



پژوهش‌های جامعه‌شناختی

سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

صاحب امتیاز: دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار

مدیر مسئول: دکتر سهیلا علیرضائزاد

سرمدیر: دکتر سید محمد صادق مهدوی

مدیر داخلی: دکتر حبیب‌الله کریمیان

نظارت: معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار

اعضای هیأت تحریریه:

دکتر باقر ساروخانی	استاد دانشگاه تهران
دکتر علی اکبر فرهنگی	استاد دانشگاه تهران
دکتر مهرداد نوایخش	استاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات
دکتر علیرضا کلدی	استاد دانشگاه توانبخشی و بهزیستی
دکتر خدیجه سفیری	استاد دانشگاه الزهرا
دکتر سیدمحمدصادق مهدوی	استاد دانشگاه شهید بهشتی
دکتر منصور وثوقی	استاد دانشگاه تهران
دکتر علیرضا محسنی تبریزی	استاد دانشگاه تهران
دکتر فرهنگ ارشاد	استاد دانشگاه شهید چمران اهواز
دکتر محمد مهدی رحمتی	دانشیار دانشگاه گیلان
دکتر افسانه توسلی	دانشیار دانشگاه الزهرا
دکتر فروزنده جعفرزاده‌پور	دانشیار پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی
دکتر طاهره میرساردو	دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار
دکتر سهیلا علیرضا نژاد	استاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار
دکتر سروش فتحی	دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب

همکاران علمی این شماره به ترتیب حروف الفبا

دکتر مصطفی ازکیا، دکتر سمیرا احمدی، دکتر سمیه تاجیک‌اسماعیلی، دکتر عزیزالله تاجیک‌اسماعیلی، دکتر فروزنده جعفرزاده‌پور، دکتر رضا صفری شالی، دکتر حبیب‌الله کریمیان، دکتر مهدی مختارپور، دکتر سعید معدنی، دکتر هوشنگ ظهیری، دکتر فاطمه پاکرو، دکتر الهام رحمت‌آبادی

نشانی دفتر مجله و مرکز پخش: گرمسار- صندوق پستی ۳۵۸۱۵-۱۴۴ تلفن: ۱۲-۰۲۳۲-۴۲۲۵۰۰۹-۰۲۳۲ داخلی ۲۵۱

ناشر: سازمان چاپ و انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی

پژوهش نامه علوم اجتماعی گرمسار به استناد شانزدهمین جلسه کمیسیون بررسی و تأیید نشریات علمی دانشگاه آزاد اسلامی به شماره مجوز ۸۷/۱۶۲۳۴۲ مورخ ۱۳۸۳/۹/۱ سازمان مرکزی دانشگاه آزاد اسلامی به صورت فصلنامه منتشر و بر اساس رای پنجاه و نهمین جلسه کمیسیون مذکور مورخ ۱۳۸۸/۸/۴ از درجه علمی_ پژوهشی برخوردار است. و بر اساس نامه وزارت علوم تحقیقات و فنآوری به شماره ۳/۱۸/۲۲۵۷۸۶ مورخ ۱۳۹۱/۱۱/۲۹ عنوان مجله به پژوهش‌های جامعه‌شناختی تغییر یافت.

Website: journals.iau-garmsar.ac.ir

E-mail: sociological-research@iau-garmsar.ac.ir

مقالات این مجله به پایگاه استنادی علوم جهان اسلام ISC وارد می‌شود.

مقالات این مجله در پایگاه مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی SID نمایه می‌شود.

الف) شرایط پذیرش مقاله

- ✓ مقاله ارسالی برای چاپ در فصلنامه دارای محتوای علمی و آکادمیک بوده، فقط جنبه پژوهشی داشته باشد و حاصل تحقیقات نویسنده/نویسندگان باشد.
- ✓ فصلنامه، مقالاتی را در دستور کار برای بررسی و نشر قرار خواهد داد که قبلاً در هیچ یک از نشریات داخلی و خارجی به چاپ نرسیده و تحت بررسی برای چاپ نیز نباشد. چنانچه نویسنده به هر دلیلی نسبت به چاپ مقاله ارسالی در دوشویه اقدام نماید مسئولیت و عواقب ناشی از آن به عهده نویسنده بوده و هیچ گونه مسئولیتی در این باره بر عهده مجله نخواهد بود. این مجله مقالات در موضوعات تخصصی علوم اجتماعی، جامعه شناسی و مسائل اجتماعی و فرهنگی را به چاپ می‌رساند. لازم است مقالات ارائه شده در عین علمی و تحقیقی بودن، ساده و روان بوده و قواعد نگارشی فصلنامه نیز در آن رعایت شده و فاقد غلط املایی باشند.
- ✓ مقاله‌هایی در اولویت چاپ قرار خواهند گرفت که در آنها به مقاله‌های چاپ شده در شمارگان قبلی فصلنامه پژوهش‌های جامعه شناختی استناد شده باشد.
- ✓ مسئولیت محتوای مقالات بر عهده نویسنده/نویسندگان است.
- ✓ کلیه مقالات ارسالی، اعم از مقالات دارای پذیرش یا مقالات رد شده؛ در آرشیو مجله نگهداری خواهد شد.

- ✓ آراء و نظرات مندرج در مقالات لزوماً مبین نظرات و آراء مجله نیست.
- ✓ هیأت تحریریه حق قبول یا رد، ویرایش، تلخیص و تنظیم مقالات را دارد.
- ✓ ترتیب تقدم و تأخر چاپ مقالات به ارزش علمی و یا شخصیت نویسندگان ارتباطی ندارد.
- ✓ محتوای مقاله باید با اهداف مجله متناسب باشد. تشخیص این مورد با هیأت تحریریه است.
- ✓ با توجه به سیاست‌های هیأت تحریریه، مجله از بررسی و چاپ مقالات ترجمه شده معذور است.

ج) راهنمای نگارش مقاله

- ✓ مقاله در ابعاد A4 فراهم شود. تعداد صفحات هر مقاله بین ۲۲-۱۵ صفحه در قطع وزیری با (فونت ۱۲ B Zar) و (فونت Time New Roman 10 برای متن انگلیسی) در نرم افزار ورد ۲۰۰۳ تایپ شود و از طریق سایت مجله ارسال گردد.
- ✓ در تایپ متن مقالات فاصله بین کلمات «ها»، «می» و ضمائر از فعل و غیره از هم جدا شوند (مثل: می‌شود، شماره‌ها و رفته‌ایم) و هم‌چنین کلماتی که از دو قسمت تشکیل شده‌اند (مثل: صاحب نظران و...) رعایت شود. لازم است نویسندگان محترم به آیین نگارش فارسی توجه کافی داشته باشند. تمامی زیرنویس‌ها به ترتیب شماره درج شود. همچنین منابع ارجاع داده شده در داخل متن (استناد درون متنی) منابع در آخر مقاله و بر اساس APA به صورت الفبایی و بدون شماره گذاری یا علامت در کنار منبع با فونت B zar 10 درج شود.
- ✓ ارجاع به مقالات مرتبط و منتشر شده در شماره‌های چاپ شده مجله تشویق مدنظر قرار گیرد.

✓ صفحه عنوان: در صفحه اول، عنوان کامل مقاله؛ نام و نام خانوادگی نویسنده یا نویسندگان، مرتبه علمی و گروه آموزشی دانشگاه هم به فارسی و هم به انگلیسی زیر عنوان آورده شود. مسئولیت صحت اسامی نویسندگان به انگلیسی به عهده نویسنده / نویسندگان است. چنانچه نویسندگان بیش از دو نفر باشند فرد پاسخ گوی مکاتبات مقاله (نویسنده مسئول) و پست الکترونیک وی باید در زیر نویس مشخص گردد. اعلام رشته تحصیلی نویسنده یا نویسندگان و سمتهای آکادمیک آنها در قسمت نویسندگان در سامانه فصلنامه الزامی است. لازم است شماره ORCID نویسندگان در صفحه مشخصات و همچنین در فایل های ارسالی در فایل نویسندگان درج شود.

✓ چکیده مقاله: چکیده مقاله باید حداکثر در ۳۰۰ کلمه به دو زبان انگلیسی و فارسی تهیه شود. چکیده لازم است معرف مناسبی برای مقاله بوده و همچنین واژه گان کلیدی در پایان آن درج شود.

✓ متن: چارچوب مقاله باید شامل چکیده (در صفحه اول مقاله)، مقدمه (طرح مساله، اهمیت و ضرورت مساله و هدف، ادبیات تحقیق و چهارچوب نظری) روش شناسی، یافته ها، بحث و نتیجه گیری و منابع باشد.

✓ عنوان جدول در بالا و عنوان شکل در زیر آن نوشته شود. از عنوان هایی مثل نمودار، عکس و نقشه استفاده نشود و فقط از کلمه شکل استفاده نمایید. همه اعداد، واحدها و مقیاس ها در تمام قسمت های مقاله باید به فارسی باشد.

✓ فایل هر شکل، علاوه بر آمدن در متن به صورت جداگانه و با پسوند JPG و با کیفیت حداقل 300 dpi به همراه مقاله در سامانه فصلنامه بارگذاری شوند. برای چاپ ممکن است شکل ها کوچکتر شوند، لذا نوشته ها و اعداد روی شکل ها درشت و کاملاً خوانا باشند.

✓ نحوه ترتیب و ویرایش منابع طبق دستور زیر اعمال گردد:

- الف) ارجاعات داخل متن با ذکر نام خانوادگی نویسنده، سال انتشار : شماره صفحه و در داخل پرانتز آورده شون. به طور مثال: (ووثوقی، ۱۳۸۴: ۳۵) و (Giddens, 2003: 143).
- ب) اطلاعات کتاب شناسی به ترتیب حروف الفبا و با رعایت نکات زیر به فارسی یا زبان دیگر آورده می شوند.

- کتاب با یک نویسنده: نام خانوادگی، نام. سال انتشار. عنوان. محل نشر: ناشر.
- کتاب با بیش از یک نویسنده: نام خانوادگی، نام و نام و نام خانوادگی همکار(ان). سال انتشار. عنوان. محل نشر: ناشر.

- ترجمه کتاب: نام خانوادگی نویسنده، نام. سال انتشار. عنوان. نام و نام خانوادگی مترجم. محل نشر: ناشر.
- مقاله با یک نویسنده: نام خانوادگی، نام. سال انتشار. "عنوان." نام نشریه، دوره، شماره: صفحه شروع و پایان مقاله.

- مقاله با بیش از یک نویسنده: نام خانوادگی، نام و نام و نام خانوادگی همکار(ان). سال انتشار. "عنوان." نام نشریه، دوره، شماره: صفحه شروع و پایان مقاله.

- مقاله در مجموعه مقالات: نام خانوادگی، نام. سال انتشار. "عنوان مقاله." صفحه شروع و پایان مقاله در نام مجموعه مقالات، نام و نام خانوادگی گردآورنده (گان). محل نشر: ناشر.
- چکیده مقاله: نام خانوادگی، نام. سال انتشار. "عنوان." نام نشریه. محل نشر: ناشر.
- گزارش: نام مؤسسه. سال انتشار. عنوان. نام تهیه کننده. محل نشر: ناشر.
- پایان نامه: نام خانوادگی، نام. سال انتشار. عنوان. پایان نامه دکتری / کارشناسی ارشد. نام دانشگاه.
- روزنامه، خبرنامه: نام خانوادگی، نام. سال، ماه و روز انتشار. "عنوان." نام روزنامه / خبرنامه. محل نشر.
- پایگاه اطلاعاتی اینترنت: نام خانوادگی، نام. سال، ماه. عنوان. آدرس پایگاه اطلاعاتی اینترنت.
- منابع بدون شماره یا علامت و بدون بلد شدن به ترتیب حروف الفبا آورده شوند.

سایر شرایط ساختاری نگارش مقاله در فصلنامه علمی - پژوهشی پژوهشهای جامعه شناختی

عناوین	شرایط		توضیحات
	Font	Font Size	
اندازه و فونت متن	B Zar	۱۲	
اندازه و فونت ارجاعات (فرنس) داخل متن	B Zar	۹	
اندازه و فونت تیر عنوان مقاله	B Zar Bold	۱۲	
نام و نام خانوادگی و سمت آکادمیک نویسندگان	Bkoodak	۱۰	
اندازه و فونت سر تیر های مقاله	B Zar Bold	۱۲	
اندازه و فونت متن چکیده	B Zar Bold	۱۰	
عناوین جداول	B Zar	۹	
متن و داده های داخل جداول بصورت فارسی باشد	B Zar	۸	
منابع	B Zar	۱۰	
کلیه اصطلاحات و متن انگلیسی	Times New Roman	۱۰	
عنوان مقاله به انگلیسی	Times New Roman Bold	۱۰	
متن چکیده انگلیسی	Times New Roman	۱۰	

فهرست مطالب

شناسایی زمینه های بروز قانون گریزی در بافت شهری کاشان

محسن نیازی*، مژگان سعیدی

۴۴ سنجش طبقه متوسط جدید ایران در سه بعد اجتماعی، سیاسی و اقتصادی

کرامت‌الله راسخ، اصغر غفاری پور*

۶۴ مشارکت اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن: مطالعه‌ای در شهرستان‌های جوانرود و روانسر

شهرام فاضلی*، عبدالرضا ادهمی، فیض‌الله نوروزی

شناسایی و تحلیل راهبردهای فرهنگی - اجتماعی اثرگذار بر رفتار خرید نسل Z در بستر

۹۹ رسانه‌های اجتماعی

تکتم پیش‌فنگ، هادی بستم*، علی حسین‌زاده

۱۲۹ تحلیل جامعه‌شناختی چالش‌های توسعه شرکت‌های تعاونی روستایی

هاجر نظری، حسن خیری*، مهدی نصیری

طراحی و تبیین مدل‌پارادایمی ایجاد رفتار توده‌وار؛ کنش‌ها و پیامدها در بورس اوراق بهادار

۱۶۵ تهران

نبی‌امیدی*، هادی مفتاحی، زهرا کمالی‌فر، لیلی سپیدنامه

۱۸۴ معرفی کتاب: توسعه روستایی در ایران، ۲۰۲۰-۱۹۶۰ دکتر مصطفی ازکیا

سهیلا علیرضائزاد*

DOI: [10.71854/soc.2025-1215217](https://doi.org/10.71854/soc.2025-1215217)

Identifying the contexts of law evasion emergence in the urban fabric of Kashan

Mohsen Niazi¹ [0000-0001-7544-1028](https://orcid.org/0000-0001-7544-1028) 

Professor of the Department of Social Sciences, Kashan University, Kashan, Iran.

Mojgan Saeedi [0000-0003-3984-0851](https://orcid.org/0000-0003-3984-0851) 

PhD of sociology, Kashan University, Kashan, Iran

Abstract

The increase in law-evasion behaviors, according to empirical evidence and official statistics in Iranian society, especially in recent years, has become one of the significant social issues that requires a thorough examination and analysis of its various dimensions. This research aims to identify and analyze the social and cultural factors influencing law evasion in Kashan to understand this phenomenon better and provide solutions to reduce it. The present study is survey-based and quantitative, with data collected through questionnaires. The theoretical framework of this research draws on the theories of Durkheim's anomie, Putnam's social capital, Hirschi's control theory, Sutherland's differential association, Tyler's procedural justice, and Blau's relative deprivation. Cronbach's alpha coefficient was used to assess the reliability of the questionnaire, which yielded a total alpha value of 0.824. In the validity assessment process, the questionnaire's content validity was considered. The sampling method was probabilistic and proportional to the population size (citizens of Kashan), and data analysis was carried out using SPSS software. The results of the research indicate that law-evasion is influenced by various factors, the most significant of which include procedural justice (perception of fairness in legal processes), social anomie (a sense of normlessness and social disintegration leading to increased law-evasion behaviors), religiosity, in-group social capital (strong ties and relationships within social groups), informal control, law-evasion among friends, and belief in civic norms (adherence to civic values and social responsibility). These variables explain 49.1% of the variance in the dependent variable, law-evasion. The implications of these findings are significant, as they provide a comprehensive understanding of the problem and suggest potential strategies for reducing law evasion in society. Finally, several methods for lowering law evasion in society are proposed, including improving procedural justice in legal institutions, strengthening social cohesion, promoting religious and moral values, increasing social capital, and fostering a culture of citizenship.

Key Words: Norm violation, Procedural justice, Social anomie, Ingroup capital, Civic norms

¹ Correspondent Author: niazim@kashanu.ac.ir

شناسایی زمینه‌های بروز قانون‌گریزی در بافت شهری کاشان^۲

محسن نیازی^۳

استاد گروه علوم اجتماعی دانشگاه کاشان. کاشان. ایران

مژگان سعیدی

دانشجوی دکتری بررسی مسائل اجتماعی ایران. دانشگاه کاشان. کاشان. ایران

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۰/۲۶

تاریخ ارسال: ۱۴۰۳/۸/۱۶

چکیده

افزایش رفتارهای قانون‌گریزانه طبق شواهد تجربی و آمارهای رسمی در جامعه ایران، به‌ویژه در سال‌های اخیر، به یکی از مسائل مهم اجتماعی تبدیل شده است که نیازمند بررسی دقیق و تحلیل ابعاد مختلف آن است. این پژوهش، باهدف شناسایی و تحلیل عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر قانون‌گریزی در شهر کاشان انجام شده است تا درک بهتری از این پدیده حاصل شود و راهکارهایی برای کاهش آن ارائه گردد. مطالعه حاضر از نوع پیمایشی و کمی بوده و داده‌ها از طریق پرسش‌نامه جمع‌آوری شده‌اند. در تدوین چارچوب نظری این تحقیق از نظریات آنومی دورکیم، سرمایه اجتماعی پاتنام، کنترل هیرشی، پیوند افتراقی ساترلند، عدالت رویه‌ای تام تیلر و محرومیت نسبی پیتر بلاو استفاده شده است. برای سنجش پایایی پرسش‌نامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است که مقدار آلفای کرونباخ کل پرسش‌نامه برابر با ۰/۸۲۴ به‌دست آمده است. در فرآیند سنجش روایی، اعتبار محتوایی پرسش‌نامه مورد توجه قرار گرفته است. نمونه‌گیری به‌صورت احتمالی و متناسب با حجم جامعه آماری (شهروندان کاشان) انجام شده و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS صورت گرفته است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که قانون‌گریزی تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار دارد که مهم‌ترین آن‌ها شامل عدالت رویه‌ای (ادراک عادلانه بودن فرآیندهای قانونی)، آنومی اجتماعی (احساس بی‌هنجاری و عدم انسجام اجتماعی که منجر به افزایش رفتارهای قانون‌گریزانه می‌شود)، دین‌داری، سرمایه اجتماعی درون‌گروهی (روابط و پیوندهای قوی درون گروه‌های اجتماعی)، کنترل غیررسمی، قانون‌گریزی گروه دوستان و اعتقاد به هنجارهای شهروندی (پابندی به ارزش‌های شهروندی و احساس مسئولیت اجتماعی) هستند. این متغیرها در مجموع ۴۹/۱ درصد از تغییرات متغیر وابسته قانون‌گریزی را تبیین کردند. در پایان، راهکارهایی برای کاهش قانون‌گریزی در جامعه ارائه شده است که شامل بهبود عدالت رویه‌ای در نهادهای قانونی، تقویت انسجام اجتماعی، ترویج ارزش‌های دینی و اخلاقی، افزایش سرمایه اجتماعی و ترویج فرهنگ شهروندی می‌باشد.

^۲ مستخرج از رساله دکتری تحت عنوان بررسی میزان گرایش به قانون‌گریزی و عوامل مؤثر بر آن در شهر کاشان.

^۳ نویسنده مسئول: niazim@kashanu.ac.ir

3.....

کلیدواژه‌ها: قانون، قانون‌گریزی، آنومی اجتماعی، کنترل اجتماعی، عدالت رویه‌ای، اعتقاد به هنجارهای شهروندی.

مقدمه و بیان مسئله

انسان‌ها برای رفع نیازهای اساسی خود همچون امنیت، تعامل اجتماعی، حمایت اقتصادی و دستیابی به منابع، به برقراری ارتباطات اجتماعی به یکدیگر وابسته‌اند. این ارتباطات، در عین این‌که زمینه‌ساز همکاری و توسعه اجتماعی هستند، گاه به دلیل تضاد منافع یا پیچیدگی‌های رفتاری انسان‌ها، به بروز تنش‌ها و تعارضات اجتماعی میان آن‌ها منجر می‌شوند. برای مدیریت این تعارضات و پیشگیری از بی‌نظمی‌های اجتماعی، جوامع انسانی از دیرباز به تدوین قوانین و هنجارها روی آورده‌اند. قوانین، به‌عنوان اصولی لازم‌الاجرا، باهدف تنظیم رفتارهای فردی و جمعی و ایجاد ثبات اجتماعی تعریف شده و از ضمانت اجرایی رسمی برخوردارند (گیدنز، ۱۳۹۲: ۱۵۲). شواهد تاریخی و کاوش‌های باستان‌شناسی نیز نشان دهنده این ادعا هستند که سرپیچی از قوانین، همزاد تمدن بشری بوده‌است. قوانین حمورابی در بین‌النهرین باستان و قوانین هیتی‌ها در جنوب ترکیه امروزی، با قدمتی چهار هزار ساله، نشان‌دهنده تلاش جوامع برای مقابله با رفتارهای ناقض نظم اجتماعی هستند (نحفی ابرندآبادی، ۱۳۷۸). این شواهد حاکی از آن است که نقض قوانین و بی‌توجهی به هنجارهای رسمی، از همان ابتدا بخشی از تاریخ زندگی اجتماعی انسان بوده و همواره جوامع را به چالش کشیده‌است. در جامعه‌شناسی، برای توصیف رفتارهای ناقض قواعد اجتماعی از مفاهیم متعددی استفاده می‌شود، از جمله کج‌روی، بزهکاری، انحراف، جرم و قانون‌گریزی. هر یک از این مفاهیم دامنه و ویژگی‌های خاص خود را دارند و در شدت و پیامدهای اجتماعی و قانونی با یکدیگر متفاوت‌اند. نظم اجتماعی هر جامعه بر اساس مجموعه‌ای از بایدها و نبایدها، یا همان هنجارها، شکل می‌گیرد. این هنجارها به دو دسته اصلی تقسیم می‌شوند: هنجارهای رسمی که توسط نظام حقوقی جامعه تعریف و اجرا می‌شوند و ضمانت اجرایی رسمی دارند، و هنجارهای غیررسمی

4.... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

که مطابق با عرف، سنت‌ها و ارزش‌های اجتماعی عمل می‌کنند و ضمانت اجرایی آن‌ها بیشتر اخلاقی یا فرهنگی است با این تفاسیر کج‌روی به تخطی از هرگونه هنجار اجتماعی اطلاق می‌شود و بزهکاری به اعمال خلاف قانون از سوی کودکان و نوجوانان اشاره دارد و جرم به رفتارهایی گفته می‌شود که در زمان و مکان معین، با مقررات قانونی مغایرت دارند و معمولاً شدت بیشتری از انحراف دارند و آسیب‌های اجتماعی گسترده‌تری به همراه می‌آورند. بر اساس این تمایزها، قانون‌گریزی را می‌توان به‌عنوان رفتاری تعریف کرد که ناشی از عدم تبعیت از قوانین رسمی جامعه است. فرد قانون‌گریز، آگاهانه و عمدتاً از این قوانین تخطی می‌کند. برخلاف جرم، قانون‌گریزی لزوماً به نقض قوانین کیفری محدود نمی‌شود و می‌تواند طیفی از رفتارها را در بر می‌گیرد، از قانون‌گریزی‌های در سطح شدید مانند سرقت و قتل که از آن‌ها به قانون‌گریزی سخت یاد می‌شود تا قانون‌گریزی خفیف و غیرخشن مانند عبور از چراغ قرمز که از آن تحت عنوان قانون‌گریزی نرم یاد می‌شود (علی بابایی و فیروز جانیان، ۱۳۸۸)؛ بنابراین جرم به‌طور خاص محدود به نقض قوانین کیفری است و شامل رفتارهایی مانند سرقت، قتل یا قاچاق مواد مخدر می‌شود که همواره با ضمانت اجرایی سخت و مجازات قانونی مانند زندان یا جریمه همراه‌اند. در مقابل، قانون‌گریزی، برخلاف جرم، بیشتر به رفتارهای روزمره و ساختاری مرتبط است که ریشه در عوامل اجتماعی و فرهنگی دارند و ممکن است پیامدهای اجتماعی، اداری یا مالی داشته باشد و لزوماً به مجازات کیفری منجر نشود.

قانون‌گریزی^۴، به‌عنوان یکی از چالش‌های اساسی جوامع معاصر، از عوامل متعددی تأثیر می‌پذیرد. مطالعات پیشین نشان داده‌اند که عواملی همچون نابرابری اقتصادی (کلانتری، ربانی و صداقت، ۱۳۸۴؛ فیروز جانیان، ۱۳۸۸؛ دانایی‌فر، آذر و صالحی، ۱۳۸۸)، فقر فرهنگی (کلانتری و همکاران، ۱۳۸۴)، ضعف باورهای دینی (پور رجبی، ۱۳۹۸؛ کلانتری و همکاران، ۱۳۸۴)، احساس آنومی (رضایی، ۱۳۸۴؛ علی بابایی و فیروز جانیان، ۱۳۸۸)، ازهم‌گسیختگی نهادی (حیدری، رضا دوست و فروتن کیا، ۱۳۹۱)،

⁴ Law_evasion

5.....

قانون‌گریزی دوستان و خانواده (عزیزی و پرتوی، ۱۳۹۴)، و ضعف پیوند فرد و جامعه (میر فردی و همکاران، ۱۳۹۴) در بروز این پدیده نقش دارند.

هوبر^۵ (۱۹۸۹)، با نگاهی ژرف به ساختار اجتماعی کشورهای درحال توسعه، تصویری از جوامعی ترسیم می‌کند که در آن‌ها، هنجارهای قومی همچون ریشه‌های کهن، همچنان بر رفتار افراد سایه افکنده‌اند. این امر، چالشی جدی در برابر پذیرش قوانین مدرن ایجاد می‌کند. در این جوامع، هنجارهای سنتی و قوانین رسمی، همچون دو رودخانه موازی، در تصمیم‌گیری‌های خرد و کلان جریان دارند (فخرایی، ۱۳۸۶). جامعه ایران نیز از این قاعده مستثنی نیست. قانون‌گریزی، همچون میهمانی ناخوانده، همواره بر سر سفره اجتماعی ایرانیان حضور داشته است. نظرسنجی‌ها و آمارها، همچون آینه‌ای شفاف، این واقعیت را بازتاب می‌دهند. در پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان در سال ۱۳۹۴، بیش از نیمی از مردم (۵۴/۱ درصد) افزایش جرائم را گزارش کردند و ۵۱/۲ درصد چشم‌انداز تیره‌تری را برای آینده پیش‌بینی کردند. در این میان، دوراهی رعایت قانون و پارتی‌بازی، همچون تله‌ای اخلاقی، ۴۵ درصد از پاسخگویان را به دام انداخته بود. جالب آن‌که در سال ۱۳۸۲، اکثریت قریب به اتفاق مردم (۸۱/۲ درصد) معتقد بودند از قوانین نامناسب نباید اطاعت کرد، گویی قانون را نه امری مطلق، بلکه موضوعی قابل نقد می‌دانستند. در عرصه بین‌المللی نیز، تصویر چندان روشن نیست. سامانه شاخص حاکمیت قانون در پروژه عدالت جهانی^۶، با معیارهایی همچون محدودیت‌های قدرت دولت و عدم وجود فساد، ایران را در جایگاه ۱۰۹ از میان ۱۲۸ کشور قرار داده‌است (پژمان، ۱۳۹۹). این رتبه، همچون زنگ خطری، ضرورت توجه جدی به مسئله قانون‌گریزی را گوشزد می‌کند. آمار زندانیان نیز، همچون نمودی عینی از این چالش،

⁵ Huber

⁶ The World Justice Project (WJP) Rule of law index

6... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

قابل تأمل است. با ۲۸۳ زندانی به‌ازای هر صد هزار نفر جمعیت، ایران در زمره کشورهایی با بالاترین نرخ زندانی قرار می‌گیرد. این آمار، فراتر از یک عدد، روایتگر داستانی پیچیده از تقابل جامعه با قانون است. داده‌های این‌چنینی مربوط به قانون‌گریزی در جامعه، اهمیت بررسی این پدیده را برجسته می‌سازد. ثبات و دوام جوامع به‌شدت به حفظ نظم اجتماعی وابسته است که خود بر پایه قوانین مورد پذیرش جامعه استوار است. به بیان دیگر، پایداری اجتماعی با قانون‌مداری پیوندی ناگسستنی دارد، درحالی‌که قانون‌گریزی می‌تواند به فروپاشی و تهدید بنیان‌های جامعه منجر شود. از این رو، تحلیل علمی قانون‌گریزی برای پیشگیری و مقابله با آن ضرورتی انکارناپذیر است (علی‌بابایی و فیروزجائیان، ۱۳۸۸). برای دستیابی به جامعه‌ای آرام، مرفه و عادلانه که در آن حقوق افراد محترم شمرده شده و از فساد جلوگیری می‌شود، وجود قوانین کارآمد و پایبندی شهروندان به آن‌ها امری حیاتی است. در غیاب چنین شرایطی، جامعه با پیامدهای منفی متعددی روبرو خواهد شد. در واقع، می‌توان گفت که شالوده زندگی اجتماعی و پیشرفت تمدن‌های بشری بر پایه تدوین و رعایت قوانین و مقررات بنا شده‌است.

شهر کاشان^۱ یکی از قدیمی‌ترین شهرهای ایران می‌باشد که از ۷۵۰۰ سال پیش زندگی در منطقه از آن به نام سیلک^۲ جریان داشته است، به دلیل وجود جاذبه‌های گردشگری بسیار، در تمامی فصول، گردشگران بسیاری از ایران و سایر کشورهای دنیا به این شهر سفر می‌کنند، همچنین به جهت موقعیت اقتصادی شهر (وجود معادن بسیار و مجموعه‌های صنعتی بزرگ و کوچک) افراد بسیاری از شهرها و اقوام دیگر (لر، کرد، عرب) و همچنین کشورهای هم‌جوار مانند افغانستان به سمت این شهر روانه شده‌اند، این امور زمینه یک شهر چندفرهنگی را در کاشان به وجود آورده‌است که پیامد چنین وضعیتی در شکل‌گیری انواع قانون‌گریزی و آسیب‌های اجتماعی در شهر قابل‌مشاهده می‌باشد. بر اساس آخرین گزارش‌های فرماندهی انتظامی کاشان در اردیبهشت هزار و چهارصد، با افزایش سیصد و بیست و پنج درصدی کشفیات در حوزه مواد مخدر، افزایش صددرصدی دستگیری قاچاقچیان مواد مخدر از ابتدای

1Kashan

2 Sialk

سال نسبت به مدت مشابه آن در سال نود و نه افزایش دویست و هشتاد درصدی دستگیری قاچاقچیان کالا، افزایش یک هزار درصدی اراذل، اوباش و افراد شرور، افزایش نوزده درصدی سارقان، افزایش هشتاد و نه درصدی معتادان، همچنین کشف یک هزار دستگاه استخراج ارز دیجیتال (ماینر) غیرمجاز طی چهل و پنج‌روز ابتدایی سال، درحالی‌که کل کشفیات مربوط به این کالای قاچاق در سال گذشته هشتصد دستگاه بود را شاهد هستیم (خبرگزاری ایرنا، شانزدهم اردیبهشت هزار و چهارصد).

این آمارها نشان می‌دهد که قانون‌گریزی در کاشان نه تنها به یک چالش اجتماعی تبدیل شده است، بلکه نظم عمومی و امنیت اجتماعی این شهر را نیز تهدید می‌کند. این وضعیت ضرورت انجام پژوهش‌های عمیق‌تر در زمینه قانون‌گریزی را برجسته می‌سازد. با این‌که پژوهش‌های زیادی در این زمینه در ایران و دیگر کشورها انجام شده است، مطالعاتی که به بررسی این پدیده در بافت‌های اجتماعی خاص، مانند شهر کاشان، پرداخته‌اند، محدود هستند. از این‌رو، پژوهش حاضر باهدف شناسایی و تحلیل عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر قانون‌گریزی در شهر کاشان طراحی شده است. این پژوهش، با رویکردی کمی، به دنبال پاسخ به این پرسش است که کدام عوامل فرهنگی و اجتماعی در شکل‌گیری و تداوم رفتارهای قانون‌گریزانه در شهر کاشان نقش دارند. لازم به ذکر است که این پژوهش بر قانون‌گریزی از نوع نرم تمرکز دارد، زیرا این نوع قانون‌گریزی که معمولاً به صورت تخطی‌های جزئی از هنجارها و قوانین اجتماعی بروز می‌کند، می‌تواند به عنوان پیش‌زمینه‌ای برای بروز قانون‌گریزی‌های سخت‌تر، مانند ارتکاب به جرائم جدی‌تر، عمل کند. قانون‌گریزی نرم معمولاً نشانه‌ای از نارضایتی یا ناتوانی در پذیرش و تطابق با هنجارهای اجتماعی است و می‌تواند در صورت تداوم و گسترش، به تهدیدی برای نظم اجتماعی تبدیل شود به عبارتی این رفتارها، اگرچه در ظاهر خفیف به نظر می‌رسند، اما در بلندمدت می‌توانند تأثیرات منفی گسترده‌ای بر نظم و انسجام اجتماعی داشته باشند. نتایج این مطالعه می‌تواند نه تنها به درک عمیق‌تر پدیده قانون‌گریزی در بافت خاص شهر کاشان کمک کند، بلکه الگویی برای مطالعات مشابه در سایر

8... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

شهرهای ایران و حتی فراتر از آن باشد. با توجه به ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی خاص شهر کاشان، این پژوهش می‌تواند راهکارهای بومی و مؤثری برای کاهش رفتارهای قانون‌گریزانه ارائه دهد. این پژوهش، با پیوند نظریه‌های جامعه‌شناختی به واقعیت‌های میدانی، می‌تواند راهگشای سیاست‌گذاری‌های مؤثر برای کاهش قانون‌گریزی و تقویت همبستگی اجتماعی باشد.

پیشینه تجربی

۱. پیشینه داخلی

صفاری‌نیا و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهش خود با عنوان "بررسی عوامل زمینه‌ساز قانون‌گریزی در ادارات شهر اهواز"، با استفاده از روش کیفی و تحلیل مضمون، داده‌های مرتبط با کارمندان اداری اهواز در سال ۱۳۹۹ را بررسی کردند. یافته‌ها نشان دادند که چهار عامل اصلی شامل شبکه روابط قومی، ضعف نظارت سازمانی، کاهش قبح قانون‌گریزی و ضعف تعهد سازمانی در این پدیده نقش دارند. این عوامل از تحلیل مضامین سازمان‌دهنده‌ای چون تعاملات درون‌قومی، نظارت شکلی و ضعف در برخورد با متخلفان استخراج شدند.

سوهانیان حقیقی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهش خود تحت عنوان "تحلیل تطبیقی عوامل مؤثر بر قانون‌گریزی و قانون‌شکنی در استان‌های ایران" به شناسایی عوامل مؤثر بر این پدیده پرداخته‌اند. این پژوهش با رویکرد تحلیل تطبیقی - فازی و از طریق تحلیل ثانویه داده‌های موجود انجام شده است. نتایج نشان می‌دهد که دو مسیر اصلی منجر به قانون‌گریزی شده است: در مسیر اول، ترکیب سردرگمی اجتماعی، گرایش به نظم کم، سواد و بیکاری باعث قانون‌گریزی می‌شود. در مسیر دوم، احساس عدالت کم به همراه عوامل مشابه به ایجاد رفتارهای قانون‌گریزانه منجر می‌گردد.

حیدر نژاد و همکاران (۱۴۰۰) در گرگان با روش پیمایشی و داده‌های ۳۹۵ شهروند بالای ۱۵ سال، تأثیر اعتماد اجتماعی، پیوند اجتماعی، احساس انومی، پنداشت از قانون‌شکنی و شرمساری اجتماعی را

9.....

بر قانون‌گریزی بررسی کردند. یافته‌ها نشان دادند که این عوامل بیشترین تأثیر را دارند، درحالی‌که نظارت غیررسمی و آگاهی از قانون تأثیر معناداری نداشتند. پژوهش بر تقویت اعتماد و پیوندهای اجتماعی و کاهش احساس انومی تأکید دارد.

پور رجبی و مجدی (۱۳۹۸) در پژوهش خود به بررسی عوامل مؤثر بر قانون‌گریزی در مناطق حاشیه‌ای شهر مشهد پرداخته‌اند. این مطالعه توصیفی - تحلیلی است و شامل ۳۸۳ سرپرست خانوار از حومه مشهد می‌باشد. نتایج نشان می‌دهد که میانگین قانون‌گریزی ۲/۹ بوده و رابطه معناداری بین احساس کارآمدی، احساس بیگانگی، احساس برابری و عوامل مذهبی با میزان قانون‌گریزی وجود دارد. همچنین، ضعف در دانش و آگاهی، مشکلات اقتصادی و ناکارآمدی سازوکارهای نهادی به گرایش به قانون‌گریزی در این مناطق دامن زده‌است. این پژوهش بر اهمیت شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر قانون‌گریزی تأکید می‌کند و نشان می‌دهد که برای کاهش این پدیده، نیاز به بهبود شرایط اقتصادی و تقویت سازوکارهای نهادی وجود دارد.

پژوهش میرزایی و همکاران در سال ۱۳۹۶ با هدف بررسی قانون‌گریزی بر اساس نظریه پیوند اجتماعی تراویس هیرشی در اهواز انجام شد. محققان با نمونه‌گیری از شهروندان بالای ۱۸ سال، داده‌ها را جمع‌آوری کردند. نتایج نشان می‌دهد که بین پیوند اجتماعی و ابعاد مختلف قانون‌گریزی رابطه معناداری وجود دارد. در تحلیل مسیر، اعتقاد به اعتبار اخلاقی - هنجاری بیشترین تأثیر را در تبیین قانون‌گریزی داشته‌است. این مطالعه تأکید می‌کند که هرچه افراد پیوندهای اجتماعی قوی‌تری با جامعه داشته باشند، احتمال قانون‌مداری آن‌ها بیشتر خواهد بود. یافته‌ها نشان‌دهنده اهمیت تقویت پیوندهای اجتماعی در کاهش قانون‌گریزی و نیاز به توجه به این عوامل در سیاست‌گذاری‌های مربوط به افزایش قانون‌مداری است.

10... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

کریمی در پایان‌نامه دکتری خود در سال ۱۳۹۵ به بررسی عوامل مؤثر بر قانون‌گریزی جوانان ۱۸ تا ۲۹ سال شهرستان مریوان پرداخت. این پژوهش با استفاده از نظریه‌های جامعه‌شناسی و به روش پیمایشی انجام شد و جامعه آماری آن شامل کلیه جوانان این رده سنی بود که نمونه‌ای به حجم ۳۸۴ نفر انتخاب شد. داده‌ها از طریق پرسش‌نامه جمع‌آوری گردید. نتایج نشان داد که متغیرهای احساس عدالت توزیعی، کنترل اجتماعی، اعتماد اجتماعی، رضایت اجتماعی و نگرش نسبت به قانون با قانون‌گریزی رابطه معکوس و معناداری دارند. در مقابل، احساس آنومی اجتماعی، داشتن دوستان قانون‌گرا، میزان قانون‌گریزی در خانواده و احساس محرومیت نسبی با قانون‌گریزی رابطه مستقیم و معناداری نشان دادند. تحلیل رگرسیون چند متغیره نشان داد که آنومی اجتماعی، کنترل اجتماعی، رضایت اجتماعی، نگرش نسبت به قانون و قانون‌گریزی اعضای خانواده تأثیر معناداری بر قانون‌گریزی دارند و این متغیرها در مجموع ۳۸ درصد از تغییرات قانون‌گریزی را تبیین می‌کنند.

بهداروند (۱۳۹۵) در پایان‌نامه دکتری خود به بررسی عوامل مؤثر بر قانون‌گریزی در خانواده‌ها پرداخته است. این مطالعه باهدف شناسایی عوامل تأثیرگذار بر قانون‌گریزی خانواده‌های شهر اهواز انجام شد و از روش پیمایشی توصیفی - تبیینی و پرسش‌نامه برای جمع‌آوری داده‌ها از ۴۰۰ نفر از خانواده‌هایی که به مراکز قضایی، مشاوره و زندان مراجعه کرده بودند، استفاده شد. نتایج نشان می‌دهد که کنترل اجتماعی بر قانون‌گریزی ابزاری و اخلاقی تأثیر دارد، درحالی‌که روابط اجتماعی بر هر سه نوع قانون‌گریزی (ابزاری، اعتراضی و اخلاقی) تأثیرگذار است. همچنین، رعایت ارزش‌ها و هنجارهای جامعه بر قانون‌گریزی اعتراضی و اخلاقی تأثیر دارد و رضایت اجتماعی نیز بر قانون‌گریزی ابزاری و اعتراضی اثرگذار است. دیگر عواملی مانند نظارت بر قوانین، اطاعت از قوانین، کارآمدی نهادهای قضایی، پیوند اجتماعی و احساس بی‌هنجاری نیز بر انواع مختلف قانون‌گریزی تأثیر دارند.

۲.پیشینه خارجی

11.....

کان^۹ و همکاران (2020) در پژوهشی با عنوان "این سوی قانون: ارزیابی نگرش شهروندان نسبت به پیروی از قانون" به بررسی عوامل مؤثر بر نگرش شهروندان نسبت به اهمیت پیروی از قانون پرداختند. هدف این مطالعه درک بهتر دلایل پایبندی شهروندان به قانون و عوامل تأثیرگذار بر آن بود. محققان با استفاده از داده‌های نظرسنجی CCES و تکنیک نمونه‌گیری تصادفی، داده‌ها را جمع‌آوری کردند و از مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) برای تحلیل استفاده کردند. نتایج نشان داد که ادراک شهروندان از مشروعیت نهادهای قانونی و رسوایی‌های سیستم قضایی بر اهمیت پیروی از قانون تأثیر دارد. همچنین، برخی عوامل اثرات غیرمستقیمی بر نگرش‌های مربوط به پیروی از قانون دارند. جالب است که حضور منظم در کلیسا ممکن است با باور به اهمیت پیروی از قانون، احترام کمتر به نهادهای دولتی همراه باشد. محققان نتیجه‌گیری کردند که باورهای مردم درباره اهمیت پیروی از قانون تحت تأثیر مجموعه‌ای پیچیده از عوامل قرار دارد.

لو یا کونو^{۱۰} (2019) در مقاله‌ای با عنوان "قانون‌شکنی، انصاف و اعتماد عمومی: نقش میانجی اعتماد به نهادها"، به بررسی رابطه بین قانون‌شکنی، عملکرد دولت و اعتماد عمومی پرداخت. با تحلیل داده‌های پیمایش اجتماعی اروپا (ESS-2010) از 13 کشور اروپایی، نتایج نشان داد که جرائم خشونت‌آمیز از طریق کاهش اعتماد به نهادها به طور غیرمستقیم اعتماد عمومی را کاهش می‌دهند، درحالی‌که جرائم مالکیتی چنین تأثیری نداشتند. همچنین، شاخص‌های انصاف دولتی مانند بی‌طرفی و فساد، رابطه معناداری با اعتماد عمومی داشتند. این پژوهش نقش کلیدی اعتماد نهادی را در کاهش قانون‌گریزی و تقویت اعتماد عمومی برجسته کرد.

⁹ Cann

¹⁰ Lo Iacono

پاپا کریستوس^{۱۱} و همکاران (2012) در مقاله‌ای با عنوان "چرا مجرمان از قانون اطاعت می‌کنند؟ تأثیر مشروعیت و شبکه‌های اجتماعی بر مجرمان مسلح فعال" به بررسی عواملی که بر پابندی مجرمان به قانون تأثیر می‌گذارند، پرداخته‌اند. این پژوهش به‌منظور پر کردن خلأ تحقیقاتی در زمینه دلایل اطاعت از قانون در میان جمعیت‌های مستعد ارتکاب جرایم خشن انجام شد. محققان از داده‌های پروژه اسلحه شیکاگو (CGP) استفاده کردند که شامل نظرسنجی از مجرمان فعال بود. یافته‌ها نشان داد که هرچند مجرمان معمولاً دیدگاه منفی نسبت به قانون دارند، اما زمانی که به مشروعیت قانون و مجریان آن، به‌ویژه پلیس، باور داشته باشند، احتمال پابندی‌شان افزایش می‌یابد. همچنین، اعضای باندها که شبکه‌های اجتماعی‌شان مملو از مجرمان است، کمتر احتمال دارد که قانون را مشروع بدانند. این مطالعه بر اهمیت شبکه‌های اجتماعی در شکل‌دهی نگرش‌ها و رفتارهای مجرمان نسبت به قانون تأکید کرده است.

قانون‌گریزی به‌عنوان یک پدیده پیچیده تحت تأثیر عوامل فردی، روان‌شناختی، فرهنگی، اجتماعی و نهادی قرار دارد. تحقیقات پیشین به‌طور عمده بر ابعاد خاصی از این عوامل تمرکز کرده و تفاوت‌های فرهنگی و اجتماعی میان شهرها را نادیده گرفته‌اند. این پژوهش به بررسی احساس محرومیت نسبی به‌عنوان یک متغیر روان‌شناختی و همچنین دین‌داری و هنجارهای شهروندی به‌عنوان عوامل فرهنگی می‌پردازد. همچنین، تأثیر بزهکاری دوستان و سرمایه اجتماعی درون‌گروهی به‌عنوان متغیرهای اجتماعی و نقش عدالت رویه‌ای و کنترل‌های رسمی و غیررسمی در سطح نهادی مورد تحلیل قرار می‌گیرد. هدف این مطالعه ارائه یک مدل جامع برای شناخت بهتر عوامل مؤثر بر قانون‌گریزی در کاشان و کمک به سیاست‌گذاری‌های مؤثرتر در این زمینه است و در این راستا، ما بر چهار بعد نظریات هنجاری، ساختاری، کنترلی و عدالت‌گرایانه تمرکز خواهیم کرد:

۱. نظریات هنجاری: بررسی تأثیر هنجارهای اجتماعی و فرهنگی بر رفتار افراد و پابندی آن‌ها به قوانین.

¹¹ Papachristos

13.....

۲. نظریات ساختاری: تحلیل ساختارهای اجتماعی و اقتصادی که می‌توانند بر رفتارهای قانون‌گریزانه تأثیر بگذارند.

۳. نظریات کنترلی: ارزیابی نقش کنترل‌های اجتماعی رسمی و غیررسمی در شکل‌دهی به رفتارهای قانونی یا قانون‌گریزانه.

۴. نظریات عدالت‌گرایانه: بررسی تأثیر ادراک عدالت رویه‌ای و مشروعیت نهادهای قانونی بر تمایل افراد به پیروی از قانون.

این تحقیق با ترکیب این چهار بعد، به دنبال ارائه مدلی جامع برای درک بهتر عوامل مؤثر بر قانون‌گریزی در کاشان خواهد بود.

چارچوب نظری

۱. نظریات هنجاری

این نظریات در تبیین قانون‌گریزی بر نقش کلیدی ارزش‌ها، هنجارها و باورهای اجتماعی تأکید دارند. این دیدگاه معتقد است در جوامعی با هنجارهای قوی و پایدار، احتمال قانون‌گریزی کاهش می‌یابد.

الف) اعتقاد به هنجارهای شهروندی

تراویس هیرشی^{۱۲}، (۱۹۶۹: ۱۶) نظریه خود را با نقل‌قولی از کتاب خودکشی دورکیم آغاز می‌کند که می‌گوید: «هر چه گروه‌هایی که فرد به آن‌ها تعلق دارد ضعیف‌تر شوند، وابستگی او به آن‌ها کمتر خواهد بود و در نتیجه بیشتر به خود متکی می‌شود و هیچ قاعده رفتاری دیگری جز آنچه بر اساس منافع شخصی‌اش است، نمی‌شناسد». برای هیرشی، منبع انطباق اجتماعی در پیوندهای اجتماعی نهفته است که

¹² Travis Hirschi

14... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

به ما احساس مسئولیت و چیزی برای ازدست‌دادن در صورت ارتکاب جرم می‌دهند. این پیوند اجتماعی شامل چهارعنصر است: وابستگی، تعهد، مشارکت و باور. هیرشی معتقد است که این عناصر به هم مرتبطند اما می‌توان آن‌ها را به طور جداگانه مورد بررسی قرار داد. وابستگی به دیگران به ارتباط عاطفی ما با آن‌ها اشاره دارد. هر چه ما دیگران را بیشتر دوست داشته باشیم یا به آن‌ها احترام بگذاریم، نسبت به نظرات آن‌ها درباره خود حساس‌تر خواهیم بود. هیرشی با الهام از هابز و دورکیم فرض کرد که نظم اجتماعی بر اساس توافق عمومی شکل می‌گیرد؛ بنابراین او بر این باور بود که والدین، معلمان و دیگران به‌طور کلی رفتارهایی را که مختل‌کننده، بی‌صداقت و مضر هستند، ناپسند می‌دانند. ازاین‌رو، شرکت در چنین رفتارهایی پیامدهای منفی برای فرد خواهد داشت. برخلاف نظریات مرتون، هیرشی بیان کرد که تعهد به اهداف آموزشی یا شغلی بلندمدت می‌تواند مانع بزهکاری شود؛ زیرا دستیابی موفقیت‌آمیز به این اهداف با نقض قوانین نهادهای اجتماعی که جوایز آموزشی و شغلی را ارائه می‌دهند، در خطر قرار می‌گیرد. پیش‌بینی ساده هیرشی این بود که شرکت در فعالیت‌های متعارف مانند مدرسه، ورزش یا کارهای بعد از مدرسه زمان کمتری برای ارتکاب اعمال بزهکارانه باقی می‌گذارد. هیرشی در نهایت بر این باور بود که افراد در مورد اعتبار اخلاقی قوانین دیدگاه‌های متفاوتی دارند. بر اساس نظریه‌های فشار، محرومیت و ناامیدی می‌تواند باعث شود که افراد به نقض قوانینی که به آن‌ها اعتقاد دارند، اقدام کنند. از سوی دیگر، نظریه‌های انحراف فرهنگی نشان می‌دهند که افراد معمولاً هنجارهای گروه‌های خود را زیر پا نمی‌گذارند. اما در نظریه کنترل، برخی افراد به دلیل نداشتن وابستگی عاطفی به دیگران، احساس نمی‌کنند که قوانین و مقررات بر رفتارشان الزام‌آور است؛ بنابراین، این افراد احساس آزادی بیشتری برای تخلف از قوانین دارند (کاستلو و لاوب، ۲۰۲۰). طبق این نظریه، اعتقاد به هنجارهای شهروندی نقشی کلیدی در تبیین قانون‌گریزی دارد. این اعتقاد نوعی مکانیسم کنترل درونی ایجاد می‌کند که حتی در غیاب نظارت بیرونی، افراد را به پیروی از قوانین ترغیب می‌کند. افرادی با اعتقاد قوی به هنجارهای

15.....

شهروندی، قوانین را مشروع و ضروری برای نظم اجتماعی می‌دانند که این امر احتمال قانون‌گریزی را کاهش می‌دهد.

ب) سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی، به عنوان یک مفهوم چندبعدی، شبکه‌ای از روابط و پیوندهای مبتنی بر اعتماد اجتماعی است که بین افراد، گروه‌ها و نهادهای اجتماعی شکل می‌گیرد (عبداللهی و موسوی، ۱۳۸۶). این مفهوم شامل شبکه‌های اجتماعی، هنجارهای اعتماد و عمل متقابل است (استون، ۲۰۰۱: ۶). رابرت پاتنام^{۱۳}، دو نوع شبکه را در سرمایه اجتماعی معرفی می‌کند: غیررسمی و رسمی (که آن را "تعهد مدنی" می‌نامد) (پاتنام، ۱۹۹۸). او همچنین سرمایه اجتماعی را به دو نوع تقسیم می‌کند:

۱. سرمایه اجتماعی درون‌گروهی (انحصاری): این نوع به پیوندهای انحصاری بین افراد با مسائل مشترک اشاره دارد، مانند روابط خانوادگی و دوستان نزدیک.

۲. سرمایه اجتماعی برون‌گروهی (بین‌گروهی): این نوع به انجمن‌های داوطلبانه و پیوندهای افقی مبتنی بر منافع مشترک اشاره دارد که از تفاوت‌های قومی، مذهبی و اجتماعی - اقتصادی فراتر می‌رود (پاتنام، ۲۰۰۳).

پیوندهای غیررسمی یا سرمایه درون‌گروهی شامل روابط خانوادگی، خویشاوندی و دوستانه است، درحالی‌که پیوندهای رسمی در اجتماعات داوطلبانه شکل می‌گیرد. شبکه‌های غیررسمی به دو بخش درون‌خانواده و فراسوی خانواده تقسیم می‌شوند (فینچ و میسون، ۱۹۹۳) پاتنام معتقد است این دو نوع سرمایه اجتماعی یکدیگر را تقویت می‌کنند و کاهش یکی به کاهش دیگری می‌انجامد (پاتنام، ۲۰۰۷: ۱). در زمینه قانون‌گریزی، سرمایه درون‌گروهی می‌تواند تأثیر دوگانه‌ای داشته باشد. از یک سو، می‌تواند

¹³ Robert D. Putnam

16... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

به‌عنوان مکانیسم کنترل اجتماعی غیررسمی عمل کرده و قانون‌گریزی را کاهش دهد. از سوی دیگر، اگر هنجارهای درون‌گروه با قوانین رسمی جامعه در تضاد باشد، می‌تواند به افزایش قانون‌گریزی منجر شود. همچنین، این نوع سرمایه می‌تواند بر ادراک افراد از مشروعیت قوانین تأثیر گذاشته و بسته به نگرش گروه نسبت به قوانین، احتمال قانون‌گریزی را تغییر دهد.

۲. نظریات ساختاری

این نظریات در تبیین قانون‌گریزی بر نقش نابرابری‌های اجتماعی و فشارهای اقتصادی - اجتماعی تأکید دارند. دو نظریه مهم در این زمینه عبارتند از:

الف) نظریه آنومی دورکیم^{۱۴}

نظریه دورکیم درباره کج‌رفتاری و آنومی اجتماعی بر اهمیت ساختارهای اجتماعی و هنجارها در شکل‌دهی رفتارهای قانون‌گريزانه تأکید دارد. او معتقد است که ضعف در هنجارهای اجتماعی، یا به عبارتی بی‌هنجاری، می‌تواند به سردرگمی اجتماعی و در نتیجه افزایش رفتارهای انحرافی منجر شود. در این شرایط، ارزش‌های اخلاقی دیگر با واقعیت‌های مادی زندگی همخوانی ندارند و روح جمعی قادر به تنظیم تمایلات افراد نیست. این وضعیت که دورکیم آن را "آنومی" می‌نامد، معمولاً زمانی رخ می‌دهد که تغییرات سریع اجتماعی، نظیر تحولات اقتصادی یا فرهنگی، انسجام اجتماعی را دچار اختلال کنند (ممتاز، ۱۳۸۰: ۸۳-۷۶).

هیلبرت (۱۹۸۹: ۲۴۴) با توضیحی روشن، این مفهوم را به‌صورت وضعیت‌رهایی از تنظیمات اخلاقی و محدودکننده تعریف می‌کند. او معتقد است که در شرایط آنومیک، نبود قواعد مشخص سبب می‌شود که هم‌راستایی و انحراف هر دو غیرممکن شوند، چراکه هیچ استاندارد برای قضاوت یا جریان اجتماعی برای هدایت رفتار وجود ندارد. در این شرایط، افراد نه‌تنها سردرگم می‌شوند، بلکه جامعه نیز قادر به ارائه چارچوبی برای تنظیم رفتارها نیست (دی‌کریستینا، ۲۰۱۶).

¹⁴ Durkheim

17.....

دورکیم همچنین تأکید می‌کند که چنین شرایطی می‌تواند به گسترش فردگرایی منجر شود، جایی که افراد بیشتر بر تحقق خواسته‌های شخصی خود تمرکز می‌کنند و هنجارهای اجتماعی تضعیف می‌شوند. او دو بعد کج‌رفتاری در شرایط آنومیک را بررسی می‌کند: نخست، تغییرات سریع اجتماعی که اخلاق اجتماعی را مختل می‌کنند و دوم، افزایش فردگرایی که به تقویت آرزوهای بی‌پایان فردی منجر می‌شود. با این حال، دورکیم اشاره می‌کند که جوامعی با وفاق اجتماعی قوی نیز ممکن است رفتارهای کج‌روانه را تجربه کنند، خصوصاً زمانی که خود هنجارهای جامعه، انحراف را تشویق کنند. او باور دارد که اگر تقسیم کار در جامعه به‌صورت نرمال انجام شود و افراد بتوانند استعدادهای خود را متناسب با نقش‌هایشان پرورش دهند، میزان کج‌رفتاری کاهش خواهد یافت. به عقیده دورکیم، هرچه جامعه پیچیده‌تر و متمدن‌تر شود، بیشتر به اندیشه و خلاقیت متکی خواهد بود؛ اما این امر تنها زمانی به کاهش کج‌رفتاری منجر می‌شود که جامعه بتواند میان نیازهای فردی و جمعی تعادل برقرار کند (ممتاز، ۱۳۸۰: ۷۶-۸۳). در این چارچوب، می‌توان قانون‌گریزی شهروندان را یکی از پیامدهای مستقیم آنومی دانست. ضعف در تنظیمات اجتماعی و اخلاقی، فقدان وفاق جمعی، و گسترش فردگرایی می‌تواند موجب شود که شهروندان نسبت به قوانین و هنجارهای اجتماعی بی‌تفاوت شوند یا حتی به‌صورت آگاهانه آنها را نقض کنند. به‌ویژه در جوامعی که تغییرات اجتماعی سریع و بی‌ثباتی اقتصادی غالب است، قانون‌گریزی به‌عنوان پاسخی به این شرایط ناپایدار بروز پیدا می‌کند.

ب) محرومیت نسبی پیتر بلاو

مفهوم محرومیت نسبی که توسط جودیس بلاو و پیتر بلاو^{۱۵} معرفی شده، به بررسی نابرابری‌های اجتماعی و تأثیر آن‌ها بر رفتارهای انحرافی می‌پردازد. این نظریه با تلفیق نظریه آنومی، بر این نکته تأکید دارد که

¹⁵ Peter Blau

18... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

افراد طبقات پایین ممکن است احساس محرومیت کنند، به‌ویژه زمانی که سبک زندگی خود را با افراد مرفه مقایسه می‌کنند. احساس نابرابری و بی‌عدالتی ناشی از وضعیت اقتصادی یا نژادی، می‌تواند حس نارضایتی و خصومت را در افراد تقویت کند. پیتربلاو بیان می‌کند که رفاه اندک طبقات پایین، جامعه‌ای را که نابرابری اجتماعی را ترویج کرده و فرصت‌های پیشرفت قانونی را محدود کرده، تخریب می‌کند. ناکامی‌های مستمر ناشی از این احساس نابرابری، به ایجاد خصومت و پرخاشگری سرکوب‌شده منجر می‌شود که نهایتاً به رفتارهای قانون‌گریزانه می‌انجامد. این احساس محرومیت زمانی به اوج می‌رسد که افراد فقیر باور کنند توان رقابت در جامعه را ندارند یا تعادل قدرت اقتصادی - اجتماعی به نفع ثروتمندان تغییر کرده‌است. در این شرایط، فقر نسبی احتمال گرایش به فعالیت‌های غیرقانونی را افزایش می‌دهد (سیگل، ۲۰۱۲: ۲۰۴). در جوامعی که ارزش‌های مادی و اقتصادی رشد چشمگیری داشته‌اند و فرصت‌های ترقی برای گروه‌های الگو (گروه‌هایی که افراد خود را با آن‌ها قیاس می‌کنند) بیشتر شده - است، سطح توقعات عمومی نیز افزایش می‌یابد. اگر فردی دریابد که از این امکانات بی‌بهره است، حس محرومیت نسبی در او تقویت می‌شود. هرچه تلاش فرد برای دستیابی به یک ارزش خاص بیشتر باشد، آن ارزش در نظرش اهمیت بیشتری پیدا می‌کند؛ بنابراین، افزایش احتمال دسترسی به ارزش‌های مطلوب یا ارتقای موقعیت اجتماعی، احساس محرومیت نسبی را شدت می‌بخشد (رفیع‌پور، ۱۳۷۸: ۴۶). طبق این نظریه، هنگامی که افراد خود را در مقایسه با گروه‌های مرجع یا الگو محروم احساس کنند، ممکن است به رفتارهای قانون‌گریزانه روی آورند. این حس محرومیت که ناشی از وضعیت اقتصادی یا اجتماعی است، حس بی‌عدالتی و نارضایتی را در افراد گسترش می‌دهد. در نتیجه، نظریه محرومیت نسبی تأکید دارد که ناکامی‌های مستمر ناشی از احساس نابرابری می‌تواند به خصومت و پرخاشگری منجر شود و نهایتاً به رفتارهای قانون‌گریزانه دامن بزند.

3. نظریات کنترلی

19.....

نظریات کنترلی بر این تمرکز دارند که چگونه کنترل‌های رسمی و غیررسمی مانع از بروز رفتارهای انحرافی و قانون‌گریزانه می‌شوند

الف) کنترل اجتماعی رسمی و غیررسمی

بر اساس نظریه کنترل، تمامی افراد در موقعیت‌های مختلف ممکن است به رفتارهای انحرافی گرایش پیدا کنند، اما عوامل کنترلی هستند که مانع از بروز این رفتارها می‌شوند (کیمل و ارونسون، 176:2021). این کنترل‌ها می‌توانند شخصی یا اجتماعی باشند. کنترل‌های شخصی به توانایی‌های درونی فرد برای نظارت بر خود اشاره دارند، مانند خودآنگاره و خودپنداره، درحالی که کنترل‌های اجتماعی به توانایی‌های بیرونی برای نظارت بر فرد مربوط می‌شوند، مانند حمایت خانواده و نظارت پلیس. نظریه کنترل بیان می‌کند که تأثیرگذاری کنترل‌های درونی بر نظم‌پذیری افراد از طریق فرآیند اجتماعی شدن و پذیرش ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی جامعه صورت می‌گیرد. در مقابل، تأثیرگذاری کنترل‌های اجتماعی بر نظم‌پذیری افراد به ضمانت‌های اجرایی این کنترل‌ها بستگی دارد. این کنترل‌ها می‌توانند رسمی یا غیررسمی، مثبت یا منفی باشند. ضمانت‌های اجرایی رسمی از سوی نهادهای رسمی جامعه (مانند پلیس و دادگاه‌ها) اعمال می‌شوند، درحالی که ضمانت‌های اجرایی غیررسمی از سوی نهادهای غیررسمی (مانند خانواده) اعمال می‌گردند (احمدی و همکاران، ۱۳۹۳). در این نظریه، کنترل‌های غیررسمی مانند نظارت خانواده، آموزش ارزش‌ها و هنجارها و حمایت‌های عاطفی به همراه کنترل‌های رسمی می‌توانند نقش مهمی در کاهش تمایل به قانون‌گریزی ایفا کنند. به عبارت دیگر، زمانی که خانواده‌ها، افراد نزدیک و نهادهای رسمی نظارت کافی بر رفتار فرد داشته باشند و ارزش‌های اجتماعی را منتقل کنند، احتمال بروز رفتارهای قانون‌گریزانه کاهش می‌یابد.

