

Sociological Analysis of Marketers' Stance on Political Participation in the temperate period

Reza Gholami Zarneh* | Ebrahim Motaghi** | Jalalodin RafiFar*** |
Ali Baghaei Sarabi****

Extended Abstract

1- INTRODUCTION

In democratic political systems, a fundamental objective is to encourage broad societal participation, particularly among pivotal stakeholders such as marketers and economic classes that wield significant influence within the societal economic framework.

2- THEORETICAL FRAMEWORK

Non-uniformity and limited participation among the populace in society often result from dissonance with the governing system and opposition to its objectives and plans. Fostering consensus and bolstering political engagement necessitates a thorough examination of barriers and challenges associated with non-participation. By addressing these obstacles and creating opportunities for increased civic involvement, democratic societies can facilitate the vital political participation of their citizens. The engagement of people within any society is a cornerstone in the pursuit of democracy and development, serving as a dual imperative within democratic systems.

3- METHODOLOGY

This research endeavors to conduct a sociological investigation into the stance of marketers regarding political participation during the period of moderation, notably the 8-year term of Hassan Rouhani's presidency. The study employs a grounded theory approach to elucidate the marketers' disposition toward political participation. Data for this research is sourced from 16 semi-structured interviews, with participant selection being purposefully drawn from Tehran's bazaars, and the sample size was determined based on achieving data saturation. Data analysis involved a systematic coding process where data was deconstructed and subsequently interrelated. In the course of this research, a total of 837 raw data points yielded 387 primary data concepts, culminating in the identification of 58 subcategories and 17 overarching categories.

4- DISCUSSION

The study delineates two distinctive approaches to political participation. The positive participatory approach characterizes a scenario where individuals harbor trust and optimism regarding favorable changes in the economic and political systems of society. In this context, they actively engage in the pursuit of these transformations through social and political partnerships. Conversely, the negative participatory approach emerges in situations where individuals lack trust and hope for constructive changes within the economic and political framework of society. In this perspective, they do not perceive their personal participation or non-participation as contributing positively to the betterment of their political, social, and economic circumstances. This approach embodies a broad spectrum of perspectives and lived

* Ph.D. student, Department of Political Sociology, Faculty of Literature and Humanities, Islamic Azad University, Science and Research Unit, Tehran, Iran.

** Professor, Department of Law and Political Science, Faculty of Law and Political Science, University of Tehran, Tehran, Iran. (Corresponding author) emotaghi@ut.ac.ir

*** Professor, Department of Anthropology, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran.

**** Assistant Professor, Department of Sociology, Faculty of Literature and Humanities, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Tehran, Iran.

experiences of the interviewees and reflects a palpable erosion of trust between the populace and the government, which has developed and deepened over the years.

The research findings highlight that the propensity for a positive participatory approach is influenced by decisive agency and a sense of social commitment. Conversely, the negative participatory approach is attributed to political timidity and a prevailing feeling of powerlessness. The economic conditions and well-being of participants, as well as a perceived democratic environment, act as intervening factors in shaping their positive disposition toward participation. Conversely, those who harbor a pessimistic stance toward participation cite the non-democratic social environment and a flawed political-economic management as intervening factors reinforcing their negative outlook.

Participants who adopt a positive participatory approach envision the political and economic future of their country as amenable to rationality and populism, indicating an anticipated shift toward the satisfaction of the people and increased political and social openness both domestically and internationally. In contrast, individuals subscribing to a negative participatory approach perceive themselves as passive and impotent in the face of external influence, participation, commentary, and opinion. They do not consider their actions as bearing any meaningful impact on the present or future trajectory of the political, economic, and social landscape.

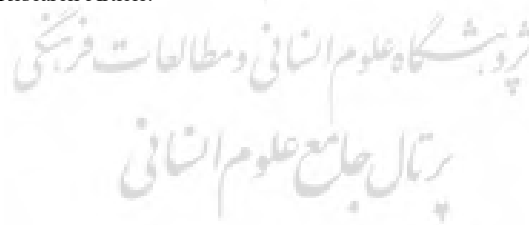
5- CONCLUSION AND SUGGESTIONS

Marketers exhibiting a negative participatory approach lack trust, conviction, and optimism regarding favorable developments and changes within the economic-political landscape of society. This segment of marketers does not view their own political participation or the participation of fellow citizens as influential in altering the political-economic conditions of society.

In contrast, participants who embrace a positive participatory approach are motivated by their constructive outlook and expectation of positive transformations within the political and social domain of the country, guided by public engagement. Despite past adversities, they maintain a belief that the most fundamental and pragmatic route to ameliorating the country's current situation lies in collaborative and empathetic relations between leaders and the populace. According to these participants with a positive participatory approach, the political structure of the country hinges on the trust and determination of the people.

Keywords: Political Participation, Marketers, Moderation, Positive participation, negative participation.

Article Type: Research Article.



بررسی جامعه‌شناختی موضع‌گیری بازاریان نسبت به مشارکت سیاسی در دوره اعتدال

رضا غلامی زرنه* | ابراهیم متقی** | جلال‌الدین رفیع‌فر*** | علی بقایی سرابی**** ID

چکیده

مشارکت سیاسی افراد در هر جامعه‌ای، یکی از مهم‌ترین عوامل در رسیدن به دموکراسی و توسعه به حساب آمده و از ملزومات دوسویه در جوامع مردم‌سالار به‌شمار می‌رود. پژوهش حاضر با هدف بررسی جامعه‌شناختی موضع‌گیری بازاریان نسبت به مشارکت سیاسی در دوره اعتدال (دوره هشت‌ساله ریاست‌جمهوری حسن روحانی) با روش نظریه بنیانی درصدد شناسایی موضع‌گیری مشارکت سیاسی بازاریان است. داده‌های پژوهش، برآمده از شانزده مصاحبه نیمه‌ساختاریافته است. مشارکت‌کنندگان به‌صورت هدف‌مند از میان بازاریان تهران انتخاب و تعداد نمونه‌ها با توجه به رسیدن به اشباع، تعیین شد. روند تجزیه و تحلیل داده‌ها به‌صورت کدگذاری انجام شد. طی این مراحل کدگذاری، داده‌ها ابتدا خرد و سپس دوباره با هم مرتبط می‌شوند. در نوشتار پیش رو، از مجموع ۸۳۷ داده خام، ۳۸۷ مفهوم از داده‌های اولیه استخراج شد که از میان آن مفاهیم، ۵۸ خرده‌مقوله و ۱۷ مقوله، به‌دست آمد. درنهایت، دو مفهوم محوری «رویکرد مشارکتی مثبت» و «رویکرد مشارکتی منفی»، به‌عنوان پدیده‌های اصلی که بقیه مقوله‌ها را پوشش می‌دادند، انتخاب شدند. افرادی که رویکرد مثبتی به مشارکت داشتند، آینده سیاسی و اقتصادی کشور را قابل تغییر در راستای عقلانیت و مردم‌گرایی، می‌دیدند. درمقابل، افرادی که رویکرد مشارکتی منفی داشتند، خود (مردم) را دارای هیچ وزن تأثیرگذاری‌ای در حال و آینده سیاسی و اقتصادی - اجتماعی جامعه، قلمداد نمی‌کردند.

کلیدواژه‌ها: مشارکت سیاسی، بازاریان، اعتدال، مشارکت مثبت، مشارکت منفی.

نوع مقاله: پژوهشی.

* دانشجوی دکتری، گروه جامعه‌شناسی سیاسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران.

** استاد گروه حقوق و علوم سیاسی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)،
emottaghi@ut.ac.ir

*** استاد گروه انسان‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

**** استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.

مطالعات اقتصاد سیاسی بین‌الملل، ۱۴۰۲، دوره ششم، شماره اول، ۵۵-۷۸.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۱/۱۱، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۱/۳۰

ناشر: دانشگاه رازی

© نویسندگان



مقدمه و بیان مسئله

اکثر نظام‌های سیاسی دموکراتیک، به دنبال جلب مشارکت حداکثری افراد جامعه خود، به ویژه بازاریان و طبقاتی که نقش پررنگی در چرخه اقتصادی جامعه دارند، هستند. نا هم‌نوایی و عدم مشارکت افراد جامعه، به دلایل عدم همراهی با نظام و مخالفت با اهداف و برنامه‌های آن نظام است. برای جلب این هم‌نوایی و ایجاد مشارکت سیاسی در بین آحاد مردم، باید به بررسی موانع و مشکلات عدم مشارکت، پرداخته شود و ضمن برطرف کردن آن موانع، زمینه‌های مشارکت حداکثری افراد جامعه را فراهم کرد. «مشارکت مردم در امور سیاسی به هر شکل معنادار، برای تحقق دموکراسی لازم است، هرچند کافی نیست. با علم به اینکه نظام‌های سیاسی در طول تاریخ شکل‌دهنده ساختار حکومتی بوده‌اند، تمامی سیستم‌های سیاسی اعم از سوسیالیسم، لیبرالیسم، فاشیسم و... همیشه مدعی شده‌اند با برنامه‌ها و خط‌مشی‌هایی که دارند می‌توانند شهروندان خود را در نیل به اهداف و خواسته‌هایشان رهبری کنند و جامعه را به بهترین شیوه ممکن اداره کنند» (پوپر، ۱۳۹۶: ۱۴۱-۱۳۹).

مشارکت سیاسی افراد در مسائل سیاسی و اجتماعی جامعه، نشانه‌ای از بلوغ سیاسی افراد و توسعه سیاسی آن جامعه در بین جوامع دیگر، دارد. در این میان مشارکت سیاسی بازاریان و طبقه بازرگان و تجار جامعه، به عنوان پیش‌قراولان عرصه اقتصادی جامعه، نقش مؤثری در هم‌داستانی و هم‌نوایی اقتصادی مردمی با سیاست‌های نظام می‌تواند داشته باشد.

با توجه به مطالعات صورت گرفته تاکنون پژوهش‌های زیادی در حوزه مشارکت سیاسی انجام شده است اما پژوهشی با عنوان تبیین جامعه‌شناختی تنگناها و مشکلات مشارکت سیاسی بازاریان در دوره اعتدال تاکنون صورت نگرفته است. از این رو با توجه به اهمیت مطالب مطرح شده هدف پژوهش حاضر، تبیین جامعه‌شناختی تنگناها و مشکلات مشارکت سیاسی بازاریان در دوره اعتدال است.

هدف پژوهشگر از انتخاب بازاریان برای جستار حاضر و ارزیابی نگرش و برداشت آن‌ها از مشارکت اجتماعی - سیاسی در دوران اعتدال، بدین جهت بود که این افراد به جهت وضعیت نسبتاً مرفه و ثبات اقتصادی خود، کمتر درگیر تنگناهای اقتصادی حاصل از

بررسی جامعه‌شناختی موضع‌گیری... (رضا غلامی، ابراهیم متقی، جلال‌الدین رفیع‌فر و علی بقایی سرابی) ۵۹

گرانی و افزایش تورم بوده و فرصت پرداختن به مسائلی غیر از مسائل معیشتی و مالی را داشته و از سوی دیگر، به دلیل ارتباط تنگاتنگ شغل خود با تصمیمات و مشی‌های سیاسی حاکم بر جامعه، بیشترین تأثیرپذیری را متحمل می‌شوند و همین عامل سبب می‌شود که بازاریان درک نسبتاً بیشتری از وضعیت سیاسی - اقتصادی جامعه داشته باشند.

نتایج پژوهش ملتفت و همکاران (۱۳۹۹)، نشان می‌دهد که مطالعه مشروعیت سیاسی و مشارکت سیاسی، حکایت از ناهمگنی اندازه اثر و عدم سوگیری انتشار داشتند و ضریب اندازه اثر با به‌کارگیری نسخه دوم نرم‌افزار CMA ارزیابی شد. نتایج حاصله نشان دادند که اندازه اثر یا ضریب تأثیر مطالعات مشروعیت سیاسی و مشارکت سیاسی معادل ۲۳۸/۰ است که در حد متوسط، ارزیابی می‌شود. یافته‌های پژوهش رستمی و همکاران (۱۳۹۸)، نشان داد که سیاست‌های تبعیض‌آمیز دولت علیه بازاریان، مداخله نهادهای دولتی در امور بازار، افزایش روزافزون نقش دولت در اقتصاد، بحران‌های اقتصادی و تحت فشار قرارگرفتن بازاریان از سوی دولت و همچنین تلاش دولت در جهت مدرنیزه کردن اقتصاد و اجرای برنامه توسعه صنعتی شتابان در کشور و پیامدهای ناشی از آن، به‌طور روزافزون عرصه را بر بازاریان تنگ کرد و با تهدید کسب و کار بازاریان، نارضایتی و واکنش آن‌ها را علیه حکومت پهلوی دوم برانگیخت.

داوکنس^۱ (۲۰۱۷) در مطالعه‌ای نشان می‌دهد که باوجود امکان بسیج اثرات مخرب بر الگوهای نابرابر مشارکت سیاسی، یک منبع پایدار نابرابری مشارکتی می‌تواند به‌خوبی در ساختار روان‌شناختی فرد ریشه داشته باشد. لین^۲ (۲۰۱۶)، در پژوهشی با عنوان، رفتار انتخاباتی و غیر انتخاباتی جوانان تایوان، نشان داد که توجه به هزینه‌های زمانی و اقتصادی و بی‌علاقگی سیاسی یکی از عوامل امتناع از مشارکت سیاسی جوانان است. اطلاعات رسانه‌های سنتی، نقش مهمی در کاهش میزان رأی در میان جوانان دارد که در این صورت اینترنت به‌عنوان یکی از مهم‌ترین منابع مهم جهت کسب اطلاعات سیاسی به‌شمار می‌آید. درنهایت، جنبش‌های دانشجویی و بحث‌های سیاسی با گروه‌های همالان عامل مهمی در میزان رأی‌دادن جوانان است.

1. Dawkins

2. Lin

پیشینه نظری

این پژوهش با هدف بررسی مشکلات و تنگناهای مشارکت سیاسی بازاریان، در دوره ریاست جمهوری حسن روحانی و بررسی عوامل تأثیرگذار بر آن، انجام می‌شود. اگرچه تهیه و تدوین چارچوب نظری در مطالعات و پژوهش‌های کیفی، صورت نمی‌گیرد؛ این جمع‌بندی و خلاصه‌سازی به‌منظور ارائه عصاره نظریات مطرح‌شده در پژوهش است که همین خلاصه‌سازی با یافته‌ها و گزاره‌های حاصل از بخش کیفی پژوهش، مورد بازبینی و بازخوانی قرار می‌گیرد تا الگویی نظری برای طرح پرسشنامه در دست پژوهشگر باشد. با توجه به این امر مهم که مشارکت، به‌ویژه مشارکت سیاسی، در بین اقشار و طبقات مختلف می‌تواند متفاوت باشد و نیز لزوم توجه به بالا بردن سطح مشارکت مردم در جامعه، از اولویت‌های توسعه سیاسی هر کشوری است؛ نوشتار پیش رو پژوهش درصدد بررسی میزان و نوع مشارکت سیاسی بازاریان، با توجه به مشکلات و تنگناهایی است که دارند.

نظریات متنوع و مختلفی در جامعه‌شناسی، از سوی جامعه‌شناسان و نظریه‌پردازان علوم اجتماعی و سیاسی مطرح شده است. از جمله این نظریات می‌توان به موارد زیر که پیش‌تر در بخش قبلی پژوهش آورده شده است، اشاره کرد. نهادمندی سیاسی و تحرک اجتماعی هانتینگتون و نلسون که مشارکت سیاسی را امری ذهنی می‌دانند که در آن فرایند توسعه اجتماعی از طریق دو مجرای تحرک اجتماعی و مجرای سازمانی (نقش و مسئولیت‌های اجرایی و سازمانی)، تحقق می‌یابد.

به عبارت دیگر هانتینگتون کیفیت و سطح مشارکت سیاسی را در دو سطح کلان و خرد مطالعه می‌کند. در سطح کلان، نهادمندی و ابزارهای نهادینه‌کردن توده‌ها را احزاب سیاسی، انتخابات و مجالس قانون‌گذاری می‌داند. وی در تعریف کارکرد احزاب سیاسی از سازمان‌دهی مشارکت سیاسی، ادغام منافع و ایجاد پیوند میان نیروهای اجتماعی و حکومتی نام می‌برد؛ یعنی هانتینگتون چیزی را نهادمندی سیاسی می‌نامد و آن را فراگردی می‌داند که سازمان‌ها و شیوه‌های عملی با آن ارزش و ثبات می‌یابند (هانتینگتون، ۱۳۷۷: ۴۳).

نظریه سرمایه اجتماعی رابرت پانتام که سرمایه اجتماعی را منتج از مجموعه هنجارها و ارزش‌های موجود در سیستم‌های فکری، علمی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی جامعه

بررسی جامعه‌شناختی موضع‌گیری... (رضا غلامی، ابراهیم متقی، جلال‌الدین رفیع‌فر و علی بقایی سربابی) ۶۱

می‌داند. نظریه عوامل اجتماعی - اقتصادی مارتین لیسیت، گروه‌های ثانویه را در بالابردن و فعال‌کردن، فعالیت‌های مشارکت اجتماعی و سیاسی افراد یک طبقه مؤثر می‌داند. پسر بورديو در نظریه سرمایه فرهنگی، انواع سرمایه‌های اجتماعی، اقتصادی و نمادین را در بالا بردن مشارکت سیاسی و اجتماعی افراد جامعه، مهم ارزیابی می‌کند.

رابرت دال، در نظریه انگیزشی، مردم‌سالاری را در کشوری قابل تحقق می‌داند که الگوی اقتدار حکومت با دیگر نهادها و اجتماعات تکثیرزای جامعه، همگونی داشته باشد. به عبارت دیگر، مردم‌سالاری را منتج از میزان تحمل دولت‌ها در برابر افکار متفاوت و گاهی مخالف، ارزیابی می‌کند. افراد وقتی تصور کنند آنچه انجام می‌دهند اثر قابل توجهی بر نتایج سیاسی نخواهد گذاشت کمتر در امور سیاسی درگیر می‌شوند. به طوری که می‌توان گفت، هرچه احساس اثربخشی سیاسی فردی کمتر باشد مشارکت سیاسی او کمتر خواهد بود. وی این احساس را «اعتماد به نفس سیاسی» نیز می‌نامد و اظهار می‌کند که این قضاوت درباره عدم کارایی سیاسی فرد، چه واقع‌بینانه باشد و چه نباشد، به شهروندان این را القا می‌کند که مسئولان توجهی به افرادی مانند آن‌ها ندارند و آن‌ها نمی‌توانند در فرایند سیاسی اثر بگذارند (دال، ۱۳۸۹: ۶۵). نظریه ویژگی‌های فردی لرنر مطرح می‌کند که جامعه جدید، مشارکتی است و فراگرد نوسازی، حرکت جامعه سستی به طرف جامعه مشارکت‌جو است.

رونالد اینگلهارت در نظریه سطوح ارزشی، معتقد است، سطح و نوع ارزش‌ها را نزد افراد و طبقات، معین می‌کنند، متغیرهایی همچون سطح تحصیلات رسمی افراد، تجارب شخصی آن‌ها و تخصصشان می‌تواند گرایش‌های آن را براساس ارزش‌های آن‌ها معین کند. احساس تعلق و تعهد به جامعه، طبق نظریه اینگلهارت و دال در افزایش مشارکت اجتماعی تأثیر دارد. اینگلهارت در دگرگونی ارزش‌ها در زمان مدرنیته و دال در نظریه فشار گروهی معتقدند اگر فردی خود را با وضعیت اقتصادی - اجتماعی - سیاسی و فرهنگی جامعه وفق دهد؛ احساس تعلق به جامعه پیدا کرده و در امر مشارکت فعال‌تر از قبل خواهند بود.

روش پژوهش

در میان انواع روش‌های کیفی، روش زمینه‌ای (گرند تئوری)، یکی از روش‌های مورد علاقه برای پژوهشگرانی است که درصدد شناخت عمیق از درک افراد در مورد پدیده

موردنظر هستند. استغراق کامل پژوهشگر در موضوع پژوهش و امکان استفاده از انواع سؤالات نیمه‌ساخت‌یافته و امکان تغییر آن‌ها در هر مصاحبه، برحسب نیاز پژوهشگر، ازجمله ویژگی‌های این روش پژوهشی است. خاصیت رفت و برگشتی (فرایندی) بودن این روش، امکان واقعی ساختن داده‌های مورد نیاز را در اختیار محقق قرار می‌دهد. محقق در این مطالعه، قصد شناخت و درک تجربه زیسته افراد مورد نظر (بازاریان)، از پدیده مشارکت و علل و عوامل افزایش، کاهش یا بی‌تفاوتی نسبت به آن را دارد؛ بنابراین، روش کیفی زمینه‌ای، با تأکید بر مصاحبه‌های عمیق همراه با مشاهده و درگیری در میدان و موضوع، روش مناسبی برای کسب داده‌های عمیق و نیز استفاده از روش‌های کمی، روش مکملی برای اعتباردهی بیشتر به پژوهش است.

مشارکت‌کنندگان پژوهش حاضر، در بخش کیفی، شامل شانزده نفر از بازاریان هستند که با روش انتخاب هدف‌مند از بین واجدان شرایط، انتخاب شدند. تعداد مشارکت‌کنندگان براساس رسیدن به مرحله اشباع داده‌های نظری و تا حدودی، مفهومی، است. جدول زیر مربوط به مشخصات کلی درمورد مشارکت‌کنندگان است (تعدادی از اسامی مستعار هستند).

جدول ۱. اطلاعات دموگرافیک مشارکت‌کنندگان

شماره	نام	سن	شغل	تحصیلات	نقش سیاسی
۱	رسول	۴۳	فروش لوازم زنانه	دیپلم	عدم ادامه شرکت در گروه‌های ثانویه
۲	افشین	۴۵	فروش پارچه	دیپلم	عدم عضویت در گروه‌های ثانویه
۳	مرتضی	۴۸	فروش گیاهان دارویی	دیپلم	عدم عضویت در گروه‌های ثانویه
۴	اکبر	۴۵	فروش مواد غذایی	فوق‌دیپلم	عدم عضویت در گروه‌های ثانویه
۵	محمدحسین	۵۸	فروش لوازم خانگی	فوق‌دیپلم	عدم عضویت در گروه‌های ثانویه
۶	محمدرضا	۴۵	فروش پارچه	لیسانس	عدم عضویت در گروه‌های ثانویه
۷	ستار	۴۶	فروشنده لباس	لیسانس	عدم عضویت در گروه‌های ثانویه
۸	امیر	۴۰	فروش لوازم خانگی	لیسانس	عدم عضویت در گروه‌های ثانویه
۹	امید	۴۳	فروش قهوه	لیسانس	عضویت در گروه‌های ثانویه
۱۰	فریبرز	۳۷	فروش لوازم خانگی	کارشناسی ارشد	عضویت در گروه‌های ثانویه
۱۱	بابک	۴۸	فروش کاغذ	دیپلم	عدم عضویت در گروه‌های ثانویه
۱۲	احمد	۴۳	فروش لوازم خانگی	دیپلم	عضویت در گروه‌های ثانویه
۱۳	موسی	۵۰	فروشنده لباس	دیپلم	عضویت در گروه‌های ثانویه
۱۴	حمید	۴۴	فروش لوازم خانگی	دیپلم	عدم عضویت در گروه‌های ثانویه
۱۵	احسان	۴۶	فروش پارچه	فوق‌دیپلم	عدم عضویت در گروه‌های ثانویه
۱۶	قاسم	۳۹	فروش لوازم خانگی	لیسانس	عدم عضویت در گروه‌های ثانویه

بررسی جامعه‌شناختی موضع‌گیری... (رضا غلامی، ابراهیم متقی، جلال‌الدین رفیع‌فر و علی بقایی سرابی) ۶۳

در پژوهش حاضر بر مبنای جمع‌بندی نظرات مصاحبه‌شوندگان از مشارکت و درک آن‌ها از علل، زمینه‌ها و پیامدهای آن براساس روش نظریه زمینه‌ای است، این تحقیق با کمک نمونه‌گیری نظری، غیر احتمالی و هدف‌مند به بررسی تجربه زیسته افراد از موضوع پژوهش می‌پردازد. نمونه‌گیری این پژوهش، نمونه‌گیری نظری و هدف‌مند است. مصاحبه‌ها در محیط کاری (بازار) انجام شده است. ماهیت این جستار به گونه‌ای بود که از بازاریان بازار تهران، مصاحبه‌های عمیقی درخصوص درک آن‌ها از مشارکت و علل و عوامل گرایش به آن یا بی‌تفاوتی و عدم مشارکت آن‌ها در ابعاد سیاسی، اجتماعی، صورت گرفت. با توجه به موضوع پژوهش حاضر که در رابطه با تجربه زیسته بازاریان از مفهوم مشارکت است، در ابتدا چند سؤال کلی و بسته تهیه شد، سپس پژوهشگر در هنگام مصاحبه، سؤالات را در جهت رسیدن به داده‌های مورد نیاز، تغییر و یا کم و زیاد می‌کرد. محورهای سؤالات مصاحبه حول و حوش درک و برداشت مشارکت‌کنندگان از مشارکت سیاسی، علل و شرایط مداخله‌گر در کم و کیف مشارکت سیاسی افراد و راهبردهای مشارکت‌کنندگان برای افزایش مشارکت سیاسی و درنهایت پیامدهای راهبردهای اتخاذ شده است.

برای رسیدن به معیار قابلیت اعتماد از سه تکنیک متعارف و مرسوم (Silverman, 2013: 15)، زیر استفاده شد:

- ۱- **مقایسه‌های تحلیلی:** رجوع مجدد به داده‌های خام و نظریه‌های مرور شده، باعث می‌شود که پژوهشگر در مصاحبه‌های بعدی، به‌صورت فرایندی، با موضوع مورد پژوهش، به‌صورت هدف‌مندتر و عمیق‌تر ارتباط برقرار کند و داده‌های بعدی حول محور مقوله‌های استخراج شده، بسط یابد.
- ۲- **کنترل یا اعتباریابی توسط اعضا:** در این پژوهش با استفاده از مراجعه مجدد به مشارکت‌کنندگان (۶ نفر) از آن‌ها خواسته شد تا نظر خود را در مورد راستی و صحت گزاره‌های به‌دست‌آمده و تطابق آن‌ها با منظورشان را تأیید کنند.
- ۳- **استفاده از تکنیک ممیزی:** در این پژوهش با استفاده از نظرات استادان راهنما و استاد

مشاور، سعی شد، واقعی بودن یافته‌ها، افزایش یابد.

تحلیل داده‌ها و کدگذاری

کدگذاری انجام‌شده در پژوهش حاضر، پس از ضبط و یادداشت‌برداری در هنگام مصاحبه، در منزل تایپ و بازخوانی گردید و براساس ارتباط مفهومی داده‌ها، مرتب شد. سپس داده‌های هم‌مفهوم در یک طبقه مفهومی و چندطبقه مفهومی مشترک در یک طبقه کلی‌تر به نام خرده‌مقولات و در آخرین مرحله، چندین خرده‌مقوله مشترک در یک چتر انتزاعی‌تر به نام مقولات، طبقه‌بندی شدند. برای تشریح جریان کار تبدیل داده‌های خام به مفاهیم، به یک نمونه از مصاحبه‌ها و نیز نحوه رسیدن از داده‌های خام، به مفاهیم به‌دست‌آمده اشاره می‌کنیم. در جریان تحلیل خط به خط مصاحبه‌های صورت گرفته شده پاسخ‌گویان، جملات زیر را بیان کرده‌اند. مثال جدول ذیل نحوه واردکردن داده‌های خام به جدول چهارستونی، پس از مرتب‌کردن مفاهیم هم‌معنی یا مشترک است. داده‌هایی که مفهومی یا مفاهیم مشترک داشتند؛ یک مفهومی به خود اختصاص می‌دهد. در جدول ذیل، به نمونه‌ای از مفاهیم مشترک از داده‌های خام مشارکت‌کنندگان اشاره می‌کنیم.

جدول ۲. نمونه سیر از داده‌ها به مفاهیم

کد	داده خام	مفاهیم
رسول (۱)	به‌نظر من مشارکت سیاسی یعنی اینکه در مواردی که احساس می‌کنیم رأی و حرف ما می‌تونه اثری داشته باشه، سکوت نکنیم.	سکوت‌نکردن در صورت احساس اثربخشی رأی و حرف (درک)
افشین (۶)	به‌نظر من مشارکت سیاسی یعنی اینکه در مواردی که احساس می‌کنیم رأی و حرف ما می‌تونه اثری داشته باشه، سکوت نکنیم.	بی‌تفاوتی مردم
مرتضی (۱)	الان مردم کلاً بی‌تفاوت‌شدن	
اکبر (۱۶) - (۱۷)	درک من از مشارکت سیاسی این است که در هر کشوری که بر مبنای مردم‌سالاری اداره می‌شود، باید حرف و نظر مردم‌سالار باشد.	مردم‌سالاری (درک)
	مشارکت سیاسی ما بعید می‌دونم در زندگی‌مان دخلی داشته باشه.	بی‌تأثیر دیدن مشارکت سیاسی

کدهای به‌دست‌آمده (مفاهیم و مقولات) برحسب موضوع مطالعه و پرسش‌های پژوهشی و نوع داده‌ها، دو حالت دارند. یا مفهومی در بدنه متن هستند که به آن‌ها کدهای

بررسی جامعه‌شناختی موضع‌گیری... (رضا غلامی، ابراهیم متقی، جلال‌الدین رفیع‌فر و علی بقایی سربابی) ۶۵

«متصل به متن^۱» می‌گوییم و آن‌ها را نشانه‌گذاری و جدا می‌کنیم یا سازه‌های مفهومی و مقوله‌ای استنباط‌شده توسط ما از متن و البته ضمن وفاداری کامل به آن‌ها «کدهای برساخته از متن^۲» تعبیر می‌کنیم. در جدول ذیل نمونه‌ای از مراحل کدگذاری داده‌های خام و انتخاب مفاهیم و سپس گردکردن مفاهیم مشترک در زیرمجموعه خرده‌مقولات را می‌آوریم.

جدول ۳. نمونه سیر از داده‌ها به مفاهیم به خرده مقوله‌ها و مقولات

مقولات	خرده‌مقولات	مفاهیم	کد
	روراستی سیاسی	شفافیت مسئولین (راهبرد)	
		اصلاحات اقتصادی	
	اصلاحات پایدار اقتصادی	اراده جدی برای اصلاحات در مسئولین	رسول (۴۲-۳۹)
		بی‌فایده بودن اصطلاحات ناپایدار	
تدابیر اصلاحی	توجه به مردم (راهبرد)	اهمیت به دیدگاه مردم (راهبرد)	افشین (۵۰)
		مبارزه با فساد	
		گسترش عدالت	مرتضی (۱۹-۱۸)
	اصلاحات پایدار اقتصادی	حیاتی‌بودن نقش بازار در کشور	
		لزوم امنیت اقتصادی	محمدحسین (۱۱-۱۳)
		جلوگیری از فرار سرمایه	

در جدول‌های مختلف، مقوله‌هایی نشان داده شدند که حاصل داده‌های خام و طیف‌های مفهومی برآمده از آن داده‌ها هستند و حاوی معانی انتزاعی شده نهایی و مرتب‌شده‌اند؛ از مقوله‌های فرعی تا مقوله‌های اصلی (خرده‌مقولات تا مقولات). بعد تحلیل و تفسیر داده‌ها و مفاهیم و مقولات به‌دست‌آمده از پژوهش، دو مدل محوری «رویکرد مشارکتی مثبت» و «رویکرد مشارکتی منفی»، به‌عنوان مقوله‌های اصلی که می‌توانند، بقیه مقولات و مفاهیم را تحت پوشش خود درآورند، انتخاب شدند.

یافته‌ها (مفهوم‌ها و مقوله‌های استخراج‌شده از اطلاعات)

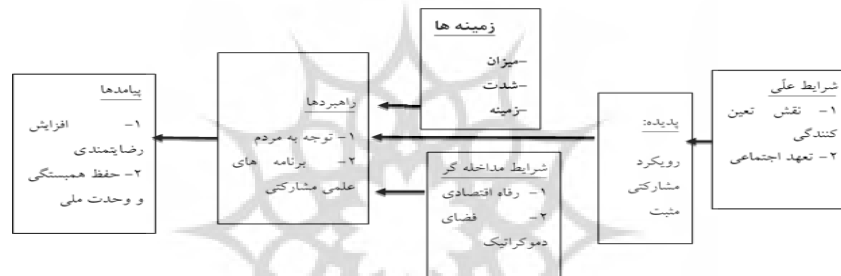
نتیجه کدگذاری سه مرحله‌ای اطلاعات گردآوری‌شده، استخراج ۸۳۷ داده خام که با کدگذاری‌های سه‌گانه، به طبقات مفهومی و انتزاعی به شرح زیر منجر شد. ۳۸۷ کد مفهومی، ۵۸ خرده‌مقوله. مطابق فرایند روش‌شناختی که شرح داده شد، طی سه مرحله

1. In vivo code
2. Constructed code

کدگذاری باز و کدگذاری محوری، از درون اطلاعات اولیه، رمزها و مفاهیم مشخص و استخراج شدند و سپس، در مصاحبه‌های بعدی، مفاهیم جدید اضافه و به غنای مفاهیم قبلی افزوده شد. در مرحله بعد، خرده‌مقولات در قالب مقولات قرار گرفتند تا اینکه ۱۷ مقوله برای این پژوهش به دست آمد.

پدیده محوری رویکرد مشارکتی مثبت

رویکرد مشارکتی مثبت، به شرایطی اشاره دارد که در آن افراد اعتماد و امیدی به تغییرات مثبت در نظام اقتصادی - سیاسی جامعه احساس کنند و در بکوشند تا با مشارکت‌های سیاسی - اجتماعی، این روند تغییرات و اصلاحات را سرعت بخشند یا هدف‌دار کنند.



شکل ۱. مدل محوری رویکرد مشارکتی مثبت

شرایط علی به وجودآورنده پدیده رویکرد مشارکتی مثبت

۱- نقش تعیین کنندگی: تصور مشارکت‌کنندگان از خود به‌عنوان کنش‌گری تأثیرگذار در تعیین سرنوشت سیاسی، اجتماعی و اقتصادی کشور، یکی از عوامل داشتن رویکرد مثبت به مشارکت، در میان آن‌ها به‌شمار می‌رود. بر همین اساس، مشارکت‌کنندگانی که رویکرد مثبتی به انواع مشارکت‌ها، به‌ویژه مشارکت سیاسی داشتند، نقش تعیین کنندگی در سرنوشت کشور و خودشان را یکی از علل گرایش به مشارکت می‌دانستند.

قاسم: مشارکت باعث میشه احساس کنیم در تعیین سرنوشت خودمون و کشورمون نقشی داریم. اگه مشارکت نکنیم نباید اعتراضی هم به شرایط پیش‌آمده داشته باشیم. اگه می‌خواهیم خیال‌مان راحت باشد باید نقشی داشته باشیم. گاهی می‌بینم افراد می‌گویند مثلاً من شرکت کنم یا نکنم، چه اتفاقی می‌افتد، یعنی این ناامیدی و احساس ظاهری بودن انتخابات باعث شده مردم خودشان رو از اظهار نظر در خیلی از مسائلی که می‌تونه

بررسی جامعه‌شناختی موضع‌گیری... (رضا غلامی، ابراهیم متقی، جلال‌الدین رفیع‌فر و علی بقایی سرابی) ۶۷
سرنوشت‌ساز باشد، محروم کنند.

۲- تعهد اجتماعی: یکی از عمده دلایل و علل رویکرد مثبت مشارکت‌کنندگان پژوهش به مشارکت سیاسی، احساس تعهد اجتماعی آن‌ها بود.

ستار: مشارکت نوعی حق و وظیفه و تکلیف است تا در عرصه سیاسی مشارکت کنیم و احساس تعهد و مسئولیت در قبال مردم به وجود آوریم و وقتی فرد به این آگاهی برسد که مشارکت او چه نقشی می‌تواند در پیش‌برد اهداف در جامعه داشته باشد در اینجا احساس مسئولیت بیشتری می‌کند تا در مسائل مهم مشارکت کند. خودآگاهی سیاسی می‌تواند نقش مهم و مؤثری در مشارکت داشته باشد و لازم است هرچه بیشتر به مردم آگاهی داد و رسانه‌ها می‌توانند نقش مؤثری در آگاهی‌دادن به مردم داشته باشند و رادیو و تلویزیون هم می‌تواند عامل مهمی در ایجاد مشارکت عامه مردم بشود. اگر بخواهیم جامعه‌ای داشته باشیم که دموکراتیک باشد باید سعی کنیم همه طبقات جامعه علی‌الخصوص بازاریان را مشارکت بدهیم. ما اگر واقع‌بینانه نگاه کنیم عدم مشارکت همه نمی‌تواند پاسخی مناسب برای اوضاع و احوال باشد و اوضاع و احوال موجود با عدم مشارکت بهبود نخواهد یافت. البته بعضی‌ها شرکت نمی‌کنند ولی خیلی‌ها مشارکت می‌کنند یا رأی می‌دهند یا در سندیکاها رأی جمع می‌کنند و مشارکت من و امثال من لازم است. البته کسانی که اعتقاد بیشتری دارند و نوع اعتقاد آن‌ها مذهبی هست بیشتر مشارکت می‌کنند.

شرایط مداخله‌گر به‌وجود آورنده پدیده رویکرد مشارکتی مثبت

۱- رفاه اقتصادی: برخورداری از رفاه اقتصادی و وضعیت معیشتی مناسب را از عوامل مداخله‌گر در افزایش مشارکت قلمداد می‌کردند.

احمد: به‌نظر بنده، وضعیت زندگی و تأمین اقتصادی و مالی افراد، یکی از مهم‌ترین آیتم‌هاست که شخص علاوه بر نیازهای اولیه‌اش، به نیازهای بالاتری هم فکر کند و سعی کند فعالیت‌های اجتماعی و سیاسی داشته باشد.

۲- فضای دموکراتیک: یکی دیگر از شرایط مداخله‌گری که بر میزان مشارکت افراد جامعه تأثیر مستقیم دارد، وجود یا عدم وجود فضای دموکراتیک است. برخورداری آزادی بیان و دیگر آزادی‌های مدنی، از جمله الزامات فضای دموکراتیک است.

امیر: ما بازاریان همانند اکثریت مردم می‌توانیم در موارد سیاسی مشارکت کنیم؛ رأی بدیم؛ فعالیت انتخاباتی داشته باشیم؛ اعضای حزب‌های مختلف بشیم. من براساس اعتقادم به حزب یا جریان خاصی برای پیش‌برد اهداف آن حزب یا جریان در فعالیت سیاسی شرکت می‌کنم. مثلاً گرایش به حزب اصلاح‌طلب یا اصول‌گرا دارم برای اینکه حزبم موفق بشه شروع به فعالیت می‌کنم. در بسیج عضو نبوده‌ام و ارتباطی نداشته‌ام؛ اما بسیج همیشه می‌تواند در ایجاد مشارکت سیاسی افراد نقش داشته باشد. آگه فعالیت‌های اخیر اصناف را بررسی کنیم یک‌سری محدودیت‌هایی دارند و بیشتر بر مسائل اقتصادی تکیه دارند. به‌نظر من به‌خاطر این محدودیت‌ها که هست متأسفانه این اصناف و سندیکاها روند روبه‌رشدی که باید داشته باشند را ندارند و آن‌چنان که باید و شاید نتوانستند در ارتقاء جایگاه این نهادها تأثیرگذار باشند.

راهبردها

۱- توجه به مردم: در پژوهش حاضر، راهبرد مشترک اکثر مشارکت‌کنندگان برای افزایش میزان مشارکت و گشودگی اقتصادی - سیاسی در جامعه، توجه و اهمیت حاکمیت بر خواست، نظر و رفاه مردم بود. آن‌ها مهم‌ترین راه رسیدن به پیشرفت را هم‌راستایی منافع حاکمیت با مردم، قلمداد می‌کردند.

افشین: وقتی بخوایم در جهت اعتلای کشور، به‌سمت یک جامعه مدرن و پیشرفته مبتنی بر دموکراسی حرکت کنیم، خب باید برای دیدگاه‌های مردم اهمیت و ارزش قائل شد.

۲- برنامه‌های علمی مشارکتی: از نظر مشارکت‌کنندگان، لزوم داشتن برنامه‌های علمی و کارشناسی شده برای افزایش گشودگی سیاسی و گرایش مجدد مردم به انواع مشارکت‌ها، یکی از راهبردهای کاربردی و زودبازده به‌شمار می‌آید.

بابک: آزادی‌های قانونی. وجود قانون یا فرهنگ در ایجاد مشارکت‌های مردمی. مشاهده ساختار نهادهای مردمی یا اقتصادی. دیدن نتیجه مشارکت‌های کوچک. حمایت از استقلال اصناف و اجازه تأثیرگذاری آن‌ها در بدنه حاکمیت.

پیامدها

۱- افزایش رضایت‌مندی: افزایش رضایت عمومی مردم از حاکمان سیاسی خود، یکی از

بررسی جامعه‌شناختی موضع‌گیری... (رضا غلامی، ابراهیم متقی، جلال‌الدین رفیع‌فر و علی بقایی سرابی) ۶۹

مهم‌ترین پیامدهای رویکرد مشارکتی مثبت است. در واقع عوامل و شرایط درهم‌تنیده و زنجیره‌واری از بایدها و نبایدها، در عرصه سیاسی و اقتصادی جامعه باید صورت گیرد که نتیجه و پیامد آن افزایش رضایت‌مندی مردم از حاکمان سیاسی باشد. افزون بر همه این‌ها، به عقیده هانتینگتون و نلسون، این رضایت عنصر گران‌بهایی است که حتی با وجود تمام الزامات آن، ممکن است حاصل نشود.

ستار: نظر بنده در رویکرد سیاسی این است که به مشارکت اجتماعی و اقتصادی افراد جامعه توجه شود؛ چون به‌نظم اقتصاد عامل اصلی در جامعه است و زمانی که افراد جامعه از لحاظ اقتصادی وضع مناسبی داشته باشند؛ خیلی از مسائل اجتماعی مثل فقر و فحشا کم می‌شود باعث می‌شود مردم مشارکت بیشتری داشته باشند و اگر این شرایط خوب باشد همین رضایت‌مندی از اوضاع اقتصادی نشاط و سرخوشی بین مردم ایجاد می‌کند.

۲- حفظ همبستگی و وحدت ملی: در نظر مشارکت‌کنندگان پژوهش، حفظ اتحاد و همبستگی ملی در بین افراد جامعه، یکی از پیامدهای مثبت رویکرد مشارکتی مثبت است. در واقع از نظر آن‌ها، در یک فضای متحد و همبسته، الگوهای مشارکتی شکل می‌گیرد و توسعه پیدا می‌کند.

فریبرز: مشارکت اگر واقعاً حرفی برای گفتن وجود داشته باشد سازنده است. از آنجاکه سیاست، درهم‌تنیده در اقتصاد است هر تغییری در اقتصاد می‌تواند تأثیرات سیاسی داشته باشد و بالعکس. با بهبود وضعیت اقتصادی اصناف متفاوت در بازار نوع دغدغه‌های آن‌ها نیز به طبقات بالاتری از هرم مازلو ارتقا خواهد یافت. بازار به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ارکان جامعه زمانی که خود را از مشارکت سیاسی کنار بکشد فاصله بین ملت و دولت افزایش می‌یابد و خطرات سیاسی امنیتی مهلکی را برای کشور خواهد داشت. به‌نظم بازار یک نهاد قدرتمند مدنی است که اگر شرایط مهیا شود حتی می‌تواند در تقابل با اراده دولت بایستد. مثال‌های فراوانی از دوره مشروطه و انقلاب ۵۷ وجود دارد که نشان می‌دهد این امر شدنی است هرچند که نیاز به زمینه‌ها و اتفاقات خاص خود دارد. باینکه بافت فعالین بازار با آن دو دوره تاریخی متفاوت است اما نمی‌توان آن را نیرویی به‌کل خنثی دانست.

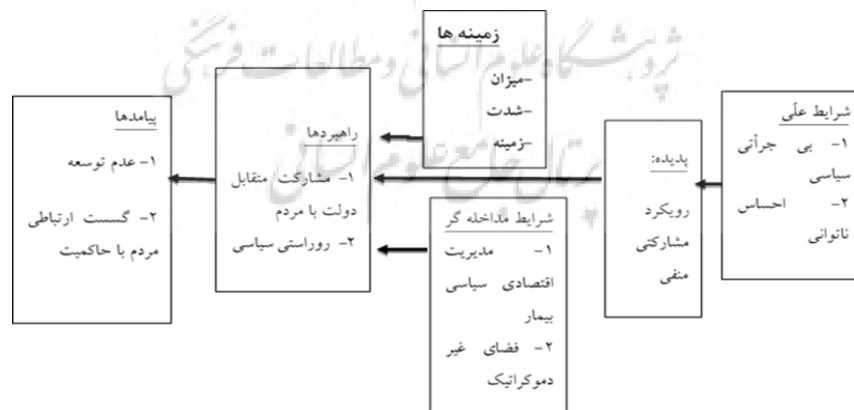
پدیده محوری رویکرد مشارکتی منفی

رویکرد مشارکتی منفی، به شرایطی اشاره دارد که در آن، افراد اعتماد و امیدی به تغییرات

مثبت در نظام اقتصادی - سیاسی جامعه، نداشته و مشارکت یا عدم مشارکت فردی را دارای تأثیر مثبت در روند بهبود شرایط سیاسی، اجتماعی و اقتصادی خود، قلمداد نمی‌کنند. این رویکرد، به‌عنوان دومین محور مصاحبه‌های حاصل از مشارکت‌کنندگان، طیف عظیمی از درک و تجارب زیسته مصاحبه‌شوندگان را دربر می‌گیرد. این رویکرد، در نتیجه بی‌اعتمادی حاصل بین مردم و حاکمیت که در طی سال‌ها به وجود آمده و عمیق‌تر شده، صورت گرفته است.

«در برنامه‌های توسعه و نوسازی در ایران، توجه زیادی به مشارکت مردم و ایجاد سازوکارهایی جهت واگذاری برخی اختیارات تصمیم‌گیری و اجرایی به آن‌ها نشده است. همچنین، بی‌ثباتی‌ها و ناامنی اجتماعی و تسلط حوزه دولتی بر بخش خصوصی، زیست‌جهان افراد را با مشکلات زیادی مواجه کرده و نگرش‌های دنیاگریزانه و فردگرا مجال ظهور یافته است. در نتیجه، آنچه اهمیت زیادی پیدا کرده حفظ حوزه خصوصی و منافع فردی است و توجه به مصالح جمعی و پیگیری آن در این میان مطرح نبوده است. گسترش این امر در اقدامات توسعه‌ای اخیر به‌همراه محدودیت‌های ساختاری برای مشارکت، تعلق خاطر افراد را به مصالح جمعی و امور عمومی و احساس قدرت تأثیرگذاری بر آن‌ها را کاسته است» (منطقی، ۱۳۸۳: ۴۲)؛

بنابراین، مشارکت‌کنندگان، خود را فاقد اهمیت و قدرت تأثیرگذاری در روند سیاسی، اجتماعی کشور، می‌پندارند.



شکل ۲. مدل محوری رویکرد مشارکتی منفی

شرایط علی به‌وجود آورنده پدیده رویکرد مشارکتی منفی

۱- بی‌جرئتی سیاسی: ترس از اظهار نظر یا انتقاد سیاسی و همچنین، انگ‌های سیاسی‌کاری، همواره در طول تاریخ، با مردم جوامعی که از دموکراسی و گشودگی سیاسی، اجتماعی برخوردار نیستند، وجود داشته و دارد. در واقع بی‌جرئتی سیاسی افراد، حاصل زیست‌جهان و تجارب حاصل از زندگی در جامعه ایران است. این عامل به‌عنوان مهم‌ترین علل، در به‌وجود آمدن رویکرد مشارکتی منفی، نقش دارد.

رسول: به‌نظر من مشارکت سیاسی یعنی اینکه در مواردی که احساس می‌کنیم رأی و حرف ما می‌تونه اثری داشته باشه، سکوت نکنیم. این مشارکت هم می‌تونه در رأی‌گیری‌ها باشه و هم متحدشدن در برابر قوانین یا اقداماتی که در نهایت ضررش به چشم همه مردم میره. به‌نظر من مشارکت بیشتر به حق گرفتنی هست تا دادنی مردم ما معمولاً از زدن حرفشون ترسیدن همیشه. چون سابقه سیاسی کشور و آزادی بیان مردم جوری بوده که اونا رو بیشتر ترغیب به سکوت کرده تا تشویق به بیان و حق‌خواهی. چون ما بازاری‌ها قدرت و جرئت اعتراض نداریم.

۲- احساس ناتوانی: احساس ناتوانی یا عدم قدرت در تغییر یا اصلاح شرایط موجود، در مشارکت‌کنندگان، دومین علل از شرایط به‌وجود آورنده رویکرد منفی به مشارکت را شامل می‌شود. «احساس بی‌قدرتی یعنی میزان باور فرد از توانایی خود یا گروهی که به آن تعلق دارد، در کنترل پیامد رویدادهای اقتصادی، سیاسی و اجتماعی. احساس بی‌قدرتی، همان احساس بی‌تأثیری است» (فلاحی سرابی و پیوسته، ۱۳۹۴: ۱)؛ بنابراین، مشارکت‌کنندگان، با اطمینان از این پدیده که آن‌ها هیچ نقش و توانی در به‌وجود آمدن شرایط مطلوب جدید یا تغییر و اصلاح شرایط حاکم ندارند، تمایلی به مشارکت از خود نشان نمی‌دهند.

احسان: من به‌عنوان یک فرد در این اجتماع، حتی اونقدر توان ندارم که با تخلفات مردم و برخی صاحبان کسبه برخورد کنم. محل زندگی ما در مجاورت یک تعمیرگاه مکانیکی قرار داده که هیچ مجوزی برای کارش نداره و مغازه بدون مجوز الان سال‌هاست که مخل آرامش ما و بقیه ساکنین شده. بارها شکایت کردیم اما نتیجه‌اش این شده که مأمورین شهرداری هر از گاهی سروکله‌شان پیدا بشه و مبلغ قابل توجهی از صاحب مغازه

رشوه گرفته و برگردند. ببینید این یک مسئله خیلی جزئی است که باید سریعاً رسیدگی می‌شد؛ اما نشد. آقایون ترجیح می‌دهند منافع خودشان رو دنبال کنند تا منافع مردم رو. وقتی من شهروند در این اندازه نمی‌تونم کاری انجام بدم، به‌نظر شما می‌تونم در جایگاه‌های تصمیم‌گیری‌های سیاسی و عزل و نسب و انتخاب‌ها، نقشی داشته باشم؟ قطعاً نه. خیلی وقته که مردم عملاً هیچ توان و قدرتی در تعیین سیاست‌های داخلی و خارجی ندارند.

شرایط مداخله‌گر به‌وجود آورنده پدیده رویکرد مشارکتی منفی

۱- **مدیریت اقتصادی - سیاسی بیمار:** مدیریت کلان و کارآمدی یا ناکارآمدی نظام، یکی از مهم‌ترین شرایط مخل، در به‌وجود آمدن شرایط عدم مشارکت یا رویکرد منفی به مشارکت است. براساس این تعریف، مدیریت اقتصادی و سیاسی بیمار و ناکارآمد خود به یکی از عوامل چالش‌برانگیز و مهم‌ترین خطر و تهدید برای حفظ مشارکت و همبستگی مردم با حاکمیت بدل گشته است.

محمدحسین: شما وضعیت تورم رو می‌بینید. اگه فقط یک ماه سرمایه‌تون رو به‌صورت پول نقد نگهداری کنید شاید ۲۰ درصد سرمایه‌تون از بین می‌ره. نرخ ارز هرروز بالاتر میره. شاید ما واحد پولمان تومان باشه اما عملاً با دلار داریم خرید و فروش می‌کنیم. تحریم‌ها عملاً اقتصاد رو از پا انداخته.

۲- **فضای غیر دموکراتیک:** وجود و حاکمیت فضای غیر دموکراتیک و عدم احساس امنیت و آزادی‌های مدنی در صورت اظهار نظر مخالف یا انتقاد از ساختارهای سیاسی و اجتماعی حاکم، یکی دیگر از شرایط مداخله‌گر در به‌وجود آمدن شرایط مشارکتی منفی و عدم تمایل و اعتماد به مشارکت است. بنا به تعریف سفیدی، از فضای غیر دموکراتیک، «نظام سیاسی غیر دموکراتیک، نظامی است که در آن می‌توان نوعی تک‌سالاری و رابطه عمودی بین دولت - ملت را مشاهده کرد. فقدان آزادی‌های سیاسی از قبیل آزادی بیان و اعتقادداشتن به حق سؤال برای مردم، انحصار کامل دولت بر اقتصاد و رسانه‌ها و شخصی‌بودن قدرت سیاسی از ویژگی‌های عمده چنین نظامی است» (سفیدی، ۱۳۸۰: ۵۶)؛ بنابراین، تک‌سالاری و تک‌صدایی بودن حاکمیت، از شرایط مداخله‌گر در به‌وجود آمدن

بررسی جامعه‌شناختی موضع‌گیری... (رضا غلامی، ابراهیم متقی، جلال‌الدین رفیع‌فر و علی بقایی سرابی) ۷۳
رویکرد منفی به مشارکت است.

فربرز: به‌عنوان عامل دیگر وجود اساتید حق‌التدریس که حقوق حداقلی، بدون امنیت شغلی مانع از ایفای نقش آن‌ها به‌عنوان گروه‌های مرجع اجتماعی - آموزشی می‌شود. بگذریم از اینکه خیلی از این اساتید فقط نام استاد را یدک می‌کشند تا حقیقت آن جایگاه را. دوم بافت فرهنگی خانواده‌های بازاری؛ یعنی تنها تحصیلات دانشگاهی با کیفیتی که در بالا عرض شد نمی‌تواند در بسیاری از افراد ایجاد تحول عمیق بینشی نسبت به امر سیاسی نماید. در بازار بسیاری از افراد تحصیل کرده دانشگاهی هستند که تحلیل‌های دست‌چندم عوام‌گرایانه را تکرار می‌کنند. ذهنیت و خاطرات تاریخی اصلی‌ترین بخش تأثیرگذار است. ذهنیت دایی جان ناپلئونی افراطی.

راهبردها

۱- مشارکت متقابل دولت با مردم: مشارکت و همکاری واقعی و جدی بین مردم و مسئولین نظام سیاسی، اقتصادی و اجتماعی کشور، یکی از راهبردهای غلبه بر بدبینی سیاسی و عدم تمایل به مشارکت در بین مصاحبه‌شوندگان پژوهش به‌شمار می‌رود.

حمید: پیشنهاد من برای فائق آمدن به بن‌بست سیاسی حاکم بین مردم و حکومت اینست که هر دو آن‌ها هم مردم و هم حاکمان سیاسی، درصدد اقداماتی و تصمیمات مشترک و مفید به حال کشور و مردم باشند. این همکاری و تشریک مساعی البته پیش‌زمینه‌هایی دارد که قبلاً حاکمان باید حسن نیت و عمل‌گرایی خودشان را در زمینه اراده و خواست در جهت بهبود شرایط مردم، به اثبات برسوند. بعد از این اتفاق خجسته، از مردم برای حل و فصل معضلات داخلی و خارجی (سیاسی، اقتصادی) کمک بخواهند و هر دو برای بهتر شدن اوضاع با هم همکاری و هم‌افزایی نمایند.

۲- روراستی سیاسی: شفافیت و روراستی حاکمان و سیاسیون مملکت با مردم، از بااهمیت‌ترین راهبردهای مشارکت‌کنندگان برای فائق آمدن بر رویکرد منفی مشارکتی در آن‌ها و بی‌تفاوتی و عدم حمایت مردم از حاکمیت است.

محمدرضا: ببینید، مردم به حرف اینا (حاکمیت) اعتمادی ندارند. خب حقم دارند. اینا هیچ‌وقت با مردم صادق نبودند که هیچ، همیشه همه‌چیز رو وارونه نشون دادند. می‌گین

چاره چیه، چاره اینه که حاکمیت با مردم صادق باشه. این قدر دروغ نگره. رسانه‌ها رو وادار به دروغ‌گویی نکنه. هر وقت آگه به عمر من و شما قد بده که شاهد باشیم حاکمیت با مردمش صادق، اون موقع مردم هم دوباره میان وسط. میان حرف می‌زنند و نظر می‌دن.

پیامدها

۱- **عدم توسعه:** عدم توسعه یکی از بارزترین پیامدهای کشورهای است که در آن ارتباط و هم‌سویی بین حاکمیت با بدنه جامعه فاصله افتاده و افراد آن جامعه نسبت به انواع مشارکت‌ها و همراهی‌ها و هم‌افزایی‌ها با حاکمان خود، دچار یأس، ناامیدی و بی‌تفاوتی شده‌اند. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، بسیاری از شرایط اشاره شده بالا، در جامعه ایران مصداق عینی دارد. کاهش سطح رفاه و تنگناهای مالی توده‌های متوسط جامعه، تنگ‌تر شدن حلقه فقر بر گلوی افراد کم‌بضاعت و سوق هر چه بیشتر افراد از روی خط فقر به زیر آن، تکنولوژی‌های فرسوده و عدم دسترسی به سیستم حمل و نقل عمومی برای همه افراد جامعه، انسداد شبکه‌ها و راه‌های ارتباطی مردم با حاکمیت و... از پیامدهای رویکرد مشارکتی منفی و عدم توجه و اهتمام حاکمان برای رفع آن است.

رسول: همین اواخر انتخابات مجلس بود. چقدر مردم شرکت کردند؟ (اشاره به کاهش مشارکت مردم). خب اینا نشون میده که مردم دیگه میل به مشارکت ندارند چون چیزی قرار نیست عوض بشه. حتی از قبلش هم بدتر میشه. وضعیت اقتصادی جامعه ما، وضعیت تورم، وضعیت رفاه و معیشت مردم، همگی نشون میده که بازار تحت فشاره توی این بیست سال خیلی کم پیش اومده که جنس‌های مغازه رو هم قیمت قبلی تهیه کنم. فشار همه اینا روی مردم. آقایون اقتصاد را کردند سفره خانوادگی. تنها چیزی که براشون مهم نیست وضعیت کشور و مردم آگه افتاده چرا هرروز داریم از نظر سیاسی مزوی‌تر و از نظر اقتصادی، فقیرتر می‌شیم؟ پیامد عدم مشارکت بازاریان به‌طور خاص و عامه مردم بسیار بده برای کشور. اداره سیاسی و اقتصادی کشور هر چه بیشتر در مسیر استبداد و ناشایسته‌سالاری قرار خواهد گرفت. تورم افزایش پیدا خواهد کرد. مردم و اقشار کم‌درآمد، هرروز ضعیف‌تر می‌شن و هرسال تعداد بیشتری از افراد زیر خط فقر میرن. اتحاد و یکپارچگی مردم و حکومت از بین میره. هرچند الان هم هیچ اتحادی وجود نداره.

بررسی جامعه‌شناختی موضع‌گیری... (رضا غلامی، ابراهیم متقی، جلال‌الدین رفیع‌فر و علی بقایی سرابی) ۷۵

۲- **گسست ارتباطی مردم با حاکمیت:** دومین پیامد عدم مشارکت مردم در امور سیاسی و اجتماعی، گسست و ایجاد شکاف بین مردم و حاکمان سیاسی است. این پیامد می‌تواند در درازمدت پیامدهای بسیار وخیم‌تری به بار آورد. حاکمانی که با بدنه جامعه خود ارتباط درست و معتدل گونه‌ای نداشته باشند، یک منبع بااهمیت حمایتی (منابع انسانی) را از دست می‌دهند. چنین حاکمیتی در برابر فشارهای داخلی متوسل به حربه سرکوب و تهدید و در مقابل فشارهای خارجی، بسیار آسیب‌پذیر، متضرر و از جایگاه نابرابری برخوردار است.

مرتضی: در کشور ما در طی این ۴۳ سال به تدریج تمام منافذ و دریچه‌های مشارکت سیاسی بسته شده. آنچه از مشارکت سیاسی به‌جامانده، نقاب بی‌ارزشی برای مصرف خارجی و نمایش‌های مضحک داخلی است. عرض کردم که آخرین انتخاباتی که شرکت کردم انتخابات ۸۸ بود و بعد از اون دیگه این اشتباه رو تکرار نکردم. چرا این کار رو شما خودتون بهتر می‌دونید. از بین چند تا نماینده که همه مردم از پرونده‌های ضعیف و گاهی پر فساد آن‌ها مطلع هستند. نتیجه همون انتخابات صوری رو هم تغییر می‌دند. انتخاباتی در این کشور وجود نداره. اگه انتخاباتی باشه باید خود نامزد انتخاباتی هم با نظر مردم باشه.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که نقش تعیین‌کنندگی و تعهد اجتماعی از شرایط علی رویکرد مشارکتی مثبت به‌شمار می‌رود و درمقابل، بی‌جرئی سیاسی و احساس ناتوانی، از شرایط علی رویکرد مشارکتی منفی قلمداد می‌شود. شرایط اقتصادی و رفاه مشارکت‌کنندگان از یک‌سو و احساس فضای به‌نسبت دموکراتیک از سوی دیگر، از شرایط مداخله‌گر در نگرش مثبت آن‌ها به مشارکت است. از سوی دیگر، در نظر کسانی که نسبت به مشارکت رویکرد خوش‌بینانه‌ای نداشتند، فضای اجتماعی غیر دموکراتیک و مدیریت اقتصادی - سیاسی بیمار را از شرایط مداخله‌گر نسبت به رویکرد خود عنوان می‌کردند.

براساس نتایج این پژوهش، افرادی که رویکرد مثبتی به مشارکت داشتند، آینده سیاسی و اقتصادی کشور را قابل تغییر در راستای عقلانیت و مردم‌گرایانه، ارزیابی می‌کردند. به اعتقاد آن‌ها، مسیر آینده نظام سیاسی و اقتصادی کشور، ناگزیر به برگشت به سمت جلب

رضایت آحاد مردم و گشودگی‌های سیاسی و اجتماعی داخلی و خارجی است. در مقابل، افرادی که رویکرد مشارکتی منفی داشتند، در مقابل هرگونه دخالت، مشارکت، اظهار نظر و عقیده‌ای، احساس انفعال و ناتوانی کرده و خود (مردم) را دارای هیچ وزن تأثیرگذاری در حال و آینده سیاسی و اقتصادی - اجتماعی جامعه، قلمداد نمی‌کردند.

بازاریانی که رویکرد مشارکتی منفی، در واقع، اعتماد، باور و امیدی به تحولات و تغییرات مطلوب در ساختار اقتصادی - سیاسی جامعه، ندارند. این بخش از بازاریان، مشارکت و یا عدم مشارکت سیاسی خود و بقیه افراد جامعه را مؤثر در تغییر شرایط سیاسی - اقتصادی جامعه، قلمداد نمی‌کنند. افرادی که نسبت به مشارکت دید منفی داشتند، نسبت به بازاریانی که دید مثبتی به این امر داشتند، بیشتر بودند. در واقع، این نگرش منفی، بازتاب بی‌اعتمادی به وجود آمده بین مردم (بازاریان) و رهبران سیاسی است که در طول سال‌ها شکل گرفته و عمق یافته است.

مشارکت‌کنندگانی که دارای رویکرد مثبت به مشارکت بودند، دلیل اصلی رویکرد مثبت این مشارکت‌کنندگان، به مشارکت در امور سیاسی کشور، نگرش و چشم‌انداز مثبت آن‌ها به تغییرات مثبت و سازنده در افق سیاسی - اجتماعی کشور، در سایه مشارکت عمومی است. این افراد، با وجود تجارب ناخوشایند گذشته، همچنان معتقدند که راهکار اصولی و کاربردی بهبود اوضاع فعلی کشور، از راه‌های مشارکتی و همدلانه بین رهبران و مردم است. به‌باور مشارکت‌کنندگانی که رویکرد مثبتی به مشارکت دارند، ساختار سیاسی کشور براساس اعتماد و عزم و اراده مردم به وجود می‌آید و دوام می‌یابد.

اعتقاد به نقش تعیین‌کننده خود در اداره امور مملکت و احساس تعهد اجتماعی، از جمله علل به‌وجود آورنده این رویکرد در مشارکت‌کنندگان است. به‌باور آن‌ها، رفاه و آسایش اقتصادی وجود فضای سیاسی باز و دموکراتیک می‌تواند بر این رویکرد تأثیر مثبتی گذارد. این افراد، توجه و عنایت به مردم و مشکلات اجتماعی - اقتصادی آن‌ها و نیز استفاده از برنامه‌ها و زمینه‌های استفاده از تجارب، تخصص و منابع نیروی انسانی را، راهکاری برای رفع تنگنای پیش روی تحقق این مشارکت، قلمداد می‌کنند. افزایش رضایت‌مندی و حفظ همبستگی و اتحاد ملی، از پیامدهای راهبردهای مشارکت‌کنندگان در رویکرد مثبت به مشارکت است.

بررسی جامعه‌شناختی موضع‌گیری... (رضا غلامی، ابراهیم متقی، جلال‌الدین رفیع‌فر و علی بقایی سرابی) ۷۷

منابع

- احمدی، یعقوب؛ محمدزاده، حسین و مجیدی، ابوبکر (۱۳۹۷)، «گونه‌شناسی فرهنگ سیاسی دانشجویان استان کردستان بر پایه متغیرهای اجتماعی-فرهنگی»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۲۹ (۶۹)، ۱۲۸-۱۰۷. doi: 10.22108/jas.2018.98648.0
- ازکیا، مصطفی و غفاری، غلامرضا (۱۳۸۹)، *نظریه‌های اجتماعی معاصر با رویکرد توسعه*، تهران: نشر علم.
- بورديو، پیر (۱۳۸۹)، *شکل‌های سرمایه، به نقل از کتاب سرمایه‌های اجتماعی؛ اعتماد؛ دموکراسی و توسعه*، به کوشش کیان تاجبخش، تهران، نشر شیرازه.
- پوپر، کارل (۱۳۹۶)، *درس این قرن*، ترجمه علی پایا، تهران: طرح نو.
- دال، رابرت (۱۳۸۹)، *تجزیه و تحلیل سیاست*، ترجمه حسن فشارکی، تهران: خرمی.
- رستمی، عادل؛ دهقان نژاد، مرتضی و محمودآبادی، اصغر (۱۳۹۸)، «تأثیر سیاست‌های اقتصادی در تقابل بازاریان با حکومت در عصر پهلوی دوم (۱۳۲۰-۱۳۵۷ش)»، *فصلنامه گنجینه اسناد*، (۱۱۵)، ۶۷-۳۶. doi: 10.22034/ganj.2019.2381
- رفیع، حسین؛ عباس‌زاده مرزبالی، مجید و قهرمانی، میثم (۱۳۹۷)، «فرهنگ سیاسی؛ یک بررسی مفهومی و نظری»، *مجله سیاست (دانشگاه تربیت مدرس)*، (۱۷)، ۲۳-۴۲.
- سفیدی، هوشمند (۱۳۸۰)، «نظام سیاسی و توسعه روابط عمومی در ایران»، *فصلنامه هنر هشتم*، ۶ (۲۱) و ۲۲، ۷۵-۵۵.
- فلاحی سرابی، لیلا و پیوسته، صادق (۱۳۹۴)، «تأثیر احساس بی‌قدرتی بر کاهش مشارکت اجتماعی سیاسی بررسی ارتباط احساس بی‌قدرتی با کاهش مشارکت و احساس عدم امنیت با مروری بر تحقیقات انجام‌شده»، *کنفرانس بین‌المللی رویکردهای نوین در علوم انسانی*.
- محسنی تبریزی، علیرضا (۱۳۹۵)، «بررسی مجامع شورایی ائمه جماعات و معتمدین محل در مناطق شهر تهران»، *مؤسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی*، دانشگاه تهران.
- ملفت، حسین؛ شجاعی، حسن؛ گمالوند، حسین و دانشی، سیدعبدالهادی (۱۳۹۹)، «فراتحلیل رابطه مشروعیت سیاسی با مشارکت سیاسی»، *هفتمین کنفرانس بین‌المللی دستاوردهای نوین پژوهش علوم تربیتی، روان‌شناسی و علوم اجتماعی*.
- منطقی، مرتضی (۱۳۸۳)، «نسل سوم، فرصت‌ها و تهدیدها»، *همایش علمی جوانان، امید و آینده*، دانشگاه تهران: دانشکده علوم اجتماعی.
- هابرماس، یورگن (۱۳۹۲)، *دگرگونی ساختاری در حوزه عمومی*، چاپ چهارم، ترجمه جمال محمدی،

References

- Ahmadi, Y., Mohammadzadeh, H. & Majidi, A. (2017), "Typology of political culture of students of Kurdistan Province based on socio-cultural variables", *Applied Sociology*, year 29, number 1 (series 69): 107-128. doi: 10.22108/jas.2018.98648.0 (In Persian).
- Azkiya, M.; Ghaffari, Gh. (2010), *Contemporary social theories with a development approach*, Tehran: Alam Publishing (In Persian).
- Bourdieu, P. (2009), Forms of capital, quoted from the book of social capitals; the trust; Democracy and Development, by Kian Tajbakhsh, Tehran, Shirazeh Publishing House (In Persian).
- Bourdieu, P. (2009), Forms of capital, quoted from the book of social capitals; the trust; Democracy and Development, by Kian Tajbakhsh, Tehran, Shirazeh Publishing House (In Persian).
- Croft, S. & Beresford, P. (1992), The politics of participation. *Critical Social Policy*, 12(35), 20-44.
- Dahl, R. (2010), *Analysis of politics*, translated by Hasan Shaharaki, Tehran: Khorrami Publications (In Persian).
- Dawkins, R. (2017), Political participation, personality, and the conditional effect of campaign mobilization, *Electoral Studies*, Volume 45, Pages 100-109.
- Ghobadi, A. (2002), *The Necessity of People's Participation in the Field of Culture*, Collection of People's Articles and Convergence, its publication, Tehran.
- Popper, K. (2016), *Lesson of this century*, translated by Ali Paya, Tehran: New Design Publications (In Persian).
- Rafi, H.; Abbaszadeh Marzbali, M. & Gharmani, M. (2017), "political culture; A Conceptual and Theoretical Review", *Policy Journal (Taribat Modares University)*, No. 17: 23-42 (In Persian).
- Rostami, A.; Dehghan Nejad, M. & Mahmoudabadi, A. (2018), "Effect of economic policies in the confrontation between the marketers and the government in the second Pahlavi era (1941-1978)", *Ganjineh Sanad Quarterly*, serial 115: 67-36. doi: 10.22034/ganj.2019.2381 (In Persian).
- Sefidi, H. (2010), "Political system and development of public relations in Iran", 8th grade art quarterly, 6th year, numbers 21 and 22: 55-75 (In Persian).
- Silverman, D. (2013), *Doing Qualitative Research: A Practical Handbook*.