



## تبیین نگرش مردم ایران نسبت به بخش تعاون و شرکت های تعاونی

پدیدآورنده (ها) : نیازی، محسن؛ گنجی، محمد؛ کارکنان نصرآبادی، محمد  
علوم اجتماعی :: برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی :: زمستان 1391 - شماره 13 (علمی-پژوهشی/ISC)  
از 1 تا 40  
آدرس ثابت : <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/964687>

دانلود شده توسط : سعیده محمدی  
تاریخ دانلود : 07/01/1399

مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور) جهت ارائه مجلات عرضه شده در پایگاه، مجوز لازم را از صاحبان مجلات، دریافت نموده است، بر این اساس همه حقوق مادی برآمده از ورود اطلاعات مقالات، مجلات و تألیفات موجود در پایگاه، متعلق به "مرکز نور" می باشد. بنابراین، هرگونه نشر و عرضه مقالات در قالب نوشتار و تصویر به صورت کاغذی و مانند آن، یا به صورت دیجیتالی که حاصل و بر گرفته از این پایگاه باشد، نیازمند کسب مجوز لازم، از صاحبان مجلات و مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور) می باشد و تخلف از آن موجب پیگرد قانونی است. به منظور کسب اطلاعات بیشتر به صفحه [فوائین و مقررات](#) استفاده از پایگاه مجلات تخصصی نور مراجعه فرمائید.



پایگاه مجلات تخصصی نور

[www.noormags.ir](http://www.noormags.ir)

## تبیین نگرش مردم ایران نسبت به بخش تعاون و

### شرکت‌های تعاونی

دکتر محسن نیازی\*

دکتر محمد گنجی\*\*

محمد کارکنان نصرآبادی\*\*\*

تاریخ دریافت: ۹۰/۸/۱۲

تاریخ پذیرش: ۹۰/۱۱/۳۰



مرکز تحقیقات کامپیوتر علوم اسلامی

### چکیده

این پژوهش باهدف بررسی نگرش مردم به تعاون و شرکت‌های تعاونی در ایران انجام شده است. روش تحقیق آن پیمایش و شیوه نمونه‌گیری، در انتخاب استان‌ها و شهرستان‌ها، تصادفی ساده و در انتخاب پاسخگویان سهمیه‌ای و متناسب با گروه‌های شغلی بوده است. حجم نمونه مقتضی براساس فرمول کوکران ۱۵۵۰ نفر محاسبه شده است. کنکاش در ویژگی‌های جامعه آماری بر اساس پرسشنامه طراحی شده دارای روایی، منجربه نتایج متعددی شده که برخی

niazim@kashanu.ac.ir

m.ganji@kashanu.ac.ir

m.karkonan@kashanu.ac.ir

\* دانشیارگروه علوم اجتماعی دانشگاه کاشان.

\*\* استادیارگروه علوم اجتماعی دانشگاه کاشان.

\*\*\* دانشجوی دکتری رفاه اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی.

از آنها عبارتند از: در کل میزان آگاهی بیشتر پاسخگویان از برنامه‌ها و عملکرد تعاونی و میزان مشارکت بیشتر آنها در حد متوسط روبه پایین بوده است. بیشتر پاسخگویان دارای نگرش مثبت به تعاون و تعاونی‌ها می‌باشند. میانگین فردگرایی افراد پایین‌تر از حد متوسط طیف، میانگین تقدیرگرایی بیشتر از حد متوسط طیف، میانگین آینده‌نگری کمتر از حد متوسط طیف و میانگین نوگرایی پاسخگویان کمتر از حد متوسط طیف می‌باشد. در کل، میانگین نمره پاسخگویان به سوالات سرمایه اجتماعی، پایین‌تر از حد متوسط طیف است. نگرش زنان و مردان به تعاون و تعاونی‌ها تفاوت معناداری ندارد. با افزایش سن پاسخگویان شاهد افزایش میزان نگرش مثبت به تعاون می‌باشیم. متاهلین نسبت به مجردان نگرش مثبت‌تری به تعاون و تعاونی دارند. افراد ساکن در شهرها نسبت به ساکنان روستایی، دارای نگرش مثبت‌تری به تعاون هستند. با افزایش فردگرایی در افراد، نگرش مثبت آنان نسبت به تعاون کاهش می‌یابد. بین سایر ویژگی‌های شخصیتی همانند تقدیرگرایی، آینده‌نگری و نوگرایی با نگرش به تعاون رابطه معنادار دیده نمی‌شود. میزان سرمایه اجتماعی افراد دارای رابطه مستقیم و معنادار با نگرش مثبت به تعاونی است و این رابطه در مشارکت اجتماعی بیشتر از اعتماد، دیده می‌شود. در مجموع براساس رگرسیون چندمتغیره، دو متغیر فردگرایی و سرمایه اجتماعی، ۲۷ درصد از تغییرات نگرشی پاسخگویان به تعاونی را تبیین می‌کنند. اثر فردگرایی بر نحوه نگرش به تعاونی منفی و برابر ۲۵- درصد و اثر سرمایه اجتماعی ۱۵ درصد است. بنابراین میزان فردگرایی اثر منفی و غیرمستقیم و سپس سرمایه اجتماعی اثر مستقیم و معنادار به نگرش مثبت درباره تعاون و تعاونی در مدل رگرسیونی دارند.

**واژه‌های کلیدی:** تعاون، شرکت تعاونی، نگرش، گرایش، فردگرایی،

تقدیرگرایی، آینده‌نگری، نوگرایی، سرمایه اجتماعی

## مقدمه

تعاون، مجموعه‌ای از شیوه‌های رفتار و اصول راهنمای زندگی فردی و اجتماعی و در واقع طریقه‌ای برای زندگی و فلسفه‌ای برای حیات انسانی است که دارای کارکردهای متعدد اخلاقی، حل مشکلات زندگی، تأمین سلامت جامعه و رفاه اجتماعی است. علاوه بر آن، تعاون نقش اساسی در گسترش عدالت اقتصادی، روح دموکراسی و تفاهم اجتماعی دارد. همچنین در تضعیف و زایل ساختن نابرابری و بی‌عدالتی‌های اقتصادی و اجتماعی نقش مؤثری داشته و به منزله نهادی مردمی عامل تشویق مشارکت‌های مردمی و حضور فعال و مستمر در فعالیت‌های اجتماعی است. از سوی دیگر، رشد تعاونی‌ها، گویای رشد فرهنگ جوامع انسانی است و از این دیدگاه است که همواره سعی می‌شود با نهادینه شدن فرهنگ تعاون، فرصتی فراهم شود تا نیروهای مردمی، توان سرمایه‌گذاری اقتصادی برای تأمین عدالت اجتماعی و اقتصادی را به دست آورند. مبتنی بر اصول تعاون، خودیاری، خود مسئولیتی، دموکراسی، برابری، انصاف و تساوی حقوق و مشارکت اقتصادی اعضا، استقلال و عدم وابستگی، همکاری میان تعاونی‌ها، توسعه ظرفیت‌های منابع انسانی یا حذف تمام اشکال تبعیض و بهبود رفاه اقتصادی و اجتماعی با در نظر گرفتن نیاز به تعلیم و آموزش از جمله ارزش‌های تعاونی به شمار می‌روند. در این تحقیق سعی بر آن است تا ضمن نگرش سنجی مردم از تعاون و فعالیت‌های تعاونی در جامعه، به برخی عوامل موثر برگرایش یا عدم گرایش مردم به تعاون و شرکت‌های تعاونی نیز پرداخته شود. زیرا اعتقاد بر آن است که، جایگاه نگرش مردم در هر جامعه‌ای برای برنامه ریزان آن جامعه بسیار با اهمیت می‌باشد. این امر هر روز بیش از گذشته مورد توجه متخصصان و عموم مردم قرار گرفته است. از نظر جامعه‌شناسان و روانشناسان، نگرش نوعی آمادگی ذهنی و عصبی شکل گرفته از خلال تجربه است که بر پاسخ‌های فرد به همه موضوعات و موقعیت‌هایی که به فرد ارتباط دارد، اثری هدایت‌کننده و پویا دارد. در واقع، نگرش "سازمان‌یابی با دوام

فرایندهای انگیزشی، عاطفی، ادراکی و شناختی فرد در قبال برخی جنبه‌های زندگی فردی و اجتماعی است" (گولد و کولب، ۱۳۸۴: ۸۶۳). بنابراین در مورد هر پدیده‌ای در جامعه آگاهی از نظر مردم و برنامه‌ریزی بر اساس آن نظرات از اهمیتی بسیار برخوردار است و تعاونی‌ها نیز به عنوان یکی از بخش‌های اقتصادی و اجتماعی کشور از این قاعده مستثنی نیستند.

### بیان مسأله

تعاون به معنای تشریک مساعی و همکاری در جهت ارضای نیازهای مشترک انسان‌ها، یکی از مهم‌ترین کنش‌های متقابل پیوسته محسوب می‌شود. سابقه فعالیت تعاونی‌ها در ایران به بیش از شش دهه نمی‌رسد که حدود ۳۰ سال آن جنبه صوری و تشریفاتی داشته و مسئولان کشوری، تعاونی‌ها را با میل و اراده خود اداره کرده و نظر و نگاه مردم را نسبت به تعاونی‌ها مدنظر نداشتند. پس از پیروزی انقلاب اسلامی در ایران مقامات دولتی بر آن شدند تا ضمن نظارت بر فعالیت‌های تعاونی‌ها، خواسته و نظر مردم و اعضای تعاونی‌ها را نیز مورد توجه قرار دهند و به مرور زمان اداره تعاونی‌ها را به دست خود مردم بسپارند. گذشت زمان و شکل گرفتن فعالیت تعاونی‌ها موجب شد تا مسائل و مشکلات تعاونی‌ها، نمود بیشتری پیدا کند.

در اصل ۴۴ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، بخش تعاونی به عنوان یکی از پایه‌های نظام اقتصادی کشور قلمداد شده و در اصل ۴۳ نیز ضمن تأکید بر انسان‌محوری اقتصاد، بر بخش تعاونی تأکید ویژه‌ای شده است. بخش تعاونی در سه برنامه توسعه‌ای گذشته به طور جدی مورد هدف نبوده است و این بخش نتوانسته به جایگاه مورد انتظار قانون اساسی دست پیدا کند. این در حالی است که برنامه چهارم توسعه در شرایطی تدوین شده که اقتصاد کشور در مرحله خیز اقتصادی قرار گرفته است. در این مرحله، عدالت اجتماعی در حوزه اقتصاد، اهمیت ویژه‌ای می‌یابد، چراکه ممکن است

تبیین نگرش مردم ایران نسبت به بخش تعاون ... ۵

خیز اقتصادی کشور و انتقال بخشی از حاکمیت عمومی به بخش غیردولتی موجب اختلاف فاحش طبقاتی شود.

