

سازندگان فن‌سالار و خلق ارزش: کشاکش منفعت‌جویی و اعتباریابی؛ مطالعه موردی عاملان اجتماعی بازار مسکن در مشهد

مسعود چاری‌صادق*، احمدرضا اصغرپورماسوله**، غلامرضا صدیق‌اورعی***،
مهدی کرمانی****، مهدی فیضی*****

تاریخ دریافت: ۹۶/۱۲/۲۴ تاریخ بازنگری: ۹۷/۰۷/۰۶ تاریخ پذیرش: ۹۷/۰۷/۱۱

چکیده

این پژوهش که به واکاوی کنش سازندگان مسکن، شرایط حاکم بر کردار آنان، عوامل مؤثر و راهبردهای اتخاذی از سوی آنان می‌پردازد. بر اساس تحلیل نظام‌مند مصاحبه‌های عمیق با ۲۵ نفر از فعالان حوزه مسکن در مشهد به روش نظریه زمینه‌ای با رویکرد اشتراوس و کوربین صورت گرفته است. ماحصل کدگذاری باز داده‌ها ۲۵۶ کد اولیه بود که در قالب ۲۰ مقوله محوری قرار گرفت و در نهایت پدیده مرکزی تحت عنوان «سازندگان فن‌سالار در کشاکش منفعت‌جویی و اعتباریابی» به دست آمد. از جمله مقوله‌های اصلی به دست آمده به عنوان شرایط زمینه‌ای می‌توان به «وضعیت اقتصادی کلان‌شهر مشهد»، «تحولات اجتماعی و فرهنگی در زمینه الگوی سکونت شهری» اشاره داشت؛ شرایط مداخله‌ای متشکل از «تحولات فناورانه در صنعت ساختمان»، «تخصیص زدایی از ساخت مسکن»، «هزینه‌های تأمین و تضمین نهاده‌های ساخت»، «آشفته‌گی در اجرای قوانین و مقررات» و «تحول سهم ارزش زمین در قیمت مسکن» و شرایط علی شامل «توانایی مدیریت فعالیت‌های متعدد»، «برخورداری از سرمایه لازم یا امکان جذب آن» و «ویژگی‌های شخصیتی مساعد» بوده است. اخذ راهبردهایی همچون «جابجایی نقش»، «سازندگی مشارکتی» و «تغییر در الگوی ساخت‌وساز» منجر به پیامدهایی شامل «فراز و فرود تناوبی سطح عملکرد سازنده» و «اعتباریابی وابسته به عملکرد در بازار» شده است.

واژگان کلیدی: سازندگان مسکن، عرضه مسکن، عاملان بازار مسکن، منفعت، نظریه زمینه‌ای.

charimasoud@gmail.com

asgharpour@um.ac.ir

ourae@um.ac.ir

m-kermani@um.ac.ir

feizi@um.ac.ir

* دانش‌آموخته دکترای جامعه‌شناسی دانشگاه فردوسی مشهد.

** استادیار جامعه‌شناسی اقتصادی دانشگاه فردوسی مشهد (نویسنده مسئول).

*** استادیار جامعه‌شناسی اقتصادی دانشگاه فردوسی مشهد.

**** استادیار جامعه‌شناسی اقتصادی دانشگاه فردوسی مشهد.

***** استادیار اقتصاد دانشگاه فردوسی مشهد.

طرح مسئله

مسکن در قلب بحران‌های مالی قرار دارد و حباب قیمتی و دوره‌های رونق و رکود مسکن تقریباً ویژگی تمام بحران‌های مالی است (Axtell et al 2014: 2) سیالیت بی‌انتها در بازار مسکن، از جمله حباب مسکن، نه تنها به مالکین زیان می‌رساند، بلکه تخصیص اقتصاد در یک مقیاس بزرگ را با مشکل مواجه می‌نماید (Ge 2013: 1-2)؛ بنابراین رشد و رکود بخش مسکن بر رشد و رکود اقتصاد کشور مؤثر است (Gaspareniene, Venclauskiene, & Remeikiene 2014). از سوی دیگر شوک‌های پول اثرات واقعی بر روی بازار مسکن داشته (Lastrapes 2002: 1) و حتی نرخ بهره بالاتر، از شدت یافتن رونق بازار مسکن جلوگیری می‌کند (Taylor 2007: 4) نوسانات نرخ ارز نیز بر سرمایه‌گذاری بخش مسکن تأثیرگذار است (Komijani et al 2015: 132). همه این شواهد نشان می‌دهد که ارتباط چندگانه‌ای بین قیمت خانه‌ها، نقدینگی، اعتبار خصوصی و اقتصاد کلان وجود دارد (Goodhart & Hofmann 2007:31).

چندگونگی بازار مسکن موجب شده که اخیراً پژوهشگران مختلف این بازار را به‌عنوان یک جعبه سیاه در نظر بگیرند که ضرورت توجه به آن بیش‌ازپیش احساس می‌شود (Christie, Smith, & Munro 2008: 2296). بازار مسکن از لحاظ تحلیلی بیانگر نقطه‌ای است که در آن نقطه، سازمان اجتماعی و ساختار فضایی شهر باهم تلاقی می‌یابند (Saunders 2013: 199). عواملی که بر قیمت مسکن تأثیرگذار هستند به همان میزان که برای خانواده‌ها مهم هستند، برای برنامه ریزان شهری، سازندگان، حرفه‌های مربوط به دادوستد املاک و تأمین‌کنندگان منابع مالی نیز دارای اهمیت است (Ghaderi & Izadi 2016: 74). به این دلیل است که نه تنها قیمت‌های مسکن بلکه حتی شکل فضایی شهر نیز نتیجه رقابت استفاده‌کنندگان است (Filatova, Parker, & van der Veen, 2009: 1).

به‌طور کلی ارتباط مستقیم بخش مسکن با بخش حقیقی اقتصاد شامل دو مرحله تولید و بهره‌برداری است. در مرحله تولید، ساخت‌وساز مسکن ضمن ایجاد ارزش‌افزوده، موجب تقویت رشد تولید و اشتغال در سایر بخش‌های اقتصادی خواهد شد (Sabouri & Deilami & Shafiee, 2012: 43-44). نکته مهم این است که مسکن مرکب از یک جزء قابل بازتولید یعنی اعیان ایجاد شده و یک بخش غیرقابل بازتولید به نام عرصه (زمین) است. قیمت زمین به کیفیت منطقه و دسترسی‌های آن بستگی دارد (Davis, &

Heathcote 2007: 2597-2599). در عین حال ارزش نهایی بنا با هزینه‌های ساخت و صنعت به‌کارگیری شده توسط سازندگان مسکن نیز مرتبط است.

ارزش خلق شده توسط سازندگان، در تعاملات اقتصادی-اجتماعی درون بازار مسکن جریان یافته و افزوده می‌شود. جنبه‌های جامعه‌شناختی و روان‌شناختی موجب می‌شود که ارزش جاری مسکن هیچ‌گاه با ارزش آتی انتظاری برابر نباشد (Abbasinejad & Shahab 19: 2014). این روند زنجیره ارزش را به وجود می‌آورد. این زنجیره ارزش مربوط به سطوح راهبردی تصمیمات عاملان اجتماعی بازار مسکن است که متضمن تولید ارزش افزوده است و منفعت‌های رقابتی از درون آن ظاهر می‌شوند (Henderson 2006: 7). سازندگان نقطه آغازین این زنجیره ارزش هستند که در نهایت به متقاضیان واقعی ختم می‌شود.

صنعت ساختمان و پروژه‌های عمرانی به گواهی آمار و ارقام، از لحاظ سرمایه و حجم نیروی انسانی درگیر، یکی از صنایع بزرگ در اغلب کشورها است (Bayat & Taherkhani 30: 2016). ضمن این‌که هزینه ساخت مسکن، بخش مهمی از مخارج خانوار یا حتی کل ثروت خانوار را شامل می‌شود (Leung 2004: 5). همچنین مسکن، بخش عمده‌ای از ثروت خالص بخش خصوصی را تشکیل می‌دهد (Gholizadeh & Aghighi 2015:50).

یکی از کنشگران مهم در بازار مسکن تولیدکنندگان و سازندگان مسکن می‌باشند که در بخش عرضه مسکن فعال هستند. می‌توان گفت تغییرات قیمت مسکن به چگونگی واکنش سازندگان به تغییرات تقاضای واحدهای مسکونی وابسته است؛ اما برخلاف تقاضا، در مورد عرضه مسکن، مطالعات کمتری صورت گرفته است (Ghaderi & Izadi 2016: 85). هدف از این پژوهش نیز واکاوی رفتار سازندگان در بازار مسکن شهر مشهد بوده است؛ اما برخلاف رویکرد سنتی که متکی بر دیدگاهی است که بازارها را کامل، عامل‌ها را همگون و تعادل در بلندمدت را فرض می‌گیرند (Macal and North 2008: 103)، این پژوهش بازار مسکن را یک سیستم پیچیده اجتماعی-اقتصادی (Bahrami & Morovvat 2013: 146-147) در نظر می‌گیرد.

چنانچه مجموعه مکانیسم‌های اقتصادی-اجتماعی در بازار مسکن را متناظر با ظهور و جریان یابی زنجیره‌ای از خلق ارزش در زمینه مسکن و تناوب تعاملات کنشگران پیرامون این زنجیره ارزش بدانیم، مطمئناً یکی از حلقه‌های متقدم و قدرتمند این زنجیره، سازندگان مسکن هستند. می‌توان انتظار داشت در صورت تحقق ساخت‌وساز مطلوب، حلقه‌های بعدی

این زنجیره نیز بیش و کم مؤثر و هماهنگ عمل کنند. بر این اساس داشتن تحلیلی مناسب از وضع موجود و شرایطی که عاملان سازنده در بازار مسکن را احاطه کرده است در فهم عوامل دخیل در آشفتگی یا آرامش، رونق یا رکود بازار مسکن و تبیین شرایط حاکم بر آن مؤثر است.

با توجه به پیچیدگی‌ها و درهم‌تنیدگی‌های موضوعی و مفهومی در بازار مسکن شهری (Riazi 2013: 113)، برای بررسی الگوی تعامل عاملان اجتماعی در آن، بهره‌گیری از روش‌های کیفی کارتر خواهد بود (Maginn, Thompson, & Tonts 2008: 3). هدف این پژوهش نظریه‌پردازی درباره فرایند کنش و تعامل عوامل دخیل در تولید مسکن در شهر مشهد است؛ بنابراین سؤالاتی که این پژوهش در پی یافتن پاسخ مناسبی برای آن است به‌قرار زیر است:

- عاملان بازار مسکن در قلمرو مورد مطالعه چه ادراکی از موقعیت سازندگان در این بازار داشته‌اند؟
- موقعیت حرفه‌ای سازندگان مسکن در قلمرو مورد مطالعه متأثر از چه شرایطی بوده است؟

چارچوب مفهومی پژوهش

فن‌سالاری، نخبگان و رقابت ذینفعان

رواج کاربرد اصطلاح تکنوکراسی یا فن‌سالاری تقریباً جدید است و به دهه ۱۹۲۰ برمی‌گردد، اما ریشه‌های آن را می‌توان در نظریات افلاطون، سن‌سیمون، کنت و ... نیز می‌توان دید. طبق این نظریه سطحی از دانش و خبرگی موجب می‌شود که صاحبان و تحصیل‌کردگان آن دانش خود را محق بدانند که مدیریت را به عهده گیرند و در تصمیم‌سازی و نقشه‌ریزی سهم بیشتری داشته باشند (Mansouri, 2016: 30-31). بازار مسکن نیز یک بازار با فناوری دائماً در حال ارتقاء است که در آن عاملان ساخت‌وساز تا حدی انحصاری، موقعیت پاسداری از اصول و فنون تولید و کنترل کیفیت مسکن را بر عهده‌دارند. از سوی دیگر سازندگان با تعدادی از ذینفعان بازار مسکن با انگیزه‌ها، منافع و انتظارات متفاوت مواجه است که قدرت، سرمایه و نقش‌آفرینی متمایزی دارند و با فعالیت خود بر این بازار تأثیر گذاشته و یا تأثیر می‌پذیرند.

نظریات مختلفی پیرامون فرایند تصمیم‌گیری ارائه شده‌اند که از این بین می‌توان نظریات کنش عقلانی محدود سیمون، نظریه ناهماهنگی شناختی کوران و یادگیری هومنز، نظریه چارچوب انتخاب اسر و چارچوب نظری الکساندر را نام برد (Schmid, 2011: 139). در این بین نظریه بازی قدرت تبیین‌کنندگی قابل توجهی دارد. بر اساس نظریه بازی؛ در موقعیت‌های رقابتی که دو یا چند بازیگر هم‌زمان تصمیم می‌گیرند، نتیجه، بستگی به انتخاب هریک از آن‌ها دارد، لذا بهترین نتیجه وابسته به چیزی است که دیگران انجام می‌دهند. به همین دلیل بازیگر اعم از فرد یا گروه، باید علاوه بر در نظر گرفتن خواسته‌ها و توانایی‌های خود، خواسته‌ها و توانایی‌های دیگران را مد نظر قرار دهد (Goldar 2017: 82). در بازار مسکن رقابت سرسختی بین دارندگان و صاحبان فن (سازندگان) و سایر بازیگران (که بعضاً ماجراجو، ناآشنا و منفعت‌طلب نیز هستند) وجود دارد و هرکس به دنبال تحقق منافع خودش در این بازار است. در چنین وضعیتی فراهم نمودن شرایط برای ایجاد منافی افزونتر از هزینه‌ها و توفیق طولانی‌مدت سازنده متکی به ایجاد اعتبار و منزلت اجتماعی در نزد ذینفعان بازار مسکن است. در صورت عدم تحقق مازاد مثبت برای عملکرد وی، امکان رهاسازی بازار مسکن توسط سازنده و خروج او از این بازار متصور است. در کنار جریان کالا - مسکن - در بازار که خالق ارزش اولیه آن سازنده است، جریان اطلاعات و جریان سرمایه نیز وجود دارد. فرایند آگاهی‌رسانی توسط مشاوران املاک و جریان سرمایه توسط سرمایه‌گذاران واسطه‌ای و برخی عاملان نهادی بازار مسکن تحقق می‌یابد که بر رفتار سازندگان تأثیرگذار است.

