

## از خودِ ناشکفته تا خودشکوفایی هنجاری هژمونیک کاوشی بسترمند از فعالیت‌های هنری زنان طبقه متوسط شهر مشهد

سیدعلیرضا افشانی<sup>۱\*</sup>، علی روحانی<sup>۲</sup>، سعیده ابراهیمی نیا<sup>۳</sup>

### چکیده

در این پژوهش سعی شده است فهم زنان از انجام‌دادن فعالیت‌های هنری و اجتماعی از طریق اکتشاف میان ذهنیت آن‌ها به دست آید. برای این هدف، فعالیت‌های هنری و اجتماعی زنان طبقه متوسط و متوسط رو به بالای شهر مشهد مطالعه شد. با استفاده از رویکرد کیفی و روش نظریه زمینه‌ای و با استفاده از نمونه‌گیری نظری و هدفمند تعدادی از زنان شهر مشهد انتخاب شدند و مصاحبه‌های عمیقی با آن‌ها به عمل آمد. اطلاعات گردآوری شده با استفاده از کدگذاری باز، محوری و گزینشی تحلیل شدند. یافته‌ها شامل ۱۳ مقوله اصلی و یک مقوله هسته با عنوان «شکفتگی هنجاری هژمونیک» است که در قالب خط داستان، مدل پارادایمی و نظریه کوچک مقیاس ارائه شدند. به طور کلی، نتایج تحقیق نشان داد که زنان در مواجهه با دیگران خودشکوفای خود ناشکفته‌شان روبه‌رو می‌شوند. بنابراین، با توجه به مالکیت سرمایه‌های ویژه‌ای که دارند و همچنین تمایل به خودنمایی، در بستری چشم و هم‌چشمانه و تحت تأثیر ذائقه‌های هژمونیک هنری به فعالیت‌های هنری می‌پردازند و دنیای اجتماعی و هنری خود را تولید و بازتولید می‌کنند.

### کلیدواژه‌ها

تمایل به خودنمایی، خودِ ناشکفته، ذائقه‌های هژمونیک هنری، شکفتگی هنجاری هژمونیک.

afshanalireza@yazd.ac.ir  
aliruhani@yazd.ac.ir  
saeede.ebrahimi@yazd.ac.ir

۱. دانشیار جامعه‌شناسی دانشگاه یزد

۲. استادیار جامعه‌شناسی دانشگاه یزد

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه یزد

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۱/۵، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۲/۲۸

## مقدمه و بیان مسئله

زنان نیمی از جمعیت هر جامعه را تشکیل می‌دهند و در طول تاریخ در همه صحنه‌ها همراه مردان و در کنار مردان حضور داشته‌اند، اما نقششان کم‌رنگ بوده است. زنان به علت حضور در صحنه‌های خصوصی زندگی و به دوش کشیدن بار زندگی در درون خانه، از حضور در اجتماع و عرصه عمومی، چه به صورت عمدی (به خواسته مردان) و چه به صورت غیرعمدی (به انتخاب فردی و مسئولیت‌های خانوادگی)، به حاشیه رانده شده‌اند. با چنین تقسیم کاری، حوزه خصوصی به زنان واگذار شد و حوزه عمومی در اختیار مردان قرار گرفت. با رویدادهایی که در قرن نوزدهم و بیستم در اروپا و آمریکا اتفاق افتاد، همراه رشد صنعت و فراهم شدن مشاغل خدماتی، به علت رشد نظام سرمایه‌داری، حضور زنان در عرصه‌های اجتماعی افزایش یافت و تعارض نقش‌های تازه با نقش سنتی کار در خانه رخ نمود. مردان نیز با افزایش حضور زنان در جامعه به مخالفت پرداختند و در چنین فضایی مبارزات زنان غرب برای حضور در جامعه آغاز شد و فعالان آنان تلاش کردند این حضور را قانونی کنند [۱۳، ص ۵۸؛ ۲۵، ص ۲۰۶].

فعالیت‌های برابری خواهانه جنبش زنان موجب تغییرات عمده‌ای در سپهر اجتماعی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی شد. بسیاری از زنان از حوزه خصوصی و خانوادگی به عرصه‌های اجتماعی و عمومی وارد شدند. موقعیت اجتماعی، سیاسی و فرهنگی آنان نیز به همین ترتیب رشد و ارتقا یافت. در نتیجه، بسیاری از کلیشه‌های جنسیتی و فرهنگی در رابطه با زنان و حضور آنان در جامعه و فضای عمومی از بین رفت و مشارکت آنان موجب تغییر ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی در سطح وسیعی شد [۲۵، ص ۳۵-۴۱؛ ۲۶، ص ۲۰۱-۲۰۴].

در ایران نیز، سنجش موقعیت و جایگاه زنان، بی‌توجه به تحولات عمیق اجتماعی که جامعه ایران در یک قرن اخیر و همچنین در دهه‌های پس از انقلاب از سر گذراند، ناممکن است. پس از انقلاب، در روند ورود تدریجی زنان به عرصه اجتماع جهشی ایجاد شد. انقلاب، جنگ، مهاجرت، عمومیت یافتن آموزش عالی و همچنین رسانه‌ها عوامل مهمی بودند که در ورود زنان به عرصه اجتماع و حضور در عرصه فرهنگ و هنر نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا کردند [۱۵، ص ۱۳].

علاوه بر این، در مسیر توسعه فناوری‌های نوین، بسیاری از حوزه‌های رفتاری و اجتماعی افراد تغییر یافته است. در واقع، توسعه تکنولوژیکی که به‌ویژه در عرصه تکنولوژی‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی<sup>۱</sup> رخ داده است، بسیاری از عادات، منش، سبک‌های زندگی<sup>۲</sup> منزلت اجتماعی<sup>۳</sup>، رفتار و... افراد را تغییر داده است [۱۰، ص ۶-۷؛ ۱۱؛ ۲۱، ص ۱۵۲]. این تغییرات

1. ICT (Information Communication Technology)

2. life style

3. social prestige

گسترده حتی نگرش ما را به جهان تغییر داده است و فرهنگ بشری را مدام تغییر، تولید و بازتولید می‌کند [۲۸].

نتیجه توسعه رسانه‌های ارتباطی و اطلاعاتی و فرایند جهانی‌شدن برای بسیاری از کشورهای جهان موجب افزایش مصرف‌گرایی و مادی‌گرایی شد. افراد برای آرامش روح و روانشان دیگر به جای اینکه دعا کنند یا به امور معنوی بپردازند ترجیح می‌دادند مصرف کنند. بدین معنا که افراد درگیر فرایند اجتماعی مصرف کالاها و خدمات می‌شوند که از تماشای تلویزیون گرفته تا گردش، تفریح، خوردن و... را دربرمی‌گیرد. مصرف مدرن و انبوه در واقع یکی از ویژگی‌های اصلی جوامع مدرن در قرن بیستم بوده است. این امر تا حدی پیش رفت که مصرف کالا یا کالاهای خاصی عامل تمایز بین افراد شد؛ یعنی افراد با مصرف کالاها یا خدمات خاصی تلاش می‌کنند خود را از دیگران متمایز کنند و برتری اجتماعی و اقتصادی خود را نشان دهند [۲۴، ص ۱۴۶-۱۴۹].

از نظر بوردیو، با رشد و تغییر الگوهای مصرف، فهم جامعه و تمایز موجود در آن بیش از آنکه با مفاهیمی همچون طبقه قابل فهم باشند، با کمک مفاهیمی چون میدان، عادت‌واره<sup>۱</sup> و ذائقه<sup>۲</sup> و به‌خصوص سرمایه‌های اجتماعی و تولید و بازتولید فرهنگ مصرف نابرابرکننده قابل درک است. میدان مفهومی است که بوردیو از آن برای تحلیل جامعه استفاده می‌کند. وی در پس‌بحث میدان، قریحه یا ذائقه را مطرح می‌کند و می‌گوید ذائقه مبنایی است که به‌واسطه آن افراد خود و طبقه خود را از دیگران متمایز می‌کنند. مردمی که در فضای اجتماعی مشابهی قرار دارند، ذائقه‌های مشابه و سبک‌های زندگی مشابهی دارند. بعضی افراد بیش از دیگران به سرمایه فرهنگی و اقتصادی دسترسی دارند. در نتیجه، زمینه‌ها و تأثیرات گروهی در ساخت سبک‌های زندگی افراد سهم دارند [۱۸، ص ۱۴۶].

علاوه بر این، ذائقه ترجیح‌های زیباشناختی گروه‌های گوناگون جامعه است و آن سلیقه‌ای است که سبب می‌شود گروه‌ها و قشرهای مختلف جامعه انتخاب‌های متفاوتی داشته باشند. ذائقه عبارت است از: «گرایش اکتسابی برای تمایز قائل شدن میان فرآورده‌های گوناگون فرهنگی و زیبایی‌شناختی و ارزش متفاوت قائل شدن برای آن‌ها» [۱۲، ص ۷۲۷].