اگر نهاد تعاون بخواهد جهت تحقق و گسترش هرچه بیشتر فرهنگ عدالت محور، در ساختارهای اجتماعی رسوخ نماید و نگرش و ایده‌های مردم را به نحوی اصیل و پویا به سوی تعاون گرایي و فعالیت‌های تعاونی جلب و جذب نماید، بایستی به بهترین اصل در این زمینه یعنی توجه و تبعیت از الگوی واقعی و مردمی تعاون و جلب مشارکت مردم توجه وافر نماید. با توجه به آن اصل، شرکت‌های تعاونی، کانون و نهادی برای نمایش مشارکت مردم در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی جامعه، مرکزی برای مردم در بهره‌گیری منصفانه از منابع ملی، پایگاهی جهت رشد و تقویت رفتارهای مناسب اجتماعی در چارچوب نظام اقتصادی سالم و کانونی برای توانمندسازی جمعیت فعال برای شرکت در فرایند توسعه ملی و انسجام اجتماعی و توسعه اقتصادی - اجتماعی، به شمار می‌آیند. بطوری که تحقق این امور مستلزم شناخت واقعی نیازها، ویژگی‌ها و ایده‌ها و انتظارات مردم از تعاون و برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری مناسب با آن در قالب نظام اجتماعی - اقتصادی جامعه است. از این روی طرح بررسی نگرش مردم نسبت به تعاونی‌ها و ترویج فرهنگ تعاون در بین آحاد مردم می‌تواند وضعیت تعاونی‌ها و چالش‌های مربوط به آن را از نگاه شهروندان بررسی نماید. بر این مبنا، این پژوهش در پی پاسخگویی به چند سؤال اساسی است که عبارتند از:

- ✓ نگرش مردم نسبت به تعاونی، فعالیت‌های تعاونی و نقش‌های متعدد تعاون چیست؟
- ✓ میزان گرایش و مشارکت مردم در شرکت‌های تعاونی و فعالیت‌های تعاونی به چه میزان است؟
- ✓ میزان آگاهی مردم نسبت به شرکت‌های تعاونی و فعالیت‌های آنها چقدر است؟

✓ و مهمترین علل بازدارنده و یا موجد مؤثر در گرایش مردم نسبت به فعالیت‌های تعاونی کدامند؟

### مبانی نظری

تعاون از باب تفاعل در زبان عربی و از ریشه عون گرفته شده است و یکی از ویژگی‌های باب تفاعل این است که انجام یک فعل نیاز به یک یا چند فرد دارد. یعنی مستلزم همکاری است (امینی، ۱۳۸۱: ۱۵). در فرهنگ معین تعاون به معنی یکدیگر را یاری کردن و به هم یاری رساندن می‌باشد و در لغت‌نامه دهخدا، هم‌پشت شدن، یکدیگر را یاری کردن، یاری کردن بعضی قوم بعضی دیگر را و مددکاری یکدیگر را کردن معادل واژه تعاون آمده است (طالب، ۱۳۸۴: ۲). در زبان انگلیسی، Cooperation کلمه‌ای است مرکب از دو بخش Co که به معنای بیشتر و با هم به کار می‌رود و Operation که از ریشه لاتینی مشتق شده و به معنای عمل کردن و کار کردن است. تعاون در بینش اجتماعی اسلام نیز از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است و از اصول مهم شکل‌پذیری وحدت و انسجام اجتماعی می‌باشد. از این منظر تعاونی مورد نظر اسلام از خصوصیات خاص و ویژه‌ای برخوردار است. در این رابطه خداوند متعال در قرآن کریم می‌فرماید: تعاونوا علی البر و التقوی و لاتعاونوا علی الایم و العداون (سوره مائده/ آیه ۲).

هرگاه یک گروه از مردم از روی میل و علاقه و برای رسیدن به هدف‌های مشترک اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی طبق قانون بخش تعاونی و اساسنامه شرکت‌های تعاونی با مشورت و همکاری دور هم جمع شوند و به صورت عادلانه با سرمایه‌گذاری، فعالیت را شروع نمایند و در سود و زیان آن سهیم باشند در واقع یک شرکت تعاونی تأسیس کرده‌اند و هر یک از آنان را یک عضو شرکت تعاونی می‌نامند (مستعانی، ۱۳۷۵: ۴ و ۵). «آلن بیرو» شرکت تعاونی را این طور تعریف کرده است

تبیین نگرش مردم ایران نسبت به بخش تعاون ... ۷

«شرکت تعاونی صورتی از سازمان اقتصادی است (شرکت) که در آن اعضا با برخورداری از حقوق برابر، برای انجام فعالیتی، پیمان می‌بندند و هدف از آن ارضای نیازهای مصرفی یا مرتبط با کار و فعالیت بدون انقیاد در برابر توقعات سلطه‌جویانه سرمایه می‌باشد» (نبی‌زاده، ۱۳۸۵: ۴۳). اتحادیه بین‌المللی تعاون<sup>۱</sup> نیز در سی و یکمین کنگره خود که در سال ۱۹۹۵ در منچستر برگزار گردید، تعاونی را این‌گونه تعریف کرده است: «تعاونی اجتماع مستقل اشخاصی است که به منظور تأمین نیازها و اهداف مشترک اقتصادی اجتماعی و فرهنگی خود، از طریق اداره و نظارت دموکراتیک بر مؤسسه‌ای با مالکیت جمعی، با همدیگر به نحو اختیاری توافق نموده‌اند» (ابراهیم‌زاده و ملکی، ۱۳۸۳: ۴).

قانون بخش تعاونی در سیزدهم شهریور ماه سال ۱۳۷۰ به تصویب رسید. ماده اول بخش تعاونی، اهداف هفتگانه زیر را برای بخش تعاون تعیین کرد:

✓ ایجاد و تأمین شرایط و امکانات کار برای همه به منظور رسیدن به اشتغال کامل

✓ قرار دادن وسایل کار در اختیار کسانی که قادر به کارند ولی وسایل کار ندارند  
✓ پیشگیری از تمرکز و تداول ثروت در دست افراد و گروه‌های خاص جهت تحقق عدالت اجتماعی

✓ جلوگیری از کارفرمای مطلق شدن دولت  
✓ قرارگرفتن مدیریت و سرمایه و منافع حاصله در اختیار نیروی کار  
✓ پیشگیری از انحصار، احتکار و تورم اضرار به غیر  
✓ توسعه و تحکیم مشارکت عمومی بین همه مردم  
و در ماده دوم آمده است: «شرکت‌هایی که با رعایت مقررات قانونی، تشکیل و به ثبت برسند، تعاونی شناخته می‌شوند» (طالب، ۱۳۷۹: ۲۰).

1. I. C. A



بنابراین هدف اصلی شرکت‌های تعاونی تأمین رفاه و خدمات مورد نیاز اعضا و ایجاد محیطی سالم برای بهبود وضع اقتصادی و اجتماعی آنان می‌باشد. از این رو، در هدف‌گذاری شرکت‌های تعاونی، جنبه اقتصادی باید مورد توجه خاص قرار گیرد، زیرا مانع پدید آمدن انحصاردربخش خصوصی و قدرت گرفتن بنگاه‌های اقتصادی غول‌پیکر و سرمایه‌داران است. ولی بدیهی است که هرگز نباید جنبه اجتماعی آن را نادیده گرفت، زیرا آن می‌تواند مهمترین وسیله و ابزار تحقق عدالت اجتماعی و تعادل اقتصادی باشد. با توجه به اینکه هدف اصلی این پژوهش، شناسایی وضعیت نگرشی مردم به تعاونی‌ها و میزان گرایش آنها به آن سو و همچنین تحلیل برخی عوامل موثر بر گرایش یا عدم گرایش آنهاست، در ذیل به بررسی نظری مفاهیم مرتبط پرداخته می‌شود.



## ۱- نگرش

جامعه‌شناسان و روانشناسان را می‌توان اولین گروهی تصور کرد که از سال ۱۹۳۰ میلادی بحث نگرش و نگرش‌سنجی و اهمیت آن را در جامعه مطرح نموده‌اند. از نظر آنها نگرش معادل واژه‌گانی چون طرز تلقی، وجهه نظر، باز خورد، وضع روانی، ایستار، گرایش، روش، باور، احساسات، ارزش‌ها، ذهنیت، چشم‌انداز، اعتقاد، سبک و... به کار می‌رود و نوعی آمادگی ذهنی و عصبی شکل گرفته از خلال تجربه است که بر پاسخ‌های خود به همه موضوعات و موقعیت‌هایی که با فرد ارتباط دارد، اثری هدایت کننده و پویا دارد. در تعریف دیگر "نگرش سازمان‌یابی با دوام فرایندهای انگیزشی، عاطفی، ادراکی و شناختی فرد است که در قبال برخی جنبه‌های زندگی فردی و اجتماعی است" (گولد و کولب، ۱۳۸۴: ۸۶۳). کارتسول، بلوم و مسیا (۱۹۷۱) در تعریف نگرش بیان می‌کنند: «نگرش مجموعه‌ای از ویژگی‌های شخصی، هنجارها،

تبیین نگرش مردم ایران نسبت به بخش تعاون ... ۹

ارزش‌ها، احساسات، ایده‌ها، تفکرات، اندیشه‌ها و معانی است که تعیین می‌کند شخص در یک موقعیت خاص چگونه رفتار می‌کند» (درویشی شاهکلانی، ۱۳۸۵: ۱۴۶). تعریف دیگر نگرش که توسط طرفداران نظریه شناختی عرضه شده است، عبارت است از: منظومه‌ای از عناصر شناختی، عاطفی و رفتاری. این تعریف که مورد قبول بسیاری از روانشناسان اجتماعی است، می‌گوید که هر نگرش تنها یک ارزیابی (یا قضاوت عاطفی) یا آمادگی برای پاسخ صرف نیست، بلکه نگرش، ترکیب یا منظومه‌ای است که هم عنصر شناختی دارد (اطلاعاتی که فرد درباره موضوع نگرش دارد)، هم عنصر عاطفی (قضاوت عاطفی که فرد نسبت به موضوع نگرش دارد) و هم عنصر آمادگی برای پاسخ یا رفتار (کوثری، ۱۳۶۸: ۲۴۰).

با توجه به مباحث گذشته مفاهیمی که با مفهوم نگرش در ارتباط می‌باشند، را می‌توان به شرح زیر برشمرد:

✓ عقاید و باورها، اعم از این که درست یا نادرست باشند، جزء شناختی نگرش را تشکیل می‌دهند.

✓ رغبت و علاقه به عنوان مؤلفه عاطفی نگرش مرتبط است، مفهوم نگرش با مفهوم احساس خوب یا بد نسبت به یک شخص یا یک چیز همراه است. بنابراین نگرش بایک صفت مثبت یا منفی همراه است.

✓ بُعد رفتاری نگرش که منجر به یک عمل می‌شود.

در مورد رفتار انسان، در چند دهه گذشته، تئوری‌های گوناگونی، تلاش کرده‌اند تا مکانیزم‌هایی که رفتار و نگرش انسان را کنترل می‌کنند را توضیح دهند، که از آن جمله می‌توان به رویکردهای شناختی (مانند تئوری‌های پردازش اطلاعات) و تئوری‌های تأکیدکننده برالگو سازی و شرطی سازی (یادگیری اجتماعی) اشاره کرد.

