

پدیدارشناسی وضعیت فرهنگ کار در بین جوانان استان ایلام

عزیز کالانتاری^۱

علی هاشمی^۲

چکیده

فرهنگ کار را می‌توان مجموعه ارزش‌ها، باورها و دانش‌های مشترک و پذیرفته‌شده افراد درباره فعالیت‌های معطوف به تولید یا ایجاد ارزش افزوده دانست؛ در واقع یک مسئله بسیار مهم است که در صورت بهبود و درونی‌شدن می‌تواند آثار اجتماعی مثبت فراوانی را برای شهروندان و جامعه بیافریند. مطالعه حاضر با هدف پدیدارشناسی وضعیت فرهنگ کار در بین جوانان استان ایلام انجام شده است. جامعه هدف پژوهش شامل تمامی جوانان استان ایلام و تعداد اطلاع‌رسان‌ها بر اساس معیار اشباع نظری ۵۰ نفر بوده است. از مصاحبه نیمه‌ساخت یافته برای گردآوری و از روش ۷ مرحله‌ای کلایزی برای تحلیل داده‌ها استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان داد که فرهنگ کار جوانان ایلامی از وضعیت نسبتاً مناسبی برخوردار است؛ به طوری که علاوه بر پیشینه قداست و اهمیت و ارزش کار و تلاش در فرهنگ ایلامی، امروزه نیز در ذهن جوانان ایلامی کار امری ضروری و بسیار مهم برای خود، خانواده و جامعه می‌باشد؛ اما این وضعیت به وسیله عوامل مختلفی تحت الشعاع قرار گرفته است که مهم‌ترین آنها ضعف بنیه اقتصادی جوانان، عدم حمایت یا حمایت مالی نامناسب نهادهای اقتصادی و رفاهی از کار و کارآفرینی، ضعف نهادی و سازمانی و ضعف زیرساخت‌ها، ضعف فرهنگ عمومی، نگرش خانوادگی نامناسب به کار و هژمونی فرهنگی مرکز - پیرامون است. در نهایت با توجه به نتایج پژوهش، پیشنهادات سیاستی برای بهبود فرهنگ کار جوانان ایلامی ارائه شده است.

واژگان کلیدی: بستر فرهنگی، فرهنگ کار، جوانان، ایلام، توسعه.

مقدمه

کار جوهره پیشرفت و ترقی بشر است و حتی زیست و بقای انسان‌ها و جوامع به آن وابسته می‌باشد. در عرصه کسب و کار، کار به هر نوع مصنوع تکنولوژی یا انسان گفته می‌شود؛ ولی تعریف مورد نظر در فرهنگ کار، بعد اقتصادی آن است که به معنی فعالیت‌های فکری و دستی انسان است که موجب ایجاد ارزش افزوده در تولید کالا یا خدمات شود؛ به عنوان مثال، معلم به هنگام انتقال مطالب به فراگیران، داروساز به هنگام آزمایش عناصر شیمیایی برای تولید دارو و کارگر در زمان ساخت یک محصول انجام‌دهنده کار هستند. انجام کار اغلب در بردارنده درآمد یا منافع مادی و معنوی برای انجام‌دهنده آن است (مجتبوی نائینی، ۱۳۷۲: ۴۷۰). چگونگی کنش یا رفتار در قلمرو مشخص، ریشه در باورها، اعتقادات، دانش، معلومات و در مجموع پذیرفته‌شده‌های مشترک اعضای یک جامعه یا گروه دارد که آنها را در اصطلاح «فرهنگ» می‌نامند. اگر کار را محصول اندیشه و اعتقاد به کار و لزوم انجام آن بدانیم، آنگاه با مجموعه‌ای از هنجارها و ارزش‌های مرتبط با کار مواجه خواهیم شد که می‌توان آن را «فرهنگ کار» نامید.

چنانچه به اختصار، فرهنگ، مجموعه ارزش‌ها، باورها و دانش‌های مشترک و پذیرفته‌شده یک گروه و کار، فعالیت‌های اقتصادی منجر به ارزش افزوده دانسته شود، فرهنگ کار، عبارت است از: مجموعه ارزش‌ها، باورها و دانش‌های مشترک و پذیرفته‌شده یک گروه کاری در انجام فعالیت‌های معطوف به تولید یا ایجاد ارزش افزوده (معیدفر، ۱۳۸۰؛ به نقل از احمدی، ۱۳۹۷: ۲). فرهنگ کار به عنوان شیوه زندگی نقش بنیادی و زیربنایی در ارتقای سطح پویایی جوامع دارد. بررسی‌های کارشناسان مسائل اجتماعی ایران نشان می‌دهد که فرهنگ کار در ایران در مقایسه با جوامع پیشرفته در سطح پایین‌تری قرار دارد. این در حالی است که در جهان پیشرفته با وقوف بیشتر به نقش استراتژیک نیروی انسانی و نگرش‌های آن به کار و تولید، مفهوم فرهنگ کار از اهمیت فزاینده‌ای برخوردار شده است. زمانی که فرهنگ کار نهادینه گردد کار به عنوان یک ارزش تلقی می‌شود و همه افراد جامعه در سطوح مختلف، کار کردن



را مسیر توسعه موزون جامعه می‌دانند و از طریق درست کار کردن به توسعه اقتصادی کمک می‌نمایند (احمدی، ۱۳۹۷: ۱).

فرهنگ کار بالا می‌تواند آثار بسیاری را برای شهروندان و جامعه به همراه داشته باشد، در مقابل فرهنگ ضعیف کار نیز پیامدهای منفی خود را به همراه خواهد داشت؛ از جمله:

- تمایل به انجام کار زیاد و پرانگیزه و در مقابل، نداشتن تمایل به کار، کارگریزی و کم‌کاری؛

- دقت در کیفیت بالای فرآیندها و محصولات و در مقابل، بی‌توجهی به کیفیت فرآیندها و محصولات؛

- دقت در سلامت ماشین‌آلات و تجهیزات و در مقابل، بی‌توجهی به حفظ لوازم و تجهیزات کار و تولید؛

- همدلی و همفکری با دیگران و در مقابل، فردگرایی یا علیه دیگران بودن؛

- نشاط و سرزندگی در محیط کار و در مقابل، رخوت، سستی و بی‌حوصلگی در کار؛

- استقبال از تغییرات مثبت و در مقابل، مقاومت یا بی‌تفاوتی در مقابل هر نوع تغییر؛

- قناعت به حق خود و در مقابل، تمایل به دریافت حقوقی بیش از معیارهای پذیرفته‌شده؛

- نداشتن استرس‌های مخرب در محیط کار و دور بودن از عوارض استرس مخرب و در مقابل، ابتلا به استرس مخرب و داشتن عوارض ناشی از استرس، از قبیل ناراحتی‌های گوارشی، ارتباطات نامتعادل اجتماعی و پیری زودرس (وکیلی، ۱۳۹۲: ۲۰).

در نتیجه فرهنگ کار مسئله‌ای بسیار مهم است که در صورت بهبود و درونی شدن می‌تواند آثار اجتماعی مثبت فراوانی را برای شهروندان و جامعه بیافریند؛ بنابراین لازم است کیفیت فرهنگ کار در جامعه مشخص شود، مورد مطالعات آسیب‌شناسانه قرار گیرد و عوامل و مؤلفه‌های مختلف مرتبط با آن شناسایی و اولویت‌بندی شوند.

هنگامی که فرهنگ کار در یک جامعه ضعیف ارزیابی می‌شود این

بدین معناست که مردم به انجام کار مفید و مولد تمایل ندارند؛ در نتیجه فعالیت‌های آنها از راندمان و اثربخشی کمتری برخوردار است. در چنین شرایطی منابع به کار گرفته شده حداکثر بازده ممکن را نخواهد داشت. مسئله ایجاد فرهنگ کار مثبت و حذف فرهنگ‌های منفی در روند کار یکی از موضوعاتی است که جوامع امروز با آن روبه‌رو هستند. وضعیت نابسامان اقتصادی در استان ایلام گرچه تا حدودی تابعی از وضعیت اقتصادی کل کشور است؛ اما در عین حال، تفاوت سطح توسعه‌یافتگی این استان با سایر استان‌های کشور می‌تواند هم ناشی از مسائل بیرونی و هم ناشی از مسائلی در درون خود استان ایلام باشد. نتایج پژوهش کمربیگی و رشیدی (۱۳۹۴) نشان می‌دهد که پایین بودن فرهنگ کار در استان ایلام، دومین آسیب فرهنگی در سطح استان بوده است. با این حال نمی‌توان تنها با اتکا به یافته‌های پژوهش مذکور استان ایلام را دارای سطح پایین فرهنگ کار دانست. این تشکیک به دو دلیل توسط پژوهشگران مطرح شده است؛

- (۱) پژوهش مذکور یک مطالعه کمی بوده است؛ حال آنکه مسائل فرهنگی با مفاهیم، مقوله‌ها، تم‌ها و الگوها سروکار دارند نه با اعداد و ارقام؛ از این رو، با روش‌های کمی نمی‌توان کنه و ریشه مسائل فرهنگی را دریافت و کاوش معنایی نیاز است تا اصل و منشأ مسائل فرهنگی آشکار گردد.
- (۲) فرهنگ کار با اعتقاد به کار، لزوم کار کردن، ارزش داشتن کار و درآمد و ... ارتباط دارد و استان ایلام یک استان با فرهنگ نیمه‌سنتی است که بافت فرهنگی سنتی آن با سخت‌کوشی، کار و تلاش زیاد، اعتقاد به برکت داشتن و کسب روزی حلال و پُرزحمت شناخته شده است. این خود سؤالی بی‌پاسخ است که چگونه یک جامعه محلی با آن سابقه و پیشینه اعتقاد، سخت‌کوشی و ارزش قائل شدن برای کار و تلاش، اکنون سطحی پایین از فرهنگ کار داشته باشد تا آن حد که فرهنگ کار ضعیف دومین مسئله فرهنگی آن محسوب گردد؟!

بنابراین پژوهشگران بر این باورند که نیاز است وضعیت فرهنگ کار



در استان ایلام با استفاده از روش‌های کیفی، به‌ویژه پدیدارشناسی^۱ و تحلیل تماتیک مورد مطالعه قرار گیرد و با مراجعه به داده‌های دست اول از جامعه هدف (جوانان استان ایلام) به معناکاوی فرهنگ کار، ارزش قائل شدن برای کار و تلاش، ارزش مزد ناشی از زحمت، اهمیت دادن به خلاقیت، لذت و جذابیت کار ذهنی و دستی و ... از نظر جوانان ایلامی پرداخته شود و از این رهگذر، وضعیت و کیفیت واقعی فرهنگ کار در استان شناسایی گردد؛ به این ترتیب، ضمن شناخت و ترسیم یک تصویر نسبتاً کامل از وضعیت فرهنگ کار در بین جوانان ایلامی، می‌توان عوامل و مؤلفه‌های مختلف مرتبط با آن را استخراج و استحصا نمود.