ب) پیوند افتراقی ساترلند

20... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

ساترلند^{۱۶}، یکی از نظریه‌پردازان مکتب کنش متقابل نمادین، با نظریه هم‌نشینی افتراقی خود به بررسی یادگیری رفتارهای انحرافی پرداخته‌است. او تأکید می‌کند که رفتار انحرافی از طریق تعامل با افراد منحرف آموخته می‌شود و هر چه تعداد این ارتباطات انحرافی بیشتر باشد، احتمال بروز کج‌روی نیز افزایش می‌یابد. نکات کلیدی نظریه ساترلند به شرح زیر است:

۱. کج‌رفتاری از طریق یادگیری شکل می‌گیرد و وراثت نقشی ندارد.
۲. یادگیری کج‌رفتاری از طریق تعامل با افراد کج‌رفتار حاصل می‌شود.
۳. بخش اصلی یادگیری درباره رفتار مجرمانه درون گروه‌های اولیه تحقق پیدا می‌کند.
۴. فرآیند یادگیری شامل آموختن تکنیک‌ها و انگیزه‌های خاص برای رفتارهای انحرافی است.
۵. نحوه مدیریت انگیزش بستگی دارد به اینکه آیا فرد با افرادی تماس دارد که تعاریف مثبت دارند؛ یعنی کسانی که رفتار مجرمانه را تأیید کرده یا کسانی که تعاریف منفی نسبت به رفتار مجرمانه دارند.
۶. افراد زمانی به سمت انحراف کشیده می‌شوند که تعاریف مثبت نسبت به کج‌روی بیشتر از تعاریف مثبت نسبت به هم‌نوایی باشد.
۷. پیوندها و ارتباطات افراد با دیگران از نظر شدت، تکرار، طول و تقدم متفاوت هستند.
۸. فرآیند یادگیری رفتار منحرفانه مشابه فرآیند یادگیری سایر رفتارهای اجتماعی است.
۹. انجام رفتارهای کج‌روانه نمایانگر ارزش‌ها و نیازهای کلی است (ساترلند، ۱۹۳۹: ۷-۶)

¹⁶ Sutherland

21.....

ساترلند بر این باور بود که کج رفتاری کنشی طبیعی در جامعه است و آن را مشابه یادگیری هنجارها و قوانین دانست. او معتقد بود که تبیین کج رفتاری با اصول یادگیری اجتماعی بهتر از اصول روان‌شناختی مرضی قابل فهم است. (صدیق سروستانی، ۱۳۸۵: ۴۳-۴۴). این نظریه بر اهمیت یادگیری اجتماعی و تعامل با افراد منحرف در شکل‌گیری رفتارهای قانون‌گريزانه تأکید دارد. طبق این نظریه، قانون‌گریزی اکتسابی است و تحت تأثیر محیط اجتماعی و گروه‌های مرجع شکل می‌گیرد.

4. نظریات عدالت محورانه

نظریات عدالت محورانه بر اهمیت عدالت و مشروعیت نهادهای اجتماعی در کاهش رفتارهای قانون‌گريزانه تأکید دارند. این نظریه‌ها بیان می‌کنند که اگر افراد احساس کنند که عدالت در اجرای قوانین رعایت می‌شود، احتمال بیشتری دارد که از این قوانین تبعیت کنند.

الف. نظریه عدالت رویه‌ای تام تایلر

تام تایلر^{۱۷}، استاد حقوق و روان‌شناسی اجتماعی در دانشگاه ییل، به بررسی تأثیر عدالت بر روابط مردم با نهادهای اجتماعی پرداخته است. او دو مدل اصلی را در زمینه همکاری و تبعیت از قانون معرفی می‌کند: مدل کنترل اجتماعی و مدل مشروعیت. مدل کنترل اجتماعی بر اساس منافع شخصی افراد بنا شده و رفتارها را از طریق ضمانت‌های اجرایی یا مشوق‌ها کنترل می‌کند. در این رویکرد، احتمال دستگیری یا مجازات تأثیر کمی بر قانون‌مداری دارد. در مقابل، مدل مشروعیت بر این اساس است که افراد به دلیل مشروع بودن قوانین از آن‌ها پیروی می‌کنند. در این حالت، رفتار مردم بیشتر تحت تأثیر انگیزه‌های درونی و هنجارهای اجتماعی قرار دارد (تیلر و همکاران، ۲۰۰۸ به نقل از فیروزجائیان) تأثیر عدالت رویه‌ای بر

¹⁷ Tyler, Tom

22... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

مشروعیت نهادها نیز مورد بررسی قرار گرفته است. تایلر بیان می‌کند، وقتی مردم احساس کنند روش‌های دادگاه عادلانه است، تمایل بیشتری به پذیرش احکام دادگاه خواهند داشت (تایلر، ۲۰۰۱: ۲۱۶) همچنین، موفقیت پلیس در حفظ نظم اجتماعی به همکاری شهروندان وابسته است (تایلر و فاگان، ۲۰۰۸: ۲۱). تحقیقات تایلر نشان می‌دهد که برای حفظ نظم اجتماعی، روش‌های مبتنی بر عدالت و احترام به افراد مؤثرتر از مجازات‌های تنبیهی هستند (تایلر، ۲۰۰۳). او سه عنصر کلیدی را در ارزیابی عدالت رویه‌ای شناسایی می‌کند: بی‌طرفی، اعتماد و اعتبار. بی‌طرفی به رفتار منصفانه مجریان قانون اشاره دارد و عدم وجود تبعیض را شامل می‌شود. اعتماد به نیت منصفانه مجریان قانون بستگی دارد و اعتبار به احساس جایگاه افراد در جامعه مرتبط است (تایلر و لیند، ۲۰۰۲). تایلر همچنین بین دو نوع اعتماد تمایز قائل می‌شود: اعتماد حسابگرانه و اعتماد مبتنی بر نیت. او معتقد است که اگر مردم باور داشته باشند مراجع قانونی با حسن نیت عمل می‌کنند، با میل خود از قوانین پیروی خواهند کرد (تایلر، ۲۰۰۱: ۱۱). نتیجه‌گیری کلی از نظریات تام تایلر این است که برای ایجاد یک جامعه قانون‌مدار، صرفاً وضع قوانین سختگیرانه کافی نیست. بلکه باید سیستمی عادلانه ایجاد کرد که در آن با مردم با احترام رفتار شود. این رویکرد بر خودتنظیمی و انگیزه‌های درونی تأکید دارد و نشان می‌دهد که احساس عدالت در جامعه می‌تواند به افزایش اعتماد عمومی و کاهش قانون‌گریزی منجر شود.

فرضیه‌های تحقیق

- بین متغیرهای جمعیت‌شناختی (سن، جنسیت، تحصیلات، وضعیت تأهل، قومیت) و قانون‌گریزی رابطه معناداری وجود دارد؛ به‌طوری‌که با افزایش سن و تحصیلات تمایل به قانون‌گریزی کاهش می‌یابد.
- بین احساس محرومیت نسبی و قانون‌گریزی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ به این معنا که با افزایش احساس محرومیت نسبی، تمایل به قانون‌گریزی نیز افزایش می‌یابد.
- بین عدالت رویه‌ای و قانون‌گریزی رابطه منفی و معناداری وجود دارد؛ به‌طوری‌که با افزایش عدالت رویه‌ای، تمایل به قانون‌گریزی کاهش می‌یابد.

23.....

- بین سرمایه اجتماعی درون‌گروهی و قانون‌گزیزی رابطه منفی و معناداری وجود دارد؛ بدین معنا که با افزایش سرمایه اجتماعی درون‌گروهی، تمایل به قانون‌گزیزی کاهش می‌یابد.
- بین اعتقاد به هنجارهای شهروندی و قانون‌گزیزی رابطه منفی و معناداری وجود دارد؛ به این ترتیب که با افزایش اعتقاد به هنجارهای شهروندی، تمایل به قانون‌گزیزی کاهش می‌یابد.
- بین احساس آنومی اجتماعی و قانون‌گزیزی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ به این معنا که با افزایش احساس آنومی اجتماعی، تمایل به قانون‌گزیزی نیز افزایش می‌یابد.
- بین سطح دین‌داری و قانون‌گزیزی رابطه منفی و معناداری وجود دارد؛ به طوری که با افزایش سطح دین‌داری، تمایل به قانون‌گزیزی کاهش می‌یابد.
- بین قانون‌گزیزی دوستان و قانون‌گزیزی فرد رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ بدین معنا که با افزایش قانون‌گزیزی در دوستان، تمایل فرد به قانون‌گزیزی نیز افزایش می‌یابد.
- بین کنترل اجتماعی غیررسمی و قانون‌گزیزی رابطه منفی و معناداری وجود دارد؛ به این ترتیب که با افزایش کنترل اجتماعی غیررسمی، تمایل به قانون‌گزیزی کاهش می‌یابد.
- بین کنترل اجتماعی رسمی و قانون‌گزیزی رابطه منفی و معناداری وجود دارد؛ بدین معنا که با افزایش کنترل اجتماعی رسمی، تمایل به قانون‌گزیزی کاهش می‌یابد.

روش تحقیق

پژوهش حاضر به لحاظ روش کمی، از نوع پیمایشی^{۱۸} و از نظر ماهیت، کاربردی و به لحاظ زمانی، مقطعی می‌باشد. هدف اصلی در تحقیقات کاربردی بازدهی علمی و استفاده از نتایج آن تحقیقات است

24... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

(بلیکی، ۱۹۳۳: ۷۴). جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه شهروندان شهر کاشان می‌باشد که بر پایه سرشماری عمومی نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۵ جمعیت این شهر ۳۸۴/۴۸۷ نفر بوده است. با استفاده از فرمول کوکران و با لحاظ کردن $\alpha = 1/96$ برای سطح اطمینان ۹۵ درصد و $d = 0.05$ برای دقت مطلوب، حجم نمونه برابر با ۳۸۴ نفر محاسبه شده است. در این تحقیق، از روش نمونه‌گیری احتمالی متناسب با حجم استفاده شده است که امکان انتخاب نمونه‌ای متناسب با توزیع جمعیتی در مناطق مختلف را فراهم می‌آورد و به ما اجازه می‌دهد تا نتایج را به جامعه بزرگ‌تر تعمیم دهیم و بر همین اساس شهر کاشان به ۱۱ محله تقسیم و بر اساس حجم هر محله پرسش‌نامه‌ها توزیع شدند. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها در این پژوهش پرسش‌نامه‌ای استاندارد بوده که در ۱۲ بخش جداگانه به صورت یکسان برای تمامی افراد نمونه طراحی شده است تا امکان مقایسه و تحلیل دقیق پاسخ‌ها فراهم گردد. طراحی پرسش‌نامه به گونه‌ای انجام شده که تمامی متغیرهای موردنظر در پژوهش را پوشش دهد و اطلاعات لازم برای پاسخگویی به سؤالات تحقیق را فراهم آورد. برای سنجش پایایی پرسش‌نامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است که آلفای کرونباخ کل پرسش‌نامه برابر با ۰/۸۲۴ می‌باشد. این ضریب نشان‌دهنده پایایی مناسب ابزارهای سنجش است. برای سنجش روایی پرسش‌نامه، اعتبار محتوایی موردتوجه قرار گرفت. با توجه به اینکه برای هر بخش از پرسش‌نامه از گویه‌های استاندارد استفاده شده که روایی آن‌ها قبلاً تأیید شده است، این اعتبار محتوایی به ما اطمینان می‌دهد که سؤالات به‌درستی مفهوم موردنظر را اندازه‌گیری می‌کنند. برای تحلیل داده‌ها نیز از نرم‌افزار SPSS استفاده شده و تحلیل‌های آماری شامل ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون چندگانه به کار گرفته شده‌اند تا روابط بین متغیرهای مستقل (مانند عدالت رویه‌ای، آنومی اجتماعی، دین‌داری، و سرمایه اجتماعی و...) و متغیر وابسته (قانون‌گریزی) به دقت بررسی شود.

شناسایی زمینه‌های بروز قانون‌گریزی در بافت شهری کاشان

25.....

جدول ۱: متغیرهای کلیدی پژوهش و ابزار سنجش آن‌ها

متغیر	هدف	تعداد گویه‌ها	منبع
قانون‌گریزی	ارزیابی تمایل افراد به نادیده گرفتن قوانین اجتماعی	22	پرسش‌نامه قانون‌گریزی کریمی (1395)
سرمایه اجتماعی	ارزیابی روابط و پیوندهای درون‌گروهی افراد	13	موسوی (1385)
دین‌داری	ارزیابی تأثیر باورها و ارزش‌های دینی بر پابندی به قوانین	13	گلاک و استارک (1965)
احساس محرومیت نسبی	ارزیابی تأثیر ادراک نابرابری‌های اجتماعی بر پابندی به قوانین	5	مقیاس PRDS کالان و همکاران (2008)
آنومی اجتماعی	ارزیابی تأثیر احساس بی‌هنجاری بر تمایل به نادیده گرفتن قوانین	10	مقیاس SAS-10 Vilca et al (2022)
اعتقاد به هنجارهای اجتماعی	ارزیابی میزان پابندی افراد به ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی	10	پرسش‌نامه دالتون و همکاران (2006)
بزهکاری دوستان	سنجش تأثیر رفتارهای بزهکارانه گروه همسالان بر قانون‌گریزی فرد	9	پرسش‌نامه کریمی (1395)
عدالت رویه‌ای	سنجش ادراک افراد از عادلانه بودن فرآیندها	5	پرسش‌نامه هزارجریبی (1390)
کنترل اجتماعی رسمی و غیررسمی	ارزیابی تأثیر مکانیسم‌های نظارتی جامعه بر پابندی به قوانین	11	پرسش‌نامه احمدی و همکاران (1393)

یافته‌ها

این پژوهش به مطالعه قانون‌گریزی در بین شهروندان شهر کاشان پرداخته‌است و با استفاده از نظریه‌های دورکیم، تام تیلر، کلوارد و اهلین، هیرشی، پیتربلاو و پاتنام چارچوب نظری تحقیق ساخته شد.

یافته‌های جمعیت‌شناختی

26... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

جدول ۲: مشخصات جمعیت‌شناختی نمونه مورد مطالعه

متغیر	بیشترین فراوانی	کمترین فراوانی	توضیحات
جمعیت‌شناختی			
جنسیت	زن: 250 نفر 65/1 درصد	مرد: 134 نفر 34/9 درصد	از مجموع 384 نفر پاسخگو، اکثریت پاسخگویان را زنان تشکیل می‌دهند.
سن	30-39 سال: 152 نفر 39/6 درصد	50 به بالا: 23 نفر 6/0 درصد	گروه سنی 30-39 سال بیشترین فراوانی را دارد و گروه سنی 50 سال به بالا کمترین تعداد را دارد.
وضعیت تأهل	متاهل: 249 نفر 64/8 درصد	فوت همسر: 2 نفر 0/5 درصد	اکثریت پاسخگویان متأهل هستند و کمترین تعداد مربوط به افراد با همسر فوت شده است.
قومیت	بومی کاشان: 198 نفر 51/6 درصد	افغان: 1 نفر 0/3 درصد	بیشترین فراوانی مربوط به افراد بومی کاشان است و کمترین تعداد مربوط به قومیت افغان است.
تحصیلات	کارشناسی: 143 نفر 37/2 درصد	متوسطه اول: 41 نفر 10/7 درصد	بیشترین فراوانی در تحصیلات مربوط به کارشناسی و کمترین مربوط به متوسطه اول است.
وضعیت اشتغال	خانه‌دار: 124 نفر 32/3 درصد	بیکار: 9 نفر 2/3 درصد	بیشترین فراوانی مربوط به افراد خانه‌دار است و کمترین تعداد مربوط به افراد بیکار است.
درآمد خانوار	11-20 میلیون تومان: 188 نفر 49/0 درصد	41 میلیون تومان به بالا: 18 نفر 4/7 درصد	خانوارهایی با درآمد 11 تا 20 میلیون تومان بیشترین فراوانی را دارند و خانوارهای با درآمد بالای 41 میلیون تومان کمترین تعداد را دارند.
وضعیت مسکن	شخصی: 234 نفر 60/9 درصد	سازمانی: 12 نفر 3/1 درصد	اکثریت پاسخگویان دارای مسکن شخصی هستند و کمترین تعداد مربوط به مسکن سازمانی است.
طبقه اجتماعی	متوسط پایین: 176 نفر 45/8 درصد	بالا: 9 نفر 2/3 درصد	بیشترین فراوانی در طبقه اجتماعی مربوط به طبقه متوسط روبه‌پایین و کمترین مربوط به طبقه بالا است.

جدول ۳: همبستگی متغیرهای مستقل با متغیر وابسته

متغیر مستقل	ضریب پیرسون	سطح معناداری
احساس محرومیت نسبی	0/116	0/024
عدالت رویه‌ای	-0/110	0/031
اعتقاد به هنجارهای شهروندی	-0/271	0/000
آنومی اجتماعی	0/469	0/000
میزان دین‌داری	-0/524	0/000
سرمایه درون فرهنگی	-0/403	0/000
ارتباط با دوستان پزهکار	0/431	0/000
کنترل غیررسمی	-0/200	0/000

0/000	-0/322	کنترل رسمی
-------	--------	------------

مطابق با جدول همبستگی ارائه شده، روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته در این پژوهش بررسی شده است. در ادامه، تحلیل هر یک از این روابط از نظر سطح معناداری، شدت و جهت آن‌ها ارائه می‌شود: رابطه بین احساس محرومیت نسبی و قانون‌گریزی در سطح ۰/۰۵ معنادار است. ضریب همبستگی پیرسون برابر با ۰/۱۱۶ است که نشان‌دهنده یک رابطه مثبت و ضعیف بین این دو متغیر می‌باشد. این به این معناست که با افزایش احساس محرومیت نسبی، تمایل به قانون‌گریزی نیز افزایش می‌یابد، اگرچه شدت این رابطه نسبتاً کم است.

رابطه بین عدالت رویه‌ای و قانون‌گریزی نیز در سطح ۰/۰۵ معنادار است، با ضریب همبستگی پیرسون برابر با ۰/۱۱۰. - این رابطه منفی و ضعیف نشان می‌دهد که با افزایش ادراک عدالت رویه‌ای، تمایل به قانون‌گریزی کاهش می‌یابد.

اعتقاد به هنجارهای شهروندی دارای ضریب همبستگی منفی ۰/۲۷۱- است و در سطح ۰/۰۰۰ معنادار می‌باشد. این رابطه نشان‌دهنده تأثیر منفی متوسط بر قانون‌گریزی است؛ به این معنا که هر چه اعتقاد به هنجارهای شهروندی بیشتر باشد، تمایل به قانون‌گریزی کاهش می‌یابد.

آنومی اجتماعی با ضریب همبستگی ۰/۴۶۹ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ دارای یک رابطه مثبت و قوی با قانون‌گریزی است. این یافته نشان می‌دهد که با افزایش آنومی اجتماعی، تمایل به قانون‌گریزی نیز افزایش می‌یابد.

میزان دین‌داری نیز با ضریب همبستگی ۰/۵۲۴- و سطح معناداری ۰/۰۰۰ یک رابطه منفی و قوی با قانون‌گریزی دارد که نشان‌دهنده این است که با افزایش دین‌داری، تمایل به قانون‌گریزی کاهش می‌یابد.

28... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

سرمایه درون فرهنگی دارای ضریب همبستگی $0/403-$ و سطح معناداری $0/000$ است که نشان‌دهنده تأثیر منفی نسبتاً قوی بر قانون‌گزینی است.

ارتباط با دوستان بزهکار دارای ضریب همبستگی $0/431$ و سطح معناداری $0/000$ است. این رابطه مثبت و نسبتاً قوی نشان می‌دهد که هر چه فرد ارتباط بیشتری با دوستان بزهکار داشته باشد، احتمال گرایش او به رفتارهای قانون‌گريزانه افزایش می‌یابد.

کنترل غیررسمی نیز دارای ضریب همبستگی $0/200-$ و سطح معناداری $0/000$ است که نشان‌دهنده تأثیر منفی متوسط بر قانون‌گزینی می‌باشد.

در نهایت، کنترل رسمی با ضریب همبستگی $0/322-$ و سطح معناداری $0/000$ یک رابطه منفی و متوسط با قانون‌گزینی دارد؛ بدین معنا که افزایش کنترل رسمی منجر به کاهش تمایل به رفتارهای قانون‌گريزانه می‌شود.

جدول ۴: خلاصه مدل رگرسیون برای پیش‌بینی قانون‌گزینی

قانون‌گزینی				متغیر وابسته
ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	مقدار آزمون F	Sig
R	R Square			
0/701	0/491	0/479	40/143	0/000

بر اساس نتایج جدول ارائه شده، ضریب همبستگی (R) در مدل رگرسیونی برابر با $0/701$ است که نشان‌دهنده وجود یک رابطه قوی و مثبت بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته قانون‌گزینی می‌باشد. این مقدار بیانگر این است که متغیرهای مستقل وارد شده در مدل، ارتباط معناداری با قانون‌گزینی دارند.

29.....

همچنین، ضریب تعیین (R Square) برابر با ۰/۴۹۱ به دست آمده است که نشان می‌دهد متغیرهای مستقل تحقیق توانسته‌اند ۴۹/۱ درصد از تغییرات قانون‌گریزی را تبیین کنند. این نتیجه نشان‌دهنده قدرت تبیین‌کنندگی قابل توجه مدل است. مقدار آزمون F برابر با ۴۰/۱۴۳ است که نشان‌دهنده برازش بسیار خوب مدل و قدرت پیش‌بینی‌کنندگی بالای آن می‌باشد. سطح معناداری (Sig) برابر با ۰۰۰۰ است که کمتر از سطح خطای ۰/۰۱ می‌باشد. این نتیجه به وضوح نشان می‌دهد که مدل رگرسیونی از لحاظ آماری کاملاً معنادار است و می‌توان با اطمینان بالا از نتایج آن استفاده کرد. به طور کلی، این یافته‌ها تأکید می‌کنند که عوامل مختلف اجتماعی و فرهنگی به طور قابل توجهی بر رفتارهای قانون‌گریزانه تأثیرگذار هستند و مدل ارائه شده در این پژوهش توانسته است بخش زیادی از تغییرات در قانون‌گریزی را توضیح دهد.

جدول ۵: بررسی معناداری ضرایب رگرسیونی

متغیر وابسته قانون‌گریزی				
Sig	t	Beta	B	متغیرهای مستقل
0/000	4/269	0/188	0/468	عدالت رویه‌ای
0/000	6/405	0/285	0/523	آنومی
0/000	-0/618	-0/267	-0/231	دین‌داری
0/000	7/270	-0/282	0/546	بزهکاری گروه دوستان
0/000	-4/180	-0/177	-0/346	کنترل غیررسمی
0/022	-2/303	-0/108	-0/171	سرمایه درون فرهنگی

جدول ضرایب استاندارد شده (Beta) تأثیر متغیرهای مستقل بر قانون‌گریزی افراد را نشان می‌دهد. با توجه به این ضرایب، می‌توان تأثیر هر متغیر را درحالی که سایر متغیرها کنترل می‌شوند، تحلیل کرد. آنومی اجتماعی با ضریب بتای ۰/۲۸۵ قوی‌ترین تأثیر مثبت را بر قانون‌گریزی دارد، به این معنی که به ازای هر واحد انحراف معیار افزایش در آنومی اجتماعی، ۲۸/۵ درصد واحد انحراف معیار در قانون‌گریزی افراد افزایش می‌یابد. بزهکاری گروه دوستان نیز با ضریب بتای ۰/۲۸۲ تأثیر مثبت قابل توجهی دارد و نشان‌دهنده نقش مهم محیط اجتماعی و گروه همسالان در شکل‌گیری رفتارهای قانون‌گريزانه است. در مقابل، دین‌داری با ضریب بتای ۰/۲۶۷-، قوی‌ترین تأثیر منفی را بر قانون‌گریزی نشان می‌دهد. این یافته حاکی از آن است که افزایش دین‌داری می‌تواند به کاهش قابل توجهی در رفتارهای قانون‌گريزانه منجر شود. عدالت‌رویه‌ای نیز با ضریب بتای ۰/۱۸۸- تأثیر منفی معناداری بر قانون‌گریزی دارد و نشان می‌دهد که ادراک عدالت در فرآیندهای اجتماعی می‌تواند به کاهش قانون‌گریزی کمک کند. علاوه بر این، کنترل غیررسمی (ضریب بتای ۰/۱۷۷-)، سرمایه درون‌گروهی (ضریب بتای ۰/۱۰۸-) و اعتقاد به هنجارهای شهروندی (ضریب بتای ۰/۱۰۰-) همگی تأثیر منفی بر قانون‌گریزی دارند. این نتایج نشان می‌دهد که تقویت مکانیسم‌های کنترل اجتماعی غیررسمی، افزایش سرمایه درون‌گروهی و تقویت اعتقاد به هنجارهای شهروندی می‌تواند در کاهش رفتارهای قانون‌گريزانه مؤثر باشد. به طور کلی، این یافته‌ها اهمیت عوامل اجتماعی و فرهنگی را در شکل‌گیری رفتارهای قانون‌گريزانه نشان می‌دهند. آنومی اجتماعی و تأثیر گروه همسالان به‌عنوان عوامل افزایش‌دهنده قانون‌گریزی شناسایی شده‌اند، درحالی که دین‌داری، عدالت‌رویه‌ای و مکانیسم‌های کنترل اجتماعی به‌عنوان عوامل کاهنده قانون‌گریزی عمل می‌کنند.

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش به بررسی عوامل مؤثر بر قانون‌گریزی در شهر کاشان با روش کمی پرداخته است. نتایج به‌دست‌آمده نشان‌دهنده وجود چالش‌های جدی در رعایت قوانین و هنجارهای اجتماعی در این جامعه است. بر اساس یافته‌ها، احساس محرومیت نسبی، آنومی اجتماعی، دین‌داری و تأثیر گروه همسالان به‌عنوان عوامل کلیدی شناسایی شده‌اند که بر رفتارهای قانون‌گریزانه‌ای تأثیر می‌گذارند که قبل از بررسی آن‌ها به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه مورد مطالعه پرداخته می‌شود:

مهم‌ترین ویژگی‌های جمعیتی نمونه مورد پژوهش به شرح زیر است: طبق نتایج به‌دست‌آمده از پرسش‌نامه، ۶۵/۱٪ از پاسخگویان زن و ۳۴/۹٪ مرد بودند. در میان پاسخگویان، بیشترین تعداد افراد، معادل ۳۹/۶٪، در گروه سنی ۳۰ تا ۳۹ سال قرار داشتند و کمترین تعداد، معادل ۰/۶٪، در گروه سنی ۵۰ سال به بالا بودند. در خصوص وضعیت تأهل، ۶۴/۸٪ از پاسخگویان متأهل و ۰/۵٪ از آن‌ها فاقد همسر به دلیل فوت بودند. در زمینه قومیت، ۰/۵۱٪ از پاسخگویان بومی کاشان و ۰/۳٪ افغان بودند. از نظر تحصیلات، ۳۷/۲٪ از پاسخگویان دارای مدرک کارشناسی و ۱۰/۷٪ دارای تحصیلات متوسطه اول بودند. در خصوص وضعیت شغلی، ۰/۳۲٪ از پاسخگویان خانه‌دار و ۲/۳٪ بیکار بودند. در زمینه درآمد خانوار، ۴۹٪ از پاسخگویان درآمد بین ۱۱ تا ۲۰ میلیون تومان داشتند و تنها ۴/۷٪ از آن‌ها درآمد بالای ۴۱ میلیون تومان داشتند. در خصوص وضعیت مسکن، ۰/۶۰٪ از پاسخگویان دارای مسکن شخصی و ۳/۱٪ مسکن سازمانی داشتند. همچنین، ۴۵/۸٪ از پاسخگویان در طبقه اجتماعی متوسط روبه‌پایین و ۲/۳٪ در طبقه اجتماعی بالا قرار داشتند. حال به بررسی فرضیات موردنظر پژوهش می‌پردازیم.

احساس محرومیت نسبی یکی از متغیرهایی است که اگر چه در ضرایب رگرسیونی حذف شده است؛ اما چون با آزمون پیرسون تأثیر آن بر قانون‌گریزی تأیید شده به آن می‌پردازیم. یافته‌ها نشان می‌دهد که با سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵، ارتباط مستقیم بین احساس محرومیت نسبی و قانون‌گریزی تأیید

32... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

شده‌است. به این معنا که هرچه احساس محرومیت نسبی در افراد بیشتر باشد، میزان قانون‌گریزی نیز افزایش می‌یابد. این نتایج با تحقیقات پیشین، از جمله کارهای کریمی (۱۳۹۵)، همسو است. پتر بلاو در نظریه خود بیان می‌کند که چنین احساسی می‌تواند بستر اصلی برای ایجاد احساس بی‌عدالتی اجتماعی باشد. با توجه به شیوع بالای این احساس در جامعه مورد مطالعه، انتظار می‌رود که پیامدهای آن در رفتارهای اجتماعی نمود پیدا کند. وقتی افراد خود را نسبت به دیگران در موقعیت پایین‌تری می‌بینند و احساس می‌کنند که سیستم اجتماعی منصفانه نیست، احتمال بیشتری وجود دارد که به نقض قوانین و هنجارهای اجتماعی دست بزنند.

بر اساس یافته‌های به‌دست‌آمده، ارتباط معکوس و معناداری بین ادراک عدالت رویه‌ای و قانون‌گریزی وجود دارد. این بدان معناست که هرچه افراد احساس کنند که فرآیندهای قانونی منصفانه‌تر هستند، میزان قانون‌گریزی در آن‌ها کاهش می‌یابد. این یافته با نظریه تام تایلر همخوانی دارد که بیان می‌کند ادراک منصفانه بودن فرآیندهای قانونی نقش مهمی در پایداری افراد به قوانین دارد. تایلر تأکید می‌کند که وقتی افراد احساس کنند با آن‌ها به شیوه‌ای عادلانه و محترمانه برخورد می‌شود، احتمال بیشتری وجود دارد که از قوانین پیروی کنند، حتی اگر نتایج به نفع آن‌ها نباشد. در جامعه مورد مطالعه، اکثریت قابل توجهی از افراد عدالت رویه‌ای را در سطوح کم و متوسط ارزیابی کرده‌اند. این وضعیت می‌تواند توضیح دهد که چرا درصد بالایی از پاسخ‌دهندگان در سطوح متوسط و بالای قانون‌گریزی قرار دارند. بهبود ادراک عدالت رویه‌ای می‌تواند به کاهش رفتارهای قانون‌گریزانه کمک کند. یافته‌های این پژوهش با تحقیقات فیروزجائیان، کان و همکاران (۲۰۲۰) و لویانکو (۲۰۱۹) نیز همسو است. این مطالعات نشان می‌دهند که وقتی افراد باور دارند فرآیندها منصفانه هستند، تمایل بیشتری به رعایت قوانین پیدا می‌کنند.

بر اساس یافته‌های به‌دست‌آمده، ارتباط معکوس و معناداری بین اعتقاد به هنجارهای شهروندی و قانون‌گریزی تأیید شده است. این بدان معناست که هرچه افراد بیشتر به هنجارهای شهروندی باور داشته

33.....

باشند، میزان قانون‌گریزی در آن‌ها کاهش می‌یابد. این نتیجه با نظریه تراویس هیرشی همخوانی دارد که بیان می‌کند اعتقاد به هنجارهای اجتماعی به معنای درونی‌سازی قوانین و مقررات جامعه است. هیرشی استدلال می‌کند که افرادی که به این هنجارها پایبند هستند، نوعی کنترل اخلاقی درونی دارند که آن‌ها را از انجام رفتارهای غیرقانونی باز می‌دارد. این کنترل نه تنها بر اساس ترس از مجازات بلکه بر اساس تعهدات اخلاقی و اجتماعی است. در جامعه مورد مطالعه، درصد کمی از افراد اعتقاد بالایی به هنجارهای شهروندی دارند. این یافته‌ها با نتایج تحقیقات حیدرنژاد (۱۳۹۹)، میرزایی و همکاران (۱۳۹۶) و بهداروند (۱۳۹۵) همسو است و نشان‌دهنده یک الگوی پایدار در مطالعات مختلف است. در نتیجه، فرضیه تحقیق مبنی بر وجود رابطه معکوس و تأثیر معنادار اعتقاد به هنجارهای شهروندی بر قانون‌گریزی تأیید می‌شود. این نتایج تأکید می‌کند که سطح پایین اعتقاد به هنجارهای شهروندی می‌تواند به عنوان یک عامل خطر جدی برای افزایش قانون‌گریزی در جامعه در نظر گرفته شود.

بر اساس یافته‌های پژوهش، ارتباط مثبت و معناداری بین آنومی اجتماعی و قانون‌گریزی با سطح معناداری ۰/۰۰۰ مشاهده شده است. این رابطه نشان می‌دهد که با افزایش احساس آنومی اجتماعی، میزان قانون‌گریزی نیز افزایش می‌یابد. این ارتباط قوی، آنومی اجتماعی را به عنوان اصلی‌ترین تبیین‌کننده قانون‌گریزی در جامعه مورد مطالعه معرفی می‌کند. نظریه آنومی امیل دورکیم به این یافته‌ها کمک می‌کند. دورکیم بیان می‌کند که در شرایط آنومی، افراد هنجارهای اجتماعی را به عنوان راهنمایی برای رفتارهای خود در نظر نمی‌گیرند و احساس می‌کنند که این هنجارها نمی‌توانند نیازهای آن‌ها را برآورده کنند. این وضعیت معمولاً در جوامعی رخ می‌دهد که دچار تحولات سریع اجتماعی یا اقتصادی هستند و افراد ممکن است احساس کنند که نظم اجتماعی از بین رفته یا ناعادلانه است. در نتیجه، بی‌تفاوتی نسبت به قوانین و هنجارهای اجتماعی، افراد را به سمت قانون‌گریزی سوق می‌دهد. این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های پیشین از جمله سوهانیان حقیقی و همکاران (۱۳۹۹) و حیدرنژاد (۱۳۹۹) همخوانی دارد. این

34... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

همسویی نشان می‌دهد که ارتباط مثبت بین آنومی اجتماعی و قانون‌گریزی یک الگوی تکرارشونده در مطالعات مختلف است. در نتیجه، فرضیه پژوهش مبنی بر وجود رابطه معنادار بین آنومی اجتماعی و قانون‌گریزی تأیید می‌شود.

بر اساس یافته‌های پژوهش، ارتباط منفی و معناداری بین میزان دین‌داری و قانون‌گریزی مشاهده شده است. رابطه قوی بین دو متغیر نشان می‌دهد که با افزایش میزان دین‌داری، تمایل به قانون‌گریزی به طور چشمگیری کاهش می‌یابد. دین‌داری به عنوان یکی از مهم‌ترین تبیین‌کننده‌های قانون‌گریزی در جامعه مورد مطالعه شناخته می‌شود. نظریه‌های دینی و جامعه‌شناسی دین بیان می‌کنند که دین با ارائه اصول اخلاقی و ارزشی، به تقویت کنترل درونی و ایجاد وجدان اخلاقی کمک می‌کند. این وجدان اخلاقی افراد را ترغیب می‌کند که قوانین اجتماعی را نه تنها از نظر قانونی، بلکه به عنوان یک تعهد دینی نیز محترم بشمارند. در نتیجه، تخطی از قوانین به عنوان تخلف از دستورات دینی تلقی می‌شود و افرادی که ایمان دینی قوی دارند، کمتر به رفتارهای انحرافی مانند قانون‌گریزی گرایش پیدا می‌کنند در شهر کاشان که دارای پیشینه فرهنگی و مذهبی قوی است، دین‌داری نقش مهمی در شکل‌گیری هویت اجتماعی افراد دارد. آموزه‌های مذهبی در این شهر نه تنها در سطح فردی بلکه در تعاملات اجتماعی نیز تأثیرگذار هستند و رعایت قوانین اجتماعی به عنوان بخشی از وظایف دینی تلقی می‌شود. با این حال، وجود درصد قابل توجهی از افراد در سطوح متوسط و بالای قانون‌گریزی، علی‌رغم سطح بالای دین‌داری در جامعه، نشان‌دهنده این است که عوامل دیگری نیز در این پدیده دخیل هستند. این ممکن است ناشی از تفاوت بین دین‌داری ظاهری و درونی، تأثیر عوامل اجتماعی و اقتصادی، تفسیرهای متفاوت از دین، و شکاف بین باور و عمل باشد. این یافته‌ها با نتایج تحقیقات کان و همکاران (۲۰۲۰)، و پورمجدی و رجبی (۱۳۹۸) همسو است.

بر اساس یافته‌های پژوهش، ارتباط منفی و معناداری بین سرمایه اجتماعی درون‌گروهي و قانون‌گریزی مشاهده شده است. این رابطه نسبتاً قوی نشان می‌دهد که با افزایش سرمایه اجتماعی

درون‌گروهی، تمایل به قانون‌گریزی به طور قابل توجهی کاهش می‌یابد. سرمایه اجتماعی یکی از مفاهیم کلیدی در تبیین رفتارهای اجتماعی و مشارکت‌های مدنی است. رابرت پاتنام، نظریه‌پرداز برجسته این حوزه، سرمایه اجتماعی را به دو نوع درون‌گروهی و برون‌گروهی تقسیم می‌کند. سرمایه درون‌گروهی به پیوندهای اجتماعی میان اعضای یک گروه با فرهنگ و باورهای مشترک اشاره دارد و موجب تقویت اعتماد متقابل و حس همبستگی میان اعضای جامعه می‌شود. پاتنام معتقد است که سرمایه اجتماعی درون‌گروهی می‌تواند به افزایش پایداری به هنجارها و قوانین اجتماعی منجر شود. در جوامعی مانند کاشان که مردم بر اساس ارتباطات اجتماعی قوی زندگی می‌کنند، این نوع سرمایه به عنوان نیروی مؤثر در جلوگیری از رفتارهای ناهنجار عمل می‌کند. این یافته‌ها با نتایج تحقیقات صفاری‌نیا و همکاران (۱۴۰۰) و خدایاری (۱۳۹۶) همخوانی دارد؛ بنابراین، فرضیه تحقیق مبنی بر وجود رابطه معنادار بین سرمایه اجتماعی درون‌گروهی و قانون‌گریزی تأیید می‌شود. این نتایج اهمیت تقویت پیوندهای اجتماعی و اعتماد درون‌گروهی را به عنوان راهکاری مؤثر برای کاهش قانون‌گریزی برجسته می‌کند.

نتایج پژوهش نشان می‌دهد که ارتباط مثبت و معناداری بین تعامل با دوستان بزهکار و قانون‌گریزی وجود دارد این رابطه نشان می‌دهد که هرچه افراد بیشتر با دوستانی که رفتارهای ناهنجار دارند، در ارتباط باشند، احتمال بیشتری وجود دارد که خود نیز به قانون‌گریزی روی آورند. این یافته با نظریه پیوند افتراقی ساترلند همخوانی دارد که بیان می‌کند افراد رفتارهای بزهکارانه را از طریق ارتباط نزدیک با افراد بزهکار می‌آموزند. طبق این نظریه، رفتارهای انحرافی مشابه رفتارهای هنجارمند از طریق تعاملات اجتماعی یاد گرفته می‌شوند. به عبارت دیگر، افرادی که در معرض تعاملات مداوم با دوستان بزهکار قرار دارند، احتمال بیشتری دارد که خود نیز به سمت این رفتارها کشیده شوند. این نتایج با تحقیقات پاردس و همکاران (۲۰۲۲)، پاپا کریستوس و همکاران (۲۰۱۲)، و کریمی (۱۳۹۵) همخوانی دارد و نشان‌دهنده یک الگوی پایدار در جوامع مختلف است.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که رابطه منفی و معناداری بین کنترل غیررسمی و قانون‌گریزی وجود دارد. این رابطه نشان می‌دهد که با افزایش کنترل غیررسمی، تمایل به قانون‌گریزی کاهش می‌یابد. بر اساس نظریه کنترل اجتماعی هیرشی، کنترل غیررسمی یکی از عوامل کلیدی در پیشگیری از رفتارهای انحرافی است. این نوع کنترل شامل تعهدات و پیوندهای اجتماعی است که افراد را به جامعه متصل کرده و موجب اجتناب از رفتارهای ناهنجار می‌شود. هنگامی که فرد احساس کند که تحت نظارت دوستان، خانواده و جامعه قرار دارد، احتمال تخطی از قوانین کاهش می‌یابد. در جامعه کاشان، با پیشینه تاریخی و مذهبی قوی، کنترل‌های غیررسمی نقش مهمی ایفا می‌کنند. شبکه‌های اجتماعی محلی و آداب و رسوم در این شهر بر رفتارهای اجتماعی نظارت می‌کنند. این یافته‌ها با نتایج تحقیق حیدرنژاد و همکاران (1399) همخوانی دارد.

در نهایت یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که رابطه منفی و معناداری بین کنترل اجتماعی رسمی و قانون‌گریزی وجود دارد. اگرچه در تحلیل رگرسیون چندمتغیره این متغیر حذف شده است، اما این رابطه نسبتاً قوی نشان می‌دهد که با افزایش کنترل رسمی، تمایل به قانون‌گریزی به طور قابل توجهی کاهش می‌یابد. تراویس هیرشی در نظریه خود بیان می‌کند که کنترل رسمی به دلیل تهدید به مجازات‌های قانونی می‌تواند از بروز رفتارهای ناهنجار جلوگیری کند. این نوع کنترل شامل اقدامات و تدابیری است که توسط نهادهای رسمی مانند پلیس و دستگاه قضایی اعمال می‌شود تا از تخلفات جلوگیری کند. وجود قوانین شفاف و اجرای دقیق آن‌ها باعث می‌شود افراد احساس کنند که تخطی از قانون پیامدهای جدی خواهد داشت. این یافته‌ها با نتایج تحقیقات کریمی (۱۳۹۵) و بهداروند (۱۳۹۵) همخوانی دارد.

یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد که عوامل مختلفی از جمله کنترل اجتماعی غیررسمی، ارتباط با دوستان قانون‌گرایز، عدالت رویه‌ای، دین‌داری، سرمایه اجتماعی درون‌گروهی، آئومی اجتماعی و پایبندی به هنجارهای شهروندی نقش مهمی در کاهش تمایل به قانون‌گریزی دارند. این نتایج می‌تواند به عنوان مبنایی برای تدوین سیاست‌های جامع در راستای تقویت نظارت‌های اجتماعی، ارتقای عدالت

37.....

در نهادهای قانونی، و ترویج ارزش‌های فرهنگی و دینی به کار گرفته شود تا ضمن تقویت همبستگی اجتماعی، به کاهش رفتارهای قانون‌گریزانه در جامعه منجر شود

پیشنهادهای

برای کاهش قانون‌گریزی در جامعه کاشان، می‌توان به صورت جداگانه به هر یک از عوامل مؤثر بر این پدیده پرداخته و راهکارهای عملی ارائه داد :

احساس محرومیت نسبی و فرهنگ‌سازی

برای کاهش احساس محرومیت نسبی در کاشان، برنامه‌های اجتماعی و اقتصادی باید به‌ویژه در سطح محلی تقویت شوند. ایجاد تعاونی‌های محلی برای حمایت از کسب‌وکارهای کوچک، به‌ویژه در زمینه صنایع دستی مانند فرش‌بافی و گلاب‌گیری، و همچنین مراکز کارآفرینی و آموزش مهارت‌های شغلی مرتبط با نیازهای خاص بازار، مانند گردشگری و صنایع سنتی، می‌تواند فرصت‌های شغلی و اقتصادی بیشتری برای شهروندان فراهم کند. از سوی دیگر، فرهنگ‌سازی در جهت کاهش محرومیت و نابرابری‌های اجتماعی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. برگزاری دوره‌های آگاهی‌بخشی در مساجد، مدارس و محافل عمومی با تمرکز بر حقوق اجتماعی و اقتصادی می‌تواند آگاهی شهروندان را افزایش دهد و حس همبستگی اجتماعی را تقویت کند. همچنین، استفاده از ظرفیت رسانه‌های محلی برای تولید محتوا با محوریت کاهش نابرابری و ترویج عدالت اجتماعی تأثیر زیادی در تغییر نگرش‌های عمومی خواهد داشت.

عدالت رویه‌ای

برای ارتقاء عدالت رویه‌ای در کاشان، بهبود سیستم قضائی و برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای پرسنل نیروی انتظامی و دستگاه قضائی با تأکید بر رفتار محترمانه و عادلانه ضروری است. این اقدامات می‌تواند به افزایش اعتماد عمومی به نهادهای قضائی کمک کند. علاوه بر این، راه‌اندازی سامانه گزارش‌دهی شفاف برای پیگیری موارد بی‌عدالتی در فرآیندهای قضائی بسیار مهم است. در همین راستا، مشارکت

عمومی با ایجاد جلسات هفتگی یا ماهانه بین مدیران شهری و شهروندان برای بررسی مشکلات قانونی و ارائه راه‌حل‌های مشترک مورد توجه قرار می‌گیرد. راه‌اندازی شوراهای محلی برای مشارکت فعال شهروندان در تصمیم‌گیری‌ها و فرآیندهای اجتماعی نیز می‌تواند به تحکیم عدالت اجتماعی و ارتقاء مشارکت عمومی کمک کند.

سرمایه اجتماعی درون‌گروهی و تشویق همکاری‌های گروهی

یکی از راه‌های تقویت سرمایه اجتماعی در کاشان، برگزاری جشنواره‌های فرهنگی و هنری محلی مانند نمایشگاه‌های گلاب و صنایع‌دستی است که می‌تواند ارتباطات اجتماعی میان ساکنان را تقویت کند. این رویدادها فرصتی برای تعامل و همکاری میان افراد مختلف به وجود می‌آورد و موجب تقویت روابط اجتماعی می‌شود. از سوی دیگر، تشویق به همکاری‌های گروهی می‌تواند نقش مهمی در حل مسائل اجتماعی ایفا کند. حمایت از گروه‌های محلی و انجمن‌های مردمی که در حل مشکلاتی مانند اعتیاد یا بیکاری فعالیت دارند، می‌تواند در کاهش نارضایتی‌های اجتماعی و افزایش حس مسئولیت‌پذیری اجتماعی مؤثر باشد. همچنین، ایجاد طرح‌های مشارکتی مانند پاک‌سازی محله‌ها یا توسعه فضای سبز به صورت گروهی می‌تواند به ایجاد حس تعلق و همکاری در سطح محله‌ها کمک کند.

دین‌داری و فعالیت‌های مذهبی

دین‌داری می‌تواند به ترویج رفتارهای اجتماعی مثبت و رعایت قوانین در جامعه کمک کند. طراحی دوره‌های آموزشی در مراکز فرهنگی و مساجد با تأکید بر نقش دین‌داری در بهبود رفتارهای اجتماعی می‌تواند آگاهی شهروندان را افزایش دهد. همچنین، تولید محتواهای مذهبی در رسانه‌های محلی با تمرکز بر مسئولیت‌های اجتماعی و رعایت قوانین، می‌تواند تأثیر قابل توجهی در تغییر نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی داشته باشد. علاوه بر این، احیای مراسم مذهبی سنتی در کاشان و توسعه کتابخانه‌ها و مراکز مطالعه مذهبی در محلات مختلف می‌تواند به تقویت هویت اجتماعی و روحیه همکاری میان افراد کمک کند.

کنترل‌های اجتماعی رسمی و غیررسمی

39.....

تقویت کنترل‌های اجتماعی رسمی از طریق تجهیز نیروی انتظامی به فناوری‌های روز و استفاده از سامانه‌های هوشمند برای ثبت و پیگیری تخلفات، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. این اقدامات می‌توانند نظارت و کنترل بر تخلفات را تسهیل کنند و کارایی نیروی انتظامی را افزایش دهند. همچنین، افزایش آگاهی عمومی از طریق برگزاری کارگاه‌های آموزشی در مدارس و دانشگاه‌ها و اجرای کمپین‌های تبلیغاتی برای تأکید بر اهمیت رعایت قوانین می‌تواند تأثیر زیادی در کاهش قانون‌گریزی داشته باشد. در کنار این، کنترل‌های اجتماعی غیررسمی نیز نقشی حیاتی دارند. تقویت نظارت خانواده‌ها از طریق برگزاری جلسات آموزشی برای والدین و ارائه مشاوره رایگان به خانواده‌ها می‌تواند در پیشگیری از رفتارهای قانون‌گریزانه مؤثر باشد. علاوه بر این، تشویق گروه‌های همسالان با طراحی برنامه‌های تفریحی و آموزشی برای نوجوانان می‌تواند به کاهش تمایل به رفتارهای انحرافی کمک کند. ایجاد گروه‌های همسالان در مدارس و محلات برای ترویج رفتارهای اجتماعی مطلوب و مثبت از جمله راهکارهای مؤثر در این زمینه است.

ارتباط با دوستان بزهکار و آموزش مهارت‌های مقاومت

آموزش مهارت‌های مقاومت برای نوجوانان در معرض خطر، مانند آموزش مهارت "نه گفتن" به فشار همسالان و ایجاد برنامه‌های مشاوره‌ای ویژه آنان با همکاری مراکز مشاوره، می‌تواند به پیشگیری از ارتباط با دوستان بزهکار کمک کند. همچنین، معرفی افراد موفق محلی به عنوان الگوهای مثبت و تولید محتوای رسانه‌ای با تأکید بر تأثیرات مثبت رفتارهای قانونی و مسئولانه در جامعه، می‌تواند به ترویج رفتارهای اجتماعی مطلوب کمک کند.

با اجرای این پیشنهادات، می‌توان انتظار داشت که قانون‌گریزی در جامعه کاشان کاهش یابد و فضایی امن‌تر و منظم‌تر برای زندگی شهروندان فراهم شود.

منابع:

40... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

- احمدی، سیروس، نیکدل، فریبرز، حیدری، علی و کرمی، عصمت (۱۳۹۳). بررسی رابطه میزان کنترل اجتماعی و بی‌نظمی در بین شهروندان شهر دهدشت. پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی، ۳(۸) ۳۵-۴۴.
- اختریان، سید محمود (۱۳۷۸). فرهنگ فارسی به فارسی پیام، چاپ چهارم، تهران: نشر محمد.
- ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان موج اول (۱۳۸۱). ویرایش اول، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی دفتر طرح‌های ملی.
- ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان موج دوم (۱۳۸۲). ویرایش اول، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی دفتر طرح‌های ملی.
- ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان موج سوم (۱۳۹۵). پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، دفتر طرح‌های ملی با همکاری مرکز ملی رصد اجتماعی.
- بلیکی، نورمن (۱۳۹۰). طراحی پژوهش‌های اجتماعی، ترجمه حسن چاوشیان، چاپ پنجم، تهران: نشر نی.
- پژمان، امین (۱۳۹۹). ترجمه سند سامانه شاخص حاکمیت قانون در پروژه عدالت جهانی، اندیشکده شفافیت برای ایران.
- پور رجبی، میلاد، و مجدی، علی‌اکبر. (۱۳۹۸). عوامل مؤثر بر قانون‌گریزی در مناطق حاشیه‌نشین شهر مشهد. فصلنامه علمی مطالعات فرهنگی - اجتماعی خراسان، ۱۳(۴) ۶۰-۳۵.
- حیدرنژاد، علیرضا، افخمی مصطفوی، مریم سادات، و مقیمی، مهدی. (۱۴۰۰). بررسی عوامل مؤثر بر قانون‌گریزی و ارائه راهکارهای پیشگیرانه (مورد مطالعه: شهر گرگان). فصلنامه پژوهش‌های دانش انتظامی، ۲۳(۲) ۱۵۲-۱۳۰.
- حیدری، آرش، رضادوست، کریم، و فروتن کیا، شهروز. (۱۳۹۱). نظریه از هم گسیختگی نهادی و قانون‌گریزی: مطالعه دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز. مسائل اجتماعی ایران، ۳(۲) ۵۹-۳۹.
- خدایاری، سیاوش، جهانخشی، اسماعیل، و حقیقیان، منصور. (۱۳۹۶). رابطه سرمایه اجتماعی با قانون‌گریزی؛ تبیین جامعه‌شناختی. مدیریت سرمایه اجتماعی، ۴(۲) ۲۸۲-۲۶۵.
- دانایی‌فر، حسن، آذر، عادل، و صالحی، علی. (۱۳۸۸). قانون‌گریزی در ایران: تبیین نقش عوامل سیاسی، اقتصادی، قانونی، مدیریتی و اجتماعی-فرهنگی. نشریه علمی پژوهش‌های دانش انتظامی، ۱۱(۳) ۶۵-۷.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۷). آنا تومی جامعه، مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی کاربردی، تهران: شرکت سهامی انتشار روزنامه همدلی. (۱۴۰۰). <https://hamdelidaily.ir>
- سوهانیان حقیقی، محسن، فولادیان، مجید، و اکبری، حسین. (۱۳۹۹). تحلیل تطبیقی عوامل مؤثر بر قانون‌گریزی و قانون‌شکنی در استان‌های ایران مبتنی بر منطق فازی. مجله جامعه‌شناسی ایران، ۲۰(۴) ۳۲-۳.
- صفاری‌نیا، مجید، زالی زاده، مسعود، زالی زاده، محسن، و امین، محسن. (۱۴۰۰). عوامل زمینه ساز قانون‌گریزی در ادارات شهر اهواز. نشریه علمی انتظام اجتماعی، ۱۳(۴) ۱۱۲-۸۷.

شناسایی زمینه‌های بروز قانون‌گریزی در بافت شهری کاشان

41.....

- عبداللهی، محمد و موسوی، میرطاهر. (۱۳۸۶). سرمایه اجتماعی در ایران؛ وضعیت موجود، دورنمای آینده و امکان شناسی گذار. رفاه اجتماعی، ۶(۲۵)، ۲۳۴-۱۹۵.
- عزیزی، سلام، و پرتوی، لطیف. (۱۳۹۴). تحلیل جامعه‌شناختی عوامل مرتبط با میزان قانون‌گریزی شهروندان شهر مریوان در سال ۱۳۹۳-۹۴. مطالعات جامعه‌شناسی، ۸(۲۹)، ۱۱۳-۱۳۳.
- علی‌بابایی، یحیی، فیروز جاثیان، علی‌اصغر (۱۳۸۸). تحلیل جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر قانون‌گریزی، فصلنامه دانش نظامی، ۱۱(۴)، ۵۸-۷.
- فخرایی، سیروس (۱۳۸۶). بررسی میزان قانون‌پذیری و عوامل مؤثر بر آن در شهر تبریز، پیک نور، سال پنجم، شماره اول.
- فیروز جاثیان، علی‌اصغر. (۱۳۸۸). قانون‌گریزی (تحلیلی از منظر نظریه عدالت رویه‌ای). فصلنامه علمی - پژوهشی رفاه اجتماعی، ۱۱(۴۲)، ۴۱۰-۳۸۱.
- کلاتری، عبدالحسین، ربانی، رسول، و صداقت، کامران. (۱۳۸۴). ارتباط فقر با قانون‌گریزی و شکل‌گیری آسیب اجتماعی. فصلنامه علمی - پژوهشی رفاه اجتماعی، ۵(۱۸)، ۹۰-۶۵.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۹۲). جامعه‌شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
- ممتاز، فریده. (۱۳۸۰). مفهوم کج رفتاری از دیدگاه دورکیم. پژوهشنامه علوم انسانی دانشگاه شهید بهشتی، شماره ۳۰.
- موسوی، میرطاهرو عبداللهی، محمد (۱۳۸۵). طرح پژوهشی سرمایه اجتماعی در ایران، وضعیت موجود، دورنمای آینده و امکان‌شناسی گذار (چالش‌ها و راه‌حل‌ها). سازمان ملی جوانان.
- میرزایی، ابراهیم، احمدی، یعقوب، بخارایی، احمد، و نایی، هوشنگ. (۱۳۹۶). قانون‌گریزی و پیوندهای اجتماعی (مطالعه موردی: شهر اهواز). جامعه پژوهی فرهنگی، ۸(۳)، ۱۲۳-۹۷.
- میر فردی، اصغر، مختاری، مریم، فرجی، فروغ، دانش‌پذیر، هومان (۱۳۹۴). بررسی تأثیر فرهنگ شهروندی بر میزان گرایش به قانون‌گریزی مورد مطالعه: شهر یاسوج، پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی سال چهارم، شماره پیاپی ۱۰، شماره دوم.
- نجفی ابرندآبادی، علی حسین (۱۳۷۸). تقریرات درس جرم‌شناسی. تنظیم و بازنویسی: امیر حمزه زینالی.
- هزارجریبی، جعفر (۱۳۹۰). بررسی احساس عدالت اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن (مطالعه موردی شهر تهران). جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۲(۴۳)، ۴۱-۶۲.

- Cann, D. M., & Yates, J. (2020). This Side of the Law: Evaluating Citizens' Attitudes Toward Legal Compliance. *Justice System Journal*, 41(3), 244-258.
- Callan, M. J., Ellard, J. H., Will Shead, N., & Hodgins, D. C. (2008). Gambling as a search for justice: Examining the role of personal relative deprivation in gambling urges and gambling behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34(11), 1514-1529.
- Costello, B. J., & Laub, J. H. (2020). Social control theory: The legacy of Travis Hirschi's causes of delinquency. *Annual Review of Criminology*, 3(1), 21-41.
- Dalton, Russell (2006), citizenship norms and political participation in America: the good news is the bad news is wrong, center for the study of democracy, university of California.
- DiCristina, B. (2016). Durkheim's theory of anomie and crime: A clarification and elaboration. *Australian & New Zealand Journal of Criminology*, 49(3), 311-331.
- Finch, J., Finch, J. V., & Mason, J. (1993). *Negotiating family responsibilities*. Routledge
- Glock, Charles Y, & Rodney, Stark (1965) *Religion and Society in Tension*. Chocago: Rand McNally & Company.
- Hirschi T. 1969. *Causes of Delinquency*. Berkeley: Univ. Calif. Press
- Kimmel, M. Aronson, A. (2012) *Sociology Now*. Boston, Allyn & Bacon.
- Lo Iacono, S. (2019). Law-breaking, fairness, and generalized trust: The mediating role of trust in institutions. *Plos one*, 14(8), e0220160.
- Papachristos, A. V., Meares, T. L., & Fagan, J. (2012). Why do criminals obey the law? The influence of legitimacy and social networks on active gun offenders. *Journal of Criminal Law and Criminology*, 102(2), Article
- Putnam, R. D. (1998). *Democracy and Civic Traditions*. Princeton University Press.
- Putnam, R. D. (2003). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster
- Putnam, R. D. (2007). E Pluribus Unum: Diversity and Community in the Twenty-first Century. *Scandinavian Political Studies*, 30(2), 137-174

Stone, W. (2001), Emperical Measuring Social Capital, Research Paper, No.24, Feb 2001, Australian inst. of Family studies.

Sutherland, E. H. (1939). "Principles of Criminology". Philadelphia: J.B. Lippincott.

-Tyler, Tom R (2001a)" Public trust and confidence in legal authorities: What do majority and minority group members want from the law and legal institutions?" Behavioral Sciences & the Law, 22(4) 422-442.

- Tyler, T. R. (2001b). "Trust and law abidingness: A proactive model of social regulation." BUL Rev. 82: 422.

Tyler, T. R., & Fagan, J. (2008). Legitimacy and cooperation: Why do people help the police fight crime in their communities. Ohio St. J. Crim. L., 6, 231.

-Tyler, Tom. R & E. Allan Lind (2002) procedural justice, in Handbook of justice, Research in law, edited by Joseph sanders and v. lee Hamilton. Kluwer academic publisher, new york. 65-92

Tyler, T. R. (2003). Procedural justice, legitimacy, and the effective rule of law. Crime and justice, 30, 283-357.

- Tyler, Tom. R & Jeffrey faggan (2008) legitimacy and cooperation: why do people help the police fight crime in their communities? Ohio state journal of criminal law,vol. 6

- Tyler, Tom (2008) procedural justice and the courts, Court Review, volume 44. 26-31

Vilca, L. W., Gonzales, R. D., Pariona-Millán, V., Caycho-Rodríguez, T., & White, M. (2022). Development and Validation of the Social Anomie Brief Scale (SAS10) Against the New Standards Implemented During the COVID-19 Pandemic.

DOI: [10.71854/soc.2025-15232](https://doi.org/10.71854/soc.2025-15232)

A three-dimensional assessment of the New Middle Class in Iran: Economic, Social, and Political

Keramatollah Rasekh [0000-0001-9574-9679](https://orcid.org/0000-0001-9574-9679) 

Professor of sociology, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Jahrom, Iran

Asghar Ghafaripour¹ [0009-0007-2950-5239](https://orcid.org/0009-0007-2950-5239) 

Ph. D of sociology, Farhangian University, Shiraz, Iran

Abstract

The aim of the article is to measure the new middle class in Iran in three social, economic and political dimensions in order to achieve a credible definition of the new middle class. The measurement of the new Iranian middle class in Iran. The middle class in the social dimension is measured by the level of education and social and political awareness. The middle class in the political dimension is measured by indicators of the rule of law, the protection of freedom of expression and belief, the tendency for political participation, justice, equal opportunities and citizenship. The middle class in the economic dimension is measured after approval of the transfer of funds from foreign sources. The statistical population included 18316 students, staff and professors from the University of Shiraz in the academic year 2018, of which 362 were selected as a sample. To determine the internal consistency of articles, the Cronbach alpha coefficient was used. We use AMOS software to determine the maximum agreement of the hypotheses with the collected experimental data. We have used the Confirmation Factor Analysis to determine the appropriateness of terms in three social, political and economic dimensions. The confirmation factor analysis of all elements provided meaningful predictions for their elements and confirmed all the predictive qualities of the new middle class. Research has shown that the new middle class is a social group dealing with the rule of law, freedom of expression and expression, political participation and industrial progress.

Keywords: New middle class, social dimension, political dimension, economic dimension, Iran

¹ . Corresponding Author: <mailto:asgharghaffaripour@yahoo.com>

سنجش طبقه متوسط جدید ایران در سه بعد اجتماعی، سیاسی و اقتصادی

کرامت الله راسخ

دانشیار جامعه شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد جهرم، ایران

اصغر غفاری پور²

دکتری جامعه شناسی و مدرس دانشگاه فرهنگیان شیراز، ایران

تاریخ ارسال: ۱۴۰۳/۱۲/۲۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۳/۷

چکیده

هدف این مقاله سنجش طبقه متوسط جدید در ایران در سه بعد اجتماعی، اقتصادی و سیاسی، به منظور رسیدن به تعریف موثق از طبقه متوسط جدید در ایران است. طبقه متوسط در بُعد اجتماعی با شاخص تحصیلات، مدرک گرای و کسب آگاهی‌های سیاسی و اجتماعی، در بعد سیاسی با شاخص‌های گرایش به حکومت قانون، حمایت از آزادی بیان و عقیده، گرایش به مشارکت سیاسی، عدالت، برابری فرصت‌های شغلی و حقوق شهروندی و در بُعد اقتصادی توافق با وام گرفتن از خارج سنجیده شد. جامعه آماری ۱۸۳۱۶ دانشجو، تعدادی کارکنان و تعداد هشت نفر از استادان دانشگاه شیراز در سال تحصیلی ۱۳۹۶ بود که از میان آن‌ها ۳۶۲ نفر به‌منابه جامعه آماری انتخاب شدند. برای تعیین پایایی همسانی درونی گروهی گویه‌ها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. به‌منظور تعیین حداکثر برازش فرضیه‌ها با داده‌های تجربی جمع‌آوری شده از نرم‌افزار ایموس و برای تعیین برازندگی گویه‌ها در سه بعد اجتماعی، سیاسی و اقتصادی از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. تحلیل عاملی تأییدی همه گویه‌ها به‌خوبی توانستند پیشگویی معناداری برای عامل‌های خود باشند، به‌طوری‌که تمامی گویه‌ها موجب تأیید ساختار نظری طبقه متوسط جدید گردید. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که طبقه متوسط جدید گروهی اجتماعی است که به تحصیل، حکومت قانون، آزادی بیان و عقیده، مشارکت سیاسی و پیشرفت صنعتی گرایش دارد.

