

سبک زندگی و مصرف رسانه‌ای در سیستان و بلوچستان

مریم توانای نامی^۱

چکیده

توجه به مفهوم سبک زندگی، حاصل چرخش چند دهه اخیر علوم اجتماعی به سمت فرهنگ و نیازهای اساسی فرهنگی است. مصرف رسانه‌ای به ویژه رسانه‌های جدید به عنوان عاملی برای قشریندی سبک زندگی می‌تواند ملاک نظر قرار گیرد. نفوذ فناوری به ویژه رسانه‌ها در زندگی و میزان، کیفیت و شیوه‌های بهره‌مندی از آن می‌تواند به عنوان عاملی برای تمایز سبک‌های زندگی باشد. در این مقاله برآنیم تا با بررسی نیازهای اساسی مادی و نیازهای اساسی فرهنگی در قالب سه شاخص آموزش، فراغت و تفریح، و امنیت با محوریت نوع مصرف رسانه‌ای در هریک از این شاخص‌ها، به بررسی سبک زندگی مردم در این استان بپردازیم؛ در این مقاله رابطه متقابل نیازهای اساسی مادی و فرهنگی بر یکدیگر و نوع مصرف رسانه‌ای مردم در تأمین نیازهای اساسی فرهنگی را، به عنوان شاخصی مستقل و اثرگذار بر ارتقا نیازهای اساسی مادی، بررسی می‌کنیم. اینجا با بررسی نیازهای اساسی فرهنگی چون آموزش، فراغت و امنیت با بهره‌گیری از تکنیک مصاحبه با متخصصان، و با هدف بهبود وضعیت این شاخص‌ها در سیستان و بلوچستان، به رابطه سبک زندگی و مصرف رسانه‌ای توجه شده است. بررسی رفتارهای مصرفی در دو سطح نیازهای مادی و فرهنگی نشان می‌دهد که مردم این منطقه از سطح زندگی ضعیفی برخوردارند و گسترش رسانه‌ها در قالب ابزارهای متنوع منجر به شکل‌گیری فرصت برای مردم این استان نشده است.

واژگان کلیدی: مصرف رسانه‌ای، سبک زندگی، سیستان و بلوچستان، فرهنگ،

رسانه

^۱ کارشناسی ارشد. m.nammi1@gmail.com

مقدمه

ما در عصری زندگی می‌کنیم که از آن به عصر رسانه‌ها تعبیر شده است. دورانی که تغییر و تحولات زیادی را برای ما رقم زده و این مهم، بیش از همه در بهره‌گیری از اینترنت و فضای مجازی احساس می‌شود. شبکه‌های اجتماعی، نوعی جدید از ارتباطات را شکل داده که در امتداد روابط واقعی اجتماعی است؛ در واقع از طریق ماهواره‌ها و اینترنت جهان جدیدی به موازات جهان واقعی شکل گرفته است. این رسانه‌های نوین مخاطبان وسیع و متکثری دارند که مجموعه‌هایی از حیث محتوای نمادین را به این مخاطبان عرضه می‌کنند.

در شرایط موجودیت رسانه‌ها، مخصوصاً فضای مجازی است که فرهنگ و سبک زندگی همه از طریق واسطه‌های الکترونیکی منتقل می‌شوند. به هر میزان که این تحولات رشد می‌کند تغییراتی در عرصه محتوا و فرهنگ حاصل می‌شود. فرهنگی که می‌توان آن را مجموعه‌ای از باورها، آیین‌ها، اندیشه‌ها، آداب و رسوم و ارزش‌های حاکم بر یک جامعه دانست. فرهنگی که سبک زندگی ما را تحت تأثیر خود دارد. فرهنگ، مقوله‌ای است که در سطح جامعه و گروه و در تعامل میان آن‌ها معنا می‌یابد و شیوه برقراری تعامل و ارتباط را میان افراد آن جامعه بیان می‌کند. بر مبنای فرهنگ است که افراد تجارب، تصورات و عقاید خود را با یکدیگر مبادله می‌کنند. از منظری پارسونزی (ریتزر، ۱۳۸۷: ۱۳۱-۱۴۰)، از جمله کارکردهای مهم نظام فرهنگی ایجاد هماهنگی و انسجام و همبستگی بین نهادها و اجزای مختلف نظام اجتماعی است، به گونه‌ای که یکپارچگی آن نظام حفظ شود. "برای نظام فرهنگی هر جامعه می‌توان کارکردهای تأمین نیازهای فیزیولوژی، ایجاد ارتباط جمعی، دادن هویت فرهنگی خاص بر اعضا، حفظ و تداوم و بقای جامعه و ایجاد و حفظ همبستگی و انسجام اجتماعی ذکر کرد." (پناهی، ۱۳۸۵: ۱۰۱) هرچند نظام فرهنگی هر جامعه حلقه‌های به هم متصل و پوشش دهنده را می‌طلبد اما نظام رسانه‌ای موجود اختلالاتی هم ایجاد می‌کند و این نظم فرهنگی و محتوایی را تغییر می‌دهد. چنین شرایطی آثار دوگانه و متناقض گسترش ارتباطات جمعی بر وحدت نمادی جامعه را بوجود می‌آورد. مسعود چلبی در کتاب خود به این مسئله توجه کرده که از یک سو گسترش کتب،

مطبوعات، رادیو و تلویزیون، ویدئو و یا شبکه‌های اطلاع‌رسانی، می‌توانند باعث تحکیم وحدت نمادی شوند و از سوی دیگر همین رسانه‌ها به همراه ماهواره‌هایی که پخش برنامه‌های تلویزیونی کشورهای مختلف را برعهده دارند، می‌توانند اسباب تضعیف وحدت نمادی جامعه را فراهم کنند. به عبارت ساده‌تر، شهروندان جوامع معاصر، به ویژه جوامع پیرامون، نه تنها در معرض مستقیم سمبولیسم شناختی و سمبولیسم اظهاری بیگانه قرار گرفته‌اند، بلکه در معرض بمباران نمادی آن‌ها نیز هستند. (چلبی، ۱۳۷۵) فضای مجازی مجموعه‌ای از فرصت‌ها و تهدیدها را برای ما فراهم می‌سازد. از جمله تهدیدهای رسانه‌ها تغییر در سبک زندگی است که "با سیطره یک فرهنگ، پلورالیسم فرهنگی را از بین ببرند و یک فرهنگ را با مؤلفه‌هایی که از روابط جدید اجتماعی و سیاسی بهره می‌برد، بر همه افکار، فرهنگ‌ها و تمدن‌ها حاکم سازند. جهانی شدن سیاست، فرهنگ و اقتصاد، برخی ارزش‌ها و آموزه‌هایی را با خود همراه دارد که عمدتاً در تعارض با باورها و ارزش‌های دینی و تصورات فرد مسلمان از سبک زندگی اسلامی است." (سجادی، ۱۳۸۱: ص ۴۷ تا ۵۹) اما در کنار این تهدید بزرگ، پست مدرن‌ها، بر فرصت شکل‌گیری "گفتگو" در چنین فضایی تأکید دارند. "آموزش پنهان"، الگوآفرینی دینی، سرگرمی و تفریح و از جمله دیگر فرصت‌هایی است که در این فضا از آن نام برده می‌شود. (همان: ۶۲ و ۶۳) مصرف رسانه‌ای به ویژه رسانه‌های جدید می‌تواند به عنوان عاملی برای قشر بندی سبک زندگی ملاک نظر قرار گیرند. نفوذ فناوری بویژه رسانه‌ها در زندگی و میزان، کیفیت و شیوه‌های بهره‌مندی از آن می‌تواند به عنوان عاملی برای تمایز سبک‌های زندگی باشد. سبک زندگی لایه رویین و آشکار هویت یک جامعه را شکل می‌دهد. کلویانی آرانی (۱۳۸۸: ۲۸) سبک زندگی را مبین بخشی از فرهنگ می‌داند که در جوامع امروزی نقش مهمی در زندگی مردم ایفا می‌کنند. هر جامعه‌ای زمانی می‌تواند ثمره و محصول جهان بینی و ایدئولوژی خود را به دیگران نشان دهد که سبک زندگی او متناسب با باورها و ارزش‌هایش شکل یافته باشد. (شریفی و همکاران، ۱۳۹۱: ۴)