محققان بر این باورند که رجوع به پیش فرض‌ها و رأی به صحت فرض‌های از پیش تعیین شده در مطالعه فرهنگ و اقتصاد که نمودی از تفکرات شرق‌شناسانه است، مطالعه را بر پایه مفروضات مبهم و غیرقطعی که قطعی فرض شده‌اند، بنا می‌سازد که پژوهشگر تنها به دنبال اثبات آن فرض‌هاست نه به چالش کشیدن و صحت‌آزمایی آنها. ادوارد سعید، نویسنده کتاب «شرق‌شناسی»، به تشریح آثار مستشرقان و برخی رمان‌نویسان و نقش آنها در بی‌فرهنگ نشان دادن مردم سرزمین‌های شرقی پرداخت و نظریه ادبی پسااستعماری را مطرح کرد. او مدعی است که با وجود پایان ظاهری استعمار، این تضعیف در قالب آثار ادبی و ایجاد نگرش‌های منفی نسبت به ملل جهان سوم همچنان زنده است و به حیات خود ادامه می‌دهد (کتبی، ۱۳۷۲: ۲۱۵). به گفته او، شرق‌شناسی با کمک ادبیات، مردم‌شناسی و توجیهات روانی، باور ضعف و بی‌فرهنگی را به شرق قبولانده بود (شفیعی و صادقی، ۱۳۸۸: ۱۲۵). آنچه در نظریه شرق‌شناسی برای فرهنگ در جامعه مورد مطالعه اهمیت دارد، توجیهات روانی و القائات فرهنگی است که مثلاً در حوزه معنایی فرهنگ کار، مناطق مرکزی کشور، فعال و دارای فرهنگ کار مناسب هستند؛ اما در مقابل، مناطق غربی یا جنوب شرقی کشور کاهل، تنبل، راحت‌طلب یا دارای فرهنگ کار پایین فرض می‌شوند. چنین پیش‌فرض‌هایی بیشتر

1. Phenomenology

بر فرضی بودن وضعیت فعلی اقتصادی این مناطق شکل گرفته است بدون آنکه به ریشه‌یابی و معناکاوی در حوزه‌های معنایی آن اقدام شده باشد. این نگاه شرق‌شناسانه در حالی است که وضعیت فعلی اقتصادی مناطق مرکزی از یک طرف و مناطق غربی و جنوب شرقی از طرف دیگر می‌تواند ناشی از توجهات ناهمسان و نابرابر مرکز - پیرامون باشد که در آن همواره مناطق مرکزی بیشتر از مناطق حاشیه‌ای و مرزی مورد توجه سیاست‌گذاران، تصمیم‌گیران و برنامه‌ریزان سیاسی - اقتصادی، فرهنگی و رسانه‌ای قرار دارد. در مناطق مرکزی میزان سرمایه‌گذاری بخش دولتی و غیردولتی بسیار بیشتر است و این مناطق معمولاً از زیرساخت‌های مناسبتری برخوردارند.

تمامی این مسائل می‌تواند وضعیت اقتصادی یک منطقه و به تبع آن، میزان بیکاری، رشد اقتصادی و حتی فرهنگ را متأثر سازد؛ بنابراین مؤلفه‌های زمینه‌ای مانند ضعف زیرساخت‌ها، مؤلفه‌های اقتصادی همانند ضعف سرمایه‌گذاری بخش دولتی و خصوصی در استان، دشوار بودن تهیه سرمایه مورد نیاز برای راه‌اندازی کسب‌وکار، ضعف نهادها در حمایت از خوداشتغالی در دو بخش مالی و مشاوره‌ای، برخی مؤلفه‌های سیاسی و نگاه مرکز - پیرامون، ضعف آموزش‌های فنی و حرفه‌ای جدید مطابق با زمینه‌های کسب‌وکارهای روز، سرخوردگی و یأس جوانان از شرایط مذکور و ... همگی می‌تواند در چنین مطالعاتی مورد نظر و کاوش قرار گیرد؛ علاوه بر این، در مطالعه وضعیت فرهنگ کار جوانان در استان ایلام، بایستی به شرایط خانوادگی و تربیت خانوادگی جوانان نیز توجه داشت. جوانان ایلامی از یک پیشینه فرهنگی با فرهنگ کار بسیار قوی و نهادینه‌شده برخوردارند؛ چه بسا عوامل خانوادگی در کنار عوامل اجتماعی و اقتصادی و سیاسی، فرهنگ کار آنها را متأثر ساخته باشد. تمامی این حوزه‌های احتمالی مرتبط با فرهنگ کار بایستی در طرح پژوهشی مد نظر قرار گیرند.

با توجه به آنچه گفته شد، پژوهش حاضر در نظر دارد با تمرکز و کاوش در ویژگی‌های فرهنگ کار در استان ایلام و شهرستان‌های تابعه، وضعیت فرهنگ کار را در تمامی شهرستان‌های این استان مشخص نماید،

عوامل و مؤلفه‌های مهم تعیین‌کننده آن را شناسایی، اولویت‌بندی و تحلیل کند و ضمن بحث و بررسی آسیب‌شناسانه، بسته سیاستی متناسب و عملی را جهت بهبود و تقویت فرهنگ کار در استان ایلام ارائه نماید. به این منظور سؤالات زیر طرح شده است:

۱. وضعیت فرهنگ کار جوانان در مرکز و شهرستان‌های استان ایلام چگونه است؟
۲. مهمترین عوامل و مؤلفه‌های مرتبط با وضعیت فرهنگ کار جوانان در استان ایلام کدامند؟
۳. مسائل اقتصادی و سیاسی چه جایگاهی در وضعیت فرهنگ کار جوانان ایلامی دارد؟
۴. ضعف در زیرساخت‌ها چه جایگاهی در وضعیت فرهنگ کار جوانان ایلامی دارد؟
۵. مسائل اجتماعی و فرهنگی چه جایگاهی در وضعیت فرهنگ کار جوانان ایلامی دارد؟
۶. مهمترین استراتژی‌های بهبود وضعیت فرهنگ کار جوانان ایلامی کدامند؟

زمینه نظری

افراد برای رشد به کار و شغل احتیاج دارند؛ خصوصاً در دوران جوانی که زندگی آینده خود را پایه‌ریزی می‌کنند. نگرش‌ها و رفتارهایی که مردم هر روز با آنها ارتباط برقرار می‌کنند بر احساس آنها در مورد کار و زندگی تأثیر بسیار دارد. فرهنگ کار شکوفاشده، در همه جنبه‌های زندگی کاری و معمول افراد، کسب و کارها و اشخاص درون آنها اهمیت دارد. فرهنگ کار مجموعه‌ای از نگرش‌ها، باورها و رفتارهایی است که ذهنیت، اصول و دیدگاه نسبت به کار را تشکیل می‌دهد و تعیین می‌کند که فرد در شغلی که دارد چقدر در محیط خود جا بیفتد و چقدر توانایی ایجاد روابط حرفه‌ای با همکاران را دارد. نگرش، تعادل کار و زندگی، فرصت‌های رشد و رضایت شغلی افراد به فرهنگ کار آنها بستگی دارد. فرهنگ کار بر اساس رفتارهای افراد درون سازمان از مدیریت گرفته تا کارمندان سطح پایین تکامل می‌یابد. مدیران کسب‌وکارها فرهنگ شرکت را از طریق

شیوه‌های استخدام خود شکل می‌دهند؛ جایی که می‌توانند متقاضیانی را انتخاب کنند که دید شخصی آنها با فرهنگ کار سالم همسو باشد؛ بنابراین جوانان برای اینکه بتوانند جذب کسب‌وکارها شوند بایستی از فرهنگ کار مناسبی برخوردار باشند؛ اما این فرهنگ خودبخود به وجود نمی‌آید و محیط اجتماعی و بستر فرهنگی از مهمترین مواردی هستند که آن را تحت الشعاع قرار می‌دهند؛ به عبارت دیگر، فرهنگ کار از بستر اجتماعی و فرهنگی هر جامعه برمی‌خیزد (اینده‌دا، ۲۰۲۱: ۱).

به باور هاف و استیگلیتز^۲ (۲۰۱۶) در حالی که در اقتصاد استاندارد مفهوم «تصمیم‌گیرنده» به معنای یک بازیگر عقلانی است و در کارهای اولیه در اقتصاد رفتاری، این بازیگر نیمه‌منطقی است و تحت تأثیر زمینه «لحظه تصمیم‌گیری» قرار دارد، در برخی کارهای اخیر در اقتصاد رفتاری، تصمیم‌گیرنده را بازیگر محصور در ذهنیات نامیده‌اند. ترجیحات، درک و شناخت این بازیگر ذهنیاتی هستند که وی در آنها محصور می‌شود. او تحت تأثیر دو اثر عمیق اجتماعی است: الف) زمینه‌های اجتماعی که وی در معرض آن قرار گرفته و به‌ویژه به آن عادت کرده است و ب) مدل‌های ذهنی فرهنگی - شامل مقوله‌ها، هویت‌ها، روایت‌ها و جهان‌بینی - که وی برای پردازش اطلاعات استفاده می‌کند. در فرهنگ کار، نحوه تعیین شکل‌گیری این عوامل و دیدگاه‌هایی که افراد از طریق آن جهان را می‌بینند (درک و تفسیر آنها از موقعیت‌ها) بررسی می‌شود. این دیدگاه مدل‌های واقع‌بینانه‌تری از رفتار انسان و زمینه این رفتار، که باور آنها همان فرهنگ کار است، را برای توضیح نتایج و طراحی سیاست‌ها پیشنهاد می‌دهد (هاف و استیگلیتز، ۲۰۱۶: ۲۵).

