

واگرایی منافع و ناکارآمدی فردی: برساخت فرسایش اجتماعی در مراودات اقتصادی زندگی روزمره جوانان یزد

سیدعلیرضا افشانی*، زینب هاشمی خواه**

کداریکد: 0000-0002-2311-3329

کداریکد: 0000-0002-1190-2566

DOR: <http://dorl.net/dor/20.1001.1.24766933.1399.11.2.12.3>

چکیده

پژوهش حاضر به بررسی روابط و مناسبات اقتصادی افراد در عرصه‌ی خرد زندگی روزمره در فضای اجتماعی شهر یزد پرداخته و در پی پاسخ به این سوال است که تعریف مصاحبه‌شوندگان از دلایل بی‌تفاوتی و عدم همبستگی در میدان تبادلات اقتصادی در این جامعه چیست؟ جامعه‌ی هدف، جوانان شهر یزد بودند که ۲۰ نفر از آنان به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب و از طریق مصاحبه‌ی عمیق، اطلاعات مورد نیاز اخذ شد. روش‌شناسی نیز بر اساس رویکرد تفسیری پیکربندی و روایت‌ها بر اساس نظریه‌ی زمینه‌ای با رویکرد عینی‌گرایی اشتراوس و کوربین، تحلیل شد. در نهایت "واگرایی مقاصد و منافع و ناکارآمدی فردی" پدیده‌ی مرکزی پژوهش شناخته شد که از طرفی حاصل فضای بی‌تفاوتی و عدم همبستگی افراد در مشکلات و موانع اقتصادی و از سمت دیگر فقدان ناکارآمدی فردی در این عرصه بوده است؛ به عبارتی، کلیه‌ی مشارکت‌کنندگان فضای اقتصادی را نابسامان و نامساعد می‌دانستند؛ اما اکثریت آنها فاقد عملکرد و نگرش مشارکتی جهت بهبود وضعیت بودند. ضمن آنکه غالب آنها نیز خود را فاقد توان و فاعلیت در راستای بهبود شرایط ارزیابی می‌کردند.

کلیدواژه‌ها: مرادده‌های اقتصادی، زندگی روزمره، برساخت اجتماعی، فرسایش اجتماعی.

* استاد جامعه‌شناسی، دانشگاه یزد

afshani@yazd.ac.ir

** دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی ایران، دانشگاه یزد، (نویسنده مسئول)

Zhashemikhah@yahoo.com

*** این مطالعه با حمایت اداره کل ورزش و جوانان استان یزد انجام شده است.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۳/۲۶ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۹/۳۰

مسائل اجتماعی ایران، سال دهم، شماره ۲، پاییز و زمستان ۱۳۹۹، صص ۷-۳۲

۱. مقدمه و بیان مسئله

در قرن اخیر، لزوم مشارکت مردمی در مراحل مختلف تکوین فرایند توسعه، مورد توجه جدی قرار گرفته و توجه به فعالیت‌های مشارکتی مردم، راهبرد جدید توسعه، عنوان شده است. بی‌تفاوتی اجتماعی یکی از عناصر نامطلوب فرهنگ مدرن است که با تأکید بیش از حد بر ترجیحات شخصی و منفعت فردگرایانه در زندگی شهری معاصر نمود یافته و همچون مانعی در ایجاد و برقراری ارتباطات مثبت اجتماعی و نیاز به افزایش مشارکت شهروندان در امور اجتماعی قرار گرفته که به تضعیف یا حتی توقف فرایند توسعه ملی منجر می‌شود (کرایب، ۱۳۸۴). این پدیده‌ی ناخوشایند اجتماعی در کشورهای اسلامی و حتی استان‌های مذهبی‌تر؛ مانند، یزد که معروف به دارالعباده بوده است و در تمام دوران در نظام سنتی و مذهبی آنها بر همدلی، همکاری، نوع دوستی، کمک به یکدیگر و ... تأکید شده است که امری مهم بوده و باید بررسی شود.

دسته‌ای از عوامل بی‌تفاوتی به زمینه‌های اقتصادی و اجتماعی بازمی‌گردد و با ظرفیت‌های اقتصادی فرد و جامعه، پایگاه اقتصادی یا اجتماعی شهروندان، ویژگی‌های ساختار و نظام اقتصادی کشور، شغل و میزان درآمد افراد، سطح برخورداری از آموزش، آگاهی و نیز وابستگی‌های قومی، نژادی، زبانی و ... هم‌پیوند است (قاضی‌زاده و کیان‌پور، ۱۳۹۴: ۶۲). به نظر می‌رسد که رشد صنعت، تکنولوژی، توسعه‌ی ارتباطات اجتماعی، افزایش افسارگسیخته‌ی جمعیت، تحرکات وسیع جمعیتی، گسترش شهرنشینی، مجاورت فرهنگ‌ها و خرده‌فرهنگ‌های متفاوت، رشد ارتباطات موزاییکی، عقلایی شدن رفتار انسان، گسترش منطق خشک محاسبه‌گری، فردگرایی، ضعف نهادها و اعتقادات مذهبی سکولاریسم، از بین رفتن هویت‌های گروهی و محلی، همگی باعث گردیده‌اند تا جوامع امروزی دوره‌ای از بحران در روابط انسانی را پشت سر بگذارند. بدین گونه شهرهای بزرگ در دوران نوین نه‌تنها به محل تراکم جمعیت، کالا و اشیا تبدیل شده‌اند، بلکه به دلیل شدت مشکلات و افزایش دامنه نابرابری‌های اجتماعی، فقر و بزهکاری، تنزل ارزش‌ها و معیارهای با دوام اجتماعی به کانون تغییر و تحول و محل انواع گوناگون بی‌تفاوتی‌ها، بی‌اعتمادی‌ها و تعارضات اجتماعی بدل شده‌اند. این امر در جامعه ما مستثنی نبوده و در شهرهای مختلف ایران نمود این گسست‌های اجتماعی حس می‌شود؛ به عنوان مثال، در پژوهش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان (۱۳۹۵)، ۴۹/۱ درصد از مردم یزد، با این گویه که "مردم اگر موقعیتی برایشان فراهم شود سر همدیگر را کلاه می‌گذارند." موافق و یا کاملاً موافق بودند و یا در مورد اینکه "در اوضاع فعلی آدم فقط باید به فکر خودش باشد"، تنها کمتر از ۵۴ درصد مخالف یا کاملاً مخالف بودند. بنابراین آمار و ارقام نشان می‌دهد، جامعه

در چنین مراوداتی در سلامت کامل نبوده و حسابگری‌های منفعت‌طلبانه در این مناسبات دیده می‌شود؛ لذا توجه به این نکته، ضرورت بررسی موضوع را مشخص می‌کند، اگر افراد جامعه نسبت به خود (در سطح فردی)، نسبت به دیگران (در سطح میان فردی) و نسبت به جامعه (در سطح کلان) بی‌تفاوت باشند در حقیقت جوامع انسانی نمی‌توانند وجود داشته باشند، زیرا اگر مشارکت وسیع شهروندان را در گروه‌های مختلف اجتماعی، شرط مهم توسعه‌ی اجتماعی، اقتصادی و سیاسی بدانیم، پس عدم مشارکت شهروندان و شیوع بی‌تفاوتی را می‌توان یک عامل قوی در توسعه نیافتگی قلمداد کرد.

در این میان استان یزد، به علت برخورداری از سیل عظیم دانشجو که قشر جوان و آینده‌سازان جامعه هستند و همچنین گردشگران، با تفاوت‌های فرهنگی متفاوت، از این تغییرات و دگرگونی‌ها مستثنی نبوده است؛ از این رو، باید ریشه‌ی این بی‌تفاوتی‌ها را شناسایی کرد و عوامل تحریک‌کننده‌ی آن را نیز مورد بررسی قرار داد تا بتوان در جوامع سنتی‌تر و شهرها و استان‌های مذهبی‌تر مثل یزد، که هنوز در این معضل، غرق نشده‌اند، زمینه‌های تقویت این آسیب را نابود کرد و نوع‌دوستی و همدلی را در بین مردم آن، مخصوصاً قشر جوان که در آینده‌ی این مرز و بوم تأثیرگذار هستند، تقویت نمود.

از سوی دیگر، با توجه به نوآوری موضوع بی‌تفاوتی اجتماعی و عدم اختصاص تحقیقات علمی و تخصصی به آن، در کشور ایران و بطور خاص استان یزد، انجام مطالعه‌ی دقیق و علمی در این زمینه ضروری است؛ لازم به ذکر است که نحوه‌ی اثرگذاری عوامل نیز در زمان‌ها و مکان‌های مختلف، متفاوت است. گاه ممکن است هر کدام از عوامل اجتماعی، اقتصادی، محیطی، فرهنگی و ... با هم ترکیب شوند و زمینه‌های بی‌تفاوتی یا مشارکت را فراهم آورند و گاه نیز دخالت یکی از آنها کافی است تا فرد یا جامعه را به سوی مشارکت یا بی‌تفاوتی سوق دهد. لذا پژوهش حاضر درصدد است تا به این سؤال اساسی پاسخ گوید که دلایل بی‌تفاوتی و عدم همبستگی در عرصه‌ی مناسبات و تبادلات خرد اقتصادی در فضای اجتماعی جوانان یزدی چه می‌تواند باشد و تعریف مصاحبه‌شوندگان به عنوان عضوی از جامعه‌ی مربوطه به چه صورت است؟

۲. مبانی نظری

پژوهش حاضر، بر مبنای رویکرد تفسیری از دیدگاه برساخت‌گرایی به تعاملات و مراودات اقتصادی در فضای زندگی روزمره، توجه دارد. برساخت‌گرایی اجتماعی توجه خود را در تحلیل مسائل اجتماعی به چگونگی "تعریف مسأله" معطوف می‌سازد. بدین معنی که معتقد است: این، نحوه‌ی تعریف و نگاه ما است که مسأله را می‌سازد. براین اساس باید گفت «معانی و

ویژگی‌های جهان ما پیامد فعالیت عملی انسان هستند. مسائل در خودآگاهی ما یکباره پیدا نمی‌شوند. با نامیدن آنها، خود به آنها معنا می‌دهیم» (لوزیک، ۱۳۸۳: ۲۶۱).

«دیدگاه‌های برساخت‌گرایانه در زندگی اجتماعی، ما را بر آن می‌دارد تا همیشه از اهمیت چگونگی مقوله‌بندی خود، دیگران و جهان اطرافمان آگاه شویم. جهان انسانی بسیار بیشتر از جهان عینی شرایط و افراد است. آن، جهانی معنادار است که در آن معنا از سوی انسان‌ها خلق می‌شود. دیدگاه‌های برساخت‌گرایانه، ما را بر آن می‌دارد که توجه خود را به کارهایی جلب کنیم که افراد واقعی برای شکل‌دادن ادراکات اخلاقی از جهان و شکل دادن محیط اجتماعی انجام می‌دهند. این دیدگاه رهنمودی است که کاربرد تعمیم‌های بدیهی مانند "سیاستها"، "رسانه‌ها" و "قدرت" را متوقف ساخته و در عوض از جزئیات دقیق‌تری سخن بگوییم، مبنی بر اینکه کدام فرد برای شکل‌دادن به جهان‌مان چه کاری انجام دادند و در کجا این کار را انجام دادند؟» (همان: ۲۶۲). مطابق با دیدگاه برساخت‌گرایی، مسائل اجتماعی و تحلیل و تبیین آنها پیچیده‌تر از آن است که بتوان به سادگی از کنار آنها گذشت. از این رو پژوهش حاضر، به کاوش در مناسبات اقتصادی در تعاملات و روابط زندگی روزمره، از منظر برساخت‌گرایی اجتماعی پرداخته است. بر طبق این دیدگاه این مسأله علاوه بر بُعد عینی، لزوماً بُعد ذهنی و معنایی هم دارد که علاوه بر اینکه از گفتمانهای اجتماعی هر جامعه برمی‌آید، به طور اخص از تعاریف ذهنی و عملکردهای منسوب به آن در نزد مصاحبه‌شوندگان مربوطه به عنوان جزئی از جامعه متأثر بوده است (همان، ۲۶۳).

البته در این پژوهش تحقیقات داخلی پیشین از جمله، بریزی (۱۳۹۶)، ساعی و بهاری (۱۳۹۵)، نوابخش و میرزاپوری (۱۳۹۴)، هدایت و همکاران (۱۳۹۴)، خالقی و چناری (۱۳۹۴)، ظهیری‌نیا و همکاران (۱۳۹۴)، کافی (۱۳۹۴)، قاضی‌زاده و کیانپور (۱۳۹۴)، فولادیان (۱۳۹۴)، حقیقی (۱۳۹۳)، نبوی و همکاران (۱۳۹۳)، احمدی و همکاران (۱۳۹۳)، مجیدی (۱۳۹۱)، کلانتری و همکاران (۱۳۹۱)، محسنی‌تبریزی و صداقتی‌فرد (۱۳۹۰) و همچنین مطالعات خارجی نظیر استیفن و همکاران (۲۰۱۶)، هیمنت و همکاران (۲۰۱۶)، مرسی (۲۰۱۵)، ناتن و ریچما (۲۰۱۵)، ننا (۲۰۱۴)، زاولتا و همکاران (۲۰۱۴)، دین (۲۰۱۴)، منینگ (۲۰۱۴)، لارسن و هارت (۲۰۱۳)، ساشیتال (۲۰۱۲) و مش (۲۰۰۵) هدایت‌گر مسیر بوده است.

جدول ۱: چکیده برخی تحقیقات داخلی

| محقق | سال | روش | نتایج |
|--------------|------|-----|--|
| بریزی | ۱۳۹۶ | کمی | بین بیگانگی اجتماعی، احساس بی‌قدرتی، بی‌هنجاری اجتماعی، رضایت اجتماعی، اعتماد اجتماعی، عدالت اجتماعی، محرومیت نسبی و تحلیل هزینه-پاداش با بی‌تفاوتی اجتماعی رابطه مستقیمی وجود داشت. |
| ساعی و بهاری | ۱۳۹۵ | کمی | احساس بی‌قدرتی، امید به آینده و تحلیل هزینه-پاداش بیشترین تأثیر را بر متغیر بی‌تفاوتی اجتماعی داشته‌اند. |

واگرایی منافع و ناکارآمدی فردی: بر ساخت فرسایش اجتماعی در مراودات اقتصادی زندگی روزمره جوانان یزد

| | | | |
|-----------------|------|-----|---|
| هدایت و همکاران | ۱۳۹۴ | کمی | میزان بیگانگی اجتماعی و بی تفاوتی اجتماعی در بین دانشجویان در حد متوسط و رو به افزایش ارزیابی شد و مؤلفه‌های بیگانگی اجتماعی (بی قدرتی، بی‌هنجاری، بی‌معنایی، انزوا، تنفر از خود و تنفر فرهنگی) با بی تفاوتی اجتماعی رابطه‌ی مثبت و مستقیمی داشته‌اند. |
| فولادیان | ۱۳۹۴ | کمی | بین بیگانگی اجتماعی و مؤلفه‌های آن و بی تفاوتی اجتماعی دانشجویان رابطه وجود دارد. |
| نوی و همکاران | ۱۳۹۳ | کمی | بی تفاوتی اجتماعی توسط پنج متغیر احساس همدلی، از خود بیگانگی، سرمایه‌ی اجتماعی، احساس ناامنی و پایگاه اجتماعی- اقتصادی، تبیین شده است. |
| مجیدی | ۱۳۹۱ | کمی | بین متغیرهای بیگانگی اجتماعی و میزان بی تفاوتی اجتماعی، رابطه‌ی معنادار و مستقیم و بین متغیرهای اثربخشی، اعتماد اجتماعی و رضایت اجتماعی و میزان بی تفاوتی اجتماعی دانشجویان رابطه‌ی معنادار و معکوسی وجود دارد. همچنین میزان بی تفاوتی دانشجویان پسر بیشتر از دانشجویان دختر بود. |

لازم به ذکر است که تفاوت اصلی این تحقیقات ارزشمند با پژوهش حاضر در ابتدای امر، روش کمی آنها است که به نوعی می‌توان گفت علاوه بر اینکه تقریباً تمامی آنها متغیرهای مشابهی را به آزمون درآورده بودند، به لحاظ محتوایی به نوعی همانند بودند، کمتر به ریشه‌ها و لایه‌های پنهان این روابط از زبان افراد مورد مطالعه پرداختند و دلایل عملکردها را تشریح نکرده بودند. تحقیقات نامبرده، غالباً نوع روابط در فضای اجتماع کل را مد نظر قرار داده‌اند؛ اما پژوهش در دست، سعی داشته با نگاهی خردتر به صورت و عمق مراودات و مناسبات کوچک اقتصادی در فضای اجتماعی بپردازد.

۳. روش‌شناسی

پژوهش حاضر به لحاظ رویکرد روشی مبتنی بر مطالعه‌ی کیفی، بر اساس رویکرد تفسیری، پیکربندی و در طراحی روش‌شناسی بر اساس پاسخ‌گویی به سؤالات و اهداف، نظریه‌ی زمینه‌ای به کار گرفته شد و با رویکرد عینی‌گرایی اشتراوس و کوربین، روایت‌ها تحلیل گردید. جامعه هدف پژوهش نیز، جوانان شهر یزد بودند که ۲۰ نفر از آنان به روش نمونه‌گیری هدفمند و نظری انتخاب شدند. در این پژوهش، چارچوب نمونه، نظری و هدفمند بود. از این رو هدفمند بود که موضوع و موقعیت تحقیق، جامعه‌ی هدفی را تعریف می‌کرد که حامل انواع تجربه‌های زیسته در موقعیت بوده و امکان دستیابی پژوهشگر را به اطلاعات غنی و مورد نیاز فراهم می‌نمود و نظری بود بدین معنا که نمونه، کفایت لازم برای اینکه محقق را به سطح انتزاع نظری برساند؛ دارا بود. اطلاعات مورد نیاز از طریق مصاحبه‌ی عمیق، اخذ شد. گردآوری داده‌ها همراه با تحلیل آن‌ها فرایندی در هم تنیده است و دوشادوش یکدیگر انجام گرفت؛ بنابراین، گردآوری داده‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافته است. زمان هر مصاحبه نیز بین ۷۰ تا ۹۰ دقیقه به طول انجامید و همانطور که اشاره شد، تجزیه و تحلیل داده‌ها با سه نوع کدگذاری باز، محوری و انتخابی صورت گرفت. در خصوص اعتبار پژوهش، باید گفت کنترل بیرونی بر

عهده ناظر بیرونی یا «گزارشگر شخص ثالث»، روش‌ها، معانی و تفسیرها بازبینی گردید تا اینکه اطمینان حاصل شد، نتایج توسط داده‌ها پشتیبانی شده است. ضمن آنکه با توضیح مفصل و غنی^۱ خوانندگان را برای قضاوت در مورد قابل انتقال بودن یافته‌ها یاری کردیم. پایایی کار نیز بوسیله‌ی ضبط صوت با کیفیت، برای ثبت دقیق گفته‌ها صورت گرفت. همچنین با کدگذاری محقق دوم و توافق بین کدگذاران، ثبات نتایج با مقایسه دو کدگذار صورت گرفت. بنابراین تحقیق حاضر در یک وضعیت مطلوب، دو کدگذار نسبتاً کدهای یکسانی را به متن خاص داده-اند. در این پژوهش با حفظ محرمانگی اطلاعات و استفاده از اسامی مستعار برای مشارکت‌کنندگان و رعایت سایر ملاحظات اخلاقی چون موافقت افراد مورد مطالعه، برای شرکت در پژوهش و عدم دستکاری در داده‌ها، پایبندی به اخلاق و اصول علمی را در پیش گرفته شده است.

جدول ۲: مشخصات مصاحبه شونده‌گان پژوهش

| تعداد | جنسیت | سن | تحصیلات | شغل |
|-------|-------|----|------------------------------------|-----------------------|
| ۱ | زن | ۱۶ | دبیرستان | محصل |
| ۲ | مرد | ۲۴ | دانشجوی کارشناسی مهندسی عمران | آزاد |
| ۳ | مرد | ۲۹ | لیسانس صنایع/حوزوی | روحانی |
| ۴ | مرد | ۱۵ | دبیرستان | محصل |
| ۵ | زن | ۲۹ | کارشناسی ارشد | خانه‌دار |
| ۶ | مرد | ۲۱ | دانشجوی کارشناسی حسابداری | زرگر |
| ۷ | زن | ۲۶ | لیسانس مردم‌شناسی | کارمند امور خوابگاهی |
| ۸ | مرد | ۲۸ | کارشناس ارشد کامپیوتر | کارمند بخش خصوص |
| ۹ | زن | ۲۶ | کارشناسی حسابداری | کارمند دانشگاه |
| ۱۰ | مرد | ۲۴ | دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی | مغازه تزئینات و خرازی |

1-Thick description

واگرایی منافع و ناکارآمدی فردی: برساخت فرسایش اجتماعی در مراودات اقتصادی زندگی روزمره جوانان یزد

| | | | | |
|----|-----|----|----------------------------|--------------------|
| ۱۱ | زن | ۲۳ | فوق دیپلم طراحی دوخت | فروشنده پوشاک |
| ۱۲ | مرد | ۲۴ | کارشناسی حسابداری | فروشنده سوپر مارکت |
| ۱۳ | زن | ۳۰ | ابتدایی | راننده آژانس |
| ۱۴ | زن | ۲۶ | دانشجوی دکترای جامعه‌شناسی | دانشجو |
| ۱۵ | مرد | ۲۷ | کارشناس ارشد برق | کارمند شرکت خصوصی |
| ۱۶ | زن | ۲۹ | فوق دیپلم منابع طبیعی | خانه‌دار |
| ۱۷ | مرد | ۲۸ | کارشناسی ارشد حسابداری | کارمند دانشگاه |
| ۱۸ | مرد | ۲۷ | سیکل | کارگر کارخانه کاشی |
| ۱۹ | مرد | ۳۰ | لیسانس آمار | مدیر بخش خصوصی |
| ۲۰ | زن | ۲۷ | کارشناسی ارشد مالی | کارمند شرکت خصوصی |

۸. یافته‌ها

یافته‌های پژوهش حاضر، شکل‌گیری روابط و مشارکت‌های مالی - اقتصادی مصاحبه‌شوندگان مربوطه و نحوه‌ی کنش این افراد، در امر مباحث اقتصادی، ارتباطات متقابل و سطح زندگی روزمره در جامعه را تحت ۵ مبحث، ارائه می‌دهد.

جدول ۳: تعاملات اقتصادی در زندگی روزمره

| مقوله هسته | مقولات اصلی | مقولات فرعی | مفاهیم | کدهای باز |
|------------|-----------------------------------|--------------------|------------------------------|--|
| | رویارویی با نابسامانی‌های اقتصادی | حیات مشارکت‌جویانه | اتکاء بر اقتصاد مقاومتی | بهبود وضعیت نامساعد با اصل اقتصاد مقاومتی و ایجاد کارگاه‌های کارآفرینی توجه به صحبت‌های نخبگان حکومتی و حمایت از اقتصاد مقاومتی |
| | | | کاهش مطالبات، افزایش ممارسات | تلاش بیشتر، کاهش توقعات و کمک به بهبود وضعیت |
| | | | تأثیر مثبت اعتراضات | نامساعد؛ اما تأثیر مثبت اعتراضات مردمی لزوم اعتراضات دسته جمعی |
| | | | تصحیح عملکرد مردمی | مشارکت و همراهی مردم در بهبود وضعیت |

مسائل اجتماعی ایران، سال یازدهم، شماره ۲

| | | | | |
|--|--|--|---|---|
| واگرایی منافع و مقاصد و ناکارآمدی فردی | حیات حاشیه‌نشین | فقدان حس عاملیت | آسیب‌زای اقتصادی | |
| | | | وضعیت اقتصادی نابسامان و عدم تأثیرگذاری مردمی | |
| | | | نامیدی و انفعال مطلق | |
| | | | عدم کفایت درآمد و فقدان تأثیرگذاری مردم | |
| | | احساس یأس | خاموش کردن و متفرق کردن معترضین در وضعیت بحرانی | |
| | | | بحران وضعیت و فقدان شرایط تأثیرگذار | |
| | | | پتانسیل اقتصادی بالا، اما ازدیاد افراد ناسالم و سودجو و عدم تأثیرگذاری اعتراض | |
| | | فروماندن در مشغله‌های شخصی | درگیری‌های فردی مانع هماهنگی و پشتیبانی جمعی | |
| | | | مراعات یکدیگر و جایگزینی کالا | |
| | | توان همدلی | اغماض نیاز | حذف کالا از سبد غذایی |
| | عدم خرید شخصی و نهی دیگران جهت بازگشت به وضع نرمال | | | |
| | ضعف عاطفی | | اضمحلال تعلق در شرایط سرکوب | احساس ضعف و فقدان کارایی در شرایط نامساعد و نابودی روحیه‌ی دل‌بستگی |
| | | | | عدم تغییر در عملکرد و روال خرید |
| | | | حفظ روال همیشگی توقف در نیازهای شخصی | همیشگی |
| | | | | خریداری در حد نیاز همیشگی |
| | | | | اعتماد از قدرت خرید و روند همیشگی خرید کالا |
| | | | | مصرف در حد توان شخصی |
| | | | فقدان قدرت خرید | بدیهی پنداشتن تأمین نیاز شخصی |
| | | | | تأمین بودجه جهت خرید |
| | آینده‌نگری فردگرایانه | تلاش جهت فراهم ساختن کالا | | |
| فقدان توانایی خرید | | | | |
| مشتري چرتکه‌ای | فقدان کیفیت | برآورد هزینه و صرف نظر از خرید | | |
| | | تأمین نیاز فردی و تا حدی آینده‌نگری شخصی | | |
| الگوی خرید کالا | مانع خرید | رفع دغدغه‌ی شخصی | | |
| | | بی‌کیفیتی مطلق و عدم استقبال | | |
| کیفیت و تنوع ضامن خرید | کیفیت و تنوع ضامن خرید | بی‌کیفیتی محصولات و فقدان اعتماد | | |
| | | عدم استقبال از جنس داخلی، هزینه‌ی تولید بالا، کیفیت پایین و فروش پایین | | |
| | | کالای ایرانی، دنبال کسب منفعت بدون توجه به اعتبار برند و کیفیت کالا | | |
| | | استفاده، بعد از اطمینان از کیفیت | | |
| | | با توجه به کیفیت و تنوع انتخاب وسایل داخلی | | |

واگرایی منافع و ناکارآمدی فردی: برساخت فرسایش اجتماعی در مراودات اقتصادی زندگی روزمره جوانان یزد

| | | | | |
|---------------------|------------------|------------------------|---|---|
| | | | سنجش کارکرد- صرفه | مزیت خرید داخلی با توجه به کیفیت نسبی و کاهش هزینه |
| | | | تأمین نیاز | تأمین نیاز و کاهش هزینه، ملاک انتخاب جنس داخلی |
| | | | زیبایی و پسند شخصی | کالای خارجی، متناسب با نیازهای مشتری |
| | | | | ملاک خرید، زیبایی کالا و تمایل شخصی |
| | | | | توجه به ظاهر کالا |
| | مشتری نوع دوست | خرید حمایت‌گونه | جهت حمایت در صورت وجود کالا، خرید حتمی حتی با کیفیت پایین‌تر | |
| | مواجهه با نرخ‌ها | واکنش زبانی | اعتراض به مسئولین | قیمت‌ها بالا و متغیر تماس با مسئولین و درخواست پیگیری |
| | | | اعتراض به فروشنده | اعتراض به مغازه‌دار و صرف‌نظر از خرید افزایش قیمت در عید و بی‌تأثیری اعتراض |
| | | | فاقد گزینه جایگزین | خرید بالاچار و عدم اعتراض شخصی |
| | | نارضایتی قلبی | سنجش تفاوت‌ها | در مقایسه با شهرهای دیگر قیمت‌ها بالاتر اما عدم اعتراض |
| جایگزینی مکان خرید | | | تغییر مکان خرید جهت دستیابی به قیمت و کیفیت مناسب‌تر | |
| | | | قیمت بالا، کیفیت پایین، اعتراض به فروشنده، عدم توجه و خرید محدود از یزد | |
| | امتناع از خرید | صرف‌نظر از خرید | اجتناس نامتناسب، عدم رضایت و صرف‌نظر از خریداری | |
| | | خودکفایی | قیمت بالا، کیفیت پایین دوخت پوشاک شخصی و صرف‌نظر از خرید | |
| واکنش به حقوق معوقه | تفاهم دوسویه | فضای کاری دوستانه | عدم اعتراض در مناسبات دوستانه | |
| | | مسکوت گذاشتن | منتظر پرداخت | مساعده و عدم اعتراض، رفاقت در محیط کار و عدم اعتراض، رعایت همدیگر |
| | | | توقع انصاف | عدم واکنش و توقع انصاف از طرف مقابل |
| | | عدم امنیت شغلی | ترس از اخراج و سکوت در برابر شرایط نامساعد | |
| | چانه‌زنی | گفتگو به نمایندگی کل | گفتگو به نمایندگی کل | گفتگو جهت بهبود وضعیت برای خود و کارگران دیگر |
| | | | مطالبه‌گری | بررسی و تلاش جهت تسریع رسیدگی |
| | واگذاشتن | تصمیم در بحران سازمانی | تصمیم در بحران سازمانی | تحقیق از وضعیت شرکت و نهایت انصراف در صورت بحران سازمان |
| | | | یقین از کاربایی | اطمینان از تخصص و تصمیم قطعی از انصراف |
| | | تقابل با بی‌اعتنایی | تقابل با بی‌اعتنایی | اعتراض و انصراف از کار در مقابل بی‌تفاوتی تذکر مدام |

رویارویی با نابسامانی‌های اقتصادی

مبحث اول، اشاره‌ای به وضعیت اقتصادی جامعه‌ی کلان (ایران) دارد که ضمن ارزیابی مصاحبه‌شوندگان از وضعیت موجود، نحوه‌ی برخورد و رویارویی مشارکت‌کنندگان را در موقعیت مربوطه جویا شدیم. از مجموع این مباحث، دو دسته مقوله، تحت "حیات مشارکت‌جویانه" و "حیات حاشیه‌نشین" شکل گرفت و در نهایت از دو مقوله‌ی اشاره شده، مقوله‌ی اصلی این بحث، تحت عنوان «رویارویی با نابسامانی‌های اقتصادی» استخراج شد.

شرکت‌کنندگان، وضعیت اقتصادی جامعه را نامناسب و حتی بحرانی می‌دانستند، اما نظرات آنها در برخورد و مواجهه با چنین وضعیتی متفاوت بود. برخی از آنها نقش خود و افراد دیگر را در بهبود وضعیت موجود مد نظر قرار داده و بر نقش تأثیرگذار عاملان اذعان داشتند. به عنوان مثال؛ چندین شرکت‌کننده به اهمیت راه‌اندازی کارگاه‌های کارآفرینی و افزایش تولیدات داخلی که به نوعی دیدگاه‌های اقتصاد مقاومتی و حمایت از آن را که راهگشای وضعیت نابسامان معرفی می‌کنند، اشاره داشته‌اند: "خیلی وضعیت خراب است. اما از خودمان است و اصلاً همین حرف‌هایی که رهبری می‌زنند در خصوص اقتصاد مقاومتی... اگر مردم دقیق وارد این قضیه شوند صد درصد می‌توانند به وضعیت کمک کنند، اگر بتوانند کارگاه‌های اشتغال و کارآفرینی راه بیندازند، خیلی به این وضعیت کمک می‌کنند."

شرکت‌کنندگانی تلاش بیشتر و رضایت به بهره‌وری کمتر را، راه برون رفت از چنین وضعیتی پنداشته: "به نظر من در شرایط متوسط قرار داریم، در کشور ما کار هست و کسی باید باشد که کار کند. جوان‌ها سطح توقع‌شان را پایین بیاورند و قانع‌تر باشند و از طرفی تلاش‌شان بیشتر شود خیلی موثر خواهد بود. اما اگر همه بشینند و دست روی دست بگذارند و فقط خواسته‌ها و توقعات‌شان را بگویند مسلماً شرایط بهبود پیدا نخواهد کرد."

عده‌ای نیز حفاظت و جلوگیری از صدمات وارده بر منابع و ثروت ملی را در جایگاه تصحیح عملکرد مردمی راهی مؤثر جهت بهبود وضعیت می‌دانستند: "اقتصاد ما بی‌ثبات، در معرض خطر، آسیب‌پذیر و نیازمند نجات است... مردم اگر به اموال عمومی آسیب نرسانند، قاچاق نکنند، مصرف کالای ملی رو رعایت کنند و... اگر مردم بخواهند کسی جلودارشان نیست؛ اما جو ناامیدی و افکار منفی در بین مردم خیلی زیاد شده است و قبول ندارند که خودشان مسبب یک سری مشکلات هستند؛ مثلاً، مسبب هوای آلوده که دولت نیست. دولت که دود تولید نمی‌کند، ما باید در نهایت دولت را ملزم به چاره‌جویی کنیم."

و اما عده‌ای اعتراض و مطالبه‌گری همگانی را راه‌حل وضعیت موجود تلقی می‌کردند: "وضعیت خوب نیست؛ اما مردم باید اعتراض کنند. من که یک نفر هستم، اما باید اعتراض دسته جمعی صورت بگیرد."

واگرایی منافع و ناکارآمدی فردی: برساخت فرسایش اجتماعی در مراودات اقتصادی زندگی روزمره جوانان یزد

اما در کل شرکت کنندگان، بر فقدان تأثیرگذاری خود و افراد دیگر اشاره داشته و بهبود وضعیت را در سطح کلان می‌دیدند: "وضعیت اقتصادی کشور نامناسب است؛ ولی فقط دولت می‌تواند نسبت به آن اقدام لازم را به عمل آورد و اعتراضی که مردم به این قضیه کردند فایده‌ای نداشته است. مردم شورش کردند، شیشه شکانند، پلیس‌ها را زدند؛ اما فایده‌ای نداشت."

برخی از آنها در نقش منفعل مطلق درآمد و به طور کل خود را ناتوان از تغییر شرایط و فاقد عاملیت معرفی می‌کردند: "... چون زیاد خوب نیست، من هم در آن مداخله نمی‌کنم. به نظرم اگر می‌شد کاری کرد تا حالا همه انجام داده بودند؛ پس، صد درصد نمی‌شود کاری کرد من هم کاری به این کارها ندارم."

مصاحبه شونده‌گانی جهت نادیده گرفته شدن، احساس یأس و ناامیدی برای ورود به مسائل را داشتند: "وضعیت افتضاح است، اما اعتراض هیچ موقع شرایطش نبوده، کلاً از مسئولان کشور بریده‌ام. به آنها بی‌تفاوتیم چون آنها نسبت به ما بی‌تفاوتند و دیگر هیچ انگیزه‌ای برای اعتراض نیست."

و عده‌ای نیز مشغله‌ها و گرفتاری‌های شخصی را محدود کننده‌ی مشارکت و همراهی در این عرصه‌ها می‌دانستند: "چون مردم آنچنان در گرفتاری مانده‌اند که اصلاً اول می‌گویند من و هیچکدام، پشت هم نیستیم که بخواهند کاری بکنند، با این وضعیت توقعی از مردم نمی‌شود داشت، مردم دوست دارند چهار ریال دربیاروند، بخورند و زندگی آنها بگذرد."

قاعده‌ی رفتار در موقعیت‌های بحرانی

بحث بعد مواقعی را یادآور می‌شود که به نوعی کالا یا کالاهای ضروری، در بازار کاهش یافته و همزمان تقاضای عمومی و قیمت آن افزایش می‌یابد. از این رو، از عملکرد افراد شرکت کننده در این موقعیت بحرانی پرسیده شد. به طور کل، از تمامی مقوله‌های شکل گرفته دو مقوله‌ی "توان همدلی" و "ضعف عاطفی" مبتنی بر عملکرد افراد، شکل گرفت و از این دو مقوله، مقوله‌ی هسته‌ای تحت عنوان «قاعده‌ی رفتار در موقعیت‌های بحرانی»، با اشاره به عملکرد افراد در شرایط مزبور ساخته شد.

برخی شرکت کنندگان تأکید داشتند که در چنین شرایطی رعایت احوالات هم ضرورت می‌یابد و باید با حذف موقتی کالا و حتی‌الامکان با جایگزینی آن، از نیاز احساس شده چشم‌پوشی کرد ضمن آنکه با هشدار به اطرفیان و راهنمایی آنها، خرید کالا را متوقف کرده تا شرایط تعدیل بازار هموار گردد: "اتفاقاً مرغ گران شده بود، بسیار خوب، ما مرغ نخوردیم مردمی. می‌گویند کشور خودمان زمانی که جنگ بود؛ بالاخره، خود مردم کمک کردند، ببینید

آن کالایی که کم می‌شود، اگر آن فرهنگه جا افتاده باشد، خود مردم سعی می‌کنند که آن قضیه را پوشش بدهند، حالا یا با نخریدن یا کم خریدن، من، بابام خیلی معتقد است به این چیزها، مخصوصاً در غذای مردم... سعی می‌کند که آن کالا را اصلاً نمی‌خرد.

اما قریب به اتفاق مصاحبه شونده‌گان از منظر فردی به وضعیت نگرسته و راهکارها و واکنش‌های صرفاً شخصی را اتخاذ کرده‌اند. به عنوان نمونه افرادی متکی بر توان اقتصادی خود روال همیشگی خرید را خاطر نشان می‌ساختند: "هیچکاری نمی‌کنیم. خریدمان را انجام می‌دهیم و می‌رویم. خوبی‌اش این است که هر چقدر هم کمیاب باشد، ما می‌توانیم تهیه کنیم."

در این میان بودند افرادی که وخامت و نامساعد بودن اوضاع اجتماعی (در کل) را شکنندگی حس دل‌بستگی اجتماعی دانسته و خود را فاقد توان همدردی می‌پنداشتند و معتقد بودند در چنین شرایطی مخدوش شدن حس تعلق به یکدیگر، طبیعی است: "ما به این نتیجه رسیده‌ایم که از دست ما هیچ کاری بر نمی‌آید مردم با اعتراضشان به جایی نرسیده‌اند برای همین ما به جایی رسیدیم که دیگر هیچ چیز برای ما مهم نیست، گرانی، ارزانی، کمبود و غیره... فقط شاید خودم کالا را خریداری نکنم. چون گران هست و سطح مالی‌مان نمی‌رسد، نمی‌خریم."

البته، در این موقعیت افرادی نیز از خرید چشم‌پوشی داشتند، اما نه با تعریف همیاری در فضای اجتماعی، بلکه از جهت فقدان قدرت خرید و عدم توانایی مالی: "چون گران است و سطح مالی‌مان نمی‌رسد نمی‌خریم."

در نهایت، اشاراتی بر افزایش خرید جهت کمبود کالا و اطمینان خاطر جهت رفع دغدغه‌های شخصی و به نوعی آینده‌نگری فردگرایانه، از سوی شرکت کنندگان شد: "اگر بدانم جنسش خوب است، تعداد زیادی از آن می‌خرم که داشته باشم."

الگوی خرید کالا

بحث سوم، نظر شرکت کنندگان را در مورد خرید کالای داخلی و حمایت از محصولات داخلی جويا شدیم. از این جهت با توجه به مفاهیم ارائه شده از سوی مشارکت کنندگان دو مقوله‌ی "مشتری چرتکه‌ای" و "مشتری نوع دوست"، ایجاد شد که در نهایت تمامی مقوله‌ها ذیل مقوله‌ی هسته‌ای، تحت عنوان «الگوی خرید کالا» آمده است.

تقریباً تمامی افراد شرکت کننده نگاه و نگرش سودجویانه در امر معامله‌های این چینی داشته‌اند، به گونه‌ای که اگر هم راغب به خرید کالای ایرانی بوده‌اند، نه از جهت کمک و دستگیری و توانمندسازی تولیدکنندگان داخلی بلکه به زعم شرکت کنندگان، کیفیت و تنوع

محصولات، تأمین کننده‌ی نیازهای فردی و مطابق با خواسته‌های آنان بوده است. "تمام وسایل خانه‌ام داخلی و ایرانی هستند. خیلی هم تنوع خوبی دارد و امروزه کیفیت‌های خیلی خوبی هم عرضه می‌کنند. ظروف چینی و غیره، انواع خوب و کیفیت خوبی دارند."

البته افرادی نیز اذعان داشتند به هیچ عنوان حاضر به خرید کالای ایرانی نیستند: "اصلاً، معتقدم کالای ایرانی نباید خرید. بسیار خوب، ترجیح می‌دهم چیز با کیفیت بخرم؛ منتهای مراتب تا حالا چیز ایرانی با کیفیت ندیدم که بخواهم بخرم. تولیدکننده‌ی ایرانی اصلاً، به دنبال برند خودش نیست؛ فقط، خواهان فروش سریع کالای خود هستند."

از طرفی تمایل به خرید کالای داخلی با توجه به کاهش هزینه و تأمین نسبی نیازها و به نوعی برآورد کارکرد- هزینه، از سوی شرکت کنندگان نیز مورد توجه بوده است. "اگر جنس داخلی امکانات مشابه خارجی‌اش را داشته باشد بسیار خوب آن را می‌خرم، قاعدتاً هم به صرفه‌تر هست هم نیازمان را برطرف می‌کند، هم قیمتش ارزانتر است." مصاحبه‌شونده‌ی دیگری: "مثلاً، یخچال ژاپن مسلماً کیفیتش بهتر از یخچال ایرانی است، اما ژاپنی را نمی‌گیرم، نه فقط به خاطر کمک به اقتصاد داخلی... بسیار خوب، وقتی می‌بینم این کارم راه می‌اندازد، قیمتش هم مناسب است، خوب داخلی را می‌گیرم."

در آخر مصاحبه‌شونده‌ای اعتقاد به خرید حمایت‌گونه حتی، در شرایط ضرر کردن نسبی داشته است: "اگر مشابه آن چیزی که می‌خواهد در بین کالای ایرانی باشد، اول کالای داخلی را خریداری می‌کند، حتی اگر کمی کیفیت پایین‌تر باشد تا حمایت شوند."

مواجهه با نرخ‌ها

در این مبحث، از مشارکت‌کنندگان در خصوص قیمت اجناس در شهر یزد پرسیده و از نوع کنش آنها در صورت عدم رضایت سؤال شد. این مباحث در سه مقوله‌ی سطح دوم تحت عناوین "واکنش زبانی"، "نارضایتی قلبی" و "امتناع از خرید" جای گرفته است و در آخر از بطن این مقوله‌ها، مقوله‌ی هسته‌ی این مبحث با نام «مواجهه با نرخ‌ها» شکل گرفته است.

اکثر مصاحبه‌شوندگان قیمت اجناس را در شهر یزد، گزاف ارزیابی کرده و نرخ‌ها را در مقایسه با شهرهای دیگر بالاتر می‌دانستند. در این میان پوشاک یکی از کالاهایی بود که قریب به اتفاق مشارکت‌کنندگان در گرانی آن اتفاق نظر داشتند، ضمن آنکه کیفیت و تنوع این محصول مورد تأیید آنها نبوده و از خرید آن ناراضی بوده‌اند. اما در بین این ناراضیان، برخی عملاً، به وضع موجود معترض بوده و از آن شاکمی شده‌اند که این اظهار نارضایتی، تنها بطور مستقیم، نسبت به فروشنده بوده است: "خیلی از چیزهایی که مثل پوشاک قیمتش بیشتر شده

مخصوصاً نزدیک عید. اعتراض کردیم، اما فروشنده می‌گوید، آیام عید است و اجناس گران می‌شود. اعتراض هم فایده‌ای نداشته است."

اما برخی مصاحبه شوندگان، با اینکه از قیمت و کیفیت اجناس، در بازار خرید شهر، رضایت نداشتند و به گفته خودشان در این شرایط، خرید آنها بالاجبار بوده و جایگزینی برای آن نداشتند. هیچ اعتراضی به صورت علنی از سمت آنها صورت نگرفته است، صرفاً این حس نارضایتی را با خود به دوش کشیده‌اند و در نهایت، خرید صورت گرفته است: "به نظر من یزد یکی از گران‌ترین شهرهای ایران است، شما گران‌ترین میوه‌ها را در شهر یزد می‌خرید. پوشاکش از همه جای ایران گران‌تر است. نمی‌دانم همه‌ی مایحتاج زندگی‌تان گران است. شما هر جا نگاه کنید از همه جا گرانتر است، اما به ناچار، تمام خریدم از اینجا است و اعتراضی نکردم تا حالا نشده."

برخی از افراد جامعه‌ی هدف نیز زمانی که خود را در شرایط نامساعد خرید، می‌پنداشتند و یا اینکه نتیجه‌ی اعتراض خود را بی‌حاصل می‌دیدند، تصمیم گرفتند، مکان خرید را جایگزین کنند و از شهرهای دیگر اجناس خود (بالاخص پوشاک) را خریداری می‌کردند: "قیمت‌ها خیلی بالا است و کالا و جنس‌ها خیلی بد و کیفیت پایین. من به ندرت از یزد خرید می‌کنم و خرید عمده‌ی من از تهران است. به فروشنده‌ها اعتراض کرده‌ام و واکنش نشان داده‌ام اما فایده‌ای نداشته است."

واکنش به حقوق معوقه

در نهایت جویای آن شدیم که اگر افراد در شرایطی قرار گیرند که تأخیری در دریافت حقوق رخ دهد چه عکس‌العملی نشان خواهند داد. از این رو، چهار مقوله‌ی دسته دوم با نام-های "تفاهم دو سویه"، "مسکوت گذاشتن"، "چانه زنی" و "واگذاشتن" شکل گرفت که باید گفت در نهایت از مجموع این چهار مقوله نیز، مقوله‌ی هسته‌ی «واکنش به حقوق معوقه» ساخته شد.

بعضی از این افراد محیط و شرایط کاری را در یک فضای دوستانه توصیف کرده و معتقد بودند مبتنی بر رابطه دوستانه رعایت شرایط یکدیگر ضروری است و اعتراض و شکایتی نباید صورت گیرد: "مساعد می‌گیرم اما اعتراض نمی‌کنم. به نوعی رفیق هستیم، با هم کنار می‌آییم، ما به هم، در موارد مختلف کمک کرده‌ایم."

برخی از این شرکت‌کنندگان، اذعان داشتند در چنین شرایطی هیچ واکنشی را نشان نداده و معترض نخواهند شد، به نوعی آنها در انتظار دریافت حقوق هیچ اعتراضی نمی‌کنند: "من

واگرایی منافع و ناکارآمدی فردی: برساخت فرسایش اجتماعی در مراودات اقتصادی زندگی روزمره جوانان یزد

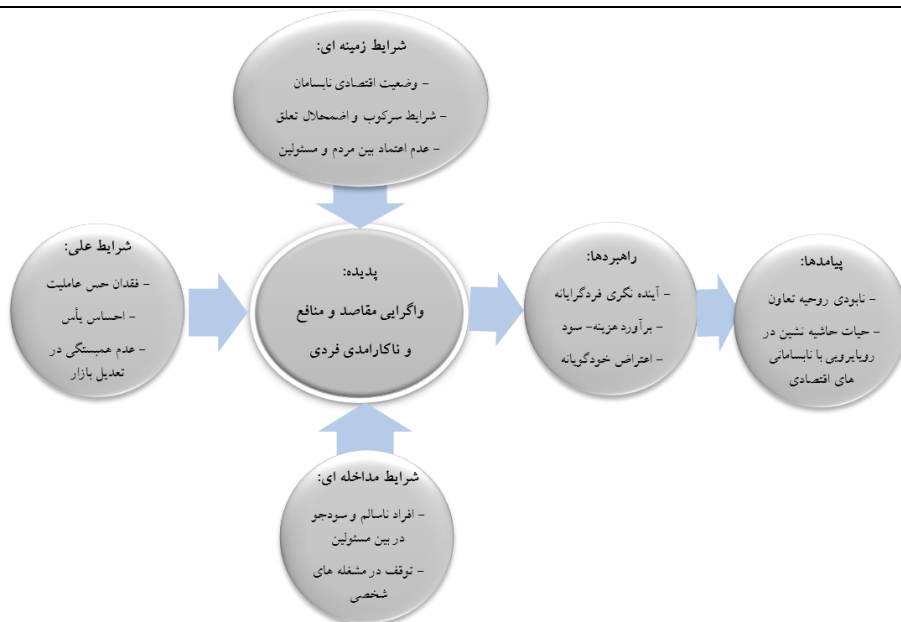
کار خاصی انجام نمی‌دهم تا به حال هم همیشه سر موقع پرداخت نشده است. چیزی نگفتم، تا پرداخت کردند."

برخی نیز ترس از دست دادن شغل، آنها را به سکوت و انفعال در چنین شرایطی می‌کشاند: "من در کارخانه کار می‌کنم و اگر حقوق‌ها را به موقع ندهند، کاری نمی‌توانم بکنم و نمی‌توانم حرفی بزنم؛ زیرا همین هم می‌گویند از فردا اگر نمی‌خواهی نیا، آن وقت بیمه آدم هم قطع می‌شود."

در این میان نیز بودند کسانی که معتقد بودند برای دریافت حق خود در حد امکان باید مطالبه‌گری کرد و معترض شد: "قاعدتاً پرس و جو می‌کنم پیگیر می‌شوم که کی قرار است، حقوق بدهند، چرا دارد دیر می‌شود؟... ولی وقتی بودجه‌ای نباشد، دیگر از دستم کاری بر نمی‌آید."

مدل پارادایمی تعاملات اقتصادی در زندگی روزمره

مدل پارادایمی حاضر برگرفته از پنج مبحث مرتبط با کنش‌های شرکت کنندگان در یک فضای اقتصادی در بستر اجتماعی مربوطه (شهریزد) است. همانطور که اشاره شد پدیده‌ی خلق شده در مدل مربوطه از تجمیع ۵ مبحث ذکر شده در بالا، رسم گردیده است.



شکل ۱. مدل پارادایمی تعاملات اقتصادی در زندگی روزمره

شرایط علی

دلایلی ایجاب کننده‌ی پدیده‌ی "واگرایی مقاصد و منافع و ناکارآمدی فردی" در مسائل اقتصادی و ارزیابی و رویارویی با آن، در بین شرکت کنندگان بوده است که عبارتند از: ۱- فقدان حس عاملیت ۲- احساس یأس ۳- عدم همبستگی در تعدیل بازار. در توضیح باید گفت، کلیه‌ی شرکت کنندگان، فضای اقتصادی را نابسامان و نامساعد می‌دانستند، اما اکثریت خود را فاقد توان و فاعلیت در راستای بهبود شرایط ارزیابی کردند و معتقد بودند در چنین شرایطی فقط دولت و ساختار رسمی می‌تواند اقدام مؤثری انجام دهد. علت دیگری که زمینه‌ی شکل‌گیری پدیده‌ی پارادایم مربوطه را ایجاد کرد، احساس یأس و ناامیدی در بین اکثر مشارکت‌کنندگان بوده است. به زعم بیشتر مشارکت‌کنندگان بی‌تفاوتی و عدم فعالیت آنها از این جهت است که اعتراض خود را نادیده و تلاش خود را بی‌ثمر دانسته‌اند، آنگونه که به گفته‌ی برخی از آنها، کار از مداخله‌های فردی گذشته و وضعیت بحرانی‌تر از آن است که افراد بتوانند قدمی در ترمیم آن بردارند، ضمن آنکه افراد جامعه هیچ قدرتی چه به لحاظ اعتراض‌گونه و شورشی و چه به لحاظ عملی و کارکردی در خود احساس نکرده و امر مقبول را در این می‌پندارند که در جایگاه یک فرد مداخله‌ای نداشته باشند. چرا که شرایط را وخیم‌تر از آن می‌دیدند که به زعم خود با کنش‌های محدود فردی بهبودی حاصل گردد. از این

رو کاملاً مشهود است که این احساس یأس و فقدان حس عاملیت چگونه در هم تنیده و متأثر از هم رفتار انفعال‌گونه را شکل می‌دهد. در نهایت آخرین علتی که پدیده‌ی مربوطه را خلق کرد؛ عدم همبستگی در تعدیل بازار بود. قریب به اتفاق، مشارکت‌کنندگان در عرصه‌ی اقتصادی و مناسبات درون این حوزه در جایگاه شخصی و به شکل فردی عمل کرده و منفک از اندیشه‌ی تعاونی و بهره‌وری بلندمدت و با دوام، محاسبات خود را بر پایه‌ی تعجیل سود و بهره‌ی شخصی قرار داده و به یکه‌تازی در این عرصه ممارست دارند، که البته باید گفت همین امر نیز به نوبه‌ی خود کارآمدی آنان را در عرصه‌ی اقتصاد، تحت‌الشعاع قرار داده است.

شرایط زمینه‌ای

مورد دیگر فضایی است که زمینه‌ها و بستر پدیده‌ی مربوطه را شکل داده و شرایط احیای آن را ایجاد ساخته است، که عبارتند از: ۱- وضعیت اقتصادی نابسامان ۲- شرایط سرکوب و اضمحلال تعلق ۳- عدم اعتماد بین مردم و مسئولین.

در خصوص گزینه‌ی اول باید گفت در یک اقتصاد نابسامان که مناسبات بازار در آن روشن و شفاف نیست، فعالیت اقتصادی و حتی روابط و تعامل مرتبط با این حوزه، نامنجم و بیمارگونه شکل می‌گیرد، به گونه‌ای که به گفته‌ی برخی از شرکت‌کنندگان عملکرد نادرست خود مردم در زمینه‌های قاچاق کالا، آسیب‌رسانی به اموال عمومی و بالطبع ضربه وارد کردن بر منابع مصروفه، عدم توجه و اهتمام به مصرف کالای داخلی و... علاوه بر اینکه موجب مخدوش ساختن فضای اقتصادی جامعه می‌شود، خود نیز از آن متأثر بوده و به نابسامانی بیشتر دامن می‌زند. مورد دیگر که پدیده‌ی پارادایم در بستر آن شکل گرفته است، شرایط سرکوب و اضمحلال تعلق است، بدین معنی که به اعتراف برخی شرکت‌کنندگان زمانی که احساس می‌شود کاری از دست افراد بر نمی‌آید و مردم با عملکردشان و حتی با اعتراض و هشدارشان تغییری به سمت جریان مثبت مشاهده نمی‌کنند، احساس ضعف و فقدان کارایی بر آنها چیره شده و در چنین فضایی روحیه‌ی دل‌بستگی و احساس تعلق در آنها کمرنگ می‌شود. در واقع می‌توان گفت در چنین شرایطی حس تعاون در بین مردم، رخت بر بسته و ضعف عاطفی بر حس همدلی غلبه می‌یابد. به گونه‌ای که در شرایط بحرانی و در کمبود یا فقدان کالای اساسی چشم‌پوشی و اغماض نیاز، برای کلیت افراد، خواسته و انتظاری نابجا محسوب شده و افرادی انگشت شمار، قادر به همدلی بوده و از روال همیشگی خود فاصله گرفته است و با ادراکی درست از شرایط، عملکرد خود را انطباق می‌دهند. دیگر موردی که می‌تواند زمینه‌ساز پدیده‌ی حاصله باشد، عدم اعتماد بین مردم و مسئولین است. در بین مباحث طرح شده مواردی شنیده می‌شد که حاکی از فقدان اعتماد در رابطه‌ی مردم با هم و نیز مردم با مسئولین بوده است؛ به

عنوان مثال، در بحث الگوی خرید، اکثریت افراد به دلیل عدم اعتماد به فروشنده‌ی داخلی و نامرغوبی جنس مربوطه، حاضر به خرید محصول نیستند و در امر خریداری احتیاط می‌کنند. در اینجا باید گفت به نوعی اگر از خریدار انتظار می‌رود که کالای داخلی را ملاحظه و حمایت کند؛ از تولیدکننده نیز این توقع است که اعتماد خریدار را جلب کرده و احساس زیان خریدار را از بین ببرد، که شاید بتوان گفت برای تولیدکنندگان داخلی تلاش برای رسیدن به این مرحله آنچنان دغدغه برانگیز نیست.

مسئله دیگر، در مواجهه با نرخ‌ها، بسیاری از شرکت کنندگان از شرایط موجود ناراضی بوده و گمان بر آن بود که رعایت انصاف از سوی فروشندگان و در کُل، بازار فروش صورت نمی‌گیرد. همچنین عدم اعتماد مردم به مسئولین خود که از فقدان تلاش برای بهبود وضعیت گرفته تا ناکارآمدی و بی‌تعهدی آنها و حتی به زعم برخی شرکت کنندگان دخیل بودن برخی از آنها در زیانهای اقتصادی و تحت فشار قرار دادن مردم، همگی بی‌اعتمادی نسبت به مسئولین را در مساعد ساختن فضای اقتصادی ایجاد کرده است. از این رو تمامی این موارد شرایطی است که می‌توانست زمینه‌ساز و هموارکننده پدیده‌ی پارادایم مربوطه گردد.

شرایط مداخله‌ای

مواردی نیز در تسریع ایجاد پدیده‌ی پارادایم دخیل بوده‌اند: ۱- ازدیاد افراد ناسالم و سودجو در بین مسئولین ۲- توقف در مشغله‌های شخصی. می‌توان گفت این دو مورد هر کدام به گونه‌ای در بر ساخته شدن پدیده‌ی پارادایم نقش داشته‌اند.

در خصوص مورد اول باید گفت برخی شرکت کنندگان، اعتقاد داشتند افراد منفعت طلب و سودجو فضای اقتصاد کشور را آلوده ساخته و در چنین شرایطی تلاش جهت بهبود وضعیت به دست افراد نوعی (خارج از قدرت سازمانی) کاری عبث و بیهوده است. به گفته‌ی آنها کشور به لحاظ منابع، غنی و ثروتمند بوده و با مدیریت صحیح به راحتی می‌توان امکانات مناسب و شایسته‌ای را ایجاد کرد، اما به جهت سوء استفاده‌های مالی بسیاری از مسئولین، مشکلات در عرصه‌ی اقتصاد نه تنها درمان نمی‌شود بلکه روندی رو به افزایش خواهد داشت. نتیجه اینکه در چنین شرایطی هر عملکرد مثبتی از سوی مردم بی‌تأثیر و بی‌ثمر خواهد بود.

مسئله‌ی دیگری که در شکل‌گیری پدیده‌ی پارادایم مربوطه، نقش مداخله‌گری را ایفا کرده است. مشکلات و مسائل شخصی است که در هر جامعه‌ای، افراد در زندگی روزمره‌ی خود دچار آن می‌شوند، حال به چه اندازه این مسائل شخصی تعهدات اجتماعی و روابط متقابل را در عرصه‌ی اجتماع تحت‌الشعاع قرار دهد، در هر جامعه‌ای می‌تواند متفاوت باشد. شاید بتوان گفت تعدد و تکرار مشکلات افراد در یک جامعه می‌تواند آنچنان افراد را به خود مشغول سازد که

تأثیری سوء در همبستگی اجتماعی ایجاد کند، به گونه‌ای که هم‌افزایی مشکلات متعدد در بین آحاد جامعه، آنها را در مسائل و مشکلات خود متوقف سازد. در این خصوص برخی از مشارکت‌کنندگان اذعان داشتند که مشکلات فردی و مخصوصاً فشارهای اقتصادی چنان افراد را درگیر زندگی شخصی کرده است که تمامی دغدغه‌ی افراد به گفته‌ی خودشان؛ تهیه‌ی نان شب و تلاش برای مرتفع ساختن حداقل معیشت است. هر چند می‌توان گفت مشارکت عمومی در بحران‌های اجتماعی ریشه در آموزه‌های فرهنگی در هر جامعه نیز دارد. از این جهت که فرهنگ و متولیان آن در یک جامعه چگونه و به چه میزان همبستگی اجتماعی را ترویج داده و در اشاعه‌ی آن کوشیده است، آنطور که مفاهیم آن در مردم جامعه نهادینه شده باشد.

راهبردها

در فضای پدیده‌ی خلق شده و در ارتباط با شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر مشارکت‌کنندگان راهبردهایی از این قرار ارائه داده‌اند: ۱- آینده‌نگری فردگرایانه ۲- برآورد هزینه- سود ۳- اعتراض خودگویانه.

در خصوص آینده‌نگری فردگرایانه می‌توان گفت غالب شرکت‌کنندگان بیش از آنچه در اندیشه‌ی همکاری و تعامل باشند و پیشرفت خود را در گرو پیشرفت دیگری به صورت زنجیروار متصور شوند؛ در یک انزوای نسبی عملی، قرار داشتند و در فکر ساماندهی وضعیت فردی بوده‌اند، اما باید گفت تقریباً این راهبردها نه از سر رقابت خصمانه و یا حتی آگاهانه در تعاملات و تبادلات اقتصادی خود بوده، بلکه بیشتر از سر ناآگاهی و ناآشنایی با زمینه‌های همبستگی و حتی فقدان تعریف آن در فضای ذهنی و خلاء ذهنیت نسبت به یک فضای همدلی بوده است؛ به گونه‌ای که برخی از شرکت‌کنندگان، آینده‌نگری و تأمین نیاز فردی، برای حال و آتی و تلاش برای کسب آن را هر چند در شرایط بحرانی و کمبود، امری طبیعی قلمداد می‌کردند و همبستگی و مشارکت جهت تعدیل شرایط برای آنها به روشنی ملموس و قابل درک نبوده است.

مورد دیگر از راهبردهای مصاحبه‌شوندگان برآورد هزینه- سود بوده است که این راهبرد نیز همچون راهبرد قبلی در ذهن برخی از شرکت‌کنندگان مبنای عمل فردی محسوب می‌شده است. بر این اساس که در رابطه‌های اجتماعی در مرحله اول سود و زیان شخصی، در تعریف تعاملات به ذهن متبادر می‌شود، بالاخص در تبادلات اقتصادی چنین نگاهی کاملاً می‌تواند فراگیر باشد. در این تحقیق در بین شرکت‌کنندگان به خصوص در رابطه با الگوی خرید، تخمین سود و زیان بسیار پررنگ بوده است آنگونه که منفعت از معامله‌ی شخصی صد درصد بدیهی بوده و تقریباً تمامی مشارکت‌کنندگان هیچ تعریفی از تغافل و صبر در برابر

نقایص نسبی کالاها جهت همیاری و حمایت از تولیدکننده داخلی ندارند و تنها بهره و سود مادی و نهایتاً ذوق و سلیقه‌ی شخصی خود را جهت خرید و انتخاب مورد ارزیابی قرار می‌دهند. در نهایت آخرین راهبردی که شرکت کنندگان تحقیق در ارتباط با پدیده‌ی مربوطه اتخاذ کرده‌اند؛ اعتراض خودگویانه است. بدین معنی که برخی از کنشگران در فضاهای اجتماعی و در عرصه‌ی کنش‌های متنوع در شرایطی نامساعد قرار می‌گیرند، اما علیرغم آزرده‌گی و تشویش خاطر جهت واقع‌شدن در شرایط ناخوشایند هیچ واکنش اعتراض‌گونه‌ای نداشته و تنها به غرولند و خودخوری درونی پناه می‌برند. در این مطالعه بین برخی از شرکت کنندگان در ارتباط با نارضایتی در مورد نرخ اجناس و یا در مورد تعویق حقوق، این واکنش و یا به نوعی این خصیصه بسیار دیده می‌شد که در نهایت به مسکوت ماندن در مقابل شرایط پیش رو ظاهر می‌گردید.

پیامدها

پیامدهای مبحث، که در ارتباط با شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر و متأثر از راهبردهای کنشگران در برابر پدیده‌ی مرکزی است، دو مورد بوده است: ۱- نابودی روحیه تعاون ۲- حیات حاشیه نشین در رویارویی با نابسامانی‌های اقتصادی.

در خصوص مورد اول باید گفت روحیه‌ی تعاون و همکاری در گرو آشنایی و شناخت از اهداف و مقاصد مشترک است که افراد و گروه‌های اجتماعی در عرصه‌های مشترک حول یک موضوع می‌توانند داشته باشند. زمانی که جامعه بلندگویی جهت معرفی، شناساندن و پیوند دادن مسیرهای چندگانه نداشته باشد و زبان مشترکی بین کنشگران با هم و همچنین کنشگران با ساختار ایجاد نشود، همه در عرصه‌ها و میدان‌ها مشترک؛ اما در بیگانگی از هم یکه‌تازی و تکروری داشته و نه تنها روح جمعی و قوای گروهی شکل نمی‌گیرد بلکه تمامی این پتانسیل در اهداف خرد و کوتاه مدت فردی، مضمحل شده و هدر خواهد رفت. در پژوهش حاضر، آنچه از صحبت‌های شرکت کنندگان نمایان است، حلقه‌ی مفقوده‌ی پیوند میان اهداف مشابه و مسیرهای متکثر است. از این رو که به عنوان مثال، در عرصه‌ی اقتصاد و رویارویی با مسائل آن، وحدت و هماهنگی لازم بین غالب کنشگران جامعه‌ی هدف، نبوده و افراد، یا در انتظار بهبود شرایط از سمت ساختار و یا منتظر حرکتی از سمت دیگر کنشگران و یا در نهایت واکنشی منفک از منافع عمومی و بازخوردهای جمعی بوده‌اند. این فضا در ارتباط با الگوی خرید، حقوق معوقه، برخورد با قیمت اجناس و ... به چشم می‌خورد.

مورد بعد که کاملاً می‌تواند در ارتباط چرخشی با مورد اول باشد، شکل‌گیری زندگی و زیست حاشیه‌نشینی و عدم تقابل با نابسامانی‌های اقتصادی است. شاید بتوان گفت تصور بر

عملکرد و اقدام فردی و ترس از مواجه شدن با فراز و نشیب پیش‌رو و پنداشت عدم نتیجه و بی‌حاصلی تلاش، می‌تواند از پیش، احساس یأس و سرخوردگی و در نهایت، سستی و انفعال را برای کنشگر به همراه آورد. همانطور که در پژوهش حاضر برخی از کنشگران مورد بحث، اذعان داشتند که مشغله‌های شخصی مانع از توجه جمعی و هماهنگی‌های گروهی می‌شود، علاوه بر آن معتقد بودند، تک‌تک افرا به تنهایی کاری از پیش نمی‌برند و قادر به تغییر شرایط نخواهند بود. از این رو آنها در صحبت‌های خود چه در فضای ذهنی و چه در عرصه‌ی عمل، تعریف و اقدامی را برای عرضه در بحران‌ها و نابسامانی‌هایی که معترف و شاکی از آن بودند، نداشتند. بنابراین، باید گفت در چنین بستری حاشیه‌نشینی و انزوای اجتماعی امری طبیعی و بازخورد انباشتی عملکردهای انفعال‌گونه‌ی کنشگران اجتماعی است که به گونه‌ای چرخشی به تزايد می‌رود.

۵. بحث و نتیجه‌گیری

همان طور که در مدل پارادایمی قابل مشاهده است، مباحث شرکت کنندگان در زمینه‌ی تعاملات اقتصادی، منجر به شکل‌گیری پدیده‌ای تحت عنوان "واگرایی مقاصد و منافع و ناکارآمدی فردی" بوده است. این عنوان از طرفی بیان‌کننده‌ی نوعی شکاف و اختلاف بین اهداف و تمنیات مادی اعضای جامعه و خودمحوری هر یک از آنها در این عرصه و از جانب دیگر ناتوانی و ناکارآمدی هریک از افراد در پیشبرد امیال اقتصادی فردی را برملا می‌سازد. در واقع ترسیم‌کننده‌ی فضایی است که از طرفی افراد جامعه اتحاد و همبستگی لازم در رفع موانع اقتصادی و مساعی جهت بهبود آن را نداشته و از طرف دیگر خود به تنهایی بر مشکلات و موانع پیش‌رو در عرصه‌ی اقتصادی فایق نیامده و پیشرفت قابل توجهی کسب نکرده‌اند.

به طور کل در میان مصاحبه‌شوندگان، بر نابسامانی اوضاع مالی جامعه و شرایط بحرانی اقتصاد اتفاق نظر بوده است. اما نه تنها هیچ اقدام مشترک و یا حتی اندیشه‌ی چنین اقدامی در اذهان این افراد شکل نگرفته بلکه نگرش‌های غالب فردگرایانه‌ی این افراد، آنان را در شرایط بحرانی به سمت نفع شخصی و غفلت از دیگری سوق داده است. اما اگر جانب انصاف رعایت شود و جوانب امر در نظر آید باید خاطر نشان ساخت افراد جامعه‌ی مربوطه، هیچ باوری به عاملیت خود در فضای اقتصادی نداشته و هیچ تعریفی از ایفای نقش نه تنها در راستای بهبود وضعیت کلی اقتصاد، بلکه در شرایط بحران اقتصادی نیز نداشته‌اند. همانطور که ساعی (۱۳۹۵) نشان می‌دهد متغیر احساس بی‌قدرتی بیشترین تأثیر را بر متغیر بی‌تفاوتی اجتماعی داشته است. این افراد نیز در خود هیچ قدرت تأثیرگذاری جهت رونق اقتصادی جامعه احساس

نکرده‌اند، ضمن آنکه در شرایط نابسامان اقتصادی سرکوب و اضمحلال فضای کاری را برای مقاومت مایوس‌کننده می‌دانستند. به نوعی به دلیل احاطه‌ی ساختار و فقدان حس عاملیت، این افراد خود را فاقد اهرم قدرت پنداشته و حیات حاشیه‌نشین را در فضای اقتصادی کلان، اتخاذ کرده بودند. نتایج به دست آمده نیز با تحقیقات بریزی (۱۳۹۶) و هدایت و همکاران (۱۳۹۴) همسو است که نشان داده‌اند، مؤلفه‌های بیگانگی اجتماعی که یکی از آنها بی‌قدرتی است، با بی‌تفاوتی اجتماعی رابطه مثبت و مستقیمی دارد.

از طرفی، این نتیجه همسو با نتایج مجیدی (۱۳۹۱) و فولادیان (۱۳۹۴) است که نشان داده‌اند بین بیگانگی اجتماعی و بی‌تفاوتی اجتماعی رابطه وجود دارد. در این فضای اقتصادی نوعی بی‌اعتمادی نسبت به مدیران و مسئولین و ناامیدی از بهبود شرایط، افراد را نسبت به جامعه‌ی کل بیگانه ساخته‌اند که به شکل خودخواهانه به آینده‌نگری فردگرایانه‌ی منفی در برآورد هزینه و سود صرفاً شخصی، کشانده است. از این منظر باید گفت بر اساس رویکرد رفتاری، دگرخواهی صرفاً به عقاید واقعی ارائه‌کنندگان کمک می‌کند. از این منظر، کنش خیرخواهانه بر اساس پیامدهایش سنجیده می‌شود. اگر نتایج بتواند تا حدی نیازهای دیگران را برآورده کند یا به آنها کمک کند تا چیزهایی دیگر را به دست آورند، این به عنوان دگرخواهی انسان‌گرایانه تلقی می‌شود (چن و زونگ، ۱۹۹۹: ۱۱).

در شرایط بحران اقتصادی که لازمه‌ی آن روحیه‌ی همدلی و تعاون است، یکه‌تازی و ناهماهنگی افراد مانع از تعدیل بازار و سکون اقتصاد خواهد شد، که البته با توجه به مباحث شرکت‌کنندگان با اطمینان می‌توان گفت این نوع برخوردهای یکه‌تازانه نه تماماً از سر سوداگری و سودجویی‌های شخصی، که هشداری است از ضعف دانش عاطفی و فقدان ذهنیت همدلانه و حمایت‌گرایانه‌ی اعضای شرکت‌کننده است. به دیگر سخن شاید بتوان گفت چنین مفاهیم یاری‌گرایانه در ذهن افراد جامعه‌ی هدف (و به نوعی جامعه کل)، نقش نبسته و آشنایی مناسبی از طریق آموزش و یادگیری و رسیدن به مرحله‌ی نهادینه‌سازی صورت نگرفته است، تا تجلیات این مفاهیم در اندیشه و عمل اعضای اجتماع متبلور شده و در روح جامعه جاری گردد. آنگونه که افراد به صورت خودجوش و داوطلبانه یاری‌گر هم باشند. همچنان که نبوی و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیق خود نیز نشان داده‌اند، تأثیرگذارترین عوامل بر بی‌تفاوتی اجتماعی شهروندان دزفولی، عدم احساس همدلی بوده است. مبتنی بر تئوری‌های یاری‌رسانی و کنش‌های دگرخواهانه این‌گونه استدلال می‌شود که به هر اندازه روابط همیاری و امداد‌رسانی داوطلبانه در زمینه‌های مادی (کمک اقتصادی)، عاطفی (همدردی)، معرفتی (راهنمایی و مشاوره در زمینه آموزه‌های اجتماعی و مذهبی) و منزلتی (اعاده‌ی عزت نفس انسانی) بالا باشد به همان میزان، نابرابری اجتماعی، عزلت‌گزینی، بی‌تفاوتی و سایر اختلالات اجتماعی کاهش

واگرایی منافع و ناکارآمدی فردی: برساخت فرسایش اجتماعی در مراودات اقتصادی زندگی روزمره جوانان یزد

می‌یابد (چلبی، ۱۳۷۵). به دیگر سخن نه تنها چنین مفاهیم همدلانه‌ای در مبادلات این افراد تعریف نشده بلکه در بین اذهان مناسبات اقتصادی، افراد سود و زیان شخصی شکل گرفته است و عملکرد آنها مبتنی بر تعاریف ذهنی چنین مفاهیمی است. از این رو مبتنی بر رویکرد مفهومی ارائه شده که پژوهش حول آن در گردش است، برساخت‌گرایی اجتماعی به ما فقط "شناخت" نسبت به مسائل اجتماعی نمی‌آموزد بلکه می‌گوید: از طریق این شناخت است که ما جهان خود را می‌سازیم. «دیدگاه‌های سازه‌گرایانه، ما را به اندیشیدن در این باره برمی‌انگیزد که چطور جهان مادی پیرامون ما توسط انسان‌ها شکل و معنا یافته است. نکته اصلی اینجاست که انسانها صرفاً شرایط مشکل‌زا را "نمی‌بایند." ما آن شرایط را می‌سازیم. دیدگاه‌های سازه‌گرایانه، همچنین ما را بر یادآوری این نکته ترغیب می‌سازد که معانی و ویژگی‌های جهان ما پیامد فعالیت عملی انسان هستند

در نهایت با توجه به نتایج به دست آمده و همچنین شرایط اجتماعی کل و با توجه به نگرش‌ها و عملکردهای افراد در برساخت وقایع اجتماعی، جهت برون رفت از شرایط نامساعد اقتصادی و تعاملات و مراودات نادرست می‌توان اقداماتی را همچون؛ آگاه‌سازی مردم در زمان کاهش کالای اولیه جهت ممانعت از هجوم به بازار و برهم زدن تعادل آن و فرهنگ‌سازی حس همدلانه در مواقع اشاره شده، حمایت مادی از کالاهای داخلی در راستای ارتقای کیفیت جهت اعتمادسازی و همچنین حمایت فرهنگی و تبلیغاتی برای آن، اعمال نظارت بر قیمت‌ها (بالاخص قیمت پوشاک) در سطح شهر، تلاش جهت عدم تعویق حقوق کارگران بخش دولتی و نیز قانون حمایتی مربوطه، برای کارگران بخش خصوصی و اقداماتی از این دست جهت بهبود روابط و مناسبات خرد اقتصادی در زندگی روزمره‌ی جامعه‌ی مورد مطالعه صورت داد. همچنین با توجه به اهمیت موضوع انجام پژوهش‌های مشابه در سایر شهرها و سایر استان‌ها و همچنین مطالعه در مورد زمینه‌های شکل‌گیری بی‌تفاوتی اجتماعی برای مطالعات آتی نیز پیشنهاد می‌شود.

منابع

- احمدی، یعقوب و مجیدی، امیر (۱۳۹۳). "مولفه‌های اجتماعی- فرهنگی و بی‌اعتنایی اجتماعی". مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران. دوره دوم. شماره ۳: ۱۵-۳۲.
- بریزی، عقیل (۱۳۹۶). "تبیین جامعه‌شناختی بی‌تفاوتی اجتماعی شهروندان زرین دشت فارس". پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تربیت معلم. دانشکده علوم انسانی.
- چلبی، مسعود (۱۳۷۵). "جامعه‌شناسی نظم: تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی". تهران: نشر نی.
- حقیقی، هانیه (۱۳۹۳). "سندرم بی‌تفاوتی اجتماعی". روزنامه آرمان امروز. شماره ۲۵۷۹: ۵.

- خالقی، نرگس و چناری، مهین (۱۳۹۴). "رابطه هوش اخلاقی و نوع دوستی". فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری. سال دهم. شماره ۴: ۵۵-۶۵.
- دفتر طرح‌های ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۹۵). "یافته‌های پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان". موج سوم (۱۳۹۴). تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- ساعی، ایرج و بهاری، هادی (۱۳۹۵). "بررسی عوامل موثر اقتصادی - اجتماعی بر بی‌تفاوتی اجتماعی دانشجویان (مورد مطالعه دانشجویان شهر اردبیل)". فصلنامه علوم رفتاری. شماره ۱۵: ۹۸-۱۱۲.
- ظهیری‌نیا، مصطفی؛ گلابی، فاطمه و هدایت، رحیم (۱۳۹۴). "شناسایی عوامل مؤثر بی‌تفاوتی اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه محقق اردبیلی". مطالعات علوم اجتماعی ایران. سال دوازدهم. شماره ۴۵: ۸۶-۱۲۱.
- فولادیان، احمد (۱۳۹۴). "بررسی رابطه بین میزان بیگانگی اجتماعی و میزان بی‌تفاوتی اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد". فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی جوانان. سال پنجم. شماره ۱۷: ۱۲۵-۱۴۴.
- قاضی‌زاده، هورامان و کیانپور، مسعود (۱۳۹۴). "بررسی میزان بی‌تفاوتی اجتماعی در بین دانشجویان (مورد مطالعه: دانشگاه اصفهان)". پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی. سال چهارم. شماره پیاپی ۹: ۵۹-۷۸.
- کافی، علیرضا (۱۳۹۴). "بررسی بی‌اعتنایی و نوع‌دوستی در جامعه شهری ایران و عوامل مؤثر بر آن". روزنامه صبح ایران خراسان. ۲۹ اردیبهشت. شماره ۱۸۹۷۴.
- کرایب، یان (۱۳۸۴). "نظریه اجتماعی کلاسیک: مقدمه‌ای بر اندیشه مارکس، وبر، دورکیم، زیمل". ترجمه‌ی شهناز مسمی پرست. تهران: نشر آگاه.
- کلانتری، صمد؛ ادیبی، مهدی؛ ربانی، رسول؛ و سیروس احمدی (۱۳۹۱). "بررسی بی‌تفاوتی و نوع‌دوستی در جامعه شهری ایران و عوامل مؤثر بر آن". دو ماهنامه دانشگاه شاهد. سال چهاردهم. شماره ۲۲: ۱۳-۲۹.
- لوزیک؛ دانیلین (۱۳۸۳). "نگرشی نو در تحلیل مسائل اجتماعی". ترجمه سعید معیدفر. تهران: انتشارات امیر کبیر.
- مجیدی، الهام (۱۳۹۱). "بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مرتبط با بی‌تفاوتی اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه کردستان و دانشگاه پیام نور مرکز سنندج". پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه پیام نور استان تهران. دانشکده علوم اجتماعی و اقتصاد.
- محسنی‌تبریزی، علیرضا و صداقتی‌فرد، مجتبی (۱۳۹۰). "پژوهشی درباره بی‌تفاوتی اجتماعی در ایران (مورد پژوهش: شهروندان تهرانی)". جامعه‌شناسی کاربردی. شماره ۳: ۱-۲۲.
- نبوی، عبدالحسین؛ نواح، عبدالرضا و امیرشیرزاد، نرگس (۱۳۹۳). "بررسی عوامل مؤثر بر بی‌تفاوتی اجتماعی (مورد مطالعه: شهروندان ۱۸ سال به بالای شهر دزفول)". مجله جامعه‌شناسی ایران. دوره-۳ شماره ۳: ۱۳۲-۱۶۱.

واگرایی منافع و ناکارآمدی فردی: برساخت فرسایش اجتماعی در مراودات اقتصادی زندگی روزمره جوانان یزد

نوابخش، مهرداد و میرزاپوری، جابر (۱۳۹۴). "تحلیل جامعه شناختی تأثیر بی‌هنجاری بر بی‌تفاوتی اجتماعی (مورد مطالعه: شهروندان شهر بابل)". مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران. سال هفتم. شماره ۳: ۵۴-۶۶.

هدایت، رحیم؛ گلابی، فاطمه و فلاحی، احمد (۱۳۹۴). "بررسی رابطه بیگانگی اجتماعی با بی‌تفاوتی اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه محقق اردبیلی". اولین همایش بین‌المللی نوآوری و تحقیق در هنر و علوم انسانی.

- Chen, J. & Zhong, Y (1999), "Mass Political Interest (Or Apathy) in Urban China". *Communist and Post- Communist Studies*, 32 (3): 281-303.
- Dean, R. (2014), "Beyond Radicalism and Resignation: The Competing Logics for Public Participation in Policy Decisions". J, Centre for Analysis of Social Exclusion December 2014. London School of Economics .
- Hemant, C., Sashittal, A., Avan, R., Jassawalla, S. Peter, M (2016), "Students' Perspective into the Apathy and Social Disconnectedness They Feel in Undergraduate Business Classrooms". *Journal of Innovative Education*, 3: 15-38.
- Laursen, B. and Hart, A. C. (2013), "Understanding loneliness during adolescence: Developmental Changes that Increase the Risk of Perceived Social Isolation". *Journal of Adolescence*, 36 (5): 1261-1268
- Manning, N. (2014), "The Relational Self and the Political Engagements of Young Adults". *Journal of Sociology* December, 50: 486-500.
- Mercy, F. (2015), "Voter Apathy and Voter Turnout in the 2015 General Elections: The Benue State Experience". Department of Political Science, Benue State University.
- Mesch G S. (2005), "The internet and Relationship. A study on Israel". Available at: <http://www.soc.haif.ac>.
- Nnenna, A. I. (2014), "Political Parties, Political Apathy and Democracy in Nigeria": Contending Issues and the Way Forward. *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, 4 (3): 2-10.
- Richman, B., Nathan, C., DeWall, b. and Michelle N. (2015), "Personality and Individual Differences, Avoiding Affection, avoiding altruism: Why is Avoidant Attachment Related to Less helping?" *Journal Personality and Individual Differences*, 76: 193-197.
- Sashittal, H. (2012), "Jassawalla and Peter Markulis, Students' Perspective into the Apathy and Social Disconnectedness They Feel in Undergraduate Business Classrooms Decision Sciences", *Journal of Innovative Education*, 10 (3): 413-446.

- Stiphon, B., Richman, N. & Nathan, D. (2016), "Avoiding Affection, Avoiding Altruism: Why is Avoidant Attachment Related to Less Helping?" *Personality and Individual Differences*, 76: 193–197.
- Zavaleta, D., and Samuel, k., and Mills. CH. (2014), "Social Isolation: A Conceptual and Measurement Proposal". *Journal University of Oxford*.