این گفته که رسانه‌ها هر روز فضای جهان را در می‌نوردند، کلامی است که بارها تکرار شده اما گاه با دیدن بعضی مناطق و سکونت‌گاه‌هایی که سطح زندگی مردم در

آن ضعیف است، این سؤال برای ما تداعی می شود که آیا رسانه‌ها ویژگی فراگیری خود را در همه جا حفظ کرده‌اند؟ این رسانه‌ها در قالب چه ابزارهایی خود را در این مناطق نشان می‌دهند؟ رسانه‌ها برای این منطقه فرصت‌آفرین‌اند یا زمینه تهدید را شکل می‌دهند؟ منطقه و سکونتگاه‌های مورد پژوهش در این مقاله، استان سیستان و بلوچستان است و سؤال اصلی آن است که این استان به لحاظ بهره‌گیری از رسانه‌ها در چه وضعیتی است؟ رسانه چه تأثیری بر تغییر نگرش و سبک زندگی مردم سیستان و بلوچستان داشته است؟ این مقاله با طرح پرسش‌هایی از این دست و با هدف تغییر و بهبود در سطح زندگی مردم این استان صورت گرفته است. مشاهده میدانی از وضعیت زندگی در برخی استان‌های مرزی ایران نشان می‌دهد که مردم آنها به دلایل متعدد، از سطح زندگی ضعیفی برخوردارند و نوع گسترش رسانه‌ها در قالب ابزارهای متنوع، منجر به شکل‌گیری فرصت برای مردم این استان نشده است.

روش‌شناسی

موضوع مورد مطالعه در تحقیق، همواره تعیین‌کننده روش است. به طور مثال در بحث از آراء و اندیشه‌ها در موضوعی خاص، بیش از همه از اسناد و کتب بر جای مانده استفاده می‌شود. این روش برای بررسی دیدگاه‌ها و جمع‌آوری آرای متفکران و نقد و بررسی، و بازنمایی رویکرد نظری آن مناسب است. به این ترتیب در راستای بازنمایی و تحلیل در چارچوب نظری مقاله، از روش اسنادی و کتابخانه‌ای استفاده شده است. در این روش باید از سطح تحلیل توصیفی عبور کرده و به سطح تبیینی و انتقادی رسید. روش اسنادی زمانی به کار برده می‌شود که یا تحقیقی تاریخی در دست انجام باشد و یا آنکه تحقیق مرتبط با پدیده‌های موجود بوده ولی محقق در صدد شناسایی تحقیقات قبلی در مورد آن موضوع برآمده باشد. و یا آنکه پژوهش نیاز به استفاده از اسناد و مدارک را ایجاب نماید. (ساروخانی، ۱۳۹۳: ۲۵۶) با استفاده از این روش امکان فراتر رفتن از زمان پژوهش و کاوش تفسیری وقایع اجتماعی پیشین میسر می‌شود. تجزیه و تحلیل اسناد و داده‌های موجود، از جمله روش‌های محسوس تولید داده در میدان مطالعه است. این روش می‌تواند چشم‌انداز جدید و فیلتر نشده‌ای را به روی میدان و فرآیندهای جاری در آن بگشاید. کشف،

استخراج، طبقه‌بندی و ارزیابی آراء و ایده‌ها نیز از جمله فرآیندهای فنون روش اسنادی در این تحقیق است. در این پژوهش با بهره‌گیری از روش اسنادی و کتابخانه‌ای در بررسی کارهای انجام شده تاکنون، تلاش شده به بررسی دقیق‌تر این موضوع از خلال بررسی سطح زندگی مردم در این استان با شاخص‌های گوناگون پرداخته شود.

در کنار استفاده از روش اسنادی و مرور کارها و دیدگاه‌های موجود در این زمینه، روش انجام این تحقیق کیفی و تکنیک به کار برده شده در آن مصاحبه است. همان‌طور که می‌دانید تحقیق کیفی بر پایه برداشت نظری و روش‌شناختی واحدی قرار ندارد. از جمله ویژگی‌های مباحثات و اجرای تحقیق کیفی می‌توان به تنوع رویکردهای نظری و روش‌های آن‌ها اشاره کرد. "در این حوزه یک دسته از تحقیقات به مطالعه دیدگاه‌های ذهنی می‌پردازند. دسته دیگر شکل‌گیری و جریان تعاملات را مطالعه می‌کنند، و دسته سوم به دنبال آنند که ساختارهای میدان اجتماعی و معنای پنهان اعمال کنشگران را بازسازی کنند." (فلیک، ۱۳۸۷: ۱۸) شیوه‌های پژوهش کیفی برای کمک به پژوهشگر برای درک افراد انسانی و بسترهای اجتماعی و فرهنگی که انسان‌ها در آن زندگی می‌کنند، شکل گرفته‌اند. "در پژوهش کیفی هدف درک پدیده‌ها از نقطه نظر مشارکت‌کنندگان و در بستر نهادی و اجتماعی خاص آن‌هاست که این هدف هنگام کمی‌سازی یافته‌ها نادیده گرفته می‌شود." (دانایی فرد و دیگران، ۱۳۸۶: ۱۴) در پژوهش کیفی، شکل‌گیری مفهوم بخش اصلی از تحلیل داده‌ها است و در طی جمع‌آوری داده‌ها شروع می‌شود، بنابراین مفهوم‌سازی روشی است که محقق کیفی داده‌ها را سازماندهی و درک می‌کند. محققان کیفی به دنبال یافتن الگوها و روابط می‌باشند، اما آنها تحلیل را در حالی که هنوز در حال جمع‌آوری داده‌ها هستند شروع می‌کنند، به گونه‌ای که نتایج تحلیل‌های اولیه، مراحل بعدی جمع‌آوری داده‌ها را هدایت می‌کند. به عبارتی دیگر، نظریه و اطلاعات به موازات هم حرکت می‌کنند و مکمل یکدیگرند. تکنیک به کار گرفته شده در این مقاله، مصاحبه است که انواع گوناگونی دارد و محقق با توجه به شرایط و موضوع تحقیق، از یکی از آن‌ها بهره می‌برد. در این مقاله با توجه به پایین بودن سطح دانش عمومی در منطقه،

از روش مصاحبه با متخصصان استفاده شده است. افرادی که از سطح تحصیلات بالایی در حوزه سواد رسانه‌ای بهره‌مند هستند و در استان سیستان و بلوچستان حضور طولانی مدت داشته‌اند. "در اینجا به مصاحبه‌شونده نه به عنوان یک کل یا شخص بلکه به قابلیتش به عنوان متخصص در یک حوزه خاص توجه می‌شود. متخصصان نه به عنوان یک مورد منفرد بلکه به منزله نمایندگان یک گروه در نمونه گنجانده می‌شوند." (فلایک، ۱۳۸۷: ۱۸۳) در اینجا از روش نمونه‌گیری رایج در پژوهش‌های کیفی یعنی نمونه‌گیری تئوریک استفاده شده است که طی فرآیند پیوسته و مستمری، داده‌ها را جمع‌آوری، کدگذاری و تحلیل می‌کند. در این پژوهش از جامعه‌ای آماری، به تعداد ۲۰ متخصص استفاده شده و با طرح پرسش‌هایی متناسب با چارچوب نظری مقاله، مصاحبه‌کتابی و نیمه‌باز صورت گرفته است. در این نوع مصاحبه، طرفین یعنی پرسشگر و پاسخگو، محدودیت‌هایی احساس می‌کنند. یعنی پرسشگر باید صرفاً موضوع‌های معینی را مطرح کند و فقط در خصوص آن‌ها جواب دریافت کند. پرسش نیمه‌باز برخلاف پرسش بسته، پاسخگو را محدود به انتخاب پاسخی یگانه از فهرستی معین نمی‌کند بلکه پرسشی است که "مقابل آن خالی است تا پاسخگو، پاسخ خود را در آنجا بنویسد." (بیکر، ۱۳۸۶: ۲۰۶) پاسخ‌های ارائه شده از سوی متخصصان پیرامون نوع مصرف رسانه‌ای در سه امر آموزش، اوقات فراغت و امنیت دسته‌بندی شده و در جدول آمده است. در پایان شرحی از نتایج این مصاحبه‌ها در سه بخش آموزش، اوقات فراغت و امنیت ارائه شده است.

