته اشاره کردند که برگزاری مراسم از غم آن‌ها کم نکرد و با وجود داغدار بودنشان خیلی از اطرافیان

توقع‌های نابه‌جایی از آن‌ها داشتند که موجب رنجش آن‌ها می‌شد. در ادامه به تعدادی از این پاسخ‌ها اشاره می‌شود. خانم ع. می‌گوید:

«به نظرم عزا مثل عروسی نیست. کسی که داغ دیده خیلی چشم‌انتظاره اینکه دیگران تو این موقعیت‌ها تنهاشون نزارن؛ خیلی مهمه تمام مراسم‌ها رو شرکت کردن؛ بعد مراسم به سراغی از ما نگرفتن؛ منظورم اصلاً آدم‌های غریبه نیست‌ها، همین خودمونی‌ها.»

- ارزش‌های معنوی و دینی در مناسک مرگ: برگزاری مناسک مرگ از نظر مصاحبه‌شوندگان علاوه بر پیامدهای منفی تعدادی پیامد مثبت هم داشت. مانند باقی‌الصالحات برای بازماندگان، آرامش عزیز از دست رفته و حمایت و همراهی اطرافیان در برگزاری مناسک. آقای آ. در پاسخ به این سؤال که برگزاری مراسم چه پیامدی داشت پاسخ داد:

«مزیت اگه بخوایم براش بگیریم، همینه که بالاخره مردم بیان و تهش تعریف کنن، بگن آقا خدا بیامرزتش. دیگه خدا بیامرزی برای اجداد ما بره. همین دیگه. برای اونا انشالله یه چیزی داشته باشه. باقیات‌الصالحاتی ولی برای ما که فکر نمی‌کنم چیز داشته باشه.»

- تغییرات اجتماعی و فرهنگی در نحوه‌ی برگزاری مراسم: تعدادی از پاسخگویان پیشنهاداتی داشتن برای جایگزینی برگزاری مراسم، مانند کمک به خیریه و یا کاهش هزینه‌ها برای رفاه اقتصادی میزبان. آقای ن. کمک به امور خیریه را، به جای برگزاری مراسم، پیشنهاد داد:

«کمک به امور خیریه بشه، بهتره تا این خرج‌ها که به چشم نیامد و معلوم نیست به روح مرحوم برسه یا نه انجام بشه.»

- نتایج و پیامدهای بلندمدت اجتماعی سوگواری: فراموشی بازماندگان و مراسم هر دو می‌توانند پیامدهای منفی برای افراد و جامعه داشته باشند. مناسک مرگ با وجود تنوع در شکل و ظاهر نقش مهمی در تسهیل فرایند سوگواری، تقویت پیوندهای اجتماعی و حفظ خاطرات ایفا کند. درک این مسئله می‌تواند به ما در مدیریت بهتر غم و اندوه و همچنین حفظ میراث فرهنگی کمک کند. خانم ع. در پاسخ به این سؤال که آیا از برگزاری مراسم پشیمان نیستید پاسخ داد:

«کاش این مردم یاد بگیرن مرده‌خور نباشن. تمام مراسم‌ها رو شرکت کردن؛ بعد مراسم به سراغی از ما نگرفتن. منظورم اصلاً آدم‌های غریبه نیست‌ها، همین خودمونی‌ها. آدم وقتی عزیزشو از دست می‌ده، هیچی آرومش نمی‌کنه؛ سال‌ها می‌گذره؛ درد همون جواری پررنگ تو زندگیش

می‌مونه. این مراسم‌ها از یاد می‌رن. هیچ کس یادش نمی‌آد تو مراسم، مثلاً خاکسپاری بابای من نهار چی بوده ولی این معرفت‌هاست که می‌مونه.»

- پیامدهای اجتماعی و روانی مناسک سوگواری: برخی از عوامل و شرایط هستند که در نوع و شیوه‌ی برگزاری مناسک مؤثرند، مانند از دست دادن جوان، وابستگی به متوفا و، علاوه بر این موارد، برگزاری مراسم برای بازماندگان پیامدهایی به جای می‌گذارد که بر روان و جایگاه اجتماعی‌شان تأثیرگذار است. آقای ن. در جایگاه سنگ‌فروش به این نکته اشاره کرد که ممکن است افراد، با وجود شرایط مالی نامساعد، به خاطر اینکه جوان از دست دادند و یا اقوام از شهر و جاهای دیگر دارند، برخلاف طبقه‌ی اجتماعی، سنگ گران‌قیمت بخرند:

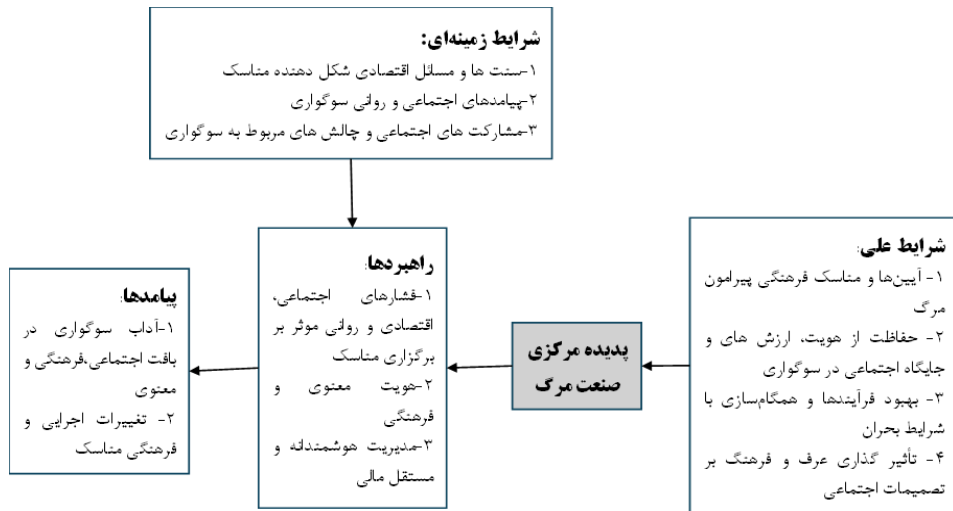
«ممکنه شخصی که جوون از دست داده، میاد برای رفع اون عذاب وجدان یا تحت یک‌سری

هیجانان قرار می‌گیره؛ با وجود اینکه دستش تنگه ولی سنگ ۲۰ تومنی می‌خره.»

- مشکلات اجرایی و چالش‌های تدارکاتی: در مورد مشکلات اجرای مراسم و چالش‌هایی که میزبان برای تدارکات پیش‌رو دارد صحبت می‌کنیم. خانم ع. به تدارکات اشاره کرد و این مسئله را سخت شمرد:

«بزرگ‌ترین مشکلمون این بود که چون خیلی همه‌مون سنمون پایین بود و تا حالا اصلاً تو این موقعیت نبودیم؛ پیدا کردن عوامل اجرای مراسم برامون سخت بود که دوست داشتیم خیلی عالی باشه؛ برای همین زیاد گشتیم.»

شکل ۱. مدل مفهومی منتج از یافته‌های پژوهش



## بحث و نتیجه‌گیری

گرایش مردم بیرجند به صنعت مرگ، به‌عنوان پدیده‌ای چندوجهی، بازتاب‌دهنده تحولات عمیق اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، و روانی در بستر جامعه‌ی مدرن است که از تلاقی عوامل متعددی نظیر تأثیرات رسانه‌ای، اشاعه فرهنگی، مصرف‌نمایی، و بازان‌دیشی هویتی شکل گرفته است. این پدیده، که از آیینی سنتی به صنعتی پیچیده و نمادین تبدیل شده، نه‌تنها نشان‌دهنده تغییرات در نحوه برگزاری مراسم سوگواری است بلکه بیانگر دگرگونی‌های عمیق در نگرش‌ها، ارزش‌ها، و رفتارهای اجتماعی مردم بیرجند است. یافته‌های کیفی این پژوهش، که از کدگذاری مصاحبه‌ها استخراج شده‌اند، همراه با پیشینه‌های پژوهشی و نظریه‌های جامعه‌شناختی، چهارچوبی جامع برای فهم این گرایش فراهم می‌کنند. این نتیجه‌گیری با تلفیق این عناصر، به تحلیل جامعه‌شناختی این پدیده پرداخته و راهکارهایی برای کاهش فشارهای اقتصادی و روانی ناشی از آن پیشنهاد می‌دهد. یافته‌های کیفی این پژوهش نشان می‌دهند که شرایط علی مانند توجه به نگاه و نگرش مردم، پاسداشت یاد متوفی، تثبیت جایگاه اجتماعی، پیوندهای معنوی، نمایش قدرت و هویت، همگام‌سازی با شرایط بحران، ساده‌سازی فرایندهای اجتماعی، نفوذ عرف و فرهنگ، هم‌دردی پایدار، توازن زیبایی‌شناسی و معنای آیینی، و تأثیر عواطف، انگیزه‌های اصلی

خانواده‌ها را برای برگزاری مراسم‌های پرهزینه تشکیل می‌دهند. این انگیزه‌ها با نظریه‌های رسانه‌ای هم‌راستا هستند. نظریه برجسته‌سازی شاو و مک‌کومبز نشان می‌دهد که رسانه‌ها، با تمرکز بر مراسم‌های مجلل مرگ، این آیین‌ها را به‌عنوان نشانه‌ای از منزلت اجتماعی در ذهن مردم برجسته می‌کنند (احمدزاده کرمانی، ۱۳۹۰: ۸۰). در بیرجند، رسانه‌های محلی و شبکه‌های اجتماعی، با نمایش مراسم‌های پرزرق‌وبرق، باورهایی را در مردم نهادینه کرده‌اند که این نوع مراسم‌ها را به نمادی از احترام و جایگاه اجتماعی تبدیل می‌کند. این تأثیر با نظریه‌ی کاشت گرنبر تقویت می‌شود که معتقد است رسانه‌ها، به‌ویژه تلویزیون و فضای مجازی، با تکرار تصاویر مراسم‌های لوکس، جهانی خیالی را در ذهن مخاطبان می‌سازند که با واقعیت اقتصادی جامعه هم‌خوانی ندارد (Barker, 2006: 24).

نظریه‌ی تزریقی سورین و تانکارد نیز این فرایند را از منظری دیگر توضیح می‌دهد؛ جایی که مخاطبان به‌صورت منفعل پیام‌های رسانه‌ای، مانند تبلیغات خدمات تدفین لوکس، را می‌پذیرند (سورین و تانکارد، ۱۳۹۳: ۶۷). این پیام‌ها به‌سرعت در ذهن مردم بیرجند اثر گذاشته و آن‌ها را به تقلید از الگوهای مصرفی ترغیب می‌کند. نظریه‌ی رسانه‌های سرایت‌دهنده‌ی کاپلا این تقلید را به جریانی اجتماعی تبدیل می‌کند؛ جایی که نمایش مراسم‌های پرهزینه در رسانه‌ها به الگوبرداری گسترده منجر شده و هویت جمعی را بازتعریف می‌کند (محمدپور، نقدی و نادرزاد، ۱۳۸۹: ۱۴۰). برای مثال، خانواده‌ها در بیرجند برای حفظ وجهه اجتماعی، به برگزاری مراسم‌های مشابه روی می‌آورند، حتی اگر این کار با محدودیت‌های مالی آن‌ها سازگار نباشد. این یافته‌ها با پیشینه‌های پژوهشی هم‌سو هستند که نشان می‌دهند فضای مجازی، به‌ویژه در دوران کرونا، با تسهیل مراسم‌های آنلاین، الگوهای جدیدی از سوگواری را معرفی کرده است (کیانی و هاشمی‌نسب، ۱۴۰۰: ۱۰۶؛ بهار و جبارپور، ۱۴۰۰: ۶۸).

نظریه‌ی اشاعه‌ها گسترند نقش مهمی در توضیح چگونگی گسترش این الگوهای مصرفی در بیرجند ایفا می‌کند. این نظریه بیان می‌کند که پذیرش و اجرای عناصر فرهنگی، مانند مناسک مرگ، به ترویج آن‌ها در جامعه کمک کرده و هویت و ارزش‌های اجتماعی را بازتعریف می‌کند (Hägerstrand: 1965: 46). در بیرجند، گسترش فرهنگ مصرف‌گرایی در مراسم‌های مرگ، از طریق تعاملات اجتماعی و رسانه‌ها، این آیین‌ها را از حالت خصوصی به پدیده‌ای عمومی و نمادین

تبدیل کرده است. این فرایند، همان‌طور که یافته‌ها نشان می‌دهند، تحت‌تأثیر شرایط زمینه‌ای مانند سنت‌ها و عرف‌های محلی قرار دارد که به‌عنوان چهارچوبی برای پذیرش این الگوها عمل می‌کنند؛ با این حال، این پذیرش گاهی با آسیب‌های ظاهرگرایی همراه است؛ جایی که فشارهای اجتماعی خانواده‌ها را به سمت برگزاری مراسم‌های پرهزینه سوق می‌دهد، حتی اگر با توان مالی آن‌ها هم‌خوانی نداشته باشد.

