



صاحب امتیاز: مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

مدیرمسئول: علیرضا زاکانی

سرمدیر: حسن سبحانی

مدیر داخلی: سیدمحمد خویی

اعضای هیئت تحریریه (به ترتیب حروف الفبا):

محسن اسماعیلی (استاد دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران)

ابراهیم بیگ‌زاده (استاد دانشکده حقوق دانشگاه شهید بهشتی)

سید محمد حسینی (استاد حقوق دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران)

حسن سبحانی (استاد دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران)

امیررضا شاهانی (استاد مهندسی مکانیک دانشگاه خواجه نصیرالدین طوسی)

احمد حسین شریفی (استاد فلسفه مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره))

محمدحسن صادقی مقدم (استاد دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران)

علیرضا صدرا (استاد دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران)

لطف‌الله فروزنده (دانشیار دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس)

الیاس نادران (دانشیار دانشکده اقتصاد دانشگاه تهران)

داوران این شماره: عاطفه آجری آیسک، حسین احمدی، اکبر اشرفی، محمدرضا امیرمحمدی، محبوبه امینی، خیراله پروین، بهزاد پورسید، علی پیران‌نژاد، هادی حاج‌زاده، سیدهادی حسینی، علی حمیدی‌زاده، کرم‌اله دانش‌فرد، رحیم رضائی‌نژاد، حسن سبحانی، خلیل‌اله سردارنیا، محمدحسن صادقی‌مقدم، مهدی عبدالحمید، ابراهیم علیدوست قهفرخی، وجه‌اله قربانی‌زاده، اکبرکیانی، حمیدرضا ملک‌محمدی، مهدی مهدوی‌زاهد، حسین نظم‌فر، محمدرضا نیله‌چی، حسن وکیلیان

این فصلنامه به استناد نامه شماره ۹۵۸-۳/۲۷ مورخ ۱۳۹۰/۱۲/۲۴ وزارت علوم، تحقیقات و فناوری دارای درجه علمی پژوهشی است.

این فصلنامه در پایگاه‌های زیرنمایه می‌شود:

www.isc.gov.ir (ISC)

www.sid.ir

www.magiran.com

www.noormags.ir

پایگاه استنادی علوم جهان اسلام

مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی

بانک اطلاعات نشریات کشور

پایگاه مجلات تخصصی نور

ویراستار: شیوا امین اسکندری

مترجم و ویراستار انگلیسی: زهرا موسوی خلخالی

صفحه‌آرا: اکرم جدیدی

تهران، خیابان پاسداران، روبروی پارک نیاوران (ضلع جنوبی)، پلاک ۸۰۲

صندوق پستی: ۵۸۵۵-۱۵۸۷۵

دفتر فصلنامه (پرستو آجاقیان):

۰۲۱-۷۵۱۸۳۲۸۳

۰۲۱-۷۵۱۸۳۱۸۶

۰۲۱-۷۵۱۸۳۱۴۹

دورنگار:

امور مشترکین:

nashr.majles.ir

mrcmag@majlis.ir

rc.majlis.ir

□ نقل مطالب مندرج در فصلنامه با ذکر مأخذ آزاد است.

□ مسئولیت صحت اطلاعات مندرج در مقالات به عهده نویسندگان است.

## ویژگی‌های یک مقاله راهبردی علمی

از منظر هیئت تحریریه فصلنامه مجلس و راهبرد، مقاله راهبردی علمی حداقل یکی از ویژگی‌های ذیل را دارد:

۱. حاوی یافته‌های جدید علمی حاصل از طرح‌های پژوهشی، رساله‌های تحقیقاتی و سایر تولیدات پژوهشی اعم از پژوهش‌های بنیادی، کاربردی، توسعه‌ای، تحلیلی، انتقادی، نقد و بررسی علمی کتاب، همراه با ارائه نظریه یا روش جدید در راستای حل مسائل کشور با دو ویژگی اصالت و ابداع.

۲. دربردارنده تحلیل علمی از موضوع مورد تحقیق و ارائه راهکارهایی برای فائق آمدن بر مشکلات و کاهش آسیب‌ها و تهدیدهای ناشی از معضلات جامعه.

۳. دارای توصیه سیاستی روشن و دقیق درباره خلأها، ابهامات و تعارضات در حوزه‌های سیاستگذاری عمومی کشور و چالش‌های کلان فراروی آن و همچنین آینده‌نگاری برای تصمیم‌سازان ذی‌ربط.

۴. دارای مضامین و محتوای عمدتاً بین‌رشته‌ای با عنایت به مرتبط بودن وجوه متعدد مسائل و مشکلات با عرصه‌های مختلف داخلی و بین‌المللی حیات سیاسی کشور.

## فهرست مطالب

مطالعه تطبیقی مشارکت الکترونیک مردم در فرایند قانونگذاری در کشورهای منتخب و ایران ۵.....	
علی اخوان بهبهانی، ایروان مسعودی اصل، سمیه حسام و محسن نجفی خواه	
مبانی، معیارها و اصول حقوقی حاکم بر حوزه بندی انتخاباتی با بررسی موردی نظام انتخاباتی ایران ۳۵.....	
سیدمحمد مهدی غمامی و محمدحسین بستانی	
طراحی مدل عوامل مؤثر بر زیست پذیری کلان شهرهای ایران با روش متاترکیب ۶۵.....	
اسماعیل علی اکبری، نفیسه مرصوصی و مجید اکبری	
ارائه الگوی حکمرانی آب مبتنی بر بازاریابی اجتماعی در راستای تغییر رفتار مصرفی آب ... ۹۹	
امیرحسین عرب پور	
ارزیابی سطح نوآوری کشورهای منتخب سند ۱۴۰۴ و تأثیر آن بر عملکرد شهرها در سطح جهانی ۱۲۹.....	
سعیده علوی، حسین نظم فرو محمد حسن زاده	
راهبردهای توسعه دیپلماسی ورزشی جمهوری اسلامی ایران ۱۶۳.....	
محمدحسن پیمان فر، علیرضا الهی، سیدمحمدکاظم سجادیپورو مهرزاد حمیدی	
تحلیل محتوای ظرفیت سازی در بخش آموزش عالی جهت پاسخگویی به انتظارات جامعه ۱۸۳.....	
آرمین رجب زاده، مهدی مرتضوی، محمد دوستارو نسرین آخوندی	
بیمه مصرف و ضرورت شناسایی آن در لایحه بیمه تجاری ۲۱۹.....	
عبدالعظیم خروشی	
طراحی مدل جبران خدمت کارکنان در بخش دولتی ایران ۲۴۷.....	
محمدرضا مالکی، ابوالحسن فقیهی و ناصر میرسپاسی	
دست کاری قیمت در بازار کالا از طریق گران فروشی از نگاه فقه و حقوق کیفری ۲۸۵.....	
سیدحسین آل طاها، حسین آقایی جنت مکان و عارف بشیری	

داوری پذیری دعاوی بیمه با رویکرد به قانون «بیمه اجباری خسارات وارد شده به شخص

ثالث در اثر حوادث ناشی از وسایل نقلیه» مصوب ۱۳۹۵..... ۳۰۹

رضا معبودی نیشابوری و حمید افکار

چارچوب‌های کلی تصمیم‌گیری نخبگان سیاسی زن برای ورود به عرصه نمایندگی در ۱۰ دوره

مجلس..... ۳۳۳

زهرا حیدری و عباس کشاورز شکری

# مطالعه تطبیقی مشارکت الکترونیک مردم در فرایند قانونگذاری در کشورهای منتخب و ایران

علی اخوان بهبهانی\*، ایروان مسعودی اصل\*\*، سمیه حسام\*\*\* و محسن نجفی خواه\*\*\*\*

نوع مقاله: پژوهشی	تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۹/۱۹	تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۳/۱۰	شماره صفحه: ۳۴-۵
-------------------	-------------------------	------------------------	------------------

مشارکت مردم در قانونگذاری به اشکال مختلف صورت می‌پذیرد. در دو دهه اخیر ظرفیت بالای فناوری اطلاعات و ارتباطات برای حمایت از مشارکت شهروندان در فرایندهای دموکراتیک پدید آمده است که در کشورهای مختلف به اشکال گوناگون از آن بهره می‌برند. ابزارهای دیجیتال، پارلمان‌ها را تغییر می‌دهند. رسانه‌های جدید و داده‌های باز به مجالس کمک می‌کنند تا با مخاطبان ارتباط بهتری برقرار کنند. تحقیق حاضر مطالعه‌ای تطبیقی است و محیط پژوهش آن مجالس قانونگذاری کشورهای منتخب مشتمل بر فنلاند، ترکیه، آفریقای جنوبی، ایالات متحده آمریکا، انگلستان، مالزی، برزیل، فرانسه، آلمان و ایران است که با معیارهای نظام حقوقی، رژیم اجرایی، کارآمدی و موفقیت در امر قانونگذاری از طریق جستجوی هدفمند، انتخاب شدند و به صورت دقیق مورد بررسی قرار گرفتند. همه کشورهای مورد مطالعه در این تحقیق، به اشکال مختلف اختیار قانونگذاری را مجالس برعهده دارند و از مشارکت مردم در امر قانونگذاری به صورت سنتی یا الکترونیک بهره می‌برند. مشارکت الکترونیک در این کشورها از سطح اطلاع‌رسانی آن‌لاین تا مشارکت الکترونیکی مردم در تصمیم‌گیری‌ها متفاوت است. در کشور ما، ظرفیت‌های زیرساختی فناوری و همچنین قوانین مناسب برای مشارکت مردم در قانونگذاری وجود دارد و نمایندگان مجلس می‌توانند به راحتی با ذی‌نفعان و ذی‌ربطان در تعامل باشند. این شرایط موقعیت بسیار مناسبی را برای مشارکت کارشناسی و تخصصی در حوزه قانونگذاری فراهم می‌سازد.

**کلیدواژه‌ها:** مطالعه تطبیقی؛ قانونگذاری؛ مشارکت در قانونگذاری؛ مشارکت الکترونیک

\* عضو هیئت علمی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی؛ Email: alakhavan@gmail.com  
\*\* دانشیار گروه مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، دانشکده مدیریت و اطلاع‌رسانی پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی ایران، تهران، ایران (نویسنده مسئول)؛ Email: masoudiasl.i@iums.ac.ir  
\*\*\* استادیار گروه مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، دانشکده مدیریت، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران؛ Email: s.hesam@azad.ac.ir  
\*\*\*\* استادیار، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی تهران، ایران؛ Email: najafikhah@gmail.com

## مقدمه

امروزه در جهان، اکثر نظام‌های حکومتی با تفکیک قوا امر قانونگذاری را در صلاحیت و اختیار قوه مقننه به‌عنوان یکی از قوای سه‌گانه حکومت قرار داده‌اند. مجالس قانونگذاری، معمولاً سمبل و نماد نظام‌های سیاسی مردم‌سالار شناخته می‌شوند. مجلس اصولاً بیش از هر نهاد حکومتی در دسترس عموم مردم جامعه قرار دارد. در مجلس استدلال‌ها و اختلاف‌ها به شکل علنی مطرح می‌شود و جلسات غیرعلنی آن محدود است و حتی ممکن است مورد انتقاد قرار گیرد. مجالس از یک سو نهادهایی انتخابی و از همین رو آینه‌دار احساسات و افکار شهروندان هستند و از سوی دیگر، سرچشمه قوانینی هستند که کشور براساس آنها اداره می‌شود. درهم‌آمیختگی این دو ویژگی در یک نهاد، دلیل اهمیت بی‌مانند مجالس قانونگذاری در نظام‌های سیاسی مردم‌سالار است (اولسن، ۱۳۸۲: ۵-۶). همچنین پارلمان نقش اساسی در عملکرد ملی به‌عنوان نهاد اصلی دموکراسی نمایندگی مدرن دارد. در میان کارکردهای مختلف پارلمان، «مهم‌ترین بعد» تضمین شنیده شدن صدای مردم و پیوند مردم به دولت است که موجب می‌شود فرایند تصمیم‌گیری به صورت دموکراتیک انجام شود (Norton, 2013: 281).

مشارکت مردم در قانونگذاری، بزرگ‌ترین نمود حق حاکمیت مردم در تعیین سرنوشت سیاسی و اجتماعی خود است. این مشارکت به سه شیوه اجرا می‌شود: از راه نمایندگان مردم (مردم‌سالاری غیرمستقیم یا نمایندگی)، نمایندگان و مردم (مردم‌سالاری نیمه‌مستقیم) و یا فقط با مشارکت مستقیم مردم (مردم‌سالاری مستقیم) (عباسی، ۱۳۸۷: ۲۱۶).

مجلس از نمایندگان منتخب مردم تشکیل می‌شود و بنابراین مردم به صورت غیرمستقیم در این امر مشارکت می‌کنند (رستمی، ۱۳۸۷: ۱۸۱).

در شیوه مشارکت مستقیم، همه‌پرسی به‌عنوان ابزار مشارکت مستقیم مردم مورد استفاده قرار می‌گیرد که البته با محدودیت‌ها و شرایط دشواری مواجه است و جنبه فرعی و استثنایی دارد به نحوی که کمتر استفاده می‌شود. امروزه به دلیل کثرت جمعیت کشورهای تجمع و بحث و مشورت همه افراد جامعه در محلی واحد، عملاً امکان پذیر نیست. البته این شیوه در برخی کانتون‌های سوئیس اجرا می‌شود که در آنها، مجمع عمومی مردم همه‌ساله در یک میدان بزرگ تشکیل می‌شوند و به قانونگذاری می‌پردازند و بدین وسیله مردم خود مستقیماً قانون وضع می‌کنند (صانعی، ۱۳۸۱: ۲۳۳).

شیوه‌های رایج مشارکت مردم در قانونگذاری (چه مستقیم و چه غیرمستقیم) به اشکال مختلف دسته‌بندی شده است. اهم شیوه‌های مرسوم عبارت است از: همه‌پرسی (رفراندوم)<sup>۱</sup> (رستمی، ۱۳۸۷: ۲۰۲-۱۸۲)، ابتکار عام (قاضی شریعت‌پناهی، ۱۳۶۸: ۳۹۵-۳۷۳)، درخواست مردمی برای قانونگذاری (Elliott and et al., 2018: 23)، بهره‌مندی از مشاوره غیررسمی، حضور شهروندان در کمیسیون و جلسات علنی (Malyshev, 2005: 15)، مشارکت فعال در تدوین پیش‌نویس، لابیگری رسمی (رنجبر، ۱۳۸۵: ۱۹-۳)، ارتباط مستقیم میان شهروندان و نمایندگان، ارائه متن پیشنهادی قانون برای اعلام نظر و تأسیس نهادهای مشورتی (بیتام، ۱۳۹۰: ۸).

فارغ از این دسته‌بندی و ضرورت و اهمیت مشارکت مردم در قانونگذاری باید اذعان داشت فناوری‌های دیجیتالی تغییرات عمیقی در محیط عملیاتی و چشم‌انداز فرهنگی پارلمان‌ها به وجود آورده یا از این‌گونه تغییرات پشتیبانی کرده‌اند. پارلمان دیجیتالی هم‌اکنون به یک موجودیت زنده مبدل شده و مستقیماً به افراد خدمت‌گیرنده مرتبط شده است (Inter-parliamentary Union, 2016: 25).

فناوری اطلاعات و ارتباطات موجب شده پارلمان‌ها و نمایندگان محیط جدیدی را تجربه کنند. پیدایش اینترنت و شبکه‌های اجتماعی موجب تغییر در نقطه‌نظرات اجتماع در خصوص پاسخگویی و مشارکت شده است. برخی از پارلمان‌ها با توجه به شرایط خود از ابزار فناوری در گسترش مشارکت مردم در قانونگذاری کمک گرفته‌اند و برخی نیز به همان شیوه‌های سنتی عمل می‌کنند یا حداقل به صورت رسمی اقدامی در این خصوص نکرده‌اند. تلاش برای استفاده گسترده از فناوری اطلاعات و ارتباطات برای فراهم کردن مشارکت سیاسی به‌ویژه در جهت رویکرد دموکراسی مشارکتی از اروپا آغاز و توسعه یافته است (Demirhan and Öktem, 2011: 67). امروزه فناوری اطلاعات و ارتباطات برای بهبود کارایی دولت، افزایش ظرفیت و کیفیت خدمات دولتی و همچنین ارائه کانال‌های ارتباط و ارتباط بین شهروندان و سازمان‌های دولتی استفاده می‌شود (Zobel, 2005: 7). اینترنت، به‌عنوان یک فناوری اطلاعات و ارتباطات برجسته، ابزار اصلی برای دستیابی به این اهداف است که

توانایی شهروندان را برای دستیابی به اطلاعات و برقراری ارتباط افزایش داده است. در واقع اینترنت به ابزاری اساسی برای برقراری ارتباط بین جامعه مدنی، مشاغل و سازمان‌ها تبدیل شده است (Moreno and Traverso, 2010: 40). اینترنت همچنین با گسترش کانال‌های اطلاعاتی و ساده کردن فرایند ارتباطات، پتانسیل مشارکت سیاسی را ارتقا می‌بخشد. روشن است که اینترنت ابزاری مفید برای مشارکت فعال سیاسی است. در عین حال، نقش مهمی در تحول فرایندهای دولتی و سیاسی از نظر حکومت و دموکراسی مشارکتی دارد (Lombardi, Huovila and Sunikka-Blank, 2010: 6; Maria and Rizzo, 2005: 74). همه این امکانات موجب شده تا مشارکت الکترونیکی فرصت‌های مشارکت سیاسی فعال را در اختیار شهروندان قرار دهد و به‌عنوان ابزاری مهم با رویکرد دموکراسی مشارکتی دیده شود (Sanford and Rose, 2007: 407; United Nations, 2010: 83). درحقیقت مشارکت الکترونیکی می‌تواند ارتباطات بهتری را برای سازمان‌های جامعه مدنی، شهروندان و سیاستمداران فراهم کند (Issa, 2009: 249).

با وجود رشد استفاده پارلمان‌ها از رسانه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر، اما این رشد همچنان از پذیرش عمومی این رسانه‌ها توسط جامعه، عقب مانده است. شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک، تقریباً در سه پنجم پارلمان‌های پاسخ‌دهنده مورد استفاده قرار می‌گیرند که نسبت به سال ۲۰۱۲، افزایش ۸۰ درصدی داشته‌اند. ابزارهایی مانند توییتر و واتساپ نیز به سرعت در حال فراگیر شدن هستند و نهادها و اعضا نیز به استفاده از این ابزارها روی آورده‌اند. البته هنوز روشن نیست نمایندگان پارلمان به چه میزان از این ابزارها بهره می‌گیرند و تا چه اندازه استفاده آنها از این ابزارها مناسب است. گزارش جهانی پارلمان الکترونیکی در سال ۲۰۱۶ که اتحادیه بین مجالس منتشر کرد نشان می‌دهد در حالی که پیشرفت‌ها در زمینه الکترونیکی کردن فرایندها در مقایسه با سال ۲۰۰۸ بسیار چشمگیر است اما استفاده از ابزارهای نرم‌افزاری در اخذ مشاوره الکترونیکی برای طرح‌ها، لویج و نظرسنجی‌های برخط نسبت به سال ۲۰۱۲ افزایش بسیاری نداشته است (Inter-parliamentary Union, 2016: 6-28).

همه تلاش قانونگذاران این است که قانونی برای پاسخ به مشکلات مردم طراحی کنند. این تحقیق می‌کوشد با بررسی شیوه‌های مشارکت الکترونیک مردم در قانونگذاری رهنمودهایی را برای کارایی بیشتر قوه مقننه در اختیار قانونگذاران قرار دهد.



## ۱. روش بررسی

این پژوهش مطالعه‌های تطبیقی بوده و محیط پژوهش شامل مجالس قانونگذاری در کشورهای منتخب است که با معیارهای نظام حقوقی، رژیم اجرایی، کارآمدی و موفقیت در امر قانونگذاری از طریق جستجوی هدفمند، انتخاب شدند و به صورت دقیق مورد بررسی قرار گرفتند. با استفاده از معیارهای ذیل، انتخاب کشورها صورت گرفت:

الف) کشورهای مورد مقایسه با نظام‌های حقوقی متفاوت از جمله رومی - ژرمن، کامن‌لا و اسلامی استفاده شد.

ب) کشورهای مورد مقایسه به درجه نسبی و مطلوبی از کارآمدی و موفقیت در امر قانونگذاری و سیاستگذاری رسیده باشند و بعضاً در زمینه قانون اساسی و قانونگذاری الگوی سایر کشورها بوده باشند. اغلب نظام‌های قانونگذاری گزینش شده از نظر تاریخی و حقوقی دارای قدمت بوده و استانداردها، تشکیلات و ساختارهای پارلمانی آنها مورد اقتباس سایر کشورها قرار گرفته‌اند.

ج) تاحدامکان کشورهای مورد مقایسه از دیدگاه حقوق اساسی از رژیم‌های اجرایی متفاوتی پیروی کرده باشند (جدول ۱).

جدول ۱. شاخص‌های نظام‌های قانونگذاری در کشورهای منتخب

شاخص	نظام‌ها و رژیم‌های اجرایی			نظام‌های حقوقی			
	کشور	ریاستی	پارلمانی	نیمه پارلمانی	رومی - ژرمنی	کامن‌لا	مختلط یا اسلامی
فرانسه			*	*	*		
انگلستان		*				*	
ایالات متحده آمریکا		*				*	
آلمان			*	*	*		
مالزی		*					*
برزیل		*			*		
ترکیه		*					*
فنلاند		*			*		
آفریقای جنوبی		*				*	
ایران			*	*			*

در مرحله بعد با مطالعه کتابخانه‌ای و آخرین اسناد موجود وضعیت مشارکت در قانونگذاری و استفاده از فناوری اطلاعات در هر کشور احصا شد. داده‌های مورد نیاز از متون استخراج و با استفاده از جدول تطبیقی در کشورهای مورد مطالعه مقایسه شد. در هر کشور ابتدا نظام حقوقی بررسی شد و سپس وضعیت مجلس یا مجالس آن آورده شد و در نهایت شیوه‌های مشارکت مردم به خصوص از طریق الکترونیک در قانونگذاری مطرح شد.

## ۲. یافته‌ها

### ۲-۱. انگلستان

نظام حقوقی انگلستان نظام کامن‌لا است. پارلمان شامل مجلس عوام، اعیان و ملکه می‌شود که هرکدام نحوه انتخاب و شرایط متفاوتی دارند (Alder, 1994: 4-8). مجلس انگلستان شیوه‌های متنوعی را برای مشارکت مردم در قانونگذاری مورد استفاده قرار می‌دهد. در مورد طرح‌های خصوصی اعضا که نمایندگان مجلس پیشنهاد می‌دهند، برای تعیین موضوع پیشنهاد از گروه‌های ذی‌نفع و نهادهای مدنی و افراد متخصص کمک می‌گیرند. به‌علاوه نمایندگان مجلس با افراد واقع در حوزه انتخاباتی‌شان مکاتبه دارند و دفاتری در حوزه‌های انتخاباتی خود دارند که افراد به آنجا مراجعه می‌کنند و خواسته‌های خود را می‌گویند و نمایندگان با افراد حوزه‌های خود به نشست‌ها و مراسم می‌روند و ارتباطی نزدیک با آنها ایجاد می‌کنند و بدین طریق از خواسته‌های آنها آگاه می‌شوند. همچنین با به‌کارگیری رسانه‌ها، پرسشنامه‌ها، تحقیقات و استماع‌ات عمومی، نیازهای نهادهای مدنی شنیده می‌شود و در وضع قوانین مدنظر قرار می‌گیرد (زارعی، ۱۳۸۴: ۸۸۰-۸۷۰).

در سایت رسمی دولت انگلستان<sup>۱</sup> صفحه‌ای تحت عنوان صفحه مشارکت<sup>۲</sup> وجود دارد که همه مسیرهای مشارکت در حوزه‌های مختلف را معرفی کرده و دسترسی‌ها را در اختیار افراد قرار می‌دهد. در صفحه مشارکت، بخشی وجود دارد تحت عنوان مشورت<sup>۳</sup> که

---

1. [www.gov.uk](http://www.gov.uk)

2. Involve

3. Consultation

آن نیز صفحه اختصاصی خود را دارد. در این صفحه دولت طرح اولیه مسائل و پیش نویس قوانینی که مایل است تصویب کند را با عموم مردم در میان گذاشته و از آنها مطالبه مشورت، پیشنهاد و انتقاد برای اصلاح کلی و جزئی مطلب می‌کند. براساس گزارش سازمان ملل متحد<sup>۱</sup> در سال ۲۰۱۸ درخصوص مطالعه دولت الکترونیک شاخص مشارکت الکترونیک<sup>۲</sup> این کشور ۰/۹۸۳۱ و رتبه پنجم را در جهان دارا بود.

## ۲-۲. آفریقای جنوبی

در آفریقای جنوبی به مجموع مجالس شورای ملی ایالات<sup>۳</sup> و مجلس ملی<sup>۴</sup>، «پارلمان» گفته می‌شود که در سطح ملی به تصویب قانون می‌پردازد. مجلس ملی مرجع اصلی قانونگذاری در این کشور است، این مجلس نمی‌تواند بدون نظر شورای ملی ایالات بدو<sup>۵</sup> به تصویب قوانین یا اصلاح قانون اساسی اقدام کند (موثق، اسماعیل پورفداکار و ویسی، ۱۳۸۳: ۲۵-۲۱).

در آفریقای جنوبی بنیادها و مؤسسه‌های پژوهشی و نهادهای غیردولتی از طریق تماس با نمایندگان و نیز شرکت در بحث‌های عمومی مجلس، در جلسات بحث و استماع عمومی و منعکس کردن نظرها و صحبت‌ها به پارلمان، می‌توانند در فرایند قانونگذاری ایفای نقش کنند. به‌غیراز اتحادیه‌ها که نقش اجتماعی مؤثر دارند، قانون اساسی نیز به حضور نمایندگان نهادهای مدنی مانند کانون وکلا و مشاوران در کمیسیون خدمات قضایی کشور و نیز کمیته‌های مجلس، رسمیت بخشیده است.

علاوه بر نهادهای مصرح در قانون اساسی، دو نهاد مدنی دیگر که به‌صورت سازمان‌های مردم‌نهاد<sup>۵</sup> تأسیس شده‌اند به‌طور مستمر و قانونی با پارلمان در ارتباط هستند: نهاد اول، «گروه نظارت پارلمانی» نام دارد که وظیفه پشتیبانی آماری و سنجش کارکرد پارلمانی را برعهده گرفته است و نهاد دوم، به نام «بنیاد Idasa» در ارتباط مستمر با

---

1. United Nations (UN)

2. E-Participation Index (EPI)

3. National Council of Provinces

4. National Assembly

5. Non Governmental Organization (NGO)

پارلمان، اطلاعات مورد نیاز شهروندان در جامعه مدنی را منتشر می‌کند و همچنین نظرات و مشکلات شهروندان و موارد نقض اصول دموکراسی و قانون اساسی را به اطلاع مجلسین می‌رساند (Legislative Sector South Africa, 2013: 35).

اولین تجربه مشارکت الکترونیکی وسیع مردم در فرایند تدوین پیش‌نویس قانون اساسی آفریقای جنوبی در اوایل دهه ۹۰ بود که از صفحه اینترنتی استفاده شد، اما دسترسی محدود به اینترنت و سواد پایین کامپیوتری در آن زمان، تأثیر این پلتفرم را به حداقل رساند (Ibid.: 14).

اما تلاش برای این موضوع ادامه داشت به نحوی که امروزه در سایت پارلمان این کشور تقریباً همه اطلاعات مورد نیاز یافت می‌شود. سیستم‌های جدید مدیریت اطلاعات به‌کار گرفته، بسترهایی را برای مدیریت اسناد، اشتراک دانش، فرایندهای گردش کار و کانال‌های مختلف برای پارلمان آفریقای جنوبی فراهم کرده است. این سیستم با استفاده از استانداردهای باز توسعه یافت و به مجلس کمک کرد تا استراتژی‌های فناوری خود را گسترش دهد. استراتژی فناوری اطلاعات و ارتباطات پارلمان آفریقای جنوبی با هدف تغییر نهاد از مرحله پارلمان الکترونیکی به مرحله دموکراسی الکترونیکی انجام شد و شامل توسعه عملکردی کاربردی است که مدیریت روابط، همکاری و پیام‌رسانی و دانش را تسهیل می‌کند. در سایت پارلمان آفریقای جنوبی، برنامه‌هایی برای اجرای دموکراسی الکترونیکی شامل مدیریت رسانه و ذخیره‌سازی برای رسانه‌های کتابخانه‌ای دیده شده است (Tyumre, 2012: 67-77).

از این رو نیاز به پیشرفت مهارت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات در بین نمایندگان مجلس وجود دارد. همچنین بهبود ظرفیت برای استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات برای ایجاد شبکه و ایجاد جامعه اطلاعاتی لازم است. سیستم پارلمانی الکترونیکی به سازگاری با استفاده از ابزارهای شبکه نیاز دارد (Ibid.: 104-106).

بر اساس گزارش سازمان ملل متحد در سال ۲۰۱۸ در خصوص مطالعه دولت الکترونیک، شاخص مشارکت الکترونیک این کشور ۰/۸۴۸۳ و رتبه ۳۹ را در جهان دارا بود.

### ۳-۲. آلمان

در آلمان دو مجلس بوندسرات<sup>۱</sup> (شورای فدرال) و بوندستاگ<sup>۲</sup> (مجلس فدرال) وجود دارد. بوندستاگ، مجلس اصلی قانونگذاری است. در فرایند قانونگذاری در جمهوری فدرال آلمان گروه‌های ذی‌نفع (غیر از احزاب سیاسی)، هم در مرحله تهیه پیش‌نویس قوانین و هم در مرحله استماع عمومی که در طول رسیدگی به طرح یا لایحه‌ای انجام می‌شود، نقش اساسی ایفا می‌کنند (زارعی، ۱۳۸۴: ۴۷۵-۴۶۳).

در مرحله تهیه پیش‌نویس یک لایحه، رئیس بخش مربوطه در هر وزارتخانه، همه گروه‌ها و اشخاص (حقیقی - حقوقی) را که تحت تأثیر آن لایحه قرار می‌گیرند، به ابراز نظر و انتقاد دعوت می‌کند. به این طریق درحقیقت متخصصان جامعه نیز تخصص و تجربه‌شان را در اختیار قوه مقننه و باندستاگ قرار می‌دهند. باید توجه داشت که گروه‌های ذی‌نفع نمی‌توانند صرفاً حقوق گروه یا صنف خاصی را در نظرها و انتقادهای خود ملحوظ دارند، بلکه باید منافع همه شهروندان را مورد ارزیابی قرار دهند.

در مرحله «جلسات و نشست‌های استماع عمومی» نیز کمیته‌های بوندستاگ به مدد تخصص و تجربه عملی گروه‌های ذی‌نفع، اقدام به گزارش یک طرح یا لایحه می‌کنند. درحقیقت این به‌عنوان یک اصل اساسی است که اگر بوندستاگ از نظریات، پیشنهادها و انتقادهای گروه‌های ذی‌نفع استفاده نکند، در تدوین قوانین مناسب با مشکلات زیادی روبه‌رو می‌شود.

مجلس آلمان (بوندستاگ) دارای اداره خدمات پژوهشی است. انجام تحقیقات پشتیبان به درخواست هریک از کمیسیون‌های تخصصی و هیئت‌رئیس بوندستاگ، مهم‌ترین وظیفه این اداره است (بگیری، حاج اسماعیلیان و سهرابی، ۱۳۹۴: ۱۸-۱۲).

در آلمان اولین تجربه‌ها در مورد مشارکت شهروندان از طریق رسانه‌های الکترونیکی (که در آن زمان «تل دمکراسی» از طریق تلویزیون و تلفن خوانده می‌شد) در دهه ۱۹۷۰ صورت پذیرفت که با پیدایش اینترنت در دهه ۱۹۹۰ روند جدیدی به این مفهوم داد.

---

1. Bundesrat

2. Bundestag

استاندارد استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در بخش اطلاعات آلمان بسیار بالاست. به عنوان مثال، "Portal U" آلمانی الگوی بین‌المللی برای مشارکت در موضوع محیط زیست محسوب می‌شود. مشارکت در سطح مشاوره در حال حاضر مهم‌ترین نوع مشارکت الکترونیک شهروندان در آلمان است. تعداد و تنوع پیشنهادهای ارائه شده در این بخش قابل توجه است. در بخش برنامه‌ها / شکایات / طومارها، شهروندان درخواست‌های آنلاین خود را به پارلمان آلمان ارائه می‌دهند. علاوه بر مشاوره، بخش فعالیت / مبارزات انتخاباتی / لابیگری نیز به صورت الکترونیکی فعال است و پیشنهادهای در آن ارائه می‌شود (Lippa, Albrecht and Kohlrausch, 2008: 123-130).

براساس گزارش سازمان ملل متحد (سال ۲۰۱۸) درخصوص مطالعه دولت الکترونیک، شاخص مشارکت الکترونیک این کشور ۰/۹۲۱۳ و رتبه ۲۳ را در جهان دارا بود.

#### ۴-۲. آمریکا

کنگره آمریکا متشکل از دو رکن، مجلس نمایندگان و مجلس سناست. وظیفه قانونگذاری براساس قانون اساسی ایالات متحده آمریکا برعهده نمایندگان کنگره است و هر قانونی برای تصویب، تأیید هر دو مجلس را نیاز دارد (سهرابی و آقاعبداللهی، ۱۳۹۴). مهم‌ترین ابزار مشارکت برای بررسی لایحه، برگزاری جلسات استماع است در ایالات متحده آمریکا از مهم‌ترین نهادهای مدنی تحت عنوان «گروه‌های ذی‌نفع» یاد شده است و اختلاف نظرهای بسیاری درباره قدرت این گروه‌ها وجود دارد. لابیگری در ایالات متحده اساساً در مجلس سنا، مجلس نمایندگان و نیز مجالس ایالتی متمرکز است. از اواخر دهه ۱۹۸۰ میلادی لابیگری در آمریکا رونق پیدا کرد و تقاضا برای آن افزایش یافت؛ به گونه‌ای که بنا به گزارش واشنگتن پست از سال ۱۹۹۳، ۴۳ درصد از اعضای کنگره پس از ترک منصب خود، به لابیگری روی آورده‌اند. سابقه قانونگذاری جامع و نظام‌مند در ارتباط با لابیگری در آمریکا به جنگ جهانی دوم می‌رسد. آخرین قانون در این خصوص نیز «قانون افشای لابیگری»<sup>۱</sup> در سال ۱۹۹۵

1. Lobbying Disclosure Act of 1995

و در زمان دولت کلینتون به امضا رسید. قانون مزبور از برخی جهات نسبت به قوانین پیشین کامل تر است. از جمله اینکه قانون مزبور تعریف به نسبت روشن و شفاف از لایبگر و لایبگری ارائه می‌دهد و درباره ثبت و گزارش موارد لایبگری مقررات شفافی دارد (رنجبر، ۱۳۸۵: ۹-۶). در ایالات متحده آمریکا، هنگامی که درخواستی تعداد آرای لازم را به دست آورد، به دولت، یعنی کاخ سفید ارسال می‌شود. هنگامی که دولت ایالات متحده در مورد این طومار تصمیم می‌گیرد، هر شهروندی که آن را امضا کرده است پاسخ به نامه الکترونیکی خود را دریافت می‌کند (1: Bershadsckaya, Chugunov and Trutnev, 2013).

در آمریکا سایت‌های زیادی برای ثبت و امضای دادخواست<sup>۱</sup> وجود دارد، سایت‌هایی که در آنها عموم افراد دادخواستی (عریضه) را ثبت کرده و دیگران با امضای آن عریضه، نوعی قدرت پشتیبانی اجتماعی را برای تحقق آن فراهم می‌کنند.

سایت «ما مردم»<sup>۲</sup> یک سایت دولتی با تعهدی دولتی بود که دولت او با ما برای ثبت عریضه‌های مردم تأسیس کرده و متعهد شد عریضه‌هایی که بتوانند در مدت زمانی مشخص، «آستانه» یا تعداد مشخصی امضا را جلب کند را عملی کرده یا در صورت هرگونه معذوریت (همچون عدم امکان، مصلحت خاص و ...) با ارائه یک پاسخ رسمی علت عدم امکان اجرای آن را اعلام کند. البته حد آستانه عریضه‌ها در طول چند سال تأسیس خود (از سپتامبر ۲۰۱۱) چند مرتبه تغییر کرد. براساس گزارش سازمان ملل متحد (سال ۲۰۱۸) درخصوص مطالعه دولت الکترونیک، شاخص مشارکت الکترونیک این کشور ۰/۹۸۳۱ و رتبه پنجم را در جهان دارا بود.

## ۲-۵. ترکیه

جمهوری ترکیه از سال ۱۹۸۲ به صورت یک جمهوری پارلمانی نیمه ریاستی اداره می‌شد اما با اصلاحات قانون اساسی در سال ۲۰۱۷ به شکل جمهوری ریاستی درآمد که متشکل از یک مجلس قانونگذاری، رئیس‌جمهور و نخست‌وزیر است. طبق قانون اساسی ترکیه، قانونگذاری به مجلس واگذار شده است (قانون اساسی ترکیه، ۲۰۱۹).

---

1. Petition

2. We The People

ترکیه یک کشور بزرگ با هزاران سازمان غیردولتی است که غالباً ابزار لازم برای برقراری تماس با پارلمان را ندارد. آنها در حال حاضر فقط از طریق تماس با وزارتخانه‌ها به روند قانونگذاری می‌پردازند، درحالی‌که گروه‌های ذی‌نفع، بزرگ‌تر و قدرتمندتر راهی به پارلمان می‌یابند. مشارکت در قانونگذاری تنها به دعوت پارلمان از گروه‌های خاص در موضوع‌های مرتبط منحصراً می‌شود. البته اتحادیه اروپا به‌عنوان بخشی از استراتژی خود برای روند ورود به ترکیه، از افزایش مشارکت جامعه مدنی در سیاستگذاری ترکیه حمایت می‌کند و پروژه‌هایی را به اجرا گذاشته است (Beetham, 2006: 78). مشارکت الکترونیک مردم در سطح استان‌ها در حال توسعه است اما در سطح ملی و قانونگذاری چندان مورد توجه نیست (Demirhan and Öktem, 2011: 70).

براساس گزارش سازمان ملل متحد (سال ۲۰۱۸) درخصوص مطالعه دولت الکترونیک، شاخص مشارکت الکترونیک این کشور ۰/۸۵۹۶ و رتبه ۳۷ را در جهان دارا بود.

## ۲-۶. فنلاند

براساس اصل (۲) قانون اساسی فنلاند، حاکمیت مطلق از آن مردم است که از طریق نمایندگان منتخب خویش در پارلمان اعمال می‌کنند. اعمال قوه مقننه از طریق پارلمان و درخصوص رئیس‌جمهور است. اعمال قوه مجریه برعهده رئیس‌جمهور گذارده شده است. ادوسکونتتا<sup>۱</sup> مجلس فنلاند است. فنلاند یک مجلس با ۲۰۰ عضو دارد. جلسات آن معمولاً در ساختمان مجلس واقع در هلسینکی برگزار می‌شود. رئیس‌جمهور می‌تواند لایحه به مجلس بفرستد و همچنین نمایندگان حق دادن طرح دارند (تورمودین، ۱۳۸۴: ۲۹۰). مجلس فنلاند با روش‌های متنوعی از مشارکت مردم بهره می‌برد. فرایند استماع عمومی در فنلاند کم‌وبیش برقرار است (آقایی طوق، ۱۳۹۷: ۱۴). کمیسیون‌های مجلس به ذی‌نفعان جامعه مدنی از جمله گروه‌های ذی‌نفع و کارشناسان دانشگاهی، اجازه می‌دهند تا اظهارات خود را در مورد لوایح ارائه دهند. همچنین از کارشناسان منتخب دعوت می‌شود تا در

1. Suomen Eduskunta



جلسات کمیسیون‌ها حضور یابند. دامنه و روش‌های فعالیت‌های مشاوره‌ای در کمیسیون‌ها و کمیته‌ها از سطح مشاوره با متخصصان یا مشارکت مردم، تا یک نظرخواهی گسترده می‌تواند متغیر باشد. در فنلاند مرکز اطلاع‌رسانی شهروندان در سال ۲۰۰۴ افتتاح شد. در این محل سالیانه حدود ۲۵۰ سمینار عمومی یا کنفرانس عمومی برگزار می‌شود که طی آن نمایندگان مجلس با شهروندان دیدار می‌کنند (Hyeon and Tapio, 2017: 23).

فنلاند در سال ۲۰۱۲، قانون طرح شهروندی را تصویب کرد با عنوان «لایحه یا پیشنهادی برای تهیه پیش‌نویس قانونی و توجیه ارائه پیشنهاد» که به این ترتیب شهروندان می‌توانند طرح‌های خود را مطرح سازند. هدف از این قانون، بهبود وضعیت دموکراسی مستقیم در این کشور است. برای ارائه طرح که به صورت الکترونیک انجام می‌شود پیش‌ثبت نام لازم نیست و اگر پیشنهادی بتواند ۵۰,۰۰۰ امضا از شهروندان واجد شرایط طی ۶ ماه جمع‌آوری کند، به پارلمان فنلاند ارائه می‌شود (Hyeon, 2016: 24).

بر اساس گزارش سازمان ملل متحد (سال ۲۰۱۸) در خصوص مطالعه دولت الکترونیک، شاخص مشارکت الکترونیک این کشور ۱ و رتبه اول را در جهان دارا بود.

## ۲-۲. فرانسه

پارلمان فرانسه از مجلس ملی<sup>۱</sup> و سنا<sup>۲</sup> تشکیل می‌شود. تصویب قانون به معنای خاص، عمده‌ترین وظیفه پارلمان است (قانون اساسی فرانسه). در فرانسه، مطابق آیین‌نامه‌های داخلی مجلس ملی و سنا، گروه‌هایی که هدفشان دفاع از منافع شخصی، محلی یا حرفه‌ای است از ورود و مذاکره در صحن مجلس منع شده‌اند (رنجبر، ۱۳۸۵: ۱۵).

ارگان‌های داخلی مجلس مانند کمیسیون‌ها و دلگاسیون‌ها می‌توانند انجام تحقیقاتی را به نهادهای مدنی محول یا از اطلاعات آنها استفاده کنند. نهادهای مدنی می‌توانند از طریق ارتباط با هریک از اعضای پارلمان نیز، تأثیرگذار باشند.

استفاده از امکانات الکترونیک در پارلمان فرانسه رایج است. در واقع مجالس کشورهای

---

1. I Assemblée Nationale

2. Senat

مانند فرانسه، انگلستان و ایالات متحده از منابع لازم برای سرمایه‌گذاری در نوآوری دیجیتال برخوردارند و به این ترتیب توانسته‌اند پروژه‌های رادیکال‌تر مشارکتی و همکاری را اجرا کنند (Inter-parliamentary Union, 2018: 6).

به عنوان مثال نرم‌افزار مجلس و شهروندان<sup>۱</sup> فرانسه را مؤسسه دولت هوشمند<sup>۲</sup> طراحی و ساخته است که یک سازمان غیرانتفاعی مستقر در پاریس است. این نرم‌افزار از نمایندگان مجلس دعوت می‌کند تا مشکلی را که مشاهده کرده‌اند را به همراه راه‌حلی که فکر می‌کنند می‌توانند در قانون مدون شوند، در یک ویدئو با توضیحات کوتاه منتشر کنند. سپس شهروندان بازخورد و پیشنهادهای خود را بازگذاری می‌کنند و می‌توانند به کسانی که احساس می‌کنند بهترین راه‌حل را ارائه داده‌اند، رأی دهند. این نرم‌افزار نتایج را تلفیق می‌کند و میزبان مناظره عمومی بین نماینده مجلس و شرکت‌کنندگان است، پس از آن نماینده مجلس براساس نتایج، لایحه‌ای را در مجلس پیشنهاد می‌کند (Agora, 2015: 12). براساس گزارش سازمان ملل متحد (سال ۲۰۱۸) درخصوص مطالعه دولت الکترونیک، شاخص مشارکت الکترونیک این کشور ۰/۹۶۶۳ و رتبه ۱۳ را در جهان دارا بود.

## ۸-۲. مالزی

طبق اصل (۴۴) قانون اساسی مالزی، اختیار قانونگذاری فدراسیون به پارلمان اعطا شده است که مرکب از پادشاه و مجلسین نمایندگان و سنا می‌شود. پارلمان فدرال بالاترین مرجع قانونگذاری است (مسائلی، ۱۳۷۲: ۱۹۴-۱۹۳).

مشارکت الکترونیکی سیاستی است که با هدف شروع فرهنگ و تمرین برای بالا بردن سطح شفافیت و همچنین مشارکت مردم در جهت ارتقای کیفیت خدمات پارلمان مالزی انجام می‌شود. پارلمان مالزی همواره دخالت عمومی را به رسمیت می‌شناسد تا بتواند به چشم‌اندازهای وسیع‌تر، منبع بالقوه اطلاعات و راه‌حل‌ها برای بهبود تصمیم‌گیری و خدمات دست یابد. به عنوان یک سیاست، مالزی مشارکت الکترونیکی را بستری برای

1. Parlement and Citoyens

2. SmartGov

مناسبات تولیدی، گفتگو و بحث مؤثر و همچنین حکمرانی بهتر برگزیده است. هدف مشارکت الکترونیک درگیری عموم مردم در تصمیم‌گیری با استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات است. در سایت پارلمان مالزی، امکان مشارکت افراد فراهم است و از مشارکت عمومی استقبال می‌کند و البته شرایط و ضوابط مشارکت را دقیق مشخص و اعلام کرده است (سایت رسمی مجلس مالزی، ۲۰۱۹).

براساس گزارش سازمان ملل متحد (سال ۲۰۱۸) درخصوص مطالعه دولت الکترونیک، شاخص مشارکت الکترونیک این کشور ۰/۸۸۷۶ و رتبه ۳۲ را در جهان دارا بود.

## ۲-۹. برزیل

براساس قانون اساسی مصوب ۱۹۸۸، برزیل یک نظام ریاست جمهوری فدرال دارد که در آن ریاست جمهوری برزیل هم‌زمان ریاست دولت و ریاست حکومت را در اختیار دارد. پارلمان برزیل دارای مجلس سنای برزیل<sup>۱</sup> با ۸۱ سناتور و مجلس نمایندگان<sup>۲</sup> با ۵۱۳ نماینده است که مجموعاً ۵۹۴ نماینده را در خود جای می‌دهد. برزیل پهناورترین کشور آمریکای جنوبی است به همین دلیل تعداد نمایندگان این کشور نیز به‌طور معناداری زیاد است (Faria, 2013: 8).

در برزیل از شیوه‌های مختلف برای مشارکت مردم در قانونگذاری بهره گرفته می‌شود. مشارکت فعال در تدوین پیش‌نویس، حضور شهروندان در کمیسیون و جلسات علنی و ارائه متن پیشنهادی قانون جهت اعلام نظر از این نوع است. این کشور از شیوه‌های بدیع همچون تئاتر قانونگذار<sup>۳</sup> نیز بهره می‌برد. در فاصله سال‌های ۱۹۹۳ تا ۱۹۹۸ آگوستو بوال با تشکیل ۵۲ گروه تئاتر شورایی در بین تمام اقشار سطح شهر توانست تئاتر را به امکانی برای تمرین دادن مردم و مسئولان به مردم‌سالاری فعال تبدیل کند (ظفرقهرمانی‌نژاد، ۱۳۹۴: ۷۸).

پارلمان نمایندگان برزیل از سال ۲۰۰۹ از درگاه تحت وب «ای دموکراسیا»<sup>۴</sup> استفاده

---

1. Senado Federal

2. Câmara dos Deputados

3. Legislative Theatre

4. e-Democracia

می‌کند. از این رو برای شهروندان ابزار مشارکت مستقیم و پرسش از نمایندگان در طول جلسات استماع عمومی و انجمن‌های گفتگو را فراهم می‌آورد. در این سایت امکانی فراهم شده است که به شهروندان کمک می‌کند ماده به ماده مواد لوایح و طرح‌ها را دنبال کنند و در مورد آنها نظر دهند. همچنین آنها می‌توانند در مورد پیش‌نویس‌ها پیشنهاد دهند یا اصلاح کنند. در واقع پارلمان برزیل کوشیده است موانع میان قانونگذاران و شهروندان را از میان بردارد تا قانونگذار، مشاوران تقنینی و شهروندان، احساس کنند از فرصت‌های برابر در ارائه پیشنهاد راهکار به مسائل سیاستگذاری برخوردارند (Faria and Rehbein, 2016: 6-8).

بر اساس گزارش سازمان ملل متحد (سال ۲۰۱۸) در خصوص مطالعه دولت الکترونیک، شاخص مشارکت الکترونیک این کشور ۰/۹۷۱۹ و رتبه ۱۲ را در جهان دارا بود.

#### ۱۰-۲. جمهوری اسلامی ایران

در حال حاضر ایران یک مجلس قانونگذاری دارد. بر اساس قانون اساسی، قانونگذاری در مجلس انجام می‌شود. در ایران، طبق اصول (۱۰۰) الی (۱۰۴) قانون اساسی شوراهایی تشکیل می‌شوند که اعضای آنها را افراد عامه انتخاب می‌کنند و برای هماهنگی کار این شوراها، شورای عالی استان‌ها تشکیل می‌شود که این شورا می‌تواند طرح‌هایی تهیه کند و به مجلس ارائه دهد. به این ترتیب، افراد به طور غیرمستقیم از طریق شوراها و در سطح بالاتر، شورای عالی استان‌ها، در امر قانونگذاری و اداره امور عمومی دخالت می‌کنند.

همچنین مجلس، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی را تأسیس کرده است که می‌توانند از نظر خبرگان و نهادهای مدنی ذی‌ربط در تصویب قوانین کمک بگیرند که در عمل نیز چنین است. یکی از اولین تجربه‌های مشارکت الکترونیک مردم در قانونگذاری ایران در این مرکز با تشکیل شبکه نخبگان در مجلس هفتم شکل گرفت که امکان ارسال طرح‌ها و لوایح و بهره‌مندی از نظرهای اعضا به صورت الکترونیک فراهم شد. به جز این موارد امکان حضور صاحب‌نظران و نهادها در کمیسیون‌های مجلس جهت اظهار نظر وجود دارد.

از این رو در وبسایت مجلس ایران و مرکز پژوهش‌های مجلس؛ مشروح مذاکرات، طرح‌ها و لوایح اعلام وصول شده، روند طرح‌ها و لوایح، نتایج نهایی و قوانین مصوب برای بهره‌برداری عمومی قرار گرفته است.

از سال ۱۳۹۶ نیز مجلس شورای اسلامی وبسایت «پارلمان مجازی ایران»<sup>۱</sup> را با هدف مشارکت گروه‌های ذی‌نفع در فرایند قانونگذاری کشور راه‌اندازی کرد. این وبسایت به صورت سامانه‌ای تعاملی طراحی شده و مهم‌ترین طرح‌ها و لوایح مطرح در مجلس شورای اسلامی را در معرض قضاوت و اظهارنظر صاحب‌نظران قرار می‌دهد. گروه‌های مختلف از جمله فعالان بخش خصوصی می‌توانند با مراجعه به این وبسایت، نظرهای خود را درباره طرح‌ها و لوایحی که در صحن یا کمیسیون‌های مختلف مجلس در حال بررسی است به نمایندگان اعلام کنند.

در این وبسایت، ذیل هر ماده یا تبصره امکان اظهارنظر سریع به صورت «موافق»، «ممتنع» و «مخالف» و اظهارنظر تفصیلی فراهم شده است. همچنین اگر ماده یا تبصره مورد نظر مغایر با یکی از اصول قانون اساسی باشد، با انتخاب گزینه «اخطار قانون اساسی» امکان ثبت تذکر وجود دارد.

سامانه جمع‌نویسی قانونگذاری و مشارکت در نظارت نیز با وجود اینکه بیش از یک سال است که از طریق سایت مجلس قابل دسترس است<sup>۲</sup> اما جز چند موردی که از ابتدا در آن قرار گرفته است هیچ طرح و لایحه جدیدی بازگذاری نشده است به نحوی که آخرین لایحه بازگذاری شده لایحه بودجه ۱۳۹۸ است و جالب‌تر اینکه همچنان افراد می‌توانند به آن رأی دهند. به نظر می‌رسد این سامانه هنوز به صورت عملیاتی راه‌اندازی نشده و فقط به لحاظ شکلی طراحی شده است.

خلاصه یافته‌های تطبیقی در جدول ۲ آورده شده است.

---

۱. این وبسایت در آدرس [www.ir-vp.ir](http://www.ir-vp.ir) قابل دسترسی است.

۲. این وبسایت در آدرس <https://jamnevisi.parliran.ir/Collectible> قابل دسترسی است.

**جدول ۲. خلاصه وضعیت مشارکت در قانونگذاری در کشورهای منتخب**

رتبه در جهان	شاخص مشارکت الکترونیک	استفاده از مشارکت الکترونیک	شیوه مشارکت در قانونگذاری	مراجع و نهادهای قانونگذاری	تعداد مجالس	کشور
۲۳	۰/۹۲۱۳	پارلمان دارای سایت است. مشارکت به صورت فعال و گسترده انجام می‌گیرد.	تأسیس نهادهای مشورتی مشارکت فعال در تدوین پیش نویس، حضور شهروندان در کمیسیون و جلسات علنی و ارائه متن پیشنهادی قانون جهت اعلام نظر.	اختیارات قانونگذاری با مجلس فدرال است. تدوین قوانین ایالتی برعهده ایالات است.	دو مجلس	آلمان
۱۳	۰/۹۶۶۳	پارلمان دارای سایت است. مشارکت به صورت فعال و گسترده انجام می‌گیرد.	بهره‌مندی از مشاوره غیررسمی، ارتباط مستقیم میان شهروندان و نمایندگان.	قانونگذاری با مجلس است. مجلس می‌تواند با تصویب قانون تفویض اختیار، به دولت اجازه دهد که در موردی خاص با تصویب آیین‌نامه جایگزین قانون، وظیفه قانونگذاری را انجام دهد.	دو مجلس	فرانسه
۵	۰/۹۸۳۱	پارلمان دارای سایت است. مشارکت به صورت فعال و گسترده انجام می‌شود.	اعلام و اخذ نظر عمومی، تأسیس نهادهای مشورتی، مشارکت فعال در تدوین پیش نویس، ارتباط مستقیم میان شهروندان و نمایندگان، حضور شهروندان در کمیسیون و جلسات علنی.	قانونگذاری با پارلمان است. تفویض اختیار قانونگذاری تنها در صورتی جایز است که قانون اصلی آن را اجازه داده باشد و این قوانین را اغلب وزرا و معاونان وزرا یا شورای ملکه یا نهادهای قانونگذاری مثل مقامات محلی با اجازه پارلمان انجام می‌دهند.	دو مجلس	انگلستان
۳۷	۰/۸۵۹۶	پارلمان دارای سایت است. اساساً مشارکت به صورت گسترده دیده نمی‌شود.	بهره‌مندی از مشاوره غیررسمی، در موارد خاص حضور شهروندان در کمیسیون و جلسات علنی.	قانونگذاری به مجلس واگذار شده است اما هیئت‌وزیران نیز قدرت قانونگذاری دارد.	یک مجلس	ترکیه
۱	۱	پارلمان دارای سایت به زبان‌های گوناگون است. مشارکت به صورت فعال و گسترده انجام می‌گیرد.	مشارکت فعال در تدوین پیش نویس، حضور شهروندان در کمیسیون و جلسات علنی، ارائه متن پیشنهادی قانون جهت اعلام نظر.	اختیارات قانونگذاری با مجلس است.	یک مجلس	فنلاند

رتبه در جهان	شاخص مشارکت الکترونیک	استفاده از مشارکت الکترونیک	شیوه مشارکت در قانونگذاری	مراجع و نهادهای قانونگذاری	تعداد مجالس	کشور
۳۹	۰/۸۴۸۳	پارلمان دارای سایت است. مشارکت الکترونیک به صورت محدود انجام می‌گیرد.	تأسیس نهادهای مشورتی، ارتباط مستقیم میان شهروندان و نمایندگان، بهره‌مندی از مشاوره غیررسمی، حضور شهروندان در کمیسیون و جلسات علنی، ارائه متن پیشنهادی قانون جهت اعلام نظر.	قانونگذاری با مجلس است اما مجلس می‌تواند تمام صلاحیت‌های خویش را به استثنای صلاحیت اصلاح قانون اساسی به هریک از نهادهای دولتی و حکومتی و تأسیس شده توسط مجلس، واگذار کند.	دو مجلس	آفریقای جنوبی
۵	۰/۹۸۳۱	پارلمان دارای سایت است. مشارکت به صورت فعال و گسترده انجام می‌شود.	ارتباط مستقیم میان شهروندان و نمایندگان، تأسیس نهادهای مشورتی.	کنگره مرجع اصلی است. اما نهادهای مستقل براساس قوانین مصوب کنگره و به منظور تسهیل در امور جاری دولت، تشکیل می‌شوند که رئیس‌جمهور، پاره‌ای از اختیارات تفویض شده مجلس را به این کمیسیون‌ها واگذار می‌کند.	دو مجلس	ایالات متحده آمریکا
۱۲	۰/۹۷۱۹	پارلمان دارای سایت است. مشارکت به صورت فعال و گسترده انجام می‌شود.	مشارکت فعال در تدوین پیش‌نویس، حضور شهروندان در کمیسیون و جلسات علنی، ارائه متن پیشنهادی قانون جهت اعلام نظر.	اختیارات قانونگذاری با مجلس است.	دو مجلس	برزیل
۳۲	۰/۸۸۷۶	پارلمان دارای سایت است. مشارکت به صورت فعال و گسترده انجام می‌شود.	ارتباط مستقیم میان شهروندان و نمایندگان.	اختیار قانونگذاری فدراسیون با پارلمان است و مجلس قانونگذاری ایالت برای کل یا هر بخش از آن ایالت قانونگذاری می‌کند.	دو مجلس	مالزی
۱۱۱	۰/۵۲۸۱	پارلمان دارای سایت است. بستر مشارکت الکترونیک فراهم است اما مشارکت به صورت فعال و گسترده انجام نمی‌شود.	تأسیس نهادهای مشورتی، مشارکت فعال در تدوین پیش‌نویس، حضور شهروندان در کمیسیون و جلسات علنی، بهره‌مندی از مشاوره غیررسمی، ارتباط مستقیم میان شهروندان و نمایندگان، ارائه متن پیشنهادی قانون جهت اعلام نظر.	قانونگذاری با مجلس است. اما نهادهای متعدد قانونگذاری حق قانونگذاری در حدود متفاوت دارند.	یک مجلس	ایران

### ۳. بحث و بررسی

بیش از یک دهه است که محققان به بررسی اشکال جدیدتر تعامل پارلمان باشهروندان، مانند سیستم الکترونیکی، درخواست الکترونیکی یا استفاده نمایندگان از ابزارهای جدید فناوری اطلاعات و ارتباطات پرداخته‌اند (Carman, 2010: 735; Lindner and Riehm, 2011: 64; Norton, 2007: 357). امروزه مشارکت الکترونیک در خصوص مفاهیم شهروندی و دموکراسی به عنوان ابزاری برای ایجاد آثار مثبت در مشارکت شهروندان در فرایندهای سیاسی و مدیریتی در نظر گرفته می‌شود (Komito, 2005: 40). آلنسو (۲۰۰۹: ۵۱) نیز معتقد است مشارکت الکترونیکی به فرصت‌های جدیدی از جمله مشارکت فعال شهروندان در فرایند سیاستگذاری منجر می‌شود این مشارکت فعال باعث می‌شود رابطه بین شهروندان و شهروندان و مقامات مؤثرتر شود.

نتایج مطالعه کمی سازمان ملل متحد نشان می‌دهد کشورهای انگلستان، ایالات متحده، کانادا، نیوزلند، اروپا، دانمارک و استونی در زمینه مشارکت الکترونیک مردم در قانونگذاری پیشرو هستند (Inter-parliamentary Union, 2018: 37-40).

ادغام مشارکت الکترونیکی در برنامه‌های دولت انگلستان و کره جنوبی دیده می‌شود. این دولت‌ها از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات به صورت هدفمند استفاده می‌کنند تا درها را به روی شهروندان، جامعه مدنی و ذی‌نفعان اقتصادی باز کنند و به این گروه‌ها امکان شرکت در فرایند تصمیم‌گیری سیاسی را بدهند.

در مورد مشارکت، «اطلاعات» نقش مهمی دارد. در این خصوص رویکردهایی که اطلاعات را با روشی کاربرمحور ویرایش می‌کنند مورد توجه قرار گرفته است. به عنوان مثال پورتال‌هایی با قابلیت جستجو و فیلتر کردن درخواست‌ها مطابق علایق کاربر در مورد پورتال برنامه‌ریزی ملی در انگلستان تعبیه شده است.

در بسیاری از کشورها، پیشنهادها و مشاوره آنلاین در سطح ملی نهادینه شده و دسترسی فراهم است. البته کیفیت مشاوره از نظر سنجی‌های صرف یک طرفه تارویه‌های فناوری نوآورانه



متفاوت است. طومارهای آنلاین روند رو به رشدی را تجربه می‌کنند. طومارهای آنلاین معمولاً عمومی هستند و همه شهروندان می‌توانند امضا کنند. آنها همچنین اغلب در کمپین‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند. برخی رویه‌ها از ارتباطات چندجانبه استفاده می‌کنند که امکان بررسی پیش‌نویس‌های مشارکت‌کنندگان را فراهم می‌کند (Panizza, 2016: 58-60).

در همه کشورهای مورد مطالعه در این تحقیق، مجالس به اشکال مختلف اختیار قانونگذاری را دارا بودند و از مشارکت مردم در امر قانونگذاری بهره می‌بردند. این مشارکت به شدت بسته به نظام قانونگذاری کشور و متأثر از قوانین ناظر بر تشریفات قانونگذاری به خصوص آیین‌نامه داخلی مجلس است. در مجموع در کشورهای مورد مطالعه ۹ شیوه مشارکت در قانونگذاری به شرح ذیل دیده شد:

- ارتباط مستقیم میان شهروندان و نمایندگان،
- بهره‌مندی از مشاوره غیررسمی،
- حضور شهروندان در کمیسیون و جلسات علنی،
- مشارکت فعال در تدوین پیش‌نویس،
- لابیگری رسمی،
- ارائه متن پیشنهادی قانون جهت اعلام نظر،
- اعلام و اخذ نظر عمومی،
- تأسیس نهادهای مشورتی،
- ابتکارات قانونگذاری مردمی.

این شیوه‌ها در سایر کشورها نیز کم‌وبیش دیده می‌شود. در مطالعه‌ای که شیوه‌های مشارکت در قاره آمریکا مورد بررسی قرار گرفت اغلب این موارد دیده شد (Barotanyi, 2008: 356). فرایند مشارکت الکترونیکی سه بخش اصلی دارد: الف) ارائه اطلاعات آنلاین؛ ب) ارائه خدمات آنلاین و ارتباط آنلاین بین حاکمیت و شهروندان؛ ج) مشارکت شهروندان در فرایند تصمیم‌گیری (United Nations, 2010: 84).

درخصوص بهره‌گیری از شیوه‌های مشارکت الکترونیک در سطح ارائه اطلاعات آنلاین در تمامی کشورهای مورد مطالعه، پارلمان‌ها دارای سایت مستقلی بودند که حاوی اطلاعات

متنوعی بود. در برخی کشورها نیز بخش مستقل یا لینک‌هایی برای مشارکت مردم در قانونگذاری وجود داشت. در گزارش پارلمان الکترونیکی جهان در سال ۲۰۱۸ نیز آورده شد که اکنون تقریباً همه پارلمان‌ها سایت مستقل دارند (Inter-parliamentary Union, 2018: 14) در سطح دوم یعنی ارائه خدمات آنلاین و ارتباط آنلاین بین حاکمیت و شهروندان، در برخی کشورهای مورد بررسی (مثل برزیل و فنلاند) با به‌کارگیری فناوری‌های ارتباطی، تحولی بزرگ در نحوه تعامل بین پارلمان و مردم به وجود آورده‌اند. این موضوع با گزارش پارلمان الکترونیکی جهان در سال ۲۰۱۸ هم‌راستا است که نشان داده چگونه ابزارهای دیجیتالی (به تعبیر کلی) پارلمان‌ها و همچنین نحوه مدیریت آنها را تغییر می‌دهند و این واقعیت که چگونه رسانه‌های جدید و داده‌های باز به مجالس کمک می‌کنند تا با مخاطبان ارتباط برقرار کنند (Ibid.: 24).

دولت‌ها در کشورهای مورد مطالعه تلاش می‌کنند تا با فراهم کردن کانال مؤثر ارتباطی با جامعه مدنی، مبتنی بر استفاده خلاقانه از فناوری اطلاعات و ارتباطات در راستای حمایت از دموکراسی، مشارکت شهروندان را در تصمیم‌گیری‌های عمومی گسترش دهند که این اقدام‌ها هم‌راستا با تلاش کشورهای عضو سازمان همکاری و توسعه اقتصادی<sup>۱</sup> است (OECD, 2004: 145). اتحادیه اروپا نیز یک برنامه بلندپروازانه برای «دموکراسی الکترونیکی» تهیه کرده است که شامل دسترسی آنلاین کلیه قوانین اروپا و استفاده از ابزارهای «ایجاد سیاست تعاملی» برای مشاوره آنلاین با ذی‌نفعان در مورد قانون جدید است (Timmers, 2007: 7).

در سطح سوم یعنی مشارکت شهروندان در فرایند تصمیم‌گیری، در برخی کشورهای منتخب (برزیل، آمریکا، انگلستان و فنلاند) مشارکت فعال مردم در اصلاح طرح‌ها و لوایح از طریق وب‌سایت مجلس یا ارائه پیشنهاد جدید در حوزه قانونگذاری دیده شد که نشان از حد بالای مشارکت مردم در قانونگذاری است. این بخش هنوز در ایران جنبه عملیاتی مؤثر به خود نگرفته است هرچند ابزار الکترونیک آن تا حدودی فراهم شده است. از نظر پارلمان‌ها، بزرگ‌ترین مزیت ابزارهای دیجیتالی، ایجاد توانایی آگاهی بخشی به

---

1. Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)

شهروندان درباره سیاست و تقنین (۷۴ درصد) و نحوه کار پارلمان (۶۴ درصد) است. استفاده از ابزارهای دیجیتالی برای افزایش مشارکت و تعامل شهروندان در فرایندهای سیاسی نیز اهمیت دارد، اما برای تحقق این امر تنها رعایت موارد فنی حائز اهمیت نیست، بلکه نیازمند پشتیبانی ازسوی بالاترین سطوح نهادهاست (Inter-parliamentary Union, 2018: 12-16).  
باین حال کشورهای عضو سازمان همکاری و توسعه اقتصادی در گزارش خود توصیه می‌کند که: ... مزایا و تأثیرات استفاده از فناوری در گشودن فرایند سیاستگذاری برای ورود گسترده‌تر مردم هنوز مورد ارزیابی و بیان قرار نگرفته است. شکاف مشابهی را می‌توان در تحقیقات مشارکت الکترونیکی مشاهده کرد (OECD, 2003:10). همان‌طور که لویییس معتقد است: اگرچه امروزه بسیاری از کشورها از پتانسیل فناوری اطلاعات و ارتباطات برای حمایت از مشارکت شهروندان در فرایندهای دمکراتیک بهره می‌گیرند و مبلغ زیادی از پول را در پیش‌بینی سرمایه‌گذاری می‌کنند، اما در ارزیابی این تلاش‌ها توجه مناسبی نداشته‌اند (Loukis and Xenakis, 2008: 810).

ابزارهای مشارکت الکترونیکی می‌تواند نوعی جایگزین مشارکت برای شهروندانی باشد که از روش‌های سنتی خسته شده‌اند و به ارتقای بیشتر حمایت‌های مردمی از حاکمیت کمک می‌کنند. امکان شرکت در فرایند تصمیم‌گیری با بهره‌وری از مشارکت الکترونیک می‌تواند به دولت‌ها کمک کند تا اعتماد و حمایت شهروندان را کسب کنند.  
در کشور ما طبق آخرین آمار منتشر شده در سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی تا پایان شهریور ۱۳۹۸، ۷۲ میلیون نفر مشترک اینترنت پهن باند بودند. به عبارتی ضریب نفوذ اینترنت پهن باند ۸۷/۱۹ درصد است (سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، ۱۳۹۸) اما به‌رغم نفوذ بالای اینترنت و بهره‌گیری از فناوری‌های دیجیتال هنوز از مشارکت الکترونیک در امر قانونگذاری به‌خوبی استفاده نشده است. شاهد این امر مشارکت بسیار پایین مردم در سایت مجلس یا مرکز پژوهش‌های مجلس است. در حال حاضر از بستر فناوری بیشتر به‌عنوان وسیله‌ای برای اطلاع‌رسانی استفاده می‌شود. این امر در برخی کشورهای مورد مطالعه نظیر ترکیه و آفریقای جنوبی نیز دیده می‌شود.

#### ۴. جمع بندی و نتیجه گیری

دولت‌ها برای اصلاح برخی از اصول مانند کارایی، اثربخشی، شفافیت، پاسخگویی و دموکراسی تلاش می‌کنند که مشارکت الکترونیکی نقش اساسی در این روند داشته باشد. مطالعه کشورهای منتخب نشان داد مدل‌های متنوعی برای مشارکت مردم (چه به صورت سنتی و چه الکترونیک) در قانونگذاری وجود دارد و پارلمان‌های مختلف هریک به فراخور شرایط خود تمهیداتی را برای این موضوع اندیشیده‌اند.

با توجه به تجارب کشورهای مورد مطالعه در زیر برخی نکات که ممکن است برای تسهیل در روند استفاده مؤثر از فناوری اطلاعات و ارتباطات برای ترویج مشارکت الکترونیک مردم در قانونگذاری مفید باشد آورده شده است:

- ارتقای مهارت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات نمایندگان مجلس یک نیاز اساسی است. این امر به استراتژی‌های مدیریت تغییر نیاز دارد.

- نیاز به بهبود ظرفیت شبکه برای استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات برای ایجاد شبکه و ایجاد جامعه اطلاعاتی وجود دارد. سیستم پارلمانی الکترونیکی به سازگاری با استفاده از ابزارهای شبکه نیاز دارد.

- جایگاه دیدگاه‌های مردم در فرایند نوسازی شیوه‌های الکترونیک نباید فراموش شود. - مجلس به توسعه، تشویق و تسهیل استفاده عمومی از فناوری‌های ارتباطی تعاملی مانند اتاق‌های گفتگو و درخواست‌های الکترونیکی از وب‌سایت رسمی آن نیاز دارد. این باید شامل رویکرد ۳۶۰ درجه در مورد نحوه مشارکت مجلس با مردم باشد.

- بهبود مدیریت پیام‌های ایمیل از طرف مردم به شیوه‌ای پاسخگو نیاز دارد. مهم است امکان ورود به سیستم، پیگیری و پاسخگویی به نامه‌های مردم به صورت سازمان یافته و به موقع فراهم شود.

- باید اطمینان پیدا کرد شهروندان جزء کاربران نهایی راه‌حل‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات هستند.

- علاوه بر اسناد قانونی، باید مشروح جلسات و ... نیز به راحتی در قالب‌های بصری و ... در دسترس قرار گیرد.

- برای بهبود دسترسی اکثریت مردم کشور به اینترنت، باید منابعی در نظر گرفته شود. در کشور ما طبق آیین نامه داخلی مجلس، ظرفیت های بسیاری برای مشارکت مردم وجود دارد و نمایندگان مجلس می توانند به راحتی با ذی نفعان و ذی ربطان در تعامل باشند. ضمناً بستر خوبی نیز برای استفاده از مشارکت الکترونیک مردم فراهم است. این شرایط موقعیت بسیار مناسبی را برای انجام کار کارشناسی و تخصصی در حوزه قانونگذاری فراهم می سازد. در این شرایط استفاده از فناوری اطلاعات می تواند این روال ها را تسهیل و تسریع کند و پل ارتباطی خوبی بین پژوهشگران و کارشناسان در راستای مشارکت بیشتر در امر قانونگذاری با نمایندگان مجلس ایجاد کند. جهت مطالعات آتی پیشنهاد می شود الگویی برای مشارکت الکترونیک مردم در امر قانونگذاری طراحی و ابزاری برای ارزیابی و سنجش کارایی آن تمهید شود.

## منابع و مآخذ

۱. آقای طوق، مسلم (۱۳۹۷). «فرایندهای مشورت عمومی و نظرخواهی در مورد مقررات بررسی تطبیقی و وضعیت ایران»، حقوق اداری، ۵ (۱۴).
۲. اولسن، دیوید (۱۳۸۲). *نهادهای مردمسالار قانونگذار: دیدگاهی مقایسه‌ای* (خلاصه کتاب)، ترجمه علیرضا طیب، تهران، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
۳. بغیری، علی، فاطمه حاج اسمعیلیان و محبوبه سهرابی (۱۳۹۴). «مطالعه تطبیقی مراکز پژوهشی پارلمان‌های دنیا»، تهران، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل: ۱۴۲۸۳.
۴. بیتام، دیوید (۱۳۹۰). «مشارکت شهروندان در روند قانونگذاری»، ترجمه حامد کرمی، تهران، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل: ۱۱۰۵۹.
۵. تورمودین (۱۳۸۴). «نگرشی بر قانون اساسی فنلاند»، ترجمه بیژن عباسی، فصلنامه حقوق اساسی، ش ۵.
۶. رجبی، ابوالقاسم، محمدامین فصیحی و فاطمه علوی (۱۳۹۶). «گزارش پارلمان الکترونیکی سال ۲۰۱۶: ۱. شاخص‌های پارلمان الکترونیکی»، تهران، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل: ۱۵۷۱۲.
۷. رستمی، ولی (۱۳۸۷). «مشارکت مردم در قانونگذاری جمهوری اسلامی ایران»، فصلنامه مطالعات حقوق خصوصی، ۳۸ (۱).
۸. رنجبر، احمد (۱۳۸۵). «نقش لابیگری در فرایند قانونگذاری و امکان قانونمند کردن آن»، تهران، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل: ۷۷۶۱.
۹. رنجبر، احمد و سارا قاسمی نراقی (۱۳۸۳). «آشنایی با پارلمان‌های جهان ۱. (پارلمان ترکیه)»، تهران، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل: ۶۹۶۷.
۱۰. زارعی، محمدحسین (۱۳۸۴). *مطالعه تطبیقی مجالس قانونگذاری*، چاپ اول، تهران، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
۱۱. سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی (۱۳۹۸). «آمار حوزه فناوری اطلاعات»،  
<https://opendata.cra.ir/Dashboard/96954f32-1b4c-4cb2-a18b-e8c986288bb6?e=false&vo=viewonly>
۱۲. سایت رسمی مجلس مالزی (۲۰۱۹).  
<https://www.parlimen.gov.my/e-penyertaan-bancian.html?uweb=web&>
۱۳. سهرابی، محبوبه و ریحانه آقاعبداللهی (۱۳۹۴). «دیپلماسی پارلمانی آمریکا در قبال ایران (۲) فرایند

قانونگذاری در کنگره آمریکا با تأکید بر برنامه جامع اقدام مشترک (برجام))، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل: ۱۴۳۷۸.

۱۴. صانعی، پرویز (۱۳۸۱). *حقوق و اجتماع*، جلد اول، چاپ اول، تهران، نشر طرح نو.

۱۵. ظفرقهرمانی نژاد، علی (۱۳۹۴). *تأثیر شورایی: تئاتر و شهروندی*، تهران، نشر شهر.

۱۶. عباسی، بیژن (۱۳۸۷). «بررسی روش‌های اعمال مردم‌سالاری مستقیم و نیمه‌مستقیم»، *مطالعات حقوق خصوصی*، (۲) ۳۸.

۱۷. قاضی شریعت‌پناهی، ابوالفضل (۱۳۶۸). *حقوق اساسی و نهادهای سیاسی*، جلد اول، چاپ اول، تهران، مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.

۱۸. قانون اساسی ترکیه (۲۰۱۹). [https://global.tbmm.gov.tr/docs/constitution\\_en\\_2019.pdf](https://global.tbmm.gov.tr/docs/constitution_en_2019.pdf)

۱۹. قانون اساسی فرانسه.

<https://www.shora-gc.ir/fa/news/1878/%D9%82%D8%A7%D9%86%D9%88%D9%86%E2%80%8F-%D8%A7%D8%B3%D8%A7%D8%B3%DB%8C%E2%80%8F-%D9%81%D8%B1%D8%A7%D9%86%D8%B3%D9%87>

۲۰. مسائلی، محمود (۱۳۷۲). «مالزی»، وزارت امور خارجه، دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی.

۲۱. موثق، آناهیتا، شاهین اسماعیل پورفداکار و هوشیار ویسی (۱۳۸۳). «مطالعه تطبیقی مجالس قانونگذاری ایران و برخی کشورهای جهان»، تهران، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل: ۷۰۲۴.

22. Agora, Brief (2015). *Citizen Engagement Through Ict*, Available at: <https://agora-parl.org/resources/library/agora-brief-citizen-engagement-through-ict>

23. Alder, John (1994). *Constitutional and Administrative Law*, Macmillan, Second edn.

24. Alonso, Ángel I. (2009). "E-participation and Local Governance: A Case Study", *Theoretical and Empirical Researches in Urban Management*, 3 (12).

25. Barotanyi, B. (2008). E-Recht – "Law Making in a Contemporary Way", *Journal of Law and Technology*, 1 (2).

26. Beetham, D. (2006). "Parliament and Democracy in The Twenty-first Century", Inter-parliamentary Union, Available at: <http://archive.ipu.org/dem-e/guide/guide-4.htm>

27. Bershadskaya, Lyudmila, Andrei Chugunov and Dmitrii Trutnev (2013). "E-participation Development: A Comparative Study of the Russian, USA and UK E-petition Initiatives", ACM International Conference Proceeding Series. 10.1145/2591888.2591900.
28. Carman, C. (2010). "The Process is the Reality: Perceptions of Procedural Participatory Democracy", *Political Studies*, 58 (4).
29. Demirhan, Kamil and M. Öktem (2011). "Electronic Participation in the Policy Making Process: A Case Study", *International Journal of eBusiness and eGovernment Studies*, 3.
30. Elliott, C., F. Quinn, E. Allbon and D. S. Kaur (2018). *English Legal System*, Harlow, United Kingdom, Pearson,
31. Faria, C. F. (2013). "The Open Parliament in the Age of the Internet: Can the People now Collaborate with Legislatures in Lawmaking?", Documentation and Information Center Edições Câmara Brasília.
32. Faria, Cristiano and Malena Rehbein (2016). "Open Parliament Policy Applied to the Brazilian Chamber of Deputies", *The Journal of Legislative Studies*, 22.
33. Hyeon, Su Seo and Raunio Tapio (2017). "Reaching out to the People? Assessing the Relationship between Parliament and Citizens in Finland", *The Journal of Legislative Studies*, 23:4, DOI: 10.1080/13572334.2017.1396694
34. Hyeon, Su Seo (2016). "Parliament and Direct forms of Citizen Participation: The Political Impact of Citizens' Initiative in Finland Paper for the ECPR General Conference 2016" (7-10, Sep. 2016/ Prague), Available at : <https://ecpr.eu/Filestore/PaperProposal/ae95ec0f-0ddf-4074-96e6-16d300071812.pdf>
35. Inter-parliamentary Union (2016). "World e-Parliament Report 2016", Geneva – Switzerland.
36. \_\_\_\_\_ (2018). "World e-Parliament Report 2018", Geneva – Switzerland.



37. Issa, Batool A. (2009). "*eParticipation*", *eTransformation in Public Administration: From eGovernment to eGovernance – The Proceedings of International Conference on eGovernment Sharing Experiences*, ed. Turksel Kaya Benschir, Ankara: TODAİE.
38. Komito, Lee (2005). "e-Participation and Governance: Widening the Net", *The Electronic Journal of e-Government*, 3 (1), Available Online at [www.ejeg.com](http://www.ejeg.com)
39. Legislative Sector South Africa (2013). "Public Participation Framework for the South African Legislative Sector", Available at: <http://www.sals.gov.za/docs/pubs/ppf.pdf>
40. Lindner, R. and U. Riehm (2011). "Broadening Participation Through E-Petitions? An Empirical Study of Petitions to the German Parliament", *Policy and Internet*, 3 (1).
41. Lippa, Barbara, Steffen Albrecht and Niels Kohlrausch (2008). "eParticipation - Electronic Participation of Citizens and the Business Community in eGovernment", Study on Behalf of the Federal Ministry of the Interior, Division IT 1.
42. Lombardi, Patrizia, Pekka Huovila and Minna Sunikka-Blank (2010). "The Potential of e-Participation in Sustainable Development Evaluation: Evidence from Case Studies", *Politics, Democracy, and e-Government: Participation and Service Delivery*, ed. Christopher G. Reddick, USA: IGI Global.
43. Loukis, E. and Alexandros Xenakis (2008). *Evaluating Parliamentary e-participation*, 3rd International Conference on Digital Information, Management, ICDIM 2008. 806 - 812. 10.1109/ICDIM.2008.4746839
44. Malyshev, Nick (2005). *The Evolution of Regulatory Policy in OECD Countries*, Paris, OECD.
45. Maria, Eleonora Di and Luca Simone Rizzo (2005). "E-Democracy: The Participation of Citizens and New Forms of the Decision-making Process", *On Line Citizenship Emerging Technologies for European Cities*, ed. Eleonora Di Maria and Stefano Micelli, USA: Springer

46. Moreno, Eduardo A. and Diego B. Traverso (2010). "E-Government and Citizen Participation in Chile: The Case of the Ministries Websites", *Politics, Democracy and E-Government: Participation and Service Delivery*, ed. Christopher G. Reddick, USA: IGI Global.
47. Norton, P. (2007). "Four Models of Political Representation: British MPs and ICT", *The Journal of Legislative Studies*, 13 (3).
48. ——— (2013). *Parliament in British Politics*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.
49. OECD (Organization for Economic Co-operation and Development) (2003). "Engaging Citizens Online for Better Policy-making", Policy Brief, Paris: OECD.
50. ——— (2004). "Promise and Problems of e-Democracy: Challenges of Online Citizen Engagement", Paris: OECD.
51. Panizza, R. (2016). "Potential and Challenges of e-participation in the European Union", Policy Department C: Citizens' Rights and Constitutional Affairs European Parliament, Available at: <http://www.europarl.europa.eu/supporting-analyses>
52. Sanford, C. and J. Rose (2007). "Characterizing eParticipation", *International Journal of Information Management*, 27.
53. Timmers, P. (2007). "Agenda for eDemocracy – an EU perspective", *European Commission*.
54. Tyumre, M.G. (2012). "e-Parliament to e-democracy : Creating a Model for Effective Management of Public Content", Political Science, Corpus ID: 154359913.
55. United Nations (2018). "UN e-Government Surveys", Available at: <https://publicadministration.un.org/en/research/un-e-government-surveys>
56. ——— (2010). "United Nations E-Government Survey 2010", New York, United Nations.
57. Zobel, Rosalie (2005). "e-Government: European Commission Policies and Activities", *On Line Citizenship Emerging Technologies for European Cities*, ed. Eleonora Di Maria and Stefano Micelli, USA: Springer.

# مبانی، معیارها و اصول حقوقی حاکم بر حوزه‌بندی انتخاباتی با بررسی موردی نظام انتخاباتی ایران

سیدمحمد مهدی غمامی\* و محمدحسین بستانی\*\*

نوع مقاله: پژوهشی	تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۹/۲۶	تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۳/۳۱	شماره صفحه: ۶۴-۳۵
-------------------	-------------------------	------------------------	-------------------

برگزاری انتخابات برای گزینش تصمیم‌سازان در سطوح مختلف ملی و منطقه‌ای به راهکاری یگانه برای تحقق حاکمیت ملی و مردم‌سالاری جهت تمشیت امور کلان هر جامعه و مدیریت تضادها و اختلاف سلیق افشار گوناگون آن تبدیل شده است. به لحاظ حقوقی و فنی، امر حساس «حوزه‌بندی انتخاباتی» که به معنای تقسیم سرزمین و جمعیت یک کشور به حوزه‌های انتخاباتی مختلف برای ایجاد تناسب بین شمار نمایندگان و جمعیت کشور است، مقدمه‌ای مهم و ضروری برای نیل به دستاورد پیش‌گفته است. در این مطالعه توصیفی-تحلیلی که براساس داده‌های اسنادی و کتابخانه‌ای به رشته تحریر درآمده، نگارندگان به این پرسش پاسخ خواهند گفت که «مبانی، معیارها و اصول حقوقی حاکم بر حوزه‌بندی انتخاباتی چیست و چه بازتابی در نظام حقوقی ایران دارد؟». با تدقیق در جنبه‌های گوناگون موضوع، می‌توان امانت و حق الناس بودن آرای مردم و همچنین آزاد و منصفانه برگزار شدن انتخابات را مبانی دینی و عرفی حوزه‌بندی صحیح شناسایی کرد؛ چنانچه با معیارهایی همانند جمعیت برابر، مرز و اندازه جغرافیایی متناسب و در نظر داشتن جوامع هم‌سود و هم‌منفعت سازگاری یابد. در پرتو رعایت اصولی حقوقی همچون استقلال و بی‌طرفی مقام تصمیم‌گیر در حوزه‌بندی انتخاباتی، برابری اعتبار و ارزش آرای شهروندان، نمایندگی، عدم تبعیض، شفافیت فرایند حوزه‌بندی و مشارکت مؤثر در انتخابات، زمینه برگزاری انتخاباتی سالم و عادلانه را فراهم خواهد ساخت. به طوری که راهبردهای مذکور در اسناد بالادستی نظام جمهوری اسلامی ایران نیز هدفی جز این ندارند که در صورت حرکت شتابان‌تر در مسیر تحقق این راهکارها نقاط ضعف موجود در عرصه عمل همچون حوزه‌بندی‌های جانبدارانه نیز مرتفع خواهند شد.

کلیدواژه‌ها: مردم‌سالاری؛ انتخابات؛ حوزه‌بندی انتخاباتی؛ تساوی آرای شهروندان؛ کرسی نمایندگی

---

\* استادیار دانشکده معارف اسلامی و حقوق، دانشگاه امام صادق (ع)؛ Email: ghamamy@isu.ac.ir  
\*\* دانشجوی دکتری حقوق عمومی، دانشکده حقوق، دانشگاه شهید بهشتی (نویسنده مسئول)؛ Email: m.h.bostani@gmail.com

## مقدمه

برگزاری انتخابات آزاد و عادلانه به عنوان یکی از ارکان اساسی نظام مردم سالار، همواره از دغدغه‌های بنیان‌گذاران نظام‌های سیاسی به مثابه نویسندگان قانون اساسی کشورها و به دنبال آن نهادهای ناظر بر اجرای آن قانون بوده است. ریشه تاریخی آن را نیز باید در بریتانیا جستجو کرد که نخستین سنگ بنای انتخابات به معنای امروزی کلمه در آن کشور ریخته شد؛ به این صورت که پادشاهان تحت فشارهای روزافزون طبقه اشراف و نجبا، بخشی از قدرت را به آنان تفویض کردند و به مرور با گسترش صنعت و تجارت و پیدایش طبقه بورژوا، نمایندگانی از این طبقه نوظهور در پارلمان شرکت داده شدند (قاضی شریعت پناهی، ۱۳۹۵: ۵۷۷). استقرار و تثبیت حقوقی و سیاسی نظام انتخابات با پیدایش نظریه نمایندگی و تطور آن به نظریه حاکمیت ملی و به تبع آن دموکراسی و مردم سالاری به منصفه ظهور رسید (لاگلین، ۱۳۸۸: ۱۴۲). جایی که مردم با بهره‌گیری از دموکراسی غیرمستقیم؛ سرنوشت، مصلحت و خیر اجتماعی را در خلال انتخابات، به افراد آگاه، برگزیدگان و نخبگان می‌سپارند، به واقع حق حاکمیت بر سرنوشت خویش را متبلور می‌سازند. البته این انتخابات باید به نحوی انجام پذیرد که حداکثر ارتباط ممکن بین گزینش‌گران و برگزیدگان برقرار باشد، تا مفهوم حاکمیت مردم در حد اعلاى خود تجلی یابد (هاشمی، ۱۳۹۳: ۴۴۵).

نخستین گام برای برگزاری یک انتخابات عادلانه و در نتیجه تحقق کامل مردم سالاری، انجام «حوزه‌بندی انتخاباتی» است. در اهمیت این اقدام همین بس که به تشکیل پارلمانی منجر می‌شود که همچون آینه‌ای تمام‌نما، افکار عمومی شهروندان را بازتاب داده و ترکیبی نزدیک‌تر به اراده عمومی مردم را در خود جای می‌دهد. مسئله تقسیم‌بندی حوزه‌های انتخاباتی اگرچه در ظاهر امری ثانویه می‌نماید، اما هرگونه دست‌کاری و تغییر عمدی در آن صحت برگزاری یک انتخابات را با خدشه مواجه خواهد ساخت (همان، ۱۳۹۵: ۲۲۴). به علاوه ذکر این نکته ضروری است که از این پس هر زمان از مفهوم حوزه‌بندی انتخابات صحبت می‌شود، منظور انتخابات‌هایی نیست که در آن کل کشور یک حوزه انتخابیه تلقی می‌شود (همچون انتخابات ریاست جمهوری)؛ بلکه انتخابات‌هایی است که لازمه برگزاری آن در مردم سالاری‌های مدرن، تقسیم کشور به حوزه‌های انتخاباتی متعدد حسب معیارهای مخصوص به خود است (همچون انتخابات مجلس نمایندگان یا سنا).

انجام این پژوهش در راستای برداشتن گامی برای تحقق مضامین و دستوالعمل‌های مذکور در اسناد بالادستی حاکم بر نظام جمهوری اسلامی ایران در زمینه مردم‌سالاری دینی و به‌طور مشخص حقوق انتخاباتی مورد اشاره در آنها قابل توصیف است. همان‌گونه که در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران در اصول (۶)¹، (۳)² و (۶۴)³ بدان پرداخته و همچنین در سیاست‌های کلی نظام ابلاغی ازسوی مقام رهبری که در هرم سلسله‌مراتب منابع قانونی نظام حقوقی ایران پس از قانون اساسی قرار می‌گیرد.<sup>۴</sup>

تألیفاتی درباره نظام‌ها و حقوق انتخاباتی و همچنین مسئله حوزه‌بندی انجام شده و موضوع پایان‌نامه‌هایی نیز به این امر اختصاص داشته است با عنوان «حوزه‌بندی انتخابات قوه مقننه در نظام حقوقی ایران با تأکید بر طرح تغییر نظام انتخاباتی مجلس شورای اسلامی» و «بررسی آثار تعیین حوزه‌های انتخابیه بر انتخاب‌شوندگان با تأکید بر نظام انتخاباتی ایران» و یا مقاله‌ای تحت عنوان «آسیب‌شناسی حوزه‌بندی انتخابات مجلس شورای اسلامی» و چند مقاله و کتاب دیگر که در این مطالعه از یافته‌های آنها استفاده شده است. وجه ممیزه نوشته حاضر با دیگر تلاش‌های علمی در این زمینه آن

---

۱. به موجب اصل (۶) قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۶۸: «در جمهوری اسلامی ایران امور کشور باید به اتکای آرا عمومی اداره شود، از راه انتخابات: انتخاب رئیس‌جمهور، نمایندگان مجلس شورای اسلامی، اعضای شوراها و نظایر اینها، یا از راه همه‌پرسی در مواردی که در اصول دیگر این قانون معین می‌گردد».

۲. به موجب اصل (۳) قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۶۸: «دولت جمهوری اسلامی ایران موظف است ... همه امکانات خود را برای امور زیر به‌کار برد: ... مشارکت عامه مردم در تعیین سرنوشت سیاسی ... رفع تبعیضات ناروا و ایجاد امکانات عادلانه برای همه، در تمام زمینه‌های مادی و معنوی».

۳. به موجب اصل (۶۴) قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۶۸: «عده نمایندگان مجلس شورای اسلامی دوپست‌وهفتاد نفر است و از تاریخ همه‌پرسی سال یکهزار و سیصد و شصت و هشت هجری شمسی پس از هر ۱۰ سال، با در نظر گرفتن عوامل انسانی، سیاسی، جغرافیایی و نظایر آنها حداکثر بیست نماینده می‌تواند اضافه شود. زرتشتیان و کلیمیان هرکدام یک نماینده و مسیحیان آشوری و کلدانی مجموعاً یک نماینده و مسیحیان ارمنی جنوب و شمال هرکدام یک نماینده انتخاب می‌کنند. محدوده حوزه‌های انتخابیه و تعداد نمایندگان را قانون معین می‌کند».

۴. «سیاست‌های کلی انتخابات» در تاریخ ۲۴ مهرماه ۱۳۹۵ و در اجرای بند (۱) اصل (۱۱۰) قانون اساسی از جانب مقام رهبری پس از مشورت با مجمع تشخیص مصلحت نظام به رؤسای قوا و ریاست آن مجمع ابلاغ گردید که به موجب بند نخست آن که به موضوع حوزه‌بندی انتخابات می‌پردازد، مقرر شده است: «تعیین حوزه‌های انتخاباتی مجلس شورای اسلامی و شوراها و شورای اسلامی بر مبنای جمعیت و مقتضیات اجتناب‌ناپذیر به‌گونه‌ای که حداکثر عدالت انتخاباتی و همچنین شناخت مردم از نامزدها فراهم گردد».

است که برخلاف دیگر موارد که غالباً بر طرح‌های استانی شدن انتخابات مجلس در ایران تمرکز داشته یا اگر به آسیب‌شناسی مسئله حوزه‌بندی انتخاباتی پرداخته‌اند، هرکدام به صورت جزئی بر محوری خاص از مجموعه محورهای مرتبط با این امر متمرکز بوده‌اند، در این پژوهش سعی بر این بوده که مبانی و اصول حقوقی و معیارهای حاکم بر آن به طور مجزا و به تفصیل پرداخته شود و با توجه به تأکیدات مورد اشاره از جانب اسناد حقوقی بالادستی نظام جمهوری اسلامی ایران، جمع‌بندی متقنی انجام شود.

اینک با توجه به تبیین اهمیت موضوع انتخابات و امر حوزه‌بندی انتخاباتی به عنوان یکی از مقدمات ضروری برای برگزاری صحیح و بهینه آن، نگارندگان بنا دارند با تاباندن نور به ریشه‌های مبحث مزبور، با شیوه‌ای تحلیلی - توصیفی و براساس داده‌های اسنادی و کتابخانه‌ای به این سؤال پاسخ گویند که «مبانی، معیارها و ایضاً اصول حقوقی حاکم بر حوزه‌بندی انتخاباتی چیست و چه بازتابی در نظام حقوقی ایران دارد؟». بدین منظور نوشته حاضر پس از تبیین مفاهیم کلی مربوط به موضوع، مبانی نظری آن را مورد مذاقه قرار داده و در ادامه اصول حقوقی حاکم بر امر حوزه‌بندی انتخاباتی را مطرح می‌کند و معیارهای یک حوزه‌بندی مطلوب انتخاباتی را برمی‌شمارد و با جمع‌بندی و نتیجه‌گیری این مبحث را به پایان می‌رساند. فرضیه نگارندگان آن است که وجود مواردی از حوزه‌بندی‌های جانبدارانه در نظام حقوقی ایران، گواه بر عدم رعایت کامل این مبانی، اصول و معیارها در عرصه عمل است که باید با انجام اصلاحات لازم و استعانت از راهبردها و ظرفیت‌های حقوقی موجود نسبت به رفع آنها اقدام کرد.

## ۱. مفهوم حوزه‌بندی انتخاباتی<sup>۱</sup>

یکی از ارکان اساسی و مقدمات ضروری در آغاز فرایند اجرایی یک نظام انتخاباتی، انجام حوزه‌بندی نواحی مختلف کشور و تقسیم کرسی‌های پارلمان بین آن مناطق است. اگر کارویژه یک نظام انتخاباتی را تبدیل آرای مردمی به کرسی‌های نمایندگی جهت تحقق مردم‌سالاری

1. Constituency

در فرایند اداره و سیاستگذاری کلان کشور در نظر بگیریم، آنگاه حوزه‌های انتخاباتی شاخصی محدودکننده از نظر جمعیت و جغرافیا محسوب می‌شود. در بخش نخست این پژوهش با جنبه‌های گوناگون این مفهوم کلیدی آشنا می‌شویم.

## ۱-۱. معناشناسی

برای تبیین بهتر این مفهوم کلیدی در حقوق انتخابات، شایسته است از توضیح معنای لغوی آن شروع کرد. از میان معادل‌های مختلف واژه «حوزه»، در این پژوهش معنای «ناحیه، محدوده و قلمرو» مقصود بوده که در عبارت کلی، معنای ناحیه‌بندی بخش‌های مختلف کشور به جهت برگزاری انتخابات را ایفاد می‌کند. برای توضیح معنای اصطلاحی عبارت مزبور نیز بهتر است ابتدا مفهوم «حوزه انتخابیه» بررسی شود. حوزه انتخابیه به محدوده جغرافیایی مشخصی اطلاق می‌شود که مرزهای قانونی معینی دارد و نماینده یا نمایندگانی از آن ناحیه برای تکیه بر مناصب انتخابی برگزیده می‌شوند. این برگزیدگان علاوه بر نمایندگی مردم، تفاوت‌های جغرافیایی مناطق مختلف کشور را در قالب این حوزه‌ها منعکس می‌کنند (Palsingh, 2000: 517). بدیهی است در انتخاباتی مانند ریاست‌جمهوری، این محدوده بسیار گسترده بوده و کل کشور را شامل می‌شود و در انتخابات‌های پارلمانی و شورایی به واحدهایی کوچک‌تر تقسیم می‌شود. البته نباید این حوزه‌ها را با واحدهای متعارف تقسیماتی مثل روستا، شهر و شهرستان مترادف دانست، چراکه این دو لزوماً بر هم منطبق نیستند. بدین ترتیب معنای اصطلاحی «حوزه‌بندی انتخاباتی» روشن به نظر می‌رسد که همانا فرایند طراحی حوزه‌های انتخابیه در سطح کشور و تقسیم کرسی‌های مناصب انتخابی پارلمانی و شورایی بین مناطق مختلف آن خواهد بود، به طوری که هر منطقه و ناحیه در آن نهاد تصمیم‌ساز دارای نماینده باشد و صدای رسای مردم حوزه خود به‌شمار آید (محمدی، ۱۳۹۶: ۷۸).

در تکمیل این بحث و برای رفع شبهات احتمالی، لازم است در کنار مفهوم حوزه انتخابیه، مفهوم «حوزه رأی‌گیری» نیز تبیین شود. حوزه‌های رأی‌گیری در مرحله اجرای انتخابات در حوزه‌های انتخاباتی قرار می‌گیرند. یک حوزه انتخاباتی باید به طور فرعی به

حوزه‌های رأی‌گیری متعدد تقسیم شود تا مشارکت‌کنندگان به سهولت بتوانند به آنها مراجعه کرده و رأی خود را به صندوق بیاورند. اختیار تحدید حدود این حوزه‌ها غالباً به مدیران اجرایی انتخابات واگذار می‌شود و ایشان می‌توانند با تخصیص رأی‌دهندگان به حوزه‌های مختلف، معین کنند که هر فرد کجا رأی دهد و تضمین کند که وی بیش از یک مرتبه در انتخابات مشارکت نکند (موسوی‌نیا، ۱۳۹۰: ۳۳).

## ۲-۱. ویژگی‌های حوزه‌بندی انتخاباتی مطلوب

تقسیم نواحی مختلف کشور به حوزه‌های انتخاباتی متعدد را می‌توان مقدمه برگزاری یک انتخابات برای تعیین نمایندگان مردم دانست که خصایصی از قبیل هماهنگی با ویژگی‌های جغرافیایی، روند تحولات جمعیتی، زیرساخت‌های دسترسی و ارتباطات، تناسب با قوانین انتخاباتی و قانون اساسی کشور و پذیرش و اقبال در سطح عموم لازمه انجام بهینه آن است.

در توضیح مختصر هرکدام از این موارد می‌توان گفت از لحاظ جغرافیایی، از آنجاکه شرایط زیست‌محیطی و آب و هوایی هر منطقه تأثیر بسزایی بر میزان سکونت و سطح معیشت مردم آن دارد، دخالت دادن این متغیر در ناحیه‌بندی انتخاباتی می‌تواند تأثیر مهم بر مقبولیت و اقبال اجتماعی اقدام سیاستگذاران این امر داشته باشد.

از لحاظ جمعیت، شمار ساکنان یک ناحیه و به‌ویژه افراد دارای حق رأی، محوری مهم برای انجام حوزه‌بندی مطلوب تلقی می‌شود، چراکه تعیین تعداد نمایندگان آن حوزه تا حد زیادی به این عنصر وابسته بوده و علاوه بر آن، لحاظ کردن جمعیت غیرساکن و سیال یا سرعت نرخ رشد جمعیت در هر منطقه، می‌تواند در نتیجه حوزه‌بندی اثرگذار باشد.

همچنین جایگاه کیفیت زیرساخت‌های ارتباطی و دسترسی مردم هر حوزه در تأمین منافع اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آنان را نباید دست‌کم گرفت. تفاوت‌های اقلیم‌های گوناگون کشور تأثیر مهمی بر تعیین حدود حوزه‌های انتخاباتی دارد. از همه این موارد مهم‌تر، تطابق و تناسب حقوقی با قوانین بالادستی در زمینه انتخابات، به‌ویژه معیارهای تعیین شده در قانون اساسی هر کشور که در رأس هرم سلسله‌مراتب قوانین و هنجارهای



حقوقی جامعه قرار دارد، بی‌گمان خصیصه‌ای ضروری در مطلوب توصیف کردن انجام حوزه‌بندی انتخاباتی به‌شمار می‌آید (کاویانی راد، ۱۳۸۶: ۴۹۱).

نباید فراموش کرد که کاربست و توجه به این متغیرهای اثرگذار در حوزه‌بندی عادلانه می‌تواند قطار یک انتخابات را بر ریل قرار داده یا رعایت نکردن آنها، آن را از ریل خارج کند. شاید بیان یک نمونه فرضی روشنگر این موضوع باشد؛ تصور کنید در منطقه‌ای دوسوم رأی‌دهندگان حامی گروه (الف) بوده و در نیمه شمالی شهر ساکن‌اند و یک‌سوم دیگر طرف‌دار گروه (ب) بوده و در نیمه جنوبی شهر اقامت داشته باشند؛ اگر کل منطقه را یک حوزه انتخابیه در نظر بگیریم، قاعدتاً هریک از دو گروه (الف) و (ب) به‌ترتیب دوسوم و یک‌سوم کرسی‌ها را تصاحب خواهند کرد. اما چگونگی تقسیم این منطقه به حوزه‌های انتخاباتی جهت تصاحب کرسی‌های نمایندگی اختصاص یافته به این شهر و در نظر گرفتن معیارهای مزبور در این فرایند، می‌تواند نتیجه انتخابات را به‌کلی دگرگون کند. در صورتی که در این منطقه تقسیم‌بندی حوزه‌ها به‌صورت افقی صورت پذیرد و شهر را به دو حوزه شمالی و جنوبی تقسیم کند، با توجه به حوزه نفوذ دو گروه پیش‌گفته در شمال و جنوب شهر، یک نماینده از گروه (الف) و یک نماینده نیز از گروه (ب) به پارلمان راه خواهند یافت؛ اما چنانچه این تقسیم‌بندی به‌صورت عمودی صورت گیرد و شهر را به دو حوزه شرقی و غربی تقسیم کند، نتیجه انتخابات به‌کلی تغییر کرده و هر دو نماینده این منطقه از گروه (الف) برگزیده خواهند شد (ایوبی، ۱۳۸۲: ۳۷). بنابراین برای پیشگیری از چنین تخلفاتی اتخاذ مؤثرترین روش‌ها برای ترسیم صحیح مرزها وفق معیارهای موجود الزامی است.

## ۲. مبانی نظری حوزه‌بندی عادلانه

تا اینجا با مفاهیم کلی مرتبط با حوزه‌بندی آشنا شدیم. بی‌تردید همه آنچه درخصوص پدیده حوزه‌بندی بررسی شد، به‌دلیل تأثیر بی‌بدیل آن بر رعایت حقوق مردم و برگزاری یک انتخابات آزاد، منصفانه و مردم‌سالارانه است که به بهترین نحو اراده و خواست عموم مردم را در عرصه تصمیم‌گیری کلان جامعه منعکس کند و تجلی‌بخش حق خدادادی تعیین سرنوشت به مردم باشد. در این قسمت در راستای تبیین مبانی نظری ناظر به بحث، ابتدا از زاویه امانت بودن

رأی مردم به‌عنوان مبنای اسلامی حوزه‌بندی عادلانه به بحث خواهیم پرداخت و سپس مفهوم انتخابات آزاد و منصفانه به‌عنوان مبنایی عرفی تبیین می‌شود. گفتنی است مسئله حوزه‌بندی انتخاباتی، مبانی و اصول مربوط به آن موضوعی عام است که روند صحیح و عادلانه آن به‌عنوان مقدمه و پیش‌نیازی اساسی برای برگزاری انتخابات در هر سطحی و نزد هر ملت متمدنی که نظامی مردم‌سالار برای اداره امور عمومی خود برگزیده محسوب می‌شود، اما از آنجاکه هدف اصلی این نوشتار علاوه بر ارائه تصویری روشن از ابعاد گوناگون نظری حوزه‌بندی، بررسی وضع نظام انتخاباتی جمهوری اسلامی ایران و ارائه راهکاری کاربردی به تصمیم‌سازان آن است، در این بخش در کنار مبانی عرفی، نسبت به تبیین مبنای اسلامی بحث نیز اقدام شده است و نباید شبهه تداخل بین وضع حاکم بر سایر نقاط جهان و وضعیت نظام جمهوری اسلامی ایران پدید آید.

### ۱-۲. امانت بودن رأی مردم

در منابع و متون اسلامی تأکیده‌های فراوانی بر لزوم رعایت اصول امانت‌داری وجود دارد که در جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان نظامی مبتنی بر ارزش‌های دینی و اسلامی باید در عرصه‌های گوناگون سیاسی و اجتماعی، به‌ویژه در امر انتخابات بروز و ظهور داشته باشد. اهمیت رعایت این ارزش دینی و اخلاقی در مسائل اجتماعی و سیاسی همچون انتخابات و فرایند برگزاری آن به جهت درگیر بودن سطح گسترده‌تری از حقوق افراد در آن، دوچندان است. جلوه بارز آن نیز امانت‌داری از رأی و نظر مردم در برگزیدن افراد مورد نظر خود برای تکیه بر مناصب حاکمیتی کشور است که تجلی‌بخش کرامت انسانی و حق آنها در تعیین سرنوشت خویش به‌عنوان عطیه‌ای خدادادی است و مبنای مشروعیت مراجعه به آرای عمومی و به تبع آن حق الناس بودن آرای ایشان را تشکیل می‌دهد (اصل ۵۶) قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران).<sup>۱</sup> مراجعه به آرای عمومی از آن جهت در اندیشه اسلامی قابل پذیرش است که بسیاری از مسائل اسلام در زمینه تأسیس و تداوم حکومت،

۱. به موجب این اصل: «حاکمیت مطلق بر جهان و انسان از آن خداست و هم او، انسان را بر سرنوشت اجتماعی خویش حاکم ساخته است. هیچ‌کس نمی‌تواند این حق الهی را از انسان سلب کند یا در خدمت منافع فرد یا گروهی خاص قرار دهد و ملت این حق خداداد را از طرقی که در اصول بعد می‌آید اعمال می‌کند».

حقوق عمومی، سیاستگذاری عمومی و مدیریت به خود شهروندان موکول شده تا حسب مقتضیات زمان بهترین شیوه‌ها را به اجرا گذارند (قاضی زاده، ۱۳۹۰: ۱۴۸). شهروندان نیز این حکومت را به‌عنوان یک امانت در اختیار منتخبان خویش می‌گذارند تا مصالح عمومی آنها تأمین شود و طبیعتاً دامنه این اختیار نیز محدود و مبتنی بر مشورت با صاحبان امانت خواهد بود (فیرحی، ۱۳۹۷: ۲۸۷).

امانت بودن رأی مردم به معنای حق الناس بودن رأیی است که از جانب آنها به صندوق‌ها ریخته شده است و این موضوع را می‌توان از مبانی مهم مطرح در همه مراحل چنگانه انتخابات از جمله حوزه‌بندی انتخاباتی دانست که برگرفته از منابع اسلامی است. در متون اسلامی از اصطلاح «حق الناس» در برابر «حق الله» استفاده می‌شود؛ با این توضیح که اعمالی که وجوب آنها برای تقرب به خداوند است و نسبت به دیگران آثار حقوقی خاصی در پی ندارد، در زمره حق الله قرار می‌گیرد و در مقابل حقوقی که تضمین‌کننده منافع دنیوی برای اشخاص است و تزییع آن منجر به آسیب دیدن مصالح و بی‌ثباتی حقوق مشروع اشخاص می‌شود، در حوزه حق الناس تعریف شده است (مشکینی، ق ۱۴۱۹: ۲۱۵). از اولین ابعاد حق الناس در موضوع انتخابات، مقوله حق رأی است که دو شرط آزادانه و همگانی بودن آن ارتباط تنگاتنگی با موضوع دارد؛ آزادانه بودن به این معناست که نباید قوانین و مقرراتی وضع شود که مستقیم یا غیرمستقیم فرایند انتخابات و رأی‌گیری بر افراد تحمیل و اجباری ایجاد کند و منظور از همگانی بودن نیز آن است که نباید ضوابطی برقرار شود که زمینه‌ساز محرومیت بخش‌هایی از جامعه در مشارکت برای انتخابات شود (پروین و نورایی، ۱۳۹۵: ۱۲۰). روشن است که تقسیم‌بندی جانبدارانه و غیراصولی حوزه‌های انتخاباتی می‌تواند به صورت غیرمستقیم، افراد را در برگزیدن نامزدهای مطلوب خود محدود کرده و همچنین مشارکت بخش‌هایی از جامعه را از اثربخشی لازم محروم کند و بدین ترتیب به تزییع حقوق الناس منجر شود.

حق الناس در همه ابعاد اجتماعی زندگی مسلمانان مطرح است و از مفاهیم عالی حقوقی در اسلام است که ورود آن در امر انتخابات را می‌توان نمودی از تحقق اجتهاد پویا در زمامداری دانست؛ لذا این وظیفه شرعی و اخلاقی همه دست‌اندرکاران امر انتخابات

است که در همه مراحل، از حوزه‌بندی تا اعلام نتایج، از این حق و امانت پاسداری و صیانت کنند (همان: ۱۱۱). این صیانت از حق الناس جلوه‌های گوناگونی در مراحل مختلف فرایند برگزاری یک انتخابات دارد که از جمله آنها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- فراهم آوردن بستر مناسب برای مشارکت برابر همه شهروندان در انتخابات با مرزبندی عادلانه حوزه‌های انتخاباتی،

- عدم جهت‌دهی به آرای مردمی و محدود کردن قدرت انتخاب آنها براساس سلیقه و منافع جناح یا حزب حاکم،

- اندیشیدن تمهیدات مناسب برای برقراری عدالت در تبلیغات انتخاباتی و آگاهی‌بخشی مناسب به مردم درخصوص اندیشه‌ها و ویژگی‌های نامزدها،

- جلوگیری از تقلب و وارونه‌نمایی آرای مردم حین شمارش و اعلام نتایج.

ملاحظه می‌شود که کلیدواژه حق الناس ظرفیتی ویژه در مسیر شکوفایی یک نظام سیاسی در مسیر مردم‌سالاری مبتنی بر ارزش‌های دینی دارد که توجه به آن در فرایندهای مختلف انتخابات می‌تواند مبنایی مهم برای صیانت از آرای مردم به‌عنوان امانتی نزد دست‌اندرکاران امر به حساب آید. در نظام اسلامی ایران که اداره امور کشور براساس مشارکت مردم از طریق انتخابات تمشیت می‌شود، رعایت این مبانی دینی در فرایند حساس حوزه‌بندی انتخاباتی پیش‌نیازی ضروری برای تحقق مردم‌سالاری دینی است.

## ۲-۲. آزاد و منصفانه بودن انتخابات

امروزه می‌توان با قاطعیت اعلام کرد که مفهوم «آزاد و منصفانه بودن» به‌عنوان دو خصیصه مهم یک انتخابات مشروع و مقبول مورد تأیید همگان است؛ به‌نحوی که شهروندان در رأی دادن یا ندادن یا در انتخاب افرادی که می‌خواهند به آنها رأی دهند، از آزادی کامل برخوردار بوده و شرایط برگزاری انتخابات نیز - اعم از مراحل قبل، حین و پس از برگزاری - شهروندان را نسبت به اعمال حقوق سیاسی‌شان از طریق مشارکت اطمینان بخشد (اسلامی، ۱۳۹۷: ۲۲۸). اما سؤال این است که مقصود از این دو عبارت در عرصه عمل چیست و چه نسبتی با محور اصلی بحث، یعنی حوزه‌بندی عادلانه دارد؟ زیرا این دو مفهوم تکیه کلامی هستند

که به‌رغم ابهام‌آمیز و چندبعدی بودن، همواره به‌عنوان ویژگی‌های یک انتخابات مورد استفاده قرار می‌گیرند و سازمان‌های بین‌المللی از جمله سازمان ملل متحد در بسیاری از اعلامیه‌ها و کنوانسیون‌های خود، معیارهای کلیدی ارزیابی انتخابات را همین دو عامل معرفی می‌کنند. از طرفی شاید ارتباط آن با مفهوم حوزه‌بندی عادلانه نواحی انتخاباتی اندکی پیچیده به نظر آید؛ اما خواهیم دید که چگونه بین آنها ربط وثیقی برقرار است.