یکی از بازیگران بازار مسکن که بر عملکرد سازندگان تأثیرگذارند، نهادهای متولی دولتی است. دولت‌ها پیوسته در تلاش بوده‌اند تا با ارائه طرح‌های مختلف هم تقاضای مؤثر و بالقوه مسکن را به یکدیگر نزدیک کرده و هم تعادلی را بین عرضه و تقاضای مسکن برقرار کنند. در ایران نیز تاکنون طرح‌های مختلفی پیاده‌سازی شده‌اند (Esfandi 2014: 1) و این مداخله‌های سازمان‌یافته و دولتی در بازار مسکن ایران، بیش از همه به قبض و بسط موقعیت سازندگان منجر شده است.

رانتیر بودن دولت و تعمیق نئولیبرالیسم در اقتصاد ایران بر سیاست‌گذاری و مشی داخلی دولت تأثیر گذاشته است (Shirzad 2013). البته در زمان وقوع بحران مسکن، با هدف ایجاد محبوبیت دولت‌ها در میان عموم مردم، سیاست‌های رفاهی مدنظر دولت‌ها قرار می‌گیرد (Ansell 2014). پیامد تشدت در رویکردهای کلان به حوزه مسکن، از دست رفتن

انسجام کالبدی/فضایی (Modiri et al 2017)، افزایش سهم زمین در قیمت مسکن (Khalili Araghi, 2012; Mohammdi 2012) و افزایش ارزش سرمایه‌ای مسکن شده که رفتار سازندگان را بشدت متأثر می‌کند.

کنشگران دیگر بازار مسکن واسطه‌ها و سرمایه‌گذاران واسطه‌ای می‌باشند. واسطه‌گران می‌توانند تسهیل‌گران ساده و مستقیم در تعامل بین عرضه‌کنندگان و مصرف‌کنندگان باشند یا در سازوکار بازار نقش حراج‌کردن یا واسطه‌گری جانب‌دارانه ایفا کنند (Manouselis and Sampson 2003: 2)؛ اما در حال این سازندگان مسکن هستند که می‌توانند با کاربست فناوری، کیفیت را تضمین کنند. از این جهت آن‌ها دست بالاتر و میل مداوم به گسترش ضریب نفوذ در بازار مسکن را دارند. تولیدکنندگان مسکن تنها کنشگرانی هستند که امکان انحصار نخبگی مبتنی بر فناوری را دارند و با کنشگران تجربی بازار مسکن، برای غلبه رویکرد تکنوکراتی در حال کشمکش هستند.

ایجاد و تداوم انحصار تولیدکنندگان مدیون صیانت از ابعاد تکنیکی موقعیت آن‌ها در بازار بوده و نمونه‌ای از تیپ ایده‌آل وبر در تحقق عقلانیت ابزاری است (Weber 2015: 51). سازندگان، پیوند ابزار و هدف را مورد توجه قرار می‌دهند و عملاً محاسبه‌پذیری کنش معطوف به منفعت را در بازار شکل می‌دهند. سازندگان برای کسب منفعت ناگزیر به مهندسی ارزش و مدیریت فرایندهای متنوع و متعدد هستند. مهندسی ارزش رویکردی خلاق برای بهینه‌سازی هزینه‌ها، کاهش مدت‌زمان ساخت، افزایش سود، بالابردن کیفیت و استفاده بهینه از منابع است (Shahvand, Sebt, & Banki 2013: 32).

مرور پیشینه پژوهش

تحقیقات پیرامون بازار مسکن را می‌توان به چهار دسته تقسیم کرد. اولین گروه تحلیل خرد بازار مسکن است. نتایج این تحقیقات نشان می‌دهد مخارج مصرفی خانوارها، تعداد خانوارها، هزینه استفاده (هزینه مالکیت مسکن) و هزینه ساخت (Khalili Araghi et al 2012)، عوارض شهرداری (Rahnam & Gholizadeh, Sarabi 2012)، سرانه زمین شهری (Samadi & Moeini 2012)، بازدهی سایر بازارها، تغییرات جمعیت، هزینه ساخت مسکن و میزان عرضه مسکن (پروانه‌های ساختمانی صادرشده) (Seyed Nourani, 2014)، قیمت زمین (Mohammadzadeh, Panahi & Alomran 2016)، جمعیت شهری، درآمد

دستمزدی، عرضه زمین شهری و هزینه ساخت‌وساز (Wang & Zhang 2014) بر قیمت مسکن تأثیرگذار است.

گروه دوم تحلیل کلان بازار مسکن، تأثیر متغیرهای اقتصاد کلان را بر شکل‌گیری روندهای بازار مسکن و نوسانات قیمت مسکن مؤثر می‌دانند. از جمله متغیرهای کلان تأثیرگذار بر بازار مسکن سیاست‌های پولی و مالی (Shahbazi & Kalantari 2012)، نقدینگی واقعی، شاخص قیمت سهام و رشد تولید ناخالص داخلی (Ghasemi, Arbabian, Jafari 2013)، نرخ شهرنشینی، درآمد سرانه، اعتبارات اعطایی بانک مسکن به بخش مسکن، مالیات بر مسکن، نرخ بیکاری، تولید ناخالص ملی، مخارج دولت در فصل تأمین مسکن (Ghaderi & Izadi 2016) سطح فعالیت‌های اقتصادی کلان (Leamer 2007)، نرخ بهره (McMahon, Berea, and Osman 2009; Axtell et al. 2014)، دوره‌های اقتصادی؛ سیاست‌های دولتی تأمین مسکن (Pourmohammadi & Asadi 2014; Siami, Veisheh & Rokhsari Talemi 2015; Arshin & Soroor 2016; Gilbert 2014) است.

تحلیل کالبدی بازار مسکن سومین گروه از تحقیقات بازار مسکن است که پارامترهای فیزیکی ساختمان و محیط جغرافیایی مسکن را بر قیمت آن تأثیرگذار می‌دانند. طبق این پژوهش‌ها دسترسی به مرکز تجاری شهر، قدمت بنا، اسکلت و دسترسی به معابر (Neshat, Niknaei & Sharifzadegan 2013)، مساحت زیربنا و لوکس بودن واحد مسکونی (Fakhr Hosseini & Fazeli Visari 2013)، ویژگی‌های فیزیکی مسکن (مساحت زمین، مساحت زیربنا، نوع مصالح به‌کاررفته و خدمات گاز شهری)، عوامل دسترسی، ویژگی‌های محیطی و همسایگی (فاصله تا نزدیک‌ترین مرکز آموزشی، فاصله تا پارک و فضای سبز و فاصله تا اماکن متبرکه) (Ghaffari, Oveisi Fordooei 2012)، مجهز بودن به سیستم‌های گرمایشی و سرمایشی و وضعیت امنیت منطقه، نمای واحد مسکونی (Mohammadzadeh, Mansoori, & Koochi Leilan 2012)، تعداد اتاق هر واحد مسکونی، سن ساختمان، نزدیکی به نواحی توسعه‌یافته یا نواحی با دسترسی بالا (حرم مطهر) (Rahnam, Asadi & Roosta 2014)، قیمت سرقفلی تجاری، تراکم ساختمانی (Andoh Kolahchi et al 2014) بر قیمت مسکن مؤثر است.

تحلیل اجتماعی بازار مسکن چهارمین گروه از تحقیقات پیرامون بازار مسکن است. تعدادی از پژوهش‌ها به این نتیجه رسیده‌اند که متغیرهای اجتماعی فرهنگی (افزایش

بی‌رویه جمعیت شهرنشینی، مهاجرت‌های روستا-شهری، کاهش بعد خانوار، رسیدن نقطه اوج جمعیتی به سن اشتغال و ازدواج، فقدان مشارکت عمومی در برنامه‌ریزی مسکن، بالا رفتن سطح مطالبات مردم از دولت، وجود جو روانی مبنی بر افزایش مداوم قیمت مسکن (Alavi, Aghayari & Heidari 2012)، وقوع نا اطمینانی در بازار مسکن (به دلیل تغییرات سیاستی یا افزایش تحریم‌های اقتصادی و سیاسی)، انتظارات، عقاید و مقدار اطلاعات خریداران مسکن (Bahrami & Morovvat 2013)، عوامل روانی جمعی از جمله انتظارات تورمی و انتظار سود سرمایه‌ای (Shiller, 2007; Piazzesi, Schneider 2009; Ghasemi, Arbabian, Jafari 2013; Khodadad Kashi & Razban 2014)، عوامل مقطعی و روانی بازار (Seyed Nourani 2014)، انتظارات ناهمگن خریداران، تعامل تصادفی فعالان بازار مسکن، تغییر عقاید فعالان بازار مسکن (Burnside, 2013; Eichenbaum & Rebelo 2011; Ge 2013) و قواعد تصمیم‌گیری خانواده‌ها (Axtell et al 2014) در ایجاد روندهای بازار مسکن تأثیرگذار است.

نتایج تحلیل اجتماعی بازار مسکن نشان می‌دهد که تعامل بین کنشگران متعدد و متنوع بازار مسکن شامل سازندگان، مشاوران املاک، متقاضیان واقعی (خانوارها)، سرمایه‌گذاران واسطه‌ای^۱ و عاملان نهادی با اهداف ناهمگون موجب شکل‌گیری چرخه‌های بازار مسکن می‌گردند. این عاملان تحت شرایط متعدد و با مشاهده رفتار دیگر کنشگران تصمیم می‌گیرند. انتخاب‌های نامتقارن این کنشگران در عرصه اقتصادی-اجتماعی بازار مسکن باعث بروز پیامدهایی می‌شود که این تبعات توسط عاملان مشاهده شده و تصمیمات بعدی آن‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. این تحقیق به دنبال شناخت کنش اقتصادی-اجتماعی سازندگان مسکن، شرایط و پیامدهای تصمیمات آن‌ها است.

روش پژوهش

استفاده از نظریه زمینه‌ای در تحقیقات تجربی پیرامون بازار مسکن، با توجه به عدم قطعیت حاکم بر عاملان، قلمروها و پدیده‌های حاضر در این بازار، بخصوص آنجا که هدف دستیابی به شناختی عمیق و موثق در ارتباط با فرایند یا پدیده‌ای کمتر شناخته‌شده باشد، توسط برخی محققان پیشنهاد شده است (McMaster & Watkins 1999: 2). براین اساس در

۱. عاملان بازار مسکن، از سرمایه‌گذاران واسطه‌ای با عنوان بخر بفروش یاد می‌کنند. این افراد دارای سرمایه بوده و با هدف منفعت‌بری در بازار مسکن سرمایه‌گذاری می‌کنند و در زمان رونق بازارهای رقیب از بازار مسکن خارج شده و در بازارهای دیگر سرمایه‌گذاری می‌کنند.

پژوهش حاضر با اتخاذ چنین رویکرد روشی تلاش شده است تا نظریه‌ای خرد مقیاس در باب تحلیل شرایط حاکم بر رفتار سازندگان مسکن به‌عنوان یکی از عاملان کلیدی بازار مسکن ارائه شود. از حیث خصیصه‌های عمومی روش‌شناختی این پژوهش به لحاظ هدف پژوهشی اکتشافی، از لحاظ فرایند اجرای پژوهشی کیفی و از لحاظ نتایج پژوهشی کاربردی است. همچنین این تحقیق به لحاظ معیار زمان، مطالعه‌ای مقطعی^۱ (۱۳۹۶-۱۳۹۵) و توصیفی-تبیینی است که در آن از روش مصاحبه فردی عمیق شبه‌ساختارمند^۲ برای گردآوری اطلاعات استفاده شده است.

جامعه آماری تحقیق شامل فعالان حوزه مسکن در شهر مشهد بوده است. در مرحله گردآوری اطلاعات کیفی از نمونه‌گیری نظری پیشنهاد شده توسط گلیزر و اشتروس استفاده شد. گردآوری داده نیز به‌صورت فرایند «رفت و برگشتی» تا اشباع طبقات اطلاعات (Creswell, 2015: 87-88) ادامه یافت. بدین منظور با تعداد ۷ نفر سازنده، ۷ نفر کنشگران وابسته به سطح نهادی (راه و شهرسازی، بانک مسکن، شهرداری و ...)، ۶ بنگاهدار و ۴ سرمایه‌گذار واسطه‌ای (بخر بفروش)^۳ و یک نفر خریدار مسکن مصاحبه انجام شد. شرکت‌کنندگان حاضر در پژوهش شامل ۲۵ نفر در دامنه سنی ۲۳ تا ۶۳ سال و با میانگین سنی ۴۰ سال، با سابقه تجربی بین ۵ تا ۳۰ سال و میزان تحصیلات بین دیپلم تا دکتری بودند. تجزیه و تحلیل و کدگذاری اولیه داده‌های هر مصاحبه قبل از مصاحبه بعدی صورت می‌گرفت. در کل، ۱۹۵۰ دقیقه مصاحبه انجام و مورد تحلیل دقیق قرار گرفت.