همان‌طور که در تعریف ذائقه به تمایز نیز اشاره شد، درحقیقت تمایز توصیفی فوق‌العاده از خصوصیت مصرف فرهنگی گروه‌هایی است که به لحاظ فضایی و فراتر از آن در نسبت‌شان با ضرورت‌های مادی زندگی متمایزند [۹، ص ۵]. به عبارت دیگر، گروه‌های اجتماعی مختلف از چنان منش‌های متفاوتی برخوردارند که تجلی آن در گوناگونی مصرفشان نمود می‌یابد. بنابراین، به‌رغم حذف همه موانع در مقابل حرکت آزاد کالا، مصرف افسارگسیخته نیست، بلکه

---

1. habitus  
2. taste

منش آن را کنترل و از یک نظم پنهان تبعیت می‌کند. درحقیقت، مصرف را ذائقه یا سلیقه جهت می‌دهد و با جهت‌گیری مصرف، سبک‌های زندگی متفاوت شکل می‌گیرند، زیرا ذائقه دائماً ضرورت‌ها را به اولویت‌ها تبدیل می‌کند و فارغ از هر نوع تعیین مکانیکی، مجموعه‌ای از انتخاب‌ها را فراهم می‌آورد که روی هم رفته سبک‌های زندگی را سامان می‌بخشند [۹، ص ۵].

از نظر بوردیو، ذائقه مصرف‌کننده مانند مصرف موسیقی، نمایش‌های تلویزیونی و... صرفاً یک انتخاب شخصی نیست، بلکه ترجیحات وی براساس موقعیت اجتماعی ساخته می‌شود و شکل می‌گیرد. به اعتقاد وی، ذائقه به وسیله مجموعه‌ای از علایق و گرایش‌هایی که هر فردی از ابتدای زندگی متناسب با سرمایه اقتصادی و فرهنگی‌اش می‌پذیرد و درونی می‌کند متجلی می‌شود. سرمایه اقتصادی بر علایق و گرایش‌های ما در مصرف اشیا و نمادها تأثیر می‌گذارد و مهم‌ترین مؤلفه سازنده ذائقه مصرف‌کننده است. بوردیو استدلال می‌کند که سرمایه فرهنگی و اقتصادی مشخصه‌های اصلی اجتماعی است که از طریق آن دسته‌بندی (طبقه‌بندی) ذائقه مصرف‌کننده صورت می‌گیرد. جذب و دفع دیگران در شبکه‌های اجتماعی بر اشتراک ذائقه‌های فرهنگی و وضعیت اقتصادی مبتنی است [۱۴، ص ۲۰۱].

بر همین اساس، در پژوهش حاضر سعی شده گروهی از جامعه (زنان طبقه متوسط و متوسط رو به بالای شهر مشهد) انتخاب شوند، زیرا این زنان به گفته بوردیو به جهت تعلق به طبقه متوسط و برخورداری از سرمایه اقتصادی نسبتاً بالا، به دنبال کسب سایر سرمایه‌ها همچون سرمایه فرهنگی هستند. از آنجا که فعالیت‌های هنری از فعالیت‌های هزینه‌بر هستند و انجام دادن آن‌ها مستلزم به‌کارگیری هزینه‌های زیادی است، هنر و فعالیت‌های مربوط به آن به سبک جدیدی از مصرف در میان زنان مطالعه‌شده تبدیل می‌شود. از طرفی، هزینه‌بر بودن فعالیت‌های هنری اقتصاد خانواده را نیز درگیر سبک جدید مصرف زنان می‌کند. درواقع، زنان با مصرف فرهنگی تلاش دارند انتظارات طبقه‌ای خود را برآورده کنند. این طبقه به دنبال تمایز هرچه بیشتر با سایر طبقات است. به همین سبب است که در طبقات بالاتر اقتصادی پرداختن به فعالیت‌های هنری رواج بیشتری دارد.

ازاین‌رو، بررسی و شناخت این مسئله حائز اهمیت است، زیرا تلاش برای تمایز با استراتژی‌هایی از سوی زنان همراه است. این استراتژی‌های هزینه‌بر رفتارهای چشم و هم‌چشمانه و فخرفروشی را در میان آن‌ها افزایش می‌دهد. زنان با تفاخر و چشم و هم‌چشمی به دنبال برتری‌جویی در برابر دیگران‌اند. پژوهش حاضر قصد دارد با استفاده از رویکرد تفسیری و روش نظریه زمینه‌ای چگونگی کنش‌های زنان طبقه متوسط و متوسط رو به بالا را بررسی کند و در همین مسیر، پیامدهای آن را نیز ببیند.

درواقع، در این پژوهش سعی شده رفتارهای طبقاتی زنان طبقه متوسط و متوسط رو به بالای شهر مشهد در زمینه فعالیت‌های هنری و اجتماعی از دریچه نگاه خود آنان بررسی،

تفسیر و بساخت شود. بر همین اساس، در پژوهش حاضر سعی شده به بررسی و مطالعه زمینه‌ای و بسترمند این موضوع برای بازسازی معنایی و بساخت نظری و اجتماعی آن مبادرت ورزیده شود.

## چارچوب مفهومی

هرچند چارچوب نظری در رویکردهای تفسیری همانند رویکردهای پوزیتیویستی وجود ندارد، رویکردهای تفسیری ساسیت نظری و نظریه، بی‌نیاز نیستند. درواقع، محقق براساس ادبیات موجود نحوه ورود به واقعیت را مشخص می‌کند، با مفاهیم حساس آشنا می‌شود و راهنمایی نظری را از جهان تجربی به دست می‌آورد. همچنین، چرایی و چگونگی مواجهه با واقعیت را نیز مشخص می‌کند. در نتیجه، در اینجا سعی شده چارچوب مفهومی پژوهش، که حول نظریه‌های بوردیو و مازلو طراحی شده است، به صورتی کاملاً موجز ارائه شود.

## پی‌یر بوردیو

بوردیو نظریه تمایز را صورت‌بندی کرد. به گفته او، همان‌طور که میزان سرمایه اقتصادی تحت کنترل گروه‌های اجتماعی متفاوت است، میزان سرمایه فرهنگی آن‌ها نیز باهم فرق می‌کند. سرمایه فرهنگی وجه رایجی مبتنی بر ذائقه است. لازمه این سرمایه، آگاهی درباره هنر و فرهنگ والا، درجه بالایی از فرهیختگی و اهتمام به معرفت به‌طور کلی و به سخنوری اندیشمندانه به‌طور خاص است. نخبگان جامعه قادرند از این سرمایه به دو منظور، نخست برای حفظ مرزی نامرئی میان خود و طبقات پایین‌تر و سپس برای جاودان کردن تمایزات طبقاتی بین‌نسلی، استفاده کنند [۳، ص ۳۵۰].

همان‌طور که پیش‌تر نیز عنوان شد، بوردیو از چهار نوع سرمایه سخن گفته است: سرمایه اقتصادی<sup>۱</sup>، سرمایه اجتماعی<sup>۲</sup>، سرمایه فرهنگی<sup>۳</sup> و سرمایه نمادین<sup>۴</sup>. سرمایه اقتصادی همان دارایی مالی و مادی است. این نوع سرمایه سایر انواع سرمایه را به صورتی تعیین‌کننده متأثر می‌کند. سرمایه اجتماعی همان برخورداری فرد از مجموعه‌ای از پیوندها، روابط، آشنایی‌ها و دوستی‌هاست که شبکه‌های ارتباطی و ارتباط با افراد گوناگون را به وی اعطا می‌کند. سرمایه فرهنگی مجموعه‌ای است از ثروت‌های نمادین که در سه قالب تبلور عینی دارد: ۱. معلومات کسب‌شده‌ای که به صورت رغبت‌های پایدار در فرد درونی شده است؛ ۲. موفقیت‌های مادی که

1. Economic Capital
2. Social Capita
3. Cultural Capital
4. Symbolic Cpital

در شکل برخورداری از اموال و دارایی‌ها جلوه‌گر می‌شود؛ ۳. حالت‌های نهادی شده در جامعه که به صورت کسب عناوین، مدارک تحصیلی و... تبلور می‌یابد. سرمایه‌نمادین مجموعه سرمایه‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی فرد است، هنگامی که این دارایی از سوی سایر اعضای اجتماع درک شود [۲۲، ص ۴۴-۴۵]. موافق با نوع سرمایه، از میدان‌های متفاوتی می‌توان نام برد. میدان طبقات اجتماعی گسترده‌ترین میدانی است که کنشگران در آن زندگی می‌کنند. سرمایه اقتصادی و سرمایه فرهنگی وزن بسیار مهمی در شکل‌دهی ساختار فضایی این میدان دارند. جایگاه عاملان اجتماعی در میدان نیز به‌طور کلی براساس دو بعد سرمایه ترکیبی یا مجموع سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی از یک سو و سرمایه تفکیکی یا سهم هر نوع سرمایه در مجموع سرمایه‌های عاملان از سوی دیگر تعیین می‌شود [۸، ص ۴۸]. بر این اساس، بورديو هر طبقه اجتماعی را نیز به سه زیردسته تقسیم می‌کند که در جدول ۱ به صورت مبسوط توضیح داده شده است [۲۷].