کلید واژگان: طبقه متوسط جدید، بُعد اجتماعی، بُعد سیاسی، بُعد اقتصادی، ایران

² نویسنده مسئول: asgharghaffaripour@yahoo.com

مقدمه

قرن بیستم با تحولات و دگرگونی‌های عظیمی از جمله جنگ جهانی اول و دوم، انقلاب کمونیستی در روسیه، ظهور فاشیسم و نازیسم در آلمان و ایتالیا، بحران و رکود اقتصادی در اواخر دهه 20 قرن میلادی در جوامع سرمایه‌داری غربی همراه بود (Blackbourn and Evans, 1993). این تحولات بر سرنوشت بشر تأثیر بنیادی گذاشت، لیکن بعد از جنگ جهانی دوم، شاهد ظهور دموکراسی‌های پایدار در جوامع غربی با محوریت طبقه متوسط هستیم (Wright, Ingelmann, 1982). ای. پی. تامپسون در اثر کلاسیک خود تحت عنوان «پیدایش طبقه کارگر انگلیس»، ادعا می‌کند که افزایش فرصت‌های شغلی نه فقط با جایگاه طبقه کارگر در جامعه انگلستان ارتباط مستقیم دارد، بلکه این فرآیند زمینه‌ساز رشد طبقه متوسط در بریتانیا نیز شد (E. P. Thompson, 1968).

نخستین آثار پیدایش طبقه متوسط در جوامع در حال توسعه از جمله ایران، یک قرن بعد از جوامع غربی و در طول قرن بیستم به تدریج ظاهر شد (Cheng Li, 2010). این جریان به خصوص در چند دهه گذشته به طور چشم‌گیری تسریع شده و موضوع واکاوی‌های علمی گوناگون بوده است (Desai, Kharas, 2017; Kharas, Gertz, 2010). مطالعات «مؤسسه بروکینگز»³ درباره «جایگاه طبقه متوسط در کشورهای در حال توسعه» نشان می‌دهد که این طبقه اجتماعی نه فقط در کشورهای توسعه‌یافته از اهمیت اجتماعی، اقتصادی و سیاسی برخوردار است، بلکه در کشورهای در حال توسعه نیز هرچه بیشتر به اهمیت آن افزوده می‌شود (Kharas; Gertz, 2010). پژوهش‌های انجام‌گرفته در امریکای لاتین و آفریقا نیز به نتایج مشابه رسیده‌اند (Chandy, and others, 2014) (بیل، ۱۳۷۳).

³ Brookings Institution

علت رشد طبقه متوسط در کشورهای در حال توسعه گسترش بخش خدمات است، به طوری که در چند دهه گذشته با افزایش شرکت های خصوصی کوچک و متوسط، بانک ها، شرکت های بیمه، شرکت های حمل و نقل و راه آهن، شرکت های بازرگانی و بخش های خدمات دولتی زمینه رشد چشم گیری شمار کارآفرینان، کارمندان دولت، معلمان، پرستاران، پزشکان، وکلا، مدیران و متخصصین حقوق و به طور کلی کارکنان شاغل در بخش خدمات فراهم شده است. این گروه اجتماعی بدنه اصلی طبقه متوسط جدید در این گونه جوامع است. (Desai, Kharas, 2017: 1).

بیان مسئله

طبقه متوسط در ایران نیز شرایط تقریبی مشابه با دیگر جوامع در حال توسعه داشته است. ظهور طبقه متوسط جدید و متخصص از ملزومات عمده نوسازی به شمار می رود و گسترش آموزش مدرن به سبک غرب باعث تربیت بخش مهمی از تحصیلکردگان، اقتصاددانان، معلمان، نویسندگان و هنرمندان در ایران گردید. مردم ایران در آستانه قرن بیستم به چهار طبقه عمده تقسیم می شدند: «اول، طبقه ملوک الطوائف شامل نخبگان مرکزی و محلی، دوم طبقه متوسط تجاری و قدیمی، سوم طبقه مزدبگیران و چهارم طبقه رعایا، ایلات و دهقانان» (آبراهامیان، ۱۳۷۷: ۴۳)؛ بنابراین، طبقه متوسط تا اوایل قرن بیستم در ایران عمدتاً شامل تجار و اصناف مستقر در شهرها و بافتی کاملاً سنتی داشت. بیشتر صاحب نظران با توجه به این واقعیت فرآیند شکل گیری طبقه متوسط جدید در ایران را تا عصر رضاشاه از دوران ماقبل آن جدا کرده و آن را به دو دوره متمایز تقسیم می کنند: نخست عصر طبقه متوسط سنتی و دوم جدید. طبقه متوسط قدیمی یا سنتی از تجار و اصناف بازار، روحانیون و کارمندان قدیمی دولت تشکیل می شد (بهنام، ۱۳۵۷: ۱۶۹). همین تقسیم بندی مورد تأیید آبراهامیان است. وی می نویسد: طبقه متوسط سنتی قدیمی «متشکل از تجار و پیشه وران بود». این گروه، «نیازهای مالی مساجد، بازار، مکتب ها، مدارس و تکایا» را تأمین می کرد، در نتیجه رابطه نزدیکی با «وعاظ، آخوندها، طلاب، ملاها و حتی مجتهدان» داشت (آبراهامیان، ۱۳۷۷: ۴۳).

طبقه متوسط سنتی در آغاز پیدایش، «نیروی سیاسی ملی و گسترده» نبود، بلکه بیشتر «پدیده‌ای اجتماعی-اقتصادی» بود (آبراهامیان، ۱۳۷۷: ۷۵) جالب است بدانیم طبقه متوسط از نظر ارزش‌های فرهنگی بیشتر مشابه طبقه بالاست ولی از نظر درآمد شبیه طبقه کارگر است؛ لیکن این طبقه در نیمه دوم سده نوزدهم، با چالشی دوگانه درگیر شد: «از یک‌سو رشد تجارت خارجی، ظهور بورژوازی وابسته کوچک ولی ثروتمند را سرعت بخشید و از سوی دیگر، هجوم کالا، سرمایه و تجارت خارجی، موجب ضعف و افول بورژوازی ملی شد» (آبراهامیان، ۱۳۷۷: ۷۸). این چالش سبب سیاسی شدن این گروه گردید، طوری که زمینه همکاری آن‌ها با روحانیون برای مقابله با حاکمیت فراهم شد. «بدین ترتیب زمینه برای انقلاب سیاسی موسوم به مشروطه فراهم آمد. «طبقه متوسط سنتی» که در طول قرن نوزدهم گسترده‌تر و نیرومندتر شده بود، از «لحاظ اقتصادی، ایدئولوژیکی و سیاسی از هیئت حاکم» جدا و در کنار جریان‌های دیگر در کوران «انقلاب مشروطیت» در مقابل دولت مرکزی قرار گرفت (آبراهامیان، ۱۳۷۷: ۱۰۳). طبقه متوسط جدید دنباله‌رو اندیشه روشنفکران در پی رسیدن به آمال خود است و در آزادی‌های سیاسی و توسعه سیاسی جستجو می‌کند. بنابراین انقلاب مشروطه، صرف‌نظر از انقلاب اسلامی در بهمن‌ماه ۱۳۵۷، آخرین ظهور اجتماعی-سیاسی گسترده طبقه متوسط سنتی ایران بود (راسخ، ۱۳۹۷؛ ادیبی، ۱۳۵۸؛ اشرف، ۱۳۶۵).

افول طبقه متوسط سنتی با ظهور گسترده طبقه متوسط جدید همراه شد. در اوایل قرن نوزدهم نخست دو نفر (۱۸۱۱م) و سپس پنج نفر (۱۸۱۵م) به انگلستان فرستاده شدند. این افراد طلوعه اولیه گروهی بودند که بعدها عنوان «طبقه متوسط جدید» در ایران نام گرفت (Rasekh, 2000: 95-101). شرایط اقتصادی اجتماعی، سیاسی و فرهنگی ایران سبب شد تا مناسبات اجتماعی در ایران در طول قرن نوزدهم تغییر چندانی نکند، بنابراین تعداد این افراد در این قرن محدود ماند (اشرف، ۱۳۵۹). در آستانه قرن بیستم و در جریان انقلاب مشروطیت، جمعیت ایران ۱۲ میلیون، شمار وزارتخانه‌ها ۴ تا ۹ وزارتخانه، شمار نیروهای نظامی ۷۰۰۰، تعداد دانش‌آموزان ۲۰۰۰ نفر بود، در حالی که ایران دانشگاه نداشت و فاقد کارمند جدید شاغل در بخش دیوان‌سالاری بود (آبراهامیان، ۱۳۸۹: ۲۵).

انقلاب مشروطه نیز نتایج مطلوب را به دنبال نداشت و تا ظهور رضاشاه پهلوی (۱۳۰۴-۱۳۲۰.ش) تغییر چندانی در وضعیت کلی کشور حاصل نشد (اشرف، بنوعیزی، ۱۳۷۴). اقدامات اصلاحی رضاشاه زمینه تغییر

بنیادی مناسبات اجتماعی در ایران و ظهور واقعی طبقه متوسط جدید را فراهم کرد (اشرف، ۱۳۵۳). در این عصر، شمار مدارس ابتدایی از ۸۳ به ۲۳۳۶، تعداد دانش آموزان مدارس ابتدایی از ۷۰۰۰ نفر به ۲۱۰۰۰ نفر، شمار دبیرستان‌ها از ۸۵ به ۲۴۱ و تعداد دانش آموزان دبیرستان‌ها از ۵۰۰۰ به ۲۱۰۰۰ نفر افزایش یافت (آبراهامیان، ۱۳۸۹: ۱۵۷). رضاشاه دولت جدیدش را بر دو ستون اساسی پی‌ریزی کرد: ارتش و بوروکراسی. در دوران حکومت وی، ارتش ده برابر و بوروکراسی هفده برابر رشد کرد. شمار نفرات ارتش در سال ۱۳۰۰ و در آستانه قدرت گرفتن رضاشاه ۲۲۰۰۰ نفر نیروی پراکنده عمدتاً آموزش ندیده بود. این رقم در سال ۱۳۲۰ و در آستانه برکناری او از سلطنت به ۱۸۰۰۰۰ نفر رسید. «از سوی دیگر، در سال ۱۳۰۰ دولت مرکزی فقط عبارت بود از مجموعه بی‌نظمی از مستوفیان تقریباً خودمختار، منشی‌ها و صاحب‌منصبان؛ اما این مجموعه تا سال ۱۳۲۰، مبدل به هفده وزارتخانه کامل با نود هزار کارمند حقوق‌بگیر شد» (آبراهامیان، ۱۳۸۹: ۱۳۰). جالب این است که این نیروی عظیم پایگاه اجتماعی حاکمیت رضاشاه نشد و او نتوانست از حمایت طبقه متوسط قدیم و جدید برخوردار شود (آدبی، ۱۳۵۴؛ آبراهامیان، ۱۳۷۷: ۱۸۸).

پس از برکناری رضاشاه، پهلوی دوم پادشاه ایران شد. دوران اولیه دوازده‌ساله سلطنت او تا مرداد ۱۳۳۲ با آشکار شدن تضادهای اساسی و پنهان بین طبقه متوسط سنتی و جدید همراه شد و جبهه ملی به رهبری محمد مصدق به «جنبش طبقه متوسط جدید تبدیل شد» (آبراهامیان، ۱۳۷۷: ۳۴۲). برکناری مصدق از نخست‌وزیری، سبب شد تا فرآیند رشد طبقه متوسط جدید که با سقوط رضاشاه متوقف شده بود، بار دیگر به دوره جدیدی وارد شود، جریانی که در دوران استقرار جمهوری اسلامی تا آستانه قرن بیست و یکم ادامه پیدا کرد (اشرف، ۱۳۳۹). جمعیت ایران در آستانه قرن بیست و یکم به ۶۹ میلیون نفر، شمار وزارتخانه‌ها به ۲۵، شماره کارمندان به ۸۵۰۰۰۰ هزار نفر، شمار نیروهای نظامی به ۵۰۸۰۰۰، تعداد دانش آموزان به ۱۹ میلیون نفر، تعداد دانشجویان به یک میلیون و هفت صد هزار نفر رسید (آبراهامیان، ۱۳۸۹: ۲۵). این تحولات زمینه‌ساز رشد سریع طبقه متوسط جدید، حداقل از نظر کمی و بعضاً کیفی، شد (بهنام، ۱۳۵۷).

طبقه متوسط جدید به‌رغم رشد کمی و کیفی در عصر محمدرضا شاه از سال ۱۳۵۵ به جنبش اعتراضی پیوست (بحرانی، ۱۳۸۹؛ بهداد و نعمانی، ۱۳۹۳). دو بحران سبب پیوستن طبقه متوسط به جنبش اعتراضی در این عصر شد: «بحران اقتصادی به شکل تورم حاد و بحران نهادی ناشی از اعمال فشارهای خارجی بر شاه، که هدف از آن‌ها وادار ساختن رژیم به تعدیل کنترل‌های پلیسی و رعایت حقوق بشر، به‌ویژه حقوق مخالفان سیاسی در ایران بود» (آبراهامیان، ۱۳۷۷: ۶۱۳). طبقه متوسط جدید به این وسیله در کنار طبقه متوسط سنتی قرار گرفت، لیکن با نقش‌های سیاسی متفاوت. «هرچند طبقه متوسط سنتی سازمان‌گسترده و فراگیری در اختیار مخالفان گذاشت، این طبقه متوسط جدید بود که مشعل انقلاب را برافروخت، از آن پشتیبانی کرد و ضربه‌های نهایی را وارد ساخت» (آبراهامیان، ۱۳۷۷: ۶۵۷). پرسش این بود که «چرا طبقه متوسط جدید که در گذشته نسبت به روحانیت بسیار بدگمان بود، حاضر شد از آیت‌الله خمینی پیروی کند؟» این کار سه دلیل داشت:

ابتدا، شاه تا آذر ۱۳۵۷ با مخالفان غیرمذهبی از جمله جبهه ملی و نهضت آزادی گفتگو نکرد. دوم، آیت‌الله خمینی با بیانات خود نظر مثبت مخالفان غیرمذهبی را جلب و آنان را مطمئن ساخته بود که دین‌سالاری هرگز جانشین خودکامگی و حکومت استبدادی نخواهد شد. دلیل سوم موفقیت آیت‌الله خمینی در بین طبقه متوسط جدید و به‌خصوص در بین روشنفکران جوان بود» (آبراهامیان، ۱۳۷۷: ۶۵۷-۶۵۸)؛ آیت‌الله خمینی موفق شد حتی طبقه متوسط شهری که بخش قابل‌ملاحظه‌ای طبقه متوسط جدید را تشکیل می‌داد، جذب کند: «کامیابی آیت‌الله خمینی در بسیج مزدبگیران شهری چند علت داشت، اول وعده او مبنی بر ایجاد عدالت اجتماعی. دوم، رژیم علی‌رغم بدگمان بودن به علمای عالی‌رتبه، از فعالیت روحانیون رده پایین در بین فقرا و شهری، سازمان‌دهی عزاداری‌ها، تشییع جنازه‌ها، مراسم سوگواری و برپایی نماز جماعت جلوگیری نمی‌کرد. سوم، مذهب، احساس همبستگی گروهی و اجتماعی موردنیاز جمعیت مناطق فقیرنشین و حلبی‌آبادها را فراهم کرد. چهارمین علت موفقیت آیت‌الله خمینی در بین طبقه کارگر شهری، خلأ حاصل از سرکوب شدن همه احزاب مخالف سکولار بود» (آبراهامیان، ۱۳۷۷: ۶۵۹-۶۶۰).

شرح تاریخی فوق باید به ما کمک کند تا دریابیم، منظور از «طبقه متوسط» چیست و ما با کدام شاخص‌ها می‌توانیم طبقه متوسط را از دیگر طبقات اجتماعی متمایز کنیم (لاروک، ۱۳۵۸؛ تاملین، ۱۳۷۹؛ ریزمن،

۱۳۸۳؛ کرامپتون، ۱۳۹۶؛ کسلر، ۱۳۹۴؛ گرب، ۱۳۸۰؛ گوروچ، ۱۳۶۹). طبقه متوسط عموماً با معیارهای اجتماعی و سیاسی تعریف می‌شود، لیکن شاخص‌های اقتصادی نیز اهمیت دارند تا بتوان به تعریفی موجز از طبقه متوسط رسید (Korinek and Others, 2006). طبقه متوسط در ایالات متحده امریکا معمولاً به افرادی اطلاق می‌شود که حدود ۱۱۰ دلار امریکا در روز درآمد دارند. این آمار متکی به داده‌های بانک جهانی و سازمان ملل در سال ۲۰۱۱ است (Bricker and others, 2016; Datt, 1998). این آستانه درآمد با تعریف جهانی از طبقه متوسط مطابقت دارد و به وضعیت معیشت خانواده‌هایی با سبد کالاهای مصرفی مشابه اشاره دارد (Deaton, 2005; Desai; Kharas, 2017: 7). اگر بخواهیم طبقه متوسط در ایران را با همین شاخص اقتصادی و نرخ دولتی هر دلار ۴۲۰۰ تومان در سال ۱۳۹۶ در نظر بگیریم، کسانی ممکن است عضو طبقه متوسط در ایران در نظر گرفته شوند که در سال ۱۳۹۶ درآمد روزانه ۱۱۰۰۰۰ تومان یا بیشتر داشته باشند. تعریف طبقه متوسط در ایران مانند سایر طبقات با شاخص صرف اقتصادی با توجه به نرخ تورم و نوسان قیمت‌ها بسیار دشوار است. تعریف طبقه متوسط با شاخص‌های جهانی نیز نیاز به پژوهش‌های بنیادی در این زمینه با معیارهای اقتصادی، اجتماعی و سیاسی دارد. تلاش ما برای رسیدن به تعریف دقیق از طبقه متوسط در ایران نیز به دلیل فقدان اطلاعات لازم، اطلاعاتی که نهادهای مسئول مانند بانک مرکزی و سازمان برنامه و بودجه باید در اختیار محققان قرار دهند، به جایی نمی‌رسد؛ بنابراین، تعریف جامع و مانع با شاخص‌های عینی به دلایل فوق و دلایل بسیاری دیگر از طبقه متوسط در ایران هنوز ممکن نیست. ناچار، این طبقه را در بسترهای عینی و نظری موجود تعریف می‌کنیم (اباذری، چاوشیان، ۱۳۸۱؛ جلابی پور، ۱۳۸۱؛ رفیع پور، ۱۳۷۹؛ عراقی، ۱۳۸۶). همچنین طبقه متوسط در ایران، عموماً با استناد به کارهای احمد اشرف و بنوعیزی تعریف می‌شود (اشرف، بنوعیزی ۱۳۷۴، ۱۳۸۷). طبقه متوسط در این گونه کارها را، با استناد به آمار و ارقام «متخصصان آزاد، کارمندان، کارکنان نظامی، شاغلان یقه سفید و تکنسین در بخش خصوصی و روشنفکران»، می‌توان تعریف کرد (اشرف، بنوعیزی، ۱۳۸۷: ۱۰۸). جمشید بهنام نیز نظری مشابه دارد: «پیدایش طبقات متوسط جدید که عنوان «روشنفکران حرفه‌ای و اداری» به آن‌ها داده شد از رویدادهای مهم دوران توسعه اقتصادی ایران در عصر جدید است. این طبقات از کارمندان دولت، بخش‌های عمومی

52.... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

و خصوصی، معلمان و صاحبان مشاغل آزاد (پزشک، وکیل دادگستری...) تشکیل شده است. این‌ها جملگی بر تحصیلات خود تکیه دارند و منشأ اجتماعی آن‌ها در نظر جامعه در مرحله دوم اهمیت قرار دارد (بهنام، ۱۳۵۷: ۱۷۰). همان‌طور که مشاهده می‌شود، آگاهی طبقاتی و رفتار سیاسی در این‌گونه تعریف‌ها نادیده گرفته شده است.

تلاش‌های دیگر برای تعریف طبقه متوسط نیز به همین مضمون اشاره دارد. (ادیبی، ۱۳۵۴، ۱۳۵۸؛ اشرف، ۱۳۳۹، ۱۳۴۶، ۱۳۵۳، ۱۳۵۹، ۱۳۶۵؛ اشرف و بنوعیزی، ۱۳۷۴، ۱۳۸۷؛ لهسایی زاده، ۱۳۷۷، همایون کاتوزیان، ۱۳۸۱، فرامرزی پور، ۱۳۷۹، سهراب بهداد و فرهاد نعمانی، ۱۳۹۳، حسن ملک، ۱۳۹۱، محمدرحیم عیوضی، ۱۳۷۷، حسینعلی نوذری، ۱۳۸۲). ادیبی در دو اثر خود، به طبقه متوسط جدید و دیگر طبقات اجتماعی جدید اشاره می‌کند (ادیبی، ۱۳۵۴؛ ۱۳۵۸). احمد اشرف به نقش طبقه متوسط در تحولات سیاسی ایران پرداخته و معتقد است که تحولات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی در ایران باعث پیدایی این طبقه گردید (اشرف، ۱۳۴۶؛ اشرف و بنوعیزی، ۱۳۸۷). لهسایی زاده در کتاب قشرها و نابرابری‌های اجتماعی به وجود طبقه متوسط جدید پرداخته و بر این باور است که این طبقه را می‌توان با شاخص‌های اقتصادی مانند دامنه شغلی، اقتدار و بوروکراسی از دیگر طبقات اجتماعی متمایز کرد (لهسایی زاده، ۱۳۷۷). جلالی پور به این طبقه، رفتارشناسی سیاسی و گفت‌وگوهای دموکراسی نسبت می‌دهد و آن‌ها را با این شاخص از دیگر طبقات اجتماعی متمایز می‌کند (جلالی پور، ۱۳۸۱). همایون کاتوزیان نیز با اشاره به برخی معیارهای اقتصادی و سیاسی، این طبقه را از دیگر طبقات اجتماعی متمایز کرده است (کاتوزیان، ۱۳۸۱). همین شیوه را در اثر سهراب بهداد و فرهاد نعمانی، تحت عنوان «طبقه و کار در ایران» (بهداد و نعمانی، ۱۳۹۳) می‌توان دید. این تعاریف عمدتاً با استفاده از روش تفسیری تحلیلی انجام گرفته است. ما نیز به‌ناچار از همین روش برای تعریف طبقه متوسط استفاده می‌کنیم. طبقه متوسط جدید با این روش با خصوصیات زیر از طبقه متوسط سنتی متمایز می‌شود و از خصوصیات گفت‌وگومانی مانند انقلابی، خلقی، عدالت‌خواه، ضد امپریالیسم، برابر طلب، ملی‌گرا و بوم‌گرا تعریف می‌شود، ما برای تعریف طبقه متوسط جدید از شاخص‌های سیاسی و اجتماعی استفاده می‌کنیم.

روش تحقیق

روش پژوهش کمی است. جامعه آماری دانشجویان، استادان و کارمندان دانشگاه شیراز هستند، که تعداد آن‌ها در سال ۱۳۹۶ بالغ بر ۱۸۳۱۶ نفر بوده است و اکثریت آن مربوط به دانشجویان است. علت انتخاب این مؤسسه و افراد فوق به عنوان جامعه آماری و واحد پژوهش این که، خصوصیات سیاسی و اجتماعی نسبت داده شده به طبقه متوسط جدید در این پژوهش به بهترین و بارزترین شکل در این افراد دیده می شود. حجم نمونه نیز با توجه به روش تصادفی ساده و در سطح ۹۵/ اطمینان حدود ۳۹۰ نفر محاسبه گردید. پرسشنامه با توجه به تعداد واحدهای پژوهش در جامعه آماری بین ۳۲۰ نفر دانشجو، ۳۱ نفر کارمند و ۱۴ نفر از استادان، با استفاده از شیوه تصادفی ساده تقسیم گردید. از میان پرسشنامه‌های تقسیم شده پس از بررسی‌های انجام گرفته، در نهایت ۳۶۲ پرسشنامه از شرایط لازم برای تحلیل برخوردار بودند. پرسشنامه شامل ۸۷ سؤال (گویه) بود که از طریق آن شش بعد مذهبی (۱۳ گویه)، سیاسی (۴۷ گویه)، فرهنگی (۱۰ گویه)، اقتصادی (۷ گویه)، اجتماعی (۴ گویه) و ارتباطی (۶ گویه) سنجیده شد. از هفت بُعد بررسی شده در این پژوهش سه بُعد اجتماعی، سیاسی و اقتصادی در این مقاله واکاوی می شود. در این پژوهش از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد که از این طریق می توان برازش داده‌ها را با استفاده از مدل از پیش تعیین شده بر اساس تحلیل مؤلفه‌های اصلی طراحی شده تأیید کرد. برای تعیین پایایی همسانی درونی گروهی گویه‌ها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد و نتایج زیر به دست آمد:

جدول شماره (۱): ضریب آلفای کرونباخ برای ابعاد اندازه گیری شده

بعد	بعد	بعد	بعد	بعد	بعد	آلفای
مذهبی	سیاسی	فرهنگی	اقتصادی	اجتماعی	ارتباطی	کل
/85	/73	/77	/82	/55	/52	/87

هدف اصلی از تعیین برازندگی گویه‌ها در سه بعد اجتماعی، سیاسی و اقتصادی است که رسیدن به شاخص‌هایی برای متمایز کردن طبقه متوسط جدید در ایران از دیگر طبقات اجتماعی مورد نظر است. به همین دلیل از تحلیل عاملی تأییدی نیز استفاده شد. در تحلیل عاملی تأییدی این امکان برای محقق فراهم

می‌شود تا برازش داده‌ها را با استفاده از مدل از پیش تعیین شده، که عموماً بر اساس تحلیل مؤلفه‌های اصلی طراحی شده است، تأیید کند. تحلیل مؤلفه‌های اصلی، ابزار تئوری سازی است. برای اجرای تحلیل عاملی تأییدی، محقق باید مطمئن شود که مدل تحقیق تعیین شده است. تعیین مدل به محقق این امکان را می‌دهد که ارزش‌های منحصربه‌فردی برای پارامترهای ساختاری موجود در روابط متقابل مشاهده شده، اختصاص دهد. این مدل مبتنی بر اطلاعات پیش تجربی درباره ساختار داده‌ها است که در قالب یک تئوری، یک طرح طبقه‌بندی کننده معین برای گویه‌ها، شرایط معلوم تجربی در نهایت دانش حاصل از مطالعات قبلی را وسعت دهد.

پس از تعیین متغیرهای مدل مفهومی که بر اساس تحلیل مؤلفه‌های اصلی و تعیین سؤالات مربوط به هر عامل تعیین شده، تحلیل عاملی تأییدی به محقق این امکان را می‌دهد که مجموعه‌هایی از روابط متقابل بین متغیرها را از پیش تعیین کند. در این پژوهش بر داده‌های جمع‌آوری شده ($n=362$) تحلیل عاملی تأییدی انجام گردید. درواقع، پس از مشخص شدن سؤالات مربوط به هر عامل، از تحلیل عامل برای تأیید روابط و پیوند بین سؤالات هر عامل استفاده شد. گویه‌ها به‌خوبی توانستند پیشگویی معناداری برای عامل‌های خود باشند. و موجب تأیید ساختار نظری طبقه متوسط جدید گردیدند.

به‌منظور تعیین حداکثر برازش فرضیه‌ها با داده‌های تجربی جمع‌آوری شده از نرم‌افزار ایموس استفاده شد. ایموس نرم‌افزاری مناسب برای تحلیل عاملی تأییدی است. تحلیل عاملی تأییدی با نرم‌افزار ایموس این امکان را در اختیار محقق قرار می‌دهد تا از طریق بارهای عاملی هر یک از ابعاد و گویه‌ها استخراج شوند و گویه‌هایی که بارهای عاملی آن‌ها کمتر از $0/30$ حذف شوند. چراکه بار عاملی کمتر از 30% بیانگر این است که گویه موردنظر سنجه خوبی برای اندازه‌گیری نیست و تحلیل عاملی تأییدی باید مجدداً تکرار شود. پس از بررسی بارهای عاملی باید نسبت به برازش مدل مفهومی پژوهش با داده‌های گردآوری شده نیز اطمینان حاصل نمود. برای این منظور از شاخص‌های نسبت کای اسکوئر بر درجه آزادی، سطح معناداری، شاخص نیکویی برازش، ریشه میانگین مربعات خطای برآورد، برازش مقایسه‌ای یا تطبیقی، شاخص برازش هنجار شده و شاخص نیکویی برازش تعدیل شده استفاده می‌شود. به‌این ترتیب، نتایج حاصل از اجرای تحلیل عاملی تأییدی و برازش مدل مفهومی به تفکیک برای هر یک از بعدها به

دست می‌آید. همان‌طور که اشاره شد، در این مقاله سه بعد اجتماعی، سیاسی و اقتصادی معیار سنجش قرار گرفت. در بعد اجتماعی تحرک اجتماعی شهروندان و کسب منزلت اجتماعی سنجیده شد. در بعد اقتصادی، نگرش جامعه آماری درباره جذب وام‌های خارجی، سرمایه‌گذاری خارجی، به‌خصوص در بخش نفت، گاز و پتروشیمی و فراهم شدن امکان شغلی مطلوب این طبقه اجتماعی و نتایج حاصل از این اقدامات در بخش‌های صنعت، کشاورزی و نفت معیار قرار گرفت و سنجیده شد.

فرضیه‌ها

فرضیه‌های پژوهش در قالب سه بعد به شرح زیر است:

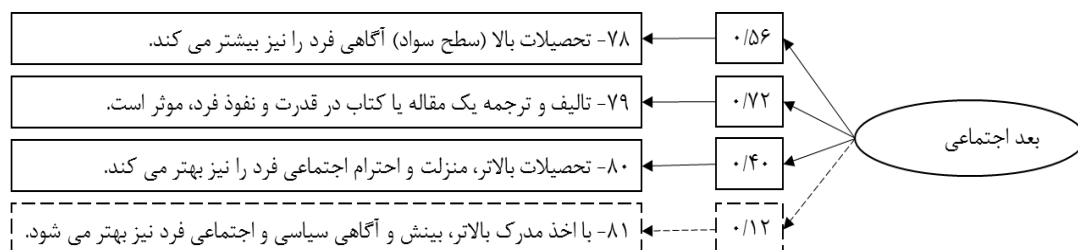
فرضیه اصلی

نگرش سیاسی، اجتماعی و اقتصادی طبقه متوسط جدید از سایر طبقات اجتماعی در ایران متمایز است.

فرضیه‌های فرعی

- نگرش اجتماعی طبقه متوسط جدید در ایران از سایر طبقات اجتماعی متمایز است.
- نگرش سیاسی طبقه متوسط جدید در ایران از سایر طبقات اجتماعی متمایز است.
- نگرش اقتصادی طبقه متوسط جدید در ایران از سایر طبقات اجتماعی متمایز است.

فرضیه اول: نگرش اجتماعی طبقه متوسط جدید از سایر طبقات اجتماعی در ایران متمایز است. مقادیر بارهای عاملی حاصل از تحلیل عاملی تأییدی با استفاده از نرم‌افزار ایموس برای بعد اجتماعی در نمودار ذیل نشان داده شده است. همچنین معیارهای برازش مدل در جدول ذیل آورده شده است.



56.... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

نمودار شماره (۱): تفاوت بعد اجتماعی طبقه متوسط جدید از سایر طبقات

جدول شماره (۲): معیارهای برازش محاسبه‌شده برای بعد اجتماعی

ردیف	معیار	حدود قابل قبول	مقدار معیار	اجرای نتیجه
1	نسبت کای اسکوتر بر درجه آزادی (X^2/DF)	کمتر از 3	0/15	☒
2	سطح معناداری (P)	بیشتر از 0/05	0/70	☒
3	شاخص نیکویی برازش (GFI)	بالای 0/95	0/99	☒
4	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)	کمتر از 0/08	0/001	☒
5	برازش مقایسه‌ای یا تطبیقی (CFI)	بالای 0/90	0/99	☒
6	شاخص برازش هنجار شده (NFI)	بالای 0/90	0/99	☒
7	شاخص نیکویی برازش تعدیل‌شده (AGFI)	بالای 0/90	0/99	☒

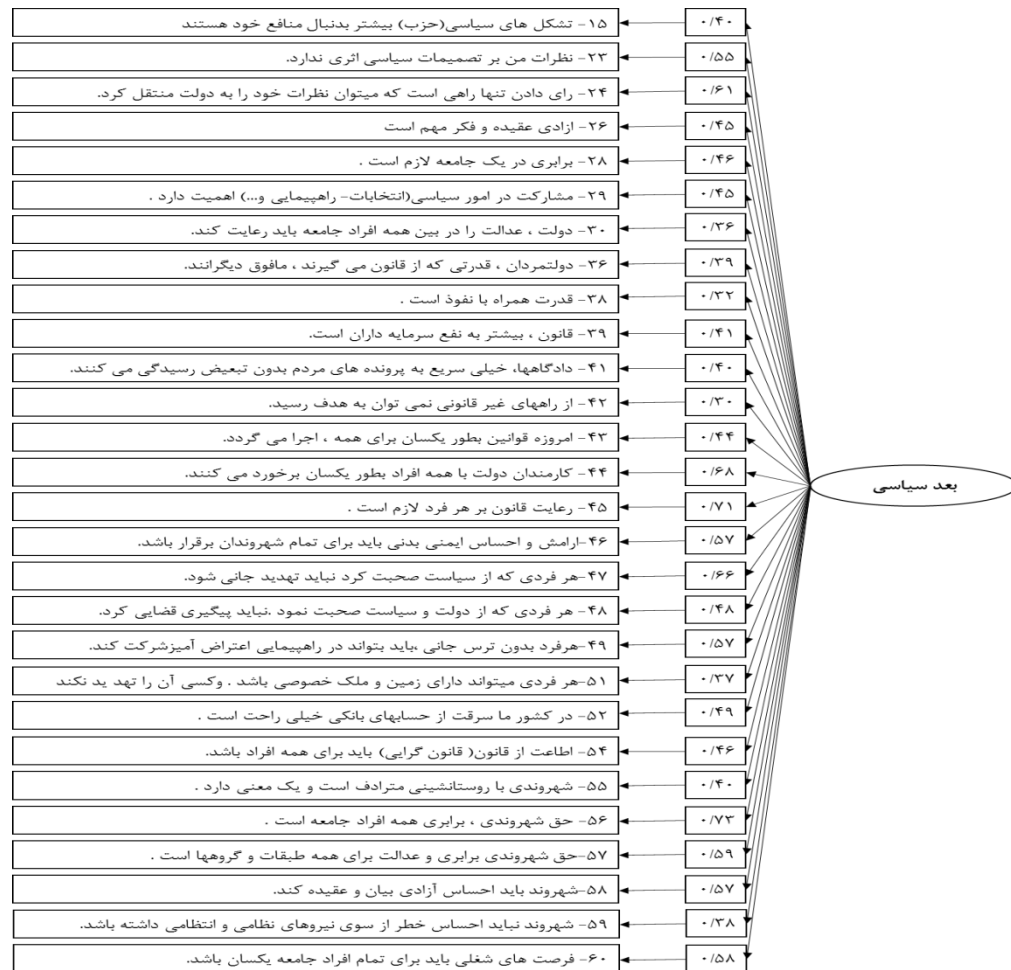
طبق جدول بالا، مقادیر معیارهای برازندگی، شامل نسبت کای اسکوتر بر درجه آزادی ($X^2/df=0/15$) و با سطح معناداری ($P=0/70$)، شاخص نیکویی برازش ($GFI=0/99$)، ریشه میانگین مربعات خطای برآورد ($RMSEA=0/0001$)، برازش مقایسه‌ای یا تطبیقی ($CFI=0/99$)، شاخص برازش هنجار شده ($NFI=0/99$) و شاخص نیکویی برازش تعدیل‌شده ($AGFI=0/99$) به‌دست آمدند. مندرجات نمودار نشان می‌دهد که در بعد اجتماعی، بیشترین ضریب بار عاملی مربوط به گویه 79

سنجش طبقه متوسط جدید ایران در سه بعد اجتماعی، سیاسی و اقتصادی

57

(0/72) می باشد. همچنین گویه 81 به دلیل داشتن بار عاملی کمتر از 0/30 با بعد اجتماعی، از تحلیل حذف شد که با خط نقطه چین در مدل مشخص شده است؛ اما بقیه بارهای عاملی در سطح $P < 0/001$ ، بار مثبت و معنی دار با بعد اجتماعی داشته اند.

- فرضیه دوم: نگرش سیاسی طبقه متوسط جدید از سایر طبقات اجتماعی در ایران متمایز است.



58.... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

نمودار شماره (۲): تفاوت بعد سیاسی طبقه متوسط جدید از سایر طبقات

جدول شماره (۳): معیارهای برازش محاسبه‌شده برای بعد سیاسی

ف	معیار	حدود قابل قبول	مقدار معیار	اجرای نتیجه
1	نسبت کای اسکوئر بر درجه آزادی (X^2/DF)	کمتر از 3	0/68	☒
2	سطح معناداری (P)	بیشتر از 0/05	0/43	☒
3	شاخص نیکویی برازش (GFI)	بالای 0/95	0/99	☒
4	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)	کمتر از 0/08	0/001	☒
5	برازش مقایسه‌ای یا تطبیقی (CFI)	بالای 0/90	0/99	☒
6	شاخص برازش هنجار شده (NFI)	بالای 0/90	0/99	☒
7	شاخص نیکویی برازش تعدیل‌شده (AGFI)	بالای 0/90	0/99	☒

طبق جدول بالا، مقادیر معیارهای برازندگی، شامل نسبت کای اسکوئر بر درجه آزادی ($X^2/df=0/68$) و با سطح معناداری ($P=0/43$)، شاخص نیکویی برازش ($GFI=0/99$)، ریشه میانگین مربعات خطای برآورد ($RMSEA=0/001$)، برازش مقایسه‌ای یا تطبیقی ($CFI=0/99$)، شاخص برازش هنجار شده ($NFI=0/99$) و شاخص نیکویی برازش تعدیل‌شده ($AGFI=0/99$) به دست آمدند. مندرجات نمودار نشان می‌دهد که در بعد سیاسی، بیشترین ضریب بار عاملی مربوط به گویه 44 (0/68) می‌باشد. همچنین گویه‌های ۱۴، ۱۶، ۱۷، ۱۸، ۱۹، ۲۰، ۲۱، ۲۲، ۲۵، ۲۷، ۳۱، ۳۲، ۳۳، ۳۴، ۳۵، ۳۷، ۴۰، ۵۰ و ۵۳ به دلیل داشتن بار عاملی کمتر از ۰/۳۰ با بعد سیاسی، از تحلیل حذف شدند. و به دلیل تعداد

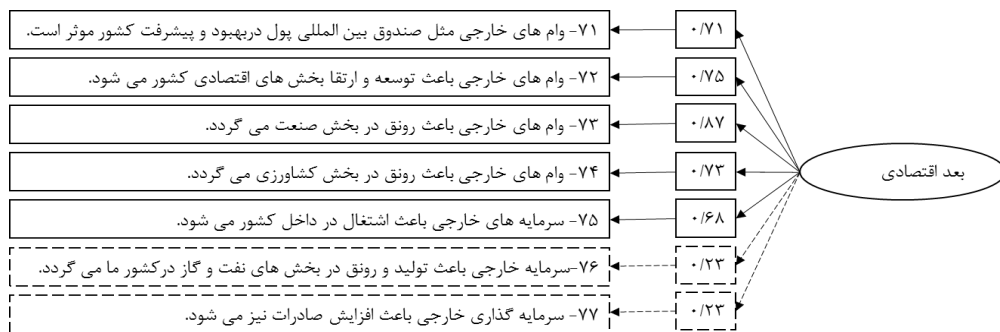
سنجش طبقه متوسط جدید ایران در سه بعد اجتماعی، سیاسی و اقتصادی

59.....

زیاد از ترسیم آن‌ها خودداری گردید؛ اما بقیه بارهای عاملی در سطح $P < 0/001$ ، بار مثبت و معنی‌دار با بعد سیاسی داشته‌اند.

مقادیر بارهای عاملی حاصل از تحلیل عاملی تأییدی با استفاده از نرم‌افزار ایموس برای بعد اقتصادی در نمودار ذیل نشان داده شده است.

نمودار شماره (۳) تفاوت بعد اقتصادی طبقه متوسط جدید از سایر طبقات



جدول شماره (۴): معیارهای برازش محاسبه شده برای بعد اقتصادی

ردیف	معیار	حدود قابل قبول	مقدار معیار	اجرای نتیجه
1	نسبت کای اسکوتر بر درجه آزادی (X2/DF)	کمتر از 3	1/96	☒
2	سطح معناداری (P)	بیشتر از 0/05	0/11	☒
3	شاخص نیکویی برازش (GFI)	بالای 0/95	0/98	☒
4	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)	کمتر از 0/08	0/05	☒

60.... پژوهش های جامعه شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

5	برازش مقایسه‌ای یا تطبیقی (CFI)	بالای 0/90	0/99	☒
6	شاخص برازش هنجار شده (NFI)	بالای 0/90	0/98	☒
7	شاخص نیکویی برازش تعدیل شده (AGFI)	بالای 0/90	0/96	☒

طبق جدول بالا، مقادیر معیارهای برازندگی، شامل نسبت کای اسکوئر بر درجه آزادی ($X^2/df=1/96$) و با سطح معناداری ($P=0/11$)، شاخص نیکویی برازش ($GFI=0/98$)، ریشه میانگین مربعات خطای برآورد ($RMSEA=0/05$)، برازش مقایسه‌ای یا تطبیقی ($CFI=0/99$)، شاخص برازش هنجار شده ($NFI=0/98$) و شاخص نیکویی برازش تعدیل شده ($AGFI=0/96$) به دست آمدند. مندرجات نمودار نشان می‌دهد که در بعد اقتصادی، بیشترین ضریب بار عاملی مربوط به گویه 73 ($0/87$) می‌باشد. همچنین گویه‌های 76 و 77 به دلیل داشتن بار عاملی کمتر از $0/30$ با بعد اقتصادی، از تحلیل حذف شدند و با خط نقطه چین در مدل مشخص شده‌اند؛ اما بقیه بارهای عاملی در سطح $P<0/001$ ، بار مثبت و معنی دار با بعد اقتصادی داشته‌اند.

بحث و نتیجه گیری

هدف مقاله سنجش طبقه متوسط جدید در ایران در سه بعد اجتماعی، اقتصادی و سیاسی، رسیدن به تعریف موثق از طبقه متوسط جدید در ایران است. طبقه متوسط جدید در بُعد اجتماعی با شاخص تحصیلات، مدرک گرایی و کسب آگاهی‌های سیاسی و اجتماعی سنجیده شد. از شاخص‌های گرایی به حکومت قانون، حزب، برابری شهروندان در مقابل قانون، آزادی عقیده و بیان، مشارکت سیاسی، عدالت اجتماعی، حقوق شهروندی و فرصت‌های شغلی برابر سنجیده شد. در بُعد اقتصادی نظر جامعه آماری درباره سرمایه‌گذاری خارجی در بخش‌های گوناگون اقتصادی بررسی شد. نتایج پژوهش نشان داد که طبقه متوسط در ایران را می‌توان با شاخص‌های فوق تعریف کرد، این تعریف با مطالعات بسیاری از جمله پژوهش‌های اشاره شده در متن مقاله سازگاری دارد.

منابع

آبراهامیان، پروانه (۱۳۷۷). **ایران بین دو انقلاب**، ترجمه احمد گل محمدی، تهران: نشر نی

آبراهامیان، یرواند (۱۳۸۹)، **تاریخ ایران مدرن**، ترجمه محمدابراهیم فتاحی، تهران: نشر نی.
اباذری، یوسف و چاوشیان، (۱۳۸۱)، از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی، **نامه علوم اجتماعی**، شماره ۲۰، صص ۲۷-۳.

ادیبی، حسین (۱۳۵۴)، **جامعه‌شناسی طبقات اجتماعی**، چاپ اول، انتشارات دانشگاه تهران.
ادیبی، حسین، (۱۳۵۸)، **طبقات متوسط جدید در ایران**، چاپ اول، تهران، انتشارات جامعه.
اشرف، احمد (۱۳۳۹)، **قشرهای درآمد در ایران**. تهران: موسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی
اشرف، احمد (۱۳۴۶)، **جامعه‌شناسی طبقات اجتماعی در امریکا**. تهران: انتشارات موسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی دانشگاه تهران.

اشرف، احمد (۱۳۵۳)، «ویژگی‌های تاریخی شهرنشینی در ایران»، **نامه علوم اجتماعی**، دوره یک، شماره ۴.
تهران: دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

اشرف، احمد (۱۳۵۹)، **موانع تاریخی رشد سرمایه‌داری در ایران: دوره قاجاریه**. تهران: نشر زمینه.
اشرف، احمد (۱۳۶۵)، «دولت، طبقات اجتماعی و شیوه بسیج مردم در انقلاب ایران»، **علم و اجتماع**، (۵۰): ۰-۰.

اشرف، احمد و بنوعیزی، علی (۱۳۸۷)، **طبقات اجتماعی، دولت و انقلاب در ایران**، ترجمه سهیلا ترابی
فارسانی، چاپ اول، انتشارات نیلوفر.

اشرف، احمد؛ بنوعیزی، علی (۱۳۷۴)، «طبقات اجتماعی در دوره پهلوی»، ترجمه عماد افروغ، **راهبرد**،
(۶): ۱۰۲-۱۲۶.

باتومور، تی بی، (۱۳۶۷)، **طبقات اجتماعی در جوامع جدید**، ترجمه اکبر مجدالدین، چاپ اول، تهران،
انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.

بحرانی، محمدحسین (۱۳۸۹)، **طبقه متوسط و تحولات سیاسی در ایران معاصر**، چاپ دوم، تهران،
انتشارات آگاه.

بهداد، سهراب و نعمانی، فرهاد (۱۳۹۳)، **طبقه و کار در ایران**، تهران: نشر آگاه.

بهنام، جمشید، (۱۳۵۷)، **ایرانیان و اندیشه تجدد**. تهران: نشر و پژوهش فروزان فر.

62.... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

بیل، جیمز (۱۳۷۳)، **تحلیل طبقاتی و دیالکتیک‌های نوسازی در خاورمیانه**، ترجمه عماد افروغ، مجله راهبرد، شماره ۴.

تامین، ملوین (۱۳۷۹)، **جامعه‌شناسی قشربندی و نابرابری‌های اجتماعی**، ترجمه عبدالحسین نیک گهر، چاپ دوم، تهران، نشر توتیا.

جلایی پور، حمیدرضا (۱۳۸۱)، **جامعه‌شناسی جنبش‌های اجتماعی**، چاپ اول، تهران، انتشارات طرح نو. راسخ، کرامت الله (۱۳۹۷)، **سنت‌گرایی بازتابی، مبانی جامعه‌شناسی سیاسی ایران (عصر قاجار)**، تهران: نشر آگاه.

رفیع پور، فرامرز، (۱۳۷۹) **تضاد و توسعه**، چاپ چهارم، تهران، سهامی انتشار. ریزمن، لئونارد، (۱۳۸۳)، **جامعه‌شناسی قشرها و نابرابری‌های اجتماعی**، ترجمه محمدقلی پور، چاپ اول، تهران، نشر مرندیز.

عراقی، غلامرضا (۱۳۸۶)، **طبقه متوسط جدید و تأثیرات آن پس از انقلاب اسلامی، مجله علوم سیاسی**، انتشارات دانشگاه باقرالعلوم، شماره ۳۸، صص ۴۹-۳۱.

عیوضی، محمدرحیم (۱۳۷۷)، **طبقه متوسط جدید و نوسازی اقتصادی اجتماعی در ایران، فصلنامه مطالعات راهبردی**، شماره ۱، پژوهشکده مطالعات راهبردی، صص ۱۷۰-۱۵۵.

کاتوزیان، همایون (۱۳۸۱)، **تضاد دولت و ملت**، ترجمه علیرضا طیب، چاپ دوم، تهران، انتشارات نی. کرامپتون، رزماری (۱۳۹۶) **طبقه و قشربندی اجتماعی**، ترجمه هوشنگ نایی، چاپ اول، تهران، نشر نی. کسلر، دیرک (۱۳۹۴)، **نظریه‌های روز جامعه‌شناسی**، ترجمه کرامت الله راسخ، چاپ اول، تهران، انتشارات آگه.

گرب، ادوارد (۱۳۸۰)، **نابرابری اجتماعی**، ترجمه محمد سیاهپوش و احمد غروی زاد، چاپ دوم، تهران، نشر معاصر.

گورویچ، ژرژ (۱۳۶۹) **مطالعه درباره طبقات اجتماعی**، ترجمه باقر پرهام، تهران، انتشارات امیرکبیر.

لاروک، پی‌یر (۱۳۵۸)، **طبقات اجتماعی**، ترجمه ایرج علی‌آبادی، چاپ دوم، تهران، نشر فروردین.

لهسایی زاده، عبدالعلی (۱۳۷۷)، **نابرابری و قشربندی اجتماعی**، چاپ دوم، انتشارات دانشگاه شیراز.

ملک، حسن (۱۳۹۱)، **جامعه‌شناسی قشرها و نابرابری‌های اجتماعی**، چاپ ششم، تهران، انتشارات دانشگاه پیام نور.

نوذری، حسینعلی (۱۳۸۲)، سیاست اجتماعی و تغییرات اجتماعی در ایران، **مجله رفاه اجتماعی**، دانشگاه علوم بهزیستی و توان‌بخشی، شماره ۱۱ - صص ۱۱۵-۱۰۱.

Blackbourn, D. and Evans, R.J. (1993), **The German Bourgeoisie: Essays on the Social History of the German Middle Class from the Late Eighteenth to the Early Twentieth Century**, London: Routledge.

Bricker, J., A. Henriques, J. Krimmel, and J. Sabelhaus (2016). "Measuring Income and Wealth at the Top Using Administrative and Survey Data." **Brookings Papers on Economic Activity** 2016(1): 261-331.

Chandy, L.; Derviş, K.; Ingram, G.; Kharas, H. and Stephen Rocker, S. (2014)., Profitable Development Solutions. How the Private Sector Can Contributeto the Post-2015, **Agenda**, Available at <http://www.brookings.edu/research/reports/2014/04/private-sectorpost>.

Cheng Li (2010), **China's Emerging Middle class: Beyond Economic Transformation** (cheny li editor) Washington (DC): Brookings institution press.

Datt, G. (1998). "Computational Tools For Poverty Measurement and Analysis." **FCND Discussion Paper 50, International Food Policy Research Institute**, Washington, DC.

Deaton, A. (2005). "Measuring Poverty in a Growing World (or Measuring Growth in a Poor World)." **Review of Economics and Statistics** 87(1): 1-19.

Desai, R.M.; Kharas, H. (2017), Is a Growing Middle class good for the Poor? Social policy in a Time of Globalization, **This paper for sixth annual seminar of Advancing Good Governance in International Development in June 2017**, Brookings instution.

Kharas, H.; Gertz, G. (2010), **Draft version of Chapter in Chians Emerging Middle class: Beyond Economic Transformation** (cheny li editor) Washinton.dc; Brookings institution press.

Korinek, A., J. A. Mistiaen, and M. Ravallion (2006). Survey Nonresponse and the Distribution of Income. **Journal of Economic Inequality** 4(1): 33-55.

Thompson, E. P., (1968) **The Making of the English Working Class**, Harmondsworth: Penguin.

Wright E. o./Ingelmann, J. (1982), Proletarianization in the Changing American class Structure. **American Journal of sociologe** 88 supp.176-209.

DOI: [10.71854/soc.2025-1215335](https://doi.org/10.71854/soc.2025-1215335)

Social participation and factors affecting it: A Study in the counties of Javanroud and Ravansar

Shahram Fazli¹ [0000-0003-4496-5058](https://orcid.org/0000-0003-4496-5058) 

PhD in sociology, Islamic Azad University, North Tehran branch, Tehran, Iran.

Abdulreza Adhami [0000-0002-4989-8996](https://orcid.org/0000-0002-4989-8996) 

Associate Professor of Sociology, Islamic Azad University, North Tehran Branch, Tehran, Iran.

Faizollah Nouroozi [0000-0003-1539-7541](https://orcid.org/0000-0003-1539-7541) 

Assistant Professor of Sociology, Islamic Azad University, North Tehran Branch, Tehran, Iran.

Abstract

This research aimed to investigate social participation and the factors affecting it in the less developed counties of Javanroud and Ravansar of Kermanshah province. The study's theoretical framework is derived from the opinions of experts from the old modernization school and social psychologists. The research method is a (quantitative) survey, and a questionnaire was used to collect data. The statistical population of this research is all citizens over 18 years of age living in the counties of Javanroud and Ravansar. The sample size of this research was 384 people who were selected by a multi-stage cluster sampling method. Pearson's correlation coefficient and multivariate regression were used to analyze the data. The research findings indicate the average level of social participation in the counties of Javanroud and Ravansar, and there is a significant relationship between the independent variables (dependence on the government and limited good) and the dependent variable (social participation). The regression analysis results showed that the multiple correlation coefficient was 0.260 and the independent variables explained 6.3% of the changes in the dependent variable. Among the factors affecting social participation, only the dependency on the government variable had an effect. The results showed that culture, beliefs, and social values have not changed much in the less developed areas studied. Society has remained traditional, and tradition and small elements of peasant culture strengthen social participation. The government and development experts must rely on these elements so that people, through their social participation, can achieve specific and predetermined goals and programs.

Keywords: Limited good, social participation, dependence on the government, Javanroud and Ravansar.

¹corresponding author fazelishahram@yahoo.com.

مشارکت اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن: مطالعه‌ای در شهرستان‌های جوانرود و روانسر

شهرام فاضلی^۱

دانش آموخته دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران.

عبدالرضا ادهمی

دانشیار جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران.

فیض‌الله نوروزی

استادیار جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران.

تاریخ ارسال: ۱۴۰۳/۱۲/۱۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۴/۲۰

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی جامعه‌شناختی مشارکت اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در شهرستان‌های کمتر توسعه یافته جوانرود و روانسر استان کرمانشاه انجام شده است. چهارچوب نظری تحقیق از آرا صاحب نظران مکتب نوسازی قدیم و روانشناسان اجتماعی گرفته شده است. روش تحقیق، پیمایشی (کمی) است و از ابزار پرسشنامه برای گردآوری داده‌ها استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش، کلیه شهروندان ۱۸ سال به بالای ساکن در شهرستان‌های جوانرود و روانسر است. حجم نمونه این تحقیق ۳۸۴ نفر بوده که با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای انتخاب شدند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیری استفاده شده است. یافته‌های پژوهش، حاکی از میزان مشارکت اجتماعی متوسط در شهرستان‌های جوانرود و روانسر است و رابطه معناداری بین متغیرهای مستقل (وابستگی به دولت و خیر محدود) با متغیر وابسته (مشارکت اجتماعی) وجود دارد. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون نشان داد مقدار ضریب همبستگی چندگانه ۰/۲۶۰ می باشد و متغیرهای مستقل، ۶/۳ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می کنند و از بین عوامل مؤثر بر مشارکت اجتماعی، فقط متغیر وابستگی به دولت تأثیر داشته است. نتایج نشان داد در مناطق کمتر توسعه یافته مورد مطالعه که فرهنگ، باورها و ارزش‌های اجتماعی، دچار تغییرات چندانی نشده‌اند و جامعه در شکل سنتی خود باقی مانده است، سنت و عناصر خرده فرهنگ دهقانی باعث تقویت مشارکت اجتماعی می شود و دولت و صاحب نظران توسعه، باید بر این عناصر تکیه کنند تا مردم با مشارکت اجتماعی-شان، به اهداف و برنامه‌های معین و از پیش تعیین شده برسند.

کلیدواژه‌ها: خیر محدود، مشارکت اجتماعی، وابستگی به دولت، جوانرود و روانسر

۱. مقدمه

مشارکت به معنای شرکت کردن در یک موقعیت زندگی اجتماعی و درگیر شدن در فعالیت‌های گوناگون است که واجد سه مؤلفه داوطلبانه بودن، یاری دادن و مسئولیت‌پذیری است. بنابراین مشارکت، جزء ضروری و جدایی‌ناپذیر زندگی روزمره زندگی هر فرد بوده و از اهمیت زیادی برخوردار است (نیکخواه و احمدی، ۱۳۹۶: ۱۶۰).

مشارکت از قدیم با زندگی افراد گره‌خورده است و توجه به این موضوع، از ۲۰۰ سال پیش در نظام‌های اجتماعی و سیاسی جوامع غربی وجود داشته است، اما حاصل این توجه و تأکید بر نقش مشارکت به عنوان یکی از عوامل اصلی و تأثیرگذار بر توسعه تا حد زیادی پس از بعد شکست راهکارها و برنامه‌های توسعه اتفاق افتاد که در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ از غرب به کشورهای در حال توسعه وارد شد. در تحقیق و ارزیابی از این برنامه‌ها، استفاده نکردن از مشارکت مردم، به عنوان عامل اصلی در شکست برنامه‌های مرتبط با توسعه معرفی شده است و پس از این تحقیق و ارزیابی، استراتژی‌های توسعه از مشارکت‌های مردمی به - عنوان نیاز اصلی انسان یاد کردند. امروزه مشارکت را به عنوان یک فاکتور اصلی و جدایی - ناپذیر در امر توسعه می‌بینند و هر روز بر ضرورت و اهمیت آن بیشتر تأکید می‌کنند، به گونه‌ای که در گزارش توسعه انسانی سازمان ملل متحد سال ۱۹۹۳ آمده است: «موضوع مشارکت مردم، رفته رفته به صورت مسأله اصلی زمان ما در می‌آید» (افشانی و جنتی‌فر، ۱۳۹۵: ۷۴).

مشارکت‌های غیررسمی که سابقه‌ای طولانی مدت دارد با وجود تحولاتی که در یکصد سال اخیر اتفاق افتاده است، همچنان هم در جامعه ایران پررنگ است و با جرأت می‌توان گفت در طول تاریخ همیشه بر مشارکت رسمی و نهادمند در این سرزمین برتری داشته است. ساختن مساجد و حسینیه‌ها، برگزاری مراسم مذهبی در ایام و مناسبت‌های خاص، مشارکت در مراسم عروسی و عزا و مشارکت‌های مردم در قالب‌هایی مانند بنه و واره را می‌توان به عنوان مصداق‌هایی از مشارکت غیررسمی در این سرزمین برشمرد. با نگاه کردن به تجربه -

های مشارکتی در میان روستاییان و عشایر می‌توان دریافت که مشارکت آن‌ها بیشتر در کارهای اقتصادی و به‌عکتهایی چون جبر جغرافیایی و شرایط مرتبط با زندگانی‌شان بوده است. با گذشت زمان و در عصر جدیدتر، اولین الگوهای مشارکت که در سطح جامعه ایران به تأسی از تحولات کشورهای اروپایی به خصوص کشور فرانسه ایجاد شد، تأسیس مجلس شورای ملی و در ادامه، انقلاب مشروطه، نهضت ملی شدن صنعت نفت، تشکیل انجمن‌های بلدیه و انجمن‌های ایالتی و ولایتی و در نهایت، انقلاب اسلامی سال ۵۷ و برگزاری انتخابات می‌باشد، که همه آن‌ها را می‌توان از مصادیق مشارکت‌های رسمی در کشورمان برشمرد (نوروزی و بختیاری، ۱۳۸۸: ۲۵۲-۲۵۱).

اگرچه در جامعه ایران به لحاظ تاریخی، مفهوم مشارکت و معادل‌های محلی و بومی آن مثل همیاری و تعاون قدمت زیادی در حیات فرهنگی و اجتماعی مردم دارد، اما برداشت‌های جدیدتر از مشارکت که مبتنی بر مقدم بودن عمل اجتماعی است، نه فقط سابقه زیادی ندارد، بلکه این گونه به نظر می‌رسد که در عرصه‌های مختلف، به هیچ وجه نهادینه نشده است. مشارکت در فکر و عمل مردم و مسئولان به عنوان یک رفتار بازتاب دهنده که چندان هم فعالانه نیست و به دنبال اهداف ابزاری در موقعیت‌های خاص که عمده آن‌ها سیاسی می‌باشد در پاسخ به درخواست‌های مسئولان که به دنبال کسب مشروعیت هستند، کاهش یافته است. اگر چه در سال‌های اخیر با طرح شدن مفاهیمی مانند حقوق شهروندی و جامعه مدنی و غیره، ادبیات مشارکت به معنای نوین در نظر اندیشمندان و نخبگان بسط پیدا کرده است، اما هنوز هم تا نهادینه شدن آن در سطح جامعه راه درازی در پیش دارد (نیکخواه و احمدی، ۱۳۹۶: ۱۶۰).

میزان مشارکت مردم استان کرمانشاه در دور اول و دوم انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۴۰۳، به ترتیب ۳۱/۵ و ۴۲ درصد بوده است (خبرگزاری مهر، ۱۴۰۳) و میزان مشارکت مردم جوانرود و روانسر در دور اول انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۴۰۳ به ترتیب ۲۰/۹۲ و ۲۰/۸۸ بوده است (وزارت کشور، ۱۴۰۳) و در دور دوم انتخابات ریاست جمهوری همین سال

68... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

میزان مشارکت این شهرستان‌ها به ترتیب بوده ۲۷/۹۲ و ۳۰/۸۱ بوده است (ایرنا، ۱۴۰۳). همچنین، میزان نرخ بیکاری استان کرمانشاه در سرشماری سال ۱۳۹۵ به ۲۵/۱ درصد رسیده که در این سال استان کرمانشاه در رتبه اول بیکاری کشور قرار داشته است، در این سرشماری میانگین نرخ بیکاری کشوری ۱۲/۶ درصد اعلام گردیده است (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان کرمانشاه، ۱۳۹۹: ۴۶) و میزان نرخ بیکاری شهرستان‌های جوانرود و روانسر طی این سال به ترتیب ۳۲/۶ درصد و ۳۱/۵ درصد بوده است و رتبه‌های سوم و چهارم را در بین ۱۴ شهرستان استان کرمانشاه در زمینه بیکاری داشته‌اند (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان کرمانشاه، ۱۳۹۹: ۴۸).

علاوه بر این‌ها، پژوهش انجام شده با عنوان نقش فقر در مشارکت اجتماعی، سیاسی و آسیب‌های اجتماعی (مورد مطالعه: محلات محروم شهر جوانرود) نیز مؤید این مسأله است که مشارکت اجتماعی و سیاسی در شهرستان جوانرود پایین‌تر از حد متوسط است و پژوهشگران این تحقیق بر این باورند که در این مناطق به علت کمبود امکانات اقتصادی، مردم توان برقراری ارتباط و مشارکت اجتماعی به شکل سازمان یافته را ندارند و ارتباط آن‌ها عموماً از نوع ارتباط درون گروهی و ارتباط با اقوام و خویشاوندان و روابط جانبی ناشی از وجود آن‌ها می‌باشد. به عقیده آن‌ها، ضعف مشارکتی باعث به وجود آمدن شرایطی شده است که فراگیری فقر را تثبیت می‌کند و ضعف قابلیت‌ها در کنار ضعف بودن مشارکت، هم باعث اضافه شدن آسیب‌های اجتماعی شده است و هم قابلیت‌هایی که می‌تواند بروز و ظهور داشته باشد را پنهان می‌کند و اجازه نمی‌دهد، ظرفیت‌های بالقوه‌ای که وجود دارد، خودنمایی کند و شکوفا شود و در خدمت پیشرفت و توسعه قرار گیرد (رضایی و همکاران، ۱۳۹۹: ۶۱).

براساس آخرین تصویب نامه در خصوص تعیین مناطق محروم و کمتر توسعه یافته در امور حمایتی هیئت وزیران (شماره: ۷۶۲۵۴/ت ۳۶۰۹۵ هـ - ۱۳۸۸/۰۴/۱۰) معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی رئیس جمهور و به استناد اصل یکصد و سی و هشتم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، شهرستان‌های جوانرود و روانسر به عنوان مناطق محروم و

کمتر توسعه یافته در سطح استان و کشور معرفی گردیده‌اند، لذا مطالعه و بررسی در زمینه مشارکت آنان ضرورت دارد تا بتوان به نتایج راه‌گشا جهت حل مسأله توسعه‌نیافتگی دست پیدا کرد. در پژوهش حاضر می‌خواهیم بدانیم میزان مشارکت اجتماعی شهروندان شهرستان-های جوانرود و روانسر در چه وضعیتی می‌باشد؟ و عوامل مؤثر بر مشارکت اجتماعی را در این شهرستان‌ها مورد مطالعه و آزمون قرار دهیم تا مشخص شود که چه عواملی بر کاهش مشارکت اجتماعی شهروندان شهرستان‌های جوانرود و روانسر تأثیر گذاشته‌اند؟

۲. مبانی نظری تحقیق

۱.۲. پیشینه تحقیق

پژوهش‌های مطرح شده در این قسمت با توجه به موضوع مورد بررسی این پژوهش و نزدیک به آن مورد مطالعه و تحلیل قرار گرفته‌اند.

رحمانی لشگری و همکاران (۱۴۰۳) در مقاله «تحلیلی بر نقش مشارکت در توسعه پایدار اجتماعی محلات، مطالعه موردی: محلات منطقه ۸ شهر تهران» که با روش کتابخانه‌ای و میدانی انجام شده‌است، بیان کرده‌اند: مشارکت اجتماعی شهروندان بر توسعه پایدار محلات اثر مثبت دارد و رابطه این متغیرها با هم معنادار است و متغیرهای اعتماد، مشارکت در فعالیت‌های محله، رضایت از محله و حس تعلق به مکان بر متغیر مشارکت اجتماعی تأثیر مثبت دارند.

احسانی و همکاران (۱۴۰۳) در مقاله «ارزیابی نقش مشارکت‌های مردمی در توسعه و نگهداری فضاهای سبز شهری (مورد مطالعه شهر قوچان)» که با روش پیمایشی انجام شده‌است، بیان کرده‌اند: با افزایش توان اقتصادی شهروندان، میل آن‌ها به توسعه و نگهداری فضاهای سبز شهری به صورت قابل توجهی افزایش می‌یابد و بالا رفتن دانش محیط زیستی، عوامل اجتماعی و فرهنگ‌سازی کمک زیادی به توسعه و نگهداری فضای سبز شهر قوچان می‌نماید.

فاضلی و همکاران (۱۴۰۲) در مقاله «بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر مشارکت اجتماعی (مورد مطالعه: شهرستان‌های جوانرود و روانسر)» که با روش پیمایشی و با ابزار پرسشنامه انجام شده‌است، بیان کرده‌اند که: مشارکت اجتماعی در این دو شهرستان متوسط است و رابطه معناداری بین متغیرهای مستقل (تقدیرگرایی، تحصیلات، سن و جنسیت) با متغیر وابسته (مشارکت اجتماعی) وجود دارد، اما بین متغیر طبقه اجتماعی با مشارکت اجتماعی رابطه معناداری مشاهده نشد.

نیازی و همکاران (۱۴۰۱) در مقاله «بررسی میزان اعتماد اجتماعی و پایداری نسبت به تمایل مشارکت اجتماعی شهروندان شهر کاشان» که با روش پیمایشی و با ابزار پرسشنامه انجام شده‌است، بیان کردند، متغیرهای اعتماد اجتماعی و پایداری بر تمایل به مشارکت اجتماعی مؤثرند و می‌توان تمایل به مشارکت را بر اساس این متغیرها تبیین نمود. نتایج آزمون تی نشان داد که وضعیت اعتماد اجتماعی و مشارکت اجتماعی در بین شهروندان شهر کاشان متوسط و در حد مطلوب و وضعیت پایداری در بین شهروندان شهر کاشان در حد نامطلوب و ضعیف می‌باشد.

کرم پور و یوسفوند (۱۳۹۱) در مقاله «بررسی نظریه خرده فرهنگ دهقانی راجرز در روستاهای منطقه کهمان شهرستان سلسله» که با رهیافت کیفی (مصاحبه عمیق، بحث گروهی متمرکز و مشاهده مشارکتی) انجام شده‌است، بیان کردند: عناصر خرده فرهنگ دهقانی راجرز در منطقه مورد بررسی انطباق نداشته و نه تنها مانعی برای توسعه نبوده، بلکه در بعضی موارد محرک نیز بوده‌است و با توجه به یافته‌های پژوهش، خرده فرهنگ بومی و سنتی، نه به عنوان مانع و معارض، بلکه پناهگاه و رقیبی برای توسعه است. یافته‌های آن‌ها بیانگر تأثیر خرده فرهنگ محلی بر توسعه روستاهای مورد بررسی است.

احمدرش، دانش مهر و شاکری (۱۳۹۰) در مقاله «بررسی رابطه بین عناصر خرده فرهنگ دهقانی و پایگاه اقتصادی- اجتماعی روستاییان در بخش لاجان شرقی شهرستان پیرانشهر» که با روش پیمایشی و با ابزار پرسشنامه و مصاحبه انجام شده‌است، بیان کردند، وضعیت عناصر

خرده فرهنگ دهقانی در جامعه مذکور و بسیاری نگرش‌ها و مفاهیم موافق توسعه، نسبتاً خوب است و به جز در موارد نادر، همانند تقدیرگرایی که در جامعه مورد بررسی بیشتر جنبه مذهبی دارد، سایر عناصر در سطح بسیار نازلی قرار دارند.

هاوران خو و شیائومی لیو^۳ (۲۰۲۵) در مقاله «مشارکت اجتماعی در اصلاحات اجتماعی: تحلیل کیفی رویه‌های عدالت در چین» که با رهیافت کیفی (مصاحبه) انجام شده است، بیان کردند که در چین، اجرای گسترده اصلاحات اجتماعی یک استراتژی کلیدی است و این استراتژی به‌طور برجسته مشارکت اجتماعی را به‌عنوان یک عنصر حیاتی می‌بیند. این مطالعه نشان می‌دهد که اصلاح الگوی مشارکت اجتماعی تحت رهبری دولت می‌تواند استراتژی‌های مؤثرتری برای افزایش مشارکت مدنی و بهبود اثربخشی اصلاح جامعه ارائه دهد.

آلوارادو وازکز و همکاران^۴ (۲۰۲۴) در مقاله «مشارکت اجتماعی در برنامه‌ریزی، طراحی و مدیریت فضاهای عمومی: مورد مکزیک» که با رهیافت کیفی (مطالعه موردی) و با ابزار مصاحبه نیمه‌ساختاریافته انجام شده است، بیان کردند، رویکردهای بالا به پایین اغلب در مشارکت، همکاری و در نظر گرفتن بازیگران اجتماعی در فرآیند برنامه‌ریزی، طراحی و نگهداری فضاهای عمومی شکست می‌خورند. آن‌ها نشان دادند که دولت چگونه می‌تواند از مشارکت اجتماعی برای اجرای برنامه‌های مشارکتی در این فرآیند حمایت کند.

لواسور و همکاران^۵ (۲۰۲۴) در مقاله «امکان‌سنجی افزایش مشارکت اجتماعی برای سالمندان دارای معلولیت» که با رهیافت کیفی (مصاحبه) انجام شده است، بیان کردند، مطالعه آن‌ها با هدف انطباق کمک‌های شخصی شهروندان برای مشارکت اجتماعی برای افراد مسن دارای معلولیت و بررسی امکان‌سنجی آن انجام شد. حمایت شخصی شهروندان برای ادغام

3. Haoran Xu & Xiaomei Liu.

4. Alvarado Vazquez.

5. Levasseur.

جامعه، فرصت‌های جدیدی را برای بزرگسالان مسن نشان می‌دهد تا به یکپارچگی جامعه دست یابند و زندگی اجتماعی و منابع خود را تقویت کنند، در حالی که امکان پرداختن به اولویت جهانی «پیری خوب» را تأیید می‌کند.

بائریسویل و اوریس^۶ (۲۰۲۳) در مقاله «مشارکت اجتماعی و رضایت از زندگی در میان سالمندان: تنوع شیوه‌ها و نابرابری اجتماعی در سوئیس» که با روش پیمایشی و ابزار پرسشنامه انجام شده است، بیان کردند، نتایج ما اهمیت ترکیب اشکال چندگانه مشارکت را برای رضایت از زندگی برجسته کرد و نشان داد که برخی از اشکال از جمله مشارکت در انجمن‌ها، ملاقات با خانواده یا دوستان و حضور در کلیسا بسیار معنادار هستند. هنگام مقایسه تفاوت‌های میان سالمندان، داشتن طیف وسیعی از تعاملات اجتماعی، درگیر شدن در گروه‌ها و حفظ ارتباط خصوصی با غریبه‌ها، منحصر به فردتر به نظر می‌رسد. برخلاف اهمیت جامعه‌پذیری نهادینه شده و خصوصی برای رضایت از زندگی سالمندان، سنتی‌ترین اشکال ادغام، مانند خانواده و مذهب، برای قشر آسیب‌پذیرتر حیاتی هستند.

تاکنون تحقیقات گوناگونی در خصوص مشارکت اجتماعی در بین گروه‌های مختلف در داخل و خارج کشور انجام شده است که به بررسی و تأثیر سایر متغیرها بر مشارکت اجتماعی و برعکس پرداخته‌اند، اما پژوهش‌های انجام شده در حوزه مشارکت اجتماعی در ایران، بیشتر در مناطق و شهرهای توسعه یافته و با ساختار و بافت منسجم انجام شده است و کمتر در مناطق توسعه نیافته و سنتی به بحث در خصوص مشارکت اجتماعی پرداخته شده است و به ندرت تحقیقی در خصوص مشارکت اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در مناطق کم‌تر توسعه یافته و محروم انجام شده است، که در این زمینه خلاءهای پژوهشی احساس شد. از این لحاظ که تحقیق در یک بافت متفاوت (توسعه نیافته) انجام شده است، دارای نوآوری است در نتیجه، این‌ها می‌تواند وجه تمایز این تحقیق با سایر تحقیقات باشد. همچنین، براساس مطالعات پیشین ارتباط قوی بین مشارکت اجتماعی و خرده فرهنگ دهقانی وجود دارد، اما

6. Baeriswyl & Oris.

چگونگی این ارتباط در بافت توسعه نیافته ابعاد ناشناخته‌ای دارد و تحقیق بر آن است تا این ابعاد ناشناخته را روشن کند.

۲.۲. مبانی نظری پژوهش

مبانی نظری این تحقیق از آرا صاحب نظران مکتب نوسازی قدیم و روانشناسان اجتماعی گرفته شده است و از آرا آن‌ها به‌عنوان نظریه پشتیبان و نقشه ذهنی استفاده شده است. اندیشمندان مکتب نوسازی قدیم بر تمایز و تفکیک دو نوع جامعه سنتی و مدرن تأکید دارند، آن‌ها برای جامعه مدرن یک سری ویژگی‌ها قائل هستند که از آن جمله می‌توان، داشتن تکنولوژی‌های مدرن، ثبات سیاسی، اقتصاد پیشرفته، سازمان‌های اجتماعی با وظایف تفکیک شده، بالا بودن سطح بهداشت و درمان و تحصیلات را برشمرد. متناسب با این ویژگی‌های بیرونی و عینی، طرز تفکر و رفتار اجتماعی افراد نیز دچار دگرگونی شده و مشارکت اجتماعی و سیاسی آنان تغییر می‌کند. در مقابل این جوامع، جامعه سنتی قرار دارد که هنوز به سطح توسعه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی نرسیده است و مشکلات و مسائل ناشی از عدم توسعه، سبب مشارکت کم‌رنگ در زمینه‌های اجتماعی و سیاسی می‌گردد. تحقیقاتی که در این زمینه انجام شده است، نشان می‌دهد جوامع توسعه یافته و افرادی که از لحاظ اجتماعی و اقتصادی در مراتب بالاتری قرار دارند، انگیزه‌های بیشتری برای مشارکت اجتماعی و سیاسی دارند (نوروزی و بختیاری، ۱۳۸۸: ۲۵۲-۲۵۱).

با توجه به مطالب گفته شده، مشخص شد که اگر جامعه‌ای بخواهد از یک مشارکت فعال برخوردار باشد، بایستی از شکل سنتی به شکل مدرن، متجدد و نوسازی شده تغییر پیدا کند. در میان نظریه پردازان توسعه و نوسازی قدیم، از راجرز^۷ می‌توان به عنوان جامعه شناسی نام برد که با تأکید بر متغیرهای فردی و عناصر نظام‌های شخصیتی افراد، در قالب بحث خرده فرهنگ روستایی به بررسی پویای نوگرایی، مشارکت و عدم مشارکت در میان

7. Rogers.

روستاییان پرداخته است. راجرز در تحلیل خود بر ویژگی‌های روانی، انگیزشی و فردی تأکید داشته و عقیده دارد از لحاظ روانی بایستی نوعی آمادگی برای پذیرش تغییرات نو و جدید در افراد وجود داشته باشد که آن‌ها را تحت عنوان وجه نظر^۸ مطرح می‌کند. به نظر وی عناصری همانند ارزش‌ها، انگیزه‌ها و وجه نظرها - که در قالب خرده فرهنگ دهقانی طرح شده‌اند - عناصر اصلی و کلیدی برای فهم رفتار افراد به شمار می‌آیند. او عناصر خرده فرهنگ دهقانی را عناصری می‌داند که مانع پذیرش تغییرات جدید، نوآوری و همچنین نوسازی، تجدّد و مشارکت اجتماعی می‌باشد. این عناصر عبارتند از: عدم اعتماد متقابل در روابط شخصی، فقدان نوآوری، تقدیرگرایی، پایین بودن سطح آرزوها و تمایلات، عدم توانایی چشم پوشی از منافع آنی به خاطر منافع آتی، کم‌اهمیت دادن به عامل زمان، خانواده‌گرایی، وابستگی به قدرت دولت، محلی‌گرایی و فقدان همدلی (موسوی، ۱۳۸۴: ۳۰۴). اگر بخواهیم به جایگاه مشارکت در نظریه راجرز اشاره کنیم، از برآیند نظر وی این گونه استنباط می‌شود که مشارکت مترادف توسعه است و می‌توان مشارکت را عنصر کلیدی در فرآیند توسعه به حساب آورد، که به واسطه آن می‌توان به پیشرفت و توسعه دست یافت و سنت و عناصر خرده فرهنگ دهقانی نیز مانع رسیدن به مشارکت اجتماعی و توسعه می‌باشد. برخلاف دیدگاه‌های سنتی که جوامع دهقانی را ایستا و مقاوم در برابر تغییر می‌دانستند، صاحب نظران متأخر بر این باورند که این جوامع پویاتر و سازگارتر از آن چیزی هستند که تصور می‌شد. در اینجا به سه رویکرد مهم در این زمینه آورده شده است.

۱. خرده فرهنگ دهقانی به عنوان فرهنگی پویا و سازگار: برخی پژوهشگران مانند جیمز اسکات^۹ و تنودور شنین^{۱۰} بر این باورند که جوامع دهقانی، برخلاف تصور رایج، منفعل و بی‌تأثیر نیستند. اسکات در کتاب سلاح‌های ضعیفان نشان می‌دهد که دهقانان با استفاده از

2. Attitude.

9. Scott, J. C.

10. Shanin, T

روش‌هایی مانند کم‌کاری، شایعه‌پراکنی یا نپرداختن مالیات، در برابر قدرت‌های حاکم مقاومت می‌کنند. از سوی دیگر، شنین نیز معتقد است که دهقانان نه تنها منفعل نبوده‌اند، بلکه در برهه‌های حساس تاریخی مثل انقلاب‌ها، نقش فعال و تأثیرگذاری داشته‌اند (Shanin, 1971:54).

۲. نقد اقتصاد معیشتی و دیدن دهقانان به‌عنوان بازیگران اقتصادی فعال: برخی محققان مانند مایکل لیپتون^{۱۱} و جان هریس^{۱۲} نظریه اقتصاد معیشتی را به چالش کشیده‌اند. لیپتون در نظریه «سوگیری شهری» توضیح می‌دهد که سیاست‌های اقتصادی در بسیاری از کشورها به نفع شهرها و به ضرر روستاها بوده است. او معتقد است که دهقانان برخلاف باور عموم، فعالانه در اقتصاد شرکت می‌کنند و حتی سرمایه‌گذاری هم دارند، اما محدودیت‌های ساختاری مانع پیشرفت آن‌ها می‌شود. (Lipton, 1977:63). جان هریس نیز نشان می‌دهد که روستاهای امروزی دیگر منزوی نیستند، بلکه در اقتصاد جهانی حضور دارند و با آن در ارتباط هستند (Harris, 1982:112).

۳. تأثیر جهانی‌شدن و فناوری بر خرده‌فرهنگ دهقانی: در دهه‌های اخیر، پدیده جهانی‌شدن و پیشرفت فناوری، ساختار فرهنگی و اقتصادی جوامع روستایی را دگرگون کرده است. رابرت چمبرز^{۱۳} به تغییرات مثبتی مانند کشاورزی پایدار، کشاورزی قراردادی و استفاده از فناوری‌های نوین در کشاورزی اشاره می‌کند که باعث تحول در زندگی دهقانان شده‌اند. (Chambers, 1983:75). آرون برادی^{۱۴} نشان داده است که فناوری‌های ارتباطی مانند اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و گوشی‌های هوشمند موجب افزایش آگاهی سیاسی و اقتصادی در میان دهقانان شده‌اند (Brady, 2010: 110).

11. Lipton, M.

12. Harris, J.

13. Chambers, R.

14. Brady, A.

در ادامه مطالب گفته شده در قسمت چهارچوب نظری سعی خواهد شد، آرا صاحب نظران مکتب‌نوسازی قدیم و صاحب نظران متأخر در رابطه با متغیرهای تحقیق طرح گردد.

۲.۳. چارچوب نظری پژوهش

مشارکت اجتماعی

به اعتقاد هلی^{۱۵} مشارکت اجتماعی همان مشارکت افراد در گروه‌ها و جمع‌های خارج از خانواده و در عرصه سیاسی شامل مشارکت در گروه‌های فشار و احزاب سیاسی است. این مشارکت داوطلبانه که با عضویت فعال افراد توأم است و شامل مشارکت افراد در گروه‌های خارج از خانواده و گروه‌های فشار و سازمان سیاسی می‌باشد، هلی آنها را دو بخش تقسیم می‌کند: ۱- مشارکت رسمی یا نهادی که شامل مشارکت در انجمن‌ها، سازمان‌ها، باشگاه‌ها یا کلوپ‌ها می‌باشد. ۲- مشارکت غیرنهادی یا غیررسمی، شامل مشارکت در گروه‌هایی با فاصله‌های اجتماعی نامنظم مثل گروه‌های خیریه که برای کمک به افراد خاص و محرومان تشکیل شده‌است و یا شرکت در فعالیت‌هایی که به صورت سازمان یا مؤسسه نیستند، ولی می‌توان روی آن‌ها حساب باز کرد، مثل گروه‌های تفریحی، موسیقی و دوستانه که نسبتاً دائمی‌اند (هلی، ۲۰۰۱ به نقل از پیراهری، ۱۳۹۵: ۱۴۰).

وابستگی به قدرت دولتی

در بحث وابستگی به دولت نظرات متفاوتی از سوی راجرز به عنوان یکی از صاحب نظران مکتب‌نوسازی قدیم و صاحب نظران متأخر طرح شده‌است. راجرز بر این باور است نظر دهقانان درباره دولت محلی و ملی ترکیبی از وابستگی و دشمنی نسبت به دولت می‌باشد. از آنجایی که دهقانان خرده‌پا از امکانات ناچیزی برای خودیاری برخوردار هستند، بنابراین، نسبت به دولت وابستگی زیادی دارند. براساس تحقیقاتی که درباره دهقانان ترکیه صورت گرفته است، نبود آب زراعی و جاده‌های مناسب را از جمله مشکلات اصلی روستا ذکر شده‌است و دهقانان بر این باورند که بهتر کردن وضعیت و انجام اصلاحات از جمله کارهای

3. Helly.

دولت است، نه مردم روستا. وابستگی به دولت سبب شده است که روستاییان همواره روی نظرات و کمک‌های دولتی حساب بیشتری باز کنند (ازکیا، ۱۳۷۰: ۶۵).

استبدادگرایی شیوه‌ای است که معتقد به برنامه‌ریزی سلسله‌مراتبی و از بالا به پایین، هدایت از بیرون و نظام تمرکزی می‌باشد. اغلب اندیشمندان اجتماعی به ویژه صاحب نظران توسعه براین باورند که یکی از دلایل عدم توسعه روستایی استبدادپذیر بودن و وابستگی روستاییان به دولت و امکانات دولتی می‌باشد. این ویژگی‌ها سبب می‌شود که دهقانان بدون حضور و اجازه مسئولان دولتی خود را قادر به انجام کارها نبینند (ازکیا، ۱۳۷۴ به نقل از سرداریان قاسم آبادی، ۱۳۸۳: ۶۸). در ادامه به دیدگاه‌های صاحب نظران متأخر درباره وابستگی دهقانان به دولت اشاره خواهد شد.

۱. دیدگاه تقویت وابستگی به دولت:

برخی پژوهشگران، از جمله مایکل لیپتون و رابرت چمبرز، باور دارند که سیاست‌های دولتی در کشورهای در حال توسعه موجب افزایش وابستگی دهقانان به دولت شده است. به‌ویژه لیپتون در نظریه‌ای به نام «سوگیری شهری» توضیح می‌دهد که سیاست‌های اقتصادی معمولاً به نفع شهرها و صنایع طراحی شده‌اند. به همین دلیل، دولت‌ها برای جلوگیری از مهاجرت روستاییان به شهرها، یارانه‌هایی به مناطق روستایی اختصاص داده‌اند. این یارانه‌ها و همچنین وام‌ها و برنامه‌های رفاهی، باعث شده‌اند بسیاری از دهقانان برای گذران زندگی به حمایت‌های دولتی وابسته شوند. (Lipton, 1977: 50). رابرت چمبرز نیز دیدگاهی مشابه دارد. او می‌گوید برنامه‌هایی مثل توسعه روستایی، اصلاحات ارضی و یارانه‌ها، اگرچه در ظاهر حمایتی هستند، اما در عمل موجب شده‌اند که دهقانان استقلال اقتصادی خود را از دست بدهند و کمتر به نوآوری روی بیاورند. (Chambers, 1983: 75).

۲. دیدگاه‌های کاهش وابستگی به دولت

۱.۲. دیدگاه کاهش وابستگی به دولت و افزایش خودکفایی: برخی محققان دیگر، مثل جیمز اسکات و آرون برادی، بر این باورند که دهقانان به تدریج در حال فاصله گرفتن از دولت و وابستگی به آن هستند. اسکات در کتاب معروف خود، «سلاح‌های ضعیفان»، توضیح می‌دهد که دهقانان راه‌هایی پیدا کرده‌اند تا از زیر بار سیاست‌های رسمی دولت خارج شوند. آن‌ها به بازارهای محلی و غیررسمی، تعاونی‌ها و روش‌های اقتصادی خلاقانه روی آورده‌اند تا کنترل بیشتری بر زندگی خود داشته باشند. (Scott, 1985:29). از سوی دیگر، برادی معتقد است که گسترش فناوری و دسترسی بهتر به اطلاعات باعث شده دهقانان امروز بهتر بتوانند درباره آینده اقتصادی خود تصمیم بگیرند، بدون آنکه نیاز چندانی به حمایت‌های دولتی داشته باشند (Brady, 2010:110).

۲.۲. کاهش وابستگی به دولت به دلیل جهانی‌شدن و خصوصی‌سازی: در سال‌های اخیر، روند خصوصی‌سازی در بخش کشاورزی و اجرای سیاست‌های نئولیبرالی در برخی کشورها، به‌ویژه در آمریکای لاتین و آسیا، موجب کاهش حمایت‌های دولتی از دهقانان شده‌است. در نتیجه، بسیاری از کشاورزان به دنبال راه‌حل‌های تازه‌ای برای ادامه فعالیت خود رفته‌اند. آن‌ها از جمله به کشاورزی قراردادی، ورود به بازارهای جهانی از طریق تعاونی‌ها و بهره‌گیری از فناوری‌های جدید کشاورزی روی آورده‌اند (Smith, 2005:135).

تصوّر خیر محدود^{۱۶}

در بحث خیر محدود نظرات متفاوتی از سوی فاستر به عنوان یکی از صاحب نظران مکتب‌نوسازی قدیم و صاحب نظران متأخر طرح شده‌است. به نظر فاستر^{۱۷} یکی از دلایل عدم اعتماد متقابل در روابط بین دهقانان را بایستی ناشی از تصوّر خیرمحدود دانست. دهقانان بر این باور هستند که همه چیزهای مطلوب و مورد پسند در زندگی مانند امنیت، قدرت، عشق، دوستی، ثروت و زمین محدودند و مقدار موجود را نمی‌توان با قدرت دهقان اضافه

16. Limited good.

17. Foster.

کرد. در نتیجه، با توجه به محدود بودن این نعمت‌ها و نظام بسته روستا (در نتیجه انزوای جغرافیایی و سایر عوامل)، به طور منطقی جلو افتادن هر فرد به قیمت زیان دیدن سایرین تمام می‌شود. این دیدگاه یعنی اینکه، کیک محدود است و ظرف آن نیز محدود، که سبب بدگمان شدن دهقان از همسایه گرسنه‌اش می‌شود. نتیجه اینکه، اگر فردی تلاش و کوشش کند که سهم بیشتری از کیک (امکانات و نعمت‌ها) را بخورد از سهم سایرین کاسته می‌شود (ازکیا، 1370: 93). در سال‌های اخیر، این نظریه توسط برخی محققان مورد بازنگری قرار گرفته است. در ادامه، به دیدگاه‌های صاحب‌نظران متأخر درباره این مفهوم اشاره می‌شود.

۱. خیر محدود به عنوان یک ساختار ذهنی قابل تغییر: برخی محققان، مانند رابرت چمبرز و پی‌یر بوردیو^{۱۸}، معتقدند که «خیر محدود» فقط یک واقعیت اقتصادی یا اجتماعی نیست، بلکه بیشتر یک تصور ذهنی و فرهنگی است که می‌توان آن را تغییر داد. چمبرز می‌گوید که از طریق آموزش، مشارکت اجتماعی و توسعه اقتصادی، جوامع روستایی می‌توانند نگرش خود را نسبت به توزیع منابع تغییر دهند و باور به محدود بودن خیر را کنار بگذارند (Chambers, 1983: 102). بوردیو این مفهوم را در چهارچوب سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی بررسی کرده و نشان داده است که در برخی شرایط، دهقانان می‌توانند از طریق شبکه‌های اجتماعی و سرمایه‌های نمادین، خیر را بازتوزیع کنند و نگرش رقابتی ناشی از خیر محدود را کاهش دهند (Bourdieu, 1986: 245).

۲. خیر محدود در شرایط جدید اقتصادی و جهانی شدن: برخی پژوهشگران، مانند جیمز اسکات و مایکل لیتون، معتقدند که جهانی شدن و تغییرات اقتصادی باعث تقویت برخی جنبه‌های خیر محدود در جوامع روستایی شده‌اند. اسکات در پژوهش‌های خود درباره کشاورزان جنوب شرق آسیا نشان می‌دهد که سیاست‌های اقتصادی نئولیبرالی، خصوصی‌سازی منابع و کاهش حمایت‌های دولتی باعث شده‌است که دهقانان بیش از پیش

18. Bourdieu, P.

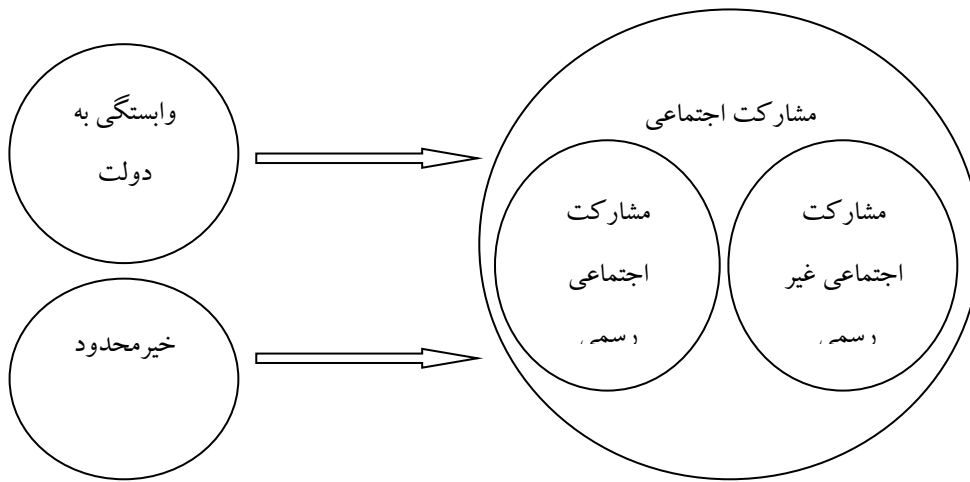
80... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

احساس کنند که منابع کمیاب‌تر شده‌اند و در نتیجه نگرش خیر محدود در میان آنان تقویت شده‌است (Scott, 1990: 87). لیپتون در نظریه «سوگیری شهری» نشان می‌دهد که توسعه شهری به ضرر جوامع روستایی بوده و احساس دهقانان از محدودیت منابع و نابرابری اقتصادی بیشتر شده‌است، که این مسأله می‌تواند به افزایش تنش‌های اجتماعی و مقاومت فرهنگی منجر شود (Lipton, 2005: 185).

۳. خیر محدود در جوامع مشارکتی و تعاونی: برخی محققان، مانند الینور استروم¹⁹ و آرون برادی معتقدند که ساختارهای اقتصادی جایگزین مانند تعاونی‌های روستایی و کشاورزی مشارکتی می‌توانند نگرش خیر محدود را کاهش دهند. استروم در نظریه «حکمرانی منابع مشترک» نشان می‌دهد که دهقانان می‌توانند از طریق همکاری و مدیریت جمعی منابع، به درک جدیدی از خیر مشترک دست یابند و دیدگاه خیر محدود را تعدیل کنند (Ostrom, 1999: 134). برادی نشان داده‌است که دسترسی به فناوری، اطلاعات و بازارهای جهانی باعث شده‌است که بسیاری از جوامع دهقانی بتوانند با ایجاد شبکه‌های تعاونی و اقتصاد اشتراکی، تصوّر سنتی از محدودیت منابع را تغییر دهند (Brady, 2015: 24).

۲. ۴. مدل نظری پژوهش

19. Ostrom, E.



شکل (۱) مدل نظری پژوهش

با توجه به چهارچوب نظری و پیشینه‌های ذکر شده فرضیه‌های این پژوهش عبارتند از :
فرضیه ۱: اگر وابستگی به دولت در افراد افزایش یابد، میزان مشارکت اجتماعی آنها کاهش خواهد یافت.

فرضیه ۲: اگر تصور خیر محدود در افراد افزایش یابد، میزان مشارکت اجتماعی آنها کاهش خواهد یافت.

۲.۵. تعریف مفاهیم و عملیاتی شدن

در پژوهش حاضر متغیرهای مستقل، وابستگی به دولت و خیر محدود است و متغیر وابسته، مشارکت اجتماعی است که به تعریف نظری و عملیاتی آنها می‌پردازیم.

تعریف نظری مشارکت اجتماعی: تعریف نظری ما از این متغیر با الهام از تعریف هلی عبارت است از مشارکت افراد در گروه‌ها و جمع‌های خارج از خانواده و در عرصه سیاسی شامل مشارکت در گروه‌های فشار و احزاب سیاسی است. این مشارکت داوطلبانه که با عضویت فعال افراد توأم است و شامل مشارکت افراد در گروه‌های خارج از خانواده، گروه‌های فشار و سازمان سیاسی می‌باشد، هلی آن‌ها را دو بخش تقسیم می‌کند:

۱- مشارکت رسمی یا نهادی که شامل مشارکت در انجمن‌ها، سازمان‌ها، باشگاه‌ها یا کلوپ‌ها می‌باشد.

۲- مشارکت غیر نهادی یا غیررسمی شامل مشارکت در گروه‌هایی با فاصله‌های اجتماعی نامنظم مثل گروه‌های خیریه که برای کمک به افراد خاص و محرومان تشکیل شده است و یا شرکت در فعالیت‌هایی که به صورت سازمان یا مؤسسه نیستند، ولی می‌توان روی آن‌ها حساب باز کرد و نسبتاً دائمی‌اند، مثل گروه‌های تفریحی و موسیقی و ... (هلی، ۲۰۰۱، به نقل از پیراوری، ۱۳۹۵: ۱۴۰).

تعریف عملیاتی مشارکت اجتماعی: مشارکت اجتماعی براساس تعریف هلی عملیاتی شده است که شامل مشارکت رسمی و غیررسمی می‌باشد. منظور از مشارکت رسمی، مشارکت در سازمان‌ها، انجمن‌ها و کلوپ‌ها (باشگاه‌ها) است. برای سنجش مشارکت رسمی از ۵ گویه محقق ساخته استفاده شده است.

منظور از مشارکت غیررسمی، مشارکت‌های اتفاقی (نامنظم) و مشارکت پایدار است. برای سنجش مشارکت غیررسمی از ۴ گویه محقق ساخته استفاده شده است.

تعریف نظری وابستگی به قدرت دولتی: تعریف نظری ما از این متغیر از راجرز گرفته شده است، دهقانان براین باورند که بهتر کردن وضعیت و انجام اصلاحات از جمله کارهای دولت است، نه مردم روستا. وابستگی به دولت سبب شده است که روستایان همواره روی نظرات و کمک‌های دولتی حساب بیشتری باز کنند (ازکیا، ۱۳۷۰: ۶۰). استبدادگرایی شیوه‌ای

است که معتقد به برنامه‌ریزی سلسله مراتبی و از بالا به پایین، هدایت از بیرون و نظام

تمرکزی می‌باشد (ازکیا، ۱۳۷۴ به نقل از سرداریان قاسم آبادی، ۱۳۸۳: ۶۸).

تعریف عملیاتی وابستگی به قدرت دولتی: وابستگی به قدرت دولتی براساس تعریف راجرز عملیاتی شده‌است. انجام کارها، شناسایی مسائل و مشکلات توسط دولت و ناظر دانستن دولت در امور اجرایی به عنوان شاخص‌های وابستگی به دولت در نظر گرفته شده‌است. برای سنجش متغیر وابستگی به قدرت دولت و استبدادگرایی از ۵ گویه استاندارد شده پژوهشگران خارجی (راجرز، مک‌کله‌لند و غیره) و داخلی (ازکیا، محسنی تبریزی، غفاری و غیره) پس از بومی‌سازی، استفاده شده‌است.

تعریف نظری تصور خیرمحدود: تعریف نظری ما از این متغیر از فاستر گرفته شده‌است، به نظر فاستر یکی از دلایل عدم اعتماد متقابل در روابط بین دهقانان را بایستی ناشی از تصور خیرمحدود دانست. دهقانان بر این باور هستند که همه چیزهای مطلوب و مورد پسند در زندگی مانند امنیت، قدرت، عشق، دوستی، ثروت و زمین محدودند و مقدار موجود را نمی‌توان با قدرت دهقان اضافه کرد (ازکیا، ۱۳۷۰: ۹۳).

تعریف عملیاتی تصور خیر محدود: خیر محدود براساس تعریف فاستر عملیاتی شده‌است. کم شدن سهم سایرین با بازدهی بیشتر در تولید و کم شدن چیزهای خوب مانند زمین و ثروت با دسترسی سایرین به آن از شاخص‌های خیر محدود می‌باشد. برای سنجش متغیر خیرمحدود از ۳ گویه استاندارد شده پژوهشگران خارجی (راجرز، مک‌کله‌لند و غیره) و داخلی (ازکیا، محسنی تبریزی، غفاری و غیره) پس از بومی‌سازی، استفاده شده‌است.

۳. روش تحقیق

این پژوهش با روش پیمایش اجرا شده‌است. جمعیت تحقیق در این پژوهش را کلیه شهروندان بالای ۱۸ سال ساکن در شهرستان‌های جوانرود و روانسر تشکیل می‌دهند که

84... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

براساس آخرین سرشماری انجام شده (سال ۱۳۹۵) به تعداد ۱۲۲۸۲۶ نفر (شهرستان جوانرود با ۲ بخش و ۱۰۱ روستا با جمعیت ۷۵۱۶۹ و شهرستان روانسر نیز با دو بخش و ۱۳۹ روستا با جمعیت ۴۷۶۵۷ نفر) می‌باشند. حجم نمونه در این تحقیق با استفاده از فرمول کوکران محاسبه شد و تعداد آن ۳۸۴ نفر به دست آمد، که ۳۸۴ نفر مجموع دو شهر خواهد بود و پرسشنامه به تناسب جمعیت بین ۲ شهر تقسیم شده‌است. روش نمونه‌گیری در این پژوهش، نمونه‌گیری خوشه‌ای - چند مرحله‌ای متناسب با حجم نمونه است. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه بوده‌است.

در روش نمونه‌گیری خوشه‌ای برعکس دیگر روش‌های نمونه‌گیری، واحد نمونه‌گیری فرد نیست، بلکه گروه یا خوشه‌ای از افراد است و خوشه‌ها تمام‌شماری می‌شوند، یعنی همه افراد درون یک خوشه به عنوان نمونه انتخاب می‌شوند. این روش زمانی استفاده می‌شود که انتخاب خوشه‌ها آسان‌تر از انتخاب افراد است، یعنی در مورد جمعیت آماری بزرگ که معمولاً اطلاعات دقیقی از آن در دست نیست، همچنین مواردی که جمعیت تحقیق دستخوش پراکندگی جغرافیایی زیادی باشد، استفاده می‌شود (نوروزی، ۱۳۹۲: ۳۹۲).

با توجه به روش نمونه‌گیری انتخاب شده، در شهرستان روانسر، در مرحله اول بین کلیه محله‌های آن شهرستان (محله کامیاران، محله گرمه‌خانی، محله خیابان بهار، محله هواشناسی، محله تازه آباد، محله فرهنگیان قدیم و جدید ۳ فاز، محله زمین شهری، محله بلوار معلم، شهرک ویس‌القرن و شهرک گل سفید) که ده محله می‌باشد، قرعه‌کشی گردید و یک محله یعنی محله هواشناسی از بین قرعه‌ها انتخاب شد، سپس در مرحله دوم، با توجه به کوچک بودن محله و کم بودن تعداد کوچه‌های آن، کلیه کوچه‌های محله هواشناسی (کوچه شقایق ۶، کوچه شهیده فیروزه رضایی، کوچه خیام ۴، کوچه شقایق ۸، کوچه شهیده مولود کرمی و کوچه ریوار ۲) که شش کوچه می‌باشد، تمام‌شماری شد. در مرحله بعد، بین کلیه روستاهای شهرستان روانسر (۱۳۹ روستا) قرعه‌کشی گردید و از بین قرعه‌ها یک روستا یعنی روستای ده‌لیلی انتخاب شد که با مراجعه به روستای مذکور تمام‌شماری انجام شد. با توجه به اینکه

نمونه گیری خوشه‌ای - چند مرحله‌ای متناسب با حجم نمونه به عنوان روش نمونه گیری انتخاب شده بود، از بین ۴۷۶۵۷ نفر جمعیت شهرستان روانسر، تعداد ۲۸۰۸۵ نفر در شهر (۵۹ درصد جمعیت) ساکن بودند، بنابراین ۵۹ درصد پرسشنامه‌ها یعنی تعداد ۱۱۸ پرسشنامه به شهرستان روانسر اختصاص پیدا کرد و ۴۱ درصد پرسشنامه‌ها یعنی تعداد ۸۲ پرسشنامه به روستای انتخاب شده (روستای ده لیلی) اختصاص یافت و در شهرستان جوانرود نیز به همین صورت انجام شد.

پایایی ابزار تحقیق با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ^{۲۱} مورد آزمون قرار گرفت که با انجام پیش آزمون^{۲۲} مقدار آلفای کرونباخ متغیرها که شامل مشارکت رسمی (۰/۷۹۰)، مشارکت غیررسمی (۰/۷۰۸)، وابستگی به دولت (۰/۷۲۲) و خیر محدود (۰/۷۰۵) می‌باشد، مشخص شد و نشان داد که سؤالات پرسشنامه از پایایی خوبی برخوردار است. اعتبار ابزار تحقیق با استفاده از اعتبار صوری^{۲۳} به دست آمد یعنی برای افزایش اعتبار از نظرات استاد راهنما، استاد مشاور و سایر کارشناسان پژوهشی استفاده شد و آن‌ها تأیید کردند که پرسشنامه (وسیله اندازه گیری) به طور واقعی آن چیزی را که محقق می‌خواهد اندازه گیری کند، اندازه می‌گیرد.

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار SPSS استفاده شده است. در بخش ویژگی‌های جامعه مشارکت کننده در پژوهش، پژوهشگر ویژگی‌های جامعه مشارکت کننده را توصیف می‌کند و در بخش آزمون فرضیه‌ها، جهت تعیین همبستگی متغیر مشارکت اجتماعی با متغیرهای وابستگی به قدرت دولتی و خیر محدود از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیری استفاده شده است.

۴. یافته‌های پژوهش

-
1. Cronbach's alpha.
 2. Pre-test.
 3. Content validity.

۴. ۱. ویژگی‌های جامعه مشارکت‌کننده در پژوهش

برای توضیح و توصیف ویژگی‌های جامعه مشارکت‌کننده در پژوهش از جداول 1 و 2 استفاده شده‌است که نتایج در قالب آن‌ها نمایش داده شده‌است.

جدول ۱. توزیع درصد فراوانی پاسخگویان به تفکیک تحصیلات، جنسیت، سن، وضعیت تأهل و طبقه اجتماعی				
نام متغیر	طبقات متغیر	فراوانی	درصد	درصد معتبر
تحصیلات	بی‌سواد	7	1/8	1/8
	ابتدایی	19	4/9	4/9
	سیکل	41	10/7	10/7
	دیپلم	102	26/6	26/6
	کاردانی	50	13/0	13/0
	کارشناسی	125	32/6	32/6
جنسیت	کارشناسی ارشد و بالاتر	40	10/4	10/4
	مرد	241	62/8	62/8
	زن	143	37/2	37/2
سن	30 سال و کمتر از 30 سال	178	46/4	46/4
	31 تا 40 سال	125	32/6	32/6
	41 تا 50 سال	58	15/1	15/1
	بالاتر از 50 سال	23	6/0	6/0
وضعیت تأهل	مجرد	158	41/4	41/4
	متأهل	221	57/6	57/6
	بدون همسر در اثر فوت	0	0	0
	بدون همسر در اثر طلاق	5	1/3	1/3
طبقه اجتماعی	پایین	153	39/8	39/8
	متوسط	111	28/9	28/9
	بالا	120	31/3	31/3

مطابق جدول (۱)، در بررسی حاضر در مجموع می‌توان گفت بیشتر پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی، مرد، در گروه سنی ۳۰ سال و کمتر از ۳۰، متأهل و از طبقه اجتماعی پایین بودند.

جدول ۲. توزیع درصد فراوانی و میانگین پاسخگویان به تفکیک متغیرهای مشارکت اجتماعی و ابعاد آن، وابستگی به دولت و

خیر محدود

نام متغیر	طبقات متغیر	فراوانی	درصد	درصد معتبر	میانگین
مشارکت اجتماعی رسمی	پایین	180	46/9	46/9	متوسط به پایین
	متوسط	145	37/8	37/8	
	بالا	59	15/4	15/4	
مشارکت اجتماعی غیررسمی	پایین	38	9/9	9/9	متوسط به بالا
	متوسط	159	41/4	41/4	
	بالا	187	48/7	48/7	
مشارکت اجتماعی (رسمی و غیررسمی)	پایین	100	26/0	26/0	متوسط
	متوسط	199	51/8	51/8	
	بالا	85	22/1	22/1	
وابستگی به دولت	پایین	185	48/2	48/2	متوسط به پایین
	متوسط	154	40/1	40/1	
	بالا	45	11/7	11/7	
تصور خیر محدود	پایین	238	62/0	62/0	متوسط به پایین
	متوسط	111	28/9	28/9	
	بالا	35	9/1	9/1	

مطابق جدول (۲)، در خصوص متغیر مشارکت اجتماعی رسمی، میانگین نظرات پاسخگویان در خصوص این متغیر متوسط به پایین است. میانگین متغیر مشارکت اجتماعی غیررسمی، متوسط به بالا است. در خصوص متغیر مشارکت اجتماعی که از ترکیب متغیرهای مشارکت رسمی و غیررسمی سنجیده شده است، میانگین، متوسط است. در خصوص متغیر وابستگی به دولت، میانگین متوسط به پایین است و در خصوص متغیر خیر محدود هم میانگین متوسط به پایین است.

۲.۴. آزمون فرضیه‌ها

برای آزمون فرضیه‌های تحقیق از آزمون‌های دو متغیره (ضریب همبستگی پیرسون) و برای بررسی آزمون‌های چند متغیره از تحلیل رگرسیون استفاده شده است که نتایج آن‌ها آورده شده است.

88... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

جدول ۳. نتایج آزمون همبستگی پیرسون بین متغیرهای مستقل و وابسته

متغیر وابسته	متغیرهای مستقل	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری	ضریب تعیین
	خیرمحدود	0/195	0/00	0/04
مشارکت اجتماعی	وابستگی به دولت	0/252	0/00	0/06

آزمون فرضیه ۱: اگر وابستگی به دولت در افراد افزایش یابد، میزان مشارکت اجتماعی آن‌ها کاهش خواهد یافت.

مطابق جدول (۳) و براساس آزمون همبستگی پیرسون، ملاحظه می‌گردد که بین متغیرهای وابستگی به دولت و مشارکت اجتماعی کل پاسخگویان همبستگی وجود دارد، میزان ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرهای وابستگی به دولت و مشارکت اجتماعی ۰/۲۵۲، حجم نمونه ۳۸۴ نفر، سطح معناداری ۰/۰۰ و سطح اطمینان ۹۹ درصد می‌باشد. جهت رابطه بین وابستگی به دولت و مشارکت اجتماعی مثبت است. شدت همبستگی به دست آمده در حد کم و ضعیف است و ضریب تعیین ۰/۰۶ است که نشان می‌دهد متغیر وابستگی به دولت، ۶ درصد از واریانس مشارکت اجتماعی را تبیین می‌کند، نتایج نشان می‌دهد با افزایش میزان وابستگی به دولت، مشارکت اجتماعی تا حد کمی افزایش پیدا خواهد کرد. بنابراین فرض (H0) را رد و فرض (H1) را می‌پذیریم.

آزمون فرضیه ۲: اگر تصور خیر محدود در افراد افزایش یابد، میزان مشارکت اجتماعی آن‌ها کاهش خواهد یافت.

مطابق جدول (۳) و براساس آزمون همبستگی پیرسون، ملاحظه می‌گردد که بین متغیرهای خیرمحدود و مشارکت اجتماعی کل پاسخگویان همبستگی وجود دارد، میزان ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرهای خیرمحدود و مشارکت اجتماعی ۰/۱۹۵، حجم نمونه ۳۸۴ نفر، سطح معناداری ۰/۰۰ و سطح اطمینان ۹۹ درصد می‌باشد. جهت رابطه بین

متغیر خیر محدود و مشارکت اجتماعی مثبت است. شدت همبستگی به دست آمده در حد کم و ناچیز است و ضریب تعیین $0/04$ است که نشان می‌دهد متغیر خیر محدود، 4 درصد از واریانس مشارکت اجتماعی را تبیین می‌کند، نتایج نشان می‌دهد با افزایش میزان خیر محدود، مشارکت اجتماعی تا حد ناچیزی افزایش پیدا خواهد کرد. بنابراین فرض (H_0) را رد و فرض (H_1) را می‌پذیریم.

تحلیل رگرسیون این امکان را برای محقق فراهم می‌کند تا تغییرات متغیر وابسته را از طریق متغیرهای مستقل پیش‌بینی و سهم هر یک از متغیرهای مستقل را در تعیین متغیر وابسته تبیین کند. شرط استفاده از رگرسیون، تایید شدن پیش فرض‌های آن است که به شرح زیر می‌باشد:

- بین متغیرهای مشارکت اجتماعی و وابستگی به دولت و خیر محدود رابطه خطی و مثبت وجود داشت.

- سطح سنجش متغیر ملاک (مشارکت اجتماعی) و متغیرهای پیش‌بین (وابستگی به دولت و خیر محدود) فاصله ای / نسبی است.

- بالا بودن حجم نمونه که حداقل 10 برابر تعداد متغیرهای پیش‌بین است.

- بین متغیرهای مستقل رابطه خطی چندگانه وجود نداشت و میزان ضریب همبستگی پیرسون بین دو متغیر مستقل $0/57$ بود که احتمال وجود رابطه هم‌خطی چندگانه بسیار کم است (زمانی که همبستگی بین دو متغیر $0/70$ یا بالاتر باشد نباید آن‌ها را در رگرسیون یا هر تحلیل چند متغیری دیگر با هم به کار برد).

برای اندازه‌گیری میزان تغییرات متغیر وابسته به وسیله متغیرهای مستقل از آزمون تحلیل رگرسیون چند متغیره و متد همزمان^{۲۴} استفاده شده است؛ مطابق جدول (۴) مقدار ضریب همبستگی چندگانه $0/260$ به دست آمده است که نشان دهنده همبستگی ضعیف بین مقادیر

90... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

واقعی و مقادیر مشاهده شده‌ی متغیر وابسته است. مقدار ضریب تعیین تعدیل شده 0/063 است و این بدین معنا است که متغیرهای مستقل مدل توانسته‌اند ۶/۳ درصد از واریانس متغیر وابسته را پیش‌بینی کنند و به عبارت دیگر ۶/۳ درصد از سهم واریانس متغیر مشارکت اجتماعی ناشی از متغیرهای مستقل (وابستگی به دولت و خیرمحدود) است.

جدول ۴. خلاصه مدل رگرسیون چند متغیره

شاخص‌های آماری	ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای استاندارد تخمین
مقادیر	0/260	0/067	0/063	7/73078

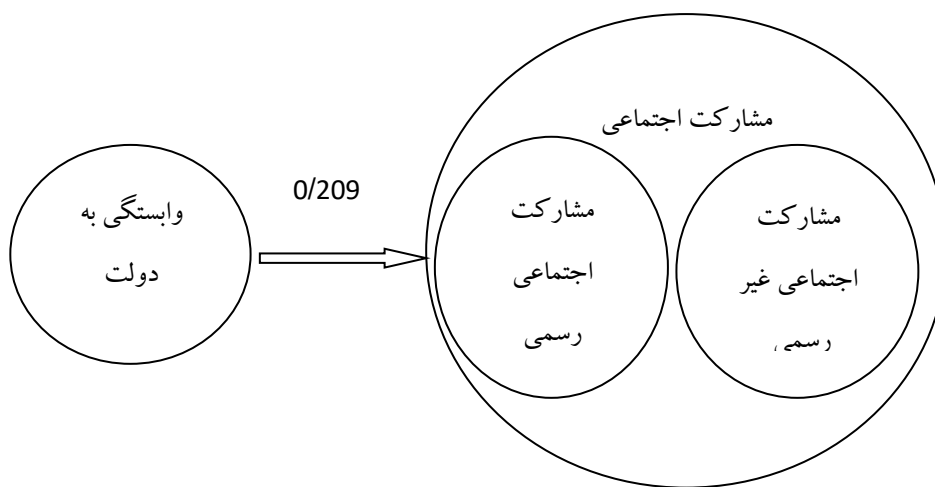
مطابق جدول (۵)، نتایج نشان داد که متغیر وابستگی به دولت با ضریب بتای استاندارد شده ۰/۲۰۹ با جهت تأثیر و پیش‌بینی‌کنندگی مثبت بر مشارکت اجتماعی اثر دارد؛ متغیر خیرمحدود تأثیر معناداری ندارد.

جدول ۵. میزان تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته (مشارکت اجتماعی)

متغیرها	ضرایب استاندارد نشده	ضرایب استاندارد شده	مقدار T	سطح معناداری
	B	Std. Error	Beta	
وابستگی به دولت	0/385	0/103	0/209	3/466
خیر محدود	0/210	0/167	0/076	1/261
	0/001			0/208

مطابق شکل (۲) که مدل رگرسیونی پژوهش می‌باشد، می‌توان متغیرهای باقیمانده در مدل را مشاهده کرد و با استفاده از وزن بتا می‌توان مقدار اثر هر متغیر را تعیین کرد. در این

تحقیق متغیر باقیمانده در مدل عبارت است از وابستگی به دولت و با توجه به این که متغیر خیر محدود تأثیر معناداری ندارد از مدل حذف شده است.



شکل (۲) مدل رگرسیونی پژوهش

۵. نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی جامعه‌شناختی مشارکت اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در شهرستان‌های کمتر توسعه یافته جوانرود و روانسر استان کرمانشاه انجام شده است. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد میزان مشارکت اجتماعی در سطح شهرستان‌های مورد مطالعه در سطح متوسط است. با توجه به اینکه متغیر مشارکت اجتماعی از ترکیب متغیرهای مشارکت رسمی و غیررسمی سنجیده شده است، با بررسی‌های انجام شده و به صورت دقیق می‌توان گفت میزان مشارکت غیررسمی در این جوامع در سطح متوسط به بالا می‌باشد اما میزان

مشارکت رسمی آن‌ها در سطح متوسط به پایین می‌باشد که نشان می‌دهد شهروندان چندان تمایلی به مشارکت در فعالیت‌های رسمی ندارند.

با توجه به اینکه دغدغه این پژوهش، پایین بودن میزان مشارکت مردم به‌ویژه مشارکت رسمی می‌باشد، دماسنج مشارکت اجتماعی در این مناطق با میزانی که نشان می‌دهد، می‌تواند هشدار برای مسؤولان باشد تا با داشتن راهکارهای مناسب از سقوط بیشتر مشارکت اجتماعی جلوگیری کنند. مشارکت‌های غیررسمی از قدیم در میان عشایر، روستاییان و حتی شهرنشین‌ها وجود داشته و مشارکت در مراسمات عزا و شادی و کمک به مردم آسیب دیده و پرداخت صدقه و غیره از طریق خانواده و اطرافیان در وجود افراد نهادینه شده است و سبب شده تا بعد غیررسمی مشارکت پررنگ‌تر از بعد رسمی باشد و بروز و ظهور بیشتری داشته باشد. بنابراین نتایج این تحقیق با بسترهای تاریخی و فرهنگی در جامعه ما سنخیت دارد، اما مشارکت در کارهای رسمی به آگاهی و آموزش نیاز دارد و آموزش و بالا بردن سطح اطلاعات، دانش و آگاهی افراد می‌تواند سبب بالارفتن مشارکت آن‌ها در بعد رسمی گردد. اهمیت و ارزش بالای مشارکت رسمی در سطح جامعه باید به صورت مستقیم و غیرمستقیم در وجود افراد نهادینه شود، به گونه‌ای که افراد از زمان کودکی روحیات مشارکت‌پذیری را داشته باشند و این ارزش‌ها از طریق خانواده و مدارس در وجود آن‌ها نهادینه و درونی شود تا بتوانند در فعالیت‌های رسمی مانند انجمن‌ها و تعاونی‌ها و غیره مشارکت داشته باشند.

نتایج حاکی از این است که بین وابستگی به دولت با مشارکت اجتماعی رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد و با افزایش میزان وابستگی به دولت، مشارکت اجتماعی افزایش پیدا می‌کند که با نتایج پژوهش کرم‌پور و یوسفوند (۱۳۹۱) همسو می‌باشد. راجرز است معتقد است با افزایش وابستگی به دولت، مشارکت اجتماعی کاهش پیدا می‌کند. نتایج نشان می‌دهد در صورتی که دولت بتواند اعتماد مردم را جلب کند، وابستگی و اعتماد آن‌ها به دولت بیشتر می‌شود، مردم از طرح‌های دولت برای فعالیت‌های کشاورزی، نوآوری‌های زاراعی و همچنین بهبود و اصلاح کارها مانند کشیدن جاده مناسب و ... استقبال می‌کنند و دولت می‌تواند

تواند مشارکت مردم را در پیشبرد طرح‌های ملی و منطقه‌ای در کنار خود داشته باشد. اگر مانند جامعه ژاپن، افراد اندیشمند و خوش فکر پشتیبان دولت باشند، مردم می‌توانند از راهنمایی‌های دولت برای پیشرفت در سطح منطقه استفاده کنند و روی کمک‌های دولتی حساب کنند. برعکس نظر راجرز که معتقد است در جامعه دهقانی و کمتر توسعه‌یافته، وابستگی به دولت زیاد است، پایین بودن وابستگی به دولت در سطح جامعه مورد مطالعه نشان می‌دهد مردم، بیشتر مشکلات خود را با مشارکت اجتماعی و کمتر با وابستگی به دولت حل می‌کنند، بافت تاریخی و موقعیت‌های تبارشناسی منطقه نیز نشان می‌دهد که مردمان کرد در طول سالیان دور و دراز و حتا در وقایعی ناگوار مانند جنگ تحمیلی که در طی چند دهه اخیر اتفاق افتاده است، حل مشکلات و دفاع از سرحدات و مرزها را وظیفه خود دانسته و زن و مرد و کوچک و بزرگ برای حل و فصل مشکلات‌شان حاضر شده‌اند. می‌توان این گونه نتیجه‌گیری کرد که با توجه به مرزی بودن و کم بودن کمک‌های دولتی در این مناطق، مردم نیز به این باور رسیده‌اند که بایستی به خود اتکا کنند و با یاری و مشارکت همدیگر مشکلات را حل و فصل کنند. در خصوص استبدادپذیری پایین مردم این منطقه، نتایج نشان می‌دهد مردم به فعالیت‌های یک طرفه، سلسله‌مراتبی و از بالا به پایین اعتقاد چندانی ندارند و خواهان این موضوع هستند که در فعالیت‌های اجرایی و مشارکتی، نقش داشته باشند. همچنین مشارکت‌های غیررسمی مردم این مناطق، به صورت مستقل و گاهاً بدون حمایت‌های دولتی که در این مناطق نسبت به سایر مناطق استان کرمانشاه نمود بیشتری دارد، همه می‌تواند حاکی از وابستگی پایین آن‌ها به دولت باشد.

نتایج نشان می‌دهد بین خیر محدود با مشارکت اجتماعی رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد و با افزایش میزان خیر محدود، مشارکت اجتماعی افزایش پیدا می‌کند. فاستر معتقد است با افزایش خیر محدود، مشارکت اجتماعی کاهش پیدا می‌کند، اما بر خلاف نظر وی با بالارفتن تصور خیر محدود، مردم منطقه به همکاری و مشارکت می‌پردازند تا بر مشکلات

غلبه کنند و به رفاه برسند. با توجه به سبک زندگی مردم این منطقه که همچنان فرهنگ ایلی، عشایری و طایفه‌ای توأم با آموزه‌های دینی قوت دارد، مردم ترجیح می‌دهند به همکاری و مشارکت پردازند تا بر مشکلات فایق بیایند و سؤال این است که همکاری و تعاون چه تأثیری بر خیر محدود دارد؟ همکاری و تعاون باعث بهبود وضعیت، آسایش و رفاه و در نهایت پایین آمدن تصور خیر محدود می‌شود. نقطه مقابل خیر محدود، فراوانی در ثروت، زمین، عشق، سلامتی و امنیت است که با مشارکت اجتماعی و تعاون، میزان آن‌ها در سطح جامعه زیاد می‌شود. برعکس نظریه فاستر که معتقد است در جوامع دهقانی، کشاورزی و کمتر توسعه یافته اعتقاد به خیر محدود زیاد است، در جامعه مورد مطالعه اعتقاد به خیر محدود در سطح پایین است که در این زمینه با نتایج پژوهش احمدش، دانش مهر و شاکری (۱۳۹۰) همسو می‌باشد. به نظر می‌رسد، افزایش امکانات و رفاه در سطح جامعه مورد مطالعه باعث شده که تصور خیر محدود کم‌رنگ شود، شهرستان جوانرود با موقعیت‌های تجاری که دارد باعث افزایش رفاه در بین ساکنان و پایین آمدن تصور خیر محدود شده‌است. در شهرستان روانسر نیز اکثر ساکنان در کنار شغل کشاورزی در مشاغل دیگری فعالیت دارند که موجب تأمین نیازمندی‌های آن‌ها و افزایش رفاه نسبی شده‌است.

اگر بخواهیم به دستاورد این تحقیق اشاره کنیم و اینکه قرار است با این تحقیق، چه چیزی به بحث مشارکت اجتماعی اضافه شود و حرف نو تحقیق در این بافت متفاوت (کمتر توسعه یافته) چیست؟ باید به صراحت اعلام کرد در مناطق کمتر توسعه یافته (شهرستان‌های مورد مطالعه) که فرهنگ، باورها و ارزش‌های اجتماعی دچار تغییرات چندانی نشده‌اند و جامعه در شکل سنتی خود باقی مانده است، برخلاف تئوری‌های صاحب نظران مکتب نوسازی قدیم، سنت و عناصر خرده فرهنگ دهقانی، نقطه قوت می‌باشد و باعث تقویت مشارکت اجتماعی می‌شود و توسعه را در این مناطق رقم می‌زند، دولت و صاحب نظران توسعه، باید بر این عناصر تکیه کنند تا مردم با مشارکت اجتماعی‌شان، به اهداف و برنامه‌های معین و از پیش تعیین شده برسند.

نتیجه و خروجی این تحقیق نشان می‌دهد که در شهرستان‌های جوانرود و روانسر، مشارکت اجتماعی در سطح متوسط قرار دارد، که با نتایج پژوهش نیازی و همکاران (۱۴۰۱) و فاضلی و همکاران (۱۴۰۲) همسو می‌باشد. میزان مشارکت غیررسمی (مانند کمک‌های محلی و حضور در مراسمات) قوی‌تر از مشارکت رسمی (مانند عضویت در انجمن‌ها) است که این امر ریشه در فرهنگ تاریخی و عشایری منطقه دارد. برخلاف نظریه راجرز، مردم این منطقه به دلیل مرزی بودن و کمبود حمایت‌های دولتی بیشتر به خود متکی هستند و به مشارکت اجتماعی می‌پردازند تا به دولت وابستگی داشته باشند. آن‌ها همچنین استبدادپذیری پایینی دارند و تمایلی به فعالیت‌های سلسله‌مراتبی و از بالا به پایین ندارند، بلکه خواهان نقش‌آفرینی در فرآیندهای اجرایی هستند. برخلاف نظریه فاستر، باور به خیر محدود (کمبود منابع) در این منطقه باعث کاهش مشارکت اجتماعی نشده، بلکه مردم با افزایش همکاری و همیاری بر مشکلات غلبه می‌کنند.