شورای اتحادیه بین‌المجالس در ۲۶ مارس ۱۹۹۴ با شرکت نمایندگان بیش از ۱۱۲ کشور از جمله نمایندگان مجلس شورای اسلامی موفق شد معیارهای انتخابات آزاد و منصفانه را با اتفاق آرا از تصویب بگذراند و در آن بر اهمیت اعلامیه جهانی حقوق بشر و میثاق بین‌المللی حقوق سیاسی و مدنی تأکید کرد که در آن حق حاکمیت را با برگزاری انتخابات دوره‌ای مبتنی بر خواست مردم می‌داند و طی بیانیه‌ای با تصدیق حاکمیت دولت‌ها بر سرنوشت خویش، از آنها خواست معیارهای معرفی شده را الگوی رفتاری خود قرار دهند.

شایان ذکر است که به موجب ماده (۲۵) میثاق بین‌المللی سیاسی و مدنی که اتفاقاً عمل به آن گامی مهم در راستای تحقق یک حوزه‌بندی صحیح و غیرجانبدارانه محسوب می‌شود، باید برای همه رأی‌دهندگان قوانین یکسان به‌کار گرفته شود و رأی هر شهروند با رأی شهروند دیگر برابر باشد.<sup>۱</sup> ایضاً، مرزبندی حوزه‌ها برای انتخابات و روش‌های تخصیص رأی، با پراکنش رأی‌دهندگان در تضاد نباشد و گروه، جریان یا نژاد خاصی را محدود نکند. به دیگر سخن، کنش حوزه‌بندی و قواعد آن، نباید به‌گونه‌ای باشد که به صورت غیرمنطقی، شهروندان را از انتخاب منصفانه نمایندگان محروم کند (حسینی، ۱۳۹۰: ۲۹). در این مصوبه به‌طور مشخص به این موضوع اشاره شده که حوزه‌بندی انتخاباتی با توجه به شرایط جغرافیایی باید به نحوی انجام شود که با توجه به برابری حقوق انتخاباتی همه افراد، تفاوت ارزشی میان آرای انتخاب‌کنندگان به وجود نیامده و بدین ترتیب زمینه افزایش مشارکت مردم در انتخابات فراهم شود. بدین وسیله مجال فعالیت برای گروه‌های ذی‌نفع که هدفی

---

۱. دولت ایران به موجب قانون «اجازه الحاق دولت شاهنشاهی ایران به میثاق بین‌المللی حقوق مدنی و سیاسی مصوب ۱۳۵۴/۰۲/۱۷» به کنوانسیون حقوق مدنی و سیاسی ۱۹۶۶ پیوسته است و این قانون پس از انقلاب از سوی فقهای شورای نگهبان ابطال نشده و همچنان معتبر است.

جز افزایش منافع سیاسی و اقتصادی خود ندارند، مسدود شده و از آثار زیان بار دخالت آنها در عرصه‌های تصمیم‌سازی که منافع عموم مردم را تحت الشعاع قرار می‌دهد کاسته خواهد شد و حوزه‌های انتخاباتی به نحوی متناسب مرزبندی می‌شوند (بشیریه، ۱۳۹۶: ۱۴۴).

به علاوه برای پویایی و سامان‌دهی متناسب حوزه‌ها، عملیات بازترسیم مرزهای آنها حداقل هر ۱۰ سال یک‌بار باید تجدید شود تا بازاریابی حوزه‌ها با آهنگ تغییر جمعیت سنخیت پیدا کند. از برآیند دیدگاه‌های مختلف در این زمینه و آنچه در این بیانیه آمده، به طور خلاصه می‌توان منظور از «آزاد بودن» را رعایت حقوق و آزادی‌های سیاسی بنیادین و منظور از «منصفانه بودن» را قاعده‌مندی و نبود هرگونه جانبداری و تبعیض در همه مراحل قبل، حین و پس از انتخابات تعبیر کرد (الکیت، ۱۳۸۴: ۸۰).

اما سؤالی که در این میان مطرح می‌شود این است که آیا هر نوع تبعیضی اصول آزاد و منصفانه بودن انتخابات را نقض می‌کند؟ آیا در نظر گرفتن مزایا و حقوقی خاص برای بخش‌هایی از جامعه حین انجام فرایند حوزه‌بندی انتخاباتی، مصداقی از کژحوزه‌بندی<sup>۱</sup> یا حوزه‌بندی جانبدارانه و ناعادلانه به حساب می‌آید؟ در پاسخ به این سؤال لازم است ابتدا با مفهوم «تبعیض مثبت»<sup>۲</sup> آشنا شویم.

تبعیض مثبت را می‌توان نوعی تبعیض‌زدایی از طریق تبعیض دانست که با ایجاد نابرابری به‌عنوان یک ابزار، برای نیل به برابری به‌عنوان یک هدف و غایت عمل می‌کند. به عبارت دیگر، قانونگذار با اعمال تبعیض مثبت، به صورت موقت اقدام به ایجاد تمایزات حقوقی به نفع گروهی از اشخاص (حقیقی یا حقوقی) و به ضرر گروهی دیگر می‌کند تا در سطحی دیگر نابرابری‌های پیشین را مرتفع کند (قاری سیدفاطمی، ۱۳۸۸: ۶۸). با عنایت به این مفهوم اعمال تبعیض از نوع مثبت آن حین انجام فرایند ترسیم خطوط مرزی حوزه‌های انتخابیه به سود گروه‌های مزبور نه تنها مخل رعایت اصل آزاد و منصفانه بودن انتخابات به‌شمار نمی‌آید، بلکه گامی در راستای تحقق آن محسوب خواهد شد (فرومن، ۱۳۸۳: ۲۱۰).

درنهایت اشاره دوباره به این مهم خالی از لطف نیست که توجه به این مبانی برای

1. Gerrymandering

2. Positive Discrimination

تحقق حوزه‌بندی سالم انتخاباتی امری ضروری تلقی می‌شود، زیرا خطر مرزبندی جانبدارانه نواحی انتخاباتی ازسوی تصمیم‌گیران و گروه‌های ذی‌نفوذ پدیده‌ای است که همواره به‌مثابه سدی در برابر جاری شدن حق تعیین سرنوشت مردم از یک‌سو و کارآمدی و اتقان یک نظام انتخاباتی در یک حکومت مردم‌سالار ازسوی دیگر قرار دارد و بی‌شک در نظامی مبتنی بر مردم‌سالاری دینی همچون جمهوری اسلامی ایران، کاربست دقیق الزامات ناشی از مبانی مزبور، می‌تواند این کژکارکرد حقوقی را برای همیشه از نظام انتخاباتی ایران بزدايد.

### ۳. اصول حقوقی حاکم بر حوزه‌بندی انتخاباتی

از اصول<sup>۱</sup> حاکم بر یک نظام مردم‌سالار آن است که زمینه برگزاری انتخاباتی آزاد، شفاف و عادلانه فراهم شود و عموم مردم، به‌ویژه رأی‌دهندگان و فعالان سیاسی و حقوقی، اطمینان داشته باشند فرایند مدیریت کلان انتخابات از ابتدا تا انتها در فضایی غیرجانبدارانه و با رعایت همه اصول شناخته شده حقوقی ازسوی مجریان و دست‌اندرکاران در این امر حساس تمشیت می‌شود. در این بخش از پژوهش برآنیم تا با برشمردن اصول حقوقی حاکم بر امر حوزه‌بندی انتخاباتی به‌عنوان پیش‌نیاز برگزاری انتخاباتی آزاد و سالم و عاملی کلیدی در افزایش اعتبار و مشروعیت انتخابات، راهبرد بالادستی لازم‌الرعایه ازسوی مقام مجری مرزبندی حوزه‌های انتخابیه را تبیین کنیم؛ البته باید توجه داشت که بستر و نوع نظام حقوقی مورد مطالعه در داوری صحیح هنگام تطبیق این اصول حائز اهمیت است، چراکه حسب نوع نظام سیاسی و حقوقی یک کشور، این اصول نیز تا حدودی دستخوش تغییر و تعدیل خواهد شد. از این‌رو آنچه در پی می‌آید ذکر اصول کلی حقوقی در این زمینه توأم با بررسی و تعلیقاتی از نظام انتخاباتی جمهوری اسلامی ایران است که وضع هرکدام از موارد

---

۱. معادل واژه Principles در انگلیسی که در لغت به‌معنای اساس، بنیان و ریشه و در اصطلاح به‌معنای «قاعده عمومی» یا «قانون کلی روش علمی» به‌کار می‌رود (دهخدا، ۱۳۳۸: ۲۸۲۲-۲۸۲۰). البته «اصول حقوقی» در شاخه‌های مختلف حقوق، از جمله حقوق بین‌الملل، حقوق جزا و یا حقوق مدنی در عین وجود قرابت، واجد تمایزاتی هستند که ما به مناسبت موضوع صرفاً به بیان مفهوم آن در حقوق عمومی می‌پردازیم و مقصود، آن دسته از هنجارهای بنیادینی است که به‌عنوان قواعد راهنمای عمومی، واجد وصف آمره بوده و از جانب قوه مؤسس به‌عنوان روح حاکم و مشخصه غیرقابل نقض سلسله مقررات موضوعه در یک نظام سیاسی به‌شمار می‌رود (کاتوزیان، ۱۳۸۴: ۱۴).

را در این نظام نشان می‌دهد و می‌تواند آسیب‌شناسی جامعی برای استفاده تصمیم‌سازان این حوزه در ایران فراهم آورد.

### ۳-۱. اصل برابری اعتبار و ارزش رأی

مسئله کلیدی در این اصل حقوقی، مفهوم «برابری ذاتی» و به تبع آن «برابری سیاسی» همه افراد بشر است. احترام به این هنجار در یک مردم‌سالاری مترقی که علاوه بر تأکیدات فراوان در متون دینی، در بند دوم از ماده (۲۱) اعلامیه جهانی حقوق بشر نیز بر آن صحنه گذاشته شده است، یکسان بودن قدرت اثرگذاری رأی شهروندان یک جامعه سیاسی را به همراه خواهد آورد. برای تحقق این برابری میان رأی‌دهندگان، شرط اساسی این است که هر شهروند صرفاً از یک حق رأی برخوردار باشد و ایضاً مرزهای حوزه‌های انتخابیه به نحوی تنظیم شود که حتی‌الامکان جمعیت برابری را در خود جای داده باشند (گرچی از ندریانی، ۱۳۹۴: ۱۷۱).

این اصل در واقع انعکاسی از «قاعده یک نفر- یک رأی»<sup>۱</sup> در حقوق انتخابات است. به موجب این قاعده هر فرد رأی‌دهنده در هر حوزه انتخابیه باید دارای رأیی با ارزش برابر با سایر رأی‌دهندگان در دیگر حوزه‌ها باشد تا از هرگونه تبعیض به‌ویژه علیه گروه‌های اقلیت جلوگیری شود. برای مثال، اگر در حوزه‌ای با جمعیت فرضی ۱۰۰ نفر، یک کرسی انتخاباتی وجود دارد و در حوزه‌ای دیگر با همان جمعیت، دو کرسی در معرض رأی مردم گذاشته شود، این قاعده رعایت نشده است (Toplak, 2008: 123). البته انتقادی نیز به این قاعده مطرح است که شاید نتوان براساس آن، تفاوت در وسعت حوزه‌های انتخاباتی را نادیده گرفت. با این توضیح که اگر حوزه‌بندی انتخاباتی به نحوی انجام شود که جمعیت تمام حوزه‌ها تقریباً با هم برابر باشند، چه بسا باعث شود حوزه‌های انتخاباتی نه تنها از لحاظ وسعت جغرافیایی سنخیتی با هم نداشته باشند، بلکه با شامل شدن قلمروهایی یا فرهنگ‌ها و اعتقادهای متفاوت، رابطه بین رأی‌دهندگان و منتخبان آنها مخدوش شود (منصوریان، ۱۳۹۶: ۳۹). بنابراین برقراری توازن معقول بین برابری جمعیت حوزه‌ها و نیز

---

1. One-person, One Vote Principle



رعایت ملاحظات فرهنگی و جغرافیایی، امری ضروری برای تحقق یک حوزه‌بندی مطلوب در پرتو احترام به شأن و اعتبار برابر آرا به‌شمار می‌رود.

در نظام حقوقی ایران، با بررسی تعداد حوزه‌های انتخاباتی، کرسی‌ها و آمار جمعیتی استان‌ها در انتخابات مجلس شورای اسلامی، این نتیجه مشهود است که حوزه‌بندی انجام گرفته از جانب قانونگذار عادی در سطح کشور، باعث ایجاد تفاوت در تأثیرگذاری مناطق مختلف کشور بر ترکیب نمایندگان مجلس شده است. بیان چند نمونه آشکار می‌تواند در این زمینه مفید باشد. استان سمنان در ایران با چهار حوزه انتخابیه و داشتن جمعیتی حدود ۶۳۰ هزار نفر، چهار نماینده در مجلس شورای اسلامی دارد که میزان تقریبی جمعیت به‌ازای هر یک کرسی آن ۱۵۸ هزار نفر می‌شود. این در حالی است که استان البرز با داشتن دو حوزه انتخابیه و جمعیتی حدود دو میلیون و ۴۰۰ هزار نفر، صرفاً سه کرسی نمایندگی در مجلس شورای اسلامی دارد که میزان تقریبی جمعیت به‌ازای هر یک کرسی آن تقریباً ۸۰۴ هزار نفر می‌شود. مثال دیگر استان تهران است که با داشتن ۶ حوزه انتخابیه و جمعیتی بیش از ۱۲ میلیون نفر، صرفاً ۳۵ کرسی نمایندگی در مجلس شورای اسلامی دارد که میزان تقریبی جمعیت به‌ازای هر یک کرسی آن به ۳۴۸ هزار نفر می‌رسد (همان: ۱۷۹). به‌این ترتیب ملاحظه می‌شود تأثیرگذاری استان سمنان در مجلس شورای اسلامی (یا به‌عبارت دیگر ارزش آرای شرکت‌کنندگان) پنج برابر استان البرز و دو برابر استان تهران است.

### ۲-۳. اصل استقلال و بی‌طرفی نهاد تصمیم‌گیر در حوزه‌بندی انتخاباتی

به موجب این اصل، برای تضمین برگزاری انتخاباتی منصفانه و عاری از هرگونه مهندسی به نفع جناح، حزب یا گروهی خاص، وظیفه طراحی و بازترسیم مرزهای حوزه‌های انتخاباتی لزوماً باید از جانب نهادی بی‌طرف و مستقل صورت پذیرد که تا حد امکان از تأثیرپذیری و اعمال نفوذ از جانب افراد ذی‌نفع پیشگیری شود (محمدی، ۱۳۹۶: ۸۰).

بهترین شیوه برای تحقق حداکثری این اصل، ایجاد ضوابط و چارچوب‌هایی مدون و قانونی برای ترسیم مرزهای حوزه‌ها و در کنار آن تشکیل نهاد یا کمیسیونی مستقل برای انجام این امر است تا متنفذان دولتی یا سیاسی از دخالت و اعمال نظر در آن محروم شوند و

حقوق همه جناح‌ها و گروه‌ها، به‌ویژه گروه‌های اقلیت و بیرون از دایره قدرت، مراعات شود. هرچند در فرایند تدوین چارچوب و ضوابط مزبور و تشکیل نهاد مجری امر، نباید از تلاش برای جلب رضایت حداکثری همه فعالان سیاسی و احزاب، از جمله دولت و به‌طورکلی شرکت‌کنندگان در انتخابات غفلت کرد تا وحدت و انسجام جامعه حفظ شود؛ بدین معنا که با لحاظ نگاهی جامع و همه‌جانبه‌نگر، نباید جایگاه احزاب سیاسی را به‌عنوان کنش‌گران و صحنه‌گردانان اصلی میدان سیاست و مردم‌سالاری هنگام تصمیم‌گیری در خصوص ضوابط مرزبندی و نهاد متولی آن نادیده گرفت (موسوی‌نیا، ۱۳۹۰: ۲۴). در پرتو نظارت دقیق بر اجرای این اصل است که در افقی وسیع‌تر، می‌توان به کارکرد بهینه نهاد انتخابات که برگزاری موفق آن ضامن مشروعیت یک نظام سیاسی و تضمین‌گر حق تعیین سرنوشت و اعمال حاکمیت ملی به‌عنوان یکی از حقوق بنیادین بشری محسوب می‌شود، امید داشت. آنچه به‌وضوح در نظام حقوقی ایران نوعی نقطه‌ضعف در مسیر حوزه‌بندی انتخاباتی محسوب می‌شود، واگذاری وظیفه بازترسیم حوزه‌های انتخابیه به نهادی سیاسی و ذی‌نفع است. در ذیل اصل (۶۴) قانون اساسی ایران تصریح شده است که «محدوده حوزه‌های انتخابیه» و «تعداد نمایندگان» مجلس شورای اسلامی را باید قانون عادی مجلس معین کند<sup>۱</sup> و در بند مربوطه در سیاست‌های کلی انتخابات نیز تعیین مسئول امر حوزه‌بندی مسکوت گذارده شده است. آن‌گونه که ملاحظه می‌شود، نهاد مسئول امر در کشور از عناصری سیاسی تشکیل شده است که وجود تعارض منافع و تمایلات سیاسی و قومی، می‌تواند حوزه‌بندی عادلانه نواحی انتخاباتی را با تهدید جدی مواجه سازد. چه بسا واگذاری این مهم به کمیسیونی مستقل و دخالت نهاد دادرسی اساسی بتواند این ضعف را از بین ببرد.

---

۱. در همین راستا تبصره‌های «۲» و «۳» ماده (۱۴) «قانون تعاریف و ضوابط تقسیمات کشوری» مصوب ۱۳۶۲ ضمن تأکید بر اهمیت توجه به محدوده شهرستان‌ها در تعیین مرزهای حوزه‌های انتخابیه، وزارت کشور را مکلف به ارائه لایحه‌ای در این خصوص جهت تصویب در مجلس می‌کند. بنابر الزام این قانون، پس از گذشت چندین سال در نهایت در سال ۱۳۶۶ «قانون تعیین محدوده حوزه‌های انتخاباتی مجلس شورای اسلامی» به‌صورت یک ماده‌واحد به تصویب می‌رسد و ۱۹۶ حوزه انتخابیه به همراه تعداد دقیق نمایندگان هرکدام از آنها معین می‌شود. بنابراین ملاحظه می‌شود که در جمهوری اسلامی ایران حق تصمیم‌گیری در خصوص حوزه‌بندی‌های انتخاباتی، به پارلمان که خود یک نهاد سیاسی است اعطا شده و از آنجا که این نهاد خود از نتایج این حوزه‌بندی منتفع می‌شود، همواره خطر کژحوزه‌بندی حزبی، جناحی و قومیتی، سلامت انتخابات را تهدید می‌کند.

### ۳-۳. اصل نمایندگی

همان‌گونه که از نام اصل نمایندگی پیداست، منتخبان مردم در یک حوزه انتخابیه، به معنای واقعی کلمه باید مردم آن حوزه را «نماینده» کنند. به دیگر سخن، مرزهای حوزه‌های انتخاباتی باید طوری ترسیم شود که پس از اتمام فرایند انتخابات، ترکیب آن نهاد انتخابی به مثابه آینه تمام‌نمای جامعه رأی‌دهنده بوده و عصاره‌ای از همان اجتماع با تمایلات و توقعات مخصوص به خود باشد. به این ترتیب همه افراد، گروه‌های سیاسی و اقلیت‌ها صدای رسای خود را در نهاد تصمیم‌ساز خواهند داشت و منافع آنها به نحوی موزون و متناسب تأمین خواهد شد (خسروی، ۱۳۸۷: ۲۳۰).

نظام‌های انتخاباتی مختلف هرکدام حسب اقتضائات خود معیارهای گوناگونی را برای تأمین این اصل مهم در ترسیم مرزهای حوزه‌های انتخابیه به کار می‌گیرند، اما رایج‌ترین آنها ملاک قرار دادن مرزهای اداری همچون استان و ایالت، مرزهای طبیعی و جغرافیایی همچون رشته‌کوه‌ها و جزایر یا عواملی مانند زبان، دین و نژاد است که در تلاش‌اند با این تدابیر، نماینده بتواند به بهترین نحو به ایفای وظایف خود در قبال حوزه انتخابیه‌اش بپردازد.

البته گفتنی است در بسیاری از کشورها که اصول حوزه‌بندی در متن قانون اساسی تعیین شده و «برش تقسیمات اداری کشور» ملاک تقسیم‌بندی قرار گرفته است،<sup>۱</sup> اگرچه شیوه‌ای مطمئن و غیرقابل دست‌کاری است، اما از آنجاکه به راحتی قابل تغییر نیست، سخت و انعطاف‌ناپذیر است. به علاوه، به علت تغییر دائمی جمعیت به دلیل مرگ‌ومیر و مهاجرت، «برابری نمایندگی» را از بین برده و گاهی به زیان یک حوزه و به نفع حوزه دیگر تمام می‌شود. اما اگر تقسیم‌بندی حوزه‌ای به طور منظم مورد تجدید نظر قرار گیرد، از چنین آسیبی پیشگیری خواهد شد (قاضی شریعت‌پناهی، ۱۳۹۵: ۶۰۴-۶۰۳).

بررسی نظام انتخاباتی جمهوری اسلامی ایران نشان می‌دهد سازوکار متقنی برای رعایت تام و تمام این اصل تعبیه نشده است، چراکه می‌توان عدم رعایت آن را در نقاطی

۱. همچون سوئیس، نروژ، لوکزامبورگ و ایسلند (رفیعی قهساره، ۱۳۹۰: ۲۷).

از کشور ملاحظه کرد؛ به عنوان نمونه، قوم ترکمن با وجود سهم ۳۶ درصدی از جمعیت استان گلستان تنها ۲۰ درصد نمایندگان استان را به خود اختصاص داده‌اند (احمدی پور، حافظ‌نیا و خوجم‌لی، ۱۳۹۰: ۳۷) و این بی‌تناسبی باعث شده یک قومیت خاص به‌رغم داشتن جمعیتی قابل ملاحظه، نتواند کرسی نمایندگی متناسب با وزن سیاسی خود را در نهاد تصمیم‌ساز از آن خود کند و از اقتضای «اصل نمایندگی» بهره ببرد. در جامعه‌ای چندقومیتی همچون ایران، اعمال چنین رویکردی علیه اقوام می‌تواند یکپارچگی و وحدت میان دولت و ملت را تهدید کند و زمینه تضادها و تقابل‌های قومی را پدید آورد. البته نباید فراموش کرد که یکی از ترفندهای مهم برای مخدوش ساختن روند عادلانه حوزه‌بندی نواحی انتخاباتی و نقض اصل نمایندگی، ایجاد اقلیت - اکثریت کاذب هنگام ترسیم مرزهای حوزه‌هاست که به این ترتیب جمعیتی خاص از داشتن نماینده هم‌فکر خود در نهاد انتخابی محروم می‌شوند و این یکی از جدی‌ترین آسیب‌هایی است که کژحوزه‌بندی انتخاباتی برای یک کشور دارای اقوام، مذاهب و حتی سلیق سیاسی متنوع به همراه می‌آورد.

#### ۴-۳. اصل عدم تبعیض

اصل عدم تبعیض را می‌توان به مثابه تکمله‌ای بر اصل نمایندگی به حساب آورد؛ زیرا مبین آن است که حوزه‌های انتخاباتی باید طوری طراحی شوند که گروه‌های اقلیت در جامعه از داشتن نماینده محروم نشوند و تبعیض به وجود نیاید. نکته اینجاست که افزایش نمایندگی اقلیت‌ها<sup>۱</sup> نه تنها با حاکمیت اکثریت تعارضی ندارد، بلکه واجد مزایای متعددی همچون افزایش مشروعیت سیاسی نهاد قانونگذار، استیفای حقوق و بهبود حس همبستگی و تعلق به جامعه میان اقلیت‌ها و فراهم آمدن فضای تضارب آرا و گفتگوهای سالم و پرنشاط در پارلمان است که موجب می‌شود ایده‌های سیاسی جدید نیز فرصت ورود به فرایند خط‌مشی‌گذاری را پیدا کنند (جی ای‌می، ۱۳۹۶: ۴۳).

آن دسته از نظام‌های غیرمردم‌سالار که از انتخابات به‌عنوان پوششی نمادین استفاده

می‌کنند و صرفاً با برگزاری آن قصد ظاهرسازی نزد افکار عمومی و جامعه بین‌المللی دارند، به راحتی می‌توانند با مرزبندی جانبدارانه حوزه‌های انتخاباتی، گروه‌های اقلیت متمرکز در برخی نقاط کشور را از یکدیگر جدا ساخته و به این ترتیب تأثیرگذاری جمعی آنها را در انتخاب نماینده خود از بین ببرند و این‌گونه اصل عدم تبعیض در حوزه‌بندی‌ها را به عنوان پیش‌نیاز انتخابات آزاد و منصفانه نقض کنند. بدیهی است پراکنده ساختن این اقلیت‌ها باعث محرومیت آنها از فرصت داشتن نماینده در نهاد تصمیم‌ساز می‌شود (محمدی، ۱۳۹۶: ۸۲). منع هرگونه تفکیک یا متراکم کردن اجباری اقلیت‌ها در قانون حق رأی<sup>۱</sup> ۱۹۶۵ (به همراه اصلاحیه آن در سال ۱۹۸۲) در ایالات متحده آمریکا، نمونه‌ای از تلاش برای رعایت این اصل مهم در فرایند حوزه‌بندی در نظام‌های انتخاباتی به شمار می‌رود.

در جمهوری اسلامی ایران از همان ابتدا رعایت این مسئله مهم مورد توجه مقنن اساسی و دست‌اندرکاران امر قرار داشته و متن آن در قانون اساسی گواه بر این ادعاست. در اصل (۶۴) قانون اساسی ایران می‌خوانیم: «... زرتشتیان و کلیمیان هرکدام یک نماینده و مسیحیان آشوری و کلدانی مجموعاً یک نماینده و مسیحیان ارمنی جنوب و شمال هرکدام یک نماینده انتخاب می‌کنند...» با تخصیص پنج کرسی نمایندگی به اقلیت‌های دینی، به رغم آنکه نصاب جمعیتی کافی برای داشتن نماینده در مجلس را ندارند، گامی مهم در رعایت «اصل عدم تبعیض» و ارتقای حس همبستگی ملی برداشته شده است.

### ۵-۳. اصل شفافیت

کلیدواژه رعایت اصل شفافیت در انجام فرایند حوزه‌بندی انتخاباتی، «میزان دسترسی عموم مردم» به این روند است. هرچه سازوکارهای حقوقی و قوانین منقح در نظام انتخاباتی یک کشور به واضح شدن شیوه تصمیم‌گیری در خصوص بازترسیم مرزهای حوزه‌های انتخابیه از جانب مقام تصمیم‌گیر کمک بیشتری کند، به همان میزان می‌توان به سالم ماندن نتایج این امر از جانبداری‌های حزبی و سیاسی و دیگر عوامل تهدیدکننده عدالت انتخاباتی

---

1. Voting Rights Act, 1965 (V.R.A)

امیدوار بود. به موجب این اصل، حوزه‌بندی انتخابات باید به نحوی انجام گیرد که کاملاً واضح، روشن، شفاف و قابل فهم برای عموم مردم باشد (Handley, 2007: 68).

اتخاذ برخی اقدام‌ها می‌تواند رعایت این اصل را تضمین کند؛ از جمله اعلام رویکردها و معیارهای استفاده شده در فرایند ترسیم مرزهای نواحی انتخاباتی از جانب نهاد ذی‌ربط و انتشار عمومی آن پیش از آغاز فاز عملیاتی حوزه‌بندی، اخذ مشورت و استفاده از پیشنهادهای تمام گروه‌های ذی‌نفع، اعم از اقلیت و اکثریت، حین انجام روند حوزه‌بندی و ارائه توضیحات و انتشار گزارش کارشناسی از سوی نهاد مسئول برای آگاه‌سازی و اقناع افکار عمومی درخصوص تصمیم‌های اتخاذ شده پس از اتمام کار. البته با توجه به فنی و تخصصی بودن این فرایند، ارائه آموزش‌های عمومی به مردم و به‌طور خاص گروه‌های مختلف سیاسی درخصوص شیوه طراحی مرزها، می‌تواند به پذیرش خروجی و نتیجه نهایی کار از جانب آنها کمک شایانی کند.

با بررسی مقررات مربوطه در نظام حقوقی ایران و همچنین مشاهده نتایجی از حوزه‌بندی جانبدارانه در برخی موارد حسب تمایلات جناحی، قومی و غیره، سازوکاری برای رعایت این اصل مشاهده نمی‌شود. به‌عنوان نمونه، همین شفافیت باید در اعمال ملاک‌ها و معیارهای حوزه‌بندی نیز وجود داشته باشد. در بررسی قوانین حاکم بر نظام حوزه‌بندی انتخاباتی جمهوری اسلامی ایران، مکرر به اصل (۶۴) قانون اساسی و احکام موجود در آن سخن گفته شد اما چه بسا نکته مهم این باشد که قانونگذاران موضع خود را نسبت به عبارات مذکور در این اصل به‌هنگام بازترسیم حوزه‌های انتخاباتی مشخص کنند. براساس بخشی از این اصل که مهم‌ترین و بالادستی‌ترین سند برای تعیین ملاک حوزه‌بندی و تعداد نمایندگان مجلس شورای اسلامی به‌شمار می‌رود، پس از هر ۱۰ سال با در نظر گرفتن عوامل انسانی، سیاسی، جغرافیایی و نظایر اینها، این امکان وجود دارد که تا ۲۰ نفر بر تعداد نمایندگان مجلس شورای اسلامی افزوده شود. اما مسئله این است که این شاخص‌های کیفی و کلان (که البته از سندی کلان‌نگر و بالادستی همچون قانون اساسی در یک نظام حقوقی جز این هم انتظار نمی‌رود)، هیچگاه از جانب قانونگذاران عادی به‌وسیله قوانین ارگانیک به شاخص‌هایی ملموس، دقیق، قابل اندازه‌گیری و مورد قبول افکار عمومی و نخبگان سیاسی تبدیل و ترجمه نشده‌اند (پیشگاهی‌فرد، حسینی و حسینی، ۱۳۹۴: ۱۶).

به عبارت دیگر، قانونگذاران عادی در طول سالیان گذشته مؤلفه‌های حقوقی، سیاسی و جغرافیایی روشن برای تحقق مفاد اصل (۶۴) را تبیین نکرده و در ابهام باقی گذاشته‌اند؛ همین غفلت نیز سبب شده در دهه ۸۰ شمسی (۱۳۸۰ الی ۱۳۹۰) به‌رغم رشد جمعیت و تحقق پیش‌نیاز جمعیتی مذکور در اصل، تعداد نمایندگان مجلس شورای اسلامی افزایش پیدا نکند و در تعداد ۲۹۰ باقی بماند و این سؤال همواره ذهن فعالان سیاسی و حقوقی را به خود مشغول کند که شرایط تحقق حکم مذکور در اصل (۶۴) قانون اساسی چه بود که در ابتدای دهه ۸۰ شمسی حاصل نشد، اما پیش‌تر و در دهه گذشته محقق شد و از ۲۷۰ نماینده به ۲۹۰ نفر رسید؟ از این‌رو راهکاری قانونی و مشخص برای جلوگیری از اتهام انگیزه‌های سیاسی به دست‌اندرکاران امر برای حوزه‌بندی مجدد و توزیع کرسی‌های جدید، شفاف کردن و ابهام‌زدایی از عبارات کلی مذکور در اصل (۶۴) قانون اساسی است؛ شفافیت بیشتر در روند انجام حوزه‌بندی نزد فعالان حزبی و سیاسی می‌تواند زمینه تقلب و تخلف حین ترسیم مرز حوزه‌ها را کمتر کند.

### ۶-۳. اصل مشارکت مؤثر در انتخابات

مشارکت مؤثر در انتخابات نقش چشمگیری در تحقق یک حکومت مردم‌سالار ایفا می‌کند. نظام انتخاباتی و ازجمله سازوکار حوزه‌بندی انتخابات، باید به‌گونه‌ای طراحی شود که علاوه بر افزایش مشارکت مردم در انتخابات، مشارکت مؤثر آنان را نیز افزایش دهد. یک نظام انتخاباتی مطلوب باید تلاش کند درصد آرای مؤثر - آنهایی که مستقیماً به سود نامزدی است که در حمایت از وی به صندوق ریخته شده - را افزایش داده و در مقابل از درصد آرای هدررفته<sup>۱</sup> - آنهایی که مستقیماً بر تعیین پیروز انتخابات اثری ندارد - بکاهد (Anderson, 2006: 16)؛ بدین معنا که از رأی‌هایی که به سود نامزد پیروز در یک حوزه انتخابیه به صندوق ریخته شده، ولی بیش از حداقل آرای است که نامزد مزبور برای فتح کرسی مورد نظر بدان نیاز داشته و یا رأی‌هایی که به نفع نامزد مغلوب به صندوق ریخته شده که مآلاً منتج به

---

1. Wasted Votes

پیروزی وی و کسب کرسی نشده است، کاسته شود؛ چراکه در یک نظام مردم سالار باید اکثریت آرا در تشکیل پارلمان اثرگذار باشند تا اراده مردم در تفویض اختیارات قانونگذاری به نمایندگان نشان به نحو حداکثری متجلی شود. با کاهش آرای هدررفته، میان آرای که به سود هر حزبی به صندوق ریخته شده و تعداد کرسی‌هایی که نامزدهای آن حزب تعلق می‌گیرد، تناسب منصفانه‌تری ایجاد می‌شود و بنابراین تأثیر چشمگیری بر هرچه آزاد و منصفانه‌تر برگزار شدن یک انتخابات خواهد گذاشت (Amy, 2000: 68).

به‌علاوه رعایت اصل مزبور و افزایش مشارکت مؤثر در انتخابات سدی در برابر احساس جدایی و گسست رأی‌دهندگانی ایجاد کرده که در گزینش پیروز انتخابات نقشی نداشته‌اند و اعتماد آنها را به تحقق مردم سالاری از مجرای انتخابات افزون می‌کند. اصطلاح «برنده انتخابات، همه آرا را به دست می‌آورد» که در نظام‌های انتخاباتی اکثریتی به کار برده می‌شود، از جمله کلیدی‌ترین دلایلی است که به کاهش مشارکت مردم در انتخابات منجر می‌شود؛ زیرا این حس را در برخی تقویت می‌کند که رأی‌شان فاقد اثر بوده و از داشتن نماینده در نهاد تصمیم‌ساز محروم هستند (Drogus, 2008: 257).

در جمهوری اسلامی ایران با توجه به نظام انتخاباتی اکثریتی حاکم بر آن، نمی‌توان شواهدی مؤثر در رعایت این اصل مهم به دست آورد. با مطالعه نظام‌های گوناگون انتخاباتی به این نتیجه می‌رسیم که در نظام‌های انتخاباتی تناسبی که در آنها احزاب به نسبت مجموع آرای اکتسابی خود صاحب کرسی نمایندگی می‌شوند، میزان آرای هدررفته کمتر است و عدالت و کارآمدی بیشتری در پی خواهد داشت (منصوریان، ۱۳۹۶: ۵۰)؛ زیرا در نظام‌های اکثریتی که احراز رأی بیشتر ملاک پیروزی در انتخابات است، کسب آرای فراوان چنانچه منتج به کسب اکثریت نشود، در پیروزی اثری ندارد و چنانچه حوزه‌بندی انتخاباتی با دقت صورت نگیرد، ممکن است فرد یا گروهی به‌رغم وجود حمایت مردمی کافی به نسبت سایر حوزه‌ها، سهمی در قدرت نداشته باشد چون حائز اکثریت آرای حوزه انتخابیه خود نشده است.



#### ۴. معیارهای تعیین حوزه‌های انتخاباتی

در این قسمت، با عنایت به مبانی نظری و اصول حقوقی پیش‌گفته، اصلی‌ترین معیارها و ملاک‌هایی که باید برای حوزه‌بندی انتخاباتی مدنظر دست‌اندرکاران این امر خطیر قرار گیرد تا پیش‌زمینه یک انتخابات عادلانه و آزاد باشد، برشمرده خواهد شد. البته پیش از پرداختن به آنها، پاسخ به این سؤال ضروری است که ملاک رسیدن به این معیارها چه بوده و چگونه قابل توجیه خواهند بود؟ نکته اینجاست که کشورهای مختلف در جهان که به برگزاری انتخابات پارلمانی اقدام می‌کنند، برای مرزبندی حوزه‌های انتخاباتی درون قلمرو حاکمیتی خود سنج‌ها و شناسه‌های مخصوصی را در قانون انتخابات‌شان در نظر می‌گیرند که غموض و پیچیدگی امر مهم حوزه‌بندی انتخاباتی غالباً نشئت گرفته از نقش‌ها و پیامدهای گوناگون و بعضاً متناقضی است که این معیارها منفرداً یا مشترکاً از خود بروز می‌دهند. بنابراین آنچه به‌عنوان معیارهای تعیین حوزه‌های انتخاباتی در اینجا مطرح می‌شود، تلاشی برای ذکر معیارهایی منصفانه، کاربردی، منطبق با حکمرانی مردم‌سالارانه و مورد عمل اکثر کشورهایی است که برای برگزاری انتخاباتی عادلانه می‌کوشند. البته اتخاذ این معیارها به‌نحو کلی و تجویز آن به همه کشورها، میسر و معقول نخواهد بود.

##### ۴-۱. معیار جمعیت برابر

معیار جمعیت برابر حوزه‌های انتخاباتی را به جرئت می‌توان اصلی‌ترین ملاک در این زمینه نزد اکثر کشورهای جهان دانست که در راستای رعایت اصل برابری اعتبار و ارزش آرا قابل تفسیر است. به همین علت نیز در اغلب قوانین انتخاباتی صراحتاً به رعایت این موضوع تأکید ویژه شده است (پیشگاهی فرد، حسینی و حسینی، ۱۳۹۴: ۵). علت آن را نیز می‌توان جایگاه نمایندگی مردم به‌عنوان یک اصل کلیدی در مردم‌سالاری دانست که این مهم محقق نمی‌شود، جز با قائل شدن وزن و اهمیت برابر به رأی مردم در انتخاب نمایندگان خود که همین مسئله وجود حوزه‌های انتخاباتی با جمعیت برابر را ضروری جلوه می‌دهد. البته بدان جهت که با واقع‌گرایی و درک مقتضیات اجرایی و عملیاتی کار فاصله نگیریم، در نظر گرفتن درصدی معین و معقول از انحراف در اعمال این معیار، طوری که با اصول انصاف و عدالت در تغایر نباشد، قابل پذیرش است (خسروی، ۱۳۸۷: ۲۳۱).

## ۲-۴. معیار مرز و اندازه جغرافیایی

در کنار معیار جمعیتی، عوامل جغرافیایی خاصی نیز در غالب قوانین انتخاباتی به عنوان ملاکی مؤثر در حوزه بندی نواحی انتخاباتی مدنظر قرار گرفته است؛ این عوامل را می توان به دو دسته «مرزهای جغرافیایی» و «اندازه و شکل جغرافیایی» تقسیم بندی کرد (Collomer, 2013: 8).

مرزهای جغرافیایی هم می تواند مرزهای اداری کشور نظیر استان ها، شهرستان ها و روستاها در نظر گرفته شود و هم می تواند برحسب مرزهای طبیعی که پدیده هایی همچون رشته کوه ها، رودخانه ها یا جزایر آنها را ایجاد کرده اند باشد (گفتنی است مورد نخست هیمنه و چیرگی خاصی در قوانین انتخاباتی نسبت به مورد دوم دارد).

اما اندازه و شکل جغرافیایی، به شکل هندسی یک حوزه اشاره دارد که با عواملی همچون دورافتادگی یک ناحیه، پراکندگی جمعیت و پیوستگی<sup>۱</sup> و فشردگی<sup>۲</sup> نواحی در ارتباط است. بدین معنا که حوزه های انتخاباتی ضمن رعایت تراکم جمعیت ساکنان و میزان دوردستی و انزوای آنها از مرکز، باید به صورت پیوسته و متصل بوده و فاصله های غیرمعقول وجود نداشته باشد و همچنین با فشردگی لازم، رابطه و پیوند میان شان محفوظ بماند (کاوایانی راد و قره بیگی، ۱۳۹۷: ۱۱۶).

توجه به این معیار علاوه بر آنکه ویژگی های اقلیمی حاصل از تفاوت های جغرافیایی حوزه های مختلف انتخاباتی را در ترکیب نهایی پارلمان لحاظ می کند، گامی در راستای شناخت و ارتباط بیشتر بین نماینده منتخب و انتخاب گران وی خواهد بود و روند پاسخگویی و خدمت رسانی به مردم حوزه انتخابیه را تسهیل خواهد کرد.

## ۳-۴. معیار جوامع همسود

برای ترسیم خطوط حوزه های انتخاباتی، لزوماً نباید به تقسیمات کشوری و مرزهای آن اتکا کرد، چراکه عنصری مهم در به حداکثر رساندن پیگیری منافع یک حوزه انتخابیه از جانب نماینده آن در نهاد تصمیم ساز، این است که آن نواحی انتخاباتی تا حد ممکن منسجم و

---

1. Contiguity  
2. Compactness

دارای منافع مشترک باشند. یک جامعه هم‌سود یا هم‌منفعت، گروهی از افراد با ارزش‌ها و منافع مشترک‌اند که این اشتراک می‌تواند از عواملی همچون فرهنگ، تاریخ، مذهب، زبان، پیشینه قومی یا نژادی، جایگاه اجتماعی و دیگر ارزش‌ها و پیوندهای متحد و هم‌گرا ناشی شود (Jones, Jones and Woods, 2006: 139).

این معیار اگرچه می‌تواند منافع محلی و بومی ساکنان یک حوزه انتخابیه را در چارچوب خواسته‌های مجاز در قانون اساسی یک کشور به خوبی متجلی کند، اما خالی از اشکال هم نیست؛ ازجمله آنکه تعیین حدود حوزه‌ها براساس ترکیبی از شاخص‌های فوق، این ظرفیت را دارد که همچنان باعث نارضایتی بخشی از آن جامعه شود؛ چراکه محتمل است در نظرایشان وزن برخی شاخص‌ها از سایرین افزون‌تر باشد، یا اینکه به‌رغم همگنی و توازن منفعتی گروه مزبور، همچنان گروه‌های کوچک‌تری در آن مجموعه از ترسیم منصفانه حدود برپایه اشتراک گروهی بهره‌نبرند و به نوعی قربانی گروه اکثریت شوند؛ به‌علاوه انطباق حوزه‌های انتخابیه بر محدوده‌های خرده‌فرهنگ‌ها این ظرفیت را دارد که به تضعیف هویت ملی منجر شود. بااین حال رعایت این معیار نزد کارگزاران ترسیم حدود حوزه‌های انتخاباتی در بیشتر کشورها جایگاه خود را داشته است (همان: ۱۰۹).

## ۵. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

۱. انتخابات را می‌توان وسیله‌ای دانست برای اعمال حاکمیت مردم از طریق برگزیدن نمایندگان در نهادهای سیاسی و تصمیم‌ساز کشور که رکنی بی‌بدیل در یک نظام حقوقی مردم‌سالار محسوب می‌شود. در برگزاری برخی انتخابات همچون انتخابات ریاست جمهوری یا همه‌پرسی‌های عمومی، همه جغرافیای کشور به‌عنوان یک حوزه انتخابیه در نظر گرفته می‌شود، اما در برخی دیگر همچون انتخابات‌های پارلمانی در مردم‌سالاری‌های مدرن، کشور به حوزه‌های انتخاباتی متعدد تقسیم می‌شود و از هر حوزه، نماینده یا نمایندگان برای تکیه بر کرسی‌های نهاد مزبور برگزیده می‌شود.

۲. این پژوهش در پی آن است که ضمن بررسی مفهوم کلی امر حوزه‌بندی انتخاباتی که امروزه جایگاهی کلیدی در فرایند کلی برگزاری انتخابات یافته و مداخله‌ذی‌نفعان، مقامات

و احزاب صاحب نفوذ در روند آن جهت تصاحب کرسی‌های قدرت و حذف رقبای خود از صحنه انتخابات با مهندسی تعیین مرزهای حوزه‌ها، به چالشی جدی نزد ناظران و مقامات سیاسی و قضایی کشورهای دموکراتیک بدل شده است، به تبیین مبانی، معیارها و اصول حقوقی حاکم بر این کنش سیاسی، فنی و حقوقی پرداخته و از این رهگذر توجه مقامات مسئول این امر را به رعایت دقیق این اصول برای نیل به برگزاری انتخاباتی سالم و اثربخش جلب کند. همان‌طور که اصولی همچون (۳)، (۶) و (۶۴) قانون اساسی و همچنین بند نخست سیاست‌های کلی انتخابات جمهوری اسلامی ایران بر توجه دست‌اندرکاران به این مهم تأکید ورزیده است.

۳. این پژوهش در وهله اول پس از آشنایی با مفهوم حوزه‌بندی انتخاباتی، به تبیین مبانی نظری ناظر بر حوزه‌بندی عادلانه پرداخته که در این راستا ابتدا به مفهوم امانت و حق الناس بودن رأی مردم به‌عنوان مبنایی اسلامی مطرح شده و سپس مفهوم انتخابات آزاد و منصفانه به‌عنوان پیش‌نیازی برای تصور آن نظام بیان شد و ضمن بررسی ریشه‌های آن در برخی اسناد مهم بین‌المللی، با تشریح مفهوم کلیدی «تبعیض مثبت»، این شبهه برطرف شد که اعمال هرگونه تبعیض، برگزاری انتخاباتی منصفانه و آزاد را تحت الشعاع قرار می‌دهد.

۴. در گام بعدی نیز با رویکردی ایجابی، اصول حقوقی حاکم بر حوزه‌بندی عادلانه نواحی انتخاباتی برشمرده شد و به‌صورت موردی وضعیت نظام انتخاباتی ایران نسبت به اجرای آنها مورد بررسی قرار گرفت. همچنین روشن شد چنانچه مقام مجری مرزبندی حوزه‌ها، اصولی مانند استقلال و بی‌طرفی مقام تصمیم‌گیر در حوزه‌بندی انتخاباتی، برابری اعتبار و ارزش آرای شهروندان، نمایندگی، عدم تبعیض، شفافیت فرایند حوزه‌بندی و افزایش مشارکت مؤثر در انتخابات را رعایت کند، می‌توان انتظار برگزاری انتخاباتی آزاد و عادلانه را در پرتوی یک حوزه‌بندی سالم داشت که اگرچه تلاش‌هایی در راستای تحقق اصولی مثل عدم تبعیض برداشته شده است، اما وجود نمونه‌های متعدد از حوزه‌بندی جانبدارانه نماینگر عدم اهتمام لازم به رعایت اکثر آنهاست.

۵. بدیهی است برای تحقق مطلوب و بهینه حوزه‌بندی انتخاباتی، معیارها و ملاک‌هایی

مبانی، معیارها و اصول حقوقی حاکم بر حوزه‌بندی انتخاباتی با بررسی موردی نظام انتخاباتی ایران — ۶۱

نیز باید مدنظر دست‌اندرکاران این امر قرار گیرد که مهم‌ترین و پرکاربردترین آنها عبارتند از: جمعیت برابر، مرز و اندازه جغرافیایی و درنظر داشتن جوامع هم‌سود و هم‌منفعت حوزه‌های انتخابیه.

۶. امید است که در پرتو امعان نظر به این اصول و مبانی حقوقی، گامی رو به جلو در جهت تحقق بی‌شائبه مردم‌سالاری به دور از دخالت‌های منفعت‌محور در جوامع سیاسی برداشته شود و تأکیدات اسناد بالادستی نظام حقوقی ایران در این موضوع بیش‌ازپیش جامه عمل بپوشد.

## منابع و مآخذ

۱. اسلامی، رضا (۱۳۹۷). *آیا حقوق بشر؟*، چاپ دوم، تهران، انتشارات مجد.
۲. ایوبی، حجت‌اله (۱۳۸۲). *اکثریت چگونه حکومت می‌کند؟*، چاپ دوم، تهران، انتشارات سروش.
۳. الکتیت، یورگن (۱۳۸۴). «انتخابات آزاد و منصفانه»، ترجمه احمد مرکز‌المیری، مجلس و پژوهش، ش ۴۶.
۴. بشیریه، حسین (۱۳۹۶). *درس‌های دمکراسی برای همه*، چاپ ششم، تهران، نشر نگاه معاصر.
۵. پروین، خیرالله و مهدی نورایی (۱۳۹۵). «تحلیل نظریه حق الناس در خصوص حق رأی و بررسی صلاحیت‌ها»، فصلنامه حکومت اسلامی، سال بیست‌ویکم، ش ۸۲.
۶. پیشگاهی فرد، زهرا، سیدمحمد حسینی و سیدعلی حسینی (۱۳۹۴). «تحلیلی بر چگونگی پراکندگی کرسی‌های مجلس شورای اسلامی در ایران»، پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، دوره ۴۷، ش ۱.
۷. جی‌ایمی، داگلاس (۱۳۹۶). *نظام‌های انتخاباتی*، ترجمه مسلم آقایی طوق و اعظم عدالت‌جو، چاپ اول، تهران، دانشگاه علوم قضایی و خدمات اداری.
۸. حسینی، سیدباسین (۱۳۹۰). «حوزه‌بندی انتخابات قوه مقننه در نظام حقوقی ایران با تأکید بر طرح تغییر نظام انتخاباتی مجلس شورای اسلامی»، پایان‌نامه دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه علامه طباطبائی.
۹. خسروی، حسن (۱۳۸۷). *حقوق انتخابات دمکراتیک*، چاپ اول، تهران، نشر مجد.
۱۰. دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۳۸). *لغت‌نامه*، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۱۱. رفیعی قهساره، ابوذر (۱۳۹۰). «معیارهای تعیین محدوده حوزه‌های انتخابیه در کشورهای مختلف»، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۱۲۰۰۱.
۱۲. فرومن، میشل (۱۳۸۳). «حمایت از آزادی و برابری در رویه قضایی دیوان عالی ایالات متحده آمریکا»، ترجمه علی‌اکبر گرجی، نشریه حقوق اساسی، ش ۲.
۱۳. فیرحی، داود (۱۳۹۷). *آستانه تجدد در شرح «تنبیه الامه و تنزیه المله»*، چاپ سوم، تهران، نشر نی.
۱۴. قاری سیدفاطمی، سیدمحمد (۱۳۸۸). *حقوق بشر در جهان معاصر*، چاپ اول، تهران، مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های حقوقی شهر دانش.
۱۵. قاضی‌زاده، کاظم (۱۳۹۰). «اعتبار رأی اکثریت در اسلام»، فصلنامه حکومت اسلامی، ش ۶.
۱۶. قاضی شریعت‌پناهی، سیدابوالفضل (۱۳۹۵). *حقوق اساسی و نهادهای سیاسی*، چاپ چهاردهم، تهران، بنیاد حقوقی میزان.

۱۷. قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، بازنگری ۱۳۶۸.
۱۸. قانون تعاریف و ضوابط تقسیمات کشوری، مصوب ۱۳۶۲.
۱۹. قانون تعیین محدوده حوزه‌های انتخاباتی مجلس شورای اسلامی، مصوب ۱۳۶۶.
۲۰. کاتوزیان، ناصر (۱۳۸۴). *مبانی حقوق عمومی*، چاپ سوم، تهران، نشر میزان.
۲۱. کاویانی راد، مراد (۱۳۸۶). «جغرافیای انتخابات»، فصلنامه *مطالعات راهبردی*، ش ۳۷.
۲۲. کاویانی راد، مراد و مصیب قره‌بیگی (۱۳۹۷). *جغرافیای انتخابات: بنیادها، مفاهیم و رویکردها*، چاپ دوم، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی.
۲۳. گرجی ازندریانی، علی‌اکبر (۱۳۹۴). *در تکاپوی حقوق اساسی*، چاپ سوم، تهران، انتشارات جنگل.
۲۴. لاگالین، مارتین (۱۳۸۸). *مبانی حقوق عمومی*، ترجمه محمد راسخ، تهران، نشر نی.
۲۵. محمدی، حسن (۱۳۹۶). «آسیب‌شناسی حوزه‌بندی انتخابات مجلس شورای اسلامی»، مجله *مطالعات علوم سیاسی، حقوق و فقه*، دوره سوم، ش ۱/۱.
۲۶. مشکینی، علی (۱۴۱۹). *مصطلحات الفقه*، قم، نشر الهادی.
۲۷. منصوریان، مصطفی (۱۳۹۶). *نظام حقوقی حاکم بر انتخابات*، چاپ اول، تهران، پژوهشکده شورای نگهبان.
۲۸. موسوی‌نیا، سیدهادی (۱۳۹۰). «بررسی آثار تعیین حوزه‌های انتخابیه بر انتخاب‌شوندگان با تأکید بر نظام انتخاباتی ایران»، پایان‌نامه دانشکده حقوق، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.
۲۹. هاشمی، سیدمحمد (۱۳۹۵). *حقوق اساسی و ساختارهای سیاسی*، چاپ سوم، تهران، بنیاد حقوقی میزان.
۳۰. ————— (۱۳۹۳). *حقوق بشر و آزادی‌های اساسی*، چاپ سوم، تهران، بنیاد حقوقی میزان.
31. Amy, D.J. (2000). *Behind the Ballot Box: A Citizen's Guide to Voting Systems*, Paraege Publishers.
32. Andeson, James C. (2006). *The Single-member Plurality and Mixed-member Proportional Electoral Systems: Different Concepts of an Election*, Ontario, Canada.
33. Collomer, G.M. (2013). "Handbook of Electoral System Choice", Palgrave Mcmillan Press.
34. Drogus, C.A. (2008). *Introduction Caoparative Politics: Concepts and Cases in Context*, CQ Press.

35. Handley, L. (2007). "Boundry Delimitation, Challenging the Norms and Standards of Election Administration", IFES Press.
36. Jones, M., R. Jones and M. Woods (2006). *Democracy, Participation and Citizenship*, In an Introduction to Political Geography: Apace, Place and Pilitics, Second Edition, Routledge Press.
37. Palsingh, C.H. (2000). *Report: Politica Geography in Practice a Century of Constituency Delimitation in India*, Political Geography.
38. Toplak, J. (2008). "Equal Voting Weight of all: Finally "One-person, Oneovote" From Hawaii to Maine?", *Temple Law Review*, Vol. 81.
39. Voting Right Act (VRA) (1965). US Congress.



# طراحی مدل عوامل مؤثر بر زیست‌پذیری کلان‌شهرهای ایران با روش متاترکیب<sup>۱</sup>

اسماعیل علی‌اکبری\*، نفیسه مرصوصی\*\* و مجید اکبری\*\*\*

نوع مقاله: پژوهشی	تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۱/۲۷	تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۳/۱۰	شماره صفحه: ۶۵-۹۷
-------------------	--------------------------	------------------------	-------------------

ضرورت و لزوم توجه به زیست‌پذیری کلان‌شهرها در دهه‌های اخیر جای خود را در ادبیات علمی کشور باز کرده و تلاش‌های بسیاری در عرصه‌های پژوهشی در قالب رساله، پایان‌نامه، مقالات پژوهشی و همایشی انجام شده است. این پژوهش نیز با در نظر گرفتن مطالعات با هدف طراحی مدل عوامل مؤثر بر زیست‌پذیری کلان‌شهرهای ایران با استفاده از روش متاترکیب به این موضوع پرداخته است که از لحاظ هدف‌گذاری کاربردی و از لحاظ ماهیت اطلاعات و شیوه تحلیل آنها کیفی است و در زمره پژوهش‌های اسنادی و در نهایت بر مبنای روش تحقیقات تحلیلی-توصیفی است. جامعه آماری پژوهش، همه پژوهش‌های داخلی صورت گرفته طی سال‌های ۱۳۹۸-۱۳۹۳ در مقیاس زیست‌پذیری کلان‌شهرهای کشور است که در بانک اطلاعات نشریات کشور (Magiran) یا پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی (SID) نمایه شده است. با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند ۲۶ پژوهش مرتبط انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند. بر اساس یافته‌های به دست آمده، مدل مفهومی استخراج شده، شامل پنج مقوله (اقتصادی، اجتماعی، کالبدی، زیست‌محیطی و مدیریت شهری)، ۱۳ مفهوم و ۴۴ کد (شاخص) است. همچنین از بین ۱۳ مفهوم بررسی شده، مفاهیم اشتغال و درآمد (۱۷)، دسترسی به امکانات و زیرساخت‌ها (۱۶)، آلودگی (۱۶) و مسکن عادلانه و استطاعت‌پذیر (۱۴) بیشترین فراوانی و تکرار را دارد که نشان‌دهنده اهمیت و اولویت این مفاهیم است و باید مدیران و تصمیم‌گیران حوزه شهری، توجه ویژه‌ای به آنها داشته باشند و همواره این موارد در چارچوب برنامه‌ها و سیاست‌های برنامه‌ریزی شهری قرار گیرد.

**کلیدواژه‌ها:** زیست‌پذیری شهری؛ کیفیت زندگی؛ متاترکیب؛ شاخص کاپا؛ کلان‌شهرهای ایران

۱. مقاله حاضر مستخرج از رساله دکتری با عنوان «ارائه الگوی زیست‌پذیری کلان‌شهر تهران با رویکرد شهرانسانی» در رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.  
\*استاد گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران؛

Email: aliakbari@pnu.ac.ir

\*\*دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران؛

Email: n\_marsousi@pnu.ac.ir

\*\*\*دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران  
(نویسنده مسئول)؛

Email: akbari.majid191@gmail.com

## مقدمه و بیان مسئله

طی چند دهه گذشته با رشد سریع اقتصادی و شهرنشینی، شاهد تغییرات شگرفی در محیط‌های ساخته شده و فرهنگی اجتماعی در مناطق شهری بوده‌ایم (Zhan and etal., 2018: 93). این پیشرفت سریع در بسیاری از شهرهای جهان به بروز مسائلی از قبیل جرم، آلودگی هوا، ترافیک، امکانات عمومی ناکافی و همچنین اختلاف‌های اجتماعی و مکانی منجر شده است (Li and Wu, 2007: 696; Ouyang and etal., 2017: 437; Zhang and Gao, 2008: 438) و این مشکلات باعث شکل‌پذیری چالش‌های بزرگی برای زیست‌پذیری شهرهاست. با این وجود، تحقیقات نشان داده‌اند که کیفیت محیط شهری با رفاه فردی (Dong and Qin, 2017: 36; Kytta, Broberg and Haybatollahi, 2016: 72) و سلامتی ارتباط مثبتی دارد (Dragin-Jensen, Schnittka and Arkil, 2016: 57). مقوله مدنظر این پژوهش یعنی زیست‌پذیری شهری، مفهومی چندوجهی است (Ali Akbari and Akbari, 2017: 2) که با بسیاری از قلمروهای محیط زندگی در مناطق شهری همراه است و محیط‌های فیزیکی، فرهنگی و اجتماعی را شامل می‌شود (Kashef, 2016: 240; Norouzian Maleki and etal., 2015: 237). این مفهوم به بهینه‌سازی عملکرد و یکپارچگی زندگی انسان مربوط است (Ellis and Roberts, 2016) و با مفهوم شهرنشینی پیوندهای محکمی دارد (Kashef, 2016: 240).

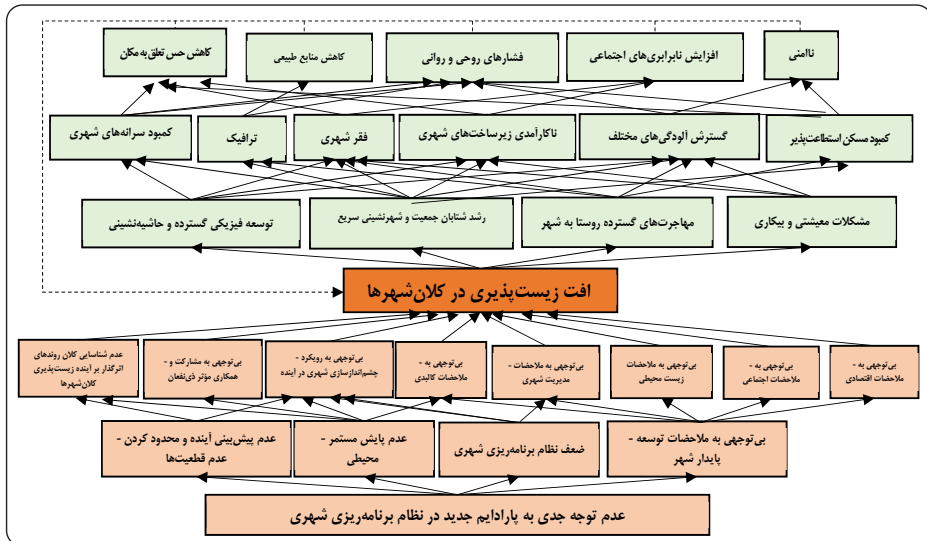
اصطلاح «شهرهای زیست‌پذیر» در دهه ۱۹۸۰ و در راستای افزایش نگرانی‌های زیست‌محیطی و رقابت‌پذیری شهرها ظهور کرد و ذیل عناوینی نظیر کیفیت زندگی، استاندارد زندگی و یا رفاه عمومی تفسیر شد (Ibid.: 241). نگرانی اصلی زیست‌پذیری، بهبود کیفیت زندگی از طریق حقوق اجتماعی - اقتصادی و کاهش تأثیرات زیست‌محیطی (Zanella, Camanho and Dias, 2014: 249; Li and Weng, 2007: 696) و دربردارنده کیفیت محیطی، آسایش محله‌ای و رفاه فردی است (Lennard and Lennard, 1995). امروزه این مقوله گاهی حتی مترادف با کیفیت زندگی به‌کار می‌رود (Schomberg, Polakit and Prospero, 2011: 895; Zhan and etal., 2018: 94). در یک نگاه کلی زیست‌پذیری به دیدگاه‌های مختلف پیرامون کیفیت زندگی اشاره دارد و با بهبود بخشیدن عملکرد و یکپارچگی زندگی انسانی مرتبط است (Ellis and Roberts, 2016). در این امتداد اخیراً با توجه به افزایش چالش‌های تهدیدکننده کیفیت محیط زیست شهرها،

زیست‌پذیری شهرها، به یک نگرانی اساسی در جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری تبدیل شده است (Teo, 2014: 916). به طوری که ضرورت و اهمیت پرداختن به زیست‌پذیری شهرها در خصوص وظایف جدید برنامه‌ریزی در جهت پاسخ‌دهی به نیازهای جامعه پس از صنعتی شدن که شدیداً در جستجوی امکانات تسهیلات و کیفیت زندگی شهری امروز اهمیت دوچندان یافته است (علی‌اکبری و اکبری، ۱۳۹۶: ۲؛ یاری‌قلی، احدنژاد، روش و سجادی، ۱۳۹۸: ۱۳۲).

در این امتداد امروزه کشور ایران نیز به عنوان کشوری در حال توسعه از قافله پدیده مهم عصر جدید یعنی توسعه شهرنشینی عقب نمانده است و نرخ رشد شهرنشینی با سرعت فراوانی به ویژه در چهار دهه گذشته متحول شده به گونه‌ای که میزان رشد شهرنشینی آن در سال ۱۳۹۵ بیش از ۲/۳ برابر شده است (نرخ رشد جمعیت کشور در این ۴۰ سال نیز ۲/۳۷ برابر شده است). همچنین مقایسه جمعیت شهرنشین ایران با جهان، قاره آسیا و جنوب آسیا در سال ۲۰۱۸ نشان می‌دهد که سهم جمعیت شهرنشین در ایران (۷۵ درصد) نسبتاً در سطح بسیار بالاتری قرار دارد. در این راستا، امروزه بیش از ۳۰ درصد جمعیت کشور در هشت کلان‌شهر (تهران، مشهد، اصفهان، کرج، شیراز، تبریز، اهواز و قم) تمرکز یافته است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵) که نمود آن مسائل و مشکلات شهری معتنا به است. از این رو با نگاه اجمالی به وضعیت این کلان‌شهرها با توجه به مفهوم زیست‌پذیری، نشان از وضعیت نامطلوب آنهاست (حاتمی‌نژاد، رضوانی و خسروی کردستانی، ۱۳۹۳: ۲۴) به طوری که در چند دهه گذشته، با توجه به رشد قارچ‌گونه جمعیت (ویسی‌ناب، بابایی‌اقدم و قربانی، الف ۱۳۹۸: ۱۲۸)، مشکلات عدیده اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی، کالبدی و مدیریتی پدیدار شده است (اجزاء شکوهی و جوهری، ۱۳۹۳: ۱۴۶؛ غفاریان بهرمان و همکاران، ۱۳۹۵: ۴۶؛ عابدینی و کریمی، ۱۳۹۶: ۷۳۶؛ اکبری و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۵۵). مشکلات معیشتی (رخشانی‌نسب و نییری، ۱۳۹۷: ۵۶)، بیکاری (شماعی و همکاران، ۱۳۹۵: ۷۸۴)، شهرنشینی (ابراهیم‌زاده، بریمانی و نصیری، ۱۳۸۳: ۲۳)، مهاجرت‌های گسترده از روستا به شهر، توسعه فیزیکی گسترده و حاشیه‌نشینی، کمبود مسکن استطاعت‌پذیر و نابرابری در دسترسی به امکانات (ابراهیم‌زاده و حبیب‌زاده لمسو، ۱۳۸۹: ۱۴؛ سلیمانی مهرنجانی و همکاران، ۱۳۹۵: ۲۸؛ ساسان‌پور و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۶۲)، باز توزیع سریع جمعیت (ابراهیم‌زاده، بریمانی و نصیری، ۱۳۸۳: ۲۳)، فقر شهری (رشیدی

ابراهیم حصارى و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۵۶؛ غفاریان بهرمان و همکاران، ۱۳۹۵: ۴۶)، ترافیک (افشار کهن، بلالی و قدسی، ۱۳۹۱: ۷۸)، نمونه‌های مشخص و بارزی از این مشکلات هستند که با تأثیرگذاری بر همه جنبه‌های زندگی شهری، باعث فقدان اراضی زراعی و فضای باز (قنبری، ۱۳۹۵: ۶؛ خفائی‌زاده و ایلانلو، ۱۳۹۸: ۲۲۶)، ناامنی (عابدینی و کریمی، ۱۳۹۶: ۷۳۶)، افزایش نابرابری‌های اجتماعی، ناپایداری (حیدری و همکاران، ۱۳۹۶: ۲)، رهاشدگی شهری و انواع آلودگی‌های زیست محیطی در این مکان‌های شهری شده است (خزاعی‌نژاد، ۱۳۹۷: ۴). از این رو، روابط منطقی زندگی شهرنشینی را نابسامان کرده (اکبری و همکاران، ۱۳۹۷: ۳۴) و در نهایت تبعات آن در درازمدت موجب نارضایتی شهروندان، کاهش منابع طبیعی (عبداللهی و حسن‌زاده، ۱۳۹۵: ۱۰۴)، از بین رفتن حس تعلق به مکان و زندگی اجتماعی، ناکارآمدی زیرساخت‌های شهری، فشارهای روحی و روانی و انواع ناهنجاری‌های رفتاری را به دنبال داشته و به افت زیست‌پذیری در سطح آنها منجر شده است (ساسان‌پور، موحد و لطیفی، ۱۳۹۶: ۲۴۲). درخت مسئله (شکل ۱) این موضوع را به خوبی نشان می‌دهد.

شکل ۱. درخت مسئله



مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸.

بنابراین در پژوهش حاضر با توجه به انبوهی تعداد مطالعات صورت گرفته در زمینه زیست‌پذیری شهری در یک دهه گذشته در کشور گامی در جهت نگرش سیستماتیک برای محققان و ایجاد یافته‌های جامع و تفسیری از طریق روش متاترکیب<sup>۱</sup> انجام گرفته است. همچنین از طریق شناساندن مبانی و منابع متاترکیب به جامعه علمی در حکم رویکردی نو و ضروری به تلفیق و ارزیابی پژوهش‌های روزافزون، به‌ویژه پژوهش‌های داخل کشور پرداخته شده است. نظر به اهمیت زیست‌پذیری کلان‌شهرها در کشور، به نظر می‌رسد که در هر مطالعه‌ای، با توجه به ماهیت جامعه آماری، بافت و اهداف مطالعه و مواردی از این قبیل، عوامل مختلف و متفاوتی به‌عنوان پیشایندهای زیست‌پذیری شهری مطرح شده‌اند. بنابراین نیاز به مطالعه‌ای احساس می‌شود که در قالب یک فراترکیب به شناسایی عوامل مؤثر بر زیست‌پذیری کلان‌شهرهای کشور به‌طور نظام‌مند بپردازد. این پژوهش علاوه بر معرفی روش کیفی متاترکیب، مبنایی را برای مدیران و مسئولان شهری در راستای تصمیم‌گیری‌های راهبردی برای زیست‌پذیری و درنهایت ارتقای کیفیت زندگی در کلان‌شهرهای کشور فراهم می‌آورد. از این رو با توجه به اهداف پژوهش حاضر، به منظور تدوین مدل متاترکیب عوامل تأثیرگذار بر زیست‌پذیری کلان‌شهرهای کشور باید از نتایج و تحقیقات گذشته به‌گونه‌ای استفاده کرد که با شرایط بومی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، جغرافیایی و غیره انطباق داشته باشد. بر این اساس، پژوهش حاضر برای پاسخ به این پرسش است که مدل عوامل مؤثر بر زیست‌پذیری کلان‌شهرهای کشور به روش متاترکیب چگونه است؟

## ۱. مبانی نظری پژوهش

زیست‌پذیری ترجمه فارسی انتخاب شده برای عبارت انگلیسی Livability است و در نتیجه شهر زیست‌پذیر معادل Livable City آورده شده است. دیکشنری وبستر<sup>۲</sup> زیست‌پذیری را مکان مناسب برای زیست انسان تعریف کرده است. زیست‌پذیری در بعضی از پژوهش‌ها به معنای کیفیت زندگی، استانداردهای زندگی یا خوشبختی عمومی جمعیتی در یک مکان

1. Meta-Synthesis

2. Webster

نیز تعریف شده است (Okulicz-Kozaryn, 2012: 3). در فرهنگ انگلیسی آکسفورد هم Livability، زیست‌پذیری به معنای مکان مناسب برای زندگی تعریف شده است رابرت کوان<sup>۱</sup> هم در فرهنگ شهرسازی در مقابل واژه زیست‌پذیر (مناسب برای زندگی) و (فراهم آوردن کیفیت زندگی خوب) را تعریف می‌کند (بندرآباد، ۱۳۹۰: ۴۹). زیست‌پذیری در معنای اصلی و کلی خود به مفهوم دستیابی به قابلیت زندگی است و در واقع همان دستیابی به کیفیت برنامه‌ریزی شهری خوب یا مکان پایدار است (Allison and Peters, 2012).

تاکنون تعریف روشن و واحدی از مفهوم زیست‌پذیری ارائه نشده است (Lebyand Hashim, 2010). کندی و بای<sup>۲</sup> این مسئله را ناشی از عدم اتفاق نظر و وجود برخی ابهام‌ها در این زمینه و هلن<sup>۳</sup> (۲۰۰۶) این تفاوت‌ها را امر عادی می‌داند؛ زیرا زمینه‌های علمی محققان با یکدیگر متفاوت بوده و هر یک به تناسب تخصص خود، تعریف خاصی از آن را ارائه کرده‌اند. ایده زیست‌پذیری پلی میان بسیاری از مفاهیم بوده و اشاره به مکان‌های ویژه که با هم کنش و واکنش داشته و رضایتمندی شهروندان با رسیدن به نیازهای فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی آنها؛ تقویت خوشبختی و سلامتی آنها و حفاظت از منابع طبیعی و عملکرد اکوسیستم از سطوح محلی تا سطوح جهانی تضمین می‌شود (Stein, 2002: 25). زیست‌پذیری به سیستم شهری اطلاق می‌شود که به ارتقای خوشبختی ذهنی، اجتماعی و فیزیکی و توسعه ساکنانش توجه دارد و اصول کلیدی آن عدالت، کرامت، دسترسی، تعامل، مشارکت و توانمندسازی است (Song, 2011: 3). به‌طور کلی تعاریف ارائه شده تاکنون بیشتر با توجه به اهمیت تحول در اولویت‌های برنامه‌ریزی به سمت نیازهای روزافزون جامعه فراصنعتی و در جستجوی تسهیلات و کیفیت زندگی بوده‌اند. در مقابل، مفهوم زیست‌پذیری به دلیل اهمیت تهدیدهای موجود در حوزه وضعیت کیفیت زندگی رشد یافته است (Florida, 2002; Kotkin, 2001).

نظریه زیست‌پذیری برای نخستین بار بر مبنای کار آبراهام مازلو<sup>۴</sup> (۱۹۷۰)، روی نیازهای

- 
1. Robert Cowan
  2. Kennedy and Buy
  3. Heylen
  4. Abraham Maslow

انسانی شکل‌گرفت (Radcliff, 2001: 940). جایگاه اولیه شکل‌گیری مطالعات زیست‌پذیری، مؤسسه تکنولوژی ماساچوست و پس از آن دانشگاه کالیفرنیا بود و هر دو برای مدت‌های طولانی از مراکز مهم تمرکز مطالعات زیست‌پذیری به‌شمار می‌آمدند. کارهای کوین لینچ<sup>۱</sup> (۱۹۸۱: ۱۹۶۱) در مؤسسه تکنولوژی ماساچوست ابتدا برای شناخت اجزای شهر خاطره‌انگیز و بعدها بر معرفی مجموعه‌ای از ابعاد کارایی، سرزندگی، دسترسی، نظارت و عدالت را می‌توان از پیش‌روترین اقدام‌های صورت‌گرفته در این رویکرد دانست. لینچ اصولی جهانی را برای زیست‌پذیری ارائه کرد، سرزندگی (بقا، امنیت، تطابق و هماهنگی زیست‌شناختی)، احساس (هویت مکانی، مشروعیت، شفافیت و مانند آن)، انطباق (تناسب، کفایت کاربری‌ها و تطبیق‌پذیری)، دسترسی (حمل‌ونقل و جابه‌جایی)، کنترل، کفایت و عدالت اجتماعی. در سال ۱۹۷۵ آن جیکوبز<sup>۲</sup> واژه زیست‌پذیری را یکی از اهداف کلان پروژه برنامه‌ریزی شهری سانفرانسیسکو به‌کار گرفت (جعفری اسدآبادی، ۱۳۹۲: ۳۵). اپلیارد<sup>۳</sup> (۱۹۸۱)، نخستین کسی بود که اصطلاح زیست‌پذیری را در قلمروهای منحصراً فضایی مورد استفاده قرار داد و بر این نکته تأکید داشت، قلمروهای فضایی خصوصیات فیزیکی هستند که به‌صورت مداوم باعث بهبود وضعیت زیست‌پذیری مکان‌ها می‌شوند (بندرآباد، ۱۳۹۰: ۳۸). تحقیقات بعدی که در حوزه زیست‌پذیری انجام گرفت، عمدتاً به‌جای زیست‌پذیری شهری روی زیست‌پذیری محله‌ای تمرکز کردند. این کارها عمدتاً بر کیفیت، تعاریف، رضایت، برنامه‌ریزی و حل مشکل در حوزه زیست‌پذیری انجام پذیرفت (خراسانی، ۱۳۹۱: ۲۵).

واضح است که کاربرد واژه زیست‌پذیری، در هر جامعه‌ای به تطبیق با نیازهای گوناگون محلی و وضعیت موجود آن جامعه بستگی دارد. چنانکه لیس<sup>۴</sup> (۱۹۹۰)، در مباحثات جغرافیایی شهری نشان می‌دهد، زیست‌پذیری یک مبحث چندجانبه است که در آن شرایط زیست‌پذیری برای ساکنان شهرهای میانه‌اندام کاملاً مفهومی متفاوت

- 
1. Lynch
  2. Alen Jacobs
  3. Donald Appleyard
  4. Leys

از الزامات شهرهای ضعیف دارد (Hankins and Power, 2009: 289). به عنوان مثال در ایالات متحده آمریکا، زیست پذیری اشاره به کیفیت زندگی و خوشبختی دارد، در حالی که در اوکراین زیست پذیری صرفاً «روی محیط محلی» مانند پاکیزگی، امنیت و سبز بودن تمرکز می کند.

داگلاس، داگلاس و نگون<sup>۱</sup> (۲۰۰۶: ۴۲) مفهوم شهر زیست پذیر را شهر انسان محور تلقی می کنند که در آن سلامتی، شادی، خوشبختی انسان ها با شرایط محیط طبیعی و انسانی برنامه ریزی می شود، در شهر قابل زیست، فضای شهری صرفاً یک مکان تصنعی نخواهد بود، بلکه آن شهری است که ساکنانش به شغل، محل سکونت، فرهنگ و خوب زیستن توجه دارند و آن را تأیید می کنند. گادشالک<sup>۲</sup> (۲۰۰۴: ۲۵) نیز زیست پذیری را یکی از بزرگ ترین ایده های برنامه ریزی شهری در دوران معاصر معرفی کرده است که به درجه تأمین ملزومات یک جامعه بر مبنای نیازها و ظرفیت های افراد آن جامعه اشاره دارد. زیست پذیری یک واژه انتزاعی است به طوری که عبدالعزیز<sup>۳</sup> (۲۰۰۷) شهر زیست پذیر را شهر دوستدار شهروند و پر جنب و جوش می داند، مکانی که جامعه از رفتار دوستانه و دلپذیر هم حتی در جوامع چند قومی، مسکن ارزان، سلامتی و امنیت با دسترسی به همه امکانات لذت می برد و حس تعلق به شهر در آنها پررنگ تر است.

به باور ایوانز<sup>۴</sup> (۲۰۰۲: ۲) زیست پذیری، سکه دور است که یک روی آن ابزار معیشت و روی دیگر آن پایداری اکولوژیکی است. از این رو زیست پذیری یک شهر باید هر دو روی سکه را با هم داشته باشد، شهر زیست پذیر باید فراهم کننده معیشت برای شهروندان خود باشد، در حالی که از کیفیت محیط زیست خود نیز غافل نباشد. شهر زیست پذیر به عنوان پلی میان گذشته و آینده نیز مطرح شده است که از یک سو به نشانه های تاریخی احترام می گذارد و از سوی دیگر به آنچه تاکنون متولد نشده است (آیندگان). آینده زیست پذیر به معنای آینده ای پر رونق،

- 
1. Doglass, Douglass and Nguyen
  2. Godschalk
  3. Abdullaziz
  4. Evans



زنده و پاسخگو و تأمین‌کننده کیفیت مناسب زندگی است. این امر مستلزم تحقق سه هدف اجتماعی است: اجتماعات پررونق، اقتصاد پویا و محیط زیست پایدار (WSDOT, 2010). در نظریه زیست‌پذیری، نیازهای بشری به پنج دسته طبقه‌بندی شده است که به ترتیب عبارتند از: نیازهای زیستی، نیازهای امنیتی، نیازهای اجتماعی، احترام و خود شکوفایی. به طوری که سه لایه اول لایه رفع کمبودها هستند لایه چهارم و پنجم، قشر نیازهای پیشرفته هستند. اینها نیازمندی‌هایی هستند که هرگز برطرف نمی‌شوند (Yassin, 2019: 252).

## ۲. پیشینه پژوهش

دامنه مطالعات در زمینه زیست‌پذیری شهری در دو دهه اخیر در بخش پژوهش‌های خارجی و داخلی رو به فزونی است که در این خصوص به دو مورد از به‌روزترین مقالات خارجی اشاره می‌شود. در بخش داخلی نیز با توجه به چارچوب روش متاترکیب که از کاوش مبانی نظری و پیشینه مطالعات صورت گرفته به لیست مقالات مورد بررسی شده اکتفا شده است.

الثانی<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۹)، در مقاله‌ای تحت عنوان «پایداری شهری و زیست‌پذیری: تجزیه و تحلیل کالبد شهر دوحه و استراتژی‌های کاهش احتمالی آن» در سطح محلات شهری با تراکم کم پرداخته است. در وهله اول این مقاله به بررسی جایگاه شهر دوحه به عنوان پایتخت قطر که ۸۰ درصد مردم در آن سکونت دارند پرداخته است. نتایج این پژوهش نشان داد که این شهر از لحاظ شاخص‌های زیست‌پذیری در بین شهرهای بین‌المللی پایدار نیست و جایگاه بالایی ندارد. دوحه با توجه به رشد سریع و گسترش نامحدود و پراکنده شهری با وابستگی زیاد به حمل‌ونقل خصوصی همچنان یک شهر شکست خورده است.

یانگ، ایکسو و شای<sup>۲</sup> (۲۰۱۸)، در پژوهشی به تحلیل سطوح توسعه پایدار شهری، یک سیستم مختصات بدون بعد خطی از توسعه پایدار شهری را به منظور ارزیابی ۲۸۷ شهر در

1. Al-Thani

2. Yang, Xu and Shi

مناطق شرقی، مرکزی و غربی چین مورد تحقیق قرار می‌دهند. نتایج این پژوهش نشان داد که بیشتر شهرها در سرزمین اصلی چین در حال توسعه هستند و سطح توسعه پایدار در شهرها در حال افزایش است. براساس نتایج تحقیقات، برخی مقررات و سیاست‌های کنترلی برای توسعه پایدار شهری نیز پیشنهاد شده است.

مروری بر پژوهش‌های انجام گرفته نشان می‌دهد که پژوهش‌های زیست‌پذیری در ایران از سال‌های ۱۳۸۰ به بعد بوده است؛ رفته رفته جامعه دانشگاهی با ضرورت پژوهش در این حوزه آشنا شد و در سال‌های پس از ۱۳۹۰ بیش از نیمی از پژوهش‌ها به انجام رسیده است. همان‌طور که اشاره شد براساس روش متاترکیب فقط به لیست ۲۶ مقاله مورد بررسی اکتفا شده است. با مرور پیشینه پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه زیست‌پذیری شهری، قوام‌بخش این فرضیه است که تاکنون پژوهشی با این روش نظام‌مند هم در مطالعات خارجی و هم داخلی صورت نگرفته است که نوآوری این مقاله محسوب می‌شود.

جدول ۱. مقالات منتشر شده و منتخب در حوزه زیست‌پذیری در سطح کلان‌شهرها

کد	عنوان	محل نشر (فصلنامه)	سال	مورد مطالعه	نوع پژوهش
۱	ارزیابی شاخص‌های کیفیت زندگی با تأکید بر اصول شهرزیست‌پذیر در منطقه ۲۲ تهران	پژوهش و برنامه‌ریزی شهری	۱۳۹۳	منطقه ۲۲ تهران	علمی - پژوهشی
۲	قابلیت زیست‌پذیری شهرها در راستای توسعه پایدار شهری (مورد مطالعه: کلان‌شهر تهران)	انجمن جغرافیای ایران	۱۳۹۳	تهران	علمی - پژوهشی
۳	سنجش و ارزیابی زیست‌پذیری شهری در مناطق بیست‌ودوگانه کلان‌شهر تهران	برنامه‌ریزی منطقه‌ای	۱۳۹۴	تهران	علمی - پژوهشی
۴	شاخص زیست‌پذیری در محیط‌های شهری (مطالعه موردی: بخش مرکزی شهر مقدس قم)	اقتصاد و مدیریت شهری	۱۳۹۴	بخش مرکزی قم	علمی - پژوهشی
۵	سنجش زیست‌پذیری محلات منطقه ۱۷ شهرداری تهران	تحلیل فضایی مخاطرات محیطی	۱۳۹۵	منطقه ۱۷ تهران	علمی - پژوهشی
۶	تحلیلی بر زیست‌پذیری شهری با تأکید بر شاخص امنیت و پایداری (مطالعه موردی: کلان‌شهر مشهد)	پژوهش‌های جغرافیای سیاسی	۱۳۹۵	مشهد	علمی - پژوهشی

کد	عنوان	محل نشر (فصلنامه)	سال	مورد مطالعه	نوع پژوهش
۷	ابعاد زیست‌پذیری در منطقه ۱۷ تهران	انجمن جغرافیای ایران	۱۳۹۵	منطقه ۱۷ تهران	علمی - پژوهشی
۸	ارزیابی و تحلیل مؤلفه‌های زیست‌پذیری کلان‌شهر تهران	انجمن جغرافیای ایران	۱۳۹۵	تهران	علمی - پژوهشی
۹	تحلیل فضایی زیست‌پذیری محلات شهری مورد مطالعه: منطقه ۱۸ تهران	پژوهش‌های محیط زیست	۱۳۹۵	منطقه ۱۸ تهران	علمی - پژوهشی
۱۰	ارزیابی ارتباط بین زیست‌پذیری و تاب‌آوری در محلات کلان‌شهر مشهد	پژوهشنامه خراسان بزرگ	۱۳۹۵	مشهد	علمی - پژوهشی
۱۱	تحلیل فضایی منطقه کلان‌شهری تبریز با رویکرد زیست‌پذیری	فضای جغرافیایی (واحد اهر)	۱۳۹۵	تبریز	علمی - پژوهشی
۱۲	جایگاه انرژی‌های نو و تجدیدپذیر در زیست‌پذیرانه کردن شهرها، مطالعه موردی شهر تهران	پژوهش و برنامه‌ریزی شهری	۱۳۹۶	تهران	علمی - پژوهشی
۱۳	مدل‌سازی ساختاری، تفسیری عوامل مؤثر بر زیست‌پذیری کلان‌شهر تهران	برنامه‌ریزی و آمایش فضا	۱۳۹۶	تهران	علمی - پژوهشی
۱۴	تحلیل قابلیت زیست‌پذیری در مناطق کلان‌شهر اهواز	جغرافیای اجتماعی شهری	۱۳۹۶	اهواز	علمی - پژوهشی
۱۵	تحلیلی بر عوامل و فرایندهای کلان اقتصادی، زیست‌محیطی و مدیریتی مؤثر بر زیست‌پذیری شهری مورد پژوهش: محله‌های منطقه ۱۲ شهر تهران	جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)	۱۳۹۷	منطقه ۱۲ تهران	علمی - پژوهشی
۱۶	تحلیل فضایی زیست‌پذیری محلات شهری (مطالعه موردی: منطقه ۱۰ تهران)	جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)	۱۳۹۷	منطقه ۱۰ تهران	علمی - پژوهشی
۱۷	ارزیابی وضعیت زیست‌پذیری مناطق کلان‌شهر شیراز از منظر شهروندان	برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی	۱۳۹۷	شیراز	علمی - پژوهشی
۱۸	کاربرد مدل‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره در سنجش زیست‌پذیری مناطق کلان‌شهر تهران	جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای	۱۳۹۷	تهران	علمی - پژوهشی
۱۹	ارزیابی شاخص‌های زیست‌پذیری شهری براساس ادراک ساکنان (نمونه موردی: شهر اهواز)	دانش شهرسازی	۱۳۹۷	اهواز	علمی - پژوهشی
۲۰	زیست‌پذیری کلان‌شهر مشهد براساس شاخص سلامت	مجله علمی دانشگاه علوم پزشکی گرگان	۱۳۹۷	مشهد	علمی - پژوهشی

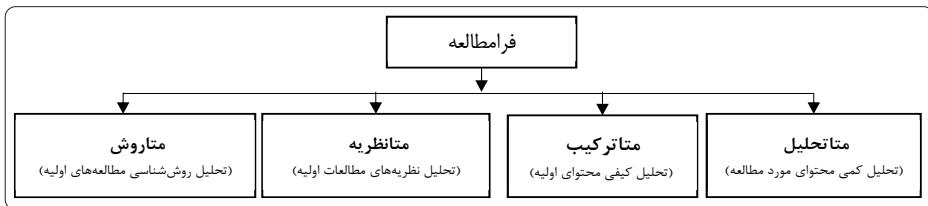
کد	عنوان	محل نشر (فصلنامه)	سال	مورد مطالعه	نوع پژوهش
۲۱	ارزیابی زیست‌پذیری محله‌های منطقه ۱۲ شهر تهران	جغرافیا و توسعه فضای شهری	۱۳۹۷	منطقه ۱۲ تهران	علمی - پژوهشی
۲۲	شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مرتبط با بعد اقتصادی زیست‌پذیری شهری (مطالعه موردی: کلان‌شهر تبریز)	پژوهش‌های جغرافیایی برنامه‌ریزی شهری	۱۳۹۸	تبریز	علمی - پژوهشی
۲۳	تحلیل فضایی زیست‌پذیری کالبدی کلان‌شهر اهواز	برنامه‌ریزی توسعه کالبدی	۱۳۹۸	اهواز	علمی - پژوهشی
۲۴	تبیین عوامل مؤثر کالبدی بر میزان زیست‌پذیری مناطق شهری (مطالعه موردی: مناطق شهر اصفهان)	پژوهش‌های جغرافیایی برنامه‌ریزی شهری	۱۳۹۸	اصفهان	علمی - پژوهشی
۲۵	تحلیل عوامل اقتصادی اثرگذار بر زیست‌پذیری شهری (مورد مطالعه: کلان‌شهر تبریز)	اقتصاد و مدیریت شهری	۱۳۹۸	تبریز	علمی - پژوهشی
۲۶	سنجش و ارزیابی زیست‌پذیری محلات شهری (مطالعه موردی: منطقه ۱۵ کلان‌شهر تهران)	پژوهش‌های جغرافیای انسانی	۱۳۹۸	منطقه ۱۵ تهران	علمی - پژوهشی

### ۳. روش تحقیق

پژوهش حاضر از لحاظ هدف‌گذاری کاربردی و از لحاظ ماهیت اطلاعات و شیوه تحلیل آنها جزو تحقیقات کیفی است. از منظر روش جمع‌آوری اطلاعات در زمره پژوهش‌های اسنادی و در نهایت بر مبنای روش پژوهش، جزو تحقیقات تحلیلی توصیفی است که با استفاده از روش متاتریب انجام گرفته است. جامعه آماری پژوهش، همه پژوهش‌های داخلی در مقیاس زیست‌پذیری کلان‌شهرهای کشور (تهران، مشهد، اصفهان، کرج، شیراز، تبریز، اهواز و قم) است که گزارش آنها در بانک اطلاعات نشریات کشور نمایه شده است. روش نمونه‌گیری به صورت هدفمند بود که معیار و شرط ورودی اولیه دارا بودن موضوع یا کلیدواژه مرتبط با زیست‌پذیری شهری و جامعه آماری آن سطح کلان‌شهرهای کشور تعیین شد. پس از جستجو و ارزیابی منابع و مطالعات تعداد ۲۶ مقاله مرتبط با حوزه زیست‌پذیری شهری وارد مرحله کدگذاری و تحلیل شدند و پس از تلخیص به تبیین نتایج مبادرت شد. شکل ۳ مدل عملیاتی پژوهش و گام‌های برداشته شده برای انجام آن را نشان می‌دهد.

در ادامه برای پاسخگویی به سؤال پژوهش از روش متاترکیب استفاده شده است. این روش شکلی از فرامطالعه است که به یکپارچه‌سازی چندین مطالعه برای ایجاد یافته‌های جامع‌تر با استفاده از روش‌های تحلیل و تفسیر کیفی می‌پردازد (فتح‌اله‌زاده و همکاران، ۱۳۹۸: ۵۷). متاترکیب بر مطالعه‌های کیفی تمرکز دارد که لزوماً مبانی نظری وسیعی را شامل نمی‌شوند و به‌جای ارائه خلاصه جامعی از یافته‌ها، یک ترکیب تفسیری از یافته‌ها را ایجاد می‌کند و به بررسی ایده‌ها، ذهنیات، رویکردها، نتایج و یافته‌های پژوهش‌های پیشین می‌پردازد و سه هدف عمده را دربرمی‌گیرد که عبارتند از: ساخت نظریه، تشریح نظریه و توسعه مفهومی (Zimmer, 2006: 311). فرامطالعه چهار دسته اصلی دارد که عبارتند از: فراتحلیل (تحلیل کمی محتوای مورد مطالعه)، متاترکیب، فرانظریه و فراروش (تحلیل روش‌شناسی مطالعه‌های اولیه) که در شکل ۲ نشان داده شده است (Bench and Day, 2010: 488).

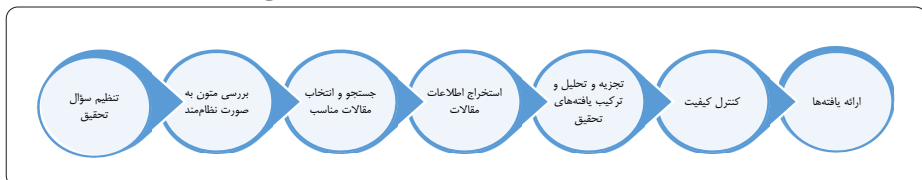
شکل ۲. انواع فرامطالعه



Source: Bench and Day, 2010.

جهت دستیابی به هدف اصلی تحقیق، در این پژوهش از روش هفت مرحله‌ای سندلوسکی و باروسو بهره گرفته شده است.

شکل ۳. فرایند هفت مرحله‌ای متاترکیب سندلوسکی و باروسو

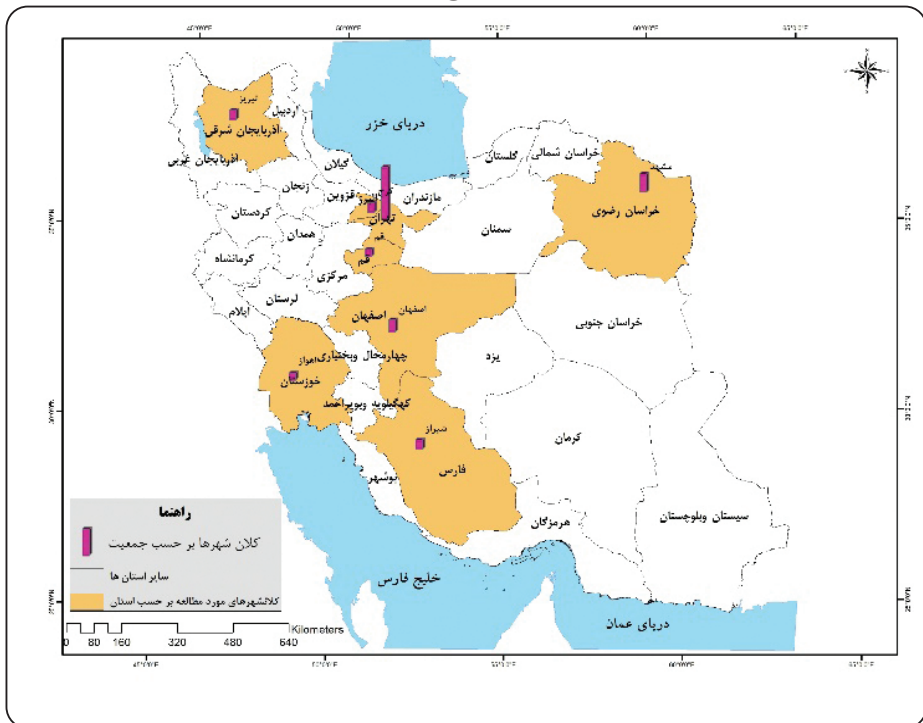


Source: Sandelowski and Barros, 2007.

#### ۴. قلمرو پژوهش

قلمرو جغرافیایی این پژوهش هشت کلان‌شهر (تهران، مشهد، اصفهان، کرج، شیراز، تبریز، اهواز و قم) رسمی بالای یک میلیون نفر براساس سطح‌بندی جدید وزارت کشور است. براساس نتایج سرشماری سال ۱۳۹۵، کلان‌شهر تهران با ۸ میلیون و ۷۳۷ هزار و ۵۱۰ نفر در مکان نخست قرار دارد و پس از آن مشهد با ۳ میلیون و ۳۷۲ هزار و ۶۶۰ نفر قرار دارد. کلان‌شهر اصفهان نیز با ۲ میلیون و ۲۴۳ هزار و ۲۴۹ نفر در مکان سوم قرار داشته و کرج نیز در رتبه چهارم است. شهر شیراز نیز با ۱ میلیون و ۸۶۹ هزار و ۱ نفر در رده پنجم و تبریز با ۱ میلیون و ۷۷۳ هزار و ۳۳ نفر در مکان ششم قرار دارد. شهرهای اهواز و قم براساس نتایج سرشماری سال ۱۳۹۵ کشور در مکان‌های بعدی از لحاظ جمعیت قرار دارند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵).

شکل ۴. قلمرو جغرافیایی کلان‌شهرهای کشور



مأخذ: ترسیم نگارندگان.

## ۵. یافته‌ها

براساس شکل ۳، مراحل مبسوط پیاده‌سازی روش متاترکیب به شرح زیر است:

### ۵-۱. گام نخست: طرح سؤال اساسی پژوهش

گام اول روش متاترکیب تنظیم سؤال پژوهش است. برای تنظیم و دستیابی به سؤال اساسی پژوهش معیارهای مختلفی مانند چه چیزی، چه زمانی و چگونه روش مورد استفاده قرار می‌گیرد. بر این اساس، در این پژوهش، سؤال اساسی این است که «مدل عوامل مؤثر بر زیست‌پذیری کلان‌شهرهای ایران چگونه مدلی است؟».

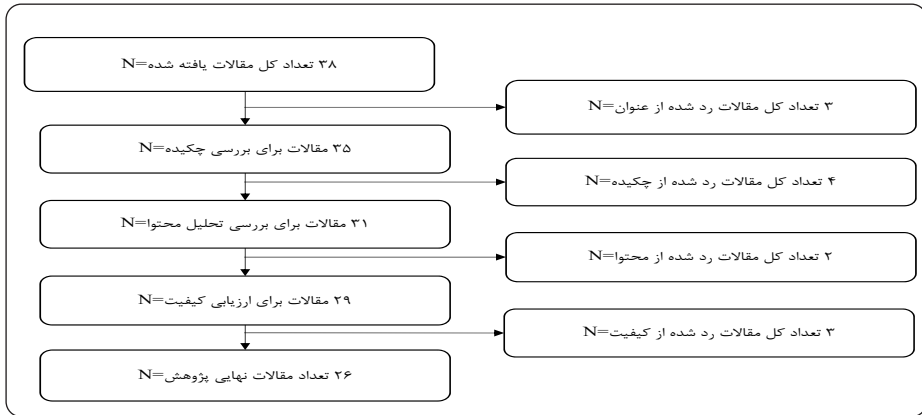
### ۵-۲. گام دوم: مرور ادبیات به شکل نظام‌مند

جامعه آماری در این پژوهش، با توجه به گسترده بودن پژوهش‌های زیست‌پذیری در بخش شهری، شامل مطالعاتی است که از جوانب و دیدگاه‌های مختلف فقط به بررسی مسئله زیست‌پذیری در سطح کلان‌شهرهای کشور پرداخته‌اند. در بررسی نظام‌مند برای دستیابی به داده‌های پژوهش، همه پایگاه‌های اطلاعاتی (تارگه‌ها) جهاد دانشگاهی (Sid)، پرتال جامع علوم انسانی (Ensani)، پایگاه مجلات تخصصی نور (Noormags) و پایگاه نشریات کشور (Magiran) و نشریات داخلی کشور مورد بررسی قرار گرفتند.

### ۵-۳. گام سوم: جستجو و انتخاب متون مناسب

پس از جستجو در پایگاه‌های مختلف تعداد ۳۸ مقاله مرتبط شناسایی شد. برای انتخاب پژوهش‌های مناسب و قابل استفاده در روش متاترکیب مقالات براساس پارامترهای مختلفی مانند عنوان، چکیده، دسترسی، محتوا و کیفیت روش‌های پژوهش مورد ارزیابی قرار گرفت و در نهایت ۲۶ مقاله برای انجام روش متاترکیب انتخاب شد. شکل ۵ نشان‌دهنده فرایند جستجو و انتخاب مقالات است.

**شکل ۵. نتایج جستجو و انتخاب نهایی پژوهش‌ها**



مأخذ: یافته‌های تحقیق.

**۴-۵. گام چهارم: استخراج نتایج**

در سراسر متاترکیب، پژوهشگر به طور پیوسته مقالات منتخب و نهایی شده را به منظور دستیابی به یافته‌های درون محتوایی مجزایی که در آنها مطالعه‌های اصلی و اولیه انجام می‌شوند، چندبار مرور می‌کند. در پژوهش حاضر، اطلاعات مقالات به این صورت دسته‌بندی شده است: مرجع مربوط به هر مقاله ثبت می‌شود (نام و نام خانوادگی نویسنده، سالی را که مقاله منتشر شده است، عوامل حیاتی موفقیتی که هر مقاله به آنها اشاره کرده است) و اطلاعات روش‌شناختی کلیدی مانند: هدف پژوهش، روش، رویه‌ها و ابزار سنجش یادداشت می‌شود.

**۵-۵. گام پنجم: تجزیه و تحلیل و ترکیب یافته‌های کیفی**

از آنجایی که رهیافت زیست‌پذیری از مباحث جدیدی است که به‌تازگی وارد حوزه شهری شده و از دهه ۸۰ به این مقوله در پژوهش‌های داخلی توجه شده است، تاکنون مطالعات نظام‌مندی مشاهده نشده است که به همه ابعاد و جوانب موضوع پرداخته باشد و هریک از پژوهشگران از جنبه خاصی این موضوع را مورد توجه قرار داده‌اند. از این رو، در این پژوهش از طریق تحلیل محتوا، تمامی کدهایی که پژوهشگران شهری مورد توجه قرار داده‌اند استخراج شده است. بنابراین، موضوع‌ها یا



تم‌هایی جستجو شدند که در میان مطالعات موجود در متاترکیب پدیدار شده بودند. سندلوسکی و باروسو (۲۰۰۷)، به این مورد با عنوان «بررسی موضوعی» اشاره می‌کنند. در پژوهش حاضر، ابتدا همه مؤلفه‌های استخراج شده از مطالعات را به‌عنوان کد در نظر می‌گیریم سپس با در نظر گرفتن مفهوم هریک از این کدها، آنها را در یک مفهوم مشابه دسته‌بندی می‌کنیم. به این ترتیب مفاهیم (تم‌های) تحقیق شکل می‌گیرد و در یک طبقه کلی به نام مقولات دسته‌بندی می‌شوند. در جدول ۲ براساس تحلیل محتوای ۲۶ منبع نهایی انتخاب شده، در نهایت پنج مقوله (اقتصادی، اجتماعی، کالبدی، زیست‌محیطی و مدیریت شهری)، ۱۳ مفهوم و ۴۴ کد (شاخص) شناسایی و احصا شده است.

جدول ۲. منابع و فراوانی مقوله‌ها، مفاهیم و کدهای استخراج شده

مقوله‌ها	مفاهیم	کدها(شاخص‌ها)	منبع	فراوانی
اقتصادی	اشتغال و درآمد	درآمد مناسب و مکفی سرپرست خانوار، وجود فرصت‌های شغلی، توانایی خرید یا اجاره با قیمت مناسب	بندرآباد و احمدی‌نژاد (۱۳۹۳)، ایران‌دوست، عیسی‌لو و شاه‌مرادی (۱۳۹۴)، ساسان‌پور، تولایی و جعفری اسدآبادی (۱۳۹۴)، علی‌اکبری و اکبری (۱۳۹۶)، رشیدی ابراهیم حصارى و همکاران (۱۳۹۵)، پریزادی و بیگدلی (۱۳۹۵)، غفاریان بهرمان و همکاران (۱۳۹۵)، موسوی نور، وارثی و محمدی (۱۳۹۷) و (۱۳۹۷)، اکبری و همکاران (۱۳۹۷)، خزاعی‌نژاد (۱۳۹۷)، خزاعی‌نژاد، سلیمانی مهرنجانی و زنگانه (۱۳۹۷)، آروین و همکاران (۱۳۹۷)، لطفی، پریزادی و نجاتی (۱۳۹۷)، مهره‌کش و همکاران (۱۳۹۸)، ویسی‌ناب، بایایی اقدم و قربانی (ب) (۱۳۹۸)، سالاری مقدم، زیاری و حاتمی‌نژاد (۱۳۹۸)	۱۷
اقتصادی	مسکن عادلانه و استطاعت‌پذیر	مناسب بودن متراژ و مساحت مسکن، داشتن اتاق کافی، ایمنی مسکن هنگام بحران، نور و روشنایی مناسب مسکن	بندرآباد و احمدی‌نژاد (۱۳۹۳)، ایران‌دوست، عیسی‌لو و شاه‌مرادی (۱۳۹۴)، ساسان‌پور، تولایی و جعفری اسدآبادی (۱۳۹۴)، حاتمی‌نژاد، رضوانی و خسروی کردستانی (۱۳۹۳)، موسوی نور، وارثی و محمدی (۱۳۹۷) و (۱۳۹۵)، غفاریان بهرمان و همکاران (۱۳۹۵)، رشیدی ابراهیم حصارى و همکاران (۱۳۹۵)، علی‌اکبری و اکبری (۱۳۹۶)، لطفی، پریزادی و نجاتی (۱۳۹۷)، خزاعی‌نژاد، سلیمانی مهرنجانی و زنگانه (۱۳۹۷)، آروین و همکاران (۱۳۹۷)، مهره‌کش و همکاران (۱۳۹۸)، حاتمی‌نژاد، مدانلو جویباری و اخوان حیدری (۱۳۹۸)	۱۴

مقوله‌ها	مفاهیم	کدها (شاخص‌ها)	منبع	فراوانی
اجتماعی	هویت و حس تعلق مکانی	حس تعلق و همبستگی به محل زندگی، تمایل به سکونت در منطقه، مقبولیت منطقه برای ساکنان، برگزاری جشن‌ها و مراسم‌های عزاداری	ساسان‌پور، تولایی و جعفری اسدآبادی (۱۳۹۴)، علی‌اکبری و اکبری (۱۳۹۶)، شماعی و بیگدلی (۱۳۹۵)، موسوی نور، وارثی و محمدی (۱۳۹۷ و ۱۳۹۵)، غفاریان بهرمان و همکاران (۱۳۹۵)، رشیدی ابراهیم حساری و همکاران (۱۳۹۵)، اکبری و همکاران (۱۳۹۷)، لطفی، پریزادی و نجاتی (۱۳۹۷)، خزاعی نژاد، سلیمانی مهرنجانی و زنگانه (۱۳۹۷)، آروین و همکاران (۱۳۹۷)، مهره‌کش و همکاران (۱۳۹۸)	۱۳
	امنیت	امنیت مردم در شبانه‌روز، امنیت وسایل نقلیه پارک شده، نبود درگیری و نزاع خیابانی، عدم ساکنان باسابقه، عملکرد خوب پلیس	ساسان‌پور، تولایی و جعفری اسدآبادی (۱۳۹۴)، علی‌اکبری و اکبری (۱۳۹۶)، قنبری و همکاران (۱۳۹۵)، شماعی و بیگدلی (۱۳۹۵)، موسوی نور، وارثی و محمدی (۱۳۹۷ و ۱۳۹۵)، غفاریان بهرمان و همکاران (۱۳۹۵)، اکبری و همکاران (۱۳۹۷)، لطفی، پریزادی و نجاتی (۱۳۹۷)، خزاعی نژاد، سلیمانی مهرنجانی و زنگانه (۱۳۹۷)، آروین و همکاران (۱۳۹۷)، مهره‌کش و همکاران (۱۳۹۸)	۱۲
	دسترسی به امکانات و زیرساخت‌ها	دسترسی به مراکز خرید روزانه و شبانه، دسترسی به فروشگاه‌های زنجیره‌ای و بزرگ، کیفیت مناسب آب، برق، گاز و اینترنت، دسترسی به بانک‌ها	بندرآباد و احمدی نژاد (۱۳۹۳)، ساسان‌پور، تولایی و جعفری اسدآبادی (۱۳۹۴)، ایران‌دوست، عیسی‌لو و شاه‌مرادی (۱۳۹۴)، علی‌اکبری و اکبری (۱۳۹۶)، شماعی و بیگدلی (۱۳۹۵)، پریزادی و بیگدلی (۱۳۹۵)، موسوی نور، وارثی و محمدی (۱۳۹۷ و ۱۳۹۵)، غفاریان بهرمان و همکاران (۱۳۹۵)، رشیدی ابراهیم حساری و همکاران (۱۳۹۵)، اکبری و همکاران (۱۳۹۷)، خزاعی نژاد، سلیمانی مهرنجانی و زنگانه (۱۳۹۷)، آروین و همکاران (۱۳۹۷)، مهره‌کش و همکاران (۱۳۹۸)، حاتمی نژاد و همکاران (۱۳۹۸)	۱۶
کلیدی	پیاده‌روها	مناسب بودن کیفیت معاپر پیاده، مناسب بودن معاپر برای افراد معلول و سالمندان، مبلمان مناسب پیاده‌روها	ایران‌دوست، عیسی‌لو و شاه‌مرادی (۱۳۹۴)، غفاریان بهرمان و همکاران (۱۳۹۵)، لطفی، پریزادی و نجاتی (۱۳۹۷)، خزاعی نژاد، سلیمانی مهرنجانی و زنگانه (۱۳۹۷)، مهره‌کش و همکاران (۱۳۹۸)، سالاری مقدم، زیاری و حاتمی نژاد (۱۳۹۸)	۶
	دسترسی به امکانات آموزشی	دسترسی به مراکز آموزشی در مناطق، تاب‌آوری ساختمان‌های آموزشی	ساسان‌پور، تولایی و جعفری اسدآبادی (۱۳۹۴)، شماعی و بیگدلی (۱۳۹۵)، اکبری و همکاران (۱۳۹۷)، موسوی نور، وارثی و محمدی (۱۳۹۷)، لطفی، پریزادی و نجاتی (۱۳۹۷)، حاتمی نژاد و همکاران (۱۳۹۸)، آروین و همکاران (۱۳۹۷)، مهره‌کش و همکاران (۱۳۹۸)، سالاری مقدم، زیاری و حاتمی نژاد (۱۳۹۸)	۹
	دسترسی به امکانات درمانی	وجود مراکز درمانی، بهداشتی، خدماتی و تخصصی در مناطق (بیمارستان، اورژانس، داروخانه‌ها و آزمایشگاه‌ها)، کیفیت مناسب خدمات‌دهی درمانی، عملکرد مناسب اورژانس	شماعی و بیگدلی (۱۳۹۵)، اکبری و همکاران (۱۳۹۷)، موسوی نور، وارثی و محمدی (۱۳۹۷)، قنبری و همکاران (۱۳۹۷)، خزاعی نژاد، سلیمانی مهرنجانی و زنگانه (۱۳۹۷)، مهره‌کش و همکاران (۱۳۹۸)، سالاری مقدم، زیاری و حاتمی نژاد (۱۳۹۸)	۸

مقوله‌ها	مفاهیم	کدها(شاخص‌ها)	منبع	فراوانی
	دسترسی به حمل‌ونقل عمومی	وجود حمل‌ونقل عمومی بهینه، توزیع مناسب ایستگاه‌های حمل‌ونقل عمومی (مترو، بی‌آر تی، تاکسی و غیره)، ساعات کار مناسب حمل‌ونقل عمومی	ساسان‌پور، تولایی و جعفری اسدآبادی (۱۳۹۴)، شماعی و بیگدلی (۱۳۹۵)، اکبری و همکاران (۱۳۹۷)، رشیدی ابراهیم حساری و همکاران (۱۳۹۵)، غفاریان بهرمان و همکاران (۱۳۹۵ و ۱۳۹۷)، کاظمیان، رسولی و خزایی (۱۳۹۶)، لطفی، پریزادی و نجاتی (۱۳۹۷)، خزاعی‌نژاد، سلیمانی مهرنجان‌ی و زنگانه (۱۳۹۷)، آروین و همکاران (۱۳۹۷)، مهره‌کش و همکاران (۱۳۹۸)، سالاری‌مقدم، زیاری و حاتمی‌نژاد (۱۳۹۸)	۱۳
	دسترسی به فضاهای جمعی برای گذران اوقات فراغت	وجود پارک‌ها و فضاهای سبز شهری برای گذران اوقات و فراغت، وجود فضاهای امن برای بازی کودکان، وجود سینماها، کتابخانه‌ها و سالن‌های مطالعه	ساسان‌پور، تولایی و جعفری اسدآبادی (۱۳۹۴)، علی‌اکبری و اکبری (۱۳۹۶)، شماعی و بیگدلی (۱۳۹۵)، غفاریان بهرمان و همکاران (۱۳۹۵)، ساسان‌پور، موحد و لطفی (۱۳۹۶)، خزاعی‌نژاد، سلیمانی مهرنجان‌ی و زنگانه (۱۳۹۷)، موسوی نور، وارثی و محمدی (۱۳۹۷)، آروین و همکاران (۱۳۹۷)، لطفی، پریزادی و نجاتی (۱۳۹۷)، مهره‌کش و همکاران (۱۳۹۸)، سالاری‌مقدم، زیاری و حاتمی‌نژاد (۱۳۹۸)	۱۱
زیست‌محیطی	آلودگی	آب و هوای پاک، کم بودن آلودگی صوتی و بصری، کاهش آلودگی‌های ناشی از وسایل نقلیه، استفاده از انرژی‌های نو و تجدیدپذیر	ساسان‌پور، تولایی و جعفری اسدآبادی (۱۳۹۴)، علی‌اکبری و اکبری (۱۳۹۶)، شماعی و بیگدلی (۱۳۹۵)، پریزادی و بیگدلی (۱۳۹۵)، رشیدی ابراهیم حساری و همکاران (۱۳۹۵)، غفاریان بهرمان و همکاران (۱۳۹۵)، کاظمیان، رسولی و خزایی (۱۳۹۶)، ساسان‌پور، موحد و لطفی (۱۳۹۶)، اکبری و همکاران (۱۳۹۷)، موسوی نور، وارثی و محمدی (۱۳۹۷)، لطفی، پریزادی و نجاتی (۱۳۹۷)، خزاعی‌نژاد، سلیمانی مهرنجان‌ی و زنگانه (۱۳۹۷)، آروین و همکاران (۱۳۹۷)، مهره‌کش و همکاران (۱۳۹۸)، سالاری‌مقدم، زیاری و حاتمی‌نژاد (۱۳۹۸)	۱۶
	چشم‌انداز	وجود نشانه‌ها و نمادهای خاص تاریخی، حفاظت و نگهداری آثار تاریخی توسط شهرداری و میراث فرهنگی، چشم‌انداز مناسب خیابان‌ها، ساختمان‌ها و معماری بناها	علی‌اکبری و اکبری (۱۳۹۶)، پریزادی و بیگدلی (۱۳۹۵)، موسوی نور، وارثی و محمدی (۱۳۹۷ و ۱۳۹۵)، خزاعی‌نژاد، سلیمانی مهرنجان‌ی و زنگانه (۱۳۹۷)، لطفی، پریزادی و نجاتی (۱۳۹۷)	۶
	مدیریت شهری	مشارکت مردم در پروژه‌های شهرداری، اعتماد به تصمیمات شورای شهری و شهرداری، تخصص مدیران شهری	بندرآباد و احمدی‌نژاد (۱۳۹۳)، غفاریان بهرمان و همکاران (۱۳۹۵)، شماعی و بیگدلی (۱۳۹۵)، پریزادی و بیگدلی (۱۳۹۵)، موسوی نور، وارثی و محمدی (۱۳۹۷ و ۱۳۹۵)، لطفی، پریزادی و نجاتی (۱۳۹۷)، رشیدی ابراهیم حساری و همکاران (۱۳۹۵)، خزاعی‌نژاد، سلیمانی مهرنجان‌ی و زنگانه (۱۳۹۷)، آروین و همکاران (۱۳۹۷)، لطفی، پریزادی و نجاتی (۱۳۹۷)، سالاری‌مقدم، زیاری و حاتمی‌نژاد (۱۳۹۸)	۱۲

### ۵-۶. گام ششم: کنترل کیفیت

در این گام از پژوهش برای کنترل کدهای استخراجی از شاخص کاپا استفاده شده است و این شاخص زمانی به کار می‌رود که دو رتبه‌دهنده، پاسخگویان را رتبه‌بندی می‌کنند و قصد سنجش میزان توافق این دو رتبه‌دهنده را دارند به منظور کنترل مفاهیم استخراجی، از مقایسه نظر پژوهشگر با یک خبره شهری استفاده شده است. شاخص کاپا بین صفر تا یک نوسان دارد و هرچه مقدار سنج به عدد یک نزدیک‌تر باشد، نشان می‌دهد توافق بین رتبه‌دهندگان وجود دارد. مقدار شاخص با استفاده از نرم‌افزار SPSS در سطح معناداری ۰/۰۰۰ عدد ۰/۸۱۱ محاسبه شد که در جدول ۳ نشان داده شده است. با توجه به کوچک‌تر بودن عدد معناداری از ۰/۰۵ فرض استقلال کدهای استخراجی رد می‌شود. همچنین، استخراج کدها پایایی مناسبی داشته است.