بخش مهمی از گرایش به صنعت مرگ در بیرجند به الگوهای مصرف و تمایز اجتماعی مربوط است. نظریه‌ی مُد زیمِل نشان می‌دهد که استفاده از لباس‌های خاص، تزئینات گران‌قیمت، و خدمات لوکس در مراسم‌های مرگ به‌عنوان مدی اجتماعی عمل می‌کند که هم تمایز فردی و هم انسجام گروهی را تقویت می‌کند (زارع و فلاح، ۱۳۹۱: ۷۹). این رفتار در بیرجند به‌وضوح دیده می‌شود؛ جایی که خانواده‌ها از این ابزارها برای نمایش جایگاه اجتماعی خود استفاده می‌کنند. نظریه‌ی درآمد نسبی دوزنبری این رفتار را از منظر اقتصادی توضیح می‌دهد، مبنی بر اینکه افراد مصرف خود را براساس مقایسه با دیگران تنظیم می‌کنند، نه صرفاً براساس درآمد واقعی (رحمانی، ۱۳۹۴: ۲۸۷)؛ این مقایسه اجتماعی باعث می‌شود حتی خانواده‌های با درآمد متوسط در بیرجند هزینه‌های سنگینی را برای مراسم‌های مرگ متحمل شوند تا با طبقات بالاتر هم‌رنگ شوند.

نظریه‌ی عادت‌واره‌ی بوردیو این فرایند را به انتخاب سبک زندگی مرتبط می‌کند؛ جایی که طبقات اجتماعی با انتخاب کالاها و خدمات خاص، مانند سنگ‌های قبر گران‌قیمت یا پذیرایی‌های مجلل، سرمایه فرهنگی و اقتصادی خود را به نمایش می‌گذارند (حمیدی و فرجی، ۱۳۸۷: ۷۲). نظریه‌ی تجمل‌گرایی و بلن این رفتار را به رقابت برای کسب منزلت اجتماعی گره می‌زند؛ جایی که طبقات مرفه با مصرف نمایشی نه‌تنها جایگاه خود را تثبیت می‌کنند بلکه الگوهای مصرفی را به سایر طبقات تحمیل می‌کنند (باینگانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۶۸). نظریه‌ی مصرف بودریار نیز نشان می‌دهد که، در دنیای مدرن، افراد به دنبال ارزش نمادین اشیاء هستند، نه کارکرد عملی آن‌ها (Baudrillard, 2016: 94). در بیرجند، انتخاب خدمات لوکس در مراسم‌های مرگ به نمادی از هویت و منزلت تبدیل شده است که با یافته‌های کیفی هم‌سو است و نشان می‌دهد افراد برای کسب تأیید اجتماعی و نمایش هویت به این الگوها روی می‌آورند.

نظریه‌ی بازاندیشی‌گیدنز چهارچوبی برای درک این انتخاب‌ها در دنیای مدرن فراهم می‌کند. گیدنز معتقد است که، در جوامع مدرن، سنت‌ها نقش کمتری در تعیین هویت دارند و افراد از طریق سبک زندگی خود هویتشان را بازتعریف می‌کنند (باینگانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۷۰؛ علیزاده اقدم، ۱۳۹۸: ۲۸۶؛ ربانی و رستگار، ۱۳۸۷: ۴۷). در بیرجند، برگزاری مراسم‌های پرهزینه مرگ به ابزاری برای بیان هویت و کسب تأیید اجتماعی تبدیل شده است، به‌ویژه در شرایطی که فشارهای اجتماعی و انتظارات جمعی افراد را به این سمت سوق می‌دهند. نظریه‌ی استفاده و رضایت‌مندی کاتز نیز نشان می‌دهد که افراد خدماتی را انتخاب می‌کنند که بالاترین رضایت روانی و اجتماعی را برایشان فراهم کند، مانند خدماتی که تأیید اجتماعی و احترام را به همراه دارند (نیکو، ۱۳۸۱: ۵۷). این نیاز به تأیید، همان‌طور که یافته‌ها نشان می‌دهند، با چالش‌های روانی و عاطفی همراه است، به‌ویژه در شرایطی که خانواده‌های داغ‌دیده تحت فشار فقدان و انتظارات اجتماعی قرار دارند (تابعی، یوسفی و صدیق اورعی، ۱۳۹۶: ۷۱؛ یعقوبی، میرحجازی و صوفی‌زاده، ۱۳۹۸: ۱۰۱).

پیشینه‌های پژوهشی نشان می‌دهند که فضای مجازی، به‌ویژه در دوران شیوع ویروس کرونا، نقش مهمی در تحول مناسک مرگ ایفا کرده است. محدودیت‌های تجمع و پروتکل‌های بهداشتی افراد را به برگزاری مراسم‌های آنلاین یا کوچک‌تر سوق داد که نه‌تنها نحوه‌ی سوگواری را تغییر داد بلکه فشارهای روانی و عاطفی را تشدید کرد (Hamid & Jahangir, 2022: 696). در بیرجند، این تغییرات به پذیرش الگوهای جدید سوگواری منجر شد، اما هم‌زمان چالش‌هایی مانند استرس مدیریت مراسم و هزینه‌های مالی را به همراه داشت. این موضوع با یافته‌های کیفی هم‌سو است که نشان می‌دهند خانواده‌ها، تحت‌تأثیر فشارهای اجتماعی و مالی، با دشواری‌های اجرایی و روانی مواجه‌اند.

نظریه‌ی گیرتز (۱۹۶۶) به ما کمک می‌کند تا لایه‌های عمیق‌تر این پدیده را درک کنیم. از نگاه گیرتز، مناسک مرگ در بیرجند مجموعه‌ای از نمادها هستند که در فضای عمومی جامعه شکل گرفته و معانی عمیقی را منتقل می‌کنند (فکوهی، ۱۳۸۶: ۱۰۳). این نمادها، از طریق انتخاب‌های مصرفی و آیینی، نه‌تنها جهان‌بینی مردم را بازتاب می‌دهند بلکه هویت جمعی و ارزش‌های اجتماعی را بازتعریف می‌کنند. یافته‌های کیفی نشان می‌دهند که توازن بین زیبایی‌شناسی و

معنای آیینی و همچنین ارزش‌های معنوی و دینی، در تصمیم‌گیری‌های مرتبط با مراسم مرگ نقش مهمی دارند. این دیدگاه نظری، همراه با یافته‌ها، نشان می‌دهد که صنعت مرگ در بیرجند فراتر از آیینی سنتی، به صحنه‌ای برای نمایش هویت، منزلت، و همبستگی اجتماعی تبدیل شده است.

پیامدهای این گرایش، همان‌طور که یافته‌ها نشان می‌دهند، شامل پیچیدگی‌های مالی، اثرات روانی و عاطفی، تغییرات فرهنگی در نحوه‌ی برگزاری مراسم، و چالش‌های اجرایی است؛ این پیامدها با پیشینه‌های پژوهشی هم‌خوانی دارند که نشان می‌دهند مصرف‌گرایی در مراسم‌های مرگ، به‌ویژه در شرایط اقتصادی نامناسب، فشارهای مضاعفی را بر خانواده‌ها تحمیل می‌کند (عبداللهیان و حسنی، ۱۳۸۹: ۲۳). این فشارها، همراه با استرس ناشی از مدیریت مراسم و انتظارات اجتماعی، کیفیت سوگواری را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد و گاهی، به جای التیام، به تشدید غم و اندوه منجر می‌شود. برای کاهش نگاه مصرفی و نمایشی به مناسک مرگ راهکارهایی عملی پیشنهاد می‌شود: نخست، آموزش و آگاهی‌بخشی عمومی از طریق کارگاه‌های آموزشی و برنامه‌های رسانه‌ای می‌تواند به ترویج فرهنگ ساده‌سازی کمک کند. این برنامه‌ها باید بر ارزش‌های معنوی و محتوایی مراسم‌ها تأکید کرده و خانواده‌ها را از فشارهای اجتماعی برای برگزاری مراسم‌های پرهزینه رها سازند. دوم، ایجاد کمپین‌های رسانه‌ای برای تبلیغ سوگواری ساده و مؤثر، با تمرکز بر همدردی و حمایت عاطفی، می‌تواند الگوهای فرهنگی را تغییر دهد. سوم، حمایت واقعی از بازماندگان، از طریق خدمات مشاوره‌ای و پشتیبانی مالی، می‌تواند بار روانی و اقتصادی را کاهش دهد. در نهایت، تقویت پیوندهای فرهنگی و دینی، با تأکید بر ارزش‌های معنوی به جای ظاهرگرایی، می‌تواند مرگ را به آیینی برای التیام و همبستگی تبدیل کند. این پژوهش با ارائه‌ی چهارچوبی نظری و تجربی نه‌تنها به درک عمیق‌تر گرایش مردم بیرجند به صنعت مرگ کمک می‌کند بلکه راهنمایی برای سیاست‌گذاری فرهنگی و اجتماعی ارائه می‌دهد. با توجه به تأثیرات گسترده رسانه‌ها، مصرف‌گرایی، و فشارهای اجتماعی، لازم است که جامعه به سمت بازتعریف این آیین‌ها حرکت کند تا مرگ، به‌جای صحنه‌ای برای رقابت و نمایش، به فرصتی برای تأمل، همدردی، و تقویت پیوندهای انسانی تبدیل شود. این چشم‌انداز، با تکیه بر ارزش‌های

فرهنگی و دینی بومی بیرجند، می‌تواند به کاهش چالش‌های روانی و اقتصادی خانواده‌ها کمک کند و سوگواری را به تجربه‌ای معنادار و التیام‌بخش بازگرداند.

---

**تعارض منافع:** هیچ گونه تعارض منافع در این پژوهش وجود ندارد.

## منابع

- احمدزاده کرمانی، روح‌الله (۱۳۹۰). درآمدی بر پدیدارشناسی فضای مجازی. *مطالعات رسانه‌ای*، ۱۲(۶)، ۵۵-۸۲.
- استراوس، انسلم و کربین، جولیت (۱۳۹۵). *مبانی پژوهش کیفی: فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای* (مترجم ابراهیم افشار). تهران: نشر نی.
- باینگانی، بهمن، ایراندوست، سید فهیم، و احمدی، سینا (۱۳۹۲). سبک زندگی از منظر جامعه‌شناسی: مقدمه‌ای بر شناخت و واکاوی مفهوم سبک زندگی. *مهندسی فرهنگی*، ۸(۷۷)، ۷۴-۵۶.
- بهار، مهری، و جبارپور، فائزه (۱۴۰۰). تغییرات آیین‌های سوگوارِ متوفی پس از کرونا و ارزیابی تأثیرات آن بر صاحبان عزا. *دین و ارتباطات (دانشگاه امام صادق/ نامه صادق)*، ۲۸(۱): ۹۰-۶۷.
- تابعی، ملیحه، یوسفی، علی، و صدیق اورعی، غلامرضا (۱۳۹۶). پدیدارشناسی تجربی واکنش به مرگ؛ مطالعه زنان شهر مشهد. *فصلنامه علمی پژوهشی راهبرد فرهنگ*، ۱۰(۴۰)، ۹۴-۷۱.
- حمیدی، نفیسه، و فرجی، مهدی (۱۳۸۷). سبک زندگی و پوشش زنان در شهر تهران. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران*، ۱۱(۱): ۹۲-۶۵.
- زراعتی، مصطفی، حقانی زمیدانی، و مجتبی، خدادادی سنگده جواد (۱۳۹۵). مقایسه افسردگی و اضطراب مرگ در سالمندان مقیم و غیر مقیم در سرای سالمندان. *نشریه پرستاری ایران*، ۲۹(۱۰۲): ۴۵-۵۴.
- ربانی، رسول و رستگار، یاسر (۱۳۸۷). جوان، سبک زندگی و فرهنگ مصرفی. *مهندسی فرهنگی*، ۵(۲۳ و ۲۴)، ۵۳-۴۴.
- رحمانی، تیمور (۱۳۹۴). *اقتصاد کلان*. ج ۲. چ ۱۵. تهران: نشر نور علم.
- رفیعی، محمود، و رضایی، جمال (۱۳۸۱). *بیرجندنامه: بیرجند در آغاز سده چهاردهم خورشیدی*. تهران: هیرمند.

- رضوی‌زاده، نورالدین (۱۳۸۴). بررسی تأثیر رسانه‌ها بر تمایل به تغییر سبک زندگی روستایی. *فصلنامه علوم اجتماعی*، ۱۲(۳۱): ۱۱۱-۱۱۴.
- زارع، بیژن، و فلاح، مهدی (۱۳۹۱). بررسی سبک زندگی جوانان در شهر تهران و عوامل مؤثر بر آن. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، ۵(۴)، ۷۵-۱۰۵.
- زمانی‌مقدم، مسعود، و اکبری، یونس (۱۳۹۴). نگرش اجتماعی به مرگ دیگری و مناسک تدفین. *مجموعه مقالات همایش ملی مردم‌شناسی مرگ و زندگی*. تهران: انتشارات پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری.
- سراج‌زاده، سیدحسن، فراستخواه، مقصود، و زمانی‌مقدم، مسعود (۱۳۹۵). نگرش لاهوتی و ناسوتی نسبت به مرگ: مطالعه‌ی مرگ‌اندیشی نمونه‌ای از دانشجویان با روش نظریه‌ی زمینه‌ای. *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۱۱(۴۰)، ۱۵۱-۱۷۶.
- سورین، ورنر جوزف، و تانکارد، جیمز (۱۳۹۳). *نظریه‌های ارتباطات* (مترجم علیرضا دهقان). تهران: دانشگاه تهران.
- سومیلا، یوهانا (۱۴۰۰). *رسانه و آیین مرگ، جماعت و زندگی روزمره* (ترجمه نسیم خواجه‌زاده). تهران: نشر ثالث.
- عبداللهیان، حمید، و حسنی، حسین (۱۳۸۹). تبلیغات تجاری و مصرف‌گرایی: تحلیل نشانه‌شناختی آگهی‌های تجاری تلویزیونی در ایران. *پژوهش‌های ارتباطی*، ۱۷(۶۲): ۱۰۷-۱۲۵.
- علیزاده اقدم، محمدباقر (۱۳۹۸). تحلیل جامعه‌شناختی سبک غذایی شهروندان تبریزی. *فصلنامه علمی-پژوهشی رفاه اجتماعی*، ۱۲(۴۴)، ۲۸۵-۳۱۸.
- فکوهی، ناصر (۱۳۸۶). نگاهی بر رویکرد تفسیری کلیفورد گیرتز با تأکید بر تفسیر او از پدیده دینی. *نشریه مطالعات جامعه‌شناختی*، ۱۵(۳۱): ۱۰۳-۱۲۰.
- فلیک، اووه، کاردورف، ارنست‌فون، و اشتاینکه، اینس (۱۳۹۷). *راهنمای روش تحقیق کیفی*. (مترجم ستار محمدی‌تلوار). تهران: انتشارات جامعه‌شناسان؛ انتشارات روش‌شناسان.