#### جدول ۱. طبقه‌بندی اجتماعی بورديو

دسته‌بندی غالب	ثروتمندترین در سرمایه اقتصادی، شامل کسانی است که خود مالک ابزار تولیدند
لايه‌های طبقه غالب	مقداری از سرمایه اقتصادی با سطوح میانه‌ای از سرمایه‌های نمادین، فرهنگی و اجتماعی
دسته‌بندی مغلوب	مقدار کمی از سرمایه اقتصادی، اما سطوح بالایی از سرمایه‌های نمادین و فرهنگی
دسته‌بندی غالب	در سرمایه اقتصادی بالاترین، اما مقدار آن از دسته‌بندی غالب طبقه غالب کمتر است
لايه‌های طبقه بینابینی	دارای میزان کمی از سرمایه اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و نمادین است نسبت به طبقه غالب
دسته‌بندی مغلوب	دارای میزان کم سرمایه‌های اقتصادی اما سرمایه‌های بالای نمادین، فرهنگی و اجتماعی
دسته‌بندی غالب	دارای سرمایه اقتصادی بالا در این طبقه
لايه‌های طبقه مغلوب	میزان اندکی از سرمایه اقتصادی و سایر اشکال سرمایه
دسته‌بندی مغلوب	دارای میزان بسیار اندکی از سرمایه اقتصادی و دارای برخی سرمایه‌های نمادین

بنابراین می‌توان گفت ذوق و سلیقه هرکس جزئی از سرمایه اوست و انواع سرمایه نیز براساس ذوق و سلیقه افراد مبادله می‌شود. بورديو در عبارتی کوتاه سلیقه را ترجیحات آشکار، یعنی ترجیحاتی که در دنیای عینی و در قالب انتخاب‌های واقعی، تجسم و تبلور انضمامی دارد، تعریف کرده است [۷، ص ۹۳].

افزون بر این، بورديو به دنبال آن است که سلیقه و اساساً ایجاد تمایز بین سلیقه خوب و بد را در چارچوب بازتولید تفاوت اجتماعی و نابرابری قدرت توضیح دهد. هنر و ارزش زیبایی‌شناختی امری قلمداد می‌شود که در یک حوزه قدرت تولید می‌شود. همه آثار مطابق روش پیچیده‌ای که کنشگران به کمک آن خودشان و دیگران را طبقه‌بندی می‌کنند تولید و مصرف می‌شوند. بنابراین، مصرف به واسطه ظرافت‌ها و تنوعاتی که شخص می‌آفریند و به‌منزله سلیقه خوب می‌پذیرد، بیانگر تفاوت فرد با دیگران است [۱، ص ۵۵].

همچنین، از نظر بورديو، مصرف فرهنگی روشی است که قشرهای مختلف خود را متمایز می‌کند و مدعی منزلت بالاتری می‌شوند. به این معنا که تولید و مصرف فرهنگی روشی است که اقشار طبقه حاکم از طریق آن به دنبال ایجاد و حفظ سلطه‌شان هستند. بورديو انگیزه مصرف محصولات فرهنگی و رسانه‌ای را میل ما به ابراز سلیقه و حسن انتخاب می‌داند که از نیازمان به جای گرفتن در سلسله‌مراتب اجتماعی سرچشمه می‌گیرد. مخاطبان به شیوه‌های متناسب با وضعیت طبقاتی‌شان و چپستی نوع سرمایه فرهنگی‌ای که اندوخته‌اند یا سودای تحصیل آن را در سر می‌پروراند متن‌هایی را انتخاب و مصرف می‌کنند [۱۴، ص ۲۰۱]. به این ترتیب، از نظر بورديو همه آنچه سلیقه فرهنگی و انتخاب‌های هنری نامیده می‌شود و ممکن است کاملاً «طبیعی» و ناشی از قریحه ذاتی افراد شمرده شود، رابطه مستقیم و قابل اثباتی با وضعیت و موقعیت اجتماعی آن‌ها دارد.

## آبراهام مازلو

مازلو از بنیان‌گذاران اصلی مطالعات خودشکوفایی<sup>۱</sup> و مفهوم‌بندی آن<sup>۲</sup> است. به نظر او همه انسان‌ها تمایلی ذاتی دارند که از استعدادها و توانایی‌های بالقوه خود بیشترین بهره را ببرند. نام این تمایل خودشکوفایی است [۱۷، ص ۹۰]. مازلو خودشکوفایی را به‌منزله «فرایند رشد و شکوفایی استعدادها در جهت نیل به کمال» تعریف می‌کرد. به عبارت دیگر، افراد هنگامی می‌توانند توانایی‌های بالقوه خود را در جهت رشد فردی شکوفا کنند که قبل از آن از نظر اجتماعی و عاطفی به‌طور مؤثری با نیازهایشان مواجه و به‌طور کلی بتوانند به شکلی کارآمد با زندگی روبه‌رو شوند [۲۳، ص ۲۱۳].

مازلو سلسله‌ای از نیازها را شناسایی کرده و آنان را در یک هرم جای داده است. این نیازها به این صورت‌اند: طبقه اول: نیازهای جسمانی؛ طبقه دوم: نیازهای ایمنی؛ طبقه سوم: نیازهای تعلق و محبت؛ طبقه چهارم: نیاز به احترام و طبقه پنجم: عالی‌ترین نیازها، یعنی نیاز به تحقق خود و خودشکوفایی [۱۶، ص ۷۲].

1. self-actualization  
2. Maslow



شکل ۱. هرم سلسله مراتب نیازهای مازلو

### نظریه سلسله مراتب نیازهای مازلو

بنابراین، مازلو انسان را به منزله موجودی که دارای سلسله مراتبی از نیازهاست معرفی می کند؛ سلسله مراتبی که در رأس آن ها مقوله ای به نام خودشکوفایی به چشم می خورد. در واقع، می توان خودشکوفایی را وضعیتی دانست که در آن فرد علاوه بر رفع نیازهای اساسی خود، توانسته همه یا بخش اعظمی از استعدادها و پتانسیل های بالقوه خود را محقق و از این طریق حسی از رضایت و آرامش را تجربه کند [۱۷، ص ۹۸].

### روش شناسی

پارادایم های غالب در علوم انسانی، که در دهه های اخیر اندیشمندان حوزه اجتماعی آن ها را پذیرفته اند، عبارت اند از: اثبات گرایی، تفسیری و انتقادی. پارادایم اثبات گرایی مدعی به کارگیری روش های علوم طبیعی در علوم انسانی است، زیرا در دیدگاه این پارادایم صرفاً یک روش علمی در جهان وجود دارد و آن روش علوم طبیعی است و تفاوت علوم انسانی و علوم طبیعی فقط در جوان بودن علوم انسانی نهفته است. پارادایم تفسیری به دنبال آن است که خلق و معنابخشی واقعیت اجتماعی را از سوی مردم فهم و تفسیر کند. بر همین اساس، این پارادایم رویکرد استقرایی را برای خود برمی گزیند. پارادایم انتقادی به دنبال نقد و بررسی واقعیت جهت تحول اساسی در آن با توسل به مفاهیمی فلسفی از قبیل آزادی، حقیقت، برابری و عدالت است [۶، ص ۲۹-۳۲؛ ۴، ص ۱۸-۲۱].

روش شناسی تحقیق حاضر براساس پارادایم تفسیری پیکربندی شده است. در این مسیر، پژوهش حاضر روش شناسی کیفی را برمی گزیند. در این میان، براساس پاسخ گویی به سؤالات و اهداف تحقیق، استراتژی نظریه زمینه ای در طراحی روش شناسی تحقیق استفاده شد. نظریه



زمینه‌ای از سوی گلیزر و اشتراوس<sup>۱</sup> در سال ۱۹۶۷ در کتاب کشف نظریه زمین‌های مطرح شد. این روش‌شناسی از این نظر اهمیت دارد که از یک‌سو به نظریه‌سازی و از سوی دیگر به ایجاد ظرفی برای تحلیل داده‌های کیفی منجر می‌شود. این روش، در پی دستیابی به میزان بیشتری از توصیف، به دنبال تولید یا کشف نظریه است. محقق نظریه زمین‌های به دنبال توسعه نظریه در بررسی و مطالعه کسانی است که در فرایند کنش یا تعامل مشترکی درگیرند. در واقع، نظریه تولیدشده در این روش از خارج بر تحقیق تحمیل نمی‌شود، بلکه تولیدشده و متکی بر داده‌های اخذشده از مشارکت‌کنندگان است که فرایندی را تجربه کرده‌اند. در این مسیر، دو رویکرد اصلی در نظریه زمین‌های وجود دارد که عبارت است از: رویکرد عینی‌گرایی<sup>۲</sup> اشتراوس و کوربین<sup>۳</sup> و رویکرد سازنده‌گرایی<sup>۴</sup> چارمز<sup>۵</sup> [۵، ص ۷۱]. در پژوهش حاضر، از رویکرد عینی‌گرایی اشتراوس و کوربین (۱۳۹۰) استفاده شده است.