جامعه می‌تواند یک فرد را به سمت تغییر رفتار خود و مطابقت با فرهنگ رفتاری مورد انتظار سوق دهد (کرمر و لوی^۳، ۲۰۰۸: ۱۸۹؛ هربست و ماس^۴، ۲۰۱۵: ۵۴۵). پیشینه و زمینه اجتماعی و فرهنگی، نشانه‌ها

1. Indeed Career Guide
2. Hoff & Stiglitz
3. Kremer & Levy
4. Herbst & Mas

یا الگوهای را ساخته و درونی می‌سازند که هنجار یا رفتاری را در حوزه اقتصادی شکل دهند و بر اساس نظریه استاندارد اقتصادی بر رفتار اقتصادی افراد تأثیر می‌گذارند. از بینش درباره این عوامل فرهنگی و اجتماعی رفتار می‌توان برای شکل دادن به آن استفاده کرد؛ می‌توان افراد را به انجام عملی یا تغییر رفتار و عملی دیگر وادار نمود. اگر به شما آموخته باشند که فلان رفتار را انجام دهید یا برای شهروندان درونی شده باشد که فرد کاهلی هستند، آنگاه برای تغییر این دیدگاه، سیستم فرهنگی و اقتصادی می‌بایست ضمن درک و آگاهی و تبیین این هنجارها و یا ضد هنجارها، از نو هنجارها و الگوهای مناسب را تولید کند و به آن شکل بدهد (تالر و سانشتاین^۱، ۲۰۰۸: ۱۱). با توجه به نظریه پسااستعماری ادوارد سعید، می‌توان مدعی بود که توجیحات روانی و القائات فرهنگی در حوزه فرهنگ و اقتصاد وجود دارد. در این دیدگاه کشورهای توسعه‌یافته به عنوان مرکز و کشورهای توسعه‌نیافته یا در حال توسعه به عنوان پیرامون و حاشیه فرض می‌شوند؛ سپس بر اساس وضعیت اقتصادی آنها در فرهنگ، هنر، تمدن و ... دسته‌بندی می‌گردند و کشورهای توسعه‌نیافته و در حال توسعه به عنوان جوامعی در نظر گرفته می‌شوند که در ماهیت خود ویژگی‌های منفی دارند. این‌گونه القائات فرهنگی - روانی حتی در مقیاس کوچکتر، درون کشورهای توسعه‌نیافته یا در حال توسعه نیز وجود دارد. بدتر آن است که این پیش‌فرض‌ها مبنای سیاست‌گذاری‌ها قرار گیرند. در چنین وضعیتی تغییر این القائات درونی‌شده برای مردم ساکن در این مناطق نیازمند برنامه‌های فرهنگی و اقتصادی و سیاستی ویژه خواهد بود.

این وضعیت ما را به مفهوم «هژمونی فرهنگی»^۲ می‌رساند. کارل مارکس^۳ معتقد است که مراد از هژمونی این است که طبقه حاکم می‌تواند بر آداب و رسوم و ارزش‌های نظام اجتماعی تأثیر بگذارد. به نظر آنتونیو

1. Thaler & Sunstein
1. Cultural Hegemony
3. Carl Marx

گرامشی^۱، جامعه‌شناس شهیر ایتالیایی، هژمونی با مترادف‌هایی مانند «فردستی - فرودستی» و «سلطه‌گری - سلطه‌پذیری»، مفهومی است برای توصیف و توضیح نفوذ و تسلط یک گروه اجتماعی بر گروهی دیگر؛ چنانکه گروه مسلط (فرداست) درجه‌ای از رضایت گروه تحت سلطه (فرودست) را به دست می‌آورد. مراد از هژمونی، چیرگی مادی و معنوی یک طبقه بر طبقات دیگر است. در فلسفه مارکسیست، هژمونی فرهنگی، سلطه تفکر حاکم جامعه بر فرهنگ متنوع است که فرهنگ آن جامعه، اعتقادات و تفسیرها، برداشت‌ها، ارزش‌ها و آداب و رسوم را دستکاری می‌کند؛ به طوری که جهان‌بینی تحمیل‌شده از تفکر حاکم پذیرفته شده است و از طریق همین هنجار فرهنگی و ایدئولوژی مسلط، وضعیت موجود اجتماعی، سیاسی و اقتصادی توجیه می‌شود و به جای اینکه به عنوان ساختارهای اجتماعی مصنوعی که فقط به سود تفکر حاکم است معرفی شوند، برای همه طبیعی، اجتناب‌ناپذیر، دائمی و سودمند معرفی می‌گردند (کلمبیا انسیکلوپدیا، ۱۹۹۴: ۱۲۱۵)؛ بر این اساس تجارب اجتماعی و ساختارهای اجتماعی گذشته می‌توانند منجر به روش‌های پایدار مفهوم‌سازی یک وضعیت و در نتیجه باورهای پایدار و نتایج اجتماعی شوند؛ به عنوان مثال، بی‌اعتمادی، تقسیم کار شدید جنسیتی یا الگویی از پاسخ‌های تهاجمی تنها به اختلافات یا اختلاف نظرهایی تقلیل داده می‌شوند که به نظر می‌رسد منشأ پیش‌یافتاده‌ای دارند. جامعه‌شناسی و روانشناسی، مدل‌های ذهنی (یا طرح‌واره‌هایی) را به عنوان ابزاری در تحلیل‌های خود وارد کرده‌اند که افراد برای پردازش اطلاعات و مفهوم‌سازی از آنها استفاده می‌کنند. الگوهای ذهنی فرهنگی، مفاهیم، مقوله‌ها، هویت‌های اجتماعی، روایت‌ها و جهان‌بینی را شامل می‌شوند و «نحوه حضور، تفسیر، یادآوری و پاسخ احساسی به اطلاعاتی که با آنها روبه‌رو می‌شویم و دارای آنها هستیم را شکل می‌دهند» (دی‌مگیو^۲،

1. Antonio Gramsci
2. Columbia Encyclopedia
3. DiMaggio



۱۹۹۷: ۲۷۴). ممکن است فردی در ذهن خود چندین مدل ذهنی داشته باشد که بتواند برای تفسیر موقعیتی که در آن قرار دارد از آنها الگو بگیرد و از نظر محتوا و پیامدهای رفتار متناقض باشند (سویدلر^۱، ۲۰۰۱: ۲). چه چیزی تعیین می‌کند کدام یک انتخاب شود؟ همانطور که دی‌مگیو اشاره می‌کند، انتخاب با راهنمایی‌های فرهنگی موجود در محیط هدایت می‌شود» (دی‌مگیو، ۱۹۹۷: ۲۷۵)؛ بنابراین زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی و مدل‌های ذهنی تشکیل شده از آنها با رفتار اقتصادی افراد تعامل دارند. زمانی که کشف مدل ذهنی مرتبط با رفتارهای اقتصادی افراد دنبال می‌شود، باید بتوان ابعاد مختلف این مدل را نیز شناسایی نمود؛ مثلاً وقتی بحث از فرهنگ کار باشد بایستی ابعاد مختلف تشکیل دهنده مدل ذهنی افرادی که فرهنگ کار آنها را تعیین می‌کنند مشخص شود. این ابعاد می‌تواند شامل وضعیت اقتصادی، فراهم بودن زیرساخت‌ها و امکانات و تسهیلات لازم برای کار، دسترسی به آموزش‌های تخصصی و فنی، حمایت‌های مالی نهادها، دسترسی به مشاوره‌های تخصصی و کم‌هزینه، رونق اقتصادی در بازار و تسهیل فروش کالاها، ارتباط دانشگاه و صنعت (بوولز و پولانیا رییس^۲، ۲۰۱۲: ۳۶۸)، فضای خانواده، پیشینه فرهنگ کار در جامعه، عرف اجتماعی، خلقیات فرهنگی، آموخته‌های فرهنگی در نظام آموزشی (آلسینا و جولیانو^۳، ۲۰۱۵: ۸۹۸) و ... باشد. پژوهش‌های متعددی را در حوزه فرهنگ کار انجام داده‌اند که به برخی از مهمترین آنها اشاره می‌شود:

نهایوندی و مقدم اصل (۱۳۹۵)، در مقاله «بررسی تطبیقی عوامل مؤثر بر فرهنگ کار در ایران و چهار کشور آسیایی»، به این نتیجه رسیدند که فرهنگ کار در ایران در مقایسه با چهار کشور ژاپن، چین، مالزی و ترکیه به طور چشمگیری پایین است. ارجمند و محمدی (۱۳۹۵) در مقاله «بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر فرهنگ کار در بین ادارات شهر یاسوج» دریافتند که میانگین نمره فرهنگ کار در سطح متوسط به

1. Swidler
2. Bowles & Polania-Reyes
3. Alesina & Giuliano

پایین است و بین متغیرهای روابط انسانی در محیط کار، آموزش‌های ضمن خدمت، ارزش‌های دینی، رضایت شغلی، عدالت سازمانی، اعتماد اجتماعی و فرهنگ کار، رابطه مستقیم، مثبت و معناداری وجود دارد؛ همچنین موسوی علمداردهی (۱۳۹۳)؛ در مقاله «بررسی نقش فرهنگ کار بر توسعه اقتصادی» به این نتیجه رسید که هرگونه تغییر و تحولی در تمام ابعاد جامعه اعم از اقتصادی، سیاسی و اجتماعی منوط به نوعی پذیرش فرهنگی در جامعه است؛ بنابراین بدون ایجاد بستر مناسب فرهنگی نمی‌توان به دنبال تحقق توسعه در ابعاد دیگر جامعه بود. نتایج پژوهش وکیلی (۱۳۹۲) با عنوان «بررسی مفهوم فرهنگ کار» حاکی از آن است که فرهنگ کاری بالا با بهره‌وری و عملکرد شغلی بهتر رابطه دارد و کسانی که از فرهنگ کاری بالایی برخوردارند عملکرد شغلی آنان نیز بهتر است. نتایج توصیفی پژوهش احمدی (۱۳۹۱) با عنوان «بررسی فرهنگ کار و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن»، بیانگر آن است که میانگین نمره فرهنگ کار و ابعاد آن (همکاری و تعهد) در سطح متوسطی است. پوریوسفی و همکاران (۱۳۹۱) در مقاله «بررسی عوامل مؤثر بر فرهنگ کار در بین کارگران زن بخش صنعت شهرستان بههر» نشان دادند که میان متغیرهای عوامل فردی - شخصیتی، عوامل شغلی، عوامل اقتصادی، عوامل فرهنگی و عوامل سازمانی با فرهنگ کار رابطه وجود دارد. مطابق یافته‌های یزدانی خوراسگانی (۱۳۹۰) در پایان‌نامه‌اش با عنوان «بررسی میزان و عوامل مؤثر بر فرهنگ کار در میان کارکنان ادارات دولتی شهر یزد»، فرهنگ کار ضعیف کارکنان ادارات دولتی شهر یزد ناشی از عوامل سرمایه فرهنگی، شبکه‌های مدیریت، رضایت شغلی و دینداری بوده است.