پیشینه تحقیق

در بررسی استان‌های مرزی همواره با پیش‌شرطی روبه‌رو هستیم که نادیده گرفتن آن، روند برنامه‌ریزی و سیاستگذاری را با مشکل روبه‌رو می‌کند. برخورداری و بهره‌مندی از امکانات زندگی، نیازمند شرایط و زیرساخت‌هایی است که نبود یا کمبود آن‌ها، منطقه را با شرایط دشوار روبه‌رو می‌سازد. از جمله مهم‌ترین شرایط، وجود امنیت است. وجود امنیت، امری است که زمینه هر نوع پیشرفت و توسعه و تغییر در سبک زندگی را در راستای بهبود و برخورداری بیشتر فراهم می‌سازد. از جمله عوامل مهمی که امنیت سیستان و بلوچستان و به تبع آن امنیت اقتصادی و اجتماعی را

همواره تحت تأثیر قرار داده، شکاف‌های مذهبی و قومی و به تبع آن شکاف‌های اجتماعی و اقتصادی است. عدم امنیت حاصل از شکاف‌های اجتماعی همواره موجب تقسیم و تجزیه جمعیت و تکوین گروه‌های مختلف می‌گردد. این شکاف‌ها متأثر از ویژگی‌های جغرافیایی و تنوعات تاریخی است. به این معنی که نوع و شمار و نحوه صورت‌بندی شکاف‌های اجتماعی بر حسب عوامل مختلف از جامعه‌ای به جامعه دیگر و از زمانی به زمان دیگر در درون یک کشور متغیر است. بر حسب این تنوع می‌توان شکاف‌ها را به فعال یا غیرفعال و ساختاری یا تاریخی تقسیم کرد" (بشیری، ۱۳۸۸: ۹۵ و ۹۶) استان‌های مرزی ایران همواره با مشکل امنیت مرزها روبه‌رو بوده است. رابطه امنیت و بهبود اوضاع اقتصادی، مجموعه مقالات متنوعی را در رابطه با استان سیستان و بلوچستان شکل داده که با توجه به ناامن بودن مرزهای شرقی، این موضوع در مقالات متعددی مورد توجه قرار گرفته است. طلوعی (۱۳۹۵) با رویکرد توجه به توسعه، بر همبستگی و مشارکت عمومی قومیت‌ها در این مسیر توجه کرده و در مقاله‌ای با عنوان "رابطه مناسبات قومی و امنیت در استان سیستان و بلوچستان" ورود عناصر بیگانه به ساخت سیاسی کشورها با سوء استفاده از ناهمگونی اقوام و اقلیت‌های قومی و مذهبی را، متأثر از عوامل داخلی و سیاست‌های منطقه‌ای و بین‌المللی این کشورها می‌داند. اما شرایط غالب بر استان سیستان و بلوچستان و ضعف موجود در سطح پایین میزان برخورداری‌ها، زمینه توجه بیشتر پژوهشگران به این استان و مسائل آن را با رویکرد توسعه و پیشرفت، فراهم کرده است. سطح پایین برخورداری‌ها، مسئله مهمی را پیش‌روی اکثر پژوهشگران قرار داده که چگونه این شرایط برای استان سیستان و بلوچستان رقم خورده است. توجه به زوایا و ابعاد گوناگون این مسئله، مجموعه مقالات متعددی را در این حوزه گردآورده است. در مقاله‌ای با عنوان "ارزیابی میزان توسعه‌یافتگی شهرستان‌های استان سیستان و بلوچستان" کریم‌زاده (۱۳۹۸) با هدف بررسی سطح توسعه‌یافتگی شهرهای استان به بررسی سطح خدمات رفاه اجتماعی توجه کرده است. در مقاله‌ای دیگر با عنوان "برآورد تابع تقاضای مواد غذایی خانوارهای شهری استان سیستان و بلوچستان" احمدی‌جاوید و همکاران (۱۳۹۴) به بررسی میزان تقاضای مواد غذایی از راه بررسی

داده‌های خام درآمد و هزینه خانوارها پرداخته‌اند. عبدالعزیز آبتین (۱۳۹۰) نیز با رویکرد توجه به سطح توسعه‌یافتگی در استان به بررسی " شیوه‌های نوین توسعه کارآفرینی در استان سیستان و بلوچستان" توجه کرده است. این مقاله نیز به درستی معتقد است که این استان با وجود برخورداری از منابع طبیعی فراوان از میزان تولید، درآمد و رفاه پایینی برخوردار است و توسعه کارآفرینی از عوامل زمینه‌ساز تغییر در این حوزه است. این مسئله مجدداً در مقاله دیگری که توسط باقر کرد و همکاران (۱۳۹۲) انجام شده به بررسی کارآفرینی روستایی در استان توجه داشته است. نتیجه این پژوهش قابل تأمل است؛ این مقاله نشان می‌دهد که به اعتقاد مشارکت‌کنندگان در تحقیق، متغیرهایی چون توانمندسازی زنان و دختران روستایی و توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در روستاهای استان با توسعه کارآفرینی روستایی ارتباط معناداری ندارد. نتیجه این مقاله را به‌گونه‌ای دیگر نیز می‌توان تحلیل کرد. همان‌طور که می‌دانید نوع و میزان مصرف افراد نسبت به انواع کالا و خدمات، تعیین‌کننده سطح رفاه اجتماعی است. بیشتر این کالاها و خدمات در استان سیستان و بلوچستان به کالاهای اساسی و ضروری مردم خلاصه شده و حتی در نتیجه نظرسنجی در پژوهشی که به آن اشاره شد، توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات یا به عبارتی سطح مصرف روستاییان، با توسعه و بهبود سطح معیشتی از نظر مردم این مناطق ارتباط معناداری ندارد. این مهم، به این معناست که نوع نگاه مردم، جایگاهی مستقل برای شاخص مصرف روستاییان قائل نبوده و به عنوان امری تأثیرگذار بر تغییر سبک زندگی رو به پیشرفت و توسعه به آن توجه نشده است. توجه به رویکرد توسعه و نیازهای مادی اساسی، موجب عدم توجه بر نیازهای مادی فرهنگی شده است. سبک زندگی و توجه به آن نیز در مجموعه مقالات مرتبط با استان سیستان و بلوچستان نسبت به مجموعه مقالات توسعه، از توجه و اقبال چندانی برخوردار نبوده است. از منظر مردم‌شناختی به نوع زندگی دو قوم سیستانی و بلوچ توجه شده اما به سبک زندگی با شاخص‌های تعریف شده پیرامون آن کمتر توجه شده است. در این باره می‌توان به کارزارعی و همکاران (۱۳۹۳) اشاره کرد که با بررسی تأثیر سبک زندگی سالم بر استرس شغلی، در صدد بررسی تأثیر شاخص‌های یک سبک زندگی سالم بر

سلامت افراد بوده‌اند. با توجه به پیشینه موجود، در پژوهش حاضر برآنیم تا با بررسی مفهوم سبک زندگی و نوع آن در استان سیستان و بلوچستان، به ارائه شرحی از رفتارهای مصرفی مردم در منطقه مخصوصاً مصرف رسانه‌ای مردم در این استان بپردازیم.

چارچوب مفهومی

سبک زندگی

رواج فزاینده کاربرد مفهوم سبک زندگی، ناشی از چرخش چند دهه اخیر علوم اجتماعی به سمت فرهنگ است و نشان از آن دارد که سنخ‌شناسی موجود متکی بر مفهوم طبقه اجتماعی در تحلیل‌های جامعه‌شناسانه، توان تبیین این گسترده‌گی را نداشته است. براین اساس می‌تواند مفهومی همچون سبک زندگی که گسترده‌گی و عمق کردارهای معمول زندگی را توصیف می‌کند، به عرصه‌گفتمان مطالعات فرهنگی ورود پیدا کند. سبک زندگی با رشد فزاینده مطالعات فرهنگی، جایگاه و اهمیت زیادی را به مصرف رسانه‌ای معطوف داشته است.