بر اساس نتایج تحقیق، پیشنهاد‌های کاربردی برای تقویت مشارکت اجتماعی در مناطق کمتر توسعه‌یافته جوانرود و روانسر عبارت‌اند از: ۱. آموزش و فرهنگ‌سازی برای تقویت مشارکت رسمی: با توجه به پایین بودن سطح مشارکت رسمی در این مناطق، پیشنهاد می‌شود برنامه‌های آموزشی و فرهنگ‌سازی هدفمندی در مدارس، دانشگاه‌ها و رسانه‌های محلی اجرا شود. این برنامه‌ها می‌توانند شامل آشنایی با فواید مشارکت رسمی، آموزش مهارت‌های اجتماعی و ترویج روحیه همکاری در انجمن‌ها، تعاونی‌ها و نهادهای مدنی باشند. نهادینه کردن فرهنگ مشارکت رسمی از سنین کودکی، می‌تواند در درازمدت به تقویت این نوع مشارکت منجر شود. ۲. ایجاد ساختارهای مشارکتی محلی با حمایت دولتی: با توجه به تمایل بالای مردم منطقه به مشارکت غیررسمی و وابستگی پایین به دولت، ایجاد نهادهای محلی خودگردان با پشتیبانی دولتی می‌تواند مشارکت اجتماعی را تقویت کند. دولت می‌تواند از طریق ارائه تسهیلات مالی و قانونی، از این نهادهای مردمی حمایت کرده و آن‌ها را در

پروژه‌های محلی، مانند بهبود زیرساخت‌های روستایی یا توسعه کشاورزی، مشارکت دهد. این رویکرد باعث افزایش اعتماد به دولت و مشارکت فعال مردم در توسعه منطقه می‌شود.^۳ تقویت مدل‌های اقتصادی مبتنی بر همکاری جمعی: با توجه به فرهنگ ایلی و طایفه‌ای مردم منطقه و باور پایین به خیر محدود، می‌توان از ظرفیت‌های همیاری محلی برای ایجاد تعاونی‌های تولیدی، خدماتی و کشاورزی بهره‌برد. تشکیل گروه‌های خودیاری و تعاونی‌های محلی نه تنها باعث افزایش رفاه اقتصادی و کاهش وابستگی به دولت می‌شود، بلکه همکاری و مشارکت اجتماعی را نیز تقویت می‌کند. ارائه تسهیلات بانکی کم‌بهره و حمایت از بازاریابی محصولات این تعاونی‌ها می‌تواند انگیزه مشارکت را افزایش دهد.

منابع

- احسانی، سیده ریحانه؛ سلطانی فرد، هادی؛ قدرتی، حسین و کراچی، هادی. (۱۴۰۳). "ارزیابی نقش مشارکت های مردمی در توسعه و نگهداری فضاهای سبز شهری (مورد مطالعه شهر قوچان)". محیط شناسی، ۵۰(۲)، ۱۴۷-۱۶۶.
- احمدرش، رشید؛ دانش مهر، حسین و شاکری، شاهد. (۱۳۹۰). "بررسی رابطه بین عناصر خرده دهقانی و پایگاه اقتصادی- اجتماعی روستاییان (بررسی موردی بخش لاجان شرقی، شهرستان پیرانشهر)". فصلنامه توسعه روستایی، ۳(۲)، ۱۴۳-۱۶۴.
- ازکیا، مصطفی. (۱۳۷۰). مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی توسعه روستایی. تهران: انتشارات اطلاعات.
- افشانی، سیدعلیرضا و جنتی‌فر، اکرم. (۱۳۹۵). "مقایسه میزان مشارکت اجتماعی و عوامل مرتبط با آن در بین دانش‌آموزان دبیرستان‌های دولتی و غیرانتفاعی شهر یزد". جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۷(۳)، ۷۳-۹۶.
- افضلیان سلامی، موسی؛ زمانی مقدم، مسعود و صالحی، اسماعیل. (۱۳۹۷). "بررسی مشارکت اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در شهرستان خواف"، فصلنامه علمی ترویجی مطالعات فرهنگی - اجتماعی خراسان، شماره ۲.
- پیراهری، نیر. (۱۳۹۵). "بررسی مشارکت‌های اجتماعی رسمی و غیر رسمی زنان در شهر تهران". ویژه‌نامه زن و جامعه، ۱۳۷-۱۵۶.
- خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران (ایرنا). (۱۴۰۳). جزئیات دور دوم انتخابات ریاست جمهوری در استان کرمانشاه اعلام شد. قابل دسترس در: <https://www.irna.ir/news/85532091>، تاریخ مراجعه: ۱۴۰۳/۱۱/۱۲.
- خبرگزاری مهر. (۱۴۰۳). میزان مشارکت در دور دوم انتخابات و آرای کاندیدها به تفکیک استان. قابل دسترس در: <https://www.mehrnews.com/news/6151658>، تاریخ مراجعه: ۱۴۰۳/۱۱/۱۲.

- رحمانی لشگری، مریم؛ استعلاجی، علیرضا؛ رجبی، آزیتا و ولی شریعت پناهی، مجید. (۱۴۰۳). "تحلیلی بر نقش مشارکت در توسعه پایدار اجتماعی محلات، مطالعه موردی: محلات منطقه ۸ شهر تهران". نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۲۴ (۷۲): ۹۹-۱۱۴.
- رضایی، امید؛ احمدی، وکیل و مرادی، علی. (۱۳۹۹). "نقش فقر اقتصادی در مشارکت اجتماعی، سیاسی و آسیب‌های اجتماعی (مورد مطالعه: محلات محروم شهر جوانرود)". پژوهشنامه مددکاری اجتماعی، ۷(۲۴)، ۳۷-۶۶.
- سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان کرمانشاه. (۱۳۹۹). گزارش اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی استان کرمانشاه سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸. تهران: سازمان برنامه و بودجه کشور.
- سرداریان قاسم‌آبادی، سهیل. (۱۳۸۳). بررسی رابطه بین برخی از عناصر خرده فرهنگ دهقانی و فعالیت‌های اقتصادی تولید جانی و یا صنعتی در میان پسته‌کاران روستای قاسم‌آباد رفسنجان. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- غفاری، غلامرضا. (۱۳۹۲). مدیریت شهری و مشارکت‌های اجتماعی، به اهتمام سید محمد هادی، تهران: معاونت امور اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران (تیس).
- فاضلی، شهرام؛ ادهمی، عبدالرضا و نوروزی، فیض‌الله. (۱۴۰۲). "بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر مشارکت اجتماعی (مورد مطالعه: شهرستان‌های جوانرود و روانسر)". جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر، ۵(۳)، ۲۰۳-۲۱۹.
- کرم پور، مصطفی و یوسفوند، سامان. (۱۳۹۱). "بررسی نظریه خرده فرهنگ دهقانی راجرز (بررسی موردی: روستاهای منطقه کهمان شهرستان سلسله)". فصلنامه توسعه روستایی، ۴(۲)، ۱۳۹-۱۶۴.
- موسوی، میر طاهر. (۱۳۸۴). "تحلیل مشارکت اجتماعی در تهران (رویکرد خرده فرهنگ دهقانی راجرز)". فصلنامه علمی-پژوهشی رفاه اجتماعی، ۵(۱۹)، ۳۰۱-۳۲۷.
- نوروزی، فیض‌الله. (۱۳۹۲). روش تحقیق در علوم اجتماعی. تهران: انتشارات سخنوران.
- نوروزی، فیض‌الله و بختیاری، مهناز. (۱۳۸۸). "مشارکت اجتماعی و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن". فصلنامه علمی راهبرد، ۱۷(۴)، ۲۴۹-۲۶۹.
- نیازی، محسن؛ خدمتی، زین العابدین و خوش بیانی آرانی، فاطمه. (۱۴۰۱). "بررسی میزان اعتماد اجتماعی و پایداری نسبت به تمایل مشارکت اجتماعی شهروندان شهر کاشان". مطالعات جامعه‌شناختی شهری، ۱۲(۴۳)، ۳۱-۱.

نیکخواه، هدایت‌الله و احمدی، زهرا سادات. (۱۳۹۶). "بررسی عوامل فرهنگی-اجتماعی موثر بر مشارکت اجتماعی شهروندان شهر بندرعباس". فصلنامه مطالعات توسعه‌ی اجتماعی-فرهنگی، ۶(۱)، ۱۵۹-۱۸۴.
وزارت کشور. (۱۴۰۳). مرحله دوم انتخابات ریاست جمهوری در استان کرمانشاه آغاز شد. قابل دسترس در: <http://www.moi.ir/news/235077>. تاریخ مراجعه: ۱۴۰۳/۱۱/۱۲.

- Alvarado Vazquez, S., Madureira, A. M., Ostermann, F. O., & Pfeffer, K. (2024). Social participation in planning, design, and management of public spaces: the case of Mexico. *Planning Practice & Research*, 1–32. <https://doi.org/10.1080/02697459.2024.2315391>
- Baeriswyl, M., & Oris, M. (2023). Social participation and life satisfaction among older adults: Diversity of practices and social inequality in Switzerland. *Ageing & Society*, 43(6), P.p: 1259-1283.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood.
- Brady, A. (2010). *Technology and rural transformation in the digital age*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Brady, A. (2015). Cooperative Economies and Globalization: A Consideration of the Consequences of Neoliberalism. *Journal of Rural Studies*, 39, 20–30.
- Chambers, R. (1983). *Rural development approaches*. London: Longman.
- Haoran Xu and Xiaomei Liu. (2025). Social Participation in Community Corrections: A Qualitative Analysis of Justice Practices in China. *Criminal Justice and Behavior*, 52(2), 197-213. <https://doi.org/10.1177/00938548241286863>
- Harris, J. (1982). *Capitalism and peasant farming: Agrarian structure and ideology in northern Tamil Nadu*. New York: Routledge.
- Levasseur, M., Lefebvre, H., Levert, M. J., Lacasse-Bédard, J., Lacerte, J., Carbonneau, H., & Therriault, P. Y. (2024). Feasibility of Increasing Social Participation for Older Adults with Disabilities. *Activities, Adaptation & Aging*, 48(2), 305–335. <https://doi.org/10.1080/01924788.2023.2204578>.
- Lipton, M. (1977). *Urban bias in economic development*. London: Harvard University Press.
- Lipton, M. (2005). Urban Bias in Development. In D. Simon (Ed.), *Fifty Key Thinkers on Development*. London: Routledge.
- Ostrom, E. (1999). *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Scott, J. C. (1985). *Weapons of the weak: Everyday forms of peasant resistance*. New Haven: Yale University Press.
- Scott, J. C. (1990). *Domination and the Arts of Resistance: Hidden Transcripts*. New Haven: Yale University Press.
- Shanin, T. (1971). *Peasants and peasant societies: Selected readings*. Harmondsworth: Penguin.

Smith, J. (2005). Globalization and agriculture: Impacts on rural communities. New York: Routledge.

DOI: [10.71854/soc.2025-1215355](https://doi.org/10.71854/soc.2025-1215355)

Identification and Analysis of Socio-Cultural Strategies Affecting Generation Z's Purchasing Behavior in the Social Media Environment

Toktam Pishfang [0009-0001-1570-8533](#) 

PhD Candidate in Business Administration, Torbat Heydariyeh Branch, Islamic Azad University, Torbat Heydariyeh, Iran

Hadi Bastam¹ [0000-0002-2373-7668](#) 

Assistant Professor, Department of Business Administration, Tabaran Institute of Higher Education, Mashhad, Iran

Ali Hosseinzadeh [0000-0003-0006-7451](#) 

Assistant Professor, Department of Management, Torbat Heydariyeh Branch, Islamic Azad University, Torbat Heydariyeh, Iran

Abstract

Cultural, social, and technological transformations have significantly influenced the purchasing behavior of Generation Z. This study was conducted to identify the cultural and social dimensions and components affecting the buying behavior of this generation. The research population includes cultural experts and university professors in marketing. Using a qualitative content analysis approach, data gathered through semi-structured interviews were analyzed and structured through Interpretive Structural Modeling (ISM). In total, 45 subcategories were identified and grouped into 13 main categories, which were then organized into four broader themes. These include cultural and social characteristics of Generation Z in purchasing, such as the influence of reference groups, preference for short messages, brand responsibility, and the desire for uniqueness. Another category involves cultural and social strategies in sales, including personalized discounts, influencers, and event-based incentives. Cultural shifts in the shopping experience were also explored, such as using augmented reality and artificial intelligence to personalize product recommendations.

Keywords: Buying Behavior, Generation Z, Cultural Shifts, Social Media, Emerging Technologies.

¹Corresponding Author: h.bastam@tabaran.ac.ir

شناسایی و تحلیل راهبردهای فرهنگی - اجتماعی اثرگذار بر رفتار خرید نسل Z در بستر

رسانه‌های اجتماعی

تکتم پیش فنگ

دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، واحد تربت حیدریه، دانشگاه آزاد اسلامی، تربت حیدریه، ایران

هادی بستام^۲

استادیار گروه مدیریت بازرگانی، موسسه آموزش عالی تابران، مشهد، ایران.

علی حسین زاده

استادیار گروه مدیریت، واحد تربت حیدریه، دانشگاه آزاد اسلامی، تربت حیدریه، ایران

تاریخ ارسال: ۱۴۰۴/۳/۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۴/۱۱

چکیده

تحولات فرهنگی، اجتماعی و فناوری‌های نوین تأثیر بسزایی بر رفتار خرید نسل Z داشته‌اند. این پژوهش با هدف شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های فرهنگی و اجتماعی مؤثر بر رفتار خرید این نسل انجام شده است. جامعه آماری تحقیق شامل خبرگان حوزه فرهنگ و اساتید دانشگاه در رشته بازاریابی است. با استفاده از رویکرد تحلیل محتوای کیفی، داده‌های گردآوری شده از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و بر اساس مدل ساختاری تفسیری، سطح بندی شدند. در مجموع، 45 مقوله فرعی شناسایی شد که در 13 مقوله اصلی و 4 دسته شامل ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی نسل Z در خرید (مانند تأثیر گروه‌های مرجع، ترجیح پیام‌های کوتاه، مسئولیت‌پذیری برند و نیاز به تمایز)، راهبردهای فرهنگی و اجتماعی در فروش (مانند تخفیف‌های شخصی‌سازی شده، استفاده از اینفلوئنسرها و مشوق‌های مناسبتی)، تحولات فرهنگی در تجربه خرید (از جمله کاربرد واقعیت افزوده و هوش مصنوعی برای شخصی‌سازی پیشنهادات) و نقش فناوری‌های نوین (نظیر کاهش اثر رسانه‌های سنتی، افزایش اعتماد به هوش مصنوعی و ادغام سیستم‌های خرید با پیام‌رسان‌ها)، در یک مدل پنج سطحی ساختاری تفسیری سازماندهی شدند. نتایج نشان می‌دهد که نسل Z، تحت تأثیر تعاملات شبکه‌های اجتماعی، نظرات کاربران و گروه‌های مرجع قرار دارد. ارتباطات سریع، ویدئوهای کوتاه و ارزش‌های اجتماعی همچون مسئولیت‌پذیری برند، در تصمیم‌گیری‌های خرید این نسل نقش مهمی ایفا می‌کنند. همچنین، اعتماد فزاینده به فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی و واقعیت افزوده، تجربه خرید این نسل را دگرگون کرده است. یافته‌های این پژوهش می‌تواند به برندها و کسب‌وکارها در تدوین راهبردهای بازاریابی متناسب با ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی نسل Z کمک کند.

کلمات کلیدی: رفتار خرید، نسل Z، تحولات فرهنگی، شبکه‌های اجتماعی، فناوری‌های نوین.

² نویسنده مسئول h.bastam@tabaran.ac.ir

مقدمه و بیان مساله

در عصر حاضر که فناوری‌های نوین، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی به بخش جدایی‌ناپذیری از زندگی روزمره انسان‌ها تبدیل شده‌اند، نسل Z به عنوان گروهی متمایز از مصرف‌کنندگان با ویژگی‌ها و رفتارهای خاص خود شناخته می‌شود. نسل Z به‌طور معمول به افرادی اطلاق می‌شود که بین سال‌های ۱۹۹۷ تا ۲۰۱۲ میلادی متولد شده‌اند. این نسل در فضای دیجیتال رشد کرده و از دوران نوجوانی با اینترنت، تلفن هوشمند، شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های نوظهور آشنا بوده‌است. از این رو، رفتار خرید آن‌ها نسبت به نسل‌های پیشین، الگوهای خاص و متفاوتی را نشان می‌دهد. اعضای این نسل، ضمن برخورداری از سواد دیجیتال بالا، به ارزش‌های فرهنگی، سبک زندگی شخصی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی برندها و تجربه‌های چندرسانه‌ای توجه ویژه دارند (ناصری، ۱۴۰۱: ۳).

مطالعات متعددی نشان داده‌اند که رسانه‌های اجتماعی، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین بسترهای ارتباطی نسل Z، نقشی کلیدی در شکل‌گیری نگرش‌ها، باورها و رفتارهای مصرفی این نسل دارند. کاربران این نسل نسبت به محتوای برندها در شبکه‌های اجتماعی واکنش‌پذیرترند، و معیارهایی چون صداقت برند، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، تعامل شخصی‌سازی‌شده و سبک ارتباط تصویری برای آنان از اهمیت بالایی برخوردار است (Kuncoro & Kusumawati, 2021: 267). بر این اساس، نظریه‌هایی همچون نظریه مصرف‌گرایی فرهنگی، نظریه یادگیری اجتماعی و نظریه نفوذ اجتماعی می‌تواند چارچوب مناسبی برای تحلیل رفتار خرید این نسل در بستر رسانه‌های اجتماعی فراهم آورد. به ویژه، در دنیای امروز که پیام‌های فرهنگی، تبلیغات جهانی و ترندهای دیجیتال با سرعت زیادی میان کاربران منتشر می‌شود، برندها برای تأثیرگذاری مؤثر بر نسل Z ناگزیر از شناخت دقیق ارزش‌ها و ترجیحات اجتماعی و فرهنگی آن‌ها هستند (حفیظی اردکانی، ۱۳۹۹: ۴۲).

در این راستا، تحلیل راهبردهای فرهنگی اجتماعی که هدف آن اثرگذاری بر رفتار خرید نسل Z است، می‌تواند به شناسایی عواملی بپردازد که در تصمیمات خرید این نسل نقش دارند. یکی از این عوامل، تبلیغات و راهبردهای بازاریابی است که به‌طور خاص به نیازها و خواسته‌های این نسل توجه دارد.

تبلیغاتی که بر اساس نیازهای فرهنگی و اجتماعی نسل Z طراحی شده باشند، می‌توانند به‌طور مؤثری بر رفتار خرید این نسل تأثیر بگذارند (Putri et al, 2022: 170). به عنوان مثال، تبلیغاتی که ارزش‌های اجتماعی، هویت فرهنگی و احترام به سنت‌ها را در کنار نوآوری‌های مدرن به تصویر می‌کشند، می‌توانند به راحتی توجه این نسل را جلب کنند. نظریه‌های دیگری نیز وجود دارند که می‌توانند در این تحلیل مفید واقع شوند. یکی از این نظریه‌ها، نظریه هویت اجتماعی است که به نقش هویت فردی و جمعی در شکل‌دهی رفتار مصرف‌کننده می‌پردازد (Azimovna et al, 2022: 3). بر اساس این نظریه، نسل Z به دنبال حفظ هویت فرهنگی خود در دنیای جهانی شده‌است. این نسل به دنبال محصولات و برندهایی است که بتوانند هویت فرهنگی و اجتماعی آن‌ها را تقویت کنند. به این ترتیب، راهبردهای فرهنگی اجتماعی که به تقویت این هویت پرداخته و در عین حال با تحولات جهانی سازگار باشند، می‌توانند در ایجاد رفتار خرید مطلوب در این نسل مؤثر باشند. در کنار هویت اجتماعی، تغییرات اقتصادی نیز در رفتار خرید نسل Z تأثیر زیادی دارد. این نسل به دلیل داشتن تحصیلات عالی و آگاهی از شرایط اقتصادی، به دنبال خرید کالاهایی است که ارزش اقتصادی مناسبی داشته باشند (Putri et al, 2022: 171). به همین دلیل، برندها و شرکت‌ها باید در طراحی راهبردهای بازاریابی خود به این نکته توجه کنند که نسل Z به محصولات و برندهایی تمایل دارد که علاوه بر کیفیت بالا، قیمت مناسب نیز داشته باشند. در این زمینه، نظریه قیمت‌گذاری روان‌شناختی می‌تواند به تحلیل رفتار خرید نسل Z کمک کند. بر اساس این نظریه، مصرف‌کنندگان معمولاً به قیمت‌های کمتر از حد انتظار خود واکنش نشان می‌دهند و احساس رضایت بیشتری از خرید پیدا می‌کنند (طالبی اقدم، 1401: 3).

یکی دیگر از عواملی که می‌تواند بر رفتار خرید نسل Z تأثیر بگذارد، رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های ارتباطی آنلاین هستند. این نسل بیشتر از سایر نسل‌ها از رسانه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام، تلگرام و یوتیوب برای جستجوی اطلاعات و خرید محصولات استفاده می‌کند. بنابراین، شرکت‌ها و برندها باید در طراحی راهبردهای تبلیغاتی خود به این رسانه‌ها توجه ویژه‌ای داشته باشند و تبلیغات خود را به شکلی طراحی کنند که بتواند توجه این نسل را در فضای آنلاین جلب کند. از سوی دیگر، بررسی و تحلیل

تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر رفتار خرید نسل Z می‌تواند به بهبود راهبردهای بازاریابی کمک کند (Štreimikienė et al, 2021: 190).

در نهایت، تحلیل راهبردهای فرهنگی و اجتماعی با هدف اثرگذاری بر رفتار خرید نسل جوان، مستلزم شناخت دقیق ویژگی‌های این نسل و توجه به تحولات فرهنگی و اجتماعی جاری در کشور است. این نسل، خواهان ارتباط با برندهایی است که به نیازهای فردی، اجتماعی و دیجیتالی آنان پاسخ دهد. از این رو، پژوهش حاضر با بهره‌گیری از نظریه‌های مرتبط از جمله نظریه مصرف‌گرایی، هویت اجتماعی و قیمت‌گذاری روان‌شناختی، به دنبال شناسایی و تحلیل ابعاد فرهنگی و اجتماعی اثرگذار بر رفتار خرید این نسل است. پرسش اصلی پژوهش آن است که:

راهبردهای فرهنگی و اجتماعی مؤثر بر رفتار خرید نسل Z در بستر رسانه‌های اجتماعی کدامند و چگونه می‌توان آن‌ها را سطح‌بندی و تحلیل کرد؟

به‌طور ویژه اهداف این پژوهش را می‌توان چنین عنوان کرد:

هدف ۱: شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های فرهنگی و اجتماعی مؤثر بر رفتار خرید نسل Z.

هدف ۲: توسعه مدل ساختاری تفسیری (ISM) بر اساس عوامل فرهنگی اجتماعی شناسایی شده.

هدف ۳: ارائه راهبردهای فرهنگی و اجتماعی برای اثرگذاری بر رفتار خرید نسل Z.

۲. پیشینه پژوهش

شیرخدایی و همکاران (۱۴۰۱) با هدف بررسی عوامل مؤثر بر انتخاب اینفلوئنسر در بازاریابی اینستاگرامی صنایع غذایی، پژوهشی با رویکرد فوکام انجام دادند. نتایج نشان داد که ویژگی‌های صفحه و ویژگی‌های فردی اینفلوئنسر از جمله مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار هستند که در این میان، نرخ درگیر شدن مخاطبان و میزان شهرت اینفلوئنسر بیشترین اهمیت را دارند. طالبی اقدام (۱۴۰۱) ارتباط بین فعالیت‌های پیشبرد فروش و رفتار پس از خرید مشتریان فروشگاه‌های کالاهای ورزشی را مورد بررسی قرار داد. یافته‌ها نشان داد که فعالیت‌های پیشبرد فروش رابطه مثبت و قوی با رضایتمندی و بازاریابی رابطه‌مند دارند. ناصری (۱۴۰۱) در پژوهشی مبتنی بر پدیدارشناسی توصیفی به بررسی دلایل افت خرید آنلاین نسل Z پرداخت.

بر اساس تحلیل مصاحبه‌های انجام‌شده، یازده عامل از جمله ادراک نامناسب از سیستم خرید آنلاین، ضعف زیرساخت‌ها و عدم فرهنگ‌سازی به‌عنوان موانع اصلی شناسایی شدند. لندران و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی به شناسایی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر پیشبرد فروش در شرکت‌های دانش‌بنیان پرداختند. نتایج نشان داد که در روش‌های پیشبرد فروش غیرمالی، ضمانت محصول و تست آن، و در روش‌های پیشبرد مالی، تخفیفات تجاری بیشترین اهمیت را دارند. مهری و شیخ (۱۳۹۹) تعاملات فرااجتماعی بین اینفلوئنسرها و دنبال‌کنندگان را در اینستاگرام و تأثیر آن بر قصد خرید نسل Z بررسی کردند. نتایج نشان داد که همدلی، جذابیت فیزیکی و آشکارسازی اطلاعات شخصی و حرفه‌ای، تعاملات فرااجتماعی را افزایش داده و در نهایت این تعاملات تأثیر مثبتی بر قصد خرید دنبال‌کنندگان دارند. حفیظی اردکانی (۱۳۹۹) تأثیر ارتباطات بازاریابی رسانه‌های اجتماعی بر نگرش مصرف‌کنندگان جوان ایرانی را مورد بررسی قرار داد. نتایج نشان داد که میزان دسترسی و استفاده از شبکه‌های اجتماعی تأثیر مثبتی بر نگرش عاطفی، رفتاری و شناختی مصرف‌کنندگان دارد. روسین و همکاران (۲۰۲۳) تحقیقی با عنوان "استراتژی‌های پیشبرد فروش محصول در سوپرمارکت‌ها و اثرات آن بر فروش" انجام دادند. سلامت محصولات با استفاده از سیستم رتبه‌بندی ستاره سلامت تعیین شد و تأثیر تبلیغات بر فروش با استفاده از مدل‌های خطی ترکیبی برآورد شد. نتایج نشان داد فروش هفتگی محصولات تبلیغ شده در مقابل محصولات غیر تبلیغی، در هر سه استراتژی تبلیغاتی به کار گرفته شده تفاوت قابل توجهی (۲ تا ۲.۵ برابر فروش بیشتر) داشته است و از نظر آماری معنی‌دار بوده است.

پرامستی و کارتاویناتا (۲۰۲۲) تحقیقی با عنوان "تأثیر پیشبردهای فروش بر علاقه مشتریان نسل Z به استفاده از پرداخت‌های دیجیتال" انجام دادند. این تحقیق با هدف آگاهی از تأثیر اعطای تخفیف، کوپن بر علاقه مشتریان نسل Z به استفاده از پرداخت دیجیتال در منطقه باندونگ انجام شد. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد متغیرهای تخفیف، کوپن، کیف پول اثر مثبت و معناداری بر متغیر علاقه به استفاده از پرداخت‌های دیجیتال دارند.

۳. مروری بر ادبیات تحقیق

نسل Z

نسل Z تحت تأثیر تحولات جهانی و پیشرفت فناوری، رفتار خرید و مصرف متفاوتی نسبت به نسل‌های پیشین دارد. این نسل که بیشتر شامل جوانان و نوجوانان متولد دهه‌های ۱۳۷۰ و ۱۳۸۰ است، علاقه زیادی به نوآوری، تجربه‌های جدید و استفاده از فناوری‌های دیجیتال دارد. شبکه‌های اجتماعی، اینفلوئنسرها و تبلیغات آنلاین نقش اساسی در تصمیم‌گیری‌های خرید آن‌ها ایفا می‌کنند (ناصری، ۱۴۰۱). علاوه بر این، ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی همچنان بر رفتار این نسل تأثیرگذار هستند، اما نگرش‌های مدرن مانند تمایل به برندسازی شخصی، مصرف آگاهانه و خرید محصولات پایدار نیز در تصمیمات آن‌ها نقش مهمی دارد (Pramesti & Kartawinata, 2022: 2324). از سوی دیگر، این نسل به دلیل دسترسی گسترده به اطلاعات و تجربیات جهانی، رویکردی انتقادی‌تر نسبت به تبلیغات سنتی دارد و بیشتر به توصیه‌های کاربران واقعی و نظرات آنلاین اعتماد می‌کند. آن‌ها ترجیح می‌دهند که تجربه خریدشان تعاملی، هوشمند و شخصی‌سازی شده باشد (Jee, 2021: 2). به همین دلیل، برندهایی که از روش‌های بازاریابی دیجیتال، هوش مصنوعی و واقعیت افزوده استفاده می‌کنند، شانس بیشتری برای جلب توجه و اعتماد این نسل دارند. همچنین، توجه به ارزش‌های اخلاقی مانند حمایت از محیط زیست و مسئولیت اجتماعی در محصولات و خدمات، می‌تواند عاملی کلیدی در جذب این گروه باشد (Thangavel et al, 2021: 2158).

مفهوم رفتار خرید و عوامل مؤثر بر آن

رفتار خرید مصرف‌کننده به مجموعه‌ای از فرآیندهای تصمیم‌گیری اشاره دارد که طی آن افراد نیازهای خود را شناسایی کرده، گزینه‌های موجود را ارزیابی می‌کنند و در نهایت اقدام به خرید کالا یا خدمات می‌نمایند (Solomon, 2020: 86). این رفتار تحت تأثیر عوامل متعددی از جمله ویژگی‌های فردی، عوامل فرهنگی و اجتماعی، انگیزه‌های روان‌شناختی و شرایط اقتصادی قرار دارد (Kotler et al, 2021: 3). نسل‌های مختلف، بسته به شرایط اجتماعی و فناوری‌های دوران خود، الگوهای خرید متفاوتی دارند. به‌ویژه نسل Z که در محیطی دیجیتالی رشد کرده‌است، رویکردی مبتنی بر سرعت، دسترسی‌پذیری و تعامل با برندها در فضای آنلاین دارد (Schivinski et al., 2021: 10). در کنار عوامل فردی مانند نیازها،

تجربیات گذشته و ترجیحات شخصی، عناصر فرهنگی و اجتماعی نیز نقش بسزایی در شکل‌گیری رفتار خرید ایفا می‌کنند. فرهنگ، به‌عنوان یک نظام ارزشی و هنجاری، بر ادراک و نگرش مصرف‌کنندگان نسبت به برندها و محصولات تأثیرگذار است (De Mooij & Hofstede, 2010: 89). در جوامع مدرن، تأثیر رسانه‌های اجتماعی و ارتباطات دیجیتالی باعث شده تا مصرف‌کنندگان بیش از گذشته به توصیه‌های کاربران، اینفلوئنسرها و نظرات موجود در پلتفرم‌های آنلاین اتکا کنند (Dwivedi et al., 2020: 905). علاوه بر این، پیشرفت فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی، واقعیت افزوده و سیستم‌های پیشنهاددهنده، مسیر خرید را برای نسل جدید تغییر داده و تجربه‌ای شخصی‌سازی شده و تعاملی را فراهم آورده است (Grewal et al., 2020: 3).

نقش فرهنگ در تصمیم‌گیری خرید

فرهنگ به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر رفتار خرید، شامل مجموعه‌ای از ارزش‌ها، باورها، هنجارها و نمادهایی است که در طول زمان در یک جامعه شکل می‌گیرد و تصمیمات مصرف‌کنندگان را تحت تأثیر قرار می‌دهد (Tian et al, 2024: 110). افراد در یک محیط فرهنگی خاص رشد می‌کنند و این محیط، شیوه نگرش آن‌ها به برندها، محصولات و خدمات را تعیین می‌کند. فرهنگ نه تنها روی ترجیحات مصرف‌کنندگان اثر می‌گذارد، بلکه بر ادراک آن‌ها از کیفیت، قیمت و ارزش محصول نیز تأثیر دارد (Rehman et al, 2024: 930). به‌عنوان مثال، در جوامعی که بر نوآوری و فناوری تأکید دارند، مصرف‌کنندگان بیشتر به سمت خرید محصولات هوشمند و دیجیتال متمایل هستند، درحالی‌که در جوامعی که سنت و اصالت اهمیت بیشتری دارد، تمایل به محصولات بومی و برندهای با پیشینه فرهنگی قوی بیشتر مشاهده می‌شود (Zhou et al., 2022: 1100).

در دنیای امروز، فرهنگ به‌واسطه جهانی‌شدن، رسانه‌های اجتماعی و تعاملات دیجیتالی به‌طور مداوم در حال تحول است. مصرف‌کنندگان نسل Z، که در محیطی با دسترسی سریع به اطلاعات و ارتباطات گسترده رشد کرده‌اند، ترکیبی از ارزش‌های محلی و جهانی را در رفتار خرید خود نشان می‌دهند (Kim et al, 2022: 88). از این‌رو، برندها برای موفقیت در بازارهای مختلف، نیازمند درک عمیق‌تری از تفاوت‌های فرهنگی و ارائه استراتژی‌های بازاریابی متناسب با هر جامعه هستند. در ایران، تأثیر فرهنگ بر

خرید را می‌توان در الگوهای مصرفی‌ای مشاهده کرد که هم به ارزش‌های سنتی مانند حمایت از تولید ملی اهمیت می‌دهد و هم به سمت خرید آنلاین و استفاده از فناوری‌های نوین تمایل دارد (Radyi et al., 2024: 18).

تأثیر عوامل اجتماعی بر رفتار خرید نسل Z

عوامل اجتماعی نقش مهمی در شکل‌گیری رفتار خرید نسل Z ایفا می‌کنند، زیرا این نسل در محیطی رشد کرده‌است که تعاملات اجتماعی، به‌ویژه در بستر دیجیتال، بخش جدایی‌ناپذیری از زندگی روزمره آن‌ها شده‌است (Kahawandala & Peter, 2020: 1155). گروه‌های مرجع، دوستان، خانواده، تأثیرگذاران دیجیتال (اینفلوئنسرها) و شبکه‌های اجتماعی از جمله مهم‌ترین عوامل اجتماعی مؤثر بر تصمیم‌گیری خرید این نسل هستند. برخلاف نسل‌های گذشته که بیشتر تحت تأثیر تبلیغات سنتی قرار داشتند، نسل Z اطلاعات مورد نیاز خود را از طریق رسانه‌های اجتماعی، نظرات کاربران و توصیه‌های آنلاین دریافت می‌کند (Erwin et al, 2023: 1035). این تغییر موجب شده‌است که برندها برای جلب اعتماد و جذب مشتریان جوان، از استراتژی‌های بازاریابی مبتنی بر تعامل اجتماعی، مانند بازاریابی دهان‌به‌دهان دیجیتال، کمپین‌های اینفلوئنسری و محتوای تولیدشده توسط کاربران، استفاده کنند (Xu, 2024: 155).

علاوه بر این، تأثیرپذیری اجتماعی در میان نسل Z فراتر از توصیه‌های مستقیم است و شامل پدیده‌هایی مانند فشار همسالان و تأثیر گروه‌های آنلاین نیز می‌شود. این نسل تمایل دارد خریدهای خود را با سایرین به اشتراک بگذارد و از تجربیات دیگران در تصمیم‌گیری استفاده کند (Belk, 2020: 480). به همین دلیل، پلتفرم‌هایی مانند اینستاگرام، یوتیوب و تیک‌تاک به میدان‌های اصلی بررسی و ارزیابی محصولات تبدیل شده‌اند (Sethuraman, 2023: 8). از سوی دیگر، ارزش‌های اجتماعی مانند حمایت از کسب‌وکارهای پایدار، مسئولیت اجتماعی برندها و همسویی محصولات با هویت فرهنگی و اجتماعی، از معیارهای مهم خرید برای این نسل محسوب می‌شود (Sudirjo et al., 2023: 115).

دیجیتالی شدن و تحول تجربه خرید

دیجیتالی شدن به عنوان یکی از مهم‌ترین تحولات عصر حاضر، تأثیر عمیقی بر تجربه خرید نسل Z گذاشته است (Agrawal., 2024: 75). ظهور فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی، واقعیت افزوده، اینترنت اشیا و تحلیل داده‌های بزرگ، فرایند خرید را به سمت شخصی‌سازی، سرعت و سهولت بیشتر سوق داده است. نسل Z که با فناوری‌های دیجیتال رشد کرده‌است، انتظارات بالایی از تجربه خرید دارد و تمایل دارد که محصولات و خدمات را به صورت آنلاین بررسی کرده، مقایسه کند و خرید خود را از طریق پلتفرم‌های دیجیتال انجام دهد (Grewal et al., 2020: 4).

تحولات دیجیتال همچنین باعث تغییر در مسیر خرید شده‌است، به طوری که فرایندهای سنتی جای خود را به مدل‌های جدید داده‌اند. استفاده از واقعیت افزوده برای مشاهده محصولات قبل از خرید، چت‌بات‌های مجهز به هوش مصنوعی برای ارائه مشاوره شخصی‌سازی شده، و سیستم‌های توصیه گر مبتنی بر تحلیل داده، تجربه خرید را برای مصرف‌کنندگان نسل Z کارآمدتر و جذاب‌تر کرده‌است (Kahawandala et al., 2020: 158). علاوه بر این، شبکه‌های اجتماعی به عنوان یک بستر کلیدی در فرآیند خرید عمل می‌کنند و نقش مهمی در اطلاع‌رسانی، تأثیرگذاری و حتی اجرای خرید دارند (Dwivedi et al., 2022: 906).

۴. روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی است، زیرا یافته‌های آن قابلیت استفاده در تدوین راهبردهای بازاریابی و برنامه‌های فرهنگی اجتماعی برای سازمان‌ها، نهادها و کسب‌وکارهایی را دارد که در زمینه جوانان و نوجوانان فعالیت دارند. از نظر ماهیت نیز پژوهش اکتشافی است، چراکه به دنبال شناسایی و تحلیل عواملی است که پیش‌تر به صورت نظام‌مند بررسی نشده‌اند. این شناسایی از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه‌های عمیق با خبرگان انجام شده‌است. با توجه به ماهیت پژوهش، روش تحقیق کیفی و مبتنی بر تحلیل محتوای مضمون‌محور با رویکرد استقرایی انتخاب شده‌است. این روش امکان استخراج مفاهیم، مقوله‌ها و الگوهای معنایی از داده‌های کیفی را فراهم می‌سازد و برای مطالعه موضوعات جدید و پیچیده، رویکردی کارآمد محسوب می‌شود. در این تحقیق، از تحلیل مضمون برای بررسی

داده‌های حاصل از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته استفاده شده‌است. تحلیلگر در این فرایند به‌صورت مستمر بین داده‌ها، کدها و مفاهیم رفت‌وبرگشت داشته است تا مضامین نهایی را از دل داده‌ها استخراج نماید. به‌منظور درک بهتر روابط میان مقوله‌های استخراج‌شده، از چارچوب مدل‌سازی ساختاری تفسیری بهره گرفته شده‌است. مدل‌سازی ISM روشی نظام‌مند برای ساختاردهی به عوامل شناسایی‌شده و بررسی روابط سطحی و عمقی میان آن‌هاست. این رویکرد به پژوهشگر اجازه می‌دهد که پیچیدگی پدیده‌ها را با شفاف‌سازی سلسله‌مراتب و پیوندهای میان مقولات، ساده‌سازی کند. گام‌های مدل‌سازی ISM در ادامه تحلیل کیفی، با مشارکت همان خبرگان انجام گرفته و شامل تعریف متغیرها، تعیین روابط، تدوین ماتریس خودتعاملی ساختاری، دستیابی به سطوح، رسم نمودار مدل و تحلیل نهایی آن بوده‌است. خبرگان مشارکت‌کننده در این پژوهش شامل گروهی از اساتید دانشگاهی و متخصصان حرفه‌ای در حوزه‌های بازاریابی، رسانه‌های اجتماعی، رفتار مصرف‌کننده و فرهنگ جوانان بودند که عمدتاً دارای مدرک دکتری یا کارشناسی ارشد در رشته‌های مرتبط همچون مدیریت بازرگانی، ارتباطات، جامعه‌شناسی و روان‌شناسی اجتماعی بودند و سابقه تحقیق در حوزه رفتار نسل Z، و همچنین تجربه عملی در حوزه تبلیغات، برندینگ دیجیتال یا مشاوره بازاریابی برای کسب‌وکارهای مرتبط با نسل جوان را دارا بودند. ترکیب تخصص‌های علمی و تجربی این افراد، تنوع دیدگاه‌ها و غنای تحلیل‌های کیفی در فرآیند مصاحبه و مدل‌سازی را برای پژوهش فراهم ساخت.

جدول ۱ محاسبه مقادیر پایایی بازآزمون (یافته‌های تحقیق)

ردیف	تخصص	مدرک تحصیلی	سن	جنسیت
1	استاد دانشگاه - بازاریابی	دکتری	48	مرد
2	استاد دانشگاه - بازاریابی	دکتری	45	مرد
3	استاد دانشگاه - بازاریابی	دکتری	50	مرد
4	استاد دانشگاه - مدیریت رسانه	دکتری	38	زن
5	استاد دانشگاه - جامعه‌شناسی	دکتری	44	مرد
6	استاد دانشگاه - جامعه‌شناسی	دکتری	41	زن
7	روانشناس اجتماعی - پژوهشگر بازار	فوق‌لیسانس	39	زن

110.... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

8	استاد دانشگاه - مدیریت رسانه	دکتری	46	مرد
9	مدیر تبلیغات دیجیتال	فوق‌لیسانس	37	مرد
10	استاد دانشگاه - مدیریت رسانه	دکتری	49	مرد
11	مدیر ارتباطات بازاریابی	دکتری	40	زن
12	استاد دانشگاه - جامعه‌شناسی	دکتری	43	مرد

فرآیند گردآوری داده‌ها شامل انجام مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با خبرگان حوزه‌های بازاریابی، رسانه‌های اجتماعی، جامعه‌شناسی فرهنگی و رفتار مصرف‌کننده بوده است. نمونه‌گیری به صورت هدفمند انجام شد و افراد مشارکت‌کننده با معیارهایی همچون دارا بودن تحصیلات مرتبط (حداقل کارشناسی ارشد)، سابقه علمی یا اجرایی در حوزه جوانان و رسانه، و در دسترس بودن برای انجام مصاحبه انتخاب شدند. مصاحبه‌ها تا مرحله اشباع نظری ادامه یافت که پس از ۱۲ مصاحبه، اشباع حاصل شد. هر مصاحبه بین ۴۵ تا ۶۰ دقیقه به طول انجامید و پس از ضبط، به‌طور کامل پیاده‌سازی و سپس تحلیل شدند. سوالات مطرح شده بر محور ویژگی‌های رفتاری نسل Z، شیوه‌های اثرگذاری برندها بر نسل Z در فضای مجازی و همچنین راهکارهای افزایش اعتماد و وفاداری این نسل به برندها متمرکز بودند.

تحلیل داده‌های کیفی بر اساس تحلیل مضمون، طی چند مرحله انجام گرفت. ابتدا پژوهشگر با متون مصاحبه‌ها آشنا شد، سپس مفاهیم کلیدی شناسایی و کدگذاری اولیه صورت گرفت. در ادامه، کدهای مشابه در دسته‌هایی تجمیع و در قالب مقوله‌های اصلی سازمان‌دهی شدند. پس از آن، بازبینی و اصلاح کدها و مقوله‌ها انجام شد و نهایتاً مضامین اصلی استخراج گردید. برای افزایش پایایی کدگذاری‌ها، از روش بازآزمون استفاده شد. به این ترتیب، سه مصاحبه به‌صورت تصادفی انتخاب و پس از گذشت ۱۵ روز مجدداً توسط پژوهشگر کدگذاری شدند و میزان توافق بین دو مرحله محاسبه شد. نتایج این آزمون نشان داد که میانگین پایایی بازآزمون برابر با ۰.۸۰۷ بوده که بر اساس معیار لونسدال (۲۰۰۱)، نشان‌دهنده سطح مناسبی از پایایی است.

جدول ۲ محاسبه مقادیر پایایی بازآزمون (یافته‌های تحقیق)

کد مصاحبه	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	تعداد غیرتوافقات	پایایی بازآزمون
3	42	19	8	0/904

0/742	10	13	35	5
0/756	9	14	37	8
0/807	27	46	114	مجموع

همچنین کدگذاری برخی از مصاحبه‌ها توسط پژوهشگر دوم به طور مستقل انجام گرفت. این کار به منظور ارزیابی میزان توافق یا همخوانی بین کدگذاران صورت گرفت. در این فرایند، پژوهشگر دوم به صورت جداگانه متن مصاحبه‌ها را مطالعه و کدگذاری کرد و سپس کدهای استخراج شده با کدهای پژوهشگر اصلی مقایسه شد. میزان هم‌پوشانی و توافق بین کدها نشان‌دهنده دقت و ثبات فرآیند کدگذاری است و می‌تواند نقاط اختلاف یا ابهام در تفاسیر را مشخص کند. علاوه بر این، بازبینی یافته‌ها توسط برخی از مصاحبه‌شوندگان انجام شد. در این مرحله، خلاصه‌ای از نتایج مفاهیم مقوله‌های استخراج شده به مصاحبه‌شوندگان ارسال شد تا صحت، دقت و همخوانی برداشت‌های پژوهشگر با دیدگاه‌های آنان تایید یا نقد شود. این فرایند موجب افزایش اعتبار بیرونی داده‌ها و جلوگیری از سوگیری‌های پژوهشگرانه می‌شود و تضمین می‌کند که تحلیل‌ها واقعاً بازتاب دهنده نظرات و تجربه‌های شرکت‌کنندگان است.

۵. یافته‌های تحقیق

در این بخش، نتایج حاصل از تحلیل مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با خبرگان حوزه بازاریابی، رسانه‌های اجتماعی و رفتار مصرف‌کننده درباره راهبردهای فرهنگی اجتماعی مؤثر بر رفتار خرید نسل Z ارائه می‌شود. تحلیل داده‌ها با استفاده از روش تحلیل مضمون و با رویکرد استقرایی انجام گرفته است. پس از پیاده‌سازی متن مصاحبه‌ها، مفاهیم کلیدی استخراج و در قالب مقوله‌های فرعی دسته‌بندی شدند. برای افزایش شفافیت فرآیند کدگذاری، نمونه‌هایی از جملات خبرگان که مبنای استخراج کدها بوده‌اند در جدول زیر ارائه شده‌است.

جدول ۳ نمونه کدگذاری اولیه از مصاحبه‌های انجام‌شده با خبرگان

112.... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

مقوله‌های فرعی استخراج‌شده	گزاره برگرفته از مصاحبه
تأثیر گروه‌های مرجع	نسل Z به شدت تحت تأثیر افرادی قرار می‌گیرد که براشون مرجع هستن؛ مثلاً اینفلوئنسرها یا حتی دوستان‌شون توی فضای مجازی.
بررسی نظرات کاربران در انتخاب محصول و برند	معمولاً قبل از خرید، سراغ نظرات و تجربیات کاربران دیگه می‌رن؛ کامنت‌ها، نقدها و امتیازدهی‌ها براشون خیلی مهمه.
ارتباطات سریع و محتوای کوتاه	این نسل علاقه‌ای به مطالب طولانی نداره؛ پیام‌هایی که سریع و خلاصه باشن، راحت‌تر توجه‌شون رو جلب می‌کنن.
ترجیح پیام‌های کوتاه و ویدئویی جذاب	ویدئوهای کوتاه، مخصوصاً آگه خلاقانه باشن، خیلی راحت دیده می‌شن و اثرگذاری بیشتری دارن.
ارزش‌های اجتماعی	مسائل اجتماعی مثل محیط‌زیست یا عدالت اجتماعی تو تصمیم‌گیری‌های خرید این نسل نقش داره؛ نسبت به این چیزها بی‌تفاوت نیستن.
فعالیت‌های برند در زمینه پایداری و مسئولیت اجتماعی	برندهایی که مسئولیت‌پذیر باشن یا فعالیت‌هایی در زمینه پایداری انجام بدن، اعتماد این نسل رو بیشتر جلب می‌کنن.
اهمیت اصالت برند و اعتبار آن در تصمیم‌گیری خرید	برای نسل Z اصالت برند مهمه؛ آگه احساس کنن برند ساختگی یا صرفاً تبلیغاتی، خیلی زود ازش فاصله می‌گیرن.
صداقت برند و ایجاد اعتماد و وفاداری مشتری	صداقت برند توی تبلیغات یا عملکردش، می‌تونه باعث بشه این نسل بهش اعتماد کنه و وفادار بمونه.
قیمت و ارزش محصول	این نسل دنبال محصولی با قیمت منصفانه‌ست، ولی براش مهمه که اون قیمت، ارزش واقعی داشته باشه.
تمایز و منحصر به فرد بودن	تمایل دارن متفاوت دیده بشن؛ برندی که حس خاص بودن بده، احتمالاً بیشتر تو لیست انتخاب‌شون قرار می‌گیره.
نیاز به هویت و بیان فردی	برندهایی که بهشون کمک کنن خودشون رو نشون بدن یا هویت‌شون رو بروز بدن، براشون جذاب‌ترن.
تخفیف‌های چندمرحله‌ای ترکیبی و چندمرحله‌ای برای جذب مخاطب	تخفیف‌های چندمرحله‌ای یا ترکیبی، به جور بازی ذهنی ایجاد می‌کنه که باعث می‌شه کاربر وارد چرخه خرید بشه.

در ادامه فرایند تحلیل، مجموعاً ۴۵ مقوله فرعی شناسایی شد که در قالب ۱۳ مقوله اصلی و در نهایت در چهار بُعد مفهومی تجمیع گردید. این ساختار در جدول شماره ۴ ارائه شده است.

جدول ۴ عوامل اولیه مؤثر بر رفتار خرید نسل Z

دسته	مقوله اصلی	مقوله فرعی
ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی نسل Z در خرید	تأثیرپذیری اجتماعی	تأثیر گروه‌های مرجع
		بررسی نظرات کاربران در انتخاب محصول و برند
	الگوهای ارتباطی و مصرف محتوای دیجیتال	ارتباطات سریع و محتوای کوتاه
		ترجیح پیام‌های کوتاه و ویدئویی جذاب

شناسایی و تحلیل راهبردهای فرهنگی - اجتماعی اثرگذار بر رفتار خرید نسل Z ...

113.....

دسته	مقوله اصلی	مقوله فرعی
راهبردهای فرهنگی و اجتماعی در فروش	ارزش ها و مسئولیت اجتماعی	استفاده از رسانه‌های اجتماعی به روز
		ارزش‌های اجتماعی
		تأثیر مسائل اجتماعی و محیطی در خریدها
		فعالیت‌های برند در زمینه پایداری و مسئولیت اجتماعی
	هویت فرهنگی برند در جذب نسل Z	اهمیت اصالت برند و اعتبار آن در تصمیم‌گیری خرید
		صداقت برند و ایجاد اعتماد و وفاداری مشتری
	رفتارهای مالی و خرید	قیمت و ارزش محصول
		خریدهای لحظه‌ای
		برنامه‌ریزی خرید
	هویت فرهنگی و تمایز نسل Z	تمایز و منحصربه‌فرد بودن
		نیاز به هویت و بیان فردی
راهبردهای فرهنگی و اجتماعی در فروش	راهبردهای تبلیغاتی جذاب	ارائه هدایای تشویقی برای افزایش خرید
		پیشنهادات شخصی‌سازی شده برای کاربران هدف
		تخفیف‌های ترکیبی و چندمرحله‌ای برای جذب مخاطب
		ارسال رایگان برای خریدهایی با حجم بالا
		مشوق‌های خرید مشارکتی و گروهی
		کمپین‌های تخفیفی ویژه مناسب‌ها
		استفاده از اینفلوئنسرها
		ایجاد حس فوریت با محدودیت زمانی
	مشوق‌های فرهنگی و اجتماعی برای افزایش تعامل	ایجاد حس نایابی با محدودیت موجودی
		تقویت حس ارزش خرید با تخفیف‌های جذاب
		ترکیب استراتژیک تخفیف و حمل‌ونقل رایگان
		امتیازات ویژه برای مشتریان وفادار و اعضای خاص
		ایجاد هیجان و تعامل با پیشنهادات فروش
		تمرکز بر رویدادهای خاص
		تقویت تصمیم‌گیری خرید با اعتماد به اینفلوئنسرها
تحولات فرهنگی در تجربه خرید نسل Z	بکارگیری واقعیت افزوده در تجربه خرید	تجربه تعاملی با امتحان آنلاین محصولات از طریق AR
		استفاده از AR برای خریدهای حوزه مد و خانه
		بازآفرینی تجربه خرید فیزیکی با واقعیت افزوده

114.... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

دسته	مقوله اصلی	مقوله فرعی
	استفاده از هوش مصنوعی در تحول تجربه خرید	ارائه پیشنهادات دقیق و شخصی‌سازی‌شده با کمک هوش مصنوعی
		تسهیل خرید هوشمند و سریع با هوش مصنوعی
		دریافت پیشنهادات پویا و متناسب با نیازهای مشتری
فناوری‌های نوین	رشد نفوذ شبکه‌های اجتماعی	استفاده از پلتفرم‌های محبوب برای جذب مشتری
		افزایش تعامل برندها با کاربران از طریق اینفلوئنسرها
		یکپارچه‌سازی سیستم‌های خرید آنلاین با پیام‌رسان‌های اجتماعی
	کاهش اثر رسانه‌های سنتی	افول جذابیت پیامک‌های تبلیغاتی برای نسل Z
		کاهش تمایل نسل جوان به دریافت تبلیغات چاپی و یلبوردها
		کاهش اثربخشی تبلیغات تلویزیونی در جذب نسل Z
	نگرش مثبت نسبت به فناوری‌های دیجیتال	اعتماد به هوش مصنوعی برای پیشنهادات دقیق و متناسب
		تمایل به استفاده از ربات‌های چت برای دریافت خدمات مشتریان
		افزایش اعتماد به تحلیل داده‌های کلان برای پیشنهادات خرید هوشمند

در مرحله بعد، برای ارائه مدل عوامل مؤثر بر رفتار خرید از تکنیک ساختاری تفسیری استفاده شده‌است. مدل‌سازی ساختاری تفسیری (ISM) یک روش تحقیق کیفی است که برای شبیه‌سازی و تحلیل ساختارهای پیچیده سیستم‌ها به کار می‌رود.

۱-۵. گام‌های مدل‌سازی ساختاری تفسیری

اولین گام در ISM شناسایی متغیرها و شاخص‌های اصلی است که بر اساس مطالعات کتابخانه‌ای، مصاحبه با خبرگان و تحلیل‌های پیشین شناسایی شده‌اند. با توجه به نتایج بخش قبل تأثیرپذیری اجتماعی و نقش شبکه‌های ارتباطی، نقش رسانه‌های دیجیتال در تعاملات فرهنگی و اجتماعی، ارزش‌ها و مسئولیت اجتماعی، اهمیت هویت فرهنگی برند در جذب نسل Z، ارزش‌های اقتصادی و اجتماعی درک‌شده، هویت فرهنگی و تمایز نسل Z، راهبردهای تبلیغاتی جذاب، مشوق‌های فرهنگی و اجتماعی برای افزایش تعامل، بکارگیری واقعیت افزوده در تجربه خرید، استفاده از هوش مصنوعی در تحول تجربه خرید، رشد نفوذ شبکه‌های اجتماعی، کاهش اثر رسانه‌های سنتی و نگرش مثبت نسبت به فناوری‌های دیجیتال استخراج شدند.

گام دوم، پس از شناسایی متغیرهای زیربنایی پدیده مورد مطالعه یک ماتریس مربع $n \times n$ از متغیرهای موجود طراحی می‌شود. این ماتریس در واقع همان پرسشنامه ISM است. ماتریس خودتعاملی ساختاری از ابعاد و شاخص‌های مطالعه و مقایسه آن‌ها با استفاده از چهار حالت روابط مفهومی تشکیل می‌شود. این ماتریس توسط خبرگان و متخصصین در حوزه موضوع تحقیق تکمیل شده است. اطلاعات حاصله بر اساس متد مدلسازی ساختاری تفسیری جمع‌بندی و ماتریس خودتعاملی ساختاری نهایی تشکیل گردیده است. منطق مدل‌سازی ساختاری تفسیری (ISM) منطق بر روش‌های ناپارامتریک و بر مبنای فراوانی‌ها عمل می‌کند. این ماتریس به این صورت تنظیم می‌شود:

اگر یک عامل i به عامل j تأثیر مستقیم داشته باشد، مقدار سلول (i, j) برابر ۱ است. در غیر این صورت، مقدار سلول (i, j) برابر ۰ است.

جدول ۵ ماتریس دستیابی اولیه

مشوق‌های فرهنگی و اجتماعی برای افزایش تعامل	راهبردهای تبلیغاتی جذاب	ارزش‌های اقتصادی درک‌شده	اهمیت هویت فرهنگی برند در جذب نسل Z	هویت فرهنگی و تمایز نسل Z	ارزش‌ها و مسئولیت اجتماعی	نقش رسانه‌های دیجیتال در تعاملات فرهنگی	تأثیرپذیری اجتماعی و نقش شبکه‌های ارتباطی	استفاده از هوش مصنوعی در تحول تجربه خرید	بکارگیری واقعیت افزوده در تجربه خرید	کاهش اثر رسانه‌های سنتی	نگرش مثبت نسبت به فناوری‌های دیجیتال	رشد نفوذ شبکه‌های اجتماعی	
1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	C1
1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	C2

1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	C3
1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	C4
1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	C5
1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	C6
1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	C7
1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	C8
1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	C9
0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	C10
1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	C11
1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	C12
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	C13

سازگار کردن ماتریس دستیابی اولیه

در ماتریس دستیابی اولیه باید این قانون بررسی شود که اگر $i, k=1 \rightarrow j, k=1$ ، یعنی اگر معیار A با معیار B رابطه داشته باشد و معیار B نیز با معیار C رابطه داشته باشد آن-گاه معیار A نیز باید با C رابطه داشته باشد:

جدول ۶ ماتریس دستیابی سازگار شده

مشوق‌های فرهنگی و اجتماعی برای افزایش تعامل	راهبردهای تبلیغاتی جذاب	ارزش‌های اقتصادی و اجتماعی درک‌شده	اهمیت هویت فرهنگی برند در جذب نسل Z	هویت فرهنگی و تمایز نسل Z	ارزش‌ها و مسئولیت اجتماعی اجتماعی	نقش رسانه‌های دیجیتال در تعاملات فرهنگی و اجتماعی	تأثیرپذیری اجتماعی و نقش شبکه‌های ارتباطی	استفاده از هوش مصنوعی در تحول تجربه خرید	بکارگیری واقعیت افزوده در تجربه خرید	کاهش اثر رسانه‌های سنتی	نگرش مثبت نسبت به فناوری‌های دیجیتال	رشد نفوذ شبکه‌های اجتماعی	
---	-------------------------	------------------------------------	-------------------------------------	---------------------------	-----------------------------------	---	---	--	--------------------------------------	-------------------------	--------------------------------------	---------------------------	--

شناسایی و تحلیل راهبردهای فرهنگی - اجتماعی اثرگذار بر رفتار خرید نسل Z ...

117.....

1	1	1	1	1	*1	1	1	1	1	1	1	1	C1
1	1	*1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	C2
1	1	*1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	C3
1	1	*1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	C4
1	1	*1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	C5
1	1	*1	*1	1	*1	*1	1	*1	*1	*1	*1	1	C6
1	1	*1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	C7
1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	C8
1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	C9
*1	*1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	C10
1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	C11
1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	C12
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	C13

در ماتریس مقایسات زوجی ترتیب معیارها به این شرح است:

جدول ۷ تعیین روابط و سطوح (تناوب اول)

عوامل	مجموعه دریافتی	مجموعه پیش نیاز	مجموعه اشتراکی	رتبه
C1	C1,C2,C3,C4,C5,C6,C7,C8,C9,C10,C11,C12,C13	C1, C6		
C2	C2 ,C4,C5 ,C11,C12,C13	C1,C2 ,C6		
C3	C3,C11,C12,C13	C1,C2,C3 ,C6		
C4	C4, C11,C12,C13	C1,C2,C4,C6,C9		

118.... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

عوامل	مجموعه دریافتی	مجموعه پیش نیاز	مجموعه اشتراکی	رتبه
C5	C5, C11,C12,C13	C1,C2,C5,C6,C8,C9		
C6	C1,C2,C3,C4,C5,C6,C7,C8,C9, C10,C11,C12,C13	C1, C6		
C7	C7, C11,C12,C13	C1, C6,C7		
C8	C5,C8 ,C10,C11,C12,C13	C1,C6,C8, C10		
C9	C4,C5,C9,C10,C11,C12,C13	C1,C6,C9		
C10	C8,C10,C11,C12,C13	C1,C6,C8,C9,C10		
C11	C11,C12,C13	C1,C2,C3,C4,C5,C6,C7, C8,C9,C10,C11,C12		
C12	C11,C12,C13	C1,C2,C3,C4,C5,C6,C7, C8,C9,C10,C11,C12		
C13	C13	C1,C2,C3,C4,C5,C6,C7, C8,C9,C10,C11,C12,C13	C13	1

جدول ۸ تعیین روابط و سطوح (تناوب دوم)

عوامل	مجموعه دریافتی	مجموعه پیش نیاز	مجموعه اشتراکی	رتبه
C1	C1,C2,C3,C4,C5,C6,C7,C8, C9,C10,C11,C12	C1, C6		
C2	C2 ,C4,C5 ,C11,C12	C1,C2 ,C6		
C3	C3,C11,C12	C1,C2,C3 ,C6		
C4	C4, C11,C12	C1,C2,C4,C6,C9		
C5	C5, C11,C12	C1,C2,C5,C6,C8,C9		
C6	C1,C2,C3,C4,C5,C6,C7,C8, C9,C10,C11,C12	C1, C6		

شناسایی و تحلیل راهبردهای فرهنگی - اجتماعی اثرگذار بر رفتار خرید نسل Z ...

119.....

		C1, C6,C7	C7, C11,C12	C7
		C1,C6,C8, C10	C5,C8 ,C10,C11,C12	C8
		C1,C6,C9	C4,C5,C9,C10,C11,C12	C9
		C1,C6,C8,C9,C10	C8,C10,C11,C12	C10
2	C11,C12	C1,C2,C3,C4,C5,C6,C7, C8,C9,C10,C11,C12	C11,C12	C11
2	C11,C12	C1,C2,C3,C4,C5,C6,C7, C8,C9,C10,C11,C12	C11,C12	C12

جدول ۹ تعیین روابط و سطوح (تناوب سوم)

عوامل	مجموعه دریافتی	مجموعه پیش نیاز	مجموعه اشتراکی	سطح
C1	C1,C2,C3,C4,C5,C6,C7,C8, C9,C10	C1, C6		
C2	C2 ,C4,C5	C1,C2 ,C6		
C3	C3	C1,C2,C3 ,C6	C3	3
C4	C4	C1,C2,C4,C6,C9	C4	3
C5	C5	C1,C2,C5,C6,C8,C9	C5	3
C6	C1,C2,C3,C4,C5,C6,C7,C8, C9,C10	C1, C6		
C7	C7	C1, C6,C7	C7	3
C8	C5,C8 ,C10	C1,C6,C8, C10	C8,C10	3
C9	C4,C5,C9,C10	C1,C6,C9		
C10	C8,C10	C1,C6,C8,C9,C10	C8,C10	3

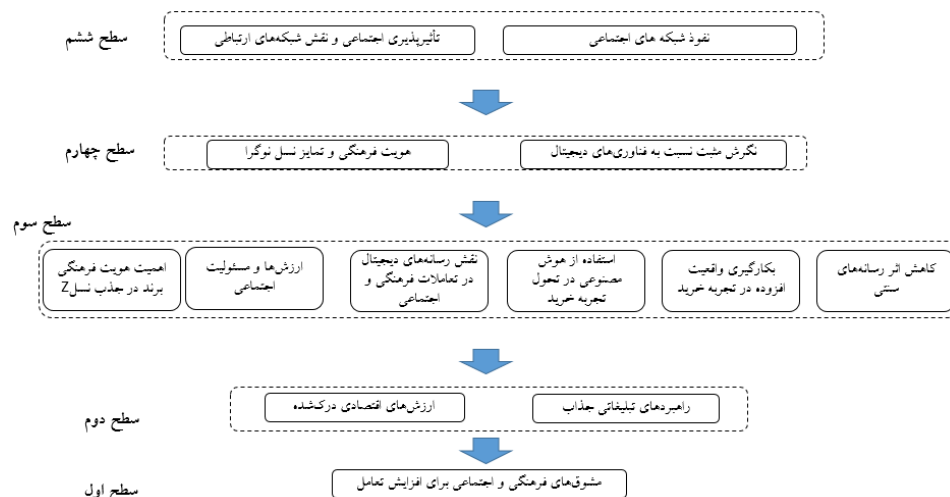
120.... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

جدول ۱۰ تعیین روابط و سطوح (تناوب چهارم)

عوامل	مجموعه دریافتی	مجموعه پیش نیاز	مجموعه اشتراکی	سطح
C1	C1,C2, C6,C9	C1, C6	C1, C6	
C2	C2	C1,C2 ,C6	C2	4
C6	C1,C2,C6,C90	C1, C6	C1, C6	
C9	C9	C1,C6,C9	C9	4

جدول ۱۱ تعیین روابط و سطوح (تناوب پنجم)

عوامل	مجموعه دریافتی	مجموعه پیش نیاز	مجموعه اشتراکی	سطح
C1	C1, C6	C1, C6	C1, C6	5
C6	C1,C6	C1, C6	C1, C6	5



شکل ۱ سطوح عوامل فرهنگی اجتماعی مؤثر بر رفتار خرید نسل Z

سپس نقشه روابط بین متغیرها مطابق شکل ۲ ترسیم شد که شش سطح از مؤلفه‌های اثرگذار بر رفتار خرید نسل Z را شناسایی و طبقه‌بندی کرده‌است. در سطح اول، مؤلفه «تشویق‌های فرهنگی و اجتماعی

برای افزایش تعامل» به عنوان زیرساخت بنیادین مدل قرار گرفته است. این عامل نقش کلیدی در فعال سازی انگیزه های مشارکتی و تعاملی مصرف کنندگان نسل Z ایفا می کند و زمینه ساز شکل گیری سایر عوامل مؤثر بر رفتار خرید در سطوح بالاتر است.

در سطح دوم، «ارزش های اجتماعی و جامعه پذیری نوگرا» قرار دارد که بیانگر ارتباط میان محیط فرهنگی جامعه و شکل گیری گرایش ها و ترجیحات خرید در نسل Z است. این سطح نقش پیونددهنده ای میان ریشه های فرهنگی و رفتار خرید دارد.

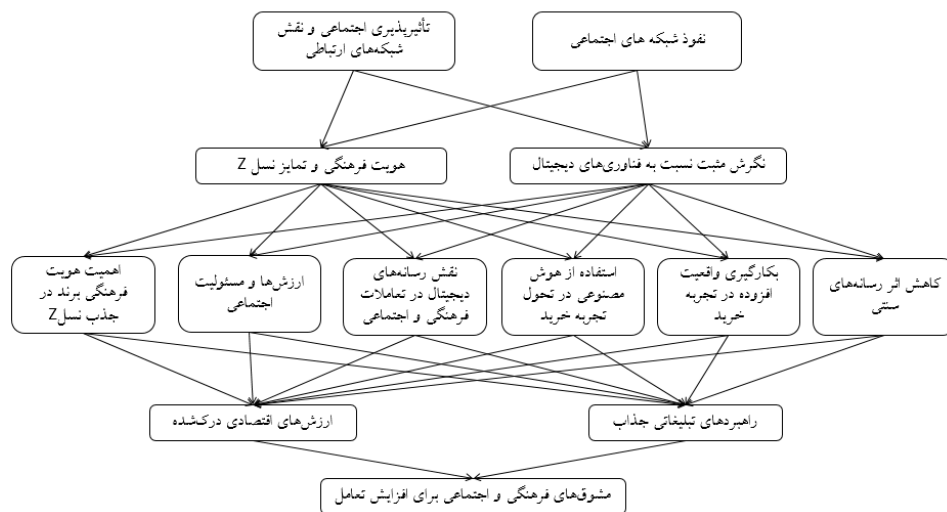
سطح سوم مدل شامل مؤلفه هایی است که مستقیماً بر رفتار خرید نسل Z تأثیر می گذارند، از جمله: «استفاده از نمادها و نشانه های مصرف برای تمایز هویتی»، «تحلیل در عمق نیازها و تمایلات فردی نسل Z»، «واکنش به محرک های تبلیغات دیجیتال» و «ارزش یابی پیام های تبلیغی توسط کاربران اجتماعی». این سطح، نمایانگر لایه عملیاتی تصمیم گیری های خرید است که در آن تعاملات روانی، اجتماعی و دیجیتال به طور عینی دیده می شود.

در سطح چهارم، دو عامل «نگرش مدیریت نسبت به برنامه های دیجیتال» و «هدایت محتوا در رسانه های نوظهور» قرار گرفته اند که به عنوان واسطه هایی بین سیاست گذاری و تجربه واقعی مصرف کننده عمل می کنند. این عوامل نشان دهنده نقش نهادها در طراحی و پیاده سازی استراتژی های تأثیرگذار بر نسل Z هستند.

در سطح پنجم، مؤلفه های «تئوری های اعتماد و نقش شبکه های ارتباطی» و «نهاد های فرهنگی اجتماعی» قرار دارند. این عوامل با فراهم سازی چارچوب های شناختی و اجتماعی، جهت گیری های کلی مصرف کننده نسل Z را شکل می دهند و بر ادراک او از برند، پیام، و پیشنهاد ارزش اثر گذارند.

در نهایت، سطح ششم، شامل ساختارهای کلان تر مانند «نهاد های فرهنگی اجتماعی» و «تئوری های اعتماد و نقش شبکه های ارتباطی» است که نه تنها بر دیگر عوامل اثر می گذارند، بلکه جهت گیری کلی راهبردهای فرهنگی و اجتماعی را نیز مشخص می کنند.

بر این اساس، مدل نشان می‌دهد که طراحی مؤثر راهبردهای فرهنگی و اجتماعی برای تأثیرگذاری بر رفتار خرید نسل Z نیازمند تقویت بنیان‌های فرهنگی، ارتقای ارزش‌ها و استفاده هوشمندانه از ابزارهای رسانه‌ای نوین است. این مدل همچنین بیان می‌کند که تغییر در نگرش‌ها و رفتارهای خرید این نسل تنها زمانی تحقق می‌یابد که سلسله‌مراتبی از عوامل فرهنگی، روانی، اجتماعی و فناورانه به‌درستی درک و مدیریت شوند.



شکل ۲ نقشه روابط بین عوامل فرهنگی اجتماعی مؤثر بر رفتار خرید نسل Z با رویکرد (ISM)

۶. نتیجه‌گیری

هدف اصلی این پژوهش شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های فرهنگی و اجتماعی مؤثر بر رفتار خرید نسل Z در ایران بوده‌است. در راستای تحقق این هدف، با بهره‌گیری از تحلیل محتوای کیفی مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با خبرگان حوزه فرهنگ و بازاریابی، در مجموع ۴۵ مقوله فرعی استخراج گردید که با اجماع نظری خبرگان در قالب ۱۳ مقوله اصلی و در نهایت در چهار بعد کلان شامل «ویژگی‌های فرهنگی

و اجتماعی نسل Z، «راهبردهای فرهنگی و اجتماعی فروش»، «تحولات فرهنگی در تجربه خرید» و «فناوری‌های نوین» طبقه‌بندی شدند.

تحلیل روابط میان این عوامل نشان می‌دهد که رفتار خرید نسل Z تحت تأثیر پیوسته‌ای از تحولات فرهنگی، اجتماعی و فناورانه قرار دارد. نسل Z به شدت تأثیرپذیر از ارتباطات دیجیتال، بازخورد کاربران، شبکه‌های اجتماعی و گروه‌های مرجع است. آنان در معرض پیام‌های کوتاه، ویدئوهای جذاب و ارتباطات بلادرنگ قرار دارند و شیوه تصمیم‌گیری‌شان بیشتر اجتماعی و احساسی است تا منطقی. یافته‌های این پژوهش با نتایج تحقیقاتی مانند شیرخدایی و همکاران (۱۴۰۱) و مهری و شیخ (۱۳۹۹) مطابقت دارد که نقش برجسته ویژگی‌های فردی اینفلوئنسرها و تعاملات فرااجتماعی را در شکل‌گیری قصد خرید نسل Z تایید کرده‌اند.

در بعد فرهنگی، نسل Z برای برندهایی که مسئولیت اجتماعی دارند، ارزش قائل است و به هویت فرهنگی و اصالت برند توجه جدی دارد. این نکته در پژوهش حاضر با یافته‌های حفیظی اردکانی (۱۳۹۹) هم‌راستا است. از سوی دیگر، این نسل نیازمند ابراز هویت شخصی و تمایز از دیگران است و به همین دلیل، برندهایی که سفارشی‌سازی و تجربه منحصر به فرد ارائه می‌دهند، در جذب این نسل موفق‌تر عمل می‌کنند.

تحولات فناورانه نیز نقشی بنیادین در رفتار خرید نسل Z ایفا می‌کنند. ابزارهایی نظیر واقعیت افزوده، چت‌بات‌های هوشمند و هوش مصنوعی در تسهیل تصمیم خرید و ایجاد تجربه‌ای دیجیتال و شخصی‌سازی شده نقش دارند. یافته‌های این بخش هم‌راستا با پژوهش پرامستی و کارتاویناتا (۲۰۲۲) است که تأثیر مثبت ابزارهای دیجیتال را بر افزایش علاقه نسل Z به خرید و پرداخت آنلاین گزارش داده‌اند.

همچنین، نتایج تحلیل نشان می‌دهد که کاهش تأثیر رسانه‌های سنتی و رشد روزافزون شبکه‌های اجتماعی، موجب دگرگونی در شیوه‌های بازاریابی فرهنگی شده است. تبلیغات چاپی، تلویزیونی و محیطی دیگر تأثیرگذاری پیشین خود را ندارند و جای خود را به تبلیغات دیجیتال، ویدئوهای کوتاه و

کمپین‌های تعاملی داده‌اند. در این زمینه، نتایج پژوهش با تحقیق روسن و همکاران (۲۰۲۳) هم‌جهت است که اثربخشی چشمگیر استراتژی‌های تبلیغاتی دیجیتال را در فروش نشان داده‌اند. از منظر راهبردی، توصیه می‌شود برای جذب و تأثیرگذاری بر رفتار خرید نسل Z از محتواهای فرهنگی دیجیتال، روایت‌های بومی، و پیام‌های متناسب با ارزش‌ها و هویت این نسل استفاده شود. بهره‌گیری از چهره‌های مؤثر فرهنگی و اجتماعی، روایت‌های داستانی تعاملی، ابزارهای فناورانه مانند واقعیت افزوده و هوش مصنوعی، و راهکارهای بازاریابی مشارکتی مانند خرید گروهی و باشگاه مشتریان فرهنگی می‌تواند به افزایش مشارکت، وفاداری و ارزش ادراک شده برند نزد این نسل کمک کند. در مجموع، پژوهش حاضر با ارائه یک مدل ساختاری-تفسیری منسجم، توانست تصویری روشن از روابط میان عوامل فرهنگی، اجتماعی و فناورانه مؤثر بر رفتار خرید نسل Z ارائه دهد. این مدل ضمن هم‌راستایی با مطالعات پیشین، نوآوری‌هایی را نیز در تحلیل چندسطحی و پیوند ابعاد اجتماعی با فناوری‌های نوین در بستر فرهنگی ایران ارائه می‌دهد.

۷. منابع

حفیظی اردکانی، نرگس. (۱۳۹۹). بررسی تأثیر ارتباطات بازاریابی رسانه اجتماعی بر نگرش مصرف کنندگان جوان ایرانی. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علوم پزشکی آزاد اسلامی تهران، دانشکده علوم و فناوری‌های نوین.

شیرخدایی، میثم، فلاح لاجیمی، حمیدرضا، ادبی فیروزی، علی، خانجانه کاکرودی، نوید، نجات، سهیل. (۱۴۰۱). بازاریابی اینستاگرامی: انتخاب اینفلوئنسر در صنایع غذایی با رویکرد فوکام. مدیریت بازرگانی، ۱۴(۳)، ۴۹۵-۵۱۸.

طالبی اقدم، بهروز، (۱۴۰۱)، ارتباط بین فعالیتهای پیشبرد فروش با رفتار پس از خرید مشتریان فروشگاههای کالاهای ورزشی شهر تبریز، همایش ملی پژوهش‌های نوین روانشناسی در ورزش و مدیریت.

لندران اصفهانی، سعید و معین الدینی چادگانی، سیدياسر، (۱۴۰۰)، شناسایی و رتبه بندی عوامل مؤثر بر پیشبرد فروش در شرکت های دانش بنیان، فصلنامه مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان، دوره: ۲، شماره: ۱.

مهری، بیتا و شیخ، علیرضا، (۱۳۹۹)، عوامل مؤثر بر تعاملات فرا اجتماعی بین اینفلوئنسر و دنبال کنندگان وی در اینستاگرام و نقش آن در شکل گیری قصد خرید در نسل Z (متولدین بعد از سال ۱۳۷۴)، ششمین کنفرانس ملی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت، حسابداری و اقتصاد سالم در بانک، بورس و بیمه، تهران.

ناصری، عرفان. (۱۴۰۱). آسیب شناسی دلایل افت خرید آنلاین نسل Z پژوهشی مبتنی بر پدیدار شناسی توصیفی. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایلام، دانشکده علوم انسانی.

- Agrawal, V. (2024). Investigation of The Impact of Digital Platforms on Gen Z Purchase Behaviour. *Economic Sciences*, 20(1), 73-100.
- Azimovna, M. S., Ilkhomovna, U. D., & Shokhrukhovich, U. F. (2022). The Concept of Marketing Policy in Trade and Service Enterprises. *Central Asian Journal Of Innovations On Tourism Management And Finance*, 3(8), 1-5.
- Belk, R. W. (2013). Extended self in a digital world. *Journal of consumer research*, 40(3), 477-500.
- De Mooij, M., & Hofstede, G. (2010). The Hofstede model: Applications to global branding and advertising strategy and research. *International Journal of advertising*, 29(1), 85-110.
- Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Slade, E. L. (2022). Influencer marketing and digital consumer behavior: The role of trust and engagement. *Journal of Business Research*, 139, 902-915.
- Erwin, E., Saununu, S. J., & Rukmana, A. Y. (2023). The influence of social media influencers on generation Z consumer behavior in Indonesia. *West Science Interdisciplinary Studies*, 1(10), 1028-1038.
- Grewal, D., Hulland, J., Kopalle, P. K., & Karahanna, E. (2020). The future of technology and marketing: A multidisciplinary perspective. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48, 1-8.
- Jee, T. W. (2021). The perception of discount sales promotions—A utilitarian and hedonic perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63, 102745.
- Kahawandala, N., & Peter, S. (2020). Factors affecting purchasing behaviour of Generation Z. In *Proceedings of the international conference on industrial engineering and operations management* (pp. 1153-1162).
- Kahawandala, N., Peter, S., & Niwunhella, H. (2020, September). Profiling purchasing behavior of Generation Z. In *2020 International Research Conference on Smart Computing and Systems Engineering (SCSE)* (pp. 155-160). IEEE.
- Kim, S., Jang, S., Choi, W., Youn, C., & Lee, Y. (2022). Contactless service encounters among Millennials and Generation Z: the effects of Millennials and Gen Z characteristics on technology self-efficacy and preference for contactless service. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 16(1), 82-100.
- Kotler, P., Pfoertsch, W., Sponholz, U., Kotler, P., Pfoertsch, W., & Sponholz, U. (2021). The current state of marketing. *H2H marketing: The genesis of human-to-human marketing*, 1-28.
- Kuncoro, H. A. D. P., & Kusumawati, N. (2021). a Study of Customer Preference, Customer Perceived Value, Sales Promotion, and Social Media Marketing Towards

- Purchase Decision of Sleeping Product in Generation Z. *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs*, 3(9), 265-276.
- Pramesti, A. I., & Kartawinata, B. R. (2022). The Effect Of Discounts, Vouchers, And Cashbacks On Customer Interest Using Digital Payments (Case Study on ShopeePay Generation Z Users in Bandung City) *Proceedings of the 3rd South American International Industrial Engineering and Operations Management Conference, Asuncion, Paraguay*. 2323-2328.
- Pramesti, A., & Kartawinata, B. (2023). The Effect Of Discounts, Vouchers, And Cashbacks On Customer Interest Using Digital Payments (Case Study on ShopeePay Generation Z Users in Bandung City).
- Putri, A. R., Wardhana, A., & Pradana, M. (2022). The effects of ease of use and promotions on purchasing decisions of generation Z in Bandung. In *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management* (pp. 169-176).
- Radyi, S. A. M., Ridzwan, R., Mohamad, N. M., & Abdul Rahman, M. A. (2024). Influences on Generation Z's purchasing decision-making on e-commerce platforms: Beyond products and website design. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 14, 12-38.
- Rehman, F. U., Javed, F., Shiekh, S. E., & Prokop, V. (2024). Impacts of cultural practices on consumers' buying behavior in sales promotional activities in the settings of COVID-19. *foresight*, 26(5), 921-947.
- Rosin, M., Young, L., Jiang, Y., Vandevijvere, S., Waterlander, W., Mackay, S., & Ni Mhurchu, C. (2023). Product promotional strategies in supermarkets and their effects on sales: A case study of breakfast cereals and drinks in New Zealand. *Nutrition & Dietetics*, 80(5), 463-471.
- Schivinski, B., Muntinga, D. G., Pontes, H. M., & Lukasik, P. (2021). Influencing COBRAs: the effects of brand equity on the consumer's propensity to engage with brand-related content on social media. *Journal of Strategic Marketing*, 29(1), 1-23.
- Sethuraman, P. (2023). Social Media's effect on millennials and generation Z's green purchasing habits. *International Journal of Professional Business Review: Int. J. Prof. Bus. Rev.*, 8(5), 1-16.
- Solomon, M. R. (2022). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (14th ed.). Pearson.
- Štreimikienė, D., Mikalauskienė, A., Sturienė, U., & Kyriakopoulos, G. L. (2021). The impact of social media on sales promotion in entertainment companies. *E&M economics and management.*, 24(2), 189-206.
- Sudirjo, F., Lotte, L. N. A., Sutaguna, I. N. T., Risdiyanto, A., & Yusuf, M. (2023). The Influence of Generation Z Consumer Behavior on Purchase Motivation in E-Commerce Shoppe. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(2), 110-126.

Thangavel, P., Pathak, P., & Chandra, B. (2021). Millennials and Generation Z: a generational cohort analysis of Indian consumers. *Benchmarking: An International Journal*, 28(7), 2157-2177.

Tian, X., Jiang, H., & Zhao, X. (2024). Product assortment and online sales in community group-buying channel: Evidence from a convenience store chain. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 79, 103-138.

Xu, Z. (2024). In What Way Is Gen Z's Purchase Behavior Affected by Social Media. *Communications in Humanities Research*, 38, 153-159.

Zhou, L., Hui, M. K., Zhou, L., & Li, S. (2022). Cultural congruity and extensions of corporate heritage brands: An empirical analysis of time-honored brands in China. *Journal of Consumer Behaviour*, 21(5), 1092-1105.

DOI: [10.71854/soc.2025-1215460](https://doi.org/10.71854/soc.2025-1215460)

A Sociological Analysis of the Challenges to the Development of Rural Cooperatives

Hajar Nazari [8133-0338-0000-0009](https://orcid.org/0009-0000-0000-8133) 

PhD Candidate of Sociology, Department of Sociology, Islamic Azad University, Qom Branch. Qom. Iran

Dr. Hassan Kheiry [0000000197199279](https://orcid.org/0000-0001-1971-9927) 

Full Professor, Department of Sociology, Islamic Azad University, Qom Branch. Qom. Iran

Dr. Mahdi Nasiri [X414-1145-0003-000](https://orcid.org/0000-0003-1145-414X) 

Faculty member of the Department of Sociology, Research Institute of Hawzah and University, Qom, Iran

Abstract:

This study uses the qualitative Grounded Theory Method to provide a sociological analysis of the challenges hindering the development of rural cooperatives in Shahrekord County. Data were collected through in-depth interviews with managers of rural cooperatives and analyzed using a three-step coding process (open, axial, and selective). Finally, the central paradigm of "institutional dependence and social factors in rural cooperatives" was extracted. The findings revealed that the core challenges revolve around economic problems, government interventions, and social factors. These are shaped by causal conditions such as weak management, ineffective government policies, lack of education, administrative bureaucracy, and economic and social constraints. Contextual conditions—such as infrastructural deficiencies, national cultural characteristics, rapid cultural changes—and intervening conditions—like the rise of private companies, weak legislation, ineffective media, and fast-paced ICT development—further intensify these challenges. Proposed strategies include financial facilitation, enhanced information systems, training, promoting participation, improved management, and infrastructural support. The study also identifies significant social and economic consequences of underdeveloped cooperatives, such as increased migration, unemployment, despair, corruption, inequality, and technological lag. This research contributes a conceptual model for understanding structural obstacles to rural cooperative development.

Keywords: Rural Cooperative, Rural Development, Grounded Theory, Social Challenges, Shahrekord County

¹. Correspondence Author: hassan.khairi@gmail.com

تحلیل جامعه شناختی چالش های توسعه شرکت های تعاونی روستایی

هاجر نظری

دانشجوی دکتری جامعه شناسی، اقتصادی و توسعه، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی قم، قم، ایران.

دکتر حسن خیری^۱

استاد تمام گروه جامعه شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قم. قم. ایران. (نویسنده مسئول)

دکتر مهدی نصیری

استادیار گروه جامعه شناسی، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، قم. ایران.

تاریخ ارسال: ۱۴۰۳/۱۲/۱۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۳/۹

چکیده

هدف این پژوهش تحلیل جامعه شناختی چالش های توسعه شرکت های تعاونی روستایی در شهرستان شهرکرد با بهره گیری از روش کیفی نظریه گراند تئوری است. داده ها از طریق مصاحبه عمیق با مدیران تعاونی های روستایی گردآوری و با کدگذاری سه مرحله ای (باز، محوری و انتخابی) تحلیل شدند و در نهایت پارادایم مرکزی «زیرساخت های نهادی توسعه تعاونی های روستایی» استخراج شد. یافته ها نشان داد که مقوله های اصلی چالش ها شامل مشکلات اقتصادی، تدابیر دولتی و عوامل اجتماعی است که تحت تأثیر شرایط علی، نظیر ضعف مدیریتی، سیاست های ناکارآمد دولتی، کمبود آموزش، بوروکراسی اداری، و عوامل اقتصادی و اجتماعی قرار دارند. همچنین شرایط زمینه ای چون ضعف زیرساخت ها، فرهنگ ملی و سرعت تغییرات فرهنگی، و شرایط مداخله گر مانند حضور شرکت های خصوصی، ضعف قوانین، نارسایی رسانه ها و رشد سریع فناوری های ارتباطی در شدت یافتن این چالش ها مؤثر بوده اند. راهبردهای پیشنهادی شامل ارائه تسهیلات، تقویت سیستم اطلاع رسانی، آموزش، افزایش مشارکت، بهبود مدیریت و توسعه زیرساخت ها است. در نهایت، پیامدهای اجتماعی و اقتصادی چون افزایش مهاجرت، کاهش اشتغال، گسترش ناامیدی، فساد، نابرابری و عقب ماندگی فناوری به عنوان نتایج عدم توسعه مطلوب تعاونی های روستایی شناسایی شد. این پژوهش با ارائه الگویی مفهومی، به درک عمیق تری از عوامل بازدارنده توسعه در این حوزه کمک می نماید.

واژگان کلیدی: تعاونی روستایی، توسعه روستایی، نظریه گراند تئوری، چالش های توسعه، شهرستان شهرکرد

^۱. نویسنده مسئول: hassan.khairi@gmail.com

مقدمه و بیان مساله

نیمی از جمعیت جهان در نواحی روستایی زندگی می‌کنند که از نظر فقر زیاد، سوء تغذیه و سطح سواد کم، بخشی از جمعیت جهان به شمار می‌آیند. رفع معضلات این جمعیت عظیم از طریق برنامه‌ریزی آگاهانه و توسعه روستایی امکان‌پذیر است و توسعه روستایی با مشارکت روستاییان در تصمیم‌سازی، اجرا، سهم بردن از منافع و نظارت و ارزیابی تحقق می‌یابد.

در ۴۰ سال گذشته ۳۲ هزار روستا و آبادی در کشور کاهش پیدا کردند. تعداد روستاهای کشور از حدود ۹۲ هزار روستا در سال ۱۳۵۵ به ۶۰ هزار روستا در سال ۱۳۹۵ کاهش یافته است. یکی از عوامل اصلی این کاهش جمعیت روستایی را می‌توان در بیکاری جوانان یافت. توسعه امکانات تعاونی‌های روستایی یکی از راه‌حل‌های کاهش بیکاری و در نتیجه پیشگیری از مهاجرت بیش‌از حد جمعیت روستایی است.

با ایجاد و توسعه تعاونی‌ها در مناطق روستایی، توانایی‌های روستاییان بیشتر می‌شود و این امر باعث کارآفرینی، فقرزدایی و تأمین معیشت مردم، مدیریت بحران، ریسک‌پذیری، انتخاب‌های آگاهانه‌تر و کاهش آسیب‌پذیری در زندگی توسط روستاییان تأثیر می‌گذارد (برقی و شایان، ۱۳۹۶: ۱۱۴). این تعاونی به عنوان یک نهضت اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی در ایران از سال ۱۳۰۳ شمسی با تصویب اولین قانون تجارت زمینه‌ی قانونمند شدن را به دست آورد.

فرآیند توسعه پایدار روستایی به عوامل و شرایط مختلفی بستگی دارد که یکی از مهم‌ترین عوامل آن، توسعه تعاونی‌ها بوده که می‌تواند همگام با سیاست‌های دولت در بهبود شرایط کار، زندگی، تولید، ارائه خدمات، ارتقاء سطح درآمد و وضعیت اجتماعی مردم روستا نقش مؤثری ایفاء نماید (طالب، ۱۳۹۱).

همچنین شرکت‌های تعاونی روستایی همگام با اجرای برنامه‌ی اصلاحات ارضی سال ۱۳۴۲ جهت تهیه و تدارک وام، نهادهای کشاورزی، کالاهای مصرفی مورد نیاز و خرید و فروش محصولات کشاورزی

132.... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

اعضاء روستایی به‌عنوان یک نهاد توسعه‌ای برای رفاه و ارتقاء سطح زندگی آنان به وجود آمد. بعد از پیروزی انقلاب اسلامی همچنین در قانون اساسی جمهوری اسلامی اصول ۴۳ و ۴۴ بخش تعاون با بخش دولتی و خصوصی به‌عنوان یکی از بخش‌های سه‌گانه اقتصاد کشور مشخص کرد.

به‌طور کلی با کمک تعاونی‌های روستایی به‌طور مستقیم در کاهش فقر از طریق پیشرفت اقتصادی و اجتماعی اعضا و به‌طور غیرمستقیم، از طریق تحرک اقتصادی و توسعه پایه‌های اجتماعی جوامعی که در آن به فعالیت می‌پردازند، تأثیرگذار بوده‌اند. شرکت‌های تعاونی روستایی از سازمان و مدیریت نوین و نسبتاً علمی و تخصصی برخوردارند. در قالب چنین سازمانی است که انرژی‌ها و نیروهای پراکنده روستایی از وحدت و انسجام جمعی عام برخوردار می‌شوند و فرصتی مناسب پدید می‌آید تا با حفظ هویت‌ها و انگیزه‌های فردی و خانوادگی خود با یکدیگر به مشارکت، همکاری و همیاری متقابل بپردازند. تقویت تعاونی‌ها در حقیقت تضمین‌کننده یک اقتصاد ملی سالم در کشورها است.

با توجه به توضیحات فوق و مبانی موضوع، توجه بیش‌ازپیش به شرکت‌های تعاونی روستایی به‌عنوان توجه بیشتر به جامعه تعاونی روستایی ضرورت دارد. مطالعات گذشته نشان می‌دهد که با توجه به حضور چندین ساله شرکت‌های تعاونی در مناطق روستایی و داشتن نقش مهم در حوزه خدمات به این مناطق، هنوز توسعه این شرکت‌ها با چالش‌های بسیاری مواجه است و موانع زیادی در توسعه آن وجود دارد که کارایی و اثربخشی آن‌ها را کاهش داده‌است. بر این اساس، تحقیق حاضر در پی تحلیل جامعه‌شناختی چالش‌های پیش روی توسعه شرکت تعاونی‌های روستایی شهرستان شهرکرد می‌باشد. بنابراین با توجه به توضیحات فوق، سؤال اصلی تحقیق این است: چالش‌های پیش روی توسعه شرکت تعاونی‌های روستایی شهرستان شهرکرد از منظر تحلیل جامعه‌شناختی چیست؟

پیشینه تحقیق

در پژوهش کاظمیه و همکاران (۱۴۰۲) با عنوان «شناسایی موانع توسعه شرکت‌های تعاونی روستایی شهرستان ارومیه» نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که موانع توسعه شرکت‌های تعاونی روستایی شهرستان ارومیه در قالب هفت عامل فرهنگی- اجتماعی، ویژگی‌های ساختاری، اقتصادی، مدیریتی، سیاسی، سازمانی- حمایتی و خدماتی طبقه‌بندی شدند. رستم‌زاده (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «بررسی مشکلات شرکت‌های تعاونی تولید روستایی در حمایت از تولیدات روستائیان استان خراسان شمالی» به این نتیجه رسیده است که مشکلات مالی و اقتصادی، کمبود نقدینگی، زمان‌بر بودن فرایند دریافت وام و تسهیلات بانکی از اهمیت بیشتری برخوردارند.

شهریاری مقدم و همکاران (۱۳۹۷) پژوهشی تحت عنوان «شناسایی مخاطرات اثرگذار بر مدیریت شرکت‌های تعاونی کشاورزی در منطقه سیستان» به نگارش درآورده است. طبق نتایج، تأمین منابع مالی پایدار به‌عنوان اثرگذارترین عامل در مدیریت شرکت‌های کشاورزی این منطقه بیان شد. سامیان و موحدی (۱۳۹۷) تحقیقی با موضوع «چالش‌ها و موانع توانمندی تعاونی‌های تولید روستایی استان همدان» به انجام رساندند. نتایج نشان داد، موانع و مشکلات موجود بر سر راه توانمندی روستایی را سه عامل تخصصی و حرفه‌ای، مدیریتی، سیاسی و قانونی با ۵۷/۵۳ درصد واریانس اعلام کرده‌اند.

در پژوهش فیصلی و نیکنامی (۲۰۲۱) با عنوان «تعاونی‌های کشاورزی: شواهدی از مناطق کویری ایران» نتایج نشان داد که تعاونی‌های کشاورزی بر کارکردهای اجتماعی، آموزشی، اقتصادی و تولیدی منطقه مورد مطالعه تأثیر مثبت داشته است. سلطانا و همکاران^۱ (۲۰۲۰) در پژوهشی تحت عنوان «بررسی شرایط پایداری تعاونی‌های کشاورزی: مطالعه موردی تعاونی لبنیات منطقه سراجونج در بنگلادش» به مطالعه پرداختند. مستروناردی و همکاران^۲ (۲۰۲۰) در مطالعه‌ای با موضوع «از بین بردن شکاف‌های منطقه‌ای: تعاونی‌های مستقر در جامعه به‌عنوان ابزاری برای مقاوم‌سازی مناطق داخلی ایتالیا» به پژوهش

^۱ . Sultana et al

^۲ . Mastronardi et al

پرداختند. اوزگول و همکاران^۱ (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان «پیشرفت، چالش ها و فرصت های تعاونی های انرژی های تجدید پذیر در ترکیه» به این نتیجه رسیدند که تعاونی های انرژی تجدید پذیر می تواند برای تأمین منابع محلی و تجدید پذیر به کار رودند به طوری که مردم منطقه از این انرژی استفاده کنند. سبهاتو و همکاران^۲ (۲۰۲۰) در تحقیقی با موضوع «نزاع، تقلب و بی اعتمادی در تعاونی های کشاورزی اتیوپی» به مطالعه پرداختند. نتایج نشان می دهد که عواملی نظیر: سن اعضاء تعاونی، تعداد کارمندان، پرداخت سود سهام بر اساس حجم معاملات و عدم هماهنگی اهداف اعضا موجب بروز این عوامل شده است.

همان طور که مشاهده می شود تحقیقات زیادی در مورد موانع موجود در مسیر رشد تعاونی های روستایی انجام شده است، اما کمتر پژوهشی به صورت جامع و از منظر جامعه شناختی به بررسی چالش های پیش روی این تعاونی ها پرداخته است. همچنین از نظر روش شناسی، اغلب تحقیقات پیشین از روش های کمی و میدانی استفاده کرده اند و کمتر به روش های کیفی پرداخته اند. تفاوت عمده این پژوهش با تحقیقات پیشین در این است که در این پژوهش از روش گردند تئوری بهره گرفته شده است. این روش با استفاده از رویکرد کیفی برای تحلیل داده ها، به درک عمیق تر از مسائل و چالش های تعاونی های روستایی کمک خواهد کرد.

تعریف مفاهیم نظری

شرکت تعاونی

در تعریف شرکت تعاونی^۳ می توان به بیانیه هویت تعاونی که توسط «اتحادیه بین المللی تعاون»^۴ (۲۰۰۹) اعلام شده، اشاره نمود. به موجب این تعریف، تعاونی اجتماع مستقل از افرادی است که به منظور تأمین نیازها و اهداف مشترک اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خود از طریق اداره و نظارت

^۱ . Ozgul et al

^۲ . Sebhatu et al

^۳ . Cooperative

^۴ . ICA

دموکراتیک به مؤسسه‌ای با مالکیت مشاع، با همدیگر به نحو اختیاری توافق کرده‌اند. تعاونی به ارزش‌های اخلاقی، صداقت، آزادی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و دگرخواهی معتقد است (عباسی، ۱۳۸۶: ۸۷).

شرکت تعاونی شرکتی است که در آن یک گروه از افراد جامعه با میل و علاقه برای رسیدن به اهداف مشترک اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی طبق اساسنامه شرکت‌های تعاونی و قوانین مربوط دورهم جمع شده و به صورت عادلانه با سرمایه‌گذاری مشترک فعالیت را شروع نموده و در سود و زیان آن نیز سهم می‌گردند. این شرکت بر پایه اول تعاون و تفاهم متقابل تشکیل می‌شود و انگیزه اعضا آن صرفاً تجاری نیست و در آن شرکت همیاری صرف اول است (رستمی شهربابکی، ۱۳۸۸: ۸۱).

دفتر بین‌المللی کار^۱ شرکت تعاونی را چنین تعریف کرده است: شرکت تعاونی عبارت است از اجتماعی از افراد که با طیب خاطر و آزادانه برای رسیدن به هدف‌های مشترک از طریق ایجاد سازمانی که به صورت دموکراتیک اداره می‌شود، گرد می‌آیند هر یک از اعضای چنین سازمانی، تأمین کردن سرمایه لازم را به نسبت معقولی متعهد می‌شود و متقابلاً سهم منصفانه‌ای از سود و زیان حاصل از کار دسته‌جمعی که به صورت فعالانه در آن مشارکت کرده‌اند، نصیبشان خواهد شد (طالب، ۱۳۹۱: ۱۱۴). با توجه به نکات مطرح در قانون بخش تعاونی اقتصاد جمهوری اسلامی ایران، شرکت تعاونی به صورت زیر تعریف می‌شود. «شرکت تعاونی، شرکتی است که بین اشخاص حقیقی برای فعالیت در امور مربوط به تولید و توزیع در جهت اهداف مطرح در قانون بخش تعاونی و به منظور بهبود وضع اقتصادی و اجتماعی اعضاء از طریق همکاری و تشریک‌مساعی آن‌ها با رعایت مقررات قانون مزبور تشکیل می‌شود» (سالاری، ۱۳۸۹: ۲۱).

بانک جهانی معتقد است که تعاونی‌های روستایی، تولیدکننده محصولات جدید و بازارهای تازه هستند و به کمک این تعاونی‌ها، سرمایه‌گذاری در مناطق روستایی رونق می‌یابد و توسعه روستایی

^۱ . ILO

هدایت و تقویت می‌شود (بانک جهانی، ۱۹۹۵: ۱۲۶) تعاونی‌های روستایی نقش بسیار مهمی در کاهش فقر روستایی ایفا می‌نمایند و می‌تواند سرویس‌ها و خدماتی را که دولت قادر به تأمین آن‌ها برای مردم نیست، فراهم آورند.

ادبیات نظری

سن سیمون^۱ خوشبختی و سعادت جامعه بشری را در همکاری و تعاون جستجو نموده و عقیده داشت، هرگاه پایه همکاری و تعاون سست شود فساد و تباهی رشد کرده و قوت گرفته و بشریت به طرف سقوط کشانده خواهد شد. سن سیمون به تولیدکنندگان بها می‌داد (شکیبا مقدم، ۱۳۹۲: ۴۱). رابرت آون را پدر تعاون لقب داده‌اند. آون در نظر داشت، تعاون و همکاری را جایگزین رقابت و جدال اقتصادی کند. آون برای بررسی علل فقر عمومی و طرق از میان برداشتن آن، به فکر ایجاد دهکده‌های تعاونی و اساسنامه‌ای مربوط به این دهکده منتشر کرد (طالب، ۱۳۹۱: ۳۰). وی گسترش شرکت‌های تعاونی تولیدی و مصرف را برای زدن پلی بین سرمایه‌داری و سوسیالیسم پیشنهاد کرد. فیلیپ بوشه را بانی شرکت‌های تعاونی تولید کارگری می‌دانند. وی در مورد بحران‌های اقتصادی و جلوگیری از بروز آن‌ها، به ارتباط نزدیک دوطبقه تولیدکننده و مصرف‌کننده می‌پردازد که در اثر این رابطه، تولیدکننده، مصرف‌کننده را به تأمین کالاها و خدمات موردنیازش وادارد.

^۱ . Henry de Saint Simon

ویلیام کینگ^۱، همکاری و تعاون را از خصائص فطری بشر به شمار می‌آورد و شرکت تعاونی را یک سازمان اجتماعی می‌داند که به نیروی اراده افراد متکی بوده و مظهر تمایلات آنان می‌باشد. هیچ قدرتی در جهان نمی‌تواند تعاون و همکاری را از فرم ارادی خارج سازد و آن را به‌صورت جبری درآورد. بنابراین نهضت تعاونی باید به قدرت معنوی و ارادی افراد متکی باشد زیرا، چنانچه به قدرت‌های خارجی تکیه کند از میان خواهد رفت.

فوریه معتقد بود که انسان به‌جای پنج حس، دوازده حس دارد که یکی از این حواس دوازده‌گانه حس همیاری و تعاون می‌باشد. وی می‌گوید اجتماعات تعاونی تولید مصرف، باید به تعداد زیاد تشکیل شود و افراد به میل و رغبت در آن به کار پردازند. فوریه به موضوع تولید توجه خاصی معطوف داشته و مقابله با تورم و افزایش قیمت‌ها را از طریق افزایش تولید میسر می‌دانست. او معتقد بود افزایش تولید، عامل مهمی برای فقرزدایی است زیرا هرقدر بر میزان تولید افزوده شود، درآمد ملی رشد بیشتری پیدا خواهد کرد و چنانچه تولید به حداکثر خود برسد، خوبی و بدی توزیع، عامل مهمی به حساب نمی‌آید. او پروردن قوام و دوام هر حکومتی را موقوف به وجود تعاون و همکاری بین افراد می‌داند، لذا از اصل همبستگی و تعاون، جانب‌داری می‌نماید (طالب بیگی، ۱۳۹۱: ۵۰).

لوئی بلان معتقد است، به دلیل بیکاری و کاهش دستمزد کارگران مشکلات اجتماعی – اقتصادی زیادی در جامعه فرانسه به وجود آمده بود بلان برای مقابله با این وضع طرح « کارگاه اجتماعی» را ارائه داد این کارگاه اجتماعی همان شرکت تعاونی تولید کارگری می‌باشد. وی برای ادغام کشاورزی و صنعت، ایجاد کارگاه‌های تعاونی کشت صنعت را مورد توجه قرار داد (طالب، ۱۳۹۱: ۵۲). بلان اعتقاد داشت جامعه باید امکان کار کردن هر فرد را متناسب با توانایی‌های او فراهم کند و حقوق اولیه انسانی او را برای زندگی تأمین کند، که این امر در صورت رقابت آزاد اقتصادی و اختلافات طبقاتی میسر نیست و برای تحقق آن، تأسیس شرکت‌های بزرگ تولیدی را پیشنهاد کرد. اساس کار شرکت‌های پیشنهادی بلان، آزادی انتخاب و تعاون و همکاری بود. به اعتقاد بلان دولت

^۱ . William King

در آغاز تشکیل این شرکت‌ها وظیفه داشت که سرمایه شرکت را تأمین کند و مدیر انتصابی موقتی برای شرکت تعیین نماید. وی می‌گفت: بعد از آشنایی کارگران با نحوه اداره شرکت، مسئولیت آن بایستی به آن‌ها واگذار شود. بلان طرفدار اقتصاد دولتی بود که در طرح‌های خود کمک‌های دولتی را موقتی می‌دانست (طالب، ۱۳۹۱: ۵۲).

فوکو^۱ تعاونی را یک واحد اقتصادی دانسته و عقیده داشت که برای تشکیل آن عامل اصلی، وجود یک انگیزه اقتصادی است. او آن دسته از شرکت‌های تعاونی را اصیل می‌دانست که بر اساس عضویت اختیاری به وجود آمده باشند و دولت یا شهرداری‌ها آن‌ها را تشکیل نداده باشند. او با دخالت دولت در تعاونی‌ها مخالف بوده و به استقلال داخلی تعاونی‌ها اعتقاد دارد. او می‌نویسد: دولت و شرکت‌های تعاونی نمی‌توانند باهم سازش داشته باشند زیرا هر یک تابع اصول و مقررات ویژه‌ای هستند که در جهت مخالف یکدیگر سیر می‌کنند. نظام دولتی اقتضا می‌نماید که همه‌چیز تابع رأس باشد یعنی حکومت رأس بر قاعده وجود دارد و در این میان، افراد به حساب نمی‌آیند. در حالی که در تعاونی، عکس نظام دولتی عمل می‌شود. به عبارت دیگر اگر جامعه را به صورت هرمی در نظر بگیریم، دولت در رأس آن به مردم که در قاعده قرار گرفته‌اند، حکومت می‌کند در حالی که اصول حکومت شرکت‌های تعاونی درست عکس این بوده و رأس باید از قاعده تبعیت نماید (کریم، ۱۳۹۴: ۲۱).

روش تحقیق

پژوهش حاضر با روش گراند تئوری (GTM^۲) از تکنیک‌هایی مانند مصاحبه و مشاهده همراه با مشارکت، بهره گرفته می‌شود. استفاده از روش گراند تئوری به این دلیل انتخاب شده است که موضوع پژوهش (چالش‌های توسعه تعاونی‌های روستایی) فاقد مدل نظری منسجم و تئوری پردازی بومی است. هدف پژوهش تولید نظریه‌ای برخاسته از داده‌های میدانی در زمینه‌ای پیچیده، چندبعدی و اجتماعی است؛

^۱ . George Fouquet

^۲ Grounded Theory Method

لذا روش گراندد که مناسب کشف مفاهیم و روابط جدید از دل داده‌ها است، رویکردی مناسب و ضروری برای این مطالعه بوده است. بدین منظور در گام اول با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند به گردآوری اطلاعات پرداخته شد. در این روش افراد به منزله حلقه‌های زنجیری تلقی می‌شوند که یکدیگر را معرفی می‌کنند و واحدهای جمع‌آوری داده‌های جدید به عنوان مکمل واحدهای قبلی انتخاب می‌شوند. این روش معمولاً هنگامی مورد استفاده قرار می‌گیرد که امکان تهیه چارچوب آماری وجود ندارد و از طرفی اعضای نمونه نسبت به یکدیگر شناخت دارند (ازکیا و دربان آستانه، ۱۳۸۹: ۲۴۴). در این گام به مصاحبه عمیق با متخصصین شرکت‌های تعاونی شهرستان شهرکرد پرداخته شد. در مصاحبه تخصصی فرض می‌شود که تجربیات فرد مورد بررسی در یک حوزه مشخص در قالب دانشی معناشناختی و روایی ذخیره و به هنگام لزوم یادآوری می‌شود. مؤلفه اصلی این مصاحبه آن است که محقق به دفعات از مصاحبه‌شونده می‌خواهد تا وضعیت‌ها را برای او روایت کند (فلیک، ۱۳۸۸: ۲۰۲).

حجم نمونه بر مبنای نظریه تعریف می‌شود. نظریه‌ای که در حال شکل‌گیری است، مبنا و معیار نمونه‌گیری است. برای مثال چنین معیاری می‌تواند این باشد که مورد بعدی تا چه حد به تدوین نظریه کمک خواهد کرد و با آن ارتباط خواهد داشت (فلیک، ۱۳۸۸: ۱۳۸). در نمونه‌گیری نظری، موضوع مهم، به «اشباع رسیدن داده‌ها»^۱ است. اشباع عبارت است از این که با ادامه جمع‌آوری داده‌ها، داده‌های جمع‌آوری شده، تکرار داده‌های قبلی باشد و اطلاعات جدیدی حاصل نگردد. در تحقیقات کیفی تکرار نکات مهم و برجسته در صورت ادامه مطالعه، نشانه کفایت حجم نمونه است (ابولمعالی، ۱۳۹۱: ۱۲۳). در این روش پژوهشگر باید دلایل کافی برای مصاحبه‌های دیگر داشته باشد و تشخیص بین یک دلیل هدفمند و یک دلیل در دسترس اهمیت دارد چون، در روش در دسترس ممکن است به داده‌های غنی‌تر

^۱ Data Saturation

دست‌نیاییم (Yin, 2011: 89). در تحقیقات کیفی، افرادی را که در تحقیق شرکت می‌کنند «فرد»^۱ یا «نمونه» نمی‌گویند بلکه به آن‌ها «مشارکت‌کننده»^۲ یا «مطلع»^۳ گفته می‌شود (Burns, 2011: 143). نظریه از طریق مقایسه سطوح تحلیل، داده‌ها را با یک نوع فعل و انفعال خاصی مطالعه می‌کند. به این صورت که ابتدا داده‌ها را با کدها مقایسه می‌کند، بعد معناداری کدها را به مقولات موقتی افزایش می‌دهد. در مرحله بعد، داده‌ها و کدها را با این مقولات موقتی مقایسه می‌کند، سپس مقولات را مانند یک مفهوم در نظر می‌گیرد. در مرحله آخر مفاهیم را با مفاهیم مقایسه می‌کند، به گونه‌ای که ممکن است شامل مفاهیم مرتب و منظم شود (Denzin & Lincoln, 2011: 361).

در روش گراند تئوری، تجزیه و تحلیل از سه نوع کدگذاری^۴ تشکیل شده است: (۱) کدگذاری باز^۵ (۲۲ کدگذاری محوری^۶ (۳) کدگذاری انتخابی^۷ (استراوس و کوربین، ۱۳۸۷: ۸-۵۷). در کدگذاری محوری، پژوهشگر باید میان یک مقوله و مقوله‌های فرعی‌اش پیوند برقرار کند. این کار با به‌کارگیری یک «مدل پارادایمی»^۸ شامل «شرایط علی»^۹، «پدیده»^{۱۰}، «زمینه»^{۱۱}، «شرایط مداخله‌گر»^{۱۲}، راهبردهای عمل / تعامل^{۱۳} و «پیامدها»^{۱۴} انجام می‌شود. همچنین در فرایند کدگذاری «مقوله هسته‌ای»^{۱۵} یا محوری انتخاب

¹ subject

² Participant

³ Informant

⁴ Coding

⁵ Open coding

⁶ Axial coding

⁷ Selective coding

⁸ Paradigm model

⁹ Causal Conditions

¹⁰ Phenomenon

¹¹ Context

¹² Intervening Condition

¹³ Action/Interaction Strategies

¹⁴ Consequences

¹⁵ Core Category

شده و ارتباط منظم آن با دیگر مقوله‌ها و افزایش اعتبار این روابط با جستجوی موارد تصدیق یا عدم تصدیق انجام می‌گیرد. در این فرایند مقولات فرعی به مقوله‌های اصلی بر طبق مدل پارادایمی یا مدل نظریه‌ای^۱، مرتبط می‌شوند (ازکیا و ایمانی جاجرمی، ۱۳۹۰: ۱۰۳-۹۶).

مدیران شرکت‌های تعاونی روستایی شهرستان شهرکرد، واقع در استان چهارمحال و بختیاری، در این پژوهش به‌عنوان جامعه مورد مطالعه پژوهش در بخش کیفی مطرح می‌باشند که، با رویکرد هدفمند و با روش گلوله برفی انتخاب شدند. در این پژوهش از مصاحبه ۱۴ به بعد تکرار داده‌ها و اطلاعات مشاهده می‌شد، اما برای اطمینان از کفایت نظری مصاحبه تا نفر ۱۷ از مدیران تعاونی‌های روستایی شهرستان شهرکرد ادامه پیدا کرد.

¹ Theoretical Model

142.... پژوهش های جامعه شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

جدول ۱: مشخصات مشارکت کنندگان

ردیف	نام	سن	تحصیلات
1	آقای نصیری	37 سال	لیسانس
2	آقای رضایی	41 سال	دیپلم
3	آقای کیانی	42 سال	فوق لیسانس
4	آقای طاهری	48 سال	دیپلم
5	خانم ظهرا بی	43 سال	لیسانس
6	خانم ایزدی	40 سال	فوق لیسانس
7	آقای اسدی	49 سال	دیپلم
8	آقای محمدی	44 سال	لیسانس
9	آقای شیروانی	43 سال	لیسانس
10	خانم رستمی	44 سال	دیپلم
11	خانم داوری	41 سال	لیسانس
12	خانم سلیمی	45 سال	لیسانس
13	خانم ناصری	43 سال	فوق لیسانس
14	آقای ریاحی	45 سال	دیپلم
15	آقای فاضلی	36 سال	لیسانس
16	آقای محمودی	42 سال	دیپلم
17	آقای حسن پور	38 سال	لیسانس

تحلیل داده ها، محور اصلی نظریه برخاسته از داده ها است (نصیری، ۱۳۹۹). با استفاده از تکنیک سه نوع کدگذاری روش گراندد تئوری در بخش کیفی به تجزیه و تحلیل داده های موردنظر پرداخته شد و تلاش گردید تا به الگوی مناسب در جهت توسعه شرکت های تعاونی روستایی دست یابیم. در این پژوهش تلاش شد تا با استفاده از روش های ده گانه مطرح شده برای کسب روایی در پژوهش گراندد

تحلیل جامعه‌شناختی چالش‌های توسعه شرکت‌های تعاونی روستایی

143.....

تنوری، روایی را افزایش داد ولیکن محدودیت روایی و پایایی هنوز هم نسبت به تحقیقات کمی وجود دارد.

جدول ۲: نمونه‌ای از نکات کلیدی و کدگذاری باز برای مصاحبه اول (خط داستان)

نشانه‌گر	نکات کلیدی	کد
MB1	اساسنامه شرکت‌های تعاونی روستایی دهه 50 نوبت مجلس مصوب شده و پس از آن آئین نامه‌های مکمل آمده، ولی در ساختار تعاونی‌های روستایی هنوز از همان اساسنامه تبعیت می‌کنند	عدم بروز قوانین در ساختار تعاونی‌ها
MB2	جوانان انگیزه‌ای برای عضویت در تعاونی‌های روستایی ندارند، چون تعاونی‌ها تشکلهای خود را بروز نکرده‌اند بنابراین قشر جوان و باسواد تمایلی به عضویت ندارند.	عدم تمایل قشر جوان و باسواد به مشارکت در تعاونی‌های روستایی
MB4	تجمع سرمایه صورت نگرفته که شرکت‌های تعاونی بتوانند با هم تعامل داشته باشند بنابراین تعاونی‌ها با هم همکاری ندارند و نمی‌توانند یک بنگاه اقتصادی را تشکیل دهند.	عدم تمایل شرکت‌های تعاونی روستایی به همکاری با هم
MB32	پس از هدفمندی یارانه‌ها بسته حمایتی برای تعاونی‌های روستایی در نظر گرفته نشد و در نتیجه سرمایه‌ها تجمع پیدا نکرد و بنگاه اقتصادی به روزی شکل نگرفت..	عدم حمایت تعاونی‌ها بعد از هدفمندی سازی یارانه‌ها
MB27	اکثر سهامداران شرکت‌های تعاونی روستایی بالغ بر 30 درصد فوت کرده‌اند و نسل جدید هم عضویتی شکل نگرفته و اکثر اعضای تعاونی، دارای سن بالایی هستند و قشر جوان تمایلی به عضویت ندارند و اگر هم باشند به‌عنوان جایگزین والدین خود آمده‌اند که آن‌ها هم کار خاصی انجام نمی‌دهند.	فوت اکثر سهامداران (30 درصد) تعاونی‌های روستایی و عدم عضویت نسل جدید

یافته‌های پژوهش

مقوله هسته

پژوهش حاضر با بهره‌گیری از روش گراندد تنوری و طی فرایند سه‌مرحله‌ای کدگذاری (باز، محوری، انتخابی) و تدوین مدل پارادایمی استراوس و کوربین، پس از تحلیل و کدگذاری داده‌ها، ۳ مقوله فرعی از ۱۱ مفهوم اتخاذ شده از ۳۷ کد نهایی برای مقوله هسته‌ای استخراج گردید و در نهایت پارادایم

144.... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

مرکزی «زیرساخت‌های نهادی توسعه تعاونی‌های روستایی» استخراج شد. این پارادایم از پیوند مفهومی میان شرایط علی (عوامل اقتصادی، مدیریتی، سیاسی، آموزشی و بوروکراتیک)، شرایط زمینه‌ای (فرهنگ ملی، زیرساخت ضعیف، تغییرات فرهنگی شتاب‌دار)، شرایط مداخله‌گر (شرکت‌های خصوصی، ضعف قوانین، رسانه، نیروی انسانی و رشد فناوری)، راهبردهای اجرایی (مشارکت، آموزش، حمایت دولتی و بهینه‌سازی اطلاع‌رسانی و امکانات و زیرساخت‌ها) و پیامدها (مهاجرت، اشتغال، نابرابری، فساد، عقب‌ماندگی فناورانه) حاصل شد.

این پارادایم نشان می‌دهد که شرکت‌های تعاونی روستایی در ساختاری پیچیده، متأثر از ضعف در زیرساخت‌های نهادی توسعه تعاونی‌های روستایی، به نهادهای دولتی وابسته شده و دچار ناکارآمدی در چرخه‌ای بازدارنده از توسعه گرفتار شده‌اند. نظریه برخاسته از داده‌ها نیز بر این مبنا استوار است که، بدون اصلاح این زیرساخت‌های نهادی و تقویت مشارکت مردمی، توسعه‌ی پایدار در تعاونی‌های روستایی ممکن نخواهد بود.

مسائل اقتصادی را می‌توان ازجمله مهم‌ترین چالش‌های توسعه شرکت‌های تعاونی روستایی در نظر داشت. عدم تخصیص ردیف اعتباری جامع و کامل برای حمایت از تعاونی‌ها، عدم تحقق سهم ۲۵ درصدی تعاونی‌ها در اقتصاد کشور طبق قانون، هزینه کردن تسهیلات در بخش‌های اداری و پرسنلی، عدم ایجاد شبکه‌های اقتصادی به‌صورت هدفمند و با مدل مشخص، عدم تناسب در تصمیمات کلان کشور و منطقه، عدم طراحی شبکه اجتماعی و اقتصادی بر مبنای نقطه‌ضعف شرکت‌های تعاونی روستایی، رقابت‌های زیاد و قوی در بازار، عدم توانایی شرکت‌های تعاونی با رقابت با فروشگاه‌ها بزرگ در بخش خصوصی مثل افق کوروش، بخش‌های دولتی مثل شرکت غله، متصدی زمین زدن شرکت‌های تعاونی روستایی، عدم استقلال شرکت‌های تعاونی در ارائه خدمات مرتبط، عدم اجازه دولت به شرکت‌های تعاونی در تنظیم بازار، عدم اجازه دولت به شرکت‌های تعاونی روستایی برای سوددهی شرکت‌ها و عدم ایجاد بستر برای استقلال شرکت‌های تعاونی و ایجاد کارگاه‌های تولیدی، ازجمله چالش‌های اقتصادی سر راه توسعه شرکت‌های تعاونی روستایی هستند.

در ادامه بررسی چالش‌های پیش‌روی شرکت‌های تعاونی روستایی، عوامل اجتماعی مورد ارزیابی قرار داده شد. دیدگاه منفی مردم نسبت به شرکت‌های تعاونی روستایی، عدم رغبت و تمایل مردم به خرید از شرکت‌های تعاونی روستایی، ورشکستگی اکثر شرکت‌های تعاونی روستایی و نارضایتی اعضای آن، عدم انگیزه و رکود شرکت‌های تعاونی روستایی در توسعه و پیشرفت، عدم ارتباط تعاونی‌های استانی با دیگر شرکت‌های تعاونی روستایی در سراسر کشور، عدم استفاده از تجربیات شرکت‌های تعاونی روستایی برتر و نمونه ملی و بین‌المللی، عدم تبلیغات و اطلاع‌رسانی نسبت به محصولات تعاونی‌های روستایی، عدم همبستگی اعضا، معضلی برای توسعه شرکت‌های تعاونی روستایی، عدم شرکت هیئت‌مدیره و اعضاء تعاونی‌ها در کلاس‌های آموزشی و نبود آموزش‌های اقتصادی به هیئت‌مدیره برای جلوگیری از ضرر و زیان، به‌عنوان چالش‌های توسعه شرکت‌های تعاونی روستایی شناسایی شدند.

آموزش نیز یکی از جنبه‌های مهم تعاونی است که بدون آن رسالت تعاونی کاملاً ناکام خواهد ماند و خود به‌تنهایی چالشی مهم در توسعه شرکت‌های تعاونی روستایی قلمداد می‌شود. علت این امر این است که، به‌طوری‌که به‌کرات یادآوری شد، در این شرکت‌ها مانند شرکت‌های سرمایه‌ای جاذب سرمایه، سودآوری و درک ساده مزایای آن برای همه وجود ندارد و موفقیت آن صرفاً بر اصول و ضوابط اخلاقی و اجتماعی است و این امر مستلزم آموزش و توجیه است. ازجمله عوامل دیگری که در موفقیت یا عدم موفقیت یک شرکت تعاونی تأثیرگذار است، آگاهی اعضاء و کارکنان آن تعاونی از اصول، اهداف و ماهیت شرکت تعاونی است. لذا لازم و ضروری است که شرکت‌های تعاونی اصول تعاون را بدون فداکردن کفایت و کارایی خود حفظ نمایند. اصول تعاون، دستورالعمل‌هایی هستند که طبق آن‌ها تعاونی‌ها تحقق ارزش‌ها را عملی می‌سازند.

مصاحبه‌ها نشان از آن دارد که دولت حضور بسیار پررنگی در فعالیت و اداره شرکت‌های تعاونی دارد. این مسئله سبب شده تعاونی‌های موجود نتوانند به‌صورت کاملاً مستقل عمل کنند و کارایی اقتصادی داشته باشند. از طرف دیگر فعالان اقتصادی هم با توجه به وضع موجود و دخالت دولت در امور تعاونی‌ها، انگیزه کافی برای شروع فعالیت اقتصادی در قالب تعاونی را ندارند. ضروری است که دولت‌ها برای پیشبرد وضعیت عمومی تعاونی‌ها، سیاست‌هایی را تنظیم نمایند تا تعاونی‌ها در سطحی واقع شوند که بتوانند با شرکت‌های خصوصی و دولتی رقابت کنند.

شرایط علی

شرایط علی شرایطی هستند که به‌صورت مستقیم بر مقوله هسته‌ای اثر می‌گذارند و به دلیل وقوع آن‌ها، مقوله هسته‌ای نیز رخ می‌دهد. با توجه به این موضوع، این شرایط باید از نظر تقدم زمانی از مقوله هسته‌ای جلوتر باشند و علاوه بر این شرط الزام‌آور واقع شدن مقوله هسته‌ای نیز باشند. در نهایت ۶ مقوله فرعی از ۲۴ مفهوم اتخاذ شده از ۱۰۲ کد نهایی برای شرایط علی استخراج گردید.

در این مدل، عوامل اقتصادی با مفاهیمی از قبیل: کمبود یا فقدان اعتبارات، نبود فناوری، ضعف بازاریابی، تورم و عدم ثبات اقتصادی و فقدان سوددهی؛ عوامل مدیریتی با مفاهیمی از جمله: تخصصی انگیزشی مدیرعامل، ائتلاف برای کسب منافع مشترک، تجربه و سابقه هیئت مدیره، دانش هیئت مدیره، نظارتی - برنامه ریزی؛ سیاست های دولت با زیر مقوله های: سیاست های حذف یارانه، سیاست های خصوصی سازی، سیاست های حمایتی؛ نگرش دولت شامل: وارد نمودن ضرر و زیان به وسیله طرح های وارده دولتی، دخالت غیرمستقیم دولت در تشکلهای و تعاونی های روستایی، دسترسی بودن نگاه و تصمیمات دولت به شرکت های تعاونی روستایی، مداخله دولت در خریدهای تضمینی تشکلهای و شرکت های تعاونی روستایی، عدم واگذاری خرید و فروش، صادرات و واردات برای برخی کالاها در شرکت های تعاونی روستایی؛ عوامل اجتماعی با زیر مقوله های: سن، جنسیت، گرایش به تعصبات قومی و قبیله ای، فقدان مشارکت و عدم همبستگی؛ عوامل آموزشی با مفاهیمی از قبیل: آموزش و مهارت، سواد، کمبود تحقیق و پژوهش، ضعف بوروکراسی، نبود نظم؛ بوروکراسی اداری و نظم با زیر مقوله های: ضعف بوروکراسی و نبود نظم، به عنوان شرایط علی مطرح گردیده اند.

بر اساس باور مصاحبه شونده ها یکی از مهم ترین چالش های توسعه اقتصادی در شرکت های تعاونی روستایی کمبود سرمایه، تسهیلات و نقدینگی است. همین سرمایه کم نیز به دلیل نبود فرهنگ سرمایه گذاری، صرف فعالیت های غیراقتصادی می شود. شرکت های تعاونی از طریق آموزش اعضا و ایجاد زمینه های سالم اقتصادی قادرند در کاهش میزان مصرف افراد و در نتیجه افزایش پس انداز دخالت نموده و این سرمایه ها را در جهت سرمایه گذاری در تولید هدایت کنند، اما مشاهده می شود که آموزش اعضا و مدیران هم به درستی صورت نمی گیرد، لذا این عامل خود به عنوان چالشی مهم بر سر راه توسعه تعاونی های روستایی قلمداد می شود.

از دیگر عوامل که موجبات فراهم آوردن چالش‌های توسعه شرکت‌های تعاونی را فراهم آورده- است، بنا بر نظر مصاحبه‌شوندگان، «عوامل مدیریتی» است. مدیریت را می‌توان به‌عنوان علم و هنر سازمان‌دهی و هدایت منابع شرکت برای نیل به اهداف تعریف کرد. این تعریف هم برای مؤسسات تعاونی و هم برای شرکت‌های غیرتعاونی مصداق دارد. مسئولیت مدیریت تعاونی برای کسب موفقیت در هر دو جنبه، چه به‌عنوان یک واحد تجاری و چه در مقام یک‌نهاد اجتماعی، ارائه خدمات به اعضا می‌باشد. مدیران تعاونی‌ها برای این که بتوانند برنامه‌ها، موضوع سازمان‌دهی، هدایت و نظارت را به مرحله اجرا درآورند، باید شیوه ایجاد توازن در شرایط خاص و اهداف رقابتی را دنبال نمایند. همچنین مصاحبه‌شونده‌ها فقدان مشارکت را از دیگر چالش‌های توسعه شرکت‌های تعاونی روستایی در نظر داشتند. مشارکت اعضا در تعاونی در دو حوزه مختلف مالی و مدیریتی صورت می‌گیرد.

از دیگر چالش‌های موردنظر توسعه شرکت‌های تعاونی روستایی دو عامل نبود نوآوری و فقدان آموزش و مهارت است که مورد تأکید مصاحبه‌شونده‌ها قرار داشت. لازم به ذکر است این دو عامل از اصول تعاونی‌ها نیز به شمار می‌روند.

پایین بودن سابقه عضویت هیئت‌مدیره در تعاونی ازجمله عوامل مهم و تأثیرگذار در رکود تعاونی‌ها محسوب می‌گردد زیرا می‌تواند منجر به عدم آگاهی و شناخت کافی هیئت‌مدیره از اصول تعاون، اهداف تعاونی و قوانین و مقررات خاص تعاونی‌ها گردد و درنهایت اولویت‌ها و نیازهای تعاونی به‌درستی تشخیص داده نشود و زمینه رکود و شکست تعاونی را فراهم آورد. بنابراین بدیهی است که سابقه عضویت هیئت‌مدیره در افزایش کارآمدی تعاونی مؤثر است و افراد باسابقه به دلیل داشتن تجربه و شناخت بیشتر از تعاونی، می‌توانند شرکت تعاونی را به نحو مطلوبی در رسیدن به اهدافش یاری کنند.

در انتهای شرایط علی مشاهده می‌شود که مصاحبه‌شونده‌ها بر بوروکراسی اداری و نظم تأکید داشتند. یکی از معضلات و تنگناهای توسعه تعاونی‌ها سختگیری‌های بوروکراتیکی است که نهادهای دولتی اعمال می‌کنند. تشریفات تهیه و تصویب تبصره‌ها و آیین‌نامه‌های ذی‌ربط آن‌چنان طولانی است که شاید نیمی از سال صرف آن‌ها شود.

همان‌طور که بیان شد شرط علی باید از نظر تقدم زمانی جلوتر باشد و شرط لازم هم باشد. موارد فوق همه در اختیار مدیریت توسعه شرکت‌های تعاونی روستایی است.

شرایط مداخله‌گر

شرایط مداخله‌گر شرایطی هستند که بر راهبردها و شرایط علی اثر می‌گذارند و آن‌ها را محدود یا تقویت می‌نمایند. ۵ مقوله فرعی از ۱۸ مفهوم اتخاذ شده از ۵۱ کد نهایی برای شرایط علی استخراج گردید. در این پژوهش ایجاد شرکت‌های خصوصی و غیردولتی با زیر مقوله‌های: پدیداری غول‌های اقتصادی، موازی کاری، عدم توان رقابت و واسطه‌گران؛ قوانین و مقررات با مفاهیمی از قبیل: عدم شفافیت قوانین مرتبط با شرکت‌های تعاونی روستایی و بی‌توجهی به حقوق فردی و اجتماعی اعضا؛ نیروی انسانی با زیر مقوله‌های: نبود تخصص، فقدان سازوکارهای انگیزشی، ناآگاهی و عدم شناخت و فقدان کارهای گروهی و نبود اعتماد؛ رسانه‌ها با مفاهیمی مانند: قدرت فرهنگ‌سازی رسانه‌ها، عدم حمایت رسانه‌ای و قدرت رسانه‌ها بر روی فرهنگ؛ در پایان مقوله رشد سریع فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی با دو زیر مقوله: افزایش فاصله قدرت تکنولوژیک رقبا خارجی در برابر تعاونی‌های روستایی و عدم همگرا شدن فناوری‌ها شرایط مداخله‌گر می‌باشند.

نیروی انسانی در نقش یکی از ارکان اساسی شرکت‌های تعاونی، نقش مهمی در بهبود بهره‌وری دارد، لذا شناسایی عوامل مؤثر بر بهره‌وری این نهاده می‌تواند نقش مؤثری در افزایش بهره‌وری شرکت‌های تعاونی ایفا نماید و در هدفمند نمودن برنامه‌های مختلف توسعه نقش بسزایی داشته باشد. با این تفاسیر اما از نظر مصاحبه‌شونده‌ها در این پژوهش، نیروی انسانی به دلیل نداشتن تخصص، نداشتن ایده و انگیزه و عدم آگاهی به چالش توسعه شرکت‌های تعاونی روستایی در شهرستان شهرکرد بدل شده‌است، لذا رهبری، نظارت و توان مالی موفق یک تعاونی، به وجود اعضاء آگاه و تحصیل کرده وابسته است. این مهم از طریق آموزش، تربیت و اطلاع‌رسانی به اعضاء به‌عنوان یکی از هفت اصل تعاون تصویب شده از سوی اتحادیه بین‌المللی تعاون امکان‌پذیر است.

از دیگر چالش‌های پیش روی شرکت‌های تعاونی روستایی بر مبنای نظر مصاحبه‌شوندگان، موضوع قانون‌گذاری برای اداره شرکت‌های تعاونی است. ضرورت تهیه و تصویب قوانین تعاونی، هنگامی آشکار می‌گردد که به اهمیت قانون به‌عنوان زیربنا و چارچوب هر نوع فعالیت تعاونی توجه شده باشد. قانون تعاون باید منعکس‌کننده نیاز و تحولات اجتماعی، اقتصادی و سیاسی زمان و منطقه با آن‌ها باشد و از ارزش‌های اصیل، ایدئولوژی و روح تعاون حمایت کند. بنابراین، لازم است پیوسته تأثیر قوانین مربوط به تعاون از لحاظ کارآیی مورد ارزیابی قرار گیرد و در موارد ضروری، تغییرات مناسب پیشنهاد شود و به تصویب برسد. لذا ضعف قوانین و مقررات مرتبط با شرکت‌های تعاونی دهیاری به‌عنوان عامل قانونی تأثیرگذار بر چالش توسعه شرکت‌های تعاونی روستایی موردبررسی قرار گرفت.

شرایط زمینه‌ای

152.... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

شرایط زمینه‌ای شرایطی هستند که در زمان و مکانی که مقوله هسته‌ای رخ می‌دهد، وجود دارند و افراد و گروه‌ها به آن‌ها پاسخ می‌دهند. در این پژوهش «فرهنگ جامعه»، «ضعف زیرساختی» و «دور تند تغییرات فرهنگی - اجتماعی»، به عنوان شرایط زمینه‌ای شناخته شده‌اند. در این پژوهش پس از تحلیل و کدگذاری داده‌ها در نهایت ۳ مقوله فرعی از ۶ مفهوم اتخاذ شده از ۱۷ کد نهایی برای شرایط زمینه‌ای استخراج گردید.

مصاحبه گران در این پژوهش اعتقاد داشتند فرهنگ جامعه زیرساخت فرهنگ استفاده از شرکت‌های تعاونی روستایی و معنای شرکت‌های تعاونی روستایی در فرهنگ جامعه به زیر مقوله‌های فرهنگ جامعه شناخته شده‌اند. پایین بودن امکانات و ادوات و ضعف زیرساخت‌های اطلاعاتی و ارتباطی نیز به عنوان زیر مقوله‌های ضعف زیرساختی مورد شناسایی و ارزیابی قرار گرفتند.

علاوه بر این، همان‌طور که بیان شد، چند سالی است که روند جهانی‌سازی در دنیا آغاز شده - است و این فرایند تا حدی پیشرفت داشته‌است. در این فرایند، فرهنگ آمریکایی و غربی به عنوان فرهنگ جهانی به مردم دنیا عرضه شده‌است و این فرهنگ به دلیل جذابیت‌هایی که داشته، روی فرهنگ‌های ملی و محلی تأثیر گذاشته‌است. بدیهی است که این فرهنگ به صورت ویژه بر روی فرهنگ «بهره‌مندی از شرکت‌های تعاونی روستایی» هم مؤثر است و به تبع توسعه و عقب رفت این تعاونی‌های را تحت تأثیر قرار داده است.

در کنار عوامل فوق، برخی از کارشناسان این پژوهش بیان کردند: با توجه به رشد فناوری‌ها و سرعت تغییرات در دنیا، فرهنگ هم با دور تندی در حال تغییر است. یعنی سنت‌ها، باورها، ارزش‌ها، سبک زندگی و غیره، دیگر به اندازه قبل پایدار نیستند و با سرعت بیشتری در حال تغییر هستند. پیشرفت یا پسرفت شرکت تعاونی‌های روستایی هم بدون شک وابسته به این پدیده می‌باشد و این پدیده بر روی چالش‌های توسعه شرکت‌های تعاونی روستایی مؤثر است. امروزه صنعتی شدن و مکانیزه شدن ابزار تولید، شرایطی را برای واحدهای کوچک ایجاد کرده که به‌تنهایی قادر به تأمین ماشین‌آلات موردنیاز خود نیستند و برای بالا بردن بازدهی فعالیت‌های خود، ناچارند در تعاونی‌ها متمرکز شوند. بنابراین فقدان و یا کمبود ادوات و تجهیزات موردنیاز شرکت‌های تعاونی چالشی تأثیرگذار در توسعه شرکت‌های تعاونی روستایی و رشد آن‌ها محسوب می‌گردد.

از دیگر سو می‌توان بر اساس نظر مصاحبه‌شوندگان، چنین گفت: دعوت جامعه به تعاون و تعاون‌گرایی، درواقع رویارو کردن مردم با نوعی تغییر است. برای قبولاندن این تغییر باید از راهکارهای مؤثر «فرهنگ‌سازی» و «تقویت فرهنگ» استفاده کرد. تقویت فرهنگ تعاون نیز هنگامی از سوی گروه‌های هدف با استقبال روبه‌رو می‌شود که در عرصه فعالیت‌های اجتماعی - اقتصادی، مزایای مهمی برای آنان به همراه داشته باشد. بر این اساس زمانی که شرکت‌های تعاونی جایگاه برجسته و ارزشمند در مناسبات اقتصادی - اجتماعی داشته باشند، می‌توانند به‌صورت الگوی بی‌بدیل در نظر مردم جلوه‌گر شوند. ضعف فرهنگ همکاری و تعاون در تعاونی‌های روستایی به‌عنوان متغیر مشارکتی و فرهنگی تأثیرگذار بر چالش‌های پیش روی توسعه شرکت‌های تعاونی روستایی در شهرستان شهرکرد موردبررسی قرار گرفت.

به زعم مصاحبه شوندگان، ضعف زیرساخت های اطلاعاتی و ارتباطی یکی دیگر از چالش های توسعه شرکت های تعاونی روستایی در شهرستان شهرکرد است. ارتباطات و اطلاعات مؤثر به خصوص با رشد و پیچیده تر شدن تعاونی ها ضرورت بیشتری می یابند چراکه درک این پیچیدگی ها برای اعضای روزه روز دشوارتر می شود. تلاش های مربوط به گسترش ارتباطات و اطلاعات در قالب تلاش های غیررسمی و موقت (مثلاً اعزام اعضای هیئت مدیره به کارگاه های آموزشی) ایجاد مراکز مجهز آموزشی و ارتباطی انجام می شود.

راهبردها

راهبردها فعالیت های عمده ای است در پاسخ به شرایط و برای کنترل کردن مقوله هسته ای. در نهایت ۷ مقوله فرعی از ۱۴ مفهوم اتخاذ شده از ۴۹ کد نهایی برای شرایط علی استخراج گردید. در این پژوهش ارائه تسهیلات با زیر مقوله های از قبیل، تزریق نقدینگی در شرکت های تعاونی روستایی، نظارت؛ سیستم اطلاع رسانی با مفاهیمی مثل ارتباطات و آگاهی بخشی؛ همراهی دولت با زیر مقوله هایی از جمله، حمایت های دولت و همراهی ارگان های دولتی؛ آموزش با مفاهیمی مانند، ارائه آموزش و مهارت و نوآوری؛ مشارکت با مفاهیمی از قبیل، استفاده از مشارکت و توانمندی های مردم، حمایت از تشکلهای اقتصادی، مدیریت با مفاهیمی مثل، هیئت مدیره و مدیران شرکت های تعاونی؛ امکانات و زیرساخت ها با زیر مقوله های، زیرساخت ها و بسته های حمایتی به عنوان راهبردها مطرح شده اند.

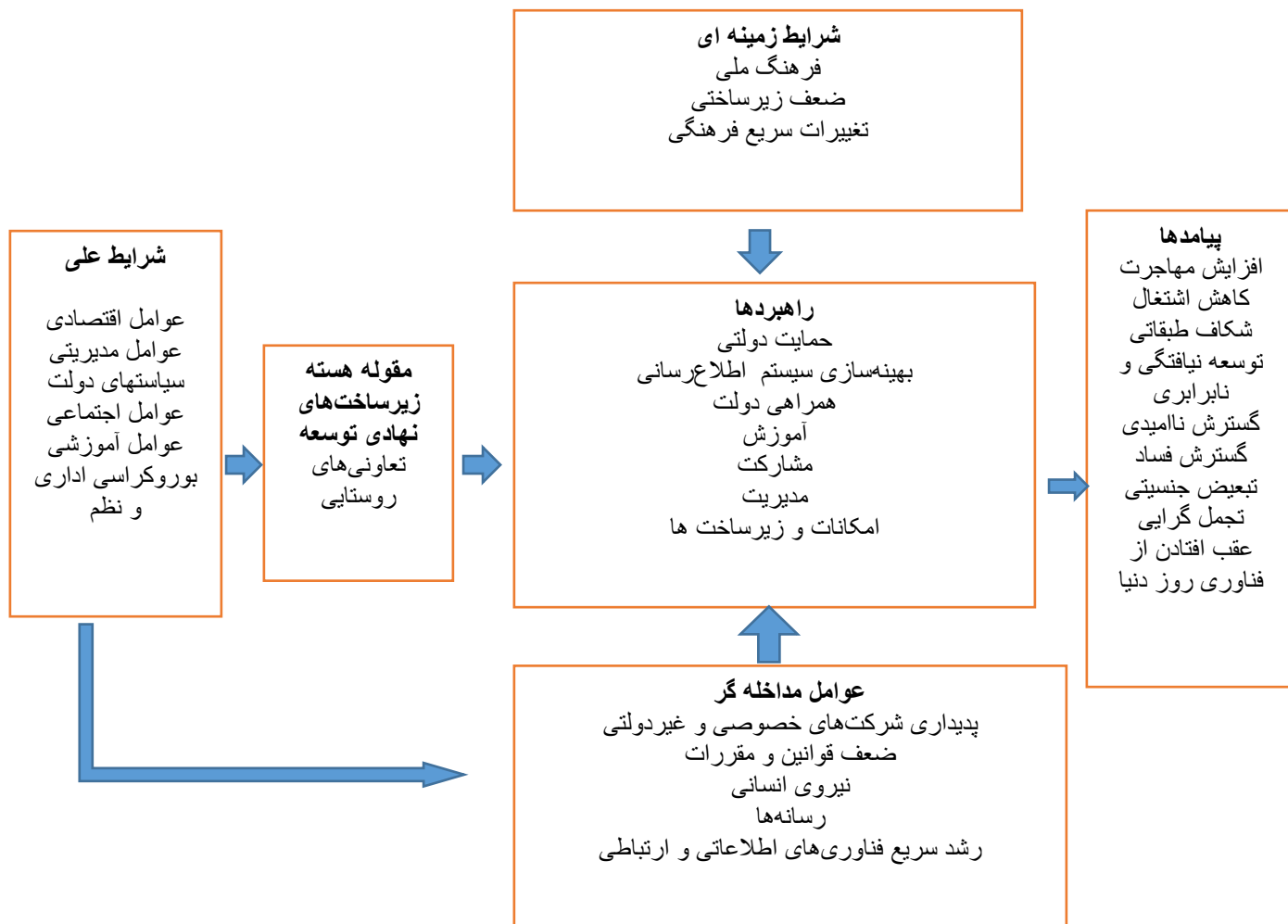
مهم‌ترین دستاوردهای اقتصادی - اجتماعی انسان‌ها از طریق مشارکت فراهم شده‌است. ازجمله شکل‌های حقوقی مشارکت که در مقایسه با سایر اشکال آن، تأکید بیشتری بر جنبه‌های انسانی دارد، شکل‌گیری و فعالیت انسان‌ها در قالب سازمان‌های تعاونی است. در این راستا بسیاری از مصاحبه‌شونده‌ها هم بر این اعتقاد بودند که بهره‌مندی از توان بومی و محلی مردم، برقراری فرصت‌های ایجاد روابط مبتنی بر تعاون و تعهد متقابل و کمک به اتحاد و یکدلی بین اعضا شرکت‌های تعاونی روستایی می‌تواند به‌عنوان راهبردی در جهت کاستن از چالش‌های توسعه شرکت‌های تعاونی روستایی بهره‌مند شد. در نتیجه مشارکت اعضا منشأ پیدایش دموکراسی اقتصادی، احساس مسئولیت نسبت به امور مربوط خود و توسعه خودیاری کمک متقابل در زمینه حل مسائل اجتماعی و اقتصادی است.

بر اساس نظر مصاحبه‌شوندگان شرکت تعاونی‌های روستایی از طریق گسترش عضویت، برقراری فرصت‌های اقتصادی مساوی، تسهیل دسترسی همگان به منابع و امکانات، توانمندسازی جوانان و زنان و دانش‌آموختگان دانشگاهی برای اشتغال و ایجاد بنگاه‌های اقتصادی مقتدر، حفظ و بهبود اشتغال موجود، گسترش مالکیت و حضور عامه مردم در فعالیت‌های اقتصادی و واگذاری ترجیحی سهام بنگاه‌های اقتصادی بخش دولتی می‌توانند موجب تحقق عدالت اجتماعی و بهبود ضریب جینی شوند. از نظر مصاحبه‌شونده‌ها مدیریت و ضعف آن شامل هیئت‌مدیره و مدیران یکی از چالش‌ها و عوامل راهبردی در عدم توسعه شرکت تعاونی‌های روستایی شهرستان شهرکرد به شمار می‌آید.

به باور صاحب‌نظران، ریشه غالب مشکلات کشور چه در بخش تعاون و غیر تعاون به ساختار مدیریتی برمی‌گردد. مدیریت باید کاملاً علمی و مبتنی بر یافته‌های نوین مدیریتی باشد. مدیریت یک شرکت موفق نیازمند بهبود مستمر دانش و مهارت‌های مدیریتی است. بدون شک کاربرد مدیریت علمی در توسعه و پیشرفت هر سازمانی به‌ویژه شرکت‌های تعاونی نقش و اهمیت انکارناپذیری دارد. همچنین از دیگر راهبردها در این زمینه طبق نظر مصاحبه‌شونده‌ها می‌توان به حمایت‌های دولت اشاره داشت. تعاونی‌ها سازمان‌های مردمی هستند که در آن‌ها عده‌ای با همکاری یکدیگر می‌خواهند نیازهای مشترک خود را تأمین و وضع خود را بهبود بخشند، و چون توان مالی، اقتصادی و فنی آن‌ها محدود است نیاز به حمایت دارند. این حمایت اگر جنبه هدایت و نظارت داشته باشد و از مباشرت و دخالت دولت در آن اثری دیده نشود، قابل قبول است.

از مصاحبه‌های انجام‌شده چنین برمی‌آید که، زمینه دیگری که مورد توجه قرار نگرفته، تدوین و اجرای راهبرد پیشبرد و نظارت است. این کار اصولاً به عهده تعاونی‌ها و اتحادیه‌های آن‌ها است، درحالی‌که واحدهای دولتی مسئولیت این کار را از آن خود می‌دانند. چنین برداشتی مسائل زیادی به وجود آورده که، حاصل آن این است: هیچ‌گاه این نهاد مردمی نمی‌تواند تضمین‌کننده سرنوشت خود و اداره‌کننده امور مربوط به خود باشد، بلکه به‌صورت ناظری بی‌طرف درآمده‌است. در ادامه مدل پارادایمی پژوهش مورد بررسی قرار می‌گیرد.

مدل پارادایمی



پیامدها

پیامدها نتایج حاصل از اعمال راهبردها برای کنترل مقوله هسته‌ای در شرایطی است که پدیده در آن قرار دارد. در این پژوهش پس از تحلیل و کدگذاری داده‌ها، در نهایت عوامل اجتماعی و جامعه شناختی از ۹ مفهوم اتخاذ شده از ۳۱ کد نهایی برای شرایط علی استخراج گردید. در این پژوهش عوامل جامعه‌شناختی از قبیل افزایش مهاجرت، کاهش اشتغال، شکاف طبقاتی، توسعه نیافتگی و نابرابری، گسترش ناامیدی، گسترش فساد، تبعیض جنسیتی علیه زنان، تجمل‌گرایی و عقب افتادن از فناوری‌های روز به عنوان پیامد آمده است.

از چند سده اخیر و با رشد پرشتاب صنعت و فناوری در جهان، عقب‌ماندگی مناطق روستایی بیشتر عیان گردیده است. از آنجایی که عموماً روستایان نسبت به شهرنشینان دارای درآمد کمتری هستند و از خدمات اجتماعی ناچیزی برخوردار هستند، اقشار روستایی فقیرتر و آسیب‌پذیرتر محسوب می‌شوند که گاه منجر به مهاجرت آنان به سمت شهرها نیز می‌شود.

علت این امر نیز پراکندگی جغرافیایی روستاها، نبود صرفه اقتصادی برای ارائه خدمات اجتماعی، حرفه‌ای و تخصصی نبودن کار کشاورزی (کم بودن بهره‌وری) محدودیت منابع ارضی (در مقابل رشد جمعیت)، عدم مدیریت صحیح مسئولان و از بین رفتن اکثریت شرکت‌های تعاونی روستایی بوده است. به همین جهت، برای رفع فقر شدید مناطق روستایی، ارتقای سطح و کیفیت زندگی روستاییان، ایجاد اشتغال و افزایش بهره‌وری آنان، تمهید «توسعه روستایی» در قالب نوسازی و بهره‌برداری متناسب با نیازهای روز در شرکت‌های تعاونی روستایی متولد گردید، که اگر موفق شود عدم تعادل‌های شدید داخلی را از بین برده و نسبت به بهبود مشکلات فقر، نابرابری و بیکاری و مهاجرت کمک خواهد شد.

بسط و توسعه اشتغال مولد و کاهش بیکاری، یکی از اهداف مهم تعاونی‌ها است؛ زیرا تعاونی‌ها با سرمایه‌گذاری موجب ایجاد اشتغال مولد به‌ویژه برای جوانان می‌شوند. بنابراین در صورتی تعاونی‌ها تبدیل به ابزاری مؤثر در توسعه روستایی می‌شوند که آن‌ها را به‌عنوان بخش ضروری از سیاست‌های توسعه روستایی و مرتبط با برنامه‌های ملی در نظر بگیریم. لذا در صورت وجود موانع و چالش‌های زیاد سر راه توسعه شرکت تعاونی‌های روستایی و روند رو به افول و نابودی آن‌ها بیکاری و به تبع آن فقر و مهاجرت بین روستائیان افزایش می‌یابد.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با رویکرد کیفی نظریه‌پردازی گراند تئوری و از طریق تحلیل عمیق داده‌های میدانی، تلاش کرد تا چالش‌های توسعه شرکت‌های تعاونی روستایی در شهرستان شهرکرد را با نگاهی جامعه‌شناختی، شناسایی و تبیین نماید. نتایج این پژوهش نشان داد که توسعه‌نیافتگی این شرکت‌ها برخاسته از ساختاری چندلایه و درهم‌تنیده از زیرساخت نهادی شامل عوامل اقتصادی، مدیریتی، آموزشی، اجتماعی و مداخلات ناکارآمد دولت است. در قالب پارادایم مرکزی «زیرساخت‌های نهادی توسعه تعاونی‌های روستایی»، مشخص شد که چالش‌های توسعه تعاونی‌های روستایی نه تنها ریشه در شرایط علی چون کمبود سرمایه، ضعف قوانین، بوروکراسی و مدیریت غیرتخصصی دارد، بلکه متأثر از شرایط زمینه‌ای چون ضعف زیرساخت‌ها، تحولات فرهنگی شتاب‌دار و نهادینه‌نشدن فرهنگ تعاون در جامعه نیز هست. از سوی دیگر، شرایط مداخله‌گر مانند رشد سریع فناوری، ضعف رسانه‌ها، حضور رقبای خصوصی قدرتمند، و ناکارآمدی قوانین موجود، راهبردهای اصلاحی را با چالش مواجه ساخته‌اند. در چنین بستری، تعاونی‌های روستایی از ایفای نقش مؤثر در توسعه روستاها بازمانده و پیامدهای ناگواری چون مهاجرت روستائیان، کاهش اشتغال، گسترش فساد و نابرابری اجتماعی را رقم زده‌اند. با این حال، یافته‌ها حاکی از آن است که با اتخاذ راهبردهایی چون تقویت آموزش، بهبود زیرساخت‌ها، ارتقای مشارکت اجتماعی، بازنگری در سیاست‌های حمایتی دولت، اصلاح قوانین، و ایجاد شبکه‌های اقتصادی

160.... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

کارآمد، می‌توان روند فرسایشی فعلی را متوقف کرد و بستر لازم برای احیای نقش تعاونی‌های روستایی در توسعه پایدار را فراهم ساخت. در نهایت، این پژوهش ضمن ارائه الگویی مفهومی برای تبیین موانع توسعه تعاونی‌های روستایی، می‌تواند مبنای سیاست‌گذاری‌های مؤثرتر و بومی‌سازی شده برای حمایت از این نهادهای مردمی و عدالت‌محور باشد.

در این بخش قابل ذکر است: نتایج این پژوهش با نتایج تحقیقات نوروزیان و همکاران (۱۳۹۸)، تریجر (۲۰۱۶)، آرایش (۲۰۱۱)، شهریاری مقدم و همکاران (۱۳۹۷)، بینائیان و همکاران (۱۳۹۴)، رضایی و همکاران (۱۳۹۴) و گراوندی و علی بیگی (۱۳۹۱) همخوانی داشته است.

به تبع مشکلات فراوان تعاونی‌ها در کشورهای در حال توسعه، کشور ما نیز با این مشکلات مواجه است. صاحب‌نظران و جامعه‌شناسان معتقدند در شرایط کنونی، که از سویی شعار دولت کوچک‌تر برای آینده بهتر به‌طور جدی مطرح است، باید به دو دلیل به تقویت بخش تعاون توجه بیشتری کرد: اول این که در نظام تعاونی نظارت قوی مردمی اعمال می‌شود و هرم قدرت در آن از پایین به بالا و در نتیجه مسئولیت و هزینه‌های نظارتی دولت کمتر است و نظارت، مفهومی دقیق‌تر و گسترده‌تر می‌یابد. دوم اینکه برای بخش خصوصی رقیبی جدید یافت می‌شود که می‌تواند به نوبه خود در افزایش کیفیت تولید و کارایی بیشتر این بخش نقش مهمی داشته باشد. با این همه، در طول سال‌های گذشته، تعاونی‌ها نتوانسته‌اند به نقش مؤثر خود عمل کنند و جایگاه واقعی خود را در اقتصاد ایران پیدا نمایند. نتایج این پژوهش با نتایج رستم زاده (۱۳۹۹)، سبهاتو و همکاران (۲۰۲۰)، بنتوراک (۲۰۰۱) و مالاییم (۲۰۰۳) هم سو بوده است.

به زعم مصاحبه‌شوندگان، ضعف زیرساخت‌های اطلاعاتی و ارتباطی یکی دیگر از چالش‌های توسعه شرکت‌های تعاونی روستایی در شهرستان شهرکرد است. تعاونی‌ها به دلیل ساختارهای منحصربه‌فرد مالکیت و نظارت، نیازهای ارتباطی و اطلاعاتی خاصی دارند. تعاونی‌ها، طیفی از افراد را در فرایندهای تصمیم‌گیری و مدیریت درگیر می‌کنند. در نتیجه ارتباطات در تعاونی‌ها باید مستمر و مؤثر باشد و همه عناصر (شامل اعضاء هیئت‌مدیره، مدیرعامل، و کارکنان) را مشارکت دهد.

در این راستا قابل گفتن است، نتایج این پژوهش با تحقیقات نظری پور و حسینی (۱۳۹۹)، باغبانی آرانی و مقصودی (۱۳۹۷)، سامیان و موحدی (۱۳۹۷)، آریانپور و همکاران (۱۳۹۲)، سلطانا و همکاران (۲۰۲۰)، مستروناردی و همکاران (۲۰۲۰) و بالداسچینو و همکاران (۲۰۱۸) دارای هماهنگی و همخوانی بوده است.

162.... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

این چالش‌ها، پیامدهای جبران‌ناپذیری را به دنبال داشته است که بر اساس نتایج این پژوهش عبارت‌اند از: افزایش مهاجرت، کاهش اشتغال، شکاف طبقاتی، توسعه‌نیافتگی و نابرابری، گسترش ناامیدی، گسترش فساد و عقب‌افتادن از فناوری روز دنیا که روستائیان و به‌صورت گسترده‌تر کل جامعه را در برمی‌گیرد. بر اساس نتایج این پژوهش، راهبردهایی ازجمله ارائه تسهیلات، بهینه‌سازی سیستم اطلاع‌رسانی، همراهی دولت، آموزش، مشارکت، مدیریت و امکانات و زیرساخت‌ها می‌توانند بخشی از این چالش‌ها و نابرابری‌ها را جبران نمایند. بنابراین می‌توان نتایج این بخش از پژوهش را با تحقیقات دانش مهر و همکاران (۱۴۰۰)، روبلز (۲۰۱۹)، گودرزی و همکاران (۱۳۹۶) و آفونسو و فرناندز (۲۰۰۸) همسو و هم‌جهت دانست.

از راهکارهای توسعه شرکت تعاونی‌های روستایی می‌توان به عوامل زیادی ازجمله موارد ذیل اشاره نمود:

۱. رعایت کامل اصول تعاون: این اصول درواقع به‌عنوان چراغ راه تعاونی‌ها محسوب می‌شوند. با توجه به اینکه این اصول حاصل کارها تجربه در زمینه شرکت‌های تعاونی می‌باشند بایستی همواره در زمان تشکیل و اداره امور تعاونی‌ها موردنظر باشند.
۲. بالا بردن آگاهی در جامعه نسبت به تعاون باهدف توسعه و تقویت مشارکت عمومی در گروه‌های مختلف جامعه: درواقع لازم است قبل از ایجاد یک شرکت تعاونی، ابتدا مقدمات این کار ایجاد شود که یکی از مهم‌ترین آن‌ها آموزش جامعه در زمینه تعاونی می‌باشد. زمانی که افراد نسبت به یک موضوع آگاهی کافی داشته باشند و آگاهانه شروع به کاری کنند یقیناً میزان موفقیت بیشتر خواهد بود.
۳. ایجاد حس و توان مشارکت در میان مردم یک جامعه جهت افزایش موفقیت در کار جمعی.

۴. توسعه ارتباط با سایر کشورها به‌منظور بهره‌گیری از تجارب آن‌ها: این موضوع باعث اجتناب از تکرار اشتباهات سایر کشورها شده و همچنین می‌تواند منبع تجارب جدید برای اداره شرکت تعاونی باشد.

۵. به‌روز نمودن اساسنامه و قوانین تعاون: لازم است این مسئله به‌تناوب و در فواصل زمانی مشخص و در مواقعی که تحولات گسترده‌ای در پیرامون شرکت تعاونی رخ داده است انجام گیرد.

۶. طراحی خوشه‌های تعاونی و تأمین شبکه‌های ارتباطی کامل و مطمئن بین تعاونی‌ها.

۷. طراحی و اجرای نظام کامل نظارتی در بخش تعاون.

منابع و مأخذ

- ابولمعالی، خدیجه (۱۳۹۱)، پژوهش کیفی از نظریه تا عمل، نشر علم، تهران.
- ازکیا، مصطفی و ایمانی جاجرمی، حسین (۱۳۹۰)، روش‌های کاربردی تحقیق، کاربرد نظریه بنیانی، انتشارات کیهان، تهران.
- ازکیا، مصطفی و دربان آستانه، علیرضا (۱۳۸۹)، روش‌های کاربردی تحقیق جلد اول، چاپ دوم، انتشارات کیهان، تهران.
- استراوس، آنسلم و جولیت، کوربین (۱۳۸۷)، اصول روش تحقیق کیفی، نظریه‌بنیایی رویه‌ها و شیوه‌ها، ترجمه بیوک محمدی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، تهران.
- رستم زاده، مجتبی (۱۳۹۹). بررسی مشکلات شرکت‌های تعاونی تولید روستایی در حمایت از تولیدات روستائیان استان خراسان شمالی، دانشکده مدیریت کشاورزی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد در رشته ترویج و آموزش کشاورزی پایدار ترویج کشاورزی پایدار و منابع طبیعی گرگان
- سالاری، محمد (۱۳۸۹). بررسی وضعیت راهکارهای مؤثر بر ارتقاء نقش تعاونی‌های تولید در روند تولید محصول استراتژیک گندم در استان خراسان جنوبی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد بیرجند
- سامانیان، مسعود. مودی. رضا (۱۳۹۷). چالش‌ها و موانع توانمندی‌های تعاونی‌های تولید روستایی استان همدان، تعاون و کشاورزی، سال هفتم، شماره ۲۵،
- شکبیا مقدم، محمد (۱۳۹۲). مدیریت تعاونی‌ها، انتشارات میر.
- شهریاری مقدم، ش.، پور برازجانی، م. ا.، محمدی، ح.، سارانی، و. ا. (۱۳۹۷). شناسایی مخاطرات اثرگذار بر مدیریت شرکت‌های تعاونی کشاورزی در منطقه سیستان، تعاون و کشاورزی، سال هفتم، شماره ۲۵

164.... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

- طالب بیگی، فیروز. (۱۳۹۱). اندیشه تعاونی و تجربیات کشورهای در حال توسعه و ایران، انتشارات مؤسسه آموزش تعاون.
- طالب، مهدی (۱۳۸۴). جامعه‌شناسی روستایی ابعاد تغییر و توسعه در جامعه روستایی ایران، انتشارات دانشگاه تهران.
- طالب، مهدی (۱۳۹۱). اصول و اندیشه‌های تعاونی، تهران: موسسه انتشارات دانشگاه تهران.
- عباسی، محمدرضا، (۱۳۸۸). تعاون چیست، چاپ اول، تهران: انتشارات وزارت تعاون (معاونت تحقیقات، آموزش و ترویج)
- فلیک، اووه (۱۳۸۸)، درآمدی بر تحقیق کیفی، ترجمه هادی جلیلی، نشر نی، تهران.
- کاظمیه فاطمه، عیدی اسماء، اسماعیلی صادق (۱۴۰۲) «شناسایی موانع توسعه شرکت‌های تعاونی روستایی شهرستان ارومیه» فصلنامه راهبردهای توسعه روستایی، جلد ۱۰، شماره ۱، بهار ۱۴۰۲ ص ۲۱-۳۵.
- کریم، محمد حسین (۱۳۹۴). اقتصاد و توسعه روستایی، تهران: انتشارات نور علم.
- نصیری، مهدی (۱۳۹۹). فناوری و دیدگاه علمای حوزه علمیه بررسی میدانی بر اساس روش نظریه بنیانی، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- Burns, Nancy & Grove, Susan & Gray, Jennifer (2011), Understanding Nursing Research 5, Elsevier Inc. Saunders.
- Denzin, Norman K. & Lincoln, Yvonna S. (2011), The SAGE Handbook of Qualitative Research, SAGE Publications, Inc.
- Mastronardi, L., Giagnacovo, M., Romagnoli, L., 2020. Bridging regional gaps: Community-based cooperatives as a tool for Italian inner areas resilience. Land Use Policy 99 (2020) 104979.
- Özgül, S., Koçar, G., Eryaşar, A., 2020. The progress, challenges, and opportunities of renewable energy cooperatives in Turkey. Energy for Sustainable Development 59 (2020) 107–119.
- Sultanaa, M., Ahmed, J. U., Yoshiharu, S., 2020. Sustainable conditions of agriculture cooperative with a case study of dairy cooperative of Sirajgonj District in Bangladesh. Journal of Co-operative Organization and Management 8 (2020) 100105
- T. Sebhata, K., W. Gezahegn, T., Berhanub, T., Maertensc, M., Van Passel, S., Haesea, M., 2020. Conflict, fraud, and distrust in Ethiopian agricultural cooperatives. Journal of Co-operative Organization and Management 8 (2020) 100106.
- Yin, Robert, K. (2011), Qualitative Research from Start to finish, The Guilford Press.

DOI: [10.71854/soc.2025-1215468](https://doi.org/10.71854/soc.2025-1215468)

Design and Elucidation of a Paradigmatic Model for the Emergence of Herd Behavior: Actions and Consequences in the Tehran Stock Exchange

Nabi Omid¹ [0000-0001-6841-8743](https://orcid.org/0000-0001-6841-8743) 

Associate Professor, Department of Management, Faculty of Management, Payame Noor University (PNU), Tehran, Iran.

Hadi Meftahi [0000-0003-3354-0874](https://orcid.org/0000-0003-3354-0874) 

Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Management, Payame Noor University (PNU), Tehran, Iran.

Zahra Kamalifar [0009-0000-8682-6900](https://orcid.org/0009-0000-8682-6900) 

Department of Management, Faculty of Management, Payame Noor University (PNU), Tehran, Iran

leili Sepidnameh [0009-0000-4381-0896](https://orcid.org/0009-0000-4381-0896) 

Department of Management, Faculty of Management, Payame Noor University (PNU), Tehran, Iran

Abstract

The present study aims to design and elucidate a paradigmatic model to understand the process of herd behavior formation in the Tehran Stock Exchange and to analyze the associated actions and consequences. This research adopts a qualitative approach, utilizing the grounded theory methodology. Data was collected from two primary sources: (1) conducting in-depth semi-structured interviews with 51 experts, including university professors, capital market managers, and professional analysts; and (2) systematic review and analysis of previous studies and reputable scientific sources. The findings indicate that herd behavior in Tehran's stock market forms under three categories of key conditions: (1) Causal conditions, encompassing factors related to market structure as well as economic, cultural, and political variables; (2) Contextual conditions, such as the financial literacy level of investors and their psychological and behavioral characteristics; and (3) Intervening conditions, including the behavior of institutional entities, the roles of macro-market actors, and intra-organizational features of companies. In response to these conditions, two types of actions are observed among investors: positive actions, such as timely and rational exit from the market, and adverse actions, such as emotional entry and participation in the creation or intensification of price bubbles. These actions, in turn, lead to specific outcomes:

¹ Corresponding Author. nabiomidi@pnu.ac.ir

positive outcomes such as profit realization, capital preservation, and benefiting from tax incentives, and adverse outcomes such as financial losses, withdrawal from the capital market, reduced investment levels, and capital transfer to parallel markets. Ultimately, the model presented in this study provides a comprehensive and systematic depiction of the emergence, manifestation, and consequences of herd behavior in Iran's capital market. It can serve as a theoretical and practical foundation for designing preventive, corrective, and strategic policies in capital market management. Additionally, the role of emerging technologies was highlighted, including the decreasing influence of traditional media, growing trust in AI, and the integration of shopping systems with messaging platforms. The findings reveal that interactions on social networks, user reviews, and reference group influence firmly shape Generation Z's purchasing behavior. Fast communication, short-form videos, and social values like brand responsibility are key in their decision-making processes. Furthermore, the increasing reliance on advanced technologies like artificial intelligence and augmented reality has transformed their overall shopping experience. These findings provide valuable insights for brands and businesses to develop marketing strategies that align with Generation Z's cultural and social preferences.

Keywords: Herd behavior, Actions, Consequences, Stocks, Tehran Stock Exchange.

طراحی و تبیین مدل پارادایمی ایجاد رفتار توده‌وار؛ کنش‌ها و پیامدها در بورس اوراق

بهادار تهران

نبی امیدی^۲

دانشیار، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

هادی مفتاحی

استادیار، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

زهرا کمالی فر

دانش آموخته کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

لیلی سپیدنامه

دانش آموخته کارشناسی ارشد، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

تاریخ ارسال: ۱۴۰۴/۲/۱۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۵/۷

چکیده

هدف پژوهش حاضر، طراحی و تبیین یک مدل پارادایمی برای درک فرآیند شکل‌گیری رفتار توده‌وار در بازار بورس اوراق بهادار تهران و تحلیل کنش‌ها و پیامدهای ناشی از آن است. این تحقیق با رویکرد کیفی و با بهره‌گیری از روش نظریه داده‌بنیاد انجام شده است. گردآوری داده‌ها از دو منبع اصلی صورت گرفته است: ۱. انجام مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته با ۵۱ نفر از خبرگان، شامل اساتید دانشگاه، مدیران بازار سرمایه و تحلیل‌گران حرفه‌ای ۲. بررسی و تحلیل نظام‌مند مطالعات پیشین و منابع علمی معتبر. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که رفتار توده‌وار در بورس تهران در بستر سه دسته از شرایط کلیدی شکل می‌گیرد: ۱. شرایط علی، شامل عوامل مرتبط با ساختار بازار، متغیرهای اقتصادی، فرهنگی و سیاسی. ۲. شرایط زمینه‌ای، همچون سطح دانش مالی سرمایه‌گذاران و ویژگی‌های روان‌شناختی و رفتاری آن‌ها. ۳. شرایط مداخله‌گر، نظیر رفتار نهادهای حقوقی، نقش‌آفرینی بازیگران کلان بازار و ویژگی‌های درون‌سازمانی شرکت‌ها. در مواجهه با این شرایط، دو گونه کنش از سوی سرمایه‌گذاران مشاهده می‌شود: کنش‌های مثبت، مانند خروج به موقع و منطقی از بازار و کنش‌های منفی، نظیر ورود هیجانی و مشارکت در ایجاد یا تشدید حباب‌های قیمتی. این کنش‌ها نیز به نوبه خود منجر به پیامدهایی می‌شوند، از جمله پیامدهای مثبت همچون دستیابی به سود، حفظ سرمایه و بهره‌مندی از مشوق‌های مالیاتی و پیامدهای منفی نظیر زیان اقتصادی،

² نویسنده مسئول. nabiomidi@pnu.ac.ir

168....پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال نوزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

ترک بازار سرمایه، کاهش سطح سرمایه‌گذاری و انتقال سرمایه به بازارهای موازی. در نهایت، مدل ارائه‌شده در این پژوهش، تصویری جامع و نظام‌مند از فرآیند شکل‌گیری، بروز و نتایج رفتار توده‌وار در بازار سرمایه ایران به‌دست می‌دهد و می‌تواند به‌عنوان مبنایی نظری و کاربردی برای طراحی سیاست‌های پیشگیرانه، اصلاح‌گرایانه و راهبردی در حوزه مدیریت بازار سرمایه مورد استفاده قرار گیرد.

کلمات کلیدی: رفتار توده‌وار، کنش‌ها، پیامدها، سهام، بورس تهران.

مقدمه

بورس اوراق بهادار تهران از نظر اطلاعاتی کارآمد نیست و در این بازار، سرمایه‌گذاران نهادی به‌طور غیرعقلایی برخلاف ارزش‌های بنیادی بازار به معامله می‌پردازند (حیدری و فرزائگان، ۱۴۰۰). وقوع رفتار توده‌وار (گله‌ای) در بسیاری از کشورها، حتی دارندگان بازارهای مالی و بورسی پیشرفته نیز وجود دارد، هرچند که بررسی رفتار توده‌ای در بازارهای سرمایه کشورهای مختلف، نتایج متفاوتی را نشان داده است. بخش عمده رفتار توده‌ای در بازارهای سهام، از تصمیم‌گیری‌های سرمایه‌گذاران حقیقی نشئت می‌گیرد نه از معاملات سرمایه‌گذاران نهادی (حقوقی) که تخصص و تجربه لازم در این حوزه را دارند. با این حال، در بازار اوراق قرضه شرکتی، سطح بروز رفتار توده‌ای سرمایه‌گذار نهادی، به‌خصوص در اوراق قرضه با درجه اعتباری نسبتاً پایین، در مقایسه با بازار سهام، بیشتر است و شدت این رفتار در فروش بسیار زیادتر از خرید است. سرمایه‌گذاران نهادی، به‌ویژه صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک، صندوق‌های بازنشستگی و شرکت‌های بیمه، به‌طور عمده، در معاملات اوراق قرضه شرکتی با درجه اعتباری نسبتاً پایین، اندازه کوچک و میزان نقدشوندگی پایین، رفتار توده‌ای شدیدی بروز می‌دهند (کای^۳ و همکاران، ۲۰۱۷). براساس نظریه زیان‌گریزی سرمایه‌گذاران^۴ تابع مطلوبیت سرمایه‌گذاران به‌گونه‌ای است که گریز آن‌ها از زیان نسبت به کسب بازده، بیشتر است. نتایج برخی مطالعات در مورد بورس اوراق بهادار تهران (حیدری و فرزائگان، ۱۴۰۰؛ وارث و همکاران، ۱۳۹۹؛ میرهاشمی نسب و همکاران، ۱۳۹۸؛ کباری و همکاران، ۱۳۹۵) نشان داده‌است، در این بورس رفتار گله‌ای وجود دارد. به بیان دیگر، تمام روزها و اکثر لحظات روز، رفتار توده‌واری در بورس اوراق بهادار تهران اتفاق افتاده است. بنابراین برای جلوگیری از دوباره‌کاری، مسئله پژوهش حاضر اثبات وجود یا عدم وجود رفتار گله‌ای در بازار بورس اوراق بهادار تهران نیست بلکه شناسایی عوامل زمینه‌ای ایجاد این نوع رفتار

^۳ Cai^۴ Loss Aversion

معامله‌گری در بین سرمایه‌گذاران و سهامداران به صورت جامع است. در مطالعات، تحقیقات و پژوهش‌های قبلی به بررسی نحوه شکل‌گیری، تأثیر رفتار گله‌ای بر یک متغیر خاص تأکید شده است. همچنین تعدادی از مطالعات پیشین، عوامل کلی (مقوله‌ها) را بررسی کرده‌اند. از این‌رو، فقدان مدلی که در برگیرنده جامع عوامل زمینه‌ای ایجاد رفتار گله‌ای در بین سهامداران در بازار بورس با دسته‌بندی مشخص و ذکر شاخص‌ها (گدها) باشد، محقق را بر آن می‌دارد، با جمع‌بندی، ترکیب و دسته‌بندی مقوله‌ها و مفاهیم نسبت به ارائه مدلی در این زمینه اقدام کند. از نظر ارائه دیدی جامع و منسجم در مورد عوامل زمینه‌ای ایجاد رفتار گله‌ای در بین سهامداران مطالعه خاصی صورت نگرفته است و این پژوهش از این لحاظ و همچنین استفاده از ترکیبی تخصصی و کاملاً مرتبط با موضوع در جامعه و نمونه پژوهشی، دارای نوآوری می‌باشد.

ادبیات و پیشینه تحقیق

رفتار گله‌ای، با نادیده گرفتن اطلاعات خصوصی و پیروی از رفتار دیگران صورت می‌گیرد (سیپریانی و گوارینو^۵، ۲۰۱۲). یکی از سوگیری‌های مهم رفتاری در بازارهای مالی، که توجهات زیادی را به خود جلب نموده، رفتار توده‌ای سرمایه‌گذاران است. وجود توده در رفتار، اصطلاحی برای تبیین این موضوع است که چگونه افراد در یک گروه می‌توانند بدون برنامه قبلی با یکدیگر همسو عمل کنند (ساداتی و آقابابایی، ۱۳۹۷). به اعتقاد لی^۶ و همکاران (۲۰۲۳) از زمانی که کینز (۱۹۳۷) در توضیح نوسانات غیرعادی در فعالیت اقتصادی به ارواح حیوانی^۷ اشاره کرد، نقش رفتار غیرمنطقی در عملکرد بازارهای سرمایه به طور گسترده مورد مطالعه قرار گرفت. این رفتار در الگوهای معاملات وابستگی سریالی ایجاد کرده و موجب ناکارایی اطلاعاتی در بازار سرمایه می‌شود (لوچتنبرگ و سیلر^۸، ۲۰۱۳). رفتار گله‌ای

^۵ Cipriani and Guarino

^۶ Li

^۷ Animal Spirits

^۸ Luchtenberg and Joseph Seiler

غالباً در بازارها طی دوره‌های آشفتگی مالی و نوسان‌پذیری پایین مشاهده می‌شود (هولمز^۹ و همکاران، ۲۰۱۳) و بیشتر در بازارهای اوراق بهادارِ نوظهور و کوچک، شایع‌تر است. کشف رفتار گله‌ای شواهدی است که فرضیه رفتار عقلایی در بازار را نقض می‌کند (لائو و سینگ^{۱۰}، ۲۰۱۱). در بسیاری از کشورهای جهان از جمله آمریکا، چین، هنگ‌کنگ، یونان، ترکیه و پاکستان وجود رفتار توده‌ای سرمایه‌گذاران در بازارهای سرمایه بررسی شده‌است و نتایج این بررسی‌ها، گویای بروز این پدیده در شرایط خاصی از بازار و در بازه‌های تاریخی معین است (وراث و همکاران، ۱۳۹۹). دمیرر و کوتان^{۱۱} (۲۰۱۰) معتقدند معاملات مرتبط با همبستگی زیاد، به تضعیف پایداری مالی منجر می‌شوند و رفتار توده‌ای برای سیاست‌گذاران نگرانی ایجاد می‌کند؛ زیرا رفتارهای نامتعارف سرمایه‌گذاران، به‌ویژه در وضعیت بحران، نوسان‌های بازده را افزایش داده و بازارهای مالی را تضعیف می‌کند.

شیائو^{۱۲} و همکاران (۲۰۲۳) در مطالعه خود با عنوان مالی‌سازی بازار کالا، گله‌داری و سیگنال‌ها، شواهدی را ارائه می‌کنند که نشان می‌دهد رفتار گله‌ای، در اعتیاد به اثر اهرمی، علائم مشاهده‌شده را توضیح می‌دهد. این یافته‌ها پیامدهای عمیقی برای تامین کنندگان تجاری و معامله‌گران مالی، و برای تنظیم‌کننده‌هایی که نگران عملکردهای بازار آتی کالا هستند، دارد.

لی و همکاران (۲۰۲۳) در پژوهشی به مطالعه بررسی نقش احساسات رسانه‌های اجتماعی در شناسایی رفتار گله‌ای غیرمنطقی در بازار سهام در کشور چین پرداختند و نشان دادند که رسانه‌های اجتماعی، تأثیر قابل توجهی بر رفتار گله‌داری غیرمنطقی در بازار سهام دارند. حسن^{۱۳} و همکاران (۲۰۲۳)

^۹ Holmes

^{۱۰} Lao and Singh

^{۱۱} Demirer and Kutan

^{۱۲} Xiao

^{۱۳} Hasan

به بررسی رفتار گله‌ای و ریسک سیستمیک در بازارهای سهام جهانی پرداخته‌اند و نشان می‌دهند رفتار گله‌ای به دلیل عوامل بنیادی زمانی افزایش می‌یابد که ریسک سیستمیک بیشتر از زمانی که توسط عوامل غیر بنیادی هدایت می‌شود، افزایش می‌یابد. بالیس و دراکوس^{۱۴} (2020) با تأکید بر گسترش شبکه‌های اجتماعی، معتقدند افزایش محبوبیت بستر تجارت اجتماعی که خدمات مالی برخط را با شبکه‌های اجتماعی ترکیب می‌کند، تعامل سرمایه‌گذاران را افزایش داده‌است. تحقیقات فزاینده نشان داده‌است که تعاملات اجتماعی سرمایه‌گذاران می‌تواند بر عملکرد معاملات، ریسک‌پذیری و نوسان قیمت تأثیر بگذارد. کیریازیس^{۱۵} (2020) در پژوهش خود نتیجه می‌گیرد مدل‌های قیمت‌گذاری دارایی، بیانگر آن هستند که وقتی سهام، سطوح مختلفی از حساسیت را نسبت به حرکت بازار نشان می‌دهند، پراکندگی بیشتر ایجاد می‌شود، که در طول دوران آشفته حرکت گله‌ای انتظار می‌رود شدیدتر باشد. با وجود این، آشکار شد که یک مدل قیمت‌گذاری دارایی منطقی، پراکندگی در چنین شرایطی را بهتر توضیح می‌دهد. بلاسکو^{۱۶} و همکاران (2012) در مطالعه خود به وجود یک رابطه بین حرکات گله‌ای و نوسان-پذیری غیرسیستماتیک شرطی رسیدند. حیدری و فرزنانگان (۱۴۰۰) تأثیر رفتار گله‌ای بر نوسان‌پذیری غیرسیستماتیک مازاد بازار را در سطح صنایع فعال در بورس اوراق بهادار تهران، با استفاده از داده‌های روزانه 105 شرکت در قالب ۲۱ صنعت در سال‌های ۱۳۸۷-۱۳۹۸ بررسی کرده و نتیجه گرفتند تأثیر رفتار گله‌ای بر نوسان‌پذیری در صنایع، متفاوت بوده است؛ به‌ویژه اینکه رفتار گله‌ای موجب کاهش نوسان‌پذیری غیرسیستماتیک شرطی در چهارده صنعت علاوه بر کل بازار شده‌است. به‌علاوه، چون معاملات حجیم سرمایه‌گذاران موجب افزایش معاملات آگاهانه می‌شود، تغییرات حجم معاملات تأثیر منفی بر نوسان‌پذیری غیرسیستماتیک شرطی در شانزده صنعت دارد. عسکرزاده و روحی (۱۴۰۰) رفتار

¹⁴ Ballis and Drakos.

¹⁵ Kyriazis

¹⁶ Blasco

گله‌ای در بازار ارز دیجیتال را بررسی کرده است. به این منظور، ۲۰۰ رمز ارز برتر بر اساس ارزش بازار آن‌ها در بازار ارز دیجیتال را، که بیشترین تأثیر را روی بازار داشته است، در دوره زمانی ۲۰۱۹ الی ۲۰۲۲ میلادی انتخاب کرده‌اند. نتایج پژوهش نشان دهنده این موضوع است که رفتار گله‌ای در بازار صعودی ارز دیجیتال وجود دارد، ضمن آن که شدت رفتار گله‌ای در بازار صعودی نسبت به بازار نزولی بیشتر می‌باشد. وراث و همکاران (۱۳۹۹) به بررسی رفتار توده‌ای در بورس اوراق بهادار تهران با مدل چیانگ و ژنگ^{۱۷} پرداخته‌اند و با تأیید فرض وجود رفتار توده‌ای سرمایه‌گذاران در بازار بیان می‌کنند، با توجه به ضرایب به‌دست آمده از معادلات رگرسیونی و نوع رفتار توده‌ای، به‌لحاظ بروز در زمان‌های صعود یا افول بازار، می‌توان نتیجه گرفت که به‌طور کلی، سرمایه‌گذاران در بورس تهران رفتار توده‌ای داشته‌اند؛ اما در دوره‌های ریزش بازار تا حدی منطقی‌تر عمل کرده‌اند و شدت رفتار توده‌ای خود را در سرمایه‌گذاری‌ها کاهش داده‌اند. میرهاشمی‌نسب و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی به ارایه مدلی برای بررسی تأثیرات ترکیبی ریسک‌پذیری، ویژگی‌های فردی و فرهنگی بر بروز رفتار توده‌وار سرمایه‌گذاران در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته‌اند. آنان براساس شواهد بیان می‌کنند، سرمایه‌گذاران در بورس اوراق بهادار تهران برای تعیین ارزش سهام علاوه بر روش‌های کمی، از قضاوت‌هایی مبتنی بر تصورات ذهنی، اطلاعات غیرعلمی، شایعات و پیروی کورکورانه از عده معدودی از مشارکت‌کنندگان در بازار سرمایه که از آن با عنوان رفتار جمعی، رمهای و توده‌وار نیز یاد می‌شود، استفاده می‌کنند. کباری و همکاران (۱۳۹۵) در مطالعه خود به بررسی رفتار توده‌واری در بورس اوراق بهادار تهران براساس ریزساختار بازار پرداختند. آنان اطلاعات سهام شرکت‌های مخابرات در سال ۱۳۹۲ به‌عنوان نمونه آماری انتخاب کرده و نتیجه گرفتند رفتار توده‌واری برای سهام‌آخابر (شرکت مخابرات ایران)، در تمام روزهای

¹⁷ Chiang and Zheng Model

معاملاتی وجود داشته‌است. همچنین، این توده‌واری برای معاملات فروش بیشتر از معاملات خرید است. از نتایج دیگر این که، رفتار توده‌واری فروش در زمان آغازین معاملاتی بیشتر از سایر زمان‌ها است.

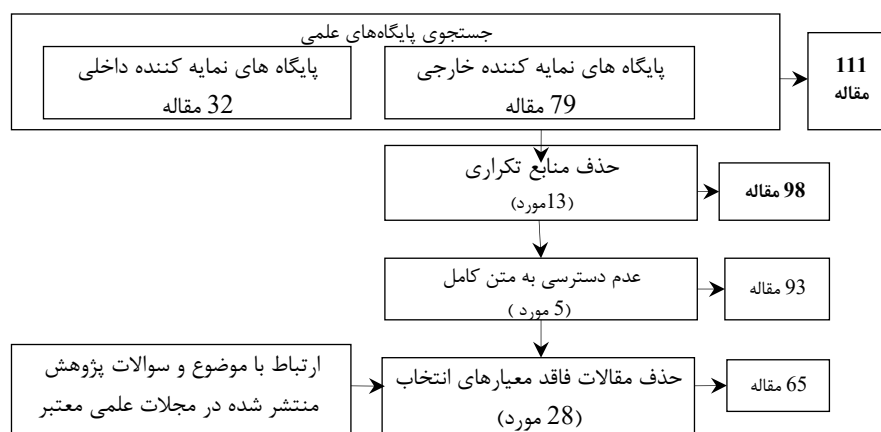
روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از منظر ماهیت، یک مطالعه کیفی با رویکرد اکتشافی است که با بهره‌گیری از نظریه داده‌بنیاد انجام شده‌است. هدف اصلی، شناسایی و تبیین عوامل مؤثر بر پدیده مورد مطالعه و طراحی یک مدل مفهومی بر اساس داده‌های تجربی و ادبیات موضوع بوده‌است. از آن‌جا که موضوع تحقیق دارای ماهیتی پیچیده و چندبعدی است و پیشینه نظری منسجمی در ادبیات داخلی و خارجی ندارد، رویکرد کیفی برای دستیابی به درک عمیق از تجارب و دیدگاه‌های خبرگان اتخاذ شده- است. در مرحله گردآوری داده‌های کیفی، از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۵۱ نفر از اساتید دانشگاه، مدیران ارشد و کارشناسان حوزه مرتبط استفاده شد. انتخاب مشارکت‌کنندگان به‌صورت نمونه‌گیری هدفمند^{۱۸} و با رعایت اصل اشباع نظری^{۱۹} صورت گرفت. متن مصاحبه‌ها با استفاده از روش کدگذاری سه‌مرحله‌ای (باز، محوری و انتخابی) تحلیل گردید و از طریق تحلیل مقایسه‌ای مستمر، مفاهیم و مقولات استخراج شدند. در کنار داده‌های میدانی، برای تکمیل و غنای یافته‌ها، از مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی نظام‌مند منابع علمی داخلی و خارجی نیز بهره گرفته شد. این مرحله با هدف شناسایی متغیرهای مکمل و تأیید یافته‌های حاصل از مصاحبه‌ها انجام شد.

در نهایت، بر اساس تجمیع داده‌های حاصل از دو منبع میدانی و کتابخانه‌ای، عوامل اصلی و متغیرهای فرعی شناسایی گردید و مدل پارادایمی نهایی طراحی شد که روابط بین شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، کنش‌ها و پیامدها را تبیین می‌کند.

¹⁸ Purposeful Sampling

¹⁹ Theoretical Saturation



شکل ۱. مراحل مرور سیستماتیک منابع داده در مرحله نمونه‌گیری نظری

جامعه آماری از خبرگان حوزه مالی و بورس اوراق بهادار بود. انتخاب نمونه مورد مصاحبه با استفاده از رویکرد هدفمند از نوع معیار و تا رسیدن به اشباع نظری داده‌ها انجام شد. معیارهای انتخاب نمونه تخصص، تجربه و یا اشراف نظر در حوزه تحقیق می باشد. در مرحله بعد، از مصاحبه‌های عمیق برای گردآوری داده‌های کیفی مرحله استفاده شد. در مرحله مصاحبه باز، از خبرگان حوزه مالی و بورس اوراق بهادار استفاده گردید، که تعداد این نمونه در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱. حجم جامعه و نمونه آماری

حجم نمونه	جامع پژوهش (خبرگان)
۱۸	اساتید رشته‌های مالی، اقتصاد و حسابداری دانشگاه های تهران
۱۳	کارشناسان مالی بورس اوراق بهادار تهران
۱۱	مدیران مالی شرکت های بورسی در دسترس
۹	مدیران کارگزاری های بورس داخلی

یافته‌های پژوهش

تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌های عمیق با ۵۱ نفر از خبرگان (اساتید دانشگاه، مدیران بازار سرمایه، و کارشناسان) و مرور نظام‌مند منابع علمی، منجر به استخراج مفاهیم، کدها و مقولات اصلی در قالب یک مدل پارادایمی شد که نحوه شکل‌گیری و پیامدهای رفتار توده‌وار در بورس اوراق بهادار تهران را تبیین می‌نماید. در فرآیند کدگذاری، ابتدا کدهای مفهومی اولیه از داده‌های خام استخراج و سپس با تجمیع آن‌ها، مقوله‌های محوری شناسایی شدند. در نهایت، این مقوله‌ها در قالب سه دسته از شرایط (علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر)، کنش‌ها و پیامدها سازمان‌دهی گردیدند.

۱. **شرایط علی^{۲۰}**: به عواملی اشاره دارند که زمینه آغاز شکل‌گیری رفتار توده‌وار را فراهم می‌کنند. این مقوله‌ها شامل موارد زیر است:

- **عوامل بازار**: نوسانات شدید قیمتی، کمبود نقدشوندگی، و نبود شفافیت در قیمت‌گذاری.
- **ساختار اقتصادی و مالی**: تورم مزمن، نرخ بهره واقعی منفی، ناپایداری نرخ ارز.
- **ساختار فرهنگی**: گرایش به رفتار جمعی، تقلید اجتماعی، و ترجیح شهرت بر تحلیل فردی.
- **ساختار سیاسی**: بی‌ثباتی در سیاست‌گذاری، مداخلات دستوری دولت، و فضای تصمیم‌گیری غیرقابل پیش‌بینی.

۲. **شرایط زمینه‌ای^{۲۱}**: این دسته از شرایط، بستر بروز رفتار توده‌وار را فراهم می‌سازند و نقش تشدیدکننده یا تسهیل‌گر دارند:

- **دانش مالی و مهارت معامله**: فقدان آموزش مالی، ناتوانی در تحلیل تکنیکال و بنیادی.
- **عوامل رفتاری**: سوگیری‌های شناختی نظیر ترس، طمع، اثر جمع و پشیمانی.
- **شرایط روان‌شناختی**: اضطراب نسبت به آینده اقتصادی، نااطمینانی، احساس عقب‌ماندگی از بازار.

²⁰ Causal Conditions

²¹ Contextual Conditions

۳. **شرایط مداخله گر**^{۲۲}: این شرایط بر شدت، مسیر و نوع رفتار توده‌وار اثر می‌گذارند و در تعامل با سایر عوامل، رفتار سرمایه‌گذاران را شکل می‌دهند:

- **رفتار اشخاص حقوقی**: خرید و فروش‌های سنگین، سیگنال‌دهی ضمنی به بازار، نقش در جهت‌دهی شاخص.
- **رفتار بازیگران سهم**: تحرکات هماهنگ بازیگران بزرگ، عملیات سفته‌بازی و مدیریت ساختگی قیمت‌ها.

- **شرایط شرکت‌ها**: میزان شفافیت، ترکیب سهام‌داران، عملکرد مالی و اطلاع‌رسانی‌های رسمی.

۴. **کنش‌ها**^{۲۳}: در پاسخ به شرایط فوق، سرمایه‌گذاران دست به کنش‌هایی می‌زنند که در دو دسته قابل تقسیم است:

- **کنش مثبت**: خروج به موقع از بازار با مشاهده علائم بازگشت قیمت یا ترکیدن حباب.
- **کنش منفی**: پیروی کورکورانه از روندهای جمعی منجر به خرید در اوج قیمت و مشارکت در حباب‌سازی.

۵. **پیامدها**^{۲۴}: کنش‌های ناشی از رفتار توده‌وار منجر به پیامدهایی مثبت یا منفی در سطح فردی و بازار می‌شوند:

- **پیامدهای مثبت**: کسب سود در کوتاه‌مدت، حفظ ارزش سرمایه در برابر تورم و بهره‌مندی از معافیت‌های مالیاتی موجود در بازار سرمایه.

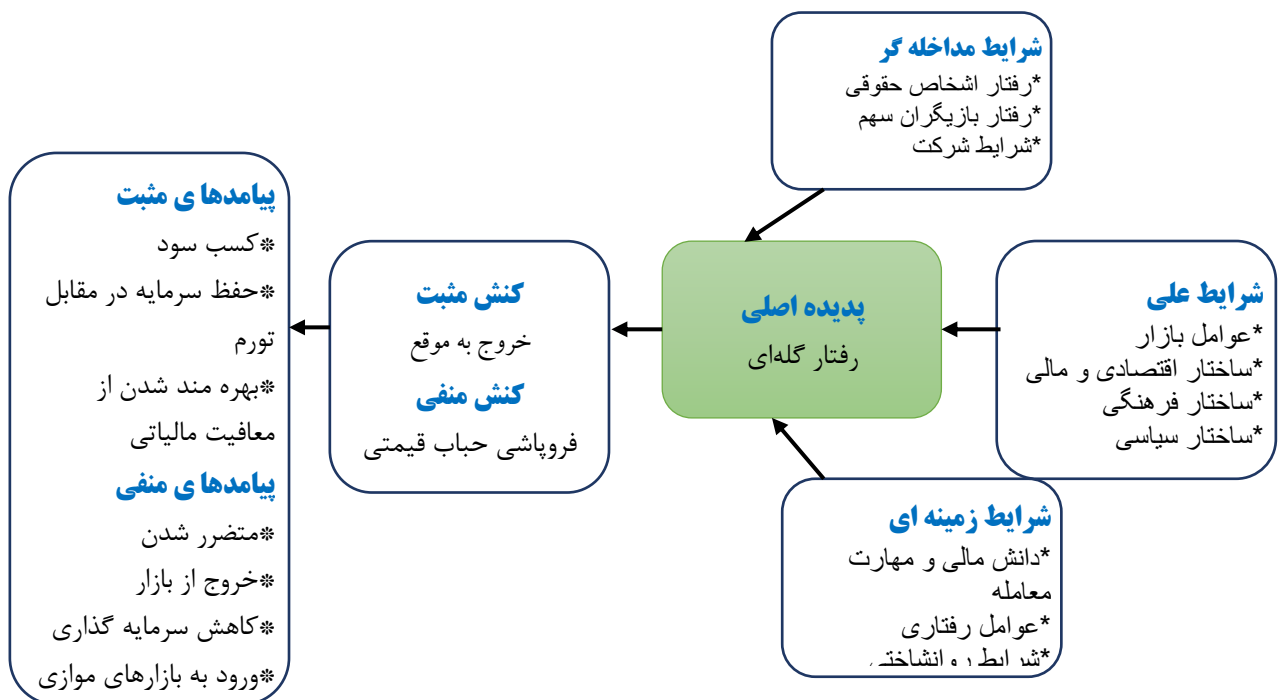
²² Intervening Conditions

²³ Actions/Interactions

²⁴ Consequences

- **پیامدهای منفی:** متضرر شدن در نتیجه ترکیدن حباب قیمتی، خروج از بازار به دلیل بی‌اعتمادی، کاهش حجم سرمایه‌گذاری مجدد و مهاجرت سرمایه به بازارهای موازی نظیر ارز، طلا و مسکن.

در مجموع، یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که رفتار توده‌وار در بورس تهران نه پدیده‌ای ساده، بلکه حاصل برهم‌کنش پیچیده‌ای از عوامل کلان، خرد و نهادی است که در قالب یک الگوی پارادایمی قابل تبیین است. این مدل می‌تواند به عنوان مبنایی برای سیاست‌گذاری در جهت کاهش آسیب‌های ناشی از رفتارهای هیجانی و ناپایدار در بازار سرمایه مورد استفاده قرار گیرد.



شکل ۲. مدل نهایی تحقیق

نتیجه‌گیری

هدف اصلی این پژوهش طراحی پارادایمی رفتار گله‌ای، کنش‌ها و پیامدهای آن در بورس اوراق بهادار تهران بود. با توجه به اینکه وجود رفتار گله‌ای در بورس اوراق بهادار تهران در مطالعات و تحقیقات پیشین که به آن‌ها اشاره گردید اثبات شده بود در این پژوهش به منظور جلوگیری از تکرار، تمرکز بر روی عوامل اصلی ایجاد چنین رفتاری در بورس قرار گرفت. عدم وجود مدلی که در برگیرنده جامع عوامل ایجاد رفتار گله‌ای در بین سهامداران در بازار بورس با دسته‌بندی مشخص باشد، باعث گردید تلاش محققان پژوهش حاضر بر روی عوامل اصلی ایجاد رفتار گله‌ای، کنش‌های مربوط آن و نهایتاً پیامدهای مثبت و منفی چنین رویکردی باشد. یافته‌های تحقیق، حاصل کدگذاری نظام‌مند داده‌های گردآوری‌شده از طریق ۵۱ مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته با خبرگان بازار سرمایه و تحلیل اسنادی منابع علمی است. این یافته‌ها نشان دادند که رفتار توده‌وار در بورس تهران، صرفاً محصول هیجانات یا خطاهای فردی نیست، بلکه از برهم‌کنش پیچیده‌ی سه نوع شرط اصلی شکل می‌گیرد: شرایط علی، شرایط زمینه‌ای و شرایط مداخله‌گر.

شرایط علی شامل ساختارهای اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و بازار سرمایه است که به‌طور بنیادین زمینه بروز رفتارهای توده‌وار را فراهم می‌آورد. عواملی چون تورم بالا، بی‌ثباتی نرخ ارز، نبود شفافیت اطلاعاتی، فرهنگ تقلید، و مداخلات سیاستی غیرقابل پیش‌بینی از جمله این شرایط هستند که نقش سازه‌های کلیدی در بروز بی‌اعتمادی، سردرگمی و تمایل به دنباله‌روی جمعی ایفا می‌کنند. این عوامل با مطالعات: لی و همکاران (۲۰۲۳)، شیائو و همکاران (۲۰۲۳)، کیریازیس (۲۰۲۰)، سیریوپولوس و همکاران (۲۰۱۹)، کایو همکاران (۲۰۱۷)، لوچتنبرگ و سیلر (۲۰۱۳) چیانگ و ژنگ (۲۰۱۰) همسو بوده است.

شرایط زمینه‌ای نیز نقش بسترساز داشته و بر نحوه بروز و شدت رفتار توده‌وار اثر می‌گذارند. مهم‌ترین این شرایط عبارت‌اند از پایین بودن سواد مالی و مهارت تحلیلی سرمایه‌گذاران، وجود سوگیری‌های رفتاری نظیر ترس و طمع، و وضعیت روان‌شناختی حاکم بر بازار. ترکیب این عوامل منجر به تسلط هیجانات جمعی بر تصمیم‌گیری فردی شده و رفتارهای غیرعقلایی را در پی دارد. این عوامل با مطالعات:

بالیس و دراکوس (۲۰۲۰)، بوری و همکاران (۲۰۱۹)، گلاریوتیس و همکاران (۲۰۱۶)، برگر (۲۰۱۲)، لین (۲۰۱۵) و سپیریانی و گوارینو (۲۰۱۳) همسو بوده‌است.

در کنار این دو دسته، شرایط مداخله‌گر نیز به‌عنوان عواملی واسطه‌ای عمل کرده و بر شدت یا نوع واکنش‌ها تأثیر می‌گذارند. رفتار اشخاص حقوقی (نظیر نهادهای مالی بزرگ)، بازیگران سهم (سهام‌داران عمده، سفته‌بازان)، و ویژگی‌های درون‌سازمانی شرکت‌ها (مانند شفافیت اطلاعات مالی و عملکرد مدیریتی) در این دسته قرار دارند. این بازیگران از طریق اقدامات هماهنگ، معاملاتی سنگین یا انتشار اطلاعات هدف‌دار می‌توانند روندهای قیمتی را به‌صورت مصنوعی هدایت کرده و زمینه‌ساز رفتار توده‌وار شوند. این عوامل با مطالعات: بالیس و دراکوس (۲۰۲۰)، بوری و همکاران (۲۰۱۹)، گلاریوتیس و همکاران (۲۰۱۶)، برگر (۲۰۱۲)، لین (۲۰۱۵) و سپیریانی و گوارینو (۲۰۱۳) همسو بوده‌است.

این عوامل باعث ایجاد کنش‌های مثبت (خروج به موقع) و منفی (فروپاشی حباب قیمتی) شده که وقوع این کنش‌ها با مطالعات رو و گالیمور (۲۰۱۴)، لائو و سینگ (۲۰۱۱)، دمیرر و کوتان (۲۰۱۰) و برنشتاین و ژلوس (۲۰۰۳) همخوانی دارد و در نهایت مجموعه عوامل ایجاد رفتار گله‌ای و کنش‌های مربوط به آن باعث ایجاد پیامدهای مثبت (کسب سود، حفظ سرمایه در مقابل تورم و بهره‌مند شدن از معافیت مالیاتی) و پیامدهای منفی (متضرر شدن، خروج از بازار، ورود به بازارهای موازی و کاهش سرمایه‌گذاری) می‌شود که این پیامدها با نتایج مطالعات شیلر و همکاران (۲۰۱۵)، فیلیپ و همکاران (۲۰۱۵)، هولمس و همکاران (۲۰۱۳)، بلاسکو و همکاران (۲۰۱۲) و هلمز و همکاران (۲۰۱۳) همسو بوده‌است.

این پژوهش با ارائه یک مدل پارادایمی جامع، توانسته است ابعاد مختلف پدیده رفتار توده‌وار را در بستر خاص بورس اوراق بهادار تهران روشن سازد. نوآوری پژوهش در تلفیق رویکرد داده‌بنیاد با تحلیل نهادی، فرهنگی و رفتاری بوده‌است. برخلاف رویکردهای سنتی که تنها بر رفتار فردی یا شاخص‌های قیمتی تمرکز داشتند، این تحقیق نشان داده‌است که رفتار توده‌وار نتیجه‌ای ساختاری و سیستماتیک است که ریشه در ناکارآمدی‌های اطلاعاتی، فرهنگی، روانی و نهادی دارد.

منابع

- حیدری، حمیدرضا، و فرزندگان، الهام. (۱۴۰۰). بررسی تأثیر رفتار گله‌ای بر نوسان‌پذیری غیرسیستماتیک در صنایع فعال در بورس اوراق بهادار تهران. نشریه پژوهش‌های حسابداری مالی، ۱۳(۲)، ۵۷-۷۷.
- ساداتی، اکرم سادات، و آقابابایی، محمد ابراهیم. (۱۳۹۷). بررسی رفتار توده‌ای مبتنی بر واریانس موزون مقطعی در بورس اوراق بهادار تهران. مهندسی مالی و مدیریت اوراق بهادار، ۹(۳۵)، ۱۹۷-۲۱۹.
- عسکرزاده، غلامرضا، و روحی، امین. (۱۴۰۱). بررسی رفتار گله‌ای در بازار ارز دیجیتال. پژوهش‌های مالی و رفتاری در حسابداری، ۲(۴)، ۱۲۳-۱۳۵.
- کباری، مجتبی، فدایی نژاد، محمد اسماعیل، اسدی، غلامحسین، و حمیدی زاده، محمدرضا. (۱۳۹۵). رفتار توده‌واری در بورس اوراق بهادار تهران براساس ریزساختار بازار (مطالعه موردی: شرکت مخابرات). تحقیقات مالی، ۱۸(۳)، ۵۴۰-۵۱۹.
- میرهاشمی نسب، سیدامیرحسین، محمدزاده، امیر، محمدنوریبخش لنگرودی، محسن، و آخوندی، نسرين. (۱۳۹۸). ارایه مدلی برای بررسی تأثیرات ترکیبی ریسک‌پذیری، ویژگی‌های فردی و فرهنگی بر بروز رفتار توده‌وار سرمایه‌گذاران در بورس اوراق بهادار تهران. چشم انداز مدیریت مالی، ۹(۲۸)، ۶۵-۹۰.
- وارث، حامد، آرین، حمیدرضا، آریانایکتا، بنیامین، و بناءزاده، محمدجواد. (۱۳۹۹). بررسی رفتار توده‌ای در بورس اوراق بهادار تهران با مدل چیانگ و ژنگ. تحقیقات مالی، ۲۲(۳)، ۳۸۸-۴۰۷.
- Askarzadeh, G. & Roohi, A. (2023). Investigating herd behavior in the digital currency market. Financial and Behavioral Researches in Accounting, 2(4), 123-135. (in Persian).
- Ballis, A. & Drakos, K. (2020). Testing for herding in the cryptocurrency market. Finance research letters, 33, 101210.
- Berger, a, Dave & Turtle, H.J. (2012). Cross-sectional performance and investor sentiment in a multiple risk factor model. Journal of Banking & Finance, 36, 1107-1121.
- Blasco, N., Corredor, P., and S. Ferreruela. (2012). does Herding Affect Volatility? Implications for the Spanish Stock Market. Quantitative Finance, Vol. 12, No. 2, Pp. 311-327.
- Borensztein, E. & Gelos, R. G. (2003). A panic-prone pack? The behavior of emerging market mutual funds. IMF, Staffpapers, 50(1), 43-63.
- Bourri, E., Gupta, R. & Roubaud, D. (2019). Herding behaviour in cryptocurrencies. Finance research Letters, 29, 216-221.

- Cai, F., Han, S., Li, D. & Li, Y. (2017). Institutional Herding and Its Price Impact: Evidence from the Corporate Bond Market. *Journal of Financial Economics*, 131(1), 139-167
- Chiang, T.C., Zheng, D., (2010). An empirical analysis of herd behavior in global stock markets. *J. bank. Finance*, 34(8), 1911–1921.
- Cipriani, M. و Guarino, A. (2012). Estimating a structural model of herd behavior in financial markets, FRB of New York Staff Report.
- Demirer, R., Kutan, A. M., & Chen, C. D. (2010). Do investors herd in emerging stock markets? Evidence from the Taiwanese market. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76(2), 283-295.
- Filip, A., Pochea, M., & Pece, A. (2015). The herding behaviour of investors in the CEE stocks markets. *Procedia Economics and Finance*, 32, 307-315.
- Galariotis, E. C., Krokida, S. I., & Spyrou, S. I. (2016). Bond market investor herding: Evidence from the European financial crisis. *International Review of Financial Analysis*, 48, 367-375.
- Hasan, I., Tunaru, R., Viotto, D. (2023). Herding behavior and systemic risk in global stock markets, *Journal of Empirical Finance*, Vol. 73, Pp. 107-133.
- Heidari, H. و Farzanegan, E. (2021). Evaluating the Herding Effect on Idiosyncratic Volatility in the Industries of the Tehran Stock Exchange. *Financial Accounting Research*, 13(2), 57-77. (in Persian).
- Holmes, P., Kallinterakis, V., & Ferreira, M. L. (2013). Herding in a concentrated market: a question of intent. *European Financial Management*, 19(3), 497-520.
- Holmes, P., Kallinterakis, V., and M. L. Ferreira. (2013). Herding in a Concentrated Market: a Question of Intent. *European Financial Management*, Vol. 19, No. 3, Pp. 497-520.
- Kobari, M., Fadaeinejad, M., Asadi, G. H., و Hamidizadeh, M. (2016). Herd Behavioral in Tehran Stock Exchange Based on Market Microstructure (case study: Mokhaberat Company). *Financial Research Journal*, 18(3), 519-540. (in Persian).
- Kyriazis, N. A. (2020). Herding behaviour in digital currency markets: An integrated survey and empirical estimation. *Heliyon*, 6(8).
- Kyriazis, N. A. (2020). Herding behaviour in digital currency markets: An integrated survey and empirical estimation. *Heliyon*, 6(8), e04752.
- Lao, P., and H. Singh. (2011). Herding Behaviour in the Chinese and Indian Stock Markets. *Journal of Asian Economics*, Vol. 22, No. 6, Pp. 495-506.
- Li, T., Chen, H., Liu, W., Yu, G., Yu, Y. (2023). Understanding the role of social media sentiment in identifying irrational herding behavior in the stock market, *International Review of Economics و Finance*, vol. 87(C), pages 163-179.
- Lin, H. W. (2015). How Herding Bias could be derived from Individual Investor Types and Risk Tolerance? *International Journal of Economics and Management Engineering*, 6(6), 1395-1400.

- Luchtenberg, K. F. و Joseph Seiler, M. (2013). The effect of exogenous information
- Mirhasheminasab, S. A., Mohamadzadeh, A., Mohammadnoorbakhsh Langaroodi, M., & Akhoondi, N. (2019). A Model for Syntactic Investigation between Risk taking, Personal and Cultural properties on Herding Behavior in Tehran Stock Exchange.. Financial Management Perspective, 9(28), 65-90.(in Persian).
- Ro, S., & Gallimore, P. (2014). Real estate mutual funds: Herding, momentum trading and performance. Real Estate Economics, 42(1), 190-222.
- sadati, A. S., & Aghababaei, M. (2018). Exploring Herding Behavior based on Weighted Cross-Sectional Variance (WCSV) in Tehran Stock Exchange. Financial Engineering and Portfolio Management, 9(35), 197-219. .(in Persian).
- Shiller, R. J. (2015). Irrational exuberance. In Irrational exuberance. Princeton university press.
- signal strength on herding, Review of Behavioral Finance, 5(2), 153- 174.
- Syriopoulos, T., & Bakos, G. (2019). Investor herding behaviour in globally listed shipping stocks. Maritime Policy & Management, 46(5), 545-564.
- Vares, H., Arian, H., Aryanayekta, B., & Bannazadeh, M. J. (2020). Herd Behavior Analysis in Tehran Stock Exchange with Chiang and Zheng Model. Financial Research Journal, 22(3), 388-407.(in Persian).
- Xiao, Q., Yan, M., Zhang, D. (2023). Commodity market financialization, herding and signals: An asymmetric GARCH R-vine copula approach, International Review of Financial Analysis, Vol. 89, Pp.1-20.

DOI: [10.71854/soc.2025-1215543](https://doi.org/10.71854/soc.2025-1215543)

Book Review: Rural Development in Iran, 1960-2020 by Mostafa Azkia

Soheila Alirezanejad¹ [0000-0002-0300-3464](https://orcid.org/0000-0002-0300-3464) 

Full Professor of Sociology, Department of Social Sciences, Ga, C., Islamic Azad University, Garmsar, Iran

When I learned about the book *Rural Development in Iran*, I was very interested in reading it, on the one hand, because of the importance of this subject in Iran's development history, and the Author's unique perspective that you can see easily on academic pages. The book surely provides us with invaluable information and knowledge, given the Author's overqualification for such a task. Regarding the valuable advantages of this book, one should not forget its publisher, the prestigious Routledge Publishing House, which is part of the Taylor & Francis group.

In reviewing rural development in Iran, comprehensive books consider Iranian rural communities and the literature of their development. Over the last 50 years, a book that was a five-point reference for scholars and students about rural development in Iran, *The Landlord and Peasant in Persia*, written by Ann Lambton, was published by Amirkabir Publication House many years ago. Upon reading the book, it became clear that Professor Azkia's work offers a comprehensive analysis of rural life in Iran. It provides insights into the experiences of rural residents and the various developmental interventions and discusses the theoretical underpinnings and consequences of these interventions. This in-depth and comprehensive exploration leaves the reader feeling reassured about the depth of the analysis, making it a must-read for anyone interested in rural development in Iran. Moreover, the book's relevance to current issues in rural development, such as climate change and social stratification, makes it a

¹ soheilaalirezanejad@iau.ac.ir

valuable resource for those seeking a deeper understanding of these pressing concerns .

This book takes a long-term look at rural life in Iran, providing a historical context that is remarkably relevant to current issues. As we read the book, we become familiar with rural life under two political regimes and the experience of a revolution and an eight-year war. This feature turns reading this book into a precious scientific adventure. Azkia structured the book into eleven chapters and an Introduction. After an impressive introduction informing us about the fundamental problems that the Author distinguished, he tries to introduce the real beneficiaries of developmental interventions in Iran during the pages of this book. The first chapter gives a fantastic opening to the context of national development, which precedes chapter ten by concentrating on different national development plans. The Author dedicated the second chapter to an analytical review of rural studies in Iran. The third and fourth chapters focus on socio-demographic transformative features of rural areas and settlements and their patterns. In the fifth chapter, Professor Azkia discussed the critical developmental interventions of land reform before and after the Islamic Revolution. Therefore, chapters five and six inform us of the rare knowledge about the changing features of social stratification in rural Iranian areas. Centralism is the most essential political feature of the Iranian experience of development, which is discussed in chapter seven. The feature of centralism inevitably leads us to social participation and bottom-up developmental approaches and experiments in chapter eight. Iran suffered from climate change, global warming, and inefficient understanding and management of precious environmental resources, which Azkia pays attention to in chapter nine. Chapter eleven contains Azkia's final words about the rural development experience in Iran, based on external and internal influences.

Given the unique characteristics of Azkia, the book "Rural Development in Iran, 1960-2020" is a precious gift for all social researchers, sociologists, and scholars interested in Iran and the Middle East, which well illustrates and analyzes the process of the collapse of Iranian rural communities and

their transfer to the outskirts of large cities. Its comprehensive analysis and insights make it a valuable resource for young researchers seeking a deeper understanding of rural development. More importantly, it has the potential to inspire further research in this field, motivating scholars to delve deeper into the complexities of rural development in Iran. It is worth noting that the Persian version of this book, translated by Dr. Hossein Imani Jajarami, is being processed and published by Tehran University Press.

معرفی کتاب: توسعه روستایی در ایران، ۲۰۲۰-۱۹۶۰ دکتر مصطفی ازکیا

سهیلا علیرضازنژاد^۲

استاد گروه جامعه‌شناسی، واحد گرمسار، دانشگاه آزاد اسلامی. گرمسار، ایران

هنگامی که از وجود کتاب توسعه روستایی در ایران مطلع شدم، از یک سو به دلیل اهمیت موضوع در تجربه توسعه در ایران و از سوی دیگر به دلیل و تجربه دیدگاه منحصر به فرد نویسنده، به خواندن کتاب علاقمند شدم. با توجه به صلاحیت نویسنده که از سال‌ها کار آکادمیک میدانی و نظری نشأت می‌گیرد؛ این کتاب بی‌شک اطلاعات و دانش ارزشمندی را در اختیار خواننده قرار می‌دهد. درباره امتیازات ارزشمند این کتاب نباید ناشر آن، انتشارات مطرح راتلج که ذیل گروه تیلور و فرانسیس قرار دارد را فراموش کرد.

در مرور ادبیات توسعه روستایی در ایران، کتاب‌های جامع که ابعاد مختلف جامعه روستایی ایران و تحولات آن را مدنظر قرار داده باشد، اندک است. در پنجاه سال اخیر کتابی که عمدتاً محل رجوع محققان، اندیشمندان و دانشجویان درباره توسعه روستایی ایران بود؛ کتاب مالک و زارع در ایران اثر آن لمتون بود؛ که انتشارات امیرکبیر ترجمه آن را سال‌ها پیش به چاپ رسانده است. کتاب مالک و زارع توصیف کاملی از جامعه روستایی ایران در اوایل دوران پهلوی اول به نمایش می‌گذارد. کتاب توسعه روستایی در ایران که توسط دکتر مصطفی ازکیا به رشته تحریر درآمده است؛ تحلیل جامعی از زندگی روستایی در ایران و تحولات آن ارائه می‌دهد. این کتاب نه تنها حاوی فهم از تجربیات ساکنان روستایی و مداخله‌های توسعه‌ای مرتبط با آن ارائه می‌دهد؛ بلکه مبانی نظری و پیامدهای این مداخله‌ها را نیز مورد بحث قرار می‌دهد. این کاوش، خواننده را آگاه کرده و خواندن این کتاب را به یک ضرورت برای علاقمندان به جامعه‌شناسی ایران، به‌ویژه جامعه‌شناسی روستایی ایران- تبدیل می‌کند. همچنین ارتباط این

^۲ .soheilaalirezanejad@iau.ac.ir

کتاب با مسائل جاری در توسعه روستایی، مانند تغییرات اقلیمی و قشربندی اجتماعی، آن را به منبعی ارزشمند برای پژوهشگرانی که در پی درک عمیق‌تر از این چنین دغدغه‌هایی، هستند؛ کرده‌است. شایان توجه است که این کتاب نگاهی بلندمدت به زندگی روستایی در ایران و زمینه تاریخی آن ارائه می‌دهد که با مسائل جاری مرتبط است. با خواندن کتاب با زندگی روستایی در ایران ذیل دو رژیم سیاسی و تجربه یک انقلاب و یک جنگ هشت ساله آشنا می‌شویم. این ویژگی، خواندن کتاب را به یک ماجراجویی علمی ارزشمند تبدیل می‌کند. مصطفی ازکیا کتاب را در یازده فصل و یک مقدمه به نگارش درآورده است. نویسنده در یک مقدمه خوب، خواننده را از مشکلات اساسی که در جامعه روستایی ایران شناسایی کرده است؛ آگاه می‌کند. او در تلاش است تا در صفحات این کتاب، دست‌اندرکاران واقعی مداخله‌های توسعه‌ای در ایران را معرفی کند. فصل اول کتاب با تمرکز بر برنامه‌های مختلف توسعه ملی، مقدمه‌ای مناسب برای فهم توسعه ملی ایرانی، در فصل دهم ارائه می‌دهد. ازکیا فصل دوم را به بررسی تحلیلی مطالعات روستایی در ایران اختصاص داده‌است. فصل‌های سوم و چهارم بر ویژگی‌های دگرگون‌کننده اجتماعی-جمعیتی، مناطق روستایی و سکونت‌گاه‌ها و الگوهای آن تمرکز دارد. او در فصل پنجم مداخله‌های توسعه‌ای مهم اصلاحات ارضی، پیش و پس از انقلاب اسلامی ۱۳۵۷ را مورد بحث قرار داده است. بدین ترتیب فصل‌های پنجم و ششم، خواننده را از دانش نادر در مورد ویژگی‌های در حال تغییر، قشربندی اجتماعی در مناطق روستایی ایران مطلع می‌کنند. تمرکزگرایی اساسی‌ترین ویژگی توسعه سیاسی تجربه توسعه در ایران است که در فصل هفتم این کتاب مورد بحث قرار گرفته است. تمرکزگرایی به‌ناگزیر ما را به سوی مشارکت اجتماعی و رویکردها و آزمون‌های توسعه‌ای از پایین به بالا در فصل هشتم، سوق می‌دهد. ایران از تغییرات اقلیمی، گرمایش جهانی و درک از مدیریت ناکارآمد منابع ارزشمند محیط‌زیستی رنج می‌برد. ازکیا در فصل نهم به این موارد مهم توجه می‌کند. فصل یازدهم شامل سخنان پایانی نویسنده درباره تجربه توسعه روستایی در ایران با در نظر گرفتن، تاثیرات داخلی و خارجی است.

با توجه به ویژگی‌های منحصر به فرد نویسنده، کتاب «توسعه روستایی در ایران، ۲۰۲۰-۱۹۶۰»، این کتاب هدیه‌ای گرانبها برای همه محققان اجتماعی، جامعه‌شناسان و محققان علاقه‌مند به ایران و خاورمیانه

معرفی کتاب: توسعه روستایی در ایران، ۲۰۲۰-۱۹۶۰ دکتر مصطفی ازکیا

189.....

است که روند فروپاشی جامعه روستایی ایران و انتقال آن به حاشیه شهرهای بزرگ را به خوبی نشان داده و تحلیل می‌کند. تحلیل‌ها و نظریات جامع مندرج در کتاب، آن را به منبعی ارزشمند برای پژوهشگران جوانی که به دنبال درک عمیق‌تری از توسعه روستایی هستند، تبدیل می‌کند. این کتاب همچنین می‌تواند به منبعی الهام بخش برای ترغیب هر چه بیشتر محققان برای شناخت پیچیدگی‌های جامعه روستایی ایران، تبدیل شود. شایان ذکر است که نسخه فارسی این کتاب هم اکنون با ترجمه آقای دکتر حسین ایمانی جاجرمی، در انتشارات دانشگاه تهران در دست چاپ است.

Contents

Identifying the contexts of law-evasion emergence in the urban fabric of Kashan1

Mohsen Niazi, Mojgan Saeedi*

A three-dimensional assessment of the New Middle Class in Iran: Economic, Social, and Political 44

*Karamatollah Rasekh, Asghar Ghafaripour**

Social participation and factors affecting it: A Study in the counties of Javanroud and Ravan 64

Shahram Fazli, Abdulreza Adhami, Faizollah Nouroozi*

Identification and Analysis of Socio-Cultural Strategies Affecting Generation Z's Purchasing Behavior in the Social Media Environment 99

Toktam Pishfang, Hadi Bastam, Ali Hoseinzadeh*

A Sociological Analysis of the Challenges to the Development of Rural Cooperatives 129

Hajar Nazari, Hassan Kheiry, Mahdi Nasiri*

Design and Elucidation of a Paradigmatic Model for the Emergence of Herd Behavior: Actions and Consequences in the Tehran Stock Exchange 165

Nabi Omid, Hadi Meftahi, Zahra Kamalifar, Leila Sepidnameh*

Book Review: Rural Development in Iran, 1960-2020 by Mostafa Azkia 184

DOI: [10.71854/soc.2025-1215217](https://doi.org/10.71854/soc.2025-1215217)

Identifying the contexts of law-evasion emergence in the urban fabric of Kashan

Mohsen Niazi¹ [0000-0001-7544-1028](https://orcid.org/0000-0001-7544-1028) 

Professor of the Department of Social Sciences, Kashan University, Kashan, Iran.

Mojgan Saeedi [0000-0003-3984-0851](https://orcid.org/0000-0003-3984-0851) 

PhD in sociology, Kashan University, Kashan, Iran

Introduction

The increase in law-evasion behaviors, as evidenced by empirical data and official statistics in Iranian society, particularly in recent years, has emerged as a significant social issue that necessitates a thorough examination and analysis of its various dimensions. This phenomenon has become particularly pronounced in cities experiencing rapid social and economic changes and possessing diverse social structures. As one of Iran's historical cities with a multicultural framework, Kashan faces numerous social and cultural challenges that may contribute to the rise of law evasion among its citizens.

Theoretical Framework

The present research draws upon various theories, including Durkheim's anomie, Putnam's social capital, Hirschi's control theory, Sutherland's differential association, Tyler's procedural justice, and Blau's relative deprivation. These theoretical perspectives help understand the social and cultural factors influencing law evasion in Kashan.

Methodology

This study is survey-based and quantitative, with data collected through a standardized questionnaire. The target population consists of the citizens of Kashan, and using Cochran's formula, a sample size of 385 individuals was determined. The reliability of the questionnaire was assessed using Cronbach's alpha, which yielded an overall alpha value of .824. Content validity was also considered when evaluating the questionnaire. Data analysis was performed using SPSS software.

Findings

The results of this study indicate that various factors influence law-evasion, the most significant of which include procedural justice (the perception of fairness in legal processes), social anomie (the feeling of normlessness and lack of social cohesion leading to increased law-evasion behaviors), religiosity, ingroup social capital (strong relationships and ties within social groups), informal control, peer group behaviors, and adherence to civic norms (commitment to civic values and a sense of social responsibility). Collectively,

¹ Correspondent Author: niazim@kashanu.ac.ir

these variables accounted for 49.1% of the variation in the dependent variable of law-evasion.

Conclusion

A key finding of this research highlights the importance of procedural justice in reducing law evasion. Individuals' perceptions of fairness in legal processes directly influence their willingness to comply with laws. Indeed, increasing trust in legal institutions and a sense of justice in judicial and executive processes contribute to a reduction in law-evasion tendencies. Furthermore, social anomie has been identified as the most significant predictor of law-evasion; in societies where individuals feel normlessness and lack social cohesion, the propensity for law-evasion behaviors increases. Religiosity and religious beliefs also play a crucial role in reducing law evasion; the findings indicate that individuals with stronger religious beliefs exhibit a lower tendency to violate laws. This issue demonstrates the role of religious and moral culture in reinforcing adherence to social norms.

Additionally, intra-group social relationships and strong ties among individuals within a social group can help control deviant behaviors. Furthermore, ingroup social capital can decrease law evasion through enhancing positive social interactions. Informal social controls, such as the influences of family and peer groups, significantly impact citizens' behavior. The findings reveal that peer group behaviors and social pressures from contemporaries greatly affect individuals' law-evasion behaviors. This research suggests that addressing law evasion in society and improving urban quality of life requires multifaceted strategies. Among these strategies are improving procedural justice within legal institutions, strengthening social cohesion, promoting religious and ethical values, enhancing social capital, increasing constructive social oversight, and fostering a culture of citizenship. These strategies can serve as part of urban policies in Kashan and other similar cities, reducing social anomalies and improving urban management conditions.

Key Words: Norm violation, Procedural justice, Social anomie, Ingroup capital, Civic norms

DOI: [10.71854/soc.2025-15232](https://doi.org/10.71854/soc.2025-15232)

A three-dimensional assessment of the New Middle Class in Iran: Economic, Social, and Political

Keramatollah Rasekh [0000-0001-9574-9679](https://orcid.org/0000-0001-9574-9679) 

Professor of sociology, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Jahrom, Iran

Asghar Ghafaripour¹ [0009-0007-2950-5239](https://orcid.org/0009-0007-2950-5239) 

Ph. D in sociology, Farhangian University, Shiraz, Iran

Detailed Abstract

Introduction

The article aims to measure the new middle class in Iran in three social, economic, and political dimensions to reach a reliable definition of the new middle class in Iran. The middle class was measured in the social dimension with the indicators of education, academic orientation and acquisition of political and social awareness, in the political dimension with the indicators of tendency to the rule of law, support for freedom of expression and belief, tendency to political participation, justice, equal job opportunities and citizenship rights, and in the economic dimension with agreement to borrow from abroad.

Literature Reviews

Huge developments and transformations, including the First and Second World Wars, the communist revolution in Russia, the rise of fascism and Nazism in Germany and Italy, and the economic crisis and recession in the late 1920s in Western capitalist societies, accompanied the twentieth century. These developments had a fundamental impact on the fate of humanity. Still, after World War II, we are witnessing the emergence of stable democracies in Western societies centered on the middle class. E. P. Thompson, in his classic work, *The Rise of the English Working Class*, claims that the increase in job opportunities is not only directly related to the position of the working class in British society, but that this process also paved the way for the growth of the middle class in Britain. The first works on the emergence of the middle class in developing societies, including Iran, appeared gradually over the twentieth century, a century after Western societies. This process has accelerated significantly in the past few decades and has been the subject of various academic studies. Studies by the Brookings Institution on the "Position of the Middle Class in

¹ . Corresponding Author: <mailto:asgharghaffaripour@yahoo.com>

Developing Countries" show that this social class is not only of social, economic, and political importance in developed countries, but is also increasingly important in developing countries. Research conducted in Latin America and Africa has also reached similar results.

The reason for the growth of the middle class in developing countries is the expansion of the service sector, so that in the past few decades, with the increase in small and medium-sized private companies, banks, insurance companies, transport and railway companies, commercial companies and government service sectors, the ground has been provided for a significant growth in the number of entrepreneurs, government employees, teachers, nurses, doctors, lawyers, managers and legal professionals, and in general employees working in the service sector. This social group is the main body of the new middle class in such societies.

The middle class in Iran also has conditions similar to those of other developing societies. The emergence of a new, specialized middle class is considered a significant requirement of modernization, and the expansion of modern education in the Western style has led to the training of many educated people, economists, teachers, writers, and artists in Iran. The people of Iran were divided into four major classes on the eve of the twentieth century: "First, the royal class, including the central and local elites, second, the old commercial middle class, third, the wage earners, and fourth, the peasants, tribes, and peasants" (Abrahamian, 1998: 43); therefore, until the early twentieth century, the middle class in Iran consisted mainly of merchants and guilds located in cities and had a completely traditional structure. Given this fact, most experts separate the formation process of the new middle class in Iran up to the era of Reza Shah from the previous era and divide it into two distinct periods: first, the era of the traditional middle class, and second, the new one. The old or conventional middle class consisted of merchants, market guilds, clergy members, and old government employees. Abrahamian endorses this same division. He writes: The old traditional middle class consisted of merchants and artisans." This group provided "the financial needs of mosques, markets, schools, madrasas," and as a result had close relations with "preachers, clerics, students, mullahs, and even mujtahids". At the beginning of its emergence, the traditional middle class was not a "national and widespread political force," but rather a "socio-economic phenomenon". It is interesting to note that the middle class is more similar to the upper class in terms of cultural values, but similar to the working class in terms of income; However, in the second half of the 19th century, this class was faced with a dual challenge: "On the one hand, the growth of foreign trade accelerated the emergence of a small but wealthy dependent bourgeoisie, and on the other hand, the influx of goods, capital, and foreign merchants caused the weakness and decline of the national bourgeoisie". This challenge led to the politicization of this group, which paved the way for their cooperation with the clergy to confront the government. "Thus, the ground was prepared for the political revolution known as the Constitutional Revolution. The "traditional middle class," which had become

more extensive and powerful during the 19th century, separated itself "economically, ideologically, and politically from the ruling class" and, along with other currents, stood against the central government in the blind alley of the "Constitutional Revolution". The new middle class follows the ideas of intellectuals in pursuit of achieving its aspirations and seeks political freedoms and development. Therefore, regardless of the Islamic Revolution in February 1979, the constitutional revolution was the last widespread socio-political emergence of the traditional Iranian middle class.

The widespread emergence of the new middle class accompanied the decline of the traditional middle class. In the early nineteenth century, two people (1811) and five people (1815) were sent to England. These people were the initial precursors of a group known as the "new middle class" in Iran. Despite its quantitative and qualitative growth during the era of Mohammad Reza Shah, the new middle class joined the protest movement in 1976. Two crises caused the middle class to join the protest movement in this era: "the economic crisis in the form of acute inflation; and the institutional crisis resulting from the application of external pressures on the Shah, the aim of which was to force the regime to adjust police controls and respect human rights, especially the rights of political opponents in Iran" (Abrahamian, 2008:613). The new middle class was thus placed alongside the traditional middle class, but with different political roles: "Although the traditional middle class provided the opposition with a broad and comprehensive organization, it was the new middle class that lit the torch of the revolution, supported it, and delivered the final blows" (Abrahamian, 1998: 657); the question was, "Why did the new middle class, which had previously been very suspicious of the clergy, agree to follow Ayatollah Khomeini? There were three reasons for this.

First, the Shah did not negotiate with the non-religious opponents, including the National Front and the Freedom Movement, until December 1978. Second, Ayatollah Khomeini had attracted the favorable opinion of the non-religious opponents with his statements and assured them that theocracy would never replace autocracy and authoritarian rule. The third reason for Ayatollah Khomeini's success was among the new middle class, especially among young intellectuals"; Ayatollah Khomeini even managed to attract the urban middle class, which constituted a significant part of the new middle class: "Ayatollah Khomeini's success in mobilizing urban wage earners had several reasons: first, his promise to create social justice. Second, despite being suspicious of high-ranking scholars, the regime did not prevent the lower-ranking clerics from working among the urban poor, organizing mourning ceremonies, funerals, and congregational prayers. Third, religion provided the sense of group and social solidarity needed by the population of the poor areas and slums. The fourth reason for Ayatollah Khomeini's success among the urban working class was the vacuum created by suppressing all secular opposition parties".

Conclusion

The above historical description should help us understand what the "middle class" means and what indicators we can use to distinguish the middle class from other social classes. Social and political criteria generally define the middle class, but economic indicators are also crucial to arrive at a concise definition of the middle class. The middle class in the United States of America usually refers to people who earn about US\$110 per day. This statistic is based on data from the World Bank and the United Nations in 2011. This income threshold is consistent with the global definition of the middle class and refers to the livelihood status of families with a similar basket of consumer goods. Suppose we were to consider the middle class in Iran with the same economic index and the government rate of 4,200 Tomans per dollar in 2017. In that case, those with a daily income of 110,000 Tomans or more in 2017 may be considered members of the middle class in Iran. Defining the middle class in Iran, like other classes, using a purely economic index is difficult due to the inflation rate and price fluctuations. Defining the middle class using global indicators also requires fundamental research in this field with economic, social, and political criteria. Our efforts to achieve a precise definition of the middle class in Iran also fail due to the lack of necessary information - information that responsible institutions such as the Central Bank and the Planning and Budget Organization should provide to researchers; Therefore, a comprehensive and objective definition of the middle class in Iran is not yet possible due to the above and many other reasons, we have to define this class in the existing objective and theoretical contexts. Also, the middle class in Iran is generally defined by citing the works of Ahmad Ashraf and Beno-Azizi. In such works, the middle class can be defined by citing the statistics of "freelance specialists, employees, military personnel, white-collar workers and technicians in the private sector and intellectuals". Jamshid Behnam also has a similar opinion: "The emergence of new middle classes, which were given the title of 'professional and administrative intellectuals,' is one of the crucial events of Iran's economic development in the modern era.

Keywords:,,New middle class, social dimension, political dimension, economic dimension, Iran

DOI: [10.71854/soc.2025-1215335](https://doi.org/10.71854/soc.2025-1215335)

Social participation and factors affecting it: A Study in the counties of Javanroud and Ravansar

Shahram Fazli¹ [0000-0003-4496-5058](https://orcid.org/0000-0003-4496-5058) 

PhD in sociology, Islamic Azad University, North Tehran branch, Tehran, Iran.

Abdulreza Adhami [0000-0002-4989-8996](https://orcid.org/0000-0002-4989-8996) 

Associate Professor of Sociology, Islamic Azad University, North Tehran Branch, Tehran, Iran.

Faizollah Nouroozi [0000-0003-1539-7541](https://orcid.org/0000-0003-1539-7541) 

Assistant Professor of Sociology, Islamic Azad University, North Tehran Branch, Tehran, Iran.

Detailed Abstract

Introduction

Participation is an essential and inseparable part of every person's daily life and is of great importance. Therefore, we are forced to study participation status and its factors and obstacles. The participation rate of the people of Kermanshah province in the first and second rounds of the presidential elections in 2024 was 31.5 percent and 42 percent, respectively, and the participation rate of the people of Javanrud and Ravansar counties in these elections was generally lower than the average. These statistics indicate that social participation is a problem in the studied society. Therefore, it is necessary to research and investigate their participation to achieve breakthrough results.

In the present study, we want to know the level of social participation among the citizens of Javanroud and Ravansar counties. And we want to study and test the factors affecting social participation (dependence on the government and limited welfare) in these counties, which are among the less developed areas of Kermanshah province, to determine what factors have affected the decrease in social participation of the citizens of Javanroud and Ravansar counties.

Research method

The research population in this study consists of all citizens over 18 years of age living in Javanroud and Ravansar. According to the 2016 census, there are 122,826 people. The sample size in this study was also calculated using the Cochran formula, and it was 384. There are a total of 384 people in the two cities, and the questionnaire was divided equally between the two cities.

¹corresponding author: fazelishahram@yahoo.com.

The sampling method in this study is a multi-stage cluster sampling proportional to the sample size.

The data collection tool was a questionnaire. Nine researcher-made items were used to measure social participation, and eight standardized items by foreign (Rogers, McClelland, etc.) and domestic (Azkia, Mohseni Tabrizi, Ghaffari, etc.) researchers, after localization, were used to measure the variables of dependence on the government and limited good. SPSS software was used to analyze the data.

findings

The findings showed that most respondents were university educated, male, 30 and under 30, married, and from a low social class. Their dependence on the government is medium to low, their goodwill is medium to low, and they have medium social participation. The test of the research hypotheses (Pearson's correlation coefficient) showed a significant relationship between the variables of dependence on the government and the perception of limited good with social participation. The results of multivariable regression analysis showed that 6.3% of the variance of the social participation variable is due to independent variables. The variable of dependence on the government affects social participation with a standardized beta coefficient of 0.209; The limited goodness variable has no significant effect.

Social participation is measured by combining formal and informal participation variables. In these societies, informal participation is medium to high, but formal participation is medium to low, which shows that citizens are not very willing to participate in official activities.

There is a significant and positive relationship between the variables of dependence on the government and limited good. Social participation increases with increasing reliance on the government and limited goods. If the government can gain the people's trust, their dependence and trust in the government will increase. People will welcome government plans for agricultural activities, agricultural innovations, improvements, and reforms, such as building proper roads, etc., and the government can participate in advancing national and regional plans. If, like in Japanese society, thoughtful and well-intentioned individuals support the government, people can use government guidance for regional progress and count on government assistance.

The low dependence on the government at the level of the studied society shows that people solve most of their problems with social participation and less with reliance on the government. Due to the borderline and low government aid in these areas, people have come to believe that they should rely on themselves and solve problems with each other's help and participation. Regarding the low authoritarianism of the people of this region, the results show that people do not believe much in unilateral,

hierarchical, and top-down activities and want to have a role in executive and participatory activities. Also, the informal participation of the people of these regions, independently and sometimes without government support, which is more evident in these regions than in the other areas of Kermanshah province, can indicate their low dependence on the government.

Regarding the variable of limited good, Foster believes that as the amount of limited good increases, social participation decreases, but contrary to her opinion, as the perception of limited good increases, people in the region cooperate and participate to overcome problems and achieve prosperity. Considering the lifestyle of the people of this region, which still has a strong tribal, nomadic, and tribal culture combined with religious teachings, people prefer to cooperate and participate to overcome problems. The increased facilities and welfare in the studied society have caused the image of limited good to fade. Javanroud County has commercial opportunities that have increased peace among residents and lowered the perception of limited well-being. In Ravansar County, most residents are also active in jobs besides agriculture that can improve their needs and provide them with a sense of security.

Conclusion

In general, the results show that in the less developed areas (the studied cities), the culture, beliefs, and social values have not changed much, and the society has remained in its traditional form. Contrary to the theories of the experts of the old modernization school, tradition and small elements of peasant culture are a strong point, strengthening social participation and establishing development in these areas. Government and development experts must rely on these elements so that people can achieve specific, predetermined goals and plans through social participation.

Keywords: limited good, social participation, dependence on the government, Javanroud and Ravansar.

DOI: [10.71854/soc.2025-1215355](https://doi.org/10.71854/soc.2025-1215355)

Identification and Analysis of Socio-Cultural Strategies Affecting Generation Z's Purchasing Behavior in the Social Media Environment

Toktam Pishfang [0009-0001-1570-8533](https://orcid.org/0009-0001-1570-8533) 

PhD Candidate in Business Administration, Torbat Heydariyeh Branch, Islamic Azad University, Torbat Heydariyeh, Iran

Hadi Bastam¹ [0000-0002-2373-7668](https://orcid.org/0000-0002-2373-7668) 

Assistant Professor, Department of Business Administration, Tabaran Institute of Higher Education, Mashhad, Iran

Ali Hosseinzadeh [0000-0003-0006-7451](https://orcid.org/0000-0003-0006-7451) 

Assistant Professor, Department of Management, Torbat Heydariyeh Branch, Islamic Azad University, Torbat Heydariyeh, Iran

Extended Abstract

Introduction

In recent years, the convergence of cultural shifts, social transformations, and the rapid evolution of digital technologies has profoundly impacted consumer behavior, especially among Generation Z. This generation, born between the mid-1990s and early 2010s, is characterized by its digital nativity, heightened cultural awareness, and demand for personalized and immediate interactions. In Iran, Generation Z constitutes a growing and influential segment of consumers whose purchasing decisions are shaped by dynamic socio-cultural values and extensive engagement with social media platforms. These individuals seek authenticity, brand transparency, and alignment with social values, and they interact with content in ways that reflect their ideological, aesthetic, and emotional preferences. Given the increasing importance of cultural narratives in consumer-brand relationships and the central role of digital media in everyday life, the present study seeks to identify and analyze the key socio-cultural strategies that influence the purchasing behavior of Generation Z in the social media environment. By doing so, it aims to contribute to developing contextually grounded, culturally relevant marketing strategies that are attuned to this generation's behavioral patterns and expectations.

Research Methodology

¹Corresponding Author: h.bastam@tabaran.ac.ir

To address the research objectives, the study employed a qualitative methodology based on theme-oriented content analysis with an inductive approach. Data were gathered through semi-structured, in-depth interviews with twelve experts in cultural marketing, consumer behavior, and digital media. These participants were selected using purposive sampling to ensure relevance and richness of insight. The interview transcripts were analyzed systematically, involving open coding, categorizing emerging themes, and synthesis into conceptual dimensions. The qualitative analysis was supported by MAXQDA software, facilitating the code organization and refinement. Through this process, forty-five sub-categories were identified and subsequently grouped into thirteen major themes, which were then classified into four overarching dimensions: cultural and social characteristics of Generation Z in purchasing behavior (such as the influence of reference groups, preference for short-form content, brand responsibility, and the need for identity differentiation); socio-cultural strategies in marketing and sales (such as personalized promotions, use of influencers, and occasion-based incentives); cultural shifts in the shopping experience (including the use of augmented reality and artificial intelligence for customized product suggestions); and the role of emerging technologies (such as declining influence of traditional media, increased trust in AI, and integration of commerce with messaging platforms). These dimensions were organized using an Interpretive Structural Modeling (ISM) framework to determine each element's hierarchical structure and strategic importance.

Findings

The study's findings indicate that cultural identity, peer influence, and interactive digital experiences firmly shape Generation Z's purchasing behavior in Iran. Members of this generation are highly responsive to user-generated content, influencer opinions, and peer recommendations shared through social media platforms. They prefer short videos, visual content, and rapid interactions over traditional advertisements. Furthermore, Generation Z values brand authenticity, ethical conduct, and social responsibility, favoring brands that reflect environmental awareness, transparency, and cultural alignment. Emotional and symbolic associations with national or local identity significantly influence purchase decisions. Despite tendencies toward impulsive buying, Generation Z also considers price fairness and added value when making purchases. Marketing strategies such as flash sales, group deals, and time-sensitive discounts effectively engage this segment. On the technological front, the study highlights the role of augmented reality in enhancing online product experiences and artificial intelligence in delivering personalized recommendations and automating customer service. These technologies create a more immersive, trustworthy, and efficient shopping journey. Moreover, the diminishing effectiveness of traditional advertising underscores the need for brands to adopt interactive, social media-driven, and culturally embedded marketing approaches to remain relevant.

Conclusion

The study concludes that purchasing behavior among Iranian Generation Z is undergoing a significant transformation, driven by evolving cultural dynamics, technological advancements, and deepening engagement with digital media. Marketers and cultural producers must adopt an integrated approach that combines cultural storytelling with digital innovation and individualized engagement to influence this generation effectively. Strategies should leverage social media

platforms not merely as promotional tools, but as cultural environments where values are shared and identities are constructed. The use of artistic and cultural influencers, rather than purely commercial figures, can strengthen emotional resonance and perceived authenticity. Incorporating augmented reality into the digital presentation of cultural products can enhance experiential depth, while artificial intelligence enables personalized recommendations that align with individual values and consumption habits.

Furthermore, offering multi-format digital cultural products, building consumer communities centered around shared values, and embedding economic incentives within culturally meaningful campaigns can reinforce brand loyalty. The implications of this research extend to cultural policymakers, digital marketers, and content producers who aim to remain competitive and socially relevant in Iran's evolving market landscape. Recognizing and strategically responding to the socio-cultural drivers of Generation Z's purchasing behavior will be key to creating sustainable and resonant consumer relationships in the digital era.

Keywords: Generation Z, purchasing behavior, social media, cultural strategies, Iranian consumers, influencer marketing, augmented reality, artificial intelligence, digital culture.

DOI: [10.71854/soc.2025-1215460](https://doi.org/10.71854/soc.2025-1215460)

A Sociological Analysis of the Challenges to the Development of Rural Cooperatives

Hajar Nazari [0009-0000-0338-8133](https://orcid.org/0009-0000-0338-8133) 

PhD Candidate of Sociology, Department of Sociology, Islamic Azad University, Qom Branch. Qom. Iran

Dr. Hassan Kheiry¹ [0000000197199279](https://orcid.org/0000000197199279) 

Full Professor, Department of Sociology, Islamic Azad University, Qom Branch. Qom. Iran

Dr. Mahdi Nasiri [X0000-0003-1145-414](https://orcid.org/X0000-0003-1145-414) 

Faculty member of the Department of Sociology, Research Institute of Hawzah and University, Qom, Iran,

Introduction

In general, with the help of rural cooperatives, they have effectively reduced poverty through their members' economic and social progress and indirectly, through economic mobility and the development of the social foundations of the communities in which they operate. Rural cooperatives have a modern, relatively scientific, specialized organization and management. It is in the form of such an organization that the scattered energies and forces of the countryside enjoy unity and general collective cohesion, and a suitable opportunity arises for them to participate, cooperate, and mutually assist each other while preserving their individual and family identities and motivations. Strengthening cooperatives is, in fact, a guarantee of a healthy national economy in countries. Considering the above explanations and the basics of the subject, it is necessary to pay more attention to rural cooperatives and the rural cooperative community. Previous studies show that, given the presence of cooperatives in rural areas for many years and their essential role in providing services to these areas, the development of these companies still faces many challenges, and many obstacles in their development have reduced their efficiency and effectiveness. Accordingly, the present study seeks to conduct a sociological analysis of the challenges facing the development of rural cooperatives using the grounded theory method; the case study is Shahrekord County. Therefore, considering the above explanations, the main research question is: What are the challenges facing the development of rural cooperatives in Shahrekord County from the perspective of sociological analysis using the grounded theory method?

Method

¹ hassan.khairi@gmail.com

The present study uses techniques such as interviewing and participatory observation using the grounded theory method (GTM). The grounded theory method was chosen because the research topic (challenges of rural cooperative development) lacks a coherent theoretical model and indigenous theorizing. The study aims to produce a theory derived from field data in a complex, multidimensional, and social context; therefore, the grounded method, suitable for discovering new concepts and relationships from data, was an appropriate and necessary approach for this study. For this purpose, information was collected using the purposive sampling method in the first step. In this method, individuals are considered links in a chain that introduce each other, and new data collection units are selected as complements to previous units. This method is usually used when it is impossible to prepare a statistical framework and, on the other hand, the sample members know each other. In this step, in-depth interviews were conducted with experts from cooperative companies in Shahrekord city. In a specialized interview, it is assumed that the experiences of the person being studied in a specific area are stored in semantic and narrative knowledge and recalled when necessary. The main component of this interview is that the researcher repeatedly asks the interviewee to narrate the situations for him.

Findings and Conclusion

The study results showed that one of the most fundamental challenges facing the development of companies is economic problems, lack of liquidity, lack of government support, and inappropriate interference. According to the interviewees, lack of capital is one of the most fundamental factors in cooperatives' slow movement and expansion. For this reason, financial assistance from the government to cooperatives is necessary in many cases. Cooperatives operate by collecting capital and savings from members, and over time, by providing the resources they need, they can become large companies and offer a large volume of diverse products and services. On the other hand, sufficient capital in cooperatives can lead to the growth of the quantity and quality of goods and services and their ability to compete in the market. Therefore, cooperatives, like other companies, must provide capital at the desired level to gain competitive power and strengthen their activities. In this regard, obtaining capital and financing has always been a serious problem for rural cooperatives. In this section, it is worth mentioning that the results of this study were consistent with the results of research by Norouzian et al. (2019), Treasure (2016), Arayesh (2011), Shahriari Moghadam et al. (2018), Binaian et al. (2015), Rezaei et al. (2015), and Garavandi and Ali Beigi (2012). Due to the many problems cooperatives face in developing countries, our country is also facing these problems. Experts and sociologists believe that in the current situation, where the slogan of a smaller government for a better future is seriously being raised, more attention should be paid to strengthening the cooperative sector for two reasons: First, intense public supervision is applied in the cooperative system and the power pyramid in it is from the bottom up, and as a result, the government's responsibility and supervisory costs are less, and supervision takes on a more precise and broader meaning. Second, a new competitor is found for the private sector, which can, in turn, play an essential role in increasing the quality of production and the greater efficiency of this sector. However, over the past few years, cooperatives have been unable to play an effective role and find their proper place in the Iranian economy. The results of this study are in line

with the results of Rostamzadeh (2010), Sebhato et al. (2020), Benturaki (2001), and Malaim (2003).

According to the interviewees, the weakness of the information and communication infrastructure is another challenge for developing rural cooperatives in Shahrekord County. Cooperatives have specific communication and information needs due to their unique ownership and supervision structures. Cooperatives involve a range of individuals in decision-making and management processes. As a result, communication in cooperatives must be continuous and effective and involve all elements (including board members, CEO, and employees). In this regard, it can be said that the results of this study are in harmony and consistency with the research of Nazaripour and Hosseini (2010), Baghbani-Arani and Maghsoudi (2018), Samian and Movahedi (2018), Arianpour et al. (2013), Sultana et al. (2020), Mastronardi et al. (2020), and Baldaschino et al. (2018). These challenges have led to irreparable consequences, which, according to the results of this study, include: increased immigration, decreased employment, class divide, underdevelopment and inequality, widespread despair, widespread corruption, and lagging behind modern technology that affects villagers and, more broadly, the entire society. Based on the results of this research, strategies such as providing facilities, optimizing the information system, government support, education, participation, management, and facilities and infrastructure can compensate for some of these challenges and inequalities.

Therefore, the results of this part of the research can be considered in line with the research of Danesh Mehr et al. (1400), Robles (2019), Goodarzi et al. (2017), and Afonso and Fernandez (2008). Many factors can be mentioned as strategies for developing rural cooperatives.

Keywords: Challenge, Development, Rural Cooperative Company, Grounded Theory, Shahrekord County

DOI: [10.71854/soc.2025-1215468](https://doi.org/10.71854/soc.2025-1215468)

Design and Elucidation of a Paradigmatic Model for the Emergence of Herd Behavior: Actions and Consequences in the Tehran Stock Exchange

Nabi Omid¹ 0000-0001-6841-8743 

Associate Professor, Department of Management, Faculty of Management, Payame Noor University (PNU), Tehran, Iran.

Hadi Meftahi 0000-0003-3354-0874 

Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Management, Payame Noor University (PNU), Tehran, Iran.

Zahra Kamalifar 0009-0000-8682-6900 

Department of Management, Faculty of Management, Payame Noor University (PNU), Tehran, Iran

leili Sepidnameh 0009-0000-4381-0896 

Department of Management, Faculty of Management, Payame Noor University (PNU), Tehran, Iran

Abstract

Objective

According to the results of the studies, there is herd behavior among investors and shareholders in different world stock markets with varying degrees of sophistication, complexity, and volume of the trading market. This type of trading bias is often observed in markets during periods of financial turmoil and low volatility, although there have also been examples of high volatility. Considering the proof of the existence of this behavior in the Iranian Stock Exchange in previous studies, this article aims to design a paradigmatic model of the factors causing this behavior in the Tehran Stock Exchange and its related consequences.

Methods

¹ Corresponding Author. nabiomidi@pnu.ac.ir

The research used a qualitative methodology grounded in the grounded theory approach. Data was collected through two primary methods: (1) semi-structured in-depth interviews with 51 experts, including university professors, market regulators, and senior capital market practitioners; and (2) a systematic review and meta-synthesis of domestic and international academic literature. The data were analyzed using Strauss and Corbin's three-stage coding process (open, axial, and selective coding) to develop the final conceptual model.

Results

The findings revealed that herd behavior in the TSE is influenced by three key categories of conditions: Causal conditions, including market dynamics, economic and financial structures, cultural norms, and political context; Contextual conditions, such as the level of financial literacy, behavioral biases, and psychological states of investors.

Intervening conditions, including the behavior of institutional investors, actions of dominant shareholders, and internal corporate factors. These conditions lead to two primary types of investor actions: positive and negative. In turn, these actions result in positive outcomes or adverse outcomes.

Conclusion

The final model offers a comprehensive and systematic understanding of how herd behavior develops, manifests, and impacts the Iranian capital market. By integrating structural, behavioral, and institutional variables, the model provides a valuable theoretical and practical foundation for regulators and policymakers aiming to mitigate irrational collective behaviors. This research contributes to the broader literature on behavioral finance in emerging markets and suggests targeted interventions for market stabilization and investor education.

Keywords: Herd behavior, Actions, Consequences, Stocks, Tehran Stock Exchange.

Journal of Sociological Researches 2025 (Summer), Vol. 19, No.2

***License:** Islamic Azad University, Garmsar Branch*

***Director:** Dr. Soheila Alirezanejad*

***Chief Editor:** Dr. Seyed Mohammad Sadegh Mahdavi*

***Executive Director:** Dr. Habibollah Karimian*

Editorial Board:

Dr. Bagher Saroukhani, Professor, Tehran University, Tehran, Iran

Dr. Ali Akbar Farhangi, Professor, Tehran University, Tehran, Iran

Dr. Mehrdad Navabakhsh, Professor, Islamic Azad University science & Research Branch, Tehran, Iran

Dr. Seyed Mohammad Sadegh Mahdavi, Professor, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

Dr. Afsaneh Tavassoli, Associate Professor, Alzahra University, Tehran, Iran

Dr. Farhang Ershad, Professor, Shahid Chamran University, Ahvaz, Iran

Dr. Mohammad Mahdi Rahmati, Associate Professor, Guilan, Iran

Dr. Forouzandeh Jafarzadeh pour, Associate Professor, Institute for Humanities and Social Sciences, Tehran, Iran

Dr. Khadijeh Safiri, Professor, Alzahra University, Tehran, Iran

Dr. Mansour Vosoughi, Professor, Tehran University, Tehran, Iran

Dr. Ali Reza Mohseni Tabrizi, Professor, Tehran University, Tehran, Iran

Dr. Tahereh Mirsardoo, Associate Professor, Islamic Azad University Garmsar Branch, Garmsar, Iran

Dr. Soheila Alirezanejad, Professor, Islamic Azad University Garmsar Branch, Garmsar, Iran

Dr. Soroush Fathi, Associate Professor, Islamic Azad University, West Tehran Branch, Tehran, Iran

***ISSN:** 1735-5516*

This Magazine will be published in according to the 16th examination and approval commission of scientific magazines of Islamic Azad University, with the authority No 87/162342 dated 2004

***Published by:** Islamic Azad University, Garmsar Branch*

***Address:** P.O. Box 35818/144 Garmsar, Semnan, Iran, Tel: 0098232-4225009-12*

Journal of Sociological Researches

Islamic Azad University, Garmsar Branch

2025 (Summer), Vol. 19, No.2