

Media and everyday life of Nomads: An Ethnographic Study of Media Consumption of Shahsevan Nomads of Ardabil Province

Seyyed Mohammad Mahdizadeh , Associate Professor of Communication Sciences, Faculty of Communication Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran (Corresponding Author).
Email: m.mahdizadeh@atu.ac.ir

Seyyed Nooredin Razavizadeh , Assistant Professor of Communication Sciences, Faculty of Communication Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. Email: n.razavizadeh@atu.ac.ir

Saeid Bagheri , Ph.D. Student in Communication Sciences, Faculty of Communication Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. Email: saeid_bagheri@atu.ac.ir

Extended Abstract

With the development of information and communication technologies and the universalization of media use, local, regional, and national borders have been conquered by the media, and due to these changes, traditional cultures have been influenced by media cultures. The penetration of media into local communities, by challenging the cultural uniqueness of these communities, has paved the way for members of these communities to become familiar with the cultural teachings of media streams. Today, due to globalization, we are witnessing the entry of media into traditional nomadic societies. With the entry of media into the context of everyday life of nomads, global and local trends intersect, which has consequences for the media consumption of nomads. In this regard, the main goal of this research is to investigate the media consumption of Shahsevan nomads of Ardabil province in the context of everyday life. This research was conducted using a multi-method approach, namely ethnographic and thematic analysis methods and also ethnographic interview and field observation methods were used to data collect. The study population is people over 15 years of age from the Moghanlu, Arablu, Giklu, and Ayvatlu tribes of Shahsevan nomads of Ardabil province. Purposeful selective sampling was used to select the samples, and the sample population was determined using the theoretical saturation. Thematic analysis method was used to data analysis. The findings of the study indicate that the changes resulting from the entry of media into traditional nomadic communities are not due to the media's unilateral influence on various aspects of nomadic culture. Local conditions and contexts of everyday life, have modified the effects of the media and led to the creative use of media content by nomads in various contexts of everyday life. The contextual conditions of interpretation of media content can be influenced by the experiences of everyday life, and generate creative interpretations and responses by nomads to the media and the messages encoded in media texts. As different local and contextual requirements, each in its own way, have affected the way nomads use the media and have generated new implications in the use of media. The findings of the study indicate that media such as mobile phones and social media

installed on smart phones, print media, radio, and car stereos can be used in both the summer residence and winter residence due to their suitability for the spatial mobility of nomads. But In winter residence, due to the existence of infrastructure and facilities such as electricity, Mobile signal, TV signal, internet signal and mobile phone signal and the existence of permanent settlements, the use of different types of media, even TV and satellite is easier and more integrated with the everyday lives of the Shahsevan nomads. The findings of the research on identifying the media content preferred by Shahsevan nomads in the context of everyday life also indicate that different conditions of everyday life have always had an impact on the media content preferred by nomads. For example, mobile phones and social media installed on smart mobile phones are used to meet information, communication, educational, entertainment, and economic needs. Watching single-episode television and satellite dramas or entertaining children with mobile phone games, children's programs in television and satellite, both stem from the need for young nomadic women and girls to attend to their duties in everyday life. For example, listening to local news and announcements related to the everyday lives of nomads through radio news, and listening to various ethnic music by Shahsevan nomad men while traveling in pickup trucks to sell livestock products and buy necessities, the interest in watching nature-oriented television and satellite documentaries to increase understanding of life in the lap of nature, the use of practical smartphone applications to find out when to pray, and Quranic applications to recite and translate the Quran, are all examples of the contextual conditions of everyday life that lead to the preferred media content that is desirable for nomads.

Key Words: Media Consumption, Shahsevan Nomads, Everyday Life, Ethnography.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

رسانه‌ها و زندگی روزمره عشایر: مطالعه قوم‌نگارانه مصرف رسانه‌ای عشایر شاهسون استان اردبیل

سید محمد مهدی زاده^۱ ID، سید نورالدین رضوی زاده^۲ ID، سعید باقری^۳ ID

چکیده

امروزه به واسطه جهانی‌شدن، یکی از مهم‌ترین تحولات دوران مدرن، شاهد ورود و نفوذ انواع فناوری‌های ارتباطی و رسانه‌ها در جوامع سنتی عشایری هستیم. با ورود رسانه‌ها به بافت زندگی روزمره عشایر، جریان‌های جهانی و محلی با هم تلاقی می‌یابند که این تلاقی پیامدهایی را برای مصرف رسانه‌ای عشایر در پی دارد. در همین راستا هدف اصلی این پژوهش بررسی مصرف رسانه‌ای عشایر شاهسون استان اردبیل در بافت زندگی روزمره است. این پژوهش با استفاده از روش قوم‌نگاری انجام یافته و برای جمع‌آوری اطلاعات از روش‌های مصاحبه قوم‌نگارانه و مشاهده میدانی استفاده شده است. جامعه مورد مطالعه این پژوهش، افراد بالای ۱۵ سال از طوایف مغانلو، عربلو، گیکلو و آیواتلو از عشایر ایل شاهسون استان اردبیل است. در این پژوهش، برای انتخاب نمونه‌ها از نمونه‌گیری انتخابی هدفمند استفاده شده و جامعه نمونه نیز با استفاده از قاعده اشباع نظری مشخص شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از روش تحلیل مضمون استفاده شده است. یافته‌های پژوهش که ذیل رسانه‌های مورد استفاده عشایر و محتواهای رسانه‌ای مورد علاقه عشایر ارائه شده، حاکی از آن است که تغییرات ناشی از ورود رسانه‌ها به اجتماعات سنتی عشایری، یکجانبه و در راستای تأثیرگذاری یکسویه رسانه‌ها بر وجوه مختلف فرهنگ عشایر نیست و اقتضائات محلی و زمینه‌ای زندگی روزمره عشایر، تأثیرات رسانه‌ها را تعدیل کرده و موجبات استفاده خلاقانه عشایر مورد مطالعه از رسانه‌ها و محتواهای رسانه‌ای در بسترهای مختلف زندگی روزمره برای ایجاد دلالت‌های جدید شده است.

واژگان کلیدی

مصرف رسانه‌ای، عشایر شاهسون، زندگی روزمره، قوم‌نگاری.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۹/۲۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۱/۲۳

۱. دانشیار علوم ارتباطات، دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

m.mahdizadeh@atu.ac.ir

۲. استادیار علوم ارتباطات، دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

n.ravazizadeh@atu.ac.ir

۳. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

saeid_bagheri@atu.ac.ir

مقدمه

جهانی‌شدن به مثابه یکی از مهم‌ترین تحولات دوران مدرن، زیست سنتی جوامع محلی را متحول ساخته است و جوامع محلی از تأثیرات مکان‌های دوردست، در امان نمانده است. گیدنز معتقد است که جهانی‌شدن نتیجه مستقیم تحولات مدرن در حوزه ارتباطات است. در این شرایط با تضعیف و فرسایش مرزهای جغرافیایی، ملاقات‌های فرهنگی میان مکان‌ها و فرهنگ‌های دور از هم به واسطه رسانه‌ها رو به تزاید است. ورود رسانه‌های فرامحلی به جوامع محلی، مصداقی برای رویارویی دو جریان سنت و مدرنیته است که طی آن جوامع محلی با جریان‌های رسانه‌ای فرامحلی مولّد تغییرات فرهنگی و اجتماعی مواجه می‌شوند. اگرچه به واسطه نفوذ رسانه‌های فرامحلی در جوامع محلی، فرهنگ این جوامع دستخوش تغییر می‌شود، در عین حال، مواجهه جریان‌های محلی و فرامحلی، می‌تواند زمینه‌ساز تأثیرات متقابل هر یک از این جریان‌ها بر دیگری نیز باشد. رولند رابرتسون^۱ این برهم‌کنش را جهانی‌شدن محلی می‌نامد. جهانی‌شدن محلی شدن بدین معناست که نیروهای همگن‌ساز جهانی و نیروهای ناهمگن‌ساز محلی بصورت متقابل همدیگر را شکل می‌دهند. با الهام از آرای گیدنز^۲، می‌توان گفت بافت‌ها و زمینه‌های محلی زندگی روزمره، می‌توانند با جریان‌های فرامحلی و جهانی رسانه‌ای برهم‌کنش داشته باشند.

از آنجا که امروزه انواع رسانه‌های جمعی و فردی با فرایندهای زندگی روزمره گره خورده و پیوند یافته است، توجه به شرایط زمینه‌ای و محلی زندگی روزمره اهمیتی مضاعف یافته است. درواقع، دلیل توجه به زمینه‌های روزمره زندگی از آنجاست که این زمینه‌های روزمره می‌توانند به واسطه نقش‌آفرینی عوامل محلی و محیطی، دلالت‌های جدیدی را در استفاده جوامع محلی از رسانه‌ها، آشکار کنند. زمینه‌های محلی و روزمره کنش‌های کنشگران اجتماعی، به همان اندازه که می‌توانند مولود معناهای مرجح رسانه‌های فرامحلی باشند، به همان اندازه می‌توانند مولّد دلالت‌های مبدعانه در استفاده از رسانه‌ها باشند. یعنی بستر زندگی روزمره در عین حال که می‌تواند متأثر از القائات و معانی رسانه‌های فرامحلی، به مثابه ساختارهای موجد معنا، باشد، خود می‌تواند زمینه‌ساز تعدیل دلالت‌های رسانه‌ای در راستای معناسازی‌های خلاقانه در راستای اهداف و مقاصد مخاطبان حین استفاده از رسانه‌ها شود. به بیان

دیگر، قلمرو زندگی روزمره به دلیل حضور جریان‌های مختلف فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی در آن، محلی است که می‌تواند موجبات استفاده از رسانه‌ها با اهداف، مقاصد و مطامع متنوعی باشد.

یکی از حوزه‌های تأثیر مکان‌های دوردست بر امور محلی، جریان ورود و نفوذ انواع فناوری‌های ارتباطی و رسانه‌ها در جوامع سنتی عشایری است که زمینه‌ساز رواج تدریجی استفاده از انواع رسانه‌ها در بین عشایر شده است، بطوریکه امروزه بسیاری از کانون‌های عشایری، از ظواهر مدرنیته و کاربرد رسانه‌هایی چون رادیو و تلویزیون، اینترنت، تلفن همراه و... بهره‌مند شده‌اند. این بهره‌مندی در واقع به معنای تغییر و دگرگونی در الگوی مصرفی عشایر و تغییرات نسبی به وجود آمده در سبک زندگی عشایری است که با گذشته آنان مغایرت کامل دارد (صلاحی‌اصفهانی و خجسته‌نسب، ۱۳۹۳: ۱۶۳). زندگی عشایری یکی از سه شیوه اصلی زندگی اجتماعی در طول تاریخ اجتماعی ایران می‌باشد و امروزه یک درصد از جمعیت کشور ایران را عشایر تشکیل می‌دهند. عشایر به مردمی گفته می‌شود که دست کم دارای خصوصیات سه‌گانه ساختار اجتماعی طایفه‌ای، کوچ در میان سکونتگاه‌های ییلاق و قشلاق و اقتصاد مبتنی بر پرورش دام هستند. با توجه به اینکه اقتصاد عشایر متکی بر پرورش و نگهداری از دام است، آنان برای دستیابی به مراتع دارای علوفه، مجبور به تحرک و سفر در میان سرزمین‌ها و سکونتگاه‌های گرمسیری (ییلاق) و سردسیری (قشلاق) هستند (نتایج ثبت پایه جمعیت عشایر کوچنده کشور، ۱۴۰۰، ۱۱-۱۲). در این بین، عشایر ایل شاهسون که قلمروهای عمده ییلاقی و قشلاقی آنها در استان‌های اردبیل و آذربایجان شرقی واقع شده است، سومین ایل بزرگ عشایری ایران محسوب می‌شود. شاهسون‌های شیعی مذهب که به زبان ترکی آذربایجانی سخن می‌گویند در جلگه حاصلخیز مغان قشلاق و از دامنه‌های سرسبز کوه سبلان به عنوان ییلاق استفاده می‌کنند (تاپر^۱، ۱۳۸۴: ۱۹). به‌رغم اینکه یکی از دغدغه‌های حوزه مطالعات فرهنگی رسانه، مطالعه گروه‌های خرده فرهنگی و فرهنگ‌های محلی بوده است، اما تاکنون در ایران مطالعه جوامع عشایری مورد توجه حوزه مطالعات فرهنگی رسانه واقع نشده است. این اقلیت یک میلیونی که با تولید ۳۰ درصد از گوشت قرمز مورد نیاز کشور، بخش بزرگی از امنیت غذایی کشور مدیون و مرحون آنهاست، تا دیروز دورافتاده و منزوی بود و امروز به میانجی فناوری‌های رسانه‌ای با جریان‌های فرهنگی محلی، منطقه‌ای، ملی

و فراملی مواجه شده است. از همین رو هدف تحقیق حاضر این است که با شناخت مصرف رسانه‌ای عشایر در بستر زندگی روزمره آنان، حوزه پژوهش مطالعات فرهنگی رسانه را به سمت موضوعات مرتبط با مواجهه عشایر با رسانه‌ها سوق دهد و در شناخته شدن جایگاه رسانه‌ها در جوامع سنتی عشایری ایران، به مثابه یکی از سه شیوه زندگی اجتماعی ایران، سهمیم شود. ضرورت این امر از آنجاست که مطالعه اکتشافی با نمونه‌های در دسترس، حاکی از وقوع تحولات جدید در جوامع عشایری در حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی است که کاهش علاقه نسل جوان عشایری به شیوه‌های سنتی زیست عشایری و افزایش گرایش به شهرنشینی، گرایش جوانان به اشتغال در مشاغل دولتی، کاهش منزلت اجتماعی ریش سفیدان عمدتاً بی‌سواد، شیوع استفاده از ماهواره در خانواده‌های عشایری، تغییر ذائقه فرهنگی عشایر و گرایش به مصرف تجملی در میان نسل جوان عشایر شاهسون استان اردبیل از جمله این تحولات است که در این بین توسعه دسترسی عشایر به رسانه‌ها یکی از عوامل موجد این تحولات می‌باشد. با عطف توجه به مباحث مطروحه، سوالات اصلی تحقیق حاضر عبارتند از:

۱. رسانه‌های مورد استفاده عشایر شاهسون استان اردبیل در بافت زندگی روزمره کدامند؟

۲. محتواهای رسانه‌ای مورد علاقه عشایر شاهسون استان اردبیل در بافت زندگی روزمره کدامند؟

پیشینه پژوهش

اصغری لقمجانی و نسیمی (۱۳۹۷) تحقیقی با عنوان «واکاوی تغییرات نسلی در سبک زندگی جامعه عشایری؛ مطالعه موردی طایفه بایاری استان کهگیلویه و بویراحمد» انجام داده‌اند. نتایج تحقیق بیانگر تفاوت معنی‌دار بین دو نسل قبل از انقلاب و نسل کنونی جامعه عشایری از منظر مؤلفه‌ها و عادت‌واره‌های سبک زندگی می‌باشد که تا حدی به شکاف نسلی منجر شده است. یکی از این جنبه‌های تغییر، مربوط به مؤلفه اوقات فراغت در دو نسل مورد مطالعه است بطوریکه برخلاف مردان نسل قبل از انقلاب که به دام‌گذاری، شکار، حجاری و تعمیر وسایل محل زندگی، همشینی با ریش سفیدان و گوش دادن به رادیو اوقات فراغت خود را سپری می‌کردند، مردان نسل کنونی اوقات فراغت خود را با گردهمایی و گپ‌زدن‌های روزانه با خویشان و همسایگان، گوش دادن به موسیقی و تماشای تلویزیون سپری می‌کنند.

نتایج تحقیق کهزادی، تازش و بسطانی‌نیا (۱۳۹۶) با عنوان «ارزیابی مشارکت اجتماعی عشایر؛ مطالعه موردی عشایر بویراحمد (منطقه زیلایی)» که با روش پیمایشی انجام شده است گویای مشارکت اجتماعی عشایر مورد مطالعه است که در این میان، بین دسترسی عشایر به رسانه‌های گروهی و مشارکت اجتماعی آنان در امور اجتماعی شامل شرکت در مراسمات و جشن‌های ملی و مذهبی، شرکت در امور خیریه، مشارکت در امور محلی و شرکت در انجمن‌های علمی و فرهنگی، رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد به بیانی دیگر هر چه دسترسی عشایر به رسانه‌های جمعی و میزان همکاری آنها با تشکلهای روستایی بیشتر شده، مشارکت اجتماعی آنان بهبود یافته است. دهقانی (۱۳۹۶) تحقیقی با عنوان «تحلیل پیامدهای جهانی‌شدن بر ابعاد زندگی جوامع عشایری اسکان‌یافته؛ موردپژوهی کانون‌های اسکان عشایری استان فارس» انجام داده است. نتایج این تحقیق حاکی از آن است که اثرات جهانی‌شدن در همه ابعاد بر جامعه عشایری مورد بررسی تأثیرگذار بوده لیکن جهانی‌شدن بیش از همه ابعاد، بعد اجتماعی زندگی جوامع عشایری مورد مطالعه، شامل استفاده از رسانه‌ها، را تحت تأثیر قرار داده است.

تقیلو و موسوی (۱۳۹۴) تحقیقی با عنوان «ارزیابی سطوح توسعه‌یافتگی در ابعاد مختلف اجتماعی-رفاهی، زیربنایی و تکنولوژیکی جامعه عشایری استان‌های ایران» با رویکرد توصیف و تحلیل آمار مرکز آمار ایران در خصوص سرشماری رسمی عشایری در سال ۱۳۸۷ انجام داده‌اند. بر اساس نتایج تحقیق، در بین شاخص‌های توسعه، در دوره بیلاقی دسترسی به انرژی بیشترین تأثیر و در دوره قشلاقی دسترسی به امکانات ارتباطاتی و اطلاعاتی بیشترین تأثیر را در سطح توسعه داشته است.

محمدی، سپیدنامه و عباداله‌عموقین (۱۳۹۴) پژوهشی با عنوان «نیازهای اطلاعاتی زنان عشایر کوچ‌نشین شهرستان کهگیلویه» با استفاده از روش پیمایشی انجام داده‌اند. نتایج بیانگر این مطلب است که مهم‌ترین نیاز اطلاعاتی زنان مورد مطالعه، نیازهای اطلاعاتی در خصوص مسائل بهداشتی برای یاری رساندن به اعضای خانواده در راستای دستیابی به زیست مطلوب‌تر است. از میان منابع اطلاعاتی رادیو بیش از منابع دیگر مورد استفاده زنان عشایری قرار گرفته است. همچنین مهم‌ترین موانع دسترسی زنان به منابع اطلاعاتی عبارتند از مسیرهای دشوارگذر، اندک بودن فناوری‌های ارتباطاتی و اطلاعاتی، کمبود شناخت از منابع اطلاعاتی، دشواری دسترسی به مراکز ارائه‌دهنده خدمات بهداشتی و درمانی، آموزشی، فرهنگی و خدماتی.

صلاحی‌اصفهانی و خجسته‌نسب (۱۳۹۳) تحقیقی با عنوان «تغییرات نسلی

سبک زندگی در جامعه عشایری: نمونه موردی: قشلاق قره‌باغ شهرستان ساوه» با روش پیمایشی انجام داده‌اند. یافته‌های تحقیق بیانگر آن است که مؤلفه‌های سبک زندگی در میان جوانان، متفاوت از دو نسل میانسالان و بزرگسالان است. همچنین نقش نسل سنی جوانان در عرصه تصمیم‌گیری با استقبال روبه‌رو شده که این امر به همراهی و بکارگیری سبک زندگی نوین در میان نسل‌ها منجر شده است. در این بین یافته‌های تحقیق مؤید آن است که نسل سنی جوانان از نظر اوقات فراغت و استفاده از انواع رسانه‌ها و معاشرت و مسافرت، تفاوت معنی‌داری با نسل میانسالان و نسل بزرگسالان دارند. ارجمندسیاهپوش و حیدری‌زرگوش (۱۳۹۱) تحقیقی با عنوان «تأثیر وسایل ارتباط جمعی بر سبک زندگی روستایی و عشایری شهرستان گیلان غرب» انجام داده‌اند. یافته‌های این تحقیق که با روش پیمایش انجام شده است گویای آن است که بین استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی و تغییرات سبک زندگی رابطه معنی‌داری وجود دارد. همچنین یافته‌های تحقیق حاکی از آن می‌باشد که تلویزیون بیش از سایر رسانه‌ها، مورد استفاده جامعه مورد مطالعه قرار گرفته به‌طوری‌که ۹۴ درصد از افراد از این وسیله ارتباط جمعی استفاده می‌کنند.

«بررسی نحوه استفاده از رادیو و تلویزیون در بین عشایر فارس» عنوان تحقیق محدث‌صدری (۱۳۷۵) است که با روش پیمایشی انجام شده است. نتایج تحقیق بیانگر آن است که ۷۱ درصد از عشایر مورد مطالعه در قشلاق دارای رادیو هستند این در حالی است که در ییلاق این میزان به ۵۶ درصد تنزل می‌یابد از طرفی ۲۲ درصد از جامعه عشایری مورد مطالعه در قشلاق به تلویزیون دسترسی دارند که در ییلاق این میزان به ۶ درصد کاهش می‌یابد. همچنین دلیل توجه عشایر به برنامه‌های استانی در موضوع عشایر عبارتند از قابل فهم بودن برنامه‌ها و کمک به حل کردن مسائل روزمره عشایر.

آنوره، اونی‌بوچی و اِکوه^۱ (۲۰۱۲) تحقیقی با عنوان «دستیابی به عشایر دیریاب: ارزیابی استفاده از راهبرد آموزش از راه دور رادیویی در آموزش عشایری در شمال غرب نیجریه» انجام داده‌اند. براساس نتایج تحقیق ۷۲ درصد از عشایر دامدار در شمال غربی نیجریه بطور متناوب در معرض برنامه‌های ترویج از راه دور رادیویی قرار گرفته‌اند. همچنین یافته‌های تحقیق نشان داد که سطح دانش ۸۴ درصد از دانش‌آموزان عشایر شمال غرب نیجریه به دلیل مشارکت در طرح آموزش از راه دور رادیویی افزایش یافته است.

استاملر^۱ (۲۰۰۹) در تحقیقی با عنوان «انقلاب تلفن‌همراه در دشت‌های قطبی: تغییرات تکنولوژیک در میان عشایر روسیه‌ای پرورش‌دهنده گوزن شمالی» چنین نتیجه‌گیری کرده که تلفن‌همراه ظرفیت بالایی برای نفوذ در جوامع عشایری مورد بررسی دارد. تلفن‌همراه از طریق ایجاد انواع شکل‌های گفتگو میان عشایر، قشربندی‌زدایی کرده و برابری را تشویق می‌کند. تلفن‌همراه به علت کوچکی به راحتی در زمینه‌های اجتماعی عشایر حمل می‌شود و این شکل از ارتباطات متحرک، بخوبی با جوامع متحرک عشایری سازگار می‌شود. همچنین جوامع بی‌تحرک و جوامع عشایری متحرک، تشابهات و تفاوت‌هایی در رویارویی با تغییرات تکنولوژیک دارند.

آلن^۲ (۱۹۸۷) تحقیقی با عنوان «آموزش محیطی برای بقاء: استفاده از رادیو در میان عشایر» انجام داده است. این تحقیق با مشارکت سازمان علمی، فرهنگی و آموزش سازمان ملل^۳ و برنامه محیط زیست سازمان ملل^۴ برای بررسی تأثیر استفاده از رادیو به عنوان یک رسانه محیطی در آموزش عشایر شمال کنیا در موضوعات زیست محیطی نظیر مبارزه با بیابان‌زایی و ایجاد نگرش مثبت در خصوص حفاظت از منابع انجام شده است. نتایج تحقیق گویای آن است که رادیو، دستاوردهای آموزشی راستینی در میان عشایر شمال کنیا در خصوص آموزش‌های زیست محیطی داشته است. همچنین ۸۹ درصد از عشایر مورد مطالعه برنامه‌های رادیو را محبوب و ۹۱ درصد از آنان برنامه‌های رادیو را آموزنده ارزیابی کرده‌اند.

مرور پیشینه تحقیقاتی داخلی و خارجی نشان داد که بررسی جامع مصرف انواع رسانه‌ها در میان عشایر کمتر موضوع تحقیقات و پژوهش‌های رسانه‌ای بوده است. این نقیصه وقتی مضاعف می‌شود که بدانیم مطالعه گروه‌های خرده‌فرهنگی، دورافتاده و حاشیه‌ای همواره یکی از دغدغه‌های محققان حوزه‌های پژوهشی مطالعات فرهنگی رسانه و جهانی‌سازی رسانه‌ای بوده است. با توجه به پیشینه تحقیقاتی اندک در موضوع استفاده عشایر از انواع رسانه‌ها در ایران، تلاش شده است تا تحقیقات پیشین داخلی به نحوی انتخاب شوند که استفاده عشایر از رسانه‌ها علاوه بر عنوان تحقیق، در بخش یافته‌های تحقیق نیز مطرح شده باشد. از همین رو علاوه بر مرور دو تحقیق که در عنوان آنها استفاده عشایر از رسانه‌ها مورد تصریح واقع شده بود، تلاش شد

1. Stammler

2. Allen

3. UNESCO

4. UNEP

با ارائه نتایج شش تحقیق با موضوعات متفرق که استفاده عشایر از رسانه‌ها، به نحوی از انحاء، ذیل بخش یافته‌های تحقیق مورد اشاره واقع شده بود، اطلاعاتی در خصوص استفاده عشایر ایرانی از رسانه‌ها ارائه شود. از طرفی مرور تحقیقات پیشین نشان داد که در موضوع استفاده عشایر ایل شاهسون از رسانه‌ها تحقیق مستقلی انجام نگرفته است، این در حالی است که عشایر ایل شاهسون، سومین ایل بزرگ عشایری کشور هستند. در تحقیقات داخلی و خارجی مرور شده، مصرف رسانه‌های اینترنتی توسط عشایر مورد توجه نبوده است. همچنین در بررسی پیشینه تحقیقاتی، فقط یک تحقیق معطوف به بررسی مصرف رسانه‌ای عشایر، آنهم در ارتباط با دو رسانه رادیو و تلویزیون، است در حالیکه در تحقیق حاضر تمام رسانه‌های مورد استفاده عشایر به همراه محتواهای مورد علاقه به تفکیک هر رسانه موضوع مطالعه واقع شده است. بطور کلی تمرکز تحقیقات خارجی نیز بر نقش آموزشی-ترویجی رادیو در میان عشایر آفریقایی بوده است و علیرغم نقش پررنگ تلفن همراه در جوامع عشایری معاصر، فقط یک تحقیق خارجی در خصوص استفاده عشایر از تلفن همراه در سال ۲۰۰۹ انجام شده است. در کل بررسی جامع مصرف رسانه‌ای عشایر اعم از نوع رسانه‌ها و محتواهای رسانه‌ای، انتخاب ایل شاهسون به عنوان جامعه مورد مطالعه و توجه به بافت زندگی روزمره حین مصرف رسانه‌ای عشایر مورد مطالعه، از جمله نوآوری‌های تحقیق حاضر است.

مبانی نظری پژوهش

جهانی‌شدن^۱

با جهانی‌شدن شتابنده ناشی از مدرنیته متأخر، تمامی امور محلی اکنون سوژه‌ای برای تأثیر مکان‌های دوردست هستند و این تأثیر و تحولات با سست نمودن ثبات سنت، موجب مجاورت‌های فرهنگی، ملاقات‌ها و ترکیبات روبه‌افزایشی شده‌اند. این توسعه‌ها لزوم رویگردانی از مدلی از تعریف فرهنگ به مثابه شیوه کلی زندگی را پیشنهاد می‌کند که به مرزهای محلی محدود شده است (بارکر^۲، ۱۳۹۱: ۷۷-۷۹). به‌واسطه نیروی ویرانگر جهانی‌شدن که تحول دوران معاصر است، دیگر حتی تمایز فرهنگی مناطق دورافتاده نیز امری تضمین‌شده نیست (لیندلف و تیلور^۳، ۱۳۸۸: ۹۱).

1. Globalization

2. Barker

3. Lindlof & Taylor

و فرهنگ‌های محلی دیگر نمی‌توانند در خلوت از سایر نقاط جهان توجیه، تجدید و شکل گرفته شوند (انگلیس^۱، ۱۳۹۹: ۱۴۲). به عقیده گیدنز جهانی‌شدن یعنی تقویت روابط اجتماعی در سرتاسر جهان که مکان‌های دوردست را به یکدیگر متصل می‌کند، به‌طوری‌که رویدادهای محلی توسط رویدادهایی شکل می‌گیرند که در فواصل دور اتفاق می‌افتند و بالعکس (Jankovic, Jankovic, Durovic, & Rasovic^۲, 2023: 120). ریتزر نیز بر آن است که جهانی‌شدن را می‌توان به عنوان «فشرده‌شدن جهان و تشدید آگاهی از جهان به عنوان یک کل» تعریف کرد (Ritzer, 2003: 192).

جهانی‌شدن ماهیتی سیستمی دارد، بدین معنی که فرایندی عینی است که همه حوزه‌های جامعه را در برمی‌گیرد (Bekmurodovna & Bakhodirovich^۳, 2023: 329). جهانی‌شدن مفهومی فراخ‌دامنه، متضلع و پرمناقشه است که بر تضعیف نقش مرزهای جغرافیایی و فرهنگی، و ادغام و یکپارچگی شبکه‌های جهانی در عرصه‌های متنوعی نظیر اقتصاد، سیاست و فرهنگ تأکید دارد. جهانی‌شدن در حوزه اقتصاد در رابطه با فرایند گردش آزاد سرمایه، کالا و خدمات تجاری در عرصه بین‌الملل و کاهش نقش مداخله‌جویانه دولت‌ها در تحقق این فرایند است. ایجاد مؤسساتی نظیر سازمان تجارت جهانی در راستای تسهیل و گسترش جهانی‌شدن اقتصاد است. جهانی‌شدن سیاست به معنی تقلیل قدرت تصمیم‌گیری دولت‌های ملی، وابستگی متقابل دولت‌های ملی بواسطه توافق‌نامه‌های بین‌المللی و شکل‌گیری اتحادیه‌های فراملی و ظهور بازیگران جدید غیردولتی نظیر سازمان ملل برای تصمیم‌گیری در خصوص مسائلی نظیر اختلافات مرزی، حقوق بشر و... است. جهانی‌شدن فرهنگ نیز به درهم‌آمیختن و ملاقات‌های فرهنگی مردمانی از نقاط مختلف جهان اطلاق می‌شود که به‌واسطه آن فرهنگ‌های بکر و متمایز محلی با جریان‌های فرهنگی فرامحلی مواجه می‌شوند و در نتیجه آن، مظاهر فرهنگ جهانی به درون فرهنگ‌های محلی وارد می‌شوند و از این طریق فرهنگ‌های محلی خود را در مواجهه با فرهنگ‌های فرامحلی و جهانی می‌یابند. در این بین، برخی معتقدند که بدون نقش‌آفرینی فناوری‌های ارتباطاتی و رسانه‌ای نمی‌توان صحبت از جهانی‌شدن کرد. چنانکه گیدنز جهانی‌شدن ارتباطات را مهم‌ترین ساحت جهانی‌شدن، اطلاق می‌کند و مانوئل کاستلز به نقش اصلی فناوری‌های ارتباطاتی و رسانه‌ها در وقوع و تسریع جهانی‌شدن اشاره می‌کند. در

1. Inglis

۲. یانکویچ، یانکویچ، دورویچ و راسوویچ

۳. یکمورادوونا و باخودیروویچ

همین رابطه سیرگار^۱ معتقد است که در جهانی شدن، گسترش فرهنگ به نحو فزاینده‌ای با توسعه فناوری‌های ارتباطی توأم شده است، بطوریکه گسترش فرهنگ نه از طریق مهاجرت، بلکه از طریق رسانه‌های جمعی و رسانه‌های اجتماعی تحقق می‌یابد (Siregar, 2022: 10).

باید در نظر داشت که مناقشات متعددی در خصوص نقش سرکوبگر و یا رهایی‌بخش رسانه‌ها در فرایند جهانی شدن شکل گرفته است. بدین معنی که در برخی از دیدگاه‌ها، رسانه‌ها کالاها و فرهنگ مصرفی آمریکایی و اروپایی را تبلیغ می‌کنند و با تسطیح فرهنگی، فرهنگ‌های منحصربفرد و متمایز جوامع محلی را می‌بلعند و به فرهنگ مصرفی، که منافع کشورهای سلطه‌گر را بازتولید می‌کند، دامن می‌زنند. در مقابل دیدگاه‌های بدیلی وجود دارند که بر طبق آنها رسانه‌ها دسترسی افراد جوامع محلی به محتواهای رسانه‌ای فرامحلی را افزایش می‌دهند و از این طریق به آنان حق انتخاب بیشتری اعطاء می‌کنند و از این حیث رسانه‌ها خصلتی دموکراتیک دارند. در این بین، کلنر و پی‌یرس^۲ (۲۰۰۷: ۳۸۵) با اخذ رهیافت تحلیل دیالکتیکی معتقدند که باید تفسیر ظریفی از ظرفیت‌های محدودکننده و رهایی‌بخش رسانه‌ها در موضوع جهانی شدن ارائه داد.

جهانی‌سازی محلی شدن^۳

ایده جهانی‌سازی محلی شدن برای نخستین بار در علم اقتصاد رایج شد. در سالهای دهه ۱۹۸۰ میلادی، مدیران بازاریابی شرکت‌های تجاری ژاپنی معتقدند بودند که برای موفقیت در فروش محصولات و کاهش خطر شکست در فروش محصولات، باید تولیدات شرکت‌های مذکور با مؤلفه‌های فرهنگ محلی و نیازهای جامعه هدف، انطباق و سازگاری داشته باشند. به تدریج این ایده تبدیل به استراتژی اصلی بازاریابی در سرتاسر جهان شد، به طوری که شرکت مک‌دونالد، با در نظر گرفتن فرهنگ تغذیه در کشور هند، در شعب خود در این کشور، همبرگرهای گیاهی عرضه نمود. اما نخستین اندیشمندی که از ایده جهانی‌سازی محلی شدن برای نظریه پردازی در حوزه فرهنگ بهره گرفت، رولند رابرتسون بود. رابرتسون برخلاف اندیشمندانی که معتقدند فرایندهای جهانی همگن‌ساز، با تسطیح و یکسان‌سازی فرهنگی، زمینه‌ساز تضعیف فرهنگ‌های محلی می‌شوند، معتقد به برهم کنش امر جهانی و امر محلی است تا از این طریق

1. Siregar

2. Kellner & Pierce

3. Glocalization

پدیده «جهانی محلی»^۱ ایجاد شود. به بیان دیگر، رابرتسون به جای تأکید بر دوگانگی امر جهانی و امر محلی، بر آمیختگی و رابطه دیالکتیکی بین امر جهانی و امر محلی توجه دارد. بدین ترتیب رابرتسون با ادغام کردن امر جهانی و امر محلی ذیل مفهوم جهانی محلی شدن، بومی‌سازی امر محلی با وام گرفتن از امر جهانی را مطرح می‌کند که این ترکیبات و درهم‌تنیدگی‌ها به ایجاد اشکال فرهنگی دورگه در نقاط جغرافیایی مختلف منتج می‌شوند که مرزهای فرهنگی را طی فرایند ترکیب و اختلاط، بی‌ثبات و مبهم می‌سازند.

جهانی محلی شدن با ارجاع به عبارت رابرتسون (۱۹۹۲)، وضعیتی است که در آن وجوه محلی‌تر و جهانی‌تر فرهنگ به شکل پیچیده‌ای در هم تنیده می‌شوند و مداوم تغییر جهشی می‌یابند. این ترکیبات فرهنگی نوین می‌توانند به عنوان اشکال دورگه یا اختلاطی تعریف شوند (بک، بنت، ادلز، گیپسون، اینگلیز، جاکوبز و وودوارد^۲، ۱۳۹۴: ۲۳۷-۲۳۹). رابرتسون با طرح مفهوم جهانی محلی شدن بر تأثیرات متقابل امر محلی و امر جهانی تأکید می‌کند. وی معتقد است که مدرنیته در بردارنده عنصر همگن‌ساز فرهنگی است، زیرا سطوح و میزان همکاری‌های جهانی را افزایش می‌دهد، لیکن سازوکارهای چندپاره‌شدن، ناهمگن‌شدن و دورگه‌شدن همچنان دارای تأثیراند. اکنون پرسش این نیست که همگن‌سازی مؤثر است یا ناهمگن‌سازی، بلکه مسأله شیوه‌هایی است که هر یک از این دو گرایش می‌توانند به صورت سبک‌های زندگی درآیند که در جهان متأخر وجود دارند. امر جهانی و امر محلی به طور متقابل یکدیگر را می‌سازند. قسمت عمده آن چیزهایی که محلی و نقطه مقابل امر جهانی تلقی می‌شوند، محصول فرآیندهای فرامحلی هستند. یعنی هر تولید جهانی، محلی است و بالعکس (بارکر ۱۳۹۱: ۳۱۴-۳۱۵ به نقل از رابرتسون، ۱۹۹۲؛ رابرتسون، ۱۹۹۵). جهانی محلی شدن را اینگونه می‌توان توضیح داد که کالای فرهنگی صادراتی، همواره به زمینه‌ای که از پیش وجود داشته است راه می‌یابد. به بیان دیگر صادرات فرهنگی همواره به واردات تبدیل می‌شوند، چراکه در فرهنگ بومی ادغام می‌گردند. این ادغام در مرحله بعد در تولید فرهنگی محلی تأثیر می‌گذارد (استوری^۳، ۱۳۸۹: ۳۲۴).

اگرچه رولند رابرتسون، نخستین بار مفهوم جهانی محلی شدن را برای تحلیل نظری فرایندهایی که در آن (فرهنگ) جهانی همواره محلی و (فرهنگ) محلی همواره جهانی می‌شود

1. Glocal

2. Back, Bennett, Edles, Gibson, Inglis, Jacobs & Woodward

3. Storey

به کار گرفت، اما چارچوب نظری رابرتسون مؤید این نیست که جریان‌های جهانی «از خارج به داخل»، همگنی و همسانی فرهنگی را افزایش می‌دهند (Helkula, Arnold, and Chen, 2023: 236, quoted in Ritzer, 2003). در اینجا رابرتسون با اشاره به فرایندی که آن را «عام شدن خاص و خاص شدن عام» نامگذاری می‌کند، معتقد است که فرهنگ‌های خاص در کنار فرهنگ‌های عام تقویت می‌شوند. از همین رو برخلاف هانتینگتون^۱ که این فرایند را به برخورد تمدن‌ها تعبیر می‌کند، رابرتسون بر تعامل و درهم‌کنش فرهنگ جهانی و فرهنگ محلی تأکید دارد. به تعبیر پریپر و کراؤس^۲ رویکرد او نه ساده‌لوحانه جهانی شدن را مترادف با یکپارچه‌سازی جهان فرض می‌کند و نه آن را بصورت پدیده‌ای تماماً متأثر از نیروهای غیرهمگن نشان می‌دهد (Preyer & Krausse, 2023: 31).

در جهان امروز، رسانه‌ها یکی از مهم‌ترین واسطه‌های تلاقی امر جهانی و امر محلی هستند. با اخذ رهیافت جهانی محلی شدن، برخلاف استدلال‌هایی که فرض می‌گیرند «متن‌ها» (محصولات رسانه‌ای مثل فیلم‌ها و سریال‌های تلویزیونی) به «زمینه‌ها» (جهان‌های فرهنگی روزمره مردم) شکل می‌دهند، این فرایند در عمل به شکلی برابر تمایل به کارکرد در مسیر دیگر نیز دارد؛ این طور نیست که فقط متن‌ها زمینه‌ها را تغییر دهند، بلکه زمینه‌ها نیز متون را دریافت می‌کنند و متناسب می‌نمایند. به عبارت دیگر، مردم محصولات رسانه‌ای را در پرتو زمینه‌های فرهنگی ملی و محلی‌شان مورد استفاده قرار می‌دهند، به این معنی که زمینه‌ها می‌توانند متن‌ها را تغییر دهند حداقل به همان اندازه که متن‌ها می‌توانند زمینه‌ها را تغییر دهند. متن‌های فرهنگ رسانه‌ای جهانی شده ممکن است قادر باشند، زمینه‌های محلی در برخی جنبه‌ها را تغییر دهند، اما زمینه‌های فرهنگی محلی نیز ظرفیت آن را دارند که آن متن‌ها را بگیرند و به شیوه‌های «محلی‌تر» آنها را دریافت نمایند و مورد استفاده قرار دهند. گاهی اوقات، در زمینه‌هایی معین و به شیوه‌هایی معین، «امر جهانی» ممکن است غالب باشد. اما در اوقاتی دیگر و در زمینه‌هایی دیگر، «امر محلی» ممکن است ویژگی برجسته‌تری در تجربه مردم باشد (بک و همکاران، ۱۳۹۴: ۲۳۷-۲۳۹).

رویکرد رسانه‌ها و زندگی روزمره^۳

حوزه پژوهشی رسانه‌ها و زندگی روزمره، رویکرد تکوین و تکامل یافته نظریه دریافت^۴ و

1. Hantington
2. Preyer & Krausse
3. Media and Everyday Life
4. Reception Theory

آگاهی به ضرورت جدید در نسبت رسانه‌ها و مخاطب برای فهم بافت و زمینه مصرف و نحوه جای‌گیری رسانه‌ها در بافت زندگی روزمره است (مهدی‌زاده، ۱۳۹۹: ۲۳۷). محققان رویکرد رسانه‌ها و زندگی روزمره در تلاش برای درک نحوه انطباق، وفق‌پذیری و جاگیرشدن رسانه‌ها در بسترها، محل‌ها و مکان‌های زندگی روزمره مردم، به عنوان اعمالی اجتماعی و فرهنگی هستند، تا فارغ از معناهای پیام‌های رسانه‌ای، به کاربردهای واسطه‌ای و میانجی رسانه‌ها برای مخاطبانی پی‌بیرند که در زمینه‌های متنوع به استفاده از رسانه‌ها مبادرت می‌کنند تا از این طریق دلالت‌های بدیع را در استفاده از رسانه‌ها کشف کنند. رویکرد مخاطب‌پژوهی رسانه‌ها و زندگی روزمره بر آن است تا مخاطبان رسانه‌ای را در قالب الگوهای مربوط به تجربیات و تعاملات اجتماعی روزمره در نظر بگیرد. همین تجربیات و تعاملات اجتماعی روزمره هستند که نه‌تنها رفتارهای رسانه‌ای معین را تحت تأثیر قرار می‌دهند بلکه معنای استفاده از رسانه‌های مخاطبان را نیز تعیین می‌کنند (مک‌کوایل^۱، ۱۳۹۸: ۱۳۲ به نقل از ۱۹۹۵: Silverstone, 1994; Moores, 1993). به عقیده تامپسون^۲ نیز مصرف محصولات رسانه‌ها همیشه یک پدیده محلی است، از این جهت که همواره شامل افراد معینی است که در متن و زمینه‌های اجتماعی-تاریخی مشخصی قرار دارند. از منابعی که در دسترس آنهاست برای معنا دادن به پیام‌های رسانه‌ها و دخالت دادن آنها در زندگی‌هایشان استفاده می‌کنند و این پیام‌ها غالباً در این فرایند مصرف تغییر شکل می‌یابند، چون افراد آنها را با متن و زمینه‌های زندگی روزانه تطبیق می‌دهند (بنت^۳، ۱۳۹۸: ۹۵ به نقل از تامپسون، ۱۹۹۵: ۷۴). مطالعه امور روزمره حین استفاده از رسانه‌ها از این حیث که استفاده از رسانه‌ها به بخشی از اعمال جاری در زندگی روزمره ما تبدیل شده‌اند دارای اهمیت است، از طرفی زندگی روزمره در عین حال که بخاطر تنوع و معنی‌داری‌اش موضوعی جذاب است، به دلیل تغییرات دائمی دارای پیچیدگی‌هایی نیز می‌باشد (Ytre-Arne, 2023: 6). زیرا هیچ پاسخ جهانشمولی برای این پرسش که رسانه‌ها در چه زمان، چگونه و چرا در زندگی روزمره اهمیت می‌یابند، وجود ندارد، زیرا همه چیز وابسته به بستر و زمینه مصرف بوده، و از این رو نسبی است (Ytre-Arne, 2023: 11).

با عطف توجه به نکات فوق باید گفت کانون اصلی تمرکز رویکرد رسانه‌ها و زندگی روزمره، توجه به بستر، زمینه و شرایط محلی و محیطی مصرف رسانه‌هاست که می‌توانند دلالت‌های جدیدی را در استفاده از رسانه‌ها در زندگی روزمره سبب

1. McQuail
2. Thompson
3. Bennet

شوند. یکی از نقاط عطف در توجه به بستر و زمینه‌ی محلی مصرف رسانه‌ها، پژوهش مردم‌نگارانه دیوید مورلی با عنوان «تلویزیون خانگی» است که وی در آن، بجای تفاسیر و رمزگشایی‌های افراد از محتوای تلویزیونی، توجه‌اش را معطوف به محل استفاده از تلویزیون، یعنی محیط خانه و شرایط خانوادگی معطوف کرده است. مورلی با ابراز ندامت از عدم اتخاذ چنین رویه‌ای در پژوهش قبلی خود با عنوان «مخاطبان نیشن‌واید» که در مورد خوانش‌ها و تفاسیر مخاطبان از برنامه خبری نیشن‌واید شبکه بی‌بی‌سی انگلستان بود، به این نتیجه رسید که تحلیل چگونگی جای‌گیری تلویزیون در محیط خانه و در تعاملات خانوادگی روزمره، مهم‌تر از تحلیل معانی برساخته مخاطبان در خصوص محتواهای تلویزیونی است.

زمینه یا بافت زندگی روزمره عرصه‌ای است که می‌تواند با دامن زدن به مصارف رسانه‌ای جدید، دلالت‌های بدیعی را در استفاده از رسانه‌ها در شرایط زمینه‌ای محلی آشکار کند. زندگی روزمره قلمروی است که در آن موضوعات مهمی همچون جنسیت، قومیت، سبک زندگی، نقش‌های خانوادگی و... بازتولید می‌شوند و هر یک از این عوامل زمینه‌ای، بالقوه می‌توانند در کاربردهای واسطه‌ای رسانه‌ها نقش‌آفرین باشند و استفاده از رسانه‌ها در ارتباط با هر یک از این عوامل، می‌تواند اهداف جانبی و ثانوی را در پی داشته باشد. لذا اقلیم زندگی روزمره به واسطه در بر داشتن عوامل محلی و محیطی، می‌تواند معنای استفاده افراد از رسانه‌ها را متأثر کند.

نکته حائز اهمیت در رویکرد رسانه‌ها و زندگی روزمره، عاملیت و فعال بودن مخاطبان است که در زمینه‌های محلی استفاده از رسانه‌ها، ورای قرائت خلاقانه محتواهای رسانه‌ای، قادر هستند تا رسانه‌ها را برای اهداف و مقاصد جدیدی مورد استفاده قرار دهند.

روش پژوهش

این پژوهش از نوع کیفی است و با استفاده از روش قوم‌نگاری^۱ انجام شد. محقق با حضور در میدان تحقیق مبادرت به گردآوری اطلاعات در خصوص رسانه‌های مورد استفاده و محتواهای مطلوب رسانه‌ها در بافت زندگی روزمره عشایر شاهسون استان اردبیل کرده است. در این پژوهش از تکنیک‌های مشاهده و مصاحبه مردم‌نگارانه برای گردآوری اطلاعات استفاده شد. جامعه مورد مطالعه این پژوهش، افراد بالای ۱۵ سال

طوایف مغانلو، عربلو، گیکلو و آیواتلو از عشایر ایل شاهسون استان اردبیل است. دلیل انتخاب افراد بالای ۱۵ سال، مشاهده و مصاحبه با افرادی است که به بلوغ فکری رسیده‌اند تا از این طریق، پژوهش لطمه و آسیب احتمالی را متوجه سوژه‌های انسانی نابالغ نسازد. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری انتخابی هدفمند جهت انتخاب نمونه‌ها استفاده شد. نمونه‌ی هدفمند، شامل افرادی (سوژه‌هایی) است که بر اساس خصوصیات یا صفات ویژه‌ای، در راستای اهداف پژوهش انتخاب شده‌اند. جامعه نمونه نیز با استفاده از قاعده اشباع نظری^۱ مشخص شد یعنی مشاهده و مصاحبه با نمونه‌ها تا آنجا ادامه داشت که مشاهده یا مصاحبه جدید، اطلاعات و دانش جدیدی را برای محقق ارائه نکرد. برای تجزیه و تحلیل داده‌هایی که به روش مشاهده و مصاحبه قوم‌نگارانه بدست آمده‌اند از روش تحلیل مضمون استفاده شده است که روشی برای شناخت، شناسایی، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است.

مشخصات افراد نمونه مورد مطالعه

ردیف	نام	سن	تحصیلات	طایفه	ردیف	نام	سن	تحصیلات	طایفه
۱	محرم	۵۴	بی‌سواد	آیواتلو	۱۶	زینب	۴۸	بی‌سواد	مغانلو
۲	رضا	۳۲	کارشناسی ارشد	آیواتلو	۱۷	علی	۳۶	دیپلم	مغانلو
۳	فتح‌الله	۵۷	خواندن و نوشتن	آیواتلو	۱۸	اسلام	۵۸	بی‌سواد	مغانلو
۴	محمد	۴۳	دیپلم	آیواتلو	۱۹	فاطمه	۲۳	دیپلم	مغانلو
۵	شیکر	۶۰	بی‌سواد	آیواتلو	۲۰	یاخچی خانم	۶۸	بی‌سواد	مغانلو
۶	جواد	۲۶	کارشناسی	آیواتلو	۲۱	گلستان	۴۲	اتمام مقطع ابتدایی	مغانلو
۷	علی	۲۰	دیپلم	آیواتلو	۲۲	کریم	۳۴	کارشناسی ارشد	مغانلو
۸	سکینه	۲۵	کارشناسی	آیواتلو	۲۳	رحیم	۶۰	خواندن و نوشتن	مغانلو

ردیف	نام	سن	تحصیلات	طایفه	ردیف	نام	سن	تحصیلات	طایفه	ردیف	نام	سن	تحصیلات	طایفه
۹	کلثوم	۵۱	بی سواد	آیواتلو	۲۴	قدم علی	۶۷	بی سواد	گیکلو	۳۹	سحر	۲۵	دیپلم	عربلو
۱۰	جیران	۶۸	بی سواد	آیواتلو	۲۵	جلیل	۳۷	دیپلم	گیکلو	۴۰	رمضان	۳۹	دیپلم	عربلو
۱۱	محمد	۳۷	اتمام مقطع ابتدایی	آیواتلو	۲۶	قهرمان	۲۴	دانشجوی کارشناسی	گیکلو	۴۱	شهناز	۵۹	بی سواد	عربلو
۱۲	عباس	۵۱	دیپلم	مغانلو	۲۷	فاطمه	۶۳	بی سواد	گیکلو	۴۲	الله وردی	۴۰	دیپلم	عربلو
۱۳	پاکیزه	۴۵	اتمام مقطع ابتدایی	مغانلو	۲۸	ابوالفضل	۳۵	دیپلم	گیکلو	۴۳	قوتاز	۴۸	اتمام مقطع راهنمایی	عربلو
۱۴	حسین	۲۷	کارشناسی	مغانلو	۲۹	سوره	۵۰	بی سواد	گیکلو	۴۴				
۱۵	حسن	۲۵	کارشناسی	مغانلو	۳۰	حسین	۲۹	کارشناسی	گیکلو	۴۵				

یافته‌های پژوهش

یافته‌های مربوط به سؤال اول تحقیق: رسانه‌های مورد استفاده عشایر شاهسون استان اردبیل در بافت زندگی روزمره کدامند؟

جدول ۱. رسانه‌های مورد استفاده عشایر شاهسون استان اردبیل در بافت زندگی روزمره: تلفن همراه و اینترنت همراه

مضمون اصلی	مضامین فرعی	برچسب‌ها/کدهای خام
استفاده از تلفن همراه و نرم افزارها و رسانه‌های اینترنتی	استفاده از تلفن همراه در جوامع متحرک عشایری	تناسب تلفن همراه با کوچ/کوچک و قابل حمل بودن تلفن همراه/امکان اتصال به اینترنت از طریق تلفن همراه/دسترسی به اینترنت در قشلاق/دسترسی محدود به اینترنت در ییلاق/شناسایی نقاط برخورد از آنتن دهی تلفن همراه و اینترنت در کوهستان‌های ییلاق/عدم برخورداری از برق در مناطق مرتفع ییلاق/آنتن دهی پایدار تلفن همراه در قشلاق/عدم امکان استفاده از تلویزیون در ییلاق/برخورداری از برق در قشلاق/استفاده از باتری و پنل خورشیدی برای شارژ تلفن همراه در ییلاق

فصلنامه علمی پژوهشی ارتباطات

شماره هفتاد و یک
سال بیست و هشتم
پاییز ۱۴۰۴

مضمون اصلی	مضامین فرعی	برچسب‌ها/کدهای خام
استفاده از تلفن همراه و نرم‌افزارها و رسانه‌های اینترنتی تلفن همراه در قبیله و بیلاق	امکانات صوتی، تصویری، متنی گرافیکی و نرم‌افزاری ناشی از همگرایی تلفن همراه و اینترنت	امکان پخش ویدئو و آهنگ در تلفن همراه/امکان استفاده از بازی‌های (نصب‌شده در) تلفن همراه/امکان خوانش فایل‌های الکترونیکی در تلفن همراه/عکاسی و تماشای عکس با تلفن همراه/فیلمبرداری و تماشای فیلم با تلفن همراه/تماشای تلویزیون از طریق اینترنت همراه/استفاده از نرم‌افزارهای کاربردی تلفن همراه/امکانات کاربردی تلفن همراه مثل چراغ قوه/پخش موسیقی با تلفن همراه/استفاده از رادیوی اینترنتی/تماشای فوتبال از تلویزیون اینترنتی/امکان اتصال تلفن همراه به اینترنت/ماشین حساب تلفن همراه/نصب اپلیکیشن مساحت‌سنج در تلفن همراه
	رفع نیازهای اطلاعاتی از طریق تلفن همراه و اینترنت همراه	نقش تلفن همراه و اینترنت همراه در اطلاع‌جویی عشایر از اخبار تأثیرگذار در زندگی عشایری/دسترسی به صفحات مجازی منعکس‌کننده اخبار عشایری از طریق رسانه‌های اینترنتی نصب‌شده بر تلفن همراه/در دسترس نبودن تلویزیون در بیلاق/اطلاع‌جویی در خصوص تقویم کوچ از طریق رسانه‌های اینترنتی تلفن همراه/دریافت اخبار از طریق تماس تلفنی/بررسی شرایط جوی از طریق رسانه‌های اینترنتی نصب‌شده در تلفن همراه/اطلاع از اوقات شرعی از طریق اینترنت همراه و اپلیکیشن‌های تلفن همراه/اطلاع‌جویی مجازی از خدمات اداره امور عشایری (توزیع آرد و نهاده، واکسیناسیون)/پیگیری مسائل و احکام شرعی از طریق اینترنت همراه/اطلاع‌جویی از نحوه توزیع نهاده‌های دامی از طریق اینترنت همراه/اطلاع عشایر از مراسم تشییع جنازه و ترحیم از طریق تلفن همراه و اینترنت همراه/اطلاع از محتوای اعلامیه‌های تعاونی‌های عشایری از طریق رسانه‌های اینترنتی نصب‌شده روی تلفن همراه/به‌روزرسانی صفحات خبری از طریق خروج از بیلاق و یا استقرار در مناطق دارای آنتن دهی تلفن همراه و اینترنت در ارتفاعات بیلاق
	استفاده از تلفن همراه و تلگرام و اینترنت برای خرید و فروش	تبلیغ محصولات عشایری و مشتری‌یابی برای دام، لبنیات، پشم، کود، گیاهان دارویی، صنایع دستی و... از طریق نرم‌افزارهای کاربردی مثل دیوار، اینستاگرام و تلگرام/خرید اینترنتی ملزومات زندگی عشایری از طریق نرم‌افزار اینترنتی دیوار (نظیر وانت‌خودرو، علوفه، ابزار کار)/نیل به سود بیشتر در خرید و فروش اینترنتی از طریق حذف واسطه‌ها و دلالان/استفاده از تلفن همراه و رسانه‌های اینترنتی تلفن همراه برای سفارش دادن به چرچی‌ها (فروشنده‌گان سیار) در موسم بیلاق
	استفاده از تلفن همراه و رسانه‌های اینترنتی برای رفع نیازهای ارتباطی	استفاده از تلفن همراه و رسانه‌ها و پیام‌رسان‌های اینترنتی تلفن همراه برای تماس با اقوام و بستگان/استفاده جوانان و نوجوانان از اینترنت همراه برای گفت‌وگوی مجازی در شبکه‌های اجتماعی/استفاده از اینترنت همراه برای دنبال (فالو) کردن دوستان و آشنایان در شبکه‌های اجتماعی مجازی/حفظ ارتباطات با قوم‌خویش در موسم کوچ به بیلاق/استفاده از تلفن همراه و اینترنت همراه برای ارتباط با چرچی (فروشنده‌گان سیار)

مضمون اصلی	مضامین فرعی	برچسب‌ها/کدهای خام
استفاده از تلفن همراه و نرم‌افزارها و اینترنتی تلفن همراه در قشلاق و ییلاق	استفاده از امکانات تلفن همراه برای سرگرمی و گریز از تنهایی حین چرای دام	صرف‌شدن بیشتر اوقات زندگی روزمره چوپان‌ها برای چرای دام/استفاده چوپان‌ها از تلفن همراه برای سرگرم‌شدن/یکنواخت بودن اوقات روزمره چوپانی/استفاده از تلفن همراه حین چرای دام به مثابه تمهیدی برای گریز از تنهایی/کاربرد تلفن همراه و اینترنت همراه برای استفاده از ویدئوها، تصاویر و موسیقی حین چرای دام

چنانچه در جدول ۱ مشهود است، تلفن همراه و نرم‌افزارها و رسانه‌های اینترنتی تلفن همراه، در قیاس با سایر رسانه‌ها، بیشترین کاربرد را در زندگی روزمره عشایر شاهسون استان اردبیل دارا هستند. کوچ و جابجایی مداوم بین قشلاق و ییلاق (و بعضاً میان‌بند) یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های سبک زندگی عشایر شاهسون استان اردبیل است که روش‌های مرسوم استفاده از رسانه‌ها را با چالش مواجه ساخته است. از طرفی عدم دسترسی عشایر به جریان برق در سکونتگاه‌های موقتِ موسم ییلاق، سبب شده‌است تا عشایر مورد مطالعه امکان استفاده از رسانه‌های نیازمند به جریان برق را نداشته باشند. مرتفع و کوهستانی بودن مراتع ییلاقی نیز موجبات دسترسی محدود عشایر به آنتن‌دهی تلفن همراه و اینترنت است. لیکن باتوجه به امکان استفاده از تلفن همراه حین کوچ و تحرک مکانی و نیز شناسایی برخی مناطق دارای آنتن‌دهی تلفن همراه و اینترنت در ییلاقات و استفاده از انواع باتری‌ها و مخازن انرژی و پنل‌های خورشیدی برای شارژ گوشی‌های تلفن همراه، عشایر بر محدودیت‌های حین کوچ و ارتفاعات کوهستانی ییلاق، فائق آمده و توانسته‌اند همچون مواقع سکونت در قشلاق از تلفن همراه و رسانه‌های اینترنتی تلفن همراه استفاده نمایند. انواع امکانات صوتی، تصویری، متنی، گرافیکی و نرم‌افزاری ناشی از همگرایی و ادغام اینترنت و تلفن همراه، نیز سبب شده است تا این رسانه جایگاه ویژه‌ای در زندگی روزمره عشایر شاهسون مورد مطالعه داشته باشد. سبک زندگی عشایر مورد مطالعه ایجاب می‌کند که آنان از اخبار و وقایعی که زندگی روزمره عشایر را متأثر می‌کند، اطلاع یابند و استفاده از رسانه‌های اینترنتی تلفن همراه، به‌ویژه در ییلاق که امکان دسترسی به رسانه‌های

نیازمند جریان برق مهیا نیست، یکی از مهم‌ترین طرق رفع نیازهای اطلاعاتی عشایر است. از طرفی تلفن همراه و رسانه‌های اینترنتی تلفن همراه نقش مهمی در فروش انواع محصولات دامی، گیاهان دارویی، صنایع دستی و خرید محصولات موردنیاز در زندگی روزمره عشایر دارا هستند. ارتباط با اقوام و بستگان از طریق تلفن همراه و رسانه‌ها و پیام‌رسان‌های اینترنتی تلفن همراه نیز پدیده‌ای در حال ازدیاد در میان عشایر مورد مطالعه است. به‌ویژه در موسم ییلاق استفاده از تلفن همراه و رسانه‌های اینترنتی تلفن همراه، از طریق قرار گرفتن در نقاط دارای خط‌دهی تلفن همراه و اینترنت همراه، یگانه راه برقراری تماس از راه دور با اقوام و بستگان است. همچنین با توجه به ابتدای معیشت عشایر بر پرورش دام، بخش اعظمی از زندگی مردان عشایر مورد مطالعه به رمه‌داری و چوپانی می‌گذرد و استفاده از امکانات تلفن همراه، نظیر گوش‌سپردن به موسیقی و تماشای عکس و ویدئوهای موجود در تلفن همراه، راهی است برای ایجاد تنوع در یکنواختی زندگی روزمره چوپانان و گریز از تنهایی.

جدول ۲. رسانه‌های مورد استفاده عشایر شاهسون استان اردبیل در بافت زندگی روزمره: رسانه‌های چاپی

مضمون اصلی	مضامین فرعی	برچسب‌ها/کدهای خام
استفاده از رسانه‌های چاپی و نشریات در قشلاق و ییلاق	رواج آموزش رسمی در میان عشایر شاهسون در موسم قشلاق	تقارن تقریبی سکونت در قشلاق با فعالیت مدارس و دانشگاه‌ها/امکان اخذ آموزش رسمی عشایر از مدارس و دانشگاه‌ها در موسم قشلاق/توسعه فزاینده سوادآموزی در میان عشایر/استفاده دانش‌آموزان و دانشجویان عشایر شاهسون از کتب تحصیلی/کاربرد کتب درسی، دانشگاهی و کمک‌آموزشی در آموزش رسمی
	تناسب استفاده از رسانه‌های چاپی با اقامت عشایر در ییلاق	تقارن اقامت در ییلاق با تعطیلی مدارس و دانشگاه‌ها/قابل حمل بودن رسانه‌های چاپی/امکان مطالعه رسانه‌های چاپی زیر روشنایی چادرها و آلاچیق‌های عشایر در ییلاق
	مطالعه منابع چاپی آموزش غیررسمی	استفاده عشایر باسواد از انواع کتب آموزشی/مطالعه کتابچه‌ها و بروشورهای توزیع‌شده‌ی اداره امور عشایری توسط عشایر/مطالعه کتب آشنایی با خواص گیاهان دارویی
	استفاده گسترده عشایر از منابع چاپی دینی و مذهبی	خواندن قرآن و کتب تفسیر قرآن/خواندن کتب ادعیه مذهبی/رجوع به کتب توضیح المسائل و احکام/مطالعه نهج البلاغه/کتب عاشورایی/کتب داستان‌های پیامبران و امامان
	سایر منابع مکتوب مورد علاقه عشایر	مطالعه کتب شعر شهریار/مطالعه کتب شعر فارسی/مطالعه کتب تاریخ/مطالعه کتب داستان/مطالعه کتب اطلاعات عمومی

یافته‌های جدول ۲ حاکی از آن است که بواسطه زندگی عشایر در سکونتگاه‌های ثابت قشلاق، که همزمان با سال تحصیلی مدارس و دانشگاه‌ها می‌باشد، امکان تحصیل برای عشایر فراهم است و بالمآل عشایر محصل از کتب آموزشی رسمی استفاده می‌کنند. در موسم بیلاق نیز که عموماً مقارن با تعطیلی مدارس و دانشگاه‌هاست، به دلیل سبک و قابل حمل بودن منابع چاپی و نیز امکان مطالعه این آثار زیر روشنایی آلاچیق‌ها و چادرهای عشایری، عشایر تحصیل کرده به مطالعه این منابع می‌پردازند. از طرفی عشایر باسواد، از انواع منابع مکتوب آموزش غیررسمی نظیر کتابچه‌ها و بروشورهایی اهدایی اداره امور عشایری با کاربردهایی نظیر بهره‌برداری بهینه از منابع طبیعی برای پرورش دام و آشنایی با خواص گیاهان دارویی بهره می‌جویند تا بتوانند دانش خود را در رابطه با امور روزمره زندگی عشایری ارتقا بخشند. در میان رسانه‌های چاپی و نوشتاری نیز، منابع چاپی دینی و مذهبی همچون قرآن و کتب تفسیر، ادعیه، توضیح المسائل، احکام و داستان‌های پیامبران و امامان، به دلیل باورهای دینی و مذهبی عشایر مورد مطالعه، بیش از همه، مورد رجوع عشایر می‌باشد. اشعار ترکی و فارسی شهریار، کتب شعر فارسی، کتب تاریخی، کتب داستانی، کتب اطلاعات عمومی، کتب قصه و دفاتر رنگ آمیزی کودکان نیز از دیگر منابع چاپی و نوشتاری مورد استفاده عشایر مورد مطالعه است.

جدول ۳. رسانه‌های مورد استفاده عشایر شاهسون استان اردبیل در بافت زندگی روزمره: تلویزیون در سکونتگاه‌های قشلاق

مضمون اصلی	مضامین فرعی	برجسب‌ها/کدهای خام
استفاده از تلویزیون در سکونتگاه‌های قشلاق	فراهم بودن امکانات مورد نیاز برای استفاده از تلویزیون در قشلاق‌ها	تبدیل قشلاق‌های عشایری به روستا/برخورداری عشایر از انرژی برق در قشلاق/دریافت سیگنال‌های تلویزیونی در قشلاق‌های عشایری/تناسب استفاده از تلویزیون در سکونتگاه‌های پایدار(خانه)/وجود سکونتگاه‌های پایدار(خانه) در قشلاق/وجود تلویزیون در سکونتگاه‌های عشایر در قشلاق
	سهولت استفاده و فهم محتوای تلویزیون توسط عشایر	عدم نیاز به سواد برای تماشای تلویزیون/تصویری و صوتی بودن تلویزیون/پخش برنامه‌های ترکی در تلویزیون/محتوای محلی برنامه‌های تلویزیونی شبکه استانی/پخش برنامه‌های تلویزیونی برای گروه‌های مختلف سنی، جنسی و نسلی/تماشای فردی و جمعی تلویزیون/تنوع ژانر و محتواهای تلویزیونی/امکان اتصال ابزارهای پخش به تلویزیون(فلش، دستگاه‌های پخش ویدئویی، بازی‌ها)

جدول ۳ حاکی از آن است که امروزه قشلاق‌های عشایری با افزایش خانوارهایی که در آنجا زیست می‌کنند، عمدتاً در تقسیمات کشوری ذیل روستاها طبقه‌بندی می‌شوند و دولت‌ها موظف به ارائه خدمات دولتی به آنها هستند. از همین رو امروزه قشلاق‌های عشایری از امکاناتی نظیر جریان برق و دریافت سیگنال‌های تلویزیونی بهره‌مند هستند و این عوامل سبب شده است تا در سکونتگاه‌های ثابت روستاهای قشلاقی، استفاده از تلویزیون در میان عشایر مورد مطالعه امری شایع و رایج باشد. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که عدم‌نیاز به سواد برای تماشای تلویزیون، تصویری و صوتی بودن تلویزیون، پخش برنامه‌هایی به زبان مادری و محتوای محلی شبکه تلویزیون استانی، وجود برنامه‌های متنوع و متناسب با سلايق گروه‌های مختلف سنی، جنسی و نسلی، تماشای فردی و جمعی برنامه‌های تلویزیون و امکان اتصال ابزارهای پخش به تلویزیون نظیر فلش، دستگاه‌های پخش ویدئویی و بازی‌ها از مهم‌ترین عواملی هستند که استفاده از تلویزیون در میان عشایر قشلاق‌نشین را سبب شده است.

جدول ۴. رسانه‌های مورد استفاده عشایر شاهسون استان اردبیل در بافت زندگی روزمره: رادیو

مضمون اصلی	مضامین فرعی	برچسب‌ها/کدهای خام
استفاده از رادیو در قشلاق و بی‌قشلاق	امکان استفاده از رادیو در قشلاق و بی‌قشلاق	وجود جریان برق در سکونتگاه‌های قشلاق/دریافت امواج رادیو در قشلاق/لزوم استفاده از رسانه‌های غیربرقی در بی‌قشلاق/امکان دریافت امواج رادیو در ارتفاعات بی‌قشلاق/تأمین انرژی موردنیاز برای رادیو در بی‌قشلاق با استفاده از باتری
	تناسب رادیو با تحرک مکانی	کوچک بودن رادیو/سهولت حمل رادیو/امکان استماع رادیو از طریق تلفن همراه/استماع رادیو از طریق دستگاه رادیو خودرو
	محتوای ترکی رادیو عاملی برای استفاده از رادیو	دسترسی به محتوای ترکی رادیو/امکان دریافت امواج رادیویی جمهوری آذربایجان

چنانچه یافته‌های ارائه‌شده در جدول ۴ گویای آن است، علاوه بر سکونتگاه‌های قشلاق که در آن امواج رادیویی و جریان برق، استفاده عشایر از رادیو را فراهم ساخته، در بی‌قشلاق نیز به دلیل قابل استفاده بودن رادیو با باتری و دریافت امواج رادیویی در ارتفاعات، عشایر از رادیو استفاده می‌کنند. از طرفی کوچک بودن رادیو، امکان استماع در تلفن همراه و رادیوی خودروها، گویای تناسب این رسانه با تحرک و کوچ است. محتوای ترکی اعم از برنامه‌های رادیویی شبکه استانی و نیز برنامه‌های رادیویی

کشور جمهوری آذربایجان از دیگر عوامل تأثیرگذار در استفاده عشایر از رادیو است.

جدول ۵. رسانه‌های مورد استفاده عشایر شاهسون استان اردبیل: ماهواره

مضمون اصلی	مضامین فرعی	برچسب‌ها/کدهای خام
استفاده از ماهواره در قشلاق	امکان استفاده از ماهواره در قشلاق	مطرح بودن قشلاق‌های عشایری دارای حداقل ۲۰ خانوار به عنوان روستا در تقسیمات کشوری/امکان استفاده از جریان برق در روستاهای قشلاقی/امکان استفاده از رسانه‌های برقی در روستاهای قشلاقی
	محتوای قومیتی ماهواره عاملی برای استفاده از ماهواره	تماشای محتوای ترکی رسانه‌های اینترنتی به مثابه عامل گرایش به تماشای برنامه‌های ماهواره‌ای ترکیه و جمهوری آذربایجان/دریافت شبکه‌های تلویزیونی جمهوری آذربایجان به مثابه عامل گرایش به برنامه‌های ماهواره‌ای جمهوری آذربایجان

یافته‌های حاصل از مصاحبه با افراد مطلع از عرصه پژوهش که در جدول ۵ انعکاس یافته است، حاکی از آن است که عشایر شاهسون، به دلیل برخورداری از جریان برق و رسانه‌های برقی در روستاهای قشلاقی از ماهواره استفاده می‌کنند. لازم به ذکر است که به دلیل ابتدای سبک زندگی عشایری بر خدمات حمایتی ارائه شده توسط دولت و قبح استفاده از ماهواره، آنان عموماً گرایش برای اشتراک گذاشتن این نوع مصرف رسانه‌ای ندارند و محقق تنها در مصاحبه با افراد مطلع از عرصه پژوهش به این اطلاعات دست یافت. از طرفی مشخص شد که رسانه‌های اینترنتی به‌ویژه اینستاگرام و تلگرام، زمینه‌ساز آشنایی عشایر مورد مطالعه با محتوای ترکی کشورهای جمهوری آذربایجان و ترکیه می‌شود و این آشنایی گرایش به استفاده از ماهواره برای تماشای شبکه‌های ماهواره‌ای کشورهای جمهوری آذربایجان و ترکیه را در میان عشایر مورد مطالعه، افزایش می‌دهد. در همین راستا تجربه دریافت شبکه‌های تلویزیونی کشور جمهوری آذربایجان در قشلاق‌های نزدیک مرز با این کشور عاملی برای گرایش به استفاده از ماهواره برای تماشای شبکه‌های جمهوری آذربایجان است.

جدول ۶. رسانه‌های مورد استفاده عشایر شاهسون استان اردبیل در بافت زندگی روزمره: دستگاه پخش خودرو

مضمون اصلی	مضامین فرعی	برچسب‌ها/کدهای خام
استفاده از دستگاه پخش خودرو	خودرو مهم‌ترین وسیله تحرک عشایر بین محل سکونت و شهرها و روستاهای اطراف	خروج پیوسته عشایر از قشلاق و ییلاق برای فروش محصولات عشایری نظیر محصولات دامی، صنایع دستی، گیاهان دارویی و... به شهرها و روستاهای اطراف/لزوم مراجعه مداوم عشایر به شهرها برای خرید احتیاجات زندگی روزمره/استفاده عشایر از وانت‌خودروها برای حمل محصولات و لوازم خرید و فروش شده
	استفاده گسترده عشایر از دستگاه پخش خودرو	استفاده عشایر از دستگاه پخش خودرو/استفاده عشایر از محتواهای موسیقایی دستگاه پخش خودرو

یافته‌های انعکاس‌یافته در جدول ۶ گویای آن است که عشایر مورد مطالعه در عین دورافتادگی از کانون‌های شهری، ارتباطی مداوم با شهرهای اطراف سکونتگاه‌های خود برای عرضه و فروش محصولات عشایری اعم از محصولات دامی، لبنی، صنایع دستی و گیاهان دارویی... و خرید احتیاجات زندگی دارند که این جابجایی مداوم میان سکونتگاه‌های عشایری و شهرهای اطراف، زمینه‌ساز استفاده گسترده عشایر از وانت‌خودروها شده است. در این بین استفاده از دستگاه‌های پخش خودرو برای گوش سپردن به محتواهای موسیقایی عمدتاً ترکی، امری رایج در میان عشایر شاهسون مورد مطالعه است.

یافته‌های مربوط به سوال دوم تحقیق: محتواهای رسانه‌ای موردعلاقه عشایر شاهسون استان اردبیل در بافت زندگی روزمره کدامند؟

جدول ۷. محتواهای مورد علاقه عشایر شاهسون استان اردبیل در استفاده از تلفن همراه و رسانه‌های اینترنتی تلفن همراه در بافت زندگی روزمره

مضمون اصلی	مضامین فرعی	برچسب‌ها/کدهای خام
اطلاع‌جویی و خبرگیری	اطلاع‌جویی مجازی از خدمات دولتی ارائه شده به عشایر	اطلاع‌جویی عشایر از صفحات مجازی اداره امور عشایری در خصوص نحوه توزیع انواع نهاده‌های دامی/اطلاع‌جویی مجازی در مورد نحوه توزیع آرد گندم میان عشایر/اطلاع‌جویی مجازی از نحوه تخصیص سوخت به عشایر/اطلاع‌جویی مجازی در مورد نحوه توزیع پنل خورشیدی میان عشایر/اطلاع‌جویی مجازی در خصوص اعطای تسهیلات مالی به عشایر/اطلاع‌جویی از تخصیص یارانه معیشتی به عشایر/اطلاع‌جویی از تخصیص سود سهام عدالت به عشایر
	کسب اطلاعات مفید و مؤثر برای سبک زندگی عشایری	اطلاع‌جویی مجازی در خصوص تقویم رسمی کوچ/اطلاع‌جویی مجازی از پیش‌بینی وضعیت آب‌وهوا/اطلاع‌جویی از وضعیت راه‌های مورد استفاده عشایر/استفاده از اپلیکیشن‌های تقویم روز/دنبال کردن کانال‌ها و صفحات تلگرامی و اینستاگرامی با موضوع دانستی‌های کشاورزی/دنبال کردن صفحات خبری مجازی/اطلاع‌جویی مجازی از علائم و درمان بیماری‌های انسان/اطلاع‌جویی مجازی از تغذیه و تیمار دام
فروشنده	استفاده از اینترنت برای خرید کالا	آشنایی با عرضه‌کنندگان کالاهای مورد نیاز عشایر در زندگی روزمره در اپلیکیشن‌های دیوار و اینستاگرام/خرید از دیجی کالا در قشلاق/مقایسه آنلاین قیمت کالاهای مورد نیاز عشایر
	استفاده از اینترنت برای فروش محصولات عشایری	استفاده از اپلیکیشن دیوار و اینستاگرام برای تبلیغ و فروش محصولات عشایری(دامی، زراعی، باغی و صنایع دستی)/تبلیغ مجازی بوم گردی/مشتري‌یابی از طریق فضای مجازی
	دریافت خدمات بانکی	پرداخت و دریافت وجوه از طریق اپلیکیشن‌های بانکی/دریافت تسهیلات مالی و بانکی/بازپرداخت آنلاین اقساط تسهیلات بانکی
	حذف واسطه‌ها و دلال‌ها	کسب ارزش افزوده از طریق خریدوفروش مستقیم اینترنتی از طریق حذف واسطه‌ها

مضمون اصلی	مضامین فرعی	برچسب‌ها/کدهای خام
آموزش	محتوای آموزش رسمی	نقش پاندمی کرونا در توسعه آموزش مجازی در میان عشایر/تحصیل مجازی در تعطیلی‌های اضطراری/تولید محتوای مجازی آموزشی (فیلم و عکس و متن) از طریق نرم‌افزارهای تلفن همراه/تلویزیون آموزشی اینترنتی/ترویج استفاده از کتب آموزشی الکترونیکی (پی‌دی‌اف)
	محتوای آموزش غیررسمی و ترویجی	محتوای آموزشی مجازی سلامت‌محور/محتوای مجازی ترویجی درخصوص بهره‌وری در دامپروری، تولید محصولات زراعی و باغی، پرورش طیور، تولید عسل و تولید صنایع دستی
محتوای دینی و مذهبی	محتوای دینی و مذهبی	جستجوی اینترنتی احکام دینی و مذهبی/محتوای مجازی عزاداری/مطالعه محتوای مجازی قرآنی و دینی/محتوای عاشورایی/دانلود، تماشا و استماع نوحه‌های ترکی در دهه‌اول محرم و اربعین حسینی/اطلاع مجازی از اوقات شرعی برای اقامه نماز و روزه‌داری/خواندن ادعیه، احادیث و روایات از طریق اپلیکیشن‌ها و رسانه‌های اینترنتی تلفن همراه/متون الکترونیکی دینی و مذهبی
	اپلیکیشن‌های دینی و مذهبی	اپلیکیشن بادصبا برای اطلاع از اوقات شرعی و تقویم‌روز/نرم‌افزارهای اینترنتی حاوی احکام و توضیح المسائل مراجع دینی/اپلیکیشن‌های قرآنی
سرگرمی	محتوای مجازی موسیقایی و شعر	محتوای موسیقایی ترکی آذربایجانی، ترکی قفقازی و ترکی استانبولی در رسانه‌های اینترنتی تلفن همراه/محبوبیت بالای محتوای مجازی موسیقایی عاشقی برای عشایر/اشعار ترکی آذربایجانی، ترکی استانبولی و ترکی آذربایجانی در اینستاگرام و تلگرام/محبوبیت بالای اشعار شهریار
	محتوای مجازی طنز	بخش‌های منتخب فیلم‌ها و سریال‌های طنز/بلاگرهای اینستاگرامی طنزپرداز/تماشای سوژه‌های رسانه‌ای شده خنده‌دار در اینستاگرام و تلگرام
	محتوای ورزشی	پیگیری نتایج بازی‌های بومی و محلی عشایر استان از طریق فضای مجازی/تعقیب رویدادهای ورزشی از طریق رسانه‌های اینترنتی (اعم از رویدادهای ملی و فراملی فوتبال، کشتی، والیبال)
	بازی‌ها	بازی‌های نصب‌شده روی تلفن همراه برای کودکان و نوجوانان/سرگرم کردن کودکان توسط مادران و دختران جوان با بازی‌های تلفن همراه برای انجام وظایف خانه‌داری
	محتوای نمایشی	تماشای فیلم‌های سینمایی در تلفن همراه هوشمند/سرگرم کردن کودکان با استفاده از تماشای انیمیشن در تلفن همراه/آثار نمایشی مستقل (تک‌قسمتی)/گرایش اندک به تماشای سریال‌ها
	محتوای مستند	تماشای مستندهای طبیعت و حیات وحش در راستای افزایش آگاهی عشایر از طبیعت/تماشای محتوای مستند شگفت‌انگیز از طریق فضای مجازی

مضمون اصلی	مضامین فرعی	برچسب‌ها/کدهای خام
ارتباطات انسانی	ارتباطات انسانی از طریق فضای مجازی	ارتباط با اعضای خانواده و اقوام و دوستان از طریق اینستاگرام، تلگرام، واتساپ و پیام‌رسان‌های ایرانی/گفتگو و مکاتبه مجازی (چت) در رسانه‌های اینترنتی/محتوای مجازی به مثابه پول گفت‌وگو/دورهمی اعضای خانواده در ییلاق برای تماشای محتوای مجازی تلفن همراه در اوقات شامگاهی/تماس صوتی و تصویری اینترنتی با استفاده از رسانه‌های اینترنتی نصب شده در تلفن همراه در قشلاق/تبادل اینترنتی عکس، فیلم و صوت و موسیقی از طریق رسانه‌های اینترنتی نصب شده در تلفن همراه/اشتراک محتوای مجازی برای حفظ و به‌روز کردن ارتباطات انسانی
محتوای کاربردی	محتوای کاربردی ساخته در ییلاق محتوای کاربردی ساخته در قشلاق	بارگذاری عکس و فیلم از زیبایی‌های طبیعت ییلاق در صفحه اینستاگرام اشتراک‌گذاری تصاویر مراسم عروسی عشایر در صفحات مجازی/اشتراک محتوای کاربردی ساخته اینستاگرامی توسط پسران جوان عشایری/ایجاد صفحات اینستاگرامی و تلگرامی برای معرفی قشلاق/ایجاد کانال اطلاع‌رسانی در اینستاگرام و تلگرام از طریق شوراها و دهیاری روستاهای قشلاقی
کاربردهای جانبی	کاربردهای جانبی تلفن همراه	ماشین حساب/چراغ قوه/مساحت‌سنج/دوربین عکاسی/دوربین فیلمبرداری/ضبط صدا/ساعت/نقشه/مکان‌یاب

جدول ۷ شمایی است از محتواهای مورد علاقه عشایر، حین استفاده از تلفن همراه و رسانه‌های اینترنتی تلفن همراه در زندگی روزمره. در استفاده عشایر مورد مطالعه از تلفن همراه و رسانه‌های اینترنتی تلفن همراه، اطلاع‌جویی جایگاه ویژه‌ای دارد که اشاره است به اطلاع‌جویی مجازی عشایر از خدمات متنوع دولتی ارائه شده به عشایر نظیر تخصیص و توزیع نهاده‌های دامی. از طرفی رسانه‌های اینترنتی نصب شده روی تلفن همراه به واسطه آگاه نمودن عشایر مورد مطالعه از اطلاعات مفید و مؤثر در زندگی روزمره عشایر، نظیر تقویم رسمی کوچ، پیش‌بینی وضعیت آب‌وهوا، وضعیت راه‌ها، دانستنی‌های کشاورزی، احکام شرعی، علائم و درمان بیماری‌های انسان و تغذیه و تیمار دام، بسیار مورد علاقه و رجوع عشایر هستند. همچنین رسانه‌های اینترنتی نصب شده روی تلفن همراه با تسهیل خرید احتیاجات زندگی روزمره و فروش مستقیم محصولات تولید شده توسط عشایر از قبیل محصولات دامی، زراعی، باغی و صنایع دستی و یا امکان

پرداخت و دریافت پول کالاهای خرید و فروش شده و دریافت و بازپرداخت تسهیلات مالی آنهم با حذف واسطه‌ها و دلال‌ها، موجبات رضایتمندی عشایر از رسانه‌ها و نرم‌افزارهای اینترنتی تلفن‌همراه شده‌اند. محتوای آموزشی از دیگر محتوای رسانه‌ای مورد علاقه عشایر در استفاده از رسانه‌های اینترنتی تلفن‌همراه است. بعد از عالمگیر شدن ویروس کرونا، در راستای پیشگیری از گسترش ویروس کرونا، آموزش مجازی مورد استقبال قرار گرفت که مدارس عشایری واقع در مناطق قشلاقی نیز از این امر مستثنی نبودند. در کنار محتوای آموزشی رسمی آموزش‌های غیررسمی در اموری نظیری محتوای بهداشتی و سلامت‌محور و محتوای ترویجی به دلیل تناسب با اقتضائات زندگی روزمره عشایر، مورد توجه عشایر است. محتوای دینی و مذهبی نیز مورد استقبال عشایر شاهسون استان اردبیل است که این علاقه در جست‌وجوی آنلاین احکام شرعی و محتوای دینی و مذهبی، تماشا و استماع قرآن و ادعیه و عزاداری‌ها و مولودی‌خوانی‌ها و نیز اطلاع از اوقات شرعی برای انجام فرایض دینی نمود دارد. از طرفی مصاحبه با عشایر مورد مطالعه، گویای استفاده عشایر از اپلیکیشن‌ها و نرم‌افزارهای دینی و مذهبی تلفن‌همراه نیز است. محتوای سرگرم‌کننده رسانه‌های اینترنتی تلفن‌همراه نیز از جمله محتوای مورد علاقه عشایر است که شامل اشعار و موسیقی‌های ترکی، محتوای طنز و محتوای سرگرم‌کننده تلفن‌همراه و رسانه‌های اینترنتی تلفن‌همراه است. انواع محتوای موسیقایی ترکی اعم از موسیقی عاشقی، موسیقی ترکی آذربایجانی، موسیقی ترکی قفقازی و موسیقی ترکی استانبولی، در کنار اشعار ترکی به‌ویژه اشعار شهریار، از محتوای مورد علاقه عشایر مورد مطالعه است که عشایر در رسانه‌های اینترنتی تلفن‌همراه نظیر اینستاگرام و تلگرام دنبال می‌کنند. محتوای طنز نیز از جمله محتوای مطلوب و مورد علاقه عشایر مورد مطالعه است. محتوای سرگرم‌کننده تلفن‌همراه و رسانه‌های اینترنتی تلفن‌همراه نیز از دیگر محتوای مورد پسند عشایر شاهسون استان اردبیل است که شامل تعقیب رویدادها و اخبار ورزشی، استفاده کودکان و نوجوانان از بازی‌های موجود در تلفن‌همراه و یا سرگرم‌سازی کودکان با بازی و انیمیشن توسط زنان و دختران خانه‌دار برای رسیدگی به وظایف خانه‌داری، تماشای فیلم‌های مستقل (تک‌قسمتی) به علت رسیدگی به مشغله‌های زندگی روزمره عشایری، محتوای شگفت‌انگیز و مستندهای حیات وحش و طبیعت می‌باشد. عشایر مورد مطالعه از طریق رسانه‌های اجتماعی اینترنتی نظیر اینستاگرام، تلگرام و واتساپ و البته رسانه‌های اجتماعی اینترنتی ایرانی، به واسطه تبادل

و اشتراک انواع محتواهای مجازی برای ایجاد، حفظ و بسط ارتباطات انسانی خود با اعضای خانواده، اقوام و دوستان خود استفاده می‌کنند. در موسم قشلاق که عشایر از جریان برق و آنتن دهی پایدار تلفن همراه و اینترنت برخوردار هستند در کنار اشتراک محتواهای مجازی، با استفاده از تماس صوتی و تصویری مبادرت به برقراری ارتباطات با اعضای خانواده، دوستان و بستگان می‌نمایند و در موسم ییلاق که دسترسی به جریان برق و آنتن دهی پایدار تلفن همراه و اینترنت همراه محدود است، محتواهای مجازی که قبلاً موفق به بارگیری آنها شده‌اند، نقش محوری را در دورهمی و گپ و گفت اعضای خانواده در آلاچیق و دامن زدن به گفت‌وگو در خصوص محتواهای مجازی، به مثابه بهانه‌های گفت‌وگو، ایفاء می‌کنند. محتواهای ساخته‌شده توسط کاربران عشایری از دیگر انواع محتواهای مورد علاقه عشایر مورد مطالعه در استفاده از تلفن همراه و رسانه‌های اینترنتی نصب‌شده روی تلفن همراه است. محتواهای کاربر ساخته در موسم ییلاق عمدتاً معطوف به اشتراک گذاری زیبایی‌های طبیعت ییلاقات دامنه سبلان در قالب عکس و فیلم است. از طرفی اشتراک گذاری تصاویر مراسم عروسی عشایر در فضای مجازی به‌ویژه در اینستاگرام، ایجاد صفحات اینستاگرامی و تلگرامی برای معرفی روستای قشلاقی و انعکاس فعالیت‌ها و اطلاع‌رسانی‌های دهیاری و شورای اسلامی روستاهای قشلاقی در صفحات مجازی نیز از دیگر محتواهای مورد علاقه عشایر برای تولید و انتشار است.

جدول ۸. محتواهای مورد علاقه عشایر شاهسون استان اردبیل در استفاده از رسانه‌های چاپی در بافت زندگی روزمره

مضمین اصلی	مضمین فرعی	برچسب‌ها/کدهای خام
مهم‌ترین سبک زندگی عشایری	محتوای ترویجی برای پرورش دام	محتوای ترویجی ارائه‌شده توسط نهادهای دولتی برای افزایش بهره‌وری در تولید محصولات و فراورده‌های دامی، صنایع دستی، باغی و زراعی (با توجه به ظرفیت‌های دشت مغان)
	محتوای ترویجی برای حفاظت از منابع طبیعی	محتوای ترویجی توزیع‌شده توسط نهادهای دولتی برای معرفی روش‌های حفاظت از منابع طبیعی

مضامین اصلی	مضامین فرعی	برچسب‌ها/کدهای خام
محتوای درسی و دانشگاهی	محتوای درسی و دانشگاهی	مطالعه کتب مدرسه برای قبولی در کنکور و راهیابی به دانشگاه/مطالعه کتب دانشگاهی برای موفقیت تحصیلی و شغلی
محتوای مذهبی و دینی	محتوای مذهبی و دینی	تحصیل به مثابه مفز برای تغییر سبک زندگی سنتی عشایری/علاقه به مطالعه به دلیل علاقه به حضور در فضای علمی/مطالعه کتب تحصیلی رشته‌های مرتبط با سبک زندگی عشایری
محتوای ادبی و تاریخی	شعر و داستان	خواندن قرآن/خواندن مفاتیح/مطالعه نهج البلاغه/قرائت ادعیه مذهبی/مطالعه کتب احکام/مطالعه رساله توضیح المسائل
شعر و داستان	شعر و داستان	کتب شعر فارسی/اشعار فارسی و ترکی شهریار/اشعار عاشورایی به زبان ترکی
		داستان‌های اساطیر آذربایجان/قصص مذهبی و دینی به زبان فارسی

جدول شماره ۸ شامل محتواهای مورد علاقه عشایر مورد مطالعه حین استفاده از رسانه‌های چاپی است. در میان محتواهای چاپی، بروشورهای توزیع شده توسط نهادهای دولتی برای افزایش بهره‌وری در تولید محصولات دامی، زراعی و باغی و نیز آموزش روش‌های حفاظت از منابع طبیعی برای استفاده پایدار از این منابع خدادادی مورد علاقه عشایر است. با توجه به توسعه سواد و سوادآموزی در میان عشایر و علاقه جوانان عشایری به قبولی در کنکور و راهیابی به دانشگاه و کسب موفقیت‌های تحصیلی و بالمآل استخدام در موقعیت‌های شغلی و نیز کسب تحصیلات و آموزش‌های مرتبط با سبک زندگی عشایری، محتواهای درسی و دانشگاهی از جمله رسانه‌های مورد علاقه عشایر است. محتواهای چاپی دینی و مذهبی نیز به دلیل اعتقادات و باورهای دینی و مذهبی عشایر از جمله آثار مکتوب مورد توجه این قشر از جامعه است که شامل قرائت قرآن، مطالعه نهج البلاغه، خواندن ادعیه، مطالعه احکام و رساله توضیح المسائل است. ادبیات نیز از جمله شعر و داستان نیز مطلوب عشایر است که در این میان علاوه بر اشعار شعرای فارسی، اشعار ترکی شهریار و مدیحه‌سرایی‌های عاشورایی به زبان ترکی مورد اشاره عشایر مورد مطالعه بود. داستان‌های اساطیر ترکی مانند داستان «گور اُغلو» در کنار قصص مذهبی و دینی نیز از گونه‌های ادبی محبوب نزد عشایر است.

جدول ۹. محتوای مورد علاقه عشایر شاهسون استان اردبیل در استفاده از تلویزیون در سکونتگاه‌های قشلاقی در بافت زندگی روزمره

مضامین اصلی	مضامین فرعی	برچسب‌ها/ کدهای خام
برنامه‌های پخش شده به زبان ترکی	برنامه‌های پخش شده به زبان ترکی	برنامه‌های ترکی تلویزیون استانی/جنگ‌های شبانه تلویزیون استانی/موسیقی عاشقی تلویزیون استانی/اولویت داشتن برنامه‌های پخش شده به زبان ترکی/خطبه‌های نماز جمعه شهر اردبیل/ اخبار ترکی/ برنامه‌های خانواده‌محور ترکی
برای نمایش متضمن فراغت و انجام امور روزمره	تماشای آثار نمایشی تک‌قسمتی برای صرفه‌جویی در وقت	اولویت آثار نمایشی تک‌قسمتی به دلیل مشغله‌های زندگی روزمره/مشکل بودن تماشای مداوم سریال به دلیل مشغله‌های زندگی روزمره/علاقه به ژانر سینمایی حادثه‌ای/علاقه به ژانر سینمایی رمانتیک
مستندهای مفید	استفاده زنان خانه‌دار از برنامه کودک برای سرگرم کردن کودکان	فرزندآوری زیاد در میان عشایر/ محبوبیت کارتون‌ها و برنامه‌های کودک تلویزیون نزد کودکان/سرگرم نمودن کودکان با تماشای کارتون‌های تلویزیون توسط زنان خانه‌دار در قشلاق
برای عشایر	مستندهای مرتبط با سبک زندگی عشایر	مستندهای مرتبط با طبیعت/ مستندهای حیات وحش/ فایده آثار مستند مستقل برای تخصیص زمان جهت انجام امورات روزمره/ارتباط مستندهای طبیعت‌محور با افزایش شناخت عشایر از طبیعت
محتوای خبری	محتوای خبری محلی (استانی)	اهمیت اخبار رسمی تلویزیون استانی برای عشایر/اطلاع‌جویی عشایر از تلویزیون در خصوص تقویم رسمی کوچ/لزوم آگاهی از نحوه ارائه خدمات نهادهای دولتی استانی به عشایر/اطلاع از اخبار آب و هوای استان/آگاهی از اطلاعات هواشناسی و راهداری
	محتوای خبری ملی	لزوم آگاهی عشایر از اخبار ارائه خدمات دولتی نظیر بارانه‌معیشتی و سهام عدالت و سبد کالا/علاقه عشایر به مهم‌ترین اخبار ملی/تماشای اخبار تلویزیونی شبکه‌های سراسری/ به‌روز بودن اطلاعات
محتوای مذهبی	محتوای دینی و مذهبی	سخنرانی‌های مذهبی تلویزیون/علاقه سالمندان به پخش تلویزیونی خطبه‌های نماز جمعه اردبیل/برنامه‌های تلویزیونی با موضوع احکام/آگاهی از اوقات شرعی از طریق تماشای برنامه‌های اذان‌گاهی تلویزیون استانی/عزاداری حسینی پخش شده از تلویزیون استانی/برنامه‌های ختم قرآن تلویزیون در ماه رمضان
محتوای ورزشی	محتوای ورزشی داخلی	علاقه مردان جوان به برنامه‌های ورزشی/تعقیب اخبار نتایج بازی‌های بومی و محلی عشایر استان/تماشای مسابقات فوتبال تیم تراکتور و تیم ملی/تماشای مسابقات تیم ملی کشتی/ تماشای بازی‌های تیم ملی والیبال/ تماشای مسابقات ورزشکاران ایرانی در المپیک و مسابقات جهانی
	فوتبال خارجی	تماشای مسابقات فوتبال باشگاه‌های اروپا/تماشای مسابقات فوتبال بین‌المللی/تماشای جام جهانی فوتبال

مطابق یافته‌های جدول شماره ۹، در انتخاب برنامه‌های تلویزیونی مورد علاقه عشایر شاهسون، نقش زبان ترکی حائز اهمیت است بطوریکه برنامه‌های ترکی شبکه استانی اعم از موسیقی‌های عاشقی، جنگ‌های شبانه و خطبه‌های نماز جمعه اردبیل به دفعات مورد اشاره عشایر مورد مطالعه بود. محتواهای نمایشی یکی دیگر از محتواهای مورد علاقه عشایر است که البته عشایر به دلیل تکرار مشغله‌های زندگی روزمره ترجیح می‌دهند که تماشاگر محتواهای نمایشی تک‌قسمتی باشند و از افتادن در ورطه تماشای آثار سریالی اجتناب نمایند تا مجبور نشوند اوقات زیادی را برای تعقیب سریال‌ها صرف کنند. با توجه به فرزندآوری زیاد در میان خانواده‌های عشایری، یکی از مسئولیت‌های زنان و دختران جوان، نگهداری و مراقبت از کودکان است و زنان و دختران جوان عشایری از برنامه‌های کودک‌پسند در راستای سرگرم‌نمودن کودکان و رسیدگی به وظایف خود در زندگی روزمره بهره می‌جویند. از طرفی مستندهای تلویزیونی نیز به دلیل مستقل بودن و نیز به دلیل زمان اندک برای تماشا در راستای رسیدگی به وظایف روزمره، مورد توجه عشایر هستند که در این میان مستندهای طبیعت‌محور به دلیل افزایش شناخت عشایر از زندگی در دامان طبیعت مورد توجه است. اهمیت اطلاع از اخبار و آگاهی‌های محلی نظیر تقویم رسمی کوچ در استان و اطلاعیه‌های نهادهای دولتی استانی در خصوص انواع خدمات ارائه‌شده به عشایر، آنان را به دنبال کردن اخبار محلی سوق می‌دهد. از سویی لزوم آگاهی از خدمات دولتی در سطح ملی و نیز تمایل عشایر به به‌روزرسانی مهم‌ترین اخبار و اطلاعات کشور، آنها را به تماشای اخبار تلویزیونی شبکه‌های سراسری ترغیب می‌کند. گرایشات دینی و مذهبی عشایر نیز همواره آنان را به سمت تماشای محتواهای تلویزیونی دینی و مذهبی هدایت می‌کند که این محتواها شامل طیف گوناگونی از برنامه‌های تلویزیونی نظیر سخنرانی‌های مذهبی، خطبه‌های نماز جمعه، احکام شرعی، اوقات شرعی، مدیحه‌سرایی‌ها، تلاوت قرآن و برنامه‌های اذان‌گاهی است. پسران و مردان جوان عشایری، هوادار برنامه‌های ورزشی تلویزیون هستند که این برنامه‌ها بطور کلی به دو گروه محتواهای ورزشی داخلی و محتواهای ورزشی خارجی قابل تقسیم است.

جدول ۱۰. محتوای مورد علاقه عشایر شاهسون استان اردبیل در استفاده از رادیو در بافت زندگی روزمره

مضمین اصلی	مضمین فرعی	برچسب‌ها/کدهای خام
محتوای خبری	اخبار محلی	دنبال کردن اخبار رادیو استانی با محوریت اخبار مرتبط با زندگی روزمره عشایر/گوش سپردن به اخبار رادیو استانی در خصوص نحوه ارائه خدمات ادارات دولتی استانی به عشایر با محوریت اداره امور عشایری/استماع اخبار هواشناسی رادیو استانی/اطلاع از وضعیت راه‌های استان
	اخبار ملی	لزوم اطلاع از اخبار مهم کشور/گوش سپردن به اخبار رادیوهای سراسری برای به‌روزرسانی اطلاعات/اطلاع از اطلاعیه‌های دولتی از طریق رادیوهای سراسری/اطلاع از رویدادهای ملی از طریق اخبار رادیو
	اخبار جهانی	اطلاع‌جویی و آگاهی از اخبار مهم جهانی/علاقه سالمندان به اطلاع از وضعیت فلسطین اشغالی از طریق خبر رادیوهای سراسری
محتوای ورزشی	پیگیری پخش زنده رویدادها و اخبار ورزشی رادیو	پیگیری نتایج بازی‌های بومی و محلی عشایر استان از اخبار رادیو/گوش سپردن به گزارش‌های رادیویی و اخبار مسابقات فوتبال تیم ملی/پیگیری اخبار و گزارش‌های رادیویی مسابقات فوتبال باشگاهی با محوریت تیم تراکتور/استماع گزارش‌های رادیویی و اخبار مسابقات تیم ملی کشتی/پیگیری اخبار و گزارش‌های رادیویی مسابقات تیم ملی والیبال/پیگیری نتایج فوتبال باشگاهی اروپا از طریق اخبار رادیو/پیگیری نتایج فوتبال بین‌المللی از طریق اخبار رادیو
محتوای موسیقایی	موسیقی ترکی	گوش سپردن به محتوای موسیقایی ترکی از شبکه استانی/علاقه به موسیقی‌های عاشقی و مقامی رادیو استانی/موسیقی‌های مقامی و عاشقی رادیوهای جمهوری آذربایجان
	موسیقی ملی	گوش سپردن به انواع موسیقی‌های فارسی رادیو/استماع موسیقی‌های رادیو سراسری آوا
محتوای دینی و مذهبی	محتوای دینی و مذهبی	اطلاع از اوقات شرعی محلی از طریق رادیو/استماع اذان از رادیو/سخنرانی‌های مذهبی رادیو/استماع خطبه‌های نماز جمعه اردبیل از رادیو/استماع ختم قرآن در ماه رمضان از طریق رادیو/استماع مدیحه‌سرایی ترکی در دهه اول ماه محرم و اربعین حسینی از رادیو/برنامه‌های مذهبی رادیو حاوی احکام شرعی/گوش سپردن به تفسیر قرآن (به‌ویژه در ماه رمضان)

چنانچه در جدول ۱۰ انعکاس یافته است محتوای خبری از جمله علاقه‌مندی‌های جامعه عشایری مورد مطالعه در استفاده از رادیو است. لزوم اطلاع از اخبار محلی نظیر خدمات نهادهای دولتی استان، اخبار و اطلاعیه‌های هواشناسی و راهداری، عشایر را به استماع اخبار رادیو استانی سوق می‌دهد. از طرفی علاقه عشایر به اطلاع از مهم‌ترین اخبار ملی نظیر خدمات ارائه‌شده توسط دولت در سطح ملی و آگاهی از رویدادهای ملی زمینه‌ساز استماع اخبار رادیوهای سراسری است. برخی از افراد جامعه مورد مطالعه نیز علاقمند به دنبال کردن مهم‌ترین اخبار جهانی از جمله وضعیت فلسطین اشغالی (به‌مثابه دغدغه سالمندان) بودند. محتواهای ورزشی نظیر نتایج بازی‌های بومی و محلی عشایر استان، مسابقات فوتبال داخلی، ملی و خارجی، مسابقات ملی کشتی و تیم ملی والیبال نیز در بین محتواهای محبوب رادیویی برای عشایر مورد مطالعه، به‌ویژه در میان مردان جوان، است. از طرفی، محتواهای موسیقایی ترکی اعم از موسیقی مقامی و عاشقی در کنار موسیقی‌های فارسی مورد اشاره جامعه مورد مطالعه بود. عشایر شاهسون استان اردبیل به‌دلیل باورهای دینی و مذهبی خود، از رادیو برای اطلاع از اوقات شرعی محلی و زمان اذان برای اقامه نماز و استماع سخنرانی‌های مذهبی و خطبه‌های نماز جمعه اردبیل، شنیدن تلاوت و تفسیر قرآن و مدیحه‌سرایی‌های ترکی دهه اول ماه محرم و اربعین حسینی بهره می‌گیرند.

جدول ۱۱. محتواهای مورد علاقه عشایر شاهسون استان اردبیل در استفاده از ماهواره در بافت زندگی روزمره

مضامین اصلی	مضامین فرعی	برچسب‌ها/کدهای خام
برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای جمهوری اسلامی ایران	شوهای صبحگاهی و شبانه ماهواره‌ای جمهوری آذربایجان	شوهای گفتگو محور صبحگاهی و شبانه کانال‌های ماهواره‌ای جمهوری آذربایجان
	برنامه‌های موسیقایی ماهواره‌ای جمهوری آذربایجان	برنامه‌های شعرخوانی و موسیقایی شبکه‌های ماهواره‌ای جمهوری آذربایجان/ دنبال کردن موسیقی عاشقی و مقامی پخش شده از کانال‌های ماهواره‌ای جمهوری آذربایجان
	اخبار ماهواره‌ای جمهوری آذربایجان	اخبار شبکه‌های ماهواره‌ای جمهوری آذربایجان

مضامین اصلی	مضامین فرعی	برچسب‌ها/ کدهای خام
برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای ترکیه	آثار نمایشی تک‌قسمته	شوهای کمدی‌های مستقل/ترجیح فیلم‌های سینمایی/علاقه عشایر به ژانرهای رمانتیک و حادثه‌ای/اجتناب اکثر عشایر از تماشای سریال‌های زمان‌بر به دلیل تعدد مشغله‌های زندگی روزمره
	سریال‌های نمایشی	سریال‌های ماهواره‌ای ترکیه/محبوبیت سریال‌های عاشقانه میان زنان/سریال‌های عاشقانه به‌مثابه موضوع گفت‌وگوی دختران و زنان جوان عشایر
	اخبار شبکه‌های ماهواره‌ای ترکیه	اخبار شبکه‌های ماهواره‌ای ترکیه/اخبار ورزشی شبکه‌های ماهواره‌ای ترکیه
	سرگرم‌سازی کودکان با برنامه‌های کودک توسط زنان خانه‌دار	علاقه کودکان به کارتون‌های ماهواره‌ای ترکیه/سرگرم‌سازی کودکان با تماشای کارتون‌های ماهواره‌ای ترکیه توسط دختران و زنان خانه‌دار در ایجاد زمان برای رسیدگی به خانه‌داری و شوهرداری
	مستندهای ماهواره‌ای ترکیه	تماشای مستندهای حیات وحش/مستندهای طبیعت و جاذبه‌های طبیعی/تماشای مستندهای طبیعت محور برای افزایش شناخت عشایر از طبیعت
	برنامه‌های سبک زندگی ماهواره‌ای ترکیه	آشنایی با غذاهای مناطق مختلف ترکیه/آشنایی با فرهنگ مردم مناطق ترکیه/تماشای برنامه‌های مرتبط با سبک پوشش و مُد

به دلیل ارائه خدمات دولتی به عشایری و قبیح استفاده از ماهواره در فرهنگ رسمی، محقق ترجیح داد با استفاده از افراد مطلع از عرصه پژوهش اطلاعات مورد نیاز در خصوص محتواهای مطلوب ماهواره‌ای عشایر را جمع‌آوری و در جدول شماره ۱۱ ارائه کند. نتایج مصاحبه با افراد مطلع از عرصه پژوهش حاکی از آن است که عشایر شاهسون استان اردبیل برنامه‌های ماهواره‌ای شبکه‌های جمهوری آذربایجان و ترکیه را بر سایر محتواهای ماهواره‌ای ترجیح می‌دهند که بالطبع فهم زبان ترکی عامل کلیدی در علاقه عشایر به برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای ترک‌زبان است. عشایر مورد مطالعه در تماشای برنامه‌های ماهواره‌ای جمهوری آذربایجان بیش از همه به شوهای صبحگاهی و شبانه، برنامه‌های موسیقایی و اخبار علاقه‌مند بودند اما در تماشای برنامه‌های ماهواره‌ای ترکیه، آثار نمایشی تک‌قسمتی، سریال‌های نمایشی، اخبار، برنامه‌های کودک، مستندهای طبیعت و حیات وحش و برنامه‌های سبک زندگی مورد علاقه عشایر مورد مطالعه بود.

جدول ۱۲. محتواهای رسانه‌ای محبوب برای عشایر شاهسون استان اردبیل
در استفاده از دستگاه پخش خودرو در بافت زندگی روزمره

مضمون اصلی	مضامین فرعی	برچسب‌ها/کدهای خام
موسیقی ترکی	موسیقی‌های ترکی آذربایجانی	موسیقی‌های عاشقی به زبان ترکی آذربایجانی/موسیقی‌های مقامی ترکی آذربایجانی/سایر انواع محتواهای موسیقایی ترکی آذربایجانی
	موسیقی‌های ترکی خارجی	موسیقی‌های عاشقی جمهوری آذربایجان/موسیقی‌های مقامی جمهوری آذربایجان/موسیقی‌های شاد خوانندگان جمهوری آذربایجان/موسیقی‌های خوانندگان ترکیه

مطابق جدول ۱۲، باتوجه به جابه‌جایی مداوم عشایر میان قشلاق و ییلاق و تحرک مدام به کانون‌های شهری برای فروش محصولات عشایری و خرید ملزومات زندگی روزمره، مردان عشایری از وانت‌خودروها برای تردد میان ییلاق و قشلاق و کانون‌های شهری استفاده می‌کنند که در اثنای این رفت و آمدهای مداوم، از دستگاه پخش خودرو برای گوش سپردن به انواع موسیقی‌های ترکی آذربایجانی و آثار موسیقایی خوانندگان جمهوری آذربایجان و ترکیه استفاده می‌کنند.

نتیجه‌گیری

درگسترش فرهنگ در عصر جهانی شدن، رسانه‌ها حربه اصلی هستند. رسانه‌ها به عنوان عاملی برای انتشار فرهنگ عمل می‌کنند و بر تغییر سبک زندگی افراد تأثیری مستقیم دارند (Siregar, 2022: 10). بواسطه توسعه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی و عالمگیر شدن استفاده از رسانه‌ها، مرزهای محلی، منطقه‌ای و ملی توسط رسانه‌ها فتح شده‌اند و فرهنگ‌های سنتی و دیرپا تحت تأثیر فرهنگ‌های رسانه‌ای قرار گرفته‌اند. نفوذ و رسوخ رسانه‌ها به جوامع محلی، با به چالش کشیدن یگانگی و یکتایی فرهنگی این جوامع، زمینه‌ساز آشنایی اعضای این جوامع با آموزه‌های فرهنگی جریان‌های رسانه‌ای فرامحلی شده است. یکی از مصادیق این تحول، ورود انواع رسانه‌ها به اجتماعات عشایری ایران است که از دیرباز به دلیل پابندی به سنت‌ها و رسوم کهن، دارای سبک و شیوه زندگی منحصربه‌فردی بودند و با ورود جریان‌های تحول‌ساز رسانه‌ای به بطن جوامع عشایری، این جوامع دستخوش تغییرات فرهنگی و اجتماعی جدید و بدیعی شده‌اند. در همین رابطه دسترسی عشایر به برنامه‌های ماهواره‌ای کشورهای جمهوری آذربایجان و ترکیه از جمله مصادیق آشنایی عشایر شاهسون با فرهنگ‌های

رسانه‌ای فرامحلی و فراملی است که بالطبع این نوع از مواجهه با فرهنگ‌های جوامع دور، زمینه‌ساز وقوع تحولاتی در مصرف رسانه‌ای و ذائقه فرهنگی افراد جوامع محلی خواهد بود. از طرفی رسانه‌های اینترنتی تلفن همراه نظیر اینستاگرام و تلگرام، عشایر شاهسون مورد مطالعه را با محتواها، امکانات و انتخاب‌هایی در وسعت جهانی آشنا ساخته است تا از این طریق آنان با مظاهر فرهنگ جهانی که تا چند دهه قبل برای آنان ناشناخته بود، پیوند برقرار کنند.

تغییرات ناشی از ورود رسانه‌ها به اجتماعات سنتی عشایری، یکجانبه و در راستای تأثیرگذاری یکسویه رسانه‌ها بر وجوه مختلف فرهنگ عشایر نیست و اقتضائات محلی و بافت زندگی روزمره، کیفیت مصرف رسانه‌ای عشایر مورد مطالعه را تعدیل می‌کند. شرایط زمینه‌ای و محل و محیط دریافت محتواهای رسانه‌ای می‌توانند به میانجی شرایط و تجربیات زندگی روزمره، موجب و مولّد تفاسیر و واکنش‌های خلاقانه‌ای از سوی عشایر به رسانه‌ها و پیام‌های رمزگذاری شده در متون رسانه‌ای شوند. چنانچه عوامل، شرایط و اقتضائات محلی و زمینه‌ای نظیر تحرک مکانی و کوچ مدام میان قشلاق و ییلاق برای تأمین علوفه دام، نیاز به فروش محصولات عمدتاً دامی عشایر و خرید احتیاجات زندگی روزمره، وظایف و مسئولیت‌های روزمره زنان و مردان عشایر، امکانات و امتناعات زیرساختی موجود در قشلاق و ییلاق، اطلاع‌جویی در خصوص امور زندگی روزمره عشایر، تردد مداوم مردان عشایر شاهسون با وانت‌خودروها برای فروش محصولات عمدتاً دامی و خرید احتیاجات زندگی روزمره، نیازمندی‌های عشایر برای رفع نیازهای اطلاعاتی، ارتباطی، آموزشی و سرگرمی، لزوم آگاهی از نحوه ارائه خدمات دولتی به عشایر، ترکی بودن زبان عشایر شاهسون، اقتضائات زندگی در دامان طبیعت، ذائقه‌های فرهنگی عشایر، اعتقادات دینی و مذهبی عشایر، لزوم افزایش بهره‌وری اقتصاد عشایری، ایجاد زمینه‌های لازم برای تحصیل در قشلاق‌های بالای ۲۰ خانوار، لزوم آگاهی از اطلاعاتی محلی و... هر یک به سهم خود، نحوه استفاده عشایر از رسانه‌ها را متأثر کرده است و مولّد دلالت‌های جدیدی در استفاده از رسانه‌ها شده‌اند.

یافته‌های پژوهش در خصوص سؤال اول تحقیق مبنی بر شناسایی رسانه‌های مورد استفاده عشایر در بافت زندگی روزمره، حاکی از آن است که اقتضائات خاص زندگی عشایری، که مهم‌ترین آنها کوچ مداوم میان ییلاق و قشلاق برای تأمین علوفه دام‌های عشایر به‌مثابه مهم‌ترین منبع معیشت روزمره عشایر است، مصرف رسانه‌ای عشایر مورد مطالعه را متأثر نموده و سبب شده تا استفاده عشایر از رسانه‌ها

با رویه‌های زندگی روزمره در هم آمیزد. رسانه‌هایی چون تلفن همراه و رسانه‌های اینترنتی نصب‌شده روی تلفن همراه، رسانه‌های چاپی، رادیو و دستگاه‌های پخش خودرو بعلت هماهنگی و تناسب با تحرک مکانی عشایر، قابلیت استفاده در هر دو موسم قشلاق و بیلاق را دارند. در قشلاق به دلیل وجود زیرساخت‌ها و امکاناتی نظیر جریان برق، آنتن‌دهی تلفن همراه و اینترنت و وجود سکونتگاه‌های پایدار، استفاده از رسانه‌های مذکور سهولت و آمیختگی بیشتری با زندگی روزمره عشایر شاهسون مورد مطالعه دارد. از طرفی استفاده از تلویزیون و ماهواره به دلیل نیاز به جریان برق، دریافت امواج تلویزیونی و اقامت در منازل پایدار، مختص موسم قشلاق است که عمدتاً به دلیل سکونت بیش از ۲۰ خانوار در آبادی‌های قشلاق، نهادهای دولتی خدمات زیرساختی مذکور را در قشلاق‌های عشایر نشین فراهم می‌سازند. به طور کلی این یافته تحقیق مؤید نتایج تحقیق محدث‌صدری (۱۳۷۵) مبنی بر امکان استفاده گسترده‌تر از رسانه‌ها در قشلاق نسبت به بیلاق است. لازم به ذکر است که ترک‌زبان بودن عشایر شاهسون، عامل اصلی در گرایش آنان به تماشای شبکه‌های ماهواره‌ای جمهوری آذربایجان و ترکیه است.

نتایج ارائه‌شده ذیل سوال دوم تحقیق مبنی بر شناخت محتوای رسانه‌ای مورد علاقه عشایر شاهسون استان اردبیل در بستر زندگی روزمره نیز حاکی از آن است که شرایط مختلف زندگی روزمره، همواره بر محتواهای رسانه‌ای مورد اقبال عشایر مورد مطالعه، تأثیرگذار بوده است. چنانچه تلفن همراه و رسانه‌های اینترنتی نصب‌شده در تلفن همراه، برای رفع نیازهای اطلاعاتی (نحوه ارائه خدمات دولتی به عشایر و اطلاع‌جویی در خصوص امور روزمره نظیر آشنایی با خواص گیاهان دارویی)، ارتباطی (حفظ ارتباطات انسانی با اقوام)، آموزشی (کلاس‌های تحصیلی مجازی برای دانش‌آموزان و دانشجویان و دانستنی‌های مورد نیاز برای عشایر نظیر آموزش‌های بهداشتی برای زنان عشایری) و سرگرمی (استفاده از محتواهای رسانه‌ها برای تمدد اعصاب و یا سرگرم‌سازی کودکان با بازی‌های نصب‌شده در تلفن همراه توسط زنان خانه‌دار)، اقتصادی (فروش محصولات عمدتاً دامی و خرید لوازم مورد نیاز عشایر) کاربرد دارند. اگرچه در تحقیق حاضر، تلفن همراه و رسانه‌های اینترنتی بیشترین نقش را در رفع نیازهای اطلاعاتی مرتبط با سبک زندگی عشایری دارند لیکن نتایج تحقیق محمدی، سپیدنامه و عباداله‌عموقین (۱۳۹۴) حاکی از آن است که رادیو بیش از سایر رسانه‌ها در رفع نیازهای زنان عشایری نقش‌آفرین است که

احتمالاً این تفاوت به علت روند رو به گسترش استفاده از تلفن همراه در جوامع عشایری در یک دهه گذشته قابل توضیح است. از طرفی یافته تحقیق حاضر مبنی بر استفاده فزاینده عشایر از تلفن همراه در بافت زندگی روزمره عشایر با یافته‌های تحقیق استاملر (۲۰۰۹) در خصوص ظرفیت بالای تلفن همراه برای نفوذ در جوامع عشایری به دلیل ایجاد امکانات جدید برای گفتگو میان عشایر، کوچک و قابل حمل بودن تلفن همراه در زمینه‌های متنوع محلی زندگی عشایر و سازگاری با سبک زندگی متحرک عشایر مورد مطالعه همراستاست. یافته‌های تحقیق مبنی بر استفاده عشایر از محتواهای رسانه‌های اینترنتی و چاپی نظیر جزوات ترویجی توزیع شده توسط نهادهای دولتی، برای ارائه آموزش‌هایی نظیر افزایش بهره‌وری در پرورش دام و محصولات دامی و تأمین معیشت خانواده در زندگی روزمره، در حالی حاصل شده است که آلن (۱۹۸۷) و آنوره، اونی‌بوچی و اِکوه (۲۰۱۲) در تحقیقات‌شان بر نقش‌آفرینی رادیو در ارائه آموزش‌های مناسب ترویجی به عشایر در دو کشور آفریقایی کنیا و نیجریه اشاره دارند. تماشای آثار نمایشی تلویزیونی و ماهواره‌ای مستقل و تک‌قسمتی و یا سرگرم ساختن کودکان با بازی‌های تلفن همراه، برنامه‌های کودک تلویزیونی و ماهواره‌ای، هر دو، از ضرورت رسیدگی زنان و دختران جوان عشایری به وظایف و نقش‌های آنان در زندگی روزمره نشئت می‌گیرد، چنانچه استماع اخبار محلی و اطلاعیه‌های مربوط به زندگی روزمره عشایر از طریق اخبار رادیویی و گوش سپردن مردان عشایر شاهسون به انواع موسیقی‌های قومی حین تردد با وانت خودروها برای فروش محصولات دامی و خرید مصارف زندگی، علاقه به تماشای برنامه‌های مستند طبیعت‌محور تلویزیونی و ماهواره‌ای برای افزایش شناخت از بایسته‌های زندگی در دامن طبیعت، استفاده از اپلیکیشن‌های کاربردی نظیر اپلیکیشن باد صبا برای اطلاع از زمان اذان به افق محلی برای اقامه نماز و اپلیکیشن‌های قرآنی برای قرائت و ترجمه قرآن، همه از مصادیق شرایط زمینه‌ای زندگی روزمره است که موجب انضمامی شدن محتواهای رسانه‌ای مطلوب برای عشایر است. درواقع، رویه‌های جاری در زندگی روزمره به مثابه ساختاری عمل می‌کنند که ضمن بافت‌زدایی از پیام‌های رمزگذاری‌شده در رسانه‌ها، با اعطای دلالت‌های جدید به محتواهای رسانه‌ای، به بافت‌زایی مجدد برای مصرف رسانه‌ها می‌پردازند و بدین واسطه بستر و زمینه محلی مصرف رسانه‌ها، اهمیتی مضاعف برای فهم دلالت‌های جدید پیام‌های رسانه‌ها می‌یابند. چنانچه جیمز لول^۱ نیز با

1. James Lull

طرح مفهوم بازاقليم‌پردازی^۱ در صدد آن است تا نشان دهد چگونه محتوای فرامحلی رسانه‌ها در بافت‌ها و زمینه‌های محلی زندگی روزمره، مورد پردازش مجدد قرار گرفته و خلاقانه مصرف می‌شوند. به الهام از آرای گیدنز، می‌توان گفت که شرایط زندگی روزمره، در عین حال که می‌توانند زاینده و مولود ساختارهای معناساز و تعین‌بخش جریان‌های رسانه‌ای فرامحلی باشند، در موارد بسیاری می‌توانند زاینده و مولّد معانی و دلالت‌های جدید و خلاقانه در استفاده از رسانه‌ها باشند.

در پایان، با توجه به تجربیات برآمده از تحقیق پیشنهاد می‌شود برنامه‌های هفتگی تلویزیونی و رادیویی، با محوریت معرفی عشایر شاهسون و موضوعات و مسائل مبتلابه عشایر شاهسون استان اردبیل با مشارکت مالی اداره کل امور عشایری استان اردبیل، در صدا و سیمای استان اردبیل تولید و پخش شود تا از این طریق نیازهای اطلاعاتی و آموزشی عشایر شاهسون استان اردبیل از طریق شعبه استانی رسانه ملی مرتفع شود. از طرفی، در فرایند تحقیق مشخص شد که عشایر با شناسایی برخی نقاط دارای آنتن‌دهی تلفن همراه و موبایل در ییلاقات سبلان، از این رسانه استفاده می‌کنند. لذا با توجه به محدودیت زیرساختی در ییلاقات سبلان که دسترسی عشایر شاهسون به تلفن همراه و اینترنت را محدود می‌کند، پیشنهاد می‌شود اداره کل مخابرات استان اردبیل با مشارکت اپراتورهای تلفن همراه و اینترنت، با نصب دکل‌های تلفن همراه و اینترنت در نقاط مناسب، موجبات افزایش دسترسی عشایر به تلفن همراه و اینترنت همراه در ییلاقات سبلان شوند.

یکی از مهم‌ترین محدودیت‌های این پژوهش، دسترسی تیم تحقیقاتی به اوباهای مستقر در ییلاقات مرتفع سبلان بود. به‌ویژه اینکه تنها بعد از غروب آفتاب همه اعضای خانواده در چادرها و آلاچیق‌ها گرد هم جمع می‌شدند که این حضور شبانه در ییلاقات سبلان برای محققان دشوار بود. از طرفی پیدا کردن مصاحبه‌گر و مشاهده‌گر مؤنث که از حساسیت نظری و روش‌شناختی لازم در زمینه تحقیق حاضر برخوردار باشد و بتواند با حضور در ییلاقات و قشلاقات عشایر، تعاملی راحت، روان و مطلوب با دختران و جوان عشایری داشته باشد، از چالش‌های این پژوهش بود.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

منابع و مآخذ

- ارجمندسیاهپوش، اسحاق و معصومه حیدری زرگوش (۱۳۹۱). تأثیر وسایل ارتباط جمعی بر سبک زندگی روستایی و عشایری شهرستان گیلان غرب، *مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، ۴ (۴)، ۸۹-۱۰۳.
- استوری، جان (۱۳۸۹). *مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه‌پسند*، ترجمه حسین پاینده، تهران: نشر آگه.
- اصغری لقمجانی، صادق و حمیدرضا نسیمی (۱۳۹۷). واکاوی تغییرات نسلی در سبک زندگی جامعه عشایری؛ مطالعه موردی طایفه بایاری استان کهگیلویه و بویراحمد، *فصلنامه نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی*، ۱۱ (۱)، ۳۱۷-۳۳۷.
Dor:20.1001.1.66972251.1397.11.1.18.9
- انگلیس، دیوید (۱۳۹۹). *فرهنگ و زندگی روزمره*، ترجمه جانان نجفی و علی باصری، تهران: انتشارات اندیشه احسان.
- بارکر، کریس (۱۳۹۱). *مطالعات فرهنگی، نظریه و عملکرد*، (چاپ دوم). ترجمه مهدی فرجی و نفیسه حمیدی، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- بک، لس؛ بنت، اندی؛ دسفور ادلز، لورا؛ گیبسون، مارگارت؛ اینگلیز، دیوید؛ جاکوبز، رونالد؛ وودوارد، یان (۱۳۹۴). مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی فرهنگی، ترجمه غلامرضا حداد، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- بنت، اندی (۱۳۹۸). *فرهنگ و زندگی روزمره*، ترجمه لیلا جوافشانی و حسن چاوشیان، چاپ سوم، تهران: نشر اختران.
- تاپیر، ریچارد (۱۳۸۴). *تاریخ سیاسی اجتماعی شاهسون‌های مغان*، ترجمه حسن اسدی، تهران: نشر اختران.
- تقیلو، علی‌اکبر و میرنجف موسوی (۱۳۹۴). ارزیابی سطوح توسعه‌یافتگی در ابعاد مختلف اجتماعی - رفاهی، زیربنایی و تکنولوژیکی جامعه عشایری استان‌های ایران، *فصلنامه جغرافیا و مطالعات محیطی*، ۴ (۱۴)، ۱۶۳-۱۸۰.
- صلاحی اصفهانی، گیتی و حمید خجسته‌نسب (۱۳۹۳). تغییرات نسلی سبک زندگی در جامعه عشایری، نمونه موردی: قشلاق قره‌باغ شهرستان سناوه، *فصلنامه جغرافیا*، ۱۲ (۴۰)، ۱۶۱-۱۸۵.
- دهقانی، امین (۱۳۹۶). تحلیل پیامدهای جهانی‌شدن بر ابعاد زندگی جوامع عشایری اسکان‌یافته؛ موردپژوهی کانون‌های اسکان عشایری استان فارس، *فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، ۷ (۲۷)، ۳۵-۴۶.
Dor:20.1001.1.22516735.1396.7.27.3.0
- کهزادی، عمران؛ تازش، یوسف و امیر بسطانی‌نیا (۱۳۹۶). ارزیابی مشارکت اجتماعی عشایر؛ مطالعه موردی عشایر بویراحمد (منطقه زیلایی)، *فصلنامه مطالعات جغرافیا، عمران و مدیریت شهری*، ۲ (۲)، ۱۱-۱.
- لیندلف، تامس آر؛ تیلور، برایان سی (۱۳۸۸). *روش تحقیق کیفی در علوم ارتباطات*، (چاپ اول)، ترجمه: عبدالله گیویان، تهران: انتشارات مؤسسه همشهری.

محدث‌صدری، ناهید (۱۳۷۵). بررسی نحوه استفاده از رادیو و تلویزیون در بین عشایر فارس، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ۴ (۸)، ۸۴-۸۹.

محمدی، مهدی؛ سپیدنامه، زینب و جعفر عباداله‌عموقین (۱۳۹۴). نیازهای اطلاعاتی زنان عشایر کوچ‌نشین شهرستان کهگیلویه، فصلنامه تعامل انسان و اطلاعات، ۲ (۴)، ۷۵-۸۵.

Dor: 20.1001.1.24237418.1394.2.4.2.5

مک‌کویل، دنیس (۱۳۹۸). مخاطب‌شناسی، ترجمه مهدی منظر قائم، چاپ پنجم، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

مهدی‌زاده، سید محمد (۱۳۹۹). نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، (چاپ هشتم)، تهران: انتشارات مؤسسه همشهری.

نتایج ثبت پایه جمعیت عشایر کوچنده کشور (۱۴۰۰)، تهران: مرکز آمار ایران.

Allen, I. (1987). Environmental education for survival: the use of radio among nomads. *Southern African Journal of Environmental Education*, 5, 3-6

Anorue, L. I., Onyebuchi, C. A., & Ekwe, O. (2015). Reaching the Hard To Reach Nomads: An evaluation of the use of Radio Distance Learning Strategy in Nomadic Education In North-Western Nigeria. EDITORIAL TEAM, 169.

Arjomandsiahposh, Eshaq; Heidari-Zargoosh, Masoumeh (2012). The impact of mass communication tools on rural and nomadic lifestyles in western Guilan County. *Iranian Journal of Social Development Studies*, Year 4, Issue 4, Fall 2012, pp. 89-103. [In Persian]

Asghari-Lafamjani, Sadegh; Nasimi, Hamid Reza (2018). Analysis of generational changes in the life-style of nomadic society; A case study of the Bayari tribe of Kohgiluyeh and Boyer Ahmad province. *Quarterly Journal of New Perspectives in Human Geography*, Year 11, Issue 1, Winter 2018, pp. 317-337. [In Persian]

Back, L., Bennett, A., Edles, L. D., Gibson, M., Inglis, D., Jacobs, R., & Woodward, I. (2015). An Introduction to Cultural Sociology. Translated by Gholamreza Haddad, Tehran: *Imam Sadeq University Press*. [In Persian]

Bekmurodovna, Y. D., & Bakhodirovich, E. D. (2023). Problems in the era of globalization and innovative solutions to them. *Galaxy International Interdisciplinary Research Journal*, 11(4), 329-331.

Bennett, Andy (2019). Culture and Everyday Life. Translated by Leila Joafshani and Hassan Chavoshian, third edition, Tehran: Akhtaran.

Dehghani, Amin (2017). Analysis of the consequences of globalization on the dimensions of life of settled nomadic communities; a case study of nomadic settlement centers in Fars Province. *Quarterly Journal of Regional Planning*, Year 7, Serial Number 27, Fall 2017, pp. 35-46. [In Persian]

Jankovic, A., Jankovic, S., Durovic, S., & Rasovic, I. (2023). Globalization and Its Impact on Culture and Media. *AGORA Int'l J. Jurid. Sci.*, 17, 117. Doi:10.15837/aijjs.v17i1.5752

- Helkkula, A., Arnould, E., & Chen, A. (2023). Glocalization in service cultures: tensions in customers' service expectations and experiences. *Journal of Service Research*, 26(2), 233-250. Doi: 10.1177/10946705221094638
- Inglis, David (2020). Culture and Everyday Life. Translated by Janan Najafi and Ali Basari. Tehran: Andisheye Ehsan. **[In Persian]**
- Kellner, D., & Pierce, C. (2007). Media and globalization. *The Blackwell Companion to Globalization*, 383-395. Doi: 10.1002/9780470691939.ch19
- Kohzadi, Omran; Tazesh, Yousef; Bastaninia, Amir (2017). Evaluating the social participation of nomads; A case study of Boyer Ahmad nomads (Zilai region). *Quarterly Journal of Geography, Urban Development and Management Studies*, Volume 3, Number 2, Summer 2017, pp. 1-11. **[In Persian]**
- Lindeloef, Thomas R.; Taylor, Brian C. (2009). Qualitative Research Methods in Communication Sciences. (First Edition). Translated by: Abdollah Ghivian, Tehran: Hamshahri. **[In Persian]**
- McQuail, Dennis (2019). Audience Analysis. Translated by Mehdi Manzarghaem, 5th edition. Tehran: Media Studies and Research Center. **[In Persian]**
- Mehdizadeh, Seyed Mohammad (2020). Media Theories: Mainstream and Critical Perspectives. (First Edition). Tehran: Hamshahri. **[In Persian]**
- Mohaddes-Sadri, Nahid (1996). A study of the use of radio and television among the nomads of Fars. *Journal of Communication Research*, No. 8, Summer 1996, pp. 84-89. **[In Persian]**
- Mohammadi, Mehdi; Sepidnameh, Zeinab; Ebadollah Amoghin, Jafar (2016). Information needs of nomadic women in Kohgiluyeh County. *Quarterly Journal of Human Interaction and Information*, Volume 2, Issue 4, pp. 75-85 **[In Persian]**
- Preyer, G., & Krausse, R. M. (2023). Sociology of the Next Society: Multiple Modernities, Glocalization and Membership Order. Springer Nature.
- Results of the basic registration of the population of nomadic tribes in the country (1400). Tehran: Statistical Center of Iran. **[In Persian]**
- Ritzer, G. (2003). The globalization of nothing. *SAIS review*, 23(2), 189-200. Doi: 10.1353/sais.2003.0053
- Salahi Esfahani, Giti; Khojesteht Nasab, Hamid (2014). Generational changes in lifestyle in nomadic society. Case study: Qarabagh village, Saveh county. *Quarterly Journal of Geography*, Year 12, Issue 40, Spring 2014, pp. 161-185. Dor: 20.1001.1.24237418.1394.2.4.2.5 **[In Persian]**
- Siregar, I. (2022). Language response as a cultural element to globalization. *Lakhomi Journal Scientific Journal of Culture*, 3(1), 8-18. DOI: 10.33258/lakhomi.v3i1.619
- Stammler, F. M. (2009). Mobile phone revolution in the tundra? Technological change among Russian reindeer nomads. *Folklore: Electronic Journal of Folklore*, (41), 47-78. Doi: 10.7592/FEJF2009.41.stammler
- Story, John (2009). Cultural Studies on Popular Culture. Translated by Hossein Payandeh. Tehran: Agah. **[In Persian]**

Taghiloo, Ali Akbar; Mousavi, Mirnajaf (2015). Evaluation of development levels in various social-welfare, infrastructural and technological dimensions of the nomadic society of the provinces of Iran. Quarterly Journal of Geography and Environmental Studies, Year 4, Issue 14, Summer 2015, pp. 163-180. **[In Persian]**

Tapper, Richard (2005). Frontier Nomads of Iran: The Political and Social History of the Shahsevan. Translated by Hasan Asadi. Tehran: Akhtaran. **[In Persian]**

Stammler, F. M.(2009).Mobile phone revolution in the tundra? Technological change among Russian reindeer nomads.Folklore,41, 47-78.<https://doi.org/10.7592/FEJF2009.41.stammler>

Bekmurodovna, Y. D., & Bakhodirovich, E. D. (2023). Problems in the era of globalization and innovative solutions to them.Galaxy International Interdisciplinary Research Journal,11(4), 329-331.

Ytre-Arne, B. (2023).Media use in digital everyday life(p. 112). Emerald Publishing,



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