قانع‌راد، محمد امین، و کریمی مله، مرتضی (۱۳۸۵). نمایشنامه‌های فرهنگی مرگ و مردن (مورد مطالعه: بیماران سرطانی بیمارستان امام خمینی). *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۲(۵)، ۷۴-۵۱.

کرسول، جان دبلیو. (۱۴۰۲). روش و طرح تحقیق کیفی: انتخاب از میان پنج رویکرد تحقیق کیفی (مترجمان: طهمورث حسنقلی‌پور، اشکان الهیاری، مجتبی براری) تهران: نگاه دانش. کیانی، محسن، و هاشمی نسب، فخرالسادات (۱۴۰۰). مطالعه پدیدارشناسی آیین سوگواری در مرگ‌های ناشی از ویروس کرونا. *مجله مطالعات اجتماعی ایران*، ۱۴(۴): ۱۲۷-۱۰۶. گیرتز، کلیفورد (۱۳۸۲). اسلام آن گونه که مشاهده کردم (ترجمه فاضل حسامی). *مجله معرفت*، ۱۲(۷۲): ۹۴-۸۸.

محمدپور، احمد، نقدی، اسدالله، و نادرنژاد، بهزاد (۱۳۸۹). تأثیر ماهواره بر هویت فرهنگی در کردستان ایران؛ بررسی موردی دانشجویان کُرد دانشگاه‌های سنندج. *پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه (ویژه‌نامه جوان و مناسبات نسلی)*، (۴): ۱۳۱-۱۵۶.

مسعودی، حمید، نوغانی دخت بهمنی، محسن، و بهروان، حسین (۱۳۹۷). مراسم پیشکاری؛ نمود مصرف‌نمایشی مناسک ازدواج. *فصلنامه شورای فرهنگی اجتماعی زنان و خانواده*، ۲۰(۷۹): ۸۷-۱۱۴.

منصوری، سیده تمنا (۱۳۹۵). مطالعه کیفی تجربه دو فضایی‌شده کاربران ایرانی از سوگواری مجازی در شبکه اجتماعی فیسبوک (پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات اجتماعی). دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

موحد، مجید، عباسی شوازی، محمدتقی، و مرحمتی، ندا (۱۳۸۹). رسانه، جنسیت و مصرف‌گرایی (مطالعه‌ی رابطه‌ی استفاده از رسانه‌های جمعی با تمایلات مصرف‌گرایانه‌ی دختران و پسران جوان در شهر شیراز). *مطالعات راهبردی زنان*، ۱۲(۴۷): ۷-۴۰.

نصیری، آذر (۱۳۸۹). آیین سوگواری و مرثی در فرهنگ عامیانه‌ی قوم لر (پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته ادبیات فارسی). دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

نیک‌آبادی، اعظم، و باقری، زینب (۱۳۹۲). آیین‌های سوگواری و مرثیه‌خوانی در شاهنامه‌ی فردوسی. *مطالعات زبان و ادبیات غنایی*، ۳(۷)، ۵۹-۷۶.

نیکو، مینو (۱۳۸۱). *شناخت مخاطب تلویزیون با رویکرد استفاده و رضامندی*. تهران: سروش.

یعقوبی، علی، میرحجازی، سیده زهرا، و صوفی‌زاده، زینب (۱۳۹۸). *سنخ‌شناسی تصویر از مرگ و فرایندهای رویارویی با آن؛ مورد مطالعه: شهروندان گیلانی*. *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۳۰(۲)، ۱۱۶-۱۰۱.

- Akhunov, A. M. (2024). Tradition or Sharia: The transformation of funeral culture in post-Soviet Tatarstan. *Historical Ethnology*, 9(4), 638-650.
- Barker, Howard (2006). *Plays Two*. London, Oberon Books.
- Baudrillard, Jean. (2016). *The consumer society: Myths and structures*. California: Sage Publications.
- Bryant-Jefferies, R. (2006). *Counselling for death and dying: Person-centered dialogues*. Radcliffe Publishing.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1986). Living with television: The dynamics of the cultivation process. *Perspectives on media effects*, 17-40.
- Hägerstrand, T. (1965). A Monte Carlo approach to diffusion. *European Journal of Sociology/Archives Européennes de Sociologie*, 6(1), 43-67.
- Hamid, W., & Jahangir, M. S. (2022). Dying, death and mourning amid COVID-19 pandemic in Kashmir: A qualitative study. *OMEGA-journal of Death and Dying*, 85(3), 690-715.
- Hamid, W., Jahangir, M. S., Khan, T. A., & Maqbool, T. (2022). Role of technology in restructuring the traditional practices around death and mourning in Kashmir. *Death Studies*, 46(4), 832-841.
- Levy, S. J. (2015). Olio and integragraphy as method and the consumption of death. *Consumption Markets & Culture*, 18(2), 133-154.
- Mandel, N., & Smeesters, D. (2008). The sweet escape: The effect of mortality salience on consumption quantities for high- and low-self-esteem consumers. *Journal of Consumer Research*, 35(2), 309-323.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, 36(2), 176-187.

- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2001). *Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media* (pp. 115-117). New York: Longman.
- Zaleskiewicz, T., Gasiorowska, A., Kesebir, P., Luszczynska, A., & Pyszczynski, T. (2013). Money and the fear of death: The symbolic power of money as an existential anxiety buffer. *Journal of Economic Psychology*, 36, 55–67.



## Assessing and Analyzing Good Governance in Rural Areas The Case of Zirkuh County

Javad Mikaniki<sup>1</sup>

Received: 10/05/2025

Accepted: 29/07/2025

### Introduction

Rural good governance, with respect to its indicators, is considered one of the most important and effective approaches to addressing the challenges facing rural development. Zirkuh County, located on the border of South Khorasan Province, despite its relative regional capacities and environmental potential, does not enjoy a favorable position in terms of development indicators. Accordingly, the adoption of good governance—given its positive impacts—can play an effective role in the development of rural areas, as it fosters collective consensus and cooperation. Considering the importance of management in achieving sustainable development, along with new management paradigms grounded in good governance, this study seeks to assess the state of governance in the rural areas of Zirkuh County. The research aims to answer the following questions:

- What is the current status of governance indicators in the studied villages? And how do the districts of Zirkuh County rank in relation to one another based on the level of rural governance?

### Research Methodology

The present study is descriptive-analytical in nature, documentary-survey in terms of data collection, and applied in terms of its objectives. In the library phase, the theoretical foundations of the research were compiled through consultation of libraries, relevant books, theses, and scientific and research databases. Subsequently, a survey was conducted, and questionnaires were distributed in the selected sample

---

1. Associate Professor, Department of Geography, Faculty of Literature and Humanities, University of Birjand, Birjand, Iran (Corresponding Author)  
Email: javadmikaniki@birjand.ac.ir



COPYRIGHTS

2023 by the authors. Published by the General Office of Islamic Culture and Direction southern Khorasan. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

villages. After data collection, the level of good governance in the sample villages was assessed and analyzed by section using descriptive statistics and inferential tests. A one-sample t-test was employed to determine the degree of good governance in the villages, and SPSS 26 software was used for data analysis. The statistical population of the study consisted of 46 villages with more than 50 households in Zirkuh County, comprising a total of 7,220 households. Zirkuh County is administratively divided into three districts (Central, Shaskuh, and Zohan) and six rural districts (Zirkuh, Petergan, Shaskuh, Behnabad, Zohan and Afin). Cochran's formula was used to estimate the sample size, resulting in 364 households at the household level. For greater precision, the sample size was increased to 373 households.

### Findings

In the Central District of Zirkuh County, the indicators of participation, rule of law, accountability, and consensus orientation were above the average level, while the indicators of responsibility, transparency, efficiency, and justice orientation were below average. Among these, the participation indicator had the highest mean score (3.42), whereas the justice orientation indicator had the lowest mean (2.06). From the perspective of the sampled households in Shaskuh District, the indicators of participation, rule of law, accountability, and consensus orientation were at an average level and slightly above the numerical threshold of 3, while the other indicators were assessed below the desired level. In this district, the participation indicator had the highest mean (3.38), and the responsibility indicator had the lowest (2.33). The findings for Zohan District indicated that the indicators of participation, rule of law, and consensus orientation were above average, whereas the remaining indicators were below average. Overall, the results indicate that in all districts of Zirkuh County, the participation indicator exceeds the desired numerical threshold and ranks first, reflecting the participatory capacity of the rural community in modern rural management within the study area. However, the results of the tests reveal that the overall status of good governance in the study area is unfavorable. Specifically, the mean score of rural governance indicators was 2.52 in the Central District, 2.87 in Shaskuh District, and 2.84 in Zohan District, with statistically significant differences. The results further show that the participation indicator in the studied villages of Zirkuh County had the highest mean (3.40). The indicators of rule of law (mean = 3.28) and accountability (mean = 3.11) were at a relatively favorable level, whereas the other indicators—responsibility, consensus orientation, transparency, efficiency and effectiveness, and justice orientation—were below the desired numerical threshold. Among all indicators, efficiency and effectiveness had the lowest mean (2.34) from the perspective of the sampled households, indicating a poorer status compared to the other governance indicators.

## Discussion

Among the eight main indicators of good governance, only the participation indicator in all three districts under study (Central, Shaskuh, and Zohan) had a mean above the desired numerical level (3) and was reported as statistically significant. This finding indicates that the rural community in the study area has a high capacity and willingness to participate in decision-making processes and local governance. Participatory capacities, both in terms of subjective participation (individuals' mindset toward participation, collective thinking, and cooperative will in problem-solving) and objective participation (interaction among villagers, involvement in public and social activities), were at a satisfactory level in the study area. In contrast, the other indicators, including transparency, accountability, justice orientation, and efficiency and effectiveness, were in an unfavorable condition. In particular, the indicators of efficiency and effectiveness (mean = 2.34) and justice orientation (mean = 2.49) were at the lowest levels. These results suggest that governance structures in the rural areas under study face serious challenges from the perspective of the local community, especially regarding effectiveness, social justice, and transparency. Overall, the mean of the good governance indicators across the three districts of Zirkuh County was below the desired level, and these differences were statistically significant.

**Keywords:** Good Governance, Rural Management, Sustainable Development, Zirkuh County.

## References

- Azimi Amoli, J., & Rokneddin Eftekhari, A. (2014). Hokmravāi-ye roostāyi: Modiriyat-e touse'e-ye pāyadār [Rural governance: Sustainable development management]. Tehran: SAMT. [In Persian]
- Barker, D. (2000). Local governance: A model of sustainable rural resource management for the Third World. *International Journal of Agricultural Resources, Governance and Ecology*, 1(1), 43–55.
- Bednarek-Szczepańska, M. (2024). The role of local communities in the process of siting of the unwanted facilities within the rural areas in Poland. *Eastern European Countryside*, 25. <https://doi.org/10.12775/EEC.2019.003>
- Beryl, A., Radin, R., Agranoff, A., O'M., Bowman, C. G., Buntz, J., Ott, S., Romzek, B. S., & Wilson, R. E. (2022). New governance for rural America: Creating intergovernmental partnerships. *Kansas Open Book, University of Kansas*. <https://doi.org/10.17161/1808.32697>
- Buzarjomehri, K., Esmaili, A., & Romyani, A. (2017). Naqsh-e dānesh-e bomi-ye roostāyiān dar zist-paziri-ye manāteq-e roostāyi; mored-shenāsi: roostāhā-ye Dovin va Tukur, shahrestān-e Shirvān [The role of rural indigenous knowledge in rural livability: A case study of Dovin and Tukur villages, Shirvan County]. *Regional Urban Planning and Geography*, 7(24), 93–110. [In Persian]
- Chen, Z., Li, Y., Liu, Y., & Liu, X. (2021). Does rural residential land expansion pattern lead to different impacts on eco-environment? A case study of Loess hilly and gully region, China. *Habitat International*, 117, 102436.
- Dadvarkhani, F., Salmani, M., Farhadi, S., & Zare, Z. (2011). Hokmravāi-ye khob rāhbord-i barāye kahesh-e faqr-e roostāyi [Good governance as a strategy for rural poverty reduction]. *New Perspectives in Human Geography (Human Geography)*, 3(4), 103–120. [In Persian]
- Davids, G., Prince, T., Makiva, M., & Fagbadebo, O. (2021). A rural perspective on the practice and challenges of community participation in post-apartheid South Africa: Insights from Rural Beaufort-West Municipality. *Journal of African Studies and Development*, 11(3), 47–56.
- Dazhuan, G., & Yuqi, L. (2021). A strategy of rural governance for territorial spatial planning in China. *Journal of Geographical Sciences*, 31(9), 1349–1364. <https://doi.org/10.1007/s11442-021-1900-6>
- Detotto, C., Giannoni, S., & Goavec, C. (2021). Does good governance attract tourists? *Tourism Management*, 82(3), 104155. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104155>
- Elmenofi, G. A. G., El Bilali, H., & Berjan, S. (2014). Governance of rural development in Egypt. *Agricultural Science*, 59(2), 285–296.
- Evans, P. B. (Ed.). (2002). *Livable cities: Urban struggles for livelihood and sustainability*. University of California Press.
- Faiz, A., Wang, W., & Bennett, C. (2012). Sustainable rural roads for livelihoods and livability. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 53(3), 1–8.
- Fateminia, S. (2007). Farhang-e shahrivandi: Mahsool va mahmal-e hokmrāvi-ye khob, sāzman-e kārā va shahrivand-e fa'āl [Civic culture: Product and vehicle of

