



Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)

کنش حمایتی، از سنت‌گرایی گزینشی تا عرفی‌نگری تقلیدی: ارائه یک نظریه داده‌بنیاد

فاطمه عطری (کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی و رفاه، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران)

fatemeh.atri@gmail.com

سعید وصالی (دانشیار گروه تعاون و رفاه اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران، نویسنده مسئول)

saidvesali2005@yahoo.com

مهدی کرمانی (استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران)

m-kermani@ferdowsi.um.ac.ir

محمد رضا محمدی (کارشناسی ارشد رشته پژوهش علوم اجتماعی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران)

mr_mohammady89@yahoo.com

چکیده

کنش حمایتی یکی از نمودهای تعامل گرم نامتقاران در جامعه است که از سوی افراد با دلایل و انگیزه‌های مختلفی و در شرایط متفاوتی انجام می‌گیرد. پژوهش حاضر با هدف بررسی شرایط حاکم بر کنش‌های حمایتی و راهبرد‌های افراد انجام گرفته است. به منظور دستیابی به هدف این پژوهش، کنش‌های حمایتی و شرایط وقوع آن در مکاتب مختلف جامعه‌شناسی و آراء صاحب‌نظران اصلی این حوزه مورد نقد و بررسی قرار گرفته و با استفاده از روش نظریه داده‌بنیاد با ۲۲ فرد ساکن شهر مشهد، درباره تجربیات مختلف کنش‌های حمایتی و دلایل انجام آن‌ها مصاحبه عمیق صورت گرفته است. از آنجایی که در پژوهش حاضر، رسیدن به حداکثر تنوع در دیدگاه کنش‌گران مد نظر بوده است، از نمونه‌گیری هدفمند (حداکثر تنوع) بهره گرفته شد. ملاک اصلی برای انتخاب شرکت‌کنندگان نیز، تجربه کردن پدیده مورد مطالعه بوده است. برای این منظور، ابتدا برخی شاخص‌ها همچون دیدگاه مذهبی، گروه سنی، تحصیلات، درآمد و خاستگاه اقتصادی

نشریه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، سال نوزدهم، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۱، شماره پیاپی ۴۲ صص ۳۲-۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۲/۲۵ تاریخ تصویب: ۱۴۰۱/۰۴/۲۲

مشخص شد تا بر اساس آن‌ها بتوان نمونه‌هایی کاملاً متفاوت را مد نظر قرار داد. مصاحبه‌ها در سه سطح باز، محوری و گزینشی کدگذاری شده و در نهایت ۳۵ مقوله اصلی که در چهار دسته شرایط (علی، مداخله‌ای و زمینه‌ای)، راهبردهای کنش، پیامدها و مقوله هسته‌ای قرار گرفته‌اند، شناسایی شده است. مبتنی بر تحلیل یافته‌های این پژوهش، مقوله هسته‌ای تحت عنوان «درهم‌آمیزی دریافت‌های معنایی پیشامدرن و الگوهای ابزاری مدرن در پیشبرد کنش‌های حمایتی» شناسایی شد که از درون آن مقوله هسته‌ای دیگری تحت عنوان «گذر از حمایت تکلیف‌مدارانه دینی خانواده محور به حمایت وظیفه‌مدارانه اجتماع محور» مورد شناسایی قرار گرفت.

کلیدواژه‌ها: کنش حمایتی، انگیزه کنش حمایتی، نظریه داده بنیاد، راهبردهای کنش

حمایتی

۱. مقدمه

در تعاریف ارائه شده از مفهوم جامعه، به طور آشکار یا ضمنی بر ویژگی گروه بودن آن تأکید شده است (گولد و کولب، ۱۳۷۶). به بیانی روشن می‌توان گفت جامعه گروهی اجتماعی است که دارای سرزمین و خودکفایی نسبی باشد (صدیق اورعی و دیگران، ۱۳۹۸، ص. ۲۱۳). هر گروه اجتماعی، متشکل از مجموعه افرادی است که با یکدیگر، تعامل نسبتاً مستمر دارند و در میان آن‌ها احساس پیوند وجود دارد. تعامل، همان کنش اجتماعی دو یا چند سویه است (روشه، ۱۳۵، ۱۳۹۱). بنابراین می‌توان گفت چگونگی کنش‌های اجتماعی و تعاملات بین افراد، ارتباط مستقیم با چگونگی جامعه داشته و رد پای صفات و ویژگی‌های یک جامعه را می‌توان در نوع تعاملات اجتماعی افراد آن جستجو کرد.

کنش‌های دگریاری به عنوان یکی از انواع تعامل، در حوزه‌های مختلفی بروز و نمود پیدا می‌کند که یکی از رایج‌ترین آن‌ها کنش‌های اقتصادی است؛ یعنی کنش‌هایی که عمدتاً در مواجهه با پدیده‌هایی همچون فقر و نابرابری اجتماعی از سوی کنش‌گران صورت می‌پذیرد. نابرابری و فقر در ابعاد گسترده، تهدیدکننده امنیت و انسجام جامعه در ابعاد مختلف است و

در مقابل، بروز کنش‌های دگریارانه و تعاملات گرم نابرابر با پشتوانه سیاست‌گذاری‌های مطلوب و به‌جا، می‌تواند بر کنترل فقر و کاهش آن تأثیر به‌سزایی داشته باشد.

کنش‌های حمایتی از سوی افراد جامعه، با دلایل و انگیزه‌های متفاوت و نیز به شیوه‌های مختلفی انجام می‌گیرد. برخی کنش‌ها با واسطه و برخی بدون حضور واسطه صورت می‌گیرد. واسطه‌ها در برخی موارد همانند صندوق‌های صدقه و ... به طور کامل وجه تعاملی این پدیده را از بین می‌برند و در برخی موارد همانند مراکز خیریه آن را به حداقل رسانده یا محدود به گروه خاصی می‌کنند. بنابراین می‌توان گفت که صورت‌های مختلف کنش‌های حمایتی می‌تواند پیامدهای متفاوتی داشته و آثار گوناگونی از خود به جای گذارند. به طوری که یکی از انواع انسجام و نظم اجتماعی در جامعه، به طور مستقیم با این نوع از کنش‌ها مرتبط است (چلبی، ۱۳۸۹، ص. ۴۱). بنابراین چگونگی بروز و ظهور این پدیده، آثار و نتایج قابل توجهی داشته و عدم شناخت دلایل و انگیزه‌های افراد جامعه در انجام کنش‌های حمایتی، مسیر پیش روی برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران اجتماعی را برای تصمیم‌گیری مناسب با چالش مواجه خواهد کرد. بر این اساس سؤال اصلی این پژوهش به صورت زیر مطرح خواهد شد:

کنش‌های حمایتی از سوی افراد جامعه تحت چه شرایطی صورت می‌گیرد و چه راهبردهایی را شامل می‌شود؟

۲. مبانی نظری تحقیق

بررسی پژوهش‌های صورت گرفته نشان می‌دهد که بخشی از پژوهش‌های فارسی، در رابطه با بی‌تفاوتی اجتماعی انجام شده است، یا به دلایل عدم کنش حمایتی در آن‌ها پرداخته شده است. پژوهش‌های فارسی با رویکرد کمی، به میزان کم‌تری از ادبیات نظری غنی برخوردار هستند و گاهی به بررسی اثر متغیرهای زمینه‌ای بر کنش حمایتی، محدود شده‌اند که به وضوح در برخی از آن‌ها، تعارض در یافته‌هایشان به چشم می‌خورد. برای مثال، تأثیر

جنسیت بر کنش حمایتی، در مقالاتی مورد تأیید و در مقالاتی دیگر رد شده است. همچنین برخی پژوهش‌ها، کنش حمایتی یا رفتار نوع‌دوستانه را به عنوان متغیر مستقل خود در نظر گرفته‌اند. لذا از فرایند بررسی کنار گذاشته شدند. (کلدی و سلحشوری، ۱۳۹۱)؛ (رستگار خالد، ۱۳۸۴). دسته‌ای دیگر از مقالات، گرچه به شناسایی و سنجش عوامل مؤثر بر حمایت اجتماعی در جامعه پرداخته‌اند ولی بررسی خود را در سطح کلان انجام داده و کنش اجتماعی واحد مورد مطالعه آن‌ها نیست (عبداللهی و بشیری موسوی، ۱۳۹۴)؛ (غفاری، ۱۳۹۳). همچنین بخش قابل توجهی از پژوهش‌های صورت گرفته، به بررسی دلایل عدم کنش حمایتی پرداخته‌اند که تحت عناوینی همچون بی‌تفاوتی اجتماعی مطرح می‌شود (لاریجانی و نوری، ۱۳۹۸)؛ (نوابخش و میرزاپوری، ۱۳۹۴).

فردگرایی، بی‌اعتمادی و باور به عدم اثربخشی، از دیگر عواملی است که بر بی‌تفاوتی اثرگذارند (لاریجانی و نوری، ۱۳۹۸). در مرور مقالاتی که به بررسی عوامل مؤثر بر بروز رفتارهای حمایتی و نوع‌دوستانه پرداخته‌اند، وجه مقابل یافته‌های فوق به خوبی دیده می‌شود. چنانکه، نقش باور به اثربخشی در بروز رفتار حمایتی یا به عبارتی، باور به وجود پیامدهای مثبت که نتیجه تجارب قبلی است، مورد تأکید قرار گرفته است (شکوری، ۱۳۸۴؛ صدیق سروستانی و عنبری، ۱۳۸۳).

اعتماد اجتماعی نیز از دیگر عواملی است که هم در رابطه با بی‌تفاوتی و هم گرایش به رفتارهای نوع‌دوستانه مورد اشاره قرار گرفته است. اثر این عامل به صورت مستقیم و غیرمستقیم گزارش شده است. از سویی هرچه میزان اعتماد به جامعه، سازمان‌ها و گروه‌های اجتماعی بیش تر باشد، میزان رضایت افراد افزایش یافته و نسبت به مسائل اجتماعی حساس تر خواهند بود (عنبری و غلامیان، ۱۳۹۵؛ گلچین، حسینی و همکاران، ۱۳۹۵).