در حوزه استان ایلام نیز دو پژوهش انجام شده است؛ نتایج تحقیق رضایی‌نسب و فتوحی (۱۳۹۱) در مقاله «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر فرهنگ کار کارکنان زن بخش دولتی در استان ایلام» نشان می‌دهد که طبقه اجتماعی افراد، نوگرایی و رضایت شغلی، تأثیر مستقیم و بیگانگی از محیط کار، تأثیر معکوس بر فرهنگ کار دارند و این فرض که اعتماد اجتماعی، رابطه معناداری با فرهنگ کار دارد، رد شده است. کمربیگی و رشیدی (۱۳۹۴) در مقاله «مسئله‌شناسی و اولویت‌بندی آسیب‌ها و

مسائل فرهنگی استان ایلام» دریافتند که مهمترین مسائل فرهنگی حاکم بر فضای استان، بیکاری با میانگین ۶۸/۲۲، پایین بودن فرهنگ کار و تلاش در جامعه با میانگین ۶۴/۸۱ و کاهش احساس مسئولیت اجتماعی با میانگین ۶۳/۳۳ است. آنها فرهنگ کار پایین را به عنوان دومین آسیب فرهنگی استان ایلام معرفی کردند. در بررسی پژوهش‌های مذکور باید گفت که تمام کارهای انجام‌شده درباره فرهنگ کار و عوامل مؤثر یا مرتبط با آن، کمی هستند و پژوهشگران آنها با استفاده از پیش‌فرض‌ها و عوامل از پیش تعیین شده، به دنبال اثبات مفروضات خود بوده‌اند؛ بنابراین تاکنون فرهنگ کار به صورت کیفی و معناکاوانه مورد مطالعه عمیق قرار نگرفته است. خلأ پژوهشی‌ای که طرح حاضر سعی در پر کردن آن دارد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر یک مطالعه کاربردی و با توجه به اهداف از نوع توصیفی - تحلیلی است. این مطالعه در پارادایم کیفی و به روش پدیدارشناسی انجام گرفته است. پدیدارشناسی رویکردی فلسفی و روش‌شناختی و دربرگیرنده روش‌های متنوع می‌باشد. این رویکرد به عنوان فلسفه یکی از سنت‌های رایج عقلانی است که بر سایر روش‌های تحقیق کیفی مؤثر بوده و به عنوان یک روش تحقیق در زمینه‌های مختلفی چون جامعه‌شناسی مورد استفاده قرار گرفته است (دایمون و هالوی، ۲۰۰۹ به نقل از مرادی پردنجانی و صادقی، ۱۳۹۳: ۶۳). هدف پدیدارشناسی، توصیف صریح، درک و شناسایی پدیده‌ها و کشف ماهیت ذهنی تجربه زنده از دیدگاه دیگران است؛ به گونه‌ای که آن را تجربه کرده‌اند. این امر از طریق کشف معانی ذهنی و توضیحات افراد در مورد تجربه‌هایشان انجام می‌گیرد (وندرستوپ، ۲۰۰۹؛ به نقل از اعرابی و بودلایی، ۱۳۹۰: ۳۲)؛ بنابراین استفاده از روش تحقیق پدیدارشناسی می‌تواند چارچوبی مناسب برای دسترسی به واقعیت ناب پدیده‌ها محسوب شود؛ همچنین می‌تواند نگرش و شیوه‌ای

ذهنی و سیستماتیک، برای توصیف عمیق تجربیات زندگی و معنی دادن به آنها باشد (هالوی و ویلر، ۲۰۰۲؛ به نقل از پروری، ۱۳۹۸: ۸۸). در مطالعه حاضر از رهیافت پدیدارشناسی توصیفی استفاده شد که کمتر به تعبیر و تفسیر محقق متکی است و بیشتر مبتنی بر توصیفات به دست آمده از تجارب مشارکت‌کنندگان است (اعرابی و بودلایی، ۱۳۹۰: ۳۴). انتخاب روش پدیدارشناسی توصیفی به پژوهشگران این امکان را می‌دهد تا با دقت و وسواس خاص خود بتوانند به معناکاوی مفاهیم مختلف در حوزه معنایی «فرهنگ کار جوانان ایلامی» اقدام کنند و تصویری واقعی‌تر از وضعیت فرهنگ کار جوانان استان به دست آورند. این روش همچنین امکان کشف اهمیت مؤلفه‌های مختلف مرتبط با فرهنگ کار را برای پژوهشگران ممکن می‌سازد.

جامعه هدف پژوهش شامل تمامی جوانان شهرستان‌های استان ایلام است و برای تکمیل یافته‌ها از ۱۱ نفر از کارشناسان اقتصادی و کارفرمایان موفق استان مصاحبه به عمل آمد. از آنجا که مطالعه حاضر یک کار کیفی است، تعداد نمونه‌های آماری از پیش مشخص نبود و نمونه‌یابی تا حصول اشباع ادامه داشت که در نهایت با ۳۵ نفر اشباع حاصل شد؛ اما جهت اطمینان از تمام‌شمول بودن اطلاعات، مصاحبه‌ها تا ۵۰ نفر ادامه یافت. برای گردآوری داده‌ها از ابزار مصاحبه نیمه‌ساخت یافته استفاده شد. مصاحبه نیمه‌ساختاریافته روشی است که اغلب در علوم اجتماعی استفاده می‌شود؛ در حالی که مصاحبه ساختاریافته دارای مجموعه‌ای دقیق از سؤالات است که اجازه انعطاف در مصاحبه را نمی‌دهد. مصاحبه نیمه‌ساختاریافته، باز است و در آن اجازه پرداختن به ایده‌های جدید داده می‌شود تا در طول مصاحبه یک نتیجه از آنچه مصاحبه‌شونده می‌گوید به ارمغان آورد. مصاحبه‌کننده در مصاحبه نیمه‌ساختاریافته به طور کلی، چارچوبی خاص دارد که باید به آن پرداخته شود (ادواردز و هالند، ۲۰۱۳: ۲). قابلیت تصدیق (معادل روایی در کارهای کمی) از طریق حضور مستمر

1. Holloway & Wheeler
2. Edwards & Holland

محقق در میدان تحقیق، انجام و استخراج دقیق مصاحبه‌ها و بهره‌گیری از نظر ارزیابان محقق گشته است و قابلیت انتقال (معاذل پایایی در کارهای کمی) از طریق نگارش یادداشت‌های فنی، مقایسه و مقارنه یافته‌ها با ادبیات تحقیق و آرای صاحب‌نظران مورد وثوق قرار گرفت.

قبل از هر چیز در اجرای پژوهش حاضر، با مراجعه به پژوهش‌های انجام‌شده و در دسترس درباره فرهنگ کار در استان ایلام، کشور و جهان، سعی شد تصویری مناسب و حتی‌المقدور کامل از وضعیت فرهنگ کار به دست داده شود؛ آنگاه از رهگذر آن به طراحی فرم مصاحبه اقدام گردد. در همه شهرستان‌های استان ایلام، مصاحبه از شهروندان تا رسیدن به اشباع انجام گرفت.

در پژوهش‌های کیفی معیار، توصیف یا تبیین یک پدیده به مشروح‌ترین شکل ممکن است؛ بنابراین در این نوع پژوهش، معیار برای قضاوت به منظور متوقف کردن نمونه‌گیری از گروه‌های مختلف مربوط به یک دسته، اشباع نظری آن دسته است. اشباع بدان معنی است که هیچ داده اضافی‌ای پیدا نمی‌شود که جامعه‌شناس بتواند با آن ویژگی‌های این دسته را توسعه دهد. پژوهشگر نمونه‌های مشابه را بارها و بارها می‌بیند، تا از نظر تجربی اطمینان حاصل کند که یک دسته اشباع شده است. پژوهشگر به راه خود ادامه می‌دهد تا گروه‌هایی را بیابد و تنوع اطلاعات را تا حد امکان گسترش دهد، تنها به این منظور که مطمئن شود اشباع بر اساس طیف وسیعی از اطلاعات موجود در دسته صورت گرفته است (گلاسر و اشتراوس، ۱۹۶۷: ۶۱). اشباع داده یا اشباع نظری رویکردی است که برای تعیین کفایت نمونه‌گیری استفاده می‌شود. اشباع حاصل می‌شود تا نشان دهد داده‌هایی که تاکنون جمع‌آوری یا تحلیل شده‌اند، کفایت می‌کنند و جمع‌آوری یا تحلیل داده‌های بیشتر ضروری نیست (ساندرس و همکاران، ۲۰۱۸: ۱۸۹۳). اطمینان از بسندگی در نمونه می‌تواند تضمین‌کننده اثربخشی و کیفیت پژوهش کیفی باشد؛ به

1. Glaser & Strauss
2. Saunders et al.

گونه‌ای که بتوان دستیابی به اطلاعات مطلوب را تضمین نمود، پس ماند را به حداقل رساند و از هرزروی نیروی انسانی و ... جلوگیری کرد (مورس^۱، ۲۰۰۱: ۷۱۷). دستیابی به بسندگی در تحقیق، از بررسی شواهد مربوط به اشباع قابل دستیابی است (مک‌نیل^۲، ۲۰۰۵: ۳). برای رسیدن به اشباع هر مصاحبه بعد از تکمیل توسط پژوهشگران پیاده‌سازی شد و تحت کدگذاری و استخراج مفاهیم قرار گرفت؛ به طوری که تمامی نقاط ضعف و کمبودهای احتمالی فرم مصاحبه روشن و اصلاح شد. نمونه‌های مورد مطالعه، جوانان ایلامی از شهرستان‌های مختلف استان شامل ۷ نفر از شهر ایلام، ۵ نفر از ایوان، ۵ نفر از چرداول، ۵ نفر از دهلران، ۵ نفر از آبدانان، ۵ نفر از دره‌شهر، ۵ نفر از مهران، ۴ نفر از ملکشاهی، ۳ نفر از سیروان، ۳ نفر از بدره و ۳ نفر از هلیلان بودند. بعد از حصول اشباع و اتمام مصاحبه‌ها، تحلیل داده‌ها مطابق کلایزی^۳ (۱۹۷۸) به کار رفته در کار لاینیگر و مک‌فارلند^۴ (۲۰۰۲) انجام شد. روش کلایزی هفت مرحله‌ای به صورتی انعطاف‌پذیر به ترتیب ذیل انجام شده است:

در مرحله اول، تمام توصیف‌های ارائه‌شده توسط جوانان ایلامی مصاحبه‌شده، که به طور مرسوم پروتکل نامیده می‌شود، به منظور به دست آوردن یک احساس و مانوس شدن با آنها خوانده شد. هدف از این کار، درک عمیق محققان از معنای ذهنی جوانان استان ایلام و غرق شدن آنها در دریای داده‌های دریافت‌شده از نمونه‌ها بود. در مرحله دوم، به تک تک پروتکل‌ها مراجعه شد و جملات و عباراتی که به طور مستقیم به فرهنگ کار مرتبط است، استخراج گردید. این مرحله که تحت عنوان «استخراج جملات مهم» شناخته شده است، معادل مرحله استخراج مفهوم در تحلیل تماتیک می‌باشد. در مرحله سوم، محققان تلاش کردند تا به معنای هر یک از جملات مهم

1. Morse
2. Mac-neel
3. Colaizzi
4. Leininger & McFarland

پی ببرند. این مرحله تحت عنوان «فرموله کردن معانی» شناخته می‌شود. در مرحله چهارم، مراحل فوق برای هر پروتکل تکرار شد و معانی فرموله شده و مرتبط به هم در خوشه‌هایی از تم‌ها (تم‌های اصلی) قرار گرفتند. در این مرحله نکات زیر مورد توجه قرار گرفت:

۱. از طریق مراجعه به پروتکل‌های اصلی، اعتبار خوشه‌ها بررسی شد.
 ۲. در این مرحله، تناقضات احتمالی در بین یا درون خوشه‌های متعدد مورد توجه قرار گرفت و از هیچ داده‌ای چشم‌پوشی نشد.
- در مرحله پنجم، نتایج در قالب یک توصیف جامع و کامل از موضوع مورد پژوهش تلفیق شد.