نمونه‌گیری پژوهش حاضر براساس نمونه‌گیری نظری و هدفمند<sup>۶</sup> است. براساس اهداف تحقیق، جامعه آماری این پژوهش زنان متأهل طبقه متوسط و متوسط رو به بالای شهر مشهدند. همچنین، فرایند جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از تکنیک مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌عمیق، تا رسیدن به اشباع نظری براساس نمونه‌گیری نظری<sup>۷</sup> ادامه یافت و در این مسیر، با ۲۱ نفر از مشارکت‌کنندگان مصاحبه‌هایی انجام شد. شایان ذکر است فرایند جمع‌آوری داده‌ها همراه تحلیل داده‌ها به پیش رفت. در فرایند تحلیل داده‌ها، از تحلیل خطبه‌خط<sup>۸</sup> برای کدگذاری باز<sup>۹</sup> استفاده شد و همراه توسعه مفاهیم و مقوله‌ها از کدگذاری محوری<sup>۱۰</sup> و گزینشی<sup>۱۱</sup> استفاده شد.

کسب وثوق و اعتماد از مشاهدات، تفسیرها، تحلیل‌ها و... در واقع ارزیابی اعتبار تحقیق است و این فرایند را برساخت اجتماعی دانش نیز می‌نامند [۱۹، ص ۴۱۶]. اما فرایند ارزیابی اعتبار یا اعتباربخشی به داده‌ها و نتایج تحقیق کیفی رویه‌ای متفاوت از رویه‌های تحقیق کمی دارد. محققان گوناگون رویه‌ها و روش‌های مختلفی را برای اعتباربخشی به داده‌ها پیشنهاد می‌کنند. در این میان، حتی محققان سعی می‌کنند از واژه‌هایی کیفی‌تر و متفاوت‌تر از واژه‌های مطرح‌شده در تحقیق‌های کمی استفاده کنند. در این مسیر، کرسول و میلر (۲۰۰۲) سعی

1. Glaser & Strauss
2. objectivist
3. Strauss and Corbin
4. constructivist
5. Charmaz
6. purposive sampling
7. theoretical sampling
8. line-by-line
9. open coding
10. axial coding
11. selective coding

کرده‌اند این رویه‌های گوناگون را در هشت دسته جای دهند. آن‌ها پیشنهاد می‌کنند که یک محقق کیفی حداقل باید دو معیار از این هشت معیار را رعایت کند تا تحقیق وی قابل اعتماد باشد [۲۰، ص ۲۱۲-۲۱۵]. این استراتژی‌ها شامل موارد ذیل می‌شوند: ۱. مشارکت طولانی<sup>۱</sup> و مشاهده مداوم در میدان تحقیق؛ ۲. مثلث‌بندی؛ ۳. بررسی همکاران؛ ۴. تحلیل موردی متناقض؛ ۵. تشریح کلیشه‌های ذهنی و پیش‌داوری‌های محقق؛ ۶. تأیید مشارکت‌کنندگان؛ ۷. توصیف غنی و ۸. ممیزی خارجی. در پژوهش حاضر سعی شده از هشت مورد، شش مورد از استراتژی‌های اعتباربخشی کسب شود. در اولین قدم، محقق سعی کرده مشارکت طولانی و مشاهده مداومی در میدان تحقیق داشته باشد. در پژوهش حاضر، قابلیت اعتماد<sup>۷</sup> یافته‌ها به وسیله روش‌های ۱. مشارکت طولانی<sup>۸</sup> و مشاهده مداوم در میدان تحقیق؛ ۲. بررسی همکاران؛ ۳. تأیید مشارکت‌کنندگان<sup>۱۰</sup> و ۴. توصیف غنی<sup>۱۱</sup> تأیید شد. تأیید اتکاپذیری<sup>۱۲</sup> تحقیق نیز با رعایت اصول و نکات مصاحبه، ثبت رخدادها، کامل و پیاده‌سازی دقیق انجام گرفت. درنهایت، محقق همه توان خود را برای بررسی دقیق، غنی و با جزئیات تمام انجام داده است. درواقع، همچنان‌که در کل تحقیق ارائه شده، محقق سعی کرده همه مفاهیم، مقولات و... تحقیق را با غنای فراوان و شواهد گسترده از متن سخنان مشارکت‌کنندگان بررسی و تحلیل و تفسیر کند و بدین طریق بر غنای اثر بیفزاید.

### یافته‌های تحقیق

با بررسی دقیق متن مصاحبه‌های تحقیق، گزاره‌های اصلی، مفاهیم، مقوله‌های فرعی، مقوله‌های اصلی و درنهایت مقوله هسته، در فرایندی طولانی، دقیق و جزئی، مفهوم‌پردازی و ارائه شده است. در نتیجه این فرایند، مقوله هسته از ۱۳ مقوله اصلی، ۱۳ مقوله فرعی و ۲۵ مفهوم برساخته شد. یافته‌های تحقیق در دو بخش خط داستان و مدل پارادایمی ارائه خواهد شد.

1. prolonged engagement
2. Triangulation
3. Peer Review
4. Negative Case Analysis
5. Member Checking
6. external audit
7. credibility or trustworthiness
8. prolonged engagement
9. peer review
10. member checking
11. external audit
12. dependability

جدول ۲. فرایند استخراج مقوله هسته (مفاهیم، مقوله‌های فرعی، اصلی و هسته)

مقوله هسته	مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	مفاهیم	گزاره‌ها
				یه خواهرم بافتنی‌ش خوبه یه خواهرم خیاطی‌ش خوبه. همه ازشون تعریف می‌کنن. منم دوست دارم بلد باشم ازم تعریف بشه.
				جاری‌م انواع ژله‌های تزریقی رو بلده. دوست دارم اون‌که چیزی بلده درست می‌کنه برا شوهرش، شوهر من نگه ببین، اون بلده تو بلد نیستی.
	مواجهه با دیگران خودشکوفای	مواجهه با دیگران خودشکوفای	مواجهه با دیگران خودشکوفای	خواهرم رانندگی رفته بود. عموم ازش تعریف کرد. همه طلاهام رو فروختم تا برای خودم ماشین بگیرم که فقط خودم پشت ماشین بشینم نه شوهرم. عمداً چند بار باهاش از جلوی عموم رد شدم تا منم به چشمش بیام.
شکفتگی هنجاری هژمونیک				چند وقت پیش خواهرم یه کیک‌ی درست کرده بود شوهرم گفت وای خودت درست کردی؟ تعجب کرده بود! من به خودم گرفتم.
				من خیلی حسودم. سر همین خیاطی و بافتنی رفتم.
				به دوستم خیلی حسودی می‌کنم. خیلی هنرمند و باسلیقه‌ست.
	حسادت	حسادت	حسادت	الان جاری‌م توی فامیل‌ها زبون‌زد همه هست. یه خورده حسادت دارم بهش.
				به خواهرم خیلی حسودی می‌کنم. هنرم که یاد می‌گیرم بیشتر می‌خوام خودم رو به خواهرم نشون بدم.
			گذران اوقات فراغت	دوران عقد بودم می‌رفتم کلاس آشپزی. وقت بیشتر داشتم می‌رفتم که وقتم پر بشه.
	گذران اوقات فراغت	گذران اوقات فراغت	گذران اوقات فراغت	کلاس که می‌رفتم جنبه اوقات فراغت داشت.
			سرگرمی	وقتی می‌ری کلاس سرگرم می‌شی فکر و خیالات نداری.

مقاله‌های اصلی	مقاله‌های فرعی	مفاهیم	گزاره‌ها
			همیشه دوست داشتم به جورایی خودم رو به همه نشون بدم.
			سعی می‌کردم بهتر درست کنم بیشتر تو چشم پیام.
میل به خودنمایی	میل به خودنمایی	میل به خودنمایی	دوست دارم کارهای هنری رو. دوست دارم بقیه ببینن.
			سعی می‌کردم بهتر نقاشی کنم تا بیشتر تو چشم پیام.
			خوشم می‌آد فک و فامیلیم هنرم رو ببینن.
			کسی هم می‌آد تعریف کنه خوشت می‌آد.
			خیاطی می‌کنم. وقتی دیگران ازم تعریف می‌کنن خیلی خوشحال می‌شم.
			خیلی دوست دارم کارای هنری رو. دیگران تعریف می‌کنن.
			بافتنی می‌کنم. خیلی دوست دارم بقیه تعریف می‌کنن.
			از بچگی استعدادم خوب بود برای نقاشی. بقیه هم ازم تعریف می‌کردن.
شکل‌گیری ذائقه	شکل‌گیری ذائقه	شکل‌گیری ذائقه	من دوست دارم وقتی کاری می‌کنم دیگران ازم تعریف کنن. تعریف می‌کنن دوست دارم ادامه بدم.
			بافتنی رو دیگران تعریف می‌کردن. خوشم می‌اومد.
			من تو تمام مهمونی‌هایی که گرفتم غذا و دسر و کیک رو خودم درست می‌کنم و همه هم خیلی تعریف کردن. یه حس خیلی خوب داشتم که همه دارم تعریف می‌کنن.
			این حس بود که کاری رو خودم کردم و از خودم تعریف کردن. چه دست‌پختی. چه سلیقه‌ای و... چون خودم انجام دادم لذت‌بخش‌تر بوده.

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	مفاهیم	گزاره‌ها
			سفره‌آرایی که می‌کنم غذاها رو سر سفره، از کار من تعریف می‌کنن خوشحال می‌شم.
			وقتی یه کاری می‌کنی دیگران هم تأیید می‌کنن یا تعریف می‌کنن ازت انرژی مثبت می‌گیره آدم.
			ستایش شدن از طرف دیگران انگیزه می‌شه برای بقیه کارهایی که می‌خوام انجام بدم.
			من یه مدت بافتنی می‌کردم. چون دوست داشتم. ولی خب تعریفم پشت سرش می‌آد خواه ناخواه.
			تو این مورد پز می‌دم چون خیلی بهم تیکه انداختن که رفتم خیاطی.
			دوست دارم بقیه ببینن. خوشحال می‌شم. من هم بلدم که همچین کاری بکنم.
			به خاطر اینکه بهم سرکوفت زدن دوست دارم که ببینن هنرم رو که از دستم برمی‌آد کاری که اون‌ها نمی‌تونن رو من می‌تونم.
			یه مدت طراحی چهره می‌کردم الان هم آرایشگری می‌کنم.
			یه مدت آرایشگری می‌رفتم.
		هنر آرایشگری	آرایشگری هم رفتم دوره دیدم.
			مثلاً مدل مو هم درست می‌کنم معمولاً هم خوب می‌شه.
			کلاس شیرینی‌پزی می‌رفتم.
		هنر آشپزی	کلاس آشپزی می‌رفتم.
			من دی. جی. هستم از یکی از دوستان یاد گرفتم.
		مهارت موسیقی	عاشق موسیقی‌ام. کلاس دف می‌رم. تومبا <sup>۱</sup> رو هم دوستم داره بهم یاد می‌ده.

تفاخر

تفاخر

تفاخر

هنرآموزی

هنرآموزی

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	مفاهیم	گزاره‌ها
مقوله هسته		هنر نقاشی	قبلاً نقاشی رفتم. عروسک‌سازی و نقاشی خیلی دوست دارم.
		هنر کاردستی	کلاس نقاشی می‌رفتم کلاس کاردستی رفتم.
		هنر بافتنی	قبلاً بافتنی می‌کردم. الان هم قالی‌بافی دوست دارم. با خواهرم کلاس اوکشی‌بافی <sup>۱</sup> می‌رفتیم.
		هنر چرم‌دوزی	چرم‌دوزی می‌کنم.
		هنر گل‌سازی	گل‌سازی هم رفتم.
		هنر خیاطی	خیاطی می‌کنم.
		هنر سفره‌آرایی	توی خونه برای مهمون سعی می‌کنم تزیین کنم سفره رو. سفره‌آرایی رو از کانال‌های تلگرام آموزش دیدم.
		هنر عکاسی	دوره عکاسی هم رفتم.
		توانمندی	حس خوبی دارم، چون اون کاری که خودم می‌خواستم رو انجام دادم. به خاطر اینکه وقتی چیزی درست می‌کنم کار دست خودمه خیلی خوشم می‌آد.
	به سوی شکوفایی	به سوی شکوفایی	خوشحال می‌شم وقتی یه چیزی با دست خودم درست کنم. یعنی تونستم یه کاری رو بکنم از پیشش براوادم.
		مفیدبودن	با همون خیاطی که می‌کنم این‌جوری نشون می‌دم برای خونواده‌م مفیدم.
	احساس غرور	احساس غرور	حس غرور دارم چیزی رو درست می‌کنم که بقیه نمی‌تونن درست کنن. آدم احساس غرور می‌کنه.

۱. گیپوربافی هنر اصیل کشور آلمان است که با اندکی تغییرات در طراحی و نقوش مختلف آن به کشورهای چین و ایران آورده شده است. گیپوربافی به کمک دوک‌های پلاستیکی به نام دوک اوکشی انجام می‌پذیرد.

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	مفاهیم	گزاره‌ها
هویت هنری	هویت هنری	هویت هنری	من رو با سلیقه می‌شناسن. چون دیدن من سفره‌آرایی کردم، خواهرشوهرم که مهمونی داشت، پونزده تا دیس الویه رو گفت من تزیین کنم.
افزایش اعتمادبه‌نفس	افزایش اعتمادبه‌نفس	افزایش اعتمادبه‌نفس	وقتی ازت تعریف می‌کنن اعتمادبه‌نفست بیشتر می‌شه و باعث پیشرفت هم می‌شه. اعتمادبه‌نفسم خیلی می‌ره بالا. اینکه خلاقیت داری و یه طرحی می‌کشی تأثیر می‌ذاره روی اعتمادبه‌نفس.
بازیابی روحیه	بازیابی روحیه	بازیابی روحیه	اینکه [من رو] خانمی می‌شناسن که اعتماد به‌نفسش بالاست. روحی‌ام بهتر شده بود. کلاس موسیقی برای روحیه‌ام می‌رم چون هیجان داره.
افزایش سرمایه اجتماعی	افزایش سرمایه اجتماعی	افزایش سرمایه اجتماعی	دوست پیدا کرده بودم. بیشتر هدفم اینه سرمایه اجتماعی‌م رو بیشتر کنم. افراد بیشتری رو بشناسم. کلاس رفتن رو خیلی دوست دارم. چون آدم‌های مختلف می‌بینی و دوست جدید پیدا می‌کنی.

## خط داستان

طبق نظر بوردیو، طبقات مختلف و قشرهای آن سبک‌های زندگی کم‌وبیش همگنی را به‌وجود می‌آورند. به این معنا که می‌توان الگوهای فرهنگی طبقاتی مشترکی را در امور گوناگونی همچون موسیقی، تئاتر، خوراک و نحوه تزیین منزل یافت [۱۴، ص ۲۰۰]. بر این اساس، می‌توان گفت پرداختن به امور هنری نیز بیشتر مربوط به طبقه‌ای است که سرمایه اقتصادی بالایی دارند و تلاش می‌کنند از طریق هنر، سبک خاصی از زندگی را وارد طبقه خود کنند. زنان بررسی‌شده در پژوهش حاضر در مواجهه با دیگرانی قرار می‌گیرند که به امور هنری می‌پردازند. این دیگران از طریق هنر، علاوه بر اینکه سعی دارند با مصرف فرهنگی خاص به نوعی خود را از دیگران متمایز کنند و مدعی منزلت بالاتری شوند، به دنبال نوعی خودشکوفایی

نیز هستند. شایان ذکر است که خودشکوفایی در هرم نیازهای مازلو در بالاترین رتبه درجه‌بندی نیازها قرار دارد. مواجهه با دیگران خودشکوفایی یکی از عواملی است که موجب می‌شود زنان بررسی شده با پدیده خود ناشکفته روبه‌رو شوند. در واقع، آن‌ها این‌گونه احساس می‌کنند که باید در برابر دیگرانی که از نظر آن‌ها خودشکوفایی هستند به حدی از شکوفایی برسند. به عبارتی، خودشکوفایی زمانی برای آن‌ها مطرح می‌شود که متوجه می‌شوند سایر زنانی که از نظر طبقاتی هم‌سطح آن‌ها هستند با فعالیت‌های هنری در پی متمایز کردن خود با دیگران‌اند. زنان بررسی شده نیز برای اینکه این تمایز را بین خود و دیگران ایجاد کنند و هرچه بیشتر به زنان خودشکوفایی نزدیک شوند، به فعالیت‌های هنری رو می‌آورند. می‌توان گفت این زنان براساس سرمایه اقتصادی نسبتاً بالایی که دارند، بیشتر برای ایجاد تمایز از ذائقه‌های هنری خاص طبقاتی‌شان پیروی می‌کنند. مژگان در این مورد می‌گوید:

خواهرم رانندگی رفته بود. عموم ازش تعریف کرد. همه طلاهام رو فروختم تا برای خودم ماشین بگیرم که فقط خودم پشت ماشین بشینم نه شوهرم. عمداً چندبار باهاش از جلوی عموم رد شدم تا من هم به چشمش بیام.

مواجهه با دیگران خودشکوفایی موجب می‌شود زنان بررسی شده، که از طبقات متوسط و متوسط رو به بالای شهر مشهدند، با دارا بودن سرمایه اقتصادی بالا، که به گفته بوردیو مشخصه طبقات متوسط است، با خود ناشکفته‌شان روبه‌رو شوند. همین امر موجب بروز حسادت در آن‌ها می‌شود. درحقیقت، آن‌ها به دیگران خودشکوفایی حسادت می‌کنند. محدثه می‌گوید:

به خواهرم خیلی حسودی می‌کنم. هنرم که یاد می‌گیرم بیشتر می‌خوام خودم رو به خواهرم نشون بدم.

از طرفی، زنان متعلق به این طبقات به دلیل فراغت از احتیاجات مالی، برای سرگرمی و گذران اوقات فراغت نیز به فعالیت‌های هنری می‌پردازند. هلنا می‌گوید:

دوران عقد بودم می‌رفتم کلاس آشپزی. وقت بیشتر داشتم. می‌رفتم که وقتم پر بشه.

بوردیو استدلال می‌کند که میزان فراغت از احتیاجات مادی، که موقعیت طبقه آن را فراهم می‌کند، به عادت‌واره و اشتغالات فرهنگی آن طبقه شکل می‌دهد. عادت‌واره‌های طبقاتی موجب شکل‌گیری الگوهای رفتاری همساز با یکدیگر در قلمروهای فرهنگی می‌شود [۱۴، ص ۲۰۰].

علاوه بر این، خودشکوفایی اگرچه از نیازهای اساسی و دغدغه‌آفرین عامه مردم نیست، یکی از متعالی‌ترین نیازهای بشری است که تحقق بخشی از آن، که به صورت رضایت از خویشتن نمایان می‌شود، برای هر انسانی مهم تلقی می‌شود. همه انسان‌ها نیازمند آن‌اند که تا اندازه‌ای احساس رضایت از خویشتن خود داشته باشند؛ به گونه‌ای که این احساس رضایت نیروی محرکه و انگیزه‌ای برای انجام دادن فعالیت‌های روزانه‌شان باشد. فقدان چنین حالتی



می‌تواند باعث ایجاد احساسی از سرخوردگی و یأس درون فرد شود. می‌توان گفت که خودشکوفایی مقوله‌ای روان‌شناختی-جامعه‌شناختی است، زیرا از جامعه و مناسبات فرد با اجتماع ریشه می‌گیرد و در روحیه و روان فرد منعکس می‌شود و در نهایت نیز بر زندگی اجتماعی فرد تأثیر می‌گذارد [۱۷، ص ۹۰].

همان‌طور که گفته شد، زنان در مواجهه با دیگران خودشکופا و حسادت نسبت به این دیگران با جنبه‌ای از خودشان روبه‌رو می‌شوند که احساس می‌کنند شکوفا نشده است. خودِ ناشکفته برانگیزاننده رقابت زنان با دیگران است. رقابت عرصه‌ای را به وجود می‌آورد تا در آن افراد برحسب سلیقه و استعداد دست به فعالیت‌هایی بزنند که از طریق آن بتوانند شکوفا شوند. درواقع، می‌توان خودشکوفایی را وضعیتی دانست که در آن فرد علاوه بر رفع نیازهای اساسی خود، توانسته است همه یا بخش اعظمی از استعدادها و پتانسیل‌های بالقوه خود را محقق کند و از این طریق حسی از رضایت و آرامش را تجربه کند [۱۷، ص ۹۸]. به همین دلیل، زنان برای محقق کردن خود به فعالیت‌های هنری می‌پردازند، زیرا از این روش می‌توانند استعداد و توانایی خودشان را به نمایش بگذارند و حسی از رضایت و آرامش را تجربه کنند. درواقع، آن‌ها با پرداختن به فعالیت‌های هنری، تصویری را که از ناشکفتگی خود دارند برطرف می‌کنند. در این میان، تمایل به خودنمایی با پرداختن به فعالیت‌های هنری نیز همراه می‌شود. تمایل به خودنمایی در میان این زنان عملاً در جهت کسب تأیید و تعریف از سوی دیگران است. محدثه می‌گوید:

همیشه دوست داشتم به جورایی خودم رو به همه نشون بدم.

خودنمایی درواقع راهی برای بازتولید خود در برابر دیگرانی است که در شکل‌گیری ذائقه‌ها و سبک‌های خاص زندگی تأثیرگذارند. زنان بررسی شده متأثر از تعریف و تأیید دیگران‌اند و همین امر به شکل‌گیری ذائقه در میان آن‌ها منجر می‌شود، زیرا آن‌ها می‌خواهند ذائقه، هنر و سبک زندگی خودشان را به تأیید دیگران برسانند. هانیه می‌گوید:

خیلی دوست دارم کارهای هنری رو. دیگران تعریف می‌کنن.

برهمن اساس، می‌توان گفت زنان با کسب تأیید دیگران به دنبال شکل‌دهی ذائقه هنری هستند. راحیل می‌گوید:

من دوست دارم وقتی کاری می‌کنم دیگران ازم تعریف کنن. تعریف می‌کنن دوست دارم ادامه بدم.

زنانی که با خودِ ناشکفته‌شان روبه‌رو شدند و از طرفی میل به خودنمایی نیز دارند و همچنین در راستای شکل‌دهی ذائقه خاصشان، استراتژی‌های خودشکوفایی را در پیش می‌گیرند. به عبارتی، اقدام به هنرآموزی می‌کنند، زیرا هنرآموزی کنشی است که از طریق آن قادرند استعدادهایشان را شکوفا کنند. جالب توجه است که هنرآموزی برای آن‌ها تنها جنبه

خودشکوفایی ندارد، بلکه از آن برای فخرفروشی به دیگران نیز استفاده می‌کنند. زهره در این مورد می‌گوید:

به‌خاطر اینکه بهم سرکوفت زدن دوست دارم که ببینم هنرم رو که از دستم برمی‌آد. کاری که اون‌ها نمی‌تونن رو من می‌تونم.

درنهایت، پرداختن به فعالیت‌های هنری پیامدهایی نیز به همراه دارد. زنانی که فعالیت‌های هنری انجام می‌دهند، احساس مفیدبودن و توانمندی دارند. موفقیت در فعالیت‌های هنری حرکتی به سوی شکوفایی است. مریم می‌گوید:

خوشحال می‌شم وقتی یه چیزی با دست خودم درست کنم. یعنی تونستم یه کاری رو بکنم. از پشش براومدم.

همچنین، از این توانمندی و شکوفایی نیز احساس غرور می‌کنند. زهره در این مورد می‌گوید:

حس غرور دارم چیزی رو درست می‌کنم که بقیه نمی‌تونن درست کنن.

فرد احساس اعتمادبه‌نفس بیشتری می‌کند. همان‌طور که هانیه می‌گوید:

اینکه خلاقیت داری و یه طرحی می‌کشی تأثیر می‌ذاره روی اعتمادبه‌نفس.

در نظر دیگران هنرمند شناخته می‌شوند؛ همان‌طور که راحیل می‌گوید:

من رو باسلیقه می‌شناسن.

و از این طریق هویت هنری نیز کسب می‌کنند. علاوه بر این‌ها فعالیت‌های هنری هم باعث بازیابی روحیه افراد می‌شود. به گونه‌ای که مژگان می‌گوید:

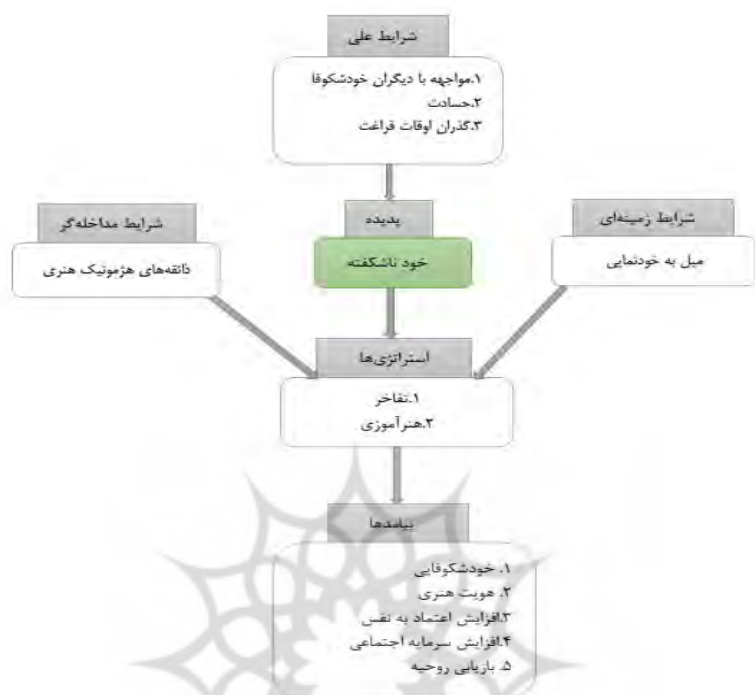
کلاس موسیقی برای روحیه‌ام می‌رم چون هیجان داره.

هم باعث می‌شود افراد سرمایه اجتماعی بیشتری کسب کنند. هانیه می‌گوید:

کلاس رفتن رو خیلی دوست دارم. چون آدم‌های مختلف می‌بینی و دوست جدید پیدا می‌کنی.

## مدل پارادایمی

مدل پارادایمی تحقیق نشان‌دهنده جریان فرایندها و فعالیت‌هایی است که در بستر مطالعه اتفاق افتاده است. این مدل از پنج قسمت شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، استراتژی‌ها و پیامدها تشکیل شده است. در مرکز مدل نیز، پدیده مرکزی قرار می‌گیرد که فعالیت‌ها حول آن شکل می‌گیرد. جریان فرایندها و فعالیت‌هایی که در بستر این تحقیق اتفاق افتاده است نشان می‌دهد که پدیده مرکزی «خود ناشکفته» است. به عبارتی، نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که زنان با خود ناشکفته‌شان در برابر دیگران خودشکوفی‌رو به‌رو می‌شوند. بنابراین، مشارکت‌کنندگان در پژوهش حاضر با آنچه برخورد می‌کنند و به صورت عینی و ذهنی درگیر آن می‌شوند، خود ناشکفته و تلاش برای خودشکوفایی است. در ادامه، مدل پارادایمی به‌طور مفصل بررسی می‌شود.



شکل ۲. مدل پارادایمی پژوهش

همان‌طور که در مدل پارادایمی مشاهده می‌شود، شرایط علی پژوهش حاضر عبارت‌اند از: ۱. مواجهه با دیگران خودشکوفای، ۲. حسادت و ۳. گذران اوقات فراغت. از آنجا که شرایط علی به‌وجودآورنده پدیده‌ای هستند که مشارکت‌کنندگان با آن مواجه می‌شوند، اهمیت زیادی دارند و نحوه مواجهه افراد را تعیین می‌کنند. مواجهه با دیگران خودشکوفای و برانگیخته‌شدن حس حسادت در زنان موجب می‌شود آنان با خودِ ناشکفته‌شان روبه‌رو شوند. این مواجهه باعث می‌شود زنان برای خودشکوفایی به فعالیت‌های هنری بپردازند. همچنین، سرگرمی و گذراندن اوقات فراغت نیز در پرداختن به فعالیت‌های هنری مؤثرند.

شرایط زمینه‌ای پژوهش حاضر عبارت‌اند از: میل به خودنمایی. درواقع این شرایط، شرایط خاصی هستند که ویژه بستر مورد بررسی‌اند و بیشتر در سطح خرد واقع می‌شوند و با پدیده و استراتژی‌های مشارکت‌کنندگان ارتباط دارند. میل به خودنمایی زنانی را که حس خودشکوفایی ندارند به سمت کنش‌هایی برای رفع این حس سوق می‌دهد. خودنمایی میل درونی زنان برای نشان‌دادن توانمندی‌های خود به دیگران است. این زنان که از طبقه متوسط و متوسط رو به بالای شهر مشهد هستند، مالکیت سرمایه‌ای خاص خود را نیز دارند. آن‌ها با به‌کارگیری این

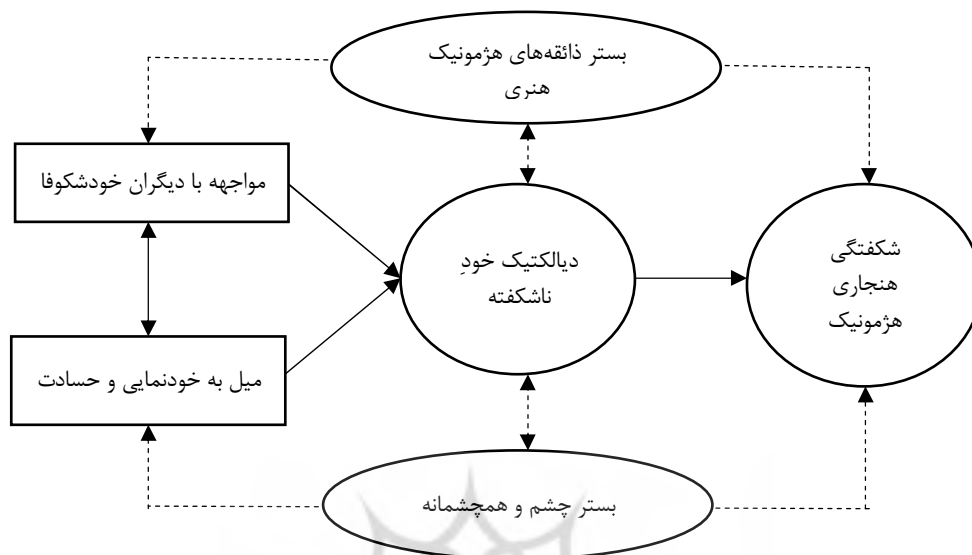
سرمایه‌ها به دنبال متمایز کردن خود از دیگران‌اند و به همین دلیل سبک‌های زندگی متفاوتی را شکل می‌دهند.

شرایط مداخله‌گر شناسایی شده در این پژوهش عبارت است از: ذائقه‌های هژمونیک هنری. در واقع، این شرایط به نیروهای کلان‌تر اجتماعی، اقتصادی و سیاسی خارج از بستر تحقیق مرتبط است که بر پدیده و استراتژی‌های مشارکت‌کنندگان اثر می‌گذارد. در زمینه فعالیت‌های هنری نیز زنان به دنبال تأیید و تعریف دیگران‌اند. در واقع، قدرت تعریف دیگران است که زمینه‌های شکل‌گیری ذائقه‌های هنری را فراهم می‌کند. به عبارتی، تعریف دیگران، سلیقه و ذائقه هنری را در زنان طبقات متوسط و متوسط رو به بالا به وجود می‌آورد. در واقع، قدرت تعریف و تأیید دیگران بسترساز انگیزه و تمایل زنان برای ادامه فعالیت‌های هنری می‌شود. استراتژی‌های مشارکت‌کنندگان در برابر پدیده مرکزی صورت می‌گیرد. همان‌طور که پیش‌تر نیز بیان شد، پدیده مرکزی این بخش خود ناشکفته است. علاوه بر این، شرایط مداخله‌گر و شرایط زمینه‌ای نیز بر نوع این استراتژی‌ها تأثیرگذارند. استراتژی‌های زنان عبارت‌اند از: ۱. هنرآموزی و ۲. تفاخر. در اینجا زنانی که با خود ناشکفته مواجه می‌شوند و همچنین دیگران خودشکופا را نیز مشاهده می‌کنند، برای رهایی از خود ناشکفته‌شان به سراغ انواع هنرها می‌روند و سعی در یادگیری آن‌ها دارند. از طریق یادگیری هنر است که به فخرفروشی به دیگران اقدام می‌کنند.

پیامدها نتایج راهبردهایی هستند که کنشگران آن‌ها را در مواجهه با پدیده مرکزی و شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر اتخاذ می‌کنند. پیامدهای به‌دست‌آمده از به‌کارگیری استراتژی‌ها و کنش‌های متفاوت مشارکت‌کنندگان در این پژوهش عبارت‌اند از: ۱. خودشکوفایی؛ ۲. هویت هنری؛ ۳. افزایش اعتمادبه‌نفس؛ ۴. افزایش سرمایه اجتماعی و ۵. بازیابی روحیه. به دنبال فعالیت‌های هنری زنان موفق به خودشکوفایی می‌شوند و نزد دیگران هویت هنری پیدا می‌کنند. همچنین، نتیجه و پیامد فعالیت‌های هنری برای زنان علاوه بر افزایش اعتمادبه‌نفس و بازیابی روحیه، افزایش سرمایه اجتماعی نیز است، زیرا آن‌ها با شرکت در فعالیت‌های هنری گوناگون با افراد بیشتری آشنا می‌شوند و بر همین اساس است که سرمایه اجتماعی بیشتری کسب می‌کنند.

## نتیجه‌گیری و بحث

چگونگی مسیر و فرایند طی شده را می‌توان در طرح‌واره نظری مطرح کرد. طرح‌واره نظری با استفاده از فلش‌های یک‌سر و دوسر نشان داده می‌شود. فلش‌های یک‌سر نشان‌دهنده تأثیر علی و فلش‌های دوسر نشان‌دهنده تأثیر رفت‌وبرگشتی و غیرخطی است. همچنین فلش‌های نقطه‌چین بیانگر بستر و زمینه‌ای است که پژوهش در آن انجام شده است.



شکل ۳. طرح‌واره نظری

پژوهش حاضر در بستری چشم و همچشمانه در میان زنان طبقه متوسط و متوسط رو به بالای شهر مشهد انجام شده است. علاوه بر این بستر چشم و همچشمانه، می‌توان شاهد بستری از ذائقه‌های هژمونیک هنری نیز در میان زنان این طبقه بود. زنان این طبقه با داشتن سرمایه اقتصادی بالا و فراغت از احتیاجات مالی، به دنبال سبک خاصی از زندگی هستند. از همین رو، به دنبال فعالیت‌های هنری می‌روند. همین فعالیت‌های هنری است که موجب تمایز آنان از دیگران می‌شود. در واقع، آن‌ها از سرمایه اقتصادی‌شان برای رسیدن به سایر سرمایه‌ها همچون سرمایه نمادین و فرهنگی استفاده می‌کنند.