طبقات اطلاعات شامل شرایط علی (عواملی که موجب پدیده محوری شده‌اند)، استراتژی‌ها (اقدامات اتخاذ شده در پاسخ به پدیده محوری)، شرایط مداخله‌گر و زمینه‌ای (عوامل وضعیتی عام و خاص که برای استراتژی‌ها تأثیر می‌گذارند) و پیامدها (نتایج حاصل از به‌کارگیری استراتژی‌ها) است (Creswell, 2015: 88). تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها با استفاده از تکنیک تحلیل مقایسه‌ای مداوم گلیزر و اشتراوس و از طریق کدگذاری سه مرحله‌ای (باز، محوری و انتخابی) و تفسیر الگوها و روابط انجام گرفت.

1. cross – sectional

2. Semi-structured In-depth Individual Interview

۳. خریداران به دو دسته مصرف‌کننده نهایی و سرمایه‌گذار تقسیم می‌شوند که به دومی در اصطلاح غیررسمی بازار، بخر بفروش گفته می‌شود.

یافته‌های پژوهش

تعداد ۲۵۶ کد اولیه از مصاحبه‌ها، در کدگذاری باز به دست آمد که پس از دو مرحله کدگذاری محوری تعداد ۲۰ مقوله محوری در قالب شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌ای، شرایط علی، راهبردها و پیامدها احصاء شد و در نهایت طبق کدگذاری گزینشی پدیده هسته‌ای تحت عنوان «سازندگان مسکن به‌مثابه عرضه‌کنندگان فن‌سالار» صورت‌بندی شد. در ادامه شرحی از مقولات استخراج‌شده ارائه می‌شود.

پدیده هسته‌ای: سازندگان فن‌سالار در کشاکش منفعت‌جویی و اعتباریابی

سازندگان مسکن به‌مثابه دارندگان تخصص^۱ و توانایی‌های فنی در عرصه تولید و ساخت با چالش‌های متعددی مواجه هستند. دیگر کنشگران حرفه‌ای بازار مسکن با هدف حداکثر سازی سود ممکن است نقش‌های متفاوتی را بر عهده بگیرند. سرمایه‌گذاران واسطه‌ای و مشاوران املاک علیرغم نداشتن تخصص در عرصه ساخت مسکن، برخی مواقع نقش سازنده را بر عهده می‌گیرند و با ساخت واحدهای مسکونی، سعی می‌کنند مشتریان بازار را به سمت ساخته‌های خود جلب کنند. وجود سازندگان غیرمتخصص، عدم پایبندی به اجرای الزامات ناظر بر ساخت‌وساز توسط رقیبان، پرمخاطره و زمان‌بر بودن بازگشت سرمایه و سود حاصل، ریسک و عدم قطعیت بازار مسکن، ضرورت همگامی با تحولات فناورانه در صنعت ساختمان، فرازوفروود قیمت نهاده‌های ساخت و آشفتگی در اجرای قوانین و مقررات از جمله این عوامل است. مشارکت‌کننده (۲) گفته است:

«قبلاً افرادی که در این رشته فعالیت داشتند آدم‌های صادقی بودند و این حرفه برای آن‌ها مقدس بود و به دنبال نان حلال می‌رفتند. [اما بعد از مدتی] هرکسی که تخصص در این صنعت نداشت برای سودجویی وارد این بازار شد و این بازار را به انحطاط کشیدند.»

۱. منظور از سازندگان متخصص افراد حقیقی و شرکت‌های حقوقی فعال در حوزه ساخت و ساز مسکن هستند که تحت نظارت نظام مهندسی بوده و همچنین معماران و بناهایی هستند که دارای تجربه طولانی مدت در عرصه ساخت و ساز بوده و تحت نظر صنف معماران ساختمانی فعالیت می‌کنند. سازندگان غیرمتخصص شامل دیگر عاملان بازار مسکن از جمله سرمایه‌گذاران واسطه‌ای، مشاوران املاک و مصرف‌کنندگان واقعی است که علیرغم نداشتن تخصص برای خلق ارزش و منفعت‌بری حداکثری، نقش سازنده را بر عهده می‌گیرند.

سازندگان فن‌سالار و خلق ارزش: کشاکش منفعت‌جویی و اعتباریابی ... ۳۷

درعین‌حال اظهار وفاداری نسبی به تخصص‌های نظری و تجربی مرتبط با صنعت ساختمان‌سازی ویژگی مشترک غالب فعالان حرفه‌ای عرصه ساخت‌وساز مسکن است. بر اساس این ویژگی است که تولیدکنندگان حرفه‌ای، ضمن اتخاذ راهبردهای مختلف، مرز خود را با دیگر کنشگران بازار مسکن مشخص می‌کنند. به تبع چنین الگویی از تنظیم کنش حرفه‌ای، سازندگان متخصص می‌توانند فعالیت‌های متعدد و ارتباطات مختلف را مدیریت کنند تا منجر به شکل‌گیری اعتبار اجتماعی و برند اقتصادی در منطقه تحت نفوذ شود. مشارکت‌کننده (۱۳) می‌گوید:

«سازنده بودن کار بسیار سختی است زیرا با اقلام زیاد، جزئیات زیاد و افراد و ارگان‌های مختلفی سروکار داری و مدیریت کردن همه این‌ها بسیار مشکل است به همین دلایل نیاز به حوصله و تخصص دارد. سازنده‌های خوب و بد در منطقه به نام می‌شوند و با همین نگاه، بنگاه‌دارها و بخر بفروش‌ها با آن‌ها وارد معامله می‌شوند.»

همان‌گونه که اشاره شد سازندگان به دلیل داشتن مهارت‌های فن‌سالارانه، برخورداری از سرمایه یا امکان جذب آن، آگاهی از شرایط بازار مسکن و ویژگی شخصیتی ریسک‌پذیری، راهبردهای گوناگونی اتخاذ می‌کنند. راهبردهای اتخاذشده شامل تداوم فعالیت در بازار، خروج از بازار مسکن و سرمایه‌گذاری در بازارهای رقیب، فعالیت در نقش دیگر کنشگران بازار مسکن از جمله بازی به‌عنوان سرمایه‌گذار واسطه‌ای و تغییر در الگوهای ساخت مسکن است که در غایت امر منتج به پیامدهایی از قبیل تناوب فعالیت سازنده مبتنی بر تجربه سود و زیان و اعتباریابی وی بر اساس عملکردش می‌شود. درمجموع مقولات موردبحث، محققان را به صورت‌بندی پدیده هسته‌ای تحقیق تحت عنوان «سازندگان فن‌سالار در کشاکش منفعت‌جویی و اعتباریابی» رهنمون شد.

شرایط زمینه‌ای

شرایط زمینه‌ای مؤثر بر رخداد پدیده هسته‌ای سه مقوله محوری بوده است. اولین شرط زمینه‌ای «تحولات اجتماعی و فرهنگی درزمینه الگوی سکونت شهری» است. تغییر در ذائقه و سلیقه مردم مشهود از منظر مترآژ محل سکونت، رواج آپارتمان‌نشینی و حتی برج‌نشینی، توجه بیشتر به مبلمان و امکانات مسکن ساخته‌شده و توجه به المان‌های شهری و

منطقه‌ای از جمله تحولات اخیر در نگاه آن‌ها به مسکن است. مشارکت‌کننده (۱۲) اظهار می‌کند:

«آنچه در این چند سال اخیر رشد نموده، تغییر ذائقه خریداران است یعنی امکانات جدید، کیفیت بهتر مسکن، استفاده از تجهیزات برتر و لوکس‌تر، شیرآلات بلورین، سنگ‌های تزئینی، تغییر نورها، حتی شکل لامپ‌ها و ... که بر عمل‌سازندها تأثیر گذاشته... مردم هم بسته به منطقه به دنبال این‌ها هستند ... این‌ها موجب شده قیمت این نوع خانه‌ها افزایش یابد.»

البته نباید از نظر دور داشت که این مقوله بنا بر ادعایی که به تأیید مصاحبه‌شوندگان نیز رسید، ماهیتی دوسویه دارد؛ به عبارت دیگر سازندگان به جهت دستیابی به سطوح بالاتر منفعت و به نمایش گذاشتن توان خود به امید کسب منزلت در بازار به تحریک مداوم ذائقه مصرف‌کننده و بالا بردن کاذب معیارهای مطلوبیت واحدهای مسکونی اقدام می‌کنند. از سوی دیگر مصرف‌کنندگان نیز روزبه‌روز متقاضی امکانات بیشتر و نوآوری‌های افزون‌تر در واحدهای مسکونی می‌شوند.

شرط زمینه‌ای دیگر «وضعیت اقتصادی شهروندان کلان‌شهر مشهد» است. این مقوله به تحولات اخیر در زمینه ورشکستگی مؤسسات مالی و اعتباری مرتبط است که تعداد زیادی از آن‌ها در مشهد فعالیت داشته‌اند. مشارکت‌کننده (۸) می‌گوید:

«بازار مشهد یک بازاری جدای از کل کشور شده است یک اتفاقات بدی در سیستم اقتصادی و مالی مشهد رخ داد و پروژه‌های کلانی ضربه خورد و سرمایه‌های مردم در این پروژه‌ها گرفتار شد و این مسائل تأثیر زیادی بر بازار مسکن مشهد گذاشت.»

شرط زمینه‌ای «الزامات ناظر بر ساخت‌وساز کلان‌شهری» به سیاست‌ها و رویکرد نهاد‌های متولی مسکن و رابطه آن‌ها با سازندگان ارجاع دارد. مشارکت‌کننده (۵) ادعا می‌کند:

«ورود به حوزه ساخت مسکن بسیار پرمخاطره و ناامن است. ساخت‌وساز، بزرگ‌ترین بخش اقتصاد کشور است، اما امروز ساخت‌وساز کشور با انتقادات گوناگونی از جمله عدم مدیریت شاخص‌های پایه (منابع، زمان و کیفیت) و عدم توجه به اهداف فراکاربردی نظیر ایمنی، پایداری، مصرف بهینه انرژی، ملاحظات زیست‌محیطی، مدیریت بازیافت، هویت معماری و ... مواجه است.»

جدول (۱): مقوله‌های شرایط زمینه‌ای سازندگان مسکن به‌مثابه عرضه‌کنندگان فن‌سالار

Table 1. Contextual conditions related to 'housing constructors as technocratic providers'

مقوله‌های اصلی (محوری)	مقوله‌های فرعی	نمونه مفاهیم اولیه (باز)
وضعیت اقتصادی کلان‌شهر مشهد	وضعیت اقتصادی نهادهای متقاضی ساخت‌وساز	وجود ساخت‌وساز پیمانکاری در مشهد، وجود مشتری برای ساخت‌وسازهای اطراف حرم مطهر، اوضاع بد اقتصادی عامل شکست یا عدم شکست سازنده‌ها، ضربه خوردن به سیستم اقتصادی و مالی مشهد
	وضعیت اقتصادی شهروندان	وجود ساخت‌وساز شخصی در مشهد، تأثیر وضعیت اقتصادی مردم بر رونق و رکود بازار مسکن، کاهش متقاضی عامل محدود شدن کارکرد سازنده
تحولات اجتماعی و فرهنگی در زمینه الگوی سکونت شهری	رغبت به برج نشینی	گسترش فرهنگ برج نشینی، رغبت به متراژهای بالاتر در مشهد، تجمعات عامل افزایش تقاضای سکونت در برج
	اهمیت فزاینده امکانات جانبی مسکن	رغبت به مبلمان و امکانات بیشتر در مشهدی‌ها، تغییر نیازها و تیپولوژی مشهدی‌ها، جابجایی سازندگان به سمت مناطق مرفه، توجه به تجمعات در خرید مسکن
الزامات ناظر بر ساخت‌وساز کلان‌شهری	رابطه نهادهای متولی مسکن با سازنده	تأثیر بروکراسی شهرداری بر سازنده، شهرداری مؤثر بر قیمت تمام‌شده مسکن، نبود حمایت دولت از سازندگان مسکن، عدم مدیریت شاخص‌های پایه (منابع و زمان و کیفیت) در حوزه مسکن
	سیاست‌های نهادهای متولی مسکن	تأثیر سیاست‌های دولت بر تقسیم‌بندی و واگذاری زمین‌ها، سهم بالای راه و شهرسازی در ساخت‌وساز، لزوم بهره‌گیری از توان سازنده‌ها توسط دولت، محدود بودن حمایت دولتی از صنعتی سازی مسکن

شرایط مداخله‌ای

نخستین شرط مداخله‌ای تأثیرگذار بر مقوله هسته‌ای در پژوهش حاضر «تحولات فناورانه در صنعت ساختمان» است. مشارکت‌کننده (۸) اظهار داشته است:

«کیفیت تولید مسکن در سال‌های اخیر پیشرفت خوبی داشته است. صنعت ساختمان‌سازی بسیار به‌روز شده است و حتی در مدت یک ماه در سازه‌ها تفاوت ایجاد می‌شود. سازه‌ها را ساده‌تر و سبک‌تر کرده است، پیشرفت فیزیکی بسیار سریع‌تر شده است.»

شرط مداخله‌ای دیگر «تخصص زدایی از ساخت مسکن» است. ورود اقشار مختلف و حتی سرمایه‌گذاران واسطه‌ای به عرصه ساخت‌وساز موجب بروز این شرط شده است. مشارکت‌کننده (۴) گفته است:

«علت این است که هرکه سرجایش نیست. پزشک و بازاری می‌آیند وارد ساختمان می‌شوند. این افراد پول اضافه دارند و نمی‌دانند چکار کنند. رقیب سازندگان، افراد غیرحرفه‌ای هستند.»