- good governance, efficient organization, and active citizenry]. *Social Welfare*, 7(26), 35–58. [In Persian]
- Goodwin, M. (1998). The governance of rural areas: Some emerging research issues and agendas. *Journal of Rural Studies*, 14(1), 5–12.
- Hu, G., Wang, J., Fahad, S., & Li, J. (2023). Influencing factors of farmers' land transfer, subjective well-being, and participation in agri-environment schemes in environmentally fragile areas of China. *Environmental Science and Pollution Research*, 30(2), 4448–4461.
- Ichplani, P., Kumar, A., & Mayberry, J. (2018). Engaging rural communities in communication processes. *The Journal of Development Communication*, 29(2), 62–75.
- Khalili, L., Kazemiyeh, F., & Yadavar, H. (2024). Arzyabi-ye asar-hā-ye hokmrāvai-ye khob dar pāydari-ye roostāhā (mored-e motāle'e: roostāhā-ye Badustān-e gharbi, shahrestān-e Haris) [Evaluation of good governance impacts on village sustainability: Case study of western Badustan villages, Haris County]. *Geography and Human Relations*, 7(1), 89–113. [In Persian]
- Khodapnah, K. (2021). Arzyabi-ye asar-hā-ye hokmrāvāi-ye shāyeste bar zist-paziri-ye roostāhā; mored-e motāle'e: bakhsh-e markazi-ye shahrestān-e Ardabil [Assessing the impacts of good governance on village livability: A case study of Central District, Ardabil County]. *Regional Planning*, 11(41), 83–100. [In Persian]
- Khosravi, N. (2017). Barrasi-ye tatbiqi-ye shākhese-hā-ye hokmrāvāi-ye matloub va touse'e-ye pāyadār-e roostāyi (mored-e motāle'e: shahrestān-e Birjand) [Comparative study of optimal governance indicators and rural sustainable development: A case study of Birjand County] (Unpublished master's thesis). Faculty of Literature and Humanities, Birjand University, Birjand, Iran. [In Persian]
- McGill, R. (1998). Urban management in developing countries. *Cities*, 15(6), 463–471. [https://doi.org/10.1016/S0264-2751\(98\)00041-9](https://doi.org/10.1016/S0264-2751(98)00041-9)
- Momeni, A., Jahanshiri, M., & Azmi, A. (2020). Asarāt-e hokmrāvāii-ye khob bar zist-paziri-ye sekonatgāh-hā-ye pirāshahri dar dehestān-e ādrān [Effects of good governance on the livability of peri-urban settlements in Adran rural district]. *Tose'eh-ye Fazāhā-ye Pirāshahri [Peri-Urban Space Development]*, 2(3), 193–205. [In Persian]
- Mouratidis, K., & Yiannakou, A. (2022). What makes cities livable? Determinants of neighborhood satisfaction and neighborhood happiness in different contexts. *Land Use Policy*, 112(1), 783–794. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2021.105855>
- Rahmani Fazli, A., Monshizadeh, R., Rahmani, B., & Alipourian, J. (2017). Tahlil-e jāyegāh-e modiriyat-e roostāyi-mabani bar roykard-e hokmrāvi-ye khob dar touse'e-ye pāyadār-e roostāyi (motāle'e moredi: moghāyese-ye bakhsh-e markazi-ye Kuhdasht va bakhsh-e Lavasanat) [Analysis of rural management based on good governance approach in rural sustainable development: A case

- study comparing Central Kuhdasht and Lavasanat districts]. *Journal of Rural Research and Planning*, 6(1), 17–34. [In Persian]
- Roknoddin Eftekhari, A., Azimi Amoli, J., Pourtaheri, M., & Ahmadipour, Z. (2011). Tabyin-e rabeteh-ye rahyafte-e hokmravaii-ye khob tose'eh-ye pāydār-e rūstāei dar manātegh-e rūstāei-ye ostān-e Māzandarān [Explaining the relationship between the good governance approach and sustainable rural development in rural areas of Mazandaran Province]. *Pazhuhesh-haye Roustaei [Rural Research]*, 2(4), 1–34. [In Persian]
- Ruth, M., & Franklin, R. S. (2014). Livability for all? Conceptual limits and practical implications. *Applied Geography*, 49, 18–23. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2013.09.018>
- Sharifzadeh, M. S., Abdollahzadeh, G., Salehi Taleshi, F., & Khaje Shahkouhi, A. (2017). Hokmrāvai-ye shāyeste-ye mabani bar sarmāye-ye ejtemā'i dar modiriyat-e rostāyi dar shahrestān-e Juybār [Good governance based on social capital in rural management in Juybar County]. *Geographical Planning of Space*, 7(23), 105–122. [In Persian]
- Statistical Center of Iran. (2022). Sālnāmeḥ-ye āmāri-ye ostān-e Khorāsān-e Jonubi [Statistical yearbook of South Khorasan Province]. Retrieved February 20, 2025, from <https://amar.org.ir/Portals/0/PropertyAgent/6200/Files/36320/401-29-01.pdf> [In Persian]
- Usón, T. J., Klonner, C., & Hofle, B. (2016). Using participatory geographic approaches for urban flood risk in Santiago de Chile: Insights from a governance analysis. *Environmental Science & Policy*, 66(2), 62–72. <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2016.08.002>
- Yurui, L., Luyin, Q., Qianyi, W., & Karácsonyi, D. (2020). Towards the evaluation of rural livability in China: Theoretical framework and empirical case study. *Habitat International*, 105, 102241. <https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2020.102241>
- Zaitul, Z., Desi, I., & Neva, N. (2023). Good governance in rural local administration. *Administrative Sciences*, 13(1), 1–19. <https://doi.org/10.3390/admsci13010019>
- Zhu, B., Yang, M., & Chu, X. (2024). Good governance and innovation: Economic freedom matters. *Technological Forecasting and Social Change*, 205(3), 123527. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123527>

مقاله‌ی علمی - پژوهشی

**سنجش و تحلیل حکمروایی خوب در نواحی روستایی****مورد مطالعه: شهرستان زیرکوه**جواد میکانیکی<sup>۱</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۲/۲۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۵/۰۷

مشاهده‌ی مقاله‌ی منتشر شده: دوره‌ی ۱۹، شماره‌ی ۴

[http://www.farhangekhorasan.ir/article\\_226312.html](http://www.farhangekhorasan.ir/article_226312.html)**چکیده**

حکمروایی خوب الگوی مدیریتی نوین جهت حل چالش‌های فراروی توسعه‌ی روستایی است و شاخص‌های آن پیشران و لازمه‌ی توسعه پایدار روستایی به حساب می‌آید؛ براین اساس، پژوهش حاضر با هدف سنجش و تحلیل وضعیت حکمروایی خوب در سکونتگاه‌های روستایی شهرستان زیرکوه انجام گرفته است. این تحقیق، از نظر هدف، کاربردی و ماهیت آن توصیفی - تحلیلی است. روش نمونه‌گیری، احتمالی و از نوع طبقه‌ای - تصادفی بوده است. جامعه‌ی آماری مورد مطالعه روستاهای بالای ۵۰ خانوار شهرستان زیرکوه (شامل ۴۶ روستا با ۷۲۲۰ خانوار) بوده که، با استفاده از فرمول کوکران، حجم نمونه‌ی ۳۷۳ خانوار به دست آمد. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه‌ی محقق ساخته شامل ۸ شاخص در قالب ۷۵ گویه است. پایایی ابزار اندازه‌گیری برای شاخص‌های پژوهش براساس آلفای کرونباخ بین ۰/۹۰۱ تا ۰/۷۸۷ محاسبه شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها، از آماره‌های توصیفی مانند میانگین، انحراف معیار و برای تحلیل استنباطی نیز از آزمون تی تک‌نمونه‌ای استفاده شد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که از میان شاخص‌های

۱. دانشیار گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه بیرجند، بیرجند، ایران (نویسنده مسئول)

[javadmikaniki@birjand.ac.ir](mailto:javadmikaniki@birjand.ac.ir)



COPYRAGHTS

2023 by the authors. Published by the General Office of Islamic Culture and Direction southern Khorasan. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

هشت‌گانه‌ی حکمروایی خوب، مشارکت با میانگین ۳/۴، قانون‌محوری ۳/۲۸، پاسخ‌گویی و اجماع‌محوری با میانگین ۳/۱۱ در وضعیت نسبتاً مطلوب و دیگر شاخص‌ها پایین‌تر از حد مطلوب عددی آزمون (میانگین ۳) ارزیابی شد. شاخص مشارکت دارای بالاترین میانگین (۳/۴) و شاخص‌های شفافیت و مسئولیت‌پذیری دارای پایین‌ترین میانگین (۲/۴۵) است. به طور کلی، نواحی روستایی شهرستان زیرکوه از حیث شاخص‌های حکمروایی خوب در وضعیت نامطلوبی قرار دارند؛ با این حال از منظر جامعه‌ی محلی شاخص‌های مشارکت، قانون‌محوری، پاسخ‌گویی در حد نسبتاً مطلوب و سایر شاخص‌ها (مسئولیت‌پذیری، اجماع‌محوری، شفافیت، کارایی و اثربخشی، عدالت‌محوری) پایین‌تر از حد مطلوب عددی آزمون ارزیابی شد.

**واژه‌های کلیدی:** حکمروایی خوب، مدیریت روستایی، توسعه‌ی پایدار، شهرستان زیرکوه.

#### مقدمه

مفهوم توسعه‌ی انسانی، که در آن بسط قابلیت‌های انسانی، ارتقای توانایی‌های فردی، افزایش مشارکت مردمی و تأمین حقوق کلیه‌ی آحاد انسانی مورد نظر است، می‌تواند در درازمدت به پایداری و نهادینه‌سازی توسعه منجر شود؛ از این‌رو، برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران امور توسعه بایستی هم‌پوشی فعالیت‌های اقتصادی، اجتماعی و محیطی را مد نظر داشته باشند و برای تحقق آن توسعه‌ی اکولوژیکی، محو کامل فقر و محدودیت را در دستور کار خود قرار دهند و عدالت اجتماعی را از یاد نبرند و بر مشارکت حداکثری مردم در فرایند توسعه تأکید ورزند. تحقق اهداف توسعه‌ی پایدار انسانی مستلزم ایجاد هماهنگی بین ابعاد گوناگون آن است. توسعه‌ی اقتصادی پایدار بدون توسعه‌ی اجتماعی، فرهنگی و سیاسی امکان‌پذیر نیست و توسعه‌ی فرهنگی، اجتماعی و سیاسی نیز بدون نگرش منطقی و علمی به توسعه‌ی اقتصادی در بلندمدت راه به جایی نخواهد برد؛ از طرف دیگر هماهنگی هدف‌های ملی و بخشی با واقعیت‌های منطقه‌ای ضرورتی انکارناپذیر است تا از این طریق بتوان سیاست‌های کلان را با قابلیت‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مناطق مختلف سازگار نمود. براساس اصل جامعیت و یکپارچه بودن فعالیت‌های توسعه در رفع عدم تعادل‌های اقتصادی و اجتماعی درون مناطق، توزیع عادلانه‌ی امکانات و ثمرات آن در میان آحاد جامعه از خصیصه‌های نظام اقتصادی پویا و سالم است. گام نخست، در این زمینه، تدوین

برنامه‌های کارآمد و منطبق بر واقعیت‌ها، تحقق عدالت اجتماعی و شناسایی شرایط موجود است. حکمروایی خوب روستایی، با توجه به شاخص‌های آن، یکی از مهم‌ترین و کارآمدترین روش‌های حل چالش‌های فراروی توسعه‌ی روستایی است. شهرستان زیرکوه یکی از شهرستان‌های مرزی استان خراسان جنوبی است که، علی‌رغم ظرفیت‌های نسبی منطقه‌ای و برخورداری نسبی از توان‌های محیطی از حیث شاخص‌های توسعه، از وضعیت مطلوبی برخوردار نیست؛ لذا رویکرد حکمروایی خوب با توجه به نتایج آن می‌تواند در توسعه‌ی روستاها مؤثر باشد؛ زیرا حکمروایی خوب زمینه‌ساز توافق جمعی و تشریک مساعی را به دنبال خواهد داشت. با توجه به اهمیت مدیریت در تحقق توسعه‌ی پایدار و الگوهای جدید مدیریت، مبتنی بر حکمروایی خوب، این پژوهش سعی بر این دارد تا به سنجش حکمروایی در نواحی روستایی شهرستان زیرکوه بپردازد. پژوهش حاضر در صدد پاسخ‌گویی به این دو پرسش است:

- شاخص‌های حکمروایی در روستاهای مورد مطالعه در چه وضعیتی قرار دارند؟
- بخش‌های شهرستان زیرکوه براساس سطح حکمروایی روستایی در چه وضعیتی نسبت به یکدیگر قرار دارند؟

### پیشینه‌ی پژوهش

پژوهش‌های متعددی درباره‌ی حکمروایی خوب روستایی به سرانجام رسیده که به مهم‌ترین آن‌ها اشاره می‌شود:

دادورخانی و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهشی به بررسی ارتباط حکمروایی خوب و کاهش فقر در نواحی روستایی پرداخته‌اند. نتایج پژوهش نشان داد حکمروایی خوب از طریق راهکارهای افزایش مشارکت فقرا، افزایش قابلیت‌های فقرا از طریق بهبود خدمات اساسی، ایجاد فرصت‌های اقتصادی از طریق افزایش میزان دسترسی به بازار، ایجاد تور ایمنی مناسب در برابر شوک‌های اقتصادی و تأمین امنیت فقرا، در برابر فساد، جرم و جنایت، سبب کاهش فقر می‌شود.

