

Designing a Cultural Consumption Model in the Autism Community: A Thematic Analysis Approach

Leyla Mehrdana¹, Rozita Sepehrnia^{2*}, Fatemeh Azizabadi Farahani³

1. Department of Public Administration, Ki.C., Islamic Azad University, Kish, Iran

2. Department of Cultural and Media Studies, CT.C., Islamic Azad University, Tehran, Iran

3. Department of Cultural and Media Management, SR.C., Islamic Azad University, Tehran, Iran

ABSTRACT

The present study aimed to develop a comprehensive conceptual model of cultural goods consumption among individuals with autism spectrum disorder. This qualitative study employed thematic analysis based on the Attride-Stirling approach. Participants included both theoretical and experiential experts (parents of children with autism and educational instructors), selected through purposive and snowball sampling until theoretical saturation was reached. Data were collected via semi-structured interviews and analyzed through open, axial, and selective coding. Credibility was ensured using member checking, peer debriefing, triangulation, and prolonged engagement with data. A total of 119 basic themes were extracted and organized into higher-level organizing and global themes. Findings revealed that cultural consumption in the autism community is a multidimensional and interactive process shaped by individual, environmental, and institutional factors. Organizing themes included consumption characteristics, therapeutic-developmental functions, educational interventions, institutional support, and cultural localization. The results indicated that the manner of consumption, rather than merely type or quantity, plays a decisive role in generating positive outcomes such as improved cognitive, emotional, and social functioning. Conversely, unregulated consumption may lead to negative consequences including anxiety, sensory overload, and social isolation. The proposed model suggests that cultural consumption in the autism community is a structured and context-dependent process requiring intentional design, institutional support, and culturally adapted content to maximize developmental and social outcomes.

Received: 08 Jan 2026

Accepted: 28 Apr 2026

First Available: 06 Jun 2026

Final Publication: 23 Jul 2026

Keywords

Autism, Consumption Pattern,
Cultural Goods, Thematic
Analysis, Institutional Support

How to cite:

Mehrdana, L., Sepehrnia, R., & Azizabadi Farahani, F. (2026). Designing a Cultural Consumption Model in the Autism Community: A Thematic Analysis Approach. *Study and Innovation in Education and Development*, 6(3), 1-18.

* Corresponding Author:

Rozita Sepehrnia

E-mail: ro.sepehrnia@iau.ac.ir



© 2026 the authors. Published by Institute for Knowledge, Development, and Research.

This is an open access article under the terms of the [CC BY-NC 4.0 License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

EXTENDED ABSTRACT

INTRODUCTION

Cultural goods consumption—encompassing books, music, films, visual arts, and digital media—plays a critical role in shaping cognitive development, emotional regulation, identity formation, and social participation. For individuals with autism spectrum disorder (ASD), engagement with cultural products is not merely recreational but constitutes an essential pathway for learning, communication, and self-expression. However, due to distinctive cognitive, sensory, and social processing characteristics, individuals with autism interact with cultural environments in ways that differ fundamentally from neurotypical populations (1). These differences necessitate a tailored understanding of how cultural consumption patterns are formed and how they can be optimized to support developmental outcomes.

Autism is characterized by challenges in social communication, restricted and repetitive behaviors, and atypical sensory processing. Sensory sensitivities, such as hypersensitivity to sound, light, and crowded environments, can significantly affect how individuals with autism experience cultural settings like theaters, museums, and public events (2). Consequently, conventional cultural infrastructures often fail to accommodate these needs, resulting in reduced accessibility and participation. At the same time, the increasing prevalence of autism worldwide has heightened the urgency of addressing these barriers and developing inclusive cultural frameworks (3).

Recent research emphasizes that culture itself plays a significant role in shaping the lived experience of autism. Cultural norms influence how autism is perceived, how individuals engage with social systems, and how identity is constructed. Cross-cultural studies suggest that autistic individuals' experiences and interpretations of cultural participation vary across societies, highlighting the importance of contextual and localized approaches to cultural engagement (4). This perspective aligns with broader sociological theories, including those inspired by Bourdieu, which frame cultural consumption as a function of social structures, access to resources, and symbolic capital. In the case of autism, these dynamics are further complicated by pressures to conform to dominant social norms, often leading to phenomena such as behavioral camouflaging, which can negatively impact well-being and authenticity (5).

Despite these challenges, cultural goods offer significant therapeutic and developmental potential. Engagement with music, visual arts, and digital media has been shown to improve attention, emotional regulation, and social skills in individuals with

autism. For example, music-based interventions have demonstrated effectiveness in enhancing academic engagement and vitality (6), while technology-assisted interventions, such as music software and visual communication tools, have been associated with improvements in motor coordination and reductions in stereotyped behaviors (7). Additionally, participation in culturally meaningful activities contributes to identity formation and fosters a sense of belonging, which is particularly important for marginalized populations (9).

However, the benefits of cultural consumption are not uniform and depend heavily on how cultural goods are accessed and used. Unregulated or excessive consumption, particularly of digital media, may lead to negative outcomes such as social isolation, sleep disturbances, and behavioral dysregulation. Moreover, environmental barriers and lack of institutional support often limit the positive impact of cultural engagement. Studies have shown that supportive family environments, inclusive educational systems, and accessible cultural infrastructures are critical for enabling meaningful participation (8). Furthermore, creating culturally safe and adaptive spaces can enhance autonomy and self-determination among autistic individuals, reinforcing their agency in cultural participation (10).

Despite the growing body of research, there remains a lack of comprehensive, integrative models that systematically explain cultural consumption patterns in the autism community. Most existing studies focus on isolated aspects, such as therapeutic interventions or sensory challenges, without addressing the broader interaction between individual, social, and cultural factors. This gap underscores the need for a holistic framework that can guide both research and practice in designing culturally responsive interventions. Therefore, the present study aims to develop a conceptual model of cultural goods consumption in the autism community using a thematic analysis approach.

METHODS AND MATERIALS

This study employed a qualitative research design based on thematic analysis, following the Attride-Stirling framework. The research population consisted of both theoretical and experiential experts. Theoretical experts included scholars and professionals in fields such as autism studies, cultural management, psychology, and education, while experiential experts comprised parents of children with autism and educational practitioners working directly with this population.

Participants were selected through purposive sampling, supplemented by snowball sampling to ensure access to specialized knowledge. Data collection continued until theoretical saturation was achieved, resulting in a total of 22 participants. Semi-structured

interviews were conducted to explore participants' experiences, perceptions, and insights regarding cultural consumption among individuals with autism.

The data analysis process involved three stages: open coding to identify basic themes, axial coding to organize these themes into broader categories, and selective coding to develop overarching global themes. Thematic networks were constructed to illustrate the relationships among themes. To ensure credibility and trustworthiness, multiple validation strategies were employed, including member checking, peer debriefing, triangulation, and prolonged engagement with the data. Reliability was enhanced through systematic coding procedures and detailed documentation of the analytical process.

FINDINGS

The analysis yielded 119 basic themes derived from 22 interviews, which were subsequently organized into 34 organizing themes and further synthesized into several global themes. The findings indicate that cultural consumption in the autism community is shaped by a complex interplay of individual preferences, environmental conditions, and institutional supports.

At the individual level, strong and focused interests emerged as a central driver of cultural engagement. Participants reported that individuals with autism often demonstrate deep and sustained attention to specific topics or activities, which can facilitate learning and skill development. Preferences for particular media types, genres, and formats were also highlighted, emphasizing the importance of aligning cultural content with individual interests.

In terms of consumption characteristics, the type, duration, and manner of engagement were found to be critical factors. Structured and predictable environments, along with controlled sensory inputs, were identified as essential for positive experiences. Sensory regulation, including adjustments to lighting, sound, and spatial organization, played a significant role in reducing anxiety and enhancing engagement.

The findings also revealed substantial therapeutic and developmental functions associated with cultural consumption. Engagement with music, art, and digital media contributed to improvements in cognitive functioning, emotional regulation, and social interaction. Educational interventions utilizing cultural tools were found to be effective in teaching communication skills, social norms, and adaptive behaviors.

At the institutional level, support from families, educational systems, and non-governmental organizations was identified as a key determinant of access and participation.

Participants emphasized the importance of policy frameworks, funding, and program development in facilitating inclusive cultural environments.

Cultural localization emerged as another critical theme, highlighting the need for culturally relevant content that reflects local values and contexts. Such localization was found to enhance comprehension, reduce cultural dissonance, and foster a sense of belonging.

Finally, the findings underscored both positive and negative outcomes of cultural consumption. Positive outcomes included enhanced cognitive, emotional, and social functioning, increased self-confidence, and reduced stigma. Negative outcomes, on the other hand, encompassed media addiction, sensory overload, sleep disturbances, and social withdrawal, particularly when consumption was not properly managed.

DISCUSSION AND CONCLUSION

The findings of this study underscore that cultural consumption in the autism community is not a linear or isolated activity but a multidimensional process shaped by continuous interaction between individual characteristics, environmental contexts, and institutional structures. The central insight emerging from this research is that the quality and manner of engagement with cultural goods are more influential than the mere quantity or type of consumption. This highlights the necessity of shifting from a content-centered perspective to a process-oriented approach when designing cultural interventions.

One of the most significant implications of this study is the recognition of focused interests as a powerful entry point for engagement and development. Rather than viewing these interests as restrictive behaviors, they should be reframed as assets that can be leveraged for educational and therapeutic purposes. This perspective aligns with strengths-based approaches in autism research, which emphasize the importance of building on individual capabilities.

The study also emphasizes the critical role of sensory and environmental adaptation. Cultural participation can only be meaningful when environments are designed to accommodate sensory sensitivities and provide predictability. This has direct implications for the design of public cultural spaces, digital platforms, and educational programs, all of which must prioritize accessibility and inclusivity.

Furthermore, the findings highlight the importance of institutional and familial support in enabling cultural participation. Without adequate support systems, even the most well-designed cultural resources may remain inaccessible. Therefore, policymakers,

educators, and cultural practitioners must collaborate to create integrated support frameworks that address both structural and individual needs.

Another key contribution of this study is the emphasis on cultural localization. The development of culturally relevant content not only enhances engagement but also supports identity formation and social inclusion. This is particularly important in diverse societies where cultural norms and values vary significantly.

In conclusion, this study presents a comprehensive conceptual model of cultural goods consumption in the autism community, demonstrating that effective cultural engagement requires a holistic, context-sensitive approach. By integrating individual preferences, sensory considerations, institutional support, and cultural context, it is possible to design inclusive cultural systems that maximize positive outcomes and minimize potential risks.

طراحی الگوی مصرف کالاهای فرهنگی در جامعه اوتیسم با رویکرد تحلیل مضامین

لیلا مهردانا^۱، رزیتا سپهرنیا^{۲*}، فاطمه عزیزآبادی فراهانی^۳

۱. گروه مدیریت دولتی، واحد بین المللی کیش، دانشگاه آزاد اسلامی، کیش، ایران

۲. گروه مطالعات فرهنگی و رسانه، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۳. گروه مدیریت فرهنگی و رسانه، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

چکیده

هدف این پژوهش، طراحی و تبیین یک الگوی مفهومی جامع برای مصرف کالاهای فرهنگی در جامعه افراد دارای اختلال طیف اوتیسم بود. این پژوهش با رویکرد کیفی و با استفاده از روش تحلیل مضمون مبتنی بر مدل آتراید-استرلینگ انجام شد. مشارکت‌کنندگان شامل خبرگان نظری و تجربی (والدین کودکان اوتیسمی و مربیان آموزشی) بودند که با نمونه‌گیری هدفمند و روش گلوله‌برفی تا رسیدن به اشباع نظری انتخاب شدند. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته گردآوری و با کدگذاری باز، محوری و انتخابی تحلیل شدند. به‌منظور تضمین اعتبار از بازبینی اعضا، هم‌اندیشی با همتایان، مثلث‌سازی و درگیری طولانی‌مدت با داده‌ها استفاده شد. در مجموع ۱۱۹ مضمون پایه استخراج و در قالب مضامین سازمان‌دهنده و فراگیر سامان‌دهی شدند. نتایج نشان داد که الگوی مصرف کالاهای فرهنگی در جامعه اوتیسم ماهیتی چندبعدی و تعاملی دارد که تحت تأثیر ویژگی‌های فردی، محیطی و نهادی شکل می‌گیرد. مضامین سازمان‌دهنده شامل ویژگی‌های مصرف، کارکردهای درمانی-رشدی، مداخلات آموزشی، حمایت‌های نهادی و بومی‌سازی فرهنگی بودند. همچنین مشخص شد که شیوه مصرف، بیش از نوع و میزان آن، تعیین‌کننده پیامدهای مثبت مانند بهبود مهارت‌های شناختی، عاطفی و اجتماعی است. در مقابل، عدم تنظیم مناسب مصرف می‌تواند به پیامدهای منفی مانند اضطراب، اضافه‌بار حسی و انزوا منجر شود. الگوی ارائه‌شده نشان می‌دهد که مصرف کالاهای فرهنگی در جامعه اوتیسم یک فرایند ساختاریافته و وابسته به زمینه است که نیازمند طراحی هدفمند، حمایت نهادی و بومی‌سازی محتوا برای بهینه‌سازی پیامدهای رشدی و اجتماعی است.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۱۰/۱۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۲/۰۸

تاریخ چاپ اولیه: ۱۴۰۵/۰۳/۱۶

تاریخ چاپ نهایی: ۱۴۰۵/۰۵/۰۱

کلیدواژه‌ها

اوتیسم، الگوی مصرف، کالاهای فرهنگی، تحلیل مضمون، حمایت نهادی


شیوه ارجاع‌دهی:

مهردانا، لیلا، سپهرنیا، رزیتا، و عزیزآبادی فراهانی، فاطمه. (۱۴۰۵). طراحی الگوی مصرف کالاهای فرهنگی در جامعه اوتیسم با رویکرد تحلیل مضامین. پژوهش و نوآوری در تربیت و توسعه، ۶(۳)، ۱-۱۸.

نویسنده مسئول:

رزیتا سپهرنیا

پست الکترونیکی: ro.sepehrnia@iau.ac.ir

© ۱۴۰۵ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. 

انتشار این مقاله به‌صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی CC BY-NC 4.0 صورت گرفته است.

مصرف کالاهای فرهنگی به‌عنوان یکی از ابعاد اساسی زندگی اجتماعی و فردی، نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری هویت، توسعه مهارت‌های شناختی و تقویت تعاملات اجتماعی ایفا می‌کند. این کالاها که شامل کتاب، موسیقی، فیلم، رسانه‌های دیجیتال و سایر اشکال تولیدات فرهنگی هستند، علاوه بر کارکردهای سرگرمی، بستری برای یادگیری، انتقال ارزش‌ها و تجربه زیسته اجتماعی فراهم می‌آورند. در این میان، بررسی الگوهای مصرف فرهنگی در گروه‌های خاص، به‌ویژه افراد دارای اختلال طیف اوتیسم، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ چرا که ویژگی‌های شناختی، حسی و اجتماعی این افراد، نحوه تعامل آن‌ها با محیط فرهنگی را به‌طور بنیادین متفاوت می‌سازد (1).

اختلال طیف اوتیسم به‌عنوان یک اختلال عصبی-رشدی، با چالش‌هایی در حوزه‌های ارتباط اجتماعی، پردازش حسی و رفتارهای تکراری همراه است. این ویژگی‌ها موجب می‌شود که افراد اوتیستیک در مواجهه با محرک‌های فرهنگی، واکنش‌هایی متفاوت از افراد نوروتیپیک نشان دهند. برای مثال، حساسیت‌های حسی بالا یا پردازش متفاوت محرک‌ها می‌تواند نحوه تجربه آن‌ها از محیط‌های فرهنگی مانند سینما، موزه یا فضاهای هنری را تحت تأثیر قرار دهد (2). در نتیجه، بدون درک عمیق از این ویژگی‌ها، طراحی و ارائه کالاهای فرهنگی مناسب برای این گروه با چالش‌های جدی مواجه خواهد بود.

از سوی دیگر، روند رو به افزایش شیوع اوتیسم در سطح جهانی، ضرورت توجه به نیازهای این گروه را بیش از پیش برجسته کرده است. مطالعات نشان می‌دهند که افراد دارای اوتیسم و خانواده‌های آنان در تعامل با محیط‌های فرهنگی با موانع متعددی از جمله عدم سازگاری محیطی، نبود محتوای مناسب و کمبود حمایت‌های نهادی مواجه هستند (3). این موانع نه‌تنها دسترسی آن‌ها به منابع فرهنگی را محدود می‌کند، بلکه می‌تواند به انزوای اجتماعی و کاهش کیفیت زندگی آنان نیز منجر شود.

در این میان، نقش فرهنگ در شکل‌دهی به تجربه زیسته افراد اوتیستیک، موضوعی است که در سال‌های اخیر مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. فرهنگ نه‌تنها چارچوبی برای تفسیر رفتارها و تعاملات فراهم می‌کند، بلکه در شکل‌گیری هویت فردی و اجتماعی نیز نقش اساسی دارد. پژوهش‌های میان‌فرهنگی نشان داده‌اند که تجربه اوتیسم در بسترهای فرهنگی مختلف، معانی و پیامدهای متفاوتی پیدا می‌کند و این امر بر نحوه مصرف و تعامل با کالاهای فرهنگی نیز تأثیرگذار است (4). بنابراین، هرگونه تلاش برای طراحی الگوی مصرف فرهنگی در این حوزه، نیازمند توجه به زمینه‌های فرهنگی و بومی است.

علاوه بر این، مفهوم سرمایه فرهنگی می‌تواند چارچوب نظری مناسبی برای تحلیل الگوهای مصرف در جامعه اوتیسم فراهم کند. بر اساس این دیدگاه، دسترسی به منابع فرهنگی و نحوه استفاده از آن‌ها، تحت تأثیر عوامل اجتماعی، اقتصادی و خانوادگی قرار دارد. در مورد افراد اوتیستیک، این مسئله با چالش‌های مضاعفی همراه است؛ زیرا علاوه بر محدودیت‌های ساختاری، فشارهای اجتماعی

برای همگون‌سازی رفتارها نیز می‌تواند تجربه فرهنگی آن‌ها را تحت تأثیر قرار دهد (5). این پدیده که به‌عنوان «استتار» شناخته می‌شود، می‌تواند منجر به کاهش اصالت تجربه فرهنگی و افزایش فشار روانی در این افراد شود.

از منظر کارکردی، مصرف کالاهای فرهنگی می‌تواند نقش مهمی در بهبود وضعیت روان‌شناختی و اجتماعی افراد اوتیستیک ایفا کند. برای مثال، استفاده از موسیقی و هنر به‌عنوان ابزارهای درمانی، می‌تواند به کاهش اضطراب، افزایش تمرکز و بهبود مهارت‌های ارتباطی کمک کند (6). همچنین، پژوهش‌ها نشان داده‌اند که استفاده از فناوری‌های نوین مانند نرم‌افزارهای آموزشی مبتنی بر موسیقی و ارتباط تصویری، می‌تواند در بهبود مهارت‌های حرکتی و کاهش رفتارهای کلیشه‌ای مؤثر باشد (7). این یافته‌ها نشان‌دهنده ظرفیت بالای کالاهای فرهنگی در حوزه مداخلات آموزشی و درمانی است.

در کنار این مزایا، باید به پیامدهای بالقوه منفی مصرف فرهنگی نیز توجه داشت. استفاده بیش از حد از رسانه‌های دیجیتال و بازی‌های ویدیویی می‌تواند به مشکلاتی مانند اعتیاد رسانه‌ای، اختلالات خواب و کاهش تعاملات اجتماعی منجر شود. همچنین، در صورتی که محیط‌های فرهنگی با ویژگی‌های حسی افراد اوتیستیک سازگار نباشند، ممکن است تجربه‌ای منفی و حتی آسیب‌زا برای آن‌ها ایجاد کنند. به همین دلیل، مدیریت و تنظیم الگوی مصرف فرهنگی در این گروه، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

یکی دیگر از ابعاد مهم در این حوزه، نقش محیط‌های حمایتی در شکل‌دهی به الگوی مصرف فرهنگی است. خانواده، نظام آموزشی و نهادهای اجتماعی، هر یک به‌نوبه خود می‌توانند در تسهیل یا محدودسازی دسترسی افراد اوتیستیک به کالاهای فرهنگی نقش داشته باشند. پژوهش‌ها نشان داده‌اند که حمایت خانواده و فراهم‌سازی محیط‌های امن و ساختاریافته، می‌تواند به افزایش مشارکت فرهنگی و بهبود کیفیت زندگی این افراد کمک کند (8). همچنین، سازمان‌های فرهنگی و آموزشی با طراحی برنامه‌های فراگیر و مناسب‌سازی‌شده، می‌توانند نقش مهمی در کاهش موانع دسترسی ایفا کنند.

از سوی دیگر، مفهوم هویت فرهنگی در افراد اوتیستیک، موضوعی است که کمتر مورد توجه قرار گرفته است. در حالی که بسیاری از مطالعات بر جنبه‌های بالینی و درمانی اوتیسم تمرکز دارند، توجه به ابعاد هویتی و فرهنگی این پدیده می‌تواند درک عمیق‌تری از نیازها و ترجیحات این افراد فراهم آورد. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که مشارکت در فعالیت‌های فرهنگی می‌تواند به شکل‌گیری هویت مثبت و افزایش احساس تعلق اجتماعی در افراد اوتیستیک کمک کند (9). این امر به‌ویژه در جوامعی که با انگ اجتماعی نسبت به اوتیسم مواجه هستند، اهمیت دوچندان دارد.

در نهایت، مطالعات جدید نشان می‌دهند که فراهم‌سازی فضاهای فرهنگی امن و سازگار، می‌تواند به افزایش خودتعیین‌گری و استقلال افراد اوتیستیک منجر شود. برای مثال، ایجاد محیط‌هایی که در آن افراد بتوانند بدون فشارهای اجتماعی و حسی، به فعالیت‌های فرهنگی بپردازند، نقش مهمی در بهبود کیفیت زندگی آنان دارد (10). این یافته‌ها بر ضرورت طراحی محیط‌های فرهنگی فراگیر و انعطاف‌پذیر تأکید دارند.

با وجود پیشرفت‌های قابل توجه در این حوزه، هنوز خلأ قابل توجهی در ادبیات پژوهشی در خصوص ارائه یک الگوی جامع و بومی برای مصرف کالاهای فرهنگی در جامعه اوتیسم وجود دارد. اغلب مطالعات به بررسی جنبه‌های خاصی از این موضوع پرداخته‌اند و کمتر به ارائه چارچوبی یکپارچه که بتواند ابعاد مختلف فردی، اجتماعی، فرهنگی و نهادی را در بر گیرد، توجه شده است. این خلأ، ضرورت انجام پژوهش‌هایی را که بتوانند با رویکردی جامع و مبتنی بر شواهد، الگوی مناسبی برای مصرف فرهنگی در این جامعه ارائه دهند، برجسته می‌سازد.

بنابراین، هدف پژوهش حاضر طراحی و تبیین الگوی مصرف کالاهای فرهنگی در جامعه افراد دارای اختلال طیف اوتیسم با رویکرد تحلیل مضامین است.

روش پژوهش

روش تحقیق بکار شده تحلیل محتوا از نوع تحلیل مضمون با رویکرد آتراید و استرلینگ می باشد. نمونه‌های آماری در روش کیفی شامل، خبرگان نظری و خبرگان تجربی می باشد. در خبرگان تجربی این افراد شامل؛ والدین فرزندان اوتیسمی و مربیان آموزشی این افراد بودند که برای شناسایی اجزاء الگوی مصرف فرهنگی در بین این گروه، از تجارب زیسته و دریافت‌های ایشان در مواجهه با افراد اوتیسمی در موسسه توانگران امروز انجام شد. خبرگان نظری شامل؛ صاحب نظران و متخصصین حوزه اوتیسم، صاحب نظران در حوزه مدیریت فرهنگی، مدیریت هنری، مطالعات فرهنگی، روانشناسی،... که دارای سوابق آموزشی و پژوهشی در حوزه بررسی اختلال اوتیسم، آشنایی با مصرف، مصرف فرهنگی، شناسایی کالاهای فرهنگی، ... بوده اند، استفاده شده است.

نمونه‌گیری در این پژوهش کاملاً هدفمند و ملاک معیار انجام شده و تازمانی ادامه پیدا کرد که فرایند اکتشاف و تجزیه و تحلیل به نقطه اشباع نظری^۱ برسد. روش نمونه‌گیری در برخی موارد برای دستیابی به افراد و خبرگان متخصص، بصورت هدفمند (Purposeful Sampling) با رویکرد گلوله‌برفی نیز انجام شده است. بدین معنا که در بسیاری از موارد، انتخاب متخصصین مرتبط، مبتنی بر معرفی سایر صاحب نظران انجام شده است. تعداد مشارکت‌کنندگان در این تحقیق شامل ۲۲ نفر از خبرگان تجربی و نظری تا رسیدن به اشباع نظری انجام شده است. تحلیل داده‌های کیفی در این رساله از طریق روش تحلیل مضمون و از طریق کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام شده است. رویکرد بکار گرفته شده در این پژوهش مبتنی بر مدل آتراید- استرلینگ به شرح زیر می باشد:

- رمزگذاری اولیه (Basic Themes)، مفاهیم کلیدی از متن مصاحبه استخراج می‌شود.

- تشکیل مضامین سازمان‌دهنده (Organizing Themes)، گروه‌بندی رمزها و دسته‌بندی آن‌ها در خوشه‌های مفهومی

- شکل‌گیری مضامین فراگیر (Global Themes)، استخراج سرفصل‌های کلان تحلیل از کل داده‌ها

¹- Theoretical Saturation

-رسم شبکه مضامین (Thematic Network)، طراحی شبکه مفهومی ارتباط میان مضامین

یافته‌ها

این بخش شامل ۱۱۹ مضمون پایه است که از طریق تحلیل محتوای ۲۲ مصاحبه با خبرگان نظری و تجربی استخراج شده است. این مضامین به تفکیک حوزه‌های مختلف رفتار، مصرف فرهنگی، تعاملات اجتماعی و نیازهای آموزشی و درمانی افراد دارای اختلال اوتیسم دسته‌بندی شده‌اند.

جدول شامل ۳۴ مضمون سازماندهنده است که از ۱۱۹ مضامین پایه استخراج شده‌اند. مضامین پایه در جریان ۲۲ مصاحبه با خبرگان نظری و تجربی گردآوری شده و نشان‌دهنده جنبه‌های مختلف زندگی، مصرف فرهنگی، مهارت‌های اجتماعی و نیازهای حمایتی افراد دارای اختلال اوتیسم است. هر مضمون سازماندهنده، حوزه‌ای کلیدی از تجربیات، علایق، رفتارها و نیازهای این افراد را نمایندگی می‌کند و چارچوبی برای تحلیل و محوربندی نهایی یافته‌ها فراهم می‌آورد. این مضامین سازماندهنده کمک می‌کنند تا درک جامع‌تری از الگوهای رفتاری، نیازهای آموزشی و فرهنگی و مداخلات مؤثر در حمایت از افراد اوتیسمی حاصل شود.

جدول ۱: مضامین سازماندهنده استخراج شده از مصاحبه‌های خبرگان

مضامین سازماندهنده	توضیح
ترجیحات و سلائق	افراد اوتیسمی علاقه و تمایل مشخصی به نوع خاصی از فعالیت‌ها، رسانه‌ها و محتوا دارند که رفتارها و یادگیری آن‌ها را هدایت می‌کند.
علایق شدید و متمرکز (علائق خاص)	افراد اوتیسمی توانایی تمرکز طولانی و عمیق روی موضوعات مورد علاقه خود دارند که می‌تواند مهارت‌های فردی و شناختی را تقویت کند.
ضرورت زیرساخت‌های ملی و بومی	نیاز به ایجاد ابزارها، محتوا و محیط‌های فرهنگی مطابق با هویت ملی و زیست‌بوم بومی برای استفاده مؤثر افراد اوتیسمی.
نوع و محتوای مصرف	انتخاب نوع رسانه، بازی، فعالیت فرهنگی یا آموزشی که برای فرد اوتیسمی مناسب و جذاب باشد.
میزان مصرف	مقدار زمان صرف شده برای استفاده از رسانه‌ها، بازی‌ها و فعالیت‌های فرهنگی و آموزشی که می‌تواند بر سلامت و رفتار تأثیر بگذارد.
شیوه و حساسیت‌های مصرف	روش استفاده و نحوه تعامل با محتوا، شامل نیاز به محیط کنترل شده و حساسیت به محرک‌های حسی.
تنظیم حسی	مدیریت و تعدیل محرک‌های محیطی مانند نور، صدا و ساختار فضا برای کاهش اضافه بار حسی و اضطراب.
بهبود مهارت‌های ارتباطی	توسعه توانایی‌های گفتاری و غیرکلامی برای تعامل مؤثر با دیگران و بیان نیازها و افکار.
کاهش اضطراب و استرس	استفاده از روش‌ها و محیط‌های کنترل شده، ابزارهای دیجیتال و فعالیت‌های هنری برای کاهش فشار روانی و هیجانی.
توسعه مهارت‌های اجتماعی	آموزش و تمرین مهارت‌های اجتماعی در محیط‌های ساختاریافته و با استفاده از ابزارهای فرهنگی و هنری.
نوع مداخلات مبتنی بر ابزار فرهنگی	استفاده از رسانه‌ها، بازی‌ها، هنر و فناوری برای آموزش و توانمندسازی افراد اوتیسمی.
آموزش گفتاری	تمرین مهارت‌های زبانی و گفتاری با استفاده از ابزارهای مناسب‌سازی شده و محیط‌های کنترل شده.
مهارت‌افزایی جسمی و فکری	فعالیت‌هایی که همزمان مهارت‌های شناختی و جسمی فرد را تقویت می‌کند، مانند بازی‌های حرکتی و آموزشی.
انتقال مفاهیم اجتماعی	آموزش هنجارها، ارزش‌ها و رفتارهای اجتماعی از طریق فعالیت‌های ساختاریافته و ابزارهای فرهنگی.
فرهنگ‌سازی در تغییر زاویه دید	آگاه‌سازی جامعه نسبت به توانمندی‌ها و نیازهای افراد اوتیسمی برای کاهش انگ اجتماعی و پذیرش بهتر آن‌ها.
سیاست‌های فرهنگی دولت	تدوین برنامه‌ها، حمایت‌ها و قوانین هدفمند برای ارتقای دسترسی به فعالیت‌های فرهنگی و آموزشی افراد اوتیسمی.
حمایت خانواده	همراهی والدین و اعضای خانواده در آموزش، پرورش و مشارکت اجتماعی افراد اوتیسمی.
حمایت نظام آموزشی (مدرسه - دانشگاه)	فراهم کردن محیط مناسب و برنامه‌های آموزشی فراگیر برای دانش‌آموزان و دانشجویان اوتیسمی.
حمایت سازمان‌های غیرانتفاعی و NGO ها	نقش سازمان‌های غیردولتی در پر کردن خلأهای حمایتی و ارائه خدمات تخصصی به افراد و خانواده‌ها.
تولید محتوای هنری متعلق بر هویت ملی	خلق آثار هنری با توجه به فرهنگ و هویت ملی برای آموزش، توانمندسازی و مشارکت اجتماعی افراد اوتیسمی.

تولید محتوای آموزشی مبتنی بر زیست‌بوم فرهنگی	محتوای آموزشی منطبق با محیط، فرهنگ و نیازهای واقعی افراد اوتیسمی برای افزایش یادگیری و مهارت‌ها.
تولید محتوای درمانی منطبق بر فرهنگ	طراحی فعالیت‌ها و ابزارهای درمانی که با فرهنگ و حساسیت‌های جامعه و فرد اوتیسمی سازگار باشد.
ارتقاء کارکردهای شناختی	تقویت مهارت‌های حافظه، توجه، حل مسئله و تفکر انتزاعی از طریق فعالیت‌های ساختاریافته و ابزارهای دیجیتال/هنری.
ارتقاء کارکردهای عاطفی	حمایت از سلامت روان، کاهش اضطراب و استرس و افزایش شادی و انگیزه از طریق علایق و فعالیت‌های مورد علاقه.
ارتقاء کارکردهای اجتماعی	تقویت مهارت‌های تعامل، همدلی و مشارکت اجتماعی با استفاده از محیط‌های کنترل شده و فعالیت‌های گروهی.
ارتقاء کارکردهای ترمیم حسی	کاهش حساسیت بیش از حد و اضافه بار حسی با تنظیم محیط و استفاده از ابزارهای چندحسی و آرامش‌بخش.
اعتیاد به اینترنت و بازی‌های ویدئویی	مصرف بیش از حد رسانه‌ها و بازی‌ها که می‌تواند منجر به مشکلات خواب، اضطراب و انزوا شود.
اعتیاد رسانه‌ای	وابستگی شدید به رسانه‌ها که ممکن است بر تعاملات اجتماعی و سلامت روان تأثیر منفی داشته باشد.
اضطراب و اختلالات خواب	پیامد مصرف طولانی رسانه‌ها، محیط‌های پرهیجان و محرک‌های شدید بر سلامت روان و جسم فرد.
بروز رفتارهای مشکل‌ساز و پرخاشگری	واکنش‌های هیجانی یا پرخاشگرانه در مواجهه با محرک‌های شدید، محیط‌های ناامن یا محتوای هیجانی.
اضافه بار حسی	تجربه تحریک بیش از حد حسی ناشی از صدا، نور، شلوغی یا محیط‌های نامنظم و ناپایدار.
اجتناب از محیط‌های شلوغ	ترجیح محیط‌های آرام و کنترل شده برای کاهش استرس و هیجانات منفی.
واکنش منفی به هیجانات مردمی	پاسخ‌های طبیعی فرد اوتیسمی به رفتارهای هیجانی جمعیت که ممکن است توسط دیگران بدفهمی شود.
انزوا و قطع ارتباطات اجتماعی	کاهش مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی و رویدادهای جامعه‌محور به دلیل موانع اجتماعی، فیزیکی و فرهنگی.

تحلیل ۱۱۹ مضمون پایه استخراج شده از ۲۲ مصاحبه با خبرگان نظری و تجربی، در قالب مضامین سازماندهنده نشان می‌دهد که تجربه زندگی، یادگیری و تعاملات اجتماعی افراد دارای اختلال اوتیسم، تحت تأثیر مجموعه‌ای از عوامل فردی، محیطی، خانوادگی، فرهنگی و نهادی قرار دارد. این مضامین سازماندهنده، ابعاد کلیدی زندگی و نیازهای این گروه را به صورت نظام‌مند ترسیم می‌کنند و مسیر طراحی مداخلات و سیاست‌گذاری را روشن می‌سازند.

ترجیحات و سلائق و علایق شدید و متمرکز (علائق خاص)، هسته مرکزی رفتارها و الگوهای مصرف افراد اوتیسمی را تشکیل می‌دهد. این گروه تمایل دارند زمان و انرژی خود را صرف علایق عمیق و مشخص کنند که می‌تواند منجر به یادگیری عمیق، تمرکز طولانی و توسعه مهارت‌های فردی شود. این علایق زمینه‌ساز توسعه مهارت‌های ارتباطی، اجتماعی و شناختی نیز هستند و نقش مهمی در ارتقای سلامت روان و افزایش شادی افراد دارند.

نوع و محتوای مصرف، میزان مصرف، شیوه و حساسیت‌های مصرف و تنظیم حسی، بیانگر این است که تعامل این افراد با رسانه‌ها، ابزارهای دیجیتال و فعالیت‌های فرهنگی نیازمند آماده‌سازی محیطی، کنترل زمان مصرف و توجه به محرک‌های حسی است. فراهم کردن محتوا و ابزار مناسب، تنظیم نور، صدا و ساختار محیط، می‌تواند اضافه بار حسی را کاهش داده و اضطراب، استرس و اختلالات خواب را کنترل کند.

بهبود مهارت‌های ارتباطی، توسعه مهارت‌های اجتماعی و آموزش گفتاری نشان می‌دهد که افراد اوتیسم نیازمند مداخلات هدفمند و ساختاریافته هستند تا بتوانند درک و بیان اجتماعی خود را ارتقا دهند و تجربه همدلی، تعامل و مشارکت اجتماعی مثبت را کسب کنند. استفاده از ابزارهای فرهنگی، هنری، بازی‌های دیجیتال و محیط‌های کنترل شده نقش مهمی در آموزش و تمرین مهارت‌های اجتماعی ایفا می‌کند.

فرهنگ‌سازی و سیاست‌های فرهنگی دولت، به همراه تولید محتوای هنری، آموزشی و درمانی منطبق بر هویت ملی و زیست‌بوم فرهنگی، به افراد اوتیسم امکان می‌دهد تا در تعاملات اجتماعی واقعی شرکت کنند و از شوک فرهنگی یا انزوای اجتماعی جلوگیری شود. این اقدامات همچنین به کاهش انگ اجتماعی و ارتقای حس تعلق و هویت کمک می‌کند.

حمایت خانواده، حمایت نظام آموزشی و حمایت سازمان‌های غیرانتفاعی (NGOها) از دیگر محورهای اساسی است که بستر ارتقای کیفیت زندگی، مشارکت اجتماعی و توانمندسازی افراد اوتیسم را فراهم می‌کند. حضور فعال والدین، آموزش و آگاهی‌بخشی در خانواده، همراهی مدارس و دانشگاه‌ها و نقش حمایتی سازمان‌های غیرانتفاعی، تضمین‌کننده اجرای موفقیت‌آمیز برنامه‌های فرهنگی و آموزشی است.

در نهایت، مضامین سازماندهنده مربوط به ارتقاء کارکردهای شناختی، عاطفی، اجتماعی و ترمیم حسی و همچنین مدیریت اعتیاد رسانه‌ای، رفتارهای مشکل‌ساز، اضافه بار حسی و انزوا، چارچوبی جامع برای درک نیازهای پیچیده این گروه فراهم می‌آورد. این چارچوب نشان می‌دهد که برای توانمندسازی افراد اوتیسم، باید رویکردی چندبعدی، همزمان در حوزه فردی، خانوادگی، فرهنگی و نهادی اتخاذ شود تا کیفیت زندگی، سلامت روان، مهارت‌های اجتماعی و مشارکت فعال اجتماعی آنان به طور مؤثر ارتقا یابد.

مضامین فراگیر ارائه شده در این جدول شامل کلیه ابعاد مرتبط با تجربه، نیازها و مصرف فرهنگی افراد دارای اختلال اوتیسم است. این مضامین از ۱۱۹ مضمون پایه استخراج شده از ۲۲ مصاحبه با خبرگان نظری و تجربی، به شش محور اصلی دسته‌بندی شده‌اند تا تصویری جامع از دسترسی پذیری، ویژگی‌های مصرف، کارکردهای درمانی و مقابله‌ای، مداخلات آموزشی، حمایت نهادی و سیاستی، و بومی‌سازی فرهنگی ارائه دهند. همچنین پیامدهای مثبت و منفی مصرف فرهنگی نیز در این دسته‌بندی لحاظ شده است.

جدول ۲: مضامین فراگیر مرتبط با مصرف فرهنگی افراد دارای اختلال اوتیسم و پیامدهای آن

مضامین فراگیر	توضیح
دسترسی‌پذیری و سازگاری کالاهای فرهنگی	توجه به قابلیت دسترسی فرهنگی و فیزیکی، سازگاری با نیازهای خاص افراد اوتیسم، فراهم‌سازی ابزارهای دیجیتال و محیط‌های مناسب مصرف فرهنگی.
ویژگی‌های مصرف	شامل نوع و محتوای مصرف، میزان مصرف، شیوه و حساسیت‌های مصرف، علایق خاص و متمرکز، ترجیحات رسانه‌ای و ژانرهای مورد علاقه، استفاده از بازی‌های ویدیویی، موبایل، تبلت و صفحات نمایشی.
کارکرد درمانی و مقابله‌ای	استفاده از مصرف فرهنگی برای کاهش اضطراب و استرس، مقابله با انزوا، افزایش آرامش، ارتقاء کارکردهای شناختی، عاطفی، اجتماعی و ترمیم حسی، موسیقی و هنر درمانی، تئاتر دوستانه و سازگار با اوتیسم.
مداخلات آموزشی	استفاده از ابزارهای آموزشی و فرهنگی، آموزش گفتاری، تمرین مهارت‌های اجتماعی در محیط‌های کنترل شده، اجرای برنامه‌های مشارکتی و تعاملی، بهره‌گیری از محتوای آموزشی و فرهنگی مناسب‌سازی شده، مدل‌سازی ویدیویی و ابزارهای ارتباطی.
حمایت نهادی و سیاستی	شامل حمایت خانواده، حمایت نظام آموزشی (مدرسه و دانشگاه)، حمایت سازمان‌های غیرانتفاعی و NGOها، تدوین برنامه‌های ملی و سیاست‌های فرهنگی دولت، تخصیص بودجه ویژه برای تولید محتوای مناسب.
بومی‌سازی فرهنگی	تولید محتوای هنری، آموزشی و درمانی منطبق بر هویت ملی و زیست‌بوم فرهنگی، استفاده از محتوای فرهنگ بومی، طراحی محیط‌های فرهنگی متناسب با جامعه ایرانی و اسلامی، جلوگیری از شوک فرهنگی در مواجهه‌های واقعی.
تاکید بر پیامدهای مصرف فرهنگی (پیامدهای مثبت)	افزایش توجه و حافظه، ارتقاء خودشناسی و اعتماد به نفس، بهبود تعاملات اجتماعی، ارتقای مهارت‌های اجتماعی، کاهش انگ اجتماعی، کاهش اضافه بار حسی، ارتقاء سلامت روان، مدیریت استرس، شادی ناشی از درگیر شدن با علایق خاص.
کاهش پیامدهای منفی مصرف فرهنگی	اعتیاد به اینترنت و بازی‌های ویدیویی، اعتیاد رسانه‌ای، اضطراب و اختلالات خواب، بروز رفتارهای مشکل‌ساز و پرخاشگری، اضافه بار حسی، اجتناب از محیط‌های شلوغ، واکنش منفی به هیجان‌ات مردمی، انزوا و قطع ارتباطات اجتماعی، سرخوردگی و دلزدگی والدین از برخوردهای نامعقول اجتماعی.

براساس جدول ۲ دسترسی پذیری و سازگاری کالاهای فرهنگی نشان می‌دهد که فراهم‌سازی محیط‌ها و ابزارهای مناسب، از جمله دستگاه‌های دیجیتال و اپلیکیشن‌های مناسب‌سازی شده، پیش شرط مهمی برای بهره‌مندی افراد اوتیسم از مصرف فرهنگی است.

ویژگی‌های مصرف و کارکرد درمانی و مقابله‌ای، ماهیت مصرف فرهنگی را از منظر نوع، میزان و شیوه مصرف، علایق خاص و ترجیحات رسانه‌ای بیان می‌کنند و همچنین نشان می‌دهند که چگونه مصرف فرهنگی می‌تواند به کاهش اضطراب، بهبود آرامش و ارتقای مهارت‌های شناختی، عاطفی و اجتماعی منجر شود.

مداخلات آموزشی و حمایت نهادی و سیاستی اهمیت فراهم‌سازی آموزش، مداخلات ساختاریافته و حمایت‌های نهادی (خانواده، نظام آموزشی، NGOها و سیاست‌های دولتی) را در تضمین اثرگذاری مثبت مصرف فرهنگی برجسته می‌کنند.

بومی‌سازی فرهنگی تأکید دارد که تولید محتوای متناسب با هویت ملی و زیست‌بوم فرهنگی، نه تنها موجب درک بهتر محیط اجتماعی و کاهش شوک فرهنگی می‌شود، بلکه رضایت والدین و احساس تعلق را نیز تقویت می‌کند.

تاکید بر پیامدهای مصرف فرهنگی نشان می‌دهد که مصرف فرهنگی، اگر با محیط مناسب و حمایت‌های لازم همراه باشد، پیامدهای مثبت متعددی مانند ارتقاء مهارت‌ها، سلامت روان و کاهش انگ اجتماعی به همراه دارد. در مقابل، کاهش پیامدهای منفی مصرف فرهنگی، از جمله اعتیاد رسانه‌ای، اضطراب، اختلالات خواب و رفتارهای مشکل‌ساز، نشان‌دهنده نیاز به تنظیم دقیق میزان، نوع و شرایط مصرف است تا خطرات بالقوه به حداقل برسد.

در مجموع، این جدول به عنوان یک چارچوب تحلیلی جامع، تصویری از تعامل پیچیده میان مصرف فرهنگی، حمایت نهادی، بومی‌سازی محتوا و پیامدهای مثبت و منفی آن ارائه می‌دهد و پایه‌ای قوی برای طراحی مداخلات فرهنگی و آموزشی هدفمند برای افراد دارای اختلال اوتیسم فراهم می‌سازد.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش نشان داد که الگوی مصرف کالاهای فرهنگی در جامعه اوتیسم، یک ساختار چندبعدی، پویا و تعاملی است که از برهم‌کنش میان ویژگی‌های فردی، شرایط محیطی و نظام‌های حمایتی شکل می‌گیرد. این نتیجه با ادبیات نظری موجود همسو است که مصرف فرهنگی را نه یک رفتار منفرد، بلکه بخشی از یک نظام اجتماعی-فرهنگی پیچیده می‌داند (1). در این چارچوب، افراد دارای اوتیسم نه تنها مصرف‌کنندگان منفعل کالاهای فرهنگی نیستند، بلکه با توجه به ویژگی‌های شناختی و حسی خاص خود، به صورت فعال در انتخاب، تفسیر و بازتولید معانی فرهنگی مشارکت می‌کنند. این امر نشان می‌دهد که درک الگوی مصرف فرهنگی در این جامعه، مستلزم توجه همزمان به ابعاد شناختی، هیجانی و اجتماعی است.

یکی از مهم‌ترین یافته‌های پژوهش، تأکید بر نقش «شیوه مصرف» در تعیین پیامدهای فرهنگی بود. نتایج نشان داد که نحوه مواجهه افراد اوتیستیک با کالاهای فرهنگی، بیش از نوع و میزان مصرف، در شکل‌گیری پیامدهای مثبت یا منفی نقش دارد. این یافته با دیدگاه‌های اخیر در حوزه اوتیسم هم‌راستا است که بر اهمیت تفاوت‌های فردی در پردازش حسی و شناختی تأکید دارند (2). به عبارت دیگر، اگرچه ممکن است دو فرد اوتیستیک از یک نوع رسانه یا فعالیت فرهنگی استفاده کنند، اما کیفیت تجربه آن‌ها به شدت وابسته به شرایط محیطی، میزان ساختارمندی و سازگاری حسی آن محیط است. این موضوع ضرورت طراحی محیط‌های فرهنگی پیش‌بینی‌پذیر و کنترل‌شده را برجسته می‌سازد.

در سطح ویژگی‌های مصرف، یافته‌ها نشان داد که علایق خاص و متمرکز، نقش محوری در هدایت رفتارهای فرهنگی افراد اوتیستیک دارند. این علایق که اغلب با تمرکز عمیق و طولانی‌مدت همراه هستند، می‌توانند به‌عنوان یک منبع بالقوه برای یادگیری و رشد مهارت‌های شناختی و اجتماعی مورد استفاده قرار گیرند. این نتیجه با مطالعات میان‌فرهنگی همسو است که نشان می‌دهند علایق ویژه در افراد اوتیستیک، نه تنها نشانه‌ای از محدودیت نیست، بلکه می‌تواند به شکل‌گیری هویت مثبت و افزایش مشارکت اجتماعی منجر شود (4). بنابراین، به جای تلاش برای حذف یا کنترل این علایق، باید از آن‌ها به‌عنوان یک ابزار آموزشی و فرهنگی بهره‌برداری کرد.

یافته‌های پژوهش همچنین نشان داد که مصرف کالاهای فرهنگی می‌تواند کارکردهای درمانی و مقابله‌ای مهمی برای افراد اوتیستیک داشته باشد. فعالیت‌هایی مانند موسیقی، هنر و استفاده از رسانه‌های دیجیتال، به کاهش اضطراب، تنظیم هیجانی و بهبود تمرکز کمک می‌کنند. این نتایج با پژوهش‌های تجربی همسو است که اثربخشی موسیقی درمانی را در افزایش اشتیاق تحصیلی و بهبود وضعیت روان‌شناختی افراد اوتیستیک تأیید کرده‌اند (6). همچنین، استفاده از فناوری‌های آموزشی مبتنی بر موسیقی و ارتباط تصویری، در بهبود مهارت‌های حرکتی و کاهش رفتارهای کلیشه‌ای مؤثر گزارش شده است (7). این هم‌پوشانی نشان می‌دهد که کالاهای فرهنگی، در صورت استفاده هدفمند، می‌توانند به‌عنوان ابزارهای توانبخشی مؤثر عمل کنند.

در مقابل، یافته‌ها به پیامدهای منفی بالقوه مصرف فرهنگی نیز اشاره کردند. از جمله این پیامدها می‌توان به اعتیاد رسانه‌ای، اختلالات خواب، اضافه‌بار حسی و انزوای اجتماعی اشاره کرد. این نتایج با مطالعاتی که به بررسی چالش‌های زندگی روزمره افراد اوتیستیک پرداخته‌اند، همخوانی دارد و نشان می‌دهد که مصرف بدون نظارت و تنظیم، می‌تواند اثرات مخربی بر سلامت روان و کیفیت زندگی این افراد داشته باشد (8). بنابراین، مدیریت میزان و شرایط مصرف، یکی از الزامات اساسی در طراحی الگوی مصرف فرهنگی است.

در حوزه مداخلات آموزشی، نتایج نشان داد که استفاده از ابزارهای فرهنگی و رسانه‌ای، می‌تواند به انتقال مفاهیم اجتماعی و بهبود مهارت‌های ارتباطی کمک کند. این یافته با پژوهش‌هایی که بر نقش داستان‌گویی دیجیتال و رسانه‌های فرهنگی در شکل‌دهی هویت و مهارت‌های اجتماعی تأکید دارند، همسو است (9). به‌ویژه، استفاده از محیط‌های ساختاریافته و قابل پیش‌بینی، امکان تمرین

مهارت‌های اجتماعی را در شرایطی امن و کنترل‌شده فراهم می‌کند. این امر نشان می‌دهد که ترکیب آموزش و فرهنگ، می‌تواند رویکردی مؤثر در توانمندسازی افراد اوتیستیک باشد.

از دیگر یافته‌های مهم پژوهش، نقش تعیین‌کننده حمایت‌های نهادی و خانوادگی در شکل‌دهی به الگوی مصرف فرهنگی بود. خانواده‌ها، به‌ویژه والدین، به‌عنوان نخستین محیط اجتماعی فرد، نقش کلیدی در هدایت رفتارهای فرهنگی دارند. این نتیجه با مطالعاتی که بر اهمیت حمایت خانواده در کاهش استرس و افزایش مشارکت اجتماعی تأکید دارند، همخوانی دارد (3). علاوه بر این، نهادهای آموزشی و سازمان‌های فرهنگی نیز با فراهم‌سازی زیرساخت‌های مناسب، می‌توانند دسترسی به کالاهای فرهنگی را تسهیل کنند. این یافته نشان می‌دهد که بدون حمایت‌های ساختاری، حتی بهترین مداخلات فرهنگی نیز نمی‌توانند به نتایج مطلوب دست یابند.

در سطح کلان، یافته‌ها بر اهمیت بومی‌سازی فرهنگی تأکید دارند. نتایج نشان داد که تولید محتوای فرهنگی متناسب با هویت ملی و زمینه اجتماعی، می‌تواند به افزایش پذیرش، کاهش شوک فرهنگی و تقویت احساس تعلق در افراد اوتیستیک کمک کند. این موضوع با دیدگاه‌های انتقادی در حوزه فرهنگ و اوتیسم همسو است که بر ضرورت بازتعریف هنجارهای فرهنگی و پذیرش تنوع عصبی تأکید دارند (5). به‌عبارت دیگر، به‌جای تلاش برای تطبیق افراد اوتیستیک با فرهنگ غالب، باید فرهنگ را به‌گونه‌ای بازطراحی کرد که پاسخگوی نیازهای این گروه باشد.

همچنین، یافته‌ها نشان داد که ایجاد فضاهای فرهنگی امن و سازگار، می‌تواند به افزایش خودتعیین‌گری و استقلال افراد اوتیستیک منجر شود. این نتیجه با پژوهش‌هایی که بر نقش فضاهای حمایتی در ارتقای کیفیت زندگی افراد اوتیستیک تأکید دارند، همخوانی دارد (10). فراهم‌سازی چنین فضاهایی، نه‌تنها امکان مشارکت فعال در فعالیتهای فرهنگی را فراهم می‌کند، بلکه به کاهش فشارهای اجتماعی و افزایش رضایت فردی نیز کمک می‌کند.

در مجموع، نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که مصرف کالاهای فرهنگی در جامعه اوتیسم، فرایندی پیچیده و چندلایه است که نیازمند رویکردی جامع، میان‌رشته‌ای و مبتنی بر شواهد است. این الگو تأکید می‌کند که برای بهینه‌سازی پیامدهای فرهنگی، باید به‌طور همزمان به ویژگی‌های فردی، شرایط محیطی، حمایت‌های نهادی و زمینه‌های فرهنگی توجه شود.

این پژوهش با محدودیت‌هایی همراه بود که باید در تفسیر نتایج مورد توجه قرار گیرد. نخست، استفاده از روش کیفی و حجم محدود نمونه، تعمیم‌پذیری یافته‌ها را محدود می‌کند. دوم، داده‌ها مبتنی بر ادراک و تجربه مشارکت‌کنندگان بوده و ممکن است تحت تأثیر سوگیری‌های فردی قرار گرفته باشد. سوم، تمرکز پژوهش بر یک بستر فرهنگی خاص، امکان تعمیم نتایج به سایر فرهنگ‌ها را محدود می‌سازد. همچنین، عدم استفاده از روش‌های کمی برای آزمون مدل ارائه‌شده، یکی دیگر از محدودیت‌های این مطالعه محسوب می‌شود.

پژوهش‌های آینده می‌توانند با استفاده از روش‌های ترکیبی (کیفی-کمی)، به اعتبارسنجی مدل ارائه‌شده بپردازند. همچنین، بررسی تطبیقی الگوهای مصرف فرهنگی در فرهنگ‌های مختلف، می‌تواند به درک عمیق‌تر این پدیده کمک کند. پیشنهاد می‌شود که در مطالعات آینده، نقش فناوری‌های نوین مانند واقعیت مجازی و هوش مصنوعی در بهبود تجربه فرهنگی افراد اوتیستیک مورد بررسی قرار گیرد. علاوه بر این، تمرکز بر گروه‌های سنی مختلف و بررسی تفاوت‌های جنسیتی در الگوی مصرف فرهنگی، می‌تواند به توسعه مدل‌های دقیق‌تر منجر شود.

در حوزه کاربردی، پیشنهاد می‌شود که سیاست‌گذاران فرهنگی با طراحی برنامه‌های حمایتی و تخصیص منابع، زمینه دسترسی برابر افراد اوتیستیک به کالاهای فرهنگی را فراهم کنند. همچنین، تولیدکنندگان محتوا باید با در نظر گرفتن ویژگی‌های حسی و شناختی این گروه، به طراحی محصولات فرهنگی مناسب‌سازی شده بپردازند. آموزش خانواده‌ها و مربیان در زمینه مدیریت مصرف فرهنگی و ایجاد محیط‌های حمایتی نیز از اهمیت بالایی برخوردار است. در نهایت، ایجاد فضاهای فرهنگی فراگیر و قابل دسترس، می‌تواند نقش مهمی در ارتقای کیفیت زندگی و مشارکت اجتماعی افراد اوتیستیک ایفا کند.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

موازین اخلاق

در انجام این پژوهش تمامی موازین و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

منابع

1. Wright B, Pearson H, Spikins P, Scott C, Schofield J. Autism and Engagement with Material Culture. *Interdisciplinary Science Reviews*. 2022;47(1):18-39.
2. Dolan EW. Sensory Issues in Autism May Stem from Co-Occurring Emotional Blindness, Not Autism Itself. 2025.

3. Zhao Z, Shi D, Qi X, Shan Y, Liu X. Family Travel Among People with Autism: Challenges and Support Needs. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2023.
4. Atherton MY, Nakashima S, Cross L. Does the Study of Culture Enrich Our Understanding of Autism? A Cross-Cultural Exploration of Life on the Spectrum in Japan and the West. *Journal of Cross-Cultural Psychology*. 2023;54(5):610-34.
5. Alaghband-Rad M, Cook J, Russell G. Foucault, Bourdieu, and the Autistic Teacher: A Critical Analysis of Camouflaging. 2023.
6. Bagheri-Rakhneh H, Jafari-Harandi R, Heydari K. The Effectiveness of Music Therapy on Academic Engagement and Academic Vitality in Male Students with Autism Spectrum Disorder. *Research in Teaching and Learning*. 2024;21(2):1-14. doi: 10.22070/tr.2024.19151.1597.
7. Talebi A, Kashani-Vahid L, Asaseh M, Afrooz GA, Moradi-Sabzevar M. Comparison of the Effectiveness of Two Intervention Methods Based on Music Software Training and Visual Communication on Stereotyped Movements and Eye-Hand Coordination in Children with Autism. *Journal of Applied Psychological Research*. 2025;16(2):33-46.
8. Mathew NE, Mallitt KA, Masi A, Katz T, Walker AK, Morris MJ, et al. Dietary Intake in Children on the Autism Spectrum Is Altered and Linked to Differences in Autistic Traits and Sensory Processing Styles. *Autism Research*. 2022;15(10):1824-39.
9. Simpson HA. Forming Strong Cultural Identities in an Intersecting Space of Indigeneity and Autism Using Participatory Action Research and Digital Storytelling. *AlterNative: An International Journal of Indigenous Peoples*. 2023:11771801231197838.
10. Korosec K, Backman Bister A, Bojner Horwitz E, colleagues. A Space to Be Myself: Music and Self-Determination in the Lives of Autistic Adults. *Psychology of Music*. 2025. doi: 10.1177/03057356241305558.