شرط مداخله‌ای «هزینه‌های تأمین و تضمین نهاده‌های ساخت» به فرازوفرودهای قیمت مصالح، دستمزدها، نرخ بهره تسهیلات بانکی و روندهای صدور پروانه‌های ساخت اشاره می‌نماید. مشارکت‌کننده (۲۱) ادعان می‌کند:

«تا آنجا که به سازنده مربوط می‌شود [عوامل مؤثر در بازار مسکن عبارت است حجم نقدینگی، نرخ بهره و حجم وام‌ها، میزان سوددهی ساخت‌وساز، سود سرمایه‌گذاری‌ها در بازارهای رقیب، دستمزد نیروی کار، قیمت و در دسترس بودن زمین و قیمت مصالح ساختمانی.»

شرط مداخله‌ای دیگر «آشفته‌گی در اجرای قوانین و مقررات ساخت‌وساز» است. مشارکت‌کننده (۱) ادعا می‌کند:

«ارتباط شهرداری با سازندگان مهم است. شهرداری به‌شدت دچار بروکراسی بسیار عمیق است با افراد مختلف و سلیقه‌های مختلف، برخوردهای متفاوت دارد بسیار مبهم عمل می‌کنند و روند ثابتی ندارند. یا باید وارد لابی‌های شهرداری شوی یا باید با عینک دودی در شب سیاه در حال حرکت باشی.»

آخرین شرط مداخله‌ای به‌دست‌آمده «تحول سهم ارزش زمین در قیمت مسکن» است. شرایط تاریخی حاکم بر عرضه زمین شهری بر میزان درگیر ساختن نقدینگی و نیز سودآوری سازندگان تأثیر داشته است. مشارکت‌کننده (۱۹) می‌گوید:

«از ابتدای انقلاب تاکنون دو رویکرد وجود داشت رویکرد اول از ابتدای انقلاب تا اواسط دهه ۷۰ بود که دولت زمین ارزان‌قیمت دولتی در اختیار اقشار مختلف قرار داد. رویکرد دوم ارائه زمین به قیمت بازار بود که پس از میانه دهه

سازندگان فن‌سالار و خلق ارزش: کشاکش منفعت‌جویی و اعتباریابی ... ۴۱

۷۰ توسط راه و شهرسازی دنبال شد. در رویکرد دوم رانت کاهش یافت، تصدی‌گری دولت نیز تنزل یافت و درنهایت حاکمیت شرایط بازار بود؛ اما قیمت زمین افزایش یافت و سهم آن در قیمت مسکن افزایش یافت.»

باید دقت داشت که حتی در دومین رویکرد مورد اشاره نیز صورت‌هایی از تخصیص رانت در بازار هرچند به گروه‌های محدودتری از ذینفعان مشاهده می‌شود. عمده این رانت اخیر ناشی از ناکارآمدی بازار موجود زمین و مسکن در قیمت‌گذاری شفاف و منصفانه اراضی دولتی بوده است.

جدول (۲): مقوله‌های شرایط مداخله‌ای سازندگان مسکن به‌مثابه عرضه‌کنندگان فن‌سالار

Table 2. Codes related to intermediation conditions of housing constructors as technocratic providers

مقوله‌های اصلی (محوری)	مقوله‌های فرعی	نمونه مفاهیم اولیه (باز)
تحولات فناوریانه در صنعت ساختمان	فناوری نوین	سرعت بخشی به پیشرفت فیزیکی ساخت مسکن، الگوی ساخت نوین در بخش عرضه، به‌کارگیری فناوری‌های نوین توسط برخی سازندگان مسکن مهر
	ورود صنعتی سازی	ورود صنعتی سازی به حوزه مسکن
تخصص زدایی از ساخت مسکن	سازندگان تجربی	وجود سازندگان تجربی، فعالیت سنتی برخی سازنده‌ها، عدم به‌روز شدن برخی سازنده‌ها، تخصص زدایی از بازار مسکن به دلیل ریسک کمتر
	سازندگان غیرحرفه‌ای رقیب	افراد غیرحرفه‌ای به‌عنوان رقیب سازندگان، تخصص زدایی از بازار مسکن به دلیل سلطه منفعت‌طلبان بر آن
هزینه‌های تأمین و تضمین نهاده‌های ساخت	هزینه مصالح و لوازم مرتبط ساخت	گرانی مصالح عامل سودآوری پایین برای سازنده، قیمت مصالح ساختمانی عامل مؤثر بر قیمت مسکن
	کنشگران تأمین مالی	نزول خوار رقیب منفور و درعین حال منجی سازنده پول لازم، بهره بانکی عامل مداخله‌گر بر رفتار سازنده
آشفته‌گی در اجرای قوانین و مقررات ساخت‌وساز	عملکرد مبهم کنشگران نهادی در اجرای قوانین	ورود یا عدم ورود سازنده به لابی‌گری‌های درون شهرداری، تأثیر عملکرد مبهم شهرداری بر سازنده
	آشفته‌گی در تکالیف قانونی	امکان فرار مالیاتی سازندگان حقیقی، ضرورت بازنگری در قوانین ساخت‌وسازها، عدم نظارت در به‌کارگیری مصالح بی‌دوام، فقدان نظارت بر روند ایمن‌سازی در ساخت‌وساز
تحول سهم ارزش زمین در قیمت مسکن	تورم زمین	افزایش سود سازنده در صورت رونق زمین و تورم، تورم زمین بالاتر از تورم دیگر کالاها، روند تصاعدی قیمت زمین و مسکن
	دسترسی به زمین	در دسترس بودن زمین عامل مؤثر بر قیمت مسکن، ضرورت کاهش سهم زمین در قیمت مسکن، وابستگی بازار زمین به ساخت‌وساز، پیوستگی زنجیروار قیمت زمین و آپارتمان

شرایط علی

در پژوهش حاضر شرایط علی مؤثر بر پدیده «سازندگان فن سالار در کشاکش منفعت‌جویی و اعتبار‌یابی» به شرح زیر به‌دست‌آمده آمد. مقوله محوری اول «توانایی مدیریت فعالیت‌های متعدد» است. سازندگان علاوه بر داشتن تخصص‌های فنی ساخت‌وساز بایستی مدیریت پروژه، توانایی ارتباط‌گیری با نهادهای متولی مسکن، بنگاه‌داران، مصرف‌کنندگان، فروشندگان مختلف و کارگران و همچنین آگاهی کافی نسبت به کیفیت و برندهای مختلف لوازم و مصالح داشته باشند.

شرط علی دیگر «برخورداری از سرمایه لازم یا امکان جذب آن» است. سرمایه‌سازنده مهم‌ترین شرط علی است که در اتخاذ راهبردهای مختلف توسط سازنده تأثیر بسیار زیادی دارد. مشارکت‌کننده (۹) به تقسیم‌بندی سازندگان مسکن براساس میزان سرمایه آن‌ها پرداخته است:

«سازنده‌ها دو تیپ هستند عده‌ای که پول ندارند و تمایل به پیش‌فروش دارند و با پول مردم کار می‌کنند و افرادی که تا قران آخرش خرج می‌کنند و حتی اگر تا دو سال هم واحدهایش بفروش نرود تمایلی به رهن و اجاره دادن ندارند و از وضعیت مالی خوبی برخوردارند.»

«اشراف بر شرایط و مختصات بازار مسکن» شرط علی دیگر است که به‌ضرورت آگاهی‌یابی سازنده از مقتضیات بازار مسکن، وضعیت رونق یا رکود، شاخص‌های تأثیرگذار اقتصاد کلان بر بازار و غیره اشاره می‌کند. مشارکت‌کننده (۵) می‌گوید:

«سازنده به جزئیات بازار مسکن توجه دارد از جمله بخشی از بازار مسکن اعتباراتی است که به ادارات مرتبط با حوزه مسکن داده می‌شود که نشان‌دهنده میزان اعتبار آن‌ها برای ساخت‌وساز است. مثلاً در چند سال گذشته مسکن مهر تعیین‌کننده تعداد واحدی بود که در هر شهرستانی باید ساخته شود. پروژه‌های اشخاص حقیقی هم با تعداد پروانه‌های صادره از شهرداری مشخص می‌شود.»

درنهایت شرط علی «ویژگی‌های شخصیتی مساعد» نیز بر کنش سازنده تأثیرگذار است. شکیبایی سازنده در مدت ساخت و همچنین فروش مسکن ساخته‌شده و توانایی‌های فردی وی در اتخاذ راهبردهای مختلف مؤثر است. مشارکت‌کننده (۷) می‌گوید:

سازندگان فن‌سالار و خلق ارزش: کشاکش منفعت‌جویی و اعتباریابی ... ۴۳

«شخصیت، نوع ساخت و نوع دید فکری و شعاع فکری سازنده‌ها فرق می‌کند برخی می‌سازند که سود کنند. عده‌ای می‌سازند که بیکار نباشند و از گردش ساخت‌وساز درآمدشان را تأمین می‌کنند. برخی یا مشارکت در ساخت می‌پذیرند و یا خانه کلنگی می‌خرند و می‌سازند...»

جدول (۳): شرایط علی ناظر بر سازندگان مسکن به‌مثابه عرضه‌کنندگان فن‌سالار

Table 3. Causal conditions related to housing constructors as technocratic providers

مقوله‌های اصلی (محوری)	مقوله‌های فرعی	نمونه مفاهیم اولیه (باز)
توانایی مدیریت فعالیت‌های متعدد	برخورداری از اطلاعات فنی صنعت ساختمان	لزوم مدیریت فعالیت‌های متعدد توسط سازنده، لزوم آگاهی از جزئیات بسیار توسط سازنده، اهمیت داشتن اطلاعات فنی برای سازنده، سازنده به‌عنوان متخصص معماری
	مدیریت ارتباط با کنشگران بازار مسکن	لزوم ارتباط سازنده با بنگاه‌داران محلی، لزوم ارتباط با نهادهای مختلف متولی مسکن، وابستگی سازنده به بنگاه‌دار برای فروش محصولش، لزوم جذب مشتری توسط سازنده
برخورداری از سرمایه لازم یا امکان جذب آن	برخورداری از سرمایه	داشتن سرمایه برای تکمیل ساخت عامل موفقیت سازنده، تحمل بیشتر سازنده برخوردار از سرمایه در برابر پیش‌فروش، عدم رغبت سازنده دارای سرمایه به اجاره دادن واحدهای خالی، علاقه‌مندی سازنده فاقد سرمایه به پیش‌فروش
	دریافت تسهیلات	مشکل سازنده در تأمین سرمایه کافی، مناسب نبودن تسهیلات ارائه‌شده به سازنده‌ها
اشراف بر شرایط و مختصات بازار مسکن	آگاهی از وضعیت بازار	رصد شاخص‌های بازار مسکن توسط سازنده، آگاهی سازنده از حدود قیمت منطقه، آگاهی یابی سازنده از وضعیت بازار از طریق مشاوران املاک
	آگاهی یابی از تصمیم دیگر کنشگران بازار	توجه سازنده به زمان تخفیف شهرداری، توجه سازنده به اعتبارات نهادهای مرتبط با حوزه مسکن، توجه سازنده به میزان و نحوه تسهیلات بانکی، دریافت اطلاعات متقاضیان وام مسکن از بانک
ویژگی‌های شخصیتی مساعد	توانایی و تجربه فردی	تفاوت نوع ساخت سازنده‌ها به نسبت شخصیت و دیدگاه، لزوم توانایی سازنده برای جذب مشتری، بستگی سود سازنده به تجربه و نوع ساخت
	کم‌تحریکی جغرافیایی	محدود بودن سازنده‌ها به منطقه‌ای معین
	شکیبایی سازنده	سخت بودن کار سازندگان مسکن، نیاز ساخت مسکن به سعه‌صدر، حوصله سازنده سرمایه‌دار برای فروش
	درجه ریسک‌پذیری	تفاوت ریسک‌پذیری سازنده برحسب نوع عملکرد، تقسیم‌بندی سازندگان براساس ریسک شامل مشارکت در ساخت، پیش‌فروش کننده، سازنده سرمایه‌دار و برج‌ساز

راهبردها

راهبردهای متعددی از سوی عوامل اجتماعی موردنظر (سازندگان مسکن) در ارتباط با پدیده مرکزی اتخاذشده که یکی از آنها «جابجایی نقش» است. راهبردی که در شرایط رونق بازار به علت سوددهی بالای بازار مسکن منجر به انتخاب نقش‌هایی چون سرمایه‌گذار واسطه‌ای می‌شود در این زمان برخی سازندگان با هدف تحقق سود بالاتر، دست به خریدوفروش مسکن می‌زند. از سوی دیگر، در وضعیت تداوم رکود بازار مسکن به علت امکان خواب سرمایه، عدم گردش مالی و سخت‌تر شدن فروش مسکن برخی سازندگان تصمیم به خروج از بازار مسکن گرفته و برای تضمین سودبری به بازارهای رقیب وارد می‌شوند. مشارکت‌کننده (۱۰) می‌گوید:

«سازندهایی که پر قدرت هستند و از سرمایه خوبی برخوردارند در بازار رکود فعال هستند ولی سازندهای ضعیف پولشان در بانک است و یا به سمت بخریفروشی می‌روند.»

مشارکت‌کننده (۲۴) اذعان می‌کند:

«وضعیت بازار پولی و بانک‌ها بر عملکرد سازندها تأثیر می‌گذارد. وقتی نرخ سود مؤسسات و بانک‌ها زیاد است، سازندها به سمت سپرده‌گذاری می‌روند و از ساخت‌وساز خودداری می‌کنند.»