در مرحله ششم، توصیف جامع پدیده فرهنگ کار به صورت یک بیانیه صریح و روشن از ساختار اساسی پدیده مورد مطالعه، که اغلب تحت عنوان «ساختار ذاتی پدیده» نامگذاری می‌شود، فرموله شد. در مرحله هفتم، سعی شد از طریق مراجعه مجدد به هریک از شرکت‌کنندگان و انجام یک مصاحبه مفرد یا انجام جلسات متعدد مصاحبه، نظر شرکت‌کنندگان در مورد یافته‌ها پرسیده شود و نسبت به اعتبارسنجی نهایی یافته‌ها اقدام گردد.

یافته‌های پژوهش

در معرفی نمونه‌های مورد مطالعه باید گفت که جوانان ایلامی در دامنه ۱۸ تا ۳۵ سال پراکنده بودند و تحصیلات آنها از دیپلم تا دکتری را در بر می‌گرفت. از مجموع ۵۰ نفر، ۲۵ نفر زن و ۲۵ نفر مرد هستند که ۳۰ نفر از آنان، متأهل و ۲۰ نفر، مجرد می‌باشند. ۱۱ نفر از افراد مورد مطالعه، شاغل و ۳۹ نفر دیگر، بیکار یا دارای شغل نیمه‌وقت با درآمد غیرمکفی بودند. در ادامه مهمترین یافته‌های پژوهش بر اساس رویکرد کلایزی ارائه شده است:

۱. وضعیت فرهنگ کار جوانان ایلامی

جدول شماره ۱، به شناخت و ادراک وضعیت فرهنگ کار در بین جوانان ایلامی اختصاص دارد.

جدول شماره (۱). نگاه جوانان ایلامی به کار

تم	معانی فرموله شده	مفهوم مهم	پروتکل	
الگوی ذهنی جوانان ایلامی از کار	اهمیت و ضرورت کار	اهمیت کار	به نظرم کار کردن واقعاً مهمه و برای زندگی آدم ضروریه	
		ضرورت کار برای انسان	کار خیلی لازم و ضرویه برای همه آدم‌ها	
		کار پایه تشکیل خانواده و جامعه	بدون کار کردن اصلاً نه خانواده تشکیل می‌شه نه جامعه	
	کار عامل سلامت جسمی و روانی	کار باعث سلامت جسم	فکر می‌کنم کار کردن هم باعث سلامتی جسم می‌شه هم روح و روان آدم آرامش بیشتری داره	
		کار عامل سلامت روانی و عصبی	سلامتی بدن و سلامتی اعصاب و روان به کار کردن بستگی داره؛ البته در شرایط درستش	
	تأکید اجتماعی بر کار	کار سخت به مثابه کار ارزشمند	هر کار سختی‌های خودشو داره؛ اصولاً کار آسون نداریم. همین سختی‌های کار هست که ارزش کار و بالا می‌بره	
		اهمیت کار در شبکه مناسبات اجتماعی	اهمیت کار در شبکه مناسبات اجتماعی	راستش کار که خیلی مهمه. از همه نظر مهمه. کار خوب و آبرومند داشته باشی. هر جا بری با هرکی سلام و علیک کنی اولش می‌پرسه کارت چیه؟!
			اهمیت کار در روابط عاطفی - احساسی	اگه کار درست و درمون نداشته باشی کلاً هیچ‌جایی نری سنگین‌تری؛ حتی بخوای دوست از جنس مخالف داشته باشی باید دست کمش یک کار تمام‌وقت داشته باشی؛ وگرنه کسی باهات دوست نمی‌شه!
	اهمیت کار در روابط زناشویی	اهمیت کار در روابط زناشویی	تا شغل و درآمد درست نداشته باشی نمی‌تونی ازدواج کنی. یعنی هیچ‌کس باهات ازدواج نمی‌کنه فرقی نمی‌کنه دختر یا پسر؛ هر چند کار برای پسرها مهمتره. ازدواج هم کرده باشی اگه کار نداشته باشی زن و بچت تحویل نمی‌گیرن	



با توجه به جدول شماره ۱، مهمترین معانی فرموله شده در حوزه فرهنگ کار جوانان ایلامی، عبارتند از: اهمیت و ضرورت کار برای جوانان، کار عامل سلامت جسمی و روانی، کار سخت به مثابه کار ارزشمند و تأکید اجتماعی بر کار که خود، این مفاهیم را شامل می شود: (۱) اهمیت کار در شبکه مناسبات اجتماعی، (۲) اهمیت کار در روابط عاطفی - احساسی و (۳) اهمیت کار در روابط زناشویی. در این راستا اطلاع رسان ۱۱ گفته است:

«به نظرم کار کردن واقعاً مهمه و برای زندگی آدم ضروریه. بدون کار اصلاً نمی شه زندگی کرد. نمی شه نون خورد، آب خورد. همه چیز پولیه و برای داشتن پول هم باید کار کرد و نمی شه توقع داشت بدون کار و تلاش چیزی به دست بیاریم؛ هرچند توی جامعه ما گاهی اوقات می شه با احتلاس و دزدی همه چیز رو به دست آورد» (مرد، ۳۲، کارشناسی ارشد).

همچنین اطلاع رسان ۲۴ بر ضرورت کار در مناسبات اجتماعی تأکید کرده و گفته است:

«راستش کار که خیلی مهمه. از همه نظر مهمه که کار خوب و آبرومند داشته باشی؛ چونکه همیشه هر جا بری با هر کی سلام و علیک کنی اولش می پرسه کارت چیه؟ حتی بین اقوام و آشناها هم همینطوره. هر قدر کارت مهمتر باشه بیشتر تحویلت می گیرن و احترام بیشتری هم داری. پس خیلی مهمه که حتماً کار و شغل درست و حسابی داشته باشی و گرنه منزوی می شی به کلی» (زن، ۲۸، کارشناسی ارشد).

۲. مؤلفه های مرتبط با فرهنگ کار

جدول شماره ۲ مؤلفه های مرتبط با فرهنگ کار جوانان ایلامی را نشان داده است.

جدول شماره (۲). مؤلفه‌های مرتبط با وضعیت نامناسب فرهنگ کار در ایلام

تم	معانی فرموله شده	مفاهیم مهم	پروتکل‌ها
ضعف اقتصادی	فقدان سرمایه لازم	اهمیت داشتن سرمایه	باید سرمایه و پول لازم برام فراهم باشه
		فقدان سرمایه	کار نیاز به سرمایه داره که خب من ندارم. خیلیا ندارنش
		لزوم داشتن فضا و سرمایه	باید فضای کافی و سرمایه کافی داشته باشی. وقتی نداشته باشی طبیعیه روحیه و انگیزه کار هم نداری
ضعف نهادی و سازمانی	ضعف و نقص سازمان‌ها و نهادهای مربوط	دشواری دریافت مجوز	باید گرفتن مجوزها راحت تر باشه. پسرخاله‌م ۲ سال دنبال مجوز دوید آخرش هم نگرفت و چند میلیونش بر باد رفت
		زمان‌بر و هزینه‌بر بودن دریافت مجوز	گرفتن جواز و خیلی سخت و زمان‌بر و هزینه‌بره، ارزشش رو نداره واقعا
		عدم حمایت مالی بانک‌ها و بهره بانکی بالا	باید دولت و بانک‌ها سرمایه لازم رو بهم بدن که نمی‌دن یا اگه می‌دن اونقدر روش سود می‌گیرن که اصلا با دخل و خرج نمی‌خونه
		عدم دسترسی به مشاوره‌های لازم و تخصصی	باید بتونی درباره کاری که می‌خوای انجام بدی مشاوره‌های مناسب و درست و علمی و تخصصی بگیری که فکر کنم همه تو این قضیه مشکل داریم. طرف وام می‌گیره برای یک کاری بعدش به مشاوره‌های فنی درست دسترسی نداره و شکست می‌خوره و بیچاره می‌شه و دیگه هم سراغ کار نمی‌ره
ضعف نهادی و سازمانی	ضعف زیرساخت‌ها	رابطه‌بازی در استخدام و به‌کارگیری	استخدام که همش پارتی‌بازیه. من خودم ۳ بار تا مرز استخدام رفتم هر دفعه یکی دیگه جایگزینم شد! کلا از کار کردن ناامیدم کردن
		فراهم نبودن امکان فروش تولیدات	من خودم کارگاه داشتم؛ اما امکان فروش نداشتم و آخرش ورشکست شدم. کارگاهم تو روستا بود و جاده نامناسب و تو استان هم بازار مشخصی برام نبود. هزینه انتقال محصولات به بازار خیلی بالا بود.
		فقدان بازار فروش	وقتی می‌خوای کسب‌وکار راه بندازی باید از قبل بازار فروشت مشخص باشه؛ وگرنه راه به جایی نمی‌بری یا نهایتش به پول بخورنمیری درمیاری. ما تو ایلام برای کسب‌وکارها بازار فروش نداریم.



