

در این مقاله فرهنگ کار در کتاب‌های داستانی تألیف شده برای کودکان با استفاده از مقولات «مفهوم کار»، «معرفی کار یا انواع مشاغل»، «ارزش‌ها و رویه‌های کار»، «انواع نگرش‌ها نسبت به کار» و «چگونگی بیان محتوی» مورد ارزیابی و سنجش قرار گرفته است. جمعیت آماری در این مطالعه کلیه کتاب‌های داستانی تألیف شده برای کودکان ۷ تا ۱۲ سال در سال‌های ۱۳۸۵-۱۳۸۰ است و برای تحلیل و بررسی آنها از تکنیک تحلیل محتوا استفاده شده است. از میان مقولات یادشده بیشترین تأکید بر مقوله مفهوم کار است که بیش از ۵۰ درصد مقولات را به خود اختصاص می‌دهد. مقوله «ارزش‌ها و رویه‌های کار» با ۲۱/۲۷٪ و مقوله «معرفی کار یا انواع مشاغل» نیز با ۱۸/۹۵٪، «انواع نگرش‌ها نسبت به کار» با ۲/۰۲٪ و «چگونگی بیان محتوی» با ۱/۱۵٪ در مراتب بعد قرار دارند. همچنین ۶۶/۸٪ از کل واحدهای ثبت‌دربگیرنده ارجاعات غیرمستقیم نسبت به کار است. توزیع فراوانی واحدهای ثبت‌مربوط به مقوله «ارزش‌ها و رویه‌های کار» که مشخص‌ترین مقوله در سنجش فرهنگ کار است، نشان می‌دهد که بیشترین واحدهای ثبتی به ترتیب عبارت‌اند از ارزش‌های کاری (با ۱۳۷ واحد ثبت معادل ۴۶/۹۲٪)؛ توجه و تأکید بر اصول و قواعد کاری (با ۵۷ واحد ثبت معادل ۲۷/۰۱٪)؛ و اهمیت و ارزش قائل شدن برای کار (با ۱۷ واحد ثبت معادل ۸/۰۵٪).

■ واژگان کلیدی:

کار، فرهنگ کار، ارزش کار، قواعد و رویه‌های کار، ارزش‌ها و هنجارهای کار.

بازنمایی فرهنگ کار در کتاب‌های داستانی کودکان

علی انتظاری

استادیار دانشگاه علامه طباطبایی
ali@entezari.ir

مرضیه جدائیان

کارشناس ارشد جامعه‌شناسی
mjodaian@yahoo.com

مقدمه

فرهنگ کار یکی از موضوعات مهم در جامعه ایرانی است. اگرچه تاکنون تحقیقات قابل توجهی در این زمینه صورت نگرفته است لکن این گونه ادراک می‌شود که جامعه ما به شدت در این زمینه مسئله‌دار است. در فرایند جامعه‌پذیری، فرهنگ کار در عرصه‌های گوناگون از قبیل مدرسه، رسانه‌ها، مسجد و محله شکل می‌گیرد. یکی از این عرصه‌ها کتاب‌های داستانی کودکان است که بعضاً بسیار تأثیرگذار است.

فرهنگ کار به‌منزله نظامی از باورها، ارزش‌ها و نگرش‌های مربوط به کار، در یک فرایند وسیع اجتماعی از واژگان و مفاهیم فراوانی بهره می‌برد و تغذیه می‌کند. دانش اجتماعی، نیت فردی و اجتماعی، شیوه‌های گوناگون حکومت‌داری، تأثیرپذیری از کشورهای هم‌جوار و همسایگان مرزی، قومیت‌ها و زیرفرهنگ‌های^۱ موجود، جمعیت و نقش آن در ساختار فرهنگی جامعه و از این قبیل برخی از این مفاهیم‌اند. فرهنگ کار، امری انتزاعی و مجرد نیست و مانند سایر پدیده‌های فرهنگی با محیط پیرامون خود در ارتباط است و حاصل این تأثیر و تأثر، احترام و اعتقاد به کار و اشتیاق برای انجام کار، یا بی‌توجهی و دلسردی به کار و گرایش به عدم پذیرش مسئولیت و بی‌تفاوتی نسبت به نتیجه و حاصل کار است.

۲۰۶

پس می‌توان گفت که غنای فرهنگ کار می‌تواند گامی مؤثر در عرصه توسعه اقتصادی یک کشور باشد. در این راستا، پژوهش حاضر که درجه اول به حوزه جامعه‌شناسی توسعه فرهنگی مربوط می‌شود، در پی آن است که دریابد کودکان ما با چه فرهنگ کاری بار می‌آیند؟ با توجه به اینکه یکی از منابع اصلی انتقال ارزش‌ها، هنجارها و رفتارها به نسل‌های مختلف، آموزش است، لذا مسئله آموزش غیررسمی به‌ویژه از طریق ادبیات داستانی به کودکان اهمیت پیدا می‌کند. به همین منظور در گام دوم، این مطالعه در حوزه جامعه‌شناسی ادبیات قرار می‌گیرد و به دنبال شناخت و تحلیل ارزش‌ها و نگرش‌های معطوف به کار در کتب داستانی به شیوه‌های مستقیم و یا غیرمستقیم است و بررسی می‌کند که آیا توجه به فرهنگ کار جایگاهی در کتب داستانی (ادبیات کودکان) به‌عنوان یک رسانه جمعی یا یک کالای فرهنگی داشته‌است؟ و مهم‌تر اینکه آیا مجموعه ارزش‌ها و نگرش‌های بازنمایی شده، بر وجوه مثبت فرهنگ کار دلالت می‌کند یا خیر.

بیان مسئله

کار و کارکردن، از جمله مواردی است که قدمت آن به حیات آغازین بشر برمی‌گردد. ابعاد فرهنگ کار طی تکامل تمدن و فرهنگ گسترش یافته و تنوع و تکثر بیشتری یافته است. این امر در جوامع مختلف به اشکال گوناگونی نمود یافته و در طی نسل‌ها به افراد منتقل شده و می‌توان آن‌را در ارزش‌ها، باورها، هنجارها و نمادهایی که در هر یک از جوامع حول مفهوم

کار شکل گرفته است، مشاهده کرد. این مجموعه ارزش‌ها، باورها، هنجارها و نمادها، موجب شکل‌گیری نوعی فرهنگ کار شده که از جامعه‌ای به جامعه دیگر متفاوت است. فرهنگ کار در هر جامعه‌ای بر اساس تجربیات و شرایط تاریخی به‌خصوص، وضعیت ویژه‌ای یافته است که آن جامعه را از دیگر جوامع تفکیک می‌کند. ممکن است در جامعه‌ای بر کار یدی و در جامعه دیگر بر کار فکری تأکید شود؛ در جامعه‌ای کار صرفاً برای کسب درآمد و در جامعه دیگر صرف کار اهمیت داشته باشد. به‌همین ترتیب سایر عناصر کار از قبیل ارزش‌های کاری، نوع مشاغل، رابطه شغل با پایگاه اجتماعی، کار و زحمت در هر جامعه‌ای وضعیت و جایگاه ویژه‌ای داشته باشد. همچنین تأکید بر این نکته ضروری است که فرهنگ کار در یک جامعه وضعیت ثابتی ندارد و تحت تأثیر تحولات تغییر و دگرگون می‌شود.

جامعه ایران نیز که برخوردار از فرهنگ و سنتی دیرین است، واجد ارزش‌ها، باورها و هنجارهایی در مورد کار و کار کردن است که می‌توان به‌خوبی آنها را در متون، قصه‌ها، روایت‌های عامیانه و ضرب‌المثل‌ها مشاهده کرد. تحولات جامعه ایران در سده‌های اخیر و آشنایی با جهان مدرن، عناصر جدیدی را بر فرهنگ سنتی کار اضافه کرده است و موجب دگرگونی در نگرش افراد نسبت به مقوله کار و کار کردن شده است. در این میان، فرهنگ جدید کار که مرتبط با تحولات دنیای مدرن است در مواردی در تقابل با فرهنگ سنتی کار قرار گرفته و تنش‌هایی را پدید آورده است. در حالی که امروزه، در غرب، کار شدید و شرافت‌مندانه به‌عنوان یک قاعده اخلاقی و فرهنگی درونی‌شده پذیرفته شده است و در کشورهایمانند ژاپن، آمریکا، آلمان، انگلستان و دیگر کشورهای صنعتی درجات بالایی از فرهنگ کار حاکم است اما در ایران، بنا بر نظر اکثر کارشناسان اقتصادی و مسئولین، فرهنگ رایج کار بسیار ضعیف است (ن. ک. وزارت کار، ۱۳۷۵ و ۱۳۸۰)^۱ و باید فقدان فرهنگ کار مناسب در جامعه به‌عنوان یک نقص و معضل اقتصادی و اجتماعی تلقی شود و مورد مطالعه و تدقیق قرار گیرد (توسلی و نجار نهندی، ۱۳۸۷: ۷۸). ناگفته نماند که ایرانیان از فرهنگ کار بسیار قوی و کارآمدی برخوردار بوده‌اند و پیشرفت تمدن ایرانی نیز مرهون این فرهنگ کار است، لکن به‌نظر می‌رسد اختلافاتی در آن ایجاد شده که موجبات تضعیف نگرش به کار و ارزش‌های کاری را فراهم آورده است.

در این مطالعه بدون اینکه به علت‌یابی ضعف فرهنگ کار بپردازیم، تلاش می‌شود نقش یکی از عوامل اصلی جامعه‌پذیری در ترویج و تشویق ارزش‌ها و نگرش‌های مثبت به کار بررسی شود. رویکرد جامعه‌شناختی، فرهنگ را نتیجه جامعه‌پذیری می‌داند و بر این اساس اگر فرهنگ کار به سمت ارزش‌ها و نگرش‌های منفی جهت‌گیری شده است این امر نتیجه ضعف و اختلال در سازوکارهای اجتماعی کردن و جامعه‌پذیری است.

جامعه‌پذیری از طریق منابع مختلف نظیر خانواده، گروه همسالان، مدرسه و رسانه‌ها صورت می‌پذیرد. کتب داستانی یکی از منابع مهم اجتماعی کردن و فرهنگ‌پذیری در کودکان است.

۱. سخنان رئیس‌جمهور و مقالات همایش تکامل فرهنگ کار سال ۱۳۷۵ و همایش ملی کار سال ۱۳۸۰.

مقطع متوسطه چگونه بازنمایی شده است؟ آیا مجموعه ارزش‌ها و نگرش‌های بازنمایی شده بر وجوه مثبت فرهنگ کار دلالت می‌کنند؟ الگوهای فکری و رفتاری مرتبط با کار که در کتب درسی به دانش‌آموز منتقل می‌شوند کدام‌اند؟ تا چه حد فرهنگ کار در ابعاد منفی آن بازنمایی شده است؟ کم و کیف بازنمایی فرهنگ کار در قالب چه مقولاتی صورت گرفته است؟

نتایج تحلیل محتوای کتب درسی دوره متوسطه نشان می‌دهد که در مجموعه این کتاب‌ها نهایتاً ۴۴۲ واحد ثبت وجود دارد که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم دلالت بر مقوله‌های فرهنگ کار دارند. بر اساس نتایج به‌دست آمده بیشترین واحدهای ثبت (۱۷۸ مورد) مربوط به فرهنگ کار در کتب انگلیسی بوده که تقریباً ۴۰٪ از واحدها را شامل می‌شود. کتاب مطالعات اجتماعی و دین و زندگی به ترتیب ۸۳ و ۵۹ مورد یا ۱۹ و ۱۳٪ از این واحدهای ثبت را به خود اختصاص داده‌اند. در مقابل کتاب‌هایی مثل آمادگی دفاعی و علوم زیست و بهداشت هر یک با ۲ مورد یا ۰/۵٪ کمترین واحدها را شامل می‌شوند. نکته مهم در مورد کمیت ارائه مقولات فرهنگ کار این است که عمده واحدهای ثبت مرتبط با مقولات فرهنگ کار در کتب زبان‌های خارجی (انگلیسی و عربی) ارائه شده است. به‌طوری که این کتاب‌ها تقریباً ۵۰٪ از کل واحدهای ثبت را به خود اختصاص داده‌اند.

مبانی نظری تحقیق

در دیدگاه‌های نظری مختلف به فرهنگ کار از زوایای مختلف پرداخته شده است. در این زمینه می‌توان به دو رویکرد نسبتاً متمایز البته با صرف نظر کردن از مسائل جزئی اشاره کرد. این رویکردهای نظری در دو دسته کلی ۱. رویکردهای متأثر از عوامل درونی یعنی عوامل انگیزش‌شغلی مانند ارزش‌ها و نگرش‌های مذهبی، سطح ارضاء نیازها، روابط اجتماعی در محیط کار، ویژگی‌های محیط کار و نوع و ماهیت سازمان کار و نحوه مدیریت در محیط کار که در آثار نظریه‌پردازانی مانند وبر، سلسله مراتب نیازهای مازلو، نظریه‌های آلدوفر، نظریه نیازهای مک‌کله‌لند، تیلور و نیز آلتون مایو دیده می‌شود و ۲. رویکردهای متأثر از عوامل بیرونی و ساختاری نظیر رهیافت‌های مارکسی، پارسونزی و نیز کارکردگرایی.

بررسی رویکردهای دسته اول در زمینه انگیزش کار نشان می‌دهد که انسان‌ها دارای دو دسته نیاز هستند: نیازهای حیاتی یا هستی (مادی) و نیازهای (معنوی) که هر دو گروه نیازها از طریق کار می‌توانند ارضاء شوند و به این طریق بر کیفیت و کمیت کار اثر بگذارند و همچنین نظریه‌های مدیریتی کلاسیک (مانند نظریه تیلور) مدعی بودند که چنانچه کارگران به سطحی برسند که بتوانند با کارایی مطلوب کار کنند از نظر روحی برای آنها رضایت‌بخش خواهد بود. در نظریه‌های مدیریتی نئوکلاسیک مثل نظرات مایو و همکارانش، که با مکتب روابط انسانی شناخته می‌شود. افراد انسانی به‌عنوان انسان، نه به‌عنوان ماشین در فرایند تولید تلقی می‌گردند. نظریه روابط انسانی مبتنی بر این باور است که نگرش و رفتار فردی، متأثر از

معیارها و ارزش‌های گروهی است و این وسیله‌ای است که مدیریت می‌تواند آن را در جهت منافع خود به کار گیرد.

در مقابل، رویکردهای دسته دوم بر نقش عوامل ساختاری و اجتماعی تأکید دارند. مارکس عوامل ساختاری اقتصادی و روابط استثمارگرانه ناشی از روابط تولیدی را تعیین‌کننده فرهنگ کار می‌داند. از نظر مارکس فرهنگ کار نتیجه مناسبات اقتصادی است و در نظام سرمایه‌داری بر اساس استثمار طبقه کارگر به وجود آمده است. بنابر نظر مارکس مناسبات میان نیروهای تولید و شیوه تولید که ساختار اقتصادی را تشکیل می‌دهند زیربنای تلقی شده و فرهنگ و ایدئولوژی و دیگر موارد غیراقتصادی روینا هستند. البته در نگاه نئومارکسیست‌های انسانی نظیر گرامشی برخلاف نئومارکسیست‌های ساختاری مثل آلتوسر و پولانزاس، فرهنگ کار به معنی برای مدیریت اقتصادی تبدیل شده است. در واقع نظام سرمایه‌داری از طریق توسعه فرهنگ ویژه‌ای از کار بقاء خود را تضمین می‌کند.

در نظریه کارکردی نیز، یادگیری ارزش‌های فرهنگی در فرایندهای جامعه‌پذیری مورد توجه قرار می‌گیرد. دورکیم نظام تعلیم و تربیت را برای تربیت افرادی می‌داند که بتوانند نقش خود را در تقسیم کار اقتصادی جامعه آتی ایفا کنند (دورکیم، ۱۳۹۰). فلذا نوعی فرهنگ کار که متناسب با گروه‌های صنفی است باید در آنها درونی شود. دورکیم بر اخلاق حرفه‌ای تأکید می‌کند و فرهنگ کار را در چارچوب صنوف متفاوت متکثر می‌پندارد. در واقع در جامعه با انسجام مکانیکی فرهنگ کار امری رقیب دین است اما در جامعه با انسجام ارگانیکی مدرسه و نظام آموزش این نقش را ایفا می‌کند (دورکیم، ۱۳۸۱).

از منظر پارسونز هم، کار یکی از سه نهاد اصلی شکل‌گیری و تداوم نظام اقتصادی است؛ دو مورد دیگر قرارداد و مالکیت هستند. به نظر وی در سومین نوع، نهاد اقتصادی شامل مجموع بخش کار یا مشاغل است که اصطلاحاً آن را بازار کار می‌نامند. منظور از آن نقش‌هایی است که بی‌واسطه به تولید و توزیع کالاها مربوط می‌شوند، خواه این نقش‌ها در درون سازمان‌های دیوان‌سالاری ایفا شوند، خواه به صورت منفرد و جداگانه چون مشاغل آزاد و یا ماهیگیری که مالک قایق ماهیگیری‌اش است. بنابراین از منظر پارسونز، کار یکی از سه نهاد اصلی شکل‌گیری و تداوم نظام اقتصادی است که خصوصاً در عصر حاضر از سایر نهادهای اجتماعی تمایز بیشتری یافته و به طور مؤثر بر کل نظام اجتماعی و تغییر و تحولات آن تأثیرگذار است. اما کار از سوی دیگر از طریق مبادله و کنش متقابل میان خرده نظام‌های جامعه، تحت تأثیر نهادهای اجتماعی و نظام ارزش‌ها و هنجارهای جامعه نیز هست. اقتصاد، وجهی از رفتار کنشگران اجتماعی است که در کار تولید و توزیع کالاها و خدمات لازم برای بقای مادی و رفاه افراد و جامعه فعالیت می‌کنند. اما انگیزه کنشگران برای عهده‌گرفتن نقش‌های تولیدی و ایفای آنها به موجب هنجارها و الگوهایی است که فرهنگ تعیین کرده است (روشه، ۱۳۷۶: ۱۴۲).

طرح این مباحث نظری صرفاً از حیث مفهوم‌شناسی فرهنگ کار و نه ابعاد تبیینی آن

مورد توجه قرار گرفته است. زیرا مطالعه حاضر از نوع توصیفی بوده و هیچ‌گونه تحلیل علی و تبیینی در آن مدنظر نیست.

در سطح کلان، بازنمایی فرهنگ کار در کتب داستانی، با فرض پذیرش نقش کالاهای فرهنگی و رسانه‌های جمعی چون کتاب به‌عنوان یک عامل مهم جامعه‌پذیری در شکل دادن به فرهنگ کار طرح شده است. این فرض منطبق با فضایی نظریه کارکردگرایی در اجتماعی شدن افراد از طریق عواملی است که در نظام اجتماعی نقش ایفا می‌کنند. در نظریه کارکردگرایی یا در شکل تکامل یافته آن، نظریه نظام اجتماعی، این اصل اساسی وجود دارد که هر جامعه‌ای برای شکل دادن به نگرش‌ها و باورهای مشروع اجتماعی خود و انتقال این ارزش‌ها و یا تحمیل ارزش‌های موردنظر خود خرده‌نظام‌هایی را پدید می‌آورد که این وظیفه را انجام دهند (لانگتون، ۱۹۶۹: ۸۴).

وابستگی و تعامل فرهنگ و جامعه‌پذیری صرفاً در نظریه کارکردگرایی موردتوجه قرار نگرفته است، می‌توان به‌نحوی رویکرد مارکسیستی را هم در بررسی نقش عوامل جامعه‌پذیری در شکل دادن به الگوها و ارزش‌های فرهنگی مورد توجه قرار داد. دیدگاه مارکسیستی و همچنین دیدگاه کارکردگرایانه، جامعه‌پذیری را به‌عنوان ابزار و وسیله‌ای در نظر می‌گیرند که به کمک آن یک جامعه تلاش می‌کند خود را دائمی سازد. این دو رویکرد متضاد، البته نقشی مشابه برای جامعه‌پذیری در حفظ نظام اجتماعی قائل‌اند. گاهی آگاهانه و آشکارا و گاهی ناآگاهانه و پنهان، ایدئولوژی مسلط از طریق فرایند مستمر و مداوم جامعه‌پذیری، فرهنگ را تعیین می‌بخشد. در واقع، مفهوم «هژمونی» گرامشی و مفهوم دستگاه‌های ایدئولوژیک دولتی آلتوسر، شکل‌هایی از نظریه جامعه‌پذیری و اجتماعی شدن هستند که از طریق آنها ایدئولوژی حاکم سلطه‌یافته و فرهنگ جامعه را شکل می‌دهد (راش، ۱۳۷۷: ۱۰۳).

اما در رویکرد مارکسیستی پیامدهای جامعه‌پذیری به‌نحو متفاوتی نگرینده شده است. نظریه مارکسیستی فرایند جامعه‌پذیری را عملی سیاسی می‌داند که طی آن ارزش‌های طبقه مسلط به‌منظور توجیه نابرابری‌های اجتماعی، بر کل جامعه مسلط می‌شود. این ارزش‌ها به‌همان نحوی منتقل می‌شوند که نظریه نظام اجتماعی طرح می‌کند، یعنی از مجرای عوامل جامعه‌پذیری. از جمله نهادهایی که نظام سیاسی کنترل کاملی بر آنها دارد، نهادهایی از قبیل مدرسه، رسانه‌های جمعی، احزاب سیاسی و ... هستند. نظریه مارکسیستی بر خلاف نظریه نظام اجتماعی، مجموعه آگاهی‌ها و دانشی را که از طریق این عوامل تحمیل می‌شود، ایدئولوژی یا آگاهی کاذب می‌نامد. به همین جهت در نظریه مارکسیستی هنگامی که از فرهنگ کار صحبت می‌شود منظور ارزش‌ها و آگاهی‌های تحمیل شده کاذبی است که تلاش دارد ارزش‌های استثمارگرانه حاکم بر روابط کاری را توجیه کند. این ارزش‌ها نهایتاً به بیگانگی و نگرش منفی نسبت به کار می‌انجامد. فرهنگ کار هنگامی شکل حقیقی و ارزشمند می‌یابد که ابتدا روابط نابرابر ریشه‌کن شود.

چارچوب مفهومی

در اینجا بدون توجه به نتیجه‌ای که پارادایم‌های تضادی و توافقی از تجارب جامعه‌پذیری در اشکال مختلف آن می‌گیرند، به‌نحوه بازنمایی فرهنگ کار در تجربه اجتماعی شدن از طریق رسانه‌ها و کالای فرهنگی از مسیر کتب داستانی پرداخته می‌شود. در واقع، در هر جامعه‌ای «رسانه‌ها» از منابع مهم جامعه‌پذیری به‌شمار می‌روند و از طریق آنها ارزش‌های فرهنگی غالباً به شیوه مستقیم و آشکار اعمال می‌شود (ترنر، ۱۳۷۹: ۱۵). آموزش غیررسمی به‌طور مشخص از طریق کتب داستانی صورت می‌گیرد. کتب داستانی به کودکان می‌آموزد که نقش و جایگاه خود را در زندگی تشخیص داده و قواعد و هنجارهای اجتماعی را به شیوه‌ای انفعالی بپذیرند (گیدنز، ۱۳۷۳: ۴۵۶). در این راستا این پژوهش به دنبال شناخت و تحلیل ارزش‌ها و نگرش‌های معطوف به کار در کتب داستانی به شیوه‌های مستقیم و یا غیرمستقیم است و بررسی می‌کند که آیا توجه به فرهنگ کار جایگاهی در کتب داستانی به‌عنوان یک رسانه جمعی یا یک کالای فرهنگی داشته است؟ و مهم‌تر اینکه آیا مجموعه ارزش‌ها و نگرش‌های بازنمایی شده بر وجوه مثبت فرهنگ کار دلالت می‌کند یا خیر؟

همان‌طور که اشاره شد، فرهنگ کار ناظر بر ارزش‌ها و عقایدی است که افراد یک گروه یا جامعه درباره کار دارند. در این پژوهش نیز منظور همان ارزش‌ها، عقاید و باورهایی است که در کتب داستانی به شیوه‌های مختلف در مورد کار به‌عنوان فعالیتی ارزشمند و بااهمیت باز تولید می‌شوند.

فرهنگ کار در مطالعات و پژوهش‌های مختلف اگر چه با مفاهیمی دیگر چون اخلاق کار، وجدان کار و یا تعهد کار با ابعاد و مؤلفه‌های مختلفی مورد سنجش قرار گرفته است. معی‌دفر (۱۳۸۰) اخلاق کار را با مقوله‌های چهارگانه پتی^۱ یعنی دلبستگی و علاقه به کار، پشتکار و جدیت در کار، روابط سالم و انسانی در کار و روح جمعی و مشارکت عملیاتی کرده است. ساروخانی و طالبیان (۱۳۸۱) نیز مؤلفه‌هایی مانند احساس مثبت نسبت به سازمان و تعلق خاطر به آن (بعد عاطفی)، الزام اخلاقی به ماندن و کار کردن در سازمان (بعد هنجاری)، دلبستگی به سازمان و پرهیز از هزینه‌های متصوره ناشی از ترک آن (بعد مستمر) و تقید عملی کارکن به وظایف و فعالیت‌های شغلی (بعد رفتاری) را به‌عنوان شاخص وجدان کاری طرح می‌کنند. سبحانی‌نژاد و همایی (۱۳۸۴) نیز با هدف تحلیل میزان توجه محتوای کتاب‌های درسی دوره راهنمایی به ابعاد سه‌گانه نگرش فرهنگ کار (شناختی، عاطفی، رفتاری) پرداخته‌اند. این محققان با بررسی دیدگاه اندیشمندان مختلف در مورد فرهنگ کار، اخلاق کار و یا وجدان کار نهایتاً ۱۹ مؤلفه را برای فرهنگ کار استخراج می‌کنند. این مؤلفه‌ها شامل رعایت بهداشت و ایمنی حرفه‌ای، همدلی و همکاری گروهی، مشورت در انجام فعالیت‌ها، رعایت مسائل سازمانی، رعایت نظم در انجام کارها، وظیفه‌شناسی، مسئولیت‌پذیری، رعایت تقسیمات کاری،

تفکر منطقی در انجام امور، آموزش‌پذیری، سخت‌کوشی، صرفه‌جویی در مصرف مواد، تسلط شخصی، انعطاف‌پذیری، ارائه انتقادات سازنده، لذت‌بردن از کار، علاقه‌مندی و دل‌بستگی شغلی و بهره‌گیری مناسب از فناوری جدید هستند.

جوآنمردی (۱۳۸۸) نیز فرهنگ کار را با استفاده از ۵ مؤلفه ارزش‌فائل شدن برای کار؛ قواعد و اصول کاری؛ ارزش‌های کاری؛ معرفی مشاغل؛ و نگرش‌های منفی نسبت به کار مورد سنجش قرار داده است.

با توجه به پژوهش‌های فوق در این پژوهش تلاش شده است تا با استفاده از برخی مقولات پژوهش‌های پیشین و تأمل در برخی مبانی و مفاهیم نظری، فرهنگ کار با مقولات نسبتاً جدیدی تعریف عملیاتی شوند. در این مقولات ضمن توجه به در نظر گرفتن مؤلفه‌ها و شاخص‌های پژوهش‌های پیشین و با غلبه بر محدودیت‌ها و ضعف این پژوهش‌ها، فرهنگ کار با مقولات نسبتاً جامع‌تری مورد سنجش قرار می‌گیرد. مقولات طرح شده به شرح ذیل است:

۱. مفهوم کار: کار، از نظر لغوی، به معنی فعل و عمل و کردار است و هر آنچه را که از شخص صادر گردد و او را به خود مشغول دارد در بر می‌گیرد. کار در اینجا به فعالیتی اطلاق می‌شود که برای ایجاد تغییر در مواد خام و تبدیل آنها و یا ارائه خدمات صورت پذیرد، چه واجد درآمد باشد و چه نباشد لکن باید معادل آن در جای دیگر واجد درآمد باشد.

۲. معرفی کار یا انواع مشاغل: منظور از این مقوله، شناساندن و آموزش انواع کار یا شغل در داستان است (سلطان‌زاده، ۱۳۸۴: ۶۶).

۳. مفهوم ارزش‌ها و رویه‌های کار: ارزش‌ها در کار عبارت‌اند از ترجیحات کاری که برای مردم مهم تلقی می‌شوند. در واقع ارزش‌های کاری معطوف به آن دسته از ترجیحات مردم در مورد کار هستند و شامل میزان وقت، فکر و هزینه‌ای است که برای کار در ابعاد مختلف آن صرف می‌کنند. رویه‌های کاری نیز معطوف به سازوکارها و هنجارهایی هستند که برای انجام کار در جامعه نهادینه شده‌اند (جوآنمردی، ۱۳۸۸: ۷۳).

شاخص‌های موردنظر برای سنجش مقوله ارزش‌ها و رویه‌ها در کار به شرح زیرند:
الف) ارزش و اهمیت فائل شدن برای کار: «این شاخص، کار را به‌مثابه یک فعالیت ارزشمند، مقدس و ضروری معرفی می‌کند. هر واحد تحلیلی که کار را مهم و باارزش توصیف کند در این مقوله جای می‌گیرد» (جوآنمردی، ۱۳۸۸: ۷۳).

ب) قواعد و اصول کاری: «این مقوله بر نگرش‌ها، ارزش‌ها و عقایدی تأکید دارد که به معرفی قواعد و اصولی می‌پردازد که برای انجام هر نوع کاری ضروری هستند. این مقوله موضوعاتی را در برمی‌گیرد که شرط لازم برای انجام کار هستند و در صورت فقدان آنها اساساً کاری صورت نمی‌گیرد و یا کار انجام شده ناقص و حتی زیان‌بار خواهد بود» (جوآنمردی، ۱۳۸۸: ۷۴).

ج) ارزش‌های کاری یکی دیگر از شاخص‌های مربوط به مقوله ارزش‌ها و رویه‌های کاری است. منظور از این شاخص تأکید و توجه به ارزش‌هایی است که اعمال و به‌کارگیری آنها در هر کاری

به ارتقاء کیفیت کار می‌انجامد. به‌بیانی دیگر در صورت توجه و کاربرد این ارزش‌ها، نتیجه کار بسیار بهتر از زمانی خواهد بود که صرفاً اصول و قواعد کار رعایت شده است.

۴. انواع نگرش‌ها: در اینجا این پرسش مطرح است که مقولات موجود چه موضع‌نگرشی نسبت به کار دارند. آیا آنها نسبت به کار نگرش مثبت، خنثی و یا منفی دارند؟

۵. مضمون شناختی و عاطفی کار: از این نظر، هر یک از مضامین مربوط به کار را در دو سطح «شناختی» و «عاطفی» مشخص و بررسی کرده‌ایم.

الف) سطح شناختی کار: بعد شناختی مبین هر نوع نظر، شناخت و باور در مورد موضوع و همچنین اطلاعات، آگاهی‌ها، دانستنی‌ها و حقایق است. ب) سطح عاطفی بیان محتوا: بعد عاطفی، بیان احساسی و زیبایی‌شناسانه محتوا در مورد موضوع است.

روش تحقیق

مطالعه حاضر از نوع مطالعات اسنادی است. تحقیق در سطح توصیفی و با تکنیک تحلیل محتوا^۱، به بررسی بازنمایی فرهنگ کار در کتاب‌های داستانی کودکان ۷ تا ۱۲ سال که توسط نویسندگان ایرانی در سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۵ چاپ و منتشر شده است، می‌پردازد.

تکنیک گردآوری اطلاعات، تحلیل محتوای کمی

تحلیل محتوا یکی از تکنیک‌های مورد استفاده در مطالعات اسنادی است. تعاریف مختلفی از تحلیل محتوا آمده است که در اینجا به ذکر برخی از آنها می‌پردازیم. «تحلیل محتوا، به هر نوع فنی اطلاق می‌شود که در راه استنتاج منظم و عینی ویژگی‌های خاص یک متن به کار می‌آید». (هولستی به نقل از ساروخانی، ۱۳۷۲: ۲۸۰). از نظر دوورژه فکر بنیادی تحلیل محتوا عبارت است از قرار دادن اجزای یک متن (کلمه‌ها، جمله‌ها، پاراگراف‌ها و مانند آن، برحسب واحدهایی که انتخاب می‌کنیم) در تعدادی مقوله که از پیش تعیین شده‌اند (دوورژه، ۱۳۶۶: ۱۱۸). برلسون^۲ تحلیل محتوا را «تکنیکی پژوهشی برای توصیف عینی، منظم و کمی محتوای آشکار پیام» می‌داند. کریپندورف^۳ با پذیرش و در عین حال نقد تعریف برلسون، در کتابی با عنوان «تحلیل محتوا»، آن را «تکنیکی پژوهشی برای استنباط و تکرارپذیری معتبر از داده‌ها در مورد متن آنها» تعریف می‌کند. کریپندورف، شرط عینی و منظم بودن در تعریف برلسون را همان شرط تکرارپذیری در تعریف خود می‌داند. به نظر او تکرارپذیری یک فرایند، مستلزم آن است که قواعد حاکم بر آن صریح و روشن بوده و برای همه واحدهای تحلیل به‌طور یکسان قابل اعمال باشد. آشکار است که پاره‌ای از شروط تعریف برلسون مشمول تعریف کریپندورف نشده است. استدلال وی این است که برخی شروط در تعریف برلسون یا مبهم‌اند یا بس محدودکننده. مثلاً

1. Content Analysis

2. Berelson

3. Krippendorff

وی تکیه برلسون بر صفت «آشکار» را صرفاً تضمین‌کننده آن می‌داند که کدگذاری داده‌ها در تحلیل محتوا به‌طور ذهنی برای همه پایا و اثبات‌پذیر باشد. به‌نظر کریپندورف تعریف برلسون باعث شده است که بسیاری از دانش‌پژوهان تصور کنند که محتوای پنهان مشمول تحلیل نمی‌گردد. همچنین در مورد صفت «کمی» نیز کریپندورف آن را ناشی از غلبه این نگرش که پژوهش کمی پژوهش موفقیت‌آمیز و معتبر است، می‌داند (کریپندورف، ۱۳۸۳: ۲۶-۲۵). در این پژوهش با استناد به تعریف کریپندورف و جامعیت آن نسبت به تعریف برلسون، محتوای کمی، منظم، آشکار و همچنین پنهان متون مورد نظر، تحلیل می‌شوند. محتوای پنهان دلالت بر مقوله‌هایی دارد که به‌شکل غیرمستقیم به موضوع مورد بررسی می‌پردازد. در نتیجه بر طبق تعاریف فوق، در تحلیل محتوا پژوهشگر به شمارش عینی و منظم جزئیات یا قطعات موردنظر خود در متن می‌پردازد، تا توصیفی کمی از محتوای نمادین یک متن به‌دست دهد. متن به هر چیز نوشتاری، دیداری، یا گفتاری گفته می‌شود که به‌عنوان وسیله‌ای برای برقرار شدن ارتباط بین پدید آورنده و خواننده متن مورد استفاده قرار می‌گیرد و شامل کتاب‌ها، روزنامه‌ها و مجلات، آگهی‌ها، سخنرانی‌ها، مدارک دولتی و... می‌شود. در تحقیق حاضر متن مورد استفاده، متن کتاب‌های داستانی کودکان ۱۲-۷ سال است که توسط نویسندگان ایرانی در سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۵ چاپ و منتشر شده است.

تعریف مفاهیم

همان‌طور که اشاره شد فرهنگ کار، ناظر بر ارزش‌ها و عقایدی است که افراد یک گروه یا جامعه درباره کار دارند و یا چنانچه به اختصار فرهنگ را مجموعه ارزش‌ها، باورها و دانش‌های مشترک و پذیرفته شده یک گروه دانسته و کار را فعالیت‌های اقتصادی منجر به ارزش افزوده در نظر بگیریم. «فرهنگ کار» عبارت است از: «مجموعه ارزش‌ها، باورها و دانش‌های مشترک و پذیرفته‌شده یک گروه کاری در انجام فعالیت‌های معطوف به تولید و یا ایجاد ارزش افزوده» (جعفری و حبیبی، ۱۳۸۱: ۲۱).

در این پژوهش نیز منظور از فرهنگ کار همان ارزش‌ها، عقاید و باورهایی است که کتب داستانی تلاش دارند به شیوه‌های مختلف در مورد کار به‌عنوان فعالیتی ارزشمند و با اهمیت به بازتولید آنها بپردازند.

در زیر به تعریف مقوله‌های پنج‌گانه فرهنگ کار پرداخته شده است:

مفهوم کار

در مطالعه حاضر، این مقوله در سطح اسمی کدگذاری می‌شود و مجموعه موضوعات یا مضامینی را در برمی‌گیرد که هدف از اشاره به آنها صرفاً شناخت، احساس و رفتار نسبت به مشاغل و کارهای مختلف است. «البته بین کار و شغل تفاوت مشخصی وجود دارد. به این معنی که

«شغل» جنبه رسمی و تخصصی دارد و عمدتاً فعالیتی است که فرد در ازای آن نوعی پاداش مادی دریافت می‌کند، اما مفهوم کار مفهومی عام‌تر است که در آن توان فکری و جسمی به‌منظور برآوردن نیازهای مادی و معنوی به‌کار گرفته می‌شود. بخشی از این توان می‌تواند در شکل شغل تجسم یابد اما شغل فقط بخشی از کار است. کار می‌تواند دربرگیرنده فعالیت‌های غیر تخصصی و عمومی نیز باشد» (جوانمردی، ۱۳۸۸: ۷۳). در اینجا هدف ما هر دو مفهوم است. با توجه به واحد ثبت در تحقیق حاضر، در داستان‌های انتخاب شده، هر مضمونی که به‌نوعی به این‌گونه مفاهیم اشاره کرده باشد (به‌عنوان مثال خانه‌داری، کمک به والدین در امور خانه و بیرون از منزل و...) طبق این تعریف کار به حساب می‌آید و با کد «۱» مشخص و شمارش می‌شود.

معرفی کار یا انواع مشاغل

منظور از این مقوله، که در اینجا استثنائاً با واحد ثبت «کلمه» سنجیده می‌شود، شناساندن و آموزش انواع کار یا شغل در داستان است. از دو بعد می‌توان انواع کار یا شغل را (با کد «۲») مورد بررسی قرار داد:

بعد اول از نظر نوع فعالیت که به سه دسته: کشاورزی با کد (ک)، صنعت با کد (ص) و خدمات با کد (خ) تقسیم و مشخص می‌شود.

بعد دوم از نظر رده اجتماعی و تخصصی که به چهار دسته تقسیم می‌شود: ۱. مشاغل یدی ساده؛ ۲. مشاغل یدی تخصصی؛ ۳. مشاغل اداری سطح متوسط؛ ۴. مشاغل سطح بالا.

ارزش‌ها و رویه‌های کار

با توجه به مباحث پیش‌گفته در چهارچوب مفهومی، در کتب داستانی، اینکه تا چه اندازه کار و ابعاد مختلف آن به‌صورت جدی و مهم ارائه شده باشد به ارزش‌های کاری برمی‌گردد. رویه‌های کاری نیز معطوف به سازوکارها و هنجارهایی هستند که برای انجام کار در جامعه نهادینه شده‌اند. در این تحقیق، ارزش‌ها و رویه‌های کار که متناسب با بافت ملی و مذهبی ما در تاروپود جامعه وجود دارد، در داستان‌های کودکان، کدگذاری و استخراج می‌گردد.

ارزش‌ها و رویه‌های کار در تحقیق ما در هر داستان با کد «۳» مشخص و شمارش می‌شود. مؤلفه‌های موردنظر برای سنجش مقوله ارزش‌ها و رویه‌ها در کار و کد اختصاص یافته به آنها عبارت است از: ارزش و اهمیت‌قائل شدن برای کار (کد: ۱-۳)، «این شاخص، کار را به‌مثابه یک فعالیت ارزشمند، مقدس و ضروری معرفی می‌کند. هر واحد تحلیلی که کار را مهم و باارزش توصیف کند در این مقوله جای می‌گیرد» در شکل عبارات، جملات و یا مضامینی مانند «کار فعالیت مولد و سازنده است»، «ارزش انسان به کار کردن است»، «کار سرمایه‌جاودانی است»، «کار جوهر مرد است»، «بهترین تفریح کار است» و بیان شود.

قواعد و اصول کاری (کد: ۲-۳) با شاخص‌هایی نظیر آموزش مهارت‌ها و شناخت فناوری

اشیا و ابزارهای مختلف، نظم کاری، بهداشت و ایمنی حرفه‌ای، ارزش‌های کاری (کد: ۳-۳) با شاخص‌هایی نظیر علاقه و تمایل به کار، سخت‌کوشی و پرکاری، مشورت و همکاری، تأکید بر کار سالم و مولد، توکل به خدا در کارها، (در انتخاب این شاخص‌ها کار جوانمردی مورد توجه و استفاده قرار گرفته است.) (جوانمردی، ۱۳۸۸: ۷۴-۷۳)

انواع نگرش‌ها

نگرش‌ها به کار در سه دسته نگرش‌های مثبت، منفی و خنثی تقسیم شده‌اند. هر نوع گزاره، جمله و به عبارتی هر واحد مشاهده‌ای که القاء‌کننده نوعی نگرش مثبت به کار است و آن را مورد تقدیر و تمجید قرار می‌دهد و به‌طور کلی برخوردار از وجدان کار بالا، باارزش‌ترین جزء تشکیل‌دهنده فرهنگ کار است و نقطه آغاز کار بهتر و رسیدن به بهره‌وری و کارایی مطلوب است. واحدهای تحلیل مثبت درباره کار مانند «بنیان جهان بر کار است»، «کسب روزی با کار و تلاش» و... به این نوع عبارات کد «+۴» داده شده است.

هر نوع گزاره، جمله و به عبارتی هر واحد مشاهده‌ای که القاء‌کننده نوعی نگرش منفی نسبت به کار است و آن را مورد نکوهش قرار می‌دهد و یا بی‌فایده می‌داند و به‌طور کلی مانع بهره‌وری و کارایی مطلوب باشد. واحدهای تحلیل منفی درباره کار مانند «کار برای تراکتور است»، «خستگی از کار»، «بدون کار و تلاش به پول رسیدن» و... که به این عبارات کد «-۴» داده شده است. هر نوع گزاره، جمله و یا مفهومی که در هیچ یک از دو نوع فوق نگنجد و هیچ نوع جهت‌گیری منفی یا مثبت در مورد کار در آن به چشم نخورد. نگرش خنثی به کار را می‌رساند. واحدهای تحلیل خنثی درباره کار مانند «کجا کار می‌کنی؟»، «چگونه به سر کار می‌روی؟» و... که به این نوع عبارات کد «۰۴» داده شده است.

لازم به توضیح است که هر مقوله به‌طور جداگانه از این نظر بررسی نمی‌شود بلکه در انتهای هر داستان مشخص می‌کنیم که این داستان واجد کدام یک از نگرش‌های مثبت یا منفی یا خنثی نسبت به کار بوده است. البته ممکن است یک داستان هر سه نگرش را القا کند.

سطح دوم تحلیل

پاسخ به برخی سوالات تحقیق نیازمند بررسی مقوله‌های مربوط به فرهنگ کار به لحاظ چگونگی بیان محتوا است. به این منظور، هر یک از مضامین مربوط به کار در داستان‌ها را در یکی از دو سطح «شناختی» و «عاطفی» رده‌بندی کرده‌ایم. در زیر به توضیح درباره هر یک می‌پردازیم:

الف) سطح شناختی کار: بعد شناختی مبین هر نوع نظر، شناخت و باور در مورد موضوع و همچنین اطلاعات، آگاهی‌ها، دانستنی‌ها و حقایق است. البته منظور ما نحوه انجام کار از نقطه نظر فنی، بایدها و نبایدهای فنی مربوط به انجام کار است. این سطح را با کد «۵-۱» مشخص کرده‌ایم.

ب) سطح عاطفی بیان محتوا: بعد عاطفی، بیان احساسی و زیبایی‌شناسانه محتوا در مورد

موضوع است. آن بخش از محتوا که ناظر به علاقه، دوست داشتن و دوست نداشتن، انگیزش و برانگیختن احساسات مخاطب است حاوی ملاحظات بعد عاطفی نگرش تلقی می‌شود. مثلاً جملات مربوط به مفهوم کار که از زبان پیامبران یا بزرگان دینی نقل می‌شود و یا جملاتی که از قول شخصیت‌های برجسته اجتماعی ذکر می‌شود و یا بیانات استعاری و شعرگونه... در این سطح قرار می‌گیرند. این سطح را با کد «۵-۲» مشخص کرده‌ایم.

البته هر واحد مشاهده‌ای در عین حال ممکن است که دربرگیرنده هر دو سطح باشد.

ارجاعات مستقیم یا غیرمستقیم

مضامین مربوط به کار از نظر ارجاع مستقیم و یا غیرمستقیم کدگذاری شده است. کلیه واحدهای ثبت که براساس مقولات مشخص شده فرهنگ کار استخراج می‌شوند از نظر نوع دلالت مستقیم یا غیرمستقیم نیز مورد تحلیل قرار می‌گیرند. دلالت مستقیم، بیانگر اشاره مشخص و آشکار و دلالت غیرمستقیم بیانگر برداشت‌های تفسیری و محتوای غیرآشکار است (جوانمردی، ۱۳۸۸: ۷۴). مضامینی که به‌طور مستقیم به آنها اشاره شده است با کد «م» و مضامین غیرمستقیم با کد «غ» علامت‌گذاری شده است.

جمعیت آماری

جمعیت آماری این پژوهش کلیه کتاب‌های تألیف شده داستانی کودکان گروه سنی ۷ تا ۱۲ سال است که در سال‌های ۱۳۸۵-۱۳۸۰ در ایران منتشر شده است. دلیل انتخاب این دوره زمانی (۱۳۸۵-۱۳۸۰) این است که با توجه به بررسی‌های به‌عمل آمده مشخص گردید که اطلاعات مربوط به این دوره به شکل مستند و دقیق‌تری وجود دارد.

بر اساس آخرین آمار خانه کتاب، ۴۳۵۰ عنوان کتاب داستانی کودک و نوجوان تألیف شده در سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۵ به چاپ رسیده است (خانه کتاب، ۱۳۸۸). این مجموعه ۴۳۵۰ کتاب، به‌عنوان جمعیت مورد بررسی این پژوهش در نظر گرفته شده است.

لازم به توضیح است که بین کتاب‌های گروه سنی کودک و کتاب‌های گروه سنی نوجوان در آمار موجود، که دقیق‌ترین آمار از کتاب‌های منتشر شده برای این دو مقطع سنی است، تفکیکی وجود ندارد.

روش نمونه‌گیری در این تحقیق طبقه‌ای - هدفمند بوده است. روش نمونه‌گیری طبقه‌ای بر اساس تقسیم نمونه به طبقات صورت می‌گیرد و متناسب با حجم جمعیت در آن طبقه نمونه انتخاب می‌شود (میلر، ۱۳۸۰: ۷۶). در این تحقیق، طبقات گروه‌های نوبت چاپ بوده است نمونه‌گیری هدفمند شکلی از نمونه‌گیری غیراحتمالی است که به‌گونه‌ای اهداف تحقیق را بهتر برمی‌آورد و علائق پژوهشگران را تأمین می‌کند (دوس، ۱۳۷۶: ۹۶). در واقع این‌گونه به نظر رسید که صرف انتشار کتاب در یکی از طبقات نمی‌تواند حائز اهمیت باشد بلکه تیراژ کتاب

شاخص بسیار مهمی برای مطرح بودن کتاب در گروه سنی مورد نظر است. به همین دلیل بر اساس قضاوت محققان در هر خوشه بالاترین تیراژها انتخاب شدند. به عبارت دیگر کتاب‌هایی که بیشترین تیراژ را داشته‌اند بیشتر از سایر کتاب‌ها معرف کتاب‌های داستانی کودکان هستند. در عین حال این واقعیت که کتبی که نوبت چاپ‌های مختلف را تجربه می‌کنند نیز به همه کتاب‌های جدید و قدیمی امکان حضور در نمونه مورد بررسی را داده است. بنابراین در تحقیق حاضر بر اساس نیات محققین حول محور سؤالات تحقیق و ارائه کیفیت بهتر تحلیل محتوای کتب با توجه به امکانات و محدودیت‌های تحقیق تصمیم گرفته شد ۱۰۰ داستان مورد تحلیل قرار گیرد، با توجه به اینکه کتب انتخاب شده به صورت مجموعه داستان بودند، این تعداد داستان از بین ۳۳ کتاب انتخاب شدند.

در مواردی که تعدادی از کتاب‌ها نوبت چاپ و تیراژ برابر داشتند فهرست آنها را مرتب کرده و با مراجعه به جدول اعداد تصادفی از میان آنها کتاب مورد نظر به عنوان نمونه مورد مطالعه برگزیده شده است.

معرفی کتب تحلیل شده

در این تحقیق، ۳۳ کتاب داستان مشتمل بر ۱۰۱ داستان مجزا، مورد تحلیل قرار گرفته است. جدول زیر گروه‌بندی صورت گرفته بر اساس نوبت چاپ کتب فوق را نمایش می‌دهد.

جدول ۱: گروه‌بندی کتب مورد تحلیل

گروه	نوبت چاپ	تعداد داستان‌های مورد تحلیل	تعداد کتاب‌های مورد تحلیل در گروه	شماره تحلیل
اول	۱۰ به بالا	۲۰	۸ کتاب	۸۰ تا ۱۰۰
دوم	۶-۹	۲۱	۳ کتاب	۱۰ تا ۳۰
سوم	۴ و ۵	۲۰	۱۰ کتاب	۳۱ تا ۵۰
چهارم	۲ و ۳	۲۰	۷ کتاب	۵۱ تا ۷۰
پنجم	۱	۲۰	۵ کتاب	۱ تا ۹، ۷۱ تا ۸۰ و ۱۰۱
جمع		۱۰۱	۳۳	-----

(توضیح: در گروه دوم استثنائاً ۳ کتاب شامل ۲۱ داستان بوده است)

یافته‌های تحقیق

توزیع فراوانی واحدهای ثبت‌شده برحسب هر یک از ۳۳ کتاب مورد تحلیل نشان می‌دهد: - به‌طور کلی بیشترین واحدهای ثبت‌شده متعلق به کتاب خواستن توانستن (۱۱۹ واحد معادل ۱۲ درصد) است؛ و متعاقب آن کتاب بوی دست‌های پدر (۷۸ واحد معادل ۷/۸۶ درصد)؛

قصه‌های برگزیده از گلستان و ملستان (۷۳ واحد معادل ۷/۳۶ درصد) و قصه‌های برگزیده از مثنوی مولوی (۶۷ واحد معادل ۶/۷۵ درصد) حائز رتبه‌های بعدی هستند.

- توزیع فراوانی واحدهای ثبت برحسب هر یک از ۱۰۱ داستان از ۳۳ کتاب نشانگر این است که بیشترین واحدهای ثبت در داستان‌های چهاردهم از کتاب قصه‌های برگزیده از گلستان و ملستان (۵۱ واحد معادل ۵/۱۴ درصد)؛ داستان دوم کتاب خواستن توانستن است (۴۳ واحد معادل ۴/۳۳ درصد)؛ و داستان سوم کتاب قصه‌های برگزیده از شیخ عطار (۳۴ واحد معادل ۳/۴۳ درصد) است.

- توزیع فراوانی واحدهای ثبت برحسب هر یک از ۵ گروه چاپ (گروه‌بندی بر اساس نوبت چاپ) کتاب بیانگر این است که بیشترین واحدهای ثبت در گروه اول (با ۳۴۴ واحد ثبت معادل ۳۴/۶۸ درصد) و گروه پنجم (با ۲۳۵ واحد ثبت معادل ۲۳/۶۹ درصد) است. نکته جالب توجه از اعداد و درصدهای ذکر شده در بالا، این است که داستان‌های ادبیات کهن ایرانی، به نسبت داستان‌های جدیدتر، بیشتر به مقوله‌های موردنظر تحقیق پرداخته‌اند. پس می‌توان تجدید چاپ آنها را در نوبت‌های بالا امری مثبت دانست. این گونه کتاب‌ها می‌توانند الگویی مناسب برای نویسندگان امروزی کتاب‌های کودک باشند.

۲۲۰

- توزیع فراوانی واحدهای ثبت برحسب هر یک از ۵ مقوله فرهنگ کار در تحقیق حاضر به ترتیب در مقوله مفهوم کار (با ۵۵۸ واحد ثبت معادل ۵۶/۲۵ درصد)؛ مقوله ارزش‌ها و رویه‌های کار (با ۲۱۱ واحد ثبت معادل ۲۱/۲۷ درصد)؛ مقوله معرفی کار یا انواع مشاغل (با ۱۸۸ واحد ثبت معادل ۱۸/۹۵ درصد)؛ مقوله انواع نگرش‌ها (با ۲۰ واحد ثبت معادل ۲/۰۲ درصد)؛ و مقوله چگونگی بیان محتوا (با ۱۵ واحد ثبت معادل ۱/۵۱ درصد) است. همچنین، بیشترین واحدهای ثبتی در خصوص مقوله‌های فرهنگ کار متعلق به گروه اول و کمترین واحد متعلق به گروه دوم است. از جمله نتایج دیگر اینکه، در گروه اول، بیشترین واحد ثبتی متعلق به مقوله مفهوم کار و کمترین واحد ثبتی متعلق به مقوله انواع نگرش‌ها است. در گروه دوم و سوم، بیشترین واحد ثبتی متعلق به مقوله مفهوم کار و کمترین واحد ثبتی متعلق به مقوله چگونگی بیان محتوا است. در گروه چهارم و پنجم، بیشترین واحد ثبتی متعلق به مقوله مفهوم کار و کمترین واحد ثبتی متعلق به مقوله‌های انواع نگرش‌ها و چگونگی بیان محتوا است.

میانگین واحدهای ثبت بر حسب مقوله‌های فرهنگ کار «۱۹۸/۴» بوده، که نشان می‌دهد از پنج مقوله فرهنگ کار، تعداد واحدهای ثبت مقوله اول (مفهوم کار) و مقوله سوم (ارزش‌ها و رویه‌های کار) بالاتر از میانگین هستند و سه مقوله دیگر (معرفی کار یا انواع مشاغل، انواع نگرش‌ها، چگونگی بیان محتوا) تعداد واحدهای ثبت‌شان کمتر از میانگین است.

- نما (نقطه تمرکز بیشترین فراوانی) متعلق به مقوله اول یعنی با «۵۵۸» فراوانی است.
- نتایج حاصل از تحلیل محتوای کتب داستانی حاکی از آن است که از مجموع ۵۵۸ واحد ثبتی اختصاص داده شده به مقوله مفهوم کار، ۴۱۰ واحد ثبتی معادل ۷۳/۵ درصد ارجاع

غیرمستقیم و مابقی ۱۴۸ واحد ثبتي معادل ۲۶/۵ درصد ارجاع مستقیم به مفهوم کار داشته‌اند. همچنین، بیشترین واحدهای ثبتي در خصوص مفهوم کار متعلق به گروه اول و کمترین واحد متعلق به گروه دوم است. از نتایج دیگر اینکه، در گروه اول، از ۱۸۷ واحد ثبتي مربوط به مقوله مفهوم کار، ۱۲۸ واحد ارجاع غیرمستقیم و ۵۹ واحد ارجاع مستقیم بوده است. ضمناً در تمامی گروه‌ها همانند گروه اول بیشتر ارجاعات به مفهوم کار به صورت غیرمستقیم بوده است. همچنین، بیشترین واحدهای ثبتي در خصوص مقوله‌های معرفي کار یا انواع مشاغل متعلق به گروه اول و کمترین واحد متعلق به گروه سوم هستند. از نتایج دیگر اینکه، در تمامی گروه‌ها بیشترین واحد ثبتي مربوط به بخش خدمات بوده که تعداد واحد ثبتي در گروه اول ۶۰ واحد، گروه دوم ۱۲ واحد، گروه سوم ۷ واحد، گروه چهارم ۱۶ واحد و نهایتاً گروه پنجم ۴۷ واحد بوده است.

- توزیع فراوانی واحدهای ثبتي مربوط به مقوله «معرفي کار یا انواع مشاغل» نشان می‌دهد بیشترین واحدهای ثبتي متعلق به مشاغل بخش خدمات (با ۱۴۲ واحد ثبتي معادل ۷۵/۵۴ درصد)؛ پس از آن، مربوط به مشاغل بخش کشاورزی (با ۳۷ واحد ثبتي معادل ۱۹/۶۸ درصد)؛ و در نهایت، مشاغل مربوط به بخش صنعت (با ۹ واحد ثبتي معادل ۴/۷۸ درصد) است. همچنین، بیشترین واحدهای ثبتي در خصوص مشاغل بخش کشاورزی متعلق به گروه چهارم و کمترین واحد متعلق به گروه پنجم است. از نتایج دیگر اینکه، بیشترین واحد ثبتي در گروه اول، متعلق به مشاغل کارگر متخصص بخش کشاورزی (۸ واحد)، در گروه دوم و سوم مشاغل کارگر ساده بخش کشاورزی (۳ واحد)، در گروه چهارم مشاغل کارگر ساده بخش کشاورزی (۱۱ واحد)، در گروه پنجم متعلق به مشاغل کارگر متخصص بخش کشاورزی (۱ واحد) بوده است.

- توزیع فراوانی واحدهای ثبتي مربوط به مقوله ارزش‌ها و رویه‌های کار بیانگر این است که بیشترین واحدهای ثبتي به ترتیب عبارت‌اند از ارزش‌های کاری (با ۱۳۷ واحد ثبتي معادل ۴۶/۹۲ درصد)؛ توجه و تأکید بر اصول و قواعد کاری (با ۵۷ واحد ثبتي معادل ۲۷/۰۱ درصد)؛ و اهمیت و ارزش قائل شدن برای کار (با ۱۷ واحد ثبتي معادل ۸/۰۵ درصد). همچنین، نتایج جداول نشان می‌دهد بیشترین واحدهای ثبتي برحسب مقوله‌های ارزش‌ها و رویه‌های کار مربوط به گروه اول (۶۹ واحد) و کمترین واحد متعلق به گروه دوم (۲۱ واحد) است. همچنین، در تمامی گروه‌ها، مقوله ارزش‌های کاری بیشترین واحد ثبتي را دارا هستند. در عین حال، در تمامی گروه‌ها، مقوله اهمیت و ارزش قائل شدن برای کار کمترین واحد ثبتي را به خود اختصاص داده است.

- نتایج کدگذاری‌ها نشان می‌دهد از ۱۷ واحد ثبتي برای شاخص اهمیت و ارزش قائل شدن برای کار، ۱۴ واحد ثبتي معادل ۸۲/۴ ارجاع غیرمستقیم و ۳ واحد معادل ۱۷/۶ درصد ارجاع مستقیم بوده است. همچنین، بیشترین واحدهای ثبتي در خصوص مقوله‌های ارزش‌ها و رویه‌های کار مربوط به گروه اول (۷ واحد) و گروه پنجم (۷ واحد) تعلق دارد. واحدهای ثبتي مقوله‌ها در تمامی گروه‌ها، در حد کم است و عمدتاً به غیر از گروه پنجم ارجاع آن به‌طور

غیرمستقیم بوده است.

- توزیع فراوانی واحدهای ثبت مربوط به اصول و قواعد کاری به ترتیب بیشترین واحدهای ثبتی عبارت از نظم کاری (با ۲۶ واحد ثبت معادل ۴۵/۶۱ درصد)؛ بهداشت و ایمنی حرفه‌ای (با ۱۶ واحد ثبت معادل ۲۸/۰۷ درصد)؛ و استفاده از آموزش و فناوری اشیا و ابزارهای مختلف برای بهبود و توسعه کار (با ۱۵ واحد ثبت معادل ۲۶/۳۱ درصد) است. همچنین، بیشترین واحدهای ثبتی در خصوص شاخص‌های اصول و قواعد کاری مربوط به گروه پنجم کتاب‌ها (۱۹ واحد) و کمترین واحد متعلق به گروه دوم کتاب‌ها (۴ واحد) است. از نتایج دیگر اینکه، در تمامی گروه‌ها غیر از گروه اول بیشترین واحد ثبتی متعلق به شاخص درجه دوم نظم کاری است. - بیشترین واحدهای ثبتی مربوط به مقوله ارزش‌های کاری به ترتیب شامل مشورت و همکاری (با ۷۰ واحد ثبت معادل ۵۱/۰۹ درصد)؛ تأکید بر کار سالم و مولد (با ۲۴ واحد ثبت معادل ۱۷/۵۱ درصد)؛ سخت‌کوشی و پرکاری (با ۲۱ واحد ثبت معادل ۱۵/۳۲ درصد)؛ علاقه و تمایل به کار (با ۱۶ واحد ثبت معادل ۱۱/۶۷ درصد)؛ و توکل به خدا در کارها (با ۶ واحد ثبت معادل ۴/۳۷ درصد) است. همچنین، نتایج جداول زیر نشان می‌دهد بیشترین واحدهای ثبتی در خصوص مقوله‌های ارزش‌ها و رویه‌های کار مربوط به گروه پنجم (۴۹ واحد) و کمترین واحد متعلق به گروه دوم (۱۵ واحد) است. مضاف بر این، در تمامی گروه‌ها بیشترین واحد ثبتی متعلق به مقوله مشورت و همکاری است.

۲۲۲

- توزیع فراوانی واحدهای ثبت مربوط به مقوله انواع نگرش‌ها نشان می‌دهد بیشترین واحدهای ثبتی به نگرش مثبت (با ۱۵ واحد ثبت معادل ۷۵ درصد) و پس از آن به نگرش منفی (با ۵ واحد ثبت معادل ۲۵ درصد) اختصاص دارد. همچنین، بیشترین واحدهای ثبتی در خصوص مقوله‌های انواع نگرش‌ها، مربوط به نگرش‌های مثبت به فرهنگ کار است به طوری که، نگرش مثبت در گروه اول ۲ واحد، نگرش مثبت در گروه دوم ۲ واحد، نگرش مثبت در گروه سوم ۲ واحد، نگرش مثبت در گروه چهارم ۴ واحد، نگرش مثبت در گروه پنجم ۵ واحد است. - توزیع فراوانی واحدهای ثبت مربوط به مقوله چگونگی بیان محتوای مقولات فرهنگ کار نشان می‌دهد بیشترین واحدهای ثبتی به سطح ارائه شناختی (با ۸ واحد ثبت معادل ۵۳/۴ درصد) و پس از آن به سطح ارائه عاطفی (با ۷ واحد ثبت معادل ۴۶/۶ درصد) اختصاص دارد. توزیع فراوانی در گروه‌ها برای هر کدام از سطوح ارائه شناختی و عاطفی به شرح زیر است: در گروه اول ۱ و ۴، گروه چهارم ۴ و ۱، گروه پنجم ۳ و ۲ بوده و در گروه‌های دوم و سوم فراوانی مشاهده نشد.

- ضمناً بیشترین واحدهای ثبتی از نوع دلالت غیرمستقیم (با ۶۶۳ واحد ثبت معادل ۶۶/۸ درصد) و بقیه آن (۳۲۹ واحد ثبت معادل ۳۳/۲ درصد) به دلالت مستقیم اختصاص دارد. همچنین، بیشترین واحدهای ثبتی در خصوص نوع دلالت مقوله‌های فرهنگ کار، مربوط به گروه اول (۳۴۴ واحد) و کمترین آن مربوط به گروه دوم (۱۱۹ واحد) است. از نتایج دیگر

اینکه، در تمامی گروه‌ها، دلالت غیرمستقیم بیشترین واحد ثبت را به خود اختصاص داده‌اند. اعداد و ارقامی که برحسب یافته‌های تحقیق به دست آمده است، نشان‌دهنده میزان پرداختن کتاب‌های داستانی تألیفی کودکان ۷-۱۲ سال در سال‌های ۱۳۸۵-۱۳۸۰ به فرهنگ کار است.

نتیجه‌گیری

می‌توان گفت که غنای فرهنگ کار می‌تواند گامی مؤثر در عرصه توسعه اقتصادی یک کشور باشد. در این راستا، پژوهش حاضر که در درجه اول به حوزه جامعه‌شناسی توسعه فرهنگی مربوط می‌شود، در پی آن بود که دریابد سازوکارهای رایج در یکی از منابع مهم جامعه‌پذیری در بساختن فرهنگ کار چیست؟ با توجه به اینکه یکی از منابع اصلی انتقال ارزش‌ها، هنجارها و رفتارها به نسل‌های مختلف، آموزش است، لذا مسئله آموزش غیررسمی به‌ویژه از طریق ادبیات داستانی به کودکان اهمیت پیدا می‌کند.

فرایند جامعه‌پذیری و رخدادهایی که فرزندانمان در جریان رشد تجربه می‌کنند نقش مهمی در تلقی‌ای که آنها نسبت به کار دارند، ایفا می‌کند. این پژوهش با رویکردی جامعه‌شناختی درصدد بوده است تا اختلالات موجود در فرهنگ کار جامعه را از طریق یکی از مهم‌ترین رسانه‌های آموزشی یعنی کتب داستانی ردیابی کند.

در سطح کلان، بازنمایی فرهنگ کار در کتب داستانی، با فرض پذیرش نقش کالاهای فرهنگی و رسانه‌هایی چون کتاب به‌عنوان یک عامل مهم جامعه‌پذیری در شکل دادن به فرهنگ کار طرح شده است و این فرض منطبق با قضایای نظریه کارکردگرایی در اجتماعی شدن افراد از طریق عواملی است که در نظام اجتماعی نقش ایفا می‌کنند. از منظر جامعه‌شناسی ادبیات، کتاب‌های داستانی در نقش کالای فرهنگی و رسانه مکتوب، عامل مهمی در شکل دادن به فرهنگ کار در کودکان که نیروهای کاری آینده را می‌سازند، هستند. ضعفی که از این نظر در کتب داستانی مشاهده می‌شود این است که بیش از نیمی از واحدهای ثبت مقوله‌های تحقیق صرفاً اشاره‌ای به مفهوم کار داشته‌اند و تنها حدود ۲۰٪ از واحدهای ثبت مربوط به مقوله سوم تحقیق (ارزش‌ها و رویه‌های کار) بودند در حالی که این مقوله به‌گونه‌ای، ناظر بر ارزش‌ها و عقایدی است که افراد یک گروه یا جامعه درباره کار دارند.

یکی از مسیرهای مطمئن آموزش غیررسمی، کتب داستانی کودکان است. کتب داستانی به کودکان می‌آموزد که نقش و جایگاه خود را در زندگی تشخیص داده و قواعد و هنجارهای اجتماعی را به شیوه‌ای انفعالی بپذیرند (گیدنز، ۱۳۷۳: ۴۵۶). در اینجا نقش خطیر کتاب‌های داستانی و پژوهش‌هایی از این نوع برجسته می‌شود، به‌خصوص جهت آگاهی‌دادن، برای آنهایی که در حیطه داستان‌نویسی برای کودکان فعالیت دارند، می‌توانند با گنجاندن مفاهیم و قواعد ضروری در جهت رشد و پیشرفت نیروهای کاری آینده گامی مؤثر بردارند.

با توجه به بحث نظریه‌های روان‌شناسی و سلسله مراتب نیازها که در مباحث نظری مربوط

به کار آمده است، در بررسی اخلاق و فرهنگ کار، این عناصر متعلق به دوره‌های پیچیده‌تر حیات انسانی است و باید توجه کرد که نیازهای ابتدایی و اولیه فیزیولوژیک و حفظ ذات اولین انگیزه‌های کار را شکل می‌دهند. اما اکنون انگیزه‌های بسیار متنوعی برای کار در جوامع مختلف دارای تقسیم کار پیشرفته و پیچیده وجود دارد که موجب گردیده فرهنگ و اخلاق کار در این مرحله شکوفا شود. با وجود اینکه اساساً جامعه ما دوره‌های فرهنگی و اجتماعی پیچیده‌ای را پشت سر گذاشته است و به عبارتی نیازهای اولیه و اساسی بقای ذات انسان تأمین شده است، در تحقیق حاضر نتیجه بررسی کتاب‌ها نشان داد بیشترین واحد ثبت به مقوله مفهوم کار بدون اشاره به ارزش‌ها و باورهای پیرامون کار آمده که بیانگر این مطلب است که هنوز به کار به‌عنوان وسیله‌ای برای برطرف کردن نیازهای اولیه نگاه می‌شود و به ابعاد فرهنگی آن یعنی ارزش‌ها و باورهای پذیرفته‌شده گروه‌های کاری در انجام فعالیت‌های معطوف به کار در کتب داستانی توجه چندانی نشده است. در واقع مسئله‌ای که از این باب در جامعه ایرانی مشاهده می‌شود توجه ابزاری به کار است. بارها شاهد بوده‌ایم که برخی از مردم به راحتی کسب و کار خود را تغییر می‌دهند. فردی که تا دیروز در مغازه خود لوازم الکترونیکی عرضه می‌کرده است به راحتی به‌خاطر درآمد بیشتر مغازه خود را به میوه‌فروشی تغییر کاربری می‌دهد. وقتی نفس کار ارزش نداشته باشد و کار را برای درآمد بخواهیم اختلالات بی‌شماری در روند کار و اطلاعات و مهارت‌های مربوط به کار و همچنین ارزش‌ها و قواعد کاری پدید می‌آید. به‌همین دلیل است فروشنده لوازم الکترونیکی اطلاعات و مهارت‌های مربوط به کار خود را کسب نمی‌کند زیرا احتمال می‌دهد که ممکن است فروشگاه خود را به میوه‌فروشی تبدیل کند. این امر به‌نوبه خود موجب می‌شود که مردم از مشاغل مختلف اطلاعات سطحی و عمومی فراوانی داشته ولی از شغل خود اطلاعات تفصیلی نداشته باشند. همچنین مجهز به مهارت‌های لازم برای انجام کار خود نباشند.

اینکه عمر مشاغل برای هر فرد چقدر است و اینکه کسبه و کارکنان در هر شغل و منصبی تا چه اندازه اطلاعات لازم در مورد شغل خود را دارند موضوعاتی است که به‌نوبه خود قابل بررسی است. ولی تجربه زیسته محققین به‌خصوص در مقایسه با برخی از کشورهای پیشرفته نشان می‌دهد که در این زمینه خیلی ضعیف هستیم.

تفاوت این تحقیق با تحقیقات پیشین، در این است که تحقیقات پیشین اکثراً در سازمان‌ها به بررسی این مفهوم یا مفاهیم مشابه در گروه‌های کاری مختلف در محیط‌های کاری پرداخته‌اند. همانند تحقیق ساروخانی و طالبیان (۱۳۸۱) که وجدان‌کاری در کارکنان شرکت ملی صنایع پتروشیمی ایران را در چهار بعد عاطفی، هنجاری، مستمر و رفتاری با شیوه پیمایش مورد بررسی قرار داده‌اند.

کارهای مشابه دیگری در کتاب‌های درسی در دوره راهنمایی (سبحانی‌نژاد و همایی، ۱۳۸۴) و در دوره دبیرستان (جوانمردی، ۱۳۸۸) انجام شده است. اگرچه مدارس اولین کانونی هستند

که به‌طور مستقیم و رسمی به معرفی مشاغل و انتقال فرهنگ‌های کاری می‌پردازند، ولی در کنار آنها، کتب داستانی به‌عنوان مرجعی برای آموزش غیررسمی، راهبردها و راهنمایی‌هایی اساسی را به کودکان در این زمینه منتقل می‌کنند و شاید از این جهت که فرهنگ کار را به‌طور غیررسمی معرفی می‌کنند تأثیرگذاری بیشتری در مقایسه با کتب آموزشی رسمی داشته باشند. مقوله‌های تحقیق حاضر به مقوله‌های تحقیق جوانمردی (۱۳۸۸) که به بازنمایی فرهنگ کار در کتب عمومی دوره متوسطه پرداخته است، نزدیک‌تر است. مقایسه نتایج تحقیق حاضر با تحقیق جوانمردی، نشان می‌دهد که در هر دو تحقیق، توجه به ارزش‌ها و عقایدی که افراد یک گروه یا جامعه درباره کار دارند، در حد پایینی قرار دارد. در تحقیق جوانمردی (۱۳۸۸) بیشترین تأکید بر معرفی انواع مشاغل بوده است اما در تحقیق حاضر بیشترین تأکید بر مفهوم کار بوده است اما در هر دو تحقیق در رتبه بعدی به ارزش‌ها و رویه‌های کاری اشاره شده است. با توجه به این مطلب که هر دو پژوهش بر بعد جامعه‌پذیری از طریق کتب تأکید دارند، پس می‌توان به خلأئی که چه در کتاب‌های درسی و چه در کتاب‌های داستانی از لحاظ معرفی و ارتقای فرهنگ کاری دارند، اشاره کرد.

۲۲۵

با توجه به تأثیر ادبیات کودک و در اینجا داستان‌ها، بر رشد و پرورش فکری کودک و هدف تربیتی که از آن انتظار می‌رود، کتاب‌های داستانی تألیف شده در سال‌های ۱۳۸۵-۱۳۸۰ در گروه سنی کودکان (۷-۱۲ سال) که در تحقیق حاضر مورد تحلیل قرار گرفت از جهت پرداختن به موضوع فرهنگ کار، دچار ضعف بودند و اشاره به مفهوم کار به تنهایی، در این داستان‌ها، بدون توجه به بستر فرهنگی کار و ارزش‌ها و باورهای پذیرفته شده افراد یک جامعه نسبت به کار، نمی‌تواند آن هدف تربیتی موردانتظار بزرگسالان از داستان‌ها به‌عنوان مرجعی برای جامعه‌پذیری، (را که حتی شاید جذاب‌تر از کتاب‌های درسی و آموزش رسمی برای کودک باشد) برآورده کنند.

به‌عنوان مثال در رابطه با مقوله معرفی کار یا انواع مشاغل، مشخص شد که در داستان‌ها بیش از نیمی از مشاغل، مشاغل خدماتی آن‌هم از نوع کارگر ساده خدماتی هستند، اینکه همه مشاغل وجودشان در جامعه ضروری است، امر دیگری است و اینکه بیشتر به معرفی مشاغلی بپردازیم که نیاز به آموزش و مهارت و تخصص خاصی ندارند، نکته مثبتی در معرفی مشاغل نیست. به‌وضوح جامعه‌ای که نتواند مهارت‌ها و دانش مردمش را توسعه دهد و از آن در اقتصاد ملی به‌نحو مؤثری بهره‌برداری کند قادر نیست هیچ چیز دیگری را توسعه دهد (هاریسون^۱، ۱۹۸۴: ۳) و یکی از روش‌هایی که می‌تواند در نیروی انسانی انگیزه برای کسب دانش و مهارت لازم ایجاد کند، معرفی مشاغل به همراه توانایی‌ها و تخصص‌های لازم مربوط، از طریق آموزش‌های رسمی و غیررسمی است. از سوی دیگر اشاره بسیار پایین به مشاغل بخش صنعت با توجه به اینکه توسعه صنعتی یکی از اهداف و برنامه‌های کشور برای رسیدن به توسعه است،

نیز جای خالی دیگری در کتب را نشان می‌دهد که باید مورد توجه پدیدآورندگان داستان‌ها قرار گیرد. مسئله مهم در اینجا آینده‌نگری است که می‌توان گفت کتاب‌های داستانی کودکان بدون توجه به آن نوشته شده‌اند. جامعه ایرانی در حال ورود به عرصه جدیدی از زندگی فراملی است. کار ایرانی از این جهت که شکل‌دهنده به تمدنی جدید است در جهان امروز اهمیت ویژه‌ای می‌یابد. تجربه کار در محیط مجازی و بهره‌گیری از سامانه‌های چندرسانه‌ای در کار و نوع مشاغلی که جوان ایرانی می‌تواند قابلیت‌های خود را در بستر آن بروز دهد مواردی است که در کتب داستانی مورد غفلت قرار گرفته‌اند. رسالت نویسندگان کتاب کودک آن است که کودکان امروز را نسبت به آینده متناسب کنند و این مهم موقعی حاصل می‌شود که آنها خود از تحلیل جامع و منسجمی نسبت به آینده برخوردار باشند.

در مورد مقوله انواع نگرش‌ها نسبت به کار نیز، نگرش منفی هر چند خیلی اندک اشاره شده است، همان مقدار اندک داستان‌هایی را با این نگرش پدید آورده و در دسترس کودکانی قرار داده است، این نگرش منفی به کار، بیشتر به صورت بیکاری و عدم نگرش آن، بیان شده است. در مقوله‌های دیگر هم ضعف‌هایی وجود دارد، اما نکته‌های جالب توجه از تحلیل کتاب‌ها، مربوط به کتاب‌هایی است که داستان‌های آنها ریشه در ادبیات کهن ایرانی و ریشه‌های مذهبی دارند، این گونه کتاب‌ها به نسبت سایر کتب بیشتر بر ارزش‌ها و باورهای فرهنگی مربوط به کار تکیه دارند و به عکس داستان‌هایی که بیشتر بر شناخت فنی و تکنیکی کار تکیه دارند در داستان‌های مربوط به ادبیات معاصر بیشتر خودنمایی می‌کنند. که این یافته‌ها می‌تواند راهنمایی در جهت انتخاب کتاب برای کودکان باشد. این یافته به ما نشان می‌دهد که اختلالات موجود در فرهنگ کار بیشتر از تجربه مدرنیته در جامعه ایرانی نشئت می‌گیرد و لازم است در مورد فرهنگ کار در تاریخ ایرانی تأمل بیشتری صورت پذیرد.

منابع

۱. اکبری، کرامت‌الله و مهرداد اردشیری. (۱۳۸۱). بررسی عوامل مؤثر بر فرهنگ کار. (مطالعه موردی کارکنان بخش دولتی استان کهگیلویه و بویراحمد). *پژوهشنامه علوم انسانی*. دانشگاه شهید بهشتی. دانشکده ادبیات و علوم انسانی. شماره ۳۵.
۲. ترنر، جانانان. (۱۳۷۹). جامعه‌پذیری. محمد فولادی. *نشریه معرفت*. شماره ۳۰.
۳. توسلی، غلامعباس و مریم نجارنهادی. (۱۳۸۷). مطالعه تجربی اخلاق کار با تأکید بر جنسیت. *پژوهش زنان*. دوره ۶. شماره ۳.
۴. جدائی‌ان، مرضیه. (۱۳۸۸). *بازنمایی فرهنگ کار در کتاب‌های تألیف‌شده داستانی کودکان*. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد جامعه‌شناسی. دانشگاه علامه طباطبایی.
۵. جعفری، مصطفی و محمد حبیبی. (۱۳۸۱). فرهنگ کار. *ماهنامه تدبیر*. سال ۱۳. شماره ۱۲۵.
۶. جوانمردی، سمیه. (۱۳۸۸). *بازنمایی فرهنگ کار در کتب دروس عمومی مقطع متوسطه سال تحصیلی ۸۸-۱۳۸۷*. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد جامعه‌شناسی. دانشگاه علامه طباطبایی.
۷. *خانه کتاب*. (۱۳۸۸). www.ketab.ir.
۸. دواس، دی. ای. (۱۳۷۶). *روش پیمایشی در تحقیق اجتماعی*. مریم رفعت‌جاء و رخساره کاظم. ویراسته عبدالحسین نیک‌گهر. نشر مرکز مطالعات و سنجش افکار عمومی.
۹. دورکیم، امیل. (۱۳۸۱). *درباره تقسیم کار*. باقر پرهام. تهران: نشر مرکز.
۱۰. دورکیم، امیل. (۱۳۹۰). *تربیت و جامعه‌شناسی*. فریودن سرمد. تهران: انتشارات کندوکاو.
۱۱. دوروزه، موریس. (۱۳۶۶). *روش‌های علوم اجتماعی*. خسرو اسدی. تهران: انتشارات امیرکبیر.
۱۲. راش، مایکل. (۱۳۷۷). *جامعه و سیاست*. منوچهر صبوری. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها. (سمت)
۱۳. روشه، گی. (۱۳۷۶). *جامعه‌شناسی نالکوت پارسنز*. عبدالحسین نیک‌گهر. مؤسسه فرهنگی انتشاراتی تبیان. تهران.
۱۴. ساروخانی، باقر. (۱۳۷۲). *روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی*. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. ج اول.
۱۵. ساروخانی، باقر و سید امیر طالبیان. (۱۳۸۱). وجدان کاری و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن. (پژوهشی در شرکت ملی صنایع پتروشیمی ایران). *مجله جامعه‌شناسی ایران*. دوره چهارم. شماره ۴.
۱۶. سبجانی‌نژاد، مهدی و رضا همایی. (۱۳۸۴). میزان توجه به نگرش فرهنگ کار در کتاب‌های درسی دوره راهنمایی کشور. *دوماهنامه علمی پژوهشی دانشگاه شاهد*. سال دوازدهم. دوره جدید. شماره ۱۵.
۱۷. سبجانی‌نژاد، مهدی و رضا همایی. (۱۳۸۲). تحلیل محتوای کتاب‌های درسی دوره راهنمایی در زمینه فرهنگ کار. *فصلنامه آموز*. شماره ۲۸. صص ۸۰-۷۶.
۱۸. سلطان‌زاده، مهدی. (۱۳۸۴). *مطالعه فرهنگ کار و اخلاق کاری در جامعه ایران از منظر جامعه‌شناختی*. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد جامعه‌شناسی. دانشکده ادبیات و علوم انسانی. دانشگاه شهید باهنر کرمان.

۱۹. کریپندورف، کلوس. (۱۳۸۳). *تحلیل محتوا: مبانی روش‌شناسی*. هوشنگ نایبی. تهران: نشر نی
۲۰. گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۳). *جامعه‌شناسی*. منوچهر صبوری. تهران: نشر نی.
۲۱. معیدفر، سعید. (۱۳۸۰ الف). *بررسی اخلاق کار و عوامل فردی و اجتماعی مؤثر بر آن*. مؤسسه کار و تأمین اجتماعی. وزارت کار و امور اجتماعی.
۲۲. معیدفر، سعید. (۱۳۸۰ ب). *فرهنگ کار*. مؤسسه کار و تأمین اجتماعی. وزارت کار و امور اجتماعی.
۲۳. وزارت کار و امور اجتماعی. (۱۳۷۵). *نتایج سمینار تکامل و فرهنگ کار*. تهران: انتشارات وزارت کار و تأمین اجتماعی.
۲۴. میلر، دلبرت. (۱۳۸۰). *راهنمای سنجش و تحقیقات اجتماعی*. هوشنگ نایبی. نشر نی.
۲۵. وزارت کار و امور اجتماعی. (۱۳۸۰). *نقش خانواده در ارتقاء فرهنگ کار*. تهران: انتشارات وزارت کار و تأمین اجتماعی.
۲۶. وزارت کار و امور اجتماعی و مؤسسه کار و تأمین اجتماعی. (۱۳۸۰). *بررسی اخلاق کار و عوامل فردی و اجتماعی مؤثر بر آن*. تهران: انتشارات مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

27. Harrison F & G. Myers. (1984). *Education Man Power And Economic Growth*. New York.

28. Langton, P. K. (1969). *Political Socialization*. London: Oxford University Press