البته این ادعا بیشتر در سال‌های آغازین و میانی دوره‌های عمده رکود که چشم انداز روشنی از رونق مجدد بازار را به سازندگان عرضه نمی‌کند، رخ می‌دهد. متقابلاً با توجه به بازدهی نسبتاً بالای سرمایه‌گذاری در بازار مسکن، حتی در برقراری رونق نسبی در این بازار نیز، جریان سرمایه بیش از بانک‌ها، متوجه عرصه ساخت‌وساز می‌شود. «سازندگی مشارکتی» راهبرد دیگری است که توسط برخی سازندگان به دلیل فقدان سرمایه کافی برای ساخت‌وساز اتخاذ می‌شود. مشارکت‌کننده (۴) می‌گوید:

«سازندگان نمی‌توانند کار نکنند و حتی با سودهای حداقل همیشه می‌سازند و وارد بحث‌های مشارکتی هم می‌شوند البته اگر سازنده کم‌کاری کند، سود زیادی دارد. مثالی که من می‌زنم این است که در واقعه منا هر که

سازندگان فن‌سالار و خلق ارزش: کشاکش منفعت‌جویی و اعتباریابی ... ۴۵

سرپا ایستاد خودش را حفظ کرد بنابراین هر که بتواند در این دوره رکود، خودش را حفظ کند و بتواند این دوره را بگذراند سود برده است.»

راهبرد «سازندگی به‌شرط فروش مطلوب» متأثر از مقتضیات بازار در فروش واحدهای ساخته‌شده قبلی یا محاسبه منفعت در آینده است. مشارکت‌کننده (۳) جنبه‌ای از این راهبرد را بازگو می‌کند:

«در ساخت مسکن، سازنده‌ها به فراخور منطقه، هزینه می‌نمایند، در مناطق برخوردار از مصالح بهتر، آپشن‌های بیشتر بهره می‌گیرند و در مناطق ضعیف طبق انتظارات متقاضیان آن منطقه و سطح سرمایه مردم هزینه می‌نمایند تا بتوانند فروش را تضمین کنند.»

«سازندگی مداوم» راهبرد دیگری است که عمدتاً معرف اهمیت اشتغال مستمر سازنده است. مشارکت‌کننده (۱) می‌گوید:

«سازنده‌ها به این کار علاقه دارند و نمی‌توانند از این کار بیرون بروند. نوعی آلودگی مثبت و علاقه خاصی به این کار دارند. سازندگی یک نوع برکت خاصی دارد اگرچه سود در روی کاغذ هم کم باشد. حتی کسانی اعتقادی کار می‌کنند همین‌که چند نفر در ساختمان مشغول هستند و چندین خانواده از آن امرار معاش می‌کنند همین راضی‌شان می‌کند.»

آخرین راهبرد «تغییر در الگوی ساخت‌وساز» است. سازندگان در فرایند خلق ارزش ناچار به درک ذائقه مشتریان است. در کنش متقابل بین سازندگان و متقاضیان واقعی است که دگرگونی‌های رخ داده در سلیقه و انتظارات مصرف‌کننده مسکن به سازندگان منتقل و موجب تغییر در الگوی ساخت‌وساز آنها باهدف تسهیل در فروش محصول نهایی و افزایش منفعت می‌گردد. از سوی دیگر محدودیت‌های موجود در توسعه افقی کلان‌شهر و زمین شهری و مهندسی ارزش سازندگان به‌منظور کاهش هزینه‌ها و ارزش‌افزوده بیشتر، باعث می‌شود که سازندگان به برج‌سازی و آپارتمان‌های بلندمرتبه تمایل یابند. این امر سهم ارزش زمین در کل ساختمان را می‌کاهد. مشارکت‌کننده (۱۲) اظهار داشت:

«یک فرهنگی که رواج یافته، برج‌سازی و ساخت خانه‌های لوکس است، این خانه‌ها در مناطقی که احداث می‌شوند تأثیر مستقیم بر وضعیت اجتماعی

اقتصادی و فرهنگی آن منطقه دارند و ناخواسته قیمت را در آن مناطق افزایش می‌دهند. الان به دلیل این که رشد قیمت مسکن متوقف شده است سازنده‌ها بیشتر روی زمین‌های گران و در مناطق مرفه‌تر می‌سازند تا بتوانند ساخته‌های خود را راحت‌تر بفروشند...»

جدول (۴): راهبردهای سازندگان مسکن به‌مثابه عرضه‌کنندگان فن‌سالار
Table 4. Strategies related to housing constructors as technocratic providers

مقوله‌های اصلی (محوری)	مقوله‌های فرعی ^۱	نمونه مفاهیم اولیه (باز)
راهبرد جایجایی نقش	-	کاهش سازنده‌هایی که نیاز به گردش مالی ندارند در رکود بازار، نرخ سود بالا عامل سوق‌دهنده سازنده‌ها به سپرده‌گذاری، انتقال نقش سازنده‌هایی با سرمایه ضعیف
راهبرد سازندگی مشارکتی	-	سودآور بودن ساخت مشارکتی و پیش‌فروش صرفاً در رونق بازار، ورود مستقیم برج‌سازان در فروش واحدهای مسکونی، سرمایه اندک اکثریت سازندگان عامل انتخاب راهبرد مشارکتی
راهبرد سازندگی به شرط فروش مطلوب	ساخت مسکن متناسب با قیمت منطقه	میزان هزینه معیار قیمت‌گذاری سازنده، توجه سازنده به مناطق شهری موردنظر متقاضیان، هزینه نمودن سازنده مطابق با سطح سرمایه مردم منطقه
	ساخت مسکن به شرط فروش در زمان مورد انتظار	بهره‌گیری انبوه‌ساز از رسانه‌های جمعی برای معرفی پروژه‌اش، رونق یا رکود بازار عامل تعیین‌کننده راهبرد سازنده، انتظار سازنده دارای سرمایه برای فروش مطلوب واحدهای ساخته‌شده، پیش‌بینی سازنده از رونق بازار عامل شروع به ساخت
	ساخت مسکن به شرط تضمین سود مورد انتظار	توجه سازنده به منفعت، ورود سازنده به بازار در صورت تأمین سود بیشتر از بهره بانک
راهبرد سازندگی مداوم	امکان سازندگی مستمر	وجود مشتری دائمی برای ساخت‌وساز در مناطق زائرپسند، امکان سازندگان حقوقی برای پیمانکاری پروژه‌های دولتی
	انگیزاننده‌های غیرمادی	لذت سازنده واقعی از فعالیتش، ناگزیری سازنده به ساخت‌وساز مستمر، برکت عامل اعتقادی ساخت‌وساز مستمر
	اهمیت اشتغال برای سازنده	ساخت مسکن به‌عنوان محل سودآوری سازنده، تداوم ساخت‌وساز برای بیکار نبودن سازنده، اهمیت اشتغال به ساخت‌وساز برای سازنده
راهبرد تغییر در الگوی ساخت‌وساز	ایجاد گزینه‌های جدید و نوآورانه	افزودن آپشن و کیفی سازی مسکن، تغییر الگوی ساخت‌وساز با توجه به وضعیت بازار مسکن، توجه سازنده به ذائقه متقاضیان مسکن، تأثیر کیفیت مسکن بر قیمت آن، توجه سازنده به انتظارات متقاضیان
	رغبت به برج‌سازی	تمایل بیشتر برج‌سازان به مناطق خوب، وجود تخفیف در خرید پروژه‌های بزرگ، افزایش تقاضا در سکونت در برج‌ها عامل افزایش منفعت برج‌سازان

۱. خانه‌های خالی در این ستون به معنای آن است که انتزاع از مفاهیم اولیه در یک مرحله و در قالب مقوله‌های اصلی صورت گرفته است.

پیامدها

شرایط مختلف حادث بر پدیده «سازندگان فن‌سالار در کشاکش منفعت‌جویی و اعتباریابی» و راهبردهای آن، منتج به پیامدهایی می‌شود. «فرازوفرود تناوبی سطح عملکرد سازنده» متناسب با وضعیت بازار (رونق یا رکود) یکی از این پیامدها است که موجب تغییر در میزان ساخت‌وساز توسط سازنده می‌گردد. مشارکت‌کننده (۲۱) اظهار داشته‌است:

«با کاهش قیمت مسکن و رکود بازار، سازنده‌ها با سود کمتر و در مدت‌زمانی طولانی‌تر موفق به فروش واحدهای ساخته می‌شوند به تبع آن، ساخت‌وساز کاهش می‌یابد، کاهش ساخت‌وساز سبب کاهش عرضه می‌شود و این امر خود می‌تواند موجب تشدید قیمت‌ها در رونق بعدی شود.»

پیامد دیگر «درگیری سازنده با چالش موازنه سود و زیان» است که متأثر از ویژگی‌های شخصیتی سازنده، میزان اشراف بر مختصات بازار و تخصص و تجربه سازنده است. مشارکت‌کننده (۱) این پیامد را چنین شرح می‌دهد:

«در دوره رکود سازنده‌ها با چالش مواجه می‌شوند و ممکن است به صورت مایه‌کاری واحدهایش را بفروشد چون تعهداتی دارد و برای حفظ آبرویش باید بفروشد و با قیمت‌های باورنکردنی حتی می‌فروشد. سازندگی قطعاً سود دارد البته بستگی دارد سود را به چه نگاهی بسنجید. کسبه و تجار دنبال سودهای زودبازده و کم زحمت هستند درحالی‌که ساخت مسکن سود متعارفی دارد و پرزحمت است. ... البته این سود متعارف به تجربه و نوع ساخت بستگی دارد زیرا برخی مواقع سازنده یک پیش‌بینی‌هایی می‌کند ولی در عمل نتیجه دیگری رخ می‌دهد.»

آخرین پیامد را می‌توان در قالب «اعتباریابی وابسته به عملکرد در بازار» صورت‌بندی کرد. راهبردهای «سازندگی مداوم» و «تغییر در الگوی ساخت‌وساز» عمدتاً منجر به بروز این پیامد می‌شود. مشارکت‌کننده (۱۲) می‌گوید:

«آلبوم و رزومه کاری سازنده‌ها نشان‌دهنده رضایت و اعتماد مشتریان قبلی است. آن‌ها سود کمی از ساخت می‌برند و سود بیشتر را خریداران و

بنگاهداران می‌برند ولی چون می‌خواهند تبدیل به شخصیت اقتصادی و برند اقتصادی شود در طول سالیان متمادی و طولانی به ساختن ادامه می‌دهند.»

جدول (۵): پیامدهای اتخاذ راهبردهای ناظر بر سازندگان مسکن به‌مثابه

عرضه‌کنندگان فن‌سالار

Table 5. Outcomes of taking the strategy housing constructors as technocratic providers

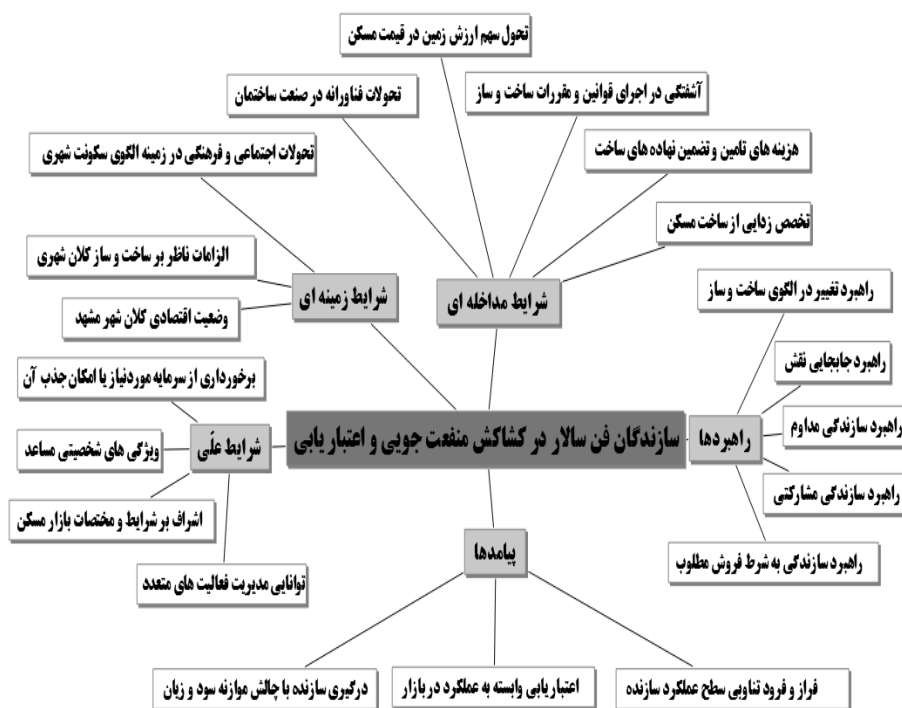
مقوله‌های اصلی (محوری)	مقوله‌های فرعی ^۱	نمونه مفاهیم اولیه (باز)
فرازوفرود تناوبی سطح عملکرد سازنده	-	میزان سوددهی ساخت‌وساز عامل مؤثر بر عملکرد سازنده، افزایش فعالیت سازندگان در رونق بازار
درگیری سازنده با چالش موازنه سود و زیان	طولانی بودن دوره بازگشت سود	وجود خانه‌های خالی ناشی از قیمت پایین بازار از قیمت تمام‌شده، طولانی بودن فروش واحدهای ساخته‌شده در رکود، زمان‌بری پیش‌بینی‌نشده ساخت و فروش مسکن، نبود سود زودبازده در ساخت مسکن
	وابسته شدن سرمایه در گردش به شرایط بازار	فروش واحدهای ساخته‌شده با سود کم در رکود توسط سازنده، امکان راحت‌تر پیش‌فروش واحدهای ساخته‌شده در رونق بازار، رکود عامل تأخیر در شروع پروژه جدید سازنده
	عدم قطعیت در سودآوری سازنده	سود زیاد سازنده در صورت کاهش کیفیت ساخت، سود کمتر ساخت‌وساز نسبت به بهره‌بانکی، سودبری حداقلی توسط سازنده مشارکتی، اخذ وام عامل کاهش سود سازنده، پیش‌فروش عامل کاهش سود سازنده، زمین‌گیر شدن سازنده مشارکتی در رکود بازار، اجبار فروش محصول سازنده با سود کم به دلیل تعهدات
اعتبار یابی وابسته به عملکرد در بازار	برند شدن سازنده	حفظ کیفیت ساخت، اهمیت رضایت مشتری برای سازنده، فروش واحدها با سود کم برای حفظ آبرو توسط سازنده، کنش عقلانی معطوف به برند اجتماعی اقتصادی، وجود رزومه کاری برای سازنده، برند سازنده عامل فروش مسکن
	اشتغال‌زایی به‌مثابه منزلت اجتماعی	حمایت از نیروی کار زیرمجموعه، ایجاد رضایتمندی برای سازنده با ایجاد اشتغال در فعالیت ساخت‌وساز

۱. خانه‌های خالی در این ستون به معنای آن است که انتزاع از مفاهیم اولیه در یک مرحله و در قالب مقوله‌های اصلی صورت گرفته است.