تم	معانی فرموله شده	مفاهیم مهم	پروتکل‌ها
ضعف فرهنگ عمومی	رواج خلیقیات منفی کاری	رقابت ناسالم در فضای کسب و کار استان	من کارم گرفته بود؛ اما چندتا از هم صنفی‌هام توی همون خیابون هرروز یک دردسر تازه برام درست می‌کردن، آخرش زیر آیمو پیش صاحب مغازه زدن و ناچار شدم اونجا رو تخلیه کنم. جای دیگه همینجور شد.
		نگرش نامناسب کارفرماها نسبت به کارکنان	من چندجایی قبلاً کار کردم. کارفرماها کارکنانشون رو مثل برده می‌بینن که به اندازه چند نفر باید براشون کار کنی؛ اما سر ماه که می‌شه سر دادن حقوق کلی مشکل و دردسر برات درست می‌کنن
	ضعف فرهنگ عمومی	فقدان آموزش لازم	نداشتن آموزش‌های لازم و مناسب در باره نگرش کاری، استخدامی، مدیریتی و ...
کمبود آموزش‌های فنی و تخصصی			باید از لحاظ فنی و تخصصی آموزش دیده باشیم، خصوصاً تو مراکز فنی و حرفه‌ای، مدرسه و دانشگاه. وقتی تخصص نداری یا تخصصت رو درست بهشت آموزش نمی‌دن نمی‌تونی کسب و کار راه بندازی و درست شغلتو انجام بدی
تربیت نادرست در مدرسه و دانشگاه			البته تو مدرسه و دانشگاه باید اهمیت کار کردن و مسئولیت‌پذیری رو بهت یاد بدن؛ ولی اینجوری نیست
نگرش خانوادگی به نامناسب کار	ثروت خانوادگی و نگاه نامناسب به کار	فراهم بودن امکانات و ثروت خانوادگی	اتفاقاً دوستم وضعیت مالیشون خیلی خوبه. بخوان نصف ایلام رو می‌خرن! ولی اصلاً اهمیتی به کار و این چیزا نمی‌ده. همش ول می‌گرده و این ور و اون ور علاقه. باباش می‌گه کار می‌خواد چکار؟! پس این همه مال و دارایی رو می‌خوام چکار! کنم!
		آماده‌خواری و نیاموختن لزوم تلاش و کوشش در خانواده	اینجور کسانی رو دیدم. طرف از بس خودش سختی کشیده تو زندگیش، حالا اصلاً اجازه نمیده بچه‌هاش کار کنن یا زحمتی بکشن برای به دست آوردن چیزی. همه چیزو حاضر و آماده می‌کنه تو حلقشون. بعدش هم از بی‌مسئولیتی بچه‌هاشون می‌نالن، مثل عموی خودم
	آماده‌خواری و نیاموختن مسئولیت‌پذیری	نیاموختن مسئولیت‌پذیری در خانه	تو خونه وقتی مسئولیت‌پذیری رو یاد نگیری بزرگ هم که بشی مسئولیت‌پذیر نمی‌شی

تم	معانی فرموله شده	مفاهیم مهم	پروتکل‌ها
هژمونی فرهنگی مرکز- پیرامون	القای فرهنگی تنبلی و ناتوانی به ایلامی‌ها	ذهنیت فرهنگی نامناسب ساختارمند نسبت به کار ایلامی‌ها	من مدتی تهران بودم. اونجا اکثر مردم فکر می‌کردن ما ایلامی‌ها و به طور کلی کردها کارکن نیستیم و تنبل و بی‌مسئولیت هستیم؛ حتی مسئولین استان خودمون هم اینجوری فکر می‌کنن، چون مثلاً بازارچه مرزی که می‌ری یا شرکت‌های نفت و پتروشیمی و قرارگاه ... بیشتر شغل‌های درجه یک رو به غیربومی‌ها دادن و حمالیش فقط به ایلامی‌ها می‌رسه
		القای فرهنگی ناتوانی به ایلامی‌ها و نادیده گرفتن ضعف امکانات و تخصص	فکر می‌کنم از قدیم همینجوری زدن تو سر ما ایلامی‌ها و گفتن تنبل هستیم و خشن هستیم و کار نمی‌کنیم؛ در حالی که پدران ما از قدیم خیلی سخت کار کردن. اصلاً کار و تلاشو باعث برکت زندگی می‌دونستن و بیکاری عار بود و باعث شرمندگی. کارهای سخت و طاقت‌فرسا توی بدترین شرایط آب‌وهوایی و بدون کمترین امکانات انجام می‌دادند؛ اما امروزه کار نیاز به امکانات و تخصص داره، چون همه نمی‌تونن دامداری و کشاورزی کنن؛ حتی اینا هم به امکانات و پول زیاد نیاز دارن.
	وجود بی‌عدالتی اقتصادی و اجتماعی	نادیده گرفتن بی‌عدالتی اقتصادی و القای عدم پشتکار به ایلامی‌ها	می‌گن ما تنبل هستیم یا پشتکار نداریم؛ اما مگه کار سخت‌تر از کولبری هم داریم؟ فقط کوردها و بلوچ‌ها کولبری می‌کنن؛ یعنی نه تنبل هستیم و نه بدون پشتکار. واقعیت اینه فقط عدالت اقتصادی نیست. امکانات مرکز رو بده به ایلام و کرمانشاه و کردستان و بلوچستان اگه کار نکردیم اونوقت بگو تنبل و بی‌پشتکار هستیم

مطابق جدول شماره ۲ مهمترین تم‌های تشکیل دهنده وضعیت کار جوانان در استان ایلام، عبارتند از: ضعف بنیه اقتصادی جوانان، ضعف نهادی و سازمانی، ضعف فرهنگ عمومی، نگرش خانوادگی نامناسب به کار و هژمونی فرهنگی مرکز-پیرامون. تم‌های مذکور نیز به نوبه خود مشتمل بر این مفاهیم فرموله شده هستند: (۱) فقدان سرمایه لازم، (۲) ضعف و نقص سازمان‌ها و نهادهای مربوط، (۳) رابطه‌بازی در استخدام و به‌کارگیری، (۴) ضعف زیرساخت‌ها، (۵) رواج خلیقات منفی کاری، (۶) فقدان آموزش لازم، (۷) ثروت خانوادگی و نگاه نامناسب به کار، (۸) آماده‌خواری

و نیاموختن مسئولیت‌پذیری در خانواده، ۹) القای فرهنگی صفات تنبلی و ناتوانی به ایلامی‌ها و ۱۰) وجود بی‌عدالتی اقتصادی و اجتماعی در ساختار اجتماعی - اقتصادی کشور. در این راستا اطلاع‌رسان ۹ گفته است:

«برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار باید فضا و مکان کافی و مناسب از خودت داشته باشی یا اینکه اونقدر سرمایه داشته باشی که بتونی مکان مناسب رو رهن و اجاره کنی. وقتی هیچ‌کدوم رو نداشته باشی، طبیعیه روحیه و انگیزه کار هم نداری، چون واقعاً کاری از دستت برنمیاد. خصوصاً توی این وضعیت بد اقتصادی که اکثر خانواده‌ها با مشکلات اقتصادی مواجه هستن و همه چیز گرونه شدیداً بدون داشتن بنیه مالی قوی هیچ کاری نمی‌تونن بکنن. خود تو اگه وضع مالیت خوب بود مغازه رو جمع نمی‌کردی و توسعهش می‌دادی!» (مرد، ۲۰، -کارشناسی).

اطلاع‌رسان ۱۴ نیز ضعف نهادی و سازمانی را در رفع مشکلات گرفتن مجوز کسب‌وکارها برجسته کرده و گفته است:

«باید گرفتن مجوزها راحت‌تر باشه. الان خیلی سخت می‌شه مجوز یک کاری رو گرفت. اینقدر گیر و گرفت و رفتن و اومدن داره که پشیمونت می‌کنن. یه دونه مجوز که نباید این همه دردسر داشته باشه گرفتنش. اگه طرف تخصص و مدرکشو داره خب باید مجوزشو بهش بدن. اینقدر طرف رو میارن و می‌برن که به غلط کردن بیفته و بی‌خیال کسب و کار بشه. با این پیشرفت‌های علمی و الکترونیکی شدن همه چیز دیگه نباید اصلاً نیازی به رفتن و حضور طرف باشه. مثل ثبت‌نام‌های اینترنتی برای کنکور و استخدامی و ... باید اینم اینترنتی کنند و تمام. پسر خالم ۲ سال دنبال مجوز دوید آخرش هم نگرفت و چند میلیونش بر باد رفت. من وقتی اونو می‌بینم از دنبال مجوز رفتن وحشت می‌کنم» (مرد، ۲۷، کارشناسی ارشد).

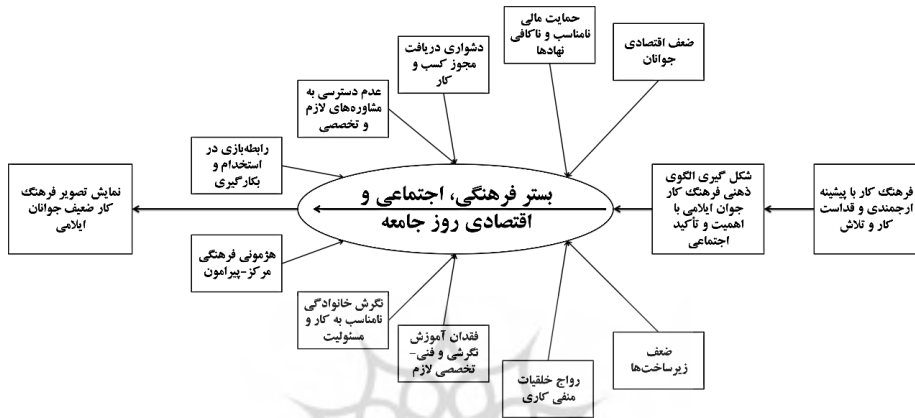
اطلاع‌رسان ۲۹ از القای ذهنیت منفی تنبلی و کاهلی ایلامیان و کردها و به طور کلی، مرزنشیان توسط ساختار رسمی سخن گفته و مدعی است که این ذهنیت حتی مسئولان بومی استان را نیز تحت تأثیر خود قرار داده است و آنان نیز از همین دیدگاه به نیروی کار یا جویندگان کار بومی نگاه می‌کنند:

«من مدتی تهران بودم، اونجا اکثر مردم فکر می‌کردن ما ایلامی‌ها و به طور کلی کردها کارکن نیستیم و تنبل و بی‌مسئولیت هستیم؛ حتی مسئولین استان خودمون هم اینجوری فکر می‌کنن، چون مثلاً بازارچه مرزی که می‌ری یا شرکت‌های نفت و پتروشیمی و قرارگاه ... بیشتر شغل‌های درجه یک رو به غیربومی‌ها دادن و حمالیش فقط به ایلامی‌ها می‌رسه. توی بخش ... از قرارگاه ... کار می‌کردیم به همراه چند نفر از دوستانم. تا رئیس اون بخش کارگاه عوض شد و یکی از شهرکرد مسئول اون بخش شد، همه ایلامی‌ها رو بیرون کرد و به جای هر یک نفر نیروی بومی حداقل ۳ نفر از همشهری‌های خودشو آورد و به‌کارگیری کرد. اعتراض ما هم به رئیس قرارگاه فایده نداشت. تو شرکت‌های نفت و پتروشیمی و گاز هم همینجوره؛ متأسفانه حتی وقتی رئیس بومی باشه باز هم بیشتر نیروهای متخصص و مدیران و اصل کاری‌ها غیربومی و سفارشی هستن و فقط کارهای خدماتی و سخت بدنی یا نهایتاً نگهداری رو راحت به ایلامی‌ها می‌دن» (زن، ۳۵، دکترا).