در بستری که در آن ذائقه‌های هژمونیک هنری شکل گرفته است، زنان با دیگرانی روبه‌رو می‌شوند که به فعالیت‌های هنری می‌پردازند. ذائقه‌ها نیز بر اثر تعریف دیگران در جامعه بررسی شده شکل گرفته‌اند. از این رو، با پرداختن به فعالیت‌های هنری، ذائقه‌های هژمونیک هنری را دنبال می‌کنند و به رفتارهای نمایشی برای خودنمایی دست می‌زنند. رفتارهای نمایشی و خودنمایی آنان نیز برای نشان دادن پیروی‌شان از ذائقه‌های هژمونیک هنری است تا از این طریق بتوانند مورد تعریف و تأیید دیگران قرار گیرند.

همچنین، در بستری که در آن زمینه‌های چشم و همچشمی وجود دارد، مواجهه زنان طبقه متوسط با دیگران خودشکوفای، میل به خودنمایی و حسادت زنان را برمی‌انگیزد و آن‌ها را با وجهی از خود روبه‌رو می‌کند که شکوفای نشده است. این رویارویی با خودِ ناشکفته ناشی از شکل‌گیری ذائقه‌های هنری در میدان‌های اجتماعی این زنان است.

ارتباط متقابلی که بین میل به خودنمایی و حسادت با مواجهه با دیگران خودشکوفای وجود دارد به دیالکتیک خودناشکفته منجر می‌شود. در همین زمینه، زنان به فعالیت‌های هنری می‌پردازند تا با هنرآموزی گامی در جهت خودشکوفایی بردارند. بر اثر پرداختن به فعالیت‌های هنری در جهت شکل‌گیری ذائقه‌های هنری، زنان به شکفتگی هنجاری هژمونیک دست پیدا می‌کنند. این شکفتگی هنجاری هژمونیک پیامدهایی نیز برای زنان طبقه متوسط به همراه دارد. شکفتگی هنجاری هژمونیک باعث افزایش اعتمادبه‌نفس و افزایش سرمایه اجتماعی می‌شود. همچنین فعالیت‌های هنری در بازیابی روحی آنان نیز بسیار مؤثر است. زنان بر اثر شکفتگی هنجاری هژمونیک مورد تعریف و تأیید دیگران قرار می‌گیرند و به نوعی هویت هنری کسب می‌کنند و به‌عنوان افرادی هنرمند و باسلیقه شناخته می‌شوند. درنهایت نیز شکفتگی هنجاری هژمونیک زمینه‌های تفاخر میان زنان را فراهم می‌کند. درواقع، فخرفروشی از اقدامات آنان برای تثبیت ذائقه و سبک خاص زندگی طبقاتی‌شان است.

## منابع

- [۱] ادگار، اندرو؛ سچویک، پیتر (۱۳۸۹). *متفکران برجسته نظریه فرهنگی*، ترجمه مسعود خیرخواه، تهران: آگه.
- [۲] استراوس، انسلم؛ کوربین، جولیت (۱۳۹۰). *مبانی پژوهش کیفی؛ فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای*، ترجمه ابراهیم افشار، تهران: نی.
- [۳] الکساندر، ویکتوریا (۱۳۹۳). *جامعه‌شناسی هنرها*، ترجمه اعظم راودراد، تهران: جامعه‌شناسان.
- [۴] ایمان، محمدتقی (۱۳۸۸). «ارزیابی پارادایمی انسان به‌عنوان عنصر اساسی در طراحی پارادایم الهی»، *فصل‌نامه حوزه و دانشگاه*، س ۱۴، ش ۵۴، ص ۲۵-۴۶.
- [۵] \_\_\_\_\_ (۱۳۹۱). *روش‌شناسی تحقیقات کیفی*، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- [۶] ایمان، محمدتقی؛ محمدیان، منیژه (۱۳۸۷). «روش‌شناسی نظریه زمینه‌ای»، *فصل‌نامه روش‌شناسی علوم انسانی*، ش ۵۶، ص ۳۱-۴۶.
- [۷] بوردیو، پی‌یر (۱۳۹۰). *تمایز، نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: ثالث.
- [۸] \_\_\_\_\_ (۱۳۸۰). *نظریه کنش*، ترجمه مرتضی مردی‌ها، تهران: نقش و نگار.
- [۹] جمشیدیها، غلامرضا؛ پرستش، شهرام (۱۳۸۵). «دیالکتیک منش و میدان در نظریه عمل پی‌یر بوردیو»، *نامه علوم اجتماعی*، ش ۳۰، ص ۱-۳۲.
- [۱۰] خواجه‌نوری، بیژن (۱۳۸۴). «بررسی رابطه مؤلفه‌های جهانی‌شدن و مشارکت اجتماعی زنان، مطالعه موردی تهران، شیراز و استهبان»، *پایان‌نامه دکتری جامعه‌شناسی*، دانشکده اقتصاد، مدیریت و علوم اجتماعی، بخش جامعه‌شناسی دانشگاه شیراز.
- [۱۱] خواجه‌نوری، بیژن؛ مقدس، علی‌اصغر (۱۳۸۸). «جهانی‌شدن و سرمایه اجتماعی زنان»، *مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد*، س ۵، ش ۲، ص ۱۳۱-۱۵۴.
- [۱۲] ریتزر، جورج (۱۳۷۷). *نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: علمی.

- [۱۳] زاهد، سید سعید؛ موسوی، زهرا؛ روحانی، علی (۱۳۸۹). «بررسی کنش‌های جمعی زنان ایرانی، مطالعه موردی: زنان دوره قاجار»، فصل‌نامه بانوان شیعه، س ۷، ش ۲۳، ص ۹۴-۵۷.
- [۱۴] سیدمن، استیون (۱۳۸۸). کشاکش آرا در جامعه‌شناسی، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نی.
- [۱۵] شریعتی، سارا؛ راودراد، اعظم (۱۳۸۹). «نگاهی جامعه‌شناختی به زانه‌شدن عرصه هنر (پرسشی از تاریخ و نگاهی به حال)»، مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان، س ۸، ش ۴، ص ۲۸-۷.
- [۱۶] شولتس، دوان (۱۳۹۰). روان‌شناسی کمال، ترجمه گیتی خوشدل، تهران: پیکان.
- [۱۷] فرهنگد، مهناز؛ ممبینی، سجاد؛ خرم‌پور، یاسین (۱۳۹۳). «بررسی رابطه میزان خودشکوفایی افراد با میزان نگرش آنان به دموکراسی (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه یزد)»، فصل‌نامه مطالعات جامعه‌شناختی جوانان، س ۴، ش ۱۳، ص ۸۹-۱۱۰.
- [۱۸] فعالی، محمدتقی (۱۳۹۵). «پیر یوردیو»، فصل‌نامه فرهنگی اجتماعی طعم زندگی، س اول، ش ۲، ص ۱۴۵-۱۵۴.
- [۱۹] فلیک، اووه (۱۳۹۱). درآمدی بر تحقیق کیفی، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نی.
- [۲۰] کرسول، جان (۱۳۹۱). پویش کیفی و طرح پژوهش: انتخاب از میان پنج رویکرد (روایت پژوهی، پدیدارشناسی، نظریه داده‌بنیاد، قوم‌نگاری، مطالعه موردی)، ترجمه حسن دانایی‌فرد و حسین کاظمی، تهران: اشراقی.
- [۲۱] منتظر قائم، مهدی (۱۳۸۳). «نقش تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی در اشتغال جوانان: مروری بر تجربه‌های جهانی و رهیافت‌هایی برای ایران»، مجموعه مقالات همایش جمعیت‌شناسی با تأکید بر نوجوانان، شیراز: دانشگاه شیراز.
- [۲۲] نجفی، حبیب‌الله؛ شرف‌الدین، سیدحسین (۱۳۹۵). «نقد و بررسی مفهوم سبک زندگی در اندیشه یوردیو»، معرفت، س ۲۵، ش ۲۳۱، ص ۴۱-۵۷.
- [۲۳] یارمحمدیان، احمد؛ کمالی، فاطمه (۱۳۸۶). «بررسی رابطه هوش هیجانی با خودشکوفایی دانش‌آموزان پایه اول دبیرستان»، مجله علوم اجتماعی و انسانی دانشگاه شیراز، دوره ۲۶، ش ۳، ص ۲۱۱-۲۲۶.
- [24] Bocoock, Robert (1995). "Consumption and Lifestyle", in Robert Bocoock & Kenneth Thompson (Eds), *Social and Cultural Forms of Modernity*, Oxford: Open University Press.
- [25] Bradley, Harriet (1995). "Changing Social Divisions: Class, Gender and Race", in Robert Bocoock & Kenneth Thompson (Eds), *Social and Cultural Forms of Modernity*, Oxford: Open University Press.
- [26] Bradley, Harriet (1995). "Changing Social Structures: Class and Gender", in Stuart Hall & Bram Gieben (Eds), *Formations of Modernity*, Oxford: Open University Press.
- [27] Turner, Jonathan (2003). *Structure of Sociological Theory*, New York: Wadsworth Publication.
- [28] Whittle, David (1997). *Cyberspace: the Human Dimension*, New York: Sage Publication.