بحث و نتیجه‌گیری

برخی یافته‌های این پژوهش مؤید برخی نتایج تحقیقات دیگر است. شرط احصاء شده «وضعیت اقتصادی شهروندان کلان‌شهر مشهد» با نتایج پژوهش شفایی و مدنی (Shafae & Madani 2011)، شرط زمینه‌ای «الزامات ناظر بر ساخت‌وساز کلان‌شهری» با یافته‌های رهنما و قلی زاده سرابی (Rahnam & Gholizadeh Sarabi 2012) و داوکینز و نلسون (Dawkins & Nelson 2002)، شرط مداخله‌ای «هزینه‌های تأمین و تضمین نهاده‌های ساخت» با تحقیق قادری و ایزدی (Ghaderi & Izadi 2016)، «آشفستگی در اجرای قوانین و مقررات ساخت‌وساز» با پژوهش گیورکو و مولی (Gyourko & Molloy 2015)، «تحول سهم ارزش زمین در قیمت مسکن» با یافته محمدی و همکاران (Mohammdi et al 2012)، شرط علی «برخورداری از سرمایه موردنیاز یا امکان جذب آن» و پیامد «اعتباریابی وابسته به عملکرد در بازار» با نتایج آدامز و لیشمن (Adams, Leishman 2008)، راهبرد «جابجایی نقش» با تحقیق برگر-تامسون و الیز (Berger-Thomson & Ellis 2004)، راهبرد «تغییر در الگوی ساخت‌وساز» با یافته‌های هدبرگ و کرانیر (Hedberg & Krainer 2012) و پیامد «فرازوفروود تناوبی سطح عملکرد سازنده» با پژوهش لیونگ (Leung 2004) و قلی زاده و عقیقی (Gholizadeh & Aghighi 2015) تشابه دارد.

سازندگان یکی از اولین حلقه‌های تولید ارزش در بازار مسکن هستند. وجه مادی زنجیره ارزش عمدتاً محصول فعالیت آن‌هاست ولی آن‌ها در این زمینه با چالش مواجه هستند. سازندگان مسکن باید دائماً در حال ایجاد توازن بین منفعتی که این ارزش خلق شده برای آن‌ها حاصل می‌کند و حفظ موقعیت اعتباری که برای تداوم ارزش زایی بدان نیاز دارند، باشند. در بسیاری موارد منفعت بری‌های کوتاه برد می‌بایست فدای دستیابی به موقعیت اعتباری تجمیع شده گردد تا تداوم خلق ارزش و گسترده کردن آن و دستیابی به سطوح بالاتر اعتبار و منفعت تحقق یابد. این دو وجه غالب کنش سازندگان دربرگیرنده راهبردها و پیامدهای رفتار آن‌هاست، بدین دلیل مقوله «سازندگان فن‌سالار در کشاکش منفعت‌جویی و اعتباریابی» به‌عنوان «مقوله هسته‌ای» نظریه احصاء شده پیرامون کنش سازندگان بازار مسکن برگزیده شد. شکل (۱) ارتباط بین مقوله‌های مختلف با این مقوله هسته‌ای را نشان می‌دهد که در ادامه ارتباط آن‌ها تشریح می‌گردد.



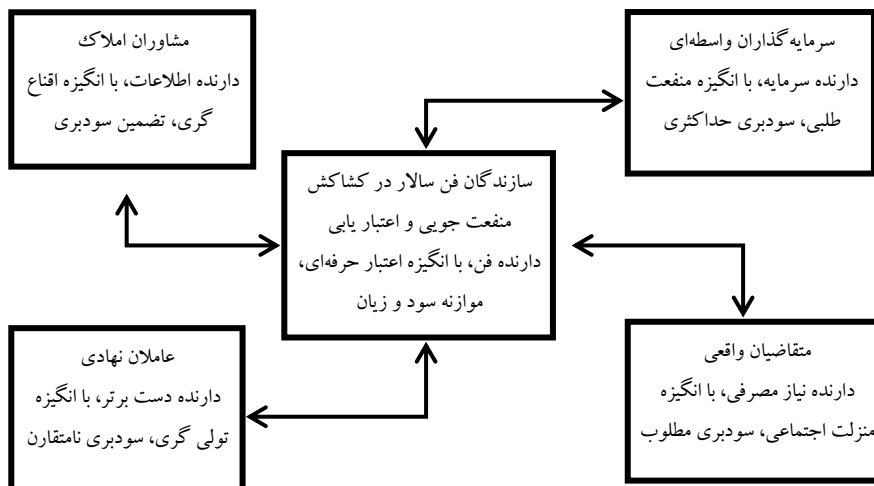
شکل (۱): روابط بین مقوله های هسته ای و محوری تحقیق (خروجی نرم افزار)

Figure 1. The relationships between core and axial codes (MAXQDA output)

تغییرات فرهنگی و اجتماعی که در الگوی سکونت خانوارهای شهر مشهد از جمله رواج آپارتمان نشینی و برج نشینی، توجه بیش از گذشته به گزینه های نوین فضای درونی منزل و امکانات مدرن، سکونت در مناطق مرفه نشین و غیره رخ داده، مورد توجه سازندگان بوده است. الزاماتی که در زمینه مصرف بهینه انرژی در ساختمان ها و نظارت مهندسی در اجرا حکم فرما شده، به طور عام برکنش سازندگان تأثیرگذار است. شرایط احصاء شده نشان می دهد که «وضعیت اقتصادی شهروندان کلان شهر مشهد» به ویژه پس از ورشکستگی مؤسسات مالی و اعتباری، زمین خوردن پروژه های کلانی چون «پدیده» و تغییر در توانایی خرید مردم، بر فرایند ساخت و ساز و به همان نسبت تولیدکنندگان مسکن تأثیر گذاشته است.

احتمالاً مهم‌ترین شرط مداخله‌ای شناسایی‌شده در این پژوهش «تحول سهم ارزش زمین در قیمت مسکن» باشد. تحولات اخیر که در زمینه فناوری ساخت مسکن انبوه و صنعتی ایجاد شده، تمایل سازندگان به کاهش سهم ارزش زمین در هزینه‌های مسکن و اقبال از آپارتمان‌سازی در بین سازندگان مسکن و متقاضیان نهایی جزء عوامل وضعیتی خاص تأثیرگذار بر کنش سازندگان مسکن است. از سوی دیگر ورود افراد غیرحرفه‌ای در ساخت‌وساز مسکن و آشفتگی قوانین و مقررات در حوزه نظارتی و حمایتی و نوسانات در نهادهای ساخت مسکن بر عملکرد سازندگان سایه افکنده است.

«برخورداری از سرمایه موردنیاز یا امکان جذب آن» شرط علی مؤثر بر تصمیمات کنشگران حوزه ساخت مسکن است. این موضوع و «توانایی مدیریت فعالیت‌های متعدد» منجر به اتخاذ راهبردهایی به‌منظور مهندسی ارزش است تا در جریان‌های قیمتی بازار مسکن به منفعت و جایگاه اجتماعی مطلوب در بین عاملان بازار مسکن دست یابد. نکته قابل‌توجه این است که سازندگان بازار مسکن از سرمایه اجتماعی خود در فروش محصول استفاده می‌کنند. این سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از منابع اجتماعی است که از طریق کنش متقابل در بازار شکل می‌گیرد و به وجود آورنده اعتبار آن‌ها در بازار مسکن است. در تعاملات اقتصادی-اجتماعی بازار مسکن است که شبکه اجتماعی ایجاد شده توسط سازنده، تقویت یا تضعیف می‌شود و میزان منفعت بری بلند مدت او تحت تأثیر آن قرار می‌گیرد. آنان مدام در تعامل با مشاوران املاک، سرمایه‌گذاران واسطه‌ای، مصرف‌کنندگان واقعی و نهادهای متولی مسکن هستند. شکل (۲) تعامل اقتصادی-اجتماعی کنشگران بازار مسکن مشهد که از مصاحبه با عاملان بازار احصاء شده را نشان می‌دهد. این مدل اهداف و انگیزه‌های عاملان متفاوت، نوع سرمایه و پیامد کنش اقتصادی-اجتماعی را برای هریک نشان می‌دهد.



شکل (۲): تعامل اقتصادی-اجتماعی سازندگان مسکن و دیگر عاملان بازار مسکن
Figure 2. Social-economic interactions of housing constructors with other agents in the housing market

شرایط متنوع و متعدد حادث بر رفتار سازندگان منجر به اتخاذ راهبردهای مختلفی از سوی آن‌ها می‌شود. راهبرد «تغییر در الگوی ساخت‌وساز» از تعامل بین تغییرات در الگوهای فرهنگی-اجتماعی جامعه و سازنده رخ می‌دهد، جایی که به‌ناچار سازنده با توجه به محدودیت‌های به وجود آمده به دلیل کاهش سرانه زمین، افزایش سهم زمین در هزینه‌ها، توجه بیشتر مصرف‌کنندگان به المان‌های منطقه محل سکونت و مبلمان خانه، الگوی ساخت خود را مطابق با سلیقه خریداران شکل می‌دهد؛ بنابراین سازنده‌ها براساس خواسته و انتظارات مصرف‌کنندگان هر منطقه هزینه می‌نمایند.

خلق ارزش در بازار مسکن مجموعه اقداماتی زنجیره‌ای است که به تولید منفعت مطلوب عاملان حاضر در این بازار منجر می‌شود. فرایند گردش ارزش در بازار مسکن دنباله‌روی ساخت مسکن است که از ساخت بنا بر روی زمین شروع می‌شود و به سکونت مصرف‌کننده ختم می‌شود. هدف سازنده در این بازار ایجاد و انباشتگی اعتبار اجتماعی با هدف سودبری از طریق ایجاد تمایز و تغییر در الگوی ساخت است زیرا حضور موفق او در بازار علاوه بر توجه به تولید، نیازمند فروش محصول و ایجاد اعتبار و برند در بازار رقابتی است. برای کسب منزلت اجتماعی در بین عاملان اجتماعی بازار مسکن، تجربه‌های گذشته،

۸۷ دریافت زنان روستایی از سریال‌های تلویزیونی ...

فردوس (۴۷ ساله) : «از دنیا خیلی چیزها یاد گرفتم... خواهرزاده‌ام خونش تو شهره، خدا نصیب نکنه، شوهرش سرطان داره، مثل شوهر دنیا، مثل این دختر زرنگ نیست، بهش میگم این فیلم رو ببین، خدا کریمه».

۳- شخصیت قهرمان اصلی سریال (دنیا)

سرگذشت یک زن و مشکلات طاقت‌فرسای او در راه مبارزه و مواجهه با آن‌ها و همذات‌پنداری با قهرمان اصلی داستان به امید یافتن راهکارهای زنانه برای نجات از بن‌بست‌ها، سومین عامل پیگیری سریال بود که عده‌ای از زنان به آن اشاره کرده‌اند:

مهین (۴۷ ساله)، «دنیا نمونه یک زن موفق است که هیچ‌کدام از مشکلات نتونست از ایمان و اراده او کم کند و همیشه برای بچه‌ها و شوهرش یک پناهگاه بود».

فاطمه (۱۷ ساله) : «خیلی دوست داشتم دنیا و معلم به هم برسند. خیلی زجر و بدبختی کشیده بود. من فکر نمی‌کردم معلم بمیره. دنیا پس از مدت زیادی سر و سامانی پیدا کرده بود و می‌تونست با همسر معلمش خوشبخت بشه».

صغری (۲۳ ساله) : «دوست داشتم بفهمم آخر و عاقبت دنیا با این همه سختی و بلا که سرش اومده، چی میشه».

۴- مشارکت در بحث

مشارکت در بحث‌های شکل گرفته پیرامون سریال یکی از دلایلی بوده که بینندگان را به پیگیری ادامه داستان ترغیب نموده است. البته حضور این مورد در بین رده‌های سنی بالاتر خیلی کم دیده می‌شود.

سمیه (۱۹ ساله) می‌گوید: «بعد از دیدن هر قسمت از سریال با نامزدم راجع به داستان سریال و درباره اینکه قسمت‌های بعدی چگونه پیش می‌روند و چه اتفاقاتی خواهد افتاد صحبت می‌کنیم... بعضی از وقت‌ها هم با مادرم...».

لیلا: «من قسمت‌های اول سریال را ندیدم، ولی وقتی دیدم همه از اون تعریف می‌کنند، من هم تصمیم گرفتم سریال را ببینم، خیلی هم خوشم آمد».

فاطمه (۱۷ ساله) دانش‌آموز سال سوم دبیرستان است که با دوستانش پیرامون فیلم بحث و گفتگو می‌کرده است: «یکی از چیزهایی که در زنگ تفریح مدرسه راجع به اون با دوستانمون صحبت می‌کنیم، موضوع فیلم‌هایی است که می‌بینیم، سریال گذر از رنج‌ها را هم بیشتر بچه‌ها می‌دیدند و راجع به اتفاقات آن با هم حرف می‌زدیم. اکثر بچه‌ها از نقش دنیا خوششان آمده بود...یه روز معلم نیامده بود تا آخر زنگ فقط بچمون این سریال بود».