۳. ماهیت ساخت پدیده فرهنگ کار در ایلام

در پدیدارشناسی به‌ویژه روش کلابزی، پژوهشگر بایستی در انتهای تحلیل توصیفی جامع از پدیده مورد مطالعه را به صورت یک بیانیه صریح و روشن از ساختار اساسی پدیده مورد مطالعه ارائه نماید که اغلب تحت عنوان «ساختار ذاتی پدیده» نامگذاری می‌شود. در توصیف پدیده فرهنگ کار در بین جوانان ایلامی با توجه به یافته‌های پژوهش می‌توان گفت که فرهنگ کار جوانان این استان از وضعیت نسبتاً مناسبی برخوردار است؛ به طوری که علاوه بر پیشینه قداست و اهمیت و ارزش کار و تلاش در فرهنگ ایلامی، امروزه نیز در ذهن جوانان ایلامی، کار امری ضروری و بسیار مهم برای خود، خانواده و جامعه می‌باشد؛ اما این وضعیت به وسیله عوامل مختلفی تحت‌الشعاع قرار گرفته است که مهمترین آنها، عبارتند از: ضعف بنیه اقتصادی جوانان، عدم حمایت یا حمایت مالی نامناسب نهادهای اقتصادی و رفاهی از کار و کارآفرینی، ضعف نهادی و سازمانی و ضعف زیرساخت‌ها، ضعف فرهنگ عمومی،

نگرش خانوادگی نامناسب به کار و هژمونی فرهنگی مرکز-پیرامون. شکل (۱) ماهیت وضعیت فرهنگ کار در بین جوانان استان ایلام را به خوبی به تصویر کشیده است.



شکل (۱). ماهیت وضعیت فرهنگ کار در بین جوانان استان ایلام

نتیجه گیری

مطالعه حاضر با هدف پدیدارشناسی وضعیت فرهنگ کار در بین جوانان استان ایلام انجام شد.

- مطابق یافته‌های پژوهش، وضعیت فرهنگ کار جوانان ایلامی با گذشته درخشان، نسبتاً مناسب است؛ اما تحت زمینه و بستر فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی خاص خود تصویری ضعیف را از خود نمایش می‌دهد. مهمترین مؤلفه‌های مرتبط با وضعیت فرهنگ کار جوانان استان ایلام را می‌توان در چند بعد، مورد نظر قرار داد: ۱- **بعد اقتصادی** که در آن مهمترین مؤلفه‌ها عبارتند از: بنیه ضعیف اقتصادی جوانان ایلامی، حمایت نامناسب نهادها و سازمان‌های مربوط و ضعف زیرساخت‌ها، ۲- **بعد فرهنگ عمومی** که در آن مهمترین مؤلفه‌ها عبارتند از: رواج



خلفیات کاری منفی مانند رقابت ناسالم در فضای کسب و کار، نگرش منفی متقابل کارفرما و کارکنان، فقدان آموزش‌های لازم در حوزه نگرش، تخصص و تحصیل، هژمونی فرهنگی مرکز-پیرامون با القا و برجسته‌سازی ضعف فرهنگ کار ایلامی‌ها و مرزنشینان و نادیده گرفتن فقدان عدالت در توزیع اقتصادی و اجتماعی و ۳- بعد خانوادگی که در آن مهمترین مؤلفه‌ها عبارتند از: ثروت خانوادگی و نگاه نامناسب به کار و تلاش و آماده‌خواری و نیاموختن مسئولیت‌پذیری در خانواده.

به نظر ایندد (۲۰۲۱)، نگرش، تعادل کار و زندگی، فرصت‌های رشد و رضایت شغلی افراد همه به فرهنگ کار آنها بستگی دارد؛ اما فرهنگ کار خودبه‌خود به وجود نمی‌آید و محیط اجتماعی و بستر فرهنگی از مهمترین مواردی هستند که آن را تحت‌الشعاع قرار می‌دهند؛ به عبارت دیگر فرهنگ کار از بستر اجتماعی و فرهنگی هر جامعه برمی‌خیزد. به باور هاف و استیگلitz (۲۰۱۶) فرهنگ کار انسان تحت تأثیر دو اثر عمیق اجتماعی است: ۱) زمینه‌های اجتماعی که وی در معرض آن قرار گرفته و به‌ویژه به آن عادت کرده است و ۲) مدل‌های ذهنی فرهنگی شامل مقوله‌ها، هویت‌ها، روایت‌ها و جهان‌بینی که وی برای پردازش اطلاعات استفاده می‌کند. زمینه‌ها مطابق یافته‌های پژوهش حاضر شامل زمینه‌های اقتصادی، فرهنگ عمومی و خانوادگی هستند. از نظر تالر و سانشتاین (۲۰۰۸)، پیشینه و زمینه اجتماعی و فرهنگی، نشانه‌ها یا الگوهایی را ساخته و درونی می‌سازند که هنجار یا رفتاری را در حوزه اقتصادی شکل دهند و بر اساس نظریه استاندارد اقتصادی بر رفتار اقتصادی افراد تأثیر می‌گذارند.

- مطابق یافته‌های پژوهش، فقدان یا ضعف سرمایه اقتصادی جایگاه مهمی در وضعیت فرهنگ کار جوانان ایلامی دارد. اصولاً هر کار و فعالیت اقتصادی و حتی غیراقتصادی قبل از هرچیز نیاز به سرمایه دارد و بدون داشتن سرمایه کافی امکان راه‌اندازی کسب‌وکار وجود ندارد. از آنجا که به طور طبیعی بخش زیادی از جامعه توان مالی لازم را برای راه‌اندازی کسب‌وکار ندارند، کارآفرینان می‌بایست به دنبال جذب



سرمایه از طریق سرمایه‌گذاران خصوصی یا دریافت وام از نهادهای مالی مانند بانک‌ها باشند. اما نتایج مطالعه و همین‌طور مشاهدات میدانی نشان می‌دهد که جوانان ایلامی برای تأمین سرمایه مورد نیاز برای راه‌اندازی کسب‌وکار خود با دشواری‌ها و موانع بسیاری مواجه هستند. از طرفی هم عملاً سرمایه‌گذار خصوصی به آن صورت در سطح استان یافت نمی‌شود؛ در نتیجه دریافت وام از بانک‌ها و نهادهای مالی رسمی تنها راه جذب سرمایه برای کارآفرینان ایلامی است. دریافت وام نیز مطابق مشاهدات و اظهارات کارآفرینان به مانند هفت‌خوان رستم تمام انرژی و انگیزه کار را از جوانان می‌گیرد و در صورت دریافت وام با بهره‌های سنگین و غیرقابل پرداخت مواجه می‌شوند که در بهترین حالت ورشکستی انتظار آنها را خواهد کشید. این مسائل وام‌های دریافتی را به جای کارآفرینی روانه بازارهای سرمایه مانند دلار، سکه، احتکار، دلالی و ... نموده است. به این وضعیت، نداشتن حامی یا مشاوره‌های شغلی درست را نیز باید اضافه کرد که حتی در صورت فراهم بودن سرمایه مورد نیاز، عدم دسترسی به مشاوره‌های فنی تخصصی و ارزان عملاً از کسب‌وکار یک سراب مبهم و تا حدودی ترسناک را پیش روی جوانان ایلامی قرار می‌دهد. از نظر بولز و پولانیا رییس (۲۰۱۲) وضعیت اقتصادی و تسهیلات لازم برای کار، دسترسی به آموزش‌های تخصصی و فنی، حمایت‌های مالی نهادها، دسترسی به مشاوره‌های تخصصی و کم‌هزینه، رونق اقتصادی در بازار و تسهیل فروش کالاها و ارتباط دانشگاه و صنعت می‌تواند وضعیت فرهنگ کار جامعه را متأثر ساخته و آن را بهبود دهد؛ در حالی که نقص در هر کدام، فرهنگ کار را با چالش‌های اساسی مواجه می‌سازد.

- یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که ضعف در زیرساخت‌ها جایگاه مهمی در بازنمایی وضعیت ضعیف فرهنگ کار جوانان ایلامی دارد؛ به طور معمول ساخت هر کالا یا محصولی نیازمند مواد لازم خود است و چنانچه این زیرساخت‌ها فراهم نباشد، هرگز به مرحله تولید نخواهد رسید، از طرف دیگر برای اینکه تولید آن به صرفه باشد و

سود عاید سازنده نماید بایستی فضا و امکان فروش آن فراهم باشد؛ در غیر اینصورت ورشکستگی آشکارترین ارمغان کسب‌وکار خواهد بود. با توجه به اینکه در استان ایلام ضعف زیرساخت‌ها به شدت کارآفرینان و کسب‌وکارها را با مشکل و چالش مواجه ساخته است، جوانان ایلامی راه‌اندازی کسب‌وکار را یک قمار خطرناک می‌بینند. این واقعیت نیز موجب شده است که در حوزه فرهنگ کار، فرهنگ کار جوانان ایلامی ضعیف بازنمایی شود. از نظر بولوز و پولانیا رییس (۲۰۱۲)، عواملی چون فراهم بودن زیرساخت‌ها و امکانات و تسهیلات لازم برای کار و دسترسی به آموزش‌های تخصصی و فنی، وضعیت کار را بهبود می‌دهد و ضعف این موارد از کیفیت کاری جوانان می‌کاهد.

- سهل‌الوصول بودن امکانات و تأمین نیازها برای فرزندان و نیاموختن مسئولیت‌پذیری در محیط خانواده نیز جزو مؤلفه‌های مهم تعیین‌کننده است که می‌تواند اخلاک‌گر در فرهنگ کار جوانان ایلامی باشد. برخی از جوانان ایلامی که دارای پیشینه تاریخی و خانوادگی سختکوش و تلاشگر هستند امروزه از کودکی تحت رویکرد آماده‌خواری و سهل‌الوصول بودگی همه چیز توسط خانواده قرار گرفته‌اند؛ رویکردی که به آنها القا می‌کند برای به دست آوردن و رفع نیازها نیازی به تلاش و سختکوشی نیست و همه چیز همانند هتل پنج ستاره دائماً مهیاست. این بخش از جوانان ایلامی از کودکی تا جوانی در یک فضای فاقد مسئولیت‌پذیری زندگی می‌کنند و رشد می‌یابند؛ در نتیجه در جوانی نیز توان تقبل مسئولیت در حوزه کار، خانواده و ... را ندارند. آلسینا و جولیانو (۲۰۱۵) معتقدند که فضای خانواده، عرف اجتماعی و آموخته‌های فرهنگی در نظام آموزشی و خانواده می‌تواند فرهنگ کار را تقویت کند.