جدول ۳. مقادیر اندازه توافق

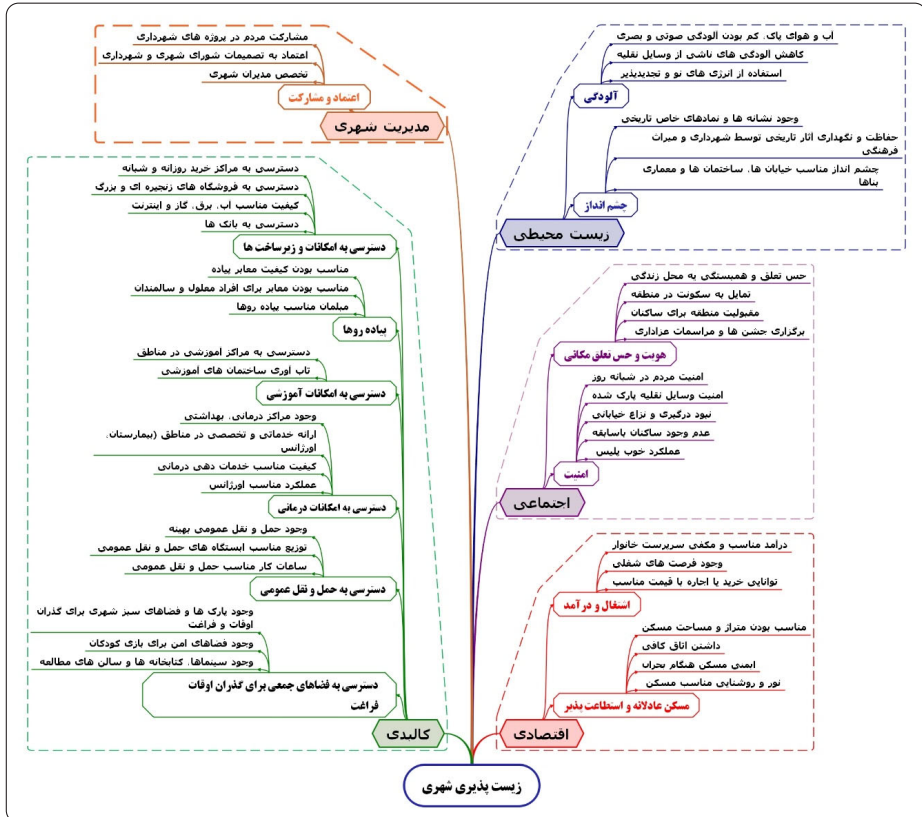
شاخص	مقدار	انحراف استاندارد	عدد معناداری
کاپای مقدار توافق	۰/۸۱۱	۰/۰۵۳	۰/۰۰۰
تعداد موارد معتبر	۴۴		

مأخذ: همان.

### ۵-۷. گام هفتم: ارائه یافته‌ها و مدل

با استفاده از مفاهیم و مقوله‌های به دست آمده که براساس مطالعات و پژوهش‌های مبتنی بر مراحل متاتریب ارائه شد، مدل چندوجهی ابعاد مؤثر بر زیست‌پذیری کلان‌شهرهای کشور براساس امتیازات کسب شده در شکل ۶ نشان داده شده است.

شکل ۶. مدل مفهومی استخراج شده از یافته‌های پژوهش



مأخذ: همان.

## ۶. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

امروزه کلان‌شهرهای کشور ایران گریبانگیر مسائل و چالش‌های متعدد اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی، کالبدی و مدیریتی فراوانی هستند. این مسائل نشأت گرفته از بازتوزیع وسیع جمعیت در آنهاست. به طوری که رشد شهرنشینی مهار نشده امروزه یکی از مهم‌ترین عوامل تشدیدکننده مخاطرات و کاهش‌دهنده زیست‌پذیری در سطح کلان‌شهرهای کشور ایران است. از سوی دیگر اقتصاد انتزاعی کشور و در پی آن مهاجرت، نقش مهمی در شکل‌پذیری الگوی توسعه فیزیکی ناموزون، ناامنی، تراکم، مسائل زیست‌محیطی بازی

می‌کند. وجود برنامه‌ریزی‌های نادرست و کوتاه‌مدت مدیران شهری و توجه به منافع ذی‌نفعان تا منافع شهروندان، مشارکت‌پذیری اجتماعی را بسیار پایین آورده است که این مسائل در درازمدت سبب به‌وجود آمدن کلان‌شهرهای ناپایدار، نامطلوب و نازیب‌پذیر شده است. با توجه به اهمیت و ضرورت زیست‌پذیری کلان‌شهرهای کشور، در دهه‌های اخیر این رهیافت جامع جای خود را در ادبیات علمی کشور در رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری باز کرده است و تلاش‌های بسیاری در عرصه‌های پژوهشی در قالب پایان‌نامه، رساله، مقالات پژوهشی و همایشی صورت گرفته است. در این راستا، مقاله حاضر با هدف طراحی مدل عوامل مؤثر بر زیست‌پذیری کلان‌شهرهای کشور، با رویکرد روش‌شناسی متاتریب، نگاشته شده است. مدل مفهومی استخراج شده پژوهش که حاصل مطالعه ادبیات موضوع، پژوهش‌ها و منابع مرتبط با موضوع مورد مطالعه داخلی است، شامل پنج مقوله (اقتصادی، اجتماعی، کالبدی، زیست‌محیطی و مدیریت شهری)، ۱۳ مفهوم و ۴۴ کد (شاخص) است.

در قیاس بین مقوله‌های یادشده با ابعاد ارائه شده از سوی پژوهشگران دیگر می‌توان گفت هر یک از پژوهش‌های ذکر شده از زوایای مختلف زیست‌پذیری را بررسی و کاوش کرده‌اند و به‌صورت عمده بر محوریت زیست‌پذیری مناطق یا محلات کلان‌شهرها در راستای ارتقای کیفیت زندگی بنا شده است. مقوله‌ها و مفاهیم ارائه شده در پژوهش حاضر در برخی زمینه‌ها با پژوهش‌های پیشین تشابه داشته، ولی از این نظر که به ارائه مدل منسجم و کاربردی پرداخته با پژوهش‌های انجام شده متفاوت است. از این زاویه، پژوهش حاضر دارای سهم نظری در مطالعات زیست‌پذیری به‌ویژه زیست‌پذیری در سطح و مقیاس کلان‌شهرهاست که از بین ۱۳ مفهوم بررسی شده، مفاهیم اشتغال و درآمد (۱۷ مرتبه)، دسترسی به امکانات و زیرساخت‌ها (۱۶ مرتبه)، آلودگی (۱۶ مرتبه) و مسکن عادلانه و استطاعت‌پذیر (۱۴ مرتبه) دارای بیشترین فراوانی و تکرار بوده‌اند که نشان از اهمیت و اولویت این مفاهیم دارد از این‌رو مدیران و تصمیم‌گیران حوزه شهری، با توجه ویژه به آنها همواره این موارد را در چارچوب برنامه‌ها و سیاست‌های برنامه‌ریزی شهری پیگیری کنند. ناگفته نماند باید برنامه‌ریزان و مسئولان شهری نیز در هنگام

برنامه‌ریزی و تهیه طرح‌های شهری قبل از هر اقدامی، شناخت کافی از ساختار فضایی مکان‌های شهری مورد نظر داشته باشند؛ زیرا امروزه پویایی و زیست‌پذیری هر شهری رابطه مستقیمی با نحوه ساختاریابی عناصر فضایی آن شهر دارد و فرایندهای فضایی موجود در شهر به نحوی در بلندمدت، بر کیفیت زیست‌پذیری کلان‌شهرها تأثیر عمیق دارد. در این راستا، تکوین یک ساختار فضایی پایدار و زیست‌پذیر، مستلزم نگاه جامع و یکپارچه مدیریت شهری نسبت به همه ابعاد و شرایط اعم از کارایی اقتصادی، کیفیت زیست‌محیطی، کیفیت محیط شهری، اختلاط کاربری‌ها، امنیت، مسکن، حمل‌ونقل، بهداشت و سلامت، فرهنگ، آموزش و انرژی‌های تجدیدپذیر است. از آنجایی که رهیافت زیست‌پذیری برمبنای بستر جغرافیایی (رویکرد مکان مبنا) و شرایط محلی حاصل از سازمان فضایی سنجیده می‌شود با هدایت برنامه‌ریزی شده سازمان‌یابی فضایی شهر هم معنای واقعی به خود می‌گیرد.

اینکه کلان‌شهرهای کشور ایران بتوانند قابلیت یا در راستای ارتقای سطح زیست‌پذیری خود گام بردارند، از عوامل تأثیرگذار فراوانی است که پیش‌تر به آن اشاره شد، اما از بایسته‌ها و بدیهیات یک شهر زیست‌پذیر، وجود اشتغال و درآمد مناسب و مکفی، دسترسی به زیرساخت‌ها و امکانات اولیه طبیعی نظیر آب و هوای پاک و مسکن قابل استطاعت است (کلان‌شهرهای کشور هر ساله از این قابلیت‌ها فاصله می‌گیرند). منطقی و لازم است زیست‌پذیری هریک از کلان‌شهرهای کشور براساس شرایط مکانی و گروه‌های اجتماعی آن تعریف شود و در مقیاس محلات، ناحیه و منطقه‌ها زیست‌پذیری سنجش و پایش شود. همچنین به‌جای انجام پژوهش‌های تکراری در ارزیابی و شناخت وضع موجود زیست‌پذیری محلات، نواحی و مناطق شهری براساس معیارها و شاخص‌هایی که به شرایط و وضعیت کنونی تأکید دارد، به بررسی علل و زمینه‌هایی پرداخته شود که به‌وجود آورنده شرایط موجود زیست‌پذیری است و می‌تواند سهم مهمی در جلوگیری از کاهش وضعیت‌زیست‌آینده کلان‌شهرهای کشور داشته باشد. همچنین نباید فراموش شود که چارچوب‌های تئوریک برگزیده شده در تبیین مسائل زیست‌پذیری مناطق باید متناسب با نیاز جامعه و سازگار با شرایط بومی آن زیست‌بوم باشد.

## منابع و مآخذ

۱. آروین، محمود، حسین فرهادی خواه، احمد پوراحمد و الیاس منیری (۱۳۹۷). «ارزیابی شاخص‌های زیست‌پذیری شهری براساس ادراک ساکنان (نمونه موردی: شهر اهواز)»، دانش شهرسازی، دوره ۲، ش ۲.
۲. ابراهیم‌زاده، عیسی، فرامرز بریمانی و یوسف نصیری (۱۳۸۳). «حاشیه‌نشینی: ناهنجاری‌های شهری و راهکارهای تعدیل آن، موردشناسی؛ کریم‌آباد زاهدان»، فصلنامه جغرافیا و توسعه، ش ۳.
۳. ابراهیم‌زاده، عیسی و کاظم حبیب‌زاده لمسو (۱۳۸۹). «تحلیل و ارزیابی کاربری اراضی روستا. شهر گلوگاه بابل با استفاده از GIS»، پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، دوره ۴۲، ش ۷۱.
۴. اجزاء شکوهی، محمد و لیلا جوهری (۱۳۹۳). «مطالعه تطبیقی کیفیت زندگی در شهر مشهد از دیدگاه شهروندان (مورد مطالعه: محله هاشمیه و محله سعدآباد)»، فصلنامه مطالعات ساختارها و کارکردهای شهری، دوره ۲، ش ۵.
۵. افشار کهن، جواد، اسماعیل بلالی و علی قدسی (۱۳۹۱). «بررسی ابعاد اجتماعی مسئله کنترل ترافیک شهری؛ مورد مطالعه: مشهد»، مجله مطالعات شهری، دوره ۲، ش ۴.
۶. اکبری، مجید، وحید بوستان احمدی، سیدچمران موسوی و نازنین حاجیبور (۱۳۹۷). «ارزیابی وضعیت زیست‌پذیری مناطق کلان‌شهر شیراز از منظر شهروندان»، فصلنامه رفاه و توسعه اجتماعی، دوره ۱۰، ش ۳۷.  
[http://qjstd.atu.ac.ir/article.9899\\_html](http://qjstd.atu.ac.ir/article.9899_html)
۷. ایراندوست، کیومرث، علی‌اصغر عیسی‌لو و بهزاد شاه‌مرادی (۱۳۹۴). «شاخص زیست‌پذیری در محیط‌های شهری (مطالعه موردی: بخش مرکزی شهر مقدس قم)»، فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری، دوره ۴، ش ۱۳.
۸. بندرآباد، علیرضا (۱۳۸۹). «تدوین اصول الگوی توسعه فضایی و شکل شهر زیست‌پذیر ایرانی؛ مطالعه موردی مناطق ۱، ۱۵ و ۲۲ شهر تهران»، رساله دکتری شهرسازی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران.
۹. ——— (۱۳۹۰). شهر زیست‌پذیر/از مبانی تا معنا، تهران، انتشارات آذرخش.
۱۰. بندرآباد، علیرضا و لیلا احمدی‌نژاد (۱۳۹۳). «ارزیابی شاخص‌های کیفیت زندگی با تأکید بر اصول شهر زیست‌پذیر در منطقه ۲۲ تهران»، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، دوره ۵، ش ۱۶.
۱۱. پریزادی، طاهر و لیلا بیگدلی (۱۳۹۵). «سنجش زیست‌پذیری محلات منطقه ۱۷ شهرداری تهران»، فصلنامه تحلیل فضایی مخاطرات محیطی، دوره ۳، ش ۱.



۱۲. جعفری اسدآبادی، حمزه (۱۳۹۳). «قابلیت زیست‌پذیری شهرها در راستای توسعه پایدار شهری (مطالعه موردی: کلان‌شهر تهران)»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه خوارزمی تهران.
۱۳. حاتمی‌نژاد، حسین، محمدرضا رضوانی و فریبا خسروی کردستانی (۱۳۹۳). «سنجش میزان زیست‌پذیری منطقه دو سنندج»، نشریه تحلیل فضایی مخاطرات محیطی، سال اول، ش ۴.
۱۴. حاتمی‌نژاد، حسین، مسعود مدانلو جویباری و کوروش اخوان حیدری (۱۳۹۸). «تحلیل فضایی زیست‌پذیری کالبدی کلان‌شهر اهواز»، برنامه‌ریزی توسعه کالبدی، دوره ۱۶، ش ۱۳.
۱۵. حبیبی، لیلا و مریم جعفری مهرآبادی (۱۳۸۹). «آینده‌پژوهی و آینده کلان‌شهرها با تأکید بر کلان‌شهر تهران»، فصلنامه جغرافیایی چشم‌انداز زاگرس، دوره ۲، ش ۶.
۱۶. حیدری، تقی، علی شمعی، فرزانه ساسان‌پور، محمد سلیمانی و محسن احدنژاد (۱۳۹۶). «تحلیل عوامل مؤثر بر زیست‌پذیری بافت‌های فرسوده شهری (مطالعه موردی: بافت فرسوده شهر زنجان)»، نشریه فضایی جغرافیایی، دوره ۱۷، ش ۵۹.
۱۷. خراسانی، محمدامین (۱۳۹۱). «تبیین زیست‌پذیری روستاهای پیرامون شهری با رویکرد کیفیت زندگی (مطالعه موردی: شهرستان ورامین)»، رساله دکتری، گروه جغرافیا، دانشگاه تهران.
۱۸. خزاعی‌نژاد، فروغ (۱۳۹۷). «تحلیلی بر عوامل و فرایندهای کلان اقتصادی، زیست محیطی و مدیریتی مؤثر بر زیست‌پذیری شهری مورد پژوهش: محله‌های منطقه ۱۲ شهر تهران»، فصلنامه جغرافیا، دوره ۹، ش ۱.
۱۹. خزاعی‌نژاد، فروغ، محمد سلیمانی مهنجانی و احمد زنگانه (۱۳۹۷). «ارزیابی زیست‌پذیری محله‌های منطقه ۱۲ شهر تهران»، فصلنامه جغرافیا و توسعه شهری، دوره ۵، ش ۱.
۲۰. خفائی‌زاده، مریم و مریم ایلانلو (۱۳۹۸). «بررسی مؤلفه‌های زیست‌پذیری شهرها با استفاده از مدل سلسله‌مراتبی (AHP)؛ منطقه مورد مطالعه: بندر امام خمینی (ره)»، فصلنامه جغرافیا، سال نهم، ش ۲.
۲۱. رخشانی‌نسب، حمیدرضا و ناصر نیری (۱۳۹۵). «ارزیابی وضعیت شاخص‌های زیست‌پذیری شهری از دیدگاه شهروندان (موردشناسی: مناطق پنجگانه شهر زاهدان)»، فصلنامه جغرافیا و آمایش شهری - منطقه‌ای، دوره ۸، ش ۲۷.
۲۲. رشیدی ابراهیم حصارى، اصغر، علی موحد، سیمین تولایی و میرنجف موسوی (۱۳۹۵). «تحلیل فضایی منطقه کلان‌شهری تبریز با رویکرد زیست‌پذیری»، فصلنامه فضای جغرافیایی، دوره ۱۶، ش ۵۴.

۲۳. زند حسامی، حسام و شیوا شهرام فر (۱۳۹۵). «شناسایی ابعاد مؤثر بر آینده‌نگاری برنامه‌ریزی شهری با رویکرد اقتصادی (مطالعه موردی: توسعه پایدار شهر قزوین)»، فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری، سال چهارم، ش ۳.
۲۴. زیاری، کرامت‌اله و سیدمصطفی حسینی (۱۳۹۵). «ارزیابی ارتباط بین زیست‌پذیری و تاب‌آوری در محلات کلان‌شهر مشهد»، پژوهشنامه خراسان بزرگ، دوره ۷، ش ۲۳.
۲۵. ساسان‌پور، فرزانه، سارا علیزاده و حوریه اعرابی مقدم (۱۳۹۷). «قابلیت‌سنجی زیست‌پذیری مناطق شهری ارومیه با مدل RALSPI»، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال هجدهم، ش ۴۸.
۲۶. ساسان‌پور، فرزانه، علی موحد و امید لطیفی (۱۳۹۶). «تحلیل قابلیت زیست‌پذیری در مناطق کلان‌شهر اهواز»، فصلنامه مطالعات ساختار و کارکرد شهری، دوره ۴، ش ۱ (پیاپی ۱۰).
۲۷. ساسان‌پور، فرزانه، سیمین تولایی و حمزه جعفری اسدآبادی (۱۳۹۳). «قابلیت زیست‌پذیری شهرها در راستای توسعه پایدار شهری مورد مطالعه کلان‌شهر تهران»، فصلنامه بین‌المللی انجمن جغرافیای ایران، سال دوازدهم، ش ۴۲.
۲۸. \_\_\_\_\_ (۱۳۹۴). «سنجش و ارزیابی زیست‌پذیری شهری در مناطق بیست‌ودوگانه کلان‌شهر تهران»، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال پنجم، ش ۱۸.
۲۹. سالاری مقدم، زهرا، کرامت‌اله زیاری و حسین حاتمی‌نژاد (۱۳۹۸). «سنجش و ارزیابی زیست‌پذیری محلات شهری مطالعه موردی: منطقه ۱۵ کلان‌شهر تهران»، فصلنامه شهر پایدار، دوره ۲، ش ۳.
۳۰. سلیمانی مهرنجانی، محمد، سیمین تولایی، مجتبی رفیعیان، احمد زنگانه و فروغ فرخی‌نژاد (۱۳۹۵). «زیست‌پذیری شهری: مفهوم، اصول، ابعاد و شاخص‌ها»، نشریه پژوهش‌های جغرافیایی برنامه‌ریزی شهری، دوره ۴، ش ۱.
۳۱. شمعی، علی و لیلیا بیگدلی (۱۳۹۵). «ابعاد زیست‌پذیری در منطقه ۱۷ تهران»، فصلنامه جغرافیا، دوره ۱۴، ش ۵۰.
۳۲. شمعی، علی، فرزانه ساسان‌پور، محمد سلیمانی، محسن احدنژاد و تقی حیدری (۱۳۹۵). «تحلیل زیست‌پذیری بافت‌های فرسوده شهر؛ (مطالعه موردی: بافت فرسوده شهر زنجان)»، مجله پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، دوره ۴۸، ش ۴.
۳۳. عابدینی، اصغر و رضا کریمی (۱۳۹۵). «سنجش زیست‌پذیری در شهرها براساس روش F'ANP (مطالعه موردی: نواحی پانزده‌گانه شهر اورمیه)»، فصلنامه محیط‌شناسی، دوره ۴۲، ش ۴.

۳۴. عبداللهی، علی اصغر و مرتضی حسن‌زاده (۱۳۹۵). «شناسایی و اولویت‌بندی شاخص‌های سازنده برنامه‌ریزی شهری در زیست‌پذیری شهری (مطالعه موردی: مناطق چهارگانه شهر کرمان)»، نشریه *مطالعات جغرافیای اجتماعی شهری*، سال سوم، ش ۴، پیاپی ۹.
۳۵. علی‌اکبری، اسماعیل و مجید اکبری (۱۳۹۶). «مدل‌سازی ساختاری تفسیری عوامل مؤثر بر زیست‌پذیری کلان‌شهر تهران»، فصلنامه *برنامه‌ریزی و آمایش فضا*، دوره ۲۱، ش ۱.
۳۶. غفاریان بهرمان، محمد، طاهر پریزادی، علی شمعی، محمدرضا خطیبی‌زاده و امین شهسوار (۱۳۹۵). «تحلیل فضایی زیست‌پذیری محلات شهری (مورد مطالعه: منطقه ۱۸ تهران)»، پژوهش‌های محیط زیست، سال هفتم، ش ۱۴.
۳۷. فتح‌اله‌زاده، رضا، نادرقلی قورچیان، مهدی باقری و پروش جعفری (۱۳۹۸). «فرا ترکیب عوامل مؤثر بر انگیزش شغلی: در جستجوی الگوی انگیزش اعضای هیئت علمی»، فصلنامه *تحقیقات مدیریت آموزشی*، سال یازدهم، ش ۲.
۳۸. قنبری، محمد (۱۳۹۵). «زیست‌پذیری رهیافتی نوین در برنامه‌ریزی شهری (مطالعه موردی: کلان‌شهر مشهد)»، رساله دکتری رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد.
۳۹. قنبری، محمد، محمد اجزاء شکوهی، محمدرحیم رهنما، امیدعلی خوارزمی (۱۳۹۷). «زیست‌پذیری کلان‌شهر مشهد براساس شاخص سلامت»، مجله *دانشگاه علوم پزشکی گرگان*، دوره ۲۰، ش ۴.
۴۰. \_\_\_\_\_ (۱۳۹۵). «تحلیلی بر زیست‌پذیری شهری با تأکید بر شاخص امنیت و پایداری (مطالعه موردی: کلان‌شهر مشهد)»، فصلنامه *جغرافیای سیاسی*، دوره ۱، ش ۳.
۴۱. کاظمیان، غلامرضا، افشین رسولی و محمدمهدی خزایی (۱۳۹۶). «جایگاه انرژی‌های نو و تجدیدپذیر در زیست‌پذیرانه کردن شهرها، مطالعه موردی: شهر تهران»، فصلنامه *پژوهش و برنامه‌ریزی شهری*، دوره ۸، ش ۲۹.
۴۲. لطفی، صدیقه، طاهر پریزادی و ارغوان نجاتی (۱۳۹۷). «تحلیل فضایی زیست‌پذیری محلات شهری (مطالعه موردی: منطقه ۱۰ تهران)»، فصلنامه *جغرافیا*، دوره ۸، ش ۳.
۴۳. مرکز آمار ایران (۱۳۹۵). «سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵».
۴۴. موسوی نور، سیدعلی، حمید وارثی و جمال محمدی (۱۳۹۵). «ارزیابی و تحلیل مؤلفه‌های زیست‌پذیری کلان‌شهر تهران»، فصلنامه *جغرافیا*، دوره ۱۴، ش ۵۱.

۴۵. \_\_\_\_\_ (۱۳۹۷). «کاربرد مدل‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره در سنجش زیست‌پذیری مناطق کلان‌شهر تهران»، *نشریه جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای*، دوره ۱۶، ش ۱.
۴۶. مهره‌کش، ریحانه، حمید صابری، مهدی مؤمنی و مهری اذانی (۱۳۹۸). «تبیین عوامل مؤثر کالبدی بر میزان زیست‌پذیری مناطق شهری (مطالعه موردی: مناطق شهر اصفهان)»، *نشریه پژوهش‌های جغرافیای برنامه‌ریزی شهری*، دوره ۷، ش ۲.
۴۷. وثوق رضوی مشهدی، کامران (۱۳۹۴). «برنامه‌ریزی توسعه فضایی با رویکرد آینده‌پژوهی در شهر مشهد»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه فردوسی مشهد.
۴۸. ویسی ناب، برهان، فریدون بابایی‌اقدام و رسول قربانی (الف) (۱۳۹۸). «شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مرتبط با بعد اقتصادی زیست‌پذیری شهری (مطالعه موردی: کلان‌شهر تبریز)»، *فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای برنامه‌ریزی شهری*، دوره ۷، ش ۱.
۴۹. \_\_\_\_\_ (ب) (۱۳۹۸). «تحلیل عوامل اقتصادی اثرگذار بر زیست‌پذیری شهری (مورد مطالعه: کلان‌شهر تبریز)»، *فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری*، دوره ۷، ش ۲۷.
۵۰. یاری قلی، وحید، محسن احدنژاد روش و ژینا سجادی (۱۳۹۵). «تحلیل و ارزیابی شاخص‌های زیست‌پذیری در نواحی شهری مطالعه موردی: نواحی ۲۳ گانه شهر زنجان»، *فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، دوره ۹، ش ۳۴.
51. Abdulaziz, N. (2007). "Linking Urban form to a Liveable City", *Malaysian Journal of Environmental Management*, Vol. 8.
52. Akbari, M., V. Boustan Ahmadi, S.C. Moussavi and N. Hajipour (2019). "Assessment of the Livability of Metropolitan Areas of Shiraz from the Perspective of Citizens", *Social Development and Welfare Planning*, 10 (37).
53. Ali Akbari, S. and M. Akbari (2017). "Interpretive-Structural Modeling of the Factors that Affect the Viability of Tehran Metropolis", *The Journal of Spatial Planning*, 21 (1).
54. Allison, E.W. and L. Peters (2012). *Historic Preservation and the Livable City*, Publisher: Wiley.
55. Al-Thani, S.K., A. Amato M. Koç and S.G. Al-Ghamdi (2019). "Urban Sustainability

- and Livability: An Analysis of Doha's Urban-form and Possible Mitigation Strategies, Sustainability, MDPI", *Open Access Journal*, 11 (3).
56. Bench, S. and T. Day (2010). "The User Experience of Critical Care Discharges: A Metasynthesis of Qualitative Research", *International Journal of Nursing Studies*, 47 (4).
57. Dong, H. and B. Qin (2017). "Exploring the Link between Neighborhood Environment and Mental Wellbeing: A Case Study in Beijing, China", *Landscape and Urban Planning*, Vol. 164.
58. Douglass, M., M. Douglass and H. Nguyen (2006). "The Livability of Mega-urban Regions in Southeast Asia- Bangkok, Ho Chi Minh City, Jakarta and Manila Compared", International Conference on the Growth Dynamics of Mega-Urban Regions in East and Southeast Asia.
59. Dragin-Jensen, C., O. Schnittka and C. Arkil (2016). "More Options do not Always Create Perceived Variety in Life: Attracting New Residents With Quality- Vs", *Quantity-oriented Event Portfolios*, Cities, Vol. 56.
60. Ellis, P. and M. Roberts (2016). "Leveraging Urbanization in South Asia: Managing Spatial Transformation for Prosperity and Livability", World Bank Group, Washington, DC. [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)
61. Evans, P. (2002). *Livable Cities: Urban Struggles for Livelihood and Sustainability*, Berkeley: University of California Press.
62. Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class*, NY: Basic Books/ Perseus Books.
63. Godschalk, D.R. (2004). "Land Use Planning Challenges With Conflicts Visions Of Sustainable Development and Livable Communities", *Journal of Sustainable Mining* , Vol. 32.
64. Gough, M.Z. (2015). "Reconciling Livability and Sustainability: Conceptual and Practical Implications for Planning", *Journal Plan, Educ. Res.* Vol. 35.
65. Hankins, K. and E. Power (2009). "The Disappearance of the State from

- Livable Urban Spaces", *Antipode*, Vol. 41, Iss. 5. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8330.2009.00699.x>
66. Heylen, K. (2006). "Livability in Social Housing: Three Case Studies in Flanders. Paper Presented at the ENHR Conference on Housing in an Expanding Europe: Theory, Policy, Participation and Implementation, Ljubljana, Slovenia", [https://limo.libis.be/primo-explore/fulldisplay?docid=LIRIAS1898528&context=L&vid=Lirias&search\\_scope=Lirias&tab=default\\_tab&lang=en\\_US&fromSitemap=1](https://limo.libis.be/primo-explore/fulldisplay?docid=LIRIAS1898528&context=L&vid=Lirias&search_scope=Lirias&tab=default_tab&lang=en_US&fromSitemap=1)
67. Huang, S.L., J.H. Wong and T.C. Chen (1998). "A Framework of Indicator System for Measuring Taipei's Urban Sustainability", *Landsc Urban Plan*, Vol. 42.
68. Kashef, M. (2016). "Urban Livability Across Disciplinary and Professional Boundaries", *Frontiers of Architectural Research*, 5 (2).
69. Kotkin, J. (2001). "The New Geography: How the Digital Revolution in Reshaping the American landscape", NY: Random House Paper Backs.
70. Kytta, M., A. Broberg and M. Haybatollahi (2016). "Urban Happiness: Context-sensitive Study of the Social Sustainability of Urban Settings", *Environment and Planning. B, Planning & Design*, 43 (1).
71. Larice, M. (2005). *Great Neighbors: The Livability and Morphology of High Density Neighborhoods in Urban North America*, Doctor of Philosophy in City and Regional Planning, University of California, Berkeley.
72. Lennard, S. and H. Lennard (1995). *Livable Cities Observed*, Southampton: Gondolier Press.
73. Leby, L.J. and A. Hariza (2010). "Liveability Dimensions and Attributes: Their Relative Importance in the Eyes of Neighbourhood Residents", *Journal of Construction in Developing Countries*, 15 (1).
74. Li, G. and Q. Weng (2007). "Measuring the Quality of Life in the City of Indianapolis

- By Integration of Remote Sensing and Census Data", *International Journal of Remote Sensing*, 28 (2).
75. Li, Z. and F. Wu (2007). "Socio-spatial Differentiation and Residential Inequalities in Shanghai: A Case Study of three Neighbourhoods", *Housing Studies*, 21 (5).
76. Lynch, K. (1961). *Image of the City*, Cambridge ma: Mit Press.
77. ——— (1981). *Good City form*, Combridge ma: Mit Press.
78. Mahmoudi, M., F. Ahmad and B. Abbasi (2015). "Livable Streets: The Effects of Physical Problems on the Quality and Livability of Kuala Lumpur Streets", *Cities*, Vol. 43.
79. Miller, H.J., F. Witlox and C.P. Tribby (2013). "Developing Context-sensitive Livability Indicators for Transportation Planning: A Measurement Framework", *Journal Transp, Geogr*, Vol. 26.
80. Norouzian-Maleki, S., S. Bell, S.B. Hosseini and M. Faizi (2015). "Developing and Testing a Framework for the Assessment of Neighbourhood Liveability in Two Contrasting Countries: Iran and Estonia", *Ecological Indicators*, Vol. 48.
81. Ogneva-Himmelberger, Y., R. Rakshit and H. Pearsall (2013). "Examining the Impact of Environmental Factors on Quality of Life Across Massachusetts", *The Professional Geographer*, 65 (2).
82. Okulicz-Kozaryn, A. (2011). "City Life: Rankings (Livability) Versus Perceptions (Satisfaction)", *Social Indicators Research*, 110 (2).
83. Ouyang, W., B. Wang, L. Tian and X. Niu (2017). "Spatial Deprivation of Urban Public Services in Migrant Enclaves Under the Context of a Rapidly Urbanizing China: An Evaluation Based on Suburban Shanghai", *Cities*, Vol. 60.
84. Radcliff, B. (2001). "Politics, Markets and Life Satisfaction: The Political Economy of Human Happiness", *American Political Science Review*, 95 (4).
85. Rajak, S., P. Parthiban and R. Dhanalakshmi (2016). "Sustainable Transportation

- Systems Performance Evaluation Using Fuzzy Logic". *Ecol. Indic*, 71.
86. Sandelowski, M. and J. Barros (2007). *Handbook for Synthesizing Qualitative Research*, Springer Publishing Company Inc.
87. Saitluanga, B.L. (2013). "Spatial Pattern of Urban Livability in Himalayan Region: A Case of Aizawl City, India", *Social Indicators Research*, 117 (2).
88. Schomberg, Y., K. Polakit and D. Prosperi (2011). *Spatial Partitioning of Livability Indices: South Florida Case Study*, Proceedings Real Corp.
89. Song, Y. (2011). "A Livable City Study in China: Using Structural Equation Models", Ph.D., thesis Submitted in Statistics, Department of Statistics Uppsala University.
90. Standford Center on Longevity, Mature Market Institute (2013). "Livable Community Indicators for Sustainable Aging in Place", *Cities*, Vol. 60.
91. Stein, E.K. (2002). *Community and Quality of Life*, National Academy Press, Washington, D.C.
92. Teo, S. (2014). "Political Tool or Quality Experience? Urban Livability and the Singaporean State's Global City Aspirations", *Urban Geography*, 35 (6).
93. Wagner, F. and R. Caves (2012). *Community Livability: Issues and Approaches to Sustaining the Well-being of People and Communities*, Taylor and Francis.
94. Washington State Department of Transportation (WSDOT) (2010). "Livable Communities –Policy".
95. Yang, B., A.B. Xu and A. Shi (2018). "Analysis on Sustainable Urban Development Levels and Trends In China's Cities", *Journal of Cleaner Production*, Vol. 141.
96. Yassin, H.H. (2019). "Livable City: An Approach to Pedestrianization Through Tactical –Urbanism", *Alexandria Engineering Journal*, 58 (1).
97. Zanella, A., A.S. Camanho and T.G. Dias (2014). "The Assessment of Cities' Livability Integrating Human Wellbeing and Environmental Impact", *Annals of Operations Research*, 226 (1).



98. Zhan, D., M.P. Kwan, W. Zhang, J. Fan, J. Yu and Y. Dang (2018). "Assessment and Determinants of Satisfaction With Urban Livability in China", *Cities*, Vol. 79.
99. Zhang, W. and X. Gao (2008). "Spatial Differentiations of Traffic Satisfaction and its Policy Implications in Beijing", *Habitat International*, 32 (4).
100. Zhang, Y., Q. Li, H. Wang, X. Du and H. Huang (2019). "Community Scale Livability Evaluation Integrating Remote Sensing, Surface Observation and Geospatial Big Data", *International Journal of Applied Earth Observation and Geoinformation*, Vol. 80.
101. Zimmer, L. (2006). "Qualitative Meta-synthesis: a Question Of Dialoguing With Texts", *Journal of Advanced Nursing*, 53 (3).



# ارائه الگوی حکمرانی آب مبتنی بر بازاریابی اجتماعی در راستای تغییر رفتار مصرفی آب

امیرحسین عرب‌پور\*

نوع مقاله: پژوهشی	تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۹/۲۷	تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۳/۲۰	شماره صفحه: ۹۹-۱۲۸
-------------------	-------------------------	------------------------	--------------------

مسئله کمبود آب به یکی از مسائل حیاتی در منطقه خاورمیانه و به ویژه جمهوری اسلامی ایران تبدیل شده است. میزان مصرف سرانه آب در بخش خانگی ایران نزدیک به دو برابر متوسط جهانی است. به همین منظور توجه به بخش خانگی در مصرف آب و تلاش برای اصلاح الگوی مصرف جامعه ضرورتی انکارناپذیر است. بررسی‌ها نشان می‌دهد بیشتر معضلات موجود در مصرف بی‌رویه آب، ناشی از فقدان آگاهی و آموزش عمومی است. در همین راستا، موضوع بحران آب باید در چارچوب سیستم‌های اجتماعی و مشارکت عمومی مورد بررسی قرار گیرد که به این سیستم‌ها، حکمرانی آب اطلاق می‌شود. ایجاد الگوی مناسب مصرف آب در گروه افزایش آگاهی و مشارکت مردم و تغییر رفتار و نگرش آنان است. یکی از ابزارهای مناسب برای ایجاد این آگاهی و تغییر رفتار، بازاریابی اجتماعی است. موضوع اصلی بازاریابی اجتماعی تغییر رفتار داوطلبانه افراد جامعه است. بازاریابی اجتماعی فرایندی است که از اصول و روش‌های بازاریابی تجاری برای ایجاد، ارتباط و انتقال ارزش‌ها، در جهت تأثیرگذاری بر رفتار مخاطبان هدف، استفاده می‌کند. بنابراین، این نوشتار با علم به ضرورت اصلاح حکمرانی آب، به بررسی نقش بازاریابی اجتماعی در مشارکت عمومی و تغییر رفتار مصرفی آب پرداخته است. روش تحقیق مقاله با رویکرد کیفی و تحلیل مطالعات پیشین بوده و از منابع اسنادی و کتابخانه‌ای مرتبط استفاده شده است و در نهایت بر مبنای مضامین فراگیر فناوری کم‌مصرف، جریمه و پاداش، اطلاع‌رسانی و تبلیغات، اصلاح قوانین و سیاست‌گذاری، نقش خانواده و مدرسه، آموزه‌های دینی و سازمان‌های مردم‌نهاد، راهکارهایی همچون توسعه کمپین‌های اجتماعی مجازی، آموزش و آماده‌سازی مردم، عزم ملی و مشارکت سازمان‌های دولتی و خصوصی در چارچوب آمیخته بازاریابی اجتماعی ارائه شده است.

**کلیدواژه‌ها:** حکمرانی؛ حکمرانی آب؛ رفتار مصرفی آب؛ بازاریابی اجتماعی؛ مشارکت؛ تغییر رفتار

\* دانشجوی کارشناسی ارشد پیوسته معارف اسلامی و مدیریت بازرگانی، دانشکده معارف اسلامی و مدیریت، دانشگاه امام صادق (ع)؛

Email: amir.h4422@gmail.com

## مقدمه

در دنیای امروز بحران‌های زیست‌محیطی به‌ویژه آب محور اصلی بحث‌های ملی و بین‌المللی شده است؛ چراکه از یک سو با افزایش جمعیت، نیاز انسان به آب افزایش یافته و از سوی دیگر پدیده تغییر اقلیم در نقاطی از جهان موجب کاهش بارش و خشکسالی شده و نیز با گسترش آلودگی‌های محیط زیستی، منابع آب قابل دسترس کاهش پیدا کرده است. با در نظر گرفتن بحران آب موجود در ایران و پیش‌بینی‌های صورت گرفته مبنی بر تشدید این بحران در آینده نزدیک، به نظر می‌رسد توجه به نحوه مدیریت منابع آب محدود در دسترس و آسیب‌شناسی سیاست‌های اتخاذ شده کنونی، می‌تواند در مسیر برنامه‌های توسعه‌ای و تصمیم‌سازی‌های آینده بسیار حائز اهمیت باشد. متخصصان، مسئولان و حتی عموم مردم اذعان دارند که پیدایش و افزایش تهدیدآمیز مشکل کمبود آب کشور، مرتبط با افکار، نگرش و رفتار افراد جامعه بوده که باعث شکل‌گیری مصرف بالای آب در بخش خانگی شده است. طبق برآورد آمارهای رسمی، یکی از منابعی که در ایران بیشترین اتلاف انرژی در آن صورت می‌گیرد، حوزه آب است. سرانه مصرف آب در بخش خانگی کشور به صورت متوسط چیزی حدود ۱۵۰ لیتر برای هر نفر در روز است (زهراپی، ۱۳۹۸) و به نوعی هر ایرانی نزدیک به دو برابر میانگین مصرف جهانی، آب مصرف می‌کند (قاسمی و صمیمی، ۱۳۹۳).

از این رو استفاده آسان و در دسترس بودن آب نسبت به سایر منابع مصرفی و... موجب شده است تا این منبع ارزشمند را افراد کمتر مورد توجه قرار دهند. حکمرانی، اعمال تعادل در توزیع قدرت و تنظیم فعالیت‌ها در سطوح مختلف است و حکمرانی آب خود زیرمجموعه‌ای از نظام حکمرانی کل کشور به‌شمار می‌آید. در همین راستا، مدیریت و حکمرانی لازم و ملزوم یکدیگر هستند و بدون حکمرانی مناسب در بخش آب، ابزارهای مدیریتی، مؤثر نخواهد بود. برای بهبود حکمرانی آب معمولاً بر سه عنصر رعایت قانون، مشروعیت و مشارکت تأکید می‌شود. درحالی‌که امروزه یکی از مباحث کلیدی در حوزه حکمرانی آب، سازمان‌دهی آموزش و ظرفیت‌سازی، تغییر نگرش‌ها و رویکردها در سطح بالای مدیریت جامعه، تغییر جهت تصمیم‌گیری (از پایین به بالا)، یادگیری جمعی و سطوح مختلف دیگر در سطح ملی و محلی است. درحقیقت، حکمرانی پایداری که هم‌اکنون

مطرح است، حکمرانی مشارکت‌گرایانه است؛ در واقع، در حکمرانی پایدار به نقش بسیار کلیدی مردم و سازمان‌های مردم‌نهاد تأکید می‌شود (قائمی، ۱۳۹۵: ۱۳۴).

حال با توجه به اینکه اهمیت تغییر رفتار مصرفی آب به‌ویژه در بخش خانگی بیش‌ازپیش نمایان شده است، باید با ابزارهای کارآمد و مبتنی بر نقش آموزش و مشارکت مردم به دنبال نیل به این هدف بود. بازاریابی اجتماعی یکی از ابزارهای نوینی است که در جهت تغییر و کنترل رفتار جامعه از آن بهره برده می‌شود. در واقع، همان‌گونه که بازاریابی تجاری در جهت فروش محصولات به افراد جامعه تلاش می‌کند، بازاریابی اجتماعی نیز در جهت تشویق افراد به استفاده از رفتار جدید تلاش می‌کند. مسئله بحران آب نیز پدیده غیرتجاری و اجتماعی به حساب می‌آید که تغییر رفتار شهروندان در جهت کاهش مصرف را انتظار دارد و این موضوع می‌تواند با بازاریابی اجتماعی مورد تحلیل قرار گیرد. براین اساس، هدف این پژوهش بهبود حکمرانی آب با استفاده از نقش بازاریابی اجتماعی در مشارکت عمومی و تغییر رفتار مصرفی آب است. به همین جهت، روش تحقیق مقاله توصیفی - تحلیلی بوده و از منابع اسنادی و کتابخانه‌ای استفاده شده است. در ادامه پس از بیان مفهوم حکمرانی آب و اهمیت تغییر رفتار مصرفی آب، به معرفی مفهوم بازاریابی اجتماعی و ارائه راهکارهای بهبود حکمرانی آب در بخش رفتار مصرف‌کننده پرداخته می‌شود.

## ۱. مبانی نظری

### ۱-۱. مفهوم حکمرانی

گرچه اصطلاح حکمرانی<sup>۱</sup> در مباحث مدیریت توسعه جدید بوده و سابقه آن به اوایل دهه ۱۹۸۰ میلادی باز می‌گردد، اما مفهوم حکمرانی، دارای سابقه تاریخی است و قدمتی به اندازه تمدن‌های بشری دارد. این اصطلاح از واژه یونانی *Kybernetes* و *Kybernan* گرفته شده است و معنی آن هدایت کردن و راهنمایی کردن و یا چیزها را در کنار هم نگه داشتن است (اکبری، ۱۳۸۶: ۴۸). سازمان ملل متحد، حکمرانی را این‌گونه تعریف می‌کند:

«حکمرانی، مجموعه‌ای از اقدام‌های فردی و نهادی، عمومی و خصوصی برای برنامه‌ریزی و اداره مشترک امور و فرایند مستمری از ایجاد تفاهم میان منافع متفاوت و متضاد است که در قالب اقدام‌های مشارکتی و سازگار حرکت می‌کند و شامل نهادهای رسمی و ترتیبات غیررسمی و سرمایه اجتماعی شهروندان است» (UN, 1996: 1).

درواقع، از یک سو باید گفت حکمرانی، موضوعی است مربوط به نحوه تعامل دولت‌ها و سایر سازمان‌های اجتماعی با یکدیگر، نحوه ارتباط اینها با شهروندان و نحوه اتخاذ تصمیم‌ها در جهانی پیچیده (بیزدانی زازرانی، ۱۳۹۱: ۱۱۶)؛ و از سوی دیگر حکمرانی، فرایندی است که با آن، جوامع یا سازمان‌ها تصمیم‌های مهم خود را اتخاذ کرده و مشخص می‌سازند چه کسانی در این فرایند مشارکت کنند و چگونه وظیفه خود را به انجام رسانند (Ibid., 2007: 4). براین اساس، سیستم حکمرانی، چارچوبی است متکی بر فرایند؛ به این معنا که مجموعه‌ای است از توافقات، رویه‌ها، قراردادهای و سیاست‌ها که مشخص می‌کنند، قدرت در دست چه کسی باشد، تصمیم‌ها چگونه گرفته شوند و به وظایف چگونه جامه عمل پوشانده شود (Pierre and Peters, 2000: 48). به عبارت دیگر، حکمرانی، قدرت و فرایند تصمیم‌گیری را فراتر از دولت مورد نظر قرار داده است. در این رویکرد، جایگاه دولت و حکومت در جامعه متعادل شده و به نقش مشارکت بخش خصوصی و نهادهای مردمی در اجرای تصمیم‌ها توجه بیشتری شده است.

## ۲-۱. حکمرانی آب

ناکامی سیاست‌های گذشته مدیریت آب، موجب شده تا حرکتی اصلاحی برای بازنگری و آسیب‌شناسی رفتار گذشته و یافتن راه‌هایی برای افزایش کارایی مدیریت آب کشور آغاز شود. درک عوامل مؤثر بر مدیریت چرخه آب، موضوعی است که بسیار مورد توجه محافل بین‌المللی است. جمع‌بندی‌ها بر این توافق قرار گرفته که سیستم‌های اجتماعی و سازوکارهایی که بر چرخه آب تأثیر دارند، فراتر از مدیریت آب هستند و موضوع بحران آب باید در چارچوب نهادهای سیستم‌های اجتماعی مورد بررسی قرار گیرد که به این سیستم‌ها، «حکمرانی آب» اطلاق می‌شود. حکمرانی آب زیرمجموعه‌ای از نظام حکمرانی کل کشور

است (UN-Water, 2009) و حکمرانی موفق دارای شاخص‌های زیر است: سازگاری قوانین، پاسخگویی، مسئولیت‌پذیری سازمان‌ها و نهادها، کل‌نگری و به‌هم‌پیوستگی در تهیه برنامه‌ها، مشارکت مردم، شفافیت اطلاعات و تصمیم‌ها، آموزش و ظرفیت‌سازی، ملاحظات اخلاقی و تساوی افراد در برابر ارائه خدمات (UNDESA/UNDP/UNECE, 2003: 361).

در همین راستا، دستیابی به حکمرانی پایدار منابع آب با مشارکت و همکاری دولت، جامعه مدنی، سازمان‌ها و تشکل‌های مردم‌نهاد و به‌طور عام، مشارکت فراگیر همه اقشار و ذی‌نفعان آب امکان‌پذیر است (فهمی، ۱۳۹۴: ۱۳۵). در واقع، مدیریت آب «مردم‌محور» به‌عنوان شیوه مناسب‌تر برای مقابله با عدم قطعیت‌های موجود در بخش آب می‌تواند کمک شایانی در مدیریت عرضه و تقاضا داشته باشد (Browne, 2015) و بسیج اجتماعی به‌عنوان یکی از عوامل حکمرانی آب، نقش مهمی در حل چالش‌ها داشته است (Labajos and Alier, 2015). در واقع، اجرای شیوه‌های مدیریت آب در حکمرانی تطبیقی با مشارکت دولت و تشکل‌های اجتماعی به اتخاذ سیاست‌های انعطاف‌پذیرتری منجر شده است (Feldman and etal., 2015). علم و دانش در صورتی می‌تواند به تغییر رفتار محیط زیستی منجر شود که احساسات محیط زیستی تک‌تک افراد جامعه تحریک شود (Carmi, Arnon and Orion, 2015) و مدیریت ناهماهنگ و یکجانبه به مدیریت هماهنگ و مشارکتی آب تبدیل شود. به همین دلیل، امروزه اصلاح «حکمرانی آب» بحثی جدی و مطرح در عرصه مدیریت آب شده است. یکی از ارکان حکمرانی آب، اثرگذاری بر رفتار و نگرش مصرف‌کنندگان آب، یعنی شهروندان است که با آموزش عمومی و مشارکت فعال به‌دست می‌آید.

## ۲. اهمیت تغییر رفتار مصرفی آب در ایران

ایران به دلیل خشکسالی‌های پیاپی، کاهش نزولات آسمانی، محدود شدن ظرفیت منابع آبی، افزایش جمعیت و مصرف نادرست آب با توجه به رفتار اشتباه مصرفی، با چالش‌های متعددی در تأمین و توزیع آب مواجه شده است. در حالی که متوسط بارش جهانی در ۳۰ سال اخیر ۸۵۰ میلی‌متر بوده است، متوسط بارش در ایران در حدود ۲۵۰ میلی‌متر اندازه‌گیری شده است که کمتر از یک سوم آمار جهانی است و پیش‌بینی می‌شود تا سال ۱۴۰۰ شمسی

سرانه منابع آب تجدیدشونده، سالیانه به حدود ۸۰۰ متر مکعب کاهش یابد که پایین‌تر از مرز کم‌آبی (۱۰۰۰ متر مکعب) خواهد بود. یکی از دلایل اصلی به وجود آمدن این بحران، رفتار مصرفی آب است که طبق بررسی آمارهای رسمی، متوسط مصرف سرانه خانگی آب در ایران معادل ۷۵ تا ۱۵۰ لیتر در شبانه روز برآورد شده است (Babaei and Aligani, 2013). به عبارتی هر ایرانی دو برابر میانگین مصرف جهانی، آب مصرف می‌کند و با وجود اهمیت صرفه‌جویی و ضرورت مدیریت منابع آبی در همه قسمت‌ها خصوصاً مصارف خانگی، هنوز برنامه‌ریزی دقیق و عمیقی در مورد کاهش مصرف آب در بخش خانگی کشور انجام نشده است (Fallahi, Ansari and Moghaddas, 2011). بنابراین اصلاح رفتار مصرف آب خانگی می‌تواند موجب کاهش فشار بر عرضه آب شود، اما این امر به شناخت رفتار مصرف‌کننده آب و عوامل مؤثر بر آن نیازمند است.

در وضعیت کنونی با توجه به مسائلی همچون افزایش تعداد مصرف‌کنندگان، گرایش به شهرنشینی و تغییر سبک زندگی مردم، تمایل به استفاده حداکثری از منابع و لزوم دسترسی سریع‌تر به نیازهای مصرفی به جهت محدودیت‌های زمانی، خطر اتلاف و کاهش منابع انرژی به ویژه آب و نیز دغدغه اصلاح و بهینه‌سازی الگوی مصرفی افراد جامعه به وجود آمده است. از این رو، یکی از مباحث مهم مرتبط با منابع آبی، موضوع الگوی مصرف آن است. «مصرف» به معنای بهره‌برداری و استفاده از امکانات موجود به قصد پاسخ دادن به نیازهاست و «الگو» به معنای استاندارد و هنجار تعریف شده بر اساس معیارها و شاخص‌هاست (خزاعی، ۱۳۸۸: ۱۹). در همین خصوص، رفتار مصرفی آب از عواملی نظیر دانش زیست‌محیطی، آگاهی در مورد مصرف آب، نگرش نسبت به مصرف آب، میزان دینداری، محدودیت‌های درآمدی و شرایط اجتماعی افراد تأثیر می‌پذیرد (اسدالله‌زاده موسوی، ۱۳۹۰: ۱۲۲).

بنابراین تغییر رفتار مصرفی افراد، کاری مشکل و زمان‌بر است اما مهم‌ترین راهبردی برای کاهش مصرف آب خانگی است. برای رسیدن به رفتار صحیح مصرفی، باید دانست چنانچه اطلاعات و آموزش‌های کافی به افراد جامعه داده شود آنها می‌توانند خود بر مبنای نگرش جدید، تصمیم درست و صحیح را اتخاذ کنند و نتیجه نهایی این فرایند تغییر رفتار مردم خواهد بود، یعنی افراد باید عادات روزمره خود را در زمینه مصرف آب تغییر دهند تا



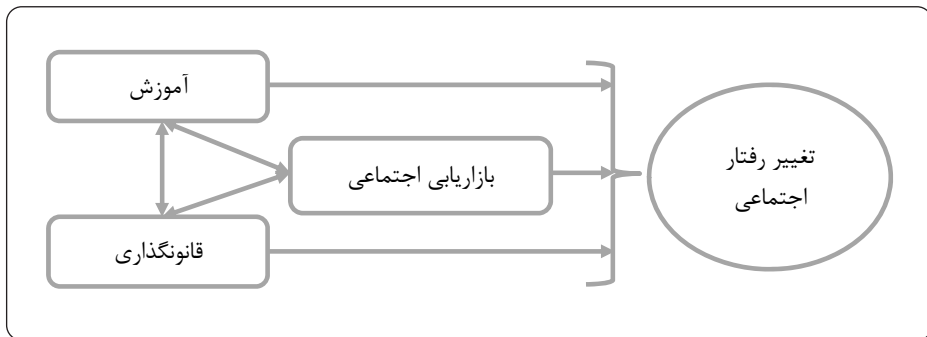
حکمرانی پایدار آب در بخش مصرفی به دست آید. برای تحقق اهداف حکمرانی پایدار آب، می‌توان به نقش اساسی آموزش و مشارکت فعال اشاره کرد. آموزش از طریق رشد و پرورش ظرفیت‌های افراد و گروه‌ها و مشارکت به منظور تصمیم‌گیری و عمل آگاهانه و مسئولانه در زندگی اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی، به پاسخگویی مناسب و مطلوب افراد کمک می‌کند. هرچه سطح دانش و اطلاعات فردی بالاتر باشد، در چگونگی حل مسائل محیط زیستی به‌کار خواهد آمد و کمبود یا فقدان آن در حکم سدی اساسی برای بروز رفتارهای مثبت محیط زیستی خواهد بود (قائمی، ۱۳۹۵: ۱۳۵) که در این زمینه، بازاریابی اجتماعی به‌عنوان ابزار کاربردی تغییر رفتار، با تقویت آموزش عمومی و مشارکت فعال شهروندان مورد استفاده سیاستگذاران قرار می‌گیرد.

### ۳. بازاریابی اجتماعی

بازاریابی<sup>۱</sup> نوعی فرایند اجتماعی و مدیریتی است که افراد و گروه‌ها می‌توانند از طریق تولید، ایجاد و مبادله محصولات و ارزش‌ها با دیگران، نیازها و خواسته‌های خود را برآورده سازند (کاتلر و آرمسترانگ، ۱۳۸۹: ۱۷). بازاریابی اجتماعی حوزه و قلمرو علم جدیدی است که می‌کوشد با استفاده از فنون بازاریابی تجاری، اهداف و مقاصد اجتماعی و دینی را تحقق بخشد. رسالت اصلی بازاریابی اجتماعی، تأثیرگذاری بر رفتارهای اجتماعی و انسانی جامعه است (محمدی، ۱۳۹۵: ۲۶). تأکید بازاریابی اجتماعی تنها ارضای نیازها و خواسته‌های افراد اجتماع از طریق فرایند مبادله و دادوستد نیست؛ بلکه هدف و مقصد والاتری دارد و آن تأثیرگذاری بر اعمال و رفتار افراد در جامعه است (خورشیدی و مقدمی، ۱۳۸۲: ۱۴۲-۱۴۱). بازاریابی اجتماعی همانند هر وسیله و ابزار دیگری برای حل همه مشکلات جامعه توصیه نمی‌شود بلکه صرفاً برای مسائلی که هدف آن تغییر رفتار افراد جامعه است کاربرد دارد (Weinreich, 2013: 14). رویکرد بازاریابی اجتماعی، فرایندی است که اصول و فنون بازاریابی تجاری را برای ایجاد، انتقال و بیان ارزش‌ها به منظور تأثیرگذاری بر کنش‌ها و رفتارهای مخاطب هدف به‌کار می‌برد که به نفع

جامعه و نیز مخاطب هدف است. فیلیپ کاتلر<sup>۱</sup> و جرالذ زالتمن<sup>۲</sup> برای اولین بار با ترکیب مفاهیم مربوط به تغییرات اجتماعی و فنون بازاریابی تجاری، ایده بازاریابی اجتماعی را پایه‌گذاری و بنا کردند (حاتمی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۳: ۸۲). همان‌طور که گفته شد، مؤلفه «تغییر رفتار» به‌عنوان رکن اصلی تعریف بازاریابی اجتماعی بیان شده و تمایل سازمان‌ها و دولت‌ها برای ایجاد تغییرات رفتاری مثبت، آنها را متوجه بازاریابی اجتماعی کرده است. درحقیقت، برای تأثیرگذاری بر مردم، علاوه بر بازاریابی اجتماعی دو شیوه آموزش و قانونگذاری نیز وجود دارند که هر دو این روش‌ها خوب و لازم است اما کافی نیست. درواقع، نمی‌توان همه تغییرات رفتاری را با این دو شیوه انجام داد. به‌عنوان مثال آیا می‌توان برای همه نوع رفتاری از این شیوه‌ها استفاده کرد؟ آیا اگر قرار است مطالبه‌ای در جامعه ایجاد شود، تنها روش‌های آموزش و قانونگذاری کافی خواهند بود؟ مسلماً خیر. پس باید از برنامه‌های بازاریابی اجتماعی در قالب آمیخته بازاریابی اجتماعی استفاده شود زیرا مکمل دو روش فوق است (محسنی، ۱۳۹۶: ۳۲). در شکل ۱ جایگاه بازاریابی اجتماعی به‌عنوان ابزار تغییر رفتار نمایش داده شده است.

شکل ۱. جایگاه بازاریابی اجتماعی



مأخذ: محسنی، ۱۳۹۶.

1. Philip Kotler  
2. Gerald Zaltman

### ۳-۱. آمیخته بازاریابی اجتماعی

آمیخته بازاریابی اجتماعی<sup>۱</sup>، مجموعه‌ای از ابزارهای قابل کنترل است که با مدیریت یکپارچه و منسجم آنها می‌توان باورها و رفتارهای مخاطبان هدف را اصلاح کرد تا رفتارهای مطلوب در جامعه نهادینه شود. در واقع، آمیخته بازاریابی اجتماعی به بازاریابان اجتماعی کمک می‌کند تا بتوانند ایده و رفتار مطلوب اجتماعی مدنظر خود را در بین مخاطبان ترویج کنند (محسنی، ۱۳۹۶: ۴۹). مدل آمیخته بازاریابی اجتماعی، مبنایی برای طراحی هر برنامه در بازاریابی اجتماعی است و تلاش بازاریابی اجتماعی، تأثیرگذاری روی عقاید (باورها) و رفتار جامعه است تا نگرش و رفتار مردم را به سمت وسویی خاص هدایت کند و در این راه از اصول بازاریابی تجاری استفاده می‌کند (محمدی، ۱۳۹۵: ۲۷). به‌طور کلی بازاریابی اجتماعی به دنبال دستیابی به یکی از چهار هدف زیر در مخاطبان است: پذیرش رفتار جدید، رد کردن رفتار بالقوه نامطلوب، تعدیل رفتار فعلی یا ترک رفتار نامطلوب (حاتمی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۳: ۸۸). در این زمینه، بازاریابی اجتماعی از بازاریابی سنتی و تجاری کمک گرفته و از آمیخته‌های بازاریابی استفاده می‌کند که عبارتند از: محصول، قیمت، مکان (توزیع) و ترویج. این چهار فاکتور در بازاریابی تجاری به P4 معروف هستند و در بازاریابی اجتماعی نیز کاربرد دارند. به‌علاوه این، چهار عامل عموم مردم<sup>۲</sup>، شرکا<sup>۳</sup> (همکاران)، سیاست‌ها و خط‌مشی‌ها<sup>۴</sup> و بودجه (منابع مالی)<sup>۵</sup> هم که مختص بازاریابی اجتماعی است به آنها اضافه می‌شوند (Weinreich, 2013: 25). اجزای این آمیخته و همچنین تعاریف هر کدام از آنها با آمیخته بازاریابی تجاری متفاوت است که در شکل ۲ آمده است.

---

1. Social Marketing Mix

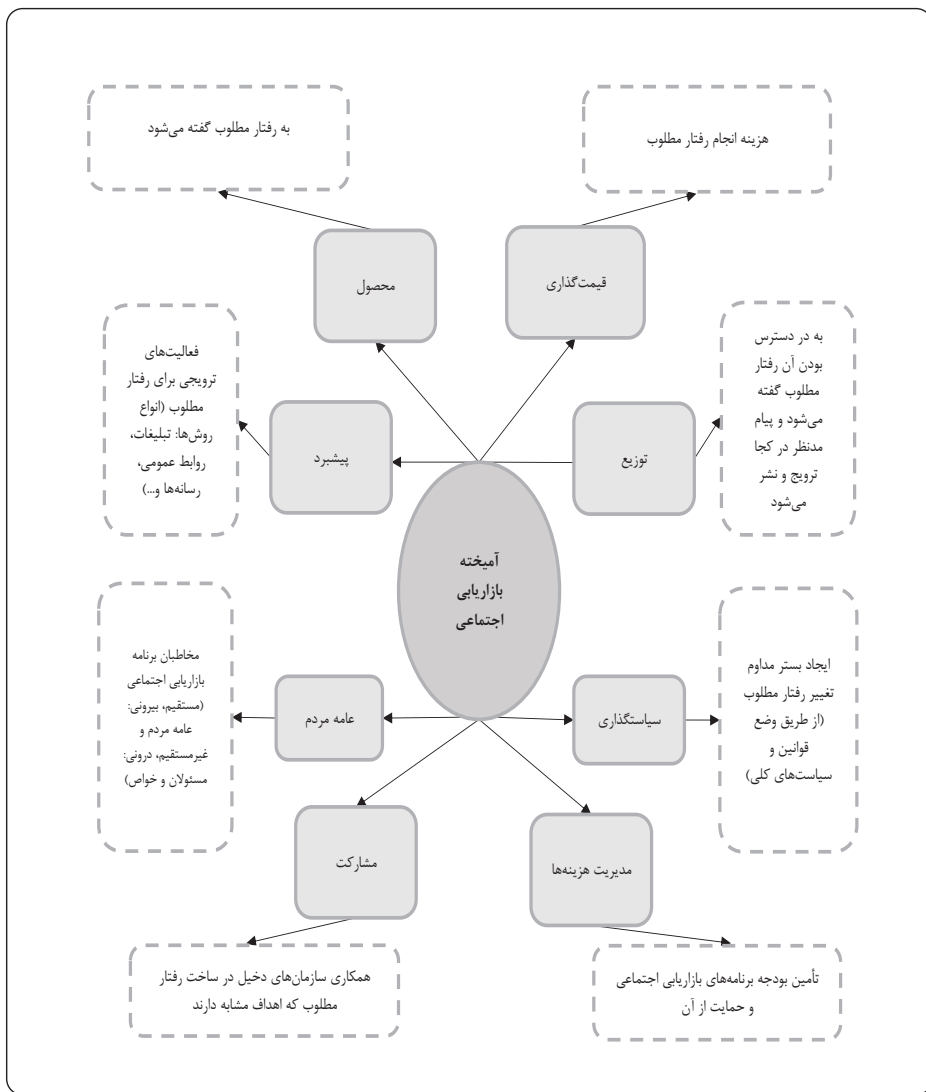
2. Publics

3. Partnership

4. Policy

5. Purse Strings

شکل ۲. آمیخته بازاریابی اجتماعی



Source: Weinreich, 2013.

در ادامه هرکدام از این آمیخته های بازاریابی اجتماعی به صورت اجمالی بررسی

می شوند.

### ۳-۱-۱. محصول

محصول در بازاریابی اجتماعی رفتاری است که قصد سازگار کردن مخاطبان هدف خود با آن وجود دارد. این محصول می‌تواند از هر نوعی مانند محصول فیزیکی (مثال: حسگرهای دود)، یک خدمت (مثال: آزمایش‌های پزشکی)، یک تمرین (مثال: رژیم غذایی سالم) و یا یک رفتار (مثال: رفتار مصرفی آب) باشد. محصول باید به‌گونه‌ای طراحی شود که با بهترین ویژگی‌هایش برای مشتری نمایش داده شود، یعنی متفاوت و بهتر بودنش در رقابت با دیگر محصولات برای مصرف‌کننده قابل تشخیص باشد و آن را با منفعت‌هایش بشناسد تا محصول برای او جذاب جلوه کند. جایگاه‌یابی محصول به این معناست که منافعی از محصول که مرتبط با مزیت رقابتی شما نیز باشد را به نمایش گذارید (Sheau-Ting, Abdul Hakim and Weng-Wai, 2013: 198).

### ۳-۱-۲. قیمت‌گذاری و هزینه

هزینه، آن چیزی است که مخاطب برای منطبق شدن با رفتار مطلوب باید بپردازد. این هزینه صرفاً از جنس پول نیست بلکه ممکن است هزینه‌هایی مثل انرژی، زمان یا هزینه‌های روحی و عاطفی باشد. وقتی این هزینه‌ها در تحقیقات مشخص شود، کار بازاریاب اجتماعی این است که به‌گونه‌ای برنامه بازاریابی اجتماعی را طراحی کند تا این هزینه‌ها به حداقل مقدار خود برسد. طبیعی است اگر هزینه این موضوع از منافعی برای مخاطبان بیشتر باشد، رفتار مطلوب نمی‌تواند برای مخاطبان جذاب باشد (Gordon, 2012: 123).

### ۳-۱-۳. توزیع و دسترسی

در بازاریابی تجاری، زمانی که از آمیخته مکان صحبت می‌شود، به سیستم و کانال‌های توزیع اشاره دارد که مشتری چگونه و از چه راهی می‌تواند کالا را تأمین و استفاده کند. در بازاریابی اجتماعی بحث متفاوت بوده و از کالای فیزیکی خبری نیست. تغییری که در این موضوع اتفاق می‌افتد به این صورت است که در بازاریابی اجتماعی توزیع به معنای این است که رفتار مطلوب چگونه در دسترس مخاطبان هدف ما قرار گیرد؟ این نکته کمک می‌کند تا بازاریاب‌های اجتماعی بدانند باید کجا پیام و محتوای اصلی برنامه بازاریابی اجتماعی را به مخاطبان خود عرضه کنند (Sheau-Ting, Abdul Hakim and Weng-Wai, 2013: 199).

#### ۴-۱-۳. ترویج

به دلیل قابلیت دیده شدنی که در ترویج است، مردم درحقیقت از پنجره آن با بازاریابی اجتماعی آشنا می‌شوند. اگرچه ترویج یکی از متغیرهای بازاریابی اجتماعی است ولی یکی از مهم‌ترین آنهاست. در فعالیتهای ترویجی، بازاریاب اجتماعی با این موضوع درگیر است که چگونه محصول خود (رفتار) را به مخاطبان هدف بشناساند. روش‌های بسیار مختلفی می‌توان برای ترویج استفاده کرد که به تعدادی از آنها در جدول ذیل اشاره می‌شود.

جدول ۱. ابزارهای ترویج (پیشبرد) در بازاریابی اجتماعی

تبلیغات	تلویزیونی و رادیویی، پوستر، بلبورد و ...
روابط عمومی	تهیه گزارش‌های خبری و روابط عمومی، نمایش از طریق گفتگو، معرفی کردن از طریق نامه به دیگران و ...
رسانه‌های اجتماعی	تلگرام، اینستاگرام، وبلاگ، گوگل پلاس و ...
حمایت رسانه‌ای	طراحی رسانه‌ای برای تشویق تغییر سیاست و خط مشی
گفتگوی چهره‌به‌چهره	مشاوره فردبه‌فرد، آموزش مستقیم افراد و ...
اتفاقات ویژه	نمایشگاه‌ها، همایش‌ها و ...
سرگرمی	نمایش‌های تلویزیونی، موسیقی و ...

Source: Weinreich, 2013.

#### ۵-۱-۳. عموم مردم

مخاطبان برنامه بازاریابی اجتماعی طیف‌های متعددی هستند و برنامه باید به صورتی باشد که آنها را پوشش دهد. این متغیر به دو دسته مخاطب عام درونی و مخاطب عام بیرونی تقسیم می‌شود. مخاطبان بیرونی آنهایی هستند که قرار است گرایش‌ها و رفتارهایشان به صورت مستقیم تحت تأثیر برنامه بازاریابی اجتماعی قرار گیرد و تغییر کند. همچنین کسانی که تأثیر مستقیم بر تصمیم‌های دسته اول دارند و نقش اساسی در زندگی او بازی می‌کنند. به‌عنوان مثال در این دسته می‌توان به دوستان، اعضای خانواده، معلمان، پزشکان و کاربران فضای مجازی اشاره کرد. گروه دیگری از مخاطبان عام بیرونی، سیاستگذاران هستند (محسنی، ۱۳۹۶: ۵۲).

اهمیت این گروه از این لحاظ است که محیطی که قرار است این تأثیر در آن واقع شود آنها ایجاد می‌کنند؛ پس باید به صورت کامل با برنامه هماهنگ باشند. در کنار طیف مختلف مخاطبان بیرونی، برای اینکه بتوان برنامه بازاریابی اجتماعی موفق داشته باشد باید از همان ابتدا مخاطبان درونی (یعنی مجریان برنامه بازاریابی اجتماعی) را هم توجیه کرد (Ibid.: 195).

### ۶-۱-۳. مشارکت

مسائل اجتماعی به اندازه‌ای پیچیده‌اند که یک سازمان یا نهاد، هیچگاه نمی‌تواند به تنهایی کاری کند که تأثیر عمیقی در جامعه داشته باشد. به همین سبب، برای انجام کاری قابل توجه در این زمینه‌ها، حتماً با گروه‌های دیگر اجتماعی و همسوتیم‌سازی (کمپین) صورت پذیرد. این کار باعث گسترده شدن منابع کمپین و دسترسی به تک‌تک مخاطبان می‌شود (Henley, Raffin and Caemmerer, 2013: 702). برای مثال در کمپین راهنمایی و رانندگی نیروی انتظامی در موضوع همپازان پلیس، نیروی انتظامی حتماً نیاز به این داشت که با وزارت آموزش و پرورش هماهنگی و همکاری داشته باشد چون بستر اصلی این کمپین و تیم‌سازی در مدارس بود.

### ۷-۱-۳. سیاستگذاری

در متون متداول «برنامه‌ریزی بخش آب کشور» در دو دهه اخیر می‌توان برداشت کرد که غفلت از مواردی چون مدیریت تقاضا، ارزش ذاتی آب، جامع‌نگری در مطالعات، یکپارچگی در تخصیص و نیز مشارکت مردم از عوامل اصلی بروز بحران شناخته شده‌اند. نگاهی به گذشته، نشان می‌دهد فقدان اراده در سیاستگذاری و عزم جدی در نهادهای قانونگذاری و اجرایی، تأثیر تعیین‌کننده‌ای در عدم تحقق اهداف برنامه‌های حکمرانی آب داشته است. برنامه بازاریابی اجتماعی قادر است در انگیزه افراد به صورت فرد فرد تأثیرگذار باشد و باعث تغییر رفتار و نگرش آنها شود. ولی چیزی که از این تأثیر و تغییر مهم‌تر است بحث مداومت و بقای این تغییر است که باید از سیاستگذاری کمک گرفت. این سیاستگذاری است که می‌تواند باعث تغییر شرایط محیط شود (Weinreich, 2013: 125). برای مثال در موضوع بستن کمر بند ایمنی، نیروی انتظامی، برای مدتی دست به تبلیغات فراوان در مورد اهمیت

بستن کمربند ایمنی زد تا بتواند در مخاطبان تأثیر داشته باشد اما با استفاده از مشارکت صداوسیما در همه برنامه‌ها، این فرهنگ به صورت عملی و عینی تبلیغ شد و از همه مهم‌تر توانست قانونی را در مجلس به تصویب رسانده و جریمه نسبتاً سنگینی برای نبستن کمربند وضع کند که این موضوع باعث مداومت و پیوستگی این فرهنگ و رفتار اجتماعی شد.

#### ۸-۱-۳. مدیریت هزینه‌ها (منابع مالی)

یکی از تفاوت‌های بازاریابی تجاری و بازاریابی اجتماعی در بحث منابع مالی است. در بازاریابی تجاری، منابع مالی یا از اصل سرمایه تأمین می‌شود یا از فروش کالا. در هر صورت، هزینه بازاریابی، برعهده خود فعالیت تجاری است در صورتی که در بازاریابی اجتماعی این‌گونه نیست. هزینه‌های بازاریابی اجتماعی به صورت معمول از نهادهای حمایتی و خیریه، دولت یا به صورت هدایای مالی تأمین می‌شود (همان: ۵۳).

#### ۴. روش تحقیق

این مقاله از حیث هدف کلان و کاربردی است که با رویکرد کیفی و تحلیل مطالعات پیشین و با استفاده از منابع اسنادی مانند پایان‌نامه‌ها و مقالات حوزه حکمرانی آب و بازاریابی اجتماعی، ذیل هریک از ابعاد هشتگانه آمیخته بازاریابی اجتماعی، پیشنهادهایی ارائه کرده است. در این بخش، تلاش بر این است که با مطالعه و جمع‌آوری مضامین فراگیر پژوهش‌های پیشین و وضعیت کنونی حکمرانی آب کشور، راهکارهای تغییر رفتار مصرفی آب مبتنی بر آمیخته بازاریابی اجتماعی بررسی شود.

#### ۱-۴. گام اول: استخراج کدهای حاصل از مستندات

با توجه به کمبود منابع کافی در این زمینه، در این پژوهش به ۱۳ مدرک لاتین و فارسی در زمینه بازاریابی اجتماعی تغییر رفتار مصرفی آب مراجعه شده و براساس روش تحلیل مضمون، کدهای مرتبط با بازاریابی اجتماعی و تغییر رفتار مصرفی شناسایی شد. اطلاعات اولیه مرور نظام‌مند مستندات در جدول ۲ نشان داده شده است.



جدول ۲. جدول اطلاعات مرور نظام مند مستندات

ردیف	پژوهشگر	عنوان پژوهش	کدها (اطلاعات اولیه)	نوع پژوهش
۱	Athamneh, Merritt, and AlZiq (2014)	نقش برنامه بازاریابی اجتماعی در جهت تقویت حفاظت از آب با ترویج استفاده از سرویس های بهداشتی دوگانه	بهبود سرویس های بهداشتی و استفاده از توالت های کم مصرف در آب؛ کمپین استفاده از شیرآلات کم مصرف؛ جایزه و پاداش به مخاطبان کم مصرف؛ اعطای لیبل مشخص از مشترکان کم مصرف و پرمصرف؛ استفاده از کاتالوگ ها و بیلبوردها برای آموزش رفتار بهینه مصرفی؛ استفاده از رسانه های جمعی مثل رادیو و تلویزیون و روزنامه ها برای تبلیغ رفتار بهینه؛ تلاش برای ساخت یک رفتار بهینه در مصرف آب ساختمان ها؛ افزایش ارتباطات چهره به چهره برای تبلیغ رفتار صحیح مصرفی؛ ایجاد مشوق و انگیزه برای سرمایه گذاری در برنامه بازاریابی اجتماعی آب؛ وضع قوانین و مقررات کاهنده مصرف آب.	مقاله علمی
۲	Barrett and Wallace (2011)	بازاریابی اجتماعی حفاظت از آب؛ تأثیر خصوصی سازی و مقررات دولت در تأسیسات آب استرالیا	تأثیر خصوصی سازی در ذخیره منابع آبی و تسریع تغییر رفتار مصرفی؛ ایجاد تعادل در منافع و هزینه های تغییر رفتار؛ استفاده از دوش های آب کم مصرف؛ بهبود لوله های آب خانگی و نصب شیرآلات کم مصرف؛ استفاده از تکنولوژی برای کاهش مصرف آب؛ استفاده از دستگاه های رایگان مخزن، فروش قوطی های آب با تخفیف؛ تصویب قوانین حفاظت از آب مبتنی بر برنامه بازاریابی اجتماعی؛ خصوصی سازی بخش های حفاظت از آب با کارایی بیشتر؛ مدیریت تقاضای مصرف آب؛ مطالعه تطبیقی دیگر کشورها؛ کنترل بیشتر منابع انرژی و مصرف آب مردم.	مقاله علمی
۳	Felter (2013)	بررسی استراتژی های بازاریابی اجتماعی مبتنی بر جامعه برای افزایش شیوه های حفاظت از آب توسط صاحبان خانه با سیستم های آبیاری خودکار در فلوریدای مرکزی	آموزش رفتار صحیح مصرفی؛ ایجاد تعادل بین منافع و هزینه های تغییر رفتار مصرفی؛ تغییر نرخ های مصرفی آب؛ استفاده از نوآوری و ارتباطات با مردم برای تغییر رفتار مصرفی؛ هنجارهای صحیح رفتاری؛ استفاده از تایمر برای کاهش مصرف آب؛ ذخیره مالی؛ افزایش احساسات زیست محیطی؛ استفاده از پست کاردهای هشداردهنده؛ نقش دموگرافی مخاطبان در بازاریابی اجتماعی؛ تغییر در باورهای مصرف کنندگان؛ توجه به بافت مصرفی شهری و روستایی؛ پیام های تشویقی؛ مراقبت از گیاهان و نوع مصرف آب آنها؛ ارتباط گرفتن با همسایگان داخل ساختمان یا کوچه جهت ترغیب کم مصرفی؛ استفاده از ایمیل های خبری و خبرنامه ها؛ استفاده از شبکه های اجتماعی و فیسبوک؛ کمپین تلویزیونی؛ توسعه برنامه های غیررسمی آموزشی؛ ایجاد برنامه پایلوت برای بازاریابی اجتماعی.	پایان نامه

ردیف	پژوهشگر	عنوان پژوهش	کدها (اطلاعات اولیه)	نوع پژوهش
۴	Martinez, Green and DeWan (2013)	ایجاد توافقنامه‌های متقابل برای حفاظت از آب و تنوع زیستی از طریق یک کارزار بازاریابی اجتماعی در آبخیز کواندا، پرو	آگاهی بخشی نسبت به اهمیت آب؛ کمپین تبلیغ پیام‌های صرفه‌جویی؛ استفاده از بیلبورد، پوستر و تی شرت در جهت انتقال پیام؛ استفاده از رسانه‌های محلی و جمعی؛ استفاده از رادیو و تلویزیون؛ ارتباطات بین فردی؛ افزایش دانش و تغییر نگرش قبل از کمپین و بعد از کمپین؛ ترویج منافع تغییر رفتار مصرفی.	مقاله علمی
۵	Youngerman (2013)	بازاریابی اجتماعی، مکانیسم‌های مالی و نظارتی برای اتخاذ شیوه‌های حفاظت از آب و مدیریت آب توسط خانواده‌های تک نفره	تعادل بین منافع و هزینه‌ها؛ استفاده از قوانین و مقررات؛ تغییر قیمت‌گذاری و نرخ‌های مصرف آب؛ استفاده از ارتباطات در بازاریابی اجتماعی؛ توجه به نگرش‌ها، رفتارها و انگیزه‌های مخاطبان؛ استفاده از رسانه‌های دیجیتالی و شبکه‌های اجتماعی؛ تغییر هنجارهای موجود.	پایان نامه
۶	Warner and Schall (2015)	استفاده از اصول بازاریابی اجتماعی برای درک شیوه‌های حفاظت از آب با چشم‌انداز افزودن مخاطبان	برگزاری کارگاه‌های صرفه‌جویی در مصرف آب؛ رفتار مصرفی همچون یک محصول است که شامل نگرش‌ها، کنترل رفتار ادراک شده و هنجارهای ذهنی می‌شود؛ منافع و موانع تغییر رفتار؛ رابطه بین باورهای هنجاری و اهداف رفتار؛ هنجارها باعث پیش‌بینی رفتار در آینده می‌شود؛ استفاده از تکنولوژی برای صرفه‌جویی؛ تشویق دیگران به صرفه‌جویی؛ صرفه‌جویی در آب باعث ذخیره پول می‌شود؛ آگاهی بخشی؛ تمرین صرفه‌جویی؛ هزینه‌های بالای تغییر رفتار یکی از موانع تغییر است؛ بخش‌بندی مخاطبان؛ اطلاعیه‌ها، رسانه‌های جمعی، علائم و نشانه‌های تأکیدی بر هنجار.	مقاله علمی
۷	Rodríguez-Sánchez (2016)	بازاریابی اجتماعی (تجزیه و تحلیل موانع رفتار حفاظت از آب؛ پیامدهای مربوط به بازاریابی اجتماعی)	ایجاد انگیزه تغییر رفتار مصرفی؛ تقویت کمپین‌های آموزشی؛ مدیریت مصرف دوش آب؛ استفاده از فناوری برای مدیریت مصرف؛ تنظیم قوانین و مقررات برای نظارت بر مصرف؛ مدیریت احساسات، عادات و مقاومت در مقابل تغییر رفتار مصرفی؛ مشارکت افراد مختلف در امر تغییر رفتار مصرفی؛ استفاده از رسانه‌های انبوه؛ توجه به رفتارهای اجتماعی افراد برای بازاریابی اجتماعی و ایجاد یک نگرانی اجتماعی نسبت به اتلاف منبع آب.	پایان نامه

نوع پژوهش	کدها (اطلاعات اولیه)	عنوان پژوهش	پژوهشگر	ردیف
مقاله علمی	<p>ایجاد یک کمپین برای تغییر رفتار مصرفی؛ طبقه بندی اجرای کمپین با توجه به بافت و تنوع جامعه شامل: طبقه اجتماعی، سبک زندگی، ارزش ها و شخصیت افراد؛ توجه به نگرش ها و تفکر مذهبی جامعه؛ اعطای پاداش به مخاطبان کم مصرف و تعادل بین سود و زیان؛ متناسب سازی نرخ قبوض آب برای مخاطبان؛ توجه به فرهنگ و سنت و دین مخاطبان؛ تبلیغ آیات قرآن در مورد صرفه جویی و دوری از اسراف؛ آموزش رفتار بهینه مصرفی به مردم؛ در بخش بندی کمپین اولویت آموزش با والدین و جوانان خانواده ها و کودکان باشد؛ ایجاد یک لوگو و نشان برای کمپین؛ طراحی شعار و بنیاد برای کمپین؛ طراحی تبلیغات تلویزیونی و رادیویی؛ پخش کلیپ های آموزشی اصلاح الگوی مصرف به ویژه برای کودکان و نوجوانان که ناخواسته اتلاف آب زیادی دارند؛ طراحی تبلیغات بیلبوردی و درون شهر؛ استفاده از شبکه های اجتماعی و فضای مجازی برای تقویت کمپین؛ احداث غرفه های آموزش کمپین در مکان های شلوغ شهر؛ گرفتن اسپانسر برای راه اندازی کمپین تبلیغاتی؛ انتشار کاتالوگ ها و پوستره های رنگی و جذاب برای ترویج رفتار صحیح مصرفی؛ آزمایش پیام کمپین روی برخی از مصرف کنندگان و اصلاح ایرادها؛ مثلاً اجرای کمپین برای جوانانی که به فوتبال علاقه دارند در محل باشگاه؛ ترویج و توسعه پیام های اخلاقی؛ مشارکت مدارس در اجرای کمپین بازاریابی اجتماعی؛ گسترش تبلیغات به عرصه جهانی.</p>	<p>برنامه بازاریابی اجتماعی در میان مصریان در خصوص مسائل مربوط به حفاظت آب</p>	<p>El Mokadem and etal. (2019)</p>	<p>۸</p>
مقاله علمی	<p>هنجارهای اجتماعی؛ به حداقل رساندن لباسشویی، متوقف کردن نشت شیرهای آب، کاهش دوش و سرمایه گذاری در تجهیزات کم مصرف آب؛ کنترل رفتارهای مضر؛ باورهای قوی انفرادی؛ استفاده از گروه های قانون برای ترویج نگرش مثبت نسبت به تغییر رفتار مصرفی؛ ترویج منافع صرفه جویی در مصرف آب؛ توصیه های اخلاقی؛ پیام های تبلیغاتی؛ صورت حساب های مصرف آب؛ رسانه های ارتباطی؛ ایجاد انگیزه برای تغییر رفتار مصرفی؛ تغییر نگرش به وسیله رویدادهای زیست محیطی؛ کاهش قبوض آب برای مشترکان کم مصرف؛ استفاده از شرکت ها و سازمان های مردم نهاد؛ سیاست ها و قوانین با کمپین های داوطلبانه و مردمی دنبال شود؛ استفاده از بارانه و محدودیت هایی برای مشترکان مصرفی آب؛ استفاده از رسانه های محلی.</p>	<p>نقش و کاربرد بازاریابی اجتماعی در مدیریت مصرف آب</p>	<p>Lowe, Lynch and Lowe (2014)</p>	<p>۹</p>

ردیف	پژوهشگر	عنوان پژوهش	کدها (اطلاعات اولیه)	نوع پژوهش
۱۰	دهداری و دهداری (۱۳۹۶)	سازه‌های تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده و صرفه‌جویی در مصرف آب	صرفه‌جویی در مصرف آب؛ فرهنگ‌سازی از طریق رسانه‌های جمعی؛ افزایش مسئولیت‌پذیری جامعه؛ برگزاری کمپین رسانه‌ای؛ نقش مدرسه، خانواده و رسانه.	مقاله علمی
۱۱	تابش و همکاران (۱۳۹۶)	رتبه‌بندی راهبردهای مدیریت مصرف آب در شبکه‌های توزیع آب شهری با استفاده از روش تصمیم‌گیری چندشاخصه تحلیل سلسله‌مراتبی فازی (مطالعه موردی: شهر تهران)	مدیریت و کاهش آب به حساب نیامده؛ استفاده از لوازم و شیرآلات کاهنده مصرف؛ فرهنگ‌سازی مصرف‌کنندگان از طریق اجرای برنامه‌های آموزشی و تبلیغاتی؛ افزایش قیمت آب بها.	مقاله علمی
۱۲	ملک محمدی و مظفری (۱۳۹۷)	کاربرد بازاریابی اجتماعی در مدیریت بهینه مصرف آب	فرهنگ‌سازی مبتنی بر آموزش رفتار؛ اصلاح قوانین و سیاست‌های حوزه مصرف آب با تکیه بر ارائه الگوی رفتار صحیح؛ جریمه و ارائه تسهیلات آموزشی، سرمایه‌گذاری در بهبود نگرش و اطلاع‌رسانی نسبت به وخامت وضع موجود.	مقاله علمی
۱۳	اخروی و رعیت (۱۳۹۸)	شناسایی عوامل مؤثر بر جلب مشارکت مردم در مصرف بهینه آب با رویکرد بازاریابی اجتماعی و انتخاب بهترین سناریو	برنامه‌های تشویقی و تبلیغاتی برای مصرف‌کنندگان آب؛ اصلاح الگوی مصرف آب از طریق پخش آگهی، پوستر، بروشور و نصب تابلوی اعلانات در معبر عمومی؛ شعارنویسی روی اتوبوس‌های خط واحد، بهره‌گیری از اینترنت، رادیو و تلویزیون و تشویق مردم در خرید لوازم شیرآلات کم‌مصرف و استاندارد؛ نقش خانواده و مدرسه در آموزش رفتار صحیح مصرفی به کودکان و نوجوانان.	مقاله علمی

مأخذ: یافته‌های تحقیق.

## ۲-۴. گام دوم: طبقه‌بندی مضامین و کدهای جمع‌آوری شده

در گام بعدی، پس از یکپارچه‌سازی کدهای جمع‌آوری شده، طبقه‌بندی از مضامین به دست آمده ارائه می‌شود که مبنای راهکارهای مبتنی بر آمیخته بازاریابی اجتماعی خواهد بود. در جدول ۳ به شناسایی مضامین فراگیر پرداخته می‌شود.

جدول ۳. طبقه‌بندی مضامین و کدهای جمع‌آوری شده

ردیف	مضمون فراگیر	کد
۱	فناوری کم مصرف	بهبود سرویس‌های بهداشتی و استفاده از توالت‌های کم مصرف در آب؛ کمپین استفاده از شیرآلات کم مصرف؛ استفاده از دوش‌های آب کم مصرف؛ بهبود لوله‌های آب خانگی و نصب شیرآلات کم مصرف؛ استفاده از تکنولوژی برای کاهش مصرف آب؛ استفاده از دستگاه‌های رایگان مخزن، استفاده از تایمر برای کاهش مصرف آب؛ استفاده از تکنولوژی برای صرفه‌جویی؛ مدیریت مصرف دوش آب؛ استفاده از فناوری برای مدیریت مصرف؛ متوقف کردن شیرهای نشت، کاهش دوش و سرمایه‌گذاری در تجهیزات کم مصرف آب؛ استفاده از لوازم و شیرآلات کاهنده مصرف، تشویق مردم در خرید لوازم شیرآلات کم مصرف و استاندارد.
۲	جریمه و پاداش	جایزه و پاداش به مخاطبان کم مصرف؛ اعطای لیبل مشخص از مشترکان کم مصرف و پرمصرف؛ ایجاد تعادل بین منافع و هزینه‌های تغییر رفتار مصرفی؛ تشویق دیگران به صرفه‌جویی؛ اعطای پاداش به مخاطبان کم مصرف و تعادل بین سود و زیان؛ کاهش قبوض آب برای مشترکان کم مصرف؛ افزایش آب بها، صورت حساب‌های مصرف آب؛ استفاده از بارانه و محدودیت‌هایی برای مشترکان مصرفی آب؛ متناسب‌سازی نرخ قبوض آب برای مخاطبان؛ تغییر قیمت‌گذاری و نرخ‌های مصرف آب؛ جریمه و ارائه تسهیلات آموزشی.
۳	اطلاع‌رسانی و تبلیغات	برنامه‌های تشویقی و تبلیغات برای مصرف‌کنندگان آب، اصلاح الگوی مصرف آب از طریق پخش آگهی، پوستر، بروشور، نصب تابلوی اعلانات در معبر عمومی، شعارنویسی روی اتوبوس‌های خط واحد، بهره‌گیری از اینترنت، رادیو و تلویزیون؛ فرهنگ‌سازی مصرف‌کنندگان از طریق اجرای برنامه‌های آموزشی و تبلیغاتی، فرهنگ‌سازی از طریق رسانه‌های جمعی، پیام‌های تبلیغاتی؛ رسانه‌های ارتباطی؛ گسترش تبلیغات به عرصه جهانی؛ ایجاد یک لوگو و نشان برای کمپین؛ طراحی شعار و بنیاد برای کمپین؛ طراحی تبلیغات تلویزیونی و رادیویی؛ پخش کلیپ‌های آموزشی اصلاح الگوی مصرف به ویژه برای کودکان و نوجوانان که ناخواسته اتلاف آب زیادی دارند؛ طراحی تبلیغات بیلبوردی و درون شهر؛ استفاده از شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی برای تقویت کمپین؛ احداث غرفه‌های آموزش کمپین در مکان‌های شلوغ شهر؛ انتشار کاتالوگ‌ها و پوسترهای رنگی و جذاب برای ترویج رفتار صحیح مصرفی؛ استفاده از رسانه‌های انبوه؛ اطلاعیه‌ها، رسانه‌های جمعی، علائم و نشانه‌های تأکیدی بر هنجار؛ تشویق دیگران به صرفه‌جویی؛ صرفه‌جویی در آب باعث ذخیره پول می‌شود؛ آگاهی بخشی؛ استفاده از ارتباطات در بازاریابی اجتماعی؛ استفاده از رسانه‌های دیجیتالی و شبکه‌های اجتماعی؛ آگاهی بخشی نسبت به اهمیت آب؛ کمپین تبلیغ پیام‌های صرفه‌جویی؛ استفاده از بیلبورد، پوستر و تی شرت در جهت انتقال پیام؛ استفاده از رسانه‌های محلی و جمعی؛ استفاده از رادیو و تلویزیون؛ ارتباطات بین فردی؛ افزایش دانش و تغییر نگرش قبل از کمپین و بعد از کمپین؛ ترویج منافع تغییر رفتار مصرفی؛ استفاده از نوآوری و ارتباطات با مردم برای تغییر رفتار مصرفی؛ هنجارهای صحیح رفتاری؛ استفاده از نوشته‌ها و نگاربرگ‌های هشداردهنده؛ پیام‌های تشویقی؛ استفاده از ایمیل‌های خبری و خبرنامه‌ها؛ استفاده از شبکه‌های اجتماعی و فیس‌بوک؛ کمپین تلویزیونی؛ استفاده از کاتالوگ‌ها و بیلبوردها برای آموزش رفتار بهینه مصرفی؛ استفاده از رسانه‌های جمعی مثل رادیو و تلویزیون و روزنامه‌ها برای تبلیغ رفتار بهینه.

ردیف	مضمون فراگیر	کد
۴	اصلاح قوانین و سیاستگذاری	اصلاح قوانین و سیاست‌های حوزه مصرف آب با تکیه بر ارائه الگوی رفتار صحیح، سیاست‌ها و قوانین با کمپین‌های داوطلبانه و مردمی دنبال شود؛ تنظیم قوانین و مقررات برای نظارت بر مصرف؛ تغییر هنجارهای موجود؛ تأثیر خصوصی‌سازی در ذخیره منابع آبی و تسریع تغییر رفتار مصرفی؛ تصویب قوانین حفاظت از آب مبتنی بر برنامه بازاریابی اجتماعی؛ خصوصی‌سازی بخش‌های حفاظت از آب با کارایی بیشتر؛ وضع قوانین و مقررات کاهنده مصرف آب.
۵	نقش خانواده و مدرسه	نقش خانواده و مدرسه در آموزش رفتار صحیح مصرفی به کودکان و نوجوانان؛ افزایش مسئولیت‌پذیری جامعه، برگزاری کمپین رسانه‌ای، نقش مدرسه، خانواده و رسانه، مشارکت مدارس در اجرای کمپین بازاریابی اجتماعی؛ آموزش رفتار بهینه مصرفی به مردم؛ در بخش‌بندی کمپین اولویت آموزش با والدین و جوانان خانواده‌ها و کودکان باشد.
۶	آموزه‌های دینی	طبقه اجتماعی، سبک زندگی، ارزش‌ها و شخصیت افراد؛ توجه به نگرش‌ها و تفکر مذهبی جامعه؛ توجه به فرهنگ و سنت و دین مخاطبان؛ تبلیغ آیات قرآن در مورد صرفه‌جویی و دوری از اسراف؛ ترویج و توسعه پیام‌های اخلاقی؛ علائم و نشانه‌های تأکیدی بر هنجار.
۷	سازمان‌های مردم‌نهاد	استفاده از شرکت‌ها و سازمان‌های مردم‌نهاد؛ سیاست‌ها و قوانین با کمپین‌های داوطلبانه و مردمی دنبال شود؛ استفاده از گروه‌های کانون برای ترویج نگرش مثبت نسبت به تغییر رفتار مصرفی؛ تقویت کمپین‌های آموزشی؛ احداث غرفه‌های آموزش کمپین در مکان‌های شلوغ شهر؛ گرفتن اسپانسر برای راه‌اندازی کمپین تبلیغاتی.

مأخذ: همان.

## ۵. تحلیل راهکارهای تغییر رفتار مصرفی آب در چارچوب آمیخته بازاریابی اجتماعی

بنابر آنچه که از مضامین فراگیر جمع‌آوری مطالعات گذشته به دست می‌آید، هفت مضمون اصلی برای بهبود حکمرانی آب مبتنی بر بازاریابی اجتماعی شناسایی شده است: فناوری کم مصرف، جریمه و پاداش، اطلاع‌رسانی و تبلیغات، اصلاح قوانین و سیاستگذاری، نقش خانواده و مدرسه، آموزه‌های دینی و سازمان‌های مردم‌نهاد. حال براساس این مضامین فراگیر، راهکارهایی در چارچوب آمیخته هشتگانه بازاریابی اجتماعی در جدول ۴ ارائه می‌شود.

جدول ۴. راهکارهای تغییر رفتار مصرفی آب با استفاده از آمیخته بازاریابی اجتماعی

ردیف	عناصر آمیخته بازاریابی اجتماعی	راهکارهای تغییر رفتار مصرفی آب مبتنی بر آمیخته بازاریابی اجتماعی
۱	محصول	<p>۱. برندینگ و ایجاد جذابیت برای فراگیر شدن این رفتار بین آحاد مردم با نمایش منافی که از تغییر رفتار مصرفی نصیب جامعه می‌شود.</p> <p>۲. جلوگیری از گسترش رفتارهای غلط مصرفی آب در جهت افزایش نفوذ (جایگاه‌یابی) رفتار صحیح مصرفی در جامعه،</p> <p>۳. تولید و ارائه محصولات لوازم خانگی با فناوری کم‌مصرف در زمینه مصرف آب همچون شیرآلات استاندارد.</p>
۲	توزیع و دسترسی	<p>۱. اختصاص فضای ویژه‌ای در محل‌های پررفت‌وآمد مثل بازارها برای کمپین‌های تبلیغاتی،</p> <p>۲. گنجاندن مباحث مهم مرتبط در کتب درسی مقاطع گوناگون تحصیلی و تألیف کتب تخصصی در دانشگاه‌ها برای اشاعه الگوی صحیح مصرف آب،</p> <p>۳. استفاده از تریبون نماز جمعه و اجتماعات مذهبی جهت تهییج احساسات مذهبی و دینی در مذمت اسراف و بهینه مصرف کردن آب،</p> <p>۴. استفاده از دوره‌ها و سمینارهای علمی و آموزشی در راستای ترویج الگوی مصرف بهینه،</p> <p>۵. توجه به نقش مدرسه و خانواده به منظور اصلاح الگوی مصرف آب.</p>
۳	قیمت‌گذاری و هزینه	<p>باید هزینه‌های تغییر رفتار مصرفی آب از قبیل (صرف زمان، کنار گذاشتن عادات مصرفی، هزینه‌های مالی، عاطفی و ...) را کاهش داد تا این فرایند با سرعت پیش رود. برای مثال: پرهیز از عادت به شستشوی مرتب اتومبیل یا محیط خانه‌ها و سازمان‌ها از جمله هزینه‌های تغییر رفتار مصرفی افراد است که راه‌های زیادی همچون قدردانی و اهدای هدیه به مخاطبان کم‌مصرف و افزایش تعرفه‌های مصرف آب می‌تواند در کنار گذاشتن این عادات مصرفی مؤثر باشد.</p>

راهکارهای تغییر رفتار مصرفی آب مبتنی بر هر آمیخته بازاریابی اجتماعی	آمیخته بازاریابی اجتماعی در تطابق رفتار مصرفی آب	عناصر آمیخته بازاریابی اجتماعی	ردیف
<p>۱. آگاه‌سازی عمومی و مشارکت مردم در برنامه‌ریزی و مدیریت آب با ایجاد کمپین‌های مختلف به منظور صرفه‌جویی در مصرف آب مثل (کمپین آب هست ولی کم است یا کمپین یک قطره آب و...)،</p> <p>۲. استفاده از رسانه‌های جمعی (شبکه‌های اجتماعی مجازی) در تغییر الگوی مصرف به‌ویژه با بهره‌بردن از جایگاه شخصیت‌های ذی نفوذ (سلبریتی‌ها) در ارسال پیام،</p> <p>۳. گسترش پیام‌های کوتاه و جذاب تلویزیونی، با استفاده از انیمیشن، شعر، سرودهای زیبا و علائم هشداردهنده،</p> <p>۴. کاهش تبلیغات تلویزیونی و جایگزینی برنامه‌های آموزشی مخصوص بحران آب به منظور آگاهی بخشی از رفتارهای نادرست مصرفی،</p> <p>۵. ترویج کم مصرف کردن آب و توسعه الگوی صحیح مصرف آب در قالب فیلم و سریال،</p> <p>۶. اعطای جایزه مصرف بهینه در پایان هر دوره از طریق قرعه‌کشی و اعلام از طریق رسانه‌ها و جراید به منظور فرهنگ‌سازی مصرف بهینه،</p> <p>۷. استفاده از کاتالوگ‌های آموزشی و هشدارهای تبلیغاتی جهت کاهش مصرف آب،</p> <p>۸. استفاده از آموزه‌های دین اسلام در خصوص اهمیت آب و لزوم صرفه‌جویی و جلوگیری از اسراف آن برای نهادینه کردن فرهنگ صرفه‌جویی.</p>	<p>ترویج رفتار صحیح مصرف آب</p>	<p>ترویج</p>	<p>۴</p>
<p>۱. تقویت عزم ملی و هماهنگی وزارتخانه‌ها خصوصاً وزارت جهاد کشاورزی، وزارت نیرو، سازمان حفاظت از محیط زیست، صدا و سیما، معاونت اجتماعی شهرداری‌ها و سازمان‌های مردم‌نهاد در راستای بهینه‌سازی مصرف آب،</p> <p>۲. تحول و جدیت در برگزاری جلسات شورای عالی آب و ایجاد کارگروه‌های تخصصی با مشارکت نخبگان و دانشجویان در راستای تمرکززدایی از حکمرانی آب.</p>	<p>مشارکت سازمان‌های همسو در تغییر رفتار مصرفی آب</p>	<p>مشارکت</p>	<p>۵</p>



راهکارهای تغییر رفتار مصرفی آب مبتنی بر هر آمیخته بازاریابی اجتماعی	آمیخته بازاریابی اجتماعی در تطابق رفتار مصرفی آب	عناصر آمیخته بازاریابی اجتماعی	ردیف
<p>۱. از آنجاکه در اذهان برخی از شهروندان هنوز آب به عنوان کالایی ارزان و سهل الوصول می باشد، اقدام های فرهنگی همچون بازدید از فرایندهای پیچیده، سخت و پرهزینه انتقال و توزیع آب به ویژه برای سطوح مختلف دانش آموزی و شبیه سازی دوران کمبود آب با برگزاری مانورهایی تحت عنوان مانور «کم آبی» مخصوصاً برای خانواده ها می تواند مؤثر باشد،</p> <p>۲. استفاده از آموزش های همگانی جهت بهبود سطح آگاهی عمومی مردم برای مصرف بهینه آب،</p> <p>۳. لزوم بستر سازی برای ایجاد تغییر و انجام گفتگو به صورت مستند با توجه به ویژگی های فرهنگی اقوام ایرانی در مناطق مختلف کشور،</p> <p>۴. تأکید و اعلام تغییر رفتار مصرفی آب توسط مسئولان در جهت ایجاد یک خواست عمومی برای تغییر رفتار مصرفی آب.</p>	<p>توجه به مسئولان و همه اقشار مردم در جهت تغییر رفتار مصرفی آب</p>	<p>عامه مردم</p>	<p>۶</p>
<p>۱. تدوین مفاهیم الگوی صحیح مصرف آب با تصویب و ابلاغ سیاست های کلی مصرف آب با همکاری بخش صنعت و دانشگاه،</p> <p>۲. تدوین آیین نامه اجرایی مدیریت مصرف آب،</p> <p>۳. تشکیل کمیسیون آب در مجلس شورای اسلامی در جهت افزایش تمرکز در قانون گذاری بخش آب،</p> <p>۴. اعمال سیاست های تنبیهی در اتلاف منابع از قبیل: افزایش نرخ ها و تعرفه های مصرف آب، فشار قانونی و افزایش جریمه ها برای مشترکان خاص مصرف،</p> <p>۵. تصویب قانون حمایت از برگزاری کمپین های اجتماعی و مردمی کاهش مصرف آب و استفاده از تجربه کشورهای موفق در این زمینه.</p>	<p>سیاست گذاری و تصویب قوانین مرتبط با رفتار مصرفی آب</p>	<p>سیاست گذاری</p>	<p>۷</p>
<p>۱. تعیین ردیف بودجه برای حمایت از برنامه های بازاریابی اجتماعی تغییر رفتار مصرفی آب در دولت و مجلس شورای اسلامی،</p> <p>۲. ایجاد انگیزه و فرصت برای حضور بخش خصوصی و سازمان های مردم نهاد در راستای تأمین هزینه ها و سرمایه گذاری در فرایند بازاریابی اجتماعی تغییر رفتار مصرفی آب.</p>	<p>ایجاد و تعیین بودجه برای تغییر رفتار مصرفی آب</p>	<p>مدیریت هزینه (منابع مالی)</p>	<p>۸</p>

## ۶. جمع بندی و نتیجه گیری

آب یکی از منابع محدود و اساسی در کشورهاست که جایگاه منحصر به فردی در رشد اقتصادی و اجتماعی افراد جامعه دارد و باعث حفظ زندگی روزمره می شود. این موضوع برای کشورهای درگیر کم آبی مانند ایران، از اهمیت بسیار بالایی در تأمین رفاه و بهزیستی جامعه برخوردار است و با توجه به اینکه یکی از حوزه های اساسی مصرف آب، مصرف آب خانگی است، مدیریت الگوی مصرف برای حفظ منابع آب امری ضروری به نظر می رسد. از جمله عوامل مدیریت رفتار، کنترل و سازمان دهی الگوی مصرف، آموزش عمومی و مشارکت فعال همه نهادهای مردمی است. پرواضح است فرهنگ سازی عمومی و ایجاد حساسیت در مردم نسبت به ارزش حیاتی آب، موجب پیدایش یک «سرمایه اجتماعی» قوی و فہیم برای مشارکت در بهبود حکمرانی پایدار کشور خواهد بود. برای رسیدن به چنین سطحی از مشارکت، به تجدیدنظر اساسی در رویکرد حاکم بر مدیریت آب کشور ذیل گفتمان «حکمرانی آب» و بازتعریف نقش ها، اختیارات و مسئولیت ها براساس مردم محور شدن مدیریت آب نیاز است. در واقع، یکی از مهم ترین وجوه حکمرانی، نحوه تعامل با مردم است. در نحوه تعامل با مردم باید دانسته شود که اولاً مردم مصرف کننده منابع آب محسوب می شوند؛ بنابراین آگاه کردن آنها در خصوص تأمین منابع آب و توجه به تأثیرات بهداشتی و محیط زیستی، کمبود منابع آب، برداشت بی رویه و سایر موارد، نقش مهمی در حکمرانی آب دارد. ثانیاً آموزش مردم و مسئولان در احیای مدیریت صحیح مصرف آب و حذف تصمیم گیری از بالا به پایین، نقش انکارناپذیری در حکمرانی پایدار دارد. به همین جهت، یکی دیگر از اصول مهم حکمرانی مبتنی بر پایداری، اصل مشارکت است که طبق این اصل همه افراد و گروه ها باید در تنظیم و اجرای تصمیم های مربوط به منابع محیطی درگیر شوند که این امر منطبق با اهداف آموزش به ویژه آموزش مسائل محیط زیستی است. ضرورت ها و دلایل بهبود حکمرانی به تغییر نگرش ها و رویکردها در سطح بالای مدیریت جامعه و سطوح مختلف ملی و محلی نیاز دارد. بنابراین لزوم اجتماعی شدن مسئله آب و بهره برداری از نقش شهروندان، از قبیل اطلاع رسانی و آموزش مردم به منظور درک حساسیت های کشور، استفاده از آموزه های دین اسلام در خصوص اهمیت آب و لزوم

صرفه‌جویی و جلوگیری از اسراف آن، استفاده از رسانه‌های جمعی در تغییر الگوی مصرف به‌ویژه با بهره‌بردن از جایگاه شخصیت‌های ذی نفوذ (سلبریتی‌ها)، مشارکت همه حوزه‌ها اعم از سازمان‌های دولتی و خصوصی و کمک رسانه‌های اجتماعی در راستای خروج از بحران، ضرورت گسترش کمپین‌های حمایت از صرفه‌جویی، تغییر و تحول در تعرفه‌های آب در راستای سیاست‌گذاری درست، توسعه تشکل‌های صنفی در خصوص آب و ... راهکارهای اساسی در جهت تغییر رفتار مصرفی آب براساس آمیخته بازاریابی اجتماعی است.

بازاریابی اجتماعی که شامل همه روش‌ها و ابزارهای مورد نیاز برای ارتقای آگاهی عمومی و تغییر رفتار مصرف‌کننده به‌منظور استفاده بهینه و صرفه‌جویی در مصرف آب و حمایت از طرح‌های مقابله با کم‌آبی اطلاق می‌شود، یکی از ابزارهای اساسی تغییر رفتار مصرفی مردم است. البته این روش‌ها با هدف ایجاد نگرش و هنجارهای مناسب رفتاری به‌کار گرفته می‌شود که پیش‌نیاز دیگر فعالیت‌های مدیریت مصرف آب است. امید است با ایجاد تغییر در الگوی مصرفی آب با استفاده از این راهکارها، تحولی مثبت در راستای بهبود حکمرانی آب به‌وجود آید.