راحله (۱۵ ساله) که بیشتر با مادرش فیلم را دیده، بعضی وقت‌ها در مدرسه با یکی از دوستانش راجع به فیلم صحبت کرده است.

ناهید (۱۶ ساله) و صغری (۲۳ ساله) آن‌گونه که خود می‌گویند و البته در روایت آن‌ها نیز به روشنی نمایان است، تمامی صحنه‌های فیلم را به‌دقت تماشا کرده و خیلی وقت‌ها تکرار سریال را نیز دیده‌اند، بارها در مورد پیشامدهای محقق و ممکن سریال با هم و با دیگران بحث و گفتگو کرده‌اند.

در ارتباط با دیگران نیز فردوس (۴۷ ساله) با خواهر و خواهرزاده‌اش، سیما (۴۵ ساله)، اشرف (۳۶ ساله) و عفت (۲۵ ساله) با زنان همسایه و هم‌محله و مهین (۴۷ ساله)، راضیه (۴۳ ساله) و فتانه (۳۲ ساله) با خانواده راجع به سریال و جریان‌های آن باهم بحث و گفتگو کرده‌اند. البته در این میان فتانه نظر مخالف و منتقدی نسبت به فیلم داشته و علیرغم غیرواقعی دانستن فیلم آن را تماشا کرده است. می‌توان نظر فتانه را به این صورت نیز تبیین کرد که مخالفت با یک مجموعه یا فیلم نیز می‌تواند دلیلی برای پیگیری باشد؛ زیرا از این طریق می‌توان در بحث‌های مربوطه مداخله و اظهارنظر کرد.

مجموعه عواملی که در بالا به آن‌ها اشاره شد کم‌وبیش باعث برقراری ارتباط با سریال و گفتگو با متن شده‌اند. برای بعضی از زنان وقایع خاصی در سریال مهم بوده و توجه آنان را جلب کرده است. درواقع مخاطبان بر اساس تجربیات و باورداشتهای خود در جزئیات داستان وارد شده و آن‌ها را جرح و تعدیل و برای خود قابل لمس و معنامند نموده‌اند، درنتیجه وقایع را به شیوه‌ای غیرمعمول خوانش کرده‌اند. مثلاً، سیما (۴۵ ساله) می‌گوید:

«دنیا با اینکه قبلاً ازدواج کرده بود باز هم خواستگار داشت، شانسش خیلی خوب بود. برای یک زن روستایی اینها هم خوب است».

بحث و نتیجه‌گیری

تحقیق پیش‌رو در سؤال اصلی خود به دنبال بررسی دریافت و خوانش زنان روستایی منطقه میانکوه شرقی پلدختر لرستان از سریال گذر از رنج‌ها بود. در مطالعات دریافت و خوانش در ایران، تحقیق حاضر نخستین موردی است که جمعیت پژوهشی آن زنان روستایی است. یافته‌های تحقیق بیانگر آن است که خوانش‌ها به صورت طیفی مشتمل بر موضع مسلط جامعه، توافقی و انتقادی بوده است. در این میان غالب مشارکت‌کنندگان در تحقیق با درگیری فعالانه به قضاوت در مورد پیام‌های سریال پرداخته و بخش‌هایی را تأیید و بخشی‌های را رد نموده‌اند. زنان تماشاگر سریال از تماشای قسمت‌های مجموعه گذر از رنج‌ها و بازنمایی مفاهیمی که با عقاید و آرمان‌های آن‌ها فاصله داشته ناراضی بوده و واکنش‌های هیجانی (مانند آرزو کردن، نفرین کردن و ...) نشان داده‌اند. از سوی دیگر در مواردی که مورد خواست آن‌ها بوده، بیان حداقلی فیلم آن‌ها را راضی نکرده و خواستار ارائه بسط یافته و غلیظ‌تر آن شده‌اند. به طور مثال آن‌ها مجازات گناهکاران را بسیار شدیدتر از روایت داستان خواستار بوده‌اند و برای تحقق آن در ذهن خود سناریوهایی طراحی کرده‌اند.

البته سطح درگیری و معانی و دلالت‌ها برای تمام زنان مصاحبه‌شونده همسان نبوده است. ولی در کل سریال از نقش و تأثیر زن دفاع می‌کند که برای اکثر بینندگان آن‌ها پسندیده و جذاب بوده است. سریال ویژگی‌های اصلی بیشتر داستان‌ها و رمان‌های عاشقانه عامه‌پسند، مانند درگیری، اختلاف، عشق، تنهایی و پیروزی را دارد. آنان کنجکاوانه پیگیر شخصیت زن داستان بوده‌اند.

در این میان بر اساس توانایی گفتمانی افراد درجات متفاوتی از فعال بودن وجود داشته است: زنانی که دسترسی گفتمانی بیشتری داشتند فعال‌تر بوده و به دنبال رمزگشایی و دست‌کاری در پیام‌های دریافتی از سریال بودند و با متن آن وارد گفتگو شده و بر اساس جهان‌نگری خود از آن برداشت نموده‌اند. آن‌ها معانی گفتمان مسلط، مشتمل بر تقابل‌های دوگانه، نمونه آرمانی زن و روان‌شناسی کردن امور را بر اساس جایگاه خود جرح و تعدیل نموده و به خلق و بسط معانی جدید مانند «نقش تعیین‌کنندگی مردان» و «گریز از رنج‌ها» مبادرت نموده‌اند. اینکه زنان موردتحقیق از چه جنبه‌هایی وارد گفتگو و

جرح و تعدیل متن شده‌اند جالب توجه می‌باشد: در جاهایی مانند بازنمایی و ارائه روابط نابرابر قدرت، تضاد شکل گرفته میان زنان و مردان، یا طبقات فرودست و فرادست اجتماعی که متن ارتباط بنیادی‌تر و حیاتی‌تری با زنان تحقیق داشته، گفتگوی بیشتر و خوانش فعالانه تری صورت گرفته است. حضور شخصیت‌ها و نقش‌های زنانه گوناگون و متضاد در چنین سریال‌هایی و حوادث پیش‌آمده برای آنان به نوعی می‌تواند راوی تکه‌ها یا بخش‌هایی از وجود زنان مخاطب را در خود جای داده باشد. در تحقیق هابسون (Habson, 1982) نیز یافته‌ها مؤید آن است که زنان از سریال‌های تلویزیونی به‌عنوان راهی برای صحبت غیرمستقیم جهت ابراز اعتقادات و نگرش‌های خود استفاده می‌کنند. یافته‌های تحقیق رضائی و کلانتری (Rezaee and Kalantari, 2012) و محمدی و کریمی (Mohammadi and Karimi, 2010) نیز این نکته را تأیید می‌کنند.

در پاسخ‌های افراد مورد مطالعه «دادن نقش تعیین‌کنندگی به مردان برای ختم مشکلات زنان» و «گریز از چالش‌های احتمالی آینده با کمک مردان» برای فرار ذهنی از این روابط نابرابر یا به میدان قضاوت و خوانش می‌گذارد. تکیه بر توانایی مردان و سپردن امور به دست آنان بیشترین تناسب را با باورهای مردسالارانه حاکم بر منطقه مورد نظر دارد. به اعتقاد بسیاری از این زنان، استقلال شخصیت برای زنان در روستاها هزینه‌های گزافی برای آنان دارد که با واگذاری اختیارات زندگی به مردان می‌توان از آن‌ها کاست.

از میان متغیرهای زمینه‌ای دو عامل سن و تحصیلات باعث تفاوت جدی در خوانش‌ها شده‌اند، به نحوی که گروه سنی نوجوان و جوان و افراد تحصیل‌کرده با متن سریال گفتگوی ذهنی بیشتری داشته و هم‌زمان با پذیرش برخی الگوها برخی جنبه‌ها و ابعاد را دست‌کاری کرده یا معانی جدیدی برای آن خلق کرده‌اند. تحصیلات در تحقیقات پیشین نیز (Rezaee and Kalantari, 2012) در نوع خواش‌ها مؤثر بوده است. در تحقیق حاضر نیز سوژگی متفاوت این گروه‌های سنی که برآمده از جامعه‌پذیری متفاوت این زنان است، در نوع دریافت و خوانش آنان اثر گذاشته است. همان‌گونه که در بالا اشاره شد، افراد مسن‌تر وارد گفتگوهای مرتبط با سریال نشده‌اند، ضمن اینکه این گروه کمتر از افراد میان‌سال و جوان خود را مقید به دیدن مداوم سریال مورد مطالعه دانسته‌اند. در تحقیق حاضر نوجوانان در مقایسه با بزرگسالان به راحتی وارد گفتگو با متن شده‌اند. این گفتگوها که اطلاعات آن از تلویزیون گرفته می‌شود اصطلاحاً «کاربرد محتوای رسانه به‌عنوان پول رایج اجتماعی» گفته

می‌شود (Turow, 2009:25) که در تعاملات روزمره ردوبدل می‌شود و نداشتن آن می‌تواند فرد را در وضعیت نامطلوبی قرار دهد (Storey, 2007:50).

شاید بتوان گفت جوانان و نوجوانان به دلیل دسترسی به فضاهای گفتمانی دیگر به این شیوه خوانش دست‌یافته‌اند. برای نمونه گفتمان حاکم در مدرسه می‌تواند یکی از آن‌ها باشد. داستان‌های ارائه‌شده در کتب درسی، مطالعه متون غیردرسی مانند مجلات و کتب دیگر، می‌تواند به این خوانش و فعالانه‌تر شدن آن کمک کند. البته باید توجه داشت این خوانش‌ها و گفتگوها با متن چندان انتقادی نیست بلکه عمدتاً توافقی است که این امر خود می‌تواند به دلیل تغذیه از منابع گفتمانی مشابه و به عبارتی همسانی‌های گفتمان مدرسه و تلویزیون باشد. یافته اخیر برخلاف یافته تحقیقات دیگر در ایران (Rezaee and Kalantari, 2012؛ Kavand, 2007؛ Azad Armaki and Mohammadi, 2007؛ Mohammadi and Karimi, 2010) است که از مخاطب فعالی سخن به میان می‌آورند که مستمراً مقاومت می‌کند. تحقیق حاضر بیانگر مخاطبی است که گرچه رگه‌هایی از مقاومت را با خود دارد، ولی چنانکه کاظمی و حاج محمد حسینی (Kazemi and HajMohamad Hossini, 2015) یادآور شده‌اند، بیشتر از آنکه حول مقاومت معنا شود، حول لذت معنا فهم می‌شود.

در تحقیق دیگری، یافته‌های کاظمی و پرویزن فعال بودن مخاطب را مشروط به متغیرهایی مانند دسترسی گفتمانی دانسته‌اند (Kazemi and HajMohamad Hossini, 2015). بر اساس پیش‌گفته‌ها، الگوی حال به‌تنهایی برای فهم خوانش این مخاطب کفایت نمی‌کند. از این رو پیشنهاد می‌شود تحقیقات دریافت و خوانش در ایران چارچوب نظری و مفهومی خود را فراتر از رویکردهای مقاومت خواننده انتخاب نمایند و کسب لذت از سریال‌هایی از این دست را به دلیل مشخص بودن روایت، ارضای حس کنجکاوی و همذات‌پنداری مخاطب از نظر دور ندارند. مثلاً، در ارتباط با همراهی مخاطب با سریال، رولان بارت^۱ از «کد هرمنوتیکی^۲» نام می‌برد که مشتمل بر سه قسمت معما، تأخیر در حل معما و ارائه راه‌حل است. بدین‌صورت که ابتدا معمایی طرح و موجب حیرت مخاطب شده و همین حیرت او را به پیگیری ادامه داستان ترغیب می‌نماید. در مرحله تأخیر، خوانشگر به فکر حل معما و اندیشه پیرامون آن است و از بابت تعلیق و تلاش برای کشف معنا لذت وافر

1. Roland Barthes
2. Codes of Hermeneutic

می‌برد. در نهایت نیز آرایهٔ راه‌حل قرار دارد که ناظر به گرفتن پاسخ سؤال و ارضای حس کنجکاوی می‌باشد. ضمن اینکه در سریال‌ها، در کنار معماهای محوری سریال، معماهای جزئی‌تر نیز وجود دارند (Casey and Casey, 2002:177-18). در سریال گذر از رنج‌ها نیز مجموعه‌ای از موارد جزئی و کلی تعلیق و تلاش برای کشف معنا وجود داشته که برای بینندگان لذت بخش بوده است.

براساس یافته‌ها، در بین افراد مورد تحقیق به‌ندرت کسانی یافت می‌شوند که به رسانه‌های خارجی مانند ماهواره‌ها دسترسی داشته باشند؛ و در غیاب رسانه‌های خارجی تمام لذت تماشای فیلم و سریال برای این زنان، دیدن سریال‌های تولید و پخش شده از شبکه‌های اول، دوم، سوم و گاهی شبکه استانی صداوسیما جمهوری اسلامی ایران است (دیگر شبکه‌های صداوسیما در منطقه مورد مطالعه قابل دریافت نمی‌باشد). وضعیت فوق مصداق این گفتهٔ امبرتو اکو^۱ است که: در رویارویی جنگ چریکی نمادین بین مخاطبان و برنامه‌ها، در اینجا معانی برآمده از گفتمان تلویزیونی عمدتاً پیروز شده است که این نشان می‌دهد فرایند معناسازی در متن مجموعه‌ای از روابط قدرت صورت می‌گیرد. همان‌گونه که نشان داده شد، افراد برای توضیح رخداد‌های سریال بر اساس زندگی واقعی، چارچوبی ارجاعی انتخاب و آن را در ارتباط با زندگی خودشان تفسیر کرده‌اند. در واقع، زنان روستایی تحقیق بین زندگی خود و زندگی بازنمایی شده در سریال رابطه برقرار کرده‌اند؛ و بخش زیادی از لذت تماشای سریال به دلیل همین پیوند بوده است. بر اساس یافته‌های تحقیق، تجارب زیستهٔ مشترک رنج از جانب خود و یا دیگر آشنایان با داستان فیلم، آشنایی دیداری با روستا و جالب‌توجه بودن برخی شخصیت‌های سریال باعث نزدیکی و همذات‌پنداری مخاطبین با آن‌ها شده است. نتایج تحقیق کریمی و مهدی‌زاده (Karimi and Mahdizade, 2014) نیز نشان می‌دهد افراد مختلف بر اساس ویژگی‌های فردی و همچنین زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی خود، به شخصیت‌های خاصی علاقه نشان می‌دهند و با آن‌ها همذات‌پنداری می‌کنند و به نوعی زندگی خود و قهرمان اصلی داستان را در امتداد یکدیگر می‌بینند. در این ارتباط دنیس رادوی نیز در «قرائت داستان‌های عاشقانه» توسط زنان نشان داده است که رمان‌های عاشقانه در جهان‌بینی‌ها و سبک‌های زندگی خوانندگان زنی که دارای موقعیت تاریخی هستند نقش مؤثری ایفا می‌کند (Hall And Neits, 2012:354). بنا به یافته‌های رادوی «زنان از این طریق می‌کوشند فضایی برای خود در درون محدوده

1. Umberto Eco

دریافت زنان روستایی از سریال‌های تلویزیونی ... ۹۳

های زندگی روزمره خلق کنند که می‌تواند به‌عنوان راه فراری از تکالیف در جامعه‌ای پدرسالار باشد» (Azad Armaki and Mohammadi, 2007:87). از سوی دیگر، امکان عضویت در گروه‌ها نیازمند تجارب و حرف و سخن مشترک است. لذا تماشای سریال موردنظر نوعی جواز ورود، پذیرفته شدن، عضویت و شنیده شدن تجارب روزمره را در چنین گروه‌هایی تسهیل کرده و آن را برای زنان پیگیر سریال‌ها دست‌یافتنی‌تر کرده است. در خاتمه لازم است تأکید شود که یافته‌های این تحقیق و نتایج مطرح‌شده به دلیل کیفی بودن روش آن قابل‌تعمیم به جمعیت‌های روستایی دیگر و یا گسترده‌تر نیست، ولی می‌تواند پایه‌ای برای انجام تحقیقات بیشتر در این زمینه باشد.

تشکر و سپاسگزاری

نویسندگان بر خود لازم می‌دانند نهایت سپاس خود را از شرکت‌کنندگان در تحقیق اعلام نمایند، زیرا سنگ بنای تحقیق با مشارکت و همکاری آن‌ها بنیان گذاشته شده است. لازم است بیان شود در تحقیق حاضر ملاحظات اخلاقی را رعایت نموده گردیده است. رضایت آگاهانه مشارکت‌کنندگان، تضمین عدم خروج از چارچوب تعیین‌شده تحقیق در ارتباط با مشارکت‌کنندگان، عدم آسیب‌رسانی به مشارکت‌کنندگان و ارزیابی مداوم از فرایند جمع‌آوری داده‌ها در تحقیق تضمین شده است.

پیوست: خلاصه‌ای از سریال گذر از رنج‌ها

سریال «گذر از رنج‌ها»^۱ که در زمستان ۱۳۹۳ از شبکه یک سیما پخش شد^۲، داستان زندگی زنی روستازاده به نام «دنیا» را در خطه شمال کشور در فاصله سال‌های ۱۳۳۰ تا ۱۳۸۰ روایت می‌کند که به‌نوعی روایت زندگی روستاییان در تاریخ ۵۰ ساله این دوره از تاریخ ایران را نشان می‌دهد. «دنیا» دختری نجیب و متین از خانواده رعایا است که در بازدید مشاور خان (مهندس) از املاک خان، او را برای کار در منزل خودش انتخاب کرده و با خود می‌برد و در نهایت علیرغم میل خود که دل در گروه معلم روستا دارد به‌عنوان همسر دوم نوه خان درمی‌آید تا شاید صاحب فرزند پسر شود و به این طریق مشکل جانشینی و وراثت حل شود. چند ماه پس از زندگی مشترک همسرش تصادف و فوت می‌کند در همین اثنا خان بزرگ سگته کرده و پس از چند ماهی همسرش و خودش نیز فوت می‌کنند و اختیار املاک و زندگی خان به دست عروس و منشی خان می‌افتد که به دنبال پیدا کردن و سر به نیست کردن دنیا و پسرش می‌شوند. پس از فراز و نشیب‌های زیادی دنیا با معلم روستا ازدواج می‌کند ولی چند سالی پس از ازدواج همسرش به سرطان مبتلا می‌شود و پس از دو سال فوت می‌کند و دنیا همراه با فرزندی که از شوهر قبلی‌اش دارد (مهرداد) و دو فرزندی که از معلم دارد مشکلات و سختی‌های بسیاری را پشت سر می‌گذارد. مدتی پس از مرگ همسرش و با شروع جنگ تحمیلی فرزند اولش (مهرداد) به جبهه‌های جنگ رفته و شهید می‌شود. دنیا با مشقت فراوان یک کارگاه کوچک صنایع‌دستی راه‌اندازی نموده و به تدریج آن را توسعه می‌دهد، فرزندان را بزرگ می‌کند (دخترش معلم و پسرش پزشک می‌شود) و خود سرانجام در سن پیری و زمانی که بسیار شکسته و نزار شده ولی همچنان پرعصابت و سرشار از عشق به همسر و فرزندش است فوت می‌کند. از این‌رو در نهایت بر اساس ساختار روایی معمول سریال‌ها که در آغاز به‌هم‌خورده است می‌بایست در پایان داستان راه‌حل خود را بیابد.

۱. قابل توجه است که «گذر از رنج‌ها» عنوان رمان سه جلدی از الکسی نیکولایویچ تولستوی (۱۸۸۲-۱۹۴۵) نیز هست که زندگی دوخواهر به نام‌های داشا و کاتیا و عشق‌های آنان را به شکلی کاملاً رمانتیک مطرح می‌کند.
 ۲. قابل توجه است که سریال گذر از رنج‌ها دو بار دیگر در شبکه‌های آی فیلم (۱۳۹۵) و تماشا (۱۳۹۶) پخش شده است.

References

- Akhgari, M. (2012). *Introduction on television philosophy*, Interdisciplinary studies in media and culture (media and culture) , 1 (1) : 21-36.
- Ang, I. (1995). *"The Nature of Audience"*, in John Dowing Mohammadi and Saberny Mohammadi (eds) , Question The Media, London: Sage.
- Azad Armaki , T., Mohammadi , J. (2007). *Women And Soap Operas [In Persian]* , Woman In Development And Politic (Women's Research) , 4 (16) , 67-94.
- Bakhtyari, M., Nasiri, B., Haghghi, M.R. (2014). *Theoretical formulation of feminism in media studies (with model presentation)* , [In Persian] , Media studies, 8 (23) , 90-98.
- Barlett, V., Sancier, D. (2008). *"Meta Analysis of Effects of Media Images on Men's Body-Image Concern"*. Journal of Social and Clinical Psychology. 27 (3) , 279-310.
- Casey, B., Casey, N. (2002). *Television Studies, the Key Concepts*, Oxon: Routledge.
- Csikszentmihalyi, M., Robert, K. (1990). *Television and the Quality of Life*, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Depp, C. A., Et al (2010). *"Age, Affective Experience, Television use"*, American Journal of preventive medicine, 39, 173- 178.
- Dominic, S. (2005). *An Introduction to Theories of Popular Culture*, translated to Persian by soraya paknazar, Tehran: GameNo press.
- Felick, O. (2006). *An Introduction to Qualitativ Research*, 3rd ed, Translated to Persian by Hadi Jalily, Tehran: Ney Publication.
- Fiske, J. (1986). *"Television: Polysemy and Popularity"*, Critical Studies in Mass Communication (CSMC) ", 3 (4) , 391-408.
- Fiske, J. (1994). *Introduction to Communication Studies*, London: Routledge Publications.
- Fiske, J. (2011). *Introduction to Communication Studies*, Translated to Persian by Mehdi Gabraee, Tehran: Ministry of Culture and Islamic Guidance
- Giddens, A. (2009). *Sociology.6th edition*, Cambridge: Polity Press.
- Gillespie, M. (1995). *Television, Ethnicity, and Cultural Change, London and New Yourk, Routledge Publications.*
- Garrett, P., Allan, B. (2000). *"Media and Discourse: A Critical Overview" in Approaches to Media Discourse*, published by: Blackwell.
- Habson, D. (1982). *Crossroads: The Drama of a Soap Opera*, London: Methuen.
- Hall, S. (1999). *Encoding/Decoding*, second edition, Edited by Simon Doring, London: Routledge.
- Hall, J.R., Neits, M. (2012). *Culture sociological perspectives*, translated to Persian by Fariborz Majidi, Tehran: Soroush Publication.

- Hasanifar, A., Abolhasani, E. (2012). *Study of the Role Played by TV in the Field of Critique and the Style of Debate*, Interdisciplinary studies of media and culture, 1 (2) : 21-47.
- Ipek, A., R. Celik, K. Sezen. (2016). *"TV Series Production: the Urban Restructuring of Istanbul"*, Television and New Media, 19 (1) , 3-23.
- Katz, E., Gurevitch, M., Hass, E. (1973). "On the Uses of the Mass Media for Important Things", American Sociological Review, 38, 81- 164.
- Karimi, O., Mahdizade, S.M. (2014). *A Reception Analysis on the Youth Audiences of TV Series in Marivan, Iranian*, Cultural Research, 6 (4) :107-136.
- Kazemi, A., HajMohamad Hossini, M. (2015). *Resistant Ideology and Active Audience Concept: a Review of Reception Studies in Iranian Universities*, Journal of Iranian Cultural Research (JICR) , 8 (1-29) : 71-95.
- Kavand, R. (2007). *Qualitive Research about Reseption in persian Satellite Channels, Master's Thesis*, Faculty of Social Sciences, Tehran Univercity, Iran.
- Lüküslü, D. (2018). *The Political Potential of Popular Culture in Turkey: The Reading of Three TV Series*: Leyla ile Mecnun, Ben de Özledim and Beş Kardeş, » Retrieved from:<http://journals.openedition.org/tvseries/2608>; DOI: 10.4000/tvseries.2608.
- Mahdizadeh, S. M. (2011). *Media Theories: Common Thoughts and Critical View*, Tehran: Hamshahri press.
- McQuail, D. (2000). *Audience Analysis*, translated to Persian by Mahdi Montazar ghaem, Tehran: center of Media studies an research Publication.
- Meijer, C., Bruin, J. (2003). *'The Value of Entertainment for Multicultural Society: A Comparative Approach Towards 'White' and 'Black' Soap Opera Talk'*, Journal of Media, Culture & Society, 24 (5) : 695-703.
- Mohammadi, J. (2007). *Audiences and television sets (Womens Reseptions of Parvaz dar Hobab)* , Cultural of Study Journal, 1 (2) :79-110.
- Mohammadi, J., Karimi, M. (2010). *Women`s Interpretations and Decoding of Television Soap Opera Case Study;Women of Ilam and Faseleha Soap Opera*, Iranian Cultural Research, 4 (1) : 49-78.
- Mohammadi, J. (2011). *Critical Review of Cultural Studies Approach in Television Analysis*, Society And Culture Journal, 1 (4) : 147-165.
- Morley, D. (1980). *The Nationwide Audience*, London: British Film Institute.
- Payandeh, H. (2005). *Literary criticism & cultural studies: A critical reading of commercial advertisements on Iranian television, [In Persian]* , Tehran: Rozgar press.
- Rezaee, M. (2008). *Discourse Unstructured: An Analysis of the Daily Life of Students*, Tehran: International Institute of Society and Culture.
- Rezaee, M., Kalantari, M. (2012) *Interpreting Farsi 1: The Case of Victoria and Iranian Women, Woman In Development And Politic (Women's Research)* , 3 (2) :5-24.
- Rojek, C. (2003). *Stuart Hall*, Oxford: Blackwell Publication.

- Seiter, E., Et al. (1989). "*Don't Treat us Like We are so Stupid and Naive*", in *Remote Control: Television, Audiences and Cultural Power*; Ed. by Seiter, et al. (pp:237-247) , London: Routledge.
- Shojaee, M.S. (2007).*The Role of the Media In Identifying, [In Persian]* Tehran: Tehran university press.
- Smith, P.D. (2013).*Cultural theory: an introduction*, translated to Persian by Hasan poyan, Tehran:Center of Cultural Research.
- Storey, J (2007).*Cultural studies and the study of popular culture, translated to Persian by hosin payande*, Tehran: agah press.
- Storey J. (1996). *Cultural Studies and The Study of Popular Culture: Theories and Methods*, London: Edinburgh University Press.
- Taylor, L. and A. Willis (1999). *Media Studies: Text Institutoin and udience*, Blackwell publication.
- Turov, J. (2009). *Media Today: An Introduction To Mass Communications. London: Routledge.*
- Tuchman, G. (1978). *Health and Home: Images of Women and the Media.* New York: oxford university press.
- Van zonen, L. (2004). *Feminist approaches to the media*, translated to Persian by MohamadReza HassanZade and Hasan ReisZade, media journal, 15 (1) :155-196.
- Williams, K. (2003). *Understanding Media Theory.* New York: Arnold Press.