اثر مثبت مسئولیت‌پذیری اجتماعی نیز بر بروز رفتارهای نوع‌دوستانه و حمایتی یا گرایش به بروز این رفتارها، در پژوهش‌های متعددی مورد اشاره قرار گرفته است (صدیق سروستانی و عنبری، ۱۳۸۳؛ احمدی، ۱۳۸۸؛ گلچین و همکاران، ۱۳۹۵).

از منظری کاملاً اجتماعی، نقش سرمایه اجتماعی بر گرایش و بروز رفتارهای نوع دوستانه در پژوهش‌های زیادی مورد تأکید قرار گرفته است (روشنفکر و ذکایی، ۱۳۸۵)؛ (افراسیابی و محمدی، ۱۳۹۳). این تأثیر گاه مستقیم بوده و گاه به گونه‌ای است که سرمایه اجتماعی از سویی می‌تواند سبب افزایش آگاهی و اطلاع افراد از موضوعات مورد حمایت شده و به عبارتی ارتباطاتی ترغیب کننده برای گرایش به رفتار را برای فرد مهیا کند (رضوی زاده و محمدپور، ۱۳۸۹).

در میان عوامل تبیین کننده گرایش یا اقدام به رفتار حمایتی و نوع دوستانه در پژوهش‌های تجربی، نقش عوامل فرهنگی بیش از سایر عوامل برجسته بوده است. در برخی مطالعات تأثیر باورهای ارزشی بر بروز رفتار یا گرایش نوع دوستانه نشان داده شده است و به عبارتی باورهای ارزشی را شرط علی جهت گیری مشارکتی از نوع نیکوکارانه دانسته‌اند و یا اینکه موضع مثبت نسبت به فرد متکدی را در افزایش احتمال کمک مؤثر دانسته‌اند. این موضع مثبت گاه جنبه ایجابی داشته و گاه وجهی سلبی دارد؛ یعنی ناشی از آن است که افراد، فرد نیازمند را در بروز مشکل پیش آمده مقصر ندانسته و علت فقر را در ناکارآمدی دولت و نهادهای مرتبط و یا تقدیر الهی می‌دانند (شکوری، ۱۳۸۴). در میان عوامل فرهنگی، تأثیر باورهای دینی بیش از سایر عوامل در پژوهش‌های داخلی مورد اشاره قرار گرفته است. خصوصاً در پژوهش‌هایی که رویکردی دلیل مدارانه داشته و به دنبال کشف دلایل بروز رفتار حمایتی یا نوع دوستانه بوده‌اند، اعتقاد دینی از جمله عواملی است که از سوی افراد مورد اشاره قرار گرفته است (حبیب پور گتایی، ۱۳۹۶؛ رضوی زاده و محمدپور، ۱۳۸۹).

در مرور پژوهش‌های صورت گرفته در خارج از کشور، روشن شد بخش زیادی از پژوهش‌ها در حوزه مارکتینگ و رشته‌های بازاریابی انجام شده و تحقیقات صرفاً اجتماعی، سهم اندکی در این حوزه داشتند. همچنین عمده پژوهش‌ها، عوامل تأثیرگذار بر کنش حمایتی را بررسی کرده‌اند. یکی از عوامل فرهنگی تأثیرگذار که در برخی مقالات به آن به

عنوان یکی از عوامل مهم در بروز کنش‌های خیرخواهانه اشاره شده است، آموزه‌های دینی می‌باشد (کسری^۱، ۲۰۱۳)، (لویین^۲ و همکاران، ۲۰۱۳)، (اسکارمس^۳ و شابیر^۴، ۲۰۱۱). عنصر فرهنگی دیگری که تا حد زیادی در انجام کنش‌های دگرخواهانه اثربخش است، میزان تعهد اجتماعی است (شابیر و همکاران، ۲۰۰۷)، (اوسترهوف^۵ و همکاران، ۲۰۰۹) و (رنگاناتان^۶ و همکاران، ۲۰۱۲).

هویت اخلاقی و معیارهای اخلاقی، عنصر فرهنگی دیگری است که پژوهش‌های متعددی در تأثیرگذاری آن بر کنش حمایتی به آن اشاره کرده بودند. هویت اخلاقی به اهمیت اخلاقی عمل کردن برای هویت شخص اطلاق می‌گردد. هویت اخلاقی دارای دو بعد درونی (باطنی) و بیرونی (نمادی) در نظر گرفته شده است و از هر دو حیث، آثار این ابعاد بر بروز کنش حمایتی از سوی افراد بررسی شده است. میزان بالای هویت اخلاقی نمادی، باعث افزایش رفتارهای حمایتی در فرد می‌گردد و از طرفی دیگر، سطح بالای هویت اخلاق درونی، فارغ از به رسمیت شناختن کنش حمایتی آن را انجام می‌دهند؛ اما اگر سطح هویت اخلاقی باطنی و نمادی در انسان کم باشد، اساساً انگیزه‌ای برای کنش خیرخواهانه باقی نخواهد ماند. همچنین از معیارهای اخلاقی به عنوان هدایت‌کننده اعمال یاد شده است. از طرفی، اگر در افراد، حمایتگری بخشی از معیارهای اخلاقی در نظر گرفته شود، همین معیارها محرک افراد برای کنش حمایتی خواهند بود (وینتریچ^۷ و همکاران، ۲۰۱۳) و (اوسترهوف و همکاران، ۲۰۰۹).

1- Kasri

2- Lynn

3- Skarmes

4- Shabbir

5- Oosterhof

6- Ranganathan

7- Winterich

در مقالات بررسی شده برای پیشینه این پژوهش، عامل مهم دیگری در بروز کنش حمایتی مؤثر یافت شده است. برخی از مقالات به این مهم تأکید نموده‌اند که اگر برای افراد اهمیت کنش دگرخواهانه محرز شود، به بروز رفتار حمایتی منجر می‌شود؛ به معنای دیگر افراد باید درک کنند که کمک‌های فردی آن‌ها باعث ایجاد تفاوت می‌شود. ازین‌رو، اثربخشی حمایت یکی از عوامل مهم می‌باشد؛ به نوعی که برخی آن را عامل اصلی در بروز کنش حمایتی عنوان کرده‌اند (انجی^۱ و همکاران، ۲۰۱۱) و (بلداد^۲ و همکاران، ۲۰۱۴).

از دیگر عوامل مؤثر بر کنش حمایتی که در مرور مقالات خارجی به دست آمد تطبیق کنش با انگیزه‌های فرد است. در صورت انتخاب، افراد حمایت‌هایی را مد نظر قرار می‌دهند که دارای مزایا باشد و با انگیزه‌های آن‌ها مطابقت داشته باشد (هول^۳ و همکاران، ۲۰۰۵) و (ها-بروکشر^۴ و هاجز^۵، ۲۰۰۹). در یافته‌ای دیگر، نیاز به احساس رضایت و کسب دستاورد، عاملی است که افراد را به انجام کنش حمایتی تشویق می‌کند (چوو و همکاران، ۲۰۱۴).

در زمینه پژوهش‌های داخلی و خارجی بررسی شده برای این پژوهش سه نتیجه قابل جمع بندی می‌باشد. اول اینکه در مقالات خارجی نیز مانند پژوهش‌های داخلی، نتایج برخی پژوهش‌ها با یکدیگر در تعارض قرار داشت. برای مثال، رابطه میان درآمد و میزان حمایت در برخی مقالات معنادار بوده است (کسری، ۲۰۱۳) و در برخی مقالات چنین رابطه‌ای دیده نشده است (لویین و همکاران، ۲۰۱۳). این تعارضات نشان می‌دهد که در حوزه کنش حمایتی، بررسی‌های دقیق‌تر و عمیق‌تر کیفی، مورد نیاز می‌باشد. دوم اینکه بخش زیادی از پژوهش‌ها مخصوصاً مطالعات لاتین، خارج از حوزه جامعه‌شناختی قرار داشت و در نهایت در بررسی موضوع مورد نظر رویکرد کمی بر رویکرد کیفی غلبه داشت و همین امر باعث

1- Ng

2- Beldad

3- Houle

4- Ha-Brookshire

5- Hodges

شده که در آنها مطالعه عمیقی که شامل شرایط علی و زمینه ساز و و از همه مهمتر راهبردهای افراد در رابطه با کنش حمایتی باشد یافت نشود. موارد ذکر شده انجام پژوهشی که نگاه متفاوتی به مسأله داشته باشد را توجیه می‌کند.

۳. روش تحقیق

این پژوهش با رویکردی کیفی به دنبال تفسیر دلایل بروز کنش حمایتی از سوی افراد است. بستری که پژوهش در آن انجام شده است ساکنین شهر مشهد بوده است و از آنجائیکه مشهد شهری است که به دلیل وسعت و جمعیت مهاجری که درون خود دارد از خرده فرهنگ‌های متنوعی برخوردار است از روش نظریه زمینه‌ای برای فهم معناهای ذهنی کنشگران و کشف مدل پارادایمی سود جسته است و روش نظریه زمینه‌ای، روش تحقیقی کیفی است که یک سلسله رویه‌های سیستماتیک را به کار می‌گیرد تا نظریه‌ای مبتنی بر استقرا درباره پدیده‌ای ایجاد کند (استراس و کوربین، ۱۳۸۷، ص. ۲۳).

در پژوهش حاضر از مصاحبه‌های نیمه ساخت یافته بهره گرفته شد. ملاک اصلی انتخاب شرکت کنندگان برای مصاحبه، تجربه کردن پدیده مورد مطالعه است. منطق نمونه‌گیری، عبارت از انتخاب مواردی غنی از اطلاعات، یعنی انتخاب مواردی است که امکان مطالعه عمیق را فراهم می‌سازد. در مصاحبه برای شروع بحث آخرین کمک افراد، سابقه کار خیر در خانواده، شرایط زندگی فرد و... مورد پرسش و بحث قرار گرفته است و از خلال صحبت آنها سوالات دیگر مطرح شده است. هر مصاحبه به طور میانگین ۹۰ دقیقه به طول انجامیده است. در این پژوهش از راهبرد نمونه‌گیری هدفمند از نوع حدکثر تنوع استفاده شده است. برای این منظور، ابتدا برخی شاخص‌ها همچون دیدگاه مذهبی، گروه سنی، تحصیلات، درآمد و خواستگاه اقتصادی مشخص شد تا بر اساس آنها بتوان نمونه‌هایی کاملاً متفاوت را مد نظر گرفت. در ادامه جدول مشخصات مصاحبه‌شوندگان ارائه می‌شود.

جدول ۱. مشخصات مصاحبه‌شوندگان

ردیف	مصاحبه‌شونده	جنسیت	سن	تحصیلات	مذهبی/غیرمذهبی/گزینشی	درآمد	خاستگاه اجتماعی
۱	اسماعیل	آقا	۳۲	بالا	مذهبی	متوسط	پایین
۲	ستاره	خانم	۲۸	بالا	غیرمذهبی	متوسط	متوسط
۳	حمید	آقا	۲۷	بالا	مذهبی	بالا	بالا
۴	بهار	خانم	۲۶	متوسط	غیرمذهبی	متوسط	بالا
۵	حامد	آقا	۴۲	بالا	غیرمذهبی	بالا	بالا
۶	فاطمه	خانم	۳۵	متوسط	مذهبی	متوسط	پایین
۷	محمد	آقا	۳۱	بالا	مذهبی	متوسط	پایین
۸	ریحانه	خانم	۲۹	متوسط	مذهبی	پایین	متوسط
۹	مرجان	خانم	۵۰	پایین	گزینشی	متوسط	متوسط
۱۰	بهزاد	آقا	۶۵	متوسط	غیرمذهبی	متوسط	بالا
۱۱	سارا	خانم	۵۷	پایین	مذهبی	پایین	متوسط
۱۲	مریم	خانم	۳۲	بالا	غیرمذهبی	پایین	پایین
۱۳	زهرا	خانم	۳۳	پایین	گزینشی	پایین	متوسط
۱۴	صالح	آقا	۳۴	متوسط	غیرمذهبی	متوسط	متوسط
۱۵	آمنه	خانم	۳۴	بالا	گزینشی	بالا	بالا
۱۶	رکسانا	خانم	۳۰	متوسط	غیرمذهبی	متوسط	متوسط
۱۷	مهدی	آقا	۳۵	پایین	گزینشی	متوسط	متوسط
۱۸	الهام	خانم	۳۸	متوسط	گزینشی	بالا	پایین
۱۹	حسین	آقا	۵۴	پایین	مذهبی	پایین	پایین
۲۰	نیره	خانم	۶۰	پایین	مذهبی	بالا	بالا
۲۱	فرامرز	آقا	۴۸	بالا	غیرمذهبی	بالا	بالا
۲۲	مینا	خانم	۳۰	بالا	غیرمذهبی	متوسط	متوسط

به منظور تحلیل این داده‌ها از روش کدگذاری سه مرحله‌ای بهره گرفته شد. ابتدا هر مصاحبه پیاده سازی و موارد نامربوط به پژوهش حذف شد و مصاحبه با استفاده از نرم‌افزار مکس کیودا، در سه مرحله (باز، محوری و گزینشی) کدگذاری شده است. برای خردکردن،

مقایسه کردن، مفهوم پردازی کردن و مقوله بندی داده‌ها کدگذاری باز صورت گرفت. پس از مشخص شدن مقولات بر اساس اهداف و سوال پژوهش مقولات به دست آمده باهم مقایسه و پالایش و تفکیک شد. این مرحله از کدگذاری به دلیل فرآیند پیچیده استقرا و قیاس و جایگذاری در مولفه‌های اصلی، شرایط و پیامدها نیاز به دقت بالایی داشت. مصاحبه‌ها تا زمانی که مقولات به تکرار رسیدند انجام شد و به بیان دیگر تا زمان رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. به منظور تامین اعتبار و پایایی پژوهش، روشهای مختلف برحسب نیاز مورد استفاده قرار گرفت. ارزیابی اعتبار به روش ارتباطی بدین شکل که مصاحبه با افرادی صورت گرفت که علاقه‌مند به حضور در پژوهش و پاسخگویی صادقانه و همچنین آماده برای مراجعه دوباره و چندباره پژوهشگر بودند. محتوای اصلی هر مصاحبه با مصاحبه شونده به اشتراک گذاشته شده و تایید اظهارات از وی گرفته شده است. اعتبار بر پایه رویه تحقیق به این صورت که تلاش شد مصاحبه‌های عمیق، با تمامی مصاحبه‌شوندگان به منظور جمع‌آوری پربار و پرمایه داده‌ها انجام شود. کلیه مصاحبه‌ها ضبط و چندین بار توسط محقق شنیده تا ابعاد مختلف مصاحبه به طور دقیق پرداخته شود. همچنین سؤالاتی که پاسخ آن‌ها روشن نبود، دوباره مورد پرسش واقع شده است. هر مصاحبه پس از انجام شدن، پیاده‌سازی و تحلیل شده است. همچنین یک پژوهشگر اجتماعی، کدگذاری چند مصاحبه را برای صحت و تطبیق با کدگذاری محقق انجام داده است و در رابطه با یافته‌ها، گفتگو شده و نقد و بررسی صورت گرفته است. همچنین همکاران طرح، مفاهیم و مقولات مختلف استخراج شده از مصاحبه‌ها را مورد داوری و در صورت نیاز بازبینی قرار داده‌اند و در تمامی مراحل تحلیل دقت نظر و حساسیت بالایی صورت گرفته است.

۴. یافته‌های تحقیق

در بررسی داده‌های جمع‌آوری شده در کدگذاری مرحله اول، ۱۰۷۷ مفهوم به دست آمد. مفاهیم به دست آمده شامل تجربه‌های متنوع، شیوه‌های مختلف، انگیزه‌هایی که افراد به

کنش‌های حمایتی خود نسبت می‌دادند و دیدگاه‌ها و تمایلات‌شان در رابطه با کنش حمایتی بوده است. پس از کدگذاری باز و تصحیح نهایی، سعی شد تا مفاهیم مشترک و نزدیک، هم به لحاظ معنایی و هم از حیث پاسخگویی به سؤالات در مقولات مشخص طبقه‌بندی شوند و در نهایت پدیده مرکزی از دل شرایط، راهبردها و پیامدها استخراج شده است.

۱.۴. شرایط علی

در پژوهش حاضر هفت شرط علی شناسایی شد که بر بروز کنش حمایتی از سوی افراد تأثیرگذار بوده است. شرایط علی آن دسته از رویدادها و وقایع اند که بر پدیده‌ها اثر می‌گذارند. این هفت شرط، جامعه‌پذیری، مسئولیت‌پذیری اجتماعی، باورداشت‌های مذهبی، تجربه‌های انباشتی از یاری‌گری، تجربه نیازمندی، انتظار حصول نتایج مادی و معنوی و انگیزختگی عواطف نامیده شده‌اند.

جدول ۲. مقولات و مفاهیم شرایط علی

مفهوم	مقوله
پیشینه خانوادگی حمایتگر- حمایت براساس هنجار دینی- حمایت بر اساس هنجار خانوادگی	جامعه‌پذیری
اثربخشی حمایت-جلوگیری از آسیب‌های اجتماعی-وظیفه اخلاقی و اجتماعی- دغدغه‌مندی	مسئولیت‌پذیری اجتماعی
پرداخت صدقه-کسب پاداش اخروی- دستور دینی- پیشینه دینی- خیرات	باورداشت‌های مذهبی
تجربه مثبت از کنش حمایتی- تجربه منفی از کنش حمایتی	تجربه‌های انباشتی از یاری‌گری
تجربه حمایت شدن- تجربه شرایط نامساعد اقتصادی- احساس همدردی	مواجهه با تجربه نیازمندی
بازتاب حمایت توسط امر فراطبیعی- کسب لذت و رضایت درونی- جبران حمایت	انتظار حصول نتایج مادی و معنوی
همذات‌پنداری- تمایل به حمایت- ترحم	مقصودشده
	برانگیزختگی عواطف

فرایند جامعه‌پذیری یکی از مهمترین مقولاتی است که به عنوان شرط علی شناسایی شده است. خانواده به عنوان اصلی‌ترین نهاد جامعه‌پذیرکننده نقش مهمی در شکل‌گیری باورها و

عواطف فرد دارند. ادراک دیگری حمایتگر درون خانواده، وجود هنجارهای حمایتی خانواده، درونی کردن و ... از جمله عواملی است که بر شکل‌گیری شخصیت حمایت‌گر تأثیرگذار خواهد بود.

«پدر بزرگم خیلی خیر بودند. به همین تناسب پدر و مادرم هم خیر بودند. پدرم همیشه به زیر دست هاشون کمک میکردن که در اثر زندگی با مادرم این کارها خیلی بیشتر شد» احساس مسئولیت در قبال جامعه از ویژگی‌های رفتاری مردم یک جامعه است. مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌تواند گروه‌ها و طبقات مختلف جامعه را نسبت به یکدیگر مطلع و آنها را به یکدیگر پیوند دهد.

«از ترم یک دانشگاه بچه‌های نابینارو که می‌دیدم، نمیتونستم نسبت به اونها بی تفاوت عمل کنم»

باور، ارزش یا هنجار دینی مرتبط با حمایت یکی از عوامل مهم در بروز کنش حمایتی بوده و خانواده به عنوان نهاد جامعه‌پذیری در انتقال این باورها، ارزش‌ها و هنجارها نقش تعیین‌کننده‌ای دارد.

«صدقه‌هایی که میندازم به نیت سلامتی و دفع بلاست. وقتی همسرم میره سفر. وقتی مریضه یا بچه‌ها مریضن»

یکی از عوامل مهم و اثرگذار در بروز کنش حمایتی در میان پاسخ‌گویان، تجربه‌های متنوع و مختلف از حمایت می‌باشد. این تجربیات هم در شکل مثبت و هم منفی، خود را نشان داده‌اند. برخی با وجود تجربیات نامطلوب، به حمایت‌های خود ادامه نداده و برخی دیگر نتیجه گرفته‌اند، باید حمایت‌های خود را به شکلی مدیریت کنند که با کم‌ترین میزان خطا صورت گیرد.

«توی دوران راهنمایی، توی مدرسه‌مون پول جمع می‌کردیم، در انتهای سال، برای یک عروسی، جهیزیه تهیه می‌کردیم و عروسی می‌گرفتیم.»

«خیلی قرض دادم و برنگردوندن. دیگه قرض نمی‌دم. مگه اینکه طرف رو بشناسم»

یکی دیگر از عواملی که در صحبت‌های پاسخ‌گویان نمود پیدا کرده است، تجربه نیازمندی و حمایت‌شدن است. این ادراک موجب تقویت احساس همدردی در پاسخ‌گویان شده است؛ به طوری که بخشی از پاسخ‌گویان در انجام کنش حمایتی و انگیزه‌های بروز آن، نقش تجربه نیازمندی در گذشته و نیز تجربه دریافت حمایت و به دنبال آن درک وضعیت نیازمند و همدردی با او را قابل توجه عنوان کرده‌اند.

«پسر عمه پدرم وقتی پدرم زندان بود به ما کمک کرد خونمون رو فروختیم و ماشینمون رو هم فروختیم. پول دیه‌مون رو دادیم. رفتار پسر عمه بابام خیلی روی ما تأثیر داشت. هنوز هم که هنوزه بین خودمون ازش یاد می‌کنیم»

افراد در کنش‌های مختلفی که از آن‌ها سر میزند به دنبال مقصود یا هدفی هستند. این اهداف می‌توانند طیف وسیعی از امور مادی و معنوی را شامل شود. کنش خیرخواهانه نیز می‌تواند انگیزه‌های مختلفی را دربرگیرد. مشارکت‌کنندگان در این پژوهش، به انگیزه‌هایی از کنش حمایتی اشاره کردند که برخی ماهیت مادی و برخی ماهیت معنوی برای ایشان یا افراد مورد ذکر آن‌ها در مصاحبه داشته است.

«الان بچه پسر عمه‌مو نگه می‌دارم. اون روزهایی که بچه مدرسه‌ای بودم پسر عمه‌ام دنبال می‌اومد. یک جایی برام گذاشته و طبیعیه کمکش کنم»

بخشی از کنش‌های خیرخواهانه، متأثر از حالات مختلف روحی است که ممکن است با آن مواجه شوند. این حالت‌های روحی می‌تواند، در مواقعی به کنش حمایتی ختم شود. «فکر می‌کردم اگر یک لحظه جای اینها باشم، چقدر دوست دارم مردم بهم کمک کنن»

۲.۴. شرایط مداخله‌گر

شرایط مداخله‌گر شناسایی شده در این پژوهش، شامل پنج شرط می‌باشد که این شرایط باعث تسهیل کنش حمایتی و یا تکرار آن می‌گردد.

جدول ۳. مقولات و مفاهیم شرایط مداخله گر

مفهوم	مقوله
رابطه با افراد خیر- تجربه دعوت شدن به فعالیت حمایتی- تجربه تعامل با خیریه	روابط اجتماعی با خیرین
حمایت توسط خانواده- همنوایی خانواده در فعالیت حمایتی	حمایت‌های خانوادگی
فعالیت در انجمن‌های دانشگاه- تجربه خبرنگاری اجتماعی- فعالیت خیریه‌ای در دانشگاه- سرمایه اجتماعی بالا به واسطه شغل فرهنگی- محل کار در مناطق حاشیه نشین	شرایط تحصیلی و شغلی
فعالیت در فضای مجازی- فعالیت حمایتی در فضای مجازی- آشنایی با خیریه در فضای مجازی- عدم فعالیت جدی در فضای مجازی	عضویت و فعالیت در شبکه‌ها و فضای مجازی
سکونت در بافت سنتی و پایین شهر- سکونت در بافت متوسط و بالای شهر	ویژگی‌های فرهنگی اجتماعی اقتصادی محیط زندگی

رابطه اجتماعی با خیرین علاوه بر اطلاع‌یابی از وضعیت نیازمندی، فرد را ترغیب به کنش حمایتی می‌نماید.

« ۱۸ سالم بود یکی از دوستانم یه خونه‌ای بهم معرفی کرد. ازین خونه‌های شبه خودگردان بهزیستی بود. من هفته‌ای یکبار می‌رفتم. درس می‌دادم به یکی از بچه‌ها»
شرایط تحصیلی و شغلی یکی دیگر از شرایط مداخله‌گر در بروز کنش حمایتی است. فرد به واسطه امکاناتی (مانند تشکل‌های داوطلبانه در دانشگاه) که توسط محیط آموزشی در اختیار دارد یا به واسطه ارتباطات جدیدی که در فضای آموزشی پیدا می‌کند، به سمت کنش حمایتی سوق پیدا می‌کند.

«من دوره کارشناسی با یک گروه آشنا شدم و اردو رفتیم. در همین اردو فهمیدم دنبال معلم می‌گردن. منم فیزیکم خیلی خوب بود. رفتم تو منطقه محروم فیزیک درس دادم»

از طرف دیگر ویژگی‌های محل سکونت نیز که دیگر شرط دخیل در بروز کنش حمایتی است. آنچه در این شرط اهمیت دارد زندگی در مناطق کم برخوردار است. افراد مناطق حاشیه نسبت به سایر مناطق اطلاع بیشتری از وضعیت یکدیگر دارند. از طرفی این اطلاع یابی منجر به تعاملات بیشتر و حمایت‌های محله‌ای افراد جامعه از یکدیگر می‌گردد.

«گاهی همسایه‌ت کار نکرده. نون نداشتن بخورن. حالا خدا به تو داده یه نونی. نصفشو برو بده به همسایه. ما غذایی درست می‌کنیم. اضافه‌شو دور نمی‌ریزیم. قبل اینکه دست خورده شه جداش می‌کنیم. می‌بریم به همسایه نداشتن از خودمون میدیم»

حمایت‌های خانوادگی، دیگر شرط مداخله‌گر در بروز کنش حمایتی است. به میزانی که فرد از بسته حمایتی خاصی همچون حمایت مالی، حمایت عاطفی و ... برخوردار باشد، ادراک از حمایت در او به صورت مناسب‌تری شکل می‌گیرد.

«برادرم توی دو سال اخیر به بچه‌های من و خواهرم نفری ۵۰ میلیون تومان داد برای خرید خونه. هر ماه ۶۰۰ تومن می‌گه برگردونن. بدون هیچ سودی»

عضویت و فعالیت در شبکه‌های مجازی، دیگر شرایط مداخله‌گر در بروز کنش حمایت، باعث مواجهه بیشتر فرد با وضعیت فقر و نیامندی و همچنین مواجهه با درخواست حمایت می‌گردد.

«سال ۹۱ توی فیس بوک دیدم پیج جمعیت رو. عضو شدم. با بچه‌های اصلاح و تربیت شروع کردم»

۳.۴. شرایط زمینه‌ای

در این تحقیق هفت شرط زمینه‌ای نیز شناسایی شده است.

جدول ۴. مقولات و مفاهیم شرایط زمینه‌ای

مفهوم

مقوله

میزان دسترسی و برخورداری اقتصادی	استقلال مالی - بی نیازی مالی - کمک بر اساس توان مالی - حمایت مالی از مازاد درآمد
پراکنش و وجود نیازمند در شبکه اجتماعی پیرامونی	مواجهه با نیازمند - مواجهه زیاد با متکدی - وجود نیازمند در اطراف - مواجهه با درخواست کمک - مشاهده ناتوانی ناخواسته - احتمال نیازمندی
بحران عدم اعتماد در جامعه ایرانی	بی اعتمادی به ارگان‌های حمایتی - دخالت ارگان‌های بی ربط به حوزه حمایت در سازمان‌های ذی ربط - عدم تمایل به فعالیت رسمی و همکاری با ارگان‌های رسمی -
جهت‌گیری تبلیغی و ترویجی رسانه‌های جمعی	کنش حمایتی به واسطه تبلیغات رسانه‌ای - شکلگیری ایده آل حمایتی توسط برنامه‌های تلویزیونی - اطلاع از نیاز در تلویزیون
اهمیت‌یابی تدریجی فعالیت‌های مدنی	رشد بالای خیریه‌ها - اطلاع از فعالیت خیریه‌ها - افزایش تعداد فعالین مدنی در حوزه حمایت - ورود سلبریتی‌ها به حوزه حمایت
رواج فرهنگ فقر در اقتصاد رانته	تظاهر به فقر - وابستگی به حمایت - اعتقاد به ناتوانی فکری فقرا - اعتقاد به نسلی بودن فقر - منفعل بودن فقرا
شکندگی شرایط اقتصادی و رشد فزاینده فقر	کمبود سازمان‌های حمایتی دولتی - رشد فزاینده فقر - سیاست‌گذاری نامناسب دولت - کاهش میزان حمایت‌ها به دلیل مشکلات اقتصادی

شرایط اقتصادی نامطلوب و رشد فزاینده فقر از عواملی است که در رابطه با کنش حمایتی تأثیرات خاص خود را دارد. وضعیت نامطلوب اقتصادی در جامعه باعث تشدید وضعیت فقر و در نتیجه رشد فزاینده آن می‌شود.

«یک بخشی هم معتقدم وظیفه دولته. دولت باید بفکر فقرا باشه. ولی انداخته به دوش مردم.»

ازین‌رو، فرد در شرایط مذکور مواجهات و برخوردهای بیشتری با فقرا پیدا می‌کند و این می‌تواند او را تحت تأثیر قرار داده و کنش حمایتی بروز پیدا کند.

«الان برخورد با فقیر برای من زیاده. مخصوصا مرکز شهر»

از طرفی شرایط اقتصادی نامساعد بر اقتصاد کنش‌گر حمایتی نیز اثرگذار است. ازین‌رو، فرد حمایتگر باید از میزانی از توانایی مالی برخوردار باشد.

«یه ماه میبینی خوب پول درمیاد، خوب پول می دم . یک ماه می بینی هیچی در نمیاد همون سی، چهل تومن اون دو تا بچه رو می دم»

مواجهه با وضعیت فقر و نیازمندی بخشی از بدنه اجتماعی باعث می شود، فعالیت های مدنی که شرط زمینه ای دیگر برای بروز کنش حمایتی است دوباره جان بگیرند و فعالیت سازمان های مردم نهاد گسترش پیدا کند.

«باید اهل کار باشی. منم یه فعال فرهنگی ام دیگه. خودمو وقف کارهای خیریه کردم»

جهت گیری تبلیغی و ترویجی رسانه های جمعی و اجتماعی که شرط زمینه ای دیگر برای بروز کنش حمایتی است نیز می تواند باعث اطلاع رسانی و درخواست حمایت از جامعه جهت یاری نیازمندان باشد.

«به هفشتاد کمک کردم. اونجا برنامه خندوانه بود بعد یک شب داشتم می دیدم اما موضوعش یادم نیست. بحث کمک به نیازمندان بود»

اما یکی از شرایط اساسی مردم برای حمایت، عنصر اعتماد می باشد. افراد به واسطه بی اعتمادی به سازمان های دولتی که می تواند محصول فساد اقتصادی در بدنه دولت باشد، حمایت های خود را از این سازمان ها به سمت سازمان های مردم نهاد سوق می دهند.

«صدقه می دم. ولی تو صندوق صدقه نمی ندازم. نسبت به کمیته امداد بدبینم»

همچنین بحث فساد و رانت در اقتصاد کشور مطرح شده است. عدم تمایل به بهبود وضعیت حاشیه نشینی و فقر، نوعی وسیله برای رسیدن به اهداف سیاسی عنوان شده است.

«بعضیا میخوان حاشیه شهر همینطوری بمونه. چون سبد رایه. گشنگی میدن. بعضیا ازین حاشیه شهر دارن نون میخورن»

یکی از سؤالات اساسی پژوهش کشف شیوه های کنش حمایتی در میان مردم مشهد است. در مدل زمینه‌ای راهبردهای کنش نقش مهمی ایفا می‌کنند. در این پژوهش ده راهبرد اصلی در رابطه با کنش حمایتی شناسایی شده است.

جدول ۳. مقولات و مفاهیم راهبردهای کنش حمایتی

مفهوم	مقوله
خیریه رسمی بزرگ - خیریه رسمی کوچک - خیریه غیررسمی بزرگ - خیریه غیررسمی کوچک	راهبرد اجتماع‌مدار و مستمر
قبل از ورود به فعالیت متشکل - بعد از ورود به فعالیت متشکل - فارغ از ورود به فعالیت متشکل	راهبرد فعالانه و مستقیم
اطمینان از عدم خسران	راهبرد انفرادی و محدود
حمایت مبتنی بر نیازمندی - عدم تمایز میان مذاهب - عدم تمایز میان افراد مذهبی و غیرمذهبی	راهبرد عام‌گرا و خنثی
حمایت از خویشاوندان نزدیک - حمایت از دوستان نزدیک	راهبرد خاص‌گرا و عاطفی
انفعال در کنش حمایتی - حمایت مبتنی بر ترحم	راهبرد موردی و احساس‌مدار
احساس وظیفه - از خودگذشتگی - حمایت، اولویت اصلی - تدوین تئوری حمایت - حمایت حداکثری	راهبرد مسئولانه و ایثارگرایانه
اطلاع‌رسانی - تشویق دیگران	راهبرد تشویق‌گرا
عدم اطلاع‌رسانی برای جلوگیری از سوءتفاهم - عدم اطلاع‌رسانی به دلیل عدم آشنایی کافی با درخواست‌کننده حمایت - جلوگیری از حمایت محذورانه - اعتقاد به تشویق عمل‌گرایانه - عدم دخالت در امور دیگران	راهبرد پنهان‌خواه
در محذوریت واسطه - در محذوریت نیازمند	راهبرد محذورانه

راهبرد «اجتماع مدار و مستمر» که از ترکیب انواع کنش حمایتی که عموماً در مرور مصاحبه‌ها در کنار یکدیگر مشاهده شده، تشکیل شده است. این مقوله راهبرد افرادی است که به صورت گروهی و سازمان‌مند، کنش حمایتی خود را سامان می‌دهند. فرد در این راهبرد عمدتاً از شرایط جامعه‌پذیری، مسئولیت‌پذیری اجتماعی یا باورداشت‌های مذهبی که همگی از عوامل اثرگذار در نظام شخصیت اوست، متأثر است.

«آشپزی‌ام خوب است. برنامه‌ای بود برای اینکه غذای گرم ببریم مناطق مستضعف. دوستم مسئول جمع کردن پول بود. منم کارهای آشپزی را می‌کردم. ۸ سال ماه رمضان این کار را می‌کردم.»

اما راهبرد «فعالانه و مستقیم» راهبرد دیگر یک فرد فعال در حوزه حمایت، می‌تواند باشد. فرد دغدغه‌مند تنها به راهبرد «اجتماع‌مدار و متشکل» اکتفا نمی‌کند، او در هر بار مواجهه با وضعیت نیازمندی به دنبال راهی برای حمایت‌گری می‌گردد.

«برای تعدادی از بچه‌های ابتدایی تا کلاس هشتم [در محلات فقیرنشین] یه دوره اوقات فراغت گذاشتیم تابستون»

راهبرد مرتبط دیگر، کنش «محدود و انفرادی» است که تنها در شرایطی صورت می‌گیرد که فرد با انجام کنش حمایتی دچار خسران نگردد. ازین‌رو، حمایت در این راهبرد وجهی حداقلی به خود می‌گیرد.

«ماشینمو پیش او مده قرض بدم به آشنا، می‌خواست بره عروسی شهرستان یا لباس مجلسی خیلی به دوستم قرض دادم.»

کنش حمایتی «مسئولانه و ایثارگرایانه» دیگر راهبرد شناسایی شده در این پژوهش می‌باشد که به نوعی با دو راهبرد مذکور ارتباط پیدا می‌کند. فرد به واسطه احساس مسئولیت در قبال افراد جامعه اقدام به کنش حمایتی می‌کند.

«مثل غذا خوردن، مثل درس خوندن که برای ما یه فعالیت معموله. کمک کردن به آدم‌ها هم، برام یه حس این‌طوری داشت. احساس می‌کردم وظیفه»

دیگر راهبرد شناسایی شده، کنش «عام‌گرا و خنثی» است. در این راهبرد، کنش‌گر حمایت خود را را به واسطه تشخیص نیازمندی و نه براساس شبکه روابط خویش جهت می‌دهد.

«شناخت باید داشته باشم. خواهرمم احتیاج داشته باشه می‌دم. همسایه هم باشه می‌دم. حالا هر کدوم نیازش بیش‌تر بود»

در مقابل این راهبرد، کنش خاص‌گرا و عاطفی قرار دارد که همان‌طور که از نامش پیداست، محدود به گروهی از خواص می‌شود که فرد نسبت به آن‌ها دارای عاطفه مستمر است.

«خواهرم بیماری سختی گرفت. یک هفته مرخصی گرفتم رفتم پرستاریش»
 راهبرد مرتبط دیگر، راهبرد «موردی و احساس‌مدار» است که فرد حمایت‌گر عاری از ایده‌آلی برای حمایت است اما تحت شرایطی نسبت به وضعیت نیازمند یا مشاهده ویژگی در او متأثر شده و به صورت کاملاً منفعلانه اقدام به کنش حمایتی می‌کند.
 «گاهی بعضی از اینا آدم رو تحت تأثیر قرار میده. یکی رو می‌بینی معلوله. واقعاً مشکل داره. آدم متأثر میشه.»

یکی دیگر از راهبردهای شناسایی شده، راهبرد «محدورانه» است. فرد به واسطه ملاحظه‌گری و رودربایستی با واسطه یا نیازمند کنش حمایتی انجام می‌دهد. عنصر اساسی در این راهبرد فشار اجتماعی ناشی از مواجهه با درخواست مستقیم نیازمند یا واسطه می‌باشد.

«می‌تونه گاهی این کمک‌ها از سر رودربایستی باشه. حالا رو دربایستی با واسطه یا نیازمند»

راهبرد «تشویق‌گر»، راهبردی است که فرد به واسطه تجربه مثبت از یاری‌گری و همچنین تجربه فعالیت متشکل به آن می‌پردازد.

«زمان زیادی را در سلف می‌گذروندم و به آدمای می‌گفتم آگه غذاتون زیاده همین الان کمش کنید که بره برای نیازمندها»
 در مقابل، راهبرد «پنهان‌خواه» قرار دارد که فرد در صورت حمایت یا عدم حمایت، تمایلی به تشویق و ترغیب دیگران برای مشارکت در کنش یاریگرانه ندارد.
 «کاری به بقیه ندارم. هر کس باید خودش به این نتیجه برسه. من بگم. توی رودربایستی کمک می‌کنه.»

۴.۴. پیامدهای کنش حمایتی

پس از بررسی شرایط (علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر) و همچنین راهبردهای کنش حمایتی، به پیامدها که می‌توان آن‌ها را به عنوان نتیجه کنش‌های حمایتی در نظر گرفت پرداخته شده است. پیامد الزاماً آن چیزی نیست که کنش‌گر به قصد رسیدن به آن، اقدام به کنش حمایتی انجام دهد. به عبارت دیگر پیامد می‌تواند خواسته یا ناخواسته از کنش حمایتی به دست آید. پیامدهای شناسایی شده در این پژوهش، شامل پنج مورد می‌باشد.

جدول ۴. مقولات و مفاهیم پیامدهای کنش حمایتی

مفهوم	مقوله
سازمان‌دهی کنش حمایتی گروهی - مشارکت در کنش حمایتی	نهادینگی کنش حمایتی در سطح جامعه
خودشناسی به واسطه فعالیت خیریه‌ای - تقویت ویژگی‌های شخصیتی - رضایت درونی	شکل‌گیری و تقویت موضع مثبت نسبت به خود
کنش حمایتی گروهی و سازمان‌مدار	سوق‌دهی یاری‌گری از ساحت غیرمتشکل به سازمان‌یافته
معرفی خود به عنوان فرد حمایت‌کننده - سرشناسی در امر حمایت	هویت‌یابی حمایت‌گرانه

شکل‌گیری و تقویت ادراک مثبت از خود، یکی از پیامدهای شناسایی شده در تحقیق می‌باشد. تجربه‌های مختلف حمایت و مشارکت در فرآیند یاری‌گری، باعث شکل‌گیری و تقویت ویژگی‌های شخصیتی در حمایتگر و کسب رضایت درونی در وی می‌شود که پیش از آن به واسطه زندگی روزمره امکان مواجهه شدن با این ویژگی‌ها کمتر بوده است.

«خودشناسیم خیلی فرق کرده، چون به هر حال چه اون نوع رابطه‌ها، چه کار گروهی که می‌کنیم، خودمون ناخود آگاه ترغیب میشیم که یک سری دوره‌های روان‌شناسی رو بگذرونیم، دوره‌های مددکاری رو بگذرونیم. کارآفرینی رو یاد بگیریم. اینها خیلی فرق می‌کنه، خیلی شخصیتت رو عوض می‌کنه»

«وقتی شاغل شدم خودم هرماه یه مبلغی می‌ریختم از درآمدم. احساس رضایت‌مندی از خودم بیش‌تر می‌شه»

پیامد مهم دیگری که در بررسی‌ها نمود پیدا کرد، هویت‌یابی حمایت‌گرانه است. فردی که حمایت متشکل و سازمان‌یافته یا حمایت فعالانه و مستقیم دارد، به مرور زمان خود را با ویژگی حامی و یا مصلح اجتماعی می‌شناسد. او در معرفی خود، نزد دیگران و یا در شبکه‌های اجتماعی از خود به عنوان متولی این حوزه یاد می‌کند.

پیامد شناخته دیگری که در این پژوهش باید به آن اشاره کرد، نهادینگی کنش خیرخواهانه در سطح جامعه‌ای است. این مقوله بدان معناست که فرد به واسطه شرایط نامساعد اقتصادی به سامان‌دهی کنش‌های حمایتی جمعی اقدام می‌کند و افراد علاوه بر حمایت مالی در فرآیند یاری‌گری مشارکت پیدا می‌کنند.

«تعدادی از دوستای خودمو جمع کردم. یکی برش می‌زنه. یکی می‌دوزه. یکی نواردوزی می‌کنه. هر کی هر کار بلده می‌کنه. روزای سه‌شنبه مختص این کار است»

پیامد نزدیک دیگری که شناسایی شد، سوق‌دهی یاری‌گری از ساحت غیرمتشکل به سازمان یافته است. فرد به واسطه احساس مسئولیت و تجربه‌های مثبت یاری‌گری، راهبرد خود را به سمت کنش متشکل و سازمان‌مدار سوق می‌دهد.

«من چون ازین فعالیت‌ها با خانواده کرده بودم، آشنا بودم. بعدش چندین جلسه گذاشتیم و گروه رو سروسامون دادیم»

۵.۴. مقوله هسته‌ای

پس از شناسایی مقوله‌های اصلی در سه گروه شرایط، راهبردها و پیامدها، تلاش شد تا در سطح انتزاعی بالاتر مقوله مرکزی یا هسته‌ای مطالعه، مورد شناسایی قرار گیرد. مقوله هسته‌ای از نظر مفهومی در برگزیده همه مقوله‌های عمده و به لحاظ تحلیلی ارتباط دهنده کلیه یافته‌های محوری پژوهش می‌باشد. پس از مرور چندباره و تحلیل و بررسی مقوله‌های اصلی تحقیق، به نظر رسید مفهومی که می‌تواند سایر مفاهیم پژوهش را در برگیرد به صورت ذیل قابل عنوان خواهد بود:

درهم آمیزی دریافت‌های معنایی پیشامدرن و الگوهای ابزاری مدرن در پیشبرد کنش‌های حمایتی

بررسی مقولات اصلی پژوهش، نشان می‌دهد که فرآیند جامعه‌پذیری به واسطه باورهای مذهبی، هنجارها و حمایت‌های خانوادگی باعث شکل‌گیری شخصیت مسئولیت‌پذیر در قبال افراد جامعه می‌گردد و تأثیر اساسی بر بروز کنش حمایتی دارد. از طرفی تجربه نیازمندی و حمایت شدن نیز تأثیر مستقیم بر کنش حمایتی افراد دارد. نکته تأثیرگذار اینکه افراد به واسطه شکنندگی شرایط اقتصادی و رشد فزاینده فقر مواجهه بیشتری با فقر و به دنبال آن سائلین پیدا می‌کنند. با وجود شرایط محیطی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی یکدست در اقشار متوسط و بالا که به عدم مواجهه مستقیم با نیازمند دامن می‌زند، شبکه‌های اجتماعی مجازی برد و سعی در توزیع اخبار و اطلاع‌رسانی دارند. ازین‌رو، شاید بتوان گفت این عدم دسترسی به اطلاع مستقیم از نیازمند توسط فضای مجازی تا حدی رفع شده است. بی‌اعتمادی به دولت و نهادهای حمایتی دولتی و تا حد کمتری سازمان‌های مردم‌نهاد باعث می‌شود جامعه خود به صورت فعال درآید و دوباره حمایت‌های گذشته که توسط

افراد خانواده و محل زندگی صورت می‌گرفت، ظهور تازه‌ای پیدا کند. از تشکیل صندوق‌های پس‌انداز وام خانگی و محلی تا تشکیل گروه‌هایی کوچک خیریه‌ای جهت راه‌اندازی حمایت‌های متنوع دوباره تجدید حیات می‌شود. این امر به واسطه ابزارهای مدرنی چون تلفن همراه، اینترنت، فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی، حمایت پیشینی را به امری متمایز بدل می‌کند. اطلاع‌رسانی درخواست حمایت، هماهنگی‌های مرتبط با کنش حمایتی، جذب نیروی انسانی، جذب سرمایه مالی، گزارش نتایج و هزینه‌کرد حمایت‌ها همگی توسط شبکه‌های اجتماعی بسیار ساده‌تر از گذشته انجام می‌شود.

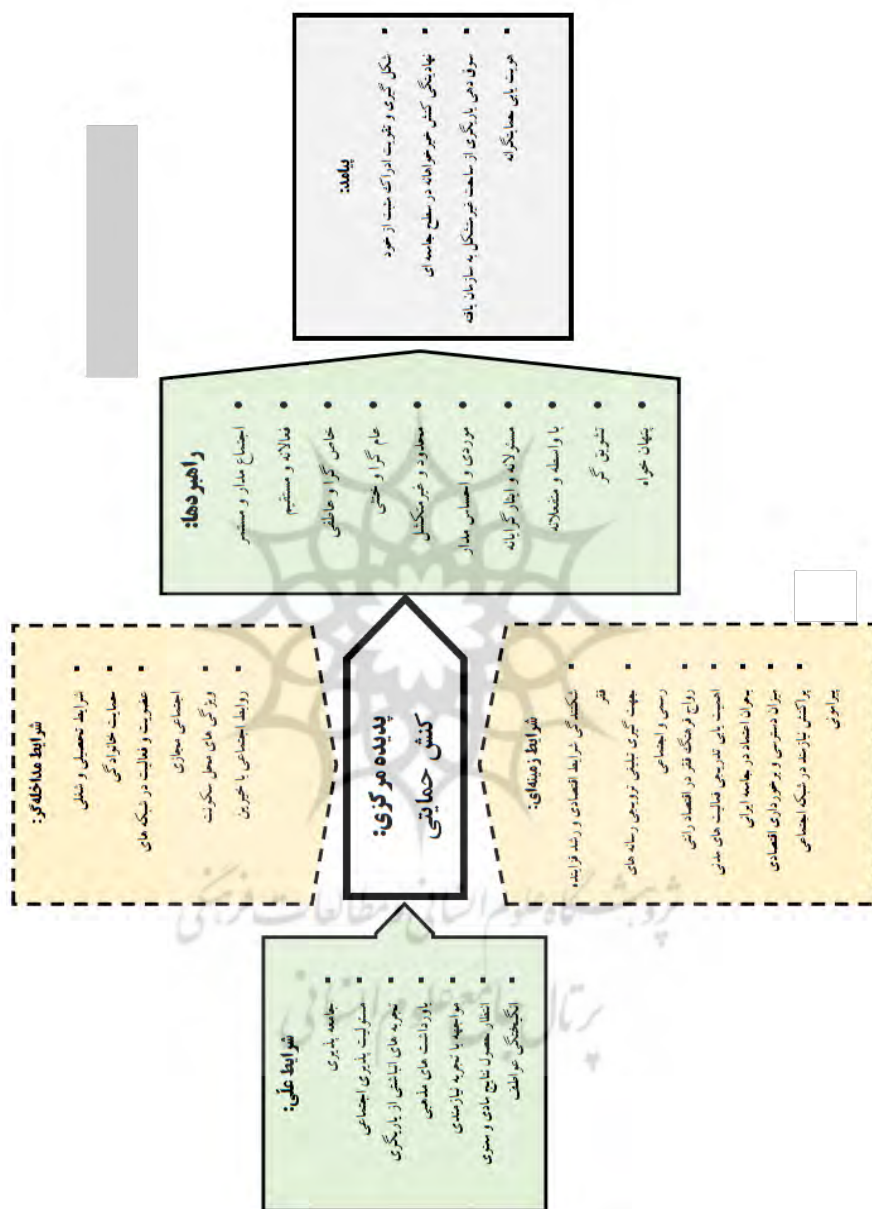
جلوه خاصی از مقوله هسته‌ای شناسایی شده را در تحول معنایی از پیوند میان دین، خانواده و جامعه را می‌توان در قالب مقوله‌ای دیگر تحت عنوان «گذر از حمایت تکلیف‌مدارانه دینی خانواده محور به حمایت وظیفه‌مدارانه اجتماع محور» صورت بندی کرد. به‌طور کلی، آن‌دسته از باورها و عواطف افراد که بر بروز کنش حمایتی اثرگذار بوده است، عمدتاً موجب پدید آمدن نوعی موضع مسئولیت‌پذیرانه نسبت به جامعه را درون خود داشته و کمتر متأثر از باورهای دینی است. حتی در مواردی که فرد با تکیه بر یک باور دینی خود را موظف به حمایت می‌داند، بر باور و انگیزه خود وجهی اجتماعی را غالب کرده و در بروز کنش حمایتی بر وجه اجتماعی آن تأکید می‌کند. از همین رو گرایش به مؤثربودن کنش، اهمیت بیشتری پیدا کرده و صرف حمایت کردن را کافی نمی‌داند. در مقابل کنش حمایتی مبتنی بر تکلیف یا انگیزه دینی در بین کنش‌گران تا حد زیادی منحصر در حمایت‌های کوچک و غیرمستقیم با هدف دفع بلا یا کسب ثواب اخروی بوده است. این در حالی است که برخی از مصاحبه‌شوندگان صریحاً اشاره کرده‌اند که در فرایند جامعه‌پذیری و در محیط خانواده در گذشته وجه دینی حمایت پررنگ بوده است، ولی اکنون چنین نیست و برای آن‌ها نوعی مسئولیت اجتماعی در راستای اصلاح یا ادای دین نسبت به وضعیت اجتماعی پررنگ‌تر است.

جهت گیری کنش های حمایتی فعالانه نیز عمدتاً به سمت سازمان های مردم نهاد یا گروه هایی است که در راستای هدفی اجتماعی اقدام به فعالیت می کنند و می توان گفت که در هیچ یک از مورد های بررسی شده، نهادی مذهبی متولی سامان کنش های حمایتی جمعی نبوده است.

مواجهه با تجربه نیازمندی در گذشته نیز بر شکل گیری موضعی وظیفه مدارانه مؤثر بوده است و در واقع کنش گر با درک شرایط فرد حمایت خواه، تمایل بیشتری به بروز کنش حمایتی و تغییر در وضعیت فرد حمایت شونده دارد. همچنین در بیان مصاحبه شوندگان، تجربه یاری گری و حس مثبت از انجام آن نیز عموماً متأثر از مشاهده یا ادراک اثری اجتماعی است و نه رضایت از انجام فریضه ای دینی و همین دریافت حس مثبت از اثرگذاری اجتماعی است که اغلب منجر به تکرار کنش از سوی افراد و تغییر دامنه و شدت آن می شود.

شاید بتوان گفت در شکل گیری این گذار، شرایط زمینه ای نقش مهمی ایفا می کنند. شکنندگی شرایط اقتصادی و رشد فزاینده فقر و نیز رواج فرهنگ فقر در اقتصاد رانتهی سبب شده است نگاه افراد به پدیده فقر و نیازمندی و انجام کنش حمایتی بیش از پیش ملهم از شرایط جامعه و همراه با نوعی ادراک و موضع اجتماعی باشد. جهت گیری رسانه های جمعی بر تبلیغ و ترویج کنش حمایتی به عنوان نوعی وظیفه اجتماعی منجر به اهمیت یابی تدریجی فعالیت های مدنی شده است. به بیان دیگر می توان گفت افراد بیش از گذشته با پدیده حمایتگری به عنوان یک امر اجتماعی روبرو هستند و نه یک امر دینی. در نهایت شکل گیری هویت های حمایتگر و سوق دهی یاری گری از ساحت غیرمتشکل به سازمان یافته از جمله پیامدهای این گذار می باشد. به صورت کلی می توان چنین گفت که حمایت های مختلف، ریشه در حمایت های پیشینی دارد و سامان یابی آن توسط ابزارهای مدرن ویژگی منحصر به فردی به آن داده است.

این پدیده مرکزی تحت تاثیر شرایطی شکل گرفته است که در مدل زیر این شرایط را مشاهده می کنید و در ادامه شرح مختصری از آنها خواهد آمد.



شکل ۱: مدل نظری کنش حمایتی

۵. نتیجه گیری و پیشنهادها

پدیده مرکزی در این پژوهش « درهم آمیزی دریافت های معنایی پیشامدرن و الگوهای ابزاری مدرن در پیشبرد کنش های حمایت » است که از درونش مقوله هسته ای دیگری تحت عنوان « گذر از حمایت تکلیف مدارانه دینی خانواده محور به حمایت وظیفه مدارانه اجتماع محور » شناسایی شد این مقولات هسته ای تحت تاثیر مجموعه ای از عوامل قرار دارد.

خانواده به عنوان اصلی ترین نهاد جامعه پذیرکننده نقش مهمی در شکل گیری باورها و عواطف فرد دارند در نتیجه شکل گیری شخصیت مسئولیت پذیر شود که یکی دیگر از شرایط علمی شناسایی شده در رابطه با کنش حمایتی می باشد. منظور از شخصیت مسئولیت پذیر، تثبیت ادراکات، عواطف و آمادگی برای اقدام مرتبط با حمایت، در فرد است. به میزانی که سایر نهادهای جامعه پذیر کننده در شکل گیری یا تقویت این نوع شخصیت نقش ایفا کنند، شرایط علمی برای بروز این نوع کنش مساعدتر خواهد شد.

دیگر شرط علمی شناسایی شده انتظار حصول نتایج مادی و معنوی است. افراد به واسطه حمایت در پی کسب منفعتی برای خود، چه در سطح مادی نظیر معافیت مالیاتی و چه در سطح معنوی مثل دریافت رضایت درونی و احساس آرامش هستند. به عبارتی می توان گفت کنشگران به نوعی در پی مبادله برابر هستند و انتظار دارند در قابل انجام کنش حمایتی، مابه ازایی مادی یا معنوی دریافت کنند. از آنجایی که منابع مادی محدود هستند، تاکید بر نتایج معنوی (مانند اجر اخروی یا آرامش روحی) در فرایند جامعه پذیری و سیاست گذاری های رسانه ای و تبلیغی مهم خواهد بود.

در پژوهش حاضر پنج شرط مداخله گر شامل: روابط اجتماعی با خیرین، حمایت های خانوادگی، ویژگی های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی محیط زندگی، عضویت و فعالیت در شبکه های اجتماعی مجازی، و در نهایت ویژگی های تحصیلی و شغلی شناسایی شد که در بخش یافته ها مورد بحث واقع شده است. مرور این شرایط نشان از اهمیت شبکه روابط فرد در طول زندگی دارد. برخی از این شرایط مداخله گر همچون ویژگی های محل زندگی و

حمایت‌های خانوادگی و ... امور کمتر قابل تغییر بوده و در مقابل عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی و روابط اجتماعی با خیرین، ظرفیت و انعطاف بیشتری برای تغییر و ترویج خواهند داشت. به عبارتی سیاست‌گذار می‌تواند در افزایش برخی از این شروط مداخله‌گر، موثر باشد.

در این تحقیق یکی از شرایط اساسی مردم برای حمایت، عنصر اعتماد می‌باشد. افراد به واسطه بی‌اعتمادی به سازمان‌های دولتی، حمایت‌های خود را از این سازمان‌ها به سمت سازمان‌های مردم‌نهاد سوق می‌دهند. گرچه هدایت کنش‌حمایتی افراد جامعه به سوی نهادهای خصوصی یا مردم‌نهاد می‌تواند فی‌نفسه مفید تلقی شود، ولی لازم است که اعتماد به نهادهای رسمی دولت در حوزه کنش‌های حمایتی بازسازی شود.

بر اساس نتایج این پژوهش، راهبردهای متنوعی برای اقدام به کنش‌حمایتی در بین افراد کمک‌کننده شناسایی شده است. این راهبرها به طور کلی در یک وضعیت دوقطبی قرار گرفته‌اند. به طور مشخص در راهبردهایی نظیر کنش خیرخواهانه اجتماع‌مدار و مستمر، فعالانه و مستقیم، عام‌گرا و خنثی، مسئولانه و ایثارگرایانه و نیز راهبرد تشویق‌گر، دامنه کنش‌حمایتی بیشتر بوده و آثار اجتماعی مطلوب‌تری انتظار می‌رود. در همین راستا، حمایت‌وظیفه‌مدارانه اجتماع‌محور با استفاده از الگوهای ابزاری مدرن و مبتنی بر دریافت‌های معنایی پیشامدرن می‌تواند به الگوی قالب کنش‌حمایتی تبدیل‌شده و سیاست‌گذار برای ترویج این الگو، لازم است به آن دسته از شرایط علی، مداخله‌ای و زمینه‌ای که در بروز این دسته از کنش‌های حمایتی مؤثراند توجه داشته باشد.

کتابنامه

۱. احمدی، س. (۱۳۸۸). بررسی نوع دوستی در روابط روزمره اجتماعی و عوامل موثر بر آن. جامعه‌شناسی ایران، ۱۰(۲)، ۸۰۷-۱۰۸.
۲. استراس، ا. و کوربین، ج. (۱۳۸۷). اصول روش تحقیق کیفی نظریه‌مبانی رویه‌ها و شیوه‌ها. (ب. محمدی، مترجم) تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

۳. افراسیابی، ح.، و محمدی، ا. (۱۳۹۳). عوامل اجتماعی مرتبط با نوع دوستی، در میان معلمان شهرهای یزد و نورآباد. فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، ۱۴ (۵۲)، ۱۱۵-۱۳۴.
۴. چلبی، م. (۱۳۸۹). جامعه شناسی نظم. تهران: نی.
۵. حبیب پور گتایی، ک. (۱۳۹۶). رویکرد شهروندان تهرانی نسبت به متکدیان. مسائل اجتماعی ایران، ۸ (۲)، ۲۹-۵۴.
۶. حسینی، م.، طالب پور، ا.، و امام علی زاده، ح. (۱۳۹۳). بررسی عوامل موثر بر رفتار نوع دوستانه در بین شهروندان همدانی در سال ۱۳۹۲. علوم اجتماعی، توسعه اجتماعی، ۹ (۱)، ۱۶۰-۱۳۵.
۷. رستگار خالد، ا. (۱۳۸۴). گسترش نقش زنان در جهت حمایت‌های شغلی - خانوادگی. مجله جامعه شناسی ایران، ۶ (۴)، ۱۲۶-۱۶۵.
۸. رضوی زاده، ن.، و محمدپور، ا. (۱۳۸۹). بساخت تفسیری تجربه زیسته خیران مدرسه ساز. علوم اجتماعی، راهبرد و فرهنگ، ۳ (۱۱).
۹. روشنفکر، پ.، و ذکایی، م. (۱۳۸۵). جوانان، سرمایه اجتماعی و رفتارهای داوطلبانه. فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، ۶ (۲۳)، ۱۱۳-۱۴۶.
۱۰. ریشه، گ. (۱۳۷۰). مقدمه ای بر جامعه شناسی عمومی جلد اول کنش اجتماعی. مشهد: دانشگاه فردوسی مشهد.
۱۱. شکوری، ع. (۱۳۸۴). رفتارهای حمایتی و دلایل بروز آن‌ها. فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، ۵ (۱۸)، ۳۵۷-۳۸۶.
۱۲. صدیق اورعی، غ.، فرزانه، ا.، باقری، م.، و محمدی، ش. (۱۳۹۸). مبانی جامعه‌شناسی؛ مفاهیم و گزاره‌ای پایه. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
۱۳. صدیق سرویستانی، ر.، و عنبری، م. (۱۳۸۳). باورهای خرده فرهنگی و مشارکت امدادی در ایران. نامه علوم اجتماعی، ۲۴ (۲۴)، ۸۱-۱۱۵.
۱۴. عبدالهی، م.، و بشیری موسوی، م. (۱۳۹۴). نقش سازمان‌های جامعه مدنی در فقر زدایی. فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، ۱۵ (۵۹)، ۱۳۳-۱۵۹.

۱۵. غفاری، م. (۱۳۹۳). راهکارهای کاهش فقر: رهیافتی در اقتصاد نهادگرایی. فصلنامه علمی پژوهشی برنامه ریزی و بودجه، ۱۹(۴)، ۲۱۵-۲۴۲.
۱۶. کلدی، ع. و سلحشوری، پ. (۱۳۹۱). بررسی تاثیر حمایت اجتماعی بر توانمندسازی زنان. مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۷-۲۱.
۱۷. گلچین، م.، حسینی، م.، امام علی زاده، ح.، و عناصری، ع. (۱۳۹۵). تحلیل تجربی رابطه عوامل اجتماعی با گرایش به رفتارهای نوع دوستانه. مطالعات جامعه شناختی شهری.
۱۸. گولد، ج.، و کولب، و. ل. (۱۳۷۶). فرهنگ علوم اجتماعی. (م. زاهدی مازندرانی، مترجم) تهران: مازیار.
۱۹. لوئیس، ا. (۱۳۵۳). فرهنگ فقر. نامه علوم اجتماعی، ۱(۱)، ۱۲۴-۱۴۵.
۲۰. محسنی، ر.، خوش فر، غ.، بابایی، ق.، و ابراهیمی، م. (۱۳۹۲). بررسی عامل های موثر بر انگیزه مشارکت زنان در سازمان های مردم نهاد. فصلنامه علمی پژوهشی زن و جامعه، ۲(۱۴)، ۱۶۷-۱۹۰.
۲۱. نوابخش، م.، و میرزاپوری، ج. (۱۳۹۴). تحلیل جامعه شناختی تاثیر بی هنجاری بر بی تفاوتی اجتماعی (مورد مطالعه: شهروندان شهر بابل). مجله مطالعات توسعه اجتماعی در ایران، ۳(۳)، ۵۳-۶۷.

22. Beldad, A., Snip, B., & Hoof, J. (2014). Generosity the Second Time Around: Determinants of Individuals' Repeat Donation Intention. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 43(1), 144-163.
23. Kashif, M., Jamal, K., & Abdur Rehman, M. (2016). The dynamics of Zakat donation experience among Muslims: a phenomenological inquiry. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 9(1), 45-58.
24. Li, Y., & others. (2010). Cooperation and charity in spatial public goods game under different strategy update rules. *Physica A*, 389(5), 1090-1098.
25. Merchant, A., Ford, J., & Rose, G. (2010). How personal nostalgia influences giving to charity. *Journal of Business Research*, 64(6), 610-616.
26. Shabbir, H., Palihawadana, D., & Thwaites, D. (2007). Determining the Antecedents and Consequences of Donor Perceived Relationship Quality—A Dimensional Qualitative Research Approach. *Psychology & Marketing*, 24(3), 271-293.

27. Edmundson, B. (1986). Who Gives to Charity? *American Demographics*, 8(11), 45-49.
28. Ha-Brookshire, J., & Hodges, N. (2009). Socially Responsible Consumer Behavior? Exploring Used Clothing Donation Behavior. *Clothing & Textiles Research Journal*, 27(3), 179-196.
29. Houle, B., Sagarin, B., & Kaplan, M. (2005). A Functional Approach to Volunteerism: AH OFULNEC, TSIAOGNAARLI NA,P KPRAOPALCAHN TO VOLUNTEERISM Do Volunteer Motives Predict Task Preference? *BASIC AND APPLIED SOCIAL PSYCHOLOGY*, 27(4), 337-344.
30. Jackson, E., & Others. (1995). Volunteering and Charitable Giving: Do Religious and Associational Ties Promote Helping Behavior? *NONPROFIT AND VOLUNTARY SECTOR QUARTERLY*, 24(1), 59-78.
31. Kasri, R. (2013). Giving behaviors in Indonesia: motives and marketing implications for Islamic charities. *Journal of Islamic Marketing*, 4(3), 306-324.
32. Kottasz, R. (2004). Differences in the Donor Behavior Characteristics of Young Affluent Males and Females: Empirical Evidence From Britain. *International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 15, 181-203.
33. Lee, Y.-K., & Chang, C.-T. (2007). Who Gives What to Charity? Characteristics Affecting Donation Behavior. *SOCIAL BEHAVIOR AND PERSONALITY*, 35(9), 1173-1180.
34. Lwin, M., Phau, I., & Lim, A. (2013). Charitable donations: empirical evidence from Brunei. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 215-233.
35. Lynn, P., & Smith, J. (1993). *The 1991 National Survey of voluntary activity in the UK*. United Kingdom: The Volunteer Centre.
36. Marin, A., & Wellman, B. (2010). Social Network Analysis: An Introduction. *14*(1), 110-124.
37. Ng, J., Lai, K., & Chen, Y. (2011). Individual's Charity Intention in Hong Kong: An Empirical Study on Charitable Behavior. *Fourth International Joint Conference on Computational Sciences and Optimization*, 436-440.
38. Oosterhof, L., Heuvelman, A., & Peters, O. (2009). Donation to disaster relief campaigns: Underlying social cognitive factors exposed. *Evaluation and Program Planning*, 32(2), 148-157.
39. Pentecost, R., & Andrews, L. (2010). Differences between students and non-students' willingness to donate to a charitable organisation. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 15(2), 122-136.

40. Ranganathan, S., Loebel, J., & Radosevich, D. (2012). Understanding students' responses to university-led charity campaigns: a study of a Haitian earthquake relief campaign. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 17(1), 65-74.
41. Schlegelmilch, B., Diamantopoulos, A., & Love, A. (1997). Characteristics affecting charitable donations: empirical evidence from Britain. *Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science*, 3(1), 14-28.
42. Schons, L. M., Cadogan, J., & Tsakona, R. (2015). SHOULD CHARITY BEGIN AT HOME? AN EMPIRICAL INVESTIGATION OF CONSUMERS' RESPONSES TO COMPANIES' VARYING GEOGRAPHIC ALLOCATIONS OF DONATION BUDGETS. *Journal of Business Ethics*, 144, 559-576.
43. Skarmeas, D., & Shabbir, H. (2011). Relationship quality and giving behaviour in the UK fundraising sector. *European Journal of Marketing*, 45(5), 720-738.
44. Winterich, K., Mittal, V., & Aquino, K. (2013). When Does Recognition Increase Charitable Behavior? Toward a Moral Identity-Based Model. *Journal of Marketing*, 77(3), 121-134.