رکن‌الدین افتخاری و همکاران (۱۳۹۰) در تحقیقی با عنوان «تبیین رابطه رهیافت حکمروایی خوب و توسعه پایدار روستایی در مناطق روستایی استان مازندران» این موضوع را مطرح کردند که حکمروایی خوب رهیافتی تطبیقی در برنامه‌ریزی و مدیریت مناسب در قلمرو سرزمینی برای

دستیابی به توسعه‌ی پایدار به شمار می‌آید و در پایان به این نتیجه رسیدند که، با طی کردن مسیر، هر چه بیشتر از شرق استان مازندران به سمت غرب استان می‌رویم بر پایداری روستاها افزوده می‌شود و حکمروایی روستایی وضعیت مطلوب‌تری می‌یابد.

عظیمی آملی و رکن‌الدین افتخاری (۱۳۹۳)، در اثری با عنوان «حکمروایی روستایی: مدیریت توسعه پایدار» به شرح حکمروایی روستایی پرداخته‌اند و بر این باورند که رویکرد حکمروایی روستایی فرایند تأثیرگذار تمام ارکان اثرگذار روستایی بر مدیریت روستاهاست. در این رهیافت، تمامی کنش‌گران جامعه‌ی روستایی به همیاری افزایی خواهند پرداخت تا توسعه‌ی پایدار روستایی نهادینه شود. مهم‌ترین شاخص‌هایی که بانک جهانی و سازمان‌های بین‌المللی برای سنجش وضعیت حکمروایی خوب معرفی کرده‌اند، عبارت‌اند از: قانون‌محوری، مسئولیت‌پذیری، شفافیت، اجماع‌گرایی، مشارکت مردمی، عدالت و برابری، کارایی و اثربخشی، و مشروعیت؛ با عنایت به این شاخص‌ها، به نظر می‌رسد باید به رهیافت انسان‌گرا توجه کرد. رویکرد انسان‌گرا به توسعه‌ی کیفی آحاد انسانی می‌اندیشد و، بیش از هر چیز، بر خود آگاه کردن آنان نسبت به هویت و توانمندی‌شان تأکید می‌ورزد.

خسروی (۱۳۹۶) در پایان نامه‌اش با عنوان بررسی تطبیقی شاخص‌های حکمروایی مطلوب و توسعه پایدار روستایی (مورد مطالعه شهرستان بیرجند) نشان داد منطقه از لحاظ حکمروایی مطلوب روستایی و توسعه‌ی پایدار روستایی در وضعیت مطلوبی قرار ندارند و دهستان‌های شهرستان بیرجند از نظر سطح حکمروایی مطلوب روستایی و توسعه‌ی پایدار روستایی همسطح نیستند و در رتبه‌های متفاوتی نسبت به هم قرار دارند و همچنین بین حکمروایی مطلوب روستایی و توسعه‌ی پایدار روستایی رابطه‌ی مثبت و معناداری وجود دارد؛ به طوری که روستاهایی که از وضعیت حکمروایی مطلوبی برخوردار هستند پایداری بهتری نیز دارند.

مؤمنی، جهانشیری و عزمی (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «اثرات حکمروایی خوب بر زیست‌پذیری سکونتگاه‌های پیراشهری در دهستان ادران» نشان دادند رابطه‌ی قوی بین تمام شاخص‌های حکمروایی خوب و زیست‌پذیری برقرار است. می‌توان این‌گونه عنوان کرد که رعایت عدالت از جانب مدیران محلی با استفاده از الگوی حکمروایی خوب باعث توزیع برابر امکانات و

بهبود زیست‌پذیری و افزایش کیفیت زندگی هر چه بیشتر در مناطق روستایی پیراشهری منطقه‌ی مورد مطالعه شده است.

خدایانه (۱۴۰۰) در پژوهشی با موضوع «ارزیابی اثرات حکمروایی شایسته بر زیست‌پذیری روستاها؛ مورد مطالعه: بخش مرکزی شهرستان اردبیل» نشان داد با افزایش مشارکت‌گرایی میزان زیست‌پذیری در مناطق روستایی افزایش می‌یابد.

المنافی، البیلالی و برجان<sup>۱</sup> (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان حکمرانی و توسعه روستایی در مصر به این نتیجه رسیدند که استراتژی توسعه‌ی روستایی در این کشور نیاز به ساختاری همراه با یکپارچگی و تشریک مساعی همه‌ی بازیگران در عرصه‌ی مدیریت و برنامه‌ریزی در جهت رسیدن به اهداف توسعه‌ی روستایی و در نهایت توسعه‌ی اجتماعی - اقتصادی حقیقی، امنیت غذایی و کاهش فقر دارد.

خلیلی، کاظمیه و یادآور (۱۴۰۳) در پژوهشی با عنوان «ارزیابی اثرات حکمروایی خوب در پایداری روستاها (مورد مطالعه: روستاهای بدوستان غربی شهرستان هریس)» با استفاده از رویکرد پیمایشی در پژوهش به ارزیابی شاخص‌های حکمروایی خوب در محدوده‌ی مورد مطالعه پرداختند. یافته‌های استنباطی پژوهش حاکی از آن است، که در بررسی شاخص‌های هشتگانه‌ی حکمروایی خوب، شاخص توافق جمعی و کارایی و اثربخشی با میانگین ۱۹/۳ در بالاترین وزن و روستای شیخ رجب در شاخص مشارکت و روستای شاملو در شاخص عدالت‌محوری، با میانگین ۳۰/۲، پایین‌ترین وزن را کسب کردند.

توسعه‌ی روستایی در سایه‌ی بهره‌گیری از الگوهای کارآمد و مشارکت آحاد اجتماعی، به منظور افزایش قدرت مردم در تصمیم‌گیری و مشارکت تمامی کنشگران جامعه‌ی روستایی، امکان‌پذیر است؛ براین‌اساس پژوهش حاضر با رویکرد پیمایشی در گستره‌ی جغرافیایی شهرستان مرزی زیرکوه به انجام رسیده است تا شناخت علمی از وضعیت شاخص‌های حکمروایی روستایی و امکان دستیابی به اهداف توسعه‌ی پایدار روستایی براساس اصول و شاخص‌های آن را فراهم آورد.

## مبانی نظری

### حکمروایی خوب روستایی

امروزه روستاها، با وجود دارا بودن منابع تولیدی و کشاورزی متعدد، با مسائل و مشکلاتی فراوانی مانند فقر، بیکاری و ضعف زیرساخت مناسب اقتصادی مواجه هستند که توسعه‌ی روستاها را تا حدودی غیرممکن ساخته است (بوذرجمهری و همکاران، ۱۳۹۶: ۹۷). به همین دلیل توسعه‌ی روستاها از طریق مدیریت شایسته و کارآمد و بهره‌گیری از شیوه‌های مشارکتی مبتنی بر حضور مردم در فرایند توسعه امکان‌پذیر است (خداپناه، ۱۴۰۰: ۹۱). یکی از الگوهای نوین مدیریتی الگوی حکمروایی خوب است که نشان‌دهنده‌ی عملکرد خوب، شفافیت، مشارکت، مسئولیت‌پذیری، پاسخ‌گویی، قانون‌مندی، توافق جمعی، کارایی و اثربخشی و عدالت‌محوری است.

حکمروایی خوب، با دخالت دادن مردم در فرایند برنامه‌ریزی، آن‌ها را از افراد منفعل به افراد فعال تبدیل کرده و با دخیل کردن مردم در مسائل مربوط به خودشان و سرنوشتشان و همچنین رسیدن به توافق جمعی و اجماع و با در نظر گرفتن منافع همه‌ی افراد و گروه‌ها به دنبال ایجاد سازمان‌های مبتنی بر جوامع محلی به عنوان بستری برای تسهیل مشارکت فعال افراد محلی می‌باشد (Elmenafi, El Bilali & Berjan, 2024: 286). این رویکرد، با تکیه بر سه رکن اصلی دولت و بخش خصوصی و جامعه‌ی مدنی، به حضور فعال و اثرگذار این ارکان در سایه‌ی مشارکت، شفافیت، پاسخ‌گویی، قانونمندی، عدالت، کارایی، اثربخشی، مسئولیت‌پذیری، اجماع‌گرایی و توسعه‌ی انسانی تأکید دارد (رحمانی فضلی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۴۱).

حکمروایی خوب برای دستیابی به توسعه‌ی پایدار در قلمرو هر سرزمین جزء ضروریات است. علاوه بر این، فرایند رابطه‌ی صحیح و منطقی بین حکومت‌کنندگان و شهروندان با هدف به حداکثر رساندن بهزیستی عمومی و توجه به بهره‌مندی مادی و معنوی انسان‌ها و رفع نیازهای آنان و حمایت از حقوق اساسی و آزادی شهروندان در همه‌ی مکان‌ها و زمان‌ها تلقی می‌شود (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۱۹). حکمروایی خوب بر چگونگی دست یافتن به حکومتی که بتواند زمینه‌ساز توسعه‌ی مردم‌سالار و برابرخواهانه باشد تأکید دارد (رکن‌الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۷). براین اساس، می‌توان گفت الگوی حکمروایی خوب روستایی شیوه‌ی نوین مدیریتی و اداره‌ی جامعه به شیوه‌ی مردم‌سالارانه است که در جهت حاکمیت، مشارکت،

مسئولیت‌پذیری، پاسخگویی و شفاف‌سازی تلاش می‌کند و می‌تواند توسعه‌ی هر چه بیشتر سکونتگاه‌های روستایی را تحقق بخشد. به سخن دیگر، حکمروایی شایسته‌ی روستایی مبین و مستلزم تحقق مشارکت‌گرایی، قانون‌مندی و عدالت‌محوری، مسئولیت‌پذیری و پاسخ‌گویی و شفافیت، چرایی و اثربخشی در مدیریت روستایی و به طور مشخص در ساختار و کارکرد تشکلهای و نهادهای میدانی مدیریت روستا، یعنی شوراهاى اسلامى و دهیاری‌ها، است. منظور از مشارکت در حکمروایی خوب روستایی قدرت تأثیرگذاران بر تصمیم‌گیری‌ها و سهیم‌شدن روستایی در قدرت است.

مشروعیت نیز پدیده‌ای دموکراتیک بوده و وقتی در جامعه‌ی روستایی به وجود می‌آید که پشتیبانی اکثریت مردم روستایی طبق قوانین و مقررات را به همراه داشته باشد (Barker, 2000: 52). در حکمروایی خوب روستایی، مفهوم اثربخشی و کارایی دربرگیرنده‌ی استفاده‌ی پایدار از منابع طبیعی و حفظ محیط‌زیست است. منظور از عدالت، ایجاد فرصت‌های مناسب برای همه‌ی شهروندان در زمینه‌ی ارتقای وضعیت رفاهی خود، تلاش در جهت تخصیص عادلانه‌ی منابع و مشارکت اقشار محروم در اعلام نظر و تصمیم‌گیری‌ها است. در حکمروایی روستایی شفافیت به معنای اختیار دادن به روستاییان برای تبدیل شدن به افرادی حسابرس در جامعه‌ی روستایی و نیز داشتن حق اظهارنظر و دسترسی به اطلاعات آزاد است (Uson & et al., 2016: 65). پاسخگویی امری حیاتی برای مسئله‌ی حکمروایی خوب است؛ نه تنها نهادهای دولتی بلکه بخش خصوصی و سازمان‌های جامعه‌ی مدنی باید نسبت به عموم مردم و همه‌ی افراد بهره‌ور پاسخگو باشند. به طور کلی هر نهاد یا سازمانی نسبت به کسانی که در ارتباط مستقیم با تصمیمات آن‌ها قرار دارند پاسخگو خواهند بود.

تا قبل از دهه‌ی ۱۹۸۰م، اصطلاح حکمرانی مترادف با دولت در فعالیت‌های مربوط به امور عمومی یک ملت استفاده می‌شد. با توسعه‌ی تئوری حکمرانی، مفهوم حکمرانی خوب، به دلیل موفقیت آن در رسیدگی به نگرانی در مورد دستیابی به همکاری بین دولت و شهروندان، در مدیریت امور عمومی به کانون توجه تبدیل شده است (Zhu, Yang & Cho, 2024: 205). حکمروایی خوب در فضاهاى روستایی فرایندی است که در آن همه‌ی ارکان دخیل در روستا بر مدیریت روستایی، با تمام سازوکارهایی که با آن‌ها بتوان به سوی تعالی و پیشرفت روستا و مردم

روستایی حرکت کرد، با هم متحد می‌شوند (رکن‌الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۲). به بیان دیگر، حکمروایی خوب روستایی این تضمین را می‌دهد که اولویت‌های توسعه‌ی پایدار فضاهای جغرافیایی مبتنی بر اجماع و اتفاق نظر جامعه‌ی محلی سامان و تحقق یابد. این در حالی است که پایداری و مطلوبیت حکمروایی منوط به جامع‌نگری و یکپارچه‌نگری در فرایند پایایی و استمرار کارکردی آن است. به عبارت دیگر، زمانی حکمروایی مطلوب تحقق می‌یابد که تمامی کنشگران و بازیگران عرصه‌ی محلی در همه‌ی فرایندهای سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، سازماندهی، اجرا و نظارت حضور داشته باشند (Mc Gill, 1998: 469). بدین‌سان، یکی از وظایف و تلاش‌های بایسته‌ی مدیران و دست‌اندرکاران توسعه‌ی فضاهای جغرافیایی، تسهیل مشارکت و درگیری شهروندان در امور حکمروایی است. در نظریه‌ی حکمروایی، کارآمدی حکومت تابعی از چگونگی ارتباط مردم با حکومت است (فاطمی‌نیا، ۱۳۸۶: ۴۳)؛ از این‌رو، حکمروایی خوب (مطلوب) به منزله‌ی سلسله‌مراتبی شدن قدرت دولت و تقسیم آن به سطوح فوق‌الذکر همراه با مشارکت مردم، نهادهای محلی و سازمان‌های غیردولتی است که می‌تواند صدای فقیرترین، کوچک‌ترین و آسیب‌پذیرترین افراد و گروه‌های جامعه و سکونتگاه‌های دور از مرکز و در حاشیه را به گوش تصمیم‌گیران در هنگام تخصیص منابع عمومی رساند.

حکمروایی روستایی در حوزه‌ی حکمروایی منطقه‌ای قرار می‌گیرد که شامل آن قدرتی است که استعدادها را برای عمل کردن، به‌وسیله‌ی آمیزه‌ای از منابع و مهارت‌ها و اهدافشان، در مشارکتی پایدار و ماندنی هدایت می‌کند (Goodwin, 1998 : 9) که چنانچه به خوبی گسترش یابد، آن گاه تغییر در قواعد ساختار دولتی، توازن حقوق ذینفعان، بهبود روش‌های تصمیم‌گیری، اجرای قانون، مشارکت مردمی و نظایر آن نیز به خوبی تحقق پیدا خواهد کرد .

حکمرانی روستایی نقش مهمی در توسعه و ثبات نواحی روستایی دارد و بر نوسازی ملی و مدیریت منابع تأثیر می‌گذارد (Chen & et al., 2021: 122). اصول حکمرانی خوب، مانند انصاف، فراگیر بودن، شفافیت و پاسخگویی برای اداره‌ی محلی مؤثر روستایی ضروری است (Zaitul & et al., 2023: 14). تکامل مدل‌های حکمرانی، مانند شوراهای ملی و دولتی توسعه‌ی روستایی، منعکس‌کننده‌ی تغییر رویکردهای مشترک بین دولتی در توسعه‌ی روستایی است (Beryl & et al., 2022: 147). در کشورهایی با دموکراسی‌های در حال‌گذار مشارکت دادن

جوامع روستایی در فرایندهای تصمیم‌گیری برای توسعه‌ی حکومت‌داری مردمی حیاتی است. علاوه بر این، حکمرانی فضایی روستایی، با تمرکز بر روابط انسان و زمین و تنظیم مؤثر فضای روستایی، به برنامه‌ریزی فضایی ملی کمک می‌کند و سیستم‌های حکمرانی روستایی را تقویت می‌کند (Dazhuan & Yuqi, 2021: 1352). به طور کلی، درک و اجرای شیوه‌های حکمرانی صحیح برای توسعه‌ی پایدار روستایی و پیشرفت ملی اساسی است.

جوامع روستایی از طریق فعالیت‌های مختلفی مانند تهیه‌ی طومار، سازماندهی جلسات محلی، شرکت در بحث با مقامات یا سرمایه‌گذاران، ارائه‌ی پیشنهادهای و نظرها در مورد پروژه‌ها و همکاری با بازیگران خارجی درگیر فرایندهای تصمیم‌گیری می‌شوند (Bednarek, 2024: 372). با این حال، چالش‌هایی در حفظ مشارکت مؤثر جامعه در طول مراحل برنامه‌ریزی، تصمیم‌گیری و اجرا وجود دارد (Davids & et al., 2021: 52). مطالعات بر اهمیت مشارکت جامعه در تصمیم‌گیری به عنوان جنبه‌ای اساسی دموکراسی و حکمرانی خوب تأکید می‌کنند. علاوه بر این، ابتکارات اجتماعی در توانمندسازی گروه‌های به‌حاشیه‌رانده‌شده با تقویت صدای آن‌ها و تسهیل تغییرات در سطح خرد در جوامع مفید بوده است (Ichplani & et al., 2018: 72). در حال حاضر، حکمرانی خوب به عنوان یکی از ارکان دستیابی به اهداف توسعه‌ی پایدار در نظر گرفته می‌شود و به طور خاص با هدف ۱۶ (ترویج جوامع عادلانه، صلح‌آمیز و فراگیر) مرتبط است. صرف نظر از دیدگاه اقتصادی، اجتماعی یا زیست‌محیطی، حکمرانی خوب به سنگ بنای تحقق طرح‌های مربوطه تبدیل شده است (Detotto & et al., 2021: 121).

### توسعه‌ی پایدار و زیست‌پذیری روستایی

اهداف توسعه‌ی پایدار سازمان ملل برای سال ۲۰۳۰م بر اهمیت ایجاد زیستگاه‌های پایدار و قابل‌زیست و در عین حال پرداختن به نابرابری‌های منطقه‌ای در ساخت و ساز و توسعه تأکید می‌کند و، در چهارچوب پایداری، مفهوم زیست‌پذیری روستایی ابعاد مختلفی را در بر می‌گیرد که به کیفیت زندگی روستایی کمک می‌کند؛ این شامل شرایط و عوامل کلی است که جوامع روستایی را به مکان‌های مطلوب برای زندگی تبدیل می‌کند، از جمله کیفیت زندگی و رفاه در مناطق روستایی. به گفته‌ی برخی از نویسندگان، زیست‌پذیری روستایی شامل محیط‌زیست

بوم‌شناختی طبیعی، محیط اجتماعی و فرهنگی، محیط اقتصادی و سایر عناصر مرتبط است (Faiz & et al., 2012: 7). در حال حاضر، ارتقای کیفیت زندگی و شادکامی به عنوان یک هدف اساسی در پیشرفت جامعه‌ی بشری مطرح شده است. به همین ترتیب، ساکنان مناطق روستایی نیز شروع به دنبال کردن شرایط زندگی بهبود یافته کرده‌اند که منجر به اهمیت روزافزون زیست‌پذیری به عنوان یک عامل تعیین‌کننده در کیفیت و جذابیت زندگی روستایی شده است (Hu & et al., 2023: 4456).

به گفته‌ی نیومن<sup>۱</sup>، زیست‌پذیری را می‌توان به عنوان نتیجه‌ی تأثیرات چندوجهی و بیان‌پایداری محیطی، که ساکنان را قادر می‌سازد تا به کیفیت زندگی قابل قبولی دست یابند، تعریف کرد. ایوانز نیز اذعان داشته که زیست‌پذیری هم‌پایداری وجود انسان و هم جنبه‌های اکولوژیکی را در بر می‌گیرد (Evans, 2002: 117). برخی از محققان استدلال می‌کنند که زیست‌پذیری ارتباط نزدیکی با کیفیت زندگی دارد؛ زیرا نشان‌دهنده‌ی تأثیر مستقیم شرایط زندگی و محیط مطلوب بر زندگی ساکنان است. برخی از محققان همچنین پیشنهاد کرده‌اند که روستای قابل سکونت را می‌توان به عنوان مکانی تعریف کرد که ساکنان می‌توانند نیازهای خود را برآورده کنند و تمایلی برای نقل مکان نداشته باشند (Mouratidis & Yiannakou, 2022: 790). زیست‌پذیری روستایی، همانطور که قبلاً گفته شد، به مجموعه‌ای از شرایط و عوامل اشاره دارد که به رفاه در مناطق روستایی کمک می‌کنند.

زیست‌پذیری روستایی، به دلیل ماهیت پیچیده آن، با استفاده از شاخص‌ها و دیدگاه‌های متنوع ارزیابی می‌شود. شاخص‌هایی، مانند سطوح آلودگی و پوشش سبز و مناظر طبیعی، محیط‌زیست محیطی را ارزیابی می‌کنند. عوامل اقتصادی شامل اشتغال، هزینه‌ی زندگی، درآمد و رفاه است؛ در حالی که عوامل اجتماعی شامل حکمرانی روستایی، امنیت و تعاملات است. زیرساخت‌ها، خدمات عمومی، آموزش و مراقبت‌های بهداشتی جنبه‌های حیاتی محیط منطقه‌ای هستند (Yurui & et al., 2020: 146). باید توجه داشت که معیارهای ارزیابی در مناطق مختلف، به دلیل تأثیر بافت تاریخی و فرهنگی، متفاوت است (Ruth & Franklin, 2014: 21).

## روش تحقیق و محدوده‌ی مورد مطالعه

پژوهش حاضر، از نظر ماهیت، از نوع تحقیقات توصیفی - تحلیلی و، از نظر گردآوری داده‌ها، از نوع اسنادی - پیمایشی است و، از حیث هدف، در زمره‌ی پژوهش‌های کاربردی به حساب می‌آید. در مرحله‌ی کتابخانه‌ای، با مراجعه به کتابخانه‌ها، بهره‌گیری از کتب و پایان‌نامه‌های مرتبط با موضوع و مراجعه به پایگاه استنادی جهان اسلام، ایرانداک و دیگر نمایه‌های علمی و پژوهشی و استفاده از نسخ الکترونیک پایان‌نامه و مقالات مرتبط با موضوع، مبانی نظری پژوهش جمع‌آوری شد. در ادامه، عملیات پیمایشی و توزیع پرسش‌نامه در روستاهای نمونه تحقیق انجام و پس از جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از آماره‌های توصیفی و آزمون‌های استنباطی به سنجش و تحلیل سطح حکمروایی خوب در روستاهای نمونه به تفکیک بخش انجام شد و برای تعیین درجه‌ی حکمروایی خوب در روستاها از آزمون t تک‌نمونه‌ای و برای تحلیل داده‌ها از محیط نرم‌افزار Spss 26 استفاده شده است. روایی محتوایی پرسش‌نامه از طریق اخذ نظرات اساتید و کارشناسان توسعه‌ی روستایی و جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی انجام شد و برای اطمینان از پایایی ابزار اندازه‌گیری در مرحله‌ی پیش آزمون پس از تکمیل ۳۰ پرسش‌نامه، در جامعه‌ی نمونه تحقیق، آلفای کرونباخ (جدول ۱) محاسبه و نتایج پایایی مطلوب ارزیابی شد.

جدول ۱. مقادیر آلفای کرونباخ مربوط به شاخص‌های پژوهش

مقدار آلفا	شاخص	تعداد گویه	مقدار آلفا	تعداد گویه	شاخص
۰/۸۱۷	اجماع محوری	۹	۰/۹۰۱	۱۲	مشارکت
۰/۸۵۴	شفافیت	۱۰	۰/۷۹۸	۹	قانون محوری
۰/۷۹۶	کارایی و اثربخشی	۱۰	۰/۸۴۳	۸	پاسخ‌گویی
۰/۷۸۷	عدالت محوری	۸	۰/۸۷۹	۹	مسئولیت‌پذیری

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴)

جامعه‌ی آماری پژوهش کلیه‌ی روستاهای بالای ۵۰ خانوار شهرستان زیرکوه (شامل ۷۲۲۰ خانوار در ۴۶ روستا) بوده است. شهرستان زیرکوه دارای سه بخش (مرکزی، شاسکوه، زهان) و شش دهستان (زیرکوه، پترگان، شاسکوه، بهناباد، زهان، افین) است. برای برآورد حجم نمونه، از فرمول کوکران استفاده شد که براین اساس، حجم نمونه در سطح خانوار تعداد ۳۶۴ به دست آمد و برای دقت بیشتر به ۳۷۳ خانوار افزایش یافت. جدول ۲ روستاهای مورد مطالعه و حجم نمونه به تفکیک هر روستا را نشان می‌دهد.

$$n = \frac{Nt^2 \cdot pq}{Nd^2 + t^2 \cdot pq}$$

$n$  = تعداد نمونه‌ی آماری؛

$N$  = جامعه‌ی آماری ۷۲۲۰

$t$  = سطح اطمینان ۱/۹۶

$d$  = دقت موردنظر برای نمونه‌گیری (۰/۰۵)

$p$  = احتمال تأثیر متغیر مستقل بر وابسته (۰/۵)

$q$  = احتمال عدم تأثیر متغیرمستقل بر وابسته (۰/۵)

$$n = \frac{(7220)(1.96) \cdot (0.5)(0.5)}{7220(0.05)^2 + (1.96) \cdot (0.5)(0.5)} = 364$$

شهرستان زیرکوه، با وسعت ۷۹۴۴ کیلومترمربع، از شمال به شهرستان خواف، از جنوب به شهرستان درمیان، از غرب به شهرستان قاینات و از شرق با کشور افغانستان هم‌مرز است. این شهرستان از سه بخش به نام‌های مرکزی به مرکزیت شهر حاجی آباد شامل دهستان‌های زیرکوه و پترگان؛ زهان به مرکزیت شهر زهان شامل دهستان‌های زهان و افین؛ شاسکوه به مرکزیت آبیز شامل دهستان‌های شاسکوه و بهناباد تشکیل شده‌است. مرکز این شهرستان در موقعیت ۶۰ درجه و ۳۴ ثانیه طول شرقی و ۳۳ درجه و ۳۶ دقیقه عرض شمالی واقع است (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۱: ۵۱).



جدول ۲. روستاهای نمونه تحقیق به تفکیک دهستان و سهم نمونه

بخش	دهستان	روستا	خانوار	نمونه	بخش	دهستان	روستا	خانوار	نمونه						
مرکزی	زیرکوه	کلاته مهرک	۶۱	۳	زهان	بهناباد	کریزان	۱۰۴	۶						
		حسین آباد تاجکوه	۶۴	۳			استند	۳۱۹	۱۶						
		همت آباد	۶۴	۳			بهمن آباد	۴۵۰	۲۳						
		چشمه بید	۷۴	۴			فندخت	۴۶۳	۲۳						
	پترگان	زهان	بقرای	۸۴		۴	زهان	افین	زردان	۵۲	۳				
			حسین آباد	۸۵		۴			شاج	۵۴	۳				
			آهنگران	۹۸		۵			حسین آباد	۵۵	۳				
			اردکول	۱۱۰		۶			عباس آباد	۹۳	۵				
			ملکی	۱۱۷		۶			شیرخند	۱۰۵	۶				
			پیشبر	۱۲۶		۶			کبودان	۲۸۲	۱۴				
			حسن آباد	۱۴۷		۷			افین	۴۰۲	۲۰				
			گزخت	۱۹۶		۱۰			مقیلان	۵۲	۳				
			بمرود	۳۱۴		۱۶			سردوان	۹۰	۵				
			شاهرخت	۶۵۲		۳۳			بمرود	۹۱	۵				
			شاسکوه	شاسکوه		معصوم آباد			۶۰	۳	زهان	زهان	بای مرغ	۱۰۷	۶
						چاه عمیق			۷۲	۴			کلاته مزار	۱۰۸	۶
						محمدآباد			۹۸	۵			سارجین	۱۱۱	۶
						چاه زرد			۹۹	۵			جان احمد	۱۱۶	۶
						بارنجگان			۴۰۰	۲۰			فخران	۱۲۶	۶
نوده	۵۴	۳			پردان	۱۳۴	۷								
میرآباد	۹۶	۵			پایهان	۱۳۶	۷								
شاسکوه	شاسکوه	اسفاد	۲۲۱	۱۱	جمع	-	شیرگ	۳۴۰	۱۷						
		بیدخت	۵۶	۳			-	-	۳۷۳						
		چاه پایاب	۸۲	۴			-	-	۷۲۲۰						

(منبع: مرکز آمار ایران و یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴)

## یافته‌های پژوهش

برای سنجش شاخص‌های هشت‌گانه‌ی حکمروایی خوب به تفکیک بخش، از آماره‌های گرایش مرکزی و پراکندگی استفاده شده است. همچنین وضعیت حکمروایی براساس شاخص‌های مورد نظر رتبه‌بندی و در نهایت با توجه به حجم مناسب نمونه (۳۷۲ خانوار) و نرمال بودن داده‌ها، که از طریق آزمون کلموگروف اسمیرنف به دست آمد، تأیید شد (به دلیل طولانی شدن مطالب از ذکر جزئیات آن خوداری می‌شود). از آزمون استنباطی تی تک‌نمونه‌ای برای معنی‌داری میانگین شاخص‌ها استفاده شده است. میانگین پاسخ‌های خانوارهای نمونه تحقیق به شاخص‌های حکمروایی خوب در محدوده‌ی مورد مطالعه براساس نظر جامعه‌ی محلی به قرار زیر است:

با توجه به مندرجات جدول ۳، در بخش مرکزی شهرستان زیرکوه، شاخص‌های مشارکت، قانون‌محوری، پاسخگویی و اجماع‌محوری بالاتر از حد متوسط و شاخص‌های مسئولیت‌پذیری، شفافیت، کارایی و عدالت‌محوری پایین‌تر از حد متوسط قرار دارد. شاخص مشارکت (با میانگین ۳/۴۲) بالاترین میانگین و شاخص عدالت‌محوری (با میانگین ۲/۰۶) پایین‌ترین عدد را به خود اختصاص داده است. از منظر خانوارهای نمونه تحقیق در بخش شاسکوه شاخص‌های مشارکت، قانون‌محوری، پاسخگویی و اجماع‌محوری دارای وضعیت متوسط و بالاتر از حد مطلوب عددی (۳) بود و سایر شاخص‌ها کمتر از حد مطلوب ارزیابی شد، همچنین شاخص مشارکت با میانگین ۳/۳۸ در مرتبه‌ی نخست و شاخص مسئولیت‌پذیری با میانگین ۲/۳۳ در مرتبه‌ی آخر قرار می‌گیرد. یافته‌های تحقیق در بخش زهان نشان داد که شاخص‌های مشارکت، قانون‌محوری و اجماع‌محوری بیشتر از حد متوسط و بقیه شاخص‌ها کمتر از حد متوسط بوده است. نتایج آزمون نشان می‌دهد که در تمامی بخش‌های شهرستان زیرکوه شاخص مشارکت بالاتر از حد مطلوب عددی و در رده‌ی نخست قرار گرفته است که نشانگر ظرفیت‌های مشارکتی جامعه‌ی روستایی در مدیریت نوین روستایی در محدوده‌ی مورد مطالعه است؛ با این حال، نتایج حاصل از آزمون برای وضعیت حکمروایی خوب در محدوده‌ی مورد مطالعه نمایانگر وضعیت نامطلوب حکمروایی روستایی در این محدوده است؛ به طوری که در بخش مرکزی میانگین شاخص‌های حکمروایی روستایی ۲/۵۲، در بخش شاسکوه این میانگین ۲/۸۷ و در بخش زهان ۲/۸۴ بوده و از نظر آماری نیز معنی‌دار است.

جدول ۳. نتایج آزمون تی تک‌نمونه‌ای شاخص‌های حکمروایی خوب به تفکیک بخش‌ها

شاخص	مرکزی	شاسکوه	زهان
مشارکت	میانگین	۳/۴۲	۳/۴۱
	معنی‌داری	۰/۰۱۴	۰/۰۲۵
قانون محوری	میانگین	۳/۳۱	۳/۳۲
	معنی‌داری	۰/۰۰۰	۰/۰۲۱
پاسخ‌گویی	میانگین	۳/۱۰	۲/۹۸
	معنی‌داری	۰/۰۰۰	۰/۰۳۲
مسئولیت‌پذیری	میانگین	۲/۵۶	۲/۴۶
	معنی‌داری	۰/۰۳۱	۰/۰۰۰
اجماع محوری	میانگین	۳/۱۳	۳/۰۱
	معنی‌داری	۰/۰۴۲	۰/۰۰۲
شفافیت	میانگین	۲/۵۴	۲/۴۵
	معنی‌داری	۰/۰۱۰	۰/۰۰۳
کارایی و اثربخشی	میانگین	۲/۱۲	۲/۳۶
	معنی‌داری	۰/۰۰۰	۰/۰۱۷
عدالت محوری	میانگین	۲/۰۶	۲/۷۶
	معنی‌داری	۰/۰۱۱	۰/۰۴۲
جمع	میانگین	۲/۵۲	۲/۸۴
	معنی‌داری	۰/۰۴۳	۰/۰۱۱

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴)

در ادامه، شاخص‌های حکمروایی خوب، در سطح مناطق روستایی شهرستان، سنجش و با استفاده از آزمون تی تک‌نمونه‌ای مورد آزمون قرار گرفت. نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد که شاخص مشارکت در روستاهای مورد مطالعه‌ی شهرستان زیرکوه دارای بالاترین میانگین (۳/۴۰) و شاخص‌های قانون محوری با میانگین (۳/۲۸)، پاسخگویی با میانگین (۳/۱۱) در حد نسبتاً مطلوب و سایر شاخص‌ها (مسئولیت‌پذیری، اجماع محوری، شفافیت، کارایی و اثربخشی، عدالت محوری) پایین‌تر از حد مطلوب عددی آزمون ارزیابی شد. همچنین شاخص کارایی و اثربخشی دارای پایین‌ترین میانگین (۲/۳۴) از منظر جامعه‌ی نمونه تحقیق بود و از وضعیت نامناسب‌تری نسبت به سایر شاخص‌ها قرار داشت.

جدول ۴. نتایج آزمون تی تک‌نمونه‌ای شاخص‌های حکمروایی خوب سکونتگاه‌های

روستایی نمونه تحقیق

مطلوبیت عددی آزمون (۳)						
وضعیت حکمروایی خوب	اختلاف از میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	آماره آزمون تی	میانگین	شاخص
نسبتاً مطلوب	۰/۴	۰/۰۳۲	۳۷۲	۲/۴۵	۳/۴۰	مشارکت
نسبتاً مطلوب	۰/۲۸	۰/۰۰۶	۳۷۲	۲/۷۹	۳/۲۸	قانون محوری
نسبتاً مطلوب	۰/۱۱	۰/۰۲۴	۳۷۲	۴/۳۸	۳/۱۱	پاسخ‌گویی
نامطلوب	-/۵۵	۰/۰۰۰	۳۷۲	۲/۶۴	۲/۴۵	مسئولیت‌پذیری
نسبتاً مطلوب	۰/۱۱	۰/۰۱۲	۳۷۲	۲/۵۷	۳/۱۱	اجماع محوری
نامطلوب	-/۵۵	۰/۰۰۰	۳۷۲	۵/۳۲	۲/۴۵	شفافیت
نامطلوب	-/۶۶	۰/۰۰۰	۳۷۲	۳/۵۳	۲/۳۴	کارایی و اثربخشی
نامطلوب	-/۵۱	۰/۰۰۰	۳۷۲	۵/۸۱	۲/۴۹	عدالت محوری

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴)

## بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف ارزیابی وضعیت حکمروایی خوب در سکونتگاه‌های روستایی شهرستان زیرکوه انجام شد. نتایج حاصل از تحلیل داده‌های حاصل از عملیات پیمایشی در ۴۶ روستای بالای ۵۰ خانوار نشان می‌دهد که، از میان هشت شاخص اصلی حکمروایی خوب، تنها شاخص مشارکت در هر سه بخش مورد مطالعه (مرکزی، شاسکوه و زهان) دارای میانگینی بالاتر از سطح مطلوب عددی (۳) بوده و از نظر آماری نیز معنادار گزارش شده است. این یافته بیانگر آن است که جامعه‌ی روستایی محدوده‌ی مورد مطالعه دارای ظرفیت و تمایل بالایی برای مشارکت در فرایندهای تصمیم‌گیری و مدیریت محلی است. ظرفیت‌های مشارکتی چه از حیث مشارکت ذهنی (ذهنیت افراد نسبت به مشارکت، تفکر مشارکتی و اراده‌ی جمعی و مشارکتی در حل مشکلات) و چه جنبه‌ی عینی (شامل مشارکت بین روستاییان، مشارکت در فعالیت‌های عمومی و اجتماعی) در محدوده‌ی مورد مطالعه در حد مطلوبی قرار دارد. در مقابل، سایر شاخص‌ها از جمله شفافیت، مسئولیت‌پذیری، عدالت‌محوری، کارایی و اثربخشی وضعیت نامطلوبی داشته‌اند؛ به‌ویژه شاخص‌های کارایی و اثربخشی (میانگین: ۲/۳۴) و عدالت‌محوری (میانگین: ۲/۴۹) در پایین‌ترین سطح قرار گرفته‌اند. این نتایج نشان می‌دهد که ساختارهای حکمرانی در نواحی روستایی مورد مطالعه، از منظر جامعه‌ی محلی، با چالش‌های جدی در زمینه‌های اثربخشی، عدالت‌محوری و شفافیت مواجه است. به‌طور کلی، با وجود ظرفیت‌های مشارکتی، وضعیت حکمروایی خوب از منظر جامعه‌ی محلی در سه بخش شهرستان زیرکوه از وضعیت مطلوبی برخوردار نیست. نتایج پژوهش حاضر با نتایج به دست آمده از خسروی (۱۳۹۶)، دادورخانی و همکاران (۱۳۹۰) هم‌خوانی دارد اما با نتایج تحقیق خلیلی و همکاران (۱۴۰۳) متفاوت است؛ دلایل این تفاوت و تشابه در یافته‌های پژوهش‌های مورد نظر و تحقیق حاضر را باید در ویژگی‌های محیط جغرافیایی (طبیعی و انسانی) جست‌وجو کرد. با توجه به یافته‌های تحقیق، پیشنهادها‌ی زیر برای بهبود وضعیت حکمروایی خوب در مناطق روستایی شهرستان زیرکوه ارائه می‌گردد:

- افزایش شفافیت و پاسخ‌گویی نهادهای محلی: ایجاد سازوکارهای نظارت مردمی، اطلاع‌رسانی مؤثر، و تقویت گزارش‌دهی می‌تواند موجب ارتقای اعتماد عمومی و مشروعیت نظام حکمرانی در سطح محلی شود.
- توانمندسازی نهادهای روستایی: تقویت دانش و مهارت‌های تخصصی اعضای شوراهای اسلامی و مدیران دهیاری‌ها از طریق آموزش‌های مستمر در زمینه‌ی حکمروایی و توسعه‌ی پایدار ضروری است.
- ارائه‌ی عدالت‌محور خدمات عمومی: بازنگری در الگوی تخصیص منابع و اولویت‌بندی پروژه‌های عمرانی با رویکرد عدالت فضایی و نیازمحور می‌تواند نابرابری‌های موجود را کاهش دهد.
- ارتقای کارایی نهادی: بازطراحی فرایندهای اجرایی و کاستن از پیچیدگی‌های اداری در نهادهای محلی با هدف بهبود عملکرد و افزایش اثربخشی سیاست‌ها پیشنهاد می‌شود.

---

**تعارض منافع:** هیچ‌گونه تعارض منافع در این پژوهش وجود ندارد.

## منابع

- بودرجمهری، خدیجه، اسماعیلی، آسیه، و رومیانی، احمد (۱۳۹۶). نقش دانش بومی روستاییان در زیست‌پذیری مناطق روستایی؛ موردشناسی: روستاهای دوین و توکور شهرستان شیروان. *جغرافیا و آمایش شهری منطقه‌ای*، ۷(۲۴)، ۹۳-۱۱۰.
- خلیلی، لطیفه، کاظمیه، فاطمه و یادآور، حسین (۱۴۰۳). ارزیابی اثرات حکمروایی خوب در پایداری روستاها (مورد مطالعه: روستاهای بدوستان غربی شهرستان هریس). *جغرافیا و روابط انسانی*، ۷(۱)، ۸۹-۱۱۳.
- خداپناه، کیومرث (۱۴۰۰). ارزیابی اثرات حکمروایی شایسته بر زیست‌پذیری روستاها؛ مورد مطالعه: بخش مرکزی شهرستان اردبیل. *برنامه ریزی منطقه‌ای*، ۱۱(۴۱)، ۸۳-۱۰۰.
- خسروی، نرگس (۱۳۹۶). *بررسی تطبیقی شاخص‌های حکمروایی مطلوب و توسعه پایدار روستایی (مورد مطالعه شهرستان بیرجند)* (پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد جغرافیا و برنامه ریزی روستایی). دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه بیرجند، بیرجند، ایران.
- دادورخانی، فضیله، سلمانی، محمد، فرهادی، صامت، و زارع، زهره (۱۳۹۰). حکمروایی خوب راهبردی برای کاهش فقر روستایی. *نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی (جغرافیای انسانی)*، ۳(۴)، ۱۲۰-۱۰۳.
- رحمانی فضلی، عبدالرضا، منشی‌زاده، رحمت‌الله، رحمانی، بیژن، و علیپوریان، جهان‌بخش (۱۳۹۶). تحلیل جایگاه مدیریت روستایی مبتنی بر رویکرد حکمروایی خوب در توسعه پایدار روستایی (مطالعه موردی: مقایسه بخش مرکزی کوهدشت و بخش لواسانات). *مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی*، ۶(۱)، ۱۷-۳۴.
- رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا، عظیمی آملی، جلال، پورطاهری، مهدی، و احمدی‌پور، زهرا (۱۳۹۰). تبیین رابطه رهیافت حکمروایی خوب و توسعه پایدار روستایی در مناطق روستایی استان مازندران. *پژوهش‌های روستایی*، ۲(۴)، ۱-۳۴.
- شریف‌زاده، محمد شریف، عبدالله‌زاده، غلامحسین، صالحی طالشی، فاطمه، و خواجه شاهکوهی، علیرضا (۱۳۹۶). حکمروایی شایسته مبتنی بر سرمایه اجتماعی در مدیریت روستایی در شهرستان جویبار. *آمایش جغرافیایی فضا*، ۷(۲۳)، ۱۰۵-۱۲۲.

عظیمی آملی، جلال، و رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا (۱۳۹۳). حکمروایی روستایی: مدیریت توسعه پایدار. تهران: سمت.

فاطمی‌نیا، سیاوش (۱۳۸۶). فرهنگ شهروندی: محصول و محمل حاکمیت خوب، سازمان کارا و شهروند فعال. رفاه اجتماعی، ۷(۲۶)، ۳۵-۵۸.

مرکز آمار ایران (۱۴۰۱). *سالنامه آماری استان خراسان جنوبی*. بازیابی شده در: ۱۴۰۴/۲/۲۰، از: <https://amar.org.ir/Portals/0/PropertyAgent/6200/Files/36320/401-29-01.pdf>  
مؤمنی، احمد، جهانشیری، ماندانا، و عزمی، آنیژ (۱۳۹۹). اثرات حکمروایی خوب بر زیست‌پذیری سکونتگاه‌های پیراشهری در دهستان آدران. *توسعه فضاهاى پیراشهری*، ۲(۳)، ۱۹۳-۲۰۵.

Bednarek-Szczepańska, M. (2024). The Role of Local Communities in the Process of Siting of the Unwanted Facilities within the Rural Areas in Poland. *Eastern European Countryside*, 25. Doi:10.12775/EEC.2019.003.

Barker, D. (2000). Local Governance: a model of sustainable rural resource management for the third world. *Int. Journal of agricultural resources, governance and ecology*, 1(1), 43-55.

Beryl, A., Radin., Robert, Agranoff., Ann, O'm., Bowman., C., G., Buntz., J., Steven, Ott., Barbara, S., Romzek., Robert, E., Wilson. (2022). *New Governance for Rur ernance for Rural America: Creating Intergovernmental Partnerships*. Kansas open book, University of Kansas Doi: 10.17161/1808.32697

Chen, Z., Li, Y., Liu, Y., & Liu, X. (2021). Does rural residential land expansion pattern lead to different impacts on eco-environment? A case study of loess hilly and gully region, China. *Habitat International*, 117, 102436.

Davids, G., Prince, T., Makiva, M., & Fagbadebo, O. (2021). A Rural Perspective on the Practice and Challenges of Community Participation in Post-Apartheid South Africa Insights from Rural Beaufort-west Municipality. *Journal of African Studies and Development*, 11(3), 47-56

Dazhuan, Ge., Yuqi, Lu. (2021). A strategy of the rural governance for territorial spatial planning in China. *Journal of Geographical Sciences*, 31(9)1349-1364, Doi: 10.1007/S11442-021-1900-6.

- Detotto, C., Giannoni, S. & Goavec, C. (2021). Does good governance attract tourists? *Tourism Management*, 82(3)104-155. Doi: 10.1016/j.tourman.2020.104155.
- Elmenofi, G.A.G., El Bilali, H. & Berjan, S. (2014). Governance of rural development in Egypt. *Agricultural Science*, 59(2), 285-296.
- Evans, P. B. (Ed.). (2002). *Livable cities: Urban struggles for livelihood and sustainability*. University of California Press.
- Faiz, A., Wang, W., & Bennett, C. (2012). Sustainable rural roads for livelihoods and livability. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 53(3) 1-8.
- Goodwin, M. (1998). The Governance of Rural Areas: Some Emerging Research Issues and Agendas. *Journal of Rural Studies*, 14 ( 1), 5-12.
- Hu, G., Wang, J., Fahad, S., & Li, J. (2023). Influencing factors of farmers' land transfer, subjective well-being, and participation in agri-environment schemes in environmentally fragile areas of China. *Environmental Science and Pollution Research*, 30(2), 4448-4461.
- Ichplani, P., Kumar, A., & Mayberry, J. (2018). Engaging Rural Communities in Communication Processes. *The Journal of Development Communication*, 29(2), 62-75.
- Mc Gill, R. (1998). Urban Management in Developing Countries. *Cities*, 15 (6) ,463-471. Doi:10.1016/S0264-2751(98)00041-9
- Mouratidis, K., & Yiannakou, A. (2022). What makes cities livable? Determinants of neighborhood satisfaction and neighborhood happiness in different contexts. *Land use policy*. 112(1), 783-794. Doi:10.1016/j.landusepol.2021.105855
- Ruth, M., & Franklin, R. S. (2014). Livability for all? Conceptual limits and practical implications. *Applied Geography*, No. 49, 18-23. Doi:10.1016/j.apgeog.2013.09.018.
- Usón, Tomás J., Klonner, C., & Hofle, B. (2016). Using participatory geographic approaches for urban flood risk in Santiago de Chile: Insights from a governance analysis. *Environmental Science & Policy*, 66(2), 62-72. Doi:10.1016/j.envsci.2016.08.002.
- Yurui, L., Luyin, Q., Qianyi, W., & Karácsonyi, D. (2020). Towards the evaluation of rural livability in China: Theoretical framework and

empirical case study. *Habitat International*, No. 105, 102-241.

Doi:10.1016/j.habitatint.2020.102241.

Zhu, B., Yang, M., & Chu, X. (2024). Good governance and innovation: Economic freedom matters. *Technological Forecasting and Social Change*, 205(3), 123527. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123527>.

Zaitul, Z., Desi, I., & Neva, N. (2023). Good Governance in Rural Local Administration. *Administrative Sciences*, 13(1), 1-19, Doi:10.3390/admsci13010019.



## Table and Content

<b>A Localized Model of Marketing Strategies for Cultural and Artistic Institutions in Mashhad: A Qualitative Study/</b> Nafiseh Ebrahimnezhad, Seyyed Morteza Ghayour Baghbani, Saeed Jafari Titkanloo, Morteza Rojui .....	<b>9</b>
<b>Life Challenges in the Shadow of Headship Loss: The Narrative of a Female-Headed Household in Birjand/</b> Hadi Barati, Farrokhro Jalili, Hamideh Jalili, Rabea Cheki, Majedeh Nejati .....	<b>45</b>
<b>The Message of Poetry and Poetics in Attar’s Moşibat-nāma: A Poet from Khorasan, the Cradle of Persian Poetry/</b> Zahra Khakbaz, Naser Nikoubakht, Najmeh Dori .....	<b>83</b>
<b>The Role of Railway Infrastructure in Promoting Political Spatial Development and Sustainable Security in Southern Khorasan Province/</b> Vahid Kiani, Bahram Rezaei .....	<b>111</b>
<b>A Sociological Analysis of Conspicuous Consumption in Death Industry: The Case of Birjand/</b> Najmeh Moodi, Hamid Masoudi .....	<b>149</b>
<b>Assessing and Analyzing Good Governance in Rural Areas: The Case of Zirkuh County/</b> Javad Mikaniki .....	<b>193</b>



### Referees of this Issue (In Alphabetical Order)

**Habibollah Abbasi**, Professor, Kharazmi University, Tehran

**Mohammad Ali Abutorabi**, Assistant Professor, Institute for Humanities and Cultural Studies

**Ali Ashrafi**, Assistant Professor, University of Birjand

**Alireza Ghorbani**, Assistant Professor, Payame Noor University, Tehran

**Sirous Ghanbari**, Associate Professor, University of Birjand

**Mohammad Hajipour**, Assistant Professor, University of Birjand

**Seyed Saeed Hosseini**, Assistant Professor, Islamic Azad University, Gonabad Branch

**Vahid Kiani**, Assistant Professor, University of Birjand

**Hamid Masoudi**, Assistant Professor, University of Birjand

**Javad Mikaniki**, Associate Professor, University of Birjand

**Faramarz Nodehi**, Assistant Professor, Farhangian University, Mashhad

**Hamed Norouzi**, Associate Professor, Tarbiat Modares University

**Nayereh Shah Mohammadi**, Associate Professor, Curriculum Planning and Educational  
Research Organization

**Zahra Shirzour Aliabadi**, Assistant Professor, University of Birjand

**Mohammad Ali Talebi**, Assistant Professor, University of Birjand

**Fatemeh Zamani**, Assistant Professor, Kosar University, Bojnord

**In The Name Of God**

**Journal of Socio-Cultural Studies of Khorasan**

Serial: 76

ISBN 1735-8256

Summer 2025, 4<sup>th</sup> Number, 19<sup>th</sup> year

---

**Concessioner:** General Office of Islamic Culture and Direction

**Editor-in-Charge:** Farkhunde, Ali      **Editor-in-Chief:** Alizadeh Birjandi, Zahra, PhD

**Executive Manager:** Ramezani, Mahmoud      **Executive Manager:** Zerang, Mahin

---

**Editorial Board**

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
- 

**Editor:** Poursoltani, Somayeh

**Translator and English Editor:** Ameri, Saeed

**Technical Affairs:** Dastgerdi, Faezeh

**Lithography & Press:** New Media Magnifying Glass institute

**Circulation:** 100

**Price:** 350000 rials

**Address:** General Office of Culture and Guidance, Shahid Mahallati Avenue, Birjand, South Khorasan Province

Research Society Office

**Tel:** 056-32323393

**Fax:** 056-32323277

**Email:** Farhangekhorasan@gmail.com

**http://**Farhangekhorasan.ir

This journal expresses the views presented in its published articles. Authors are solely responsible for the content of their writings, and translators are responsible for the accuracy of their translations. Materials submitted for publication will not be returned if deemed unsuitable. The journal reserves the right to edit or delete portions of submitted materials.