لغت‌نامه انگلیسی آکسفورد، مدعی است اولین استفاده از اصطلاح سبک زندگی توسط آلفرد آدلر روان‌شناس، صورت گرفته است. او این اصطلاح را در سال ۱۹۲۹ برای اشاره به ویژگی اصلی فرد که در کودکی شکل می‌گیرد و بر تمام واکنش‌ها و رفتارهای او حاکم است، به کار برد. جورج زیمل از این اصطلاح در فلسفه پول که در سال ۱۹۰۰ در آلمان منتشر شد، اما ترجمه انگلیسی آن تا دهه ۱۹۶۰ در دسترس نبود، استفاده کرد؛ ماکس وبر از این اصطلاح در کتاب اقتصاد و جامعه در سال ۱۹۲۲ استفاده کرد، اما بازهم ترجمه انگلیسی این کتاب تا مدت‌ها فراهم نبود. سبک زندگی توسط وبر به عنوان ابزار مهمی در مدل چند بعدی قشربندی اجتماعی قلمداد کرد. (اشتیاقی و مسلمی، ۱۳۸۹) آنسباچر سابقه استفاده از این اصطلاح در نوشته‌های فرانز سوی و آلمانی را به قرن‌های هجدهم و حتی شانزدهم برمی‌گرداند. مفهوم سبک زندگی در تحقیقات آمریکایی درباره حومه‌نشینی در دهه ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ به طور وسیعی استفاده شد و گرچه شاید این واژه در مطالعات اولیه مربوط به جامعه بطور واضح استفاده نشده باشد، اما سوابق ایده آن در آن‌ها دیده می‌شود. در طی دهه‌های

۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ سبک زندگی، در صورت‌های مختلفش به عنوان موضوع اصلی در برخی حوزه‌ها ظهور یافت. (جی ویل، ۱۳۹۵: ۳۷ و ۳۸) رهیافت‌های تحقیقی متنوعی جهت استفاده از مفهوم سبک زندگی وجود دارد. رهیافت‌های وبری، خرده فرهنگی، روانشناختی، تحقیقات بازار و روانکاوی، اوقات فراغت و گردشگری، سبک زندگی‌های مکانی، سوسیالیستی، فرهنگ مصرف‌کننده، جنسیت و گروه‌های متفرقه؛ رهیافت‌های نه‌گانه‌ای هستند که می‌توان به صورتی تفصیلی و جداگانه درباره هر یک از آن‌ها صحبت کرد. از طرفی جهت تحلیل سبک زندگی با مجموعه‌ای از مفاهیم رو به رویم که تحت عناوینی چون فعالیت‌ها و رفتارها، ارزش‌ها و نگرش‌ها، گروه‌ها درمقابل افراد، تعامل گروهی، انسجام، قابل شناسایی بودن و انتخاب، توانایی محقق را در بررسی بالا می‌برند. (همان: ۶ تا ۵۰) براساس این مفاهیم تعریفی از سبک زندگی به دست می‌آید که به آن، قابلیت کاربرد داده و به لحاظ نظری نیز آن را سودمند می‌سازد. به این ترتیب "سبک زندگی الگوی متمایزی از رفتار شخصی و اجتماعی است که مشخصه یک فرد یا گروه است. رفتار شامل رفتارهایی است که در این روابط دخیل است. ارتباط با دیگر شرکا، خانواده و خویشاوندان، دوستان، همسایگان و همکلاسی‌ها، رفتار مصرفی، اوقات فراغت، کار با دستمزد و بدون دستمزد و فعالیت مدنی و دینی. الگوهای رفتار که با ارزش‌ها و ویژگی‌های اجتماعی- جمعیتی پیوند دارد، ممکن است درجات مختلفی از تعامل اجتماعی، انسجام و قابل شناخت بودن را دارا باشند و در فرآیندی از انتخاب گسترده یا محدود شکل گیرند." (همان: ۵۹ و ۶۰) در کنار سایر شاخص‌هایی که براساس آن اқشار اجتماعی از هم متمایز می‌شوند، رفتارهای مصرفی مخصوصاً مصرف رسانه‌ای به واسطه ضریب نفوذ و گستره‌ای که دارا است نیز به موضوعی درخور توجه در توصیف سبک زندگی تبدیل شده است. در واقع ارتباط این شاخص (مصرف رسانه‌ای) با سایر شاخص‌ها در حوزه رفتارهای مصرفی، می‌تواند نگاهی جامع‌تر از سبک زندگی اқشار یا قومیت‌های مختلف جامعه به ما ارائه کند. در این مقاله تلاش می‌شود تا با ارائه توصیفی از سبک زندگی مردم سیستان و بلوچستان در رفتارهای مصرفی، مخصوصاً مصرف رسانه‌ای، به این مهم توجه بیشتری مبذول شود. بررسی نوع مصرف و تنوع موجود در این حوزه، هم سبک زندگی افراد را به ما

نشان می‌دهد و هم زمینه مقوله‌بندی نیازها و مصارف را برای ما فراهم می‌سازد. پژوهشگرانی که با مقوله‌بندی نیازها و مصارف سروکار دارند، مقیاس‌های مشابهی را پیشنهاد کرده‌اند. درونوسکی و اسکات از سه مقوله نیازهای اساسی گفتگو می‌کنند: "الف) نیازهای اساسی مادی (تغذیه، سرپناه و بهداشت) ب) نیازهای اساسی فرهنگی (آموزش، فراغت و تفریح، امنیت) ج) نیازهای والاتر." (عظیمی آرانی، ۱۳۷۶: ۴۷)

با توجه به موضوع این مقاله که رابطه متقابل سبک زندگی و مصرف رسانه‌ای در آن مورد توجه قرار گرفته، برآنیم تا با بررسی نیازهای اساسی مادی و نیازهای اساسی فرهنگی در قالب سه شاخص آموزش، فراغت و تفریح، و امنیت با محوریت نوع مصرف رسانه‌ای، به بررسی سبک زندگی مردم در این استان بپردازیم. همچنین برآنیم تا با بررسی رابطه متقابل نیازهای اساسی مادی و فرهنگی بر یکدیگر، تأثیر و تأثر این نیازها بر یکدیگر را بهتر بشناسیم.

۱) نیازهای اساسی مادی در سیستان و بلوچستان

استان سیستان و بلوچستان با وسعتی حدود ۱۸۷۵۰۲ کیلومتر مربع، در جنوب شرقی ایران واقع شده و از این لحاظ پس از استان کرمان در رتبه دوم قرار دارد. از شمال به استان خراسان جنوبی، از جنوب به دریای عمان، از شرق به کشورهای پاکستان و افغانستان و از غرب به استان‌های کرمان و هرمزگان محدود گردیده است. مرکز آمار ایران، (۱۳۹۸) این استان از دو ناحیه سیستان و بلوچستان تشکیل شده است. سیستان شامل زابل و شهرهای اطرافش است و بلوچستان دربرگیرنده بقیه شهرها از زاهدان تا چابهار می‌باشد. (سالنامه آماری استان سیستان و بلوچستان، ۱۳۹۸: ۲).

رفتارها و الگوهای مصرفی مردم، یکی از شاخص‌های نشان دهنده سبک زندگی و میزان برخورداری مردم یک منطقه است. ابعاد گوناگون این مسئله را می‌توان با مفهوم سطح رفاه اجتماعی مورد بررسی قرار داد. همان‌گونه که درپیشینه مقاله اشاره شد، ضعف موجود در میزان برخورداری‌ها در این استان، زمینه توجه بیشتر پژوهشگران به موضوع رفاه اجتماعی با رویکرد توسعه را در سطح تأمین نیازهای اساسی مادی فراهم کرده، و سایر نیازها من جمله نیازهای اساسی فرهنگی و والاتر که

زمینه فراهم شدن هرچه بیشتر نیازهای اساسی مادی را به وجود می‌آورد مورد توجه قرار نگرفته است. بر این اساس مجموعه اطلاعات و گزارش‌های جامعی در خصوص سطح رفاه اجتماعی با رویکرد نیازهای اساسی مادی موجود است که به شرح آن می‌پردازیم.