- بر اساس نتایج مطالعه حاضر، هژمونی فرهنگی و القای ذهنیت تنبل‌بودگی و ضعف فرهنگ کار و تلاش در سیستم رسمی سیاسی با دیدگاه مرکز-پیرامونی نیز جایگاه مهم و تعیین‌کننده‌ای در ترسیم

فرهنگ کار جوانان ایلامی داشته است. این الگوی بازنمایی شده نه تنها جوانان، بلکه سیاست‌گذاران و مسئولان استانی را نیز تحت تأثیر خود قرار داده و مطابق اظهارات اطلاع‌رسان‌ها، آنان نیز مطابق همین تصور بازنمایی شده تصمیم می‌گیرند و رفتار اقتصادی دارند. به تبع از نظریه هژمونی فرهنگی «گرامشی» می‌توان گفت که امروزه این تلقی از فرهنگ کار ضعیف ایلامی توسط مسئولان و بخشی از جامعه به صورت یک امر طبیعی پذیرفته شده و نقش و تأثیرگذاری مؤلفه بی‌عدالتی اقتصادی نادیده گرفته شده است.

- در نهایت شاید مطابق یافته‌های این پژوهش بتوان بین فرهنگ بومی ایلامی با ویژگی‌هایی نظیر سخت‌کوشی، ارزش عرق جبین، کار، تلاش سخت، ارزش نان‌آوری و ... و وضعیت فرهنگ کار امروزی جوانان ایلامی نسبت و ارتباطی یافت. به نظر می‌رسد این فرهنگ سنتی در دوران جدید از طریق لزوم اجتماعی و تأکید اجتماعی بر کار و داشتن شغل و درآمد بازتولید شده؛ اما تحت تأثیرات عمیق مؤلفه‌هایی که پیشتر ذکر آن رفت با چالش‌های جدی مواجه گردیده است؛ بر این اساس به نظر دی‌مگیو (۱۹۹۷) تجارب اجتماعی گذشته و ساختارهای اجتماعی گذشته می‌توانند منجر به روش‌های پایدار مفهوم‌سازی یک وضعیت و در نتیجه باورهای پایدار و نتایج اجتماعی شوند.

پیشنهادات سیاستی

- با توجه به نتایج پژوهش، برای ارتقا و بهبود فرهنگ کار جوانان ایلامی، قبل از هرچیز نیاز است موانع اصلی و مهم کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کار برداشته و مترفع شود. در این راستا یکی از مهمترین اقدامات می‌تواند تسهیل دریافت مجوز کسب‌وکار از لحاظ هزینه و زمان باشد.
- جذب سرمایه‌گذاران خارج از استان؛ همچنین سرمایه‌گذاران استانی برای سرمایه‌گذاری در پروژه‌های کسب‌وکار استان و اختصاص وام اشتغال و کارآفرینی با سودهای معقول همانند سایر کشورهای جهان



- توسط نهادهای مالی استان می‌تواند تا حدودی ضعف بنیه اقتصادی جوانان استان را پوشش دهد.
- آموزش خانواده‌ها به منظور آموزش و القای مسئولیت‌پذیری به فرزندان از سنین کودکی و توانمندسازی جوانان استان از طریق راه‌اندازی مراکز آموزشی جدید و کارا؛ همچنین تسهیل حضور جوانان در این مراکز جهت آموزش و فن‌آموزی و جذب آنها در بازار کسب‌وکار از طریق این مراکز.
 - بهبود زیرساخت‌ها و ترسیم چشم‌انداز امیدبخش بازار فروش برای کسب‌وکارها از طریق نهادهای رسانه‌ها و ارائه مشاوره‌های تخصصی رایگان یا دست کم ارزان فنی و تخصصی به کارآفرینان و مبدعان کسب‌وکار استان.
 - بازنمایی تصویر واقع‌گرایانه‌تر و منصفانه‌تر از فرهنگ کار ایلامیان در رسانه‌ها و در سیستم آموزشی می‌تواند به باورمندی و خودباوری جوانان خلاق ایلامی کمک شایانی بنماید. اقدام به آموزش به منظور تغییر و بهبود نگرش خانوارهای ایلامی نسبت به کار و کارآفرینی از طریق رسانه‌ها و سیستم آموزشی لازم است.

منابع و مآخذ الف) فارسی

- احمدی، سیروس (۱۳۹۱)، «بررسی فرهنگ کار و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن»، جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۳(۲)، صص ۲۱-۴۰.
- احمدی، علی‌محمد (۱۳۹۷)، «فرهنگ کار با تأکید بر فرهنگ کار سازمانی»، ماهنامه مهندسی فرهنگی، شماره ۱۹-۲۰.
- ارجمند، باقر و اصغر محمدی (۱۳۹۵)، «بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر فرهنگ کار در بین ادارات شهر یاسوج»، دومین کنگره بین‌المللی توانمندسازی جامعه در حوزه علوم اجتماعی، روانشناسی و علوم تربیتی، تهران.
- اعرابی، سیدمحمد و حسن بودلایی (۱۳۹۰)، «استراتژی تحقیق



- پدیدارشناسی»، روش‌شناسی علوم انسانی، سال ۱۷، شماره ۶۸، پاییز، صص ۳۱-۵۸.
- پروری، پیمان (۱۳۹۸)، «خوانشی نواز روش پدیدارشناسی؛ بنیان‌های فلسفی، رویکردها و چارچوب اجرای تحقیق پدیدارشناسی»، مطالعات جامعه‌شناسی، سال یازدهم، شماره ۴۴، پاییز، صص ۸۷-۱۰۶.
 - پوریوسفی، حمید، سروش فتحی و محمدعلی پوریوسفی (۱۳۹۱)، «بررسی عوامل مؤثر بر فرهنگ کار در بین کارگران زن بخش صنعت»، جامعه‌شناسی زنان، سال سوم، شماره اول، بهار، صص ۱۳۵-۱۵۲.
 - رضایی‌نسب، زهر و سردار فتوحی (۱۳۹۱)، «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر فرهنگ کار زنان (مطالعه موردی: کارکنان زن بخش دولتی در استان ایلام)»، دومین کنفرانس دانشجویی کارآفرینی کشور، تهران، <https://www.symposia.ir/ENTSTU02>
 - شفیع، نوذر و زهرا صادقی (۱۳۸۸)، «شرق‌شناسی ادوارد سعید و جایگاه اسلام در مقابل غرب»، تحقیقات سیاسی و بین‌المللی، دوره ۱، شماره ۴، زمستان، صص ۱۲۵-۱۵۴.
 - کتبی، مرتضی (۱۳۷۲)، «نقش شرق‌شناسی در استعمار غربی»، علوم اجتماعی، ۲ (۳ و ۴)، صص ۲۱۵-۲۳۵.
 - کمربگی، خلیل و مجتبی رشیدی (۱۳۹۴)، «مسئله‌شناسی و اولویت‌بندی آسیب‌ها و مسائل فرهنگی (مورد مطالعه: استان ایلام)»، فرهنگ ایلام، دوره شانزدهم، شماره ۴۸ و ۴۹، پاییز و زمستان.
 - مجتبی نائینی، سیدمهدی (۱۳۷۲)، فرهنگ اصطلاحات کار و تأمین اجتماعی، تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی.
 - مرادی پردنجانی، حجت‌الله و ستار صادقی (۱۳۹۳)، «پدیدارشناسی؛ رویکردی فلسفی، تفسیری و روش‌شناختی به مطالعات کارآفرینی»، مطالعات روش‌شناسی دینی، سال اول، شماره دوم، پاییز و زمستان.
 - موسوی علمداردهی، رقیه (۱۳۹۳)، «بررسی نقش فرهنگ کار بر توسعه اقتصادی»، اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، حسابداری و اقتصاد، شیراز، www.ncema.ir.
 - نهاوندی، مریم و مریم مقدم‌اصل (۱۳۹۵)، «بررسی تطبیقی عوامل

- مؤثر بر فرهنگ کار در ایران و چهار کشور آسیایی»، علوم اجتماعی، سال ۲۷، شماره ۸۱، تابستان، صص ۱۷۱-۲۰۹.
- وکیلی، افشین؛ (۱۳۹۲)، «بررسی مفهوم فرهنگ کار»، موج، سال پنجم، شماره ۶ و ۷، صص ۱۶-۲۶.
- یزدانی خوراسگانی، زهرا (۱۳۹۰)، بررسی میزان و عوامل مؤثر بر فرهنگ کار در میان کارکنان ادارات دولتی شهر یزد، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت انسانی، دانشگاه یزد.

ب) انگلیسی

- Alesina, A.; Giuliano, P. (2015), Culture and institutions. J. Econ. Lit. 53 (4), 898-944.
- Bowles, S., Polania-Reyes, S., (2012), Economic incentives and social preferences: substitutes or complements? J. Econ. Lit. 50 (2), 368-425.
- Columbia Encyclopedia (1994), Cultural Hegemony, Fifth Edition, p. 1215.
- DiMaggio, P., (1997), Culture and cognition. Annu. Rev. Sociol. 23, 263-287.
- Edwards, Rosalind; Holland, Janet (2013), what is qualitative interviewing? Bloomsbury Academic, ISBN 9781849668095.
- Glaser, BG; Strauss, AL (1967), the Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research, Chicago: Aldine; 1967.
- Herbst, D., Mas, A., (2015), Peer effects on worker output in the laboratory generalize to the field. Science 350 (6260), 545-549.
- Hoff, Karla; Stiglitz, Joseph E. (2016), striving for balance in economics: Towards a theory of the social determination of behavior, Journal of Economic Behavior & Organization, Volume 126, Part B, June 2016, pp 25-57.
- Indeed Career Guide (2021), What Is Work Culture? <https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/what-is-work-culture>



[indeed.com/career-advice/career-development/work-culture](https://www.indeed.com/career-advice/career-development/work-culture), January 7, 2021.

- Kremer, M., Levy, D., (2008), Peer effects and alcohol use among college students. J. Econ. Perspect. 22 (3), 189-189.
- Leininger, M; McFarland M. R., (2002), Transcultural Nursing, 3rd ed., New York, MC Graw-Hill, Medical Pub.
- Mac-neel, J (2005), Casual explanation, qualitative Research and scientific inquiry in education, educational Researcher, 33(2), p. 3-11.
- Morse, J. M (2001), Reliability and validity are not Relevant to qualitative inquiry, Qualitative health Research, 9.
- Saunders, Benjamin; Sim, Julius; Kingstone, Tom; Baker, Shula; Waterfield, Jackie; Bartlam, Bernadette; Burroughs, Heather; Jinks, Clare (2018), Saturation in qualitative Research: exploring its conceptualization and operationalization, QualQuant. 2018; 52(4): 1893-1907.
- Swidler, A., (2001), Talk of Love: How Culture Matters. University of Chicago Press, Chicago.
- Thaler, R.H., Sunstein, C.R., (2008), Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness. Yale University Press, New Haven.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی