

عوامل اجتماعی موثر بر احساس نابرابری‌های اجتماعی و پیامدهای آنها در شهر تهران

فردین پهماسبی* دکتر خلیل میرزایی**، دکتر فریدون کامران***

چکیده:

مردم جامعه بیشتر از آنکه از نابرابری واقعی رنج ببرند، از احساس ذهنی یا نابرابری ادراک شده رنج می‌برند. احساس ذهنی نابرابری با نابرابری واقعی تفاوت دارد و باعث نارضایتی شدید در بین افراد جامعه می‌شود. در این پژوهش به بررسی عوامل اجتماعی موثر بر احساس نابرابری‌های اجتماعی و پیامدهای آنها در شهر تهران می‌پردازیم و سعی داریم به این پرسش پاسخ دهیم: عوامل اجتماعی موثر بر احساس نابرابری‌های اجتماعی در شهر تهران کدامند؟ نظریه‌های مورد استفاده در این پژوهش شامل: نظریه‌های محافظه کاران، رادیکال‌ها و نظریه‌های التقاطی است. برای پاسخ به این پرسش، هفت فرضیه با متغیرهای مستقل «فرصت‌های اجتماعی (شانس‌های زندگی)، قومیت، محدوده جغرافیایی، مذهب، پایگاه اجتماعی، تحصیلات، برنامه‌های رسانه‌ای تدوین شد. این پژوهش با روش توصیفی از نوع پیمایشی، و بدون دستکاری (آزمایشی) اجرا شد. جامعه آماری شامل کلیه افرادی است که در شهر تهران زندگی می‌کرده‌اند، اعم از زن و مرد در کلیه سطوح تحصیلی. حجم نمونه طبق فرمول کوکران ۴۰۰ نفر بود که با روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای متناسب با حجم گرفته شد. داده‌ها با پرسشنامه پژوهشگر ساخته‌ای متشکل از ۲۲ گویه برای متغیرهای مستقل و ۱۸ گویه برای احساس نابرابری‌های اجتماعی (متغیر وابسته) جمع‌آوری شد. پایایی بازآزمایی پرسشنامه ۰.۹۹. و با رعایت اعتبار محتوا طبق فرمول سن اج لاوشه نسبت اعتبار محتوا برابر با ۰.۶۸. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آماری تحلیل واریانس یک سویه، و آزمون تی مستقل، استفاده شد و عمده‌ترین نتایج آن به این قرار است: براساس تحلیل داده‌های تحقیق، تفاوت معناداری بین احساس نابرابری اجتماعی و متغیرهای فرصت‌های اجتماعی (شانس‌های زندگی)، محدوده جغرافیایی، و برنامه‌های رسانه‌ای (مخاطبان رسانه، داخلی یا خارجی) وجود دارد. اما بین احساس نابرابری اجتماعی و متغیرهای قومیت‌ها، مذاهب، پایگاه‌های اجتماعی، برنامه‌های رسانه‌ای (برنامه‌های مختلف رسانه‌ای) و افراد با سطوح تحصیلاتی مختلف تفاوت معناداری وجود ندارد.

کلید واژه‌ها

احساس نابرابری اجتماعی، فرصت‌های اجتماعی، محدوده جغرافیایی، قومیت، مذهب، پایگاه اجتماعی، تحصیلات، برنامه‌های رسانه‌ای.

* کارشناس ارشد پژوهش، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن، دانشکده علوم اجتماعی، رودهن، ایران

** عضو هیئت علمی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن، دانشکده علوم اجتماعی، رودهن، ایران

*** عضو هیئت علمی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن، دانشکده علوم اجتماعی، رودهن، ایران

مقدمه

کسانی که به بررسی پدیده نابرابری‌های اجتماعی پرداخته‌اند بر این باورند که تفاوت‌های وجود در میان اقشار گوناگون جامعه بر شیوه زندگی آنان تأثیر می‌گذارد، به ویژه شاخص حقوق و پایگاه اجتماعی آنان در جامعه. براساس تفاوت‌های اجتماعی موجود در میان افراد، بعضی‌ها از امتیازهای ویژه‌ای برخوردار شوند که بازتابی از پایگاه اجتماعی آنان در جامعه است، در حالی که دیگران از چنین امتیازهایی محرومند.

از نظر جامعه‌شناسان، نابرابری یک مفهوم چند بُعدی^۱ است و حوزه‌های فراوانی از قبیل قدرت، منزلت، درآمد و غیره را در برمی‌گیرد. با وجود این، مرور تعاریف مختلف از نابرابری نشان می‌دهد که توافق همه جانبه‌ای در مورد آن در بین متفکران مشاهده نمی‌شود و حتی در بعضی از موارد نظریات متضاد با یکدیگر نیز وجود دارد.

نابرابری به طور کلی‌تر به آن دسته از تفاوت‌های میان افراد اشاره دارد که بر نحوه زندگی آنها، تأثیر می‌گذارد (گرب، ۱۳۷۳: ۱۰).

نابرابری‌های اجتماعی در هر جامعه‌ای انواعی دارد. برای نمونه، اگر بنیان و ریشه نابرابری‌های اجتماعی را شیوه توزیع ثروت ملی در میان افراد جامعه بدانیم، پدیده نابرابری شکلی اقتصادی به خود می‌گیرد. از سوی دیگر، اگر بنیان نابرابری را در رابطه میان انسانها جستجو کنیم، پدیده نابرابری شکلی سیاسی به خود می‌گیرد؛ زیرا در این شکل مسئله این است که چگونه گروهی از افراد جامعه می‌توانند گروه‌های دیگر را تحت کنترل خود قرار دهند.

آنچه در بررسی نابرابری‌های اجتماعی اهمیت ویژه‌ای دارد تشخیص سازه‌های اجتماعی‌ای است که سبب نابرابری‌های بین افراد یک جامعه می‌شود. در جوامع مختلف، سنجه‌های مختلفی موجب بروز تفاوت‌های میان افراد می‌گردند.

بسیاری از متفکران سنجه اصلی نابرابری‌های اجتماعی را چیزی جز پیدایش تفاوت‌های فردی میان افراد جامعه نمی‌دانند. از سوی دیگر، بعضی از متفکران براین باورند که پیدایش و پراکنش نابرابری‌های اجتماعی بر اساس تفاوت‌های رفتاری است که افراد در جامعه با آن مواجه می‌شوند.

در مقاله حاضر بر آنیم که با توجه به مهم علمی و انسانی، به آزمون نظریه‌ها و تبیین روابط بین پدیده‌های مورد نظر پردازیم همچنین چگونگی احساس نابرابری‌های اجتماعی و عوامل آن را شناسیم و در نهایت پیامدهای احساس نابرابری را در مقطع زمانی (کنونی) بررسی کنیم.

^۱ Multidimensional

بیان مسأله

تأثیر عوامل اجتماعی بر احساس نابرابری‌های اجتماعی چقدر است؟
نابرابری یکی از مانوس‌ترین حقایق زندگی اجتماعی است و حتی بر سطحی نگرترین ناظران، امری بدیهی است. در عین حال نابرابری اجتماعی مسئله‌ای نیست که به سادگی حل و تبیین شود (گرب، ۱۳۷۳: ۹).

در این که نابرابری به موضوع‌هایی همچون شکاف بین پولدارها و فقرا یا تفاوت میان افراد برخوردار و محروم معطوف است، اتفاق نظر وجود دارد (گرب، ۱۳۷۳: ۱۰).
نابرابری با توجه به تفاوت استعدادها و تلاش‌های افراد امری اجتناب ناپذیر است (برگرفته از: هادی زنون، ۱۳۸۴: ۵).

مفهوم نابرابری، هم بسیار ساده است و هم بسیار پیچیده؛ در ساده‌ترین سطح، این پدیده با چنان جاذبه‌ای مردم را تحت تأثیر قرار داده که تاکنون هیچ مفهوم دیگری چنین تأثیری نداشته است. اما این مفهوم در سطحی دیگر، به طور فزاینده‌ای پیچیده است، به نحوی که عباراتی را که در باب نابرابری بیان می‌شوند بسیار غامض می‌کند و بنابراین موضوع تحقیقات فراوان فلاسفه، محققان آمار، نظریه پردازان سیاسی، جامعه شناس‌ها و اقتصاددان‌ها بوده است. این مفهوم در ذهن افراد مختلف، بسته به پیش داور و دانش آن‌ها، مفاهیم متفاوتی را ایجاد می‌کند (آمارتیا کومار^۱، ۱۹۹۷؛ ذاکری هنجنی، ۱۳۸۶: ۸۴ تا ۸۵).

جامعه شناسان از آغاز پیدایش جامعه شناسی به مسئله نابرابری توجه نشان داده‌اند. نابرابری موضوع اصلی تمام آثار مارکس است. بیشتر مردم پرسش‌هایی درباره نابرابری مطرح می‌کنند و افرادی که در جستجوی دنیای عادلانه هستند، تقریباً همیشه آنرا منبع بی‌عدالتی می‌شمارند. هر بار که ما با یکدیگر به کنش می‌پردازیم، نابرابری به صورتی پدیدار می‌گردد. مثلاً ویژگی‌های فردی نه تنها ما را از یکدیگر متمایز می‌کند، بلکه غالباً اساس نابرابری میان ما نیز می‌شود. آنچه جامعه شناسان انجام داده‌اند درک و اثبات انواع گوناگون نابرابری است. رویکرد جامعه شناختی نابرابری شامل ایجاد ساختار اجتماعی در جامعه است. ساختار اجتماعی الگویی اجتماعی است، که شامل مراتب نابرابر است. این نه طبیعت انسان است که نابرابری ایجاد می‌کند و نه برتری طبیعی یا نیرویی مافوق طبیعی، بلکه کنش متقابل اجتماعی و ایجاد الگوهایی اجتماعی است، که نابرابری را می‌آفریند. هنگامی که مردم با یکدیگر رابطه برقرار می‌کنند، به کنش متقابل می‌پردازند. این کنش باعث ایجاد الگوهایی اجتماعی می‌شود. یکی از این الگوها ساختار اجتماعی است، ساختار اجتماعی تقریباً همیشه یک نظام نابرابر است. از میان جامعه شناسان، مارکس بر اهمیت ساختار اجتماعی

تأکید می‌کرد. وی سه دلیل اساسی در این زمینه بیان می‌کند: تقسیم کار- تضاد اجتماعی- وجود مالکیت خصوصی. هنگامی که تقسیم کار در جامعه پدیدار می‌گردد، برخی از این فعالیت‌ها سبب می‌شود بعضی از افراد امتیازاتی در مقابل دیگران به دست آورند. بعضی از فعالیت‌ها ارزش‌مندتر شمرده می‌شوند و برخی امکان کنترل بر دیگران را فراهم می‌کنند. از نظر مارکس، کارفرما، کارگران را کنترل و استثمار می‌کند و به گونه‌ای فزاینده از طریق آنها ثروتمند و قدرتمند می‌شود. با گذشت زمان موقعیت خود را مستحکم می‌کند و امتیازاتش افزایش می‌یابد. همین که این فرایند در جامعه آغاز گردید دیگر نمی‌توان به آسانی آن را متوقف کرد و نابرابری شکل می‌گیرد و گسترش می‌یابد (نابرابری‌های جهانی، ۲۰۱۰، آنالین).

نابرابری اجتماعی یکی از مهمترین مسائل و مشکلات هر جامعه است و خیلی از مشکلات و مسائل دیگر ریشه در آن دارند. فقر، بدبختی و فشارهای روانی از پیامدهای جزیی و فرعی آن و فساد، تبه‌کاری و خشونت از پیامدهای اصلی آن هستند، هر یک از اینها تهدیدی برای بقا و دوام یک جامعه و نظم اجتماعی آن به شمار می‌رود (صمدی، ۱۳۸۴: ۲-۳).

در جامعه ما نابرابری بیشتر از گذشته افزایش یافته، یا در حال رشد است. در برخی از مناطق این افزایش بیشتر است و این مناطق بالاترین نرخ‌های مرگ و میر کودکان را دارند. تحقیقات نشان می‌دهند سلامت اجتماعی در مناطقی که نابرابری درآمدی بیشتری دارند، کمتر است. کارشناسان دریافته‌اند که میزان درآمد اقشار فقیر هر منطقه، که مقیاسی از نابرابری درآمدی است، با نرخ مرگ و میر مناطق نسبت عکس دارد. به علاوه، این مقیاس را برای سایر خصایص اجتماعی نیز مورد آزمایش قرار داده‌اند. مناطقی که نابرابری درآمدی در آنها بیشتر است، دارای نرخ بیکاری بالاترند، تعداد زندانیان آنها بیشتر است، درصد بیشتری از جمعیت شان کمک‌های مالی و غذایی دریافت می‌کنند و درصد بیشتری از مشکلات پزشکی رنج می‌برند. شکاف درآمدی بین طبقات ثروتمند و فقیر، بهتر از میانگین درآمدی، می‌تواند خصایص اجتماعی را پیش بینی کند. جالب است، مناطقی که نابرابری درآمدی بیشتری دارند، مقدار کمتری برای تعلیم و تربیت هر فرد هزینه می‌کنند؛ تعداد کتاب در مدارس، برای هر فرد، در این مناطق کمتر است و این مناطق وضعیت آموزشی ضعیف‌تری دارند و درصد کمتری از افراد، از دبیرستان فارغ التحصیل می‌شوند. در مناطقی که نابرابری درآمدی در آنها بیشتر است، نسبت بیشتری از کودکان با کسری وزن متولد می‌شوند و نرخ آدم‌کشی و جنایت بیشتر است. همچنین نسبت بیشتری از افراد، به دلیل معلولیت از کار کردن محرومند و نیز استعمال دخانیات در این مناطق بیشتر است. نابرابری بزرگ و در حال رشد، کم‌کم قدرت سیاسی طبقات پائین دست را از بین می‌برد و در نتیجه، برنامه‌های تأمین اجتماعی که تا حدی از آسیب‌های ناشی از فقر می‌کاهند، رو به زوال می‌گذارد و به طور هم‌زمان سیاست‌هایی که بیشتر به نفع قشر ثروتمند است، جایگزین می‌شود و طبقه فقیر با دیدن شکاف بزرگ بین خود و طبقه ثروتمند، روز به

روز دلسردتر و ناامیدتر می‌شود. به دیگر بیان آنچه پشت نابرابری خوابیده است، اقلیت مالک سرمایه، نسبت به گروه غیر مالک، هم از لحاظ قدرت اقتصادی و هم از لحاظ قدرت سیاسی در جامعه، دارای مزیت ذاتی است؛ و مالکین سرمایه تا جایی که می‌توانند، از این مزیت برای تصاحب سهم بیشتر از درآمد جامعه استفاده خواهند کرد. چیزی که به نابرابری موجود در جامعه دامن می‌زند، قدرت رو به رشد مالکین سرمایه و زوال روز به روز قدرت گروه غیر مالک است. اگر به طور عینی به جامعه بنگریم، خواهیم دید که هرچه قدرت گروه غیر مالک بالاتر باشد، توزیع درآمد، بیشتر به سمت تساوی متمایل می‌شود و میزان نابرابری کمتر است. هرچه گروه غیر مالک جامعه ضعیف‌تر باشند، جامعه بیشتر تحت سلطه و فشار اقلیت مالک سرمایه قرار خواهد گرفت و نابرابری در جامعه بالا خواهد رفت (نابرابری‌های جهانی، ۲۰۱۰، آنلین).

پس از این مرور کوتاه مسئله نابرابری اجتماعی به موضوع اصلی تحقیق و پرسش‌های پیش روی خواهیم پرداخت. در ادامه بحث سوالات زیر را بررسی می‌کنیم:

- ۱- آیا فرصت‌های اجتماعی می‌تواند در احساس نابرابری اجتماعی موثر باشد؟
- ۲- آیا قومیت می‌تواند در احساس نابرابری اجتماعی موثر باشد؟
- ۳- آیا محدوده جغرافیایی می‌تواند در احساس نابرابری اجتماعی موثر باشد؟
- ۴- آیا مذهب می‌تواند در احساس نابرابری اجتماعی موثر باشد؟
- ۵- آیا پایگاه اجتماعی می‌تواند در احساس نابرابری اجتماعی موثر باشد؟
- ۶- آیا تحصیلات می‌تواند در احساس نابرابری اجتماعی موثر باشد؟
- ۷- آیا برنامه‌های رسانه‌ای می‌تواند در احساس نابرابری اجتماعی موثر باشد؟

چارچوب نظری

نابرابری اجتماعی، وضعیتی است که در چارچوب آن، انسانها به طور مساوی به منابع با ارزش، خدمات و موقعیت‌های جامعه دسترسی ندارند. این نابرابری هنگامی روی می‌دهد که افراد و گروهها، یکدیگر را درجه بندی و سپس ارزیابی کنند. اما از همه مهم‌تر اینکه نابرابری اجتماعی ناشی از موقعیت‌های متفاوت در ساختار اجتماعی است؛ در بیشتر موارد، به دو دلیل، نابرابری اجتماعی از تفکیک اجتماعی ناشی می‌شود. از سویی به دلیل توانایی انسان در تفسیر پدیده‌ها و رویدادهاست که سرانجام، به ارزیابی وی به صورت «خوب»، «بد» یا «ترجیحاً» می‌انجامد. بنابراین، ممکن است ویژگی‌های فردی و موقعیت‌ها به نقشهای متفاوت و به گونه‌ای نابرابرانه از فرد است به فرودست درجه‌بندی شوند. در این زمینه، نابرابری اجتماعی به معنی «وجهه» است. از سوی دیگر، ممکن است تفکیک اجتماعی از دیدگاه نقشها و موقعیت، برخی از افراد را در وضعیتی قرار دهد که دسترسی

بیشتری به کالاها و خدمات با ارزش داشته باشند. در این مورد، نابرابری اجتماعی، به معنی دسترسی داشتن به امکانات مورد علاقه است. در اینجا، دیگر وجهه مورد نظر نیست و خود دسترسی، فرد را در رده بالاتر قرار می‌دهد. برای نمونه، در جوامع با تقسیم کار گسترده، کسانی که در موقعیت هماهنگ کننده یا سازماندهنده

کار دیگران قرار دارند، «اقتدار» بیشتری به دست می‌آورند. از چنین اقتداری، برای به دست آوردن پادشاهی بیشتر استفاده خواهد شد. همچنین به دست آوردن کالاها و خدمات مازاد، خود، به معنی دریافت پاداش بیشتری خواهد بود. این مسأله، نتیجه مبادله‌ای نابرابر است که در جوامع رایج است. هنگامی که فرد یا افرادی، کنترل کننده چیزهای مورد نیاز دیگران باشند، می‌توانند درخواست کننده کالاها و خدمات بیشتر، در برابر عرضه کالاها و خدمات خود باشند.

از دیدگاه جامعه‌شناختی، نکته‌آ اساسی در تعیین طبقات اجتماعی این است که «چه کسی، چه چیزی را و چرا به دست می‌آورد؟» برای مشخص کردن برخی از سنجه‌های عینی در تفاوت‌های طبقاتی در جامعه، باید سه سنجه مالکیت، قدرت و وجهه در نظر گرفته شود. به دیگر سخن، باید ساختهای اشتغال، قدرت دیوان سالاری و مالکیت بر سرمایه‌ها مورد بررسی قرار گیرند. باید دید که چگونه فرصت‌های زندگی انسانها در این ساخت‌ها رده‌بندی شده‌اند. پس از ترکیب رده بندی افراد در این ساخت‌ها، در واقع، نابرابری جامعه نمایان خواهد شد. مردم در ساخت شغلی، بر اساس میزان مهارت رده بندی می‌شوند و برای به دست آوردن پادشاهی بیشتر (مانند درآمد) تلاش می‌کنند. بنابراین، به کارگیری ساخت شغلی، به معنی تأکید بر سازه‌های عینی طبقاتی است. رابطه طبقه با قدرت دیوان سالاری در چارچوب اقتدار سازمان یافته نمود پیدا می‌کند. به طور کلی، در یک سازمان دیوان سالار، تعداد افراد زیر دست یک نفر مهم است. در نظام دیوان سالاری باید درجه اقتدار را بر این اساس تعیین کرد که در رتبه بندی، چند نفر در بالا و پائین موقعیت ویژه‌ای قرار دارند. این طراحی درون سازمانی است، اما هنگامی که بخواهیم اقتدار بین سازمانی را بررسی کنیم، باید دید که چه سازمانی زیر نفوذ و کنترل چه سازمان دیگری است. از ترکیب سه بعد شغلی، قدرتی و مالکیت، زمینه برای تشریح نابرابری و ایجاد طبقه‌های اجتماعی آماده می‌شود. اما باید توجه داشت که ساخت اجتماعی جامعه به علت پیچیدگی خاصی که دارد، توجه به معیارهای دیگری را طلب می‌کند. این پیچیدگی ناشی از همجواری نظام‌های ماقبل سرمایه داری با نظام سرمایه داری در یک مجموعه است. به همین لحاظ، مالکیت فقط مالکیت وسایل تولید نیست، بلکه مالکیت‌های دیگری وجود دارد که عده‌ای را در رده‌های بالای جامعه قرار می‌دهد. همچنین قدرت فقط اقتدار در سازمان دیوان سالار نیست. منابع قدرت دیگری نیز وجود دارد که خارج از سازمان دیوان سالاری و کاملاً در چارچوب روابط سنتی قرار می‌گیرند.

اما بعد از بیان این مقدمه، تعریف عینی نابرابری اجتماعی ضروری می‌نماید. برای تعریف نابرابری اجتماعی باید از تعریف یک بعدی نابرابری اجتناب ورزید. روابط اجتماعی در جوامع امروزین آن قدر پیچیده شده است که دیگر یک عامل به هیچ وجه نمی‌تواند توجیه‌گر نابرابری‌های اجتماعی باشد. خواه این عامل پایگاه شغلی باشد، خواه قدرت دیوان سالاری یا روابط مالکیت. درک نابرابری همواره تنها از طریق سنجش و مقایسه امکان پذیر می‌شود. وحدت متضمن همسانی و برابری است، در حالی که در شرایط کثرت ناهمسانی و به تبع آن نابرابری امکان بروز پیدا می‌کند. شناخت این نابرابری مستلزم داشتن معیارها و سنجه‌هایی برای ارزیابی مقایسه است. با یک مقایسه تطبیقی می‌توان به وجود تفاوت و نابرابری پی برد. در حوزه زندگی اجتماعی نیز وضع بر همین منوال است. با سنجش و مقایسه عوامل، مؤلفه‌ها و متغیرهای ساختار زندگی در سطوح فردی، گروهی و جامعه‌ای می‌توان به شناخت و درک جنبه‌های متفاوت موجود در این سطوح دست یافت (نابرابری و قشربندی اجتماعی، ۲۰۱۰، آنلاین).

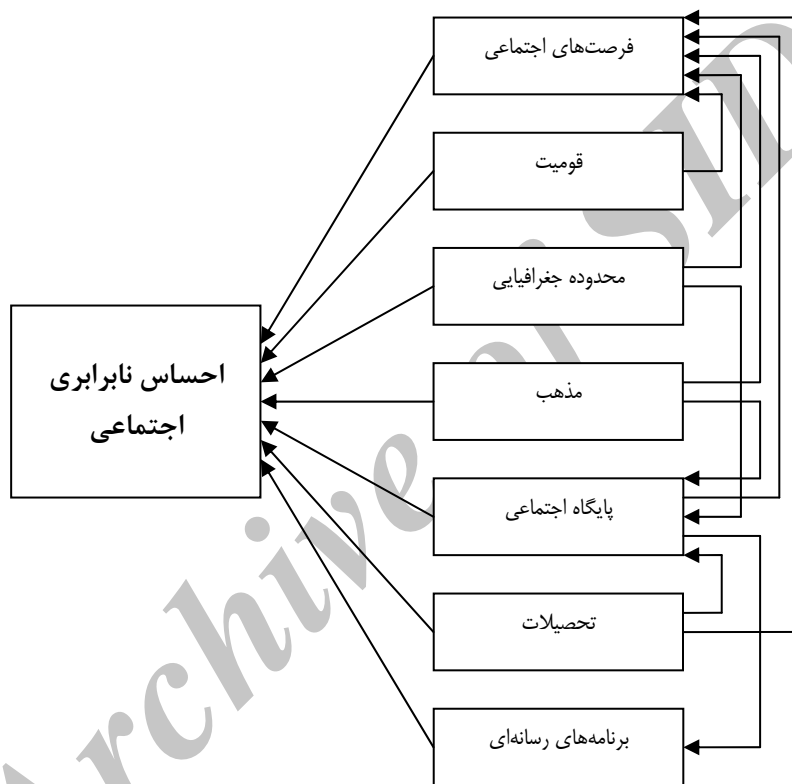
با توجه به هدف تحقیق، محقق با بررسی و ارزیابی نظریه‌ها و دیدگاه‌های رایج، بر این باور است که دستیابی به دید واقعی‌تری درباره نابرابری‌های اجتماعی و فراهم کردن زمینه درک واقعیت‌ها و تبیین مسأله مورد نظر و در عین حال، کاربرد آنها ضروری می‌نماید، و نظریه‌هایی را انتخاب کرده است که مبنای کارآمدی و کفایت تبیینی دیدگاه مربوط به نابرابری را پوشش می‌دهند و به طور مستقیم‌تر و تفصیلی‌تر به موضوع نابرابری‌های اجتماعی پرداخته‌اند. نظریه‌های مورد استفاده در اثر حاضر به سه قسم تقسیم می‌شوند: نظریه‌های محافظه کاران، مانند دورکیم، پارسونز، موریس هالبواکس. نظریه‌های رادیکال‌ها مانند کارل مارکس، سی رایت میلز، نیکوس پولاتنرز. نظریه‌های التقاطی مانند ماکس وبر، لنسکی، گیدنز، این نظریه‌ها مبنای چارچوب نظری پژوهش حاضر هستند.

در مطالعه حاضر نخست چارچوب نظری عوامل اجتماعی مؤثر بر احساس نابرابری‌های اجتماعی در جامعه فراهم می‌شود. سپس با استفاده از این عوامل اجتماعی مؤثر، نابرابری‌های اجتماعی توصیف خواهد شد.

هر جامعه‌ای خواه پیشرفته و توسعه یافته باشد و خواه ساده و توسعه نیافته، جلوه‌های کم و بیش مشترکی از نابرابری در شرایط زندگی اجتماعی را به نمایش می‌گذارد. با توجه به مدل نظری این پژوهش، هر یک از متغیرهای مستقل شامل، فرصت‌های اجتماعی، قومیت، محدوده جغرافیایی، مذهب، پایگاه اجتماعی، تحصیلات و برنامه‌های رسانه‌ای ارتباط مستقیمی با احساس نابرابری اجتماعی (متغیر وابسته) دارد. از طرف دیگر، مطابق مدل نظری پژوهش، متغیرهای مستقل به شکلی چند وجهی از یکدیگر تأثیر می‌پذیرند. مثلاً قومیت، محدوده جغرافیایی (زادگاه)، مذهب، پایگاه اجتماعی و تحصیلات بر روی فرصت اجتماعی (فرصت‌ها یا شانس زندگی) افراد جامعه تأثیر

می‌گذارند و تعیین کننده اند. همچنین در الگوی نظری می‌توان رابطهٔ محدودهٔ جغرافیایی (زادگاه)، مذهب و تحصیلات را که تعیین کننده پایگاه اجتماعی افراد جامعه هستند مشاهده کرد. و در آخر رابطه بین پایگاه اجتماعی افراد جامعه و میزان استفاده آنها از برنامه‌های رسانه‌ای نیز مشخص است.

مدل نظری



فرضیه‌ها

۱- بین افراد دارای فرصت‌های اجتماعی متفاوت در زمینه احساس نابرابری‌های اجتماعی تفاوت وجود دارد.

۲- میان افراد با قومیت‌های مختلف در زمینه احساس نابرابری‌های اجتماعی تفاوت وجود دارد.

۳- بین افرادی که در محدوده‌های مختلف جغرافیایی ساکن هستند، در زمینه احساس

نابرابری‌های اجتماعی تفاوت وجود دارد.

- ۴- بین افراد متعلق به مذاهب مختلف در زمینه احساس نابرابری‌های اجتماعی تفاوت وجود دارد.
- ۵- بین افراد متعلق به پایگاه اجتماعی مختلف در زمینه احساس نابرابری‌های اجتماعی تفاوت وجود دارد.
- ۶- بین افراد با تحصیلات متفاوت در زمینه احساس نابرابری‌های اجتماعی تفاوت وجود دارد.
- ۷- بین افرادی که از برنامه‌های مختلف رسانه‌ای استفاده می‌کنند، در زمینه احساس نابرابری اجتماعی تفاوت وجود دارد.

متغیرها

| | |
|--------------------------------|----------------|
| احساس نابرابری‌های اجتماعی | (متغیر وابسته) |
| ۱- فرصت اجتماعی یا شانس زندگی | (متغیر مستقل) |
| ۲- قومیت | (متغیر مستقل) |
| ۳- جغرافیا یا محدوده‌های مکانی | (متغیر مستقل) |
| ۴- مذهب | (متغیر مستقل) |
| ۵- پایگاه اجتماعی | (متغیر مستقل) |
| ۶- تحصیلات | (متغیر مستقل) |
| ۷- رسانه‌ها | (متغیر مستقل) |

تعریف متغیرها

متغیر مستقل، فرصت‌های اجتماعی (شانس زندگی)

تعریف نظری: اصطلاح فرصت‌ها یا شانس‌های زندگی را نخستین بار وبر به کار برد و منظور او از آن امکانات اختصاصی شخص از لحاظ برخورداری از ثروت، وضعیت بیرونی زندگی و تجربه شخصی بود. فرصت‌های زندگی را به وسیع‌ترین معنای آن می‌توان شانس دسترسی به انواع کالاهای اقتصادی یا فرهنگی برای هر فرد در هر جامعه دانست. هانس گرت و سی رایت میلز فرصت‌های زندگی را شامل طیف وسیعی از امکاناتی می‌دانند که «احتمال زنده ماندن در طول سال اول زندگی پس از تولد تا امکان آشنایی با هنرها، سلامت زیستن و به طور عادی پرورش یافتن، برخورداری از خدمات پزشکی و درمانی در صورت بیمار شدن، کشیده نشدن به بزهکاری در نوجوانی و مهم‌تر از همه امکان دستیابی به تحصیلات دبیرستانی یا دانشگاهی» را در برمی‌گیرد. [تامین، ۱۳۷۳: ۹۳ تا ۹۴] (برگرفته از: زاهدی، ۱۳۸۵: ۲۲۷).

تعریف عملیاتی: در این تحقیق فرصت‌های اجتماعی شامل دستیابی افراد به امکانات رفاهی، بهداشتی، آموزشی و ... است.

متغیر مستقل، قومیت

تعریف نظری: اصطلاح Ethnic به معنای «قوم» مثل سایر مفاهیم و اصطلاحات علوم اجتماعی از آن تعاریف مختلف و متعددی دارد. مفهوم فوق از واژه یونانی Ethnos مشتق شده است که به معنی گروهی از مردم که دارای تبار مشترک هستند. ماکس وبر جامعه‌شناس برجسته آلمانی در این خصوص گفته است که: گروه قومی به مردمی گفته می‌شود که باور ذهنی به تبار مشترک خود داشته باشند^۱.

در تعریف قوم باید گفت: «قوم یک گروه انسانی- نژادی است که دارای زبان، فرهنگ، روش زندگی و خواسته‌های گروهی ویژه، در چارچوب یک شاخه بزرگ نژادی، است، به گونه‌ای که حتی از دیگر گروه‌های نژادی خود قابل تشخیص و تفکیک می‌شود؛ به همین دلیل گاهی همین گروه قومی به معنی گروه ملی یا معادل آن درمی‌آید» (الطائی، ۱۳۸۲: ۱۵۸) (برگرفته از: مدیریت تنوع، آنالین، ۱۳۸۹).

تعریف عملیاتی: در این تحقیق قومیت شامل اقوام مختلف ایرانی؛ آذری، کرد، لر، بلوچ و ... است.

متغیر مستقل، جغرافیا (محدوده‌های مکانی)

تعریف نظری: جغرافیا علم فضا و مکان است که فیزیک زمین را با اهمیت انسان همراه می‌سازد تا مطالعه مردم، مکان و محیط کامل گردد. جغرافیا مطالعه محیط طبیعی انسان‌ها و چگونگی تأثیر آن بر تکامل فرهنگی و اجتماعی است^۲.

محدوده، سطح پیوسته‌ای از کره زمین است که بنا به قوانین عرضی جامعه به کاربرد خاصی اختصاص یافته و بشر در قالب یکسری مقررات و قوانین در آن زندگی یا کار می‌کند (مقدمات کاداستر، آنالین، ۲۰۱۰).

تعریف عملیاتی: در این تحقیق ساکنان پنج منطقه شهرداری شهر تهران مورد نظر است.

متغیر مستقل، مذهب

تعریف نظری: مذهب در گذشته به مکتب‌های فکری درون یک دین (مانند مذاهب چهارگانه یا پنجگانه فقه اسلامی) اطلاق می‌شد. در مغرب زمین، واژه (Religion) به معنای مکتب‌های درون

^۱ نقدی بر کتاب «قومیت و قوم‌گرایی در ایران»، سلیمی، آنالین، ۱۳۸۷.

یک دین و به معنای خود دین به کار می‌رود و حدود نیم قرن است که متجددان کشور ما تحت تأثیر این موضوع، کلمه «مذهب» را به هر معنا به کار می‌برند^۱.

تعریف عملیاتی: در این تحقیق مذاهب شامل: شیعه، سنی و ... است.

متغیر مستقل، پایگاه اجتماعی

تعریف نظری: به موقعیت اجتماعی و جایگاهی اطلاق می‌شود که فرد در گروه یا در مرتبه اجتماعی یک گروه، در مقایسه با گروههای دیگر احراز می‌کند. پایگاه و موقعیت اجتماعی فرد حقوق و مزایای شخصی را تعیین می‌کند^۲.

تعریف عملیاتی: در این تحقیق، پایگاه اجتماعی به موقعیتی اطلاق می‌شود که از طریق درآمد، ثروت، شغل و ... به دست می‌آید.

متغیر مستقل، تحصیلات

تعریف نظری: اکتسابات و محصولات، درس‌هایی که در مدارس می‌خوانند و بیشتر به مدارس عالی اشاره دارد^۳.

تعریف عملیاتی: در این پژوهش به هشت طبقه تحصیلی: بی‌سواد، خواندن و نوشتن، سیکل، سیکل تا دیپلم، دیپلم، فوق دیپلم، لیسانس، فوق لیسانس و دکتری اطلاق می‌شود.

متغیر مستقل، رسانه‌ها

تعریف نظری: هر وسیله‌ای که پیامی را منتقل می‌کند رسانه است.

رسانه، موجود زنده‌ای است که پیامی را از یک پیام ساز به یک پیام گیر (مخاطب) منتقل می‌کند. رسانه، موجود زنده‌ای است که ارتباطات را برقرار می‌کند یا سبب برقراری ارتباطات می‌گردد یا وسیله برقراری ارتباطات است^۴.

رسانه به معنی هر وسیله‌ای است که انتقال دهنده فرهنگ‌ها و افکار عده‌ای باشد^۵.

رسانه به هر ابزار، سازمان یا نهاد مادی و غیرمادی که عامل پیام است اطلاق می‌گردد به شرط آن که پیامی که منتشر می‌کند از مقبولیت اجتماعی برخوردار باشد و مورد پذیرش جامعه و مخاطبان قرار گیرد^۵.

^۱ تعریف مذهب، آنلین، ۲۰۰۸.

^۲ نظریه بروس کوئن، (برگرفته از: زرعی، آنلین، ۱۳۸۵).

^۳ سایبرگ، تعریف رسانه، آنلین، ۲۰۰۶.

^۴ ساروخانی، جامعه شناس وسایل ارتباط جمعی، برگرفته از: رسانه چیست؟، آنلین، ۱۳۸۸.

کنش متقابل فرهنگ و رسانه، آنلین، ۱۳۸۶. www.SID.ir

رسانه در فرهنگ‌ها و منابع مختلف فارسی و انگلیسی تعاریف مختلفی دارد که در اینجا به ذکر یک نمونه بسنده می‌کنیم. در فرهنگ اندیشه‌نو: (بیرشک و دیگران ۱۳۷۲) رسانه به عنوان اصطلاحی کلی برای اشاره به سیستم‌ها یا دستگاه‌های انتقال اطلاعات یا سرگرمی به کار برده می‌شود، مانند: روزنامه‌ها، رادیو، تلویزیون، فیلم، کتاب و نوار.

تعریف عملیاتی: منظور از رسانه‌ها در این پژوهش تلویزیون، ماهواره، اینترنت، رادیو و مطبوعات است.

متغیر وابسته، نابرابری‌های اجتماعی

تعریف نظری: نابرابری اجتماعی به معنای کلی به تفاوت‌های میان افراد یا جایگاه‌هایی که به صورت اجتماعی تعریف شده و افراد آن را اشغال کرده‌اند، اشاره می‌کند. از آنجا که جایگاه افراد بر نحوه زندگی آنها و خاصه بر «حقوق»، «فرصت‌ها»، «پاداش‌ها» و «امتیازاتی» که از آن برخوردارند، تأثیر می‌گذارد، پس می‌توان گفت که نابرابری اجتماعی دلالت‌های حقوقی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی نیز دارد (زاهدی، ۱۳۸۵: ۴۰).

نابرابری اجتماعی وضعیتی است که در چارچوب آن، انسان‌ها دسترسی نابرابری به منابع با ارزش، خدمات و موقعیت‌های جامعه دارند. این نابرابری، هنگامی روی می‌دهد که افراد و گروه‌ها، یکدیگر را درجه‌بندی و سپس ارزیابی کنند. اما از همه مهم‌تر این است که نابرابری‌های اجتماعی، ناشی از موقعیت‌های متفاوت در ساختار اجتماعی است (توسعه و نابرابری، آنلاین، ۲۰۰۹).

تعریف عملیاتی: احساس نابرابری، تغییری نسبی است که در مقام قیاس خود با گذشته خویش یا دیگران از حیث کسب ارزش‌های مادی یا معنوی بروز می‌کند. از این رو احساس نابرابری اجتماعی میزان برخورداری از کسب ارزش‌ها و دسترسی به امکانات اجتماعی در زندگی شهری را شامل می‌شود.

از سوی دیگر با توجه به کیفی بودن میزان این احساس، برای اندازه‌گیری آن، از طیف پنج گزینه‌ای لیکرت استفاده می‌کنیم.

روش‌شناسی

نوع کار، تحقیقاتی، هدف آن کاربردی؛ و نوع روش تحقیق، پیمایشی (هدایت شده) است.

جامعه پژوهش

در این پژوهش ساکنان شهر تهران با ۲۲ منطقه شهرداری، شامل مناطق شمال، جنوب، غرب، شرق و مرکز در نظر گرفته شده است.

حجم نمونه و ویژگی آن

حجم نمونه این تحقیق با استفاده از فرمول برآورد حجم نمونه کوکران برای جامعه‌های بزرگ با ضریب اطمینان ۰/۹۵ و ضریب دقت ۰/۰۵ به میزان ۳۸۴ نفر برآورد شد که برای اطمینان بیشتر، این مقدار به ۴۰۰ نفر افزایش یافت. نمونه انتخابی متشکل از کلیه ساکنان شهر تهران از تمامی سنین، تمامی شغل‌ها، تمامی طبقات، و هر دو جنس بود.

روش نمونه‌گیری

در این پژوهش، نظر به گستردگی جامعه پژوهش شهر تهران و با در نظر گرفتن پنج منطقه شمال، جنوب، شرق، غرب و مرکز و با توجه به ناهمگونی ساختار جامعه تحقیق و گوناگونی درون جامعه (قشرها، طبقه‌ها، گروه‌ها) و وجود درصدهای متناوب جمعیتی، از نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای متناسب با حجم استفاده شد. روش کار به این صورت بوده است که ابتدا از بین ۲۲ منطقه تهران براساس قرعه پنج منطقه جغرافیایی از نواحی شمال، جنوب، غرب، شرق، و مرکز تهران انتخاب شد که شامل منطقه‌های ۳، ۱۶، ۹، ۱۳ و ۶ بود. آنگاه مطابق با طبقه بندی مرکز آمار ایران، این مناطق به حوزه‌ها و بلوک‌ها طبقه بندی و از هر منطقه ۱ حوزه و از هر حوزه ۵ بلوک به صورت تصادفی انتخاب شد. چگونگی انتخاب نمونه‌ها در جدول شماره یک آمده است.

جدول شماره ۱: توزیع نمونه‌ها در ۵ منطقه شهر تهران

| ردیف | منطقه | تعداد نمونه |
|------|----------|-------------|
| ۱ | شمال، ۳ | ۷۵ |
| ۲ | جنوب، ۱۶ | ۹۳ |
| ۳ | غرب، ۹ | ۸۲ |
| ۴ | شرق، ۱۳ | ۷۸ |
| ۵ | مرکز، ۶ | ۷۲ |

ابزار پژوهش

در این پژوهش، در ابتدا محقق با بررسی کتابخانه‌ای متون مرتبط، موضوع مورد نظر را بررسی و بر آن اساس چارچوب نظری و فرضیه‌های خود را تدوین کرد. آن گاه با ساخت ابزار در میدان طبیعی به یک بررسی میدانی پرداخت. در بررسی کتابخانه‌ای، محقق از فیش برداری برای گردآوری اطلاعات استفاده کرد. در بخش میدانی محقق با پرسشنامه‌ای متشکل از دو قسمت که قسمت اول آن یک پرسشنامه ۲۲ گویه‌ای برای سنجش متغیرهای مستقل و قسمت دوم یک آزمون ۱۸ گویه‌ای ۵ گزینه‌ای برای سنجش متغیر وابسته (احساس نابرابری‌های اجتماعی) بود، به جمع‌آوری داده‌ها

پایایی و اعتبار ابزار

برای اطمینان از کیفیت ابزار، پژوهشگر با دو ملاک پایایی و اعتبار اقدام به بررسی آن کرد. برای بررسی پایایی از پایایی باز آزمایی استفاده شد که میزان ۹۹ درصد پایایی به دست آمده حاکی از پایایی بسیار بالای ابزار بود. برای بررسی اعتبار، از اعتبار محتوا (ضریب CVR) استفاده شد که ضریب CVR معادل ۶۸ درصد با توجه به ارزیابی ۱۲ داور حاکی از اعتبار بالای ابزار بود. در ضمن داوران مذکور تمامی گویه‌ها را به صورت انفرادی نیز تأیید کردند و برای سنجش متغیرهای مورد نظر آنها را مناسب و اساسی تشخیص دادند.

نحوه تجزیه و تحلیل داده‌ها

با توجه به اینکه مقیاس ابزار از نوع رتبه‌ای است، پس از جمع گویه‌ها به شبه فاصله‌ای تبدیل می‌شود و نمونه‌گیری نیز به صورت تصادفی بود، برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آماره‌های پارامتری استفاده شده است. همچنین برای تعیین تفاوت‌های بین دو گروه از آزمون تی مستقل و تفاوت‌های بین چند گروه از آزمون تحلیل واریانس یک سویه استفاده گردید.

یافته‌ها و نتایج

در این پژوهش از مجموع ۴۰۰ نفر حجم نمونه، بیشترین فراوانی یعنی ۸۶ نفر برابر با ۲۱/۵ درصد مربوط است به دیپلم و کمترین فراوانی یعنی ۱ نفر برابر با ۰/۰۳ درصد را پاس‌خگویانی تشکیل داده‌اند که در مقطع تحصیل دکتری بوده‌اند.

وضعیت اشتغال ۳۴۲ نفر برابر با ۸۵/۵ درصد پاس‌خگویان شاغل بودند و ۳۷ نفر یعنی ۹/۳ درصد بقیه غیرشاغل (بیکار) بوده‌اند. ضمناً ۱۵ نفر از غیرشاغل‌ها بازنشسته و ۶ نفر دیگر مستمری‌بگیر هستند. میزان درآمد ماهانه پاس‌خگویان: بیشترین فراوانی یعنی ۱۶۹ نفر برابر با ۴۲/۳ درصد مربوط به پاس‌خگویانی است که درآمد ماهانه ۶ تا ۷ میلیون ریال دارند و کمترین فراوانی یعنی ۳ نفر برابر با ۰/۰۸ درصد مربوط به پاس‌خگویانی است که درآمد ماهانه بیش از ۱۰ میلیون ریال دارند. نوع منزل مسکونی پاس‌خگویان: ۳۵۶ نفر برابر با ۸۹ درصد پاس‌خگویان در آپارتمان سکونت داشتند و ۴۴ نفر برابر با ۱۱ درصد پاس‌خگویان در منزل ویلایی ساکن بوده‌اند.

مالکیت منزل مسکونی پاس‌خگویان: بیشترین فراوانی یعنی ۱۴۷ نفر برابر با ۳۶/۸ درصد مربوط به پاس‌خگویانی است که دارای منزل شخصی بودند و کمترین فراوانی یعنی ۶ نفر برابر با ۱/۵ درصد به پاس‌خگویانی اختصاص دارد که دارای منزل اجاره‌ای بوده‌اند. ضمناً ۱۳۷ نفر از پاس‌خگویان دارای منزل رهنی، ۱۰۳ نفر دارای منزل رهنی - اجاره‌ای و ۷ نفر دارای منزل سازمانی بوده‌اند. متراژ منزل مسکونی پاس‌خگویان: بیشترین فراوانی یعنی ۱۱۵ نفر برابر با ۲۸/۸ درصد به پاس‌خگویان دارای منزل

مسکونی بین ۷۰ تا ۸۰ مترمربع اختصاص دارد و کمترین فراوانی یعنی ۳۱ نفر برابر با ۷/۸ درصد مربوط به پاسخگویان دارای منزل مسکونی بین ۵۰ تا ۶۰ مترمربع است. ضمناً ۸۰ نفر دارای منزل مسکونی ۸۰ تا ۹۰ مترمربع، ۶۷ نفر دارای منزل مسکونی ۹۰ تا ۱۰۰ مترمربع، و ۶۶ نفر دارای منزل مسکونی ۶۰ تا ۷۰ مترمربع بوده‌اند و ۴۱ نفر مابقی دارای منزل مسکونی بیش از ۱۰۰ مترمربع هستند.

بیشترین فراوانی زبان یا گویش (قومیت) به ترتیب عبارت است از: ۱. ترکی و آذری (۲۴۴ نفر)؛ ۲. فارسی (۴۶ نفر)؛ ۳. گیلکی و مازنی (۴۱ نفر)؛ ۴- کردی (۳۴ نفر)؛ ۵. لری (۲۰ نفر)؛ ۶. عربی (۱۱ نفر) و ۷. ارمنی (۴ نفر).

بیشترین فراوانی در خصوص مذهب پاسخگویان به ترتیب عبارت‌اند از: ۱. شیعه (۳۷۱ نفر)، ۲. سنی (۲۵ نفر)، ۳. مسیحی (۴ نفر).

جدول شماره ۲: توزیع پاسخگویان بر حسب بیشترین و کمترین فراوانی و بیشترین و کمترین درصد فراوانی، بعضی از متغیرهای مورد بررسی و آماره‌های توصیفی مربوط به آنها

| متغیر | بیشترین فراوانی (نفر) | بیشترین درصد فراوانی | کمترین فراوانی (نفر) | کمترین درصد فراوانی |
|---------------------------|-----------------------|----------------------|----------------------|---------------------|
| میزان تحصیلات | ۸۶ | ٪۲۱/۵ | ۱ | ٪۰/۰۳ |
| وضعیت شغلی | ۳۴۲ شاغل | ٪۸۵/۵ | ۶ مستمری بگیر | ٪۱/۵ |
| میزان متوسط درآمد ماهیانه | ۱۶۹ | ٪۴۲/۳ | ۳ | ٪۰/۰۸ |
| نوع منزل مسکونی | ۳۵۶ | ٪۸۹ | ۴۴ | ٪۱۱ |
| مالکیت منزل مسکونی | ۱۴۷ | ٪۳۶/۸ | ۷ | ٪۱/۸ |
| متراژ منزل مسکونی | ۱۱۵ | ٪۲۸/۸ | ۳۱ | ٪۷/۸ |
| قومیت | ۲۴۴ | ٪۶۱ | ۴ | ٪۱ |
| مذهب | ۳۷۱ | ٪۹۲/۸ | ۴ | ٪۱ |

جدول شماره ۳: آماره‌های توصیفی فراوانی اولویت استفاده از رسانه‌ها

| رسانه | فراوانی | درصد فراوانی | درصد فراوانی تجمعی |
|-------------|---------|--------------|--------------------|
| تلویزیون | ۲۳ | %۵.۸ | %۵.۸ |
| مطبوعات | ۶۲ | %۱۵.۵ | %۲۱.۳ |
| اینترنت | ۸۴ | %۲۱.۰ | %۴۲.۳ |
| ماهواره | ۱۴۷ | %۳۶.۸ | %۷۹.۰ |
| رادیو داخلی | ۱۲ | %۳.۰ | %۸۲.۰ |
| رادیو خارجی | ۷۲ | %۱۸.۰ | %۱۰۰.۰ |
| جمع | ۴۰۰ | %۱۰۰ | |

اولویت پاسخگویان به لحاظ استفاده از رسانه‌ها: بیشترین فراوانی مربوط به استفاده از ماهواره ۳۶/۸ درصد و کمترین مربوط به استفاده از رادیو داخلی با ۰/۳ درصد است.

جدول شماره ۴: آماره‌های توصیفی فراوانی اولویت استفاده از برنامه‌های مورد پسند در تلویزیون

| رسانه | فراوانی | درصد فراوانی | درصد فراوانی تجمعی |
|-------------|---------|--------------|--------------------|
| علمی | ۱۷ | %۴.۳ | %۴.۳ |
| تاریخی | ۱۰ | %۲.۵ | %۶.۸ |
| آموزشی | ۴۸ | %۱۲.۰ | %۱۸.۸ |
| سرگرمی، ... | ۴۷ | %۱۱.۸ | %۳۰.۵ |
| عشقی، عاطفی | ۲۵ | %۶.۳ | %۳۶.۸ |
| خبری | ۱۰۶ | %۲۶.۵ | %۶۳.۳ |
| ورزشی | ۲۳ | %۵.۸ | %۶۹.۰ |
| تخیلی | ۰ | %۰.۰ | %۶۹.۰ |
| پلیسی، ... | ۲۳ | %۵.۸ | %۷۴.۸ |
| سیاسی | ۸۴ | %۲۱.۰ | %۹۵.۸ |
| هنری | ۹ | %۲.۳ | %۹۸.۰ |
| جنگی، ... | ۸ | %۲.۰ | %۱۰۰.۰ |
| جمع | ۴۰۰ | %۱۰۰ | |

اولویت پاسخگویان به لحاظ برنامه‌های مورد پسند در تلویزیون: بیشترین فراوانی مربوط به برنامه‌های خبری ۲۶/۵ درصد و کمترین مربوط به برنامه‌های تخیلی با ۰/۰ درصد است.

جدول شماره ۵: آماره‌های توصیفی فراوانی اولویت استفاده از برنامه‌های مورد پسند در ماهواره

| اولویت | میانگین | رتبه ۳ | رتبه ۲ | رتبه ۱ | رسانه |
|--------|---------|--------|--------|--------|-------------|
| ۸ | ۱۰۶ | ۱۹ | ۱۸ | ۱۷ | علمی |
| ۵ | ۱۶۷ | ۴۷ | ۴۵ | ۱۰ | تاریخی |
| ۴ | ۲۴۵ | ۴۷ | ۲۷ | ۴۸ | آموزشی |
| ۳ | ۲۸۵ | ۳۰ | ۵۷ | ۴۷ | سرگرمی، ... |
| ۱۳ | ۳۵ | ۱۷ | ۹ | ۰ | کنسرت |
| ۹ | ۸۱ | ۴۵ | ۱۸ | ۰ | شو |
| ۶ | ۱۲۲ | ۷ | ۲۰ | ۲۵ | عشقی، عاطفی |
| ۱ | ۵۸۹ | ۱۱۰ | ۱۳۹ | ۶۷ | خبری |
| ۷ | ۱۱۵ | ۱۸ | ۱۴ | ۲۳ | ورزشی |
| ۱۵ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | جنسی (سکسی) |
| ۱۴ | ۱۴ | ۰ | ۷ | ۰ | تخیلی |
| ۱۰ | ۷۹ | ۰ | ۵ | ۲۳ | پلیسی، ... |
| ۲ | ۴۶۹ | ۴۵ | ۲۳ | ۱۲۶ | سیاسی |
| ۱۱ | ۴۸ | ۱۰ | ۱۰ | ۶ | هنری |
| ۱۲ | ۴۵ | ۵ | ۸ | ۸ | جنگی، ... |

اولویت پاسخگویان به لحاظ برنامه‌های مورد پسند در ماهواره: اولین اولویت مربوط به برنامه‌های خبری و آخرین اولویت مربوط به برنامه‌های جنسی (سکسی) است.

تحلیل داده‌ها یا آماره‌های استنباطی

در این بخش به آزمون فرضیه‌های تحقیق با کمک آزمون‌های آماری اقدام می‌پردازیم. قبل از اقدام به این کار ابتدا متوسط متغیر وابسته احساس نابرابری اجتماعی را براساس سوالات پرسشنامه محاسبه می‌کنیم. این متغیر شامل ۱۸ گویه از گویه‌های ۲۳ تا ۴۰ پرسشنامه است.

جدول شماره ۶: متوسط احساس نابرابری اجتماعی

| درصد فراوانی | فراوانی | احساس نابرابری |
|--------------|---------|----------------|
| ٪۱۸.۵ | ۷۴ | موافق |
| ٪۵۵.۵ | ۲۲۲ | بی‌نظر |
| ٪۲۶.۰ | ۱۰۴ | مخالف |
| ٪۱.۰ | ۴۰ | جمع |

در خصوص آماره‌های استنباطی، با توجه به این که مقیاس ابزار از نوع رتبه‌ای بود و پس از جمع گویه‌ها به شبه فاصله‌ای تبدیل شد و نمونه‌گیری به صورت تصادفی طبقه‌بندی متناسب با حجم بود،

از آماره‌های پارامتری استفاده شد. برای تعیین تفاوت‌های بین چند گروه، از آزمون تحلیل واریانس یک سویه و برای تعیین تفاوت‌های بین دو گروه از آزمون تی مستقل استفاده شد.

جدول شماره ۷: جدول تحلیل واریانس یک سویه وجود تفاوت بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته و احساس نابرابری‌های اجتماعی

| متغیر وابسته | متغیر مستقل | f | df | sig |
|----------------------------|---------------------------|---------|----|-------|
| احساس نابرابری‌های اجتماعی | فرصت‌های اجتماعی | ۸۱/۸۲۵ | ۲ | ۰/۰۰۰ |
| | قومیت‌ها | ۰/۳۳۳ | ۶ | ۰/۹۲۰ |
| | محدوده‌های جغرافیایی | ۲۰۸/۰۱۶ | ۴ | ۰/۰۰۰ |
| | مذاهب | ۰/۳۶۷ | ۲ | ۰/۶۹۳ |
| | پایگاه اجتماعی | ۰/۶۵۱ | ۲ | ۰/۵۲۲ |
| | تحصیلات | ۱/۹۹۱ | ۷ | ۰/۰۵۵ |
| | برنامه‌های مختلف رسانه‌ای | ۰/۶۹۳ | ۲ | ۰/۵۰۱ |

همان گونه که جدول شماره ۶ نشان می‌دهد، در خصوص وجود تفاوت بین متغیر مستقل

فرصت‌های اجتماعی و متغیر وابسته احساس نابرابری‌های اجتماعی، مقدار آماره آزمون F محاسبه شده در درجه آزادی ۲ به میزان ۸۱/۸۲۵ در سطح معناداری ۰/۰۰۰ است و بیانگر وجود تفاوت است. در خصوص وجود تفاوت بین متغیر مستقل قومیت و متغیر وابسته احساس نابرابری‌های اجتماعی، مقدار آماره آزمون F محاسبه شده در درجه آزادی ۶ به میزان ۰/۳۳۳ در سطح معناداری ۰/۹۲۰ است و بیانگر وجود تفاوت نیست. در خصوص وجود تفاوت بین متغیر مستقل محدوده جغرافیایی و متغیر وابسته احساس نابرابری‌های اجتماعی، مقدار آماره آزمون F محاسبه شده در درجه آزادی ۴ به میزان ۲۰۸/۰۱۶ در سطح معناداری ۰/۰۰۰ است و بیانگر وجود تفاوت است. در خصوص وجود تفاوت بین متغیر مستقل مذاهب و متغیر وابسته احساس نابرابری‌های اجتماعی، مقدار آماره آزمون F محاسبه شده در درجه آزادی ۲ به میزان ۰/۳۶۷ در سطح معناداری ۰/۶۹۳ است و بیانگر وجود تفاوت نیست. در خصوص وجود تفاوت بین متغیر مستقل پایگاه اجتماعی و متغیر وابسته احساس نابرابری‌های اجتماعی، مقدار آماره آزمون F محاسبه شده در درجه آزادی ۲ به میزان ۰/۶۵۱ در سطح معناداری ۰/۵۲۲ است و بیانگر وجود تفاوت نیست. در خصوص وجود تفاوت بین متغیر مستقل تحصیلات و متغیر وابسته احساس نابرابری‌های اجتماعی، مقدار آماره آزمون F محاسبه شده در درجه آزادی ۷ به میزان ۱/۹۹۱ در سطح معناداری ۰/۰۵۵ است و بیانگر وجود تفاوت نیست. در خصوص وجود تفاوت بین متغیر مستقل برنامه‌های مختلف رسانه‌ای و متغیر وابسته احساس نابرابری‌های اجتماعی، مقدار آماره آزمون F محاسبه شده در درجه آزادی ۲ به میزان ۰/۶۹۳ در سطح معناداری ۰/۵۰۱ است و بیانگر وجود تفاوت نیست.

جدول شماره ۸: آماره‌های گروهی آزمون تی برای مقایسه احساس نابرابری‌های اجتماعی بین استفاده کنندگان از رسانه‌های داخلی و خارجی

آماره‌های گروهی

| میانگین خطای معیار | انحراف معیار | میانگین | تعداد | رسانه |
|--------------------|--------------|---------|-------|----------------------|
| ۰/۰۷۵ | ۰/۷۳۶ | ۲/۸۲ | ۹۷ | داخلی احساس نابرابری |
| ۰/۰۳۶ | ۰/۶۱۹ | ۳/۱۶ | ۳۰۳ | خارجی |

جدول شماره ۹: جدول آزمون تی برای مقایسه احساس نابرابری‌های اجتماعی بین استفاده کنندگان از رسانه‌های داخلی و خارجی

آزمون نمونه‌های مستقل

| آزمون تی برای برابری میانگین‌ها | | | | |
|---------------------------------|---------|---------|-----------------|--|
| | t | df | Sig. (2-tailed) | |
| احساس نابرابری | -۴/۳۶۲ | ۳۹۸ | ۰/۰۰۰ | |
| | -۳/۹۹۱ | ۱۴۲/۰۶۵ | ۰/۰۰۰ | |
| | assumed | | | |

همان گونه که جدول‌های شماره ۷ و ۸ نشان می‌دهند، در خصوص فرضیه وجود تفاوت در زمینه احساس نابرابری‌های اجتماعی بین استفاده کنندگان از رسانه‌های داخلی و خارجی، با توجه به نتایج جدول شماره ۸ که میزان معناداری کمتر از ۰/۰۵ بود از تی برای واریانس‌های برابر استفاده شد و تی محاسبه شده در درجه آزادی ۳۹۸ به میزان ۴/۳۶۲- و هم چنین از تی برای واریانس‌های نابرابر استفاده شد و تی محاسبه شده در درجه آزادی ۱۴۲/۰۶۵ به میزان ۳/۹۹۱- برای احساس نابرابری‌های اجتماعی بود. پس می‌توان گفت بین استفاده کنندگان از رسانه‌های داخلی و خارجی در زمینه احساس نابرابری‌های اجتماعی تفاوت معناداری وجود دارد. مقایسه میانگین‌های جدول شماره ۷ نشان می‌دهد که استفاده کنندگان از رسانه‌های خارجی با میانگین ۳/۱۶ نسبت به استفاده کنندگان از رسانه‌های داخلی با میانگین ۲/۸۲ به میزان تفاوت ۰/۳۴ بیشتر احساس نابرابری اجتماعی می‌کنند.

بحث و نتیجه گیری

نتایج حاصل از پژوهش و یافته‌های به دست آمده از آزمون تحلیل واریانس یک سویه نشان می‌دهد که تفاوت معناداری میان فرصت‌های اجتماعی و احساس نابرابری اجتماعی وجود دارد. در تبیین این یافته باید اشاره کرد که اصطلاح فرصت‌ها یا شانس‌های زندگی را نخستین بار وبر به کار برد و منظور او امکانات اختصاصی شخص از لحاظ برخورداری از ثروت، وضعیت بیرونی

زندگی و تجربه شخصی بود. فرصت‌های زندگی را به وسیع‌ترین معنای آن می‌توان شانس دسترسی به انواع کالاهای اقتصادی یا فرهنگی برای هر فرد در هر جامعه دانست. آبر کرامبی در فرهنگ جامعه‌شناسی آن را شانس‌هایی می‌داند که هر کس برای سهم بردن از کالاهای اقتصادی و فرهنگی یک جامعه در اختیار دارد. فرصت‌های زندگی مترکم شده، نابرابری‌ها و تبعیض‌های اجتماعی موجود در ساختار نظام‌های اجتماعی را منعکس می‌سازد. دسترسی متفاوت گروه‌های اجتماعی مختلف به این فرصت‌ها زمینه‌های لازم برای پایداری هر چه بیشتر شکاف‌ها و نابرابری‌های اجتماعی را فراهم می‌کند. شاید بتوان تفاوت مشاهده شده در این پژوهش را ناشی از عدم توزیع مناسب فرصت‌های اجتماعی در سطح شهر تهران دانست. زیرا به نظر می‌رسد کسب شانس‌ها یا فرصت‌های زندگی دسترسی به موفقیت را برای این افراد آسان می‌سازد. این امر می‌تواند تفاوت معناداری بین افراد دارای فرصت‌های اجتماعی متفاوت را توجیه کند.

نتایج حاصل از پژوهش و یافته‌های به دست آمده از آزمون تحلیل واریانس یک سویه نشان می‌دهد که تفاوت معناداری میان قومیت‌های گوناگون و احساس نابرابری اجتماعی وجود ندارد.

در تبیین این نتایج حاصله می‌توان به نظریه هرودر اشاره کرد که می‌گوید «جوجه مشترک انسانهای متعلق به یک گروه تأثیر مستقیمی بر ماهیت آنها دارد». انتظار می‌رفت که فرضیه مزبور تأیید شود و تأیید نشدن آن را می‌توان این گونه تبیین کرد که تهران شهری مهاجرپذیر است و عدم تمرکز اقوام در مناطق خاص و توزیع تقریباً یکسان اقوام ایرانی در سطح شهر ممکن است باعث اختلاط فرهنگها و نزدیکی ملتها به فرهنگ جهانی و کم‌رنگ شدن یا رنگ باختن فرهنگ‌های محلی شده باشد. انتقال فرهنگ جهانی در زمینه‌الگوهای جامعه مدنی باعث بالا رفتن سطح مطالبات همه گروهها و اقوام گوناگون گردیده است. این امر مبین آن است که الگوهای فرهنگی جامعه جهانی تا حدودی عواملی همچون قوم‌گرایی را کم رنگ و کم اثر کرده است.

نتایج حاصل از پژوهش و یافته‌های به دست آمده از آزمون تحلیل واریانس یک سویه نشان می‌دهد که تفاوت معناداری میان محدوده‌های جغرافیایی و احساس نابرابری اجتماعی وجود دارد.

در تبیین این نتیجه می‌توان گفت: به نظر می‌رسد، مردم هر ناحیه مجبورند خود را با طبیعت وفق دهند و این امر تأثیر مستقیم و غیرمستقیمی بر زندگی اجتماعی، سیاسی و اقتصادی آنها برجای می‌گذارد و در درازمدت خلق و خوی آنها را نیز متأثر می‌سازد. چنان که گوردن‌چایلد معتقد است جغرافیا با چالشی که فراروی انسان گذاشت به بنیان‌های اولیه تمدن شکل بخشید. به نظر می‌رسد که تعریف مفهومی جغرافیا و تعریف ذهنی افراد یا گاه‌آنگاه مسئولان شهری به تقسیم بندی و درجه بندی افراد در شهرها (بالای شهرنشین، پایین شهر نشین یا شهروند درجه یک، شهروند درجه دو) بیانگر رابطه میان محیط و انسان است. به عبارتی تمام اجزا و ضوابطی که در محیط یا منطقه

جغرافیایی محل سکونت وجود دارد بر نوع نگاه، نگرش و احساس افراد در مورد نابرابری اجتماعی تأثیرگذار باشد.

نتایج حاصل از پژوهش و یافته‌های به دست آمده از آزمون تحلیل واریانس یک سویه نشان می‌دهد که تفاوت معناداری میان مذاهب مختلف و احساس نابرابری اجتماعی وجود ندارد.

در تبیین این یافته به دیدگاه دورکیم اشاره می‌شود که می‌گوید: دین نه تنها اطمینان و اعتماد خارج از حد در افراد ایجاد می‌کند، بلکه در رابطه افراد با گروه و سازگاری آنها با جامعه نقش مهمی دارد. از این رو دورکیم کارکرد تازه‌ای برای دین قائل می‌شود و آن ایجاد اعتماد، اطمینان و سازگاری فرد با گروه و ارتباط آنها با یکدیگر است.

از نظر مارکس دین و اعتقادات مذهبی (نهادی محافظه کار تلقی می‌شود) تحمل نابرابری‌ها را آسان جلوه می‌دهد و هیچ تلاشی برای رفع و دفع علل آن توصیه نمی‌کند. با توجه به اینکه ادیان آسمانی دنیای پس از مرگ را به انسانها نوید می‌دهند، به نظر می‌رسد همگی تحمل سختی‌ها و شداید این دنیا را توصیه می‌کنند. حتی در پاره‌ای از موارد تقدیرگرایی و سرنوشت از پیش تعیین شده را مطرح می‌سازند. لذا یکسان بودن نگرش ادیان و مذاهب گوناگون به نابرابری‌های دنیوی و اجتماعی قابل پیش بینی و تصور است.

نتایج حاصل از پژوهش و یافته‌های به دست آمده از آزمون تحلیل واریانس یک سویه نشان می‌دهد که تفاوت معناداری میان پایگاه اجتماعی افراد و احساس نابرابری اجتماعی وجود ندارد.

در تبیین این یافته‌های می‌توان گفت: نظر به اینکه توسعه ارتباطات، خصوصاً برای شهروندان پایتخت امکان دستیابی به اطلاعات را از انحصار افراد محدودی که دارای امکانات مالی بالاتر هستند خارج کرده و فرصت تقریباً یکسانی برای قشرهای بیشتری از جامعه فراهم نموده است، دستیابی به معیارهای جامعه مدنی نیز آسان‌تر شده است و همین امر زمینه‌ای فراهم کرده است که دیدگاههای مردم درباره پایگاههای اجتماعی گوناگون را به فرهنگ جهانی و جامعه مدنی نزدیک‌تر می‌کند. به ویژه در حوزه نگرش به احساس نابرابری‌های اجتماعی که طبق الگوهای فرهنگ جهانی، تأمین حداقل امکانات مورد نیاز انسانها یکی از میثاقهای جامعه مدنی است و طبق قرارداد اجتماعی از وظایف دولتها در مقابل مردم به شمار می‌آید.

نتایج حاصل از پژوهش و یافته‌های به دست آمده از آزمون تحلیل واریانس یک سویه نشان می‌دهد که تفاوت معناداری میان افراد با تحصیلات متفاوت و احساس نابرابری اجتماعی وجود ندارد.

در تبیین این یافته می‌توان اشاره کرد که میزان تحصیلات می‌بایست با توجه به زمان مدت زمان طولانی جامعه پذیری و انتقال فرهنگ جهانی جامعه مدنی، از عوامل مؤثر به شمار می‌آید، لیکن رد فرضیه مزبور مؤید آن است که امروزه رسانه‌ها نقشی هم طراز و گاهی برجسته‌تر و مؤثرتر از

مؤسسات آموزش عالی در انتقال اطلاعات، ایده‌ها و آموزش بر عهده گرفته‌اند و به راستی و درستی می‌توان آن را قدرت نرم تعبیر کرد. این قدرت نرم به نظر می‌رسد قادر است در نزدیک‌تر کردن دیدگاه‌های شهروندان نقش و تأثیری برابر یا حتی گاهی بیشتر از نقش تحصیلات داشته باشد و بر نگرش شهروندان در زمینه احساس نابرابری‌های اجتماعی تأثیر بگذارد.

نتایج حاصل از پژوهش و یافته‌های به دست آمده از آزمون تی مستقل نشان می‌دهد که تفاوت معناداری میان مخاطبان رسانه (خارجی و داخلی) و احساس نابرابری اجتماعی وجود دارد.

در تبیین این یافته نیز می‌توان گفت: به نظر می‌رسد تبلیغات و تأثیر آن بر افکار عمومی یکی از قدیمی‌ترین ابزارهای تقویت و تثبیت مقبولیت سلطه سیاسی بوده است و به صورت گوناگون به اجرا گذاشته می‌شود. اما با توسعه ارتباطات، پدیده افکار عمومی وجه بارز و ملموس‌تری به خود گرفته است که می‌توان آن را به عینه درک و مشاهده کرد.

امروزه رسانه‌های جمعی با ابزارهای نوین خود از جمله ماهواره و اینترنت با روش‌های گوناگون و جالبی فرد را با سبک زندگی متفاوت، شرایط بهتر، زندگی جذاب تر، کشوری بهتر، و به طور کلی وضعیت بهتر آشنا می‌کنند. به نظر می‌رسد تفاوت احساس نابرابری اجتماعی در بین استفاده کنندگان از رسانه‌های داخلی با میانگین ۲/۸۲ نسبت به رسانه‌های خارجی با میانگین ۳/۱۶ مبین این امر باشد که تبلیغات مثبت رسانه‌های داخلی حکومت توانسته است این احساس نابرابری را تا حدودی کاهش دهد. ولی استفاده از رسانه‌های خارجی با توجه به نشدن و نداشتن احساس مسئولیت در برابر وفاق اجتماعی در بین شهروندان ایرانی (و در مواردی بزرگ نمایی نقاط منفی شکاف اقتصادی) می‌تواند توجیه گر این تفاوت باشد.

نتایج حاصل از پژوهش و یافته‌های به دست آمده از آزمون تحلیل واریانس یک سویه نشان می‌دهد که تفاوت معناداری میان برنامه‌های رسانه‌ای (برنامه‌های مختلف رسانه ای) و احساس نابرابری اجتماعی وجود ندارد.

در تبیین آن یافته می‌توان گفت: به نظر می‌رسد ارزیابی نفوذ تلویزیون و ماهواره به عنوان یک وسیله فرهنگی، بر حسب محتوای برنامه‌های آنها این گونه که باید مقدور نباشد. در جوامع امروزی تلویزیون و ماهواره به فراهم ساختن چارچوب‌های تجربی و نگرش‌های کلی فرهنگی که در درون آن افراد اطلاعات را تفسیر می‌کنند و سازمان می‌دهند کمک می‌کند. تلویزیون و ماهواره در گسترش شکل‌های غیرمستقیم ارتباط در عصر حاضر به اندازه کتاب یا مجلات و روزنامه‌ها مهم است. تلویزیون و ماهواره روش‌های تفسیر زندگی اجتماعی و واکنش نشان دادن به آن را با کمک نظم دادن به تجربه‌های زندگی اجتماعی، قالب‌ریزی می‌کنند. به نظر می‌رسد نوع برنامه در ایجاد احساس نابرابری مؤثر نباشد، بلکه هرچه کارآیی تبلیغات بیشتر باشد میزان تأثیر آن بر کاربران افزایش می‌یابد.

خلاصه آنچه از یافته‌های تحقیق برداشت می‌شود:

با توجه به تعریفی که از فرصت‌های اجتماعی و عوامل تشکیل دهنده آن داشتیم، می‌توان گفت این عامل با مجموعه شرایط و امکاناتی که فرد آنها را فرصت‌های اجتماعی می‌داند در ایجاد احساس نابرابری در افراد نمونه و به تبع آن در جامعه مؤثر است. این تفاوت ناشی از متمرکز شدن پاره‌ای از امکانات شهری، اعم از اداری، تفریحی، آموزشی و غیره در برخی از نقاط خاص شهر و عدم توزیع مناسب این مراکز در سطح شهر است. با دسته بندی افراد نمونه براساس قومیت، ارتباط یا تفاوت معناداری مشاهده نمی‌شود. دلیل این موضوع در مهاجر پذیر بودن شهر تهران و عدم تمرکز اقوام در مناطق خاص و توزیع تقریباً یکسان اقوام ایرانی در سطح شهر تهران است. شاید اگر این تحقیق در یکی از استان‌هایی که دارای اقوام محدود و مشخصی اند اجرا می‌شد، نتایج متفاوتی به دست می‌آمد. از آنجا که در این تحقیق از مناطق ۵ گانه تهران (شمال، جنوب، شرق، غرب و مرکز) نمونه‌گیری شد، این دسته بندی تفاوت معناداری در زمینه احساس نابرابری در افراد ساکن این مناطق نشان می‌دهد. با توجه به اینکه بیش از ۹۰ درصد نمونه‌های مورد بررسی دارای مذهب شیعه هستند، با این دسته بندی تفاوت در احساس نابرابری در افراد نمونه و به تبع آن در افراد جامعه معنادار نبود. یعنی از دیدگاه پاسخ دهندگان مذهب عاملی برای ایجاد احساس نابرابری در افراد نیست. پایگاه اجتماعی افراد به لحاظ درآمد، شغل، دارایی و غیره نیز عاملی برای ایجاد احساس نابرابری در افراد نمونه و به تبع آن در افراد جامعه نیست. یعنی افراد پایگاه اجتماعی خود را ناشی از نابرابری‌های اجتماعی موجود نمی‌دانند. افراد با سطح تحصیلات متفاوت دارای احساس نابرابری متفاوتی هستند. مشخصاً این مسأله ناشی از میزان آگاهی افراد از محیط خود و قیاس آن با سایر مناطق شهر تهران یا حتی با سایر کشورهاست. مخاطبان رسانه‌ها را به دو دسته خارجی و داخلی تقسیم کردیم. مخاطب نوع خاصی از رسانه بودن در ایجاد احساس نابرابری در افراد مؤثر است. برعکس آنچه در رسانه مطرح می‌شود یا نوع برنامه‌هایی که افراد تمایل به مشاهده آنها دارند در ایجاد احساس نابرابری در افراد مؤثر نیست. یعنی نوع برنامه تأثیری در ایجاد احساس نابرابری ندارد. اما نوع رسانه در ایجاد این احساس مؤثر است. به عنوان جمع بندی می‌توان گفت فرصت‌های اجتماعی افراد، محدوده‌های جغرافیایی، تحصیلات و مخاطب نوع خاصی از رسانه بودن در ایجاد احساس نابرابری مؤثرند.

راهکارها و راهبردهای پیشنهادی

نظر به اینکه فرصت‌های اجتماعی به صورتی متراکم شده نا برابری‌ها و تبعیض‌های اجتماعی موجود در ساختار نظام‌های اجتماعی را منعکس می‌سازد و دسترسی متفاوت گروه‌های اجتماعی مختلف به این فرصت‌ها زمینه‌های لازم برای پایداری هرچه بیشتر شکاف‌ها و نابرابری‌های اجتماعی را فراهم می‌کند، می‌بایست ترتیبی داد که این فرصت‌های اجتماعی به صورت متقارن در جامعه

توزیع شود، و افراد جامعه شانس آن را داشته باشند که از کالاهای اقتصادی و فرهنگی جامعه سهمی ببرند.

نظر به اینکه مردم هر نقطه مجبورند خود را با تمام امکانات و ضوابط موجود در محیط یا منطقه محل سکونت خود وفق دهند، این امر تأثیر مستقیم و غیرمستقیمی بر زندگی اجتماعی، سیاسی و اقتصادی آنها بر جای می‌گذارد. پس می‌بایست ترتیبی داد که منابع و ثروت‌های طبیعی و ملی به طور گسترده و متناسب با محیط جغرافیایی در اختیار افراد قرار گیرد.

نظر به اینکه ساخت مذهبی حاکم بر جوامع دنیای پس از مرگ را به انسانها نوید می‌دهند و همگی تحمل سختی‌ها و شداید این دنیا را توصیه می‌کنند و حتی در پاره‌ای موارد از تقدیرگرایی و سرنوشت از پیش تعیین شده صحبت می‌کنند، پس می‌بایست توانایی‌های فکری افراد را با توجه به پیچیدگی‌های محیطی زندگی افزایش داد.

نظر به اینکه تفاوت محسوسی بین رسانه‌های خارجی و رسانه‌های داخلی در امر آگاه سازی مردم از احساس نابرابری اجتماعی وجود دارد، و رسانه‌های خارجی توانسته‌اند شکاف نابرابری اجتماعی را بین شهروندان نمایان تر سازند، رسانه‌های داخلی لازم است در این حوزه و در مشی‌های خود تجدید نظر کنند.

درباره محدودیت‌های این مطالعه باید گفت: تبدیل کیفیت‌ها و امور درونی به کمیت‌ها با استفاده از روش‌های شایع تجربی کاری بس پیچیده، صعب و مستلزم صبر و حوصله، دقت و فرصت کافی است، خصوصاً اگر تحقیق در حوزه نابرابری اجتماعی باشد. علاوه بر پیچیدگی‌های یاد شده باید اشاره کرد که نمونه جامعه آماری شامل ۴۰۰ نفر بود این تعداد اندک را نمی‌توان به کل شهر تهران تعمیم داد. با این حال پژوهشگر با انتخاب روش طبقه بندی متناسب با حجم، تلاش کرده است نمونه آماری دارای بیشترین شباهت به کل جامعه آماری باشد.

منابع فارسی

- افق دانش. (۲۰۱۱، آنلاین) www.ofoghe-danesh.blogfa.com
- تأمین، م. (۱۳۷۹). جامعه شناسی قشربندی و نابرابری‌های اجتماعی نظری و کاربردی. ترجمه: عبدالحسین نیک گهر. تهران: نشر توتیا.
- تعریف مذهب. (۲۰۱۱، آنلاین). www.loghman.info
- توسعه و نابرابری. (۲۰۱۱، آنلاین). www.khschool.ir
- جغرافیا علم مکانهاست. (۲۰۱۱، آنلاین). www.vazifeh.blogfa.com
- ذاکرهنجانی، ح. (۱۳۸۶). نابرابری درآمدی در ایران. فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال ششم، شماره ۲۴
- ربانی، ر. و انصاری، ا. (۱۳۸۵). جامعه شناسی قشرها و نابرابری‌های اجتماعی. اصفهان: انتشارات سمت.
- رسانه چیست؟ (۲۰۱۱، آنلاین). www.tebyan.ardebil.ir
- رفیع پور، ف. (۱۳۸۷). توسعه و تضاد: کوششی در جهت تحلیل انقلاب اسلامی و مسایل اجتماعی ایران. تهران: شرکت سهامی انتشار.
- زاهدی، م. ج. (۱۳۸۵). توسعه و نابرابری. تهران: انتشارات مازیار.
- سلیمی. (۲۰۱۱، آنلاین). نقدی بر کتاب «قومیت و قوم گرایی در ایران
- www.rasankurdistan.blogfa.com
- صمدی، ب. (۱۳۸۴). نابرابری و احساس نابرابری (بررسی روند نابرابری درآمد در ایران و احساس نابرابری در بین شهروندان تهرانی). پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
- کمالی، ع. (۱۳۸۵). مقدمه‌ای بر جامعه شناسی نابرابریهای اجتماعی. تهران: انتشارات سمت
- کامران، ف و نیک خلق، ع. (۱۳۸۴). روشهای تحقیق در علوم اجتماعی. تهران: نشر استادیار.
- کنش متقابل فرهنگ و رسانه. (۲۰۱۱، آنلاین).
- www.mediaculture.blogspot.com
- گرب، ج. ادوارد. (۱۳۸۱). نابرابری اجتماعی: دیدگاهها و نظریه پردازان کلاسیک و معاصر. مترجمان: محمد سیاهپوش و احمد رضا غروی نژاد. تهران: نشر معاصر.
- لهسایی زاده، ع. (۱۳۷۷). نابرابری و قشربندی اجتماعی. شیراز: انتشارات دانشگاه شیراز.
- لهسایی زاده، ع. (۲۰۱۱، آنلاین) نابرابری و قشربندی اجتماعی. www.SID.ir
- زنوز، ه. (۲۰۱۱، آنلاین). فقر نابرابری در آمد در ایران. www.SID.ir

منابع انگلیسی

- Aquire, A. and Baker, D. V. (2000). **Structured inequality in the United States**, upper saddle river, N. J. prentice Hall.
- Hamilton, M. and Hirs, Z. (1987). **Class and Inequality – M.** New York: st. Martin press.
- Kerbo, H. R, (1991). **Social stratification and Inequality: Class Conflict in Historical and Comparative perspective**; New York: McGraw – Hill.
- Rathman, R. (1993). **Inequality and social stratification**; Englewood Cliffs, N. J: prentice Hall.

Archive of SID