رفاه اجتماعی را می‌توان مجموعه‌ای متشکل از خدمات، مؤسسات و نهادها برای تأمین زندگی مطلوب و برخورداری از موهبت‌های طبیعی و منابع اجتماعی تعریف کرد. طرفداران رفاه اجتماعی معتقدند که جنبه‌های خاصی از زندگی اجتماعی نباید به دست خیال پردازی ای بازار سپرده شود. این اهداف رفاهی شامل تولید امکانات رفاهی معمول است اما در نظریات جدید، مهیا کردن شرایط بهتر از جمله بیمه بیکاری نیز یک اولویت دانسته شده است. اجرای سیاست‌های حمایتی در راستای تأمین رفاه اجتماعی برای همگان، یکی از سیاست‌های مورد پذیرش کشورها در سطوح مختلف توسعه است. (اسلامی، ۱۳۹۳: ۵) همان‌طور که توسعه‌یافتگی در کشورهای مختلف جهان دارای مراتب گوناگون است، در داخل یک کشور نیز روند توسعه‌یافتگی بین استان‌ها و مناطق مختلف یکسان نمی‌باشد. ایران نیز تاکنون از این قاعده مستثنی نبوده است. توسعه‌یافتگی کشور با توجه به توزیع فضای ناهمگن منابع و همچنین عوامل مختلف اقتصادی، اجتماعی و اقلیمی مناطق، دارای روندی متناسب نمی‌باشد. "به عبارت دیگر به علت امکانات بالقوه منطقه‌ای، توسعه‌یافتگی استان‌های کشور ممکن است در بخش‌های مختلف صنعتی، کشاورزی و خدمات با یکدیگر متجانس نباشد." (مولایی، ۱۳۸۶: ۲۴۲) سطح بندی توسعه، وضعیت هر یک از مناطق را نسبت به یکدیگر مشخص می‌کند. در کشور ما سیاست‌های غیراصولی گذشته در مکان‌یابی‌های صنعتی و خدماتی و روند تمرکزگرایی در تک شهر مسلط و مادر شهر ناحیه‌ای، موجبات اصلی نابرابری‌های ناحیه‌ای بوده است. سیستان و بلوچستان از جمله استان‌هایی است که این سیاست‌های غیراصولی، وضعیت کنونی سطح معیشت در آن را با مشکلات متعددی روبه‌رو کرده است. سطح رفاه اجتماعی استان سیستان و بلوچستان در پژوهش‌های مختلفی مورد بررسی قرار گرفته است. در یکی از این پژوهش‌ها با استفاده از دو تکنیک تاپسیس و روش موریس و مقایسه و اعتبار سنجی

به دست آمده از این دو روش نشان داده که " که خدمات رفاه اجتماعی در استان پهناور سیستان و بلوچستان به صورت عادلانه توزیع نشده و شاهد شکاف بسیار زیادی بین برخوردارترین شهرستان (زاهدان) و محروم‌ترین شهرستان‌ها (با شهرستان فنوج ۶۷ درصد و با شهرستان میرجاوه ۵۳ درصد) استان هستیم." (کریم‌زاده، ۱۳۹۸: ۱۳)

در بحث از حاصل برآورد تابع تقاضای مواد غذایی در خانوارهای شهری این استان این نتیجه حاصل شده که کشش‌های درآمدی همه کالاها مثبت است و این نشان می‌دهد که تمام گروه‌های کالایی نرمال هستند و در شرایط ثابت افزایش درآمد تأثیر مثبتی بر مقدار تقاضای این کالاها و بودجه اختصاص یافته به آن‌ها دارد. "کشش درآمدی گروه کالای نان و غلات، شیر و تخم پرندگان، حبوبات و سبزی‌ها، قند و شکر، چای و نوشیدنی‌ها و ادویه‌ها و چاشنی‌ها کمتر از یک است که نشان می‌دهد این کالاها، ضروری هستند؛ بنابراین افزایش (کاهش) یک درصدی درآمد، مقدار تقاضای این کالاها را کمتر از یک درصد افزایش (کاهش) خواهد داد. از سوی دیگر به دلیل اینکه کشش‌های درآمدی برای گروه کالاهای گوشت، روغن‌ها و چربی‌ها، و میوه‌ها و خشکبار بالاتر از یک می‌باشد، از جمله کالاهای لوکس به شمار می‌آیند. در میان نه گروه کالا، کمترین کشش درآمدی مربوط به گروه حبوبات و سبزی‌هاست و نشان می‌دهد که مصرف این گروه کالا، کمترین تأثیر را از درآمد می‌گیرد. به احتمال زیاد این رفتار به دلیل پایین بودن سهم هزینه این گروه از کل مخارج رخ می‌دهد؛ همچنین بیشترین کشش درآمدی نیز به گروه گوشت تعلق دارد که همان‌گونه که پیش از این هم گفته شد، نشان دهنده این است که مصرف این گروه کالا به وسیله خانوارهای شهری استان سیستان و بلوچستان به شدت به درآمد آن‌ها وابسته بوده و با افزایش و کاهش درآمد مقدار مصرف این کالا نیز افزایش یا کاهش می‌گیرد." (احمدی جاوید و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۰۳ و ۱۰۴) بررسی‌هایی که در جهت سطح سنجش رفاه اجتماعی در سیستان و بلوچستان صورت گرفته نشان می‌دهد که سطح رفاه اجتماعی با شاخص‌های گوناگون تعریف شده در آن‌ها، پایین است.

بر اساس آمارهای موجود، سیستان و بلوچستان از نظر بسیاری از شاخص‌های اجتماعی، اقتصادی و توسعه، جزو محروم‌ترین استان‌های کشور است. "این استان با مجموعه محرومیت‌های زیرساختی، فقر و نابرابری، مشکلات آموزشی و سلامت رو به روست. به همین دلیل گرایش به قاچاق سوخت و مواد مخدر به دلیل نبود زیرساخت‌های مناسب اقتصادی و ضعف زمینه‌های اشتغال سالم در این استان وجود دارد." (طلوعی، ۱۳۹۵: ص ۱۲۴) بنابراین سیاستگذاری‌های غلط توسعه‌ای، پایین بودن سطح رفاه اجتماعی را برای این منطقه به وجود آورده که زمینه شکل‌گیری چرخه‌ای معیوب از تداوم فقر در منطقه را شکل می‌دهد و در نهایت استان سیستان و بلوچستان را به استانی فقیر با سبک زندگی ضعیف و فقیرانه تبدیل کرده‌اند.

فقر مفهومی است که درک آن به طور انتزاعی خیلی دشوار نیست، اما بیان آن به شکلی مناسب و عملی تقریباً غیرممکن است. در ابتدا، فقر به عنوان یک مسئله فردی و مربوط به امرار معاش و ناشی از ناکامی‌های فرد تلقی می‌شد که کار برای آنانی که به راستی به دنبال آن بودند به اندازه کافی وجود دارد، و اگر مردم فقیرند به دلیل تنبلی‌شان است. حتی گفته می‌شد که همه به جز "ابلهان" می‌دانند که طبقات پایین باید فقیر نگه داشته شوند در غیر این صورت آنها هرگز سخت‌کوش نخواهند بود. به ویژه از زمانی که مذهب جدید، یعنی پروتستانتیسم به تبلیغ این اندیشه پرداخت که کار نکردن و یا سخت‌کوش نبودن به هنگام کار یک گناه است، چون این تلف کردن وقت خداوند است. در انتهای این دوره داروینیست‌های اجتماعی عقیده داشتند که وضع نامطلوب زندگی فقرا باید به عنوان یک وسیله مناسب برای نابودی ضعف و ارتقا موقعیت شایسته‌ها به حساب آید. ویلیام گراهام سامنر در دهه ۱۸۸۰ استدلال می‌کرد که نظام طبیعت رقابتی است و به بشر بر اساس توانایی‌اش پاداش داده می‌شود. با این توصیفات در طول چند سده گذشته، با اینکه جوامع در حال به رسمیت شناختن برابری افراد بشر بود و آن را در نظر می‌پذیرد، اما اقدامات کافی برای بهبود شرایط نابرابر که باعث محرومیت می‌گردید انجام نشد. در قرن حاضر، به ویژه بعد از بحران بزرگ و جنگ جهانی دوم، دیدگاه‌ها تغییر یافت و جامعه فقر را به عنوان یک آسیب اجتماعی ناشی از اجبارهایی خارج از اختیار فرد، تلقی نمود.

عظیمی آرانی، ۱۳۷۶: ۴۲) توجه به این تعریف از فقر، دریچه‌ای را به روی مسئولان و سیاستگذاران اجتماعی گشود تا جدا از رفتارهای اجتماعی و اقتصادی فرد فقیر، به بهبود اوضاع معیشتی او کمک کنند. توجه به فقر به عنوان مسئله‌ای فردی یا اجتماعی، سیاست‌گذاری‌های متفاوتی را شکل می‌دهد. زمانیکه منطقه‌ای به عنوان مکانی فقیر، محروم یا کم‌برخوردار شناخته می‌شود، نوع نگاه عاملیت‌محور یا ساختارگرایانه به مسئله، زمینه را جهت بهبود یا بدتر شدن شرایط فراهم می‌کند. نگاه عاملیت‌محور، فقر را حاصل عدم تلاش فرد در به دست آوردن ثروت تلقی می‌کند؛ اما نگاه ساختارگرایانه مجموعه‌ای از شرایط را زمینه‌ساز اصلی عدم تلاش و تحرک در این مسئله می‌داند. استان سیستان و بلوچستان به تأیید بسیاری از پژوهش‌ها در موقعیتی قرار گرفته که مجموعه‌ای از شرایط اقتصادی، اجتماعی، جغرافیایی و زمینه سیاست‌گذاری‌های غلط نسبت به این منطقه را شکل داده، و ساختاری فقیر و کم‌برخوردار را برای استان رقم زده است.

۲) نیازهای اساسی فرهنگی در سیستان و بلوچستان

همان‌طور که در چارچوب مفهومی گفته شد، رفتارهای مصرفی مخصوصاً مصرف رسانه‌ای به واسطه ضریب نفوذ و گستره‌ای که دارا است، به موضوعی درخور توجه در توصیف سبک زندگی تبدیل شده است. در واقع ارتباط این شاخص با سایر شاخص‌ها در حوزه رفتارهای مصرفی، می‌تواند نگاهی جامع‌تر از سبک زندگی اقشار یا قومیت‌های مختلف جامعه به ما ارائه کند. رسانه‌ها به ویژه در کشورهای در حال توسعه، سهم قابل توجهی در تغییر سبک زندگی دارند. بررسی‌ها نشان می‌دهد که رسانه‌ها از طریق ایجاد حس نیاز بین جوانان، سبک زندگی آن‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. با توجه به اینکه مصرف رسانه‌ای جز نیازهای اساسی فرهنگی است، با بررسی نوع مصرف رسانه‌ای مردم با شاخص‌هایی چون آموزش، اوقات فراغت، و امنیت به این مسئله پرداخته شد تا ارتباط میان الگوهای مصرفی با رفتارهای مصرفی و روابط متقابل آن‌ها با هم بیشتر شناخته شود. ارتباط این سه شاخص با نوع رسانه‌های مورد استفاده مردم، تبیین‌کننده سبک زندگی آن‌ها در حوزه کالاهای اساسی فرهنگی

است. بر اساس مصاحبه‌های صورت گرفته در این باره، اجماع نظری بر مبنای سؤالات طراحی شده وجود داشته که به صورتی مبسوط و مشروح ارائه می‌گردد:

۱-۲ نوع مصرف رسانه‌ای مردم در منطقه

ارزیابی صورت گرفته از مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که میزان دسترسی و مصرف مردم نسبت به رسانه‌های موجود اعم از رادیو، تلویزیون، ماهواره، تلفن‌های هوشمند، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، و روزنامه یکسان نیست. در این مصاحبه‌ها، اغلب متخصصان با تقسیم‌بندی منطقه به دو ناحیه شمالی و جنوبی یا به عبارت دیگر مناطق برخوردار و مناطق کم‌برخوردار به این موضوع پرداخته‌اند. بر این اساس مصرف رسانه‌ای غالب در همه مناطق تلویزیون، و کمترین رسانه مورد استفاده، روزنامه است. اگرچه تلویزیون به عنوان رسانه غالب، مورد استفاده مردم است اما نوع بهره‌مندی از شبکه‌ها در مناطق شمالی و جنوبی با یکدیگر متفاوت است. قوم بلوچ که در جنوب استان و نواحی کمتر برخوردار قرار دارد، با استفاده از ماهواره عمدتاً از رسانه‌های پاکستانی بهره می‌برد. ضعف سینمایی و سریالی را نیز محصولات هندی برای آن‌ها پرمی‌کنند. از تلویزیون جمهوری اسلامی کمتر استفاده می‌نمایند. دلیلی که بر این امر مترتب است، توجه به مسئله تفاوت‌های قومی و فرهنگی است. مصاحبه‌ها بر این نکته اشاره دارد که نام این شبکه برگرفته از دریاچه خشک شده‌ای در نواحی شمالی استان به نام "هامون" است و این گونه نامگذاری شبکه استانی مبتنی بر نواحی سیستانی‌نشین استان، بر اختلافات سیستانی‌ها و بلوچ‌ها در این زمینه دامن زده است. از این روی، بلوچ‌ها این شبکه را از آن خود نمی‌دانند. در بهره‌مندی از تلفن‌های هوشمند، اینترنت و فضای مجازی نیز، میزان دسترسی‌ها یکسان ارزیابی نمی‌شود. بر اساس مصاحبه‌های صورت گرفته، بهره‌گیری از اینترنت در نواحی برخوردارتر شمالی مثل زاهدان زیاد استفاده می‌شود اما در زابل و قسمت‌های جنوبی استان کمتر مورد استفاده است. این تقسیم‌بندی به معنای عدم بهره‌مندی کامل در نواحی جنوبی نیست بلکه به نسبت کمتری از آن استفاده می‌شود و همان‌طور که در پایین توضیح داده خواهد شد، نوع بهره‌مندی‌ها متفاوت است.

۲-۲ اوقات فراغت

به‌طور کلی میزان بهره‌گیری از رسانه‌ها در تأمین اوقات فراغت نسبت به دیگر مناطق کمتر ارزیابی می‌شود. تقسیم‌بندی منطقه به دو ناحیه شمالی و جنوبی به سبب نوع و میزان برخورداری‌ها، بر میزان بهره‌مندی از رسانه‌ها در گذران اوقات فراغت آن‌ها نیز اثرگذار بوده است. میزان بهره‌مندی ناحیه شمالی از تلفن هوشمند و اینترنت و شبکه‌های اجتماعی نسبت به ناحیه جنوبی بیشتر ارزیابی می‌شود. اما در تقسیم‌بندی دیگری که بر اساس دوگانه شهر و روستا صورت گرفته، به این موضوع توجه شده که در روستاها و مناطق حاشیه‌ای، اوقات فراغت بیشتر از همه از طریق دورهمی‌ها و تلویزیون تأمین می‌شود، البته شبکه‌های تلویزیونی غیرایرانی یا به عبارتی ماهواره. در واقع مبانی فرهنگی از طریق رسانه‌ها در این منطقه به عنوان امری قوی‌تر از مبانی دینی عمل می‌کند و شیعه‌های نواحی شمالی و مردم اهل تسنن نواحی جنوبی را به هم نزدیک می‌سازد. تسلط فرهنگی حاکم بر منطقه بیش از همه متأثر از همسایگی با پاکستان و حضور قوم بلوچ است که بخشی از این‌ها در ایران و بخشی در پاکستان زندگی می‌کنند. طبیعت و موسیقی در سبک زندگی بلوچی و تأمین اوقات فراغت، در بالاترین میزان ممکن مورد استفاده قرار می‌گیرد. با این حال افراد از میان شبکه‌های اجتماعی، در فضای اینستاگرام حضور چشمگیرتری دارند و تبادل کلیپ‌های "شوتی"ها، مواعظ مولوی‌ها، و ساخت کلیپ‌هایی با تصویرسازی‌های منفی از آخوندها، بین آنها بسیار محبوب است. کودکانی که دسترسی به گوشی‌های اندروید دارند، بیشتری صفحه "شوتی"ها، خودنمایی با سلاح و ... هستند. بخش‌های شیعه نشین شمالی نیز تحت تسلط فرهنگ شیعی با روایت پاکستانی از آن هستند تا ایرانی.

۲ نام دیگر آنها قاچاق‌بر است. این بار می‌تواند هر چیزی باشد؛ مجاز و غیرمجاز، قاچاق و غیرقاچاق. کالایی که عوارض گمرکی آن پرداخت نشده، به جای اینکه یکجا حمل شود، به خودروهای سواری داده می‌شود تا در صورت توقف توسط پلیس، زیان کمتری کرده باشند. در این سال‌ها که مشکلات اقتصادی و بیکاری رشد بالایی داشته است، تعداد شوتی‌ها هم زیاد شده است؛ به اندازه‌ای که می‌توان گفت شوتی هم تبدیل به شغل شده است.

۲-۳ آموزش

اساس و پایه هر توسعه‌ای آموزش و پرورش نیروی انسانی آن جامعه است. (میرکمالی، ۱۳۸۳: ۱۰۶) کمبود سرمایه‌گذاری در سرمایه‌های انسانی، عامل اصلی نازل بودن سطح رشد و توسعه در این استان است و تا زمانی که آموزش و پرورش، استفاده از علوم و دانش و افزایش سطح مهارت‌های حرفه‌ای ارتقا داده نشود، بازدهی و کارایی نیروی کار و سرمایه در سطح نازلی باقی می‌ماند و توسعه با کندی و هزینه‌های سنگین‌تر صورت می‌گیرد. در امر آموزش نیز، تقسیم‌بندی منطقه به دو ناحیه شمالی و جنوبی کمک زیادی به شناخت بهتر ما در این زمینه کرده است. همان‌طور که در بحث از نوع مصرف رسانه‌ای مطرح شد، عدم دسترسی یکسان مردم به رسانه‌ها در امر آموزش نیز صدق می‌کند و بر شکل آموزش در نواحی مختلف تأثیرگذار بوده است. بهره‌گیری از آموزش بین مردم سیستانی ساکن در ناحیه شمالی بسیار بالا بوده و میزان بالایی از افراد تحصیل کرده را برای استان رقم زده است. نواحی جنوبی استان، به نسبت از مراکز آموزشی کمتری برخوردار است و بهره‌مندی از مکتب‌خانه‌ها امری رایج است. بسیاری از مولوی‌های اهل سنت به شغل معلمی تمایل نشان می‌دهند. تدریس در این مکتب‌خانه‌ها به صورتی سنتی انجام می‌شود. مکتب‌خانه‌ها دو کارکرد عمده برای کودکان و نوجوانان در نواحی جنوبی استان دارند. یکی آنکه بعد از فارغ شدن از مدرسه، جهت آموزش قرآن به این محل می‌روند. دوم آنکه این سبک برای دختران منطقه جاافتاده که بتوانند هر موقع اراده کنند، درس خواندن در مدرسه را رها کرده و به مکتب بروند. ترک تحصیل اغلب بعد از کلاس ششم اتفاق می‌افتد. نبود مدرسه، کمبود معلم، دوری راه به کمک فقر اقتصادی، چرخه‌ای را شکل می‌دهد که نوجوانان را از ادامه تحصیل محروم می‌کند. سطح سواد دانش‌آموزان در استان پایین ارزیابی می‌شود و نتایج مصاحبه‌ها نشان می‌دهد نسبت به بازه زمانی نه‌چندان دور، مثلاً ده سال گذشته افت بسیاری در امر آموزش و پرورش صورت گرفته که دلایل متعدد اقتصادی و فرهنگی دارد. این مسئله یک دور باطلی از فقر و بی‌سوادی را در خود شکل می‌دهد؛ به این معنا که کم سوادی عمومی به نوبه خود شرایط اشتغال در حرفه‌های تخصصی را برای مردم بومی مهیا

نمی‌کند و گرایش عموم را به مشاغل غیرقانونی مثل قاچاق گسترش می‌دهد. در حال حاضر هم که به خاطر شیوع ویروس کرونا و تعطیلی اغلب مدارس در کشور، دانش‌آموزان با بهره‌گیری از فضای مجازی به امر آموزش اشتغال دارند، مدارس در برخی نواحی این استان فعال است و در آموزش کمتر بهره‌ای از شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی دارند. در این ایام (شیوع کرونا)، تلویزیون در آموزش نقش مؤثری داشته و اجاره گوشی بصورت روزانه تبدیل به امری رایج جهت دریافت آموزش شده است.

۴-۲ امنیت

اگرچه امنیت پیش شرط وجود هر نوع نیازی است و نقش مهمی در برآورده شدن نیازهای مادی اساسی دارد اما در این جا به عنوان یکی از شاخص‌های مهم در بحث از نیازهای اساسی فرهنگی نیز، مورد توجه است. در اینجا میان نوع مصرف رسانه‌ای با افزایش یا کاهش ناامنی ارتباط مستقیم وجود دارد. در حال حاضر قوم بلوچ ساکن در نواحی جنوبی استان، اگرچه به نسبتی پایین‌تر از نواحی شمالی از انواع رسانه‌ها، مخصوصاً تلفن‌های هوشمند بهره‌مند است، اما برخی گروه‌ها در آن با استفاده از تلفن‌های هوشمند و فضای مجازی مخصوصاً واتساپ و اینستاگرام، مسائل قومیتی، قاچاق مواد مخدر و واگرایی از جمهوری اسلامی را دنبال می‌کنند. در واقع مجموع محتوایی در حال چرخش بین مردم در این مناطق، تفکرات تکفیری و وهابی است که بین جوانان در فضای مجازی اثراتی سوء برجای گذاشته است. کمبود منابع و امکانات مادی در کنار میزان و نوع بهره‌مندی از رسانه‌ها در این منطقه اثری منفی بر امنیت موجود در آن گذاشته و نوعی تهدید محسوب می‌شود.

نتیجه‌گیری

اهمیت فرهنگ به عنوان امری مستقل و اثرگذار بر سبک زندگی انسان‌ها موجب شد تا مسئله بررسی سبک زندگی و مصرف رسانه‌ای در سیستان و بلوچستان، به عنوان موضوع این مقاله مورد توجه قرار گیرد. هر نظام فرهنگی نیازمند آن است تا در کنار تأمین نیازهای فیزیکی بر ایجاد ارتباطات جمعی مثبت، ایجاد هویت فرهنگی و در نتیجه انسجام اجتماعی بیشتر تلاش کند. عدم توجه به هریک از این خرده نظام‌ها، در کلیت نظام فرهنگی موجود ایجاد مسئله می‌کند و زمینه شکل‌گیری تهدیدها را فراهم می‌سازد. در بحث از فرهنگ و اهمیت آن بر سبک زندگی، اگرچه دیدگاه مسلط بر افکار عموم آن است که تنها هنگامی به نیازهای غیرضروری (فرهنگی) توجه می‌شود که نیاز معاش رفع شده باشد؛ اما رابطه متقابل نیازهای اساسی مادی و فرهنگی نشان می‌دهد که به نیازهای اساسی فرهنگی باید به عنوان معیاری مستقل و اثرگذار در ارتقا نیازهای اساسی مادی توجه شود. بنابراین در این مقاله بر این نکته تأکید می‌شود که مصرف ابعاد گوناگونی دارد و اگرچه برآورده نشدن نیازهای اساسی مادی زمینه را برای رفع سایر نیازها از جمله نیازهای فرهنگی و بالاتر فراهم نمی‌کند؛ اما هر کدام از این گروه نیازها، دارای جایگاهی مستقل است و تأثیرگذاری و تأثیرپذیری آن باید مورد توجه قرار گیرد. همان‌طور که در بالا گفته شد، عدم بهره‌مندی مناسب مردم استان از رسانه‌ها در سه امر آموزش، تفریح و امنیت زمینه تداوم شرایط نامناسب در منطقه را برای مردم فراهم آورده است. عدم بهره‌مندی عموم از رسانه‌های مناسب در امر آموزش چون تلفن‌های هوشمند، اینترنت یا شبکه‌های تلویزیونی داخلی و بهره‌گیری از فضای آموزشی سنتی، مخصوصاً در نواحی جنوبی استان، زمینه تداوم بی‌سوادی عمومی و به تبع آن کاهش آگاهی در سطوح مختلف زندگی اجتماعی، اقتصادی و ... را رقم زده است. در اینجا رابطه متقابل نیازهای اساسی مادی و فرهنگی با کمبود سرمایه‌گذاری در سرمایه‌های مادی، عامل اصلی نازل بودن و فقیرانه بودن سبک زندگی در این استان را فراهم می‌کند اما نبود و کمبود نیازهای اساسی فرهنگی نیز، آن را تقویت کرده و بر اثر نبود محتواهای سالم و سازنده به شرایط موجود تداوم می‌بخشد. تا زمانی که نهادهای

مختلف مخصوصاً آموزش و پرورش، استفاده از علوم و دانش و افزایش سطح مهارت‌های حرفه‌ای را ارتقا نداده و کمبودهای مادی و فرهنگی موجود در منطقه پاسخ داده نشود، بازدهی و کارایی نیروی کار و سرمایه در سطح نازلی باقی می‌ماند و توسعه با کندی و هزینه‌های سنگین‌تر صورت می‌گیرد. در مقدمه توضیح داده شد که نوع بهره‌گیری از رسانه‌ها مجموعه‌ای از فرصت‌ها و تهدیدها را فراهم می‌سازد. رسانه‌ها از طریق ایجاد حس نیاز، سهم قابل توجهی در تغییر سبک زندگی مردم دارند. زمانیکه این نیازها به صورتی صحیح پاسخ داده نشود، زمینه شکل‌گیری راه‌هایی دیگر فراهم شده و نوعی تهدید محسوب می‌شود. میزان و نوع بهره‌گیری از تلفن‌های هوشمند و فضای مجازی در مسائل قومیتی، قاچاق مواد مخدر، محتوای مواعظ برخی مولوی‌ها و واگرایی سیاسی از جمله مصادیق تهدید محسوب می‌شود. بنابراین بررسی رفتارهای مصرفی در دو سطح نیازهای اساسی مادی و فرهنگی نشان می‌دهد که مردم این منطقه به طور کلی از سطح زندگی ضعیفی برخوردارند و نوع گسترش رسانه‌ها در قالب ابزارهای متنوع، منجر به شکل‌گیری فرصت برای مردم این استان نشده است.

منابع

۱. اسلامی، سیف ا.... (۱۳۹۳)، اندازه‌گیری شاخص رفاه اجتماعی طی چهاردهه گذشته در مناطق شهری کشور، مجله اقتصادی، شماره ۵ و ۶
۲. اشتیاقی، معصومه؛ مسلمی پطرودی، رقیه (۱۳۸۹)، بررسی رابطه میان سبک زندگی و سلامتی. اولین همایش کشوری و دانشجویی عوامل مؤثر بر سلامت، دانشگاه تهران
۳. اکبری، احمد؛ احمدی جاوید، مهری؛ ضیایی، محمدباقر؛ برکاتی، سید مسعود (۱۳۹۴)، برآورد تابع تقاضای مواد غذایی خانوارهای شهری استان سیستان و بلوچستان با استفاده از دو سیستم nnds و quads، نشریه تحقیقات اقتصاد کشاورزی، جلد ۹، شماره ۲
۴. آبتین، عبدالعزیز (۱۳۹۰)، بررسی شیوه‌های نوین توسعه کارآفرینی استان سیستان و بلوچستان، ماهنامه کار و جامعه، شماره ۱۳۵
۵. آخوندی، سمیه (۱۳۹۸)، سالنامه آماری استان سیستان و بلوچستان، انتشارات کتاب بلوچ
۶. بشیریه، حسین (۱۳۸۸)، جامعه شناسی سیاسی: نقش نبرهای اجتماعی در زندگی سیاسی، چاپ هفدهم، تهران: نشر نی
۷. بیکر، ترزال (۱۳۸۶)، نایبی، هوشنگ، نحوه انجام تحقیقات اجتماعی، تهران: نشر نی، چاپ دوم
۸. پناهی، روا. مرسلی (۱۳۸۵)، بررسی نابرابری اشتغال شهری و روستایی کشور طی سال‌های ۱۳۳۵-۱۳۸۵، فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، شماره ۵۶
۹. جی ویل، آنتونی (۱۳۹۵)، بررسی مفهوم سبک زندگی، آتشین صدف، معصومه، فصلنامه فرهنگی- اجتماعی طعم زندگی، شماره ۱
۱۰. چلبی، مسعود (۱۳۷۵)، جامعه‌شناسی نظم: تشریح و تحلیل نظم اجتماعی و نظری، تهران: نشر نی
۱۱. حاجیه‌ها، زهره؛ زارعی، محمد عارف (۱۳۹۳)، تأثیر سبک زندگی سالم بر استرس شغلی در حسابداران بخش عمومی (مطالعه موردی: کارکنان اداره کل امور مالیاتی استان سیستان و بلوچستان)، دوفصلنامه حسابداری دولتی، شماره ۱
۱۲. دانایی‌فرد، حسن؛ الوانی، سیدمهدی؛ عادل آذر (۱۳۸۶)، روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع، تهران: انتشارات صفار، چاپ دوم

۱۳. ریتزر، جورج (۱۳۸۷)، نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر، محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی، چاپ سیزدهم
۱۴. ساروخانی، باقر (۱۳۹۳)، روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، چاپ بیست و سوم، جلد اول
۱۵. سجادی، عبدالقیوم، (۱۳۸۰) استراتژی کلان جامعه دینی در برخورد با جهانی شدن، نشریه پگاه: شماره ۴۷۴۷
۱۶. شریفی، احمدحسین؛ عالم زاده نوری، محمد؛ حسین خانی، هادی؛ فصیحی، مهدی (۱۳۹۱)، همیشه بهار: اخلاق و سبک زندگی اسلامی، تهران: نشر معارف
۱۷. طلوعی، هادی (۱۳۹۵)، رابطه مناسبات قومی و امنیت در استان سیستان و بلوچستان، نشریه علوم سیاسی، تابستان ۱۳۹۵، شماره ۱۰، از ص ۱۱۳ تا ۱۳۰
۱۸. فلیک، اووه (۱۳۸۷)، درآمدی بر تحقیق کیفی، هادی جلیلی، تهران: نشر نی
۱۹. کاویانی آرانی، محمد (۱۳۸۸)، طرح نظریه سبک زندگی بر اساس دیدگاه اسلام و ساخت آزمون سبک زندگی اسلامی و بررسی ویژگی‌های روانسنجی آن، پایان نامه دکتری، دانشگاه اصفهان
۲۰. کرد، باقر؛ آبتین، عبدالعزیز (۱۳۹۲)، بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی در استان سیستان و بلوچستان با تمرکز بر توسعه مراکز رشد روستایی توسعه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات و توانمندسازی زنان روستایی، فصلنامه جغرافیا و توسعه، شماره ۳۲
۲۱. کریم‌زاده، بهزاد؛ کریم‌زاده، مجید (۱۳۹۸)، ارزیابی میزان توسعه‌یافتگی شهرستان‌های استان سیستان و بلوچستان به لحاظ برخورداری از خدمات رفاه اجتماعی، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، شماره ۳۳ و ۳۴
۲۲. مارشال، آلفرد (۱۳۷۶) تحلیل محتوایی از پدیده فقر: بررسی علل فقر همان بررسی علل تباهی بخش بزرگی از بشریت است، عظیمی آرانی، حسین، نشریه جهاد دانشگاهی، شماره ۱۹۶ و ۱۹۷
۲۳. مرکز آمار ایران، (سالنامه آماری کشور)
۲۴. مطهری کلور، محمد طاهر؛ هاشم‌زاده علی‌آباد، آرش؛ عطایی، محمدرضا؛ نجفی، عباس (۱۳۹۶)، بررسی تأثیر و نقش فضای مجازی در سبک زندگی اسلامی، نشریه رهاورد نور: شماره ۵۹

۲۵. مولایی، محمد (۱۳۸۶) مقایسه درجه توسعه‌یافتگی بخش خدمات و رفاه اجتماعی استان‌های ایران طی سال‌های ۱۳۷۳ تا ۱۳۸۳، فصلنامه رفاه اجتماعی، شماره ۶
۲۶. میرکمالی، سیدمحمد (۱۳۸۳)، مبانی مدیریت منابع انسانی، انتشارات یسپرون: تهران