## منابع و مآخذ

۱. اخروی، امیرحسین و مرتضی رعیت (۱۳۹۸). «شناسایی عوامل مؤثر بر جلب مشارکت مردم در مصرف بهینه آب با رویکرد بازاریابی اجتماعی و انتخاب بهترین سناریو»، فصلنامه مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره ۶، ش ۳.
۲. اسدالله‌زاده موسوی، میثم (۱۳۹۰). «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر الگوی مصرف آب در شهر بابل»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، بابلرس، دانشگاه مازندران.
۳. اکبری، غضنفر (۱۳۸۶). «سرمایه اجتماعی و حکمرانی شهری»، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، سال بیست‌ودوم، ش ۱.
۴. تابش، مسعود، احسان علی بریانی، سیدسجاد متولیان، عباس روزبهبانی و سهیلا بیگی (۱۳۹۶). «رتبه‌بندی راهبردهای مدیریت مصرف آب در شبکه‌های توزیع آب شهری با استفاده از روش تصمیم‌گیری چندشاخصه تحلیل سلسله‌مراتبی فازی (FAHP): مطالعه موردی، شهر تهران»، نشریه مهندسی عمران/میکر، دوره ۴۹، ش ۱.
۵. حاتمی‌نژاد، حسین، احمد پوراحمد، محمدباقر قالیباف، محمدتقی رهنمایی و سیدعلی حسینی (۱۳۹۳). «توسعه ابعاد شهرنشینی با رویکرد مکتب بازاریابی اجتماعی»، فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری، ش ۸.
۶. خزاعی، محمدعلی (۱۳۸۸). «واکاوی اندیشه اصلاح الگوی مصرف»، روزنامه رسالت، شماره ۶۷۵۹ بخش (فرهنگی).
۷. خورشیدی، غلامحسین و صابر مقدمی (۱۳۸۲). «تبیین مفهوم بازاریابی اجتماعی»، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، ش ۲۸.
۸. دهداری، طاهره و لاله دهداری (۱۳۹۶). «سازه‌های تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده و صرفه‌جویی در مصرف آب»، مجله آب و فاضلاب، دوره ۲۸، ش ۶، پیاپی ۱۱۲.
۹. زهرایی، بنفشه (۱۳۹۸). «مصاحبه مدیرکل دفتر مدیریت مصرف و ارتقای بهره‌وری آب و آبفای وزارت نیرو با خبرگزاری تسنیم». <https://tn.ai/2022300>
۱۰. فهمی، هدایت (۱۳۹۴). «حکمرانی پایدار منابع آب»، پایگاه خبری تحلیلی زیست بوم.
۱۱. قاسمی، ساسان و علی صمیمی (۱۳۹۳). «کمپین بازاریابی اجتماعی، راهی برای کاهش مصرف آب»، روزنامه دنیای اقتصاد، ش ۳۴۴۰، شماره خبر: ۸۶۶۴۱۲.
۱۲. قائمی، آلاله (۱۳۹۵). «تدوین الگوی آموزش محیط زیست برای تقویت حکمرانی پایدار منابع آب کشور

- با تأکید بر مشارکت‌های مردمی»، فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی - فرهنگی، دوره ۵، ش ۲.
۱۳. کاتلر، فیلیپ و گری آرمسترانگ (۱۳۸۹). *اصول بازاریابی*، ترجمه علی پارسائیان، جلد اول، تهران، ادبستان.
۱۴. محسنی، حسنعلی (۱۳۹۶). «شناسایی عوامل اثرگذار بر تغییر رفتار مصرف‌کنندگان نسبت به کالای ملی با رویکرد بازاریابی اجتماعی در راستای اقتصاد مقاومتی (مورد مطالعه: صنعت پوشاک مردانه ایران)»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشگاه امام صادق (ع).
۱۵. محمدی، سیدعلیرضا (۱۳۹۵). «امکان‌سنجی بازاریابی مفاهیم دینی با تأکید بر ترویج تفکر مهدویت در رسانه ملی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشگاه امام صادق (ع).
۱۶. ملک محمدی، مهرداد و محمد مهدی مظفری (۱۳۹۷). «کاربرد بازاریابی اجتماعی در مدیریت بهینه مصرف آب»، فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی، دوره دهم، ش ۴، پیاپی ۴۰.
۱۷. یزدانی زازرانی، محمدرضا (۱۳۹۱). «بررسی رابطه مفهومی و تأثیر حکمرانی بر سیاست‌گذاری عمومی»، فصلنامه پژوهش‌های روابط بین‌الملل، دوره ۱، ش ۴.

18. Athamneh, Bayan, Rowena Merritt and Nancy AlZiq (2014). "A Social Marketing Program to Enhance Water Conservation Through Promoting the Use of Dual Flush Toilets", Conference on Social Water Studies in the MENA Region: State of the Art and Perspectives, At: Madaba-Jordan.

19. Babaei, O. and B. Aligani (2013). "Spatial Analysis of Long Duration Droughts in Iran", *Physical Geography Research Quarterly*, 45(3). (In Persian)

20. Barrett, Greg and Margaret Wallace (2011). "An Institutional Economics Perspective: The Impact of Water Provider Privatisation on Water Conservation in England and Australia", *Water Resour Manage*, 25.

21. Browne, A.L. (2015). "Insights from the Everyday: Implications of Reframing the Governance of Water Supply and Demand From 'People' To 'Practic", *WIREs Water*, 2.

22. Carmi, N., S. Arnon and N. Orion (2015). "Transforming Environmental Knowledge into Behavior: The Mediating Role of Environmental Emotions", *The Journal of Environmental Education*, 46 (3).

23. El Mokadem, Dai Mohamed Sameh, Mai Ahmed Anwar Hussein, Mariam Mohamed Haggag and Menna-Tullah Amr (2019). "A Social Marketing Campaign Among Egyptians Concerning Water Conservation Issues Mcom471a", Modern Sciences and Arts University Faculty of Mass Communication Spring 2019 Mcom471a, Advertising and Public Relations Graduation Project II.
24. Fallahi, M.A., H. Ansari and S. Moghaddas (2011). "Evaluating Effective Factors on Household Water Consumption and Forecasting its Demand: Panel Data Approach", *Journal of Water Wastewater*, Vol. 23, No. 4 (84). (In Persian)
25. Feldman, D.L., A. Sengupta, L. Stuvick, E. Stein, V. Pettigrove and M. Arora (2015). "Governance Issues in Developing and Implementing Offsets for Water Management Benefits: Can Preliminary Evaluation Guide Implementation Effectiveness?", *WIREs Water*, 2.
26. Felter, Elizabeth A. (2013). "An Examination of Community Based Social Marketing Strategies to Increase Water Conservation Practices by Homeowners With Automated Irrigation Systems in Central Florida", A Dissertation Presented to the Graduate School of the University of Florida in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy University of Florida.
27. Gordon, Ross (2012). "Re-thinking and Re-tooling the Social Marketing Mix", *Australasian Marketing Journal*, 20.
28. Henley, Nadine, Sandrine Raffin and Barbara Caemmerer (2013). "The Application of Marketing Principles to a Social Marketing Campaign", *Marketing Intelligence and Planning*, 47 (9).
29. Labajos, R. and M. Alier (2015). "Political Ecology of Water Conflicts", *WIREs Water*, 2.
30. Lowe, Ben, David Lynch and Julian Lowe (2014). "The Role and Application of Social Marketing in Managing Water Consumption: A Case Study", *International Journal of*

*Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, Vol. 19 (1), Which Has Been Published in Final form at <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/nvsm.1484/abstract>.

31. Martinez, Rodrigo, Kevin M. Green and Amielle DeWan (2013). "Establishing Reciprocal Agreements for Water and Biodiversity Conservation Through a Social Marketing Campaign in Quanda Watershed, Peru", *Conservation Evidence*, 42.
32. Memariani, A. (2005). *Guide of Fuzzy Decision Making*, Mahab Qods Consulting Engineers, Tehran (In Persian).
33. Pierre, Jon and B. Guy Peters (2000). *Governance, Politics and State*, MacMillan Press LTD, London.
34. Rodríguez Sánchez, Carla (2016). "Analysing Barriers to Water Conservation Behaviour: Implications for Social Marketing", Submitted to the Department of Universidad Miguel Hernández De Elche, Departamento de Estudios Económicos y Financieros, Elche, Mayo de 2016.
35. Sheau-Ting, Low, Mohammed Abdul Hakim and Choong Weng-Wai (2013). "What is the Optimum Social Marketing Mix to Market Energy Conservation Behaviour: An Empirical Study", *Journal of Environmental Management* 131.
36. UN (1996). "Governance, Participation and Partnerships, Background Papers Prepared by the United Nations Department of Public Information for the United Nations Conference on Human Settlements", 3-14 June 1996, Istanbul. (Available at: <http://www.un.org/cyberschoolbus/habitat/background/bg5.asp>)
37. UN (2007). "Public Governance Indicators: A Literature Review, Department of Economic and Social Affairs", New York, available at: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/UN/UNPAN027075.pdf>
38. UNDESA/UNDP/UNECE (2003). "Governing Water Wisely for Sustainable Development".

39. UN-Water (2009). "Water in a Changing World, World Water Assessment Programme", The United Nations World Water Development, Report 3.
40. Warner, Laura A. and William L. Schall (2015). "Using Social Marketing Principles to Understand an Extension Audience's Landscape Water Conservation Practices", *Journal of Human Sciences and Extension*, Vol. 3, No. 1.
41. Weinreich, Nedra (2013). "Hands-on Social Marketing a Step-by-Step Guide to Designing Change for Good", SAGE Publications.
42. Youngerman, Zach (2013). "Social Marketing, Financial, and Regulatory Mechanisms for Adoption of Water Conservation and Stormwater Management Practices by Single-family Households", Submitted to the Department of Urban Studies and Planning in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master in City Planning at the Massachusetts Institute of Technology.



# ارزیابی سطح نوآوری کشورهای منتخب سند ۱۴۰۴ و تأثیر آن بر عملکرد شهرها در سطح جهانی

سعیده علوی\*، حسین نظم‌فر\*\* و محمد حسن زاده\*\*\*

نوع مقاله: پژوهشی	تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۹/۲۰	تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۱/۹	شماره صفحه: ۱۶۲-۱۲۹
-------------------	-------------------------	------------------------	---------------------

نوآوری برای رشد اقتصادی کشورهای در حال توسعه مانند ایران به طور فزاینده‌ای اهمیت دارد، زیرا به دنبال یافتن راه حل برای چالش‌های پیچیده، به دست آوردن مزایای رقابتی در صنایع و فناوری‌های کلیدی و ایجاد استانداردهای زندگی بهتر برای جامعه هستند. بنابراین پژوهش حاضر نیز با هدف ارزیابی سطح نوآوری کشورهای منتخب سند ۱۴۰۴ و تأثیر آن بر عملکرد شهرهای جهانی انجام شده است. داده‌های مورد استفاده در پژوهش از گزارش شاخص نوآوری جهانی و گزارش شهرهای جهانی (GCR) در سال ۲۰۱۷ استخراج شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر کشورهای امارات، ارمنستان، ایران، آذربایجان، بحرین، پاکستان، ترکیه، عربستان سعودی، عمان، قطر، کویت و پایتخت آنهاست. در این راستا با استفاده از مدل پرومته و تحلیل همبستگی پیرسون نتایج پژوهش نشان داد امارات و ترکیه بهترین عملکرد نوآوری را در میان دیگر کشورها دارند. همچنین وضعیت نوآوری ایران در مؤلفه‌های نهادی، سرمایه انسانی و پژوهش، زیرساخت، بازار، پیچیدگی کسب و کار، دانش و تکنولوژی و خروجی‌های خلاقانه در مقایسه با کشورهای منتخب به ترتیب در سطح خیلی پایین، متوسط، خیلی پایین، متوسط، پایین، متوسط و پایین قرار دارد. نتایج همبستگی بین رتبه کشورها با رتبه شهرها رابطه معنادار قوی با امتیاز ۰/۹۰۷ وجود دارد به طوری که استانبول و دبی پایتخت کشور ترکیه و امارات با رتبه ۲۶ و ۲۸ در میان دیگر شهرهای پایتخت مورد مطالعه از برترین شهرهای جهان هستند.

کلیدواژه‌ها: نوآوری؛ شهرهای جهانی؛ کشورهای منتخب سند ۱۴۰۴؛ ایران

---

\* دانشجوی جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه محقق اردبیلی؛  
Email: alavi.saide.1370@gmail.com

\*\* استاد دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه محقق اردبیلی (نویسنده مسئول)؛  
Email: nazmfar@uma.ac.ir

\*\*\* دانشیار دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه محقق اردبیلی؛  
Email: m.hassanzadeh@uma.ac.ir

## مقدمه

نوآوری با اهمیت یافتن نقش علم و فناوری در توسعه اقتصادی، به ویژه پس از جنگ جهانی دوم مورد تأکید قرار گرفت (Liu and etal., 2011). اغلب کشورهای توسعه یافته سال هاست که با هدف اطمینان از خلق ثروت در بلندمدت، نوآوری را در دستور کار قرار داده اند. این بدان معناست که علاوه بر معیارهای اقتصادی سنتی نظیر کارایی و سود سهام، نوآوری نیز معیاری کلیدی برای سیاست اقتصادی به شمار می رود. نوآوری به عنوان سازوکاری حیاتی، کارآفرینان رشد اقتصادی را تحریک می کند، عاملی برای عبور کشورها از بحران های اقتصادی است و داشتن اقتصادی قوی تر قلمداد می شود (Stam and Nooteboom, 2011). بنابراین امروزه با توجه به افزایش روزافزون نقش اقتصاد دانش بنیان در مسیر رشد و توسعه اقتصادی و همچنین با در نظر گرفتن فضای پیچیده و به شدت رقابتی حاکم بر بازارهای بین المللی، اهمیت نوآوری نزد سیاستگذاران بیشتر شده است؛ به گونه ای که همه کشورها در پی یافتن عوامل مؤثر بر نوآوری و بسترسازی برای بسط و توسعه آن هستند (شاه آبادی، صادقی و امیری، ۱۳۹۳؛ Gbadji, Luk Armel and Benoit, 2009). در واقع نوآوری، ارائه راهی نو برای حل مسئله، مشکل و پاسخ به نیازها با استفاده از فناوری جدید یا کاربردی نوین از فناوری قدیمی است (کشتکار و دهقان، ۱۳۹۷؛ Blake, 2007) که از اساس نتیجه تعامل میان بنگاه ها با یکدیگر در یک محدوده جغرافیایی به شمار می رود (Fitjar and Rodríguez-Pose, 2015). تجربه کشورهای مختلف نشان می دهد سرعت بالای نوآوری ها سبب رشد اقتصادی بسیاری از آنها شده است و این امر به صورت هم گرایی در رشد اقتصادی بین کشورهای توسعه یافته و تازه صنعتی شده خود را نشان می دهد. این عامل محرک رشد و توسعه اقتصادی را می توان در بلندمدت وابسته به سرمایه گذاری در ابتکارات و نوآوری هایی با جهت گیری خاص دانست (رضوی و اکبری، ۱۳۹۰). بنابراین حلقه نوین توسعه جهان در عصر حاضر، شاهد وجود رقابت گسترده ای مبتنی بر نوآوری به منظور دستیابی به منابع کمیاب و محدودی است که مسیر رشد بلندمدت و پایدار جامعه را تضمین می کند (مبینی دهکردی و کشتکار، ۱۳۹۴؛ خانی و سادات موسوی، ۱۳۹۶). به عبارتی استانداردهای زندگی در بلندمدت تنها از طریق نوآوری می تواند بهبود یابد. رسیدن به این هدف مستلزم وجود محیطی است که در آن شرایط

فعالیت‌های نوآورانه فراهم بوده باشد (شاه‌آبادی و صادقی، ۱۳۹۰؛ Seyoum, 2004). عملکرد نوآورانه هر کشور را نظام ملی نوآوری آن کشور تعیین می‌کند. نظام ملی نوآوری مجموعه‌ای از شرکت‌های خصوصی و دولتی (اعم از کوچک و بزرگ)، دانشگاه‌ها و آژانس‌های دولتی در تعامل با هم هستند که به تولید علم و تکنولوژی کمک می‌کنند. تعامل میان آنها می‌تواند به صورت فنی، تجاری، قانونی، اجتماعی و مالی باشد. اما هدف تعاملات آنها توسعه دانش به منظور پاسخگویی به نیازهای جامعه است (Carayannis, Goletsis and Grigoroudis, 2017; Niosi, 2002). بنابراین نوآوری، به عنوان موتور محرک اقتصاد توسعه یافته مبتنی بر دانش و فناوری، شرط بقا در بازار جهانی و لازمه تعامل مقتدرانه با سایر کشورهاست (دانش‌کهن و همکاران، ۱۳۹۴) و همچنین عامل مهم در رشد اقتصادی کشورها محسوب می‌شود (الهی و همکاران، ۱۳۹۴). در واقع کلیدی‌ترین عامل در دهه‌های آینده، اتکا به دانش، نیروهای فکری و فناوری‌های مبتنی بر آن در توسعه همه جانبه به ویژه توسعه علمی و فناوری است (جمعه‌پور و همکاران، ۱۳۹۶).

اهداف کلی نظام جمهوری اسلامی ایران نیز در قالب چشم‌انداز بیست‌ساله و سیاست‌های کلی مشخص شده است. در این سند استراتژیک، ایران به صورت کشوری توسعه یافته با جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در منطقه و دارای تعامل فعال با اقتصاد جهانی تعریف شده است (نیاکوئی و عسگریان، ۱۳۹۴). این سند در سال ۱۳۸۴ با هدف تبدیل شدن به کشوری توسعه یافته با جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در بین کشورهای آسیای جنوب غربی ابلاغ شده است (شقاقی، ۱۳۹۷). بنابراین با توجه به چشم‌انداز بیست‌ساله افق ۱۴۰۴ می‌بایست کشورمان به لحاظ شاخص‌های نوآوری در منطقه رتبه اول را کسب کند.

شهرها همیشه مراکزی برای ابداع، نوآوری و خلاقیت هستند و جهان امروز شاهد جهشی بلند به سوی زندگی هرچه بهتر و باکیفیت‌تر است. تلاش برای ارتقای کیفیت زندگی یکی از اصلی‌ترین اهداف توسعه است که در این مسیر توجه به شهرها به عنوان مراکزی که گرداننده اصلی این جریان هستند، از اهمیت بسیاری برخوردار است (نظم‌فر، علوی و عشقی چهاربرج، ۱۳۹۶: ۱۶۷). در واقع شهرها بستر نوآوری و محمل هدایت انرژی خلاق بشر تلقی می‌شوند (لطفی، شهبابی شه‌میری و نیکبخت، ۱۳۹۵: ۱). همچنین شهرها جزء اصلی کل اقتصاد جهانی هستند و در آنها، نسبت بزرگی از فعالیت اقتصادی هر کشور رخ می‌دهد و به طور طبیعی زمانی که از نوآوری

و جغرافیای آن بحث می‌شود در مرکز توجه قرار می‌گیرند (Shearmur, 2012). چنانچه مطابق گزارش جهانی در سال ۲۰۱۱ میلادی شهرهای کشورهایی مانند سوئیس، سوئد و سنگاپور نوآورترین شهرهای جهان هستند؛ زیرا نوآوری شهرها متأثر از محیط سیاسی، قانونی و کسب و کار کشور است. این‌گونه کشورها با داشتن زیرساخت‌های تکنولوژیکی، سرمایه‌داران ریسک‌پذیر، پیوند مناسب بین دانشگاه و صنعت و با برنامه‌ریزی مستمر در راستای آموزش نیروی کار خود و تبدیل آنها به کارگران دانش‌زمنه را برای نوآوری مهیا می‌کنند (خوارزمی و ندایی، ۱۳۹۲: ۱۰۴). از این‌رو اندیشمندان معتقدند نبض اقتصاد جهانی در شهرهای جهانی<sup>۱</sup> می‌تپد چراکه شهرهای جهانی تکیه‌گاه‌های مکانی تعاملات اقتصادی در سطح جهان هستند (پورموسوی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۳۷). شبکه شهری جهانی، دربرگیرنده مجموعه شهرهایی است که عمدتاً به حمایت از فعالیت‌های اقتصاد جهانی مشغولند (فلاح‌پور، حسین‌پور و آزادمرد، ۱۳۹۷: ۲۸۰). در این میان شهرهای پایتختی، نقش حیاتی در زندگی و روح هر کشور بازی می‌کنند. در نگاه اول، پایتخت‌ها یک منبع مرکزی قدرت سیاسی و اقتصادی و همچنین مقر دولت ایفای نقش می‌کنند؛ چراکه در بسیاری از کشورها، پایتخت‌ها همواره بزرگ‌ترین شهر آن کشور هستند (ابراهیم‌زاده، موسوی و باقری کشکولی، ۱۳۹۵) و به دلیل مرکزیت سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، اداری و فرهنگی نقش بسزایی در جغرافیای یک کشور دارند (متقی دستنایی، لطفی و صادقی، ۱۳۹۳). در واقع از یک طرف نیروهای انگیزشی مستقر در شهرهای پایتخت عناصر، عوامل انسانی و کالبدی فضا و جریان‌ات و شبکه‌ها را به سوی خود جذب می‌کند و از طرف دیگر نقطه مرکزی برای پخش ایده‌ها به دیگر نقاط کشور است. بنابراین با توجه به نقش نوآوری در توسعه کشورها، پژوهش حاضر در دو مرحله با هدف ارزیابی سطح نوآوری کشورهای منتخب سند ۱۴۰۴ و سنجش تأثیر آن بر عملکرد شهرها در سطح جهانی انجام شده است. در این راستا مهم‌ترین سؤال‌های مطرح شده عبارتند از:

۱. کدام کشورها از نوآوری بالایی برخوردارند؟
۲. کشور ایران به لحاظ نوآوری در میان کشورهای منتخب سند ۱۴۰۴ از چه جایگاهی برخوردار است؟

۳. آیا میان نوآوری و عملکرد شهرها در سطح جهانی رابطه معناداری وجود دارد؟

## ۱. پیشینه تحقیق

در این قسمت از پژوهش ابتدا به پژوهش‌های خارجی و سپس پژوهش‌های داخلی اشاره می‌شود که در سال‌های اخیر در این خصوص انجام شده است. سپس با توجه به مطالعه پیشینه تفاوت و نوآوری پژوهش نسبت به مطالعات انجام شده توضیح داده می‌شود.

### ۱-۱. پژوهش‌های خارجی

تامسون<sup>۱</sup> (۲۰۱۸) پژوهشی با عنوان «سرمایه اجتماعی، نوآوری و رشد اقتصادی» انجام داد. از نظر تامسون، سرمایه اجتماعی، فعالیت‌های نوآوری را تحریک و به افزایش سود انحصاری منجر می‌شود و سرمایه اجتماعی بالاتری را در مکانیسم خود تقویت می‌کند. با رشد اقتصادی نوآوری، سرمایه اجتماعی به رشد و گسترش سود و رقابت رقبای انحصاری خود ادامه می‌دهد. همچنین در هماهنگی با شواهد تجربی، مدل پیش‌بینی می‌کند که رشد اقتصادی با نسبت تولیدکنندگان به نوآوران افزایش می‌یابد. اسمیت، بگچی سن و ادموند<sup>۲</sup> (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان چرخه‌های نوآوری و جغرافیای نوآوری به صورت موردی نوآوری در مراقبت‌های بهداشتی چهار کشور اروپایی (اسپانیا، هلند، سوئیس و انگلستان) را مورد مطالعه قرار دادند. در این پژوهش که شاخص‌های دانش، سرمایه انسانی و پژوهش و زیرساخت مطالعه شده بود نشان داد هر منطقه موقعیت‌های مختلفی را در زنجیره ارزش‌های بین‌المللی نوآوری در بخش مراقبت‌های بهداشتی دارند. دیستاننت و خونگ مالی<sup>۳</sup> (۲۰۱۸) نقش نوآوری را در ایجاد مزیت رقابتی مورد مطالعه قرار دادند. نتایج نشان داد علاوه بر زمینه‌های داخلی درون سازمان، عوامل خارجی به ویژه آنهایی که به توسعه نوآوری منجر خواهند شد نیز مهم هستند. همچنین نوآوری به عنوان ابزار استراتژیک در این رقابت مهم برای بهبود، ایجاد و تقویت کسب‌وکار برای

---

1. Thompson

2. Smith, Bagchi-Sen and Edmunds

3. Distanont and Khongmalai

رقابتی برابر یا بهتر از آن در کشورهای خارجی به منظور تحقق توسعه پایدار تبدیل خواهد شد. فرانکو و اولویرا<sup>۱</sup> (۲۰۱۷)، ورودی‌ها و خروجی‌های نوآوری را در کشورهای برزیل، روسیه، هند، چین و آفریقای جنوبی بررسی کردند. شاخص نوآوری جهانی به دلیل اهمیت شناخته شده آن، به عنوان منبع داده در این پژوهش استفاده شده است. نتایج در این کشورها به طور کلی نشان داد کاهش شدید شاخص نوآوری در بحران‌های اقتصادی سال‌های ۲۰۰۹-۲۰۰۸ و پس از آن هرچند بهبود یافته ولی ادامه‌دار بوده است. همچنین تجزیه و تحلیل رگرسیون بین ورودی‌ها و خروجی‌ها برای هر کشور براساس  $R^2$  کوچک نشان داد؛ از این رو رابطه بین ورودی‌ها و خروجی‌ها رضایت‌بخش نبود. با این حال، زمانی که کشورها مورد مطالعه قرار گرفته‌اند این رابطه با  $R^2=64\%$  معنادار بوده است.

کرسپو و کرسپو<sup>۲</sup> (۲۰۱۶) براساس شاخص‌های نوآوری جهانی منتشر شده در سال ۲۰۱۴، ۱۴۱ کشور را مورد مطالعه قرار دادند. نتایج نشان داد هیچ‌یک از شرایط برای پیش‌بینی عملکرد نوآوری بالا در کشورهای با درآمد بالا و درآمد پایین لازم نیست. علاوه بر این، در گروه کم درآمد، هیچ‌یک از شرایط به طور جداگانه برای پیش‌بینی عملکرد نوآوری بالاتر نمی‌تواند کافی باشد، در حالی که در گروه با درآمد بالا زیرساخت‌ها، سرمایه انسانی و شرایط تحقیق به تنهایی برای نوآوری بهتر به اندازه کافی کارا هستند. این نتایج نشان می‌دهد فرایندهای تصمیم‌گیری سیاسی مورد نیاز برای بهبود سطح نوآوری باید برای هر گروه از کشورها متفاوت باشد. فلدمن<sup>۳</sup> (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان «ویژگی مکان‌های نوآورانه: استراتژی کارآفرینی، توسعه اقتصادی و رونق» به این نکته اشاره می‌کند که چرا سرمایه‌گذاری در بعضی مکان‌ها باعث ایجاد شغل، رشد و رونق می‌شود در حالی که سرمایه‌گذاری‌های مشابه در مکان‌های ظاهراً مشابه موفق به تولید نتایج مطلوب نمی‌شود؟ با توجه به یافته‌ها، وابستگی‌های کارآفرینی و سرمایه‌گذاری، ظرفیت‌سازی دولت و جوامع محلی که منافع مشترک دارند، ویژگی مکان‌ها را مشخص می‌کنند. به عبارتی در مفهوم‌سازی فلدمن، جغرافیا به عنوان یک سکو، سازمان‌دهی منابع به سوی هدف خاص را فراهم می‌کند.

- 
1. Franco and Oliveira
  2. Crespo and Crespo
  3. Feldman

## ۱-۲. پیشینه داخلی

مرادی، اکبری و بشارتی (۱۳۹۷) تأثیر سرمایه انسانی بر نوآوری را مورد سنجش قرار دادند. نتایج پژوهش در کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته نشان داد که منابع انسانی بر نوآوری کشورهای یاد شده تأثیر داشته است. همچنین هریک از طبقات درآمدی در مسیر توسعه (حرکت از طبقه درآمدی پایین به طبقه درآمدی بالاتر) لازم است از مهارت‌ها و آموزش منابع انسانی متناسب با وضعیت کشور برخوردار باشند. خانی و نصراللهی (۱۳۹۶) در پژوهشی به بررسی نقش عوامل مؤثر بر نوآوری پرداختند. در این مطالعه با استفاده از داده‌های تابلویی اثر شاخص حقوق مالکیت فکری، تغییرات در تولید ناخالص داخلی سرانه، نرخ پس انداز، نرخ بهره واقعی و سرمایه انسانی بر نوآوری در دوره زمانی ۲۰۱۴-۲۰۰۷ مورد بررسی قرار گرفته بود. نتایج نشان داد حمایت از حقوق مالکیت فکری، فشار تقاضا و نرخ پس انداز رابطه مستقیم و نرخ بهره واقعی رابطه معکوسی با نوآوری در هر دو نمونه کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه دارد. این در حالی است که متغیر سرمایه انسانی اثر متفاوتی در هر دو نمونه کشورها دارد. سلامی، میرزایی و صفر دوست (۱۳۹۶) با بررسی ارتباط درونی میان ابعاد ورودی و خروجی شاخص جهانی نوآوری در سال ۲۰۱۶ به این نتایج دست یافتند که در برنامه ششم توسعه تنها به سنجه درآمد ناخالص داخلی به ازای هر واحد مصرف انرژی اشاره شده است و اشاره مستقیمی به سایر سنجه‌های مهم نشده است. همچنین مقایسه سنجه‌ها با متوسط جهانی نشان داد که برای بهبود خروجی‌های نوآوری، کشور به ارتقای سطح سنجه‌های تحقیق و توسعه، کارکنان دانشی، فناوری اطلاعات و ارتباطات، محیط سیاسی و پایداری بوم‌شناختی نیازمند است.

کیان‌پور و صالحی (۱۳۹۴) با سنجش شاخص دستیابی به فناوری و نوآوری در ایران در مقایسه با کشورهای جهان براساس داده‌های سال ۲۰۱۴ به این نتایج دست یافتند که کشورمان در ارکان ورودی خصوصاً در بخش آموزش عالی از جایگاه نسبتاً خوبی برخوردار است اما در ارکان خروجی وضعیت مطلوبی ندارد. همچنین مطالعه شاخص‌های ترکیبی نشان داد سیاستگذاران باید توجه بیشتری برای بهبود شرایط نوآوری داشته باشند تا یافته‌های علمی و نتایج تحقیقات و نوآوری و خلق ثروت برای اجتماع ایجاد شود.

شاه‌آبادی، صادقی و امیری (۱۳۹۳) در تحقیق «تأثیر سرمایه انسانی بر نوآوری کشورهای منتخب سازمان توسعه همکاری اسلامی» را در بازه زمانی ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۱ مورد مطالعه قرار دادند. نتایج برآوردها نشان‌دهنده بی‌معنا بودن تأثیر متغیر سرمایه انسانی بر نوآوری - چه در حالت کلی و چه در حالت زیرشاخص‌ها (آموزش پایه، آموزش دانشگاهی و بخش تحقیق و توسعه) - است همچنین بیانگر تأثیر مثبت محور نهادها، زیرساخت‌ها و پیشرفت کسب‌وکار بر نوآوری است. خوارزمی و ندایی (۱۳۹۲) با ارزیابی زیرساخت‌های نوآوری در ایران به این نتایج دست یافتند که قوانین حمایتی مناسب برای تقویت نوآوری وجود دارد ولی، از یک طرف این قوانین ضمانت اجرایی مناسبی ندارند و از طرف دیگر اعتماد کافی برای ایجاد ارتباط مؤثر بین دانشگاه و صنعت وجود ندارد که منبع تولید نوآوری هستند و نیاز به ارتقای اعتماد میان این دو نهاد برای تقویت نوآوری الزامی به نظر می‌رسد.

با توجه به بررسی ادبیات پژوهش‌های انجام شده، تاکنون مطالعاتی بر مؤلفه‌های نوآوری کشورهای سند ۱۴۰۴ انجام نشده که با این پژوهش علاوه بر آن، تحلیل تأثیر نوآوری بر عملکرد شهرها در سطح جهانی و از قابلیت‌های مدل پرومته جهت تحلیل جداگانه مؤلفه‌ها استفاده می‌شود.

## ۲. مبانی نظری

قدرت ملی هر کشور برگرفته از منابع متعددی است که در پیوند با یکدیگر، شاکله قدرت هر کشور را می‌سازند. در میان منابع متعدد، نوآوری از جایگاه و نقش برتری برخوردار است؛ زیرا این عنصر قدرت ضمن داشتن کارکرد مستقل، در تقویت سایر ابعاد قدرت ملی چون قدرت اقتصادی، نظامی، سیاسی و فرهنگی نیز مؤثر است (Mosavi, Zarghani and Aazami, 2017, 2018). به طوری که از آن به عنوان منبع اصلی رشد اقتصادی، بهبود تولید، مبنای رقابت، ارتقا‌دهنده سطح رفاه یاد می‌شود (Hölzl and Janger, 2014; Azadi and Nourmohammadi, 2016). همچنین دانش و نوآوری تحولات سریع در فناوری تولید را فراهم می‌آورد که با بهبود فرایند تولید یا ایجاد محصولات جدید، افزایش بهره‌وری و استفاده کارآمد از نهاده‌های تولیدی را زمینه‌سازی می‌کند (محمدی و همکاران، ۱۳۹۴؛ فطرس و همکاران، ۱۳۹۰) و به همین دلیل است که در دوران معاصر، رشد اقتصادی نه در برخورداری از منابع مالی فراوان یا منابع طبیعی خدادادی، بلکه در گرو داشتن افکاری



پویاست (Javanmardi and Iranpour, 2018; Shahbazi, Hassanzadeh and Jafarzadeh, 2015). نقش نوآوری به عنوان یک بازیگر در زمینه رشد اقتصادی را ابتدا جوزف شامپتر<sup>۱</sup> مطرح کرد و نقش مرکزی کارآفرینی و نوآوری های تکنولوژیکی به عنوان نیروهای تغییر را شناسایی کرد (Segarra-Blasco, Arauzo-Carod and Teruel, 2018) و پس از جنگ جهانی دوم مورد تأکید قرار گرفت (Liu and etal., 2011). اقتصاددانان معتقدند پیشرفت فنی بدون وجود نظام نوآوری کارآمد محقق نخواهد شد. بر همین اساس اقتصاد دانش محور در تقسیم بندی های انجام گرفته دارای چهار رکن نیروی کار آموزش دیده و متخصص، سیستم کارای نوآوری و ابداعات، زیرساخت اطلاعاتی و ارتباطی است (امجدی و همکاران، ۱۳۹۱). هدف اصلی نوآوری، استفاده از ایده ها یا فناوری های جدید برای ایجاد ارزش جدید یا ارزش افزوده برای هر سازمانی است (Lee, 2018). در این میان در مطالعه جغرافیای نوآوری، فاکتورهای خاص مکان به یکدیگر متصل می شوند تا شرکت ها و سایر انواع سازمان ها را قادر سازند محصول و خدمات جدید را توسعه دهند (Smith, Bagchi-Sen and Edmunds, 2018).

اصطلاح «شهرهای جهانی» را نخستین بار پاتریک گدس<sup>۲</sup> در کتاب تکامل شهرها (۱۹۱۵) به منظور تشریح «رشد شهری» و «منظومه های شهری» در منطقه های شهری خارج از بریتانیا مورد استفاده قرار داد. در این میان هال<sup>۳</sup>، فریدمن<sup>۴</sup> و ساسن<sup>۵</sup> از جمله مهم ترین پژوهشگرانی هستند که در مورد شهرهای جهانی مطالبی بیان کرده اند (مطلبی، حیدری و شیرمحمدی، ۱۳۹۴: ۱۷۹). جیکوبز<sup>۶</sup> (۱۹۸۴: ۲۹) شهرهای جهانی را به عنوان مراکز نوآوری تعریف می کند که تولیدات آنها به طور مستقیم وارد چرخه تجاری، چه در سطح منطقه و کشوری و چه در جهان می شوند. شهرهای جهانی، بیانگر چندین خصیصه عام است که سطح کارکردی و انحصار شهرها در داشتن آنها، مبنای تعیین سطح جهانی بودن آنهاست. گرچه این خصوصیات عام ممکن

---

1. Joseph Schumpeter

2. Patrick Geddes

3. Hall

4. Friedmann

5. Sassen

6. Jacobs

است در همه شهرهای جهانی وجود داشته باشد، ولی همه شهرها لزوماً در داشتن آنها یکسان نیستند و برخی شهرها در نوع خاصی از کارکردها دارای شهرت بالاتری است.

### جدول ۱. خصیصه‌های عام شهرهای جهانی

ویژگی شهرهای جهانی
فعالیت‌های شهر جهانی بیشترین پیوند را با اقتصاد جهانی دارند.
شهر جهانی، مناسب‌ترین مکان برای استقرار ادارات مرکزی شرکت‌های اقتصادی برای هدایت فرایند تولید جهانی هستند. شرکت‌های فراملی به‌عنوان مهم‌ترین فعالان اقتصاد جهانی با استقرار در شهرهای جهانی، بیشترین کمک را به توسعه این شهرها و ارتقای جایگاه جهانی آنها می‌کنند.
شهرهای جهانی به‌دلیل حضور شرکت‌های فراملی و دیگر عاملان تولید جهانی در این شهرها، بزرگ‌ترین مراکز تولید و عرضه خدمات پیشرفته تخصصی برای تولیدکنندگان جهانی هستند.
شهر جهانی، مرکز استقرار نهادهای قدرت در سطح ملی و بین‌المللی هستند.
شهرهای جهانی به‌دلیل تعدد مراکز علمی و آموزشی، تراکم نیروی انسانی متخصص و تقاضای روزافزون تولید جهانی، بهترین تسهیلات و زمینه‌ها را برای نوآوری و توسعه فناوری‌های مرتبط با تولید جهانی و انتشار آنها در سطح جهانی فراهم می‌کنند.
شهرهای جهانی به‌دلیل نیاز شرکت‌ها و فعالیت‌های جهانی، جمعیت مهاجرزبانی را به خود جذب می‌کنند و تنوع فرهنگی، تحصیلی و تخصصی چشمگیری را ایجاد می‌کنند.
شهرهای جهانی به‌دلیل حضور بازارهای مالی و شرکت‌های مدیریت تولید جهانی و خدمات متنوع اقتصادی، مکان مطلوبی برای تجارت و بازرگانی در سطح بین‌المللی نیز هستند.
شهرهای جهانی به‌دلیل تمرکز انواعی از کارکردهای اقتصادی، سیاسی و فرهنگی، گره‌گاه‌های مهم حمل‌ونقل مسافر و کالا در جهان هستند.

مأخذ: پورا احمد، قرخلو و موسوی، ۱۳۹۰: ۳۷.

در دو دهه اخیر، «شهرهای جهانی» در کشورهای در حال توسعه ظاهر شده‌اند. این شهرها به کسب جایگاه جهانی به سبب نقش خود در هماهنگ کردن یکپارچگی اقتصادهای ملی در قالب اقتصاد جهانی و غالباً قرار گرفتن در مرکز شهر - منطقه‌های جهانی، گرایش دارند. آنها به جایگاهی برای دفاتر مرکزی شرکت‌های تولیدی فراملیتی و مؤسسه‌های خدماتی تولیدی تبدیل شده‌اند که تولیدات کارخانه‌ای و به‌طور فزاینده خدمات صادرات محور را در مناطق کلان شهری گسترش یافته خود، هدایت می‌کنند. توجه به نقش این شهرها به‌عنوان مکان‌ها و مراکز فرماندهی و کنترل و نیز

هماهنگی و هدایت جریان‌ها به طرح سؤال‌هایی درخصوص مفاهیم و معانی این عملکرد برای توسعه آنها منجر شده است (زاهدی یگانه، خادم‌الحسینی و مختاری ملک‌آبادی، ۱۳۹۷: ۵۰). هرکدام از این شهرها با توجه به جایگاه خود در اقتصاد جهانی که تابعی از جایگاه کشورهای متبوعشان در اقتصاد جهانی بوده نقشی را ایفا می‌کنند. با توجه به منافع اقتصادی و منزلت سیاسی - اجتماعی موجود برای شهرهای جهانی که در سایه ارتباط با این شبکه حاصل می‌شود مدیران و برنامه‌ریزان شهری با تهیه و اجرای برنامه‌های راهبردی سعی دارند موقعیت شهرهایشان را در شبکه نسبت به رقبای ارتقا بخشند (سرور، ۱۳۹۶: ۵۲). شاخص‌های شهر جهانی عبارتند از:

**فعالیت تجاری:** ثروت، شرکت خدمات برتر جهانی، بازارهای سرمایه، حمل‌ونقل هوایی، حمل‌ونقل دریایی، کنفرانس.

**سرمایه انسانی:** جمعیت متولد شده در خارج، دانشگاه برتر، جمعیت دانشجویان بین‌المللی، تعداد مدارس بین‌المللی.

**تبادل اطلاعات:** دسترسی به خبر، دفاتر نمایندگی خبری، اشتراک پهنای بند، آزادی بیان، حضور آنلاین. **تجربه فرهنگی:** موزه، شهرهای خواهرخوانده، ارائه آشپزی، گردشگری بین‌المللی، رویدادهای ورزشی، هنرهای تجسمی و عملکردی.

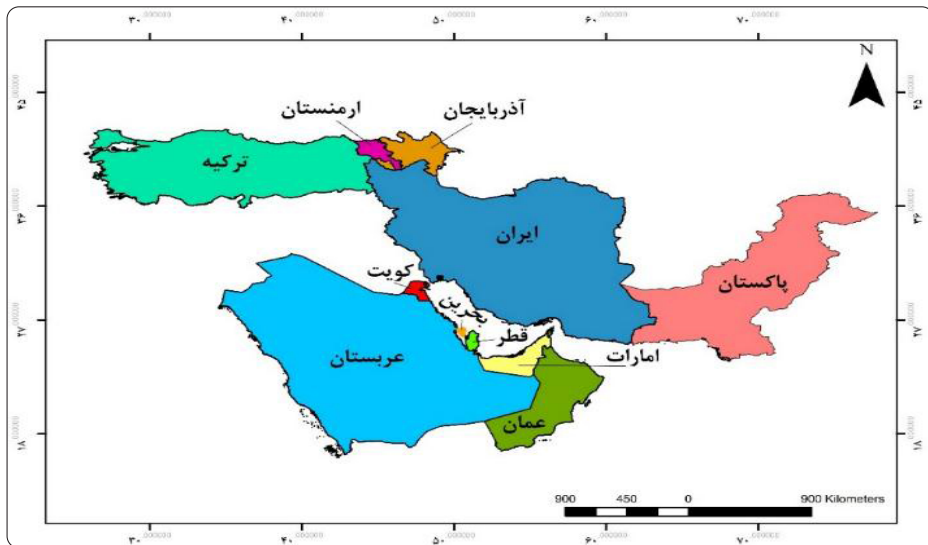
**تعامل سیاسی:** کنسولگری‌های سفارتخانه‌ها، اتاق فکر، سازمان‌های بین‌المللی، کنفرانس‌های سیاسی، نهاد محلی با دسترسی جهانی (2018, <https://www.atkearney.com/>).

### ۳. روش تحقیق

با توجه به ماهیت موضوع، روش تحقیق، توصیفی - تحلیلی است. همچنین براساس هدفی که دنبال می‌کند جزء تحقیقات کاربردی محسوب می‌شود. جهت تحلیل جغرافیای نوآوری و تأثیر نوآوری بر عملکرد شهرهای جهانی از دو شاخص ورودی و خروجی نوآوری استفاده شده است. شاخص ورودی نوآوری شامل چارچوب نهادی، سرمایه انسانی و پژوهش، زیرساخت، بازار و پیچیدگی کسب‌وکار و شاخص خروجی نوآوری شامل دانش و تکنولوژی و خروجی‌های خلاقانه است. مجموع زیرشاخص‌های استفاده شده در شاخص ورودی ۵۴ و خروجی ۲۶ مورد است (شکل ۱)، داده‌ها نیز از گزارش شاخص نوآوری جهانی در سال ۲۰۱۷ استخراج شده است. پژوهش حاضر در دو مرحله انجام شده است که مرحله اول در دو قسمت

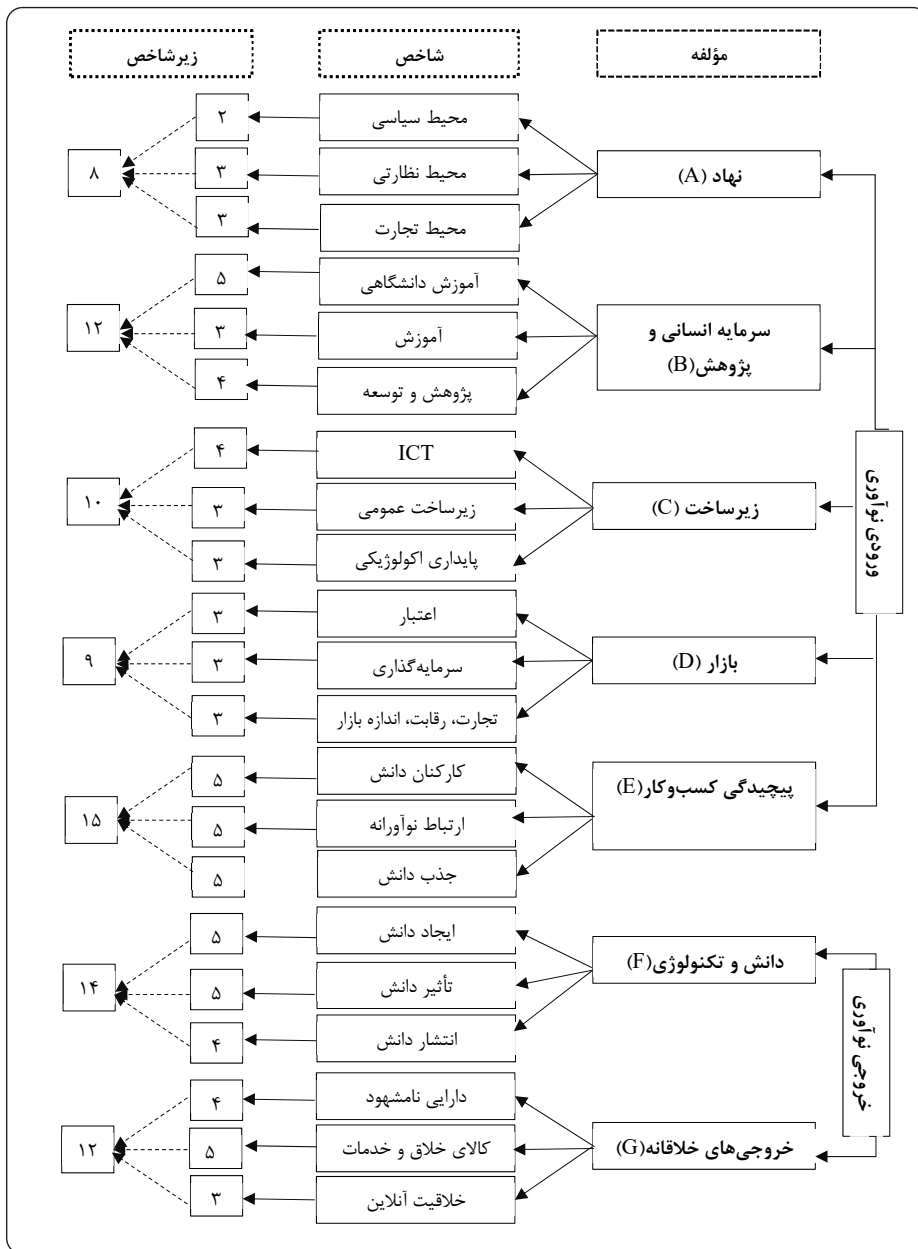
تحلیل وضعیت نوآوری کشورهای منتخب سند ۱۴۰۴ و سپس مقایسه تطبیقی آنها با ایران و مرحله دوم بررسی تأثیر نوآوری بر عملکرد شهرهای جهانی را شامل می‌شود. در پژوهش حاضر به دلیل دسترس بودن داده‌های شهرهای پایتخت هر کشور و اهمیت آنها، برای نمونه شهرهای جهانی انتخاب شده است. در مرحله اول، داده‌ها در نرم‌افزار ویژوال پرومته مورد تحلیل قرار می‌گیرند. با توجه به خروجی حاصل از مدل، کشورهای مورد مطالعه به پنج طبقه نوآوری خیلی بالا (۸۰-۱۰۰)، بالا (۶۰-۸۰)، متوسط (۴۰-۶۰)، پایین (۲۰-۴۰) و خیلی پایین (۰-۲۰) تقسیم می‌شوند. در مرحله بعد با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون تأثیر نوآوری بر عملکرد شهرهای پایتخت کشورهای منتخب مورد تحلیل قرار گرفته است. برای به دست آوردن اطلاعات شهرهای پایتخت کشورهای مورد مطالعه از گزارش شهرهای جهانی که ای تی کرنر منتشر کرده استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر به لحاظ مکانی کشورها و شهرهای پایتخت منتخب سند ۱۴۰۴ (امارات، ارمنستان، ایران، آذربایجان، بحرین، پاکستان، ترکیه، عربستان سعودی، عمان، قطر و کویت) است (نقشه ۱). در ادامه مدل مورد استفاده در پژوهش و مراحل انجام آن توضیح داده شده است.

نقشه ۱. نقشه محدوده مورد مطالعه



مأخذ: ترسیم نویسندگان.

شکل ۱. مؤلفه، شاخص و زیرشاخص‌های مورد استفاده در پژوهش



Source: The Global Innovation Index, 2017.

### ۱-۳. مدل پرومته<sup>۱</sup>

مدل تصمیم‌گیری چندمعیاره<sup>۲</sup> ابزاری قدرتمند است که به طور گسترده برای ارزیابی و رتبه‌بندی مشکلات شامل معیارهای متعدد و اغلب متضاد به کار گرفته می‌شود. در میان روش‌های متعدد مدل تصمیم‌گیری چندمعیاره پرومته به طور چشمگیری برای برنامه‌های رتبه‌بندی مناسب است؛ زیرا این مدل یکپارچگی و انعطاف‌پذیری را برای کاربر به ارمغان می‌آورد و در مفهوم و کاربرد در مقایسه با روش‌های دیگر برای تحلیل بسیار ساده است (Goumas and Lygerou, 2000). در واقع پرومته روش ساختاریافته رتبه‌بندی ترجیحی برای غنی‌سازی ارزیابی براساس مقایسه هریک از گزینه‌ها با یکدیگر با توجه به انحرافات که جایگزین‌ها براساس هر معیار نشان می‌دهند، استوار است. با توجه به ساختار این مدل، این روش اجازه می‌دهد تا به طور مستقیم روی متغیرهایی که در ماتریس تصمیم‌گیری قرار دارند، بدون نیاز به نرمال‌سازی ارزیابی انجام شود. این روش را برانس و وینک<sup>۳</sup> در دهه ۱۹۸۵ میلادی برای انجام رتبه‌بندی ارائه کردند (Caterino and etal., 2008). از جمله مزایای مهم روش پرومته می‌توان به سادگی، وضوح و پایایی نتایج و امکان تحلیل حساسیت به صورت ساده و سریع اشاره کرد. در نهایت رتبه‌بندی از بزرگ‌ترین تا کوچک‌ترین عدد صورت می‌گیرد (Gilliams, Raymaekers and Muys, 2005; Nazmfar and etal., 2019; Wu and etal., 2017). مراحل انجام روش پرومته به صورت خلاصه در زیر بیان شده است:

#### - گام اول (تشکیل ماتریس تصمیم‌گیری)<sup>۴</sup>

اولین مرحله در روش پرومته تشکیل ماتریس تصمیم‌گیری است. پس از تشکیل ماتریس تصمیم‌گیری در گام نخست باید برپایه رابطه  $d_j = (a, b) = f_j(a) - f_j(b)$  تفاوت هریک

1. Preference Ranking Organization Method for Enrichment Evaluation (PROMEE)

2. Multi-Criteria Decision Making (MCDM)

3. Brans and Vincke

۴. جداول مراحل یک تا سه به دلیل حجم زیاد در مقاله آورده نشده است.

از گزینه‌ها را در هر یک از شاخص‌ها نسبت به یکدیگر به دست آورد. این تفاوت برای شاخص Max زمانی معنادار خواهد بود که  $f_j(a) > f_j(b)$  باشد. برای شاخص‌های Min این رابطه برعکس است (Chou and et al., 2004; Brans and Mareschal, 2005; Bogdanovic, Nikolic and Ilic, 2012).

### - گام دوم (میزان مجموع موزون برتری گزینه)

میزان اولویت کل  $\pi(a,b)$  برای هر گزینه  $a$  بر روی گزینه  $b$  محاسبه می‌شود. هرچه میزان  $\pi(a,b)$  بیشتر باشد، گزینه  $a$  ترجیح بیشتری دارد.  $\pi(a,b)$  با استفاده از رابطه (۱) محاسبه می‌شود (De Leeneer and Pastijn, 2002):

$$\pi(a,b) = \sum_{j=1}^k w_j p_j(a,b), \quad \sum_{j=1}^k w_j = 1 \quad (1)$$

به گونه‌ای که:  $w_j$  برابر وزن شاخص  $z_j$  است. وزن‌ها را تصمیم‌گیرنده تعیین و سپس

$$\sum w_j = 1 \text{ شونند می‌شوند}$$

### - گام سوم (جریان رتبه‌بندی مثبت و منفی)

اگر تعداد گزینه‌ها (که با  $n$  نشان داده می‌شود) بیشتر از دو تا باشد، رتبه‌بندی پایانی به وسیله مجموع مقادیر مقایسات زوجی به دست می‌آید. برای هر گزینه  $a \in A$  و با در نظر گرفتن گزینه‌های دیگر  $x \in A$  می‌توان جریان رتبه‌بندی مثبت و منفی را به ترتیب با رابطه (۲) و (۳) به دست آور (Brans, Vincke and Marechal, 1996):

$$\text{Phi}^+(a) = \frac{n}{(n-1)} \sum_{x \in a} \pi(a,b) \quad (2)$$

این جریان نشان می‌دهد گزینه  $a$  چقدر بر گزینه‌های دیگر اولویت دارد. بزرگ‌ترین

( $\text{Phi}^+a$ ) به معنای بهترین گزینه است.

$$\text{Phi}^-(a) = \frac{n}{(n-1)} \sum_{x \in a} \pi(a,b) \quad (3)$$

این جریان نشان می‌دهد گزینه‌های دیگر تا چه میزان بر گزینه  $a$  اولویت

دارند. کوچک‌ترین ( $a\text{-}Phi$ ) نشان‌دهنده بهترین گزینه است. بنابراین، با داشتن و بررسی جداگانه دو جریان  $^+Phi$  و  $^-Phi$  می‌توان یک رتبه‌بندی جزئی را انجام داد (رتبه‌بندی پرومته ۱).

#### - گام چهارم (جریان رتبه‌بندی خالص)

برای رتبه‌بندی کامل گزینه‌ها باید جریان خالص رتبه‌بندی را برای هر گزینه تعریف کرد (رتبه‌بندی پرومته ۲). جریان خالص بالاتر، نشان‌دهنده گزینه برتر است (Brans and Mareschal, 1994). جریان خالص رتبه‌بندی با استفاده از رابطه (۴) محاسبه می‌شود:

$$Phi(a) = Phi^+(a) - Phi^-(a) \quad (4)$$

#### ۴. یافته‌های تحقیق

در این قسمت از پژوهش ابتدا وضعیت نوآوری در هریک از شاخص‌های نهادی (A)، سرمایه انسانی و پژوهش (B)، زیرساخت (C)، بازار (D)، پیچیدگی کسب‌وکار (E)، دانش و تکنولوژی (F) و خروجی‌های خلاقانه (G) به‌طور جداگانه با استفاده از مدل پرومته محاسبه و در مرحله بعد وضعیت کلی نوآوری کشورها مورد سنجش قرار می‌گیرد. با توجه به خروجی مدل پرومته سطح کشورهای مورد مطالعه مشخص و سطح نوآوری کشورمان در مقایسه به کشورهای منتخب سند ۱۴۰۴ مورد تحلیل قرار می‌گیرد. در قسمت دوم پژوهش با استفاده از آزمون همبستگی نتایج مدل پرومته با نتایج عملکرد شهرهای جهانی مورد آزمون قرار می‌گیرد.

جدول ۲ جریان ورودی خالص کشورهای مورد مطالعه را به‌صورت کلی و به تفکیک مؤلفه‌های مورد بررسی نشان می‌دهد. امتیاز جریان ورودی عددی بین ۱ تا ۱- است که هرچه قدر به ۱ نزدیک باشد نشانه عملکرد بهتر و هرچه به ۱- نزدیک باشد نشانه عملکرد بدتر است. در نهایت با نسبت‌گیری جریان مثبت و منفی نمره عملکرد عمومی به دست می‌آید که این امتیاز عددی بین ۰ تا ۱۰۰ است. در ادامه با توجه به جدول ۲ وضعیت نوآوری کشورهای مورد مطالعه در هر مؤلفه توضیح داده می‌شود.



جدول ۲. جریان ورودی خالص کشورهای مورد مطالعه در مؤلفه‌های نوآوری

جریان ورودی خالص (Phi)								
G	F	E	D	C	B	A	کل	نام کشور
۰/۴۰۸	۰/۰۹۳	۰/۴۵۳	۰/۲۶۷	۰/۵۶۰	۰/۲۱۷	۰/۵۱۳	۰/۳۴۶	امارات
۰/۳۱۷	۰/۰۷۹	۰/۰۸۰	-۰/۲۱۱	-۰/۲۷۰	-۰/۲۵۰	۰/۰۵۰	-۰/۰۱۴	ارمنستان
-۰/۱۲۵	۰/۰۷۹	-۰/۲۵۳	-۰/۰۷۸	-۰/۴۷۰	۰/۱۰۰	-۰/۵۷۵	-۰/۱۶۳	ایران
-۰/۰۴۲	-۰/۳۲۱	-۰/۰۱۳	-۰/۱۴۴	۰/۲۵۰	-۰/۱۶۷	-۰/۱۱۳	-۰/۰۸۶	آذربایجان
۰/۱۰۰	-۰/۱۱۴	-۰/۰۰۷	-۰/۰۴۴	۰/۲۶۰	-۰/۲۱۷	۰/۲۱۳	۰/۰۱۰	بحرین
-۰/۵۹۲	۰/۰۶۴	۰/۰۲۷	-۰/۰۲۲	-۰/۴۶۰	-۰/۱۸۳	-۰/۴۸۸	-۰/۲۰۹	پاکستان
۰/۳۵۰	۰/۳۵۷	۰/۰۰۷	۰/۳۴۴	۰/۰۲۰	۰/۳۲۵	-۰/۰۸۸	۰/۱۹۸	ترکیه
۰/۱۰۸	۰/۰۲۱	۰/۱۸۷	۰/۲۵۶	۰/۱۱۰	۰/۴۳۳	-۰/۱۸۸	۰/۱۴۴	عربستان
-۰/۵۶۷	-۰/۱۵۷	-۰/۳۲۷	-۰/۳۳۳	-۰/۰۹۰	۰/۰۲۵	۰/۲۱۳	-۰/۱۹۸	عمان
۰/۱۵۸	-۰/۰۶۴	۰/۰۱۳	-۰/۰۴۴	۰/۲۰۰	-۰/۰۸۳	۰/۴۸۸	۰/۰۷۱	قطر
-۰/۱۱۷	-۰/۰۳۶	-۰/۱۶۷	۰/۰۱۱	-۰/۱۱۰	-۰/۲۰۰	-۰/۰۲۵	-۰/۱۰۰	کویت

مأخذ: یافته‌های تحقیق.

#### ۴-۱. مؤلفه نهاد

نقش مهم شرایط نهادی ایجاد شده توسط دولت و مشارکت نهادها در فرایند دستیابی به توسعه پایدار، نوآوری‌های نهادی را به عنوان یکی از مفاهیم کاربردی و اصولی در استراتژی‌های توسعه بیشتر از پیش مورد توجه سیاستگذاران و دولت مردان قرار داده و از طرف دیگر، دسترسی به فناوری و وجود سیاست‌های مناسب فناوری و نوآوری نیز از الزامات دستیابی به توسعه پایدار است (مومنی و همکاران، ۱۳۹۵). در واقع توسعه نهادها به منظور خلق و ترویج نوآوری عاملی ضروری است. این شاخص تعادلی میان حفاظت از نوآوری و ایجاد انگیزه برای کسب و کارها به منظور ورود به حوزه نوآوری ایجاد می‌کند (WIPO, 2015). شاخص‌های مورد بررسی شامل محیط سیاسی، محیط قانونی و محیط تجارت با هشت زیرشاخص است. با توجه به نتایج جدول ۳، از میان ۱۱ کشور مورد بررسی کشورهای امارات و قطر در سطح خیلی بالا، کشورهای بحرین و عمان در سطح متوسط، کشورهای ارمنستان، کویت، ترکیه،

آذربایجان و عربستان در سطح پایین و کشورهای پاکستان و ایران در سطح خیلی پایین قرار دارند. همچنین هیچ کشوری در سطح بالا قرار ندارد. درکل نتایج نشان داد به جز کشورهای امارات و قطر، بقیه کشورهای منتخب سند ۱۴۰۴ و ایران وضعیت مناسبی از شاخص‌های نهادی ندارند.

جدول ۳. وضعیت نوآوری مؤلفه نهاد

کشور	امتیاز	سطح
امارات، قطر	۱۰۰-۸۰	خیلی بالا
-	۸۰-۶۰	بالا
بحرین، عمان	۶۰-۴۰	متوسط
ارمنستان، کویت، ترکیه، آذربایجان، عربستان	۴۰-۲۰	پایین
پاکستان، ایران	۲۰-۰	خیلی پایین

مأخذ: همان.

## ۲-۴. مؤلفه سرمایه انسانی و پژوهش

سرمایه انسانی یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر در رشد اقتصادی می‌تواند نقش چشمگیری در توسعه داشته باشد (آقایی، رضاقلی‌زاده و باقری، ۱۳۹۲). دانش نهادینه شده در نیروی کار را سرمایه انسانی گویند که از طریق عواملی چون آموزش (رسمی، ضمن خدمت، فنی و حرفه‌ای و ...) و تجربه به دست می‌آید (صالحی، عبادی و مظفری، ۱۳۹۲) و بستر مناسبی برای افزایش بهره‌وری سایر سرمایه‌ها و راهی برای نیل به موفقیت قلمداد می‌شود (محمدیان منصور، جعفری و مهرگان، ۱۳۹۷). مؤلفه سرمایه انسانی و پژوهش شامل سه شاخص آموزش و پرورش، آموزش دانشگاهی و تحقیق و توسعه با ۱۲ زیرشاخص است. با توجه به نتایج جدول ۴، کشورهای عربستان در سطح خیلی بالا، ترکیه و امارات در سطح بالا، ایران و عمان متوسط و قطر، آذربایجان، پاکستان، کویت، بحرین، ارمنستان در سطح پایین قرار دارند. به این ترتیب پنج کشور وضعیت مناسب و ۶ کشور وضعیت نامناسبی

دارند. در این مؤلفه عربستان با جریان ورودی خالص ۰/۴۳۳ در رتبه اول و ارمنستان با ۰/۲۵۰- در رتبه آخر قرار دارد.

جدول ۴. وضعیت نوآوری مؤلفه سرمایه انسانی و پژوهش

کشور	امتیاز	سطح
عربستان	۱۰۰-۸۰	خیلی بالا
ترکیه، امارات	۸۰-۶۰	بالا
ایران، عمان	۶۰-۴۰	متوسط
قطر، آذربایجان، پاکستان، کویت، بحرین، ارمنستان	۴۰-۲۰	پایین
-	۲۰-۰	خیلی پایین

مأخذ: همان.

### ۳-۴. مؤلفه زیرساخت

یکی از مهم‌ترین اهداف اقتصادی کشورها، برقراری شرایط لازم برای افزایش تولید ناخالص داخلی و رشد اقتصادی است. ازجمله شرایط لازم برای افزایش تولید و رشد اقتصادی، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های اقتصادی و اجتماعی است. سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها به‌طورکلی افزایش بهره‌وری عوامل تولید، گسترش محدوده بازار، برقراری شرایط رقابتی بهتر را فراهم می‌آورد و باعث افزایش تولید و رشد اقتصادی می‌شود (اکبری، فرخنده و ایاغ، ۱۳۹۶). در واقع زیرساخت هر کشوری، مجموعه تسهیلات عمومی با سرمایه‌گذاری خصوصی یا عمومی است که امکان ارائه خدمات ضروری و استاندارد زندگی را فراهم می‌کند (اکبریان و قانندی، ۱۳۹۰). مؤلفه زیرساخت مورد بررسی شامل شاخص‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات، زیرساخت عمومی و پایداری اکولوژیکی با ۱۰ زیرشاخص است. با توجه به نتایج، کشور امارات با امتیاز ۱۰۰ در سطح خیلی بالا، کشورهای بحرین، آذربایجان و قطر در سطح متوسط، عربستان، ترکیه، عمان، کویت در سطح پایین و ارمنستان، پاکستان و ایران در سطح خیلی پایین قرار دارند. به‌طورکلی نتایج حاکی از آن است که به‌جز امارات هیچ‌یک از کشورهای منطقه از لحاظ زیرساخت‌های نوآوری در سطح مناسبی قرار ندارند.

جدول ۵. وضعیت نوآوری مؤلفه زیرساخت

سطح	امتیاز	کشور
خیلی بالا	۱۰۰-۸۰	امارات
بالا	۸۰-۶۰	-
متوسط	۶۰-۴۰	بحرین، آذربایجان، قطر
پایین	۴۰-۲۰	عربستان، ترکیه، عمان، کویت
خیلی پایین	۲۰-۰	ارمنستان، پاکستان، ایران

مأخذ: همان.

#### ۴-۴. مؤلفه بازار

سهولت دسترسی به اعتبارات، وجوه قابل سرمایه‌گذاری، دسترسی به بازارهای بین‌المللی و میزان رقابتی بودن بازار کشور برای پیشرفت کسب‌وکارها ضروری است (WIPO, 2015). مؤلفه بازار شامل شاخص‌های اعتبار، سرمایه‌گذاری و تجارت، رقابت، اندازه بازار با ۹ زیرشاخص است. تحلیل وضعیت نوآوری مؤلفه بازار نشان می‌دهد که تنها کشورهای ترکیه، امارات و عربستان در سطح ایدئال قرار دارند. در این میان کشورهای کویت، پاکستان، بحرین، قطر و ایران به نسبت کشورهای ارمنستان، کویت، ترکیه، آذربایجان، ارمنستان و عمان در وضعیت بهتری قرار دارند.

جدول ۶. وضعیت نوآوری مؤلفه بازار

سطح	امتیاز	کشور
خیلی بالا	۱۰۰-۸۰	ترکیه، امارات، عربستان
بالا	۸۰-۶۰	-
متوسط	۶۰-۴۰	کویت، پاکستان، بحرین، قطر، ایران
پایین	۴۰-۲۰	ارمنستان، کویت، ترکیه، آذربایجان، ارمنستان، عمان
خیلی پایین	۲۰-۰	-

مأخذ: همان.

#### ۵-۴. مؤلفه پیچیدگی کسب و کار

شاخص‌های مورد بررسی در این مؤلفه کارکنان دانش، ارتباط نوآورانه و جذب دانش با ۱۵ زیرشاخص شامل می‌شود. با توجه به نتایج کشور امارات در سطح خیلی بالا، عربستان و ارمنستان در سطح متوسط و کشورهای پاکستان، قطر، ترکیه، بحرین، آذربایجان، کویت و ایران در سطح پایین و عمان در سطح خیلی پایین قرار دارد.

جدول ۷. وضعیت نوآوری مؤلفه پیچیدگی کسب و کار

کشور	امتیاز	سطح
امارات	۱۰۰-۸۰	خیلی بالا
-	۸۰-۶۰	بالا
عربستان، ارمنستان	۶۰-۴۰	متوسط
پاکستان، قطر، ترکیه، بحرین، آذربایجان، کویت، ایران	۴۰-۲۰	پایین
عمان	۲۰-۰	خیلی پایین

مأخذ: همان.

#### ۶-۴. مؤلفه دانش و تکنولوژی

این مؤلفه از خروجی‌های نوآوری محسوب می‌شود. ارکان خروجی درحقیقت نشان‌دهنده منفعت کسب شده از طرف کشور از طریق نوآوری است. در نتیجه اگر کشوری در زمینه توانمندسازهای نوآوری اقدام‌هایی انجام دهد ولی به خروجی منجر نشود، اهداف اولیه محقق نشده و مزایای سرمایه‌گذاری بر نوآوری به دست نیامده است (حاجی حسینی و صادقیان، ۱۳۹۵). شاخص‌های خلق دانش، تأثیر دانش و انتشار دانش با ۱۴ زیرشاخص در این قسمت مورد تحلیل قرار گرفته است. نتایج حاکی از آن است که کشور ترکیه در سطح خیلی بالا، کشورهای امارات، ایران، ارمنستان، پاکستان، عربستان، کویت و قطر در سطح متوسط و کشورهای بحرین، عمان و آذربایجان در سطح پایین قرار دارند.

جدول ۸. وضعیت نوآوری مؤلفه دانش و تکنولوژی

کشور	امتیاز	سطح
ترکیه	۱۰۰-۸۰	خیلی بالا
-	۸۰-۶۰	بالا
امارات، ایران، ارمنستان، پاکستان، عربستان، کویت، قطر	۶۰-۴۰	متوسط
بحرین، عمان، آذربایجان	۴۰-۲۰	پایین
-	۲۰-۰	خیلی پایین

مأخذ: همان.

#### ۴-۷. مؤلفه خروجی های خلاقانه

این شاخص به مطالعه نتایجی از نوآوری می پردازد که عموماً نامشهود هستند. شاخص های این رکن شامل دارایی های نامشهود، کالاها و خدمات خلاقانه و خلاقیت آنلاین با ۱۲ زیرشاخص است. در این مؤلفه کشورهای امارات، ترکیه و ارمنستان در سطح خیلی بالا، کشورهای قطر، عربستان و بحرین در سطح متوسط و کشورهای آذربایجان، کویت و ایران در سطح پایین و عمان و پاکستان در سطح خیلی پایین قرار دارند.

جدول ۹. وضعیت نوآوری مؤلفه خروجی های خلاقانه

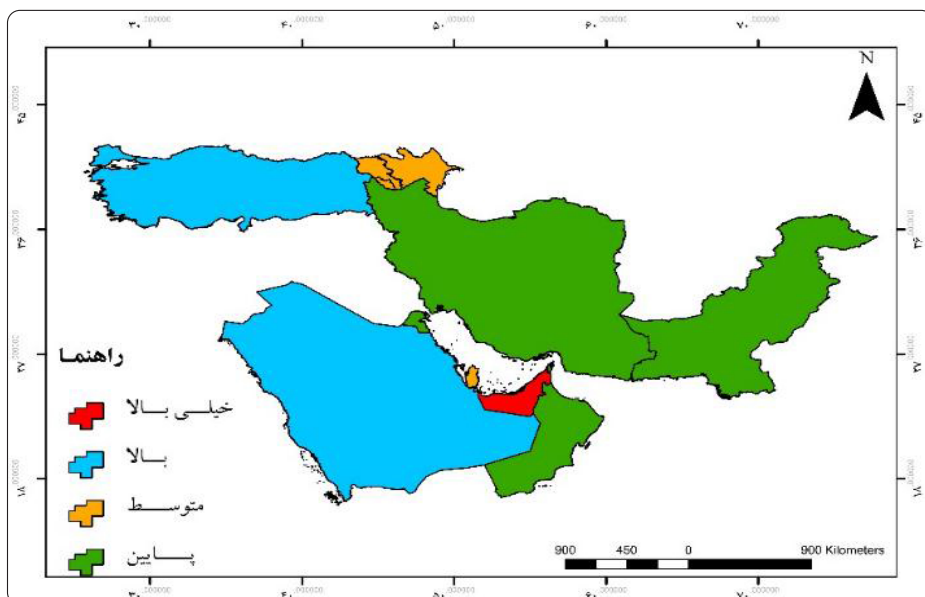
کشور	امتیاز	سطح
امارات، ترکیه، ارمنستان	۱۰۰-۸۰	خیلی بالا
-	۸۰-۶۰	بالا
قطر، عربستان، بحرین	۶۰-۴۰	متوسط
آذربایجان، کویت، ایران	۴۰-۲۰	پایین
عمان، پاکستان	۲۰-۰	خیلی پایین

مأخذ: همان.

## ۴-۸. وضعیت کلی نوآوری

در این قسمت وضعیت کلی کشورهای منتخب سند چشم‌انداز به لحاظ مؤلفه‌ها و شاخص‌های مورد بررسی مورد تحلیل قرار می‌گیرد. نتایج نشان می‌دهد که کشور امارات با امتیاز بین ۸۰ تا ۱۰۰ در سطح خیلی بالا، کشورهای ترکیه و عربستان با امتیاز ۶۰ تا ۸۰ در سطح بالا، کشورهای قطر، بحرین، ارمنستان و آذربایجان با امتیاز ۴۰ تا ۶۰ در سطح متوسط و کشورهای کویت، ایران، عمان و پاکستان با امتیاز ۲۰ تا ۴۰ در سطح پایین نوآوری قرار دارند (نقشه ۲).

نقشه ۲. نقشه وضعیت نوآوری کشورهای منتخب سند ۱۴۰۴

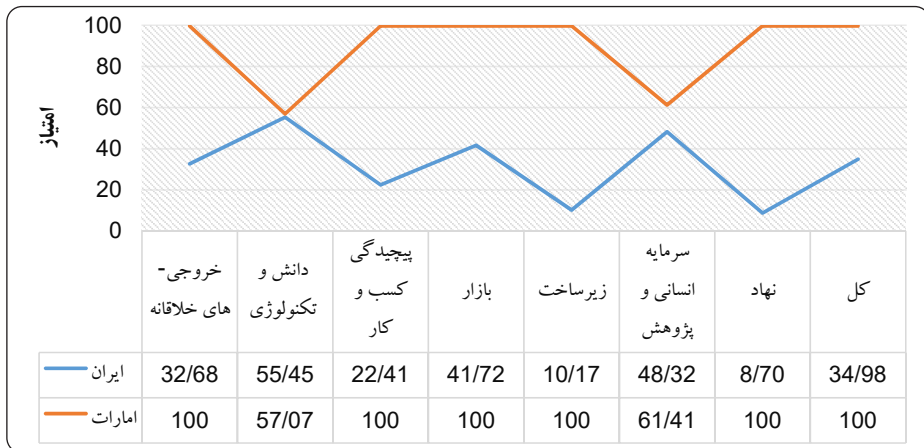


مأخذ: همان.

با توجه به نتایج پژوهش، کشورمان در شاخص دانش و تکنولوژی و سرمایه انسانی و پژوهش به ترتیب با امتیاز ۵۵/۴۵ و ۴۸/۳۲ عملکرد بهتری نسبت به دیگر مؤلفه‌های مورد بررسی داشته است. در طرف مقابل مؤلفه‌های نهاد و زیرساخت با امتیاز ۸/۷۰ و ۱۰/۱۷

در بدترین وضعیت به نسبت بقیه کشورهای منتخب سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ قرار دارد. مقایسه عملکرد ایران در مقایسه با کشور امارات به عنوان قوی‌ترین رقیب در حوزه نوآوری نشان می‌دهد که کشورمان در مؤلفه‌های دانش و تکنولوژی و سرمایه انسانی و پژوهش تا حدودی برابر است به عبارتی نقاط قوت کشورمان، نقطه ضعف نوآوری امارات است ولی در بقیه مؤلفه‌های نوآوری فاصله بین این دو کشور زیاد است (نمودار ۱).

نمودار ۱. وضعیت نوآوری کشور ایران در مقایسه با کشور امارات



مأخذ: یافته‌های تحقیق.

درنهایت با مشخص شدن وضعیت نوآوری کشورهای منتخب سند چشم‌انداز ۱۴۰۴، همبستگی میان عملکرد شهرهای پایتخت کشورهای مورد مطالعه با وضعیت نوآوری مورد آزمون قرار گرفت. گزارش شهرهای جهانی با بررسی در زمینه رقابت و بهبود عوامل مؤثر بر موفقیت است. علاوه براین، این تحقیق نشان می‌دهد که چگونه تعهدات به زمینه‌های کلیدی مانند نوآوری، شفافیت و تبادل اطلاعات نسل بعدی شهرهای بانفوذ جهان را تعریف خواهد کرد (https://www.atkearney.com, 2018). در واقع در چند دهه اخیر شهرهای جهانی به دلیل تأثیرگذاری و تأثیرپذیری از فضای جریانات از اهمیت



ویژه‌ای در مجموعه عوامل مؤثر بر محیط ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی برخوردار گشته‌اند. در این خصوص حتی برخی نهادهای علمی و بین‌المللی به امتیازدهی به شهرهای جهانی و ارائه جداول مقایسه‌ای بین آنها پرداخته‌اند (کارگرسامانی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۴۷).

ساسکیا ساسن<sup>۱</sup> معتقد است شهرهای جهانی نبض اقتصاد جهانی هستند. بر همین اساس تیلور نقشه‌ای از کشورها را ارائه داده است که در آن هر کشور با توجه به تعداد شهرهای جهانی، میزان عملکرد و تأثیرگذاری خود را در اقتصاد جهانی نشان می‌دهد. در واقع این نقشه نشان‌دهنده جایگاه کشورها براساس میزان حضور آنها در اقتصاد جهانی و فضای جریان‌هاست، برای مثال در این نقشه ایالات متحده آمریکا بیشترین حضور را با توجه به شهرهای جهانی در فضای جریان‌ها و اقتصاد جهانی دارد و سایر کشورها نیز به میزان تعداد شهرهای جهانی که از آنها در شبکه وجود دارد وزن اقتصادی ویژه‌ای را به خود اختصاص داده‌اند (قورچی بیاتی و امانی، ۱۳۸۸).

براساس گزارش شهرهای جهانی در سال ۲۰۱۷، شهر استانبول (ترکیه) در رتبه ۲۶، دبی (امارات) در رتبه ۲۸، دوحه (قطر) در رتبه ۶۳، ریاض (عربستان) در رتبه ۶۶، کویت (کویت) در رتبه ۷۷، تهران (ایران) در رتبه ۹۴، منامه (بحرین) در رتبه ۱۰۰، اسلام‌آباد (پاکستان) در رتبه ۱۰۳ و مسقط (عمان) در رتبه ۱۰۹ قرار داشته‌اند.<sup>۲</sup> نتایج همبستگی پیرسون بین رتبه کشورها با رتبه شهرها نشان داد که رابطه معنادار قوی با امتیاز ۰/۹۰۷ میان عملکرد نوآوری کشورها و تأثیر آن بر عملکرد شهرها وجود دارد به طوری که استانبول و دبی پایتخت کشور ترکیه و امارات با رتبه ۲۶ و ۲۸ در میان دیگر شهرهای پایتخت مورد مطالعه از برترین شهرهای جهانی هستند. همچنین مسقط و اسلام‌آباد پایتخت کشور عمان و پاکستان با رتبه ۱۰۹ و ۱۰۳ در پایین‌ترین سطح شهرهای جهانی قرار دارند. همچنین شهر تهران با رتبه ۹۴ در مقایسه با شهرهای دیگر در رتبه ۶ شهرهای کشورهای مورد مطالعه سند ۱۴۰۴ قرار دارد.

نتایج این قسمت از پژوهش، با نتایج گزارش جهانی که در آن به این مورد اشاره شده که میان نوآوری کشورها و موفقیت شهرها در عرصه جهانی ارتباط وجود دارد را تأیید

---

1. Saskia Sassen

۲. اطلاعات مربوط به شهرهای باکو (آذربایجان) و ایروان (ارمنستان) در گزارش شهرهای جهانی آورده نشده است.

می‌کند. مطابق با این شهرهای کشورهای نوآور به دلیل داشتن زیرساخت‌های تکنولوژیکی، سرمایه‌داران ریسک‌پذیر، پیوند مناسب بین دانشگاه و صنعت و با برنامه‌ریزی مستمر در راستای آموزش نیروی کار خود و تبدیل آنها به کارگران دانش‌زمینه را برای نوآوری و موفقیت شهرها در عرصه بین‌المللی فراهم می‌کنند. همچنین سرمایه‌انسانی و پژوهش یکی از فصول مشترک شاخص‌های مورد مطالعه در نوآوری کشورها و برتری شهرهای جهانی است که درجه موفقیت کشورها در این شاخص نتیجه‌اش موفقیت شهرها در عرصه جهانی است. در واقع موفقیت کشورها در زمینه سیاست‌های افزایش سطح نوآوری در درجه اول در شهرهای مهم آن کشور به‌عنوان اصلی‌ترین مرکز تجمع نوآوری نمایان می‌شود، در درجه دوم این شهرها به دلیل داشتن سطح بالایی از نوآوری در عرصه بین‌المللی تأثیرگذارند.

## ۵. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

با ظهور نشانه‌هایی از اقتصاد مبتنی بر دانش، مفاهیم نوآوری به صورت جدی مورد توجه قرار گرفت و ارزیابی آن از جمله اقدام‌های مهمی است که بیشتر کشورهای توسعه‌یافته و یا در حال توسعه به آن اهمیت می‌دهند. همچنین با توجه به اینکه شاخص جهانی نوآوری، یک مرجع مهم در سنجش نوآوری است؛ تصمیم‌گیران سیاسی و برنامه‌ریزان با هدف توسعه عملکرد نوآوری کشورها از آن به‌عنوان یک ابزار استفاده می‌کنند. کشور ما نیز با توجه به چشم‌انداز بیست‌ساله افق ۱۴۰۴ می‌بایست به لحاظ نوآوری در منطقه در رتبه اول قرار گیرد. به همین دلیل پژوهش حاضر با هدف تحلیل جغرافیای نوآوری کشورهای منتخب سند ۱۴۰۴ و تأثیری که نوآوری بر عملکرد شهرها دارد، انجام شده است تا نقاط قوت و ضعف جهت سیاستگذاری‌های آینده برای رسیدن به جایگاه مطلوب در منطقه شناسایی شود.

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که در مؤلفه‌های نهادی، سرمایه‌انسانی و پژوهش، زیرساخت، بازار، پیچیدگی کسب‌وکار، دانش و تکنولوژی و خروجی‌های خلاقانه کشورمان در میان ۱۱ کشور منتخب به ترتیب در رتبه یازدهم، چهارم، یازدهم، هشتم، دهم، سوم و نهم قرار دارد. در مجموع، عملکرد ایران در خروجی‌های نوآوری شامل دانش، تکنولوژی و

خلاقانه بهتر از ورودی‌های نوآوری است. همچنین از نظر مجموعه مؤلفه‌های مورد بررسی کشورمان در رتبه نهم و در سطح پایین قرار دارد. از میان مؤلفه‌های مورد بررسی، مؤلفه دانش و تکنولوژی به همراه سرمایه انسانی و پژوهش نقاط قوت نوآوری و مؤلفه‌های نهاد و بازار نقاط ضعف کشورمان است. به‌طورکلی در میان کشورهای منتخب، امارات، ترکیه و عربستان قوی‌ترین رقیب‌های کشورمان محسوب می‌شوند. با توجه به گزارش عملکرد شهرهای جهانی در سال ۲۰۱۷، شهرهای استانبول، دبی، دوحه، ریاض، کویت، تهران، منامه، اسلام‌آباد و مسقط به‌ترتیب با رتبه‌های ۲۶، ۲۸، ۶۳، ۶۶، ۷۷، ۹۴، ۱۰۰، ۱۰۳ و ۱۰۹ بهترین تا بدترین عملکرد را در بین ۱۳۵ شهر داشته‌اند.

چنانچه یافته‌های همبستگی پیرسون در میان رتبه کشورها و رتبه شهرها نشان داد همبستگی قوی میان عملکرد کشورها و شهرهایشان وجود دارد. با توجه به اهداف سند چشم‌انداز ۱۴۰۴، برنامه‌ریزان و سیاستگذاران باید زمینه‌های لازم برای ظهور نوآوری در کشور را با استفاده از تجارب کشورهای پیش‌تاز منطقه فراهم آورند. همچنین با توجه به ضعف کشورمان در مؤلفه‌های نهاد با امتیاز ۸/۷۰ و زیرساخت با امتیاز ۱۰/۱۷ توسعه و تقویت مؤلفه‌های یاد شده در اولویت برنامه‌های توسعه کشور باشد تا درنهایت با تقویت نقاط ضعف نوآوری کشور زمینه‌ای برای افزایش عملکرد شهر تهران در درجه اول و دیگر شهرهای کشور در درجه دوم در میان دیگر شهرهای جهانی باشد.

## منابع و مآخذ

۱. آقایی، مجید، مهدیه رضاقلی‌زاده و فریده باقری (۱۳۹۲). «بررسی تأثیر سرمایه انسانی بر رشد اقتصادی در استان‌های ایران»، پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۱۹ (۱).
۲. ابراهیم‌زاده، عیسی، میرنجف موسوی و علی باقری کشکولی (۱۳۹۵). «بررسی میزان تأثیرگذاری جابه‌جایی برخی از کارکردهای شهر تهران در سامان‌دهی وضعیت پایتخت در ایران»، ژئوپولیتیک، ۱۲ (۱).
۳. اکبری، محسن، مهسا فرخنده و زهرا ایاب (۱۳۹۶). «رابطه میان زیرساخت‌ها و سرمایه انسانی با رشد اقتصادی: نقش تعدیل‌کننده شاخص‌های اقتصاد دانش‌بنیان»، سیاست‌نامه علم و فناوری، ۷ (۴).
۴. اکبریان، رضا و علی قانعی (۱۳۹۰). «سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های اقتصادی و بررسی تأثیر آن بر رشد اقتصادی»، رشد و توسعه اقتصادی، ۱ (۳).
۵. امجدی، کاظم، غلامرضا رهبری بنائیان و غلامرضا سلطانی فسقندیس (۱۳۹۱). «تحلیل تأثیر شاخص‌های اقتصاد دانش‌محور بر تولید ناخالص داخلی کشورها»، فصلنامه فراسوی مدیریت، ۶ (۲۱).
۶. الهی، شعبان، نادیا کلانتری، عادل آذر و محمد حسن‌زاده (۱۳۹۴). «رابطه میان زیرساخت‌های رایج نوآوری، ظرفیت جذب و عملکرد نوآورانه در سطح ملی»، مدیریت نوآوری، ۴ (۴).
۷. پورا احمد، احمد، مهدی قرخلو و سیروس موسوی (۱۳۹۰). «بررسی مفاهیم و شاخص‌های نظریه شهر جهانی»، باغ نظر، ۱۶ (۸).
۸. پورموسوی، سیدموسی، حسین محمدیان، محمدهادی پوپنده و حسین خراشادی‌زاده (۱۳۹۱). «نقش اقتصادی شهرهای جهانی در قدرت ملی کشورها»، جغرافیا، ۱۰ (۳۵).
۹. جمعه‌پور، محمود، شهاب‌الدین عیسی‌لو، وحید گودرزی و بهزاد دوستی سبزی (۱۳۹۶). «تدوین راهبردهای توسعه شهری با رویکرد توسعه دانش‌بنیان (مورد مطالعه: شهر صنعتی اراک)»، اقتصاد و مدیریت شهری، ۵ (۲۰).
۱۰. حاجی حسینی، حجت‌اله و فاطمه صادقیان (۱۳۹۵). «شاخص‌های نوآوری جهانی و بررسی نقاط ضعف و قوت ایران در این شاخص‌ها»، نشریه صنعت و دانشگاه، ۹ (۳۳ و ۳۴).
۱۱. خانی، ریحانه و زهرا نصراللهی (۱۳۹۶). «بررسی نقش عوامل مؤثر بر نوآوری (مقایسه کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه)»، سیاست‌های راهبردی و کلان، ۵ (۱۸).
۱۲. خانی، فضیله و سمیه سادات موسوی (۱۳۹۶). «ارزیابی عوامل مؤثر بر پذیرش نوآوری در بین کارآفرینان روستایی (مطالعه موردی: دهستان سولقان)»، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۴۹ (۴).

۱۳. خوارزمی، امیدعلی و امین ندایی (۱۳۹۲). «ارزیابی زیرساخت‌های نوآوری در ایران (مطالعه موردی و بازنگری مراکز رشد شهر مشهد)»، *مطالعات جغرافیایی مناطق خشک*، ۳ (۱۲).
۱۴. دانش‌کهن، حسین، مهدی الیاسی، نازنین پیلهوری و سیدمحمد طباطبایی (۱۳۹۴). «بررسی و اولویت‌بندی عوامل کلیدی موفقیت نوآوری در صنعت پیمان‌سازی ایران»، *مدیریت نوآوری*، ۴ (۴).
۱۵. رضوی، مصطفی و مرتضی اکبری (۱۳۹۰). *نظام نوآوری*، چاپ اول، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۱۶. زاهدی یگانه، امیر، احمد خادم‌الحسینی و رضا مختاری ملک‌آبادی (۱۳۹۷). «تحلیل شاخص‌های مدیریت شهری در ابعاد جهانی شدن در مناطق شهری اصفهان»، *بوم‌شناسی شهری*، ۹ (۱).
۱۷. سرور، هوشنگ (۱۳۹۶). «تحلیل رتبه‌بندی پایداری کلان‌شهر تهران در بین شهرهای جهانی»، *جغرافیا و توسعه*، ۴۷.
۱۸. سلامی، رضا، حسین میرزایی و عاطیه صفردوست (۱۳۹۶). «حرکت به سوی اقتصاد دانش‌بنیان با بررسی ارتباط درونی میان ابعاد ورودی و خروجی شاخص جهانی نوآوری»، *رشد و فناوری*، ۱۳ (۵۱).
۱۹. شاه‌آبادی، ابوالفضل و حامد صادقی (۱۳۹۴). «ارزیابی وضعیت رقابت‌پذیری کشورهای عضو اوپک: با تأکید بر مؤلفه‌های نوآوری محور»، *رشد فناوری*، ۸ (۲۹).
۲۰. شاه‌آبادی، ابوالفضل، حامد صادقی و حامد امیری (۱۳۹۳). «تأثیر سرمایه انسانی بر نوآوری کشورهای منتخب سازمان توسعه همکاری اسلامی»، *پژوهشنامه بازرگانی*، ش ۷۰.
۲۱. شقاقی، وحید (۱۳۹۷). «ارزیابی برنامه‌های پنج‌ساله توسعه کشور از منظر تحقق اهداف اقتصادی سند چشم‌انداز»، *مجلس و راهبرد*، ۲۵ (۹۴).
۲۲. صالحی، محمدجواد، جعفر عبادی و گشتاسب مظفری (۱۳۹۲). «اثر نابرابری سرمایه انسانی در زنان و مردان بر رشد اقتصادی»، *فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی*، ۱۹ (۳).
۲۳. فطرس، حسین، محمدرضا فرزین و ابوالفضل نجارزاده نوش‌آبادی (۱۳۹۰). «بررسی اثر حقوق مالکیت معنوی روی نوآوری کشورهای اسلامی در حال توسعه»، *پژوهشنامه اقتصادی*، ۱۱ (۱).
۲۴. فلاح‌پور، سجاد، اکبر حسین پور و رضا آزاد‌مرد (۱۳۹۷). «بررسی جایگاه شهر جهانی در مدیریت شهری کلان‌شهر تبریز»، *جغرافیا و روابط انسانی*، ۱ (۲).
۲۵. قورچی، مرتضی، اعظم بیاتی و محمد امانی (۱۳۸۸). «جهان شهرها و گروه اقتصادی T۲۰»، تهران، مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهری تهران.
۲۶. کارگرسامانی، امیر، اسداله کردناجیح، سیدحمید خداداد حسینی و سیدمسعود موسوی شفاپی (۱۳۹۴).

- «سنجش حکمرانی خوب شهری برای شهرهای جهانی»، پژوهش‌های مدیریت در ایران، ۱۹، (۱).
۲۷. کشتکار، مهران و سعید دهقان (۱۳۹۷). «الگوی مفهومی نوآوری اجتماعی برای تحقق استحکام ساخت درونی قدرت»، مجلس و راهبرد، ۲۵، (۹۴).
۲۸. کیان‌پور، سعید و علیرضا صالحی (۱۳۹۴). «سنجش شاخص دستیابی به فناوری و نوآوری در ایران در مقایسه با کشورهای جهان»، فصلنامه رشد و فناوری، ۱۱، (۴۴).
۲۹. لطفی، صدیقه، مجتبی شهابی شه‌میری و الناز نیکبخت (۱۳۹۴). «امکان سنجی کاربست رویکرد کلان‌شهرهای شبکه‌ای چندمرکزی خلاق در منطقه کلان‌شهری مازندران مرکزی»، جغرافیا و توسعه، ۴۳، (۳۰).
۳۰. مبینی دهکردی، علی و مهران کشتکار (۱۳۹۴). «نوآوری اجتماعی: کنکاشی بر مفهوم‌سازی مبتنی بر تحلیل محتوای تعاریف»، مدیریت نوآوری، ۴، (۲).
۳۱. متقی دستنابی، افشین، حیدر لطفی و موسی صادقی (۱۳۹۳). «ابعاد جغرافیای سیاسی مکان‌یابی و انتقال پایتخت در ایران»، برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۴، (۱۶).
۳۲. محمدیان منصور، صاحبه، محمد جعفری و نادر مهرگان (۱۳۹۷). «اندازه‌گیری و بررسی مقایسه‌ای سرمایه اجتماعی به تفکیک استان‌های کشور»، مدیریت سرمایه اجتماعی، ۵، (۱).
۳۳. محمدی، مهدی، مهدی الیاسی، سیدمصطفی محمدپور نارنجی و آرش شجاعی چرمینه (۱۳۹۴). «ارائه مدلی برای ارزیابی و مقایسه نظام‌های ملی نوآوری: سنجش در ۱۴۶ کشور و تحلیلی بر وضعیت ایران»، سیاست علم و فناوری، ۷، (۴).
۳۴. مرادی، محمدعلی، مرتضی اکبری و فهیمه بشارتی (۱۳۹۷). «تأثیر سرمایه انسانی بر نوآوری: مطالعه تطبیقی کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته»، سیاست‌های راهبردی و کلان، ش ۲۲.
۳۵. مطلبی، قاسم، شاهین حیدری و شهرام شیرمحمدی (۱۳۹۴). «خوانشی از جایگاه و نقش برندسازی معماری بر رقابت‌پذیری شهری در شهرهای جهانی»، مدیریت شهری، ش ۴۰.
۳۶. مومنی، فرشاد، محمدرضا عطاریور، رضا صالح‌زاده و محمد مهدی خزائی (۱۳۹۵). «ترتیبات نهادی و توسعه همه‌جانبه: نقش نوآوری‌های نهادی در دستیابی به توسعه فناوری و توسعه پایدار»، فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی (رشد و توسعه پایدار)، ۱۶، (۳).
۳۷. نظم‌فر، حسین، سعیده علوی و علی عشقی چهاربرج (۱۳۹۶). «سنجش میزان برخورداری سکونتگاه‌های شهری استان اردبیل از شاخص‌های شهر خلاق»، جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، ۲۸، (۲۲).

۳۸. نیاکوئی، سیدامیر و محسن عسگریان (۱۳۹۴). «سند چشم‌انداز ۲۰ ساله، رقبای منطقه‌ای و ضرورت منطقه‌گرایی در سیاست خارجی ایران (تحلیل وضعیت پیشرو و چشم‌انداز مطلوب)»، پژوهش‌های روابط بین‌الملل، ۱ (۱۷).

39. Azadi, GH. and H. Nourmohammadi (2016). "Scientific and Technological Productions of Iran (2006-2015) with a Comparison to some other Countries", *Science and Technology Policy*, 6 (3).
40. Blake, E. (2007). "Innovation Cycle: Who is Innovator?", *Business Line*, 23 (1).
41. Bogdanovic, D., D. Nikolic and I. Ilic (2012). "Mining Method Selection by Integrated AHP and PROMETHEE Method", *Anais da Academia Brasileira de Ciências*, 84 (1).
42. Brans, J. and B. Mareschal (2005). *PROMETHEE Method Cited at: Multiple Criteria Decision Analysis: State of the Art Surveys*, Springer, New York.
43. Brans, J.P. and B. Mareschal (1994). "The PROMCALC & GAIA Decision Support System for Multicriteria Decision Aid", *Decision Support Systems*, 12.
44. Brans, J.P. and Ph. Vincke (1985). "A Preference Ranking Organization Method", *Management Science*, 31.
45. Brans, J.P., Ph. Vincke and B. Marechal (1986). "How to Select and How to Rank Projects: The Promethee Method", *European Journal of Operational Research*, 24.
46. Buhalis, D. and S. Darcy (2011). *Accessible Tourism: Concepts and Issues*, Bristol, UK: Channel View Publications.
47. Carayannis, E.G., Y. Goletsis and E. Grigoroudis (2017). "Composite Innovation Metrics: MCDA and the Quadruple Innovation Helix Framework", *Technol, Forecast. Soc. Change*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.techfore.2017.03.008>.
48. Caterino, N., I. Iervolino, G. Manfredi and E. Cosenza (2008). "A Comparative Analysis of Decision Making Methods for the Seismic Retrofit of Rc Buildings, the 14th World Conference on Earthquake Engineering", October 12-17, Beijing, China.

49. Chou, T.Y., W.T. Lin, Ch.Y. Lin, W.Ch. Chou and P. Huang (2004). "Application of the Promethee Technique to Determine Depression Outlet Location and flow Direction in DEM", *Journal of Hydrology*, 287.
50. Crespo, N.F. and C.F. Crespo (2016). "Global Innovation Index: Moving Beyond the Absolute Value of Ranking With a Fuzzy-Set Analysis", *Journal of Business Research*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.123>
51. De Leeneer, I. and H. Pastijn (2002). "Selecting Land Mine Detection Strategies by Means of Outranking MCDM Techniques", *European Journal Operational Research*, 139.
52. Distanont, A. and O. Khongmalai (2018). "The Role of Innovation in Creating a Competitive Advantage", *Kasetsart Journal of Social Sciences*, xxx. <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2018.07.009>.
53. Feldman, MP. (2014). "The Character of Innovative Places: Entrepreneurial Strategy, Economic Development and Prosperity", *Small Business Economics*, 43 (1). <https://doi.org/10.1007/s11187-014-9574-4>
54. Fitjar, R. and A. Rodríguez-Pose (2015). "Networking, Context and Firm-Level Innovation: Cooperation Through the Regional Filter in Norway", *Geoforum*, 63.
55. Franco, C. and R.H. Oliveira (2017). "Inputs and Outputs of Innovation: Analysis of the BRICS Theme 6 – Innovation Technology and Competitiveness", *RAI Revista de Administração e Inovação*, 14.
56. Gbadji, D.A., G. Luc Armel and G. Benoît (2009). "Corporait Venture Capital Among Larg Corporations: D the Industrial Sector Matter?", Paper Presented at the European Summer School Conference, Entrepreneurship Benevento (Italy).
57. Gilliams, S., D. Raymaekers and B. Muys (2005). "Comparing Multiple Criteria Decision Methods to Extend a Geographical Information System on Afforestation", *Computers and Electronics in Agriculture*, 49.



58. Goumas, M. and V. Lygerou (2000). "An Extension of the Promethee Method for Decision Making in Fuzzy Environment: Ranking of Alternative Energy Exploitation Projects", *European Journal of Operational Research*, 123.
59. Hölzl, W. and J. Janger (2014). "Distance to the Frontier and the Perception of Innovation Barriers Across European Countries", *Research Policy*, 43. <http://dx.doi.org/10.1016/j.respol.2013.10.001>
60. <https://www.atkearney.com/>
61. Jacobs, J. (1984). *Cities and the Wealth of Nations*, New York, Vintage.
62. Javanmardi, S. and R. IranPour (2018). "Innovation and University; Reflection on the Formation and Development of Innovative University", *Journal of Industry and University*, 11 (39). URL: <http://jiu.ir/article-1-236-fa.html>
63. Lee, S.M. (2018). "Innovation: from Small "i" to Large "I", *International Journal of Quality Innovation*, 4 (2). <https://doi.org/10.1186/s40887-018-0022-4>
64. Liu, F., D.F. Simon, Y. Sun and C. Cao (2011). "China's Innovation Policies: Evolution, Institutional Structure, and Trajectory", *Research Policy*, 40.
65. Mousavi, S.J., S.H. Zarghani and H. Azami (2017). "Examining the Effective Variables of the Scientific and Technological Power and Presenting an Assessment Model of Scientific and Technological Power of Countries", *Political Geography*, 1 (3). <https://doi.org/10.22067/pg.v3i3.60424>
66. ——— (2018). "Analysis and Survey the Position of Science and Technology in National Power", *Geographical Researches*, 33 (3).
67. Nazmfar, H., A. Eshghei, S. Alavi and S. Pourmoradian (2019). "Analysis of Travel and Tourism Competitiveness Index in Middle-East Countries", *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24 (6).
68. Niosi, J. (2002). "National Systems of Innovations are 'X – efficient' (and X

- Effective) Why Some are Slow Learners", *Research Policy*, 31 (2).
69. Segarra-Blasco, A., J.M. Arauzo-Carod and M. Teruel (2018). "Innovation and Geographical Spillovers: New Approaches and Empirical Evidence", *Regional Studies*, 52 (5). <https://doi.org/10.1080/00343404.2018.1444273>
70. Seyoum, B. (2004). "The Role of Factor Conditions in High-Technology Exports: An Empirical Examination", *Journal of High Technology Management Research*, 15 (1).
71. Shahbazi, K., A. Hassanzadeh and B. Jafarzadeh (2015). "The Effects of Entrepreneurship and Innovation on Economic Growth: Panel Data Approach", *Quarterly Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 5. URL: <http://journalie.ir/article-1-35-fa.html>
72. Shearmur, R. (2012). "Are Cities the font of Innovation? A Critical Review of the Literature on Cities and Innovation", *Cities*, 29.
73. Smith, H.L., SH. Bagchi-Sen and L. Edmunds (2018). "Innovation Cycles and Geographies of Innovation: A Study of Healthcare Innovation in Europe", *European Urban and Regional Studies*, 25 (4). <https://doi.org/10.1177/0969776417716220>
74. Stam, E. and B. Nooteboom (2011). "Entrepreneurship, Innovation and Institutions", *Handbook of Research on Innovation and Entrepreneurship*, 421.
75. The Global Innovation Index (2017).
76. Thompson, M. (2018). "Social Capital, Innovation and Economic Growth", *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 73. doi:10.1016/j.socec.2018.01.005.
77. WIPO (2015). "The Global Innovation Index, Effective Innovation Policies for Development, Soumitra Dutta, Bruno Lanvin, and Sacha Wunsch-Vincent", Available at: [www.globalinnovationindex.org](http://www.globalinnovationindex.org).
78. Wu, Y., Y. Wang, K. Chena, C. Xu and L. Li (2017). "Social Sustainability Assessment of Small Hydropower with Hesitant Promethee Method", *Sustainable Cities and Society*, 35.

# راهبردهای توسعه دیپلماسی ورزشی جمهوری اسلامی ایران

محمدحسن پیمان فر\*، علیرضا الهی\*\*، سیدمحمدکاظم سجادیپور\*\*\* و مهرزاد حمیدی\*\*\*\*

نوع مقاله: پژوهشی	تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۰/۱۷	تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۳/۱۰	شماره صفحه: ۱۸۲-۱۶۳
-------------------	--------------------------	------------------------	---------------------

جمهوری اسلامی ایران در سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ خود توسعه‌یافتگی به همراه روابط سازنده با جهان را مدنظر قرار داده است. در این بین ورزش یکی از کنش‌گران جدید جهانی در حوزه دیپلماسی و فعالیت‌های دیپلماتیک است. از این رو در پژوهش حاضر با استفاده از مطالعه کیفی و مصاحبه‌های نیمه‌ساختار و غیرساختارمند با صاحب‌نظران حوزه مدیریت راهبردی در ورزش، روابط بین‌الملل و جامعه‌شناسی به جمع‌آوری اطلاعات پرداخته است. مصاحبه‌ها تا حد اشباع نظری ادامه یافت (n=۳۹) و با استفاده از تحلیل محتوای کیفی مورد بررسی قرار گرفت.

یافته‌های مطالعه نشان می‌دهد ایران برای دست‌یافتن به توسعه‌یافتگی در حوزه دیپلماسی ورزشی با سه دسته چالش راهبردی فکری، رفتاری و ساختاری روبه‌رو است. همچنین برای توسعه‌یافتگی به تمرکز بر راهبردهای کلان برندسازی و اعتباربخشی، تعامل‌گرایی با جهان و توانمندسازی ظرفیت‌ها نیازمند است. نتایج این پژوهش می‌تواند به عنوان راهنمایی برای سیاستگذاری کلان دولت ایران در حوزه دیپلماسی عمومی قرار گیرد.

**کلیدواژه‌ها:** دیپلماسی عمومی؛ دیپلماسی ورزش؛ روابط بین‌الملل در ورزش؛ توسعه ورزش

---

\* استادیار دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)؛

Email: mhpeymanfar@khu.ac.ir

\*\* دانشیار دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران؛

Email: alirezaelahi@khu.ac.ir

\*\*\* استاد دانشکده روابط بین‌الملل وزارت امور خارجه، تهران، ایران؛

Email: sajjadpour@sir.ac.ir

\*\*\*\* دانشیار دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران؛

Email: mhamidi@ut.ac.ir

## مقدمه

دیپلماسی ورزش پدیده جدیدی است که به دنبال افزایش تعامل برای بازکردن افق‌ها و دیدگاه‌های جدید و کمک به درک فرهنگ بین مردم جهان است. امروز ورزش یک جنبه مهمی از نفوذ سیاسی دولت‌ها شده است (Hoye, Nicholson and Houlihan, 2010) برگس‌گارد و همکاران<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) بیان می‌کنند افزایش توجه و برتری ورزش برای دولت‌ها و اهداف سیاسی گوناگون آنها به لحاظ جنبه پراهمیت فرهنگی و اجتماعی ورزش است. مورای<sup>۲</sup> (۲۰۱۲) نیز عقیده دارد دیپلماسی ورزشی به عنوان نوش دارو از طرف دولت مردان مورد حمایت قرار می‌گیرد، چراکه ابزاری دیپلماتیک است که می‌تواند انزوا را کاهش و ثبات و امنیت را برای کشور به ارمغان آورد و همچنین مسائل و مشکلات غیرورزشی را حل و آسایش اجتماعی را فراهم کند (Houlihan, Bloyce and Smith, 2009).

اینکه چرا دولت‌ها امروزه علاقه‌مند به استفاده از ورزش به عنوان ابزاری برای توسعه دیپلماسی هستند دلایل مختلفی دارد. برگس‌گارد و همکاران (۲۰۰۷) بیان داشتند که دولت‌ها به سه علت ورزش را به عنوان فعالیت اجتماعی - اقتصادی<sup>۳</sup> مدنظر قرار می‌دهند: اول اینکه ورزش ابزار فرهنگی قوی برای ملت‌های توسعه‌یافته<sup>۴</sup> است که با به‌کارگیری رسانه‌ها و موفقیت‌های ملی توجه‌ها را به خود جلب می‌کند. دوم، ورزش ابزاری است که می‌تواند اهداف غیرورزشی دولت‌ها همچون نمایش قدرت سیاسی<sup>۵</sup>، بهبود توسعه اقتصادی و احیای اماکن شهری را برآورده کند و سوم اینکه ورزش مقوله چندبعدی است و فقط یک خدمت عمومی<sup>۶</sup> نیست بلکه جنبه مهمی از فراهم کردن آسایش و رفاه اجتماعی همراه با فعالیت‌های اقتصادی است.

با گسترش جهانی شدن، بازیگران جدیدی همچون سازمان‌های غیردولتی، شرکت‌های

- 
1. Bergsgard and etal.
  2. Murray
  3. Social- economic Activity
  4. Development Nations
  5. Political Power
  6. Public Service

چندملیتی، سازمان‌های بین‌المللی و حتی شخصیت‌های بانفوذ، به‌عنوان بازیگران جدید عرصه بین‌المللی ظهور کرده‌اند. ورزش نیز زبانی جهانی است که مردم می‌توانند از طریق آن رسانه‌ای برای بیان تمایلات خود پیدا کنند و با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. ورزش دیگر موضوع ساده‌ای نیست که در حوزه زندگی خصوصی یک فرد بازی می‌شود، بلکه مسئله‌ای اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و دیپلماتیک است (صباغیان، ۱۳۹۴). اگرچه در چارچوب دیپلماسی سنتی، کشورها به ورزش و دیپلماسی ورزشی توجه شده است، اما تحول ماهیت دیپلماسی از لحاظ نظری و عملی جایگاه ویژه‌ای برای دیپلماسی ورزشی فراهم کرده است. امروزه ورزش بیشتر به منظور ابزاری برای دیپلماسی، ایدئولوژی، ملت‌سازی<sup>۱</sup> و دسترسی به عرصه بین‌الملل و کسب منافع تجاری مطرح می‌شود. بر این اساس، افزایش نفوذ سازمان‌های ورزشی بین‌المللی و رویدادهای بزرگ ورزشی همچون بازی‌های المپیک و جام‌های جهانی فوتبال تأثیر عمیق بر توسعه مفهوم دیپلماسی برجا گذاشته است (Hlabane, 2012).

امروزه ادبیات دیپلماتیک ورزشی توانسته مرزها را کم‌رنگ و راه‌های بیشتری را برای گفتگو باز کند تا از این طریق افراد مختلف در کنار یکدیگر جمع شوند (Murray, 2013) این ابزار قدرتمند برای ایران که مبدع سال گفتگوی تمدن‌ها<sup>۲</sup> در سال ۲۰۰۱ بوده است و همچنین به علت موقعیت راهبردی آن در منطقه خاورمیانه، می‌تواند از اهمیت ویژه‌ای برخوردار باشد. در این بین شهابی<sup>۳</sup> (۲۰۰۱) در مقاله‌ای با عنوان «دیپلماسی ورزشی بین ایالات متحده و ایران»، به بررسی نقش و جایگاه دیپلماسی ورزشی در برقراری ارتباط بین دو کشور از لحاظ سیاسی پرداخت. وی می‌نویسد در سال ۲۰۰۰ به پیشنهاد ایالات متحده، تیم ملی فوتبال ایران با تیم ملی فوتبال ایالات متحده در کالیفرنیا دیدار کردند. به این ترتیب پرچم‌های دو کشور در دست‌های تماشاگران آمریکایی و ایرانی تا حدودی روابط سرد قبلی بین دو ملت را برطرف کرد. بارزترین نمونه ورزش و سیاست خارجی<sup>۴</sup> را می‌توان در سال ۱۹۷۴ به میزبانی تهران در

- 
1. Nation Building
  2. Dialogue Among Civilizations
  3. Chehabi
  4. Foreign Policy

هفتمین دوره بازی‌های آسیایی<sup>۱</sup> اشاره کرد. در این بازی‌ها ۳۰۱۰ ورزشکار از ۲۵ کشور در ۱۶ رشته ورزشی به رقابت پرداختند که کشورهای ژاپن، ایران و چین به مقام اول تا سوم دست یافتند. بنابر گزارش شورای المپیک آسیا<sup>۲</sup> در سال ۱۹۷۵ هفتمین دوره بازی‌های آسیایی که میزبان بیشترین شمار شرکت‌کنندگان از آغاز برگزاری بازی‌های آسیایی تا آن دوره بود، با مسائل سیاسی نیز درگیر بود به طوری که کشورهای عربی، پاکستان، جمهوری خلق چین و کره شمالی از بازی با تیم‌های تنیس، بسکتبال و فوتبال رژیم صهیونیستی خودداری کردند (Amirtash, 2005).

پیمان‌فر و همکاران (۱۳۹۸) در مطالعه‌ای کیفی به مفهوم‌شناسی دیپلماسی ورزشی به عنوان یک پدیده بین‌المللی پرداختند. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که راهبردهای برندسازی و اعتباربخشی، تعامل‌گرایی با جهان و توانمندسازی ظرفیت‌ها می‌تواند پیامدهای مناسبی را برای کشورها و ملت‌ها به دنبال داشته باشد.

کشورهای فراصنعتی با اقتصاد پیشرفته در عرصه بین‌الملل از ورزش به عنوان ابزاری برای بهبود وضعیت اقتصادی خود استفاده می‌کنند؛ درحالی که سایر کشورها از این پدیده به عنوان راهکاری موقت برای مشکلات حاکمیتی خود بهره می‌برند (Esherrick, Baker and Jackson, 2018). در این میان ایالات متحده توانسته با استفاده از ستارگان ورزشی خود آنها را به عنوان ابرقدرت جنگ نرم معرفی کند؛ به علاوه برندهای ورزشی معروف این کشور مانند نایک منبع بارز قدرت نرم آمریکا از زمان جنگ جهانی اول تاکنون مطرح بوده است (شریعتی فیض‌آبادی، ۱۳۹۸، ازسویی لی<sup>۳</sup> ۲۰۱۳) در مطالعه خود بیان می‌کند که چینی‌ها را می‌توان رقیب نوظهور ایالات متحده در عرصه ورزش جهان نامید؛ ورزش نه تنها برای آنان به عنوان کسب و کار، تفریح و سرگرمی به حساب می‌آید، بلکه به عنوان پروژه‌ای با هدف ملی طرح‌ریزی شده است. به طوری که یکی از اهداف مهم کسب میزبانی بازی‌های المپیک ۲۰۰۸ پکن را کمک به موفقیت در اجلاس جهانی اکسپو در سال ۲۰۱۰ گزارش کرد. دوستی و همکاران (۲۰۱۳) در مطالعه سیاست ورزش در ایران، بیان می‌کنند که دولت جمهوری اسلامی ایران در روند سه دهه اخیر به دنبال عملی کردن ورزش برای اهداف سیاسی

1. Asian Games 7th

2. Olympic Council of Asia (OCA)

3. Li

بین‌المللی و داخلی بوده است. به طوری که در زمینه دیپلماسی ورزشی سازوکارهایی برای راهبری دیپلماسی ورزشی از جمله، تأسیس فدراسیون ورزش همبستگی زنان مسلمان<sup>۱</sup> (۱۳۷۰)، تأسیس فدراسیون ورزشی غرب آسیا<sup>۲</sup> وابسته به شورای المپیک آسیا (۱۳۷۶) و تأسیس فدراسیون بین‌المللی ورزش‌های زورخانه‌ای<sup>۳</sup> (۱۳۸۳) انجام گرفته است. با این حال مطالعه وضعیت ایران در حوزه میزبانی رویدادهای بین‌المللی، کسب کرسی‌های بین‌المللی و... حاکی از حرکت کند دیپلماسی ورزشی در ایران است و موقعیت یابی خوبی در این زمینه انجام نگرفته است. بنابراین ضروری به نظر می‌رسد که وضعیت موجود دیپلماسی ورزشی در ایران مورد بررسی قرار گیرد و چالش‌ها شناسایی شده و راهبردهایی برای توسعه دیپلماسی ورزشی در ایران تدوین شود. امید است که شناسایی چالش‌ها و ارائه راهبردها بتواند مبنایی برای تصمیم‌گیری سیاست‌گذاران حوزه روابط خارجی و دستگاه دیپلماسی قرار گیرد.

## ۱. روش‌شناسی پژوهش

هدف پژوهش حاضر شناسایی چالش‌های پیش‌رو و ارائه راهبردهای توسعه دیپلماسی ورزشی ایران است. با توجه به نو بودن و ناشناخته بودن موضوع در ادبیات علمی ایران، روش مطالعه کیفی از نوع اکتشافی انتخاب شد. در این پژوهش، تحلیل تماتیک مدنظر قرار گرفت. تحلیل تماتیک یا تحلیل مضمون روشی برای شناسایی، تحلیل و گزارش الگوها و تم‌های درون داده است و به طور کلی مجموعه اطلاعات را به صورت جزئی تحلیل و توصیف می‌کند و جنبه‌های گوناگون پژوهش را تفسیر می‌کند (Braun and Clark, 2006). بنابراین ابتدا و پس از مطالعه منابع نظری و پیشینه موجود راهنمای مصاحبه تهیه شد. در ادامه به مصاحبه‌های نیمه‌ساختار و غیرساختارمند با صاحب‌نظران آشنا به مسئله تحقیق پرداخته شد. مصاحبه‌شوندگان شامل صاحب‌نظران در حوزه مدیریت کلان ورزشی، مدیریت راهبردی، دیپلماسی، روابط بین‌الملل و جامعه‌شناسی ورزشی در سطح معاون وزیر، رئیس فدراسیون، مشاور وزیر و اساتید دانشگاهی بودند. روش توصیه

1. Islamic Federation of Women's Sport (IFWS)

2. West Asian Games Federation (WAGF)

3. International Zurkhaneh Sports Federation (IZSF)

شده نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی، روش نمونه‌گیری نظری است و تا جایی ادامه می‌یابد که به اشباع نظری<sup>۱</sup> برسد؛ مرحله‌ای که در این مطالعه با ۳۹ مصاحبه عمیق<sup>۲</sup> حاصل شد.

روش‌های مختلفی برای فرایند تحلیل تماتیک وجود دارد اما به‌رغم تفاوت ظاهری، عموم این روش‌ها واجد سه گام عمومی جمع‌آوری و توصیف، سازمان‌دهی و تنظیم و در آخر تفسیر و بازنمایی هستند. بر همین اساس، مدل ساده ولکات<sup>۳</sup> (۲۰۰۸) در این تحقیق مبنای عمل قرار گرفته و براساس آن گزارش تحقیق تنظیم شده است. در مدل تماتیک ولکات سه مرحله توصیف، تحلیل و تفسیر مجزا شده‌اند. بر این مبنای در مرحله توصیف به جمع‌آوری اطلاعات از طریق مصاحبه‌ها پرداخته شد و داده‌های درون‌دادی روی صفحه نمایش قرار گرفتند. سپس داده‌ها سازمان‌دهی، تنظیم و مقوله‌بندی شدند. به این منظور، داده‌ها خوانده، حاشیه‌نویسی و در انتها دسته‌بندی و کدبندی شده‌اند. در این مرحله دسته‌بندی و حاشیه‌نویسی ادامه یافت تا پیش‌زمینه‌هایی برای ظهور رمزها آغاز شد.

درنهایت در مرحله تفسیر داده‌ها دو گام مهم برداشته شد؛ گام اول استخراج مضمون‌ها و گام دوم برقراری ارتباط میان مضمون‌ها در یک نقشه تماتیک مناسب است. بنابراین پس از شناسایی مضمون‌ها و تم‌های درون‌داده‌ای براساس شباهت‌ها و تفاوت‌هایشان، مقوله‌بندی به‌صورت خوشه‌های معنادار<sup>۴</sup> دسته‌بندی شدند.

## ۲. یافته‌های پژوهش

تحلیل مصاحبه‌های کیفی در این مطالعه حول دو محور چالش‌های راهبردی ایران و همچنین راهبردهای توسعه دیپلماسی ورزشی ایران ارائه شده است.

- 
1. Theoretical Saturation
  2. In Depth Interview
  3. Wolcott
  4. Meaningful Clusters



## ۲-۱. چالش‌های راهبردی

تحلیل مصاحبه‌های صاحب‌نظران حاکی از ۲۸ گزاره اولیه شناسایی شده در قالب سه چالش راهبردی فکری، رفتاری و ساختاری و هشت زیرمقوله به شرح زیر ارائه شد.

جدول ۱. چالش‌های راهبردی ایران برای توسعه دیپلماسی ورزشی

مقوله <sup>۱</sup> (تم اصلی)	زیرمقوله <sup>۲</sup> (تم فرعی)	گزاره‌ها (مفاهیم)
فکری	برخی نگرانی‌های بی‌مورد در زمینه دیپلماسی ورزشی	نبود نگاه جامع استراتژیک؛ فاصله است بین فکر ما با مسائل دنیا؛ تصمیم‌گیری فردی در فدراسیون‌ها و حاکمیت افراد کم‌سواد در فدراسیون‌ها؛ کرسی‌های کسب شده توسط مدیران قبلی نفی می‌شود و جایگاه را متزلزل می‌کند؛ ناکارآمدی حوزه سیاستگذاری عمومی؛ دچار توسعه‌نیافتگی سیاسی هستیم؛ تنگ‌نظری‌هایی که داخل کشور وجود دارد؛ تغییرات پی‌درپی مدیریت به دلیل گروه‌های غیررسمی؛ منافع شخصی و منافع ملی نباید ترکیب شوند؛ تعدد مراجع تصمیم‌گیرنده؛ ظرفیت‌های محدودی داریم باید شایسته‌سالاری باشد؛ بخشی هم مربوط به ایدئولوژی ماست؛ رویکرد انزواگرایانه، جمهوری اسلامی ایران ارزش‌هایی دارد باید راهکارهایی برای تعارضات ارزشی پیدا کرد؛ تعارضات ارزش‌های جمهوری اسلامی ایران با قواعد و هنجارهای حاکم بر ورزش جهان
	شکاف‌های قومی - مذهبی میان ایران و سایر کشورهای همسایه	محدودیت به دلیل گروه‌های غیررسمی؛ منافع شخصی و منافع ملی نباید ترکیب شوند؛ تعدد مراجع تصمیم‌گیرنده؛ ظرفیت‌های محدودی داریم باید شایسته‌سالاری باشد؛ بخشی هم مربوط به ایدئولوژی ماست؛ رویکرد انزواگرایانه، جمهوری اسلامی ایران ارزش‌هایی دارد باید راهکارهایی برای تعارضات ارزشی پیدا کرد؛ تعارضات ارزش‌های جمهوری اسلامی ایران با قواعد و هنجارهای حاکم بر ورزش جهان
رفتاری	برخی نگرانی‌های بی‌مورد در زمینه دیپلماسی ورزشی	برخی نگرانی‌های بی‌مورد در زمینه دیپلماسی ورزشی
	تعارضات برخی ارزش‌های جمهوری اسلامی ایران با قواعد و هنجارهای حاکم بر ورزش جهان	تعارضات برخی ارزش‌های جمهوری اسلامی ایران با قواعد و هنجارهای حاکم بر ورزش جهان
ساختاری	شکاف‌های قومی - مذهبی میان ایران و سایر کشورهای همسایه	شکاف‌های قومی - مذهبی میان ایران و سایر کشورهای همسایه
	ساختار ورزشی محبوس دولتی	ساختار ورزشی محبوس دولتی
	حاکمیت سیاست بر ورزش (متأثر از ملاحظات سیاسی)	حاکمیت سیاست بر ورزش (متأثر از ملاحظات سیاسی)

مأخذ: یافته‌های تحقیق.

منظور از چالش‌های راهبردی آن دسته از بازدارنده‌هایی است که وضعیت بحرانی را برای توسعه دیپلماسی ورزش کشور ایجاد کرده و سد عظیمی در این راه به وجود آورده است. در این زمینه چالش‌های راهبردی در سه دسته فکری، رفتاری و ساختاری دسته‌بندی شده‌اند.

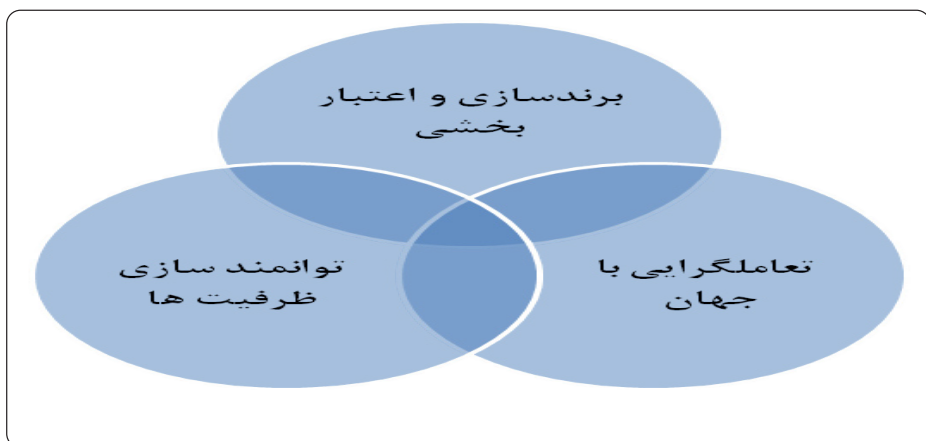
1. Categories

2. Sub-categories

چالش‌های راهبردی فکری اشاره به مبانی نظری و تفکری حکومت و همچنین ارزش‌های نظام جمهوری اسلامی ایران دارد. در زمینه ارزش‌های نظام جمهوری اسلامی ایران با توجه به اینکه یک نظام عرفی در بین نظام‌های سیاسی دنیا قطعاً نیازمند راهبردهای تعاملی بیشتری است. چالش‌های راهبردی رفتاری در سطح پایین‌تری از چالش‌های فکری قرار دارند. رویکردهای رفتاری که منشأ آن را می‌توان در رویه‌های خودسرانه، بی‌برنامگی و بی‌تدبیری دید در این بخش مانع بزرگ و شرایط بحرانی را برای توسعه دیپلماسی ورزشی جمهوری اسلامی ایران به وجود آورده است. بنابراین ضرورت دارد تا با مدنظر قرار دادن مسائلی همچون سازمان متولی و مرجع برای تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری در حوزه دیپلماسی ورزشی و همچنین تعیین مدیران شایسته در حوزه روابط بین‌الملل بیش‌ازپیش در برطرف کردن این موانع گام برداشت. چالش‌های ساختاری نیز به‌عنوان چالشی راهبردی مدنظر قرار گرفت. چراکه اعتقاد اندیشمندان حوزه سیاست و دیپلماسی ورزشی بر این بود که با ساختاری که حبس دولتی است و همچنین ورزشی که سیاست بر آن اشرف دارد، کمتر می‌توان فعالیت دیپلماتیک انجام داد بنابراین در این حوزه مهندسی مجددی می‌طلبد.

## ۲-۲. راهبردهای توسعه دیپلماسی ورزشی در ایران

شکل ۱. راهبردهای کلان توسعه دیپلماسی ورزش



تحلیل مصاحبه‌های صاحب‌نظران حاکی از ۱۶۸ گزاره راهبردها و اقدام‌های راهبردی در قالب سه راهبرد کلان و ۱۳ راهبرد خرد به شرح جدول ۲ ارائه شد. راهبردها به دنبال تبیین راهکارهایی کلان برای توسعه پدیده مورد بررسی بودند. آنچه در این پژوهش به عنوان راهبردهای توسعه دیپلماسی ورزشی مدنظر صاحب‌نظران بود شامل برندسازی و اعتباربخشی، تعامل‌گرایی با جهان و توانمندسازی ظرفیت‌ها بود.

جدول ۲. راهبردهای توسعه دیپلماسی ورزشی

راهبرد کلان <sup>۱</sup>	راهبرد خرد <sup>۲</sup>
برندسازی و اعتباربخشی	برندسازی ملی ورزش مبتنی بر ارزش‌ها در سطح بین‌الملل
	توسعه میزبانی رویدادهای ورزشی بین‌المللی (فارغ از سطح رویداد و پتانسیل درآمدزایی)
	گسترش فعالیت‌های حوزه آکادمیک (دانشکده‌های علوم ورزشی و علوم سیاسی) در زمینه دیپلماسی ورزش
تعامل‌گرایی با جهان	نقش‌آفرینی ورزشکاران نخبه <sup>۳</sup> به عنوان سفیران صلح و نوع‌دوستی در سطح منطقه و جهان
	توسعه ارتباطات و طراحی و اجرای فعالیت‌های ورزشی ویژه سفارتخانه‌های خارجی داخل
	ایجاد زمینه برای نقش‌آفرینی سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی برای تقویت دیپلماسی ورزش
توانمندسازی ظرفیت‌ها	تقویت گردشگری ورزشی، بهره‌گیری از ظرفیت‌های تاریخی و فرهنگی ایران
	وارد کردن دیپلماسی ورزشی در فرهنگ لغات ایران و رسانه‌های ورزشی و سیاستمداران با استفاده از راهبرد تکرار <sup>۴</sup>
	ظرفیت‌شناسی و ایجاد ظرفیت ایرانیان خارج از کشور در راستای توسعه دیپلماسی ورزش
	پروترنگ کردن نقش ورزش در سیاست‌های پدافند غیرعامل <sup>۵</sup>
	ایجاد، تحکیم و تقویت منابع مالی و ساختار اداری و یکپارچه روابط بین‌المللی در نظام ورزش
	جذب و توانمندسازی منابع انسانی ورزش کشور با رویکرد ترفیع دیپلماسی ورزشی
	ایجاد وحدت و همدلی در مدیران و چهره‌های ورزشی و ایجاد جایگاهی قوی از ورزش در ذهن تصمیم‌گیرندگان و سیاستگذاران کلان

مأخذ: همان.

1. Big Strategy
2. Small Strategy
3. Elite Athletics
4. Replicating Strategy
5. Passive Defense

## ۲-۲-۱. برندسازی و اعتباربخشی

در زمینه برندسازی می‌توان این‌گونه بیان کرد که ورزش به صورت شفاف با «تصویر» و «برند» یک دولت در ارتباط است. برندسازی با ایجاد غرور ملی از طریق دستاوردهای مختلف و ایجاد هویتی خاص روی صحنه بین‌المللی که برای دیگران نیز جذاب است موجبات «ساخت ملی» را فراهم می‌آورد (Grix and Houlihan, 2014). در دیپلماسی راه‌های زیادی برای افزایش برند ملی وجود دارد. دنوز<sup>۱</sup> (۲۰۱۴) بیان می‌کند که نیوزیلند با برگزاری مسابقات جهانی ۲۰۱۱ راگبی، موفق به بالا بردن قد و قامت اوکلند<sup>۲</sup> به‌عنوان یک شهر بزرگ بین‌المللی، یک مولد، نوآوری کسب‌وکار و سرمایه‌گذاری محیط زیست و تقویت برند ملی خود شد. از طرفی با توجه به تهدیدهای شناسایی شده برای کشور یعنی ناهمگونی برخی از ارزش‌های جهان ورزش با محیط فرهنگی کشور «برندسازی ملی ورزش کشور مبتنی بر ارزش‌های کشور در سطح بین‌الملل» راهبرد مناسبی در این زمینه است چراکه ورزش از طریق تحکیم ارزش‌های انسانی و همبستگی ملی و افزایش مشارکت سیاسی بر سیاست تأثیر می‌گذارد. همان‌گونه که لین، لی و نای<sup>۳</sup> (۲۰۰۸) ورزش را ابزاری برای انتقال ارزش‌های سنتی در میان دیگر اهداف اجتماعی معرفی کردند.

دیگر راهبرد این حوزه «توسعه میزبانی رویدادهای ورزشی بین‌المللی (فارغ از سطح رویداد و پتانسیل درآمدزایی)» بود. امروزه آثار میزبانی رویدادهای بین‌المللی ورزشی بر کسی پوشیده نیست به طوری که موفقیت در کسب میزبانی رویدادهای ورزشی می‌تواند نقش فزاینده‌ای در توسعه و شکوفایی اقتصادی هر کشور داشته باشد؛ طی سه دهه گذشته ورزش به‌ویژه موفقیت‌های ورزشی و کسب میزبانی رویدادهای بزرگ ورزشی به پدیده‌ای برجسته در ادبیات سیاسی مطرح و به‌عنوان یکی از منابع اقتصادی نوظهور برای دولت‌ها به‌شمار می‌آید (Ibid.).

راهبرد دیگر در حوزه برندسازی و اعتباربخشی، راهبرد «گسترش فعالیت‌های حوزه

1. Deos

2. Auckland

3. Lin, Lee and Nai

آکادمیک (دانشکده‌های علوم ورزشی و علوم سیاسی) در زمینه دیپلماسی ورزشی» است. امروزه قدرتمندی دیپلماسی ایران در عرصه سیاسی، نویدبخش قدرت گرفتن دیپلماسی در عرصه علمی نیز است و زمینه‌های گسترش همکاری‌های آکادمیک بیشتر را فراهم می‌کند. بنابراین ضروری است تا دانشگاه‌ها در این برهه از زمان از فرصت استفاده کرده و تعاملات بین‌المللی دانشگاهی را در راستای سیاست‌های کلان دانشگاه و جامعه اجرایی کنند. هرچند این راهبرد تداعی دیپلماسی علمی در حوزه بین‌الملل است اما می‌توان در این زمینه دیپلماسی ورزشی را با تدوین کتب، مقالات، کنگره‌ها و همایش‌ها احیا کرد.

## ۲-۲-۲. تعامل‌گرایی با جهان

تعامل‌گرایی با جهان نیز راهبرد دیگری است که می‌تواند توسعه دیپلماسی ورزشی را برای ایران در پی داشته باشد. در این زمینه باید اذعان داشت که یکی از موضوع‌های مهم در بحث سیاست خارجی استفاده از همه ابزارها در کنار اتخاذ روش هوشمندانه و منطقی و دوری از تندروی در سیاست خارجی است، به طوری که سیاست برد - برد<sup>۱</sup> راهبرد کشورها قرار گیرد. در این راستا یکی از مهم‌ترین مباحثی که رئیس‌جمهوری ایران در چند سال اخیر به دنبال آن بوده و به همین دلیل وزارت امور خارجه را به یکی از فعال‌ترین نهادهای نظام تبدیل کرده است، پیگیری سیاست تعامل‌گرایی با جهان بوده است. در این چارچوب ایران با ارائه چهره‌ای مثبت برای حل مسائل مختلف بین‌المللی علاقه‌مندی خود را به تعامل با همه کشورهای جهان برای حل موضوع‌های مختلف نشان داده است که نمونه بارز آن را می‌توان به توافق با گروه ۵+۱ و اتحادیه اروپا در سال ۲۰۱۶ اشاره کرد؛<sup>۲</sup> و حتی قبل از آن و در سال ۲۰۰۱ شعار خاتمی<sup>۳</sup> رئیس‌جمهور وقت ایران در سازمان ملل متحد مبنی بر سال گفتگوی تمدن‌ها حاکی از رویکرد ایران به سمت تعامل‌گرایی با جهان بوده است.

1. Win-win Policy

۲. این تعهدنامه را آمریکا در سال ۲۰۱۸ نقض کرد و متأسفانه کشورهای دیگر طرف این تعهدنامه واکنشی نشان ندادند.

3. Khatami

حال باید دید چگونه ابزار ورزش می‌تواند در این راه یاری‌رسان و هدایتگر دستگاه سیاست خارجی باشد. صاحب‌نظران معتقدند که ورزشکاران نخبه ابزارهای اثربخشی برای دیپلماسی ورزشی هستند (Merkel, 2008; Yen, 2013; Pigman, 2014). بنابراین راهبرد «نقش‌آفرینی ورزشکاران نخبه به‌عنوان سفیران صلح و نوع‌دوستی<sup>۱</sup> در سطح منطقه و جهان» به‌عنوان یک راهبرد اصلی می‌تواند مثمر‌ثمر باشد.

در این زمینه یین<sup>۲</sup> (۲۰۱۳) مطالعه خود را به‌صورت تخصصی روی نقش «لیانگ هوآن لو»<sup>۳</sup> گلف‌باز بین‌المللی تایوان<sup>۴</sup> به‌عنوان سفیر این کشور متمرکز کرده است. وی می‌نویسد لیانگ پس از آموزش از مدرسه تا دانشکده افسری، توانست احترام رهبران سیاسی دنیا را پس از جدایی تایوان از ملل متحد جلب کند. در این بین فدراسیون‌ها و رویدادهای بین‌المللی ورزشی متعدد و همچنین ورزشکاران نخبه و جهانی ایران همچون علی‌دایی، حسین رضازاده، هادی ساعی، مهدی مهدوی‌کیا و ... نیز می‌توانند به بهترین نحو تأثیرگذار باشند و از آنجاکه ورزشکاران نمایندگان دولت‌ها و ملت‌هایشان هستند و پیروزی آنها نمادی از پیروزی ملت و دولتشان است، بهره‌گیری از این ابزار راهبردی در دستگاه دیپلماسی ورزشی فصل مشترک فوایدی برای وزارت امور خارجه و همچنین وزارت ورزش و جوانان و درنهایت برای کشور دربرخواهد داشت.

وقتی صحبت از تعامل با جهان می‌شود به‌نظر می‌رسد که سفارتخانه‌های کشورهای دنیا در ایران اولین و در دسترس‌ترین نهاد برای تعامل و برنامه‌ریزی در این حوزه هستند. ازطرفی در حوزه دیپلماسی ورزشی، تحلیل محیط داخلی و خارجی حاکی از آن است که راهبرد «توسعه ارتباطات و طراحی و اجرای فعالیت‌های ورزشی ویژه سفارتخانه‌های خارجی داخل کشور» مناسب برای توسعه دیپلماسی ورزش کشور است. چراکه ازطرفی دستگاه دیپلماسی با مزیت «گسترده‌گی و تعدد سفارتخانه‌های خارجی در کشور» برخوردار

- 
1. Ambassadors of Peace and Friendship
  2. Yen
  3. Liang Huan Lu
  4. International Golfer of Taiwan

است و از طرف دیگر «تعاملات جدید ایران با جهان و کشورهای تأثیرگذار در دیپلماسی بین‌المللی» رابطه حسنه و زمینه‌ساز تعاملات بیشتر را فراهم کرده است. بنابراین می‌توان گفت دستگاه ورزش فرصت‌های متعددی در فضای بین‌المللی دارد که در برابر آنها و برای استفاده بهینه، از ضعف منابع مالی رنج می‌برد. در این بین پتانسیلی با عنوان بخش خصوصی وجود دارد. راهبرد «ایجاد زمینه برای نقش‌آفرینی سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی برای تقویت دیپلماسی ورزش کشور» از آن جهت حائز اهمیت است که جنس دیپلماسی ورزشی فارغ از ساختار دولتی است. همچنین از بعد سرمایه‌گذاری فرصت‌های متعددی پیش روی سرمایه‌داران ایرانی و خارجی است. ۱۴ درصد آثار باستانی و فرهنگی ثبت شده در دنیا از آن ایران است (در بین ۱۰ کشور دارای میراث فرهنگی) اما در طرف دیگر تنها ۲ هزارم درصد از سهم گردشگری جهان برخوردار است. در این زمینه جکسون و هایق<sup>۱</sup> (۲۰۰۸) می‌نویسند در خصوص محیط زیست گردشگری ورزش جهانی به سرعت به یک صنعت بزرگ و نیز وسیله تجاری / بازاریابی برای شهرها و کشورهای مشتاق به وضعیت «سطح جهانی» تبدیل شده است. براوو و سیلوا<sup>۲</sup> (۲۰۱۴) نیز بیان کرده‌اند از دهه ۱۹۰۰ ورزش در شیلی یک بخشی از سیاست عمومی بوده است و امروز با چالشی کلیدی برای به وجود آوردن راهبردهای اثربخش‌تر برای به کار بردن بخش خصوصی در توسعه ورزش این کشور مواجه شده است.

### ۳-۲-۲. توانمندسازی ظرفیت‌ها

در بین راهبردهای کلان، توانمندسازی ظرفیت‌ها از بیشترین راهبرد برخوردار است. به نظر می‌رسد شناسایی ظرفیت‌ها و به دنبال آن توانمندسازی آنها برای دستگاه ورزش و همچنین دستگاه دیپلماسی ایران اهمیت وافری داشته باشد. در این بین راهبرد «تقویت گردشگری ورزشی، بهره‌گیری از ظرفیت‌های تاریخی و فرهنگی کشور» که با فرصت‌هایی همچون تمدن، پیشینه فرهنگی و هویت ریشه‌دار ایرانی در جهان برخوردار است در

1. Jackson and Haigh

2. Bravo and Silva

دیپلماسی ورزش کشور حائز اهمیت است. فرصت‌هایی که می‌تواند با بهره بردن از قوت خود یعنی نقش‌آفرینی نظام جمهوری اسلامی ایران در سیاست‌های منطقه‌ای و بین‌المللی و همچنین تعاملات جدید ایران با جهان و کشورهای تأثیرگذار در دیپلماسی بین‌المللی، به دنبال استفاده از این مزیت رقابتی باشد.

دیگر راهبرد این بخش «وارد کردن دیپلماسی ورزشی در فرهنگ لغات ایران و رسانه‌های ورزشی و سیاستمداران با استفاده از راهبرد تکرار» بود. چراکه امروزه نقش رسانه‌ها در فرهنگ‌سازی و همچنین ترویج پدیده‌های مختلف بر کسی پوشیده نیست. پیگمن<sup>۱</sup> (۲۰۱۴) می‌نویسد که رویدادها و مسابقات ورزشی به خودی خود مایه برنشدن و شهرت یک شهر یا کشور نمی‌شوند، بلکه انعکاس رسانه‌ای این مسابقات است که باعث قرار گرفتن آنها در ذهن مردم جهان می‌شود. امان<sup>۲</sup> (۲۰۰۵) نیز نشان داد که رسانه‌ها و تجارت باعث تغییر نگرش مردم نسبت به ورزش شده، به طوری که میزان مشارکت در ورزش طبق بررسی سال‌های ۱۹۷۰ تا ۲۰۰۲ رشد چشمگیری داشته است. از طرفی جای خالی رویکرد ورزش در دستگاه دیپلماسی و همچنین ضعف دستگاه ورزش در عدم استفاده مناسب از دیپلماسی نیازمند فرهنگ‌سازی و رایج کردن این پدیده است. از این رو می‌توان با بهره بردن از این ابزار قدرتمند، جایگاه قدرت دیپلماسی ورزشی را ارتقا داد.

«ظرفیت‌شناسی و ظرفیت‌سازی ایرانیان خارج از کشور در راستای توسعه دیپلماسی ورزش کشور» راهبرد دیگری بود که صاحب‌نظران این حوزه بر آن تأکید داشتند؛ چراکه اعتقاد بر این است، ایرانی‌های تأثیرگذار فراوانی در سایر کشورها حضور دارند. به نظر می‌رسد ایرانیان خارج از کشور از دو بعد می‌توانند به دیپلماسی ورزشی کشور کمک کنند: اول اینکه امروزه کلیدی‌ترین مفهوم در تعریف دیپلماسی عمومی به‌عنوان یکی از ابزارهای قوی دیپلماسی، تأثیر بر افکار عمومی است. اگر سیاسیون، تاریخ و تاریخچه ورزش را ورق بزنند، خواهند دید که یکی از قوی‌ترین عناصری که در بالاترین سرعت ممکن می‌تواند افکار عمومی را تحت تأثیر قرار دهد ورزش است بنابراین حمایت از آن می‌تواند نقش مثبتی

1. Pigman

2. Aman



در ترویج افکار عمومی برای حس هویت ملی و وطن پرستی داشته باشد. دوم اینکه در سراسر دنیا ایرانی‌های بسیاری هستند که از وجه مالی و اعتباری بسیار خوبی در جوامع و سازمان‌های بین‌المللی برخوردارند؛ از این رو باید این ابعاد را در راهبرد ظرفیت‌شناسی مورد توجه قرار داد.

پدافند غیرعامل بهترین، ارزان‌ترین و مؤثرترین راهبرد برای افزایش آمادگی، ارتقای توانمندی کشور، تضمین امنیت پایدار و مقابله با تهدیدهای احتمالی دشمنان بدون به‌کارگیری جنگ‌افزار است. نظر صاحب‌نظران بر این بود که راهبرد «پررنگ شدن نقش ورزش در سیاست‌های پدافند غیرعامل کشور» می‌تواند در راستای سیاست‌های کلان نظام نقش دوجانبه‌ای را برای توسعه امنیت ملی و همچنین تقویت و توسعه زیرساخت‌های ورزش کشور داشته باشد. از این رو ضروری به نظر می‌رسد تا در زمینه ورزش و پدافند غیرعامل به فرهنگ‌سازی، هم‌افزایی دستگاه‌ها و نهادها، به‌روز کردن بانک اطلاعاتی، مطالعه زیرساخت‌ها و ارتقای سطح علمی توجه بیشتری شود.

در راستای توسعه دیپلماسی ورزشی کشور «ضعف منابع مالی و انسانی در حوزه دیپلماسی ورزش کشور و دولتی بودن ساختار ورزش کشور» مشهود است. بنابراین راهبرد «ایجاد، تحکیم و تقویت منابع مالی و ساختار اداری و یکپارچه روابط بین‌المللی در نظام ورزش کشور» را می‌طلبد تا با استفاده از فرصتی همچون رویکرد حمایتی برخی سازمان‌های بین‌المللی به کشورهای در حال توسعه بتوان گام‌های جدی‌تری را در این زمینه برداشت. منابع انسانی به‌طور اعم و مدیران به‌طور اخص نقش پررنگی در توسعه سازمان‌ها و نهادها دارند و توسعه دیپلماسی ورزشی کشور از این قاعده مستثنا نیست. گفتنی است «ضعف مدیران ورزشی در آشنایی با تشریفات و پروتکل بین‌المللی، ناتوانی و فعال نبودن مدیران ورزشی زن در سازمان‌های بین‌المللی ورزشی، ضعف منابع مالی و انسانی در حوزه دیپلماسی ورزش کشور، تغییرات پی در پی مدیران در سطح عالی ورزش کشور، ناتوانی بسیاری از مدیران ورزشی برای فعالیت‌های بین‌المللی (کسب کرسی‌ها و ...)» حاکی از ضعف‌های دستگاه دیپلماسی کشور در این حوزه است. آنچه به نظر می‌تواند برطرف‌کننده این معضل باشد راهبرد «جذب و توانمندسازی منابع انسانی ورزش کشور با رویکرد ترفیع

دیپلماسی ورزشی<sup>۱</sup> است. توسعه منابع انسانی شاخص‌های بسیاری دارد که همه‌ساله سازمان‌های بین‌المللی متعددی به این مهم می‌پردازند، اما آنچه در اینجا مدنظر است جذب و توانمندسازی مدیران و نیروی انسانی در راستای کسب کرسی‌های بین‌المللی، میزبانی رویدادهای بین‌المللی و ... است. این مهم با توجه به قوت‌ها و فرصت‌های موجود دوران دسترس نیست.

دیگر راهبرد توسعه دیپلماسی ورزش کشور «ایجاد وحدت و همدلی در مدیران و چهره‌های ورزشی کشور و ایجاد جایگاهی قوی از ورزش در ذهن تصمیم‌گیرندگان و سیاستگذاران کلان کشور» است چراکه اجماع نظر بر آن است که از یک طرف تعامل ضعیفی درون دولت بین دستگاه ورزش و دستگاه دیپلماسی کشور وجود دارد و از طرفی وجود رویکردهای مختلف سیاسی بین برخی از نهادهای حاکمیتی و دولت واگرایی زیادی را در این حوزه ایجاد کرده است. هرچند اختلاف سلیقه‌ها در دستگاه ورزش را نیز می‌توان به آن اضافه کرد.

### ۳. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

طی چند سال گذشته، دیپلماسی ورزشی به یک زمینه پژوهشی تأثیرگذار تبدیل شده است و پژوهشگران به دنبال بررسی و مطالعه جوانب پیدا و پنهان این مقوله هستند. ورزش پتانسیل فوق‌العاده‌ای در حوزه‌های مختلف ملی و بین‌المللی دارد و این را می‌توان در دولت‌هایی جستجو کرد که می‌خواهند از منابع قدرت نرم خود حداکثر استفاده را ببرند. به‌عنوان مثال، ورزش ابرستاره‌هایی ایجاد می‌کند که توانایی عبور از مرزهای ملی، فرهنگی و نژادی را دارند یا میزبانی رویدادهای بزرگ ورزشی که پیگمن (۲۰۱۴) بیان می‌کند استفاده از المپیک برای بهبود وجهه هر کشور در خارج از کشور یا بهبود روابط بین کشورها از زمان بازی‌های المپیک در یونان باستان ابزاری دیپلماتیک بوده است و رویدادهای ورزشی بین‌المللی با ارتقای همکاری بین‌فرهنگی، در میان مردم و دولت‌هایشان واسطه‌گری

می‌کنند. در این زمینه پامنت<sup>۱</sup> (۲۰۱۹) بیان می‌کند هزینه میزبانی رویدادهای بزرگ ورزشی معاصر معمولاً بیش از ۱۵ میلیارد دلار است و پیش‌بینی می‌شود جام جهانی فیفا ۲۰۲۲ در قطر بیش از ۲۰۰ میلیارد دلار باشد. در نتیجه، دیپلماسی ورزشی به‌عنوان ابزاری که با پتانسیل فوق‌العاده بازاریابی و برندسازی مرتبط است، علاقه کشورها و دولت‌ها را بیشتر می‌کند؛ چراکه دولت‌ها، رویدادهای کوچک و بزرگ ورزشی را فرصتی برای موقعیت‌یابی کشور و شهرهای خود در افکار جهانی می‌دانند. در این بین مطالعه حاضر نشان داد که کشور جمهوری اسلامی ایران که در سند چشم‌انداز ۲۰ ساله خود در افق ۱۴۰۴ «توسعه‌یافتگی به همراه روابط سازنده با جهان» را مدنظر قرار داده است با چالش‌های راهبردی روبه‌روست که ضرورت دارد با توجه به نقش مهم دیپلماسی ورزشی، با تشکیل ستاد راهبری دیپلماسی ورزش کشور، در سه حوزه تعامل‌گرایی با جهان، برندسازی و اعتباربخشی و توانمندسازی ظرفیت‌ها گام‌های اساسی بردارد و با اجرای راهبردهای تدوین شده از پیشگامان توسعه دیپلماسی ورزش در منطقه باشد.

## منابع و مآخذ

۱. باغیان، علی (۱۳۹۴). «دیپلماسی ورزش»، فصلنامه مطالعات فرهنگ و ارتباطات، ۱۶ (۳۱).
۲. پیمان‌فر، محمدحسن، علیرضا الهی، سیدمحمدکاظم سجادپور، مهرزاد حمیدی (۱۳۹۸). «تبیین دیپلماسی ورزشی با استفاده از الگوی پارادایمی: مطالعه‌ای کیفی»، نشریه مدیریت ورزشی، ۱۱ (۱).
۳. شریعتی فیض‌آبادی، مهدی (۱۳۹۸). «مطالعه تطبیقی دیپلماسی ورزش در توسعه روابط خارجی ایران و کشورهای منتخب»، دو فصلنامه علمی دانش سیاسی، ۱۵ (۱).
4. Aman, M.S. (2005). "Leisure Policy in New Zealand and Malaysia: A Comparative Study of Developments in Sport and Physical Recreation", Lincoln University New Zealand.
5. Amirtash, A. (2005). "Iran and the Asian Games: the Largest Sports Event in the Middle East", *Sport in Society*, 8 (3).
6. Bergsgard, N.A., B. Houlihan, P. Mangset, S.I. N\_dland and H. Rommetvedt (2007). *Sport Policy: A Comparative Analysis of Stability and Change*, Oxford, Butterworth-heinemann.
7. Braun, V. and V. Clarke (2006). "Using Thematic Analysis in Sychology", *Qualitative Research in Psychology*, Vol. 3, No. 2.
8. Bravo, G. and J. Silva (2014). "Sport Policy in Chile", *International Journal of Sport Policy and Politics*, 6 (1) .
9. Chehabi, H. (2001). "Sport Diplomacy between the United States and Iran", *Diplomacy and Statecraft*, 12 (1).
10. Deos, A. (2014). "Sport and Relational Public Diplomacy: The Case of New Zealand and Rugby World Cup 2011", *Sport in Society*, 17 (9).
11. Dousti, M., M. Goodarzi, H. Asadi and M. Khabiri (2013). "Sport Policy in Iran", *International Journal of Sport Policy and Politics*, 5 (1).
12. Esherick, C., R. Baker and S. Jackson (2018). *Case Studies in Sport Diplomacy*, Fit

Publishing, 1 Edition, ISBN-13: 978-1940067056

13. Grix, J. and B. Houlihan (2014). "Sport Mega- event as Part of Nation`S Soft Power Strategy: The Case of Germany (2006) and UK (2012)", *The British Journal of Politics and International Relations*, 16 (4).
14. Hlabane, B. (2012). *The Political, Economic and Social Impact of Hosting Mega-sports Events: The 2010 South Africa World Cup in Comparative Perspective*, Beppu: Ritsumeikan Asia Pacific University.
15. Houlihan, B., D. Bloyce and A. Smith (2009). "Developing the Research Agenda in Sport Policy", *International Journal of Sport Policy*, 1 (1).
16. Hoye, R., M. Nicholson and B. Houlihan (2010). *Sport and Policy: Issues and Analysis*, Published by Elsevier Ltd, All Rights Reserved.
17. Jackson, S.J. and S. Haigh (2008). "Between and Beyond Politics: Sport and Foreign Policy in a Globalizing World", *Sport in Society*, 11 (4).
18. Li, Y.W. (2013). "Public Diplomacy Strategies of the 2008 Beijing Olympics and the 2012 London Olympics: A Comparative Study", *The International Journal of the History of Sport*, 30 (15).
19. Lin, Ch.Y., P.Ch. Lee and H.F. Nai (2008). "Theorizing the Role of Sport in State-Politics", *International Journal of Sport and Exercise Science*, 1 (1).
20. Merkel, U. (2008). "The Politics of Sport Diplomacy and Reunification in Divided Korea", *International Review for the Sociology of Sport*, 43.
21. Murray, S. (2013). "Moving Beyond the Ping-pong Table: Sports Diplomacy in the Modern Diplomatic Environment", *P D Magazine*, 9.
22. ——— (2012). "The Two Halves of Sports-diplomacy", *Diplomacy and Statecraft*, 23 (3).
23. Pamment, J. (2019). "Special Issue on Sports Diplomacy", *Place Brand Public Dipl*, 15, <https://doi.org/10.1057/s41254-019-00136-4>.

24. Pigman, A. (2014). "International Sport and Diplomacy's Public Dimension: Governments", Sporting Federations and the Global Audience, *Diplomacy and Statecraft*, 25 (1).
25. Wolcott, H.F. (2008). *Writing Up Qualitative Research*, London, Sage Publications.
26. Yen, Ch. (2013). "Sport, Diplomacy, and the Role of an Athlete as Ambassador: Liang-huan Lu and Golf in Taiwan", *The International Journal of the History of Sport*, 30 (9).

# تحلیل محتوای ظرفیت‌سازی در بخش آموزش عالی جهت پاسخگویی به انتظارات جامعه

آرمین رجب‌زاده\*، مهدی مرتضوی\*\*، محمد دوستار\*\*\* و نسرين آخوندی\*\*\*\*

نوع مقاله: پژوهشی	تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۰/۲۵	تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۳/۱۰	شماره صفحه: ۲۱۷-۱۸۳
-------------------	--------------------------	------------------------	---------------------

سیاست‌های ظرفیت‌سازی در راستای انعطاف‌پذیری و بهبود عملکرد برنامه‌های سازمان برای تطبیق با نیازها و انتظارات متغیر جمعیتی ارائه شده است. در این پژوهش با توجه به هدف اصلی که شناسایی ظرفیت‌های بخش آموزش عالی بود از روش تحلیل محتوا با رویکرد تحلیل مضمون استفاده شد. نمونه تحقیق را ۱۴ نفر از خبرگان کلیدی و رؤسای دانشگاهی تشکیل دادند که تجربه مدیریتی و مطالعاتی در این حوزه دارند. داده‌های کیفی از طریق تمرکز به کلمات، موشکافی و دقت در متن، تشریح و تفسیر متون و مصاحبه‌های عمیق به دست آمد. با بهره‌گیری از راهبرد قیاس در تحلیل مضمون و در نظر گرفتن نظریه‌های موجود، داده‌ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. برای ارزیابی کفایت تحلیل مضمون، از روایی تئوریک با رویکرد دریافت نظر متخصصان به عنوان کمیته تخصصی و ضریب کاپای کوهن استفاده شد. با بازبینی و تأیید اعضای مشارکت‌کننده در فرایند اعتبارسنجی و برآورد ضریب  $0/768$ ، یافته‌های پژوهش از قابلیت اعتبار و اعتماد لازم برخوردار بود. طبق یافته‌های به دست آمده از این مطالعه، ۱۲ عامل اصلی دانش، مهارت، شایستگی، راهبرد، ساختار، سیستم و فرایند، فرهنگ، منابع و زیرساخت‌ها، محیط قانونی و سیاسی، محیط اجتماعی و فرهنگی، صنعت و ذی‌نفعان را به عنوان ظرفیت‌های بخش آموزش عالی برای پاسخگویی به انتظارات جامعه در سه زمینه اصلی فردی، سازمانی و محیطی شناسایی و توسط شبکه مضامین ترسیم شد.

**کلیدواژه‌ها: ظرفیت‌سازی؛ پاسخگویی؛ آموزش عالی؛ تحلیل محتوا**

\* دانشجوی دکتری، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران؛  
Email: ar.rajabzadeh@gmail.com

\*\* دانشیار، گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران (نویسنده مسئول)؛  
Email: m-mortazavi@modares.ac.ir

\*\*\* دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران؛  
Email: doustar@guilan.ac.ir

\*\*\*\* استادیار، گروه ریاضی، دانشکده فنی و مهندسی واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران؛  
Email: n-akhoundi@azad.ac.ir

## مقدمه

یکی از جدی‌ترین مسائلی که در زندگی عمومی امروز مطرح است، فرسایش رابطه میان شهروندان و دولت است. دولت با تمرکز بر یکپارچگی و پاسخگویی، از طریق بازسازی عنصری مهم به نام ظرفیت‌سازی، می‌تواند در بازگرداندن اعتماد شهروندان بسیار تأثیرگذار باشد (Denhardt, 2002). از این جهت سازمان‌های دولتی برای تصمیم‌گیری، عمل و ارائه نتایج (پاسخگویی) کارآمدتر و مؤثرتر در پرداختن به نیازها و خواسته‌های جامعه عمل می‌کنند (United Nations Development Program me, 2010). ایجاد ظرفیت و ارائه انگیزه‌های بیشتر از سوی سازمان‌ها ممکن است همراهی برای پاسخگویی باشد (Duflo, Hanna and Ryan, 2012). ظرفیت‌سازی در دولت‌ها اغلب ارائه ابزاری برای کمک به آنها در انجام وظایفشان به بهترین وجه است که شامل ایجاد توانایی دولت در بودجه، جمع‌آوری درآمد، ایجاد و اجرای قوانین، ترویج تعامل مدنی، شفافیت، پاسخگویی و مبارزه با فساد است (U.S. Agency for International Development, 2009). برای ارزیابی اینکه چگونه و تا چه حد سیاست‌های ظرفیت‌سازی، ایجاد مسئولیت و پاسخگویی را برعهده دارند، تحلیلی ارائه شده که ناشی از مفهوم نوظهور ظرفیت است. این مفهوم فراتر از یک تمرکز سنتی روی دستیابی به منابع مالی و فیزیکی است (Cohen and Ball, 1999; Ravitch, 2000; Stein, 2004). برنامه‌های ظرفیت‌سازی به منظور پاسخ دادن به فرصت‌های مطرح شده و تغییرات محیطی در جهت توسعه پایدار انجام می‌شود (Fukushima and etal., 2017). لاورنه<sup>۱</sup> (۲۰۰۴)، ظرفیت‌سازی را فرایندی تعریف می‌کند که در آن افراد، گروه‌ها، سازمان‌ها و جوامع توانایی‌های خود را از لحاظ سرمایه انسانی، سازمانی و اجتماعی افزایش می‌دهند. اینمارک و آهنه<sup>۲</sup> (۲۰۰۳)، ظرفیت‌سازی را به‌عنوان توسعه منابع انسانی (دانش، مهارت‌ها و نگرش‌های گروهی) برای توسعه و مدیریت مناطق خاصی از جامعه تعریف می‌کنند. براون و مور<sup>۳</sup> (۲۰۰۱)، ظرفیت‌سازی را فعالیتهایی در جهت افزایش توانایی و انجام

1. Lavergne

2. Enemark and Ahene

3. Brown and Moor



تلاش برای بهبود زندگی و تقویت جایگاه سازمان‌ها در جامعه تعریف کرده‌اند. کریلی<sup>۱</sup> (۲۰۰۳)، ارتقای توانایی‌ها، نقاط قوت، ویژگی‌های ملموس‌تری از دانش، مهارت فنی، مهارت و رهبری، مشارکت در شکل‌همکاری، روابط و شبکه‌ها، منابع سازمانی، سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی و استفاده از زیرساخت‌ها و سیاست‌ها را ظرفیت‌سازی تعریف می‌کند. پیترز<sup>۲</sup> (۱۹۹۶)، مفهوم ظرفیت را مشتمل بر تدوین، اجرای خط‌مشی و پاسخگویی سیستم سیاسی به تقاضاهای نیروهای اجتماعی دانسته است. از این‌رو بخش آموزش عالی که یکی از بزرگ‌ترین زیر‌نظام‌های دولت در جامعه است، نقش و وظایف گسترده‌ای در توسعه علمی، توانمندی جامعه در علم، فناوری و گسترش فرهنگ و اقتصاد، کمک به توسعه پایدار، عدالت، حفظ و ارتقای ارزش‌های اجتماعی ایفا می‌کند (Herman and Werfhorst, 2014; Boliver, 2011). دانشگاه‌ها با گسترش مرزهای دانش و تولید علم و نوآوری در زمینه فناوری‌های نوین، ارتقای شایستگی و توانمندسازی افراد، روزآمدسازی برنامه‌ها، حل مشکلات کشور، تربیت دانش‌آموختگان کارآفرین، توانمند و خلاق با رعایت قانونمندی، صداقت و شفافیت در پاسخگویی به انتظارات جامعه نقش کلیدی دارند (غلامی، ۱۳۹۶: ۴). با افزایش نقش دانشگاه‌ها برای تحقق رسالت‌ها و کارکردهایی که جامعه از این نهاد انتظار دارد می‌بایست از حداکثر توان و ظرفیت آنها استفاده کرد. در همین راستا یکی از محورهای کلیدی بحث درباره نظام آموزش عالی و نهاد دانشگاه، مسئله مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی در قبال نیازهای متنوع سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فناوری و زیست‌محیطی است که تحقق این کارکرد صرفاً منوط به درجه انطباق و سازگاری آموزش عالی و نهاد دانشگاه با محیط علمی و اجتماعی است. دانشگاهی که قدرت سازگاری با هنجارها و سازوکارهای علمی و اجتماعی را ندارد هرگز نمی‌تواند در مواجهه با نیازها و مسائل محیطی پاسخگو و مسئله‌گشا باشد (Birnbbaum, 1994).

به این ترتیب، دانشگاه‌ها نقش محوری در مواجهه با تغییر و تحولات جامعه دارند و به تغییر در مأموریت‌ها، کارکردهای اساسی و تطبیق خود با تقاضای اجتماعی، فناوری، علمی، فرهنگی و راهبردهای تغییر در توسعه نیازمندان، موضوعی که ایکاف آن را نظم‌بخشی به

---

1. Crilly

2. Peters

آشفتگی می‌نامد. این امر می‌تواند در ایجاد ظرفیت و پاسخگویی به جامعه نقش مهمی ایفا کند (ثمری و همکاران، ۱۳۹۲: ۷۴). در شرایط فعلی می‌توان یکی از مهم‌ترین چالش‌های پیش روی آموزش عالی را، فرایند مداوم بهسازی و بازسازی ساختارها، برنامه‌ها و توانمندسازی نیروی انسانی، شکاف میان انتظارات اجتماعی و دستاوردهای آموزشی، خط‌مشی‌های تولید علم و به‌کارگیری علم در جامعه و عدم تناسب برنامه‌ها و الگوهای توسعه‌ای، عدم تناسب تخصصی دانش‌آموختگان با صنعت و نیازهای جامعه، سازگاری قابلیت‌ها و ظرفیت‌های کارکردی با تغییرات عظیم و سریع محیطی دانست (الوانی و مردانی، ۱۳۹۲: ۵). دانشگاه‌ها علاوه بر بازتولید علم باید به انتظارات جامعه و محیط بیرون از خود پاسخگو باشند. جامعه نیز انتظار پاسخگویی دانشگاه در برآوردن انتظارات آنها را دارد (عبدی و همکاران، ۱۳۹۶: ۲۲-۲۱). از آنجاکه دانشگاه در بستر تغییرات اجتماعی عمل می‌کند، باید به صورت مستمر خود را با این تغییرات سازگار سازد. برای تحقق چنین سازگاری، با توجه به شکاف موجود بین آموزش عالی و نیازهای اجتماعی و لزوم پاسخگویی به تقاضای فشرده اجتماعی، ارتباط مستقیم سیاستگذاران با مسائل جامعه، برخورداری از کیفیت بهتر، ساختارهای کارآمدتر و قابلیت بیشتر، بخش آموزش عالی به الگوی کارآمد ظرفیت‌سازی برای پاسخگویی به این انتظارات را نیازمند است. در جهت حصول به این هدف غایی، پژوهشی با عنوان ظرفیت‌سازی در بخش آموزش عالی برای پاسخگویی به انتظارات جامعه با رویکرد تحلیل محتوا ارائه می‌شود. در راستای مسئله اصلی در این پژوهش، محققان در پی پاسخ به این سؤال اصلی هستند که ظرفیت‌های بخش آموزش عالی جهت پاسخگویی به انتظارات جامعه کدام‌اند؟ در راستای پاسخ به این سؤال، ابعاد و مؤلفه‌های ظرفیت‌های بخش آموزش عالی برای پاسخگویی به انتظارات جامعه شناسایی می‌شوند.

## ۱. مبانی نظری و پیشینه پژوهشی

### ۱-۱. مبانی نظری

با توجه به انتقادهایی که بر الگوی اداره امور عمومی سنتی وارد شد، الگوی اداره امور عمومی نوین شکل گرفت که بر ایجاد دولت پاسخگو، تصمیم‌گیری دموکراتیک، توسعه برابری

اجتماعی، بوروکراسی‌زدایی و تمرکززدایی تأکید داشت (رهنورد و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۱۸). به دلیل نقش فزاینده دولت در کشورهای کمتر توسعه‌یافته، توجه ویژه‌ای به اصلاح و بهبود ظرفیت‌سازی در این کشورها شده و اصلاح اداره امور عمومی در رأس برنامه‌های توسعه اجتماعی قرار گرفته است (Iancu, Junjam and Derries, 2013). ناتوانایی دستگاه دولتی برای به حداکثر رساندن اهداف، شرایط خدمات عمومی ضعیف، ناتوانی یا انعطاف‌ناپذیری کارکنان، سازمان‌های مجزا با ویژگی‌های ساختاری متمرکز و کاملاً سلسله‌مراتبی، مدیریت اقتدارگرا، فقدان ظرفیت مالی، اقتصادی و مدیریت عمومی و سطح پایین شفافیت و مسئولیت، محدودیت‌هایی ایجاد کرده که باید بخش دولتی ظرفیت خود را توسعه دهد (Sharitz and Ott, 2015). در همین راستا ظرفیت‌سازی و توسعه ظرفیت از دهه ۱۹۵۰ بخشی از ادبیات کمک به توسعه بوده است. شناخت فلسفی از ایجاد ظرفیت برای دستیابی به توسعه پایدار متمرکز است. به عبارت دیگر ظهور موضوع ظرفیت‌سازی با مدل‌های توسعه مرتبط است که ظرفیت را اساس توسعه پایدار می‌دانند. تمرکز اولیه در برنامه‌های اعطای کمک‌های عملیاتی و فنی بود که به افزایش توجه به منابع انسانی و توسعه حرفه‌ای منجر شد. امروزه مفهوم توسعه ظرفیت، تمرکز بر ظرفیت‌های انسانی، مهارت‌های سازمانی و مدیریتی و ترتیبات سازمانی را پشتیبانی می‌کند. علاوه بر این، به طور فزاینده توجه به این واقعیت است که توسعه ظرفیت باید در محیط اجتماعی، اقتصادی و سیاسی تعبیه شود که در آن برنامه‌ها اجرا می‌شود (Council on Higher Education, 2005). ظرفیت‌سازی از سویی به مداخلات هدفمند و بیرونی با هدف تقویت ظرفیت در طول زمان مربوط است. همچنین، توسعه ظرفیت عملیاتی از توسعه ظرفیت عمومی جداست. هدف توسعه ظرفیت‌های عملیاتی و فنی، پرداختن به مسائل خاص مربوط به فعالیت‌های سازمان است. منتهی هدف توسعه ظرفیت عمومی، توسعه ظرفیت سازمانی برای بهتر کردن وظایف اصلی خود، دستیابی به رسالت و بهبود عملکرد کلی و توانایی انطباق با شرایط متغیر است (Simister and Smith, 2010). ایجاد ظرفیت، فرایندی طولانی‌مدت، مستمر و پیچیده است که به مشارکت و تعامل مداوم بین همه ذی‌نفعان درگیر بستگی دارد. استراتژی‌ها و رویکردهای ایجاد ظرفیت به درجه بالایی از انعطاف‌پذیری نیاز دارند. تقاضا برای ظرفیت‌سازی

می‌تواند بین کشورها، مناطق و بخش‌ها بسیار متغیر باشد. توسعه ظرفیت و فرایند درونی بهبود مهارت‌ها و توانایی‌های فردی، تضمین سازمانی است که بهره‌برداری از منابع انسانی، مالی و فیزیکی برای رسیدن به اهداف فردی، سازمانی و اجتماعی را بهینه می‌کنند. برنامه‌های ظرفیت‌سازی از تلاش برای ساخت یک اداره عمومی با ویژگی‌های تعاملی و پاسخگو حمایت می‌کند (United Nations Committee of Experts on Public Administration, 2006).

## ۱-۲. پیشینه پژوهش

در زمینه ظرفیت‌سازی، پژوهش‌هایی انجام شده است که به برخی از آنها اشاره می‌شود. پولین بارنیا و جوهنگی<sup>۱</sup> (۲۰۱۶)، در پژوهش «ارتقای ظرفیت انسانی برای توسعه پایدار» عنوان کردند، ظرفیت‌سازی فرایند مدیریت تغییرات در فرد، سازمان و جامعه در طول زمان است. در راستای یافته‌های این پژوهش آنها به این نتیجه رسیدند که در سازمان‌ها ایجاد ظرفیت در رهبری، مأموریت‌ها و استراتژی، برنامه‌های اداری، جمع‌آوری و جذب درآمد، مشارکت و همکاری، ارزیابی، حمایت و تغییر سیاست، به توسعه پایدار منجر می‌شود. در حالی که ظرفیت‌سازی در فرد، مربوط به رهبری، مهارت‌های توسعه، حمایت، توانایی‌های آموزش، گفتگو، مهارت‌های فنی، سازمان‌دهی مهارت‌ها و دیگر زمینه‌های توسعه شخصی و حرفه‌ای است. در ظرفیت‌سازی جامعه هدف انعطاف‌پذیری افراد / سازمان برای انطباق با نیازهای متغیر در جهت دستیابی به اهداف توسعه خود در طول زمان است.

شیل و همکاران<sup>۲</sup> (۲۰۱۵)، در پژوهش «ارزیابی مشارکت دانشگاه‌ها در ظرفیت‌سازی برای توسعه پایدار» عنوان کردند، دانشگاه‌ها با کمک به تحقیقات، مهارت‌های فنی، منابع انسانی و دانش نوظهور، تغییرات اجتماعی بیشتری را ایجاد می‌کنند. مرینو و کارمندو<sup>۳</sup> (۲۰۱۲)، در پژوهشی با عنوان «ظرفیت‌سازی در طرح‌های توسعه» چارچوبی ارائه می‌کنند که مبنایی برای تجزیه و تحلیل عناصر مهم ظرفیت در هر سطح (فردی و اجتماعی) است و موفقیت را در طول زمان ترویج

1. Pollyn, Barinua and Johnagi

2. Shiel and etal.

3. Merinoa and Carmenado

می‌کند و آنها را در سه بعد: تکنیکی، رفتاری و بافتی تقسیم می‌کنند. نتایج این پژوهش نشان داد، پروژه‌های توسعه در دهه‌های اخیر از تمرکز بر ارائه زیرساخت‌های فیزیکی و مالی به رویکردهایی با تمرکز بر آموزش و ظرفیت‌سازی برای کاهش فقر و بهبود معیشت مردم محلی شکل گرفته‌اند. واجیرا<sup>۱</sup> (۲۰۰۸)، در پژوهشی با عنوان «ابزار ممیزی ظرفیت‌سازمانی در مراکز آموزشی مجازی» رویکردهای ظرفیت‌سازی را در سه بخش خرد، میانی و کلان طبقه‌بندی کرد. در سطح خرد (توسعه فردی)، فعالیت‌های ظرفیت‌سازی به الگوهای رسمی و غیررسمی مرتبط با استمرار آموزش‌ها تمرکز داشت. در سطح میانی، این ظرفیت در سازمان بعد ساختار را در نظر گرفته و ابزارهای مربوط به ساختار را فراهم می‌کرد و در سطح کلان، ظرفیت‌های این سطح، جامعه و نهادهای ملی را در نظر می‌گیرد. ظرفیت‌سازی جامعه به معنای توانمندسازی اعضای جامعه برای توسعه مهارت‌ها و شایستگی‌ها برای کنترل بیشتر بر زندگی خود و کمک به بخش‌های محلی دولت بود. جاج<sup>۲</sup> (۲۰۱۱)، در پژوهشی «ظرفیت‌تغییر سازمانی» را در وجود رهبران قابل اعتماد، سطح عمومی اعتماد میان کارکنان، زیرساخت‌های سازمانی و فرهنگ سازمانی پاسخگو نسبت به نتایج دانست. براون و مور<sup>۳</sup> (۲۰۰۱)، در پژوهشی با عنوان «پاسخگویی، استراتژی و سازمان‌های غیردولتی بین‌المللی» با ارائه مدل چرخشی که دارای سه بعد حمایت و قانون‌مداری، ظرفیت‌عملیاتی و توجه به ارزش‌هاست؛ سه نقش رفاه و ارائه خدمات، ظرفیت‌سازی، سیاست و نفوذ سازمانی را برای سازمان‌ها تصور کردند که این سازمان‌ها با ساختارهای کاملاً متفاوتی از پاسخگویی خدمت می‌کنند. دیل<sup>۴</sup> (۲۰۰۰)، در پژوهش «ظرفیت‌سازی به‌عنوان ابزاری برای اصلاحات سازمانی» دریافت، تحقیقات اخیر در مورد کشورهای در حال توسعه نشان داده است که افزایش عملکرد سازمان‌های بخش دولتی از طریق مداخلات ساخت ظرفیت‌های توسعه منابع انسانی؛ تقویت سازمانی و اصلاحات نهادی که برای تغییر «قواعد بازی» طراحی شده‌اند، می‌توانند ابزاری حیاتی برای پاسخگویی

1. Wachira

2. Judge

3. Brown and Moore

4. Dill

و مدیریت گذار از انحصار دولت به رقابت بازار باشند. محمدی فاتح و همکاران (۱۳۹۵)، در پژوهشی با عنوان «طراحی مدلی برای ارتقای ظرفیت‌سازی خط‌مشی‌گذاری در قوه مجریه کشور» عوامل نهادی، زیرساخت‌ها و قابلیت‌های خط‌مشی‌گذاری و تعاملات محیطی مشارکت‌جویانه را به عنوان شرایط علی ظرفیت‌سازی تعیین کردند. فروزنده و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «بررسی ظرفیت سازمانی دانشگاه افسری امام علی (ع) براساس الگوی مک کینزی» نشان دادند لازمه رسیدن به کیفیت مطلوب در آموزش و پژوهش ایجاد و حمایت از ظرفیت‌های مالی، توسعه طرح‌ها، برنامه‌های راهبردی، منابع انسانی کارآمد و فناوری اطلاعات است. فقیهی و کاظمی بیدگلی (۱۳۹۳)، در پژوهشی با عنوان «الگویی برای تدوین و اجرای برنامه‌های اصلاح و بهبود نظام اداری در جمهوری اسلامی ایران» اصلاح و بهبود ظرفیت سازمانی را فرایند تغییر در حوزه ساختار سازمانی، تمرکززدایی، مدیریت کارکنان، مالیه عمومی، اصلاحات قانونی، اصلاحات خدمات عمومی و نظام مدیریت منابع انسانی، ارتقای دولت الکترونیک، تقویت شفافیت، پاسخگویی و کیفیت برنامه‌ها را عنوان کردند.

با مطالعه پیشینه مرتبط با موضوع پژوهش به نمونه‌هایی از سطوح تحلیل ظرفیت‌سازی در سازمان‌های بین‌المللی اشاره می‌شود.

جدول ۱. نمونه‌هایی از سطوح تحلیل ظرفیت‌سازی در سازمان‌های بین‌المللی

مفاهیم	سطح تحلیل	سازمان
فرد: پرسنل و کارکنان؛ سیاست‌ها؛ توسعه کارکنان؛ استراتژی‌ها و برنامه‌ها؛ آموزش و پرورش سازمان: تحلیل سیاست؛ تدوین استراتژی مدیریت و برنامه‌ریزی مدیریت؛ توسعه رهبری؛ مدیریت مالی؛ نظارت و ارزیابی؛ ارائه خدمات زیرساخت‌ها؛ همکاری؛ پشتیبانی بودجه شبکه / بخش: تدوین سیاست؛ توسعه برنامه و اجرا؛ برنامه هماهنگی؛ سازمان‌های پشتیبانی؛ پشتیبانی بودجه محیط: سطح آگاهی؛ گفتگوی سیاسی؛ اصلاحات سیاست‌های اقتصادی و اجتماعی؛ حاکمیت؛ اصلاحات تنظیم مقررات	فرد سازمان شبکه / بخش محیط	Canadian International Development Agency (2002) <sup>۱</sup>

۱. مطالعات آژانس بین‌المللی توسعه کانادا به عنوان الگویی در بخش توسعه سازمان ملل در سال ۲۰۰۸ مطرح شد (United Nations Development Program me, 2008a).

مفاهیم	سطح تحلیل	سازمان
فرد: دانش یا مهارت یک فرد؛ انگیزه و توانایی تنظیم مناسب اهداف رفتاری و دستیابی به اهداف با استفاده از دانش و مهارت سازمان: رهبری؛ ساختار اجرایی و فرهنگ سازمانی مورد نیاز برای رسیدن به اهداف تعیین شده برای سازمان (یا توسط خود سازمان) نهاد/ اجتماع: محیط توانمند و شرایط لازم برای ظهور ظرفیت‌های فرد یا سازمانی؛ چارچوب‌های سیاسی، نظام‌های حقوقی، نهاد‌های سیاسی و مؤسسه‌های اقتصادی بازار	فرد سازمان نهاد/ اجتماع	Japan International Cooperation Agency (2004)
فرد: تجربه؛ دانش؛ مهارت سازمان: سیاست‌های داخلی؛ مقررات؛ رویه‌ها؛ چارچوب‌ها محیط: سیاست‌ها؛ قوانین؛ روابط قدرت؛ هنجارهای اجتماعی	فرد سازمان محیط	The United Nations Development Programmed (2008a)
فرد: سطح مهارت (مهارت‌های فنی و مدیریتی)؛ شایستگی‌ها؛ دانش؛ نگرش‌ها؛ رفتارها و ارزش‌ها سازمان: دستورات؛ سیستم‌های انگیزشی و تشویقی؛ رهبری استراتژیک؛ پیوندهای نهادی بین و درون؛ مدیریت برنامه؛ اولویت‌های سازمانی؛ فرایندها؛ سیستم‌ها و رویه‌ها؛ منابع انسانی و مالی؛ به اشتراک‌گذاری دانش و اطلاعات؛ زیرساخت‌ها محیط: چارچوب سیاسی و قانونی؛ چارچوب پاسخگویی و تعهد سیاسی؛ چارچوب اقتصادی و تخصیص بودجه عمومی و قدرت؛ محیط قانونی، سیاسی و دولت	فرد سازمان محیط	Food and Agriculture Organization of the United Nations (2015)

مأخذ: یافته‌های تحقیق.

## ۲. روش‌شناسی پژوهش

تحلیل محتوا یکی از روش‌های تجزیه و تحلیل مطالعات کیفی است که با آن داده‌ها خلاصه، توصیف و تفسیر می‌شوند. تفکر بنیادی تحلیل محتوا، قرار دادن اجزای یک متن در مقولات از پیش تعیین شده و براساس واحدهایی است که انتخاب می‌شوند (Sandelowski, 1995). متداول‌ترین واحد مضمون است که برای تحلیل متون در تحلیل محتوا استفاده می‌شود. مضمون مبین اطلاعات مهمی درباره داده‌ها و سؤال‌های تحقیق است و تا حدی، معنا و مفهوم الگوی موجود در مجموعه‌ای از داده‌ها را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، مضمون الگویی است که در داده‌ها یافت می‌شود و حداقل به توصیف و سازمان‌دهی مشاهدات و حداکثر به تفسیر جنبه‌هایی از پدیده می‌پردازد (Boyatzis, 1998). با توجه به تنوع روش‌های به‌کار رفته در تحلیل مضمون و تنوع دیدگاه صاحب‌نظران، عناوین و طبقه‌بندی‌های متفاوتی برای مضامین وجود دارد. در همین راستا نوع‌شناسی تحلیل

مضمون در این پژوهش به سبک آترید - استرلینگ<sup>۱</sup> (۲۰۰۱) انتخاب شد. در این روش، مضمون پایه مبین نکته مهمی در متن است و با ترکیب آنها، مضمون سازمان دهنده ایجاد می‌شود. مضمون سازمان دهنده واسط مضامین فراگیر و پایه شبکه است و مضمون فراگیر در کانون شبکه مضامین قرار می‌گیرد (عرفان، نادى و ابراهیم‌زاده، ۱۳۹۷: ۱۱۱). برای دستیابی به هدف فوق و درک پدیده ظرفیت‌سازی برای پاسخگویی به انتظارات جامعه از رویکرد قیاسی استفاده شد. هدف تحلیل قیاسی یا جهت‌دار، معتبر ساختن و گسترش دادن مفهومی چارچوب نظریه یا خود نظریه است. شروع تحقیق در رویکرد قیاسی، با استفاده از نظریه‌هایی در خصوص موضوع پژوهش است و استخراج کدها از نظریه یا یافته‌های تحقیقی انجام می‌پذیرد (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰: ۲۵-۲۴).

جامعه آماری این پژوهش از اعضای هیئت علمی دانشگاه انتخاب شدند که به‌عنوان خبرگان و متخصصان آشنا با موضوع تحقیق بودند. برای انتخاب نمونه‌های مصاحبه از روش نمونه‌گیری هدفمند و به‌طور مشخص از روش زنجیره‌ای<sup>۲</sup> استفاده شد. در این روش نمونه‌گیری، نمی‌توان از قبل مشخص کرد که چه تعداد افراد باید در مطالعه انتخاب شوند تا پدیده مورد مطالعه کامل شناسایی شود. به‌طور ایدئال جمع‌آوری اطلاعات تا زمانی ادامه دارد که به نقطه اشباع برسد؛ جایی که داده‌های جدید با داده‌های قبلی تفاوتی نداشته باشند و به نقطه بازده نزولی در جمع‌آوری داده‌ها برسد (محبوب و همکاران، ۱۳۹۷: ۶۳). در این پژوهش، پس از انجام ۱۳ مصاحبه اشباع نظری حاصل شد. برای اطمینان یک مصاحبه احتیاطی دیگر انجام شد. بنابراین در مجموع، ۱۴ مصاحبه به‌منظور انجام تحلیل مضمون در نظر گرفته شد. برای تعیین مضامین ظرفیت‌سازی که در سه سطح تحلیل فردی، سازمانی و محیطی انجام گرفته است از الگوی تحلیل مضمون براون و کلارک<sup>۳</sup> (۲۰۰۶) مطابق با شکل ۱ استفاده شده است (موسوی داودی و همکاران، ۱۳۹۵: ۴۲).

---

1. Attride- stirling

۲. روش زنجیره‌ای معادل با روش گلوله برفی یا شبکه‌ای است.

3. Braun and Clarke



شکل ۱. مراحل روش تحلیل مضمون



Source: Braun and Clarke, 2006.

### ۳. یافته‌های پژوهش

#### ۳-۱. مرحله اول: آشنا شدن با متن مورد بررسی

در مراحل ابتدایی این پژوهش و با توجه به گستردگی موضوع، محققان با مراجعه به پایگاه‌های علمی معتبر، منابع اطلاعاتی متنوعی را در محدوده زمانی سال‌های ۱۹۹۳ تا ۲۰۱۷ مورد بررسی و واکاوی عمیق قرار دادند. در این مرحله، چارچوب نظری ظرفیت‌سازی در سه سطح فردی، سازمانی و محیطی شکل گرفت. در ضمن به منظور بومی‌سازی چارچوب مفهومی، پژوهشگران نگاهی به منابع بالادستی تحول علم و فناوری، نقشه جامع علمی کشور، سند دانشگاه اسلامی، برنامه‌های ششم توسعه و سیاست‌های کلی نظام برای رشد و توسعه علمی و تحقیقاتی کشور داشته‌اند.

#### ۳-۲. مرحله دوم: ایجاد کدهای اولیه و کدگذاری

جهت ایجاد کدهای اولیه (باز) در مرحله اول، از تحلیل مضمون مبتنی بر قیاس استفاده شد که برخی آن را تحلیل هدایت شده نامیده‌اند؛ این رویکرد زمانی ضرورت می‌یابد که پیرامون موضوع تحقیق، دیدگاه‌های نظری گوناگونی وجود دارد و هدف از انجام تحقیق، آزمون نظریه‌های پیشین و یا بسط آنها در یک زمینه متفاوت است (تبریزی، ۱۳۹۳: ۱۲۸). در این پژوهش با توجه به نظریات و ادبیات موجود و با استفاده از مقولات اصلی که معرف

موضوع مورد مطالعه هستند از تعریف عملیاتی استخراج شدند؛ و در ماتریس مقوله‌بندی ساخت یافته در سه سطح تحلیل ظرفیت‌سازی فردی، سازمانی و محیطی قرار گرفتند. سپس با توجه به تعاریف عملیاتی هر مقوله اصلی، مفاهیم کدگذاری و تعداد ۸۸ کد شناسایی شدند. در این پژوهش فراوانی مقولات اصلی، در سطح ظرفیت‌سازی فردی ۱۱۹، در سطح سازمانی ۱۲۴ و در سطح محیطی ۱۰۷ مورد، شناسایی شدند.

در مرحله دوم و با توجه به نظریه‌های پشتیبان و پیشینه پژوهشی سؤال‌هایی در راستای هدف پژوهش تنظیم و قبل از اجرای مصاحبه، برای اطمینان از روایی یافته‌ها و دقیق بودن سؤال‌ها با اساتید راهنما و مشاور مورد بررسی و بازبینی قرار گرفت؛ و سپس با برنامه‌ریزی‌های انجام شده و تعیین وقت قبلی، این سؤال‌ها در مصاحبه‌های انفرادی با مشارکت‌کنندگان مطرح و صحبت‌های آنها، ضبط و همچنین یادداشت برداری شد. مصاحبه‌شوندگان ابتدا با شناسایی مخاطبان و ذی‌نفعان بخش آموزش عالی، انتظارات آنها را از این نظام توصیف کردند. سپس با توجه به پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان، شکاف‌ها و فاصله‌های موجود در نظام آموزش عالی شناسایی شد و با ارزیابی و تشریح این افتراق‌ها، ظرفیت‌هایی برای پاسخ به انتظارات جامعه عنوان شد. مدت زمان اجرای مصاحبه‌ها ۱۶ ساعت بود. برای جمع‌آوری داده‌های کیفی، همه ایده‌های مستقل از مصاحبه‌ها شناسایی و در قالب چک‌لیستی تهیه و کدگذاری شد. در متن حاصل، از ۱۴ مصاحبه تعداد ۲۷۱ کدگذاری صورت گرفت که برخی از کدهای شناسایی شده معادل ادبیات پژوهش بودند، فرایند شناسایی کدها، رفت و برگشتی بود. بدین معنا که با استخراج کدهای مفهومی مشترک و با پالایش و حذف موارد تکراری، با بهره‌گیری از مبانی نظری و تطبیق آنها، عمل کاهش این مفاهیم در قالب مقوله‌های فرعی، سازمان‌دهی شد. در نتیجه از مجموع ۲۷۱ کدگذاری انجام شده تعداد ۳۳ کد منحصربه‌فرد و جدید به‌عنوان معیار ورود به فرایند بعدی تحلیل مضمون انتخاب شد. به دلیل خودداری از افزایش حجم مقاله، طبق جدول ۳ و ۴ به نمونه‌هایی از تعاریف عملیاتی و نقل قول‌های مستخرج از نظریه‌های موجود و مصاحبه‌ها و نحوه کدگذاری آنها اشاره شده است.

### جدول ۲. سؤال‌های مصاحبه

ردیف	سؤال‌ها
۱	مخاطبان و مشتریان خاص و عام بخش آموزش عالی در کشور چه کسانی یا چه اقشاری هستند و انتظارات آنها از بخش آموزش عالی چیست؟
۲	وضعیت کنونی آموزش عالی در پاسخگویی به انتظارات جامعه را در چه سطحی ارزیابی می‌کنید؟ فاصله‌ها و شکاف‌ها چه هستند؟
۳	بخش آموزش عالی جهت پاسخگویی به انتظارات جامعه چه ظرفیت‌هایی باید داشته باشد؟ ۱-۳. اگر بخواهیم با دید جزئی‌تر به موضوع نگاه کنیم؛ از دیدگاه شما جهت ظرفیت‌سازی در سطح فردی در بخش آموزش عالی بر چه مواردی باید تأکید شود؟ ۲-۳. از دیدگاه شما جهت ظرفیت‌سازی سازمانی در بخش آموزش عالی بر چه مواردی باید تأکید شود؟ ۳-۳. از دیدگاه شما جهت ظرفیت‌سازی محیطی در بخش آموزش عالی بر چه مواردی باید تأکید شود؟

### جدول ۳. طبقه‌بندی، تعاریف نظری و کدگذاری رویکردهای ظرفیت‌سازی

نام طبقه	تعریف	کدهای باز
فردی	انجمن‌های تخصصی ظرفیت‌سازی در سطح فردی به شرکت‌کنندگان فردی اجازه ایجاد و افزایش دانش و توسعه مهارت‌های موجود را می‌دهد. همچنین به دنبال ایجاد شرایطی است که افراد در «روند یادگیری و سازگاری با تغییر» شرکت کنند (آیکا و همکاران، ۲۰۱۷)	۱. ایجاد و افزایش دانش ۲. توسعه مهارت‌ها ۳. یادگیری و سازگاری با تغییر
سازمانی	حرکت به سمت توسعه فناوری‌های ارتباطی و دولت الکترونیک در کشور، نه تنها به عنوان یک عامل راهبردی بلکه یک محتوای ضروری برای تشویق مشارکت شهروندان برای تعامل با دولت برای بهبود خدمات و مدیریت در بخش دولتی است (محمدی فاتح و همکاران، ۱۳۹۵).	۴. توسعه فناوری‌های ارتباطی ۵. توسعه دولت الکترونیک
محیطی	بخش آموزش عالی، باید در زمینه همکاری فعال با جهان اسلام و ایفای نقش پیشگامی برای تولید معرفت علمی مورد نیاز تمدن نوین اسلامی از طریق بهره‌برداری از ظرفیت دانشگاه‌های کشورهای پیشرو در علم و فناوری از طریق تبادل استاد و دانشجو و اجرای دوره‌های آموزشی مشترک در رشته‌های اولویت‌دار و ایجاد فرصت‌های مطالعاتی و پژوهانه‌ها برای افزایش همکاری‌های بین‌المللی محققان اقدام کند (نقشه جامع علمی کشور، راهبردهای ملی راهبرد کلان ۹).	۶. تبادل استاد و دانشجو و اجرای دوره‌های آموزشی مشترک ۷. ایجاد فرصت‌های مطالعاتی و پژوهانه‌ها

مأخذ: همان.

جدول ۴. طبقه‌بندی، نقل قول و کدگذاری رویکردهای ظرفیت‌سازی

نام طبقه	نقل قول	کدهای باز
فردی	مأموریت آموزش عالی برآورده کردن نیازها و ابزارهای آموزشی و آموزش حرفه‌ای افراد و همین‌طور نیازهای جامعه و توسعه اقتصادی جامعه است. برای رسیدن به این اهداف دانشگاه ظرفیت‌های دانشی و فردی بسیاری دارد.	۱. برآورده کردن نیازها و ابزارهای آموزشی ۲. آموزش حرفه‌ای
سازمانی	اعطای اختیارات بیشتر در توسعه دانشگاه‌ها، وجود استقلال و ظرفیت تصمیم‌گیری برای ساختار داخلی و مأموریت‌های خاص برای ارتقای کیفیت فارغ‌التحصیلان از جمله مواردی است که باید مدنظر قرار گیرد.	۳. وجود استقلال و ظرفیت تصمیم‌گیری
محیطی	ارتباط بیشتر صنعت و دانشگاه از جمله انتظارات مهم از آموزش عالی است. بخشی از این انتظارات از طریق نیازسنجی رشته‌های تحصیلی قابل تأمین است. اینکه بدون برنامه‌ریزی و با توجه به ظرفیت دانشگاه فارغ‌التحصیل تولید شود منجر به حجم بالای نیروی کار تحصیل‌کرده و بیکار می‌شود. می‌بایست رشته‌ها با توجه به نیاز صنایع و جامعه از طریق دانشگاه جذب شوند.	۴. ایجاد شرایط تعامل بیشتر دانشگاه و صنعت

مأخذ: همان.

### ۳-۳. مرحله سوم: جستجو و شناسایی مضامین

این مرحله، شامل جستجو و شناسایی مضامین است که مضامین پس از تطبیق کدها با مضامین بالقوه از بخش کدگذاری شده متن استخراج می‌شود. به عبارت دیگر مرتبط کردن کدها با مضامین اصلی و دسته‌بندی آنها در این مرحله صورت پذیرفت. در این پژوهش کدهای باز در قالب ۱۲ مضمون متمایز در سطوح ظرفیت‌سازی فردی، سازمانی و محیطی طبقه‌بندی شدند.

#### ۳-۴. مرحله چهارم: بازبینی مضمون‌ها

در این مرحله مضامین با کدهای استخراج شده را چندین بار محققان مورد بررسی و کنترل قرار دادند. به عبارت دیگر، کنترل کیفیت تحلیل مضمون در دو بخش روایی و پایایی مورد ارزیابی قرار گرفت. سنجش پایایی و روایی در هر پژوهشی الزامی است و تحلیل محتوای کیفی نیز از این قاعده مستثنا نیست. اهمیت سنجش اعتبار و روایی پژوهش از آن جهت است که تضمین می‌کند یافته‌های پژوهش را باید در ساختن نظریه‌های علمی یا تصمیم‌گیری درباره مسائل علمی جدی گرفت. همچنین اهمیت سنجش پایایی پژوهش از آنجاست که تضمین می‌کند داده‌ها، مستقل از عمل اندازه‌گیری، ابزار یا فرد به دست آمده‌اند (صارمی‌نیا و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۹۲). برای سنجش کفایت و ارزیابی صحت یافته‌ها، ابتدا از روایی تئوریک با رویکرد دریافت نظر متخصصان استفاده شد. در این روش، محققان زمانی را صرف بحث روی تبیین‌ها با همکاران به صورت گروهی کرده و مشکلات احتمالی را شناسایی می‌کنند. از این رو، کمیته تخصصی به عنوان کمیته راهنما برای ارزیابی نحوه مطالعه و جمع‌آوری اطلاعات از پدیده مورد نظر با حضور محققان و خبرگان تشکیل شد. در این جلسات، اعضای کمیته با همدیگر در مورد پدیده اصلی اجماع داشتند. در نتیجه ارزیابی جمعی‌شان، صورت عینی و عملی به خود گرفت (Rao and Perry, 2003). در فرایند بررسی پایایی یا قابلیت اعتماد می‌توان اذعان کرد در اغلب تحقیقات تجربی، داده‌های جمع‌آوری شده ماهیت کمی ندارند. در این موارد، محققان ابتدا داده‌ها را کدگذاری می‌کنند، سپس به تحلیل و تفسیر آنها می‌پردازند. قابلیت اطمینان بین کدگذارها توافق کدگذاری‌های مختلف داده‌های یکسان را ارزیابی می‌کند (حنفی‌زاده و رحمانی، ۱۳۸۸: ۵۵). در این پژوهش، پس از انجام کدگذاری همه محتواها را محققان، در ۱۲ مضمون اصلی دسته‌بندی کردند و سپس در اختیار کدگذار ثانویه مستقل قرار دادند. در نهایت برای مقایسه نتایج کدگذاری برای کنترل میزان همخوانی یا عدم همخوانی از ضریب کاپای کوهن استفاده شد. ضریب کاپا در این بررسی ۰/۷۶۸ است که ضریب مناسبی برای همخوانی و توافق کدگذارها و در نتیجه، پایایی پژوهش است.

جدول ۵. تبدیل کدها به مفاهیم توسط کدگذار اصلی و کدگذار ثانویه

		نظر محقق		مجموع
		خیر	بلی	
کدگذار ثانویه	بلی	B=۱	A=۱۰	۱۱
	خیر	D=۰	C=۲	۲
	مجموع	۱	۱۲	N=۱۳

توافقات مشاهده شده  $= A+D/N = 10/13 = 0/77$

توافقات تصادفی  $= (A+B/N)(A+C/N)(C+D/N) = 0/009$

$Kappa = Pi = (PAO - PAE) / (1 - PAE)$

$K = (0/77 - 0/009) / (1 - 0/009) = 0/768$

PAO: قرارداد نسبی مشاهده شده بین ارزیاب‌ها

PAE: احتمال فرضی قرارداد تصادفی

### ۵-۳. مرحله پنجم: تعریف و نام‌گذاری مضمون‌ها

در این مرحله کدهایی که در قالب یک مضمون دسته‌بندی شده بودند در صورت تناظر معنایی با مضمون‌های کشف شده به صورت مضامین پایه نام‌گذاری شدند. مضامین پایه حامل معانی جدید و مبین نکته مهمی در متن بودند و به صورت مجزا نام‌گذاری شدند. به عبارت دیگر مضامین پایه، حاوی جنبه‌های ارتباطی و پنهانی محتوا هستند که از طریق تفسیر معانی کدها شناسایی می‌شوند (مؤمنی راد و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۹۶). همچنین در این مرحله جایگاه مضامین فراگیر و سازمان‌دهنده برای تبیین شبکه مضامین مشخص شد. مطابق جداول ۶، ۷ و ۸ به نحوه تعاریف و نام‌گذاری مضمون‌ها اشاره شده است.

جدول ۶. شناسایی مضامین و کدهای اولیه ظرفیت‌سازی فردی

مضامین سازمان‌دهنده	مضامین پایه	کدهای اولیه
توسعه دانش فردی	بسترسازی، ایجاد و جذب دانش	۱. افزایش فرصت برای یادگیری ۲. برآورده کردن نیازها و ابزارهای خاص آموزشی ۳. توسعه دانش از طریق نقش مدیریتی و فنی ۴. فرهنگ‌سازی در راستای استفاده از کتب، مقالات و دیگر منابع دانشی و اطلاعاتی
	تسهیم دانش	۵. بهره‌گیری از روش‌های نوین و اکتشافی در دسترسی به اطلاعات و دانش ۶. دسترسی به منابع دانشی برای بهره‌گیری افراد علمی و شهروندان ۷. انتشار و تسهیم دانش برای افزایش یادگیری
	سازمان‌دهی و انتقال دانش	۸. مدون‌سازی دانش و اعتباربخشی به دانش تولید شده از طریق مجلات و ناشران ۹. آموزش رسمی و کارآموزی ۱۰. مربی‌گری و مرشدی ۱۱. مستندسازی تجارب موفق و آموزش جهت انتقال
توسعه مهارت	عمومی	۱۲. تقویت مهارت‌های ارتباطی و گفتگو از طریق شرکت در مباحث کلاسی، ارائه، کارگاه‌ها و ... ۱۳. تقویت مهارت‌های فردی در زمینه برنامه‌ریزی از طریق الگو گرفتن از اساتید، برنامه‌ریزی دروس و سیستم دانشگاه
	حرفه‌ای	۱۴. توسعه حرفه‌ای مهارت‌های تدریس به صورت کاربردی و کارورزی ۱۵. تقویت و پرورش مهارت‌های رهبری و مدیریت ۱۶. تقویت مهارت‌های اشتغال‌پذیر (کارآفرینی، سواد اقتصادی، تکنولوژیکی و ...) ۱۷. به‌روز کردن مهارت و توانمندی برای ارتباط با جامعه و صنعت
توسعه شایستگی	عمومی	۱۸. تطبیق سطح تحصیلات با مرتبه سازمان منابع انسانی ۱۹. تطبیق ویژگی‌های جسمی و جنسیتی با نوع شغل
	حرفه‌ای	۲۰. ارتقای منزلت، صلاحیت حرفه‌ای و مرجعیت علمی و اجتماعی اساتید، پژوهشگران ۲۱. ارتقای توانمندی روابط با ذی‌نفعان و صاحبان صنایع؛ افزایش توانمندی‌های آموزشی و پژوهشی اساتید ۲۲. کسب فضائل و شناخت مسئولیت‌ها و وظایف در برابر خدا، خود و جامعه
	رفتاری	۲۳. ارتقای توانایی‌های خودمدیریتی، خودکنترلی، خودآگاهی ۲۴. تقویت و پرورش استعداد و ابتکارات شغلی ۲۵. پرورش قدرت ریسک‌پذیری و استقلال‌طلبی ۲۶. تقویت انگیزه پیشرفت ۲۷. تغییر در نگرش افراد و التزام به ارزش‌های فرهنگی ۲۸. ارزش‌گذاری و فراهم کردن چارچوب‌ها و استانداردهای اخلاق حرفه‌ای ۲۹. توسعه تفکر تحلیلی و حل مسئله

جدول ۷. شناسایی مضامین و کدهای اولیه ظرفیت‌سازی سازمانی

مضامین سازمان‌دهنده	مضامین پایه	کدهای اولیه
توسعه راهبردی	تدوین چشم‌انداز و مأموریت	۳۰. ایجاد و ارزیابی زمینه و چارچوب مفهومی چشم‌انداز ۳۱. تدوین مأموریت‌ها و هماهنگی با سیستم سازمان و سیاست‌های راهبردی کلان
	تدوین راهبردها	۳۲. ایجاد زمینه برای شناخت بهتر پتانسیل‌ها و موانع ۳۳. وجود روش‌های برنامه‌ریزی استراتژیک رسمی ۳۴. وضوح اهداف استراتژیک ۳۵. هماهنگی برنامه‌ها و اقدام‌ها و هم‌راستایی استراتژی با چشم‌انداز ۳۶. برنامه‌ریزی مستمر و پویا در حوزه علم و فناوری برپایه تأمین نیازهای جامعه
توسعه ساختاری	تناسب اختیار و مسئولیت	۳۷. واگذاری اختیار و تفویض قدرت در تمامی سطوح ۳۸. سطح استقلال سیاسی مدیران ۳۹. تعیین حدود اختیارات مدیریتی و مالکیت نهادهای مرتبط با حوزه علم و فناوری و کاهش تصدی‌گری دولت ۴۰. فضای خودمختاری برای اقدام مستقل ۴۱. اختیار در سازمان‌دهی و بازنگری ساختار و تشکیلات اداری دانشگاه ۴۲. وجود استقلال و ظرفیت تصمیم‌گیری برای ساختار داخلی و مأموریت‌های خاص
	رسمیت	۴۳. بازنگری، اصلاح، یکپارچه‌سازی، ساده‌سازی و روزآمد کردن قوانین و مقررات ۴۴. کنترل متعادل، انعطاف‌پذیر و ایجاد هماهنگی ۴۵. تغییر قوانین پژوهشی جهت افزایش انگیزه برای فعالیت و مشارکت بیشتر در تولیدات علمی
	جریان اطلاعات و ارتباطات	۴۶. به اشتراک‌گذاری دانش و اطلاعات ۴۷. قابلیت ارتباط و جذب پشتیبانی ۴۸. خطوط ارتباطات و پاسخگویی
چاپکی ساختار		۴۹. سازمان‌دهی مجدد ۵۰. قابلیت انطباق (سازگاری) و تجدید ساختار ۵۱. بهبود پاسخگویی



کدهای اولیه	مضامین پایه	مضامین سازمان‌دهنده
<p>۵۲. تقویت سیستم‌های مدیریت اداری برای بهبود عملکرد وظایف، عملیات‌ها و زیرساختارها                      ۵۳. سیستم کنترل دمکراتیک، ارزیابی و بازخور مناسب                      ۵۴. طراحی، تقویت و بهبود سیستم‌های مدیریت دانش</p>	توسعه سیستمی	توسعه سیستم‌ها و فرایندها
<p>۵۵. اصلاحات و بازآفرینی برنامه‌ها و حمایت از فرایند بهبود مستمر                      ۵۶. تقویت و بهبود فرایندها و رویه‌ها به‌منظور هماهنگ‌سازی منابع مالی، انسانی و فنی</p>	توسعه فرایندی	
<p>۵۷. فرهنگ‌سازی برای تسهیم دانش سازمان                      ۵۸. فراهم آوردن زمینه‌های مطلوب برای بروز خلاقیت، نوآوری و ابتکار                      ۵۹. ترویج فرهنگ کسب‌وکار دانش‌بنیان و کارآفرینی                      ۶۰. تشکیل انجمن‌های خیرگی و کانون تفکر                      ۶۱. بسترسازی فرهنگی برای تحقیق و پژوهش</p>	نهادینه شدن جو علمی و نوآورانه	توسعه فرهنگی
<p>۶۲. ایجاد و تقویت فضای اعتماد                      ۶۳. ارتباط همه اجزا و تعامل بخش‌های مختلف سازمان                      ۶۴. نهادینه کردن فرهنگ نقد و مناظره</p>	فرهنگ همکاری و کار تیمی	
<p>۶۵. ارتقای بهره‌وری منابع انسانی (تأمین هزینه‌های رفاهی اساتید و کارکنان، تأمین هزینه‌های تحصیلی و معیشتی دانشجویان، توسعه مهارت‌های تحقیقاتی و ...)                      ۶۶. استخدام و انتخاب حرفه‌ای، مبتنی بر شایستگی                      ۶۷. تقویت سیستم‌های انگیزشی و تشویقی (دستمزد، پاداش‌های معنوی و غیرمعنوی)                      ۶۸. سطح اجرای ابزارهای مدیریت منابع انسانی                      ۶۹. انعطاف‌پذیری اشتغال                      ۷۰. تمرکززدایی نقش کارکنان                      ۷۱. آموزش و بهسازی                      ۷۲. بهبود هرم ترکیب نیروی انسانی</p>	توسعه منابع انسانی	توسعه منابع و زیرساخت‌ها
<p>۷۳. تنوع‌بخشی منابع مالی دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی و فناوری                      ۷۴. پشتیبانی و مدیریت بهینه بودجه                      ۷۵. ایجاد فضای رقابتی برای جذب منابع بخش خصوصی                      ۷۶. آزادی عمل در تخصیص منابع مالی و بودجه‌ای</p>	توسعه منابع مالی	
<p>۷۷. گسترش، بهبود و استفاده بهینه زیرساخت‌های سخت‌افزاری و فیزیکی (تجهیز آزمایشگاه، ...)                      ۷۸. توسعه زیرساخت فناوری اطلاعات، ارتباطات و دولت الکترونیک</p>	توسعه زیرساخت‌های فیزیکی	

### جدول ۸. شناسایی مضامین و کدهای اولیه ظرفیت‌سازی محیطی

مضامین سازمان‌دهنده	مضامین پایه	کدهای اولیه
سیاسی-قانونی	بازنگری چارچوب‌های قانونی و سیاسی	۷۹. تقویت چارچوب پاسخگویی و تعهد سیاسی ۸۰. بازنگری و توسعه در سیاست‌ها، قوانین و روابط قدرت ۸۱. تغییرات و اصلاحات ساختاری و نهادی به منظور استقلال دانشگاه‌ها و افزایش آزادی آکادمیک ۸۲. اصلاح‌گرایی اسنادی جهت تقویت مراکز کارآفرینی و پارک‌های فناوری
	هماهنگ‌سازی و هم‌افزایی	۸۳. ارتقای هماهنگی و هم‌افزایی با سایر نظام‌های دولت به منظور تأمین نیازهای متقابل ۸۴. هماهنگ‌سازی نظام آموزش عالی در مراحل سیاستگذاری و برنامه‌ریزی کلان ۸۵. همسو کردن سیاست‌های توسعه صنعتی و اقتصادی کشور با سیاست‌های کلان توسعه علم و فناوری ۸۶. ایجاد هماهنگی در سیاستگذاری و برنامه‌ریزی در دوره‌های آموزش رسمی عمومی، آموزش مهارتی و حرفه‌ای
	حمایت و پشتیبانی	۸۷. کمک به تحقیقات، مهارت‌های فنی، منابع انسانی و دانش نوظهور ۸۸. استفاده از ظرفیت رسانه‌ها برای پیشبرد اهداف نظام علم و فناوری ۸۹. سامان‌دهی و تسهیل مشارکت دانشمندان در نظام تصمیم‌گیری کلان کشور ۹۰. تخصیص و تفویض اختیار در بودجه عمومی ۹۱. حمایت و پشتیبانی از بودجه پژوهش و تحقیقات در قالب گزنت
	تقویت مسئولیت اجتماعی	۹۲. ترویج اخلاق مداری ۳. ترویج قانون مداری ۹۴. بازنگری در هنجارهای اجتماعی ۹۵. ترویج و آموزش احترام به محیط زیست ۹۶. تقویت حقوق انسانی
اجتماعی-فرهنگی	توسعه سرمایه اجتماعی	۹۷. تسهیل هماهنگی و همکاری برای منافع متقابل ۹۸. تقویت اعتماد ۹۹. تقویت حس اجتماعی، ارزش‌های مشترک و همبستگی
	پشتیبانی از مکانیسم‌های مشارکت	۱۰۰. شناسایی، تشویق، انگیزه دادن و بسیج ذی‌نفعان ۱۰۱. اطمینان از پاسخگویی به همه ذی‌نفعان مربوطه ۱۰۲. افزایش سطح آگاهی، گفتگوی سیاسی و شبکه‌های ارتباطی ۱۰۳. مشارکت و درگیر شدن ذی‌نفعان و رهبران کلیدی، تصمیم‌ساز، تأثیرگذار و پاسخگو
	بسترسازی عدالت اجتماعی	۱۰۴. گسترش عدالت و تنوع سازمان‌ها در طول فرایند مشارکت جامعه ۱۰۵. عدم برخورد گزینشی با بخش‌های اجتماعی، گروه‌ها و افراد ۱۰۶. توزیع خدمات تأثیرگذار و سیاست‌های مبتنی بر نیازهای جامعه

مضامین سازمان‌دهنده	مضامین پایه	کدهای اولیه
صنعت (بازار)	اعتمادسازی	۱۰۷. تشکیل جلسات مشترک دانشگاه و صنعت با هدف تفاهم و اعتمادسازی ۱۰۸. تقویت پیوند دانشگاه و صنعت از طریق انجام تحقیقات مشترک و اعتمادسازی نسبت به کاربردی بودن تحقیقات
	کاربردی‌سازی علم	۱۰۹. تقویت پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد به‌عنوان بستر توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان ۱۱۰. توسعه تجارت و صادرات محصولات دانش‌بنیان ۱۱۱. تجاری‌سازی دستاوردهای پژوهشی و حمایت از پژوهش‌های مسئله‌محور
	نظارت بردفاتر ارتباطی	۱۱۲. وجود متولی جهت برقراری ارتباط دانشگاه و صنعت ۱۱۳. برنامه‌ریزی و تجدید ساختار برای ارتباط صحیح و مؤثر دانشگاه و صنعت ۱۱۴. ارزیابی دفاتر ارتباط با صنعت دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی
ذی‌نفعان	تعامل با ذی‌نفعان ملی	۱۱۵. گفت‌وگو مشترک از طریق تعامل و مباحثه ۱۱۶. ایجاد شبکه‌های پژوهشی در داخل کشور برای انتشار و تبادل دانش و فناوری ۱۱۷. توسعه همکاری بخش آموزش عالی با معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری در جهت تجاری‌سازی دستاوردهای پژوهشی ۱۱۸. تدوین ابزار ارزیابی عملکرد دانشگاه‌ها به تناسب ماهیت آنها جهت رتبه‌بندی و ایجاد فضای رقابتی
	تعامل با ذی‌نفعان فراملی	۱۱۹. تبادل استاد و دانشجو و اجرای دوره‌های آموزشی مشترک ۱۲۰. ایجاد فرصت‌های مطالعاتی و پژوهانه‌ها ۱۲۱. ایجاد شبکه‌های پژوهشی دانشمندان، پژوهشگران و همکاری بین‌المللی برای انتشار و تبادل دانش و بهره‌گیری از فرصت‌های جهانی

مأخذ: همان.

### ۳-۶. مرحله ششم: تهیه گزارش نهایی تحلیل مضمون

در این پژوهش، محققان با پیشینه نظری مشخصی وارد عرصه تحقیق شدند. این پژوهش حاصل ترکیب نتایج پژوهش‌های مختلف و مصاحبه با خبرگان است و متناسب با هدف تحقیق، تنظیم و سازمان‌دهی شدند. در این پژوهش ابتدا برای ارائه یک چارچوب نظری، ظرفیت‌های بخش آموزش عالی در سه سطح فردی، سازمانی و محیطی برای پاسخگویی به انتظارات جامعه، شناسایی شدند. در مرحله بعدی ۱۲۱ کد مفهومی در قالب ۳۳ مضمون پایه و ۱۲ مضمون سازمان‌دهنده مطابق با جدول ۹ دسته‌بندی شدند. در ادامه گزارش نهایی از تحلیل مضمون و به تفکیک سطوح ظرفیت‌سازی ارائه می‌شود.

جدول ۹. مضامین ظرفیت‌سازی بخش آموزش عالی برای پاسخگویی به انتظارات جامعه

مضامین فراگیر	مضامین سازمان‌دهنده	مضامین پایه	کدهای اولیه
ظرفیت‌سازی فردی	دانش، مهارت، شایستگی	۸	۲۹
ظرفیت‌سازی سازمانی	راهبرد، ساختار، سیستم‌ها و فرایندها، فرهنگ، منابع و زیرساخت‌ها	۱۳	۴۹
ظرفیت‌سازی محیطی	قانونی-سیاسی، اجتماعی-فرهنگی، تعاملات با صنعت و ذی‌نفعان	۱۲	۴۳
ظرفیت‌سازی آموزش عالی	۱۲	۳۳	۱۲۱

مأخذ: همان.

- **ظرفیت‌های فردی:** نتایج تحلیل مضمون نشان داد، سه عامل (توسعه دانش فردی، توسعه مهارت و توسعه شایستگی) در سطح فردی ظرفیت‌سازی بخش آموزش عالی پاسخگویی انتظارات جامعه بودند. در این سطح ۲۹ کد مفهومی و ۸ مضمون پایه شناسایی شدند. نحوه طبقه‌بندی و دسته‌بندی کدها در این سطح بدین صورت بود که ۱۱ کد مفهومی برای مقوله توسعه دانش فردی، استخراج و در مضامین پایه بسترسازی، ایجاد و جذب دانش؛ تسهیم دانش؛ سازمان‌دهی و انتقال دانش دسته‌بندی شدند. همچنین ۶ کد مفهومی، مقوله توسعه مهارت را پشتیبانی می‌کنند که در مضامین پایه مهارت‌های عمومی و حرفه‌ای دسته‌بندی شدند و در نهایت ۱۲ کد مفهومی برای مقوله توسعه شایستگی استخراج و در مفاهیم شایستگی‌های عمومی، حرفه‌ای و رفتاری طبقه‌بندی شدند.

- **ظرفیت‌های سازمانی:** نتایج تحلیل مضمون نشان داد، پنج عامل (توسعه راهبردی، توسعه ساختاری، توسعه سیستم‌ها و فرایندها، توسعه فرهنگی، توسعه منابع و زیرساخت‌ها) در سطح سازمانی ظرفیت‌سازی بخش آموزش عالی پاسخگویی انتظارات جامعه بودند. در سطح ظرفیت‌سازی سازمانی، ۴۹ کد مفهومی و ۱۳ مضمون پایه شناسایی شدند. نحوه طبقه‌بندی و دسته‌بندی کدها در این سطح بدین صورت بود که ۷ کد مفهومی برای مقوله توسعه راهبردی، استخراج و در مضامین پایه تدوین چشم‌انداز و مأموریت؛ تدوین راهبردها دسته‌بندی شدند. در ادامه ۱۵ کد مفهومی، مقوله توسعه ساختاری را پشتیبانی می‌کنند که در مضامین پایه تناسب اختیار و مسئولیت؛ رسمیت؛ جریان اطلاعات و ارتباطات؛ چابکی ساختار دسته‌بندی

شدند. ۵ کد مفهومی نیز مقوله توسعه سیستم‌ها و فرایندها را پشتیبانی می‌کنند که در مفاهیم توسعه سیستمی و فرایندی تقسیم‌بندی شدند. سپس ۸ کد مفهومی برای مقوله توسعه فرهنگی، استخراج و در مفاهیم نهادینه‌شدن جو علمی و نوآورانه؛ فرهنگ همکاری و کار تیمی دسته‌بندی شدند و در نهایت ۱۴ کد مفهومی برای مقوله توسعه منابع و زیرساخت‌ها شناسایی و در مفاهیم توسعه منابع انسانی، مالی و زیرساخت‌های فیزیکی طبقه‌بندی شدند.

- **ظرفیت‌های محیطی:** نتایج تحلیل مضمون نشان داد، چهار عامل (توسعه قانونی - سیاسی، توسعه اجتماعی - فرهنگی، تعامل با صنعت و تعامل با ذی‌نفعان) در سطح محیطی ظرفیت‌سازی بخش آموزش عالی پاسخگوی انتظارات جامعه بودند. در سطح ظرفیت‌سازی محیطی، ۴۳ کد مفهومی و ۱۲ مضمون پایه شناسایی شدند. طبقه‌بندی و دسته‌بندی کدها در این سطح به نحوی بود که ۱۳ کد مفهومی برای مقوله توسعه قانونی - سیاسی، استخراج و در مضامین پایه بازنگری چارچوب‌های قانونی و سیاسی؛ هماهنگ‌سازی و هم‌افزایی؛ حمایت و پشتیبانی دسته‌بندی شدند. در ادامه ۱۵ کد مفهومی، مقوله توسعه اجتماعی - فرهنگی را پشتیبانی می‌کنند که در مضامین پایه تقویت مسئولیت اجتماعی؛ توسعه سرمایه اجتماعی؛ پشتیبانی از مکانیسم‌های مشارکتی؛ بسترسازی عدالت اجتماعی دسته‌بندی شدند. ۸ کد مفهومی نیز مقوله تعامل با صنعت را پشتیبانی می‌کنند که در مفاهیم اعتمادسازی؛ کاربردی‌سازی علم؛ نظارت بر دفاتر ارتباطی تقسیم‌بندی شدند و در نهایت ۷ کد مفهومی برای مقوله تعامل با ذی‌نفعان شناسایی و در مفاهیم تعامل با ذی‌نفعان ملی و فراملی طبقه‌بندی شدند.

#### ۴. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر محققان با هدف شناسایی ظرفیت‌های بخش آموزش عالی برای پاسخگویی به انتظارات جامعه با استفاده از روش تحلیل محتوا به‌مرور اسنادی چارچوب‌های نظری موجود و بررسی الگوهای پیشین در بازه زمانی ۱۹۹۳ الی ۲۰۱۷ اقدام کرده‌اند. سپس به‌منظور انجام مصاحبه‌ها دستورالعملی تهیه و پس از اتمام، مفاهیم کلیدی در قالب چک‌لیستی تهیه شد. با کنار هم گذاشتن نتایج به‌دست آمده از تئوری‌های پشتیبان و مصاحبه‌ها و مقایسه و تطبیق این نتایج با یکدیگر از طریق روش

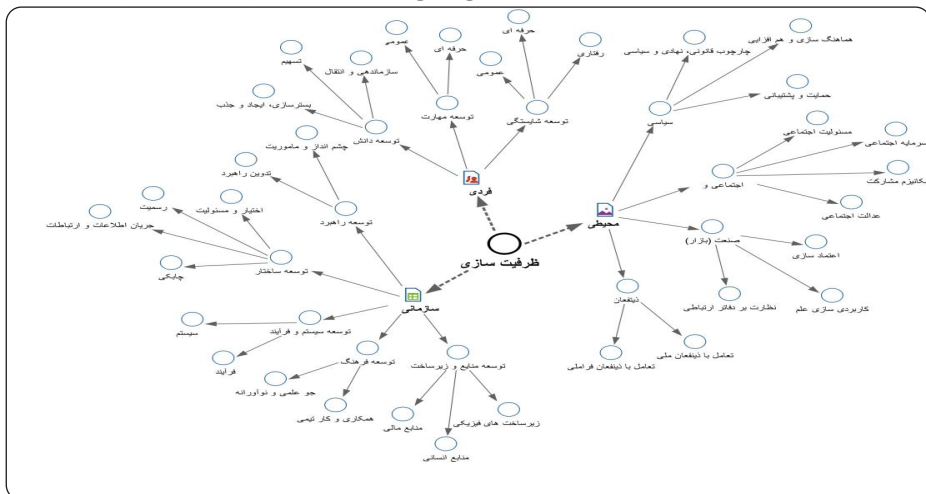
تحلیل مضمون، ۱۲ عامل اصلی و ۳۳ عامل فرعی در قالب سه زمینه اصلی ظرفیت‌های فردی، سازمانی و محیطی در بخش آموزش عالی جهت پاسخگویی به انتظارات جامعه شناسایی شد که در جدول ۱۰ به طور جامع ارائه می‌شود.

جدول ۱۰. چارچوب جامع روش شناسایی پژوهش

شاخص‌ها	سؤال‌ها	پاسخ‌ها
چه چیزی (What)	ظرفیت‌های بخش آموزش عالی جهت پاسخگویی به انتظارات جامعه کدام‌اند؟	شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های ظرفیت‌های بخش آموزش عالی از طریق پیشینه پژوهشی و مصاحبه
جامعه مطالعه (Who)	جامعه مورد مطالعه برای دستیابی به این مؤلفه‌ها و شاخص‌ها چه کسانی هستند؟	همه پایگاه‌های داده علمی قابل استناد و خبرگان متخصص
محدوده زمانی (When)	مؤلفه‌ها و شاخص‌ها مربوط به چه دوره زمانی، بررسی شدند؟	۲۰۱۷-۱۹۹۳
چگونه (How)	روش فراهم کردن اطلاعات چگونه است؟	تحلیل مضمون

مأخذ: همان.

شکل ۲. شبکه مضامین ظرفیت‌سازی در بخش آموزش عالی مبتنی بر مقوله‌های استخراج شده توسط نرم‌افزار Maxqda



مأخذ: یافته‌های تحقیق.

در شکل ۲ دسته‌بندی ظرفیت‌های بخش آموزش عالی برای پاسخگویی به انتظارات جامعه در قالب شبکه مضامین نشان داده شده است. یکی از زمینه‌های اصلی که در جریان پاسخگویی به انتظارات جامعه شناسایی شد، ظرفیت‌های فردی بودند. به این ترتیب سه عامل مؤثر برای ظرفیت‌سازی فردی مورد بررسی قرار گرفت که این عوامل توسعه دانش فردی، توسعه مهارت‌ها و توسعه شایستگی‌ها بودند. نتایج این بررسی، با یافته‌های ماچلپ<sup>۱</sup> (۲۰۱۲) همسو است که معتقد بر موفقیت در گرو توانایی انجام کار و دانایی پیش‌نیاز توانایی است. اگر فردی دانش و توانمندی انجام کاری را داشته باشد، به موفقیت دست خواهد یافت. حل مشکلات و رسیدن به موفقیت در هر صورت نیازمند دانش و اطلاعات است و سواد اطلاعاتی راه رسیدن به این دانش است. از نظر هاشمی (۱۳۹۳)، دانش بخش کوچکی از شایستگی افراد است و عوامل دیگری چون شخصیت، انگیزه، نگرش و مهارت در ایجاد شایستگی‌های فردی بسیار کلیدی هستند. سینات، مدیسون و پاتکی<sup>۲</sup> (۲۰۰۲) شایستگی را مجموعه‌ای از رفتار، مهارت، دانش، نگرش و ویژگی‌های شخصیتی تعریف کردند که بیشترین ارتباط را با عملکرد موفقیت‌آمیز دارد؛ و به تعالی خدمت‌دهی منجر شده و به فرد برای انجام موفق شغل و دستیابی به نتایج سازمانی مطلوب کمک می‌کند (نیرومند و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۴۷-۱۴۶). از دیدگاه پارک<sup>۳</sup> (۲۰۰۸) نیز هدف عمده یک دانشگاه، توسعه توانمندی‌ها در قالب ارتقای ظرفیت‌ها و مهارت‌های ذهنی، ارزش‌ها، نگرش‌ها، علایق، عادات و سلامت روانی است.

ظرفیت‌های سازمانی به‌عنوان دومین زمینه اصلی در جریان پاسخگویی به انتظارات جامعه مورد بحث است. در این سطح، پنج عامل مؤثر برای ظرفیت‌سازی سازمانی در بخش آموزش عالی شناسایی شد که این عوامل توسعه راهبردی، ساختاری، سیستم‌ها و فرایندها، فرهنگی، منابع و زیرساخت‌ها بودند. این عوامل، با یافته‌های اردلان، قنبری و کریمی (۱۳۹۵) همسو است. از نظر آنها توسعه ظرفیت، نیازمند تغییر در عوامل سازمانی است و تأکید بر

---

1. Machlup

2. Sinnott, Madison and Pataki

3. Park

موضوع‌های درون‌سازمانی مانند رهبری سازمان، فرهنگ، راهبرد، سیستم‌ها، ساختار و منابع دارد. بنابراین توسعه ظرفیت سازمانی نیازمند بسترسازی ساختاری است که از الگویی پویا پیروی کند و فراهم‌سازی این شرایط با قابلیت‌های سازمانی امکان‌پذیر است.

قابلیت از نظر مدیران، توان سازمان برای ایجاد ظرفیت‌ها و تحمل محدودیت‌ها و نارسایی‌ها برای رسیدن به اهداف معین است. قابلیت‌های سازمانی به‌عنوان ظرفیت برای گسترش منابع ملموس یا غیرملموس، برای اجرای یک کار یا فعالیت جهت بهبود عملکرد تعریف شده‌اند (ولیان، عبدلی و کریمی، ۱۳۹۶). ظرفیت سازمانی عبارت است از توان بالقوه هر سازمان در به‌کارگیری موفقیت‌آمیز مهارت‌ها و منابع سازمانی برای دستیابی به هدف‌های سازمان و برآورده کردن انتظارات مشتریان. ظرفیت سازمانی شامل فعالیت‌ها، فرایندها و ساختارهایی است که از طریق آنها، اقدامات جمعی اتفاق می‌افتد (فروزنده و همکاران، ۱۳۹۳). از سویی، ظرفیت فردی در سطح سازمان در جهت پیشرفت سازمانی تقویت می‌شود. در سطح ظرفیت سازمانی، فرد یک دارایی و بزرگ‌ترین قدرت است که اگر به‌طور صحیح و حرفه‌ای توانمند شود، می‌تواند موجب اثربخشی سازمانی شود (Satori and Komariah, 2015).

یکی از زمینه‌های اصلی و تأثیرگذاری که در جریان پاسخگویی به انتظارات جامعه شناسایی شد، ظرفیت‌های محیطی بود. به این ترتیب چهار عامل مؤثر برای ظرفیت‌سازی محیطی در بخش آموزش عالی شناسایی شد که این عوامل توسعه قانونی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، تعامل با صنعت و ذی‌نفعان بودند. ظرفیت‌سازی در سطح محیطی به محیط و شرایط لازم برای نشان دادن ظرفیت در سطوح فردی و سازمانی اشاره دارد. این امر شامل سیستم‌ها و چارچوب‌های لازم برای شکل‌گیری / اجرای سیاست‌ها و استراتژی‌های فراتر از یک سازمان مجزاست. عناصری که در آن، ظرفیت براساس سطح محیطی است شامل عوامل اجرایی، قانونی، فنی، اقتصادی، سیاست‌ها، سرمایه اجتماعی و زیرساخت اجتماعی و ظرفیت‌های افراد و سازمان‌ها در محیط است (United Nations Development Program, 2008a). به اعتقاد پیترز (۱۹۹۶) بخش مهمی از ظرفیت‌سازی در تعاملات نهفته است. تعامل بخش آموزش عالی



با محیط نزدیک، دور و منطقه‌ای، به‌عنوان عاملی در ارتقای ظرفیت محیطی تلقی می‌شود. یکی از مهم‌ترین وظایف آموزش عالی، پاسخگویی به ذی‌نفعان و کسب اعتماد عمومی است. به اعتقاد پوتنام<sup>۱</sup> (۱۹۹۳) دولت با بسترسازی و اعتمادسازی به تولید سرمایه اجتماعی کمک می‌کند. دولت از طریق ظرفیت‌سازی اجتماعی بسترهای لازم را برای تحریک و تشویق افراد جامعه به همکاری و اقدام‌های جمعی فراهم می‌آورد. این کار می‌تواند از طریق بهسازی اجتماعی، فردی و سازمانی انجام گیرد. رادین و همکاران<sup>۲</sup> (۱۹۹۶) بیان کردند؛ رویکرد جدیدی که برای هدایت دولت به ایجاد ظرفیت جامعه مورد نیاز است، هماهنگی بین سازمان‌هاست. به اعتقاد آنها، هیچ بخش یا سازمانی به تنهایی نمی‌تواند به ایجاد ظرفیت کمک کند. مسائل پیچیده و مرتبط با جوامع به همکاری با سازمان‌ها نیاز دارد.

در این پژوهش، ظرفیت‌های شناسایی شده براساس ابعاد فردی، سازمانی و محیطی احصا و با دید جامع‌نگر سعی شد چارچوبی برای ارتقای پاسخگویی به انتظارات جامعه ارائه شود. در پژوهش‌های سازمان غذا و کشاورزی سازمان ملل متحد (۲۰۱۵)؛ برنامه‌های توسعه سازمان ملل (۲۰۰۸)؛ آژانس همکاری بین‌المللی ژاپن (۲۰۰۴)؛ آژانس بین‌المللی توسعه کانادا و سایر مطالعات پیشین، سطوح سه‌گانه ظرفیت‌سازی بیشتر در سازمان‌ها و نهادهایی بررسی شده بودند که در بستر جامعه مدنی و بخش خصوصی قرار داشتند. اگرچه موضوع ظرفیت‌سازی در تحقیقات شیل و همکاران (۲۰۱۵)؛ مرینو و کارمندو (۲۰۱۲)؛ جاج (۲۰۱۱)؛ براون و مور (۲۰۰۱)؛ دیل (۲۰۰۰) و سایر سازمان‌های عمومی به‌ویژه در نهاد دانشگاه مورد مطالعه قرار گرفته بودند، منتهی تقسیم‌بندی دقیقی در خصوص ابعاد سه‌گانه مورد نظر در این پژوهش‌ها صورت نگرفته بود. شایان ذکر است که محققان با رویکرد فردی، سازمانی و محیطی سعی کرده‌اند این ابعاد را در بخش دولتی به‌ویژه در نهاد آموزش عالی که به‌عنوان یکی از زیرنظام‌های اساسی در این بخش مطرح است، مورد مطالعه و بررسی قرار دهند. در فرایند این تحقیق، محققان با محدودیت‌هایی نیز مواجه بودند. در بخش تحلیل مضمون یکی از محدودیت‌هایی که به زمان بر شدن فرایند کار، پس از توضیحات کامل به

---

1. Putnam

2. Radin and etal.

مصاحبه‌شوندگان منجر شد، مشکلات ناشی از دانش نمونه آماری درباره موضوع پژوهش بود. البته این محدودیت اگرچه فرایند انجام پژوهش را با کندی مواجه کرد ولی به نحوی مدیریت شد که کمترین تأثیر را بر نتایج داشته باشد. محدودیت اصلی دیگر درخصوص دامنه کاربرد چارچوب مفهومی پژوهش حاضر بود. چارچوب نهایی شناسایی شده به طور ویژه برای بخش آموزش عالی طراحی شده است؛ بنابراین استفاده از الگوی ظرفیت‌سازی برای پاسخگویی به انتظارات جامعه، متناسب با سیاست‌ها و چشم‌اندازهای سایر سازمان‌ها و بخش‌های دولتی موضوعی است که نیاز به بررسی بیشتری دارد. در راستای یافته‌های پژوهش حاضر، پیشنهادهاى زیر برای توسعه ظرفیت‌های فردی، سازمانی و محیطی در نظام آموزش عالی ارائه می‌شود:

#### ● حوزه ظرفیت‌سازی فردی:

- نیازسنجی به منظور شناسایی اطلاعات، دانش و مهارت‌های مورد نیاز افراد برای زندگی فردی، اجتماعی و شغلی به عنوان یکی از الزامات آموزش عالی برای ایفای نقش مؤثر در شکل‌گیری جامعه یادگیری،
- کاربردی‌سازی دانش تولید شده و تربیت نیروی انسانی با توجه به نیاز روز جامعه در جهت پاسخگویی،
- به رسمیت شناختن و ایجاد ظرفیت استانداردهای حرفه‌ای، اخلاقی و آزادی علمی و سایر اصول حرفه‌ای در برنامه‌ها و فرایندهای آموزشی، پژوهشی و خدماتی بخش آموزش عالی.

#### ● حوزه ظرفیت‌سازی سازمانی:

- بازنگری و اصلاح مداوم و مستمر برنامه‌های توسعه‌ای، اصلاح و بهبود کارکردهای دانشگاهی براساس مقتضیات محیطی،
- تغییرات ساختاری و عدم مداخله مستقیم دولت و به رسمیت شناختن استقلال و حق اختیار در دانشگاه‌ها و مؤسسه‌های آموزش عالی متناسب با رسالت، مأموریت، چشم‌اندازها و اهداف،

- توسعه فرهنگ پاسخگویی و ایجاد شناخت و باور عمیق به اهمیت و تأثیرگذاری پاسخگویی در موفقیت و تعالی آموزش عالی به‌عنوان یک سیاست و راهبرد مؤثر،
- مدیریت در توسعه ظرفیت‌های دانشگاه و منابع مالی و برخورداری از رویکرد سیستمی و اعتقاد به توسعه و برنامه‌ریزی دانشگاهی،
- استقرار نظام‌ها و زیرساخت‌های لازم برای تنوع‌بخشی به منابع درآمدی، فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات و نظام‌های خبره و هوشمند پشتیبانی از تصمیم‌های مدیران بخش آموزش عالی و سایر سازوکارهای تسهیل‌گر و زمینه‌ساز پاسخگویی.

#### • حوزه ظرفیت‌سازی محیطی:

- نیازسنجی دقیق به منظور شناسایی موانع و محدودیت‌ها با توجه به تحولات محیطی،
  - تبیین و استقرار حاکمیت علمی برنامه‌های آموزش عالی در کشور و درک اهمیت جایگاه آن در پاسخگویی به نیازها و مقتضیات محیطی،
  - افزایش ظرفیت کیفیت تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری در سطح کلان و نهادی آموزش عالی،
  - بازاندیشی راهبردی بخش آموزش عالی در شیوه ارتباط با ذی‌نفعان اصلی و کلیدی.
- به نظر می‌رسد یکی از دلایل عدم توفیق سیاست‌های آموزش عالی در کشور، نامشخص بودن فلسفه آموزش عالی، نوع نگاه به دانشگاه و نبود اختیار و استقلال دانشگاهی کشور برای پاسخگویی به محیط و تعامل مؤثر با آن است. از آنجایی که حرکت به سمت استقلال دانشگاه در هر کشوری به دو سطح اساسی از ظرفیت‌های اداری و دانشگاهی نیاز است و باید ابتدا این ظرفیت‌ها را ایجاد و سپس به سمت استقلال دانشگاه حرکت کرد؛ از این رو برای سایر پژوهشگران پیشنهاد می‌شود، نقش استقلال و حق اختیار در مطالعه ظرفیت‌سازی برای پاسخگویی به انتظارات جامعه را به‌عنوان متغیر واسطه مورد پژوهش قرار دهند. همچنین با توجه به اینکه یکی از مهم‌ترین چالش‌های پیش روی آموزش عالی موضوع اعتماد عمومی جامعه به این بخش است و یکی از ضروریات جلب اعتماد عمومی، پاسخگویی است از این رو برای پژوهشگران آتی پیشنهاد می‌شود در راستای ظرفیت‌سازی بخش آموزش عالی با محوریت اعتماد عمومی مطالعاتی انجام گیرد.

## منابع و مآخذ

۱. اردلان، محمدرضا، سیروس قنبری و ایمان کریمی (۱۳۹۵). «بررسی تأثیر ویژگی‌های سازمانی بر هویت منسجم سازمانی برای توسعه ظرفیت‌های سازمانی در دانشگاه‌های شهر همدان»، فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست‌وهفتم، ش ۲.
۲. الوانی، سیدمهدی و محمدرضا مردانی (۱۳۹۲). «طراحی الگوی توسعه آموزش عالی ایران در افق چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور»، فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، سال چهارم، ش ۱۴.
۳. ایمان، محمدتقی و محمودرضا نوشادی (۱۳۹۰). «تحلیل محتوای کیفی»، فصلنامه پژوهش، سال سوم، ش ۲.
۴. تبریزی، منصوره (۱۳۹۳). «تحلیل محتوای کیفی از منظر رویکردهای قیاسی و استقرایی»، فصلنامه علوم اجتماعی، ش ۶۴.
۵. ثمری، عیسی، محمد یمنی دوزی سرخابی، ابراهیم صالحی عمران و غلامرضا گرائی نژاد (۱۳۹۲). «بررسی و شناسایی عوامل مؤثر در فرایند توسعه دانشگاهی در دانشگاه‌های دولتی ایران»، دو فصلنامه مطالعات برنامه‌ریزی آموزشی، سال دوم، ش ۴.
۶. حنفی‌زاده، پیام و آرزو رحمانی (۱۳۸۸). «ساختارهای چندبعدی، انواع و اعتبارسنجی»، فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال چهارم، ش ۱۴.
۷. رهنورد، فرج‌اله، علی جوکار، حبیب طاهرپور و مهدی رسولی (۱۳۹۸). «تدوین چارچوبی برای پاسخگویی اجتماعی سازمان‌های دولتی ایران»، فصلنامه مدیریت سازمان‌های دولتی، سال هفتم، ش ۲.
۸. صارمی‌نیا، صبا، علیرضا حسن‌زاده، شعبان الهی و غلامعلی منتظر (۱۳۹۷). «توسعه چارچوب مفهومی جهت ره‌نگاری مدیریت دانش سازمانی؛ تحلیل محتوای کیفی»، فصلنامه پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران، سال سی‌وچهارم، ش ۱.
۹. عبدی، حمید، ابراهیم میرشاه جعفری، محمدرضا نیلی و سعید رجایی‌پور (۱۳۹۶). «تبیین افق ۱۴۰۴ آموزش عالی ایران با استفاده از روش سناریونویسی»، فصلنامه آموزش عالی ایران، سال نهم، ش ۴.
۱۰. عرفان، آرزو، محمدعلی نادری و رضا ابراهیم‌زاده (۱۳۹۷). «تحلیلی بر مؤلفه‌های اخلاقی تجاری‌سازی دانش در آموزش عالی»، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال سیزدهم، ش ۱.
۱۱. غلامی، منصور (۱۳۹۶). «برنامه پیشنهادی برای تصدی وزارت علوم، فناوری و تحقیقات»، نقشه جامع علمی کشور.

۱۲. فروزنده، لطف‌اله، حسن دانایی‌فرد، فرج‌اله رهنورد و اصغر محمدی‌فاتح (۱۳۹۳). «بررسی ظرفیت سازمانی دانشگاه افسری امام علی (ع) براساس الگوی مک‌کینزی»، فصلنامه مدیریت نظامی، سال چهاردهم، ش ۵۴.

۱۳. فقیهی، ابوالقاسم و سیدعباس کاظمی بیدگلی (۱۳۹۳). «الگویی برای تدوین و اجرای برنامه‌های اصلاح و بهبود نظام اداری در جمهوری اسلامی ایران»، فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال نهم، ش ۳۴.

۱۴. محجوب، حسن، ابوالقاسم نادری، سیدکمال خرازی و یعقوب انتظاری (۱۳۹۷). «تصمیم‌گیری‌های استراتژیک مالی در دانشگاه‌های جامع دولتی»، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، سال بیست و چهارم، ش ۲.

۱۵. محمدی‌فاتح، اصغر، حسن دانایی‌فرد، فرج‌اله رهنورد و لطف‌اله فروزنده (۱۳۹۵). «طراحی مدلی برای ارتقای ظرفیت‌سازی خط‌مشی‌گذاری در قوه مجریه کشور»، فصلنامه فرایند مدیریت و توسعه، سال بیست و نهم، ش ۳.

۱۶. موسوی داودی، سیدمهدی، محمدجواد حضوری، رضا نجاری و عباسعلی رستگار (۱۳۹۵). «طراحی و تبیین مدل ارزش‌های سازمانی مبتنی بر آموزه‌های نهج‌البلاغه»، فصلنامه مدیریت سازمان‌های دولتی، سال پنجم، ش ۱.

۱۷. مؤمنی‌راد، اکبر، خدیجه علی‌آبادی، هاشم فردانش و ناصر مزینی (۱۳۹۲). «تحلیل محتوای کیفی در آیین پژوهش: ماهیت، مراحل و اعتبار نتایج»، فصلنامه اندیشه‌گیری تربیتی، سال چهارم، ش ۱۴.

۱۸. نیرومند، پوراندخت، جهانیار بامداد صوفی بامداد، سیدمحمد اعرابی و مقصود امیری (۱۳۹۱). «چارچوب مفهومی شایستگی مدیران عامل شرکت‌های فناوری بنیان: ابعاد، مؤلفه و شاخص‌ها»، فصلنامه مشاوره شغلی و سازمانی، سال چهارم، ش ۱۲.

۱۹. ولیان، حسن، محمدرضا عبدلی و شبتم کریمی (۱۳۹۶). «طراحی مدل تحلیل تفسیری - ساختاری عوامل مؤثر بر تردید حرفه‌ای حساب‌رسان»، دو فصلنامه حسابداری/ارزشی و رفتاری، سال دوم، ش ۴.

۲۰. هاشمی، محمدمهدی (۱۳۹۳). «شایستگی‌های فردی و قابلیت‌های سازمانی»، فصلنامه تدبیر، سال بیست و پنجم، ش ۲۷۰.

21. Birnbaum, R. (1994). "The Quality Cube: How College Presidents Assess Excellence", *Higher Education Management Journal*, Vol. 9, No. 3.

22. Boliver, V. (2001). "Expansion, Differentiation, and the Persistence of Social Class Inequalities in British Higher Education", *Higher Education*, Vol. 61.
23. Boyatzis, R.E. (1998). "Transforming Qualitative Information: Thematic Analysis and Code Development", *Sage*.
24. Brown, L.D. and M.H. Moore (2001). "Accountability, Strategy, and International Non-governmental Organizations", *Social Science Research Network Electronic Paper Collection*, Vol. 7, <http://papers.ssrn.com>
25. Cohen, D.K. and D.L. Ball (1999). "Instruction, Capacity, and Improvement", *CPRE Research Reports*, Retrieved from [https://repository.upenn.edu/cpre\\_researchreports](https://repository.upenn.edu/cpre_researchreports), Vol. 8.
26. Council on Higher Education (2005). "Towards a Framework for Quality Promotion and Capacity Development in South African Higher Education", South Africa, Retrieved from <http://www.che.ac.za>.
27. Crilly, R.G. (2003). "Synthesis Research on Community Capacity", *Health Policy Research Program*, Summary of Research Results, Health Canada.
28. Denhardt, R.B. (2002). "Trust as Capacity: The Role of Integrity and Responsiveness Public Organization", *A Global Journal*, Vol. 2.
29. Dill, D.D. (2000). "Capacity Building as an Instrument of Institutional Reform: Improving the Quality of Higher Education Through Academic Audits in the UK, New Zealand, Sweden, and Hong Kong", *The Journal of Comparative Policy Analysis*, Vol. 2, No. 2.
30. Duflo, E., R. Hanna and S. Ryan (2012), "Incentives Work: Getting Teachers to Come to School", *American Economic Review*, Vol. 102, No. 4.
31. Enemark, S. and R.A. Ahene (2003). "Capacity Building in Land Management-implementing Land Policy Reforms in Malawi", *Published in Survey Review*, Vol. 37, No. 287.

32. Food and Agriculture Organization of the United Nations (2015). "FAO Approaches to Capacity Development in Programming: Processes and Tools", FAO Capacity Development Team, Office of Knowledge and Capacity for Development (OEKC).
33. Fukushima, Y., G. Ishimura, A.J. Komarsinski, R. Omoto and S. Managi (2017). "Education and Capacity Building With Research: A Possible Case for Future Earth", *International J. Sustainability in Higher Education*, Vol. 18, No. 2.
34. Herman, G. and G.V. Werfhorst (2014). "Changing Societies and Four Tasks of Schooling: Challenges for Strongly Differentiated Educational Systems", *International Review of Education*, Vol. 60.
35. Iancu, D., V. Junjam and M.S. Derries (2013). "Public Administration Reform in Central and Eastern Europe and Central Asia", *Bratislava: NISPAcee Press*.
36. Japan International Cooperation Agency (2004). "Capacity Development Handbook", *JICA Task Force on Aid Approaches*, March 31.
37. Judge, W.Q. (2011). *Building Organizational Capacity for Change: The Strategic Leader's New Mandate*, New York, Business Expert Press.
38. Lavergne, R. (2004). "Capacity Development: Conceptual Framework and key Issues", *Presentation to Tokyo International Symposium on Capacity Development*, Vol. 4, No. 3.
39. Machlup, F. (2012). "The Production and Distribution of Knowledge in the United States", Literary Licensing, LLC.
40. Merino, S. and I. Carmenado (2012). "Capacity Building in Development Projects", *Social and Behavioral Sciences*, Vol. 46.
41. Park, H. (2008). "Public Policy and the Effect to Sib Ship Size on Educational Achievement: A Competitive Study of 20 Countries", *Social Science Research*, Vol. 37.
42. Peters, G. (1996). *The Policy Capacity of Government*, Canadian Centre for Management Development Publishing.

43. Pollyn, B.S., V. Barinua and C. Johnagi (2016). "Human Capacity Building and Sustainable Development in Nigeria: A Value Base Analysis", *Best International Journal*, Vol. 3, No. 2.
44. Putnam, R.D. (1993). "The Prosperous Community: Social Capital and Public Life", *The American Prospect*, 13 Spring.
45. Radin, B.A., R. Agranoff, A. Bowman, C.G. Buntz, J.S. Ott, B.S. Romzek and R.H. Wilson (1996). *The New Governance for Rural America: Creating Intergovernmental Partnerships*, Lawrence, Kansas: University Press of Kansas.
46. Rao, S. and C.H. Perry (2003). "Convergent Interviewing to Build a Theory in Under-researched Areas: Principles and an Example Investigation of Internet Usage in Inter-firm Relationships", *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol. 6, No. 4.
47. Ravitch, D. (2000). *Left Back: A Century of Failed School Reforms*, New York, Simon and Schuster.
48. Sandelowski, M. (1995). "Sample Size in Qualitative Research", *Res Nurs Health*, Vol. 18, No. 2.
49. Satori, D. and A. Komariah (2015). "Model of Management Capacity Building for Improving the Quality of School", *J. Education and Learning*, Vol. 9, No. 4.
50. Sharitz, M.J. and S.J. Ott (2015). *Classics of Organization Theory*, Cen Gage Learning, 8 Editions.
51. Shiel, C., W.L. Filho, A.D. Paco and L. Brandli (2015). "Evaluating the Engagement of Universities in Capacity Building for Sustainable Development in Local Communities, Evaluation and Program Planning", <http://dx.doi.org/10.1016/j.evalprogplan.2015.07.006>.
52. Simister, N. and R. Smith (2010). "Monitoring and Evaluating Capacity Building: Are it Really that Difficult?", Retrieved from <http://www.intrac.org>.



53. Sinnott, G., G.H. Madison and G.E. Pataki (2002). "Competencies: Report of the Competency's Workgroup, Workforce and Succession Planning Work Groups", New York State Governor's Office of Employee Relations and the Department of Civil Service.
54. Stein, S. (2004). *The Culture of Education Policy*, New York, Teachers College Press.
55. United Nations Development Programme (2008a). "Capacity Assessment", Practice Note, New York, October.
56. \_\_\_\_\_ (2008c). "Capacity Development", Practice Note, New York, October.
57. \_\_\_\_\_ (2010b). "Measuring Capacity", Capacity Development Group, [www.content.undp.org/go/cms-service/download/publication](http://www.content.undp.org/go/cms-service/download/publication).
58. United States Agency for International Development (2009). "Foreign Assistance Standardized Program Structure and Definitions", <https://www.state.gov>.
59. United Nations Committee of Experts on Public Administration (2006). "Definition of Basic Concepts and Terminologies in Governance and Public Administration", United Nations Economic and Social Council.
60. Wachira, E.M. (2008). "Organizational Capacity Audit Tool", Global e-School and Communities Initiative, GeSCI - <http://www.gesci.org>.



# بیمه مصرف و ضرورت شناسایی آن در لایحه بیمه تجاری

عبدالعظیم خروشی\*

نوع مقاله: پژوهشی	تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۰/۱۱	تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۷/۳۰	شماره صفحه: ۲۴۶-۲۱۹
-------------------	--------------------------	------------------------	---------------------

قانون حاکم بر روابط بیمه‌ای ایران قانون بیمه مصوب ۱۳۱۶ است. برای رفع کاستی‌ها و ابهام‌های این قانون در سال ۱۳۸۴ لایحه‌ای با عنوان «لایحه بیمه تجاری» از سوی دولت برای تصویب و جایگزینی قانون بیمه به مجلس شورای اسلامی تقدیم شد. اما در این لایحه و نظرات کارشناسی شده در مجلس شورای اسلامی اشاره‌ای به «بیمه‌های مصرف» نشده است و در حقیقت تفکیکی بین بیمه‌های مصرف و بیمه‌های غیرمصرف مشاهده نمی‌شود. از این رو بیمه‌گذار بیمه مصرف دارای تعهداتی یکسان با بیمه‌گذار بیمه‌های غیرمصرف بوده و ضمانت اجرای آن نیز واحد خواهد بود. امری که امروزه مورد پذیرش جامعه حقوقی نبوده و متناسب با اقتضائات اقتصادی و بیمه‌ای دنیا نیست. در این نوشتار ضمن توجیه لزوم شناسایی و تفکیک بیمه‌های مصرف از بیمه‌های غیرمصرف، با مطالعه تطبیقی به ارائه این نظر پرداخته شده است که در بیمه‌های مصرف باید تعهدی متفاوت از تعهد به افشای مقرر در بیمه‌های غیرمصرف مورد شناسایی قرار گیرد و ضمانت اجرای آن نیز متناسب با ماهیت آن در نظر گرفته شود. در پایان نیز پیشنهادهایی برای اصلاح لایحه بیمه تجاری ارائه شده است.

کلیدواژه‌ها: بیمه مصرف؛ بیمه غیرمصرف؛ تعهد به افشا؛ تعهد به مراقبت معقول

\* استادیار گروه حقوق، دانشکده الهیات دانشگاه حکیم سبزواری؛

Email: a.khoroushi@hsu.ac.ir

## مقدمه

جوامع انسانی در طول تاریخ همیشه با مخاطراتی مواجه بوده و بشر همواره کوشیده است که اگر نتواند از بروز حوادث خسارت بار جلوگیری کند دست کم از آثار زیان بار آن بکاهد تا زندگی او کمتر دستخوش عوارض آن حوادث شود. بیمه یکی از ابداعات و ابتکارات بشری در این زمینه است. بیمه در ایران نیز سابقه نسبتاً طولانی دارد و پس از آنکه بیمه به شکل امروزی آن در ایران در سال ۱۳۱۰ با فعالیت شرکت‌های خارجی آغاز شد، اولین قانون بیمه ایران در سال ۱۳۱۶ به تصویب رسید. این قانون با آنکه در زمان تصویب مناسب بود اما رفته رفته و با گذر زمان کارایی کامل خود را از دست داده و دیگر پاسخگوی همه نیازهای اجتماعی، اقتصادی و حقوقی جامعه امروز نیست. از این رو دولت وقت در سال ۱۳۸۴ لایحه‌ای با عنوان «لایحه بیمه تجاری» به تصویب هیئت وزیران می‌رساند و به مجلس شورای اسلامی تقدیم می‌کند تا به تصویب برسد و جایگزین قانون بیمه فعلی شود. در این نوشتار به یکی از موضوعات و کاستی‌های اساسی لایحه بیمه تجاری پرداخته می‌شود.

## ۱. بیان مسئله

بیمه با اقتصاد و زندگی افراد جامعه رابطه تنگاتنگ دارد و همان طور که اشاره شد لایحه بیمه تجاری با توجه به این موضوع و به منظور تصویب و نسخ کلی قانون بیمه ایران مصوب ۱۳۱۶ از سوی هیئت وزیران در سال ۱۳۸۴ به مجلس شورای اسلامی تقدیم شد. با اینکه در مقدمه لایحه اشاره شده است که «به منظور رفع ابهامات موجود در قانون بیمه فعلی و تکمیل آن با بهره‌گیری از دستاوردهای جدید بیمه در دنیا» تقدیم می‌شود اما از بررسی دقیق آن این طور برمی‌آید که این لایحه به رغم داشتن جنبه‌های خوب و مثبت؛ دارای کاستی‌ها و ابهامات فراوانی نیز است که از اهمیت بالایی برخوردار است و از مهم‌ترین آنها «بی توجه به تحولات و دستاوردهای جدید صنعت بیمه» و نیز نادیده گرفتن «اقتضائات» بیمه‌ای روز و «حقوق بیمه‌گذار» است. یعنی اموری که خود اصلاح قانون بیمه مصوب ۱۳۱۶ را ضروری کرده است. از طرفی همان طور که در مقدمه این لایحه اشاره شده است «از لحاظ بین‌المللی نیز ساختار بیمه به طور دائم در حال تغییر و دگرگونی بوده و به دنبال

آن نیز مقررات حاکم بر صنعت بیمه نیز تغییر کرده است». بنابراین ضرورت دارد مقررات حاکم هماهنگ با وصف بین‌المللی آن و نیازهای روز جامعه باشد که توجه کافی به این موضوع نشده است. به‌ویژه که در سال‌های اخیر نیز مقررات بیمه در سطح بین‌المللی نیز دچار تحولات اساسی شده است و بسیاری از کشورها نیز برای هماهنگ شدن با این تحولات اقدام به تهیه لوایح یا تصویب قوانین کارآمدتری کرده‌اند. با توجه به اینکه قانون بیمه، قانونی است که بر کسب‌وکار اشخاص، اقتصاد جامعه و زندگی رفاهی و اجتماعی افراد اثر قابل توجهی می‌گذارد؛ قانونگذاری در این حوزه دقت بیشتری را می‌طلبد. اینکه این لایحه (همچون لایحه قانون تجارت) سال‌هاست که در مجلس شورای اسلامی باقی مانده بی‌شک ناشی از توجه به همین امر است. از این‌رو شایسته است که نظر فعالان، محققان داخلی و بین‌المللی و همچنین تجربیات قانونگذاری کشورهای پیشرو در این عرصه مورد استفاده قرار گیرد.

بر این اساس در این نوشتار به‌طور خاص موضوع «ضرورت شناسایی و تفکیک بیمه‌های مصرف از بیمه‌های غیرمصرف» در لایحه بیمه تجاری مورد بررسی قرار گرفته است. از طرف دیگر به ضرورت تعدیل یا نسخ «تعهد به افشا» که خود از مبانی مسئله اول (ضرورت شناسایی بیمه‌های مصرف) است، پرداخته می‌شود؛ تعهدی که در بیشتر موارد بیمه‌گذار از عهده انجام آن به خوبی بر نمی‌آید و در نتیجه با ضمانت‌های اجرایی سختی همچون بطلان قرارداد و از دست دادن حق بیمه‌های پرداختی مواجه می‌شود.

در خصوص پیشینه تحقیق نیز گفتنی است که درباره لایحه بیمه تجاری متأسفانه تحقیقات و پژوهش‌های اندکی صورت گرفته که تعدادی از آنها توسط نگارنده انجام شده است: - مقاله‌ای با عنوان «لایحه بیمه تجاری تلاش برای رفع ابهامات موجود در قانون بیمه» در سال ۱۳۸۴ توسط آقای دکتر منصور امینی در شماره ۸ مجله پژوهش‌های حقوقی به چاپ رسیده است. این مقاله به بحث حاضر ورود نداشته است.

- در سال ۱۳۸۵ گزارشی توسط دفتر مطالعات حقوقی مجلس شورای اسلامی با عنوان «اظهار نظر کارشناسی درباره لایحه بیمه تجاری» تنظیم شده که در حقیقت چیزی جز شرح کلی همان لایحه نبوده و فاقد جنبه تحقیقی است.

- مقاله‌ای به‌عنوان «تعهدات پیش‌قراردادی بیمه‌گر و جای خالی آن در لایحه بیمه تجاری» توسط عبدالعظیم خروشی و دکتر میرحسین عابدیان در مجله تحقیقات حقوقی دانشگاه شهید بهشتی در سال ۱۳۸۸ در شماره ۵۰ آن به چاپ رسیده که صرفاً به لزوم شناسایی تعهدات پیش‌قراردادی بیمه‌گر پرداخته شده است.

- مقاله‌ای با‌عنوان «معرفی منصفانه جایگزین تعهد به افشا در بیمه‌های تجاری» توسط عبدالعظیم خروشی و همکاران نگاشته شده که در مجله علمی - پژوهشی پژوهش‌نامه بیمه شماره ۲ تابستان ۱۳۹۸ چاپ شده است. این مقاله نیز به بیمه‌های تجاری مربوط می‌شود. بنابراین با توجه به پیشینه تحقیقات انجام شده می‌توان گفت پژوهش حاضر بی‌سابقه و بدیع است که خود می‌تواند به‌عنوان زمینه‌ای برای تحقیقات بیشتر باشد.

## ۲. تعریف بیمه مصرف

در بیان اینکه «مصرف‌کننده» چه شخصی است در حقوق مصرف‌تعریف دقیقی وجود ندارد. از آنجاکه بیمه مصرف در حقوق ایران شناسایی نشده است برای آن تعریف قانونی نیز وجود ندارد. در قوانینی که به حقوق مصرف‌مربوط می‌شود تعاریف متفاوتی از مصرف‌کننده ارائه شده است؛ در بند «۱» ماده (۱) قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده مصوب ۱۳۸۸ آمده است «مصرف‌کننده هر شخص حقیقی و یا حقوقی است که کالا یا خدمتی را خریداری می‌کند». مطابق ماده (۲) بند «س» قانون تجارت الکترونیک ایران: «مصرف‌کننده (Consumer) هر شخصی است که به منظوری جز تجارت یا شغل حرفه‌ای اقدام می‌کند». از منظر تطبیقی در حقوق انگلیس نیز در بیشتر ارعاعات قانونی، مصرف‌کننده در یک رابطه رفتاری بین ارائه‌کننده و دریافت‌کننده کالاها یا خدمات تعریف می‌شود. در قوانین سعی شده است که در تعریف مصرف‌کننده عباراتی مانند «عمل در روند کسب‌وکار» و «معامله به‌عنوان مصرف‌کننده» گنجانده شود. به‌عنوان مثال درحالی‌که قانون شروط قراردادی ناعادلانه<sup>۱</sup> انگلیس مصوب ۱۹۷۷ در ماده (۱) ۱۲ مصرف‌کننده را صرفاً به‌طور غیرمستقیم در نتیجه رفتاری

1. Unfair Contract Terms Act 1977.

تجاری که از یک معامله ناشی می‌شود می‌شناسد، «مقررات شروط ناعادلانه در قراردادهای مصرف ۱۹۹۹»<sup>۱</sup> در ماده (۱) ۳ و «مقررات فروش و تأمین کالا برای مصرف‌کننده ۲۰۰۲»<sup>۲</sup> در ماده (۲)، مصرف‌کننده را به عنوان «شخصی طبیعی که رفتار تجاری اش رابطه‌ای مستقیم با معامله تجاری ندارد» می‌شناسد. این امر ممکن است به دلیل حمایت از مصرف‌کننده به وسیله ضمانت اجراهای کیفری در کنار ضمانت اجراهای مدنی در مقابل بازرگانان باشد (Judith, 2011: 4). زیرا قانون به دنبال این هدف بوده که از مصرف‌کنندگان عادی که اغلب دانش و آگاهی لازم را ندارند، حمایت بیشتری به عمل آورد؛ زیرا بازرگانان در مقام مقایسه با مصرف‌کنندگان عادی از دانش و اطلاعات بیشتری برخوردارند.

در بیشتر این قوانین مصرف‌کننده هم شامل شخص حقیقی و هم شخص حقوقی می‌شود و هر قانون به اقتضای هدفی که برای آن وضع می‌شود تعریف ویژه‌ای از مصرف‌کننده ارائه کرده است. «قانون (افشا و اظهار) بیمه مصرف‌کننده» انگلیس مصوب ۲۰۱۲ در ماده (۱) در تعریف قرارداد بیمه مصرف‌کننده مقرر می‌دارد:

«در این قانون، قرارداد بیمه مصرف‌کننده به معنی قرارداد بیمه فی مابین: الف) فردی است که تماماً یا عمدتاً برای مقاصد غیر از تجارت، کسب یا حرفه خود منعقد کرده است و ب) شخصی که متقبل حرفه بیمه‌گری است و به سبب این حرفه طرف قرارداد قرار می‌گیرد. مصرف‌کننده به معنای فردی است که قرارداد بیمه مصرف‌کننده منعقد می‌کند یا چنین قصدی دارد...». از واژه «فرد» در ماده فوق این طور استنباط می‌شود که هر گاه طرف قرارداد یک شخص حقوقی باشد، قرارداد مذکور قرارداد بیمه مصرف‌کننده نخواهد بود.

مستفاد از مقرر فوق برای اینکه قرارداد مذکور یک قرارداد بیمه مصرف محسوب شود لازم نیست که قرارداد کاملاً بی‌ارتباط با تجارت، کسب یا حرفه شخص باشد؛ بلکه همین که «عمدتاً» مربوط به تجارت، کسب یا حرفه او نباشد، کافی است تا یک قرارداد بیمه مصرف به شمار آید.

گفتنی است که در ایرلند مفهوم مصرف‌کننده علاوه بر اشخاص حقیقی شامل اشخاص

1. Unfair Terms in Consumer Contracts Regulations 1999.

2. The Sale and Supply of Goods to Consumers Regulations 2002.

حقوقی نیز می‌شود مشروط بر اینکه حجم معاملات سالیانه آنان از سه میلیون یورو در سال تجاوز نکند.<sup>۱</sup> در نهایت با تعاریف ارائه شده در قوانین داخلی و مقررات خارجی مرتبط می‌توان بیمه مصرف را این‌گونه تعریف کرد: «مصرف‌کننده فردی است که برای هدفی غیر از تجارت یا شغل خود اقدام به انعقاد قرارداد بیمه می‌کند و قرارداد بیمه مذکور قرارداد بیمه مصرف خواهد بود». اینکه چرا در تعریف مصرف‌کننده بهتر است از واژه «فرد» استفاده شود و نه شخص؛ به این دلیل است که تعریف ذکر شده «شخص حقوقی» را شامل نشود زیرا فرض بر این است که همه معاملات شخص حقوقی، تجاری و حرفه‌ای محسوب می‌شود و اصولاً شخص حقوقی نیازهای غیرتجاری ندارد.

### ۳. تبیین ضرورت تفکیک بیمه‌های مصرف از بیمه‌های غیرمصرف

اگرچه تبعیت قراردادهای بیمه از نظام حقوقی واحد در برخی از کشورها همچون استرالیا<sup>۲</sup> طرفدارانی دارد اما همین کشورها نیز در برخی قراردادها، بین مصرف‌کننده و غیرمصرف‌کننده تفاوت قائل می‌شوند (The Law Reform Commission, 2015: 11). آنچه که تفکیک بین بیمه‌های مصرف و بیمه‌های غیرمصرف را موجه و ضروری می‌کند را می‌توان به شرح زیر نام برد:

#### ۳-۱. حرفه‌ای بودن بیمه‌گر در مقابل بیمه‌گذار مصرف‌کننده

امروزه بیمه‌گران از حیث تخصص و دامنه اطلاعات نسبت به بیمه‌گذار در موقعیت بسیار برتری قرار دارند به نحوی که اگر بیمه‌گذاران در هنگام انعقاد قرارداد بیمه و انتخاب نوع بیمه از مشاوره فردی متخصص برخوردار نشوند نمی‌توانند از بین بیمه‌نامه‌های متنوع انتخابی مناسب با نیاز خاص خود داشته باشند و این موضوع در بین بیمه‌گذاران عادی و مصرف‌کننده که دانش بیمه‌ای ندارند در مقایسه با بیمه‌گذاران غیرمصرف‌کننده امری رایج‌تر است و اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. از این رو ضرورت دارد بیمه‌گذاران مصرف‌کننده حمایت بیشتری شوند (Tyldesley, 2011: 44).

1. Consumer Protection Code 2012, Chapter 12a.

2. Insurance Contracts Regulations, 2017.



### ۲-۳. سنگینی بار تعهد به افشا و ضمانت اجرای سخت نقض این تعهد

بیمه‌گذار در معرفی درست و صحیح ریسک، تعهدی برعهده دارد که به «تعهد به افشا» موسوم است. براساس تعهد به افشا بیمه‌گذار بایستی آنچه را که واقعیات اساسی<sup>۱</sup> یا اوضاع و احوال اساسی<sup>۲</sup> نامیده می‌شود را به گونه‌ای بیان کند تا بیمه‌گر شناختی کافی از موضوع بیمه به دست آورد و براساس آن درباره پذیرش ریسک و شرایط آن تصمیم‌گیری کند (Hodges, 1996: 88). به‌طورکلی چنین تعهدی به سبب ماهیت قرارداد بیمه است یعنی اینکه قرارداد بیمه مبتنی بر حسن نیت است (Bennett, 2006: 101).

این تعهد و ضمانت اجرا برای بیمه‌گذار به‌خصوص بیمه‌گذار غیرمصرف‌کننده، تعهد سنگینی است؛ چرا که از یک طرف بیمه‌گذار مصرف‌کننده، فردی عادی است که ممکن است به خوبی نتواند از عهده تکلیف به افشا که دامنه بسیار وسیعی دارد برآید و با اینکه قصد پنهان‌کاری نداشته است مرتکب نقض این تعهد شود. از طرف دیگر ضمانت اجرای آن مطابق مواد (۱۲ و ۱۳) قانون بیمه و مواد (۲۱ و ۲۲) لایحه بیمه تجاری نیز عادلانه نیست و گاهی به آسانی می‌تواند موجب بطلان قرارداد و از دست دادن حق بیمه‌های پرداختی شود. امری که در خصوص «بیمه‌های مصرف» غیرمنصفانه خواهد بود.

### ۳-۳. الحاقی بودن بیمه

عقد بیمه به‌عنوان نمونه بارز عقود الحاقی شناخته می‌شود (D'agostino, 2015: 2). شرایط انواع بیمه‌نامه‌ها به غیر از بعضی جزئیات، به ندرت قابل تغییر است و بیمه‌گذاری که به دنبال تهیه پوشش بیمه‌ای است، باید از میان قراردادهای از قبل آماده یکی را انتخاب کند (Vaughan and Vaughan, 1999: 167). از طرف دیگر به موجب نظریه قابل اعمال در عقود الحاقی، یعنی نظریه «فرض آگاهی و قصد مفروض»<sup>۳</sup>، شخصی که یک قرارداد الحاقی را امضا می‌کند باید به آن ملتزم و پایبند باشد؛ خواه آن را خوانده و یا نخوانده باشد. به عبارت دیگر

1. Material Facts

2. Material Circumstances

3. Presumption of Intent

در عقود الحاقی، فرض دادگاه این است که او آن را خوانده و امضا کرده است (Ibid.). به این ترتیب در عقد بیمه نیز به عنوان یک عقد الحاقی فرض بر این خواهد بود که بیمه‌گذار از مفاد آن آگاهی داشته و با علم و قصد آن را امضا کرده است و بعد نمی‌تواند مدعی شود آنچه به او ارائه شده مقصود او نبوده یا دست‌کم اثبات چنین امری دشوار است. از این رو تفکیک بیمه مصرف و نسخ تعهد به افشا از سوی بیمه‌گذار مصرف که حمایت ویژه‌ای را می‌طلبد، ضروری است.

#### ۳-۴. حمایتی بودن بیمه

با آنکه در قوانین، حرفه بیمه‌گری از نوع مشاغل تجاری تلقی می‌شود<sup>۱</sup> اما خصیصه و ماهیت حمایتی آن آشکار است تا آنجا که گاهی دولت‌ها آن را در انحصار خود می‌گیرند یا اینکه به طور مستقیم بر نحوه اجرای آن نظارت می‌کنند<sup>۲</sup> و قوانینی نیز برای حمایت از اشخاص در این حوزه به تصویب می‌رسانند.<sup>۳</sup> هدف از بیمه فقط حمایت از بیمه‌گذار نیست، بلکه در سطح وسیع‌تر هدف از آن حمایت از سرمایه‌های ملی، تولید و عوامل آن و به طور کلی اقتصاد و رفاه جامعه است. مؤسسات بیمه که با مجوز دولت و از طرف دولت این خدمات حمایتی را ارائه می‌دهند باید به نحوی عمل کنند که منافع اشخاص که در نهایت همان منافع جامعه است به بهترین وجه تأمین شود. صرف نظر از اینکه بیمه در زمینه بیمه‌های اشخاص باشد یا بیمه‌های غرامتی؛ بیمه‌گذار مصرف حمایت بیشتری را می‌طلبد.

#### ۳-۵. بهره‌گیری از دستاوردهای حقوقی و بیمه‌ای دیگر نظام‌های حقوقی

بهره‌گیری از دستاوردها و تجربیات جوامع انسانی همواره مورد توجه بوده است. چنان‌که در گزارشی با عنوان «اظهارنظر کارشناسی درباره لایحه بیمه تجاری» که در مرکز پژوهش‌های

۱. عملیات بیمه‌گری براساس قانون تجارت جزء معاملات تجاری محسوب می‌شود (بند «۹» ماده (۲) قانون تجارت).

۲. اصل (۴۴) قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران پس از بیان پایه‌های نظام اقتصادی کشور براساس بخش دولتی، تعاونی و خصوصی؛ «بیمه» را جزء بخش دولتی دانسته که مانند سایر موارد این بخش به صورت مالکیت عمومی و در اختیار دولت است.

۳. قوانین بیمه اجباری و تأمین اجتماعی از این قبیل قوانین محسوب می‌شوند.

مجلس شورای اسلامی انجام شده است به این موضوع و به ویژه مقررات حقوق بیمه انگلیس نیز توجه و استناد شده است (مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۳۸۵: ۲). اما این توجه ناکافی و قبل از اصلاحات اخیر در قوانین انگلیس بوده است. در حقوق انگلیس همواره قانون اصلی حاکم بر روابط بیمه‌ای برای بیش از یک قرن قانون بیمه دریایی مصوب ۱۹۰۶ میلادی بوده که روابط بیمه‌ای را مدیریت حقوقی کرده است. از طرف دیگر این قانون در حوزه بیمه، همواره در سطح جهانی مورد توجه بوده و در تنظیم قوانین و تفاسیر قضایی به طور مستقیم و یا غیرمستقیم مورد استناد قرار گرفته است. با اینکه این قانون با کمک رویه قضایی و نظرهای حقوقدانان به پختگی کامل رسیده بود اما برای نیازهای جامعه امروز ناکافی بود تا اینکه در سال‌های اخیر سعی شد با تصویب قوانین جدید این قانون محدود یا نسخ شود. در سال ۲۰۱۲ قانونی با عنوان «قانون (افشا و اظهار) بیمه مصرف‌کننده»<sup>۱</sup> به تصویب رسید و بیمه‌های مصرف را از سایر بیمه‌های تجاری تفکیک کرد و تعهدی جدید و متفاوت از تعهد به افشا برای بیمه‌گذار مقرر داشت.

اگرچه انگلستان اخیراً از طریق «قانون (افشا و اظهار) بیمه» ۲۰۱۲ نسبت به تفکیک بیمه‌های مصرف و غیرمصرف اقدام کرد اما کمیسیون حقوقی بریتانیا از سال‌ها قبل، یعنی از سال ۱۹۵۷، درصدد اقداماتی در این باره برآمده بود و در بازار بیمه مصرف بریتانیا با وجود فقدان مقررات پارلمانی تا حدودی از سختی و مشکلات این موضوع به وسیله برخی مقررات «خودتنظیمی» صنعت بیمه کاسته شده بود (Ewing, 2010). در طول دهه ۱۹۸۰ صنعت بیمه انگلستان از طریق مقررات خودتنظیمی اختیاری، درصدد کاستن و آماده‌سازی مقررات سخت‌دکترین افشا و به‌خصوص در حوزه بیمه‌های مصرف برآمد. این مقررات خودتنظیمی در واقع به دنبال یک‌سری توافقات انجام شده بود: نوع اول آن بین خود بیمه‌گران است که از قواعد حقوقی اجمالی و مخارجی که برای اخذ رأی از دادگاه لازم است اجتناب کنند. نوع دوم توافق با نهادها و سازمان‌ها به منظور پیش‌دستی و ممانعت از انتقاد رسمی و جلوگیری از تصویب مقرراتی است که صنعت و کسب‌وکار آنان را تنظیم می‌کند، زیرا

---

1. Consumer Insurance - Disclosure and Representations- Act 2012.

در این صورت ممکن است مقررات سخت‌تری علیه بیمه‌گران به تصویب برسد. بنابراین خود بیمه‌گران مواضع خود را تعدیل کردند (Lewis, 1985: 275). در توافقات نوع اول بسیاری از شرکت‌های بیمه پذیرفتند که از حقوق قانونی خود که عموماً مربوط به نتایج عدم افشا و تدلیس و شروط بیمه‌ای بود به نحو سخت‌گیرانه‌اش استفاده نکنند. از این رو در سال ۱۹۸۱ دایره شکایات بیمه‌ای در قالب دایره بازرسان بیمه<sup>۱</sup> برای رسیدگی به دعاوی بیمه‌گذاران شخصی یا مصرف‌کننده ایجاد شد. اگرچه مراجعه به این دایره اجباری نیست اما انجمن بیمه‌گران بریتانیا عضویت در دایره بازرسان بیمه را ترغیب کرد. در این توافق هر عضو موافقت می‌کند که نسبت به تصمیم‌ها تا مبلغ ۱۰۰/۰۰۰ پوند ملزم باشد و رأی صادره قطعی محسوب شود بنابراین حق مراجعه به دادگاه را از دست می‌دهد (Lowry and et al., 2011: 141). ویژگی این دادگاه ابتدایی و ابتکاری این است که با روش‌های حقوقی، اصول کلی عملکرد خوب بیمه‌ای و مقررات راهنما اداره می‌شود و این صلاحیت را داراست تا به نتایج منصفانه‌ای دست یابد. در صورتی که بیمه‌گذار تعهدی را نقض کند دایره بازرسان بیمه می‌تواند جبران خسارت‌های قابل انعطافی پیشنهاد دهد و بیمه‌گران را از اعمال هر شرط نامعقولی بازدارد (Insurance Ombudsman, 1989: 29-30). اکنون با تصویب این قانون، اعمال این وضعیت شکل مناسبی به خود گرفت. در کشورهایی هم که بیمه‌های مصرف و غیرمصرف را تابع رژیم واحدی قرار داده‌اند؛ باز برای برخی قراردادهای مصرف‌مقررات خاصی در نظر گرفته‌اند (Law Reform Commission, 2015: 11) و کشورهای دیگری همچون ایرلند و سنگاپور نیز اصلاحات اخیر حقوق قضایی و قانونگذاری انگلیس را مورد توجه قرار داده و اصلاح قوانین را لازم دانسته‌اند (Chen, 2013: 10; Hwee Ying, 2014: 125). به این ترتیب شایسته است تجربیات قضایی و قانونگذاری انگلستان که در حوزه مقررات بیمه سرآمد است و از طرفی بیمه نیز از امور جهانی است که چندان بحث بومی‌سازی مقررات نیز در آن مطرح نمی‌شود مورد توجه قرار گیرد؛ چنان‌که همین امر در نظریات کارشناسی مجلس شورای اسلامی نیز مورد توجه بوده است.

---

1. Insurance Ombudsman Bureau (IOB)

#### ۴. لزوم تعدیل تعهد به افشا

در لزوم تعدیل و یا نسخ تعهد به افشا در خصوص بیمه‌های مصرف همه آن مبانی و توجیهاتی که در خصوص «لزوم تفکیک بین بیمه‌های مصرف و غیرمصرف» ذکر شد را می‌توان دوباره در اینجا درباره تعهد به افشای بیمه‌های مصرف مطرح کرد. گفتنی است در زمان وضع نخستین قوانین بیمه، بیمه‌گران در وضعیت ابتدایی و ضعیفی قرار داشته‌اند. وسایل ارتباطی و گردآوری داده‌ها در آن زمان بسیار ابتدایی بوده و کسی که در وضعیت اطلاعاتی بهتر و برتری نسبت به دیگری قرار داشته، بیمه‌گذار بوده اما امروزه وضعیت دگرگون شده است. شرکت‌های بیمه هم‌اکنون دارای بانک‌های اطلاعاتی یا واحدهای تحقیقاتی هستند که به گردآوری اطلاعات می‌پردازد و حتی می‌توان گفت از یک سو به اقتضای حرفه بیمه‌گری، سال‌ها تجربه و تماس مستقیم با مسائل حقوقی و اختلافات بیمه‌ای و از سوی دیگر با توجه به پیچیدگی و تخصصی بودن رشته‌های بیمه‌ای و مسائل آن، دانش بیمه‌گر و درک او از مسائل ریسک و اوضاع و احوال مؤثر بر آن به مراتب فراتر از دانش و آگاهی بیمه‌گذار است. بنابراین چه‌بسا مسائلی که از دیدگاه بیمه‌گر باتجربه و متخصص بااهمیت باشد، هرگز در نگاه بیمه‌گذار دارای اهمیت نباشد یا اصلاً در نظر او نیاید که به آن اشاره کند. همین ملاحظات سبب شد که قانونگذار انگلیس در سال ۲۰۱۲ تعهد به افشای مقرر در قانون بیمه دریایی مصوب ۱۹۰۶ در خصوص «بیمه‌های مصرف» را نسخ کند و سایر کشورها نیز گام‌هایی در این باره بردارند.

سؤالی که در ادامه مطرح می‌شود این است که تعهد به افشا باید به چه نحوی تعدیل شود و چه تعهدی را می‌توان جایگزین آن کرد که هم حقوق بیمه‌گر حفظ شود و هم با وضعیت تعهدات بیمه‌ای سازگار باشد. در ادامه به این موضوع پرداخته می‌شود.

#### ۵. مراقبت معقول

همان‌گونه که اشاره شد در حقوق انگلیس تعهد به افشا مقرر در قانون بیمه دریایی مصوب ۱۹۰۶ در حوزه «بیمه مصرف» در سال ۲۰۱۲ به موجب «قانون (افشا و اظهار) بیمه مصرف‌کننده» نسخ شد و تعهدی با عنوان «تعهد به مراقبت معقول» جانشین تعهد به افشا

شد. بند «۲» ماده (۲) قانون اخیر مقرر می‌دارد: «مصرف‌کننده متعهد است مراقبت معقول به عدم اظهار خلاف واقع نسبت به بیمه‌گر به عمل آورد». به موجب این ماده در حوزه بیمه مصرف، بیمه‌گذار دیگر تعهدی به این ندارد که هرگونه اوضاع و احوالی که مهم است و از آن اطلاع دارد یا در روند عادی کسب‌وکار خود باید از آن آگاه باشد را برای بیمه‌گرافشا کند. بلکه بیمه‌گذار فقط باید «مراقبتی معقول در عدم اظهار خلاف واقع» به عمل آورد.

در تعریف «مراقبت معقول» گفته شده است: «به‌عنوان معیاری برای مسئولیت ناشی از غفلت،<sup>۱</sup> میزان مراقبتی است که یک شخص محتاط و واجد اهلیت در یک گروه حرفه‌ای مشابه به انجام می‌رساند یا تلاشی است که در شرایطی مشابه به عمل خواهد آورد. همین طور برای عبارت مراقبت معقول عناوین دیگری مانند مراقبت لازم،<sup>۲</sup> مراقبت معمول،<sup>۳</sup> مراقبت کافی،<sup>۴</sup> مراقبت شایسته<sup>۵</sup> نیز ذکر شده است» (Brayan, 1999: 204). بنابراین می‌توان گفت «مراقبت معقول توجه و اهتمامی است که فرد متعارف در موارد خاص و لازم به عمل می‌آورد».

## ۶. میزان مراقبت معقول

چنانچه «مراقبت معقول» را به‌عنوان تعهد جدید بیمه‌گذار مصرف‌کننده بشناسیم دیگر لازم نیست او یک‌سویه به ارائه حقایق و اوضاع و احوال مهم پردازد و تنها تعهد او به‌کارگیری مراقبت معقول در عدم بیان اظهارات خلاف واقع نزد بیمه‌گر است. بر این اساس باید معتقد بود او «صرفاً متعهد است که به سؤالات پرسیده شده پاسخ دهد و مراقبت معقول به عمل آورد تا پاسخ‌های او از روی درستی، صداقت و کامل بوده باشد. از طرف دیگر اگر وی خودش اطلاعاتی را به بیمه‌گرا ارائه می‌دهد که مورد پرسش وی قرار نگرفته است، این اطلاعات نیز باید با دقت و از روی صداقت باشد» (The Law Commission, 2009: 55).

1. Negligence
2. Due Care
3. Ordinary Care
4. Adequate Care
5. Proper Care

بهتر است بدانیم که پیش از تصویب قانون مذکور مرجع «بازرسی خدمات مالی»<sup>۱</sup> بریتانیا نیز ادعاهای بیمه‌گران درباره عدم افشای بیمه‌گذار در بیمه‌نامه‌های مصرف، در جایی که هیچ سؤالی درباره موضوع از بیمه‌گذار پرسیده نشده بود را رد می‌کردند و نمی‌پذیرفتند (Ibid.: 38). از طرفی «اظهارات خلاف واقعی که به نحو تقلب‌آمیز بیان می‌شود را باید بیانگر فقدان مراقبت معقول محسوب کرد»<sup>۲</sup> این امر مانع از این می‌شود تا یک مصرف‌کننده زیرک بتواند این طور استدلال کند که: «یک مصرف‌کننده معقول نیز پاسخی مشابه پاسخ من خواهد داد!» و بنابراین ادعا کند که با پاسخ تقلب‌آمیز و عمدی اش تعهد به مراقبت معقول را نقض نکرده است. در برخی موارد امکان دارد بیمه‌گذار دانش و آگاهی بیش از حد معمول داشته باشد (Ibid.: 40).

برای استفاده تطبیقی به بند «۱» ماده (۳) قانون بیمه مصرف انگلیس اشاره می‌کنیم. این مقررہ بیان می‌دارد: «اینکه مصرف‌کننده مراقبت معقول را در عدم بیان اظهارات خلاف واقع به‌کار گرفته است یا خیر، باید با در نظر گرفتن همه اوضاع و احوال مربوط بررسی شود». بند «۲» ماده (۳) نمونه‌هایی از «مواردی که لازم است در نظر گرفته شود» را به این شرح بیان می‌کند:

الف) نوع قرارداد بیمه مصرف‌کننده مورد بحث و بازار هدف آن،  
 ب) هرگونه اسناد توضیحی یا تبلیغی تهیه شده یا مجاز دانسته شده به وسیله بیمه‌گر،  
 ج) اینکه سؤالات بیمه‌گر تا چه میزان واضح و خاص باشد،  
 د) در مورد عدم پاسخ به سؤالات بیمه‌گر در ارتباط با تجدید یا تغییر قرارداد بیمه مصرف‌کننده، اینکه بیمه‌گر چگونه به‌طور واضح اهمیت پاسخ به سؤالات (یا نتایج احتمالی عدم پاسخ) را اعلام کرده باشد،  
 ه) اینکه نماینده‌ای از ناحیه مصرف‌کننده عمل می‌کند یا خیر».

بند «الف (۲)» ماده (۳) می‌تواند متضمن سؤال متفاوتی نیز باشد و آن اینکه اگرچه تنظیم‌کننده بیمه‌نامه باید دقت کند تا مسائل مهم را در پرسشنامه مورد سؤال قرار دهد،

1. Financial Ombudsman Service (FOS)

2. Consumer Insurance -Disclosure and Representations- Act 2012, Section 3(5).

آیا برای بیمه‌گذار مصرف‌کننده نیز باید این موضوع واضح باشد که اطلاعات ارائه شده در خصوص ریسک موضوع بیمه اساسی هستند یا خیر. زیرا یکی از انتقادهای همیشه وارد در کامن‌لا این بوده که متقاضی باید همه اطلاعات و حقایق مهم را افشا کند خواه وی مهم بودن آن را تشخیص دهد یا خیر (Cadogan, 1992: 125). ارتباط «نوع قرارداد بیمه مصرف‌کننده» موضوعی است که همچنان در ابهام قرار دارد و پاسخی برای آن ارائه نشده است.

بند «ج» (۲) ماده (۳) به احتمال زیاد در عمل با اثبات ربرعهده بیمه‌گر قرار می‌دهد تا سؤالاتی واضح و بدون رابهام مورد پرسش قرار دهد موضوعی که بیمه‌گران چندان مایل به آن نخواهند بود (Malcolm, 1997: 627). از مدت‌ها پیش پذیرفته شده است که چنانچه بیمه‌گذاری پرسش ابهام‌آمیزی را به نحو معقولی بخواند و به درستی به آن پاسخ دهد، مرتکب اظهار خلاف واقع نشده است اگرچه خوانش متفاوتی از آن می‌تواند به پاسخی متفاوت منجر شود.<sup>۱</sup> بیمه‌گران باید موازنه را با پرسیدن سؤالات زیادی از بین ببرند چرا که کوتاهی بیمه‌گر در پرسیدن سؤالات بیشتر ممکن است این تصور را برای متقاضی ایجاد کند که افشای اطلاعات بیشتری مورد نیاز نیست. براساس این بند سؤالات معین، کلی و باز مانند اینکه «آیا گمان می‌کنید چیز دیگری وجود دارد که قبل از قبول بیمه شما، بیمه‌گر بخواهد آن را بداند؟» بعید است که بتواند چندان مورد استفاده بیمه‌گران قرار گیرد.

بند «د» (۲) ماده (۳) قانون مذکور موضوع سؤالات پاسخ داده نشده را مدنظر قرار می‌دهد. مشخص نیست چرا این قسمت از ماده به جای اینکه تقاضانامه‌های بیمه را مورد توجه و شمول قرار دهد تنها به تجدید یا تغییر قرارداد مصرف اشاره دارد. در کامن‌لا صدور بیمه‌نامه با وجود سؤالات پاسخ داده نشده، اعراض از دانستن اطلاعات بیشتر توسط بیمه‌گران تلقی شده است (Law Reform Commission, 2011: 77). همین قاعده در مورد پاسخ‌های ناقص نیز می‌تواند اعمال شود.

۱. برای نمونه می‌توان به پرونده‌های زیر اشاره کرد که مقرر شد سؤال باید برای «یک فرد عادی با توانایی درک و دانشی معمولی» قابل فهم باشد:

- Condogianis v Guardian Assurance [1921] 2 A.C. 125, 130; Revell v London General Ins Co [1934] 50 Lloyd's Rep 114, 116; Yorke v Yorkshire Ins Co [1918].



براساس این بند پیشنهاد می‌شود بیمه‌گران اطمینان یابند که تمامی پرسش‌نامه‌ها یا تقاضانامه‌های بیمه متضمن یک هشدار مشخص باشد که هر پرسشی باید به طور کامل پاسخ داده شود و اشاره شود که چنانچه توضیحات بیمه‌گذار به فضای بیشتری نیاز داشته باشد باید برگه اضافه درخواست کند. همچنین تقاضانامه باید بیانگر این موضوع باشد که پاسخ ندادن کامل به سؤالات می‌تواند اثر قانونی بر تقاضانامه را ملغی کند.

کمیسیون حقوقی انگلیس بیان می‌دارد اظهارات خلاف واقع در موارد زیر می‌تواند «معقول تلقی شود»:

۱. هرگاه پرسش کلی باشد و مصرف‌کننده معقول این موضوع را که بیمه‌گر اطلاعات معینی را مورد پرسش قرار داده است، متوجه نشود.

۲. بیمه‌گذار دلیل معقولی برای اعتقاد به درستی آنچه گفته است داشته باشد.

۳. بیمه‌گذار معقول، موضوعی را که بیمه‌گردر خصوص آن خواهان دانستن و اطلاعات است را درک نکند.

۴. این مسئله برای بیمه‌گذار معقول باشد که فرض کند کسب اطلاعات شخصی (غیرمرتبط) است.

۵. به‌ویژه اگر بیمه‌گر اعلام کند که اطلاعاتی را از شخص ثالثی کسب خواهد کرد، بیمه‌گذار به طور معقول می‌تواند این طور تصور کند که بیمه‌گر به طور مستقیم اطلاعات را از ثالث کسب خواهد کرد (The Law Commission, 2009: 61).

قرارداد بیمه در بسیاری موارد توسط واسطه‌ها منعقد می‌شود. در کامن‌لا نیز اصیل مسئول اعمال نماینده خود است. بنابراین اظهارات خلاف واقع از روی غفلت، بی‌توجهی از سوی نماینده منتسب به اصیل است. این موضوع در قانون مذکور نیز مورد اشاره قرار گرفته است.<sup>۱</sup> اما گاهی اوقات تعیین اینکه واسطه نماینده چه کسی است دشوار است. این موضوع در گزارش کمیسیون حقوقی نیز آمده است:

«مشکل با واسطه‌ها و انتقال اطلاعات پیش قراردادی موضوعی به نسبت رایج است.

---

1. Consumer Insurance -Disclosure and Representations- Act 2012, Section 12(5).

در ۱۹۰ مورد از بررسی تصمیم‌های ناظرین که مشتمل بر اختلاف در خصوص اطلاعات پیش‌قراردادی است، ۲۵ مورد مربوط به این ادعا بود که واسطه بیمه در جریان درخواست بیمه چگونه عمل کرده یا چه گفته است و این مسئله رو به افزایش است. در بررسی اخیر از ۴۷ تصمیم، ۹ مورد آن مربوط به ادعا در خصوص عمل واسطه‌هاست» (Ibid.: 99). مباحث فوق در حقوق ایران نیز براساس معیارهای «بیمه‌گذار معقول» و «بیمه‌گر محتاط» و قواعد منبعث از آن قابل اعمال و اجرا خواهد بود (خروشی، ۱۳۹۰: ۶۶).

## ۷. معیار مراقبت معقول

هرگاه در بیمه‌های مصرف به جای تعهد به «افشای» حقایق موضوع بیمه، بیمه‌گذار متعهد به «مراقبت معقول» شود، این سؤال مطرح می‌شود که معیار و میزان مراقبت معقول چیست؟ با توجه به ماهیت و به لحاظ غیرعینی بودن بیمه ممکن است به این موضوع توجه کافی نشود (Hasson, 1969: 634).

از مطالعه متون حقوقی و قانون موصوف دو معیار «نوعی» و «شخصی» به دست می‌آید و در اعمال آنها ابتدا باید معیار نوعی به‌کارگرفته شود که یک فرد معقول در معرفی ریسک چگونه عمل می‌کند (Baris, 2014: 21). برای مثال موضوع باید با ارجاع و در نظر گرفتن متقاضی معقول فرضی، مورد بررسی قرار گیرد نه با در نظر گرفتن ویژگی‌های شخصی، سن و قدرت درک مفاد بیمه‌نامه و مانند آن. بند «۳» ماده (۳) قانون مذکور مقرر می‌دارد: «میزان مراقبت لازم، میزان مراقبت مصرف‌کننده معقول است...». اما اگر وضعیت رابطه طرفین به گونه‌ای باشد که بیمه‌گزار ویژگی یا اوضاع و احوال خاص بیمه‌گذار آگاه باشد یا بایستی آگاه باشد، دیگر معیار نوعی اعمال نخواهد شد. بند «۳» پس از اینکه اعلام می‌دارد میزان مراقبت لازم همان میزان مراقبت مصرف‌کننده معقول است در ادامه مقرر می‌دارد: «این موضوع با در نظر گرفتن بندهای «۴ و ۵» خواهد بود». در این باره بند «۴» مقرر می‌دارد: «چنانچه بیمه‌گزار ویژگی خاص یا اوضاع و احوال مصرف‌کننده واقعی باخبر باشد یا باید آگاه باشد، این موارد مورد توجه قرار خواهد گرفت».

بنابراین بیمه‌گر با به‌کارگیری معیار مصرف‌کننده معقول فرضی، در ابتدا اثبات خواهد

کرد که مصرف‌کننده یا مشتری مراقبت معقول را به عمل نیاورده است. بعد از این بار اثبات به مصرف‌کننده منتقل خواهد شد که نشان دهد بیمه‌گر از ویژگی‌های خاص مربوطه یا اوضاع و احوال وی باخبر بوده است یا باید مطلع می‌بود (خروشی، ۱۳۹۰: ۲۰۹ به بعد). از سوی دیگر برخی از اظهارات بیمه‌گذار ممکن است تنها جنبه اظهار عقیده داشته باشد و حاکی از نظری قاطع درباره موضوعی نباشد که بیمه‌گر باید این موارد را در نظر گیرد و در بررسی بین این موارد بایستی قائل به تمایز شد (Bennett, 1998: 886).

## ۸. ضمانت اجراهای پیشنهادی

با توجه به اینکه بیمه‌های مصرف متفاوت از بیمه‌های غیرمصرف است و با در نظر گرفتن ماهیت این بیمه‌ها، هدف آن و اینکه افراد طرف قرارداد بیمه مصرف در مقایسه با افرادی که برای امور تجاری خود اقدام به تهیه پوشش بیمه‌ای می‌کند از دانش پایین‌تری برخوردارند، نیازمند حمایت بیشتری هستند و بنابراین ضمانت اجرایی متفاوت از ضمانت اجرای حاکم بر تعهد به افشا در بیمه‌های غیرمصرف را می‌طلبد.

از بررسی پرونده‌ها و رویه قضایی کشورهای مختلف، آرا و عقاید صاحب‌نظران حوزه حقوق بیمه، بررسی مطالعات مربوط به مراحل قبل از پیشنهاد لوایح اصلاحی به مجالس قانونگذاری که در این نوشتار به قسمتی از آن اشاره شد و در نتیجه اتخاذ ملاک از قوانین تصویب شده و قابلیت تطبیق آن می‌توان به این موضوع دست یافت که تقریباً آنچه در قانون بیمه مصرف‌کننده ۲۰۱۲ انگلیس آمده جمع همه این موارد است و قابلیت آن را دارد که ضمانت اجراهای آن نیز مورد توجه و استفاده قرار گیرد. در ادامه ضمن اشاره به ضمانت اجراهای مقرر در این قانون به موضع قانون فعلی ایران و لایحه بیمه تجاری و بیان نظرهای مطرح درباره آن پرداخته خواهد شد.

مواد (۴ و ۵) و پیوست شماره ۱ قانون بیمه مصرف‌کننده انگلیس مقرر می‌دارد بیمه‌گر به دلیل اظهارات خلاف واقع انجام شده از طرف بیمه‌گذار قبل از انعقاد یا اصلاح قرارداد، تنها در صورتی حق جبران خسارت خواهد داشت که: «۱. اظهارات خلاف واقع صورت گرفته از طرف بیمه‌گذار بر اثر نقض تعهد به مراقبت معقول باشد و ۲. بیمه‌گر ثابت کند که بدون

آن اظهارات خلاف واقع به هیچ وجه حاضر به انعقاد قرارداد یا موافقت با اصلاح قرارداد نمی‌شد، یا اینکه تنها با شرایطی متفاوت انجام می‌شد»<sup>۱</sup>.

قانون مذکور اظهارات خلاف واقع را به دو دسته طبقه‌بندی می‌کند: الف) اظهارات عمدی یا از روی بی‌مبالاتی. ب) اظهارات از روی بی‌دقتی (غیرعمد) که حسب آن با بیمه‌گذار رفتار خواهد شد. در ادامه به انواع و ضمانت اجرای آن پرداخته می‌شود.

### ۱-۸. اظهارات خلاف واقع عمدی و با بی‌مبالاتی

در این قانون برای آن دسته از اظهاراتی که از روی عمد یا با بی‌مبالاتی انجام می‌شود ضمانت اجرای معینی در نظر گرفته شده است. ماده (۵) قانون بیمه مصرف‌کننده مقرر می‌دارد: «اظهارات خلاف واقع در صورتی عمد و یا با بی‌مبالاتی است که مصرف‌کننده؛ ۱. بداند که اظهاراتش نادرست یا گمراه‌کننده است یا اینکه نسبت به نادرست یا گمراه‌کننده بودن آن بی‌توجه باشد و ۲. بداند موضوعی که اظهارات خلاف واقع درباره آن است مربوط به بیمه‌گر است یا نسبت به اینکه مربوط به بیمه‌گر است بی‌توجه باشد».

در تعریف واژه «بی‌مبالاتی»<sup>۲</sup> آمده است «بی‌مبالاتی رفتاری است که به موجب آن فرد نتیجه زیان بار را نمی‌خواهد اما احتمال آن را پیش‌بینی و آگاهانه خطر می‌کند. بی‌مبالاتی مستلزم میزان تقصیری بیش از غفلت اما کمتر از میزان تقصیر در خطاهای عمدی است» (Brayan, 1999: 1277). چنانچه بیمه‌گر اثبات کند که اظهارات خلاف واقع «عمدی یا از روی بی‌مبالاتی» بوده است، می‌تواند قرارداد را باطل دانسته و همه مطالبات و ادعاها را رد کرده و حق بیمه پرداختی را مسترد نکند، مگر تا میزانی که ننگه داشتن و عدم استرداد آن نسبت به بیمه‌گذار غیرمنصفانه باشد.<sup>۳</sup> هرچند اثبات عمد یا بی‌مبالاتی بیمه‌گذار برعهده بیمه‌گر قرار گرفته است تا پس از اثبات آن ضمانت اجرای مقرر را اعمال کند، اما قانونگذار از دشواری این موضوع و همچنین نسبت به آگاهی که هر بیمه‌گذار دارد و یا باید داشته باشد نیز بی‌توجه نبوده و بنابراین موضوع را به

1. Consumer Insurance -Disclosure and Representations- Act 2012, Schedule 1, Section 4(1)(b).

2. Recklessness

3. Consumer Insurance -Disclosure and Representations- Act 2012, Schedule 1, Part 1, Clause 2.

صورت فروض قانونی بیان کرده است. ماده (۵) قانون مذکور بیان می‌دارد: «جز در مواردی که خلاف آن اثبات شود، فرض بر این است که: الف) مصرف‌کننده دانش و اطلاعات یک مصرف‌کننده معقول را داراست و ب) مصرف‌کننده می‌داند آنچه را بیمه‌گر درباره آن سؤالات واضح و مشخصی پرسیده است مربوط به بیمه‌گر است». این فروض به نفع بیمه‌گر مقرر شده است اما برای بیمه‌گذار نیز این فرصت وجود دارد تا خلاف آن فروض را اثبات کند.

قانون بیمه ایران نیز در ماده (۱۲) در خصوص اظهارات خلاف واقع عمدی موضعی مشابه دارد و مقرر می‌دارد نه تنها عقد بیمه باطل خواهد بود بلکه جوهری که بیمه‌گذار پرداخته است قابل استرداد نیست و بیمه‌گر حق دارد اقساط بیمه که تا آن تاریخ عقب افتاده است را نیز از بیمه‌گذار مطالبه کند.

در لایحه بیمه تجاری نیز مفاد ماده (۱۲) قانون بیمه در ماده (۲۲) آن با عباراتی مشابه پیش‌بینی شده است. ماده (۲۲) لایحه بیمه تجاری مقرر می‌دارد: «هرگاه خودداری بیمه‌گذار از اظهار مطالب یا اظهارات خلاف واقع در پرسشنامه بیمه‌گر عمدی باشد حتی اگر تأثیری در وقوع حادثه نداشته باشد، عقد بیمه باطل است. در این صورت بیمه‌گر مستحق حق بیمه‌های پرداخت شده یا معوق به‌عنوان خسارت خواهد بود».

در خصوص «بی‌مبالاتی» که قانونگذار ایرانی از آن در کنار عمد بیمه‌گذار نام نبرده است، می‌توان گفت بی‌مبالاتی با توجه به نحوه ارتکاب این قابلیت را دارد که ملحق به عمد و تقصیر سنگین شود و در حکم عمد به حساب آید و همان آثار را دارا شود (صفایی و رحیمی، ۱۳۸۹: ۱۵۸). قانون انگلیس ضمن اینکه عدم استرداد حق بیمه‌های پرداختی را مقرر داشته است و موضعی مشابه قانون ایران دارد، اما استرداد حق بیمه‌های پرداختی در صورتی که نگه داشتن آن تا حدی «غیرمنصفانه» باشد را نیز پیش‌بینی کرده است. اما قانون ایران نه تنها عدم استرداد آن را مقرر می‌دارد، بلکه وصول «حق بیمه‌های معوقه» را نیز حق بیمه‌گر می‌داند.

## ۲-۸. اظهارات خلاف واقع غیرعمد

بند «۳» ماده (۵) قانون مذکور اظهارات خلاف واقع از روی بی‌دقتی یا غیرعمد را اظهاراتی می‌داند که از روی عمد و یا بی‌مبالاتی نبوده باشد. بنابراین براساس بند «۲» همین ماده

«هرگاه بیمه‌گذار: ۱. نداند که اظهاراتش نادرست یا گمراه‌کننده است یا اینکه نسبت به نادرست یا گمراه‌کننده بودن آن بی‌توجه نبوده باشد و ۲. نداند موضوعی که اظهارات خلاف واقع درباره آن است مربوط به بیمه‌گر است یا نسبت به اینکه مربوط به بیمه‌گر است یا نه بی‌توجه نبوده باشد. در این موارد اظهارات خلاف واقع وی از روی «بی‌دقتی/غیرعمد» شمرده خواهد شد».

اقدام بیمه‌گر و جبران خسارت برای اظهارات خلاف واقع غیرعمد بیمه‌گذار می‌تواند به این موضوع بستگی داشته باشد که اگر چنین اظهار خلاف واقعی نبود بیمه‌گران چه می‌کردند؟ سه فرض قابل تصور است:

«الف) ممکن است اظهارات بیمه‌گذار به نحوی بوده باشد که اگر بیمه‌گر در آن هنگام از وجود این حقایق مطلع بود، هرگز «حاضر به پذیرش ریسک حتی با حق بیمه بالاتری» نمی‌شد».

در این حالت قانون مقرر داشته که چنانچه بیمه‌گر با هیچ‌گونه شرایطی به انعقاد قرارداد اقدام نمی‌کرد، در این حالت می‌تواند قرارداد را باطل دانسته و همه دعاوی را رد کند، اما باید حق بیمه‌ها را مسترد کند.<sup>۱</sup>

در قانون بیمه ایران و لایحه بیمه تجاری این موضوع پیش‌بینی نشده است اما از ماده (۱۳) قانون بیمه و ماده (۲۱) لایحه بیمه تجاری این‌طور برمی‌آید که در این حالت بیمه‌گر در یک مدت ۱۰ روزه حق فسخ خواهد داشت. اما در لایحه بیمه تجاری در صورتی که بیمه‌گر اقدام به فسخ کند درباره وضعیت حق بیمه‌های دریافتی اضافی، برخلاف قانون بیمه تعیین تکلیف نکرده است. البته طبق قواعد عمومی قراردادها باید قائل به استرداد آن بود. همان‌طور که براساس قانون بیمه انگلیس بیمه‌گر باید تمام حق بیمه را مسترد کند که از این حیث به نفع بیمه‌گذار است و با قواعد عمومی قراردادها نیز سازگارتر است.

ب) فرض دوم حالتی است که حقایق اظهار نشده یا مکتوم به نحوی باشد که اگر بیمه‌گر آنها را می‌دانست حاضر به پذیرش ریسک می‌شد، اما آن را «تحت شرایطی»

1. Consumer Insurance -Disclosure and Representations-Act 2012, Schedule 1, Part 1, Clause 5.

می پذیرفت و این شرایط نیز مربوط به «شرایطی غیر از میزان حق بیمه» است. در این صورت می توان این گونه در نظر گرفت که قرارداد با شرایط مورد نظر بیمه گر منعقد شده است. قانون مقرر می دارد: «چنانچه بیمه گر اقدام به انعقاد قرارداد می کرد اما با شرایط متفاوت (به جز شرایط مربوط به حق بیمه)، باید چنین تلقی شود که قرارداد با آن شرایط منعقد شده است اگر بیمه گر چنین لازم بداند»<sup>۱</sup>. اما باید گفت اعمال این مقرر در مورد شروطی امکان پذیر است که امکان اجرای قرارداد مطابق آن شروط باشد. به عنوان مثال اگر بیمه گر ریسک را تنها در صورتی می پذیرفت که بیمه گذار یک سری اقدامات ایمنی و حفاظتی دیگر نیز به عمل آورد، روشن است که بعد از وقوع خسارت با فرض قبول چنین شروطی امکان در نظر گرفتن آنها در قرارداد فراهم نیست. اما شروطی مانند اینکه بیمه گر تنها تا سقف معینی خسارت را پوشش خواهد داد، از جمله شروطی است که می توان آن را در نظر گرفت و اعمال کرد (خروشی، ۱۳۹۰: ۲۲۹-۲۲۸).

لازم است بیمه گر براساس اصل احتمالات در دادگاه شروط تحمیل شده را ثابت کند و به طور ضمنی باید دادگاه فرض کند که بیمه گذار این شروط را پذیرفته است (Adrin, 2012: 80). این امکان نیز وجود دارد که بیمه گر بتواند ثابت کند در صورت بروز شرایطی مسئولیت خود را مستثنا کرده است. در این صورت نتیجه این خواهد بود که بیمه گر نه مسئول دعاوی بیمه گذار خواهد بود و نه لازم خواهد بود که حق بیمه ها را مسترد کند. در لایحه بیمه تجاری و قانون بیمه ایران چنین فرض و ضمانت اجرایی پیش بینی نشده است.

ج) فرض سوم حالتی است که بیمه گر بتواند ثابت کند که با «حق بیمه بالاتری» حاضر به انعقاد قرارداد بوده است. در این صورت بیمه گر می تواند به نسبت از مبلغی که باید بابت جبران خسارت بپردازد، بکاهد.<sup>۲</sup>

در این قانون پیش بینی شده که چنانچه بیمه گر با حق بیمه بالاتری حاضر به پذیرش ریسک می شد، می تواند به نسبت از خسارت پرداختی به بیمه گذار بکاهد. اما از این

1. See Section 5(4) and Schedule 1, Part 1, Clause 6.

2. Consumer Insurance -Disclosure and Representations- Act 2012, Schedule 1, Part 1, Clause 8.

موضوع که به جای اینکه به نسبت حق بیمه از خسارت بکاهد و حق بیمه مورد نظر را از بیمه‌گذار دریافت کند سخنی به میان نیامده است. عمل به چنین موضوعی در صورت توافق با اشکال قانونی مواجه نخواهد بود.

در لایحه بیمه تجاری طی ماده (۲۱) همان موضع فعلی قانون بیمه که در ماده (۱۳) آمده اتخاذ شده است و مطلب فوق یعنی فرض سوم به‌عنوان یک فرض مسقل مورد پیش‌بینی قرار نگرفته است. این متون قانونی (مواد (۲۱) لایحه و (۱۳) قانون بیمه) مقرر می‌دارند اگر موضوع قبل از وقوع حادثه معلوم شود بیمه‌گر حق دارد یا اضافه حق بیمه را دریافت کند یا قرارداد را فسخ کند در صورتی که موضوع بعد از وقوع حادثه معلوم شود خسارت براساس نسبت حق بیمه تعیین شده به حق بیمه‌ای که در صورت اظهار کامل و واقعی باید پرداخت می‌شد، تقلیل خواهد یافت.

در فرض کنونی که تنها عامل موثر در تصمیم‌گیری میزان حق بیمه است به نظر می‌رسد شیوه اتخاذی توسط قانون بیمه مصرف انگلیس که به بیمه‌گر حق فسخ نمی‌دهد ضمانت اجرای مناسب‌تری است. زیرا در این فرض اگر بیمه‌گر موضوع را در هنگام انعقاد قرارداد بیمه می‌دانست فقط حق بیمه بیشتری تعیین می‌کرد و تأثیری دیگری بر تصمیم او نداشت. حال اگر بعد برای بیمه‌گر حق فسخ نیز قائل شویم نه تنها امتیاز اضافی است که هیچ مبنا و توجیه عقلانی و حقوقی ندارد بلکه حق فسخ بیمه‌گر تنها در فرض اول (بند الف) می‌تواند دارای توجیه باشد.

## ۹. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

قرارداد بیمه قراردادی مبتنی بر حسن نیت است که بیمه‌گذار بایستی با صداقت و درستی، اطلاعات و حقایق بیمه‌ای مربوط به ریسک را برای بیمه‌گذار افشا کند. عدم ایفای صحیح این تعهد ضمانت اجرایی سنگینی دربردارد که در قانون بیمه ایران طی مواد (۱۲ و ۱۳) پیش‌بینی شده و مجدداً همین ضمانت اجراها در لایحه بیمه تجاری تکرار شده است. همچنین در قانون بیمه و لایحه بیمه تجاری که به منظور اصلاح قانون بیمه تقدیم مجلس شورای اسلامی شده است تفکیکی بین «بیمه‌های مصرف» و «بیمه‌های غیرمصرف» و



به تبع تفاوتی در نوع «تعهد به افشا» و «ضمانت اجراهای» آن مشاهده نمی‌شود. اما با توجه به ویژگی‌ها و اوصافی که عقد بیمه از آن برخوردار است و این خصایص و ویژگی‌ها در بیمه‌های مصرف‌های اهمیت و ظهور بیشتری دارد. ضروری است در گام اول بیمه‌های مصرف از بیمه‌های غیرمصرف تفکیک شود و در گام بعدی نوع تعهد به افشا در بیمه‌های مصرف متفاوت از بیمه‌های غیرمصرف قرار گیرد و در همین راستا نیز ضمانت اجرای نقض تعهد متناسب با نوع تعهد تعیین شود. آنچه که تفکیک بین بیمه‌های مصرف و بیمه‌های غیرمصرف را توجیه کرده و آن را ضروری می‌کند؛ حرفه‌ای بودن بیمه‌گر در مقابل بیمه‌گذار مصرف‌کننده، سنگینی بار تعهد به افشا برای بیمه‌گذار مصرف‌کننده و ضمانت اجرای سخت نقض این تعهد، حمایتی بودن، الحاقی بودن و تخصصی بودن بیمه است. چنان‌که همین ملاحظات موجب تحول اساسی در حقوق بیمه انگلیس نیز شده است و دیگر کشورهای اروپایی و غیراروپایی نیز تحولات اخیر حقوق بیمه انگلیس را به‌عنوان قوی‌ترین نظام حقوقی بیمه در دنیا دنبال کرده‌اند و اصلاحات قوانین داخلی خود را مورد توجه قرار داده‌اند. در این مقاله لزوم «تفکیک بیمه‌های مصرف از بیمه‌های غیرمصرف»، «نسخ تعهد به افشا» در بیمه‌های مصرف و ارائه تعهد به «مراقبت معقول در عدم اظهار خلاف واقع» به جای تعهد به افشا همراه به ارائه پیشنهادهاتی برای اصلاح قانون بیمه مصوب ۱۳۱۶ از طریق «لایحه بیمه تجاری» پرداخته شده است.

از این رو موارد زیر جهت توجه به آن در لایحه بیمه تجاری پیشنهاد می‌شود.

#### ۱. تفکیک بیمه‌های مصرف از بیمه‌های غیرمصرف:

ماده قانونی پیشنهادی: «قرارداد بیمه مصرف قراردادی است که شخص حقیقی تماماً یا عمدتاً برای اهدافی غیر از تجارت، کسب یا حرفه خود قرارداد بیمه منعقد می‌کند».

#### ۲. قرار گرفتن مراقبت معقول به جای تعهد به افشا:

ماده پیشنهادی: «بیمه‌گذار مصرف‌کننده متعهد است در هنگام معرفی ریسک و انعقاد قرارداد، مراقبت معقول مبنی بر عدم اظهار خلاف واقع در خصوص ریسک به عمل آورد».

### ۳. ضمانت اجرای نقض تعهد:

ماده پیشنهادی:

الف) نقض عمدی تعهد: «هرگاه بیمه‌گذار عمداً از اظهار مطالبی خودداری کند یا عمداً اظهار کاذبه کند یا اظهارات کاذبه موضوع خطر را تغییر داده یا از اهمیت آن در نظر بیمه‌گر بکاهد عقد بیمه باطل خواهد بود. در این صورت حق بیمه‌های پرداختی قابل استرداد نخواهد بود مگر تا میزانی که عدم استرداد آن غیرمنصفانه باشد».

ب) نقض غیرعمدی تعهد: «اگر خودداری از اظهار مطالبی یا اظهارات خلاف واقع از روی عمد نباشد عقد بیمه باطل نمی‌شود در این صورت اگر اظهارات بیمه‌گذار به نحوی باشد که چنانچه بیمه‌گر در هنگام انعقاد آن حقایق آگاه می‌شد، حتی با حق بیمه بالاتری حاضر به پذیرش ریسک نمی‌شد، در این صورت بیمه‌گر می‌تواند قرارداد بیمه را فسخ کند اما باید حق بیمه‌های دریافتی را مسترد کند».

«هرگاه بیمه‌گر ثابت کند که اگر در هنگام انعقاد قرارداد از آن حقایق آگاه می‌شد حق بیمه بیشتری تعیین می‌کرد، اگر موضوع قبل از وقوع حادثه معلوم شود بیمه‌گر می‌تواند حق بیمه اضافی را دریافت کند و چنانچه موضوع بعد از وقوع حادثه معلوم شود بیمه‌گر می‌تواند به نسبت از مبلغی که باید بابت جبران خسارت بپردازد، بکاهد».

«چنانچه بیمه‌گر ثابت کند که اگر در هنگام انعقاد قرارداد از آن حقایق آگاه می‌شد با شرایطی متفاوت (به جز شرایط مربوط به حق بیمه) اقدام به انعقاد قرارداد می‌کرد، اگر بیمه‌گر بخواهد باید چنین تلقی شود که قرارداد با آن شرایط منعقد شده است».

## منابع و مآخذ

۱. اسکینی، ربیعا (۱۳۸۰). حقوق تجارت؛ کلیات، معاملات تجاری، تجار و سازماندهی فعالیت تجاری، چاپ دوم، تهران، انتشارات سمت.
۲. امینی، منصور (۱۳۸۴). «لایحه بیمه تجاری تلاش برای رفع ابهامات موجود در قانون بیمه»، مجله پژوهش‌های حقوقی، ش ۸.
۳. خروشی، عبدالعظیم (۱۳۹۰). حقوق بیمه؛ تعهدات در بیمه‌های غرامت، چاپ اول، تهران، انتشارات مجد.
۴. خروشی، عبدالعظیم و همکاران (۱۳۹۸). «معرفی منصفانه جایگزین تعهد به افشا در بیمه‌های تجاری»، پژوهش‌نامه بیمه، ش ۲.
۵. صفایی، حسین و حبیب‌الله رحیمی (۱۳۸۹). مسئولیت مدنی، الزامات خارج از قرارداد، چاپ اول، تهران، انتشارات سمت.
۶. طالب‌احمدی، حبیب (۱۳۸۸). «تقصیر در گفتگوهای مقدماتی»، مجله مطالعات حقوقی دانشگاه شیراز، دوره اول، ش ۳.
۷. عابدیان، میرحسین و عبدالعظیم خروشی (۱۳۸۸). «تعهدات پیش‌قراردادی بیمه‌گرو جای خالی آن در لایحه بیمه تجاری»، مجله تحقیقات حقوقی دانشگاه شهید بهشتی، ش ۵۰.
۸. کله‌آلوا، زان (۱۳۷۷). «معرفی حقوق مصرف با مقدمه‌ای از مترجم»، ترجمه دکتر عباس قاسمی حامد، مجله حقوقی بین‌المللی، ش ۲۳.
۹. کوتس، هاین (۱۳۸۵). حقوق قراردادها در اروپا، مترجمان ولی‌الله احمدوند و دیگران، چاپ اول، تهران، انتشارات جهان جام‌جم.
۱۰. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۸۵). گزارش «اظهارنظر کارشناسی درباره لایحه بیمه تجاری»، شماره مسلسل ۷۸۷۱.

11. Adrian Keane and Paul McKeown (2012). *The Modern Law of Evidence*, Ninth Edition, Oxford University Press.

12. Baris, Soyer (2014). *Marine Insurance Fraud*, First Edition, Oxon, Informa Law From Routledge.

13. Bennett, Howard (1998). "Statements of Fact and Statements of Belief in Insurance

- Contract Law and General Contract Law", *The Modern Law Review*, Vol. 61.
14. ——— (2006). *Law of Marine Insurance*, Second Edition, Oxford University Press.
15. Bryan, A. Garner (1999). *Black's Law Dictionary*, Seventh Edition, Eagan, Minnesota, West Publishing Co.
16. Cadogan, Ian and Lewis Richard (1992). "Do Insurers Know Best - An Empirical Examination of the Extent that Insurers Comply with Their Statements of Practice and Whether They Are a Satisfactory Substitute for Reform of the Law", *Anglo-American Law Review*, Vol. 21.
17. Chen, Christopher (2013). "Following English Footsteps? An Empirical Study of Singapore's Reported Insurance Judgments and Disputes between 1965 and 2012", (Research Paper 19/2013). 1-27, Research Collection School of Law.
18. D'Agostino, Elena (2015). *Contracts of Adhesion Between Law and Economics*, Rethinking the Unconscionability Doctrine, University of Messina.
19. Ewing, Fergus MSP, Minister for Community (2016). "Letter to The Hon Lord Drummond Chairman Scottish Law Commission", 21 March 2010, Available at: [www.scotlawcom.gov.uk/index.php/download\\_file/view/200/107/](http://www.scotlawcom.gov.uk/index.php/download_file/view/200/107/).
20. Giliker, Paula (2003). "A Role for Tort in Pre-contractual Negotiations? An Examination of English, French and Canadian Law", *International and Comparative Law Quarterly*, Vol. 52.
21. Hasson, R. A. (1969). "The Doctrine of Uberrima Fides in Insurance Law-A Critical Evaluation", *The Modern Law Review*, Vol. 32, Issue 6.
22. *HIH Casualty and General Insurance v Chase Manhattan Bank* (2001). 2 Lloyd's Rep 483 at 494, available at: Also Available at: <http://www.publications.parliament.uk/pa/ld200203/ldjudgmt/jd030220/hih-2.htm> (Last Visited on 31/03/2016).

23. Hodges, Susan (1996). *Law of Marine Insurance*, First Edition, London, Cavendish Publishing Limited.
24. Hwee Ying, Yeo (2014). "Call for Consumer Reform of Insurance Law in Singapore", *Singapore Academy of Law Journal*, Vol. 26, No. 1.
25. Insurance Ombudsman Bureau (1989). "Annual Report, 1989", *Insurance Ombudsman Bureau, Annual Report, 1999-2000*, available at: <http://www.financial-ombudsman.org.uk/publications/annual-reviews.htm>.
26. Judith, Tillson (2011). *Consumer and Commercial Law*, First Edition, Dorset, Pearson Education Limited.
27. Law Reform Commission (2011). *Insurance Contracts*, Consultation Paper, First Published.
28. ——— (2015). *Report Consumer Insurance Contract*, Dublin, Law Reform Commission, First Published.
29. Lewis, Richard (1985). "Insurer's Agreement not to Enforce Strict Legal Rights: Bargaining with Government and in the Shadow of the Law", *The Modern Law Review*, Vol. 48.
30. Lowry, John and etal. (2011). *Insurance Law: Doctrines and Principles*, 3<sup>th</sup> Edition, Oxford, Hart Publishing.
31. Malcolm, Clarke (1997). *The Law of Insurance contracts*, 3<sup>th</sup> ed, London, L.L.P.
32. Peter, Cartwright (2004). *Consumer Protection and the Criminal Law: Law, Theory, and Policy in the UK*, Cambridge, Cambridge University Press.
- 33 Smith, J.C. and J.A. Thomas (1992). *Smith and Thomas: A Casebook on Contract*, London, Sweet and Maxwell.
34. The Law Commission and the Scottish Law Commission (2009). (Law Com No 319), (Scot Law Com No 219), *Consumer Insurance Law: Pre-contract Disclosure and*

*Misrepresentation*, London, UK Government Publication.

35. The Law Commission and the Scottish Law Commission (2009). (LAWCOM No 319), (Scot Law Com No 219), *Consumer Insurance Law: Pre-contract Disclosure and Misrepresentation*, London, UK Government Publication.
36. Tyldesley, Peter J. (2011). "Consumer Insurance and the Duty of Disclosure", *Journal of the British Insurance Lawyers Association*, No. 123.
37. Vaughan Emmett J. and Therese M. Vaughan (1999). *Fundamental of Risk and Insurance*, 8<sup>th</sup> ed, John Wiley and Son's Inc.

# طراحی مدل جبران خدمت کارکنان در بخش دولتی ایران

محمدرضا مالکی\*، ابوالحسن فقیهی\*\* و ناصر میرسپاسی\*\*\*

نوع مقاله: پژوهشی	تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۱/۵	تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۳/۱۰	شماره صفحه: ۲۴۷-۲۸۳
-------------------	-------------------------	------------------------	---------------------

این تحقیق در چارچوب پژوهشی تحلیلی - اکتشافی و با بهره‌گیری از رهیافت نهادی، مدلی را برای بهبود نظام جبران خدمت در بخش دولتی ایران ارائه می‌کند. برای این منظور نقطه عزیمت خود را مطالعات اکتشافی از طریق تحلیل داده‌های آرشویی قرار داده، سپس با بهره‌گیری از مدل تحلیل مقایسه‌ای اصول عام جبران خدمت را از طریق مطالعه تطبیقی هشت کشور استخراج می‌کند و در گام سوم، اهم نارسایی‌های جبران خدمت در بخش دولتی ایران را با بهره‌گیری از روش تحلیل مضمون مورد تبیین قرار می‌دهد. این تحقیق مقطعی و در حیطه پارادایم تفسیرگرایی تعریف می‌شود. منابع داده‌ها عبارت از مصاحبه، اسناد، منابع تاریخی، روزنامه‌ها و سایر رسانه‌هاست. مصاحبه‌ها به صورت نیمه ساختاریافته و از مطالعه اسناد مکتوب برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق نهادهای رسمی و قوانین و مقررات حاکم بر نظام جبران خدمت کارکنان و قلمروی تحقیق دستگاه‌های اجرایی حاکم بر بخش دولتی ایران است.

در این مدل که ترکیبی از روش رتبه‌بندی و طبقه‌بندی مشاغل است، اقتضانات دستگاه‌های اجرایی کشور مورد توجه قرار گرفته است. تعیین حداقل معیشت برای همه کارکنان، تعیین حقوق شغل در سه سطح کارکنان، مدیران ارشد اجرایی و مقامات کشور، تعیین سقف حقوق و مزایا، و وضع قواعد کنترل‌کننده؛ از جمله ویژگی‌های درونی مدل پیشنهادی است. ارائه کاربست‌های سیاستی برای تقویت و کنترل عوامل زمینه‌ای نظیر اصلاح و تقویت سازوکارهای ایجاد شفافیت، کنترل و نظارت بر اعتبارات و پرداخت‌های بخش عمومی، اصلاح ساختارهای مدیریتی، حقوقی و قانونی مؤثر بر این حوزه، از دیگر ویژگی‌های مدل پیشنهادی است.

**کلیدواژه‌ها:** نظام‌های جبران خدمت؛ مدل جبران خدمت؛ عوامل زمینه‌ای؛ نارسایی‌های جبران خدمت؛ قانون

مدیریت خدمات کشوری

---

\* دانش‌آموخته دکتری مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، دانشکده مدیریت و اقتصاد، تهران، تهران؛  
Email: mmaleki@mrc.ir

\*\* استاد مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، دانشکده مدیریت و اقتصاد، ایران، تهران (نویسنده مسئول)؛  
Email: a.faghihi@srbiau.ac.ir

\*\*\* استاد مدیریت دولتی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، دانشکده مدیریت و اقتصاد، ایران، تهران؛  
Email: n.mirsepasi@srbiau.ac.ir

## مقدمه

توسعه سیاست حقوق و دستمزد یکی از اجزای لاینفک مدیریت راهبردی منابع انسانی در بخش دولتی است و حوزه استراتژیک و کلیدی سازمان‌ها به‌شمار می‌رود که زمینه لازم را برای جذب متقاضیان کار، نگهداری کارکنان و همچنین نیل به اهداف استراتژیک سازمان فراهم می‌کند (عباس‌پور، ۱۳۹۷). این نظام باید براساس مؤلفه‌هایی همچون عدالت و انعطاف‌پذیری در پرداخت، شرایط محیط کار، ویژگی‌های شغل، توان مالی سازمان، تأمین حداقل معیشت و رضایت‌مندی و ایجاد انگیزه در کارکنان بنا شده باشد. نظام غیرعادلانه و ناصحیح ممکن است باعث شود کارکنان تلاش خود را کاهش داده و به‌دنبال کار دیگری باشند و یا به عضویت سازمان دیگری درآیند (سیدجوادی‌ن، ۱۳۷۸). نظام جبران خدمتی که به‌دقت طراحی شده و مبتنی بر سیاست‌ها و خط‌مشی‌های صحیح باشد، در سلامت اقتصادی سازمان و همچنین به‌کارگیری درست و مؤثر نیروهای موجود نقش مهمی خواهد داشت (سعادت، ۱۳۹۱). بررسی عملکرد نهادهای رسمی و قوانین و مقررات حاکم بر کشور حاکی از آن است که نظام پرداخت در بخش دولتی ایران عمدتاً ویژگی‌ها و الزامات فوق را ندارد (مالکی، ناظمی و زمانی، ۱۳۹۵). بخش عمومی به جهت حجم وظایف و فعالیت‌های دولت، گستره وسیعی از اقتصاد ایران را به‌خود اختصاص داده است و این امر باعث شده بخش چشمگیری از نیروی کار کشور در بخش عمومی شاغل شوند. در همین حال سهم زیادی از اعتبارات عمومی کشور (معادل دویست هزار و هفتصد میلیارد تومان - حدود ۵۴/۷ درصد اعتبارات هزینه‌ای - در سال ۱۳۹۹) برای پرداخت حقوق کارکنان دولت صرف می‌شود (مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۳۹۸). با وجود این موضوع باز هم دولت نتوانسته معیشت کارکنان خود را در بسیاری از موارد تأمین کند. قانون مدیریت خدمات کشوری به‌عنوان قانون مادر در زمینه جبران خدمت کارکنان از ضعف‌های ساختاری رنج می‌برد. این امر در کنار ضعف در سایر نظام‌های پیرامونی سبب شده است که پس از گذشت بیش از ۱۲ سال از اجرای این قانون بسیاری از دستگاه‌های اجرایی کشور از دامنه شمول این قانون خارج شوند. نتیجه آنکه این قانون به سندی ناکارآمد در حوزه جبران خدمت کارکنان در بخش دولتی تبدیل شده است (مالکی، ناظمی و زمانی، ۱۳۹۵). چنین وضعیتی در کنار ضعف در سازوکارهای شفافیت و نظارت در کشور امکان پرداخت‌های بلاوجه در بخش عمومی کشور را فراهم کرده است.



این پژوهش از طریق شناخت نظری، بهره‌گیری از تجارب بین‌المللی، بررسی نهادهای رسمی و قوانین و مقررات حاکم بر جبران خدمت، تبیین نارسایی‌های جبران خدمت در دو سطح عوامل درون‌زا و زمینه‌ای به ارائه مدلی برای جبران خدمت کارکنان در بخش دولتی ایران می‌پردازد؛ با این هدف که بتواند سهمی در ارائه راهکارهای کاهش عوامل مخرب زمینه‌ای و محیطی و الزامات و بسترهای لازم برای استقرار نظام پرداخت عادلانه و متناسب با ساختار و روابط رسمی و غیررسمی، هنجارها و ارزش‌های سازمانی و اجتماعی در ایران داشته باشد.

به این منظور و با توجه به هدف پژوهش، پرسش محوری پژوهش این است که «چه مدلی برای جبران خدمت کارکنان در بخش دولتی ایران مناسب است؟». یافتن پاسخ مناسب برای این سؤال، نیازمند طرح پرسش‌های فرعی و پاسخگویی به آنهاست که بر این اساس، پرسش‌های فرعی ذیل طراحی شده‌اند: الف) اصول عام جبران خدمت در بخش دولتی براساس تجارب بین‌المللی کدامند؟ ب) نهادهای رسمی و قوانین و مقررات حاکم بر نظام جبران خدمت کارکنان در ایران کدامند و با چه مشکلاتی مواجه‌اند؟ ج) عوامل زمینه‌ای تأثیرگذار بر جبران خدمت کارکنان کدامند؟ د) مؤلفه‌های عدالت در طراحی مدل جبران خدمت کدامند؟. این پژوهش بر آن است که از طریق پاسخ به این پرسش‌ها، مدل جبران خدمت در بخش دولتی ایران را طراحی کند.

### ۱. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

ادبیات جبران خدمت<sup>۱</sup> بیش از هرچیز با قرائت‌های متنوع از مفاهیم پایه مواجه است. این امر در درک چیستی جبران خدمت مشاهده می‌شود که موجب شده مفاهیم متعددی از قبیل حقوق، پاداش، دستمزد، پرداخت، مزد، اجرت، پرداخت اضافی، حق الزحمه و ... نوعی جبران خدمت تلقی شوند. درعین حال آنچه در این تحقیق مورد نظر است و محور مبانی نظری قرار گرفته پرداخت‌های نقدی و غیرنقدی (دارای ماهیت مالی) به کارکنان در ازای خدمات آنان است. معمولاً کارکنان سازمان‌ها جبران خدمت را نتیجه تلاش‌ها

یا پاداش کار خود می‌دانند. اغلب افراد جبران خدمت را به حقوقی که بابت کار پرداخت می‌شود تعبیر می‌کنند. جبران خدمت عاملی مهم و تعیین‌کننده در رفتار اقتصادی و اجتماعی محسوب می‌شود (سیدجوادی، ۱۳۷۸).

بررسی ادبیات این حوزه نشان از دو نوع مدل جبران خدمت مشتمل بر مدل‌های اقتصادی - مالی و مدل‌های اقتصادی - انسانی دارد. مدل‌های اقتصادی - مالی رابطه بین کار و پاداش را مبنای قرار داده و روی پرداخت‌های مالی متمرکز می‌شوند و مدل‌های اقتصادی - انسانی علاوه بر پاداش‌های بیرونی و مالی که کانون توجه مدل‌های اقتصادی - مالی است، به بحث انگیزش و پاداش‌های درونی و غیرمالی نیز پرداخته‌اند (Hellriegel and et al., 2012). در همین حال برای ارزشیابی شغل، معمولاً از چهار روش و در قالب دو گروه کیفی و کمی استفاده می‌شود. به روش‌های کیفی<sup>۱</sup> اصطلاحاً روش‌ها یا طرح‌های غیرتحلیلی ارزشیابی نیز اطلاق می‌شود که با دو روش رتبه‌بندی<sup>۲</sup> و طبقه‌بندی مشاغل است. براساس روش‌های کیفی مشاغل مختلف در یک سازمان ارزش نسبی‌شان طبقه‌بندی می‌شوند (Armstrong and et al., 2003). روش‌های کمی<sup>۳</sup> ارزشیابی مشاغل شامل دو روش امتیازی<sup>۴</sup> و مقایسه عوامل<sup>۵</sup> است که اصطلاحاً طرح‌های تحلیلی ارزشیابی مشاغل نیز گفته می‌شود.

بررسی پیشینه پژوهش‌های انجام شده در این حوزه نشان می‌دهد که بخش گسترده‌ای از مطالعات انجام شده درخصوص جبران خدمت کارکنان در بخش عمومی را نهادهایی همچون بانک جهانی،<sup>۶</sup> صندوق بین‌المللی پول<sup>۷</sup> و سازمان همکاری و توسعه اقتصادی<sup>۸</sup> انجام داده‌اند که بیشتر به تحلیل‌های مقایسه‌ای از وضعیت نظام جبران خدمت در کشورهای مختلف پرداخته‌اند. این مطالعات عمدتاً حول چهار محور صورت پذیرفته است.

- 
1. Qualified Methods
  2. Rating Method
  3. Quantified Methods
  4. Scoring Method
  5. Comparison of Factors Method
  6. World Bank
  7. International Monetary Fund (IMF)
  8. Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD)

**محور اول - مقایسه پرداخت‌های بخش خصوصی و دولتی:** مروری بر ادبیات موجود نشان از گستردگی بسیار زیاد پژوهش‌ها در این باره دارد و جمع‌بندی مطالعات انجام شده نشان می‌دهد تفاوت در پرداخت‌های بخش عمومی - خصوصی نتایج جهان‌شمولی ندارد. این تفاوت‌ها بنا به سطح مشاغل بخش عمومی می‌تواند به عوامل متعددی از جمله روش‌های متنوع تنظیم سیاست‌های حقوق در بخش‌های مختلف مرتبط باشد (Adamchik and Bedi, 2000; Heitmueller, 2006; Mahuteau, 2017).

**محور دوم - پرداخت‌های مبتنی بر عملکرد:** بررسی سابقه موضوع نشان می‌دهد تلاش برای معرفی پرداخت مبتنی بر عملکرد در بخش عمومی به دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ و به برخی از کشورهای سازمان همکاری و توسعه اقتصادی برمی‌گردد (OECD, 2005; Cardona, 2007; Bruijn, 2007). یافته‌های حاصل از مطالعات انجام شده نشان می‌دهد در کشورهای مختلف اجرای نظام پرداخت مبتنی بر عملکرد تفاوت‌هایی وجود دارد. همچنین یافته‌ها حکایت از این دارند که انگیزه استفاده از نظام پرداخت مبتنی بر عملکرد در کشورهای مختلف متفاوت است. بانک جهانی (۲۰۱۴) در گزارش «انعطاف‌پذیری پرداخت و عملکرد دولت» در کشورهای در حال گذار، این‌گونه نتیجه‌گیری می‌کند که ارائه مشوق‌های مالی از طریق انعطاف‌پذیری پرداخت می‌تواند عملکرد کارکنان را در بوروکراسی‌های دولتی بهبود دهد. سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (۲۰۰۵) در گزارشی تحت عنوان «خط‌مشی‌های پرداخت مبتنی بر عملکرد برای مستخدمین دولتی» نشان می‌دهد دوسوم کشورهای عضو این سازمان پیوندهایی را میان ارزیابی عملکرد و پرداخت در خدمات کشوری برقرار کرده‌اند.

**محور سوم - چالش‌های نظام‌های جبران خدمت در بخش عمومی:** این پژوهش‌ها که بسیار نیز است عمدتاً نهادهای بین‌المللی و از طریق تحلیل مقایسه‌ای انجام شده‌اند. عمده‌ترین چالش‌های استخراج شده در این حوزه درباره زمینه‌ای مؤثر در نظام جبران خدمت (عوامل تنظیمی و مقرراتی، نهادی، بازار و عوامل درون سازمانی مانند خصوصیات سازمان و کارکنان)، چالش‌های مربوط به عادلانه بودن نظام‌های پرداخت و بر اصلاحات نهادی و ساختاری متمرکز بوده است (IMF, 2016).

محور چهارم - پرداخت به مدیران ارشد و مقامات سیاسی و سازوکارهای کنترلی آن: این موضوع با مباحث مربوط به حوزه نظارت و شفافیت گره خورده است. پژوهش‌های این حوزه نشان می‌دهد در بیشتر کشورها سازوکارهای کنترلی برای حقوق مدیران ارشد اجرایی و مقامات ارشد به طرق مختلف و بنا به دلایل مختلف مورد تأکید و توجه بوده است. مهم‌ترین پژوهشی که در این زمینه ارائه شده است تحت عنوان «تنظیم‌گری پرداخت‌های مدیران ارشد در بخش دولتی و نیمه‌دولتی در اتحادیه اروپا» بوده که برونی<sup>۱</sup> انجام داده است. در این تحقیق همه مفاهیم سیاسی، مدیریتی، قانونی و اجتماعی سیاست‌های تنظیمی در هشت کشور مورد ملاحظه قرار گرفته و از این ارزیابی میزان تغییرات بین‌کشوری برحسب میزان پاداش‌ها، ساختار حقوق‌ها، موضوعات و ملاحظات درخصوص میزان پرداخت، مقررات میزان حقوق و تعیین حدود گروه‌هایی از مقامات که در معرض تنظیمات هستند در هشت کشور منتخب اتحادیه اروپا<sup>۲</sup> نشان داده شده است.

در ایران آنچه از بررسی پیشینه تحقیق با مراجعه به مرکز اسناد و مدارک ایران<sup>۳</sup>، کتابخانه دانشگاه‌ها، مؤسسه‌ها و مراکز آموزشی و پژوهشی کشور به دست آمده، نشان می‌دهد پژوهشی که معطوف به نارسایی‌های جبران خدمت کارکنان در بخش دولتی ایران باشد، انجام نشده است. مطالعاتی که تحت عنوان طراحی مدل، الگو و آسیب‌شناسی در این حوزه انجام شده فاقد نگاهی کلان به بخش عمومی بوده و صرفاً یک یا چند مورد از سازمان‌های دولتی یا انواعی از سازمان‌های دولتی را به عنوان بخش عمومی مبنای کار قرار داده‌اند<sup>۴</sup> یا خروجی مطالعه صرفاً معطوف به ویژگی‌های درونی نظام جبران خدمت است و عوامل زمینه‌ای مؤثر بر نظام‌ها کمتر مورد توجه قرار گرفته است (اعرابی، ۱۳۸۰). مطالعات اندکی صرفاً بخشی از نظام جبران خدمت کل کارکنان مثلاً پرداخت‌های تشویقی یا پرداخت مبتنی بر عملکرد را در بخش دولتی مدنظر داشته‌اند (ابدالی، ۱۳۹۶؛ سیدجوادی و همکاران، ۱۳۹۰).

1. Bruni

۲. هلند، بلژیک، فرانسه، آلمان، ایتالیا، لهستان، سوئد و بریتانیای کبیر

3. www.irandoc.ac.ir

۴. نوری و بختیاری (۱۳۹۰)، قائمی (۱۳۹۳)، عظمی (۱۳۹۵)، خانه‌زایی (۱۳۹۲)، حیدری و همکاران (۱۳۹۶)، تیموری و همکاران (۱۳۹۷)

تعدادی از مطالعات انجام شده نیز به بررسی نظام‌های جبران خدمت در بخش خصوصی پرداخته‌اند (ظفری، ۱۳۹۶؛ قانع، ۱۳۹۶؛ صائبی، ۱۳۹۵).

درمجموع بررسی پیشینه موضوع در داخل و خارج از کشور حکایت از این دارد که نظام جبران خدمت در بخش عمومی حوزه‌ای است که با خلأها و کاستی‌های مطالعاتی فراوانی روبه‌رو است. از آنجاکه در پژوهش‌های خارجی و داخلی، وضعیت جبران خدمت در ایران و چگونگی بهبود آن مغفول مانده این پژوهش با رویکردی اکتشافی و در قالب رهیافت نهادی بدان پرداخته است. مقاله حاضر جزء اولین پژوهش‌هایی است که طراحی مدل جبران خدمت کارکنان در بخش دولتی ایران را مورد توجه قرار داده و محقق امیدوار است این تحقیق بتواند تا حدی زمینه لازم برای رفع نواقص پژوهشی این حوزه را فراهم کند.

## ۲. روش تحقیق

پژوهش پیش‌رو در حیطه پارادایم تفسیرگرایی و نظریه نهادگرایی تعریف می‌شود. برای مبنا نقطه عزیمت خود را مطالعه نهادها، قوانین، رویه‌ها و ترتیبات ناشی از آنها قرار می‌دهد. رهیافت نهادی از روش‌های توصیفی - نهادی، قانونی - رسمی و مقایسه‌ای - تاریخی استفاده می‌کند (رودس، ۱۳۸۴: ۸۵). با توجه به ویژگی اول، توصیف و تحلیل نهادهای رسمی، بخش عمده‌ای از این تحقیق را تشکیل می‌دهد. در چارچوب ویژگی قانونی - رسمی، قانون اساسی و سیاست‌های کلی نظام اداری نقطه عزیمت شناخت نهادهای فعال در این حوزه قرار می‌گیرد و قوانین و مقررات حاکم بر جبران خدمت کارکنان در ایران بررسی می‌شود. این ویژگی مهم‌ترین محوری است که موجب اتخاذ روش نهادی برای این تحقیق شده است. ویژگی تطبیقی - تاریخی در تحلیل نارسایی‌های جبران خدمت کارکنان و تحلیل تطبیقی تجارب بین‌المللی منعکس می‌شود. در چارچوب تحلیل تطبیقی که هدف استخراج اصول عام این نظام‌هاست به مقایسه جبران خدمت کارکنان در سطح ملی هشت کشور با استفاده از مدل تحلیل مقایسه‌ای پرداخته می‌شود. بررسی تجارب این کشورها برای شناخت رویه‌های مشترک احتمالی میان آنها انجام می‌گیرد تا در صورت قابلیت کاربرد، برای تبیین عناصر مدل پیشنهادی مورد استفاده قرار گیرد (رز، ۱۳۹۰). منابع داده‌ها در این تحقیق مصاحبه، مشاهدات میدانی و اسناد، منابع تاریخی، روزنامه‌ها و سایر رسانه‌هاست. تحقیق از بعد

زمان مقطعی<sup>۱</sup> و نهادهای رسمی و قوانین و مقررات در صورتی که هنوز بر این حوزه حاکم باشند مورد مطالعه قرار گرفته اند. انتخاب نمونه‌ها به صورت هدفمند و از طرح نمونه‌گیری زنجیره‌ای (گلوله برفی) استفاده شده است. برای این منظور ۱۰ نفر از متخصصان حوزه منابع انسانی و جبران خدمت و کارشناسان و مدیران ارشد دولتی شاغل در نهادهای رسمی حاکم بر جبران خدمت کارکنان انتخاب شدند که حداقل ۲۰ سال تجربه کاری دارند و می‌توان آنان را واجد مرتبه خبرگی دانست.

تحلیل نتایج مصاحبه با خبرگان در مرحله شناسایی نهادهای رسمی و قوانین و مقررات حاکم بر این حوزه و نارسایی‌های آن از طریق تحلیل مضمون یا تم صورت پذیرفته است. مضمون بیانگر نکته مهمی در داده‌ها در مورد پرسش‌های پژوهش است و تا حدودی معنی و مفهوم الگوی مجموعه‌ای از داده‌ها را نشان می‌دهد (عابدی جعفری و همکاران، ۱۳۹۰). از آنجا که تحلیل مضمون، به طور کیفی است، پاسخ روشن و سریعی در مورد اینکه مقدار داده‌های مناسب و مورد نیاز چقدر است که بر وجود مضمون یا اطلاق آن دلالت کند وجود ندارد. بنابراین قضاوت پژوهشگر در خصوص مضمون ضروری است (Braun and Clarke, 2006). تحلیل نتایج مصاحبه با خبرگان و صاحب‌نظران نشان از ۱۲۰ کد اولیه‌ای است که با در نظر گرفتن کدهای تکراری، به ۲۵۳ کد اشاره دارند. جدول ۱ نمونه‌ای از استخراج کدهای اولیه از مصاحبه‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۱. نمونه‌ای از استخراج کدهای اولیه از مصاحبه‌ها

ردیف	نکات کلیدی	کدهای اولیه
PA41	تغییرات مکرر در ساختار سازمان اداری و استخدامی کشور و تضعیف آن	عدم تدوین شرح وظایف مشخص سازمان در این حوزه
PA93	بر هم زدن ساختار نظارت‌کننده بر بودجه و مجامع عمومی بنگاه‌های دولتی در سازمان برنامه و بودجه کشور	حذف معاونت نظارت سازمان برنامه و بودجه
PA111	شورای حقوق و دستمزد از سوی دستگاه‌های اجرایی جدی گرفته نشده و عملاً مراجعه‌ای به این شورا صورت پذیرفته است	ضعف در حاکمیت قانون و عدم نظارت دقیق از سوی نهادهای نظارتی
PA112	خروج دستگاه‌های اجرایی از دامنه شمول قانون مدیریت خدمات کشوری	ضعف در نظام قانونگذاری
PA118	وجود تبعیض در پرداخت‌های بخش عمومی	تنوع بلاوجه در نظام‌های پرداخت

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸.

این تعداد کد اولیه در مجموع به ۱۲۲ مفهوم اختصاص یافته‌اند که شامل ۵۸ مفهوم منحصر به فرد شده‌اند. بر همین اساس هریک از مضامین پایه نیز خود از یک یا چند مفهوم تشکیل شدند که آن مفاهیم در واقع بیانگر نارسایی‌های جبران خدمت در بخش دولتی از منظر نهادهای رسمی و قوانین و مقررات حاکم بر بخش دولتی است. بر این اساس تمامی ۲۵۳ کد اولیه علامت‌گذاری شده، به ۷۵ مضامین پایه اشاره داشته‌اند که با حذف موارد مشابه، ۴۲ مضمون پایه حاصل و در نهایت این مضامین در ۱۵ مضمون پایه شامل ۶ عامل درون‌زا و ۹ عامل زمینه‌ای سازمان‌دهی شده‌اند. لازم به توضیح است در سازمان‌دهی مضامین نهایی، اصول عام مستخرج از مدل تحلیل مقایسه‌ای تجارب بین‌المللی نیز مورد استفاده قرار گرفته‌اند. در جدول ۲ نمونه‌ای از مضامین سازمان‌دهنده از مضامین پایه آمده است.

جدول ۲. نمونه‌ای از استخراج مضامین سازمان‌دهنده از مضامین پایه

ردیف	مضامین سازمان‌یافته	مضامین پایه
۱	عدالت در پرداخت «عامل درون‌زا»	استفاده از پرداخت‌های مبتنی بر عملکرد برای تکافوی هزینه‌های زندگی کارکنان، وجود حفره‌های قانونی، مجوزهای قانونی خارج از نظام پرداخت، استفاده از درآمدهای اختصاصی برای پرداخت حقوق و مزایا، تنوع نظام‌های پرداخت.
۲	شفافیت مالی «عامل زمینه‌ای»	انتشار عمومی اطلاعات حقوق، حساب واحد خزانه، مالیات از مجموع تمامی منشأهای درآمد.

مأخذ: همان.

اصول و مبانی حاکم بر این مدل، برگرفته از نظریه‌ها، درس‌های آموخته از تجارب بین‌المللی و شناسایی عوامل درون‌زا و زمینه‌ای مؤثر بر نظام جبران خدمت است. شکل ۱ فرایند طراحی مدل را به تصویر کشیده است.

### شکل ۱. فرایند طراحی مدل جبران خدمت کارکنان در بخش دولتی ایران





تأیید و اعتبار این مدل در دو مرحله و با بهره‌گیری از روش «نقد خبرگان» و ابزار مصاحبه نیمه‌ساختارمند صورت پذیرفته است. برای جلوگیری از انحراف احتمالی از مسیر مصاحبه، پرسش‌ها قبل از انجام در اختیار مصاحبه‌شوندگان قرار گرفته است. در مرحله اول ۵ نفر (مدل اولیه) و در مرحله دوم (مدل نهایی) ۱۴ نفر برای نقد و نظر درباره مدل پیشنهادی مورد مصاحبه قرار گرفتند. مشخصات این خبرگان به شرح جدول ۳ است.

جدول ۳. اسامی خبرگان برای تأیید نهایی مدل پیشنهادی

تجربه	تحصیلات	حوزه مطالعات و فعالیت
۴۰	مدیریت دولتی	استاد تمام دانشگاه علامه طباطبائی - استاد راهنما
۴۰	مدیریت دولتی	استاد تمام واحد علوم و تحقیقات تهران - استاد مشاور
۴۰	دکتری مدیریت دولتی	سابقه معاونت پارلمانی و اجتماعی سازمان اداری و استخدامی کشور به مدت ۱۵ سال - عضو شورای توسعه مدیریت و مشاور فعلی رئیس سازمان اداری و استخدامی کشور
۳۵	دکتری مدیریت دولتی	مدیرکل وقت نظام‌های جبران خدمت مشاور فعلی رئیس سازمان اداری و استخدامی کشور - مشاور گروه استخدامی مرکز پژوهش‌ها
۲۰	دکتری اقتصاد	استاد دانشگاه - پژوهشگر مرکز پژوهش‌ها و صاحب تألیف در حوزه عدالت اجتماعی
۲۵	دکتری اقتصاد	عضو هیئت علمی مرکز پژوهش‌ها - مدیر دفتر مطالعات زیربنایی - ۱۵ سال سابقه مدیریت گروه بودجه مرکز پژوهش‌ها
۲۰	دکتری مدیریت بهداشت	معاون منابع انسانی و پشتیبانی مرکز پژوهش‌ها - ۱۵ سال سابقه مدیریت دفتر مطالعات اجتماعی مرکز
۱۵	دکتری سیاستگذاری عمومی دانشگاه تهران	استاد دانشگاه - مدیر حوزه مطالعات نهاد ریاست جمهوری - مشاور گروه ساختار و تشکیلات مرکز
۴۰	فوق لیسانس حقوق عمومی	معاون وقت حقوقی سازمان اداری و استخدامی کشور - مشاور قائم مقام وزارت بهداشت - مشاور گروه استخدامی مرکز پژوهش‌ها
۱۵	دکتری حقوق عمومی	عضو هیئت علمی دانشگاه - قائم مقام پژوهشگاه شورای نگهبان
۲۵	دانشیار دانشکده اقتصاد دانشگاه فردوسی مشهد	سه دوره نماینده مجلس شورای اسلامی و عضو فعلی کمیسیون برنامه و بودجه و کمیسیون مشترک لایحه مدیریت خدمات کشوری
۳۰	دکتری حقوق بین‌الملل	دو دوره نماینده مجلس - عضو فعلی کمیسیون قضایی و کمیسیون مشترک لایحه مدیریت خدمات کشوری
۱۵	دکتری اقتصاد دانشگاه شهید بهشتی	عضو صندوق بین‌المللی پول - پژوهشگر مرکز پژوهش‌ها و صاحب تألیف در حوزه شفافیت و نظارت در بخش عمومی
۲۵	دکتری حقوق عمومی	معاون نظارت و بازرسی دیوان عدالت اداری و نماینده دیوان عدالت در کمیسیون مشترک لایحه مدیریت خدمات کشوری

مأخذ: افراد مورد مصاحبه در تحقیق.

زمینه اغلب نظرات خبرگان گویای وجود برخی ابهام‌ها در مدل پیشنهادی بود. مباحث صاحب‌نظران اقتصادی در مصاحبه‌ها حول سه نکته ازجمله بار مالی مدل پیشنهادی، قابلیت مدل در مقابل تکانه‌های تورمی در اقتصاد ایران، قواعد و معیارهای لازم برای کنترل رفتارهای مالی مربوط به حقوق و مزایا در دستگاه‌های اجرایی مشمول و همچنین پیرامون تحلیل داده‌های مدل براساس شاخص PPP بود تا از این طریق بتوان میزان قدرت خرید را در هشت کشور مورد مطالعه و مقایسه قرار داد. درخصوص سه نکته اول دلایل محقق قانع‌کننده بود و مصاحبه‌شوندگان پذیرفتند که عملاً مدل پیشنهادی راهکارهای لازم برای این موضوع‌ها را مورد توجه قرار داده است. اما محاسبه براساس شاخص PPP انجام پذیرفت و نتایج ارزشمندی نیز به همراه داشت که «نظریه خروج متخصصان و مدیران ارشد کشور و استخدام آنان در شرکت‌های مشابه خارجی» را با تردید مواجه کرد.

دیدگاه و نظر خبرگان اجرایی بیشتر بر ابعاد فنی و درونی مدل پیشنهادی متمرکز بود که براساس توصیه آنان و بحث و تبادل نظر درباره موضوع، اصلاحاتی در عناصر و کمیت عددی مدل انجام پذیرفت. همچنین اصلاح و تقویت ساختار شورای حقوق و دستمزد به‌عنوان نهاد تخصصی این حوزه مورد تأکید صاحب‌نظران قرار گرفت که مؤید سازمانی مقتدرتر، ساختارمندتر و مستعدتر برای اداره یک امر کثیرالابعاد و چندوجهی و غامض همچون حقوق و دستمزد باشد که این موضوع اعمال اصلاحاتی در زمینه سازمان کار این حوزه را ضروری ساخت. صاحب‌نظران مدیریتی نقدی بر انتخاب رویکرد یا روش رتبه‌بندی ارزشیابی مشاغل برای همه دستگاه‌های اجرایی داشتند که با توضیحات پذیرفتند مدل پیشنهادی در زمینه تعیین حقوق شغل کارکنان تا سطح مدیران میانی روش ارزشیابی تلفیقی رتبه‌بندی و طبقه‌بندی مشاغل را مورد استفاده قرار داده است. نکته بعدی که مطرح شد توجه به تحصیلات، تجربه و سنوات خدمت در تعیین حقوق مدیران ارشد اجرایی، وزرا، معاونان وزیر، استانداران و سفرا بود که بر این اساس حقوق این افراد در هریک از سطوح مبتنی بر تحصیلات، تجربه و سنوات به چهار سطح خردتر تقسیم شد. نکته آخر درخصوص تغییر میزان حقوق و

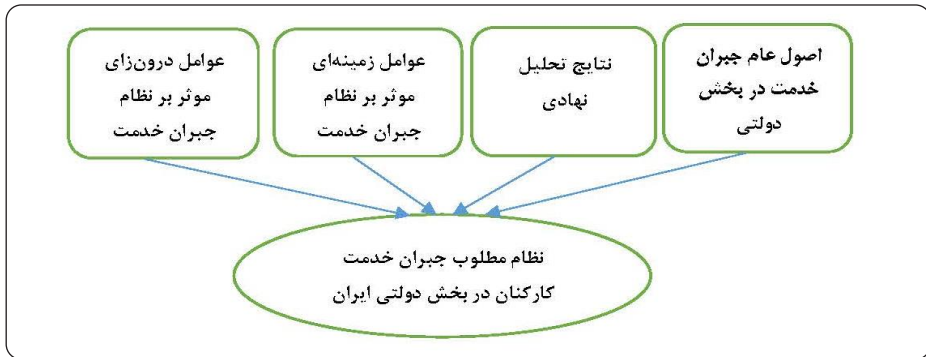
مزایای گروه‌های مختلف حقوق‌بگیر از عدد ریالی به عدد مبنای امتیاز بود که پس از بحث و تبادل نظر و استماع دیدگاه خبرگان مقرر شد به جای عدد ریالی، امتیاز مبنای تعیین حقوق و مزایا قرار گیرد. اصلاح و تقویت مدل تا اقناع کامل صاحب‌نظران انجام پذیرفت.

نتایج مصاحبه‌های انجام شده حکایت از آن دارد که الگوی پیشنهادی نظام جبران خدمت در بخش دولتی ایران از اعتبار و قابلیت اعتماد کافی برخوردار است. مطابق دستورالعمل بست (۱۳۸۴)، «هرگاه مصاحبه بر مبنای یک ساخت طراحی شده باشد که به دست آوردن اطلاعات مهم را تضمین کند، روایی آن تا حد زیادی افزایش می‌یابد. قضاوت‌های منتقدانه متخصصان تحقیق در مورد انتخاب پرسش‌هایی که در رابطه با هدف‌های تحقیق نقش اساسی دارند، در این مورد مفید است». این امر در پژوهش حاضر رعایت شده و پرسش‌های مصاحبه حول معیارهای نظام جبران خدمت در بخش دولتی ایران تدوین و از درس‌های آموخته از تجارب کشورهای مختلف در نظام جبران خدمت استخراج شده است. برای اعتبار تفاسیر مصاحبه روش‌های متعددی پیشنهاد شده است. یکی از مقبول‌ترین آنها تأیید تفسیر مصاحبه با یافته‌های مطالعات دیگر است که موجب اعتبار درونی آن می‌شود (دیویان، ۱۳۸۴: ۲۳۹). ملاحظه فرایند تأیید و اعتبار نشان می‌دهد همه آنها در پژوهش حاضر انجام شده‌اند. مطلوبیت مدل پیشنهادی نظام جبران خدمت کارکنان در بخش دولتی ایران به محک ۱۴ خبره گذارده شد و پاسخ‌های نسبتاً مشابهی دریافت شد. همچنین با مرور چندباره یادداشت‌های مصاحبه انسجام و سازگاری نظرات هرکدام از پاسخگویان بررسی شده است. بنابراین، یافته‌های مصاحبه‌ها و تفاسیر آنها از اعتبار کافی برخوردارند.

### ۳. یافته‌های تحلیل نهادی

بر اساس مدل تحلیل نهادی (شکل ۲)، نتایج و یافته‌های تحقیق در چهار محور که مبنای طراحی مدل قرار گرفته، به شرح زیر است.

شکل ۲. مدل تحلیلی تحقیق

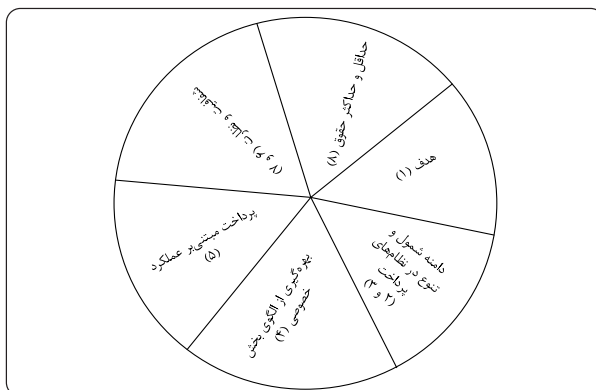


مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸.

### ۳-۱. اصول عام جبران خدمت در بخش دولتی براساس تجارب بین‌المللی

اصول عام جبران خدمت برگرفته از تجربیات کشورهای از طریق مدل ۶ وجهی تحلیل مقایسه‌ای (شکل ۳) استخراج شده است، به این ترتیب که با بررسی و مقوله‌بندی آثاری که درباره جبران خدمت در سایر کشورها منتشر شده، محورهای اصلی مورد پرسش در جبران خدمت در کشورهای مختلف مورد مقایسه قرار گرفته است.

شکل ۳. مدل تحلیل مقایسه‌ای نظام جبران خدمت



مأخذ: همان.

این اصول که در شناخت نارسایی‌های جبران خدمت و همچنین طراحی مدل مورد استفاده قرار گرفته است به شرح زیر است:

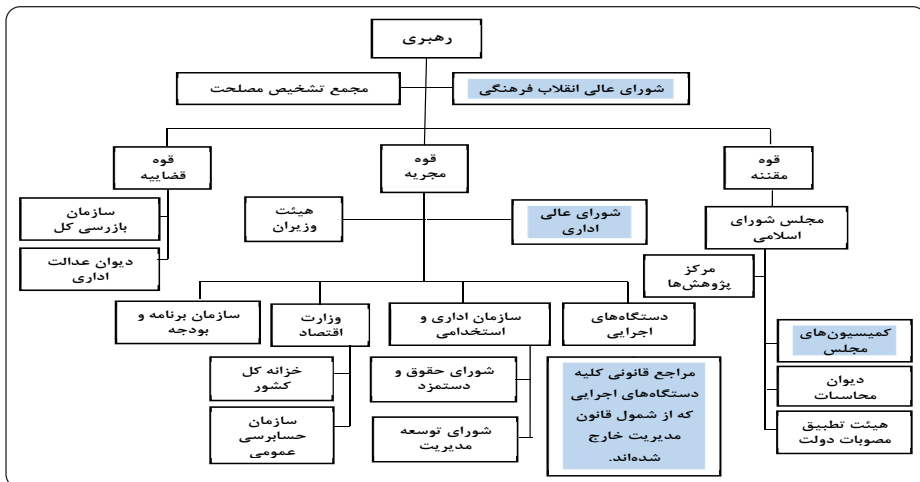
- برقراری عدالت و رفع تبعیض،
- توجه به ساختار و رژیم سیاسی کشور در تعیین نظام جبران خدمت،
- بهره‌گیری از الگوهای بخش خصوصی و توجه به پرداخت‌های مبتنی بر عملکرد،
- ایجاد شفافیت در پرداخت‌ها از طریق انتشار عمومی،
- اتخاذ سازوکارهای مناسب برای جذب نیروهای متخصص،
- حرکت به سمت مالیات بر مجموع درآمد و حساب واحد خزانه به منظور افزایش نظارت و شفافیت،
- توجه به شاخص PPP (نسبت قیمتی تبدیل برابری قدرت خرید براساس جی‌دی‌پی به نرخ ارز بازار) در تعیین حقوق گروه‌های مختلف حقوق‌بگیر،
- تعیین نهاد تخصصی در زمینه جبران خدمت کارکنان در بخش دولتی،
- تنوع در سطح هرم نیروی انسانی (کارکنان، مدیران ارشد اجرایی و مقامات)،
- توجه به تناسب منطقی و معنادار بین حقوق گروه‌های مختلف در سطح عمودی و افقی،
- ایجاد قواعد و معیارهای کنترل‌کننده پرداخت‌ها در بخش دولتی.

### ۲-۳. شناسایی نهادهای حاکمیتی متولی جبران خدمت

قانون اساسی مهم‌ترین سند تعیین‌کننده نقش‌ها و مسئولیت‌ها در نظام سیاسی جمهوری اسلامی ایران است. اصول قانون اساسی محدوده کلی وظایف و اختیارات قانونی قوای سه‌گانه و برخی نهادهای حکومتی را ترسیم می‌کند. به موجب قانون اساسی وظایفی برعهده مجلس شورای اسلامی، سازمان اداری و استخدامی، سازمان برنامه و بودجه، هیئت وزیران، دیوان محاسبات، مجمع تشخیص مصلحت نظام، سازمان بازرسی کل کشور و دیوان عدالت اداری نهاده شده که به‌نحوی ازانجا چه از بعد اجرایی و مقررگذار و چه از بعد نظارتی و تقنینی به حقوق و مزایای کارکنان در بخش دولتی در ایران ارتباط می‌یابد (نک. اصول (۵۴، ۵۵، ۷۱، ۱۱۰، ۱۲۶، ۱۳۸، ۱۷۳ و ۱۷۴)). پس از قانون اساسی، قوانین عادی در سطح فروتری سازمان‌های

متولی این حوزه را تعیین می‌کنند. به موجب قانون مدیریت خدمات کشوری مصوب ۱۳۸۶ برعهده سازمان اداری و استخدامی کشور، هیئت وزیران، شورای حقوق و دستمزد و شورای توسعه مدیریت و سرمایه انسانی، وظایفی نهاده شده است (نک. مواد (۶۴ تا ۶۸، ۷۰، ۷۱، ۷۳، ۷۴، ۷۶، ۷۷، ۸۰ و ۱۱۶)). سازمان حسابرسی عمومی (نک. تبصره «۲») ماده واحده قانون تشکیل سازمان حسابرسی مصوب (۱۳۶۲)، هیئت امنای دانشگاه‌ها و مؤسسه‌های آموزشی و تحقیقاتی (نک. ماده (۱) قانون احکام دائمی برنامه‌های توسعه)، مجمع عمومی شرکت‌های دولتی (نک. ماده (۵) قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر ... مصوب ۱۳۹۴ و ماده (۵۳) قانون احکام دائمی برنامه‌های توسعه)، وزارت امور اقتصادی و دارایی در زمینه تنظیم سیاست‌های اقتصادی و مالی کشور و همچنین تخصیص و پرداخت اعتبارات مصوب بودجه کل کشور اعم از اعتبارات جاری، عمرانی و اختصاصی به حساب‌های بانکی وزارتخانه‌ها، مؤسسه‌ها و سایر دستگاه‌های اجرایی از طریق خزانه کل کشور (نک. ماده (۱) قانون تشکیل وزارت امور اقتصادی و دارایی مصوب ۱۳۵۳) هریک به نحوی در جبران خدمت کارکنان دارای نقش و مسئولیت هستند. شکل ۴ نهاد‌های رسمی حاکم بر جبران خدمت کارکنان در بخش دولتی ایران را به تصویر کشیده است.

شکل ۴. نهاد‌های رسمی حاکم بر جبران خدمت در بخش دولتی ایران در وضع موجود



مأخذ: همان.

مشاهده می‌شود که در حال حاضر نهادهایی نظیر شورای عالی انقلاب فرهنگی، شورای عالی اداری، کمیسیون‌های مجلس شورای اسلامی و مراجع قانونی همه دستگاه‌هایی که از دامنه شمول قوانین عمومی خارج شده‌اند در حوزه جبران خدمت کارکنان در بخش دولتی ایران به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم تأثیرگذارند که این امر بر بروز و تشدید مشکلات حاکم بر این حوزه دامن زده است.

### ۳-۳. قوانین و مقررات حاکم بر نظام جبران خدمت

به‌رغم دامنه شمول وسیع قانون مدیریت خدمات کشوری مصوب ۱۳۸۶ و با گذشت نزدیک ۱۲ سال از اجرای این قانون، شاهد تنوع و تکثر نظام‌های جبران خدمت در گستره بخش عمومی کشور هستیم. نتایج بررسی‌های انجام شده در این تحقیق نشان از آن دارد که در حال حاضر بیش از ۵۰ نوع نظام جبران خدمت در بخش دولتی ایران حاکم است. اگرچه دستگاه‌های اجرایی کشور خاص بودن وظایف و مأموریت‌های خود را دلیل اصلی خروج از دامنه شمول قوانین عمومی نظیر قانون مدیریت خدمات کشوری می‌دانند، اما نتایج تحقیق نشان می‌دهد چهار عامل اصلی، انگیزه خروج از دامنه شمول قوانین عمومی است: «در اداره سازمان آزادی عمل کامل داشته باشم»، «هر تعداد نیروی انسانی که می‌خواهم جذب کنم»، «هر کسی را که می‌خواهم جذب کنم» و «هر میزان که می‌خواهم پرداخت کنم».

### ۳-۴. نارسایی‌های جبران خدمت کارکنان در بخش دولتی ایران

نتایج مصاحبه با خبرگان که با بهره‌گیری از روش تحلیل مضمون یا تم انجام شده است و مطالعه عمیق اسناد و قوانین و مقررات این حوزه، نشان از آن دارد که نظام جبران خدمت در بخش دولتی ایران با چالش‌های متعددی در قالب عوامل درون‌زا و زمینه‌ای مواجه است. - عوامل درون‌زا: ضعف در ماهیت حقوقی برخی از دستگاه‌های اجرایی کشور، وجود مجوزهای پرداخت در سایر قوانین کشور، عدم ضمانت اجراهای مناسب و کارآمد، نبود قواعد، ضوابط و معیارهای کنترل‌کننده رفتار مالی دستگاه‌های اجرایی در زمینه حقوق و مزایا، عدم تعیین سقف پرداختی‌ها که گریزگاه‌های لازم را برای سوءاستفاده متخلفان فراهم کرده است، نبود تناسب و توازن در حقوق گروه‌های مختلف حقوق‌بگیر، انتخاب روش امتیازی در قانون مدیریت خدمات کشوری که

مناسب جامعه کوچکی از کارکنان است، رعایت نکردن اقتضائات دستگاه‌های اجرایی، بی‌توجهی به حداقل معیشت کارکنان، پیش‌بینی عناصر حقوقی غیرمتعارف برای تعیین حقوق و مزایای مدیران ارشد اجرایی و به‌ویژه مقامات عالی‌رتبه کشور (برای مثال پرداخت اضافه‌کار، حق‌الترجمه، سختی کار، نوبت کاری)؛ ازجمله اصلی‌ترین دلایلی است که زمینه لازم برای عدم اجرای صحیح و کامل قانون یا برخوردهای سلیقه‌ای در بسیاری از دستگاه‌های اجرایی کشور را فراهم کرده است.

**- عوامل زمینه‌ای:** ضعف در ساختار بودجه‌ریزی کشور، ضعف در نظارت و شفافیت در پرداخت‌ها، ضعف در نظام‌های مدیریت عملکرد، ضعف در ساختارهای قانونی، مالی و مدیریتی نهادهای متولی امر، تعدد مراجع تصمیم‌گیر و ضعف در حاکمیت قانون، ازجمله عوامل زمینه‌ای مؤثر بر نظام جبران خدمت در بخش دولتی ایران تلقی می‌شوند. در همین حال عوامل محیطی دیگری نظیر نظام سیاسی کشور از طریق تحمیل نظر در انتخاب مدیرانی که ممکن است صلاحیت و شایستگی‌های لازم در زمینه‌های مورد نظر را نداشته باشند، نظام اقتصادی ناکارآمد از طریق تحمیل فشار تورم بر معیشت کارکنان و عدم توان نظام‌های جبران خدمت در حفظ تعادل قدرت خرید کارکنان، و زیرساخت‌های فرهنگی جامعه ایران که در برخی موارد بر مدار ملاحظه و اغماض، دلسوزی و گذشت، خویش و قوم‌پرستی<sup>۱</sup> و فاصله قدرت شکل گرفته است و می‌تواند زمینه اهمال‌کاری، چشم‌پوشی از خطاها و پرداخت‌های خارج از شایستگی و سلیقه‌ای را فراهم آورد، به‌طور غیرمستقیم بر نظام‌های جبران خدمت در کشور اثرگذارند.

#### ۴. مدل جبران خدمت کارکنان در بخش دولتی ایران

در این تحقیق، نارسایی‌های جبران خدمت کارکنان در بخش دولتی ایران مبتنی بر دو مؤلفه درون‌زا و زمینه‌ای مورد بررسی قرار گرفت. آنگاه با تکیه بر نظریه نهادی، اجزای نظام جبران خدمت برای طراحی مدل پیشنهادی شناسایی شد. اصول و مبانی حاکم بر این مدل که برگرفته از ادبیات نظری است و مورد نقد و نظر و تأیید خبرگان و صاحب‌نظران (در مرحله تأیید نهایی مدل) قرار گرفته است به شرح جدول ۴ است.



#### جدول ۰۴. اصول و مبانی حاکم بر مدل جبران خدمت کارکنان در بخش دولتی ایران

<p><b>نظریه حاکم بر مدل پیشنهادی:</b> این مدل مبتنی بر نظریه نهادی مزد است. این نظریه یک نگرش چندبعدی دارد که در آن تجربه، ارتباط مزد با سایر عوامل، ویژگی‌های نظام تصمیم‌گیری مدیریت در سازمان، نفوذ و تأثیر مذاکرات دسته‌جمعی کارگران با کارفرما و نظایر آن، هم‌زمان مورد توجه قرار می‌گیرد. این نظریه در بین نظریه‌های کلان مزد و نظریه‌های توجیهی نئوکلاسیک دسته‌بندی می‌شود (میرسپاسی، ۱۳۹۶).</p> <p><b>مدل جبران خدمت:</b> مدل پیشنهادی مبتنی بر مدل اقتصادی - مالی که هلریگل<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۲) ارائه کرده‌اند. <b>روش ارزشیابی مشاغل:</b> روش ارزشیابی مشاغل براساس نظام رتبه‌بندی مشاغل براساس طرح طبقه‌بندی مشاغل موجود است.</p>
<p><b>مؤلفه‌های عدالت</b></p> <p>- برابری و رفع تبعیض و حذف امتیازات بی‌وجه و ایجاد تعادل واقعی بین خواسته‌های متعارض همه انسان‌ها (جان رالز، ۱۳۹۳).</p> <p>- ثروت‌ها و امکانات جامعه در سطح معیشت، به‌گونه‌ای در دسترس همگان قرار گیرد که هر فردی از افراد جامعه بتواند در سطح عمومی به‌صورت برابر و یکسان با دیگران زندگی کند (پایله‌فروش به نقل از شهید محمدباقر صدر، ۱۳۹۶).</p> <p>- نهادهای عادلانه (جان رالز، ۱۳۹۳).</p> <p>- حق هر صاحب حقی داده شود و هر چیزی در جای خودش قرار گیرد (جعفری به نقل از نهج البلاغه، ۱۳۵۸).</p> <p>- موزون، متعادل و متناسب بودن (طغیانی به نقل از شهید مطهری، ۱۳۸۱).</p> <p>- رعایت حقوق افراد و عطا کردن حق هر ذی‌حق به او (توسلی به نقل از شهید مطهری، ۱۳۸۰).</p> <p>- قائل نشدن امتیاز برای قشرهای خاص (موسوی به نقل از امام خمینی (ره)، ۱۳۸۹).</p> <p>- هم‌راستایی و سازگاری نظریه عدالت با بافت فرهنگ عمومی و ارزش‌های پذیرفته شده در فرهنگ سیاسی و اجتماعی (ملکیان به نقل از ریچارد رورتی، ۱۳۸۳).</p> <p>- سطح محدودی از نابرابری قابل پذیرش است (پایله‌فروش به نقل از دورکین، ۱۳۹۶).</p> <p>- شایستگی مبنای عدالت است (پایله‌فروش به نقل از هایک، ۱۳۹۶).</p> <p>- برخورداری هرکس مطابق با ویژگی‌هایش (ارسطو، ۱۳۷۱).</p> <p>- عادل بودن قانونگذاران و مجریان (خامنه‌ای به نقل از مقام معظم رهبری، ۱۳۷۴).</p> <p>- آن چیزی که باید باشد چه تا به حال رعایت شده باشد و چه نشده باشد، نه به معنای آنچه هست (بهشتی، ۱۳۷۸).</p>
<p><b>هدف:</b> هدف از طراحی این مدل ایجاد عدالت، تعادل و تناسب در حقوق و مزایای گروه‌های مختلف حقوق‌بگیر، تقویت شفافیت و نظارت در پرداخت‌ها، رفع تبعیض‌های بلاوجه و تعیین قواعد، ضوابط و معیارهای لازم برای جلوگیری از رفتارهای سلیقه‌ای دستگاه‌های اجرایی است.</p> <p><b>رویکرد:</b> این مدل یک نظام متمرکز پرداخت در سطح افقی (گستره جغرافیایی کشور و اشکال حقوقی دستگاه‌های اجرایی) با توجه به ساختار اداری و مالی و سیاسی متمرکز در کشور است و دارای تنوع عمودی (در سطح کارکنان تا مدیران حرفه‌ای، در سطح مدیران ارشد اجرایی و در سطح مقامات کشور) در هرم نیروی انسانی دستگاه‌های اجرایی است.</p>

مأخذ: یافته‌های تحقیق.

## ۴-۱. مشخصه‌ها و مؤلفه‌های درون‌زای مدل پیشنهادی

### ۴-۱-۱. دامنه شمول

براساس مدل، همه وزارتخانه‌ها، مؤسسه‌های دولتی، مؤسسه‌ها یا نهادهای عمومی غیردولتی، شرکت‌های دولتی و همه دستگاه‌هایی که شمول قانون بر آنها مستلزم ذکر یا تصریح نام است دستگاه اجرایی نامیده می‌شوند. دستگاه‌های اجرایی در این مدل به سه گروه تقسیم می‌شوند:

گروه اول - همه دستگاه‌های اجرایی به جز موارد مذکور در گروه دوم و سوم،

گروه دوم - شرکت‌های دولتی از جمله بانک‌های دولتی، شرکت‌های بیمه دولتی و بیمه مرکزی، مؤسسه‌های عمومی، مؤسسه‌ها و نهادهای عمومی غیردولتی که بیش از ۵۰ درصد بودجه آنان از منابع غیردولتی تأمین می‌شود،

گروه سوم - نهادها، مؤسسه‌ها و سازمان‌هایی که زیر نظر مقام معظم رهبری اداره می‌شوند، دانشگاه‌ها، مراکز و مؤسسه‌های آموزش عالی و پژوهشی، فرهنگستان‌ها و پارک‌های علم و فناوری موضوع ماده (۱) قانون احکام دائمی برنامه‌های توسعه کشور مصوب ۱۳۹۵/۱۱/۱۰، مجلس شورای اسلامی، قوه قضائیه، شورای نگهبان، مجمع تشخیص مصلحت نظام، مجلس خبرگان رهبری، شورای عالی انقلاب فرهنگی، صدا و سیما، جمهوری اسلامی ایران، وزارت اطلاعات، وزارت امور خارجه، وزارت امور اقتصادی و دارایی، سازمان انرژی اتمی، مؤسسه‌ها و نهادهای عمومی غیردولتی که کمتر از ۵۰ درصد بودجه سالیانه آنان از محل منابع غیردولتی تأمین می‌شود، نیروهای مسلح و همچنین همه مؤسسه‌های وابسته به اشخاص حقوقی فوق.

برای رفع ابهام از ماهیت حقوقی دستگاه‌های اجرایی، همه سازمان‌ها و دستگاه‌های وابسته به دولت و سایر دستگاه‌های دولتی که به صورتی غیر از وزارتخانه یا مؤسسه دولتی یا شرکت دولتی ایجاد شده و اداره می‌شوند، مکلفند حداکثر ظرف مدت یک سال از تاریخ اجرای این مدل با رعایت مقررات مربوط وضع خود را با یکی از سه وضع حقوقی فوق تطبیق دهند، در غیر این صورت با انقضای این فرصت مؤسسه دولتی محسوب و در گروه اول، موضوع این ماده قرار می‌گیرند.

#### ۴-۱-۲. تعیین حداقل معیشت با رعایت هزینه زندگی در مناطق مختلف کشور

در ایران با توجه به نرخ تورم بالا باید این عنصر حقوقی که در حال حاضر تحت عنوان حداقل دریافتی در حقوق کارکنان محاسبه می‌شود از حق شغل و حقوق مبنای کارکنان خارج شود و دولت مکلف شود هر ساله حداقل به اندازه نرخ تورم آن را افزایش دهد تا نظام‌های پرداخت قدرت خود را برای تأمین حداقل معیشت افراد از دست ندهند و ازسوی دیگر حق شغل افراد براساس ویژگی‌ها و ارزش هر شغل تعیین شود.

#### ۴-۱-۳. حق شغل کارکنان

براساس دسته‌بندی فوق حقوق شغل کارکنان دستگاه‌های اجرایی در سه سطح تعیین می‌شود. در حال حاضر بنگاه‌های اقتصادی دولتی (گروه دوم) و همچنین دستگاه‌های اجرایی دارای مقررات خاص و مجوزهای خاص در زمینه پرداخت (گروه سوم) به جهت توان مالی بیشتر پرداخت‌های بیشتری از دستگاه‌های تابع مقررات عمومی (گروه اول) دارند که به بی‌عدالتی و تبعیض بلاوجه در زمینه پرداخت منجر شده است. لذا این مدل با شیب آرام با رعایت اقتضائات دستگاه‌های اجرایی تفاوت‌هایی را در سطح حق شغل گروه‌های سه‌گانه قائل شده است. براساس مدل کارکنان در صورت انتصاب در سمت‌های مدیریت از حق مدیریت و سرپرستی براساس سطوح جغرافیایی و سطح مدیریت برخوردار می‌شوند. به منظور ایجاد تناسب، توازن و پرهیز از پرداخت‌های بلاوجه، حق مدیریت در همه دستگاه‌های اجرایی (گروه‌های سه‌گانه) به یک میزان تعیین شده است.

#### ۴-۱-۴. حقوق شغل مدیران ارشد اجرایی و مقامات عالی‌رتبه کشور

در این مدل حقوق شغل مدیران ارشد اجرایی و مقامات در قالب جداولی جداگانه و مستقل از حق شغل کارکنان تعیین شده است. مدیران ارشد اجرایی را مدیران عامل، شهرداران کلان‌شهرها، اعضای هیئت‌مدیره و هیئت‌مدیره عامل شرکت‌های دولتی و رؤسای سازمان‌ها و مؤسسه‌های دولتی شامل می‌شود که در چهار سطح براساس اندازه، اهمیت، گردش مالی و ... شرکت و مؤسسه و در سه رده مدیریتی انجام می‌گیرد. هریک از سطوح به

چهار سطح خرد تقسیم می‌شود و افراد براساس تحصیلات، تجربه و سنوات قابل قبول در هریک از سطوح چهارگانه قرار می‌گیرند. حقوق مقامات عالی‌رتبه نیز براساس جایگاه آنان تعیین می‌شود. حقوق وزرا و نمایندگان مجلس شورای اسلامی و همچنین استانداران، سفرا و معاونان وزیر نیز همانند مدیران ارشد اجرایی براساس تحصیلات، تجربه و سنوات قابل قبول در چهار سطح تعیین می‌شود. به مدیران ارشد اجرایی و مقامات عالی‌رتبه حق مدیریت و سرپرستی و فوق‌العاده‌های اضافه‌کار، حق التدریس، حق تحقیق، حق تألیف و ترجمه پرداخت نمی‌شود.

#### ۵-۱-۴. توجه به تخصص و بازار کار بین‌المللی

در حال حاضر انتصاب برخی از افراد نخبه و متخصص در برخی مشاغل و سمت‌ها سبب می‌شود که قیمت آن فرد به آن جایگاه تسری یابد و این امر موجب پرداخت‌های بلاوجه به افرادی می‌شود که اساساً استحقاق آن را ندارند. بنابراین باید حقوق برخی افراد متخصص تابع قاعده‌ای متفاوت باشد. براین اساس در این مدل مجوزی در اختیار رئیس‌جمهور قرار می‌گیرد تا بتواند حقوق شغل حداکثر ۳۰ نفر از افراد دارای تخصص‌های خاص که زمینه کار در محیط بین‌المللی نیز برای آنان فراهم است را در سطح جدول حقوق مدیران ارشد اجرایی تعیین کند. اعطای مجوز خاص به رئیس‌جمهور برای پرداخت بیشتر به برخی افراد نخبه و متخصص سبب می‌شود که نظام‌های پرداخت از آسیب تبدیل شدن استثنا به قاعده مصون بماند.

#### ۶-۱-۴. پرداخت‌های مبتنی بر عملکرد<sup>۱</sup>

براساس این مدل فوق‌العاده انگیزشی براساس نظام ارزیابی عملکرد تا سقف دو برابر (حداقل معیشت و حق شغل افراد) در طول سال در مقاطع سه‌ماهه قابل پرداخت است. این فوق‌العاده شامل کلیه کارکنان، مدیران میانی، مدیران ارشد اجرایی، استانداران و معاونان وزیر می‌شود.

---

1. Performance-Related Pay (PRP)

#### ۴-۱-۷. تعیین سقف پرداخت برای گروه‌های مختلف حقوق‌بگیر

ازجمله ویژگی‌های این مدل تعیین سقف پرداخت برای گروه‌های مختلف سه‌گانه حقوق‌بگیر (کارکنان، مدیران ارشد اجرایی و مقامات) به‌عنوان عاملی کنترلی در زمینه جلوگیری از پرداخت‌های بلاوجه است. البته پرداخت‌های مبتنی بر عملکرد و فوق‌العاده مناطق کمتر توسعه‌یافته و فوق‌العاده بدی آب و هوا علاوه بر سقف تعیین شده قابل پرداخت است.

#### ۴-۱-۸. اشخاص حقیقی مستثنا شده از مدل پیشنهادی

براساس این مدل صرفاً برخی مشاغل نظیر اعضای هیئت علمی، قضات و مستشاران دیوان محاسبات از دامنه شمول این مدل خارج و تابع مقرراتی هستند که مراجع ذی‌صلاح قانونی تصویب کرده و به تأیید نهایی نهاد تخصصی مدیریت حقوق و دستمزد می‌رسد. البته سقف پرداخت‌های حقوق مدیران ارشد اجرایی (به‌استثنای کارانه پزشکان که سازوکار و میزان پرداخت آن به تصویب هیئت وزیران می‌رسد) در مورد آنان لازم‌الرعایه است.

#### ۴-۱-۹. وضع قواعد کنترل‌کننده برای جلوگیری از پرداخت‌های غیرمتعارف

ازجمله ویژگی‌های این مدل تدوین قواعد و ضوابط کنترلی و تنقیح قوانین منسوخ و مغایر با مدل پیشنهادی است. براساس این مدل ضوابط، قواعد و معیارهای لازم برای جلوگیری از هرگونه پرداخت دیگر علاوه بر حقوق و مزایای موضوع این مدل به افراد مشمول اعم از مستمر و غیرمستمر تحت هر عنوان پیش‌بینی و پرداخت حقوق را صرفاً از یک دستگاه اجرایی مجاز شمرده است. براساس این مدل همه قوانین و مقررات فعلی در حوزه حقوق و مزایا با ذکر نام منسوخ شده است.

#### ۴-۱-۱۰. تناسب عمودی و افقی بین حقوق گروه‌های مختلف حقوق‌بگیر

در حال حاضر هیچگونه رابطه منطقی و معناداری بین حقوق کارکنان با مدیران ارشد اجرایی و همچنین مقامات با مدیران ارشد اجرایی مشاهده نمی‌شود و شاهد بی‌عدالتی

و تبعیض در این خصوص هستیم. جدول ۵ نسبت حقوق گروه‌های مختلف حقوق بگیر در ایران را در وضع موجود و مدل پیشنهادی و همچنین در مقایسه با هشت کشور مورد مطالعه به تصویر کشیده است.

جدول ۵. نسبت در پرداخت‌های هشت کشور مورد مطالعه در مقایسه با وضع موجود ایران و مدل پیشنهادی

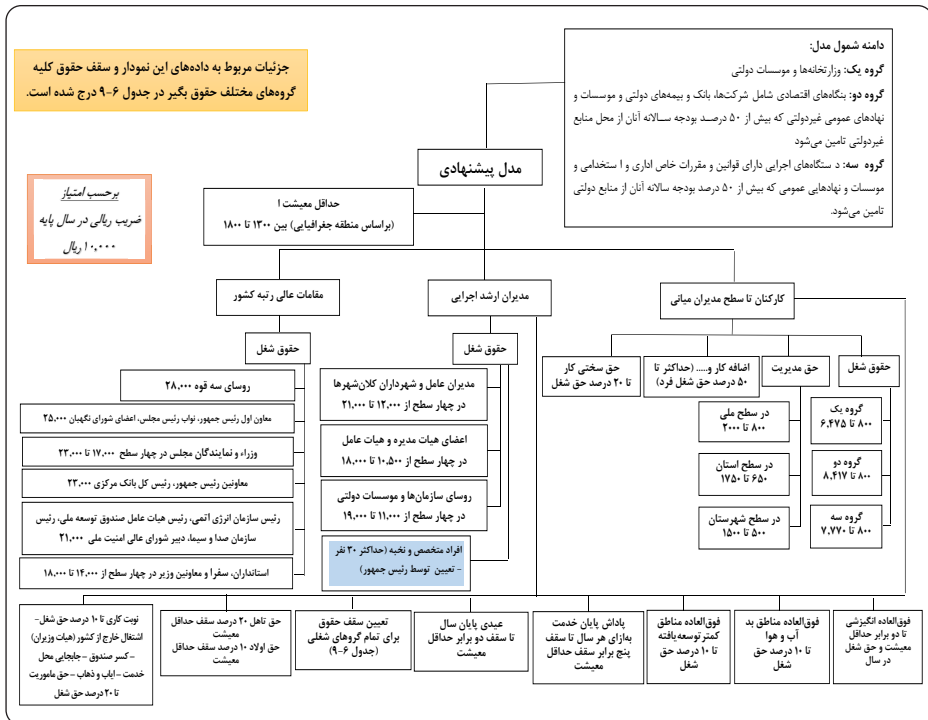
کشور	بین کارمندان ارشد اجرایی	بین مدیران ارشد اجرایی	بین مقامات	بین کارمندان با مدیران ارشد اجرایی	با بالاترین مقام	بین مدیران ارشد با مقامات
ایالات متحده آمریکا	یک به ۷	یک به ۱/۵	یک به ۲/۵۶	یک به ۷/۲۷	یک به ۲۱	یک به ۲/۸۸
ژاپن	یک به ۴/۲۴	یک به ۳/۲۷	-	یک به ۱۱/۲	یک به ۱۳	یک به ۱/۱۹
کره جنوبی	یک به ۴/۵۷	یک به ۳/۴۴	یک به ۱/۸	یک به ۵/۸۸	یک به ۸/۶۶	یک به ۱/۴۷
آلمان	یک به ۳/۶	یک به ۳/۷۵	یک به ۲/۱	یک به ۳/۶	یک به ۶/۷۷	یک به ۱/۸۸
بریتانیا	یک به ۴/۲	یک به ۳/۲۷	یک به ۱/۸	یک به ۶/۱۶	یک به ۷/۵	یک به ۱/۲۲
سنگاپور	-	یک به ۳/۲۷	یک به ۵/۷۴	یک به ۷/۵۴	یک به ۸۰	یک به ۱۰/۶
فیلیپین	یک به ۹/۵۴	یک به ۳/۷۴	یک به ۲/۲۹	یک به ۲۴	یک به ۲۴	یک
مصر	-	یک به ۳/۲۷	یک به ۱/۴	یک به ۱۲/۳۵	یک به ۲۱	یک به ۱/۴
وضع موجود ایران	یک به ۷	نامشخص	یک به ۱/۳	یک به ۲۷/۳	یک به ۱۱/۱۵	یک به ۰/۴۰
مدل پیشنهادی	یک به ۵/۱۵	یک به ۱/۹۳	یک به ۱/۹۴	یک به ۱۱/۴۶	یک به ۱۱/۴۶	یک

مأخذ: همان.

براساس اطلاعات این جدول در وضع موجود، نسبت حقوق کارکنان به مدیران ارشد اجرایی یک به ۲۷/۳ است و سقف قابل پرداخت به مدیران ارشد اجرایی دو و نیم برابر مقامات عالی‌رتبه کشور است. این در حالی است که در همه کشورهای مورد مطالعه بالاترین حقوق به مقامات عالی‌رتبه، سپس مدیران ارشد اجرایی و بعد کارکنان مربوط است که در ایران این نسبت برعکس است و این مدیران ارشد اجرایی هستند که از بالاترین میزان حقوق و مزایا برخوردارند و درعین حال شکاف و فاصله حقوق بین کارکنان با مدیران

ارشد اجرایی نیز وضعیت نامناسبی دارد. اما در مدل پیشنهادی شاهد توازن، تعادل و تناسب در سطح عمودی و افقی در بین گروه‌های مختلف حقوق‌بگیر هستیم. نسبت حقوق کارکنان به مدیران ارشد اجرایی و مقامات عالی‌رتبه به یک توازن منطقی و معنادار رسیده است و تا حدود زیادی به استانداردهای کشورهای توسعه‌یافته نزدیک شده است. از حیث کمیت نیز شاهد افزایش ۶۶ درصدی حداقل حقوق کارکنان به نسبت وضع موجود هستیم. میزان حقوق گروه‌های مختلف حقوق‌بگیر در مدل پیشنهادی با احتساب قدرت خرید (شاخص PPP) به استانداردهای جهانی نزدیک شده که برای یک کشور در حال توسعه استاندارد مناسبی است. شکل ۵ عناصر تشکیل‌دهنده حقوق و مزایا در بخش دولتی ایران (مدل پیشنهادی) را ترسیم می‌کند.

شکل ۵. عناصر تشکیل‌دهنده حقوق و مزایا در مدل پیشنهادی



مأخذ: همان.

## ۴-۲. مشخصه‌ها و مؤلفه‌های زمینه‌ای مدل پیشنهادی

### ۴-۲-۱. اصلاح ساختار بودجه سنواتی

نتایج این تحقیق نشان از آن دارد که ساختار فعلی بودجه سالیانه در ایران به نحوی است که به اصلی‌ترین سؤال‌ها نظیر اینکه دولت سالیانه چه میزان اعتبار برای جبران خدمت کارکنان تخصیص می‌دهد پاسخ نمی‌دهد. براساس این مدل، دولت ملزم شده است اقدام لازم در بودجه‌های سنواتی در زمینه ارائه اطلاعات مربوط به اعتبارات جبران خدمت کارکنان شرکت‌های دولتی، بانک‌ها و مؤسسه‌های انتفاعی وابسته به دولت و نهادهای نظامی و انتظامی به تفکیک هر دستگاه، شفافیت در شیوه هزینه‌کرد درآمدهای اختصاصی و اعتبارات تحت عنوان سایر هزینه‌ها که بخش اعظمی از آن صرف پرداخت حقوق و مزایا کارکنان دستگاه‌های اجرایی می‌شود را به عمل آورد.

### ۴-۲-۲. استفاده از ظرفیت ماده (۱۴۲) قانون آیین‌نامه داخلی مجلس شورای اسلامی

ماده (۱۴۲) آیین‌نامه داخلی مجلس شورای اسلامی این ظرفیت را دارد تا رسیدگی به مباحث اداری و استخدامی با بهره‌گیری از دیدگاه متخصصان و خبرگان و همه بازیگران و ذی‌نفعان، در مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی صورت پذیرد. براساس این مدل همه طرح‌ها و لوایح مربوط به تغییرات دامنه شمول قوانین عمومی و جبران خدمت کارکنان با استفاده از ظرفیت ماده (۱۴۲) قانون آیین‌نامه داخلی مجلس شورای اسلامی انجام می‌شود.

### ۴-۲-۳. تقویت هیئت تطبیق مصوبات دولت

براساس مدل، توصیه شده است که هیئت تطبیق مصوبات دولت درباره مباحث حقوق و مزایای کارکنان دولت از ظرفیت تخصصی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی و دیوان محاسبات کشور یا صاحب‌نظران این حوزه استفاده کند.

### ۴-۲-۴. تقویت نقش سازمان‌های متولی در قوای سه‌گانه

نتایج این تحقیق حکایت از آن دارد که سازمان‌های متولی جبران خدمت در کشور در



سطح قوای سه‌گانه در بسیاری از موارد از ضعف در ساختارهای قانونی، مالی و مدیریتی رنج می‌برند. تغییرات مکرر در ساختار سازمان اداری و استخدامی کشور و تضعیف آن، برهم زدن ساختار نظارت‌کننده بر بودجه و مجامع عمومی بنگاه‌های دولتی در سازمان برنامه و بودجه کشور، ضعف در شفافیت وظایف سازمان بازرسی کل کشور که امکان تفسیر موسع از عبارت «نظارت بر حسن جریان امور» را فراهم کرده و می‌تواند زمینه تداخل وظایف قوا را فراهم سازد، شیوه نگارش ماده (۴۲) قانون دیوان محاسبات که امکان نظارت صحیح بر نهادها و مؤسسه‌های عمومی غیردولتی را با مشکل مواجه ساخته است، از جمله این مواردند. از این رو باید ساختارهای مالی، مدیریتی و حقوقی نهادهای متولی امر مورد بازنگری و اصلاح قرار گیرد.

#### ۵-۲-۴. انحصار مجلس شورای اسلامی در زمینه دامنه شمول قوانین عمومی

در حال حاضر علاوه بر مجلس شورای اسلامی در برخی موارد مشاهده شده است که شورای عالی انقلاب فرهنگی نیز در زمینه مستثنا شدن برخی از دستگاه‌های اجرایی از دامنه شمول قوانین عمومی اتخاذ تصمیم کرده است که از جمله می‌توان به کارکنان ستادی وزارت بهداشت و درمان و سازمان غذا و دارو و سازمان انتقال خون ایران اشاره کرد. بنابراین ضرورت دارد که نهادهایی نظیر شورای عالی انقلاب فرهنگی از وضع هرگونه قواعدی در زمینه حقوق و مزایا و خروج دستگاه‌های اجرایی از دامنه شمول قوانین عمومی پرهیز کنند و این امر در انحصار مجلس شورای اسلامی باشد.

#### ۶-۲-۴. انحصار کمیسیون اجتماعی در حوزه مباحث اداری و استخدامی در مجلس

##### شورای اسلامی

نتایج بررسی‌ها حکایت از آن دارد که تقریباً همه دستگاه‌هایی که از دامنه شمول قوانین عمومی از جمله قانون مدیریت خدمات کشوری خارج شده‌اند در کمیسیون غیر از کمیسیون اجتماعی مجلس شورای اسلامی مورد تصمیم‌گیری قرار گرفته‌اند. بنابراین لازم است هیئت‌رئیس مجلس شورای اسلامی همه طرح‌ها و لوایح با موضوع‌های اداری و استخدامی را به کمیسیون اجتماعی این نهاد ارجاع دهد.

**۲-۴-۲. تقویت نقش خزانه‌داری کل کشور از طریق حساب واحد خزانه و انتشار عمومی اطلاعات**

در حال حاضر اگرچه بخشی از پرداخت‌های مربوط به حقوق از طریق سیستم خزانه‌داری قابل رصد و ردیابی است، اما از آنجایی که اولاً شمول قانون همه دستگاه‌های اجرایی را دربر ندارد؛ ثانیاً همه آیتم‌های حقوق و مزایا را شامل نمی‌شود؛ و ثالثاً پرداخت از محل سایر هزینه‌ها یا سایر منابع قانونی نیز مستقیماً خود دستگاه انجام می‌دهد، لذا شفافیت ارائه گزارش در خصوص پرداخت حقوق و مزایا عملاً وجود ندارد و باید همه پرداخت‌ها و دستگاه‌ها از هر محل بودجه‌ای، از طریق سیستم خزانه‌داری انجام شود. این امر با شفافیت در روابط مالی بخش عمومی متکی بر انتشار عمومی داده‌های پرداخت مالی به عوامل بخش عمومی از طریق «حساب واحد خزانه» صورت می‌پذیرد. وضع ضمانت اجراهای قوی‌تر برای مدیران دستگاه‌های اجرایی در خصوص بازگذاری دقیق و صحیح اطلاعات حقوق و دستمزد در دستگاه‌های ذی‌ربط موضوع ماده (۲۹) قانون برنامه ششم توسعه نیز در این زمینه واجد اهمیت اساسی است.

#### **۸-۲-۴. حرکت به سمت مالیات بر مجموع درآمد**

از دیگر ابزارهای شفاف‌سازی دریافتی‌های عوامل بخش عمومی، «مالیات بر مجموع درآمد» است. در چنین سازوکار مالیاتی، مالیات بر درآمد از مجموع تمامی منشأهای درآمد افراد اخذ می‌شود، به این ترتیب نظام مالیاتی ناچار به اطلاع از همه انواع درآمد فرد، تجمیع آن و اخذ مالیات است. نظام مالیاتی مبتنی بر اخذ مالیات از مجموع درآمد، امکان بروز برخی فسادهای ناشی از فعالیت عوامل فعال در بخش عمومی از مسیرهای غیرمتعارف (ناشی از اطلاعات درونی، تخطی‌کننده از اصل تعارض منافع در فعالیت در بخش عمومی، حرکت از بخش عمومی به خصوصی و برعکس) را کاهش می‌دهد.

#### **۹-۲-۴. تقویت نقش و ساختار نهاد متولی حقوق و دستمزد در بخش دولتی ایران**

در حال حاضر ساختار «شورای حقوق و دستمزد» برای انجام وظایف مربوطه مناسب نیست و نهاد راهبردی‌کننده و تمثیلی‌کننده نظام و مدیریت حقوق و دستمزد بخش عمومی باید مقتدرتر، ساختارمندتر و مستعدتر برای اداره یک امر کثیرالابعاد و چندوجهی و غامض همچون حقوق و دستمزد باشد. بنابراین لازم است ایجاد ساختاری قوی‌تر همچون «دفتر ملی مدیریت

حقوق و دستمزد» یا «مدیریت ملی حقوق و دستمزد» یا «کمیته عالی مدیریت جبران خدمت» در بردارنده: رأس راهبردی برای تصمیم‌گیری و قاعده‌گذاری و راهبری امر براساس دانش اقتصاد حقوق و دستمزد؛ سازمان کار کارشناسی برای بررسی، تحلیل، آینده‌نگاری و تصمیم‌سازی با درک و رعایت جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، مدیریتی، حقوقی و فنی موضوع و پشتیبانی علمی و تخصصی رأس راهبردی و بدنه پشتیبانی عمومی و اداری، در دستور کار قرار گیرد. شکل ۶ مشخصه‌ها و مؤلفه‌های مدل پیشنهادی را از دو منظر درون‌زا و زمینه‌ای به تصویر کشیده است.

شکل ۶. مشخصه‌ها و مؤلفه‌های جبران خدمت کارکنان در بخش دولتی ایران (مدل پیشنهادی)



مأخذ: همان.

## ۵. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

بررسی وضع کنونی جبران خدمت در بخش دولتی ایران و شناخت چالش‌های موجود، نشان از ضرورت اصلاح این نظام و درعین حال اتخاذ راهکارهای مناسب برای اصلاح سایر

نظام‌ها و نهادهای مؤثر بر این نظام دارد. تجربیات حاصله، تنوع نقش‌ها و مسئولیت‌های دولت در ایران، مطالعات تطبیقی و تجربه سایر کشورها نشان داد که طراحی یک نظام متمرکز پرداخت مبتنی بر روش رتبه‌بندی و طبقه‌بندی مشاغل، مناسب‌ترین روش برای نظام جبران خدمت در بخش دولتی ایران است. رعایت اقتضائات بنگاه‌های اقتصادی دولتی کشور و دستگاه‌های دارای مقررات خاص، تعیین حداقل معیشت برای همه کارکنان متناسب با هزینه‌های زندگی در مناطق مختلف جغرافیایی، تعیین حقوق شغل در سه سطح کارکنان تا مدیران حرفه‌ای، مدیران ارشد اجرایی و مقامات عالی‌رتبه کشور، تعیین سقف حقوق و مزایای دریافتی برای همه گروه‌های مختلف حقوق‌بگیر، وضع قواعد و معیارهای کنترل‌کننده برای به حداقل رساندن زمینه سوءاستفاده از گریزگاه‌ها و خلأهای قانونی، از جمله ویژگی‌های درون‌زای مدل پیشنهادی در مقایسه با وضعیت موجود است. مدل پیشنهادی، بحث و بررسی‌های مکرر با صاحب‌نظران حوزه علوم اجتماعی را می‌طلبد. در مدل پیشنهادی تلاش شد از قابلیت انطباق با منابع و توان مالی دولت برخوردار شود و درعین حال به اقتضائات دستگاه‌های اجرایی نظیر بنگاه‌های اقتصادی دولتی و دستگاه‌های نیازمند مقررات خاص نظیر وزارت اطلاعات، سازمان انرژی اتمی، وزارت امور خارجه و مؤسسه‌ها و مراکز پژوهشی و تحقیقاتی پاسخ دهد. محقق بر این عقیده است که اجرای مدل پیشنهادی می‌تواند تا حدود زیادی مشکلات حاکم بر نظام جبران خدمت در بخش دولتی ایران را حل کند. البته اجرای این مدل به پذیرش مشکلات وضع موجود، اراده سیاسی مسئولان در قوای سه‌گانه، مقاومت در برابر خواسته‌های دستگاه‌های اجرایی برای خروج از مدل پیشنهادی، محاسبه منابع مالی لازم از سوی سازمان اداری و استخدامی کشور و پذیرش بار مالی احتمالی در مقایسه با وضعیت موجود توسط قوه مجریه نیازمند است. اگرچه ممکن است مدل پیشنهادی به ظاهر واجد آثار مالی برای دولت در مقام مقایسه با وضعیت موجود باشد، اما از آنجاکه از بسیاری از پرداخت‌های بلاوجه که آثار آن در بودجه عمومی و هزینه‌های پرسنلی قابل‌ردیابی نیست جلوگیری می‌کند، در میان مدت حتی می‌تواند زمینه لازم برای کاهش هزینه‌های پرسنلی دولت را نیز موجب شود. از سوی دیگر ایجاد شفافیت، عدالت، تناسب و تعادل در پرداخت‌ها دارای

آثار مثبت انکارپذیری نظیر افزایش تعلق و تعهد سازمانی، ایجاد انگیزه و رضایت کارکنان، افزایش اعتماد کارکنان و مردم به دولت و حاکمیت است که با سنجه‌های کمی قابل اندازه‌گیری نیست، اما بدون شک در میان مدت می‌تواند موجب افزایش کارایی و اثربخشی در دستگاه‌های اجرایی کشور شود.

این تحقیق در فرایند انجام با محدودیت‌هایی مواجه شد که از جمله می‌توان به دشواری در دسترسی به اسناد و مدارک مرتبط با رویه‌های رسمی نظام جبران خدمت کارکنان در سایر کشورها و داده‌های معتبر در هشت کشور مورد مطالعه اشاره کرد. این مطالعه را می‌توان با مطالعات دیگری نظیر «بررسی ساختار و ماهیت نهاد تخصصی نظام‌های جبران خدمت در بخش دولتی ایران»، «امکان‌سنجی حساب متمرکز خزانه در ایران به منظور ایجاد زمینه لازم برای شفافیت در اطلاعات مربوط به پرداخت‌های بخش عمومی (دولتی) در زمینه حقوق و مزایا و نظارت نهاد‌های نظارتی و امکان کنترل اعتبارات کلیه دستگاه‌های اجرایی»، «تدوین الگویی برای مالیات‌ستانی از مجموع درآمد به منظور کاهش امکان بروز برخی فسادهای ناشی از فعالیت عوامل فعال در بخش عمومی از مسیرهای غیرمعارف» و «آسیب‌شناسی سازمان اداری و استخدامی، سازمان برنامه و بودجه، و سازمان حسابرسی از حیث ساختارهای حقوقی، مدیریتی و مالی» تکمیل کرد. امید است که پژوهش‌های مربوط به جبران خدمت در بخش دولتی ایران تداوم یابد.

## منابع و مآخذ

۱. آتش‌بار، توحید (۱۳۹۵). «قواعد کاربردی اصلاح مدیریت بخش عمومی در جهان (۱). مروری بر تجارب برخی کشورها در شفاف‌سازی پرداخت‌های بخش عمومی»، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۱۴۹۸۰.
۲. ابدالی، رقیه (۱۳۹۶). «طراحی الگویی برای آسیب‌شناسی سیستم‌های تشویقی در بخش دولتی»، رساله دکتری، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس تهران.
۳. ارسطو (۱۳۷۱). سیاست، تهران، انتشارات آموزش انقلاب اسلامی و شرکت سهامی.
۴. اعرابی، سیدمحمد (۱۳۸۰). «طراحی نظام پرداخت کارکنان دولت»، فصلنامه دانش مدیریت، دوره ۵۲.
۵. امامی، راضیه (۱۳۹۱). طراحی نظام ارزیابی سیاست‌های عمومی برای جمهوری اسلامی ایران، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه تهران.
۶. بست، جان (۱۳۸۴). روش‌های تحقیق در علوم تربیتی و رفتاری، ترجمه حسن‌پاشا شریفی و نرگس طالقانی، چاپ دهم، تهران، انتشارات رشد.
۷. بهشتی، سیدمحمد (۱۳۷۸). حق و باطل از دیدگاه قرآن، چاپ اول، تهران، نشر بقعه.
۸. پیله‌فروش، میثم (۱۳۹۶). نظریه‌های عدالت اقتصادی، چاپ اول، انتشارات حوزه علمیه خراسان.
۹. توسلی، حسین (۱۳۸۰). «فلسفه حق در اندیشه سیاسی آیت‌الله مطهری»، فصلنامه علوم سیاسی، سال چهارم، ش ۱۳.
۱۰. تیموری، هادی، آرش شاهین، علی شائمی برزکی، عبدالله کریمی (۱۳۹۷). «الگوی نظام جبران خدمات شایسته‌محور کارکنان»، نشریه مطالعات مدیریت بهبود و تحول، دوره ۲۷، ش ۹۰.
۱۱. جعفری، محمدتقی (۱۳۵۸). ترجمه و تفسیر نهج البلاغه، تهران، دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
۱۲. حیدری، مجتبی، سنجر سلاجقه، مسعود پورکیانی، سعید صیادی و افلاطون امیری (۱۳۹۶). «تبیین و طراحی یک الگوی مفهومی اثربخش نظام جبران خدمت در راستای سیاست‌های کلی نظام اداری»، نشریه مدیریت شهری، دوره ۱۶، ش ۴۸.
۱۳. خامنه‌ای، سیدمحمد (۱۳۷۴). ریشه‌ها و مفهوم عدالت در فقه و حقوق اسلام «عدالت در روابط بین‌الملل و بین‌ادیان از دیدگاه اندیشمندان مسلمان و مسیحی»، تهران، انتشارات بین‌المللی الهدی.
۱۴. خانه‌زایی، اسکندر (۱۳۹۲). «ارائه مدل مناسب نظام جبران از خدمات در راستای توسعه رضایت

شغلی کارکنان سازمان تأمین اجتماعی استان سیستان و بلوچستان»، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه سیستان و بلوچستان.

۱۵. خلیل نژاد، شهرام (۱۳۸۶). «انواع پرداخت‌های تشویقی»، ماهنامه تدبیر، ش ۱۸۲.

۱۶. دیوانین، فیونا (۱۳۸۴). تحلیل کیفی، در روش و نظریه در علوم سیاسی، ویراست دیوید مارش و جری استوکر، ترجمه امیرمحمد یوسفی، چاپ دوم، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی.

۱۷. رالز، جان (۱۳۹۳). نظریه‌ای در باب عدالت، ترجمه مرتضی نوری، تهران، نشر مرکز.

۱۸. رز، ریچارد (۱۳۹۰). سیاستگذاری عمومی مقایسه‌ای، ترجمه محمدرضا ملک محمدی، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی.

۱۹. رودس، آر، ای، دبلیو (۱۳۸۴). رهیافت نهادی در روش و نظریه در علوم سیاسی، ویراست دیوید مارش و جری استوکر، ترجمه امیرمحمد یوسفی، چاپ دوم، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی.

۲۰. سعادت، اسفندیار (۱۳۹۱). مدیریت منابع انسانی، چاپ هفتم، تهران، انتشارات سمت.

۲۱. سیدجوادین، سیدرضا (۱۳۷۸). «جبران خدمات»، نشریه دانش مدیریت، ش ۴۵.

۲۲. سیدجوادین، سیدرضا، جبار باباشاهی، مهدی افخمی اردکانی و محسن ابراهیمی (۱۳۹۰). «انعطاف‌پذیری سیستم‌های جبران خدمات؛ زمینه‌ساز ارتقای کارآفرینی»، تهران، فصلنامه علوم مدیریت ایران، دوره ۶، ش ۲۳.

۲۳. صائبی، محمد (۱۳۹۵). مدیریت نظام‌های حقوق و دستمزد، تهران، مؤسسه کتاب مهربان نشر.

۲۴. صراف، اخوان و مجید آراسته (۱۳۸۵). «آسیب‌شناسی نظام‌های مدیریت حقوق و دستمزد»، نشریه مدیریت، ش ۱۰۷ و ۱۰۸.

۲۵. طغیانی، مهدی (۱۳۸۱). «عدالت اجتماعی از دیدگاه متفکر شهید مرتضی مطهری»، مجله اندیشه صادق، ش ۶ و ۷.

۲۶. ظفری، عبدالواحد (۱۳۹۶). «شناسایی و اولویت‌بندی مؤلفه‌های جبران خدمات (مورد مطالعه بانک دی)»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه خوارزمی.

۲۷. عابدی جعفری، حسن، محمدسعید تسلیمی، ابوالحسن فقیهی و محمد شیخ‌زاده (۱۳۹۰). «تحلیل مضمون و شبکه مشامین: روشی ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده‌های کیفی»، نشریه اندیشه راهبردی (اندیشه مدیریت)، ش ۲.

۲۸. عباس پور، عباس (۱۳۹۷). مدیریت منابع انسانی پیشرفته: رویکردها، فرایندها و کارکردها، تهران، انتشارات سمت.

۲۹. عظمی، امجد (۱۳۹۵). «طراحی مدل جبران خدمات در سازمان‌های پروژه‌محور»، رساله دکتری دانشگاه خوارزمی، پردیس بین‌الملل.

۳۰. فراستخواه، مقصود (۱۳۸۷). «بررسی وضع موجود و مطلوب ارزیابی نظام علمی در ایران با تأکید بر بخش آموزش عالی»، سیاست علم و فناوری، ۱(۲).

۳۱. قانع، فرشته (۱۳۹۶). «آسیب‌شناسی نظام جبران خدمات بانک سامان»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد الکترونیکی.

۳۲. قائمی، امیررضا (۱۳۹۳). «طراحی یک سیستم جبران خدمت کارا برپایه استراتژی‌های سازمانی در شهرداری اصفهان»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مهندسی صنایع، دانشگاه صنعتی اصفهان.

۳۳. مالکی، محمدرضا، ابوالحسن فقیهی و ناصر میرسپاسی (۱۳۹۸). «نارسایی‌های جبران خدمت در بخش دولتی ایران»، فصلنامه علوم مدیریت ایران، ش ۵۴.

۳۴. مالکی، محمدرضا، حامد ناظمی و رضا زمانی (۱۳۹۵). «نکاتی پیرامون نظام پرداخت حقوق و مزایای مدیران در بخش عمومی»، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۱۴۹۹۳.

۳۵. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۸). «بررسی لایحه بودجه سال ۱۳۹۹ کل کشور، تحلیلی بر اعتبارات جبران خدمت کارکنان و رفاه اجتماعی»، شماره مسلسل ۱۶۷۹۸.

۳۶. ملکیان، مصطفی (۱۳۸۳). «اولویت فلسفه بر دموکراسی، نقدی بر مقاله «اولویت دموکراسی بر فلسفه»»، نوشته ریچارد روتی، فصلنامه ناقدی، ش ۳.

۳۷. موسوی، حسین (۱۳۸۹). عدالت اجتماعی از دیدگاه امام خمینی (ره)، تهران، پایگاه اطلاع‌رسانی و خبری جماران.

۳۸. میرسپاسی، ناصر (۱۳۹۶). مدیریت استراتژیک منابع انسانی و روابط کار (با نگرشی به روند جهانی شدن آمیخته مدیریت منابع انسانی)، چاپ چهل و سوم، تهران، انتشارات میر.

۳۹. نوری، سیامک و پیام بختیاری (۱۳۹۰). آسیب‌شناسی سیستم جبران خدمت کارکنان (حقوق و مزایا): مطالعه موردی یک سازمان دولتی در ایران (وزارت بازرگانی)، دانشگاه علم و صنعت ایران.

40. Abdelhamid, D. and L.E. Baradei (2010). "Reforming the Pay System for



- Government Employees in Egypt", *Internationa Public Management Review*, Vol.11, No. 3.
41. Adamchik, V.A. and A.S. Bedi (2000). "Wage Differentials between the Public and the Private Sectors: Evidence from an Economy in Transition", [https://doi.org/10.1016/S0927-5371\(99\)00030-5](https://doi.org/10.1016/S0927-5371(99)00030-5).
42. Armstrong, M., A. Cummins, S. Hastings and Willie J. Wood (2003). *Evaluation: a Guide to Achieving Equal Pay*, Kogan Pag, London and Sterling, VA.
43. Bertok, J. (2002). "Public Sector Transparency and Accountability: Making it Happen", OECD.
44. Braun, V. and V. Clarke (2006). "Using Thematic Analysis in Psychology", *Qualitative Research in Psychology*, 3 (2).
45. Bruijn, H. (2007). *Managing Performance in the Public Sector*, Routledge, London and New York, 2nd Edition.
46. Bruni, P. (2017). "The Regulation of Executive Pay in the Public and Semi-public Sector Across the European Union, European Institute of Public Administration", [https://www.eipa.eu/wpcontent/uploads/2017/10/Paola\\_Bruni\\_Regulation\\_Executive\\_Pay\\_EU.pdf](https://www.eipa.eu/wpcontent/uploads/2017/10/Paola_Bruni_Regulation_Executive_Pay_EU.pdf)
47. Cardona, L. (2007). "Performance Related Pay in the Public Service in OECD and EU Member States", SIGMA Support for Improvement in Governance and Management, <http://www.sigmaweb.org/publications/38690351.pdf>
48. Christofides, L.N. and P. Pashardes (2002). "Self/Paid-employment, Public/Private Sector Selection and Wage Differentials", [https://doi.org/10.1016/S0927-5371\(02\)00103-3](https://doi.org/10.1016/S0927-5371(02)00103-3).
49. Goldfinch, F. Shaun and L. Joe Wallis (2009). *International Handbook of Public Management Reform*, Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham, UK Northampton, MA, USA.

50. Heitmueller, A. (2006). "Public-private Sector Pay Differentials in a Devolved Scotland", <https://doi.org/10.1080/15140326.2006.12040649>.
51. Hellriegel, D., J.W. Slocum, S.E. Jackson, L. Associates Louw (2012). *Management: Fourth South African Edition*, Oxford, UK: Oxford University Press.
52. Heneman, R.L. (1992). *Merit Pay: Linking Pay Increases to Performance Ratings (Addison-wesley Series on Managing Human Resources)*, Reading, MA, US: Addison-wesley/Addison Wesley Longman.
53. <http://www.usatoday.com/story/news/politics/2014/05/04/federal-employee-bonuses/8708305/>
54. <https://www.un.org/ecosoc/en/home>
55. <https://www.gov.uk/government/news/pay-transparency-in-the-public-sector>
56. [https://www.gov.sg/~/sgpcmedia/media\\_releases/pmo-sd/press\\_release/P-20180301-1/attachment](https://www.gov.sg/~/sgpcmedia/media_releases/pmo-sd/press_release/P-20180301-1/attachment).
57. <https://timep.org/commentary/analysis/radical-maximum-wage-in-egypt-who-pays-the-bill/>
58. <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/eropa/unpan016238.pdf>
59. <https://www.instituteforgovernment.org.uk/explainers/grade-structures-civil-service>
60. <https://www.statista.com/statistics/285150/average-uk-civil-service-salary-by-responsibility-level-and-gender/>
61. <http://eur.fa.xeconvert.com/usd>
62. <https://data.worldbank.org/indicator/PA.NUS.PPPC.RF>
63. <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A31710-2004May16.html>
64. IMF (2016). "Case Studies on Managing Government Compensation and Employment: Institution, Policies, and Reform Challenges", <https://www.imf.org/en/Publications/Policy-Papers/Issues/2016/12/31/PP5043>.
65. Koss, S. (2008). *Solving Compensation Puzzle*, Society for Human Resource Management.

66. Mahuteau, S. (2017). *Public-private Sector Wage Differentials in Australia*, IZA (Institute of Labor Economics), <http://ftp.iza.org/dp10719.pdf>.
67. Mergel, I. (2012). *Social Media in the Public Sector: A Guide to Participation, Collaboration and Transparency in the Networked World*, John Wiley and Sons.
68. National Public Service Act (Act No.120 of October 21, 1947 as amended up to Act No.42 of 2012), at available: [/wipolex.wipo.int/en/text/338221](http://wipolex.wipo.int/en/text/338221)
69. Newzeland Government (2017). "Senior Pay Report, Including Chief Executive Remuneration Disclosure".
70. Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD) (2005). "Performance-related Pay Policies for Government Employees", <http://www.oecd.org/mena/governance/37497581.pdf>.
71. Public Sector Employer Council Secretariat (2019). "B.C. Public Sector Executive Compensation Disclosure Guidelines".
72. Pynes, J.E. (2009). *Human Resources Management for Public and Nonprofit Organizations*, Jossey – Bass, 3th Edition.
73. Suk Kim, Pan (2014). "Performance Appraisal and Performance-Related Pay in Government: The Case of South Korea", *International Journal of Civil Service Reform and Practice*, No. 2.
74. World Bank (2014). "Pay Flexibility and Government Performance a Multicountry Study", <https://www.worldbank.org>.



# دست‌کاری قیمت در بازار کالا از طریق گران‌فروشی از نگاه فقه و حقوق کیفری

سیدحسین آل‌طلاها،\* حسین آقایی جنت‌مکان\*\* و عارف بشیری\*\*\*

نوع مقاله: پژوهشی	تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۰/۹	تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۳/۳۱	شماره صفحه: ۳۰۸-۲۸۵
-------------------	-------------------------	------------------------	---------------------

ضعف سازوکارهای قانونی، گاه وضعیتی را فراهم می‌کند که برخی بنگاه‌ها با سوءاستفاده از موقعیت اقتصادی و سلطه بر بازار، قیمت محصولی را افزایش داده و با ایجاد تورم کاذب در بازار یک کالا، به سودهای هنگفت و ناعادلانه‌ای دست یابند که این عمل را می‌توان دست‌کاری قیمت در بازار کالا تعبیر کرد. با وجود اینکه جرم دست‌کاری قیمت، در بازار سهام تحت عنوان «دست‌کاری بازار اوراق بهادار» دارای وصف مجرمانه بوده، اما برای این عنوان در بازار کالا، هیچگونه تعریفی ارائه نشده و حتی می‌توان گفت این اصطلاح در علم حقوق همچنان ناشناخته باقی مانده است. در این مقاله با روش توصیفی - تحلیلی، ضمن ارزیابی شاخص‌های اساسی در تغییر قیمت یک کالا، امکان‌سنجی دست‌کاری قیمت در بازارهای مختلف مورد بررسی قرار گرفته و پس از ارزیابی عناصر تشکیل‌دهنده جرم دست‌کاری قیمت، نتایج نشان می‌دهد گران‌فروشی، در صورتی موجب دست‌کاری قیمت کالا می‌شود که سبب بی‌تعادلی در بازار شده و سود حاصل از این افزایش نرخ، به صورت نامتعارف و ناعادلانه به دست آید. به علاوه براساس بند «ط» فصل نهم از قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل (۴۴) قانون اساسی، این رویداد زمانی اتفاق می‌افتد که اولاً، معامل از وضعیت اقتصادی مسلط برخوردار باشد؛ ثانیاً، قیمت مورد بحث با معدل هزینه‌های تولید یا اجرا به علاوه سود متناسب، تفاوت بسیار داشته باشد.

**کلیدواژه‌ها:** دست‌کاری بازار کالا؛ تعادل بازار؛ بازار انحصاری؛ رقابت کامل؛ نجش

---

\* استادیار دانشکده الهیات و معارف اسلامی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران (نویسنده مسئول)؛

Email: shaltaha@scu.ac.ir

\*\* دانشیار دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران؛

Email: h.aghaei@scu.ac.ir

\*\*\* دانش‌آموخته دکتری فقه و مبانی حقوق اسلامی، دانشکده الهیات و معارف اسلامی، دانشگاه مازندران، بابل، ایران؛

Email: arefbashiri@yahoo.com

## مقدمه

به طور کلی در یک اقتصاد سالم، عامل قیمت، انعکاسی از کیفیت و ارزش کالا است و مصرف‌کنندگان برای کالاها و خدمات مطلوب خود بهای آن را پرداخت می‌کنند. در اقتصاد بازار رقابتی که امروزه نظام اقتصاد جهانی به آن سوق پیدا کرده و دولت‌ها بیشتر به دنبال اعمال وظایف حاکمیتی از قبیل نظارت و کنترل هستند، عمدتاً نظام عرضه و تقاضا تعیین‌کننده قیمت هر کالا یا خدمت است، ولی در اقتصادی که تعادل در عرضه و تقاضا نداشته باشد یا شرایط رقابتی در آن حکمفرما نباشد، قیمت کالاها و خدمات می‌تواند غیر واقعی شده و نارضایتی مصرف‌کنندگان را در پی داشته باشد.<sup>۱</sup>

به رغم آنکه جرم دست‌کاری قیمت، در بازار سهام تحت عنوان «دست‌کاری بازار اوراق بهادار» دارای وصف مجرمانه بوده و مشمول ماده (۴۷) قانون بازار اوراق بهادار جمهوری اسلامی ایران است اما برای عنوان دست‌کاری قیمت در بازار کالا، در قانون هیچگونه تعریف روشنی ارائه نشده و حتی می‌توان گفت این اصطلاح در علم حقوق همچنان ناشناخته باقی مانده است. ضعف سازوکارهای قانونی، گاه شرایطی را ایجاد می‌کند که برخی بنگاه‌ها با سوءاستفاده از موقعیت اقتصادی و سلطه بر بازار، قیمت یک محصول را افزایش داده و با ایجاد تورم کاذب در بازار یک کالا، به سودهای هنگفت و ناعادلانه‌ای دست می‌یابند. با توجه به نگاه قانونگذار در حقوق رقابت که بر محور دفاع از حقوق گروه‌های مختلف اقتصادی، تنظیم بازار و تعزیر بزهکار است، توجه به دست‌کاری «قیمت» که یکی از متغیرهای مهم اقتصادی است و بسیاری از تصمیم‌های خرید براساس آن شکل می‌گیرد، از ضروری‌ترین بایدهای حقوقی در حوزه اقتصاد و بازار است.

با بررسی قوانین ایران، می‌توان موادی را یافت که به اشکال مختلف دست‌کاری قیمت در بازار کالا را توجه داشته است. شکل نخست دست‌کاری قیمت کالا - که به صورت افزایش در نرخ کالا است و مسئله پژوهش روی این قسم متمرکز است - تحت عنوان «گران‌فروشی» در قانون نظام صنفی کشور، مورد توجه مقنن قرار گرفته و شکل دوم دست‌کاری قیمت

۱. دستورالعمل نرخ‌گذاری کالاها و خدمات صنفی، ابلاغیه شماره ۱۶۸۷۳۹/۶۰، مورخ ۱۳۹۱/۰۷/۰۱، مرکز امور اصناف و بازرگانان ایران.

کالا، به صورت پایین کشیدن نرخ کالا انجام می‌گیرد که از آن به «قیمت‌گذاری تهاجمی» تعبیر می‌شود و در فصل نهم از قانون اصلاح موادی از قانون برنامه چهارم توسعه در راستای اجرای سیاست‌های کلی اصل (۴۴) قانون اساسی مورد توجه قرار گرفته است. بررسی دست‌کاری قیمت به روش قیمت‌گذاری تهاجمی به پژوهش جداگانه‌ای نیازمند است و در این مختصر، سعی بر آن است تا دست‌کاری قیمت از راه گران‌فروشی، مورد تحلیل و بررسی قرار گیرد. مواردی از قبیل امکان‌سنجی بازارهای مختلف در قدرت‌بخشی به بنگاه‌ها در امر قیمت‌گذاری، ارائه تعریفی روشن از ماهیت جرم دست‌کاری قیمت در بازار کالا، تحلیل عناصر تشکیل دهنده جرم دست‌کاری قیمت در بازار کالا و نیز بررسی آن در فقه اسلامی، از اصلی‌ترین محورهایی است که تحلیل مسئله پژوهش، بر بررسی آنها استوار است.

## ۱. پیشینه قانونگذاری

دست‌کاری بازار برای اولین بار در قانون مجازات عمومی سال ۱۳۰۴ جرم‌انگاری شد. ماده (۲۴۲) این قانون که در فصل یازدهم و ذیل عنوان «دسیسه و تقلب در کسب و تجارت» قرار داشت مقرر کرده بود:

«کسی که به واسطه اشاعه مجعولات یا اعلانات بی‌اصل و مجعول یا گران خریدن اجناس زیاده بر نرخ معین نزد فروشندگان یا به واسطه مواضعه و اتفاق بین مالکین قیمت اجناس و امتعه یا بروات و سهام و امثال آن را زیاده بر نرخ عادلانه ترقی یا تنزل دهد به حبس تأدیبی از دو ماه تا یک سال و به تأدیه غرامت از سی الی سیصد تومان یا به یکی از دو مجازات محکوم خواهد شد. اگر اقدامات مذکوره نسبت به غلات و ارزاق و اشیاء ضروری عمومی باشد ضعف مجازات مزبور مجری خواهد شد.»

ممنوعیت مقرر در این ماده عمومیت داشت و علاوه بر دست‌کاری قیمت اوراق بهادار، دست‌کاری در قیمت کالا را هم شامل می‌شد (قربانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۳۵۹). حکم مقرر در این ماده با اندک تغییراتی در ماده (۱۲۰) قانون مجازات اسلامی (تعزیرات) مصوب ۱۸ مرداد ۱۳۶۲ تکرار شد، ماده (۱۲۰) این قانون مقرر می‌دارد: «کسی که به واسطه اشاعه مجعولات یا اعلانات بی‌اصل یا خریدن اجناس گران‌تر از نرخ معین نزد فروشندگان یا

به واسطه مواضعه و اتفاق بین مالکان یا فروشندگان قیمت اجناس و امتعه یا بروات و سهام و امثال آن را زیاده بر نرخ عادلانه ترقی یا تنزل دهد به حبس از سه ماه تا یک سال و تا ۷۴ ضربه شلاق محکوم خواهد شد».

چنانکه ملاحظه می‌شود تفاوت دو ماده صرفاً در میزان مجازات است. قانون مجازات اسلامی (تعزیرات) ازسوی کمیسیون امور حقوقی و قضایی مجلس شورای اسلامی به صورت موقت تصویب شده و مدت اعتبار آن پنج سال از تاریخ تصویب بود، اما پس از انقضای مدت این قانون در تاریخ دوم خرداد ۱۳۷۵، در ۲۳۲ ماده ازسوی مجلس تصویب و به قانون دائمی تبدیل شد (اردبیلی، ۱۳۸۲: ۱۳۴).

بنابراین از تاریخ انقضای مدت قانون مجازات اسلامی بخش تعزیرات ۱۳۶۲ تا زمان اجرایی شدن قانون بازار اوراق بهادار جمهوری اسلامی ایران، دستکاری بازار اوراق بهادار وصف مجرمانه نداشت. برای جبران این نقیصه ماده (۴۶) این قانون، دوباره دستکاری بازار اوراق بهادار را جرم‌انگاری کرد، ولی این قانون برخلاف قوانین سابق، تنها برای دستکاری بازار اوراق بهادار کیفر تعیین کرده و در مورد دستکاری قیمت کالا ساکت است. در حال حاضر چنانچه عبارت دستکاری بازار بدون قید و به صورت مطلق استفاده شود، منظور از آن، دستکاری بازار اوراق بهادار است و اگر دستکاری در بازارهای دیگر مورد نظر باشد باید نوع بازار در کنار عبارت قید شود (قربانی و باقری، ۱۳۸۹: ۳۶۰).

با وجود اینکه جرم دستکاری بازار در ماهیت، از جرائم مختص بازار سرمایه یا اوراق بهادار نیست و کاملاً مبرهن است که هر بازاری از جمله بازار کالا و خدمات نیز ممکن است با اقدام‌های متقلبانه دستکاری شود، اما به این معنا نیست که با الغای خصوصیت از ماده (۴۶) قانون بازار اوراق بهادار، بتوان دستکاری قیمت بازار کالا را بر حکم ماده مذکور تعمیم داد. بنابراین باید برای منع این عمل، در صورت وجود شرایط، به دیگر مواد قانونی استناد شود.

## ۲. تحقیق در مفهوم دستکاری قیمت کالا

قیمت طبیعی یک کالا دایرمدار جریان طبیعی و شرایط عادی از قبیل زیادی و کمی کالا،



میزان تقاضا یا کاهش آن، هزینه‌های تولید، توزیع، ویژگی‌ها و مخارج طبیعی کالاست (موسوی بجنوردی و مهدویان کرانی، ۱۳۹۴: ۶۷). هنگامی که در بازار محصول، عرضه و تقاضا دچار نوسان شود، قیمت محصول نیز دچار نوسان می‌شود و در صورتی که این نوسان به شکل صعودی باشد، ممکن است سقف قیمت کالا به شکل غیرمنتظره و کاذبی افزایش یابد که از آن با عنوان «تورم کاذب» نیز یاد می‌شود (Schiff, 2013: 2). عوامل بسیاری می‌توانند سبب دست‌کاری قیمت محصولات تولیدی در بازار شود که یکی از مرسوم‌ترین آنها بالا بردن قیمت روی محصول یا گران‌فروشی است. گران‌فروشی در صورتی موجب دست‌کاری قیمت کالا می‌شود که این افزایش قیمت، نه تنها در محصولات آن بنگاه، بلکه در کل بازار محصول تأثیر گذاشته و موجب بالا رفتن نرخ کالا و دستیابی به سود ناعادلانه شود.

مهم‌ترین مؤلفه در قدرت قیمت‌گذاری کالا و محصولات، «بازارها» و شناخت ویژگی‌های آنها به‌عنوان بستر اعمال سیاست‌های اقتصادی و تعادل در نظام عرضه و تقاضاست. برای اینکه دست‌کاری قیمت اجناسی که در بازار کالا وجود دارد محقق شود، باید بازار به سمت ویژگی انحصاری بودن پیش برود و این وضعیت، برای هر بنگاهی که آن را تصاحب کند، به معنای افزایش سود، فاصله گرفتن از هزینه‌های تولید و کنترل بیشتر عرضه و تقاضا در بازار است (Bresnahan and Reiss, 1990: 535).

در ادامه اقسام بازار و قدرت تأثیرگذاری آنها بر قیمت‌گذاری اجناس بازار مورد بررسی قرار می‌گیرد، ولی قبل از تبیین اقسام بازار، این نکته را باید یادآور شد که در فصل نهم از قانون اصلاح موادی از قانون برنامه چهارم توسعه در راستای اجرای سیاست‌های کلی اصل (۴۴) قانون اساسی با عنوان «تسهیل رقابت و منع انحصار»، بنگاه‌های اقتصادی از هرگونه قیمت‌گذاری غیرقانونی ممنوع شده‌اند. تمرکز مواد قانونی این فصل، به منع انحصار و هرگونه اقدام در جهت ایراد خسارت به گروه‌های مختلف بازار از جمله بنگاه‌های تولیدی، مصرف‌کننده و مجموعه نظام عرضه و تقاضاست. با بررسی این فصل قانونی که اقسام شیوه‌های دست‌کاری قیمت را احصا کرده است معلوم می‌شود که گویی مقنن ریشه دست‌کاری قیمت در بازار کالا را در هرگونه انحصارطلبی و بازارهای انحصاری دانسته است. از این منظر، رویی تحلیل قانونگذار در شناسایی اقسام و ویژگی‌های بازار مستلزم ارزیابی و تحلیل است.

### ۳. ارزیابی دست‌کاری قیمت در بازارهای کالا

بازارها به اعتبارهای مختلف، تقسیم‌بندی‌های متنوعی دارند. از لحاظ امکان دست‌کاری قیمت از سوی اصناف و فروشندگان، می‌توان بازار را به «بازارهای انحصاری» و «بازار رقابتی» تقسیم‌بندی کرد.

#### ۳-۱. بازار رقابت کامل

بازار رقابت کامل را از دو جهت اقتصادی و حقوقی می‌توان مورد بررسی قرار داد.

##### ۳-۱-۱. تحلیل اقتصادی بازار رقابت کامل

در بازار رقابتی، تعداد عرضه‌کننده و تقاضاکننده کالا زیاد است. زیاد به این مفهوم است که هیچ عرضه‌کننده یا تقاضاکننده‌ای به تنهایی نمی‌تواند بر قیمت‌های بازار تأثیر گذارد. به عبارت دیگر عرضه‌کننده و تقاضاکننده «قیمت‌پذیر»<sup>۱</sup> هستند و برای بنگاه‌ها و تقاضاکنندگان، شفافیت کافی نسبت به کالاهای همگن - که حاکم بر این بازار است - وجود داشته و اطلاعات نسبت به کالاها کامل است یعنی عرضه‌کنندگان و تقاضاکنندگان در مورد وضعیت قیمت‌ها اطلاعات کامل دارند (نظری، ۱۳۸۷: ۲۰۰). مانند محصولات کشاورزی نظیر گندم، و ... که همگی از کالاهای همگن هستند و رفتار و پاسخ مشتریان نسبت به آن محصولات، مشخص، یکسان و مشابه است.

از نگاه اقتصاددانان در حوزه بازارهای رقابتی و کالاهای همگن، با توجه به اینکه برای هر محصول، سقف قیمت تعیین شده است، امکان دست‌کاری قیمت از سوی بنگاه‌ها وجود ندارد؛ زیرا به هر میزانی که تعداد عرضه‌کننده یک محصول در بازار کالا و اصناف بیشتر باشد، بازار به سمت رقابتی بودن متمایل شده و امکان دست‌کاری قیمت مشکل‌تر و ناممکن می‌شود و چنانچه هر بنگاه تولیدی بخواهد قیمت کالایی را افزایش دهد، خریداران می‌توانند همان کالا را از سایر بنگاه‌ها خریداری کنند (کیان‌پور و رضایی‌ازندریانی، ۱۳۹۸: ۲۵). درحقیقت در

---

1. Price Taker

این نوع بازار، سهم هر تولیدکننده از تولید آن کالای خاص اندک است و مثلاً یک تولیدکننده درصد بالایی از سهم بازار را در اختیار ندارد. در نتیجه هیچ تولیدکننده‌ای نمی‌تواند با استفاده از کم و زیاد کردن تولیدش روی قیمت بازار تأثیر گذارد. اگر تولیدکننده‌ای کالای خود را با قیمتی بالاتر از قیمت بازار ارائه کند، خریداری نخواهد داشت و اگر با قیمتی پایین‌تر ارائه کند، تمام کالایش به سرعت فروش خواهد رفت (نمازی، ۱۳۸۴: ۶۳). قیمت در بازار رقابت کامل هرگز در درازمدت نمی‌تواند بالاتر یا پایین‌تر از حداقل هزینه متوسط تولید باشد. هرگاه قیمت بالاتر از هزینه متوسط تولید قرار بگیرد به علت آنکه سود در این بازار زیاد می‌شود، سایر تولیدکنندگان از بازارهای دیگر وارد این بازار می‌شوند و ورود عوامل تولید به این بازار تا جایی ادامه می‌یابد که در نهایت به سبب افزایش عرضه، قیمت کاهش یافته و به اندازه حداقل هزینه‌های متوسط تولید می‌رسد (غلامی، ۱۳۸۸: ۱۳۲).

این معادلات در حوزه اقتصاد و بازار به‌عنوان روند طبیعی نظام عرضه و تقاضا به آن نگریسته می‌شود که در منتهی نتیجه مطلوب یعنی تعادل اقتصادی را به‌همراه دارد اما در سطح قانونگذاری این نگاه با عدم اغماض همراه است و به این دلیل که نگاه قانونگذار در حقوق رقابت، بر دفاع از حقوق مصرف‌کننده، تولیدکننده، تنظیم بازار و تعزیر بزهکار معطوف است. بنابراین در تحلیل حقوقی این مقوله به‌عنوان نوعی سندرم و تخلف به آن نگاه می‌شود که ضروری است با آن مقابله شود.

### ۲-۱-۳. تحلیل حقوقی دست‌کاری قیمت در بازار رقابت کامل

همان‌طور که بیان شد در بازار رقابتی با افزایش قیمت کالا و محصولات، بنگاه‌های تولیدی قادر نخواهند بود در ایجاد اخلال در بازار تأثیر بسزایی ایفا کنند و بلکه افزایش قیمت کالا در این سطح، تنها به‌عنوان جرمی تجاری قلمداد می‌شود که بنگاه تولیدی با دست‌کاری کردن قیمت محصولات خود و فروش به بهایی بیش از نرخ‌های تعیین شده توسط مراجع قانونی، سبب متضرر شدن مشتریان خود می‌شود. در تحلیل حقوقی، این سازوکار به بزه «گران‌فروشی» مربوط است. در ماده (۵۷) قانون نظام صنفی کشور مصوب ۱۳۹۲/۰۶/۱۲ در تعریف گران‌فروشی آمده است: «گران‌فروشی عبارت است از عرضه یا فروش کالا یا ارائه

خدمت به بهایی بیش از نرخ‌های تعیین شده به وسیله مراجع قانونی ذی ربط، عدم اجرای مقررات و ضوابط قیمت‌گذاری و انجام دادن هر نوع عملی که منجر به افزایش بهای کالا یا خدمت به زیان خریدار گردد».

با توجه به صدر این ماده، جرم گران‌فروشی به کالاهایی مربوط و محدود شده است که نهادهای قانونی نرخ‌گذاری کرده‌اند. مقنن عرضه یا فروش کالا یا ارائه خدمات به بهایی بیش از قیمت‌های مصوب توسط مراجع قانونی را تحت عنوان جرم مذکور تعریف کرده است. مستفاد از این ماده، افزایش قیمت کالاهایی که توسط نهادهای قانونی، قیمت‌گذاری شده و دارای قیمت روی محصول هستند، مشمول جرم گران‌فروشی است. اما ذیل ماده به صورت قاعده کلی، انجام دادن هر نوع عملی که به افزایش بهای کالا یا خدمت به زیان خریدار منجر شود را هم مشمول جرم گران‌فروشی دانسته است. با دقت در این عبارت چنین فهمیده می‌شود که مقنن تحقق جرم را منوط به حصول نتیجه مجرمانه دانسته و آن را در حکم گران‌فروشی قلمداد کرده است و حال آنکه گران‌فروشی، جرمی مطلق است. به بیانی دیگر عبارت «انجام دادن هر نوع عملی که منجر به افزایش بهای کالا یا خدمت به زیان خریدار گردد» اعم از این است که سبب گران‌فروشی شود یا خیر؛ کم‌اینکه عکس قضیه نیز صادق است و هر گران‌فروشی هم منتهی به دست‌کاری قیمت در بازار کالا نمی‌شود. از این عبارت مشخص می‌شود که قانونگذار عرضه کالا با قیمت گران را هم در حکم گران‌فروشی برشمرده است.

واضح است که چنانچه سیاق ذیل ماده بر دست‌کاری قیمت در بازار کالا که جرمی مقید است دلالت کند در این صورت تناقضی در صدر و ذیل ماده مشاهده می‌شود. اما به نظر می‌رسد مقصود از این عبارت، انجام دادن هر نوع عملی است که بهای کالاهای خود بنگاه‌دار افزایش یابد نه افزایش در قیمت کالاهای موجود در بازار. برای مثال، «نجش» نیز یکی از اعمالی است که به افزایش بهای کالا یا خدمت منجر می‌شود که یک بنگاه می‌تواند از آن طریق، به افزایش قیمت کالاهای خود مبادرت ورزد. نجش - همان‌طور که در صفحات آتی توضیح آن خواهد آمد - یک نوع اقدام متقلبانه است که فروشنده انجام می‌دهد. بنابراین از آنجایی که گران‌فروشی جرمی مطلق است، قانونگذار هرگونه افزایش قیمت را هم

در حکم گران‌فروشی قلمداد کرده است هرچند فروشنده صرفاً در مرحله عرضه کالا باشد. به عبارتی، با توجه به اینکه از لحاظ عنصر معنوی، جرم گران‌فروشی از جرائم مطلق است، بنابراین قصد عام و خاص در عنصر مادی گران‌فروشی مستتر است و حالت مفروض دارد، بنابراین نیازی به احراز آن نیست.

از مجموع این تحلیل دو نتیجه محرز می‌شود:

نخست؛ اینکه در بازار رقابت کامل، دست‌کاری محقق نمی‌شود چون کالاها همگن هستند و در صورت افزایش قیمت توسط تولیدکننده، خریدار به بنگاه دیگر مراجعه می‌کند. بنابراین اقدام بنگاه تولیدی در بازار رقابتی، محدود به بزه «گران‌فروشی» و نهایتاً به عنوان جرمی تجاری در نظر گرفته می‌شود که با فروش به قیمتی بیش از نرخ‌های تعیین شده از سوی مراجع قانونی، مرتکب گران‌فروشی و سبب متضرر شدن مشتریان خود شده است. دوم؛ اثر فقهی گران‌فروشی - یعنی ضمان و مسئولیت مدنی - که منشأ آن، ضرری است که به مشتری وارد می‌کند.

### ۳-۲. بازارهای انحصاری

به منظور تحلیل مسئله، ضروری است که بازارهای انحصاری نیز همچون بازار رقابت کامل، از دو جهت اقتصادی و حقوقی مورد بررسی قرار گیرند.

#### ۳-۲-۱. تحلیل اقتصادی بازارهای انحصاری

در تحلیل اقتصادی بازارهای انحصاری، این نکته را باید در نظر گرفت که این بازارها، به دو قسم تقسیم می‌شوند:

##### ۳-۲-۱-۱. بازار انحصار کامل

در این بازار تنها یک عرضه‌کننده وجود دارد و برای کالای تولیدی بنگاه نیز جانشین نزدیکی وجود ندارد. برای مثال شرکت دخانیات، تنها عرضه‌کننده سیگار در کشور است، پس بازار سیگار در انحصار فروش آن است. در بازار انحصاری، برای کالاهای همگن فقط یک فروشنده

وجود دارد و قیمتی برای فروش کالا تعیین شده است که ورود برای سایر واحدهای تولیدی به بازار سودآور نیست یا واحد تولیدی موجود عرضه و فروش مواد اولیه برای تولید کالا را کنترل می‌کند. گاه نیز با روش تولید و تکنولوژی لازم برای تولید، کالا را در انحصار خود درمی‌آورد (نظری، ۱۳۸۷: ۲۳۹). همچنین گاهی از طرف دولت اجازه تولید انحصاری کالا را داشته یا با مقررات بازرگانی و دولت از واحد تولیدی حمایت می‌شود. در این بازار واحد تولیدی انحصارگر در خصوص قیمت کالا و رابطه میزان تولید کالا دو نوع تصمیم‌گیری اتخاذ می‌کند: اول آنکه می‌تواند قیمت کالای تولید شده را تعیین کند و تعیین مقدار فروش براساس این قیمت را برای حداکثر سود به عهده تابع تقاضای بازار بگذارد. دوم آنکه می‌تواند مقدار فروش را تعیین کند و اجازه دهد تابع تقاضای بازار قیمتی را تعیین کند که به ازای آن سود تولیدکننده به حداکثر برسد. انحصارگر که صاحب بازار انحصاری است زمانی بازار را در حالت تعادل می‌داند که حداکثر سود را در کوتاه مدت به دست آورد. کسب حداکثر سود متوسط انحصارگر زمانی عملی می‌شود که بتواند میزان تولید را انتخاب کند که به ازای آن تابع درآمد نهایی مساوی با قیمت حداکثر سود است (راعی و پویان فر، ۱۳۹۱: ۱۵۴).

اگر در بازار رقابتی به علت تعدد تولیدکنندگان و خریداران کسی قدرت قیمت‌گذاری نداشت و همه گیرنده قیمت بودند، در بازار انحصار کامل، تولیدکننده قدرت بالایی برای قیمت‌گذاری دارد. قدرت قیمت‌گذاری بنگاه انحصاری باعث می‌شود تا بتواند قیمت محصول خود را بالاتر از سطح هزینه نهایی قرار دهد. به عبارت دیگر بنگاه انحصاری قیمت کالای خود را بالاتر از هزینه تمام شده آن و منفعتی که می‌توانست در بازارهای دیگر به دست آورد، قرار می‌دهد. در این بازار، هرچه جانشین‌های کالایی که بنگاه انحصاری عرضه می‌کند کمتر باشد، قدرت انحصاری انحصارگر بیشتر است و امکان دست‌کاری قیمت برای او مهیاتر می‌شود. به عنوان مثال شرکت برق، تنها فروشنده برق در کشور و شرکت اتوبوسرانی در تهران نیز تنها عرضه‌کننده خدمات حمل‌ونقل مسافر با اتوبوس در تهران است؛ یعنی هر دو انحصارگر هستند ولی قدرت انحصاری آنها برابر نیست. شرکت برق، قدرت انحصاری بیشتری دارد؛ زیرا جانشین‌های برق بسیار کم و ضعیف هستند. اگر شرکت برق، قیمت برق را افزایش دهد، مصرف‌کنندگان، تقاضای خود را نمی‌توانند خیلی کاهش دهند، ولی حمل‌ونقل

به‌وسیله تاکسی، مترو، موتور، دوچرخه، پیاده و ... جانشین خدمات حمل‌ونقل اتوبوس است. در صورت افزایش قیمت بلیت اتوبوس، مصرف‌کنندگان به استفاده از جانشین‌های اتوبوس ترغیب می‌شوند و تقاضای آن، کاهش می‌یابد (نظری، ۱۳۸۷: ۲۳۷).

### ۲-۱-۲-۳. بازار رقابت انحصاری

ویژگی‌های بلندمدت یک بازار رقابت انحصاری تقریباً شبیه بازار رقابت کامل است از این نظر که بنگاه‌ها باید قیمت‌هایی را تعیین کنند که بتوانند مشتریان بیشتری را جذب کنند؛ زیرا در غیر این صورت مشتریان به کالاهایی با کیفیت مشابه یا پایین‌تر، اما ارزان قیمت‌تر مراجعه می‌کنند. اما تفاوتی که بین این دو وجود دارد این است که در بازار رقابت انحصاری، کالاها غیرهمگن بوده و کاملاً جانشین هم نیستند و از نظر کیفیت یا بسته‌بندی نیز با یکدیگر متفاوتند (مکنیو، ۱۳۹۱: ۱۳۸). در بازار رقابت انحصاری تعداد تولیدکننده‌ها و مصرف‌کننده‌ها زیاد است، به طوری که هیچ‌کدام توانایی کنترل کامل قیمت بازار را ندارند اما می‌توان گفت بنگاه‌های تولیدی هرکدام مقداری کنترل بر قیمت بازار دارند. اگر بنگاهی حق انحصاری فروش محصولی خاص را داشته باشد، ممکن است بتواند بدون از دست دادن تمام مشتریان قیمت را بالا ببرد. هرچقدر یک بنگاه بتواند محصولش را از سایر بنگاه‌ها متمایز کند، قدرت قیمت‌گذاری صعودی بیشتری دارد؛ مثلاً در صنعت پوشاک تعدادی شرکت محصولات مشابه ولی نه یکسان تولید می‌کنند، هر محصول مشتریان خاص خود را دارد بنابراین سهم جداگانه‌ای را برای خود در بازار کالا دارد. همچنین در صورتی که میزان تقاضا بر عرضه پیشی بگیرد، امکان دست‌کاری قیمت توسط برخی بنگاه‌ها افزایش پیدا می‌کند (نظری، ۱۳۸۷: ۲۳۸). در این بازار نقش تبلیغات و آگهی‌ها نمایان می‌شود و واحدهای تولیدی برای ایجاد تمایز و تفاوت میان کالاها و خدمات خود و سایر تولیدکنندگان به آگهی‌های تجاری متوسل می‌شوند (راعی و پویان‌فر، ۱۳۹۱: ۱۵۴). دست‌کاری قیمت در بازارهای رقابت انحصاری سبب می‌شود تا نرخ برخی محصولات، گاه به رقمی دو برابر قیمت واقعی افزایش یابد. مصداق این وضعیت، بازار «مسکن» است که یکی از مهم‌ترین بازارهای رقابت انحصاری بوده و در بسیاری از اوقات منحنی تقاضای آن

بالاتر یا پایین تر از عرضه می شود که بی تعادلی در بازار به وجود می آید. این وضعیت برای برخی بنگاه های مسکن، وضعیتی را فراهم می کند تا از طریق تبلیغات کاذب و با توسل به راه های مختلف از جمله انتشار انبوه آگهی های غیرواقعی و صوری در سایت های پربازدید اینترنتی و دلالی های اینترنتی، به اعلام قیمت های غیرواقعی مبادرت ورزند. درحالی که مهم ترین علت شکل گیری سایت های اینترنتی خرید و فروش در دنیا، حذف واسطه و کاهش قیمت تمام شده کالا، خدمات و در نهایت معاملات است اما همین سایت های اینترنتی می تواند به محلی برای جولان دلالان تبدیل شود تا با قیمت گذاری های صوری در سایت های تبلیغاتی، باعث افزایش قیمت در برخی از بازارها به ویژه بازار مسکن و خودرو شوند.

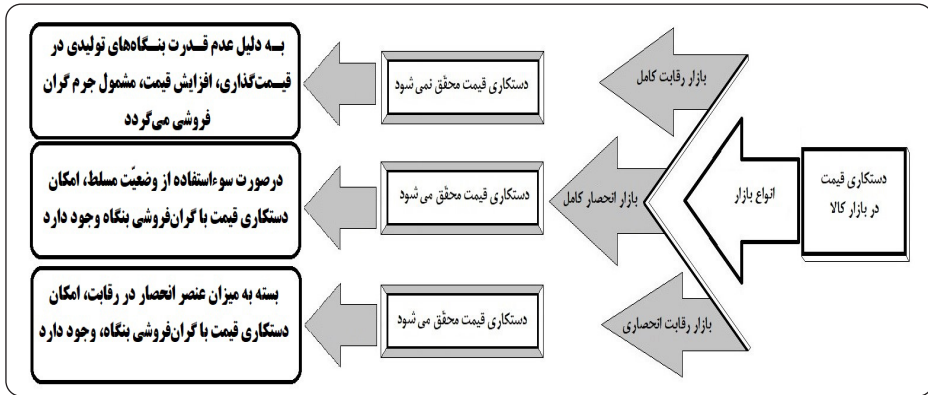
به رغم اینکه ایجاد «سقف قیمت» از سوی دولت، یکی از سیاست های اقتصادی در راستای کنترل بازارهای انحصاری شناخته می شود اما در برخی از بازارهای رقابت انحصاری این امکان مقدور نیست. یکی از واقعیت های اقتصادی حاکم بر این بازار، ایجاد قیمت دستوری از سوی نهادهای قانونی در بعضی از این بازارها امکان ناپذیر است؛ برای مثال در بازار مسکن، چنانچه دولت تصمیم بگیرد برای قیمت کالای اساسی و ناهمگنی همچون مسکن، سقف تعیین کند، تمایل صاحبان املاک به انجام معاملات مسکن کاهش یافته و بازار مسکن با رکود بسیاری مواجه می شود که پدیده افزایش مسکن های خالی را در پی دارد. درحقیقت نرخ گذاری دستوری به معنای ورود کارشناسان رسمی دادگستری به بحث قیمت گذاری املاک است که اجرای آن عملاً مقدور نیست؛ زیرا حجم بسیار زیاد معاملات در کشور، کیفیت نظارت و رصد مبادلات را بسیار پایین آورده و به عدم کنترل و جعل اسناد و گسترش معاملات صوری منجر می شود. از این رو چنین سیاستی برای دولت چندان قابل اعتنا نیست. اصولاً شرط تعادل بازار این است که عرضه با تقاضا برابر باشد. به عبارت دیگر اضافه تقاضا یا اضافه عرضه برابر با صفر باشد (نظری، ۱۳۸۷: ۱۴). از این رو بهترین کار برای جلوگیری از دست کاری قیمت در این گونه بازارها، جلوگیری از جرائم تبلیغاتی و دلالی و افزایش تولید در حوزه ساخت و ساز است.

در مدل زیر، وضعیت حقوقی - اقتصادی دست کاری قیمت در بازارهای مختلف کالا

ترسیم شده است.



شکل ۱. وضعیت حقوقی - اقتصادی دستکاری قیمت در بازارهای مختلف کالا



مأخذ: یافته‌های تحقیق.

### ۳-۲-۲. تحلیل حقوقی جرم دستکاری قیمت در بازارهای انحصاری

از نگاه حقوقی هر جرمی به منظور تعیین مجازات آن نیازمند تحقق عناصر تشکیل دهنده آن جرم است که در ادامه مورد تحقیق و بررسی قرار می‌گیرد.

#### ۳-۲-۲-۱. تحقیق در عنصر مادی جرم

فرض اصلی مسئله پژوهش، جایی است که بنگاه انحصاری از طریق معامله واقعی، اقدام به گران‌فروشی کند. اما در تحقیق در عنصر مادی جرم، باید به این نکته نیز توجه داشت که مقنن انجام دادن هر نوع عملی که به افزایش بهای کالا یا خدمت به زیان خریدار منجر شود را هم در حکم گران‌فروشی دانسته است و این عبارت با توجه به سیاق خود، هرگونه معامله صوری و تبلیغات کاذب در مرحله عرضه کالا را هم که باعث شود قیمت محصول نزد مشتری از قیمت واقعی آن بیشتر جلوه کند را هم دربرمی‌گیرد همچنانکه گفته شد و تفصیل آن خواهد آمد. بنابراین ضروری است در تحلیل جرم دستکاری بازار کالا، بین حالتی که دستکاری بازار کالا از طریق معامله صوری (که نوعی عمل متقلبانه است) و یا معامله واقعی انجام گرفته باشد تفکیک کرد. در این راستا می‌توان به ماده (۱۲۰) قانون مجازات اسلامی (تعزیرات) مصوب ۱۸ مرداد ۱۳۶۲ اشاره کرد که مقرر می‌داشت: «کسی که

به واسطه اشاعه مجعولات یا اعلانات بی اصل یا خریدن اجناس گران تر از نرخ معین نزد فروشندگان یا به واسطه مواضعه و اتفاق بین مالکان یا فروشندگان قیمت اجناس و امتعه یا بروات و سهام و امثال آن را زیاده بر نرخ عادلانه ترقی یا تنزل دهد به حبس از سه ماه تا یک سال و تا ۷۴ ضربه شلاق محکوم خواهد شد».

**الف) دست‌کاری قیمت از طریق معامله واقعی:** فصل نهم از قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل (۴۴) قانون اساسی در خصوص تسهیل رقابت و منع انحصار، اصول متعددی دارد و آنچه که به عنوان سوءاستفاده از وضعیت اقتصادی مسلط از آن نام برده می‌شود، به قسمت انحصاری بازار مربوط است که در این بازار، عدم امکان ورود و خروج بنگاه‌های دیگر به صنعت بنگاه انحصاری و عدم کالاهای جانشین با کالای مورد نظر در آن، سبب می‌شود تا بنگاه از تسلط حاکم بر بازار سوءاستفاده کرده و با قدرت کامل، مبادرت به دست‌کاری قیمت و نیز قیمت‌سازی کالا در بازار کند. براساس بند «۱۵» قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل (۴۴) قانون اساسی، وضعیت اقتصادی مسلط، وضعیتی در بازار است که در آن توانایی تعیین قیمت، مقدار عرضه یا تقاضای کالا یا خدمت و یا شرایط قرارداد، در اختیار یک یا چند شخص حقیقی یا حقوقی قرار گیرد. برای مثال ممکن است یک بنگاه بزرگ معاملاتی، مبادرت به خرید واقعی ۵۰ قطعه زمین با قیمتی پایین در یک منطقه شهری کند، سپس چند قطعه زمین دیگر را با قصد قیمت‌سازی، با نرخی بسیار بالاتر، از اشخاص مختلف دیگر خریداری کند و به تبلیغات گسترده در خصوص وقوع این معاملات با نرخ و تعرفه جدید اقدام کند. پیداست که این عمل وی به بالا رفتن قیمت زمین در بازار رقابتی املاک و جلب مشتریان برای خرید همان ۵۰ قطعه زمینی منجر می‌شود که قبلاً با قیمتی بسیار ارزان خریداری کرده بود و سپس با چند درصد تخفیف از قیمت جعلی جدید، زمین‌ها را در معرض فروش قرار می‌دهد و به این ترتیب از این راه، سود بسیاری را تصاحب می‌کند.

سوءاستفاده، مستلزم رابطه سببیت با وضعیت اقتصادی مسلط نیست. رویه قضایی در برخی سیستم‌ها حاکی از آن است که به احراز رابطه سببیت میان وضعیت مسلط و سوءاستفاده نیازی نیست و فقط ضروری است که رفتار مورد نظر، موقعیت غالب بنگاه را تقویت کند و رقابت در بازار را محدود سازد؛ به عبارت دیگر، بنگاه غالب ممکن است از برخی

رفتارها ممنوع شود، حتی اگر واقعاً قدرت بازار خود را به‌کار نبرده باشد. این بدان دلیل است که بنگاه مسلط، مسئولیت ویژه‌ای در فرایند رقابت و در برابر رقبای خود دارد و نباید طوری رفتار کند که مانع تداوم رقابت موجود در بازار شود (Beale, 1999: 1062).

با توجه به مورد اول از بند «ط» ماده (۴۵) قانون برنامه چهارم توسعه؛ تعیین، حفظ یا تغییر قیمت کالا یا خدمت به سه شرط ممنوع است: اولاً، معامل از وضعیت اقتصادی مسلط برخوردار باشد؛ ثانیاً، قیمت مورد بحث غیرمتعارف باشد و با معدل هزینه‌های تولید یا اجرا به علاوه سود متناسب، تفاوت بسیار داشته باشد؛ ثالثاً، ارائه کالا یا خدمات با چنین قیمتی باعث اخلال در رقابت شود؛ یعنی عملی ضدرقابتی محسوب شود (عبدی پور، ۱۳۸۸: ۱۴۱).

مورد دیگر مربوط به قیمت‌گذاری تهاجمی است به طوری که بنگاه‌دار به منظور بیرون کردن رقبای خود از عرصه رقابت، در کوتاه‌مدت، سطح قیمت اجناس خود را در بازار پایین آورده و از سود متعارف خود به طور مقطعی چشم‌پوشی می‌کند تا در بلندمدت به موقعیت انحصاری بودن بازار برای کالاهای خود دست یابد.

از این بندهای قانونی چنین برداشت می‌شود که گران‌فروشی و تحمیل قیمت‌های بیش از ارزش متعارف یا بیش از ارزش هزینه‌های تولید، به تنهایی مشمول قانون رقابت و ضمانت‌اجراهای آن نیست؛ بلکه به شرایط سه‌گانه مذکور منوط است اگرچه صرف گران‌فروشی مشمول مقررات دیگری همچون قانون تعزیرات خواهد بود (همان: ۱۴۱).

نوعی از گران‌فروشی، قیمت‌گذاری افراطی یا زیاده‌از حد است، ولی مسئله مهم، تعریف زیاد از حد بودن و چگونگی ارتباط آن با هزینه‌ها، منافع و درجه عدم قطعیت است؛ برای مثال، آیا هزینه‌های زیاد از حد می‌تواند به قیمت‌های زیاد از حد منجر شود، بدون اینکه بنگاه منافع و سود زیاد از حدی را به دست آورده باشد (واقعیتی که اکنون در بنگاه‌های خودروسازی ایران مشاهده می‌شود)؟ آیا زیاد از حد بودن مرتبط با قیمت در یک بازار کاملاً رقابتی با ورود آزادانه و حداقل معدل هزینه است؟ یا با قیمتی که کارایی را با رعایت همه هزینه‌های مربوطه به حداکثر می‌رساند، ارتباط دارد؟

قیمت‌گذاری افراطی در بعضی نظام‌ها مجاز و در بعضی نظام‌ها غیرقانونی است. در حقوق رقابت اروپایی معمولاً تحمیل قیمت گزاف به دلیل آنکه رابطه معقولی با ارزش

اقتصادی محصول عرضه شده ندارد، سوءاستفاده محسوب می‌شود (همان: ۱۴۲). در مقابل، حقوق ایالات متحده در این باره سخت‌گیری به خرج نداده و پایبند به این قاعده است که قیمت‌ها باید براساس نیروهای بازار تعیین شود (Judge, 1995: 438).

ب) ارتکاب از طریق معامله صوری: در معامله صوری در بازار سهام، گروهی از معامله‌گران از طریق ائتلاف با یکدیگر و خرید گسترده اوراق بهادار موردنظر، قیمت را به‌طور غیرواقعی افزایش داده و در بستر معاملات صوری و بدون قصد انعقاد قرارداد واقعی، تقاضا برای خرید سهام شرکت را زیاد و پرونق جلوه داده و این امر موجب افزایش بیش‌ازپیش تقاضای واقعی از سوی شرکت‌کنندگان و درنهایت افزایش قیمت سهام موردنظر می‌شود. همین عملکرد بدون هیچ تفاوتی در معاملات صوری بازار کالا نیز قابل انجام است و از طریق چنین خدعه‌ای می‌توان بازار کالایی را پرونق یا کم‌رونق جلوه داد. شکی نیست چنانچه دست‌کاری قیمت در نتیجه عملیات متقلبانه نظیر جعل کردن دفتر مشاور املاک و سپس فروش زمین‌های خریداری شده با قیمت‌های جدید انجام شود، ارکان جرم کلاهبرداری در اینجا تمام است. بدین صورت که شخص مذکور ابتدا با اجاره یک دفتر مشاور املاک و ایجاد فضایی شیک، سعی در فریب دادن خریداران و صاحبان املاک کرده و خود را جای مشاور املاک قرار می‌دهد و با معرفی شخصی دیگر به‌عنوان خریدار، اقدام به تنظیم مبیعه‌نامه کند. از این رو با قیمت‌گذاری املاک زیر قیمت واقعی بازار، آن را به فرد همدست خود فروخته و سپس املاک بسیار زیادی را با دست‌کاری قیمت تصاحب کند و بر بازار املاک و مسکن مسلط شود.

### ۲-۲-۳. تحقیق در عنصر قانونی جرم

برخی حقوق دانان دست‌کاری بازار کالا را در صورت وجود شرایط، مشمول ماده (۱) قانون تشدید مجازات مرتکبین ارتشا، اختلاس و کلاهبرداری دانسته‌اند (میرمحمد صادقی، ۱۳۸۶: ۱۱۶). اصولاً «وجود شرایط» برای صحت استناد دست‌کاری بازار کالا به جرم کلاهبرداری، در صورتی است که دست‌کاری قیمت از طریق توسل به عملیات متقلبانه (و بردن مال غیر) انجام گرفته باشد که با «دلیل خاص» یعنی ادله جرم کلاهبرداری، از عموم جرم دست‌کاری بازار

کالا خارج می‌شود. اگر عمل کلاهبرداری منتهی به اخلاف در بازار و دست‌کاری قیمت کالا شود، این امر موجبات تشدید مجازات را فراهم می‌کند؛ زیرا این مورد از کیفیات مشدده عینی و از مقولاتی است که دارای دو حیثیت عمومی و خصوصی جرم است که جنبه عمومی آن (اخلال در بازار)، مستند به دست‌کاری شدن بازار کالا است. ولی نکته اینجاست که عمل دست‌کاری بازار کالا در صورتی که بدون بردن مال غیر محقق شود تفاوتی نمی‌کند که از طریق عملیات متقلبانه انجام شده باشد یا خیر؛ زیرا - همچنانکه گفته شد - نگاه قانونگذار در این جرم به نتیجه فعل - یعنی دست‌کاری قیمت کالا - معطوف است و اینکه دست‌کاری قیمت از طریق حیله و معامله صوری یا از طریق معامله واقعی انجام شده باشد، تأثیری در نتیجه و ماهیت مسئله ایجاد نمی‌کند و این برخلاف جرم کلاهبرداری است.

در تحقیق عنصر قانونی جرم دست‌کاری بازار کالا، نکته‌ای که مورد توجه است، مبدل شدن عنوان کیفری جرم دست‌کاری بازار کالا به عناوین دیگر جرائم تجاری یا اقتصادی به اعتبار حالات مختلف، دامنه تخریب عملیات و سایر عوارض آن است. جرائم تجاری، آن دسته از رفتارهای قابل مجازاتی را شامل می‌شود که در روابط میان تجار یا مرتبط با فعالیت تجاری صورت می‌گیرد. اگر جرائم تجاری در سطح کلان اقتصادی رخ دهد می‌تواند جرمی اقتصادی قلمداد شود. بنابراین می‌توان گفت جرائم تجاری بخشی از جرائم اقتصادی است و نه همه آن (میرسعیدی و زمانی، ۱۳۹۲: ۱۶۹). جرم دست‌کاری بازار کالا غالباً جرمی اقتصادی است؛ زیرا جرم مقید دست‌کاری بازار کالا، زمانی محقق می‌شود که بازار یک منطقه مورد دست‌کاری قرار گیرد و این چیزی فراتر از رابطه طرفینی دو یا چند معامله‌گر است.<sup>۱</sup>

همچنین تشکیل ائتلاف با قصد دست‌کاری در بازار، ممکن است به جرم مورد نظر، ماهیتی سازمان‌یافته ببخشد که از موجبات تشدید مجازات در قانون مجازات اسلامی است. بر این اساس به‌رغم اینکه قانونگذار در جرم‌انگاری دست‌کاری بازار سهام، نگاه

۱. ماده (۱) تبصره «۲» جرم اخلاف در نظام اقتصادی کشور مقرر می‌دارد: «ارتکاب هریک از اعمال مذکور در بندهای ذیل جرم محسوب می‌شود و مرتکب به مجازات‌های مقرر در این قانون محکوم می‌شود... (ب) اخلاف در امر توزیع مایحتاج عمومی از طریق گران‌فروشی کلان ارزاق یا سایر نیازمندی‌های عمومی و احتکار عمده ارزاق یا نیازمندی‌های مزبور و پیش‌خرید فراوان تولیدات کشاورزی و سایر تولیدات مورد نیاز عامه و امثال آنها به‌منظور ایجاد انحصار یا کمبود در عرضه آنها».

سختگیرانه‌تری داشته و حتی شروع به عملیات را نیز جرم تلقی کرده، ولی دست‌کاری قیمت در بازار کالا نیز در بعضی از حالات به اعتبار دامنه تخریب عملیات و اینکه بازار کالا با عموم افراد جامعه مرتبط است، شاید مجازات‌های سنگین‌تری را بر اشخاص مرتکب این عمل به اعتبار تبدل عنوان مجرمانه تحمیل کند.

### ۳-۲-۳. تحقیق در عنصر روانی جرم

برای تحقق یک جرم، فعل مادی یا ترک فعل و همچنین عنصر قانونی کافی نیست بلکه فعل یا ترک فعلی که مجرمانه است باید نتیجه خواست و اراده فاعل باشد. داشتن عنصر معنوی در این جرم بدین معناست که فرد مرتکب عمل دست‌کاری را از روی سوءنیت انجام داده باشد و مقصود از سوءنیت در جرم دست‌کاری بازار کالا این است که مرتکب، عمل دست‌کاری را با «قصد قیمت‌سازی» انجام دهد. این مسئله خصوصاً در جرم دست‌کاری بازار کالا که در بستر معاملات مشروع و قانونی نیز صورت می‌پذیرد، نقش محوری آن بیشتر نمود می‌کند؛ زیرا این رکن در صورتی محل توجه قرار می‌گیرد که نتیجه جرم حاصل شود.

### ۴. وضعیت فقهی دست‌کاری قیمت در بازار کالا

وضعیت فقهی دست‌کاری بازار کالا را می‌توان از دو حیثیت مورد بررسی قرار داد: دست‌کاری مبتنی بر معامله و معامله مبتنی بر دست‌کاری. در ادامه موارد گفته شده مورد بررسی قرار می‌گیرد.

#### ۴-۱. دست‌کاری مبتنی بر معامله

با تحقیق در متون فقه اسلامی می‌توان دریافت که نوع نگاه فقها بر پدیده دست‌کاری بازار کالا، برمبنای «تبانی برای گران‌فروشی» و عمدتاً حول محور اعمالی همچون انحصار، احتکار و نجش می‌چرخد. معامله صوری، در واقع معامله نیست و صرفاً اقدامی گمراه‌کننده و متقلبانه است به منظور فریب عموم و جلب مشتریان بر خرید محصول با نرخ جعلی و دست‌کاری شده فروشنده. این مسئله در فقه اسلامی دارای پیشینه بوده و از دیرباز تحت

عناوینی همچون «نَجَش» و «تدائیر»، مستقیماً مورد نهی شارع مقدس قرار گرفته و فقیهان اسلامی در کتب فقهی به بیان احکام آن پرداخته‌اند.

«نَجَش» در لغت، راندن صید از مکانی به مکان دیگر (جهت شکار آن توسط صیاد) است (ابن منظور، ق ۱۴۰۴: ۶، ۳۵۱) و در اصطلاح عبارت از عمل کسی است که شخصی را بدون قصد خرید، وارد معامله‌ای می‌سازد تا با پیشنهاد قیمتی بالاتر، خریدار را بفریبد تا متاع را با قیمتی گران‌تر بخرد؛ چه با فروشنده از پیش هماهنگ کرده باشد و یا نکرده باشد (انصاری دزفولی، ق ۱۴۱۵: ۲، ۶۳). «تدائیر»، عکس نَجَش، به این معناست که کسی در تبانی با مشتری و یا بدون تبانی و بدون قصد فروش، قیمت کمتری ارائه دهد تا فروشنده را به کاهش قیمت مجبور سازد (رجایی و کاظمی، ۱۳۹۰: ۱۴۱). از «نَجَش» با تعابیر متنوعی همچون «تبانی برای گران‌فروشی»، «استخدام خریدار کاذب برای تغییر قیمت»، «تعریف و تمجید کالا برای بالا بردن قیمت» و ... از سوی فقها به‌کار برده شده است. آنچه که با ممنوعیت نَجَش، در کانون توجه شارع مقدس قرار گرفته، عمل دست‌کاری قیمت کالا از طریق عملیاتی متقلبانه مبتنی بر کذب است که ناچش طی آن، شخص یا اشخاصی را در یک فضای معامله صوری، به‌عنوان طرف معامله استخدام می‌کند تا در هنگام مراجعه مشتری برای خرید کالا، به دروغ، داوطلب خرید به نرخ بالاتر شود، تا مشتری را نسبت به معامله دلگرم و تشنه کند. برخی نیز گفته‌اند حتی اگر قرارداد و استخدامی هم در میان نباشد، ولی فردی به‌عنوان پشتیبانی از فروشنده به دروغ تقاضای خرید کالا را کند باز هم از مصادیق نَجَش است (الهامی‌نیا، ۱۳۸۳: ۱، ۵۴). صاحب‌جواهر/الکلام در بیان حکم نَجَش می‌فرماید:

«نَجَش در بیع، اگرچه صحیح است ولی در صورتی که مستلزم غبن فاحش گردد با استناد به نهی رسول اکرم (ص) حرام و انجام‌دهنده آن، مورد لعن است.<sup>۱</sup> مؤید این حکم [علاوه بر وجود روایات صحیح]، قول مشهور فقها و بلکه اجماع ایشان است و البته چه بسا عقل نیز شاهد بر قبح این عمل باشد به این اعتبار که چنین عملی نوعی غش، خدعه، تدلیس، فریب

۱. النَّاجِشُ وَالْمُنْجُوشُ مَلْعُونُونَ عَلَى لِسَانِ مُحَمَّدٍ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ (کلینی، ق ۱۴۱۷: ۵، ۵۵۹).

با جهل و اضرار است؛ چراکه ناجش - همان طور که بسیاری از فقها گفته‌اند - فردی را که اراده خرید کالا ندارد وارد معامله می‌سازد تا بر ارزش مبیع افزوده و دیگران بشنوند و در این اقدام شرط است که تبانی با بایع صورت گرفته باشد» (نجفی، ق ۱۴۰۴: ۲۲، ۴۷۶).

## ۲-۴. معامله مبتنی بر دست‌کاری

در فضای معاملات، هرگونه تکسب و درآمدزایی که از طریق اغوا و فریب یا اضرار به دیگران حاصل شده باشد ممنوع و مستلزم بطلان معامله یا ثبوت خیار برای شخص زیان دیده است. اگرچه فقها در ثبوت خیار غبن در معامله، در جایی قائل به ثبوت خیار شده‌اند که غبن فاحش باشد ولی در قیمت‌گذاری بازار کالا باید به این نکته توجه کرد که ضابطه «غبن فاحش»، کاشف از دست‌کاری شدن قیمت در بازار کالا نیست و نباید صرفاً بر مبنای مسئولیت قراردادی به عمل ارتكابی نگاه کرد؛ زیرا ممکن است قیمت یک محصول در بازار، بسیار اندک و ناچیز دست‌کاری شود به‌گونه‌ای که حتی ضرر قابل اشاره‌ای متوجه مشتریان و عموم مردم نشود، ولی از آنجاکه کالای مزبور به تعداد یا مقداری انبوه تولید می‌شود، برای دست‌کاری‌کننده بازار، سود چشمگیری داشته باشد. همان طور که پیش‌تر اشاره شد، ملاک تحقق دست‌کاری قیمت، دستیابی به سود ناعادلانه و غیرمعارف است و چنین ضابطه‌ای در اینجا محقق است.

برخی محققان دست‌کاری بازار کالا از طریق معامله صوری را در حکم تدلیس بر شمرده‌اند و گفته‌اند: «با توجه به ماده (۴۳۸) قانون مدنی - که مقرر می‌دارد: تدلیس عبارت است از عملیاتی که موجب فریب طرف معامله شود - دست‌کاری‌کننده بازار را باید مرتکب تدلیس دانست، اعم از اینکه دست‌کاری مبتنی بر اطلاعات باشد یا معامله؛ زیرا این شخص ابتدا اعمال فریبکارانه‌ای در قالب فعل مثبت انجام می‌دهد و از این طریق اشخاص ناآگاه را به انعقاد معامله ترغیب می‌کند و سبب گمراهی آنها می‌شود. بنابراین، شخصی که پس از وقوع دست‌کاری در اثر ناآگاهی با دست‌کاری‌کننده بازار معامله می‌کند می‌تواند قرارداد را بر مبنای خیار تدلیس فسخ کند» (قربانی و باقری، ۱۳۸۹: ۳۲۲).

اما این گفته محل تأمل است؛ زیرا جدا از تعریف تدلیس و کاربرد آن که در مورد اوصاف



کمالیه مبیع است (عاملی، ق ۱۴۱۰: ۳، ۵۰۰؛ نجفی، ق ۱۴۰۴: ۱۰، ۸۴۵؛ مامقانی، ۱۳۵۱: ۳۷۰)، اگرچه عمل دست‌کاری از طریق فریب و حيله انجام شده و شخص دست‌کاری‌کننده از این راه، طرف مقابل را به انعقاد معامله ترغیب کرده است، اما چنین سازوکاری ممکن است در تحقق و ثبوت اسباب‌خيارات دیگری نیز وجود داشته باشد و این‌گونه نیست که چون عمل دست‌کاری از راه متقلبانانه صورت گرفته پس حتماً فعل انجام شده، تدلیس است. برای مثال اشخاص برای تحقق اسباب مسئولیت‌هایی مانند غصب، اتلاف و ... که ثبوت آنها مبتنی بر قاعده «اقدام بر ضمان» است شاید از راه‌های متقلبانانه متنوعی بهره‌گیرند، اما این دلیل بر آن نیست که وقتی از راه متقلبانانه صورت بگیرد حتماً تدلیس باشد. اگر به درستی به ماهیت مسئله نظر افکنیم طرف مقابل به قیمت واقعی کالا جهل دارد و این جهل عارضی او، مستند به عملیات فریبکارانه شخص دست‌کاری‌کننده است؛ به عبارت ساده‌تر اگرچه شخص با حيله و فریب، طرف مقابل را به پای معامله فرا می‌خواند ولی آن چیزی که منشأ زیان می‌شود جهل به قیمت واقعی کالا است که موجب ثبوت خیار غبن در معامله می‌شود. از سوی دیگر فقها قیمت مبیع را جزو اوصاف مبیع بر نمی‌شمارند تا قیمت جزو اوصاف کمالیه باشد، بلکه قیمت کالا مقوله‌ای کاملاً جدا از خصوصیات و اوصاف آن است (تبریزی، ق ۱۴۲۵: ۴، ۲۶۱؛ سبحانی، ق ۱۴۲۳: ۱، ۸۱). در واقع تدلیس، جعل اوصاف کمالیه‌ای است که آن اوصاف کمالیه، به آن کالا، بها و ارزش و قیمت بیشتر می‌دهد (نه اینکه خود قیمت، وصف کمال باشد) در حالی که عمل دست‌کاری روی مبیع واقع نمی‌شود تا تدلیس صورت گیرد بلکه قیمت آن دست‌کاری شده است و دست‌کاری بازار کالا را تحقق می‌بخشد.

## ۵. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

۱. براساس سیستم تعادل بازار، افزایش قیمت از سوی بنگاه‌های تولیدی و قیمت‌گذاری آنها، سبب می‌شود مصرف‌کنندگان به سمت کالاهای رقبای دیگر سوق داده شده و کاهش تقاضا، تولیدکنندگان را وادار به پایین آوردن قیمت و درنهایت تعادل در عرصه بازار می‌کند. این فرمول، در بازارهایی غیر از بازارهای انحصاری است. درحقیقت سیاست قیمت‌گذاری دستوری دولت و همگن بودن کالاهای بازار، عرصه را برای تحقق دست‌کاری قیمت در

بازار کالا تنگ‌تر می‌سازد مگر اینکه ساختار بازار از رقابتی بودن به سمت وسوی ویژگی انحصاری بودن پیش برود که در این صورت به تناسب درجه منحنی عرضه، قدرت یک بنگاه در قیمت‌گذاری افزوده شده و قادر خواهد بود سیاست‌های اقتصادی خود را به نحو چشمگیری بر بازار اعمال کند. قانون ایران تعریف روشنی از دست‌کاری قیمت کالا ارائه نداده است و با بررسی ماهیت دست‌کاری قیمت در بازار کالا و نحوه ارتکاب آن در بازارهای مختلف، بیش‌ازپیش خلأ آن در نظام حقوقی ایران احساس می‌شود. بدون شک زمانی می‌توان ماهیت حقوقی جرم دست‌کاری بازار کالا را به روشنی تبیین کرد که بتوان تعریف جامع و دقیقی از آن ارائه داد و این منوط به شناخت درستی از اقسام بازارها و ویژگی‌های انحصاری بودن آنهاست. با ارزیابی شاخص‌های اساسی در تغییر قیمت یک کالا در بازار، نگارنده به این باور می‌رسد که گران‌فروشی، در صورتی موجب دست‌کاری قیمت کالا می‌شود که سبب بی‌تعادلی در بازار شده و سود حاصل از این افزایش نرخ، به صورت نامتعارف و ناعادلانه به دست آید و همین خاصیت است که ماهیت جرم مذکور را در شمار جرائم مقید قرار می‌دهد. به علاوه بر اساس بند «ط» فصل نهم از قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل (۴۴) قانون اساسی، این رویداد زمانی اتفاق می‌افتد که اولاً، معامل از وضعیت اقتصادی مسلط برخوردار باشد؛ ثانیاً، قیمت مورد بحث غیرمتعارف باشد و با معدل هزینه‌های تولید یا اجرا به علاوه سود متناسب، تفاوت بسیار داشته باشد.

۲. دست‌کاری بازار کالا از طریق گران‌فروشی در فقه اسلامی دارای سابقه است و از دیرباز فقها تحت عنوان نجش در کتب فقهی به آن پرداخته‌اند. آنچه که با ممنوعیت نجش، در کانون توجه شارع مقدس قرار گرفته، عمل دست‌کاری قیمت کالا از طریق عملیاتی متقلبانه مبتنی بر کذب است که ناجش در آن، شخص یا اشخاصی را در یک فضای معامله صوری، به عنوان طرف معامله استخدام می‌کند تا در هنگام مراجعه مشتری برای خرید کالا، به دروغ، داوطلب خرید به نرخ بالاتر شود، تا مشتری را نسبت به معامله دلگرم و تشنه کند که از نظر فقها موجب ثبوت مسئولیت مدنی و ثبوت خیار غبن برای طرف فریب‌خورده می‌شود.

## منابع و مآخذ

۱. آقابابایی، حسین (۱۳۸۴). «گفتمان فقهی و جرم‌انگاری در حوزه جرائم علیه امنیت ملت و دولت»، مجله فقه و حقوق، پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، ۵.
۲. ابن منظور، محمد بن مکرم بن علی (ق ۱۴۰۴). *لسان‌العرب*، بیروت، دار صادر.
۳. اردبیلی، محمدعلی (۱۳۸۲). *حقوق جزای عمومی*، جلد اول، تهران، نشر میزان.
۴. الهامی‌نیا، علی اصغر (۱۳۸۳). *اخلاق اقتصادی*، تهران، مؤسسه تحقیقات و نشر معارف اهل‌البیت (ع).
۵. امینی، مهدی، مرتضی شهبازی‌نیا و محمد عیسایی تفرشی (۱۳۹۴). «دست‌کاری بازار اوراق بهادار: مفهوم، مبانی و روش‌ها (مطالعه تطبیقی در حقوق ایران و آمریکا)»، *پژوهش‌های حقوق تطبیقی*، ش ۱.
۶. انصاری دزفولی، مرتضی بن محمد امین (۱۴۱۵). *کتاب‌المکاسب*، جلد دوم، قم، کنگره جهانی بزرگداشت شیخ اعظم انصاری.
۷. تبریزی، جواد (۱۴۲۵). *ارشاد الطالب الی التعلیق علی‌المکاسب*، جلد چهارم، قم، انتشارات دارالصدیقه الشهیده.
۸. راعی، رضا و احمد پویان‌فر (۱۳۹۱). *مدیریت سرمایه‌گذاری پیشرفته*، تهران، نشر سمت.
۹. رجایی، سیدمحمدکاظم و مصطفی کاظمی (۱۳۹۰). «شاخص ترکیبی صداقت در بازار اسلامی»، *معرفت اقتصاد اسلامی*، ش ۱.
۱۰. رضی، ابوالحسن محمد بن حسین بن موسی (۱۳۸۶). *نهج‌البلاغه*، چاپ دوم، تهران، نشر بنیاد.
۱۱. سبحانی، جعفر (۱۴۲۳). *دراسات موجزة فی الخيارات والشروط*، جلد اول، قم، مرکز‌العالمی للدراسات الإسلامیه.
۱۲. طوسی، ابوجعفر محمد بن حسن (۱۳۸۷). *المبسوط فی فقه الإمامیه*، جلد دوم، قم، المكتبة المرتضویة لإحياء الآثار الجعفریة.
۱۳. عاملی، زین‌الدین بن علی (شهیدثانی) (۱۴۱۰). *الروضة البهیة فی شرح اللمعة الدمشقیة (المحشی - کلانتر)*، جلد پنجم، قم، انتشارات مکتبه‌الدآوری.
۱۴. عبدی‌پور، ابراهیم (۱۳۸۸). «سوء‌استفاده از وضعیت اقتصادی مسلط»، *حقوق اسلامی*، سال ششم، ش ۲۱.
۱۵. غلامی، احمد (۱۳۸۸). *توسعه محیط بازرگانی*، اراک، انتشارات دانشگاه اراک.
۱۶. قربانی، مجید و عباس باقری (۱۳۸۹). «دست‌کاری بازار اوراق بهادار»، *فصلنامه پژوهش حقوق*، ش ۲۹.
۱۷. کیان‌پور، سعید و حمیدرضا رضایی‌ازندریانی (۱۳۹۸). *اقتصاد خرد*، تهران، انتشارات فراگیر هگمتانه.
۱۸. کلینی، ابوجعفر محمد بن یعقوب (۱۴۰۷). *الکافی (ط - الإسلامیه)*، جلد پنجم، چاپ ششم، تهران، دارالکتب الإسلامیه.

۱۹. مامقانی، عبدالله (۱۳۵۱). *مناهج المتّقین فی فقه ائمه الحق والیقین*، قم، نشر آل‌البیت.
۲۰. مکنیو، گریگوری (۱۳۹۱). *کلیات علم اقتصاد*، ترجمه حمیدرضا ارباب، تهران، نشر نی.
۲۱. موسوی بجنوردی، سیدمحمد و افسانه مهدیان کرانی (۱۳۹۴). «نقش زمان و مکان در تعمیم مصادیق احتکار با رویکردی به آرای امام خمینی (ره)»، متین، ش ۶۹.
۲۲. میرسعیدی، سیدمنصور و محمود زمانی (۱۳۹۲). «جرم اقتصادی؛ تعریف یا ضابطه؟»، پژوهش حقوق کیفری، ش ۴.
۲۳. میرمحمد صادقی، حسین (۱۳۸۶). *حقوق کیفری اختصاصی: جرائم علیه اموال و مالکیت*، جلد دوم، چاپ ششم، تهران، نشر میزان.
۲۴. نجفی، محمدحسن (۱۴۰۴). *جواهر الکلام فی شرح شرائع الإسلام*، جلد بیست و دوم، چاپ هفتم، بیروت، دار احیاء التراث العربی.
۲۵. نظری، محسن (۱۳۸۷). *اقتصاد خرد*، تهران، نشر نگاه دانش.
۲۶. نمازی، حسین (۱۳۸۴). *نظام‌های اقتصادی*، تهران، شرکت سهامی انتشار.
27. Beale, H.G. (1999). *Chitty on Contracts*, Vol. 2, 28th /ed, London, Sweet and Maxwell.
28. Bresnahan, Timothy F. and Peter C. Reiss (1990). "Entry in Monopoly Market", *The Review of Economic Studies*, Vol. 57, Issue. 4.
29. Judge, Stephen (1995). *Business Law*, London, Macmillan Press 1202.
30. Schiff, Peter (2013). *Now Reading: A False Inflation Indicator Masks a Much Smaller U.S. Economy*, Real Clear Markets.

# داوری پذیری دعاوی بیمه با رویکرد به قانون «بیمه اجباری خسارات وارد شده به شخص ثالث در اثر حوادث ناشی از وسایل نقلیه» مصوب ۱۳۹۵

رضا معبودی نیشابوری\* و حمید افکار\*\*

نوع مقاله: پژوهشی	تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۰/۲۳	تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۷/۳۰	شماره صفحه: ۳۰۹-۳۳۱
-------------------	--------------------------	------------------------	---------------------

گسترش قواعد مربوط به داوری و تعدد دعاوی در زمینه اختلافات بیمه‌ای سبب شده تا لزوم پذیرش داوری در این عرصه بیش از پیش احساس شود. پذیرش اصل کلی قابلیت داوری دعاوی مختلف به رغم همه ممنوعیت‌ها و محدودیت‌های پیش‌رو، نگرش پذیرش داوری در دعاوی بیمه را تقویت می‌کند. با این نگرش، قانونگذار در آخرین اراده خود در قانون «بیمه اجباری خسارات وارد شده به شخص ثالث در اثر حوادث ناشی از وسایل نقلیه» مصوب ۱۳۹۵ به صورت صریح از نهاد داوری ذکری به میان نیاورده است و این سکوت و وجود برخی مقررات خاص موجب شده تا تردیدهایی در داوری‌پذیری این دعاوی ایجاد شود. تردید در تعارض داوری دعاوی بیمه با نظم عمومی، عدم ذکر نام داوری در مقررات قانون بیمه اجباری و آمارانه بودن برخی از مقررات این قانون، باعث شده تا داوری‌پذیری دعاوی بیمه با ابهام مواجه شود؛ اما شبهات یاد شده قابل رفع است و با تفکیک بین مسئولیت مدنی و کیفری حوادث تحت شمول بیمه، مانعی برای پذیرش داوری نیست. در مقاله حاضر سعی شده تا به شیوه تحلیلی و توصیفی ضمن بررسی محدودیت‌ها و ممنوعیت‌های قانونی در ارجاع دعاوی بیمه‌ای به داوری، مزایا و معایب پذیرش داوری در دعاوی بیمه مطرح شود.

کلیدواژه‌ها: بیمه؛ داوری؛ داوری‌پذیری؛ نظم عمومی؛ اصل (۱۳۹) قانون اساسی

---

\* استادیار گروه حقوق خصوصی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه فردوسی مشهد؛

Email: maboudi@um.ac.ir

\*\* دانشجوی دکتری حقوق خصوصی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه فردوسی مشهد (نویسنده مسئول)؛

Email: hamidafkar@mail.um.ac.ir

## مقدمه

گسترش دانش بشری در ابعاد گوناگون موجب ظهور ابزار و ماشین آلات جدید شده که پیدایش آنها زمینه ساز شکل‌گیری خسارت‌های جدید در ابعاد گسترده‌تر شده که گاه جبران خسارت از توان مالی یک شخص خارج است و نه تنها امکان جبران ضرر برای فاعل فعل زیان بار وجود ندارد، بلکه اصرار به جبران به نابودی اقتصادی فاعل می‌انجامد (بادینی، ۱۳۸۴: ۳۵۲). تفکر به تقسیم جمعی مسئولیت مستلزم فراهم آوردن زیرساخت‌های لازم بوده که یکی از این سازوکارها گسترش بیمه است (یزدانیان، ۱۳۹۲: ۲۰۴). ایجاد روابط بیمه‌ای اگرچه راه جبران خسارت را آسان کرده، اما طرح ادعاهای جدید در روابط بین طرفین با یکدیگر و با بیمه‌گر زمینه طرح دعاوی مرتبط با این نهاد را در محاکم دادگستری فراهم کرده که میزان این دعاوی قابل توجه است؛ بنابراین اتخاذ تدابیری برای کاهش دعاوی مطروحه در محاکم ضروری است تا علاوه بر جبران خسارت بدون دغدغه طرفین، حل اختلافات نیز در محیطی آرام و دور از تشریفات طولانی به عمل آید و از بروز مشکلات مضاعف جلوگیری شود. حل و فصل اختلافات مبتنی بر روش‌های گوناگونی است که از جمله این روش‌ها می‌توان به مذاکره و مشاوره، مصالحه، کارشناسی، میانجیگری، دادرسی سریع، داوری، دادرسی قضایی اشاره کرد (Swee Kian Tay, 1998: 4) که در قوانین مختلف چهره‌هایی از آنها قابل مشاهده است و گاه شباهت بین آنها به قدری است که دادگاه‌ها در عمل از نهادهای مشابه، برداشت‌های متفاوتی دارند.<sup>۱</sup> یکی از شایع‌ترین و متداول‌ترین مدل‌های

۱. یکی از نهادهای مشابه به داوری کارشناسی است که نمونه‌ای از اختلاف در شناخت ماهیت را می‌توان در دادنامه شماره ۹۵۰۹۹۷۷۵۷۹۲۰۰۳۷۹ مورخ ۱۳۹۵/۴/۱۴ شعبه ۴۲ دادگاه عمومی حقوقی مشهد و تصمیم نهایی شماره ۹۷۰۹۹۷۵۱۵۴۳۰۰۳۱۳ شعبه ۲۳ دادگاه تجدیدنظر استان خراسان رضوی مشاهده کرد. در قسمتی از تصمیم شعبه ۴۲ دادگاه عمومی حقوقی مشهد آمده است «در خصوص دعاوی ... به طرفیت شرکت ... به خواسته ابطال رأی داور شماره ... نظر به اینکه اولاً داور محترم می‌بایست براساس تصمیم دادگاه و قرار ارجاع به داوری در معیت داور دیگر اتخاذ تصمیم و رأی صادر می‌کرد و به مفاد ماده (۴۸۴) قانون آیین دادرسی مدنی عمل می‌کرد ولی داور محترم بدون اظهار نظر داور دیگر اظهار عقیده کرده است و ثانیاً داور محترم اصولاً راجع به مطالبات و تعیین مبالغ ریالی هیچ‌گونه اظهار نظری نکرده است و آن را به تعیین کارشناس محول کرده است. این در حالی است که به مستفاد از ماده (۴۷۶) قانون آیین دادرسی مدنی چنانچه داور جلب نظر کارشناس را ضروری بداند خود رأساً اقدام به انتخاب کارشناس کرده و در نهایت رأی داور با جمیع جهات و با توجه به نظر کارشناس صادر خواهد شد و با این توصیف رأی داور واجد اشکال است ... و حکم به بطلان رأی داور صادر می‌کند...» ←

حل اختلاف خارج از دادگستری، نهاد داوری است. مزایای رجوع به داوری موجب شیوع این نهاد در مقایسه با سایر نهادهای حل و فصل اختلاف شده که در نهایت موجب شده تا کشورها علاوه بر مقررات ملی، در جهت یکسان سازی قواعد و هموار کردن استفاده از این نهاد، مقررات بین‌المللی تدوین کنند. یکی از چالش‌های داوری، امکان ارجاع دعاوی به داوری است. این بحث در رابطه با دعاوی مربوط به بیمه مسئولیت نیز قابل طرح است و ابهام در داوری‌پذیری موضوع، طرفین را از رجوع به داوری در بسیاری موارد باز می‌دارد. تعدد دعاوی مربوط به مسئولیت مدنی به خصوص در بخش سوانح جاده‌ای و مسئولیت بیمه‌گر در این باره میزان قابل توجهی از دعاوی دادگستری را تشکیل داده و وقت و هزینه زیادی به خود اختصاص می‌دهد. از این رو اتخاذ تدابیر صحیح برای کاهش این نوع دعاوی و احقاق حقوق طرفین ضروری است؛ اما ابهام در امکان ارجاع به داوری با وجود وجه کیفری برخی حوادث، طرفین و بیمه‌گر را به استفاده از نهاد داوری بی‌ رغبت کرده است. برای برطرف کردن ابهامات پیش‌رو لازم است تا علاوه بر بررسی مزایا و معایبی که ارجاع دعاوی بیمه به داوری دارد، داوری‌پذیری مطلق یا نسبی دعاوی بیمه با رویکردی خاص به قانون «بیمه اجباری خسارات وارد شده به شخص ثالث در اثر حوادث ناشی از وسایل نقلیه» مصوب ۱۳۹۵ که به اختصار در این مقاله قانون بیمه اجباری عنوان می‌شود، بررسی شود.

## ۱. اصل کلی داوری‌پذیری و استثنائات آن

برای تبیین داوری‌پذیری دعاوی ابتدا اصل کلی داوری‌پذیری و سپس استثنائات این اصل اعم از ممنوعیت‌ها و محدودیت‌ها بررسی می‌شود.

---

→ شعبه ۲۳ دادگاه تجدیدنظر نیز این‌گونه نظر داده است: «در نظر این دادگاه اصولاً بند «۲» ماده (۵۳) شرایط عمومی پیمان ناظر به تعیین کارشناس با توافق طرفین است و منصرف از داوری است و ضمانت اجرایی برای آن پیش‌بینی نشده است مگر رضایت طرفین برای اجرای آن. حسب مفاد بند «الف» ماده (۵۳) شرایط عمومی پیمان، بندهای «۱» و «۲» ذیل بند «الف» راهکاری برای رفع اختلاف و قبل از رجوع به داوری لحاظ شده است و اگر اختلاف به قوت خود باقی بود وفق بند «ج» مراحل مراجعه به داوری پیش‌بینی شده است، بنابراین تعبیر از اظهار نظر کارشناسی به رأی داوری، تعبیر صحیحی نیست و بر ابطال آن هم اثری مترتب نیست کم‌اینکه قابلیت اجرا هم ندارد، بنابراین دادگاه ... دادنامه معترض عنه را نقض و قرار رد دعوی خواهان بدوی را صادر و اعلام می‌کند ...».

## ۱-۱. اصل داوری پذیری دعاوی

داور در لغت به معنای حاکم، حکم، کسی که برای قطع و فصل مرافعه دو یا چند تن انتخاب شود و همچنین به معنای قاضی آمده است (عمید، ۱۳۸۹: ۵۱۳). در اصطلاح حقوقی «فرایندی است که به موجب آن اختلاف طرفین نسبت به حقوق و تکالیف قانونی خود از طریق قضاوت یک یا چند نفر داور به جای دادگاه حل و فصل می‌شود و تصمیم مزبور لازم الاجراست» (شیروی، ۱۳۹۲: ۱۰). اصل داوری از لحاظ فقهی جایز و بدون اشکال قلمداد شده و گفته می‌شود که طرفین می‌توانند حل و فصل اختلافات خود را به قاضی تحکیم واگذار کنند (جمعی از مؤلفان، بی‌تا: ۲۰۳؛ هادی و حاجی پور، ۱۳۹۵: ۹۰). منظور از قاضی تحکیم همان داور است که بدون داشتن اذن از سوی امام، اصحاب دعوا بر داوری وی توافق می‌کنند (عاملی، ۱۴۲۱: ۴۸؛ تبریزی، ۱۴۲۷: ۳۶۹؛ شعرانی، ۱۴۱۹: ۷۰۰؛ جمعی از پژوهشگران، ۱۴۲۶: ۳۷۵). در دوران معاصر نیز داوری به‌عنوان اصلی‌ترین شیوه حقوقی حل و فصل اختلافات در شکل‌های متنوع پذیرفته شده است (بهبهانی، ۱۳۹۵: ۱۴). علت روی آوردن به داوری را باید در موضوعاتی همچون خصوصی بودن داوری، انتخاب مقام تصمیم‌گیرنده، انعطاف‌پذیری قواعد و رویه داوری، کاهش هزینه و وقت در صدور تصمیم، استفاده از کارشناسان فنی برای حل اختلاف، گسترش دامنه صلاحیت و ... دانست (Bennett, 2002: 6-7; Swee Kian Tay, 1998: 19 - 22).

در حقوق ایران نیز همانند سایر نظام‌های حقوقی مسئله داوری به دور از توجه نمانده و پذیرش ارجاع اختلافات به داوری به‌عنوان یک قاعده کلی در ماده (۴۵۴) قانون آیین دادرسی مدنی پذیرفته شده است. حل اختلاف سریع و بدون تشریفات مزیتی است که داوری را نسبت به محاکم دادگستری رجحان بخشیده و با این مبنا تردید چندانی در پذیرش داوری به‌عنوان نهاد حل و فصل اختلاف وجود ندارد. البته در این مقوله به‌طور مطلق امکان سنجش همه دعاوی به داور واگذار نشده و محدودیت‌هایی برای آن در نظر گرفته شده است. این محدودیت‌ها در اکثر نظام‌های حقوقی وجود داشته و پذیرش مطلق داوری در تمام دعاوی و اختلافات قابل قبول نیست. یکی از مهم‌ترین چالش‌ها، داوری‌پذیری موضوع است که برای داوران و دادگاه‌ها مطرح می‌شود (Elkouri, 1960: 119) و داور و دادگاه هر دو باید در بدو رسیدگی به اختلاف و



صحت جریان داوری، صلاحیت موضوعی را بررسی کنند. در تعیین موضوعات غیرقابل ارجاع به داوری، منافع ملی و مصالح نظام قضایی هر کشور مدنظر قرار می‌گیرد و صرفاً به حل و فصل اختلاف طرفین توجه ندارند (جنیدی و غیاثوند قزوینی، ۱۳۹۶: ۲۷). کنوانسیون‌های بین‌المللی منعقد شده در این راستا نیز محدودیت‌های نظام‌های حقوقی را محترم دانسته و نظم حقوقی داخلی کشورها را در مقررات خود لحاظ کرده‌اند. چارچوب حقوقی ایران نیز در رابطه با داوری به گونه‌ای است که ارجاع امر به داوری گاه با ممنوعیت مطلق و گاه با محدودیت همراه است که در قسمت‌های بعدی به آن اشاره می‌شود.

در برابر این استثنائات، گستره پذیرش داوری و اعمال قواعد داوری آن چنان وسیع است که کمتر تردیدی در پذیرش این نهاد دیده می‌شود. اگرچه درباره تحقق داوری، با توجه به اصل عدم تحقق داوری و استمرار صلاحیت دادگاه یا مراجع قانونی دیگر، در صورت تردید معقول در ارکان داوری، باید آن را منتفی دانست (خدابخشی، الف، ۱۳۹۶: ۴۴۵)؛ ولی داوری‌پذیری موضوعی متفاوت است و برحسب قاعده تمامی اختلافات می‌تواند به داوری ارجاع شود (شمس، ۱۳۸۹: ۵۰۸). قرارداد داوری مانند هر قرارداد دیگر اعتبار طرفینی دارد و تردیدی در پایبندی طرفین به آن باقی نمی‌ماند. استقلال شرط داوری از قرارداد پایه و عدم تأثیرپذیری از آن (شیروی، ۱۳۹۵، ۵۰۴ و ۵۰۵؛ قبولی درافشان و محسنی، ۱۳۹۱، ۱۳۵؛ زارع و سلیمی، ۱۳۹۷، ۴۷۰) نیز خود تأییدی بر احترام به آزادی اراده اشخاص است. همان‌طور که بر سر راه اعتبار قراردادها موانعی وجود دارد، حذف حدود و حصر توافق داوری نیز قابل تصور نیست؛ اما این موانع موجب نفی قاعده نخواهد بود و پذیرش داوری‌پذیری در دعاوی را همانند اصل آزادی قراردادی باید به عنوان قاعده پذیرفت. مبانی قانونی از جمله اصل (۱۳۹) قانون اساسی، ماده (۴۵۴) قانون آیین دادرسی مدنی، بند «۲» ماده (۲) قانون داوری تجاری بین‌المللی نیز مؤید این ادعاست.

## ۱-۲. ممنوعیت‌ها و محدودیت‌های داوری

آزادی ارجاع به داوری به منزله داوری‌پذیری بدون قید و شرط نیست. در برخی موارد ارجاع اختلاف به داوری موجب از هم گسیختن نظم عمومی جامعه می‌شود و یا قواعد اساسی یک

نظام حقوقی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. یکی از اساتید معتقد است که موضوع اصلی در مورد داوری ناپذیری این نگرانی است که جامعه از این داوری آسیب خواهد دید چون مسائل مربوط به حقوق عمومی برای داوران مسائل پیچیده و دشواری است (Rogers, 1992: 1). بنابراین یکی از اقدامات کنترلی که دولت در جهت حفظ منافع عمومی انجام می‌دهد و فراتر از کنترل معمول است، ایجاد ممنوعیت‌ها و محدودیت‌هایی برای داوری در قالب منحصر کردن رسیدگی به اختلافات خاصی در دادگاه‌های خود است (رئیزی، ۱۳۹۲: ۲۸).

از این رو قانونگذار در قوانین اعم از داخلی و بین‌المللی ارجاع دسته‌ای از دعاوی به داوری را محدود یا ممنوع کرده است. قبول مطلق داوری‌پذیری در نظام‌های حقوقی معدودی قابل مشاهده است و حقوق ایران نیز از این جرگه مستثنا نیست. از جمله این موارد می‌توان به دعاوی کیفری، دعاوی ورشکستگی، دعاوی راجع به اصل نکاح، فسخ آن و ... اشاره کرد. فلسفه ممنوعیت داوری در این موارد را باید غالباً با ارتباط آنها با نظم عمومی از جهات مختلف دانست. البته رویکرد نظام‌های حقوقی یکسان نیست. در اغلب نظام‌های حقوقی ضمن اینکه قابل داوری بودن دعاوی را به‌عنوان قاعده قبول دارند، همانند قانونگذار ایران، مصادیقی را به‌عنوان استثنائات قاعده برشمرده‌اند (همان).

اما در برخی کشورها مانند ایالات متحده و انگلستان نیز مصادیق احصا نشده و این اختیار به دادگاه داده شده است تا در مواردی که ارجاع اختلاف به داوری با نظم عمومی برخورد دارد، از اعتباردهی به رأی داور خودداری کنند (کریمی و پرتو، ۱۳۹۱: ۱۶۹).

با این حال مصادیق یادشده در نظام‌های حقوقی نیز مبنای خود را از منافع و نظم عمومی می‌گیرند به همین دلیل برخی معتقدند علت اصلی داوری ناپذیری پرونده‌های کیفری که مستوجب تعقیب عمومی است را باید منافع اجتماع دانست (Bennett, 2002: 64). همچنین داوری دعاوی ورشکستگی با توجه به اینکه با تجارت و اقتصاد کشور ارتباط دارد و چه بسا ورشکستگی تاجری ممکن سبب ورشکستگی دیگر تجار و بستانکاران شده و موجب رکود بازار شود، ممنوع است (محمدزاده اصل، ۱۳۷۹: ۸۹). دعاوی مربوط به اصل نکاح، طلاق، فسخ و نسب نیز از این قبیل است و با اینکه موضوعاتی شرعی هستند با حیات اجتماع و نظم عمومی سروکار دارند (همان: ۹۰).

همچنین گفته می‌شود علاوه بر نظم عمومی، مواردی که در صلاحیت منحصر به فرد

دادگاه‌های ملی قرار دارد و مسائلی که مربوط به قوانین اجباری هستند، خارج از قلمروی داوری قرار می‌گیرد (Mistelis and Brekoulakis, 2009: 285).

اگرچه در ایران دعاوی غیرقابل داوری موضوعی و براساس ماده (۴۹۶) قانون آیین دادرسی مدنی قابل تشخیص است، اما علاوه بر تعیین برخی مصادیق، قاعده کلی مخالفت با نظم عمومی و اخلاق حسنه معیاری است که در جهت منع از داوری پذیری باید در آن مذاقه شود. بند «۲» ماده (۳۴) قانون داوری تجاری بین‌المللی در بیان بطلان رأی داوری و عدم قابلیت اجرای آن مقرر می‌دارد: «در صورتی که مفاد رأی مخالف با نظم عمومی یا اخلاق حسنه کشور و یا قواعد آمره این قانون باشد». در تشخیص نظم عمومی باید توجه داشت که مفهوم نظم عمومی در قالب خاصی قرار نمی‌گیرد و نسبی بودن مفهوم مذکور قابلیت تطبیق موضوع با شرایط را در اختیار دادگاه قرار می‌دهد.

در شناخت مفهوم و تحلیل ماهوی نظم عمومی و مقایسه آن با مفهوم اخلاق حسنه و قوانین امری نظرهای متفاوتی ارائه شده است. برخی معتقدند بین نظم عمومی و اخلاق حسنه رابطه عموم و خصوص من وجه برقرار است و برخی قائل به رابطه عموم و خصوص مطلق هستند و از نظر عده‌ای نیز نظم عمومی و اخلاق حسنه تفاوت ذاتی و ماهوی با یکدیگر ندارند (شهبابی و شهیدی، ۱۳۹۷: ۵۱۲ و ۵۱۴). عده‌ای هم نظم عمومی را هم‌ردیف قواعد و قوانین امری قرار داده‌اند (میرزائزاد جویباری، ۱۳۹۷: ۱۵۹). در قانون نمونه آنسیترال که قانون داوری تجاری بین‌المللی ایران برگرفته از آن است، فقط عبارت «نظم عمومی» به کار رفته و نامی از «اخلاق حسنه» و «قواعد آمره» برده نشده است؛ اما به نظر می‌رسد که این تمایز صرفاً صوری و عبارتی است نه ماهوی؛ زیرا نظم عمومی در معنای عام باید در نظر گرفته شود که از این حیث شامل اخلاق حسنه نیز خواهد شد (صفایی، ۱۳۷۷: ۳۲). همچنین منظور از قواعد آمره در قانون داوری تجاری بین‌المللی، قواعد مربوط به اصول دادرسی است که تحت شمول نظم عمومی قرار می‌گیرد و ذکر آن ضرورتی نداشته است (همان: ۳۳-۳۲). ارجاع نشدن دعاوی مخالف نظم عمومی و اخلاق حسنه به داوری را باید در دلایلی جست‌وجو کرد. یکی از این دلایل عدم شدت برخورد و قاطعیت کافی در رسیدگی توسط داور، بررسی ادله، مدارک و مستندات طرفین دعوا نسبت به محاکم دادگستری است (رئسی، ۱۳۹۲: ۵۹) و دلیل

دیگر می‌تواند تردید در اعمال صحیح قواعد مربوط به نظم عمومی توسط داورانی باشد که به موضوع رسیدگی می‌کنند (همان). در کتب فقهی نیز گفته شده توافق بر رسیدگی توسط قاضی تحکیم در دعاوی عمومی راه ندارد، زیرا در دعاوی عمومی توافق مفهومی ندارد و دادستان به‌عنوان نماینده جامعه مکلف به پیگیری است (جمعی از مؤلفان، بی‌تا: ۲۰۷)؛ بنابراین جایی برای توافق طرفین به رسیدگی خارج از محکمه نیست.

در حقوق ایران اصل آزادی داوری علاوه بر ممنوعیت‌ها، محدودیت‌هایی نیز در خود دارد. از جمله موارد محدودیت داوری پذیری، دعاوی اموال دولتی و عمومی است که وفق اصل (۱۳۹) قانون اساسی منوط به رعایت تشریفات خاص است. در داوری‌ها اصل مسلم این است که فقط اشخاصی حق مراجعه به داوری را دارند که حق انتقال آزادانه موضوع اختلاف را داشته باشند. از لحاظ منطقی فقط دعاوی راجع به انتقال اموال عمومی قابلیت ارجاع به داوری ندارند و بعید نیست که مقصود مقنن قانون اساسی و قانون آیین دادرسی مدنی از اموال دولتی، آن دسته از اموال دولتی باشند که برای مصارف و مصالح عموم اختصاص داده شده است (کریمی و پرتو، ۱۳۹۱: ۱۸۲). بنابراین تفسیر در گسترش قلمروی استثنا، خلاف قاعده است و رویه قضایی نیز بی‌تأثیر از این تفکرات نبوده و مواردی دیده می‌شود که دادگاه ارجاع دعاوی به داوری را پذیرفته است.<sup>۱</sup>

تفکیک بین اعمال تصدی و حاکمیت یا تمایز بین اموالی که به‌طور بالفعل و بدون

۱. در قسمتی از دادنامه شماره ۶۰۵ و ۶۰۶ مورخ ۱۳۸۲/۷/۱۳ شعبه سوم دادگاه حقوقی تهران موضوع پرونده شماره ۸۲/۳/۵۲۹ آمده است: «منظور قانونگذار از اصل (۱۳۹) قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، اموال عمومی و دولتی است که برای اعمال حاکمیت در نزد دولت و شرکت‌های دولتی است و منصرف از امری است که برای تصدی امور بازرگانی و تجاری در اختیار دارد، بنابراین موضوع داوری از شمول اصل (۱۳۹) خارج است».

همچنین شعبه ۱۹ دادگاه حقوقی تهران در دادنامه شماره ۸۸۰۵۵۹ مورخ ۱۳۸۸/۷/۱۹ موضوع پرونده شماره ۶۳۳/۸۷-۱۰۹/۱۹/۸۸ بیان داشته است: «ممنوعیت ارجاع امور به داوری بدون تحصیل موافقت هیئت وزیران در اصل (۱۳۹) قانون اساسی و ماده (۴۵۷) قانون صرفاً اموال عمومی و دولتی بوده و نه اموال و دارایی‌های شرکت‌های دولتی... به نظر دادگاه، مقنن اموال و دارایی‌های شرکت‌های دولتی را غیر از اموال عمومی و دولتی تلقی کرده، دولت را صرفاً سهامدار این قبیل شرکت‌ها دانسته که به اقتضای سیاست‌های اقتصادی سهام خود را قابل کاهش یا افزایش یا قابل واگذاری کلی می‌داند. از این رو ایراد عدم رعایت اصل (۱۳۹) قانون اساسی و ماده (۴۵۷) قانون به لحاظ عدم انطباق مصداق با آن مقررات، وارد نمی‌داند» (خدابخشی، ۱۳۹۷: ۸۱-۸۰).

وجود اختلاف در زمره اموال دولتی و عمومی هستند با اموالی که به دلیل اختلاف طرفین نمی‌توان به صورت بالفعل، دولتی و عمومی تلقی کرد یا جدا کردن اموالی که برای مصالح و مصارف عمومی اختصاص داده شده‌اند از سایر موارد یا تفکیک بین شرکت‌های دولتی و دیگر بخش‌های دولت یا جدا کردن اختلاف قبل از طرح در دادگاه با آنهایی که در دادگاه طرح شده‌اند، مبانی است که سبب می‌شود قلمرو مقررات مذکور به اموالی که در مقام حاکمیت و نیز اموالی که قبل از توافق داوری در زمره اموال عمومی یا دولتی هستند، منصرف شود (خدابخشی، ۱۳۹۷: ۷۸-۷۳). بنابراین در حقوق کنونی اکثر تفسیرها در جهت رفع موانع داوری است و در کاهش قلمروی داوری پذیری دعاوی باید به قدر متیقن‌ها اکتفا کرد و محدودیت‌ها و ممنوعیت‌ها باید مبتنی بر مبنای عقلی و قانونی باشد.

## ۲. بررسی داوری پذیری دعاوی بیمه شخص ثالث

دعاوی مربوط به بیمه از حیث قابلیت انطباق با اصل کلی داوری پذیری و جایگیری در محدودیت‌های قانونی، قابل بررسی است و با توجه به اینکه بسیاری از موارد مطالبه خسارات مالی و بدنی از طریق دعاوی جزایی انجام می‌شود، رویکرد قانونی در خصوص برخی احکام از جمله امکان مصالحه در صدمات بدنی و حقوق قانونی مربوط به زیان دیده در بیمه‌های مسئولیت که در قانون بیمه اجباری نیز لحاظ شده، توجه ویژه‌ای را می‌طلبد. همچنین وجود جنبه جزایی برخی سوانح (مانند حوادث کار و حوادث ترافیکی) سبب شده تا اصل پذیرش داوری در مورد مسئولیت مدنی با ابهام مواجه شود که بررسی مزایا و معایب داوری پذیری و موانع پیش‌رو به قضاوت نهایی کمک شایسته‌ای می‌کند.

### ۲-۱. معایب ارجاع دعاوی بیمه به داوری

داوری نیز همانند هر نهاد دیگری علاوه بر داشتن مزایای بدیهی، معایبی را به همراه دارد. حل اختلافات از طریق داوری آثار مستقیم و غیرمستقیمی نسبت به طرفین اختلاف و آحاد جامعه دارد. دعاوی مربوط به بیمه نیز از این قاعده مستثنا نیست. پایان دادن نزاع بدون مراجعه به محکمه با اقبال بیشتری مواجه است، اما وجود برخی خصیصه‌ها و نبود ضمانت

اجرای کافی در برخی جنبه‌ها از اهمیت داوری کاسته است. در این قسمت به بررسی برخی از نقاط ضعف داوری در زمینه دعاوی بیمه پرداخته می‌شود.

- یکی از نقاط ضعف داوری تشریفات مربوط به انتخاب داور است. انتخاب داور در قانون آیین دادرسی مدنی به صورت هیئتی مرکب از داوران اختصاصی و سرداور مرضی الطرفین در نظر گرفته شده است. در صورت توافق در انتخاب هیئت داوری، غالباً فرایند داوری توأم با اطاله نیست اما در صورت عدم تراضی، روند انتخاب داور خود به معضلی تبدیل می‌شود که فرایند داوری را به درازا می‌کشاند. این خصیصه سبب می‌شود تا نهاد داوری که به‌عنوان یک راهکار سریع برای حل و فصل اختلافات در نظر گرفته می‌شود، گاه از یک دادرسی قضایی نیز طولانی‌تر عمل کند. به‌عنوان مثال در صورت عدم انتخاب نام داوران در توافقنامه داوری و عدم تراضی در انتخاب هیئت داوری، وفق ماده (۴۵۹) قانون آیین دادرسی مدنی، ارسال اظهارنامه و تقاضا از دادگاه از تشریفات تعیین داور است و این فرایند خود ممکن است ماه‌ها به طول انجامد که با اهداف داوری که سرعت رسیدگی است، انطباق کامل ندارد. اطاله رسیدگی داوری نیز ممکن است موجبات افزایش تعهدات طرفین را فراهم آورد. به‌عنوان مثال در صورت تحقق اختلاف بین شرکت بیمه و متقاضی خسارت، سرعت در رسیدگی نقش مهمی در جلوگیری از افزایش تعهدات بیمه‌گر دارد. معمولاً بیمه‌گران اگر احساس کنند که دعوا به صورت مشکوک جریان یافته تا آخرین امکان حقوقی از اجرای رأی امتناع می‌کنند و در این موارد اگر ادعای بیمه‌گر ثابت نشود مسئول پراخت مابه‌التفاوت دیه هم هستند (همان، ۱۳۸۹: ۳۱۰). بنابراین اطاله رسیدگی به جهت تشریفات، مسئولیت بیمه‌گر را از حیث افزایش نرخ دیه و سایر خسارات ناشی از تأخیر در پرداخت به دنبال خواهد داشت.

- یکی دیگر از معایب داوری، نبود شایستگی و کارشناسی برخی داوران است و گاهی اوقات تصمیمات آنان چیزی جز ارائه یک راه‌حل مسالمت‌آمیز نیست (Weise, 1996: 50) و راه‌حل قاطعی ارائه نمی‌شود. استفاده از افراد ناکارآمد در جهت حل اختلاف نه تنها راهگشای طرفین نیست، بلکه گاهی بر اختلافات آنان افزوده و اختلافات جدیدی ایجاد می‌کند و مشقت ابطال رأی داور را هم برعهده طرفین می‌گذارد.

- داوری در دعاوی بیمه به جهت وجود حقوق شخص ثالث، تأثیر بسزایی

ندارد و عملیات اجرایی آن با مانع مواجه است. طبق قاعده کلی اثر توافق در رابطه با اشخاص ثالث مؤثر نیست و محدود به کسانی می‌شود که در بستن پیمان دخالت داشته‌اند (کاتوزیان، ۱۳۹۰: ۱۰؛ صفایی، ۱۳۸۷: ۱۶۶). سازش بین طرفین دعوی اصلی که به میزانی بیشتر یا کمتر از حق اصلی منجر شود یا سازش آنان به میزانی غیر از میزان واقعی مسئولیت، در حق شخص ثالث تأثیری ندارد؛ چرا که سازش طرفین یا تصمیم داور نمی‌تواند موجب تحمیل تعهدات غیرقراردادی بر بیمه‌گر یا زیان دیده شود. از این رو گفته می‌شود ارجاع دعا به داوری تأثیر چندانی ندارد و توافق بین زیان دیده و مسئول حادثه یا صدور رأی داور بین آنها، بر تعهدات بیمه‌گر اضافه نمی‌کند و داوری بین بیمه‌گر و مسئول حادثه نیز در حق زیان دیده تأثیری ندارد.

- براساس نظر بسیاری از حقوقدانان، طرح دعوی مسئولیت علیه مقصر حادثه این امکان را به مدعی می‌دهد تا بیمه‌گر را به جهت وجود رابطه قراردادی و نفعی که از قبل اجرای تعهدات بیمه‌گر به نفع خود حاصل می‌کند، به دعوا جلب کند (کاتوزیان و ایزانلو، ۱۳۹۷: ۲۸۸). همچنین این حق را می‌توان برای مسئول حادثه که بیمه‌گذار تلقی می‌شود قائل شد. با این وصف رأی دادگاه به طور مستقیم نسبت به بیمه‌گر قابلیت اجرایی دارد و بیمه‌گر نمی‌تواند از اجرای تعهدات خود استنکاف کند، اما در داوری چنین امکانی فراهم نیست و شرط ورود یا جلب بیمه‌گر به فرایند داوری، توافقنامه داوری است که می‌تواند به صورت شرط ضمن عقد یا قرارداد مستقل باشد. عدم دخالت بیمه‌گر در فرایند داوری اختلاف بین مسئول حادثه و زیان دیده، موجب عدم قابلیت اجرای رأی داور نسبت به وی می‌شود؛ چرا که رأی داوری در رابطه با حل اختلاف بین طرفین داوری است و بیمه‌گر را به اجرای مستقیم مکلف نمی‌کند و مشکلی که در قسمت قبل بیان شد دوباره مطرح می‌شود.

## ۲-۲. مزایای ارجاع دعاوی بیمه‌ای به داوری

مزایای ارجاع دعاوی به داوری غیرقابل انکار است و قواعد مربوط به داوری و داوری پذیری روزبه‌روز در حال گسترش است. تحول نهاد و قواعد داوری به سمت حذف موانع داوری در حرکت است (خدابخشی، الف، ۱۳۹۶: ۴۵۲) و علت این امر را باید در وجود منافع حاصل

از داوری دانست. در بیان مزایای ارجاع دعاوی بیمه‌ای به داوری می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

- یکی از مواردی که در شرایط کنونی موجب دادگاه‌گریزی افراد جامعه شده است، اطلاع دادرسی و ازدحام پرونده‌های قضایی است که موجب شده صدور تصمیم دادگاه‌ها ماه‌ها و گاهی سال‌ها به طول انجامد. این اطلاع‌آثاری بر طرفین پرونده دارد. به‌عنوان مثال در دعاوی بیمه‌ای، بالا رفتن قیمت کالاها و افزایش نرخ دیه در نتیجه عدم اجرای تعهدات بیمه‌گروتن دادن به دادرسی برعهده بیمه‌گر قرار می‌گیرد و هر چقدر زمان آغاز دعا تا پایان دادرسی کوتاه‌تر باشد، منافع بیشتر بیمه‌گر را به دنبال خواهد داشت. اگرچه مدت دادرسی باید با در نظر گرفتن عواملی همچون پیچیدگی پرونده، رفتار طرفین پرونده و ... سنجیده شود (Henzelin and Rordorf, 2014: 86) و گاه ممکن است فرایند داوری از دادرسی قضایی طولانی‌تر شود، ولی در مجموع نبود تشریفات دادرسی در فرایند داوری، زمینه صدور فوری رأی و زمان کمتر مدت داوری را فراهم می‌کند و علاوه بر جبران سریع‌تر خسارت زیان دیده و برائت مسئول حادثه، از افزایش تعهدات بیمه‌گر نیز جلوگیری خواهد شد. همچنین گاهی وجود قواعد آیین دادرسی در خصوص تعیین اوقات و قواعد مربوط به صلاحیت دادگاه‌ها یا ارزیابی ادله موجب می‌شود که دادرسی به صورت غیرمنتظره مدت مدیدی تا نقطه پایان سپری کند، اما داوری مبتنی بر اراده طرفین است و گرایش به رهایی از سلطه دولت و مقررات دولتی دارد و در آیین دادرسی نیز تابع قانون حاکمیت اراده است (صفایی، ۱۳۷۷: ۲۲). بنابراین تصمیم در خصوص انتخاب فرایند داوری سریع یا مفصل قابل تعیین با طرفین است و آنان می‌توانند به داور اختیارات اضافه اعطا کنند یا از آن بکاهند (Abbaspur, 2013: 2) یا با ترکیب روش‌هایی مسائلی که باعث اختلاف می‌شوند را محدود و پروسه تعیین حقایق را کارآمدتر کنند (Young, 2017: 8). بنابراین داوران در مدت معینی به مذاکره و مشاوره خود خاتمه و به صدور رأی مبادرت می‌ورزند و طبق ماده (۴۷۷) قانون آیین دادرسی مدنی به رعایت تشریفات آیین دادرسی ملزم نیستند در نتیجه با سرعت مناسبی به دعوا رسیدگی می‌کنند (بهبهانی، ۱۳۹۵: ۱۱).

- تفاوت چشمگیر هزینه‌های دادرسی و داوری یکی دیگر از علل ترغیب به نهاد داوری



است. طرح دعوا از ابتدا تا انتهای سیر رسیدگی همگام و هم‌مسیر با صرف هزینه دادرسی است (پورااستاد و حصارخانی، ۱۳۹۴: ۶۱). براساس مدل اقتصادی دادرسی، خواهان در ارزش خالصی که از طرح دعوی خود برآورد می‌کند؛ احتمال پیروزی در دعوا و نتیجه‌ای که انتظار به دست آوردن آن را دارد لحاظ می‌کند (Kobayashi and Parker, 2000: 3).

- تفاوت هزینه‌هایی که خواهان در دادرسی متقبل می‌شود با هزینه‌های فرایند داوری، گرایش به داوری را بالا برده است. بر این اساس علاوه بر عدم تحمیل هزینه‌های دادرسی بر زیان دیده، بیمه‌گر و مسئول حادثه نیز منتفع می‌شوند؛ چرا که در صورت پیروزی خواهان در دادرسی، جبران هزینه‌ها و خسارات دادرسی در نهایت برعهده مسئول حادثه و بیمه‌گر قرار می‌گیرد و متضمن بار مالی برای شرکت‌های بیمه است؛ درحالی‌که هزینه داوری برعهده طرفین بوده و امکان توافق درباره آن نیز وجود دارد.

علاوه بر مزایای یاد شده که داوری در دعاوی بیمه را عمیقاً تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ تخصص داوران و آشنایی آنها به عمق اختلاف اصحاب دعوا، محرمانگی یا رازپوشی آنها در مورد علل، ماهیت و اختلافاتی که به داوری ارجاع می‌شود، گسترش دامنه صلاحیت و ... نیز از مزایای داوری تلقی می‌شود (محمدزاده اصل، ۱۳۷۹: ۲۸؛ ۶-۷؛ Bennett, 2002: 6-7؛ Swee Kian Tay, 1998: 19 - 22).

### ۳. بررسی ممنوعیت‌های ارجاع دعاوی بیمه‌ای به داوری

از جمله محدودیت‌های قانونی که ارجاع دعاوی بیمه‌ای به داوری را با ابهام مواجه کرده، اصل (۱۳۹) قانون اساسی است. براساس این اصل «صلح دعاوی راجع به اموال عمومی و دولتی یا ارجاع آن به داوری در هر مورد، موکول به تصویب هیئت وزیران است و باید به اطلاع مجلس برسد. در مواردی که طرف دعوی خارجی باشد و در موارد مهم داخلی باید به تصویب مجلس نیز برسد. موارد مهم را قانون تعیین می‌کند». مفاد ماده (۴۵۸) قانون آیین دادرسی مدنی نیز با رعایت کامل این اصل قابل احترام تلقی شده است. در صنعت بیمه نیز این بحث به ویژه درباره شرکت سهامی بیمه ایران به عنوان شرکت دولتی مطرح می‌شود که آیا داوری دعاوی مربوط به شرکت‌های بیمه دولتی نیز مشمول ممنوعیت مقرر در اصل (۱۳۹) قانون اساسی می‌شود یا خیر؟ اگرچه ممنوعیت مقرر در این اصل، در داوری‌پذیری

شرکت‌های خصوصی تردیدی ایجاد نمی‌کند و در رویه قضایی موارد فراوانی قابل مشاهده است<sup>۱</sup> ولی اطلاق و عموم اصل (۱۳۹) قانون اساسی در بردارنده ممنوعیت داوری در رابطه با شرکت‌های بیمه دولتی است. این ممنوعیت موجب می‌شود که رأی صادره با ضمانت اجرای بطلان قرارداد یا شرط داوری، ابطال رأی داور توسط دادگاه یا غیرقابل اجرا بودن آن مواجه شود (خدابخشی، الف ۱۳۹۶: ۴۵۲)؛ اما در واقع امر پذیرش این نظر دشوار است.

برخی حقوقدانان معتقدند باید به شرکت‌ها و مؤسسات دولتی که به فعالیت و مبادلات بازرگانی اشتغال دارند، همانند اشخاص خصوصی نگریسته شود و بنابراین اموال و وجوهی که آنها در این ارتباط به کار می‌گیرند باید مانند اموال اشخاص خصوصی، خصوصی و مصون از ویژگی‌های اموال دولتی در نظر گرفته شوند (کریمی و پرتو، ۱۳۹۱: ۱۷۲). همچنین بیان شده شرکت‌های دولتی که کار تصدی دارند، ممنوعیت داوری نخواهند داشت (خدابخشی، الف ۱۳۹۶: ۴۵۳). علاوه بر آن در قانون بیمه اجباری نیز موادی قابل ملاحظه است که اگرچه انطباق کامل آنها با نهاد داوری محل تردید است، اما حل اختلاف در خارج از دادگستری را تجویز کرده است.<sup>۲</sup> در رویه قضایی نیز مواردی یافت می‌شود که امکان داوری در دعاوی مربوط به بیمه‌های دولتی پذیرفته شده است. پذیرش داوری دعاوی شرکت‌های دولتی در استدلال شعبه ۲۷ دادگاه حقوقی تهران مشهود است که به موجب دادنامه شماره ۸۸/۲/۱۳/۱۰۲: «آنگاه که یک شرکت دولتی متصدی یک امر تجاری است و اموالی که در اختیار دارد نه برای اعمال حاکمیت بلکه برای تصدی به امور تجاری باشد، منعی برای مراجعه به داوری نیست و اصل (۱۳۹) قانون اساسی و ماده (۴۵۷) قانون مستمسکی برای اشخاص نیست که اولاً با شرکت‌های دولتی که اعمال تصدی می‌کنند

۱. در تصمیم شماره ۹۷۰۹۹۷۷۵۷۷۷۰۰۴۴۲ مورخ ۱۳۹۷/۴/۲۶ شعبه ۲۷ دادگاه عمومی حقوقی مشهد، دادگاه با پذیرش اصل داوری در مورد اختلاف بیمه‌گذار و بیمه‌گر وارد رسیدگی شده است: «در خصوص دادخواست ... به طرفیت شرکت سهامی بیمه معلم به خواسته ابطال رأی داوری ... دادگاه با مدنظر قرار دادن این مهم که رأی داوری مخالف با قوانین موجد حق است، چرا که از یک سو حادثه رخدادی ناشی از حفر چاه نبوده است ... و از سوی دیگر بیمه‌نامه معنونه تمامی عملیات پروژه از بدو تا خاتمه را تحت پوشش قرار می‌دهد؛ بنابراین دعوی مطروحه را وارد و ثابت دانسته و با استناد به ماده (۴۸۹) قانون آیین دادرسی دادگاه‌های عمومی و انقلاب در امور مدنی حکم به ابطال رأی داوری مورخ ۱۳۹۶/۱۲/۳ صادر و اعلام می‌کند...».

۲. مواد (۲۹ و ۳۹) قانون بیمه اجباری خسارات وارد شده به شخص ثالث در اثر حوادث ناشی از وسایل نقلیه مصوب ۱۳۹۵.

قرارداد داوری منعقد کنند و ثانیاً اگر رأی داوری به ضرر آنان صادر شود، با تمسک به مواد مذکور در صدد بطلان رأی داوری برآیند» (همان: ۴۵۳).

نکته دیگر درباره منع داوری در دعاوی بیمه‌ای، سکوت قانونگذار در قانون بیمه اجباری و عدم استفاده از نهاد داوری است. به‌رغم گسترش نهاد داوری در مقررات ملی و بین‌المللی، قانونگذار در آخرین اراده خود هیچ‌ذکری از نهاد داوری در قانون بیمه اجباری نداشته و تدبیری برای آن اتخاذ نکرده است. حتی ملاحظه می‌شود که در مواد (۲۹ و ۳۹) قانون بیمه اجباری، به‌رغم امکان استفاده از نهاد داوری، مقنن از روش دیگری در پی حل اختلاف بوده است که این امر نشان از گرایش به منع داوری در دعاوی بیمه‌ای دارد، اما تحلیل مواد یاد شده نشان می‌دهد از برخی جهات تدبیر پیش‌بینی شده در مادتين مذکور بی‌شبهت با داوری نیست. هیئت مذکور در ماده (۲۹) توسط نمایندگانی با معرفی طرفین اختلاف رسیدگی می‌کند و دو عضو دیگر نیز اولاً غیر قاضی هستند و ثانیاً به منظور رعایت مقررات و حفظ تعادل طرفین و خرد جمعی بیشتر و بهتر به هیئت اضافه می‌شوند و مأموریت رسمی همانند دیگر نهادهای قانونی و کمیسیون‌ها را ندارند (خدابخشی، ب ۱۳۹۶: ۹۶). رسیدگی هیئت مذکور در ماده (۲۹) یک مرحله‌ای و رأی آن مانند رأی داوری لازم‌الاجراست و مطابق ماده (۲۷) قانون نحوه اجرای محکومیت‌های مالی از طریق دادگستری اجرا می‌شود و نظر ارزیاب مندرج در ماده (۳۹) نیز قطعی و لازم‌الاجراست.

به‌علاوه قید نشدن داوری در مواد (۲۹ و ۳۹) نباید نافی داوری تلقی شدن آنها شود و تلقی هیئت مذکور در ماده (۲۹) به‌عنوان مرجع داوری اجباری نباید عجیب باشد (همان: ۹۷). ماهیت اختلاف مندرج در این مواد ناظر به روابط خصوصی و جبران خسارت است و تضادی با مقررات آمره ندارد و با مفهوم داوری که حل اختلاف خارج از دادگستری و توسط افراد منتخب است، قابل انطباق است. در نهایت داوری تلقی کردن هیئت و ارزیاب خسارات امر عجیبی نیست و وجود این خصایص موجب شده تا تصور به داوری‌پذیری بودن دعاوی بیمه تقویت شود. اما حتی در فرض عدم پذیرش این دو نهاد به‌عنوان داوری، نمی‌توان استنتاجی مخالف کرد و عدم داوری‌پذیری دعاوی بیمه را تقویت کرد. چنان‌که سکوت مقنن در قانون بیمه اجباری، تقویت‌کننده محدودیت و ممنوعیت داوری نیست و

همان طور که گفته شد، قاعده اصلی را باید داوری پذیری دعاوی در نظر گرفت و تحول نهاد و قواعد داوری نیز به سمت حذف موانع در حرکت است (خدابخشی، الف ۱۳۹۶: ۴۵۲)؛ بنابراین در صورت شک در موضوعی که خلاف اصل است باید به قدر متیقن اکتفا کرد و از گسترش خلاف قاعده پرهیز کرد. نتیجه اینکه مواد (۲۹ و ۳۹) را نمی‌توان دلیلی بر داوری‌ناپذیری دعاوی بیمه‌ای تلقی کرد، بلکه حتی این مواد خود مؤید امکان پذیرش داوری در دعاوی بیمه‌ای است. به عبارت دیگر اتخاذ تدابیر لازم جهت حل اختلافات در خارج از دادگاه به وسیله اشخاصی غیر از قاضی دادگستری نشان از انعطاف‌پذیری مقنن برای حل اختلافات مربوط به دعاوی بیمه به روشی غیر از دادرسی قضایی دارد و اگرچه این دو ماده از حیث احکام و آثار کاملاً با داوری به مفهوم خاص انطباق ندارند و حرکت مؤثری به سمت داوری اجباری در دعاوی بیمه‌ای صورت نگرفته؛<sup>۱</sup> اما وجود ویژگی‌های مشترک بین داوری، ارزیاب و هیئت حل اختلاف نشان از قابلیت پذیرش قواعد مربوط به داوری در این زمینه دارد.

همان طور که گفته شد از مهم‌ترین موانع در داوری‌پذیری هر دعوائی تقابل آن با نظم عمومی است. یکی از مشکلات و ممنوعیت‌های ارجاع داوری دعاوی بیمه‌ای به خصوص در بخش مربوط به پوشش بیمه وسایل نقلیه موتوری این است که در عمل امکان دارد موجب امتناع از پرداخت خسارت به بیمه شده شود و همچنین موجب شود تا بیمه‌گذار از مسئولیت عمل کردن مطابق نظم عمومی رهایی یابد. در نظام حقوقی کامن‌لا این نظر در برخی موارد قابل ملاحظه است. در پرونده‌ای دادگاه ایالت اوکلاهما رأی داد که شرط داوری در ارتباط با پوشش بیمه‌ای رانندگان خاطی مخالف نظم عمومی اوکلاهما بوده و باطل است (McLaughlin, 1962: 353). اما گسترش داوری باعث تعدیل این نظر شده است؛ زیرا داوری یکی از انواع روش‌های حل اختلاف است و در کامن‌لا نیز به رسمیت شناخته شده و رأی داور در رابطه طرفین الزام‌آور است. از سوی دیگر بعداً مقررات یکنواخت جدیدی در زمینه داوری اعلام شد و در مقررات برخی ایالات به تصویب رسید و تعدادی از

۱. برای مطالعه بیشتر نک. خدابخشی (ب ۱۳۹۶).

ایالات آمریکا اعلام کردند که داوری در رابطه با اختلافات موجود و آینده در این زمینه معتبر و لازم‌الاجرا خواهد بود (Ibid.: 355). بنابراین داوری‌پذیری دعاوی بیمه‌ای تعارضی با نظم عمومی نداشته و وجود جنبه عمومی برای عمل راننده خاطی، مخالف نظم عمومی نبوده و قابل جمع با داوری است که در ادامه بیان می‌شود.

مهم‌ترین دلیلی که در خصوص محدودیت قلمرو داوری‌پذیری از نظر برخی حقوقدانان عنوان شده، پیچیدن و درهم آمیختن حقوق خصوصی در برخی زمینه‌های خاص با منافع عمومی است که از جمله آنها مسائل کیفری است (Freimane, 2012: 16). رویکرد کیفری، نماد بارز واکنش اجتماع در برابر نقض نظم عمومی از برخی جهات است. دعاوی بین طرفین که مرتبط با بیمه است گاه دارای جنبه کیفری است، مانند تصادفات رانندگی و حوادث ناشی از کار که نفس عمل زیان‌باری که مسئولیت بیمه‌گر را در پی دارد مستوجب مجازات نیز است؛ بنابراین اختلاط مسائل کیفری و حقوقی در این موارد مانعی برای داوری‌پذیری است. در این دو مورد احراز مسئولیت جزایی و گاه مسئولیت مدنی غالباً از طریق دعاوی جزایی انجام می‌شود و توافق طرفین یا داوری می‌تواند حدود دیه و سایر خسارات را تغییر دهد. به‌عنوان مثال در حادثه ترافیکی ممکن است طرفین توافق به پذیرش تقصیر توسط شخصی غیر از مقصر کنند و از این‌رو هزینه‌ای بر بیمه‌گر تحمیل کنند و یا با سلب مسئولیت از بیمه‌گذار، بیمه‌گر را از تحمل مسئولیت برهانند. همچنین توافق بیمه‌گر با مقصر حادثه نیز نمی‌تواند زیان دیده را از حقوق قانونی خود که به موجب قانون بیمه اجباری برقرار شده است، محروم کند. بنابراین با توافق می‌توان بخش خصوصی حادثه را به داوری موکول کرد، ولی مسئولیت کیفری با توافق قابل انتقال نیست و رأی داور نمی‌تواند مبنای مسئولیت کیفری باشد. همین موضوع در حوادث کار نیز قابل طرح است. به‌عنوان مثال توافق کارفرما و پیمانکار یا کارفرمای جزء به اینکه یکی از آنها در نتیجه حوادث کار مسئول باشد به زیان ثالث نخواهد بود و دادگاه صرف‌نظر از این توافق باید به رسیدگی ادامه دهد و این امر به معنای بطلان قرارداد نیست و در رابطه خصوصی بین آنان می‌تواند به‌عنوان یک قرارداد خصوصی مانند ضمان یا التزام به دین اثر داشته باشد، به این معنا که یک نفر جبران خسارت و مسئولیت مدنی دیگری را به عهده می‌گیرد (خدابخشی، الف، ۱۳۹۶: ۱۶۹).

بنابراین وجود قرارداد داوری منعی برای نظم عمومی نخواهد داشت و در بخش خصوصی نیز سالب جنبه کیفری و حفظ نظم عمومی جامعه نخواهد بود.

در صدمات بدنی ناشی از تصادف محدودیت دیگری نیز لحاظ شده که در ماده (۱۱) قانون بیمه اجباری آمده است. براساس این ماده: «درج هرگونه شرط در بیمه نامه که برای بیمه‌گذار یا زیان دیده مزایای کمتر از مزایای مندرج در این قانون مقرر کند، یا درج شرط تعلیق تعهدات بیمه‌گر در قرارداد به هر نحوی، باطل و بدون اثر است. بطلان شرط سبب بطلان بیمه نامه نمی‌شود. همچنین اخذ هرگونه رضایت نامه از زیان دیده توسط بیمه‌گر و صندوق مبنی بر رضایت به پرداخت خسارت کمتر از مزایای مندرج در این قانون ممنوع است و چنین رضایت نامه‌ای بدون اثر است». ارجاع دعوا به داوری به نحوی که به اثبات حقوقی کمتر از مزایای مقرر در قانون بیمه اجباری منجر شود، خلاف فلسفه حمایتی قانونگذار است. به نظر می‌رسد این ممنوعیت در جهت حمایت از حقوق زیان دیده برقرار شده و جنبه آمرانه دارد. شرط ارجاع به داوری اگرچه موجب تعلیق تعهدات بیمه‌گر نیست، اما با این ابهام همراه است که امکان دارد به نتیجه‌ای بینجامد که مزایای کمتری از مزایای مندرج در قانون بیمه اجباری برای زیان دیده به همراه داشته باشد. پذیرش این ماده به عنوان محدودیتی برای داوری دعاوی بیمه دشوار است. علت اصلی مراجعه به داوری ایجاد اختلاف بین طرفین است و این مراجعه براساس شرط یا قراردادی است که ممکن است قبل یا پس از حدوث اختلاف تنظیم شده باشد؛ بنابراین رجوع به داوری عملاً جایگزینی برای مراجعه به دادگستری است. همان‌طور که در فرایند رسیدگی دادگستری باید مقررات آمره در قانون بیمه اجباری به عنوان یک اصل رعایت شود، داوری نیز پایبند به این مهم خواهد بود و عدم رعایت مقررات موجب حق موجبی برای عدم استواری رأی داور است. به این ترتیب وجود این شرط را نمی‌توان مانعی جدی برای داوری‌پذیری دعاوی بیمه تلقی کرد و صرفاً نشان دهنده محدوده رسیدگی داور و توجه به قواعد حمایتی است.

#### ۴. پذیرش اصل داوری‌پذیری دعاوی بیمه

پذیرش قاعده داوری‌پذیری دعاوی بیمه‌ای در نظام‌های حقوقی قابل قبول است، به طوری که گفته شده داوری از مدت‌ها قبل برای حل انواع اختلافات ناشی از سیاست‌های

بیمه‌ای به کار می‌رفته است. این اختلافات می‌تواند شامل اختلافات بین شرکت‌های بیمه‌گر و بیمه‌کنندگان، بین دو یا چند شرکت بیمه برای مسئولیت مازاد یا بین شخص ثالث و شرکت بیمه برای بازپرداخت خسارات باشد. همچنین صدمات اشخاص، قصور پزشکی و خسارات وارد به اموال از موارد متعددی است که می‌تواند در مقوله اختلافات بیمه‌ای قرار گیرد که قابل ارجاع به داوری است (Cooley and Lubet, 2003: 19).

داوری در هر دعوایی قطعاً با معایب و مزایایی همراه است، اما ارجح بودن مزایا در مقابل معایب است که توجیه‌کننده پذیرش داوری خواهد بود، در غیر این صورت روی آوردن به نهادی که معایب آن از منافعش بیشتر است، توجیه عقلی و منطقی ندارد. در روابط بیمه‌ای نیز بنا به جهاتی که بیان شد، مزیت طرفین در استفاده از داوری بسیار چشمگیر است و با این مبانی باید استفاده از این نهاد را به مصلحت دانست، ولی صرف وجود منافع در داوری، مجوز استفاده از آن نیست و ممنوعیت‌ها و محدودیت‌های داوری نیز باید در این زمینه بررسی شود. سکوت قانونگذار در پذیرش داوری دعاوی بیمه نمی‌تواند اصل کلی داوری‌پذیری دعاوی را محدود یا مخدوش کند. بررسی ممنوعیت‌ها و محدودیت‌ها همه نشان از عدم منع صریح داوری‌پذیری دعاوی بیمه‌ای داشته و نظم عمومی نیز مانعی برای آن تلقی نمی‌شود. بنابراین علاوه بر وجود دیدگاه به مجاز بودن داوری‌پذیری در این دعاوی، با توجه به اهداف و فلسفه وضع قواعد داوری، باید زمینه‌ای فراهم شود که علاوه بر تجویز داوری در این زمینه، سازوکارهای ضروری در این باره پیش‌بینی شود تا سرعت و تخصص در رسیدگی تضمین و حقوق آمره مربوط به قواعد جزایی و بیمه‌ای تضمین شود.

## ۵. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

بررسی مزایا و معایب داوری دعاوی در جوامع حقوقی حکایت از لزوم بهره‌گیری از این نهاد به‌عنوان یک اصل دارد؛ اما نظام حقوقی معدودی پذیرش بی‌حدومرز داوری در تمام دعاوی را پذیرفته است. داوری‌پذیری ارتباط مستقیمی با نظم عمومی و بنیان‌های اساسی هر جامعه دارد. داوری‌پذیری دعاوی بیمه به‌رغم برخی معایب، نقش بسزایی در کاهش ورودی پرونده‌های محاکم، اطاله و هزینه دادرسی و عدم افزایش تعهدات بیمه‌گر

دارد. برخی ممنوعیت‌ها از جمله تعلق منابع برخی بیمه‌گران به دولت، جنبه کیفری برای تصادفات در کنار بُعد مدنی آن، وضع مقررات خاص در قانون بیمه اجباری بدون تصریح به نام و ماهیت داور، تصور عدم امکان رسیدگی به دعاوی بیمه‌ای از طریق داور را موجب شده است، اما ارائه تحلیل صحیح از مقررات قانون بیمه اجباری و اصل (۱۳۹) قانون اساسی و توجه به استقلال حقوق کیفری از مدنی این شائبه‌ها را رفع می‌کند و در نهایت رجوع به اصل کلی داورپذیری دعاوی، رویکرد پذیرش داور در دعاوی بیمه‌ای را تقویت می‌کند.



## منابع و مآخذ

۱. بادینی، حسن (۱۳۸۴). فلسفه مسئولیت مدنی، تهران، شرکت سهامی انتشار.
۲. بهبهانی، محمدرحیم (۱۳۹۵). «جایگاه نهاد داوری در حقوق ایران با رویکرد فقهی»، مبانی فقهی حقوق اسلامی، سال ۹، ش ۱۸.
۳. پوراستاد، مجید و فاطمه حصارخانی (۱۳۹۴). «تحلیل اقتصادی فرایند دادرسی مدنی براساس هزینه‌ها»، تحقیقات آزاد حقوقی، دوره ۸، ش ۲۸.
۴. تبریزی، جوادبن علی (۱۴۲۷). صراط النجاة، جلد ششم، قم، دارالصدیقة الشهیة.
۵. جنیدی، لعیا و نسترن غیاثوند قزوینی (۱۳۹۶). «داوری پذیری در حقوق ایران با تأکید بر رویه قضایی»، فصلنامه حقوق تطبیقی، دوره ۴، ش ۲، شماره پیاپی ۸.
۶. جمعی از پژوهشگران (۱۴۲۶). فرهنگ فقه مطابق مذهب اهل بیت علیه السلام، زیر نظر سید محمود هاشمی شاهرودی، جلد دوم، چاپ اول، قم، مؤسسه دائرة المعارف فقه اسلامی بر مذهب اهل بیت علیهم السلام.
۷. جمعی از مؤلفان (بی تا). مجله فقه اهل بیت علیه السلام، جلد دهم، چاپ اول، قم، مؤسسه دائرة المعارف فقه اسلامی بر مذهب اهل بیت علیهم السلام.
۸. خدابخشی، عبدالله (۱۳۸۹). جبران خسارت کارگران در نظام مسئولیت مدنی، تهران، شرکت سهامی انتشار.
۹. \_\_\_\_\_ (۱۳۹۶ الف). حقوق بیمه و مسئولیت مدنی، تهران، شرکت سهامی انتشار.
۱۰. \_\_\_\_\_ (۱۳۹۶ ب). «مفهوم و ماهیت شیوه‌های حل اختلاف موضوع قانون بیمه اجباری (۱۳۹۵/۲/۲۰)»، پژوهشنامه بیمه، سال ۳۲، ش ۴.
۱۱. \_\_\_\_\_ (۱۳۹۷). حقوق داوری و دعاوی مربوط به آن در رویه قضایی، تهران، شرکت سهامی انتشار.
۱۲. رئیسی، سعید (۱۳۹۲). «پایان نامه داوری پذیری دعاوی در حقوق ایران»، مؤسسه آموزش عالی غیرانتفاعی علامه محدث نوری (ره).
۱۳. زارع، مهدی و محسن سلیمی (۱۳۹۷). «ماهیت حقوقی و استقلال شرط داوری از قرارداد اصلی از منظر رویه قضایی»، فصلنامه مطالعات حقوق خصوصی، دوره ۴۸، ش ۳.
۱۴. شعرانی، ابوالحسن (۱۴۱۹). تبصرة المتعلمین فی أحكام الدین؛ ترجمه و شرح (فقه فارسی)، جلد دوم، تهران، منشورات اسلامیة.

۱۵. شمس، عبدالله (۱۳۸۹). *آیین دادرسی مدنی (دوره پیشرفته)*، جلد سوم، تهران، انتشارات دراک.
۱۶. شیروی، عبدالحسین (۱۳۹۲). *داوری تجاری بین‌المللی*، تهران، انتشارات سمت.
۱۷. \_\_\_\_\_ (۱۳۹۵). *حقوق تجارت بین‌الملل*، تهران، انتشارات سمت.
۱۸. شهبابی، مهدی و نگار شهیدی (۱۳۹۷). «اخلاق حسنه و نظم عمومی چون منبع اصول و قواعد حقوقی؛ تأملی بر چگونگی گذار از کارکرد سلبی به کارکرد ایجابی نهادهای حقوقی»، *فصلنامه مطالعات حقوق خصوصی*، دوره ۴۸، ش ۳.
۱۹. صفایی، سیدحسین (۱۳۷۷). «سخنی چند درباره نوآوری‌ها و نارسایی‌های قانون داوری تجاری بین‌المللی»، *مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی*، دوره ۴۰، شماره صفر، شماره پیاپی ۱۰۵۰.
۲۰. \_\_\_\_\_ (۱۳۸۷). *قواعد عمومی قراردادها*، تهران، میزان.
۲۱. عاملی، زین‌الدین بن علی (شهید ثانی) (۱۴۲۱). *رسائل الشهد الثانی*، جلد اول، قم، انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم.
۲۲. عمید، حسن (۱۳۸۹). *فرهنگ فارسی عمید*، تهران، راه رشد.
۲۳. قبولی درافشان، سیدمحمد مهدی و سعید محسنی (۱۳۹۱). *نظریه عمومی بطلان در قراردادها (مطالعه تطبیقی در نظام حقوقی ایران و فرانسه)*، تهران، انتشارات جنگل.
۲۴. کاتوزیان، ناصر و محسن ایزانلو (۱۳۹۷). *الزام‌های خارج از قرارداد مسئولیت مدنی (جلد سوم: بیمه مسئولیت)*، تهران، گنج دانش.
۲۵. کاتوزیان، ناصر (۱۳۹۰). *قواعد عمومی قراردادها*، جلد سوم، تهران، شرکت سهامی انتشار.
۲۶. کریمی، عباس و حمیدرضا پرتو (۱۳۹۱). «داوری‌پذیری دعاوی مربوط به اموال عمومی و دولتی»، *فصلنامه پژوهش حقوق*، سال ۱۴، ش ۳۶.
۲۷. محمدزاده اصل، حیدر (۱۳۷۹). *داوری در حقوق ایران*، تهران، انتشارات ققنوس.
۲۸. میرزائزاد جویباری، اکبر (۱۳۹۷). «بحثی پیرامون منبع نظم عمومی در حقوق قراردادهای ایران با مطالعه تطبیقی در حقوق آمریکا، انگلیس و فرانسه»، *مجله پژوهش‌های حقوق تطبیقی*، دوره ۲۲، ش ۱، شماره پیاپی ۹۹.
۲۹. هادی، سولماز و مرتضی حاجی‌پور (۱۳۹۵). «بررسی شیوه‌های جایگزین حل و فصل اختلاف از منظر حقوق ایران و فقه امامیه»، *فصلنامه فقه و مبانی حقوق اسلامی*، سال ۹، ش ۱.

داوری پذیری دعاوی بیمه با رویکرد به قانون «بیمه اجباری خسارات وارد شده به شخص ثالث ...» ۳۳۱

۳۰. یزدانیان، علیرضا (۱۳۹۲). «مطالعه تطبیقی اندیشه جمعی شدن مسئولیت مدنی در حقوق فرانسه و

ایران و آثار عملی آن بر نحوه جبران خسارت»، فصلنامه مطالعات حقوق خصوصی، دوره ۴۳، ش ۳.

31. Abbaspur, Hamed (2013). "Advantages and Disadvantages of Arbitration: International Contact Law", GRIN Verlag, AP-Law.

32. Bennett, Steven (2002). *Arbitration: Essential Concepts*, ALM Publishing, New York.

33. Cooley, John and Lubet Steven (2003). *Arbitration Advocacy*, NtL, Inst for Trial Advocacy.

34. Elkouri, Frank Elkouri and Edna Asper (1960). *How Arbitration Works*, Washington D.C., BNA.

35. Freimane, Natalja (2012). *Arbitrability: Problematic Issues of the Legal Term*, Masters Thesis, Riga Graduate School of Law.

36. Henzelin, Marc and Rordorf Héloïse (2014). "When does the Length of Criminal Proceedings Become Unreasonable According to the European Court of Human Rights", *New J.Eur.Crim.L.* 78.

37. Kobayashi, Bruce and Parker Jeffrey (2000). "Civil Procedure: General Economic Analysis", *Encyclopedia of Law and Conomics*, Boudewijn Bouckaert and Gerrit de Geest, Eds.(Edward Elgar).

38. McLaughlin, D. Hayes (1962). "Arbitration under Uninsured, Motorist Insurance", *Ins. L.J.* 353.

39. Mistelis and Brekoulakis (2009). *Arbitrability: International and Comparative Perspectives*, Kluwer Law International B.V.

40. Rogers, Andrew (1992). "Arbitrability", *1 Asia Pac. L. Rev.* 1.

41. Swee Kian Tay, Catherine (1998). *Resolving Disputes by Arbitration: What You Need to Know*, NUS Press, Singapore.

42. Weise, Richard (1996). *Representing the Corporation: Strategies for Legal Counsel*, Issue 1, Chppter 8, Aspen Publishers Online.

43. Young, Michael (2017). "Insurance Coverage Arbitration", *College of Commercial Arbitrators*.



# چارچوب‌های کلی تصمیم‌گیری نخبگان سیاسی زن برای ورود به عرصه نمایندگی در ۱۰ دوره مجلس

زهرا حیدری\* و عباس کشاورز شکرى\*\*

نوع مقاله: پژوهشی	تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۱/۲۱	تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۷/۳۰	شماره صفحه: ۳۶۴-۳۳۳
-------------------	--------------------------	------------------------	---------------------

مقوله تصمیم‌گیری، همواره مورد علاقه پژوهشگران بوده است؛ چرا که تصمیم‌گیری آیینی تمام‌نمای توانایی‌ها و قابلیت‌های یک مدیر است. هدف پژوهش حاضر مطالعه چارچوب‌های تصمیم‌گیری نخبگان سیاسی زن برای ورود به عرصه نمایندگی در ۱۰ دوره مجلس است. نمونه آماری این پژوهش را بیست نفر از زنان نماینده ۱۰ دوره مجلس شورای اسلامی تشکیل می‌دهند. روش‌شناسی مبتنی بر تکنیک تحلیل محتوای کمی و کیفی و تکنیک مصاحبه نیمه‌ساخت یافته در جمع‌آوری داده‌ها و متون مصاحبه‌هاست. تحلیل داده‌ها در محیط اکسل و با استفاده از نرم‌افزار ویزیو به شکل مدل و نمودارهای مختلف انجام شده است. یافته‌ها بیانگر آن است که چارچوب تصمیم‌گیری زنان نماینده بیشتر بر اساس پیشنهاد حزب و همچنین در چارچوب فرعی برنامه‌ریزی شده، مشورتی، در شرایط ریسک، با مبنای عقلایی و فرهنگی است. اکثر نخبگان چارچوب الگویی خاصی قبل از نمایندگی ندارند. مهم‌ترین چارچوب تشویقی زنان نماینده با اثرپذیری از همسر است. چارچوب انگیزشی و هدف زنان نماینده بیشتر بر مبنای ارزشی تکلیف و عمل در حدود شرع و در برابر همراهان و دشمنان است. نقش خانواده (پدر، برادر و همسر) به عنوان مهم‌ترین چارچوب نهادی مؤثر بر ورود زنان به حوزه سیاسی است. عوامل روانی مهم‌ترین چارچوب علی سختی تصمیم برای نمایندگی است. در کل بر اساس مؤلفه‌های چارچوب‌بندی مهم‌ترین عوامل مؤثر بر چارچوب تصمیم‌گیری نخبگان سیاسی زن برای ورود به عرصه نمایندگی برجسته‌سازی قدرتمردان از طریق رسانه‌ها، پیش‌زمینه‌سازی عوامل ساختاری و فرهنگی، ترجیحات، علایق و تجربیات فردی و روانی است. پژوهشگر در مجموع ۸ مقوله اصلی، ۴۲ مقوله فرعی اول، ۸۳ مقوله فرعی دوم و ۴۳۹ عبارت معنایی را شناسایی و به صورت نمودار ترسیم و تحلیل کرده است.

**کلیدواژه‌ها:** مجلس شورای اسلامی؛ زنان؛ نخبگان سیاسی؛ چارچوب تصمیم‌گیری

\* دانش‌آموخته دکتری رشته مطالعات سیاسی انقلاب اسلامی، دانشگاه شاهد؛

Email: Z.heydari66@yahoo.com

\*\* دانشیار علوم سیاسی، دانشکده علوم انسانی دانشگاه شاهد (نویسنده مسئول)؛

Email: keshavarz@shahed.ac.ir

## مقدمه<sup>۱</sup>

از دیرباز مفهوم واژه نخبگان توسط اندیشمندان و فلاسفه بسیاری مورد توجه قرار گرفته است. همین امر به پیدایش سلسله نظریاتی با عنوان نخبه‌گرایی<sup>۲</sup> منجر شده است (انصاری، ۱۳۸۶: ۱۷-۱۸). نخبگان اشخاص و گروه‌هایی هستند که به دلیل قدرتی که به دست می‌آورند و تأثیری که بر جای می‌گذارند، یا به دلیل تصمیمات، ایده‌ها، احساسات و یا هیجاناتی که به وجود می‌آورند در کنش تاریخی جامعه مؤثر واقع می‌شوند<sup>۳</sup> (شفیعی‌نیا و همکاران، ۱۳۹۱: ۴۹). تصمیم‌گیری جوهره مدیریت و آیین تمام‌نمای توانایی‌ها و قابلیت‌های یک مدیر است. ریشه‌یابی دلایل موفقیت و عدم موفقیت سازمان‌ها به تصمیمات اتخاذ شده مدیران آن سازمان‌ها منتهی می‌شود. به این دلیل است که نیومن<sup>۴</sup> کیفیت مدیریت را تابع کیفیت تصمیم‌گیری می‌داند (تسلیمی، صفری و سیددانش، ۱۳۸۳: ۳). این مقاله در پی پاسخ به این سؤال اصلی است که چارچوب‌های تصمیم‌گیری نخبگان سیاسی زن برای ورود به عرصه نمایندگی مجلس شورای اسلامی چیست؟ همچنین پاسخ به پنج سؤال فرعی پژوهش که عبارت از چارچوب‌های مبنایی تصمیم‌گیری نخبگان زن برای نمایندگی شدن بر چه اساسی بوده است؟ چارچوب انگیزشی و هدف از کاندید شدن برای نمایندگی چه بوده است؟ چارچوب‌های زمینه‌ای و نهادی مؤثر بر تصمیم‌گیری آنها برای ورود به عرصه‌های فعالیت سیاسی چه بوده است؟ چارچوب‌های الگویی و تشویقی تصمیم‌گیری برای ورود به عرصه نمایندگی چه کسانی بودند؟ چارچوب‌های علی‌سختی تصمیم‌گیری برای نمایندگی شدن چه عواملی بوده است؟ برای پاسخ به سؤالات فوق بیست نفر از زنان نماینده دوره‌های اول تا دهم به صورت تصادفی انتخاب شدند و با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی (Hsieh and Shannon, 2005) به شیوه تحلیل چارچوب، مورد مصاحبه نیمه‌ساختمند قرار گرفتند. در مرحله بعد خلاصه‌سازی متن مصاحبه به صورت مفاهیم و

۱. این مقاله مستخرج از رساله دکترای تخصصی رشته مطالعات سیاسی انقلاب اسلامی دانشگاه شاهد است.

2. Elitism

3. Renzulli

4. Newman

مقولات و کدگذاری سؤالات حاصل از مصاحبه انجام گرفت و سپس به تفسیر و تحلیل متون پرداخته شد. داده‌های حاصل از مصاحبه در محیط اکسل انجام شده و به صورت نمودارهای تحلیلی مختلف نشان داده شده است. از آنجاکه در رویکرد تفسیری تأکید بر جمع‌آوری اطلاعات غیرکمی است، هر روشی که استفاده می‌شود باید سعی در فهم پدیده‌های اجتماعی از منظر خود کنشگران اجتماعی داشته باشد (نیک‌پیما، ۱۳۹۲: ۷-۱). با توجه به موضوع پژوهش حاضر؛ مسئله پژوهش چرایی علت نقش ضعیف زنان در عرصه‌های تصمیم‌گیری سیاسی و مدیریتی است. اهمیت این پژوهش به دلیل نوآوری آن در بحث موضوع، سؤالات، مبانی نظری تحلیل چارچوب و یافته‌هاست که کاری بسیار جدید و مورد نیاز در برنامه سیاستگذاری کلان و مطالعات تطبیقی آینده است و تاکنون هیچ مطالعه‌ای با این موضوع انجام نشده است.

## ۱. مفاهیم و مبانی نظری

### ۱-۱. تعریف مفاهیم

مجلس شورای اسلامی؛ مجلس شورای اسلامی رکن اصلی نهاد قانونگذاری در ایران است که در هفتم خردادماه ۱۳۵۹ بنیانگذاری شده است. براساس اصل (۶۲) قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، مجلس شورای اسلامی از نمایندگان ملت که به‌طور مستقیم و با رأی مخفی انتخاب می‌شوند تشکیل می‌شود. دوره نمایندگی در مجلس چهار سال است که انتخابات هر دوره باید پیش از پایان دوره قبل برگزار شود، به طوری که کشور در هیچ زمان بدون مجلس نباشد. تعداد نمایندگان مجلس ۲۷۰ نفر است و از تاریخ همه‌پرسی سال ۱۳۶۸ پس از هر ۱۰ سال با در نظر گرفتن عوامل انسانی، سیاسی، جغرافیایی و نظایر آنها حداکثر بیست نفر نماینده می‌تواند اضافه شود (حبیب‌نژاد، ۱۳۸۶: ۱۱۱-۳۳).

**نخبگان سیاسی:** به اشخاصی اطلاق می‌شود که پدیده‌های سیاسی را در دو سطح داخلی و بین‌المللی بررسی کنند و با نگاه آینده‌نگرانه، حوادث سیاسی را پیش‌بینی و در بالاترین سطح مورد نظر، راهکاری برای مدیریت هوشمندانه وقایع به‌منظور ارتقای زندگی بشری ارائه دهند (انصاری، ۱۳۸۶: ۷۱؛ شفیعی‌نیا و همکاران، ۱۳۹۱: ۴۹). نخبگان

سیاسی به معنای بزرگان، صاحبان فکر و شخصیتی است که توانایی وسیع فکری و سازمان‌دهی دارد (ترابی، ۱۳۹۲: ۴۴).

**چارچوب:** مفهومی بین‌رشته‌ای است که در واقع به ارزیابی و پیش‌بینی رفتار افراد می‌پردازد (Scheufele and Tewksbury, 2007: 11).

## ۱-۲. مبانی نظری تحلیل چارچوب و تصمیم‌گیری

### ۱-