## ۲- گرایش

مهمترین مفهومی که با نگرش در ارتباط می‌باشد و حتی برخی آن را مترادف با آن مطرح می‌کنند، مفهوم گرایش است. این واقعیت که بعضی از مردم تمایل دارند به فعالیت‌های گروهی بپردازند، نوعی گرایش محسوب می‌گردد، زیرا گرایش پایه رفتار است و به عنوان یک حلقه غیرقابل رؤیت میان محرک قابل مشاهده و پاسخ قابل مشاهده قرار می‌گیرد (Fisk&taylor, 1991: 463). از دیدگاه «بوگراگتا» گرایش به معنای تمایل آموخته شده به منظور واکنش نشان دادن به یک اثر خاص به شیوه‌ای خوشایند و ناخوشایند است. به عبارت دیگر گرایش ارزیابی مثبت و منفی از یک پدیده و عمل بر اساس آن می‌باشد (burgata, 1991: 117).

«درایور» معتقد است گرایش به معنای یک نظام از تمایلات، عقاید و اعتقادات یک فرد نسبت به پدیده‌های محیط خود می‌باشد. این نظام از تمایلات در طول زمان و در پی تأثیرات محیطی و تجربیات شکل‌گیری می‌شود و کم و بیش دارای قوام و دوام می‌باشد (darvar, 1974: 90). از نظر «آلپورت» گرایش عبارت است از: یک نوع آمادگی فکری و ذهنی یا احساسی که به وسیله تجربه سازماندهی می‌شود و بر روی عکس‌العمل‌های انسان نسبت به تمام پدیده‌ها و وضعیت‌هایی که با او سروکار دارد تأثیری جهت دهنده یا پویا می‌گذارد (alport, 1973: 24). «وایت» معتقد است که گرایش یک سیستم از عکس‌العمل‌های ارزیابی کننده است که مبتنی بر اعتقادات و چارچوب‌هایی هستند که بر اساس آنها این ارزیابی انجام می‌گیرد. این چارچوب و پایه‌های ارزیابی کننده در دوران‌های گوناگون شکل‌گیری شخصیت در خانواده و در جامعه به وجود می‌آیند (vite, 1989: 363). بنابراین برخی از اندیشمندان بین گرایش و نگرش تفاوتی قائل نمی‌شوند، اما به نظر می‌رسد گرایش به عنوان بُعد رفتاری نگرش همواره در امتداد نگرش قرار دارد و همیشه نگرش خاص به یک مقوله موجب گرایش به آن مقوله می‌شود.

### ۳- عوامل مؤثر بر نگرش مردم نسبت به تعاون و شرکت تعاونی

در ارتباط با گرایش شهروندان و یا نگرش مثبت آنان نسبت به تعاون و نقش اساسی آن در ترویج و گسترش فرهنگ تعاون در جامعه دیدگاه‌های گوناگونی از سوی صاحب‌نظران ارائه شده است. همچنین با توجه به دیدگاه‌ها و نظریه‌های گوناگون دانشمندان می‌توان علل و عوامل متعددی که در گرایش مردم نسبت به تعاون و فرهنگ تعاونی نقش ایفا می‌کنند را، ارائه نمود. در ذیل برخی از مهمترین علل و عوامل مؤثر بر گرایش مردم به تعاون مورد بحث قرار می‌گیرد.

– **شرایط شخصیتی و انتظار فایده:** مهمترین و اصلی‌ترین نظریه در زمینه گرایش و نگرش، تئوری «فیش<sup>۱</sup> باین – آیزن<sup>۲</sup>» می‌باشد. آنها در پی یافتن یک تئوری برای تبیین رفتار، به نقش نگرش اشاره می‌کنند. به نظر آنها نوع رفتار در پی زنجیره‌ای از عوامل به وجود می‌آید. حلقه عامل بروز رفتار «قصد و نیت» به انجام یک رفتار است. به نظر فیش باین و آیزن به وجود آمدن قصد و نیت به نوبه خود، تابع دو متغیر دیگر است (رفیع پور، ۱۳۷۲: ۹) که عبارتند از:

- ✓ گرایش به سوی یک رفتار که نشان از ارزیابی فرد از رفتار خود می‌باشد.
- ✓ هنجار ذهنی که نشان از میزان نفوذ و تأثیر رفتار و قضاوت دیگران در مورد رفتار فرد می‌باشد که فرد بر اساس آن رفتار خود را بروز می‌دهد.

نکته مهم این که، میزان تأثیر هر یک از این دو عامل یکسان نیست و به شرایط شخصیتی و اجتماعی فرد بستگی دارد. پس ممکن است گاهی اوقات تأثیر گرایش بیشتر از هنجار و قضاوت ذهنی فرد باشد که در این مورد گرایش تابع و تحت تأثیر دو عامل دیگر یعنی انتظار فایده که سود و زیان مشارکت فرد بر اساس آن می‌باشد و دیگری ارزیابی فایده که بر اساس آن فرد ارزیابی می‌کند که آیا آن پدیده برای سودمند بوده یا نه، قرار می‌گیرد. بنابراین در تئوری فیش باین – آیزن رفتار تابع قصد و

---

1. Fishbyne  
2. Izen

نیت به نوبه خود تابع دو متغیر دیگر یعنی گرایش و هنجار ذهنی می‌باشد (رفیع پور، ۱۳۷۵: ۱۱). بنابراین فرد در زمینه نگرش و همچنین گرایش به سمت شرکت‌های تعاونی از یکسو به ارزیابی انتظار فایده و همچنین ارزیابی فایده مبادرت می‌ورزد و از سوی دیگر تحت تاثیر قضاوت دیگران قرار می‌گیرد.

«روزن اشتیل»<sup>۱</sup> در اثرش درباره «کارایی و ارزیابی سازمان‌ها» به چند عامل مؤثر و متغیر بر روی گرایش و نگرش مانند: ارضاء نیاز، تجربه، رضایت افراد، میزان دسترسی به اهداف تعیین شده و کارایی بهتر برای حل مسائل اشاره می‌کند (Rosenstiel, 1974: 167). نکات و موارد مطرح شده از طرف اشتیل در حقیقت عوامل مؤثر بر نگرش و گرایش هستند. در آن میان متغیرهای ارضاء نیاز و رضایت افراد نزدیک به یکدیگر هستند و دو متغیر میزان دسترسی به اهداف تعیین شده و کارایی بهتر برای حل مسائل نیز در واقع اجزای اصلی نظریه فیش باین - آیزن می‌باشند. بر اساس این دیدگاه، چنانچه افراد یک جامعه تجربه مثبت از تعاونی داشته باشند و نیازهای آنها از این طریق ارضا شود و به اهداف خود از آن طریق بهتر برسند و سیستم تعاونی کارایی بهتری از روش‌های دیگر برای حل مسائل و مشکلات آنها داشته باشد، نسبت به آن نگرش مثبت یافته و به سمت آن گرایش می‌یابند.

**- ویژگی‌های شخصیتهای:** این نظریه بر اساس تیپ شخصیت‌ها و تاثیر آن در مشارکت شهروندان تدوین شده است. رایزمن<sup>۲</sup> (۱۹۵۰) سه نوع شخصیت را در دنیای جدید از یکدیگر تفکیک نموده است: نوع اول شخصیتی است که سنت‌ها، راهنما و رهبر اوست و بی‌اندیشه و چون و چرا و از روی تقلیدی کورکورانه مقررات و نظام‌های سنتی و کهن جامعه و فرهنگ را می‌پذیرد. نوع دوم شخصیتی است که خود فرهادی و راهنمای خود اوست و از دوران کودکی چنان پرورش یافته که خود راه خود را باز شناخته و بر اعمال و رفتار خود تسلط و احاطه دارد. و سرانجام نوع سوم

1. Rosenstiel  
2. Risman

شخصیت که به نوعی معرف شخصیت افراد در نظام‌ها و جوامع پیشرفته امروزی است، از دیگران و همگنان رهبری می‌جوید و سرمشق و دستور می‌گیرد. از نظر رایزمن بالاترین میزان مشارکت در میان نوع دوم شخصیت یعنی شخصیت خود فرمان می‌باشد (نیازی، ۱۳۸۱: ۷۴). بنابراین نوع شخصیت (فردگرا یا جمع‌گرا، تقدیرگرا یا نوگرا، سنت‌گرا یا آینده‌گرا و ...) می‌تواند بر نوع نگرش او نسبت به تعاون و شرکت‌های تعاونی اثرگذار باشد. از دیگر خصیصه‌های فردی و شخصیتی می‌توان به خود اتکایی و اعتماد به نفس اشاره کرد. «رابرت اچ کومبز»<sup>۱</sup> (۱۹۶۹) با ارائه یک مدل چرخه‌ای به مطالعه رابطه میان خوداتکایی و مشارکت اجتماعی و سیاسی پرداخته و فرضیه مهم خود را این گونه بیان می‌دارد که خوداتکایی باعث ارتقاء و افزایش مشارکت اجتماعی و سیاسی شهروندان می‌گردد. از نظر کومبز افزایش نگرش مثبت فرد نسبت به خویش و اعتماد بالا به ساخت سیاسی در یک شرایط خاص اجتماعی، باعث افزایش مشارکت در جامعه می‌گردد. فرض اساسی این نظریه این است که فردی که دارای عزت نفس و خودپنداره بالایی است، سعی می‌کند آن را به نحو مطلوب تضمین و تأمین کند و پیش بینی نماید (combz, 1969: 273-280). بنابراین بر اساس نظریه بالا اعتماد به ساخت سیاسی کلان و خوداتکایی و عزت نفس بالا، عاملی در جهت نوع نگرش به سیستم تعاونی و سپس مشارکت در شرکت‌های تعاونی است.

بر اساس نظریات مطرح شده، نگرش انسان‌ها شامل چهار سطح نظرات، نگرش‌ها، ایستارها و شخصیت است که سطحی‌ترین آن را نظرات، سطح زیرین را نگرش‌ها، سطح عمیق‌تر را ارزش‌ها یا نگرش‌های پایه (ایستار) و عمیق‌ترین سطح را هم شخصیت می‌نامند. بر این اساس منابع نگرش را می‌توان در دو سطح فردی و اجتماعی مطرح نمود: منابع انگیزش فردی عبارت از نیازها و شخصیت فرد هستند. زیرا می‌توان گفت مجموعه نگرش‌های هر فرد منعکس‌کننده شخصیت او است و

---

1. Combz

منابع انگیزش اجتماعی که عبارت از وضعیت اقتصادی و وضعیت اجتماعی و فرهنگی است. اثر پذیری نگرش از فرهنگ واضح است؛ زیرا بیشتر عوامل شکل‌گیری و تغییر نگرش‌ها، پدیده‌های فرهنگی هستند.

- تجربه‌های پیشین مشارکتی و سرمایه اجتماعی: از تئوری‌های مهم دیگر در زمینه نگرش، «تئوری هروشکا»<sup>۱</sup> می‌باشد. به نظر او تجربه، عامل مهمی در پیدایش تجربیات مطبوع است. خاطرات همواره با احساس‌های ارزشی در حافظه باقی می‌مانند و آن چیزی را که ما تجربه می‌نامیم، می‌سازند (Hruschka, 1974: 21). بدین ترتیب است که تکرار و تراکم تجربه، همواره با احساس ارزشی آن، بر روی گرایش تأثیر می‌گذارد. بدین ترتیب براساس این نظریه می‌توان استدلال کرد، پاداشی که از مشارکت اجتماعی و سیاسی کنشگران در قالب شرکت‌های تعاونی نصیب آنان می‌شود می‌تواند بر ماهیت رضایت آنان از مشارکت شان در سیستم تعاون اثر بگذارد. بدیهی است که نمی‌توان گفت همه نگرش‌ها تنها بر اثر عوامل اجتماعی شکل می‌گیرد. هر انسانی با تعداد نامحدودی از تجربه‌ها برخورد می‌کند که او را در موقعیت‌های بسیار متفاوت قرار می‌دهند. وقتی این موقعیت‌ها، به طور تکراری، با لحظه‌ها و پیامدهای خوشایند همراه می‌شوند، فرد نسبت به آنها نگرش مثبت پیدا می‌کند. این جاست که او سعی می‌کند همان موقعیت‌ها را بدست آورد و آشنایی حاصل از این تلاش، نگرش مثبت او را بیشتر از قبل تقویت می‌کند. در میان همه تجربه‌های دوران بزرگسالی آنهایی که باشغل ارتباط دارند، احتمالاً پر رنگتر از بقیه تجربه‌ها هستند. بنابراین در قالب فعالیت در سیستم تعاونی، هرچه فرد تجربه مثبت از آن داشته باشد، امکان بروز نگرش مثبت و سپس تمایل به آن در او بیشتر است. از سوی دیگر این تجربه زمانی مثبت‌تر است که فرد آن را با تجارب دیگر خود وحتى دیگران نیز مقایسه کند، مثلاً زمانی که شخص

---

1. Hroshka

نظام تعاونی را با نظام‌های دیگر اقتصادی (دولتی و خصوصی) مقایسه نماید و سپس بر اساس تجربه مثبت به نظام تعاونی نگرش و گرایش مثبت پیدا نماید.

یکی از صفات مهم انسانی که به نوعی شامل اعتماد و مشارکت نیز می‌شود، سرمایه اجتماعی اوست، که در کنار سرمایه‌های انسانی، مالی و اقتصادی، مورد بهره برداری قرار می‌گیرد. سرمایه اجتماعی به زعم بسیاری از اندیشمندان به پیوندها و ارتباطات میان اعضای یک شبکه، به عنوان منبع با ارزش اشاره دارد و از طریق خلق هنجارها و اعتماد متقابل، موجب تحقق اهداف اعضا می‌گردد (الوانی و نقوی، ۱۳۸۰: ۱). به عبارت دیگر، سرمایه اجتماعی را می‌توان به عنوان وجود مجموعه معینی از هنجارها یا ارزش‌هایی تعریف کرد که اعضای گروهی که همکاری و تعاون میان‌شان مجاز است در آن سهیم‌اند. همچنین هنجارهایی که تولید سرمایه اجتماعی می‌کنند، اساساً باید شامل سجایایی از قبیل صداقت، ادای تعهدات، همیاری و ارتباطات دوجانبه باشند (فوکویاما، ۱۳۷۹: ۱۲-۱۱).

«لوری»<sup>۱</sup> سرمایه اجتماعی را مجموعه منابعی می‌داند که در ذات روابط خانوادگی و در سازمان‌های اجتماعی وجود دارد و برای رشد شناختی یا اجتماعی افراد سودمند است. از نظر او سرمایه اجتماعی به نوبه خود هنگامی به وجود می‌آید که روابط میان افراد به شیوه‌ای دگرگون می‌شود که کنش را تسهیل می‌کند (کلمن، ۱۳۷۷: ۶۶۴-۴۵۹). «بوردیو»<sup>۲</sup> نیز سه شکل متفاوت از سرمایه را شناسایی کرده که عبارتند از: سرمایه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی. شکل اقتصادی سرمایه که بلافاصله قابل تبدیل به پول است، مانند دارایی‌های منقول و ثابت یک سازمان؛ سرمایه فرهنگی که در اشکال متعدد وجود دارد و در برخی موارد تحت شرایطی قابل تبدیل به سرمایه اقتصادی است و سرانجام شکل دیگر سرمایه، سرمایه اجتماعی است که به ارتباط و مشارکت اعضای یک سازمان توجه دارد و می‌تواند به عنوان ابزاری برای رسیدن به سرمایه‌های اقتصادی

1. Loury
2. Bourdieu



هم باشد. به عبارت دیگر سرمایه اجتماعی حاصل جمع منابع بالقوه و بالفعلی است که نتیجه مالکیت شبکه با دوامی از روابط نهادی شده بین افراد و به عبارت ساده‌تر عضویت در یک گروه است (شارع پور، ۱۳۸۰: ۱۰۲). «کلمن» نیز وجود سرمایه اجتماعی را در اعتماد، اطلاع رسانی و ضمانت اجرایی کارآمد، روابط اقتدار و میزان تکالیف در گروه می‌داند و معتقد است که سرمایه اجتماعی منفعت عمومی تولید می‌کند؛ یعنی این که هرکسی که در داخل شبکه تعاملی قرارداد، می‌تواند از مزایای آن بهره‌مند شود، مثلاً همه اولیای مدرسه حتی اگر در جلسات انجمن اولیا و مربیان شرکت نکنند، از تصمیمات گرفته شده توسط آن منتفع می‌شوند (کلمن، ۱۳۷۷: ۴۷۹). از تلفیق دیدگاه‌ها و مولفه‌های سرمایه اجتماعی از سوی اندیشمندان، ابعاد و مؤلفه‌های آن را می‌توان بر اساس عناصر زیرتعیین نمود:

✓ اعتماد اجتماعی (اعتماد به نهادهای سیاسی، نهادهای اجتماعی، گروه‌های نخستین و ...)

✓ مشارکت اجتماعی

✓ همبستگی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی (روحیه احترام به دیگران، رعایت مقررات و ...).

به دلیل اهمیت ابعاد یاد شده و کاربرد ابعادی چون اعتماد و مشارکت، به توضیح مختصر آن دو بُعد می‌پردازیم و در نهایت ارتباط سرمایه اجتماعی و تعاون تشریح خواهد شد.

اعتماد اجتماعی دلالت بر انتظارات و تعهدات اکتسابی و تأیید شده به لحاظ اجتماعی به افراد نسبت به یکدیگر و نسبت به سازمان‌ها و نهادهای مربوط به زندگی-شان دارند، تعریف شده است. از نظر بسیاری از صاحب‌نظران علوم اجتماعی، مفهوم اعتماد اجتماعی یکی از مؤلفه‌های اصلی سرمایه اجتماعی را تشکیل می‌دهد (parkinson, 1999: 105). «کریستوفر» معتقد است اعتماد عبارت از: قابلیت شخصی برای اتکاء یا اطمینان به صداقت یا صحت اقوال و یا رفتار دیگران می‌باشد. اعتماد

اجتماعی مفهومی است که در فرایند روابط اجتماعی بین افراد و سازمان‌های اجتماع با همدیگر تبلور می‌یابد. اعتماد در متن کنش‌های انسان نمود پیدا می‌کند، بویژه در آن دسته از کنش‌هایی که جهت‌گیری معطوف به آینده دارند و آن نوعی رابطه کیفی است که به تعبیر کلمن «قدرت عمل کردن را تسهیل می‌کند». اعتماد تسهیل‌کننده مبادلات در فضای اجتماعی است که هزینه مذاکرات و مبادلات اجتماعی را به حداقل می‌رساند و برای حل مسائل مربوط به نظم اجتماعی نقش تعیین‌کننده‌ای دارد (ازکیا و غفاری، ۲۸۳:۱۳۸۳).

آنتونی گیدنز (۱۹۹۰) به دو نوع اعتماد اعتقاد دارد: ۱- اعتماد به افراد خاص و ۲- اعتماد به افرادی نظام‌های انتزاعی. اعتماد انتزاعی در برگرفته آگاهی از مخاطره و فرد مورد اعتماد است. پس در حالی که کنشگر می‌تواند به راحتی در مورد میزان ارزش اعتماد به افراد خاص قضاوت کند، می‌تواند درباره میزان ارزش اعتماد نسبت به دیگران تعمیم یافته نیز دارای ایده‌ها و باورهایی باشد. افراد نیز می‌توانند درباره میزان ارزش اعتماد نسبت به نهادها یا نظام‌های انتزاعی، دارای باورهایی باشند که این فرایند تحت عنوان سطح نهادی اعتماد نامیده می‌شود و این همان چیزی است که گیدنز آن را ایده اعتماد به نظام‌های تخصصی می‌نامد (شارع پور، ۱۳۸۰: ۱۰۴). اعتماد در دیدگاه او نه کیفیتی کلی و وجهی از همبستگی اجتماعی، بلکه شیوه اجتناب ناپذیر حیات اجتماعی به شمار می‌رود.

مشارکت اجتماعی نیز، یکی از اصلی‌ترین متغیرهای سرمایه‌های اجتماعی است. مشارکت می‌تواند کارآیی و بهره‌وری نیروی کار را افزایش داده و ضایعات انسانی (احساس محرومیت، بدبختی، آوارگی، سرگردانی و اجبار) را به کمترین اندازه برساند. کاردر شکل غیرمشارکتی‌اش از صورت امری خارجی و غریبه، برای نیروی کار بیرون می‌آید. نتیجه این غریبگی، عدم ارضاء درحین کار، عدم توسعه آزادانه نیروهای روحی و جسمی و تحلیل رفتن توان جسمی است (محمدی، ۱۳۸۰: ۲۴۲). درکار مشارکتی، تنها دستاورد اقتصادی و بهره‌وری مدنظر نیست، بلکه دستاوردهای اجتماعی و ارضای

بسیاری از نیازهای روانی و اجتماعی انسان‌ها را نیز می‌توان یافت. از این روی در چند دهه اخیر تلاش وسیعی برای ایجاد گروه‌های تشریک مساعی درحین کار، در کارخانه‌ها و مراکز تولیدی بزرگ صورت گرفته است. این گروه‌ها دارای دو ویژگی عمده هستند: اول آن که امکان جابجایی کار در درون گروه وجود دارد و دوم این که گروه به طور منظم می‌تواند گردهم آمده و مسائل تولید و حیطه کار را مطالعه و حل کند. این گروه‌ها از آموزش بیشتری برخوردارند و خود در تعریف و تنظیم روش انجام وظایف خویش تاحدودی اختیارات دارند (گیدنز، ۱۳۸۴: ۵۲۶). در این شرایط برای افرادیپوستن به گروه مزایای اقتصادی، ارضای نیاز از طریق کار جمعی و کسب هویت و تشخیص فردی بیشتر را، در پی دارد.

با توجه به مطالب مطرح شده در خصوص عناصر و مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی، اگر تعاون به عنوان یک بخش و یا نظام در نظر گرفته شود، سرمایه اجتماعی مهمترین جزء این بخش و نظام است و سایر سرمایه‌های مورد نیاز برای تعاونی‌ها در درجه اهمیت بعدی قرار دارند. بنابراین سرمایه اجتماعی نقش محوری در تعاونی‌ها بازی می‌کند که این امر باعث اعتماد، انسجام، مشارکت، تعهدکاری و مسئولیت‌پذیری اعضای تعاونی‌ها می‌گردد و در نهایت باعث شکل‌گیری خرد جمعی، همدلی و تصمیم‌گیری براساس منطق اراده جمعی و گروهی می‌گردد.

با توجه به مباحث نظری ارائه شده و پیشینه تحقیقات انجام شده (به دلیل اطناب در بحث از آوردن آنها خودداری شده است) در می‌یابیم که صاحب‌نظران اجتماعی و پژوهشگران حوزه تعاون، مجموعه‌ای از علل و عوامل اساسی در ارتباط با نگرش مردم نسبت به تعاون در جامعه را مورد تأکید قرار داده‌اند، همچنان که روزن اشتیل (اشتیل، ۱۹۷۴: ۱۶۷) به بحث تأمین نیازها و ارضاء نیازهای مردم درگرایش آنان تأکید ورزیده است. رابرت کومبز، عامل اعتماد اجتماعی و اعتماد به نهادها را به عنوان متغیر اساسی گرایش افراد تلقی نموده است (کومبز، ۱۹۶۹: ۲۷۳-۲۸۰). همچنین برخی دیگر، آموزش کارکنان و شهروندان را به عنوان عامل اساسی گسترش فرهنگ تعاون و نگرش

مثبت مردم به تعاون مورد توجه قرار داده‌اند (بازن، ۱۳۸۱:۳۹). مجموعه‌ای از صاحب‌نظران به نقش و تأثیر تجارب پیشین و گذشته افراد در مواجهه با نهادها و پدیده‌ها در نوع نگرش آنان، تأکید داشته و تجارب آنان را در نگرش به تعاون بسیار مؤثر دانسته‌اند (هروشکا، ۱۹۷۴:۲۱؛ روزن اشتیل، ۱۹۷۴:۱۶۷). همچنین هروشکا (هروشکا، ۱۹۷۴:۲۱) به نقش مشارکت اجتماعی و روحیه مشارکت‌جویی افراد در گرایش مثبت افراد تأکید نموده است. همچنین در تحقیقات انجام شده در ایران نیز، حسن‌پور (۱۳۸۲)، اعتماد مردم به تعاونی‌ها را عامل اساسی گرایش آنان به تعاون و مراجعه به تعاون دانسته است. آراسته‌خو هم آگاهی مردم و اطلاع‌رسانی به شهروندان در زمینه فعالیت‌ها و کارکردهای تعاونی را از لوازم اصلی گرایش آنان به تعاون قلمداد نموده است (آراسته‌خو، ۱۳۸۴:۲۶۷). تحقیق مقدم به نقش تأمین رفاه و خدمات مورد نیاز مردم توسط تعاونی‌ها در گرایش آنان به تعاون اشاره می‌کند (مقدم، ۱۳۸۳:۳۵). و در نهایت ودیعی (۱۳۵۲) توجه به ارزش‌های انسانی و جایگاه والای انسان و ارزش‌هایی چون انصاف، برابری و برادری در تعاونی‌ها را از عوامل اصلی گرایش مردم به تعاونی‌ها بیان نموده است. به‌توجه به مباحث قبل می‌توان فرضیات تحقیق را چنین برشمرد:

- بین سرمایه اجتماعی افراد (اعتماد اجتماعی، اعتماد به نهادها و مشارکت اجتماعی) و نگرش آنها نسبت به تعاون و تعاونی رابطه مستقیم وجود دارد.
- بین میزان فرد‌گرایی افراد و نگرش آنها نسبت به تعاون و تعاونی رابطه وجود دارد.
- بین میزان تقدیرگرایی افراد و نگرش آنها نسبت به تعاون و تعاونی رابطه وجود دارد.
- بین میزان آینده‌نگری افراد و نگرش آنها نسبت به تعاون و تعاونی رابطه وجود دارد.

- بین میزان نوگرایی افراد و نگرش آنها نسبت به تعاون و تعاونی رابطه وجود دارد.

## روش شناسی

روش این پژوهش پیمایشی است و جامعه آماری آن شامل تمام شهروندان درس‌ن فعالیت (بالاتر از ۱۵ سال و کمتر از ۶۰ سال) در ایران است که براساس آمار جمعیت شاغل در سرشماری سال ۱۳۸۵ مرکز آمار ایران تعیین شده است. تعداد حجم نمونه براساس فرمول کوکران پس از انجام تست اولیه ۱۵۵۰ نفر محاسبه شده است.

در ارتباط با شیوه نمونه‌گیری، استان‌های کشور بر اساس میزان توسعه اقتصادی و اجتماعی به پنج منطقه خیلی محروم، محروم، در حال توسعه، توسعه یافته و خیلی توسعه یافته تقسیم شده‌اند (جدول ۱). ابتدا از طریق نمونه‌گیری تصادفی ساده استان‌ها انتخاب شدند. بدین ترتیب از گروه استان‌های خیلی محروم، لرستان، از گروه استان‌های محروم، بوشهر، از گروه استان‌های در حال توسعه، خراسان، از گروه استان‌های توسعه یافته، یزد و از گروه استان‌های بسیار توسعه یافته، استان تهران انتخاب شده‌اند. پس از آن در هر استان از مرکز هر استان تعداد ۱۵۰ نفر و از شهرهای اصلی هر استان تعداد ۱۰۰ نفر و از بین شهرهای دیگر استان، تعداد ۵۰ نفر به عنوان نمونه تحقیق انتخاب و مورد بررسی قرار گرفته‌اند. از شهر تهران به علت فزونی جمعیت تعداد ۲۰۰ نفر مورد بررسی قرار گرفته‌اند و در نهایت به طور سهمیه‌ای و متناسب با گروه‌های شغلی موجود در سرشماری نفوس و مسکن، پرسشنامه‌ها به پاسخگویان ارائه شده است.

تبیین نگرش مردم ایران نسبت به بخش تعاون ... ۲۱

جدول ۱- رتبه بندی استان‌ها براساس میزان توسعه یافتگی

رتبه	استان
خارج از منطقه همگن	سیستان و بلوچستان
خیلی محروم	هرمزگان، کردستان، کهگیلویه و بویراحمد، آذربایجان غربی، اردبیل، ایلام، لرستان
محروم	بوشهر، کرمانشاه، زنجان، خوزستان، همدان، کرمان، مازندران، چهارمحال و بختیاری
در حال توسعه	گیلان، آذربایجان شرقی، فارس، خراسان، مرکزی
توسعه یافته	قم، سمنان، یزد
خیلی توسعه یافته	اصفهان، تهران

(کلانتری و گنجی، ۱۳۸۴: ۱۵۹)

در این مطالعه برای آزمون روایی متغیرهای تحقیق از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است.

جدول ۲- اعتبار و روایی متغیرهای تحقیق

آلفای کرونباخ	طیف‌ها	آلفای کرونباخ	طیف‌ها
۰/۷۲۰	تقویت مشارکت و همبستگی	۰/۹۲۳	نگرش نسبت به تعاون
۰/۷۴۹	فردگرایی	۰/۷۹۹	میزان آگاهی از برنامه‌های تعاونی
۰/۶۵۸	تقدیر گرایی	۰/۸۹۸	مشارکت تعاونی
۰/۷۴۲	آینده گرایی	۰/۷۴۳	تحقق عدالت
۰/۷۶۵	نوگرایی	۰/۷۱۷	تأمین رفاه
۰/۵۱۹	مشارکت اجتماعی	۰/۷۸۲	کاهش فقر
۰/۷۷۶	اعتماد اجتماعی	۰/۸۱۵	اشتغال‌زایی
۰/۷۹۳	اعتماد به نهادها	۰/۷۳۳	حل مشکلات اقتصادی
۰/۷۲۸	سرمایه اجتماعی	۰/۷۶۵	ارتقاء فرهنگ انسانی

## یافته‌ها

### ۱- توصیف اطلاعات

- از مجموع ۱۵۵۰ نفر مورد بررسی ۷۷/۸ درصد مرد و ۲۲/۲ درصد زن می‌باشند.
- ۷/۳ درصد پاسخگویان در سنین کمتر از ۲۰ سال، ۳۹/۱ درصد در سنین ۲۰ تا ۲۹ سال، ۲۶/۲ درصد در سنین ۳۰ تا ۳۹ سال، ۱۹ درصد در سنین ۴۰ تا ۴۹ سال و ۸/۴ درصد سن ۵۰ سال و بیشتر داشته‌اند.
- ۴۰/۴ درصد پاسخگویان مجرد و ۵۹/۶ درصد آنان متأهل می‌باشند.
- ۵/۱ درصد پاسخگویان تحقیق دارای تحصیلات ابتدایی و کمتر، ۱۵/۶ درصد سیکل، ۴۶/۱ درصد دیپلم و یا فوق دیپلم، ۲۸/۶ درصد لیسانس و ۴/۶ درصد تحصیلات فوق لیسانس و یا بالاتر داشته‌اند.
- ۹۲/۲ درصد پاسخگویان شاغل، ۲/۸ درصد خانه‌دار، ۱/۴ درصد بیکار، ۲/۴ درصد بازنشسته می‌باشند.
- ۳/۲ درصد پاسخگویان دارای انواع شغل‌های مدیریتی، قضاوت و مانند آن بوده‌اند. ۹/۵ درصد پاسخگویان از گروه‌های شغلی متخصصان، پزشکان، اساتید دانشگاه و مانند آنها بوده‌اند. ۵/۴ درصد تکنسین، ۱۱/۲ درصد کارمند و فرهنگی، ۱۲/۲ درصد در مشاغل خدماتی و فروشنده، ۱۰/۱ درصد در فعالیت‌های کشاورزی و دامداری، ۱۷/۲ درصد صنعتگر و یا کارگر کارخانجات صنعتی، ۱۱/۵ درصد در حرفه‌های متصدی و امور مونتاژ، تعمیرکار وسایل ماشین و انواع حرفه‌ها و مشاغل آزاد و ۹/۵ درصد کارگر ساده بوده‌اند. همچنین ۱۰/۱ درصد پاسخگویان در سایر مشاغل به فعالیت اشتغال داشته‌اند.
- ۲۲/۶ درصد پاسخگویان از استان تهران می‌باشند. همچنین هر یک از استان‌های خراسان، یزد، بوشهر و لرستان ۱۹/۴ درصد پاسخگویان را به خود اختصاص داده‌اند.

تبیین نگرش مردم ایران نسبت به بخش تعاون ... ۲۳

- ۵۰/۳ درصد از پاسخگویان از شهروندان مراکز استان‌های مورد بررسی و ۴۹/۷ درصد از آنها نیز از شهروندان شهرهای دیگر استان مورد نظر و مورد بررسی می‌باشند.
- ۹۱/۹ درصد از شهروندان در این پژوهش از نظر منطقه مسکونی شهری و ۸/۱ درصد آنها روستایی می‌باشند.
- ۱۴/۲ درصد از شهروندان مورد بررسی پایگاه اقتصادی و اجتماعی خود را ضعیف، ۶۸/۶ درصد از شهروندان متوسط و ۱۷/۲ درصد از این شهروندان نیز پایگاه اقتصادی و اجتماعی خود را خوب ارزیابی کرده‌اند. در مجموع ۸۲/۸ درصد از پاسخگویان از وضعیت متوسط و پایین‌تر برخوردار بوده‌اند.

### – میزان آشنایی با بخش تعاون شرکت‌های تعاونی

- در خصوص میزان آشنایی افراد مورد بررسی با اهداف و برنامه‌های تعاونی، آمارها نشان می‌دهند که ۴۹ درصد از شهروندان آشنایی کم، ۴۳/۲ درصد از آنها در حد متوسط و ۷/۸ درصد از شهروندان آشنایی زیادی دارند.
- با عملکرد یا کارکرد تعاونی ۴۲/۷ درصد از شهروندان در حد کم، ۵۱/۷ درصد در حد متوسط و فقط ۵/۵ درصد از آنها در حد زیاد با عملکرد و کارکرد تعاونی‌ها آشنا و با اطلاع هستند.
- درباره میزان آشنایی با اهداف و برنامه‌های اتحادیه تعاونی ۵۶/۴ درصد از شهروندان به میزان کم، ۳۷/۱ درصد در حد متوسط و ۶/۵ درصد شناخت و آگاهی در سطح زیاد دارند.
- در رابطه با این موضوع که شهروندان به چه میزان با عملکرد اتحادیه‌های تعاونی آگاهی و شناخت دارند، اطلاعات حاکی از آن است که ۴۵/۷ درصد از شهروندان آشنایی و شناخت کم، ۴۸/۸ درصد آشنایی متوسط و ۵/۵ درصد آشنایی بالا دارند.
- در کل با توجه به مؤلفه‌های چهارگانه یاد شده میزان آشنایی و آگاهی از اهداف و برنامه‌های شرکت‌های تعاونی، آشنایی با عملکرد تعاونی، آشنایی با اهداف و



برنامه‌های اتحادیه تعاون و نیز عملکرد اتحادیه تعاون، میزان آگاهی پاسخگویان از برنامه‌ها و عملکرد تعاونی بدست آمده است.

جدول ۳- میزان آگاهی پاسخگویان از برنامه‌ها و عملکرد تعاونی

درصدتجمعی	درصد	فراوانی	
۱.۵۸	۱.۵۸	۹۰۱	کم
۷.۹۴	۶.۳۶	۵۶۷	متوسط
۰.۱۰۰	۳.۵	۸۲	زیاد
	۰.۱۰۰	۱۵۵۰	جمع

براساس اطلاعات جدول ۳، ۵۸/۱ درصد پاسخگویان از برنامه‌ها و عملکرد تعاونی و اتحادیه تعاون، در حد کم، ۳۶/۶ درصد در حد متوسط و ۵/۳ درصد نیز در حد زیاد آگاهی داشته‌اند. در مجموع میزان آگاهی ۹۴/۷ درصد از پاسخگویان از برنامه‌ها و عملکرد تعاونی در حد متوسط به پایین بوده است.

مرکز تحقیقات کامپیوتر علوم اسلامی

### – مشارکت پاسخگویان در تعاونی‌ها

برای سنجش میزان فعالیت و مشارکت در تعاونی‌ها، معرف‌های متعددی مورد استفاده قرار می‌گیرد. «اندرسون» موارد عضویت، حضور در جلسات و کمک مالی به فعالیت‌ها و مجامع مشارکتی را از متداول‌ترین معرف‌های مشارکت بیان نموده است (نیازی، ۱۳۸۱: ۱۱۴). مقیاس «چاپین»<sup>۱</sup> از مقیاس‌های دیگری است که برای سنجش میزان فعالیت و مشارکت در ادبیات مشارکت مورد توجه قرار گرفته است. این مقیاس شامل مقوله‌های تعلق یا عضویت سازمانی در تعاونی‌ها، حضور در جلسات، کمک مالی و داشتن مسئولیت در تعاونی‌هاست. در این مطالعه با الهام از معرف‌های مقیاس

1. Chapin

تبیین نگرش مردم ایران نسبت به بخش تعاون ... ۲۵

اندرسون و چاپین، مشارکت و فعالیت تعاونی در جامعه مورد مطالعه برحسب موارد زیر مورد سنجش قرار گرفته است:

- عضویت در تعاونی: ۶۹ درصد پاسخگویان، تاکنون در هیچ یک از شرکت‌های تعاونی عضویت و یا همکاری نداشته‌اند. ۲۶/۵ درصد آنان در دست کم یک شرکت تعاونی عضویت داشته و ۴/۶ درصد نیز با شرکت‌های تعاونی همکاری داشته‌اند.
- نوع مسئولیت در تعاونی: از ۳۱/۱ درصد پاسخگویان که با شرکت‌های تعاونی همکاری داشته‌اند، نوع همکاری ۱۸ درصد آنان به صورت عادی بوده و ۱۱/۴ درصد آنان نیز به صورت فعال در شرکت‌های تعاونی فعالیت و همکاری داشته‌اند.
- شرکت در جلسات تعاونی: ۱۲/۳ درصد پاسخگویان به صورت محدود و در برخی مواقع در جلسات تعاونی شرکت می‌کنند، ۷/۴ درصد پاسخگویان در جلسات شرکت تعاونی حضور و فعالیت داشته‌اند و ۸۰/۳ درصد آنان در جلسات مربوط به شرکت‌های تعاونی حضور نداشته‌اند.
- تشویق به فعالیت در تعاونی‌ها: ۱۵/۵ درصد پاسخگویان در ضمن عضویت یا همکاری با تعاونی‌ها، تا حدودی دیگران را به فعالیت در تعاونی‌ها تشویق می‌کنند و بقیه هیچگونه فعالیتی در این زمینه نداشته‌اند.
- مشارکت در تعاونی: با ترکیب شاخص‌های چهارگانه بالا، نمره مشارکت تعاونی محاسبه شده است.

جدول ۴- میزان مشارکت تعاونی پاسخگویان

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	
۷.۸۰	۷.۸۰	۱۲۵۱	کم
۰.۹۰	۳.۹	۱۴۴	تا حدی
۰.۱۰۰	۰.۱۰	۱۵۵	زیاد
	۰.۱۰۰	۱۵۵۰	جمع

یافته‌های جدول ۴ نشان می‌دهند که ۱۰ درصد پاسخگویان در حد زیاد و ۹/۳ درصد آنان در حد متوسط در فعالیت‌های تعاون و تعاونی‌ها مشارکت داشته‌اند و ۸۰/۷ درصد آنان مشارکت تعاونی نداشته‌اند. با توجه به درصد فراوانی تجمعی جدول، ۹۰/۰ درصد از پاسخگویان میزان مشارکت تعاونی متوسط به پایین داشته‌اند.

### – نگرش پاسخگویان نسبت به تعاون

نگرش مردم نسبت به بخش تعاون و تعاونی‌ها موضوع اساسی پژوهش می‌باشد. در این ارتباط، نگرش مردم در مورد نقش تعاون در گسترش عدالت و تحقق، تامین رفاه اجتماعی، کاهش فقر، حل مشکلات اقتصادی جامعه و اشتغال‌زایی، ارتقای فرهنگ انسانی و تقویت روحیه همبستگی از طریق ۲۴ گویه سنجیده شده است. ترکیب گویه‌های خاص هر مفهوم و سپس محاسبه میانگین و... در جدول ۵ آمده است.

جدول ۵- نگرش پاسخگویان به کارکردهای تعاون در جامعه

مفهوم	تعداد گویه	کمینه	بیشینه <sup>۲</sup>	میانگین	حدوسط‌طیف
تحقق عدالت	۳	۳	۹	۷/۵۴	۶
تأمین رفاه و آسایش	۳	۳	۹	۷/۴۵	۶
کاهش فقر	۶	۶	۱۸	۱۴/۰۵	۱۲
حل مشکلات اقتصادی	۳	۳	۹	۷/۱۱	۶
ارتقاء فرهنگ انسانی	۵	۵	۱۵	۱۲/۲۴	۱۰
تقویت روحیه همبستگی	۴	۴	۱۲	۹/۸۶	۱۲
نگرش کلی به تعاون و فعالیت‌های تعاونی	۲۴	۲۴	۷۲	۶۷/۸۴	۴۸

۱- حداقل

۲- حداکثر

همان گونه که جدول ۵ نشان می‌دهد، نظریه‌سازان به تمام مفاهیم پنهان در بخش تعاون و همچنین نگرش کلی به بخش تعاون بالاتر از حد متوسط هر یک از طیف‌هاست، بنابراین می‌توان گفت که نگرش مردم به تعاون و فعالیت‌های تعاونی مثبت است.

### - ویژگی‌های شخصیتی و نگرش فرهنگی

در این پژوهش ویژگی‌های شخصیتی در چهار صفت فردگرایی، تقدیرگرایی، آینده‌نگری و نوگرایی آورده شده‌اند. فردگرایی و نبود روحیه مشارکت‌جویی در فعالیت‌های اجتماعی، گروهی و تعاونی، به احساس عدم مسئولیت فرد در فعالیت و درگیری در مسائل اجتماعی و اهمیتی که فرد برای فعالیت‌های جمعی و مشارکتی قایل است، گفته می‌شود. در فردگرایی با تأکید بر توانمندی و نقش سازنده انسان و پرهیز از سرنوشت‌گرایی، تلاش می‌شود با به کارگیری امکانات و وسایل موجود، بیشترین تغییر را در محیط اجتماعی به وجود آورده و آینده را در کنترل خود نگه دارد. در تقدیرگرایی، فرد بر این باور است که آینده و محیط اجتماعی در کنترل ما نیست و تقدیر و سرنوشت و یا شانس وضعیت آینده هرکسی را رقم می‌زند. گویه‌های مورد توجه «ملوین کوهن» و همکاران برای سنجش تقدیرگرایی، در پژوهش حاضر به کار رفته‌اند (نیازی، ۱۳۸۳: ۱۶). آینده‌نگری بیانگر نوعی گرایش در فرد است که بواسطه آن فرد با پذیرش نوعی انضباط و برنامه‌ریزی در عمل، حاضر به چشم‌پوشی از منافع و لذت آنی به دلیل کسب منافع آتی است و نوگرایی به معنای پذیرش الگوها و شیوه‌های جدید در حیات اجتماعی، روحیه نوجویی و کار تازه کردن، می‌باشد؛ به گونه‌ای که افراد برخوردار از این ویژگی آمادگی بیشتر برای قبول دگرگونی‌های جدید را دارند و برای حفظ الگوها و شیوه‌های قدیمی در برابر الگوهای جدید، مقاومت کمتری از خود نشان می‌دهند.

جدول ۶- توزیع پاسخگویان به ابعاد متعدد شخصیتی

ابعاد شخصیت	تعداد گویه	کمینه	بیشینه	میانگین	حدوسط طیف
فردگرایی	۵	۵	۱۵	۸/۰۳	۱۰
تقدیرگرایی	۵	۵	۱۵	۱۰/۳۸	۱۰
آینده‌نگری	۴	۴	۱۲	۷/۷۱	۸
نوگرایی	۵	۵	۱۵	۸/۷۲	۱۰

جدول ۶ نشان می‌دهد که میانگین فردگرایی، آینده‌نگری و نوگرایی کمتر از حد متوسط طیف است، اما میانگین تقدیرگرایی بیشتر از حد متوسط طیف می‌باشد.



### - سرمایه اجتماعی

در این پژوهش سرمایه اجتماعی در سه بُعد مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی و اعتماد به نهادها سنجیده شده است. برای سنجش میزان مشارکت اجتماعی افراد از دو مؤلفه میزان مشارکت آنان در فعالیتهای اجتماعی و نیز عضویت آنان در کانونها و انجمنهای فرهنگی و اجتماعی استفاده شده است و برای سنجش اعتماد اجتماعی مبتنی بر نظریه گیدنز، از دو مؤلفه اعتماد به دیگران و اعتماد به سازمانها و نهادها استفاده شده است و با ترکیب متغیرهای مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی، اعتماد به سازمانها و نهادها، متغیر سرمایه اجتماعی ساخته شده است. در جدول ۷ میزان سرمایه اجتماعی و ابعاد آن آورده شده است.

جدول ۷- توزیع پاسخگویان به سرمایه اجتماعی و ابعاد آن

مفهوم	تعداد گویه	کمینه	بیشینه	میانگین	حدوسط طیف
مشارکت اجتماعی	۵	۵	۲۵	۱۳/۷۳	۱۵
اعتماد اجتماعی	۷	۷	۲۱	۱۴/۴۸	۱۴
اعتماد به سازمان‌ها و نهادها	۱۳	۱۳	۳۹	۲۴/۳۲	۲۶
سرمایه اجتماعی	۲۵	۲۵	۸۵	۴۶/۴۱	۵۵

براساس جدول ۷ میانگین اعتماد اجتماعی، کمی بیشتر از حد متوسط طیف است، اما میانگین مشارکت اجتماعی و سرمایه اجتماعی کمتر از حد متوسط طیف است. بنابراین سرمایه اجتماعی در افراد مورد مطالعه کمتر از حد متوسط است.



## ۲- تحلیل داده‌ها

- رابطه بین جنس، وضعیت تاهل و محل سکونت و نگرش پاسخگویان نسبت به تعاون

جدول ۸- رابطه متغیرهای شناسایی بانگرش به تعاون

متغیرها	ابعاد	میانگین	t	df	sig
جنس	مرد	۶۵/۸۸	۰/۲۹۲	۱۵۴۸	۰/۷۷
	زن	۶۷/۶۸			
وضعیت تاهل	مجرد	۶۷/۱۰	-۲/۰۹	۱۵۴۸	۰/۰۳۶
	متاهل	۶۸/۳۴			
محل سکونت	شهری	۶۸/۰۵	۲/۴۳	۱۵۴۸	۰/۰۱۵
	روستایی	۶۶/۴۶			

جدول ۸ نشان می‌دهد که نگرش به تعاون و شرکت‌های تعاونی برحسب وضعیت تاهل و محل سکونت پاسخگویان متفاوت است. براین اساس متاهلان نسبت به مجردان و شهری‌ها نسبت به روستاییان دارای نگرش مثبت‌تری به تعاون و تعاونی‌ها هستند، اما تفاوتی بین نگرش زنان و مردان نسبت به تعاونی وجود ندارد.

- رابطه بین سن و نگرش نسبت به تعاون

جدول ۹- رابطه سن و نگرش به تعاون

**Correlations**

		سن	نگرش به تعاون
سن Spearman's rf	Correlation Coefficient	1.000	.111*
	Sig. (2- tailed)	.	.000
	N	1550	1550
نگرش به تعاون	Correlation Coefficient	.111*	1.000
	Sig. (2- tailed)	.000	.
	N	1550	1550

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2- tailed).

ضریب اسپیرمن در جدول شماره ۹ نشان می‌دهد که بین سن و نگرش مثبت به تعاونی، رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد (ro : ۰/۱۱۱ و sig: ۰/۰۰۰)، و هر چه بر سن پاسخگویان افزوده می‌شود، نگرش آنها به بخش تعاون و شرکت‌های تعاونی مثبت‌تر می‌شود.

تبيين نگرش مردم ايران نسبت به بخش تعاون ... ۳۱

- رابطه استان محل سکونت و نگرش نسبت به تعاون

جدول ۱۰- نگرش به تعاون برحسب استان محل سکونت

متغير	ابعاد	میانگین	میانگین مجذورات بین گروه	میانگین مجذورات درون گروه	F	Sig
استان محل سکونت	خراسان	۶۸/۷۳	۸۷۰/۵۷۵	۱۲۸/۲۵	۶/۷۸	۰/۰۰۰
	تهران	۶۹/۹۸				
	یزد	۶۷/۲۸				
	بوشهر	۶۷/۲۰				
	لرستان	۶۵/۶۶				

آمارهای موجود در جدول ۱۰ نشان می‌دهند که نگرش پاسخگویان به تعاون و شرکت‌های تعاونی برحسب استان محل سکونت متفاوت است، بطوری که برحسب نگرش مثبت استان‌ها به ترتیب عبارتند از: استان تهران، خراسان، یزد، بوشهر و لرستان.

- رابطه بین پایگاه اقتصادی و اجتماعی پاسخگویان و نگرش آنان نسبت به تعاون

جدول ۱۱- رابطه پایگاه اقتصادی و اجتماعی و نگرش به تعاون

#### Correlations

		پایگاه اقتصادی-اجتماعی	
		نگرش به تعاون	
نگرش به تعاون	Correlation Coefficient	1.000	.068*
	Sig. (2- tailed)	.	.007
	N	1550	1550
پایگاه اقتصادی-اجتماعی	Correlation Coefficient	.068*	1.000
	Sig. (2- tailed)	.007	.
	N	1550	1550

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2- tailed).



بر اساس بر اطلاعات جدول ۱۱، اگرچه بین پایگاه اقتصادی - اجتماعی پاسخگویان و نگرش به تعاون رابطه مستقیم و مثبت وجود دارد و بر آن اساس هر چه پایگاه بالاتر است، نگرش به تعاون نیز مثبت‌تر است، اما شدت این رابطه بسیار کم است ( $\text{sig} : 0/000$ ،  $r0 : 0/068$ ).

### - نقش ویژگی‌های شخصیتی در نگرش نسبت به تعاون

جدول ۱۲ نشان می‌دهد بین فردگرایی و نگرش به تعاون رابطه معکوس وجود دارد و پاسخگویانی که میزان فردگرایی آنها بیشتر است، نگرش آنها به تعاون منفی‌تر است ( $\text{sig} : 0/000$  و  $r : 0/259$ )، اما بین سایر ویژگی‌های شخصیتی (تقدیرگرایی، آینده نگری و نوگرایی) و نگرش مثبت به تعاونی رابطه آماری وجود ندارد.

جدول ۱۲- رابطه ابعاد شخصیتی (فردگرایی و... با نگرش به تعاون)

ابعاد شخصیتی	فردگرایی	تقدیرگرایی	آینده گرایی	نوگرایی
پیرسون	-0/259	0/029	-0/047	-0/031
معناداری	0/000	0/259	0/064	0/221

### - رابطه بین سرمایه اجتماعی و نگرش نسبت به تعاون

جدول ۱۳- رابطه سرمایه اجتماعی و ابعاد آن و نگرش به تعاون

ابعاد سرمایه اجتماعی	مشارکت اجتماعی	اعتماد اجتماعی	اعتماد به نهادها	سرمایه اجتماعی
پیرسون	0/170	0/12	0/19	0/22
معناداری	0/000	0/000	0/000	0/000

تبیین نگرش مردم ایران نسبت به بخش تعاون ... ۳۳

جدول ۱۳ نشان می‌دهد که بین میزان سرمایه اجتماعی پاسخگویان و نگرش مثبت آنها به تعاونی رابطه مثبت و مستقیمی وجود دارد ( $r: 0/22$  و  $sig: 0/000$ ) و از سوی دیگر بین ابعاد سرمایه اجتماعی (مشارکت، اعتماد اجتماعی و اعتماد به نهادها) و نگرش مثبت نیز رابطه مستقیمی وجود دارد و شدت این رابطه با بعد اعتماد به نهادها و سپس مشارکت اجتماعی بیشتر از اعتماد اجتماعی است.

### ۳- تجزیه تحلیل چندمتغیره

از آنجا که رابطه دو به دوی عوامل، بدون تأثیر عوامل دیگر در علوم اجتماعی و رفتاری، به دلیل ماهیت موضوع مورد مطالعه (انسان)، امری تقریباً ناممکن است، در این قسمت، از رگرسیون چند متغیره با روش گام به گام<sup>۱</sup> به منظور تبیین مجموعه عوامل، استفاده می‌شود.



جدول ۱۴- نتایج ضریب تعیین نگرش مردم نسبت به تعاون بر اساس رگرسیون گام به گام

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تبیین خالص	اشتباه برآورد معیار
۱	۰/۵۰۷	۰/۲۵۷	۰/۲۵۶	۹/۸۴
۲	۰/۵۱۷	۰/۲۶۷	۰/۲۶۶	۹/۷۷

- مدل ۱- فردگرایی
  - مدل ۲- متغیر مستقل: فردگرایی - سرمایه اجتماعی
  - متغیر وابسته: نگرش کلی به تعاونی
- همان گونه که گفته شد به منظور تبیین نگرش کلی به تعاونی (تعیین عوامل مؤثر) بر اساس مجموعه متغیرهای مستقل معنادار، از رگرسیون چندگانه به روش گام

#### 1. Stepwise

به گام استفاده می‌شود. که در نهایت بر اساس جدول ۱۴ دو متغیر مستقل مهم در شکل رگرسیونی باقی ماندند. بطوری که ضریب تبیین آن برابر ۲۷ درصد می‌باشد.

جدول ۱۵- ضرایب متغیرهای مستقل در شکل رگرسیونی به روش گام به گام

Sig	t	ضرایب متغیر		
		ضرایب استاندارد	ضرایب خام	
		Beta	Std. Error	B
۰/۰۰۰	۱۷/۶۳۷		۲/۲۰	۳۸/۸۵
۰/۰۰۰	-۱۱/۲۰۰	- ۰/۲۴۵	۰/۰۸۷	- ۰/۹۷۷
۰/۰۰۰	۴/۶۲	۰/۱۵۴	۰/۳۶۰	۰/۱۶۷

بر اساس اطلاعات جدول ۱۵ و با توجه به بتای استاندارد شده، اثر فردگرایی بر نحوه نگرش به تعاونی منفی و برابر ۲۵- درصد و اثر سرمایه اجتماعی ۱۵ درصد است. بنابراین میزان فردگرایی دارای اثر منفی و غیرمستقیم و سپس سرمایه اجتماعی اثر مستقیم را در بین متغیرهای مستقل معنادار در مدل رگرسیونی دارد.

مرکز تحقیقات کامپیوتر علوم اسلامی

### نتیجه‌گیری

این پژوهش به بررسی وضعیت نگرش مردم در خصوص تعاونی و شناسایی برخی عوامل مؤثر بر آن، می‌پردازد. دستیابی به این اهداف، از طریق نگرش‌سنجی از مردم در رابطه با کارکردهای تعاونی‌ها (کاهش فقر، گسترش عدالت، اشتغال‌زایی و...) محقق می‌شود. از این روی نظرسنجی و توجه به نظرات مردم در خصوص تعاون، نه تنها به شناسایی نیازها و تمایلات افراد می‌انجامد بلکه موجب تعمیق حس احترام و مشارکت بیشتر آنها در زمینه‌های تعاونی می‌شود.

روش تحقیق این پژوهش پیمایشی و مقطعی بوده و جامعه آماری این پژوهش شامل تمام شهروندان واقع در سنین فعالیت (بالتر از ۱۵ سال و کمتر از ۶۰ سال) در

### تیین نگرش مردم ایران نسبت به بخش تعاون ... ۳۵

ایران می‌باشد و تعداد حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۱۵۵۰ نفر محاسبه شده است و بر اساس میزان توسعه اقتصادی - اجتماعی استان‌های کشور و تقسیم آنها به پنج منطقه خیلی محروم، محروم، در حال توسعه، توسعه یافته و خیلی توسعه یافته، و بر اساس گروه‌های شغلی، پرسشنامه تحقیق، توزیع و اطلاعات تحقیق جمع آوری شده است.

کنکاش در ویژگی‌های جامعه آماری براساس پرسشنامه طراحی شده دارای روایی، منجر به نتایجی شده است که به برخی نتایج مهم آن پرداخته می‌شود:

- میزان آشنایی بیشتر افراد با اهداف و برنامه‌های تعاونی، با عملکرد یا کارکرد تعاونی، اهداف و برنامه‌های اتحادیه تعاونی و با عملکرد اتحادیه‌ها در حد متوسط به پایین بوده است.

- ۶۹ درصد تاکنون در هیچ یک از شرکت‌های تعاونی عضویت و یا همکاری نداشته‌اند. ۲۶/۵ درصد آنان در دست کم یک شرکت تعاونی عضویت داشته و ۴/۶ درصد نیز با شرکت‌های تعاونی همکاری داشته‌اند و از مجموع ۳۱/۱ درصد پاسخگویان که با شرکت‌های تعاونی همکاری داشته‌اند، نوع همکاری تنها ۱۱/۴ درصد آنان به صورت فعال بوده است و تنها ۱۲/۳ درصد پاسخگویان به صورت محدود در جلسات تعاونی‌ها شرکت می‌کنند و ۷۵/۴ درصد افراد، هیچ گونه فعالیتی در زمینه تشویق دیگران به سمت و سوی تعاونی نداشته‌اند. با توجه به شاخص‌های بالا، میزان مشارکت ۹۰ درصد از پاسخگویان در تعاونی در حد متوسط رو به پایین بوده است.

- بیشتر پاسخگویان (۶۰/۸ درصد) دارای نگرش مثبت نسبت به تعاون و تعاونی‌ها می‌باشند. ۳۵/۴ درصد دارای نگرش متوسط و یا بی‌نظر نسبت به تعاون بوده و تنها ۳/۸ درصد آنان نگرش منفی نسبت به تعاون داشته‌اند و میانگین نگرش مثبت پاسخگویان به تعاون و شرکت‌های تعاونی، ۶۷/۸۴ است که بسیار بالاتر از حد متوسط طیف سنجش (۴۸) است.

- میانگین فردگرایی، آینده‌نگری و نوگرایی افراد پایین‌تر از حد متوسط طیف و میانگین تقدیرگرایی بیشتر از حد متوسط طیف است.
- مهمترین کارکرد سرمایه اجتماعی تقویت ساختار و شبکه‌های اجتماعی و تسهیل روابط متقابل افراد، تشویق شهروندان به زندگی انجمنی و جمع‌گرایی و تشویق گرایش به هنجارهای اجتماعی است. بر این مبنای، در این تحقیق، سرمایه اجتماعی ومؤلفه‌های اساسی آن به عنوان یکی از مهمترین عوامل پیش‌برنده مؤثر برگرایش افراد نسبت به تعاونی‌ها مورد بررسی قرار گرفته است. در این پژوهش سرمایه اجتماعی در دو بعد مشارکت اجتماعی و اعتماد اجتماعی سنجیده شده است. درکل، میانگین نمره پاسخگویان به سوالات سرمایه اجتماعی، برابر با ۶۷/۴۱ و انحراف معیار آن برابر با ۷/۰۸ می‌باشد که پایین‌تر از حد متوسط طیف (۵۵) می‌باشد. بنابراین افراد جامعه آماری از سرمایه اجتماعی بالایی برخوردار نیستند.
- نگرش زنان و مردان به تعاون و تعاونی‌ها تفاوت معناداری ندارد.
- نگرش مثبت نسبت به تعاون در گروه سنی کمتر از ۲۰ سال ۵۱/۳ درصد بوده است. با افزایش سن پاسخگویان شاهد افزایش میزان نگرش مثبت به تعاون می‌باشیم. به گونه‌ای که این میزان در گروه سنی ۲۹-۴۰ سال به ۵۹/۲ درصد، گروه سنی ۳۹-۳۰ سال ۶۱/۸ درصد، گروه سنی ۴۹-۴۰ سال ۶۳/۴ و در گروه سنی ۵۰ سال به بالا به ۶۶/۹ درصد افزایش یافته است که این نتیجه به لحاظ آماری معنادار است.
- متاهلین نسبت به مجردان نگرش مثبت تری به تعاون و تعاونی دارند.
- نگرش به تعاونی در بین استان‌های مورد مطالعه متفاوت است و به ترتیب میانگین نگرش مثبت عبارتند از: تهران، خراسان، یزد، بوشهر و لرستان.
- میزان نگرش مثبت در بین پاسخگویان شهری بالاتر از مناطق روستایی است.
- نگرش مثبت به تعاون در افراد با پایگاه‌های اقتصادی و اجتماعی بالاتر، بیشتر از طبقات پایین‌تر اجتماع است. هر چند با وجود معنادار بودن رابطه این دو متغیر، ضریب همبستگی آنها پایین است.

تبیین نگرش مردم ایران نسبت به بخش تعاون ... ۳۷

- با افزایش فردگرایی در افراد نگرش مثبت آنان نسبت به تعاون کاهش می‌یابد. بین سایر ویژگی‌ها همانند تقدیرگرایی، آینده‌گرایی و نوگرایی با نگرش به تعاون رابطه معنادار دیده نمی‌شود.
- میزان سرمایه اجتماعی افراد دارای رابطه مستقیم و معنادار با نگرش مثبت به تعاونی است و این رابطه در مشارکت اجتماعی، بیشتر از اعتماد دیده می‌شود.
- در مجموع بر اساس رگرسیون چندمتغیره، دو متغیر فردگرایی و سرمایه اجتماعی، ۲۷ درصد از تغییرات نگرشی پاسخگویان به تعاونی را تبیین می‌کنند. اثر فردگرایی بر نحوه نگرش به تعاونی منفی و برابر ۲۵- درصد و اثر سرمایه اجتماعی ۱۵ درصد است. بنابراین میزان فردگرایی دارای اثر منفی و غیرمستقیم و سپس سرمایه اجتماعی اثر مستقیم و معنادار به نگرش مثبت درباره تعاون و تعاونی در مدل رگرسیونی دارند.



## منابع

- آراسته خو، محمد. (۱۳۸۴)، انواع و کاربردهای تعاونی‌ها، تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور تهران.
- ابراهیم زاده، علی. (۱۳۸۳)، شرکت تعاونی از تصمیم تا تشکیل، تهران: انتشارات پایگان.
- ازکیا، مصطفی و غلامرضا غفاری. (۱۳۸۳)، توسعه روستایی با تأکید بر جامعه روستایی ایران، تهران: نشر نی.
- الوانی، مهدی و میرعلی نقوی. (۱۳۸۰)، سرمایه اجتماعی، مفاهیم و نظریه‌ها، فصلنامه مدیریت، شماره ۳۴ و ۳۳.
- امینی، علی اکبر. (۱۳۸۱)، تعاونی‌ها راهی به جامعه سالم، تهران: انتشارات وزارت تعاون.

- باژن، کیوان. (۱۳۸۱)، تعاونی در مطبوعات، ماهنامه اجتماعی فرهنگی تعاون، شماره ۱۳۰.
- بیرو، آلن. (۱۳۷۵)، فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه: باقر ساروخانی، تهران: انتشارات کیهان.
- درویشی شاهکلانی، حمید. (۱۳۸۵)، روانشناسی اجتماعی، تهران، نشر فردوس.
- رفیع پور، فرامرز. (۱۳۷۲)، سنجش گرایش روستائیان نسبت به جهاد سازندگی، مرکز تحقیقات و بررسی مسائل روستائی، تهران: وزارت جهاد سازندگی
- شارع پور، محمود. (۱۳۸۰)، فرسایش سرمایه اجتماعی و پیامدهای آن، نامه انجمن جامعه شناسی ایران، تهران: شماره ۳.
- طالب، مهدی. (۱۳۸۴)، اصول و اندیشه‌های تعاونی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- طالب، مهدی. (۱۳۷۹)، تأمین اجتماعی، مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی.
- عمید، حسن. (۱۳۵۶)، فرهنگ عمید، تهران: انتشارات امیرکبیر.
- فوکویاما، فرانسیس. (۱۳۷۹)، پایان نظم، ترجمه: غلامعباس توسلی، تهران: نشر اطلس.
- قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران. (۱۳۵۹)، تهران: مؤسسه انجام کتاب.
- کلمن، جیمز. (۱۳۷۷)، بنیادهای نظریه اجتماعی، ترجمه: منوچهر صبوری، تهران: نشرنی.
- کوثری، مسعود (۱۳۶۸)، تغییر نگرش و رادیو و تلویزیون، (مجموعه مقالات)، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- گولد، جولیس و ویلیام کولب. (۱۳۸۴)، فرهنگ علوم اجتماعی، گروه مترجمان و به کوشش محمد جواد زاهدی مازندرانی، تهران: انتشارات مازیار.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۴)، جامعه شناسی، ترجمه: منوچهر صبوری، تهران: نشرنی.

تبيين نگرش مردم ايران نسبت به بخش تعاون ... ۳۹

- مستعانی، محمد حسین. (۱۳۷۵)، **مجموعه قوانین و مقررات تعاونی**، تهران: جلد سوم.

- محمدی، اصغر. (۱۳۸۰)، کار و تلاش از دیدگاه حضرت علی (ع)، **ماهنامه تعاون**، شماره ۱۲۴.

- نبی زاده، محمد. (۱۳۸۵)، **امور مالی تعاونی‌ها**، تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور تهران.

- نیازی، محسن. (۱۳۸۱)، **تبيين موانع مشارکت اجتماعی در شهر کاشان**، رساله دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان.

- نیازی، محسن. (۱۳۸۳)، **تبيين موانع مشارکت اجتماعی در شهر کاشان**، فصلنامه امداد پژوهان، شماره ۵.

- ودیعی، جمال. (۱۳۵۲)، **تعاون**، اصفهان: انتشارات دانشگاه اصفهان.

- Parkeston. A. O. (1999), **Virtual community life: a disappearance to third placial capital**, internet.

- Allport, Gordon W. (1973), **Attitude in the History of Socialpsychology**.

- Hruschka, Erna. (1974), **Die Beziehung zwischen Einstellung and Verhalten**.

- Drever, J. Und W. D. Froehlich (1974), **Woerterbuch zur Psychologie**

- Fisk, Susan & Taylor Shelley E (1991), **Social Cognition**. Mc Graw-Hill International Editions, Psychology Series.

- Hruschka, Erna (1974), **Die Beziehung zwischen Einstellung and Verhalten**.

- Rosenstiel , Lutz v (1974), **Motivation in Betrieb**

- Witte, H. Erich (1989), **Socialpsychologie** : in Lehrbuch





مرکز تحقیقات کامپیوتر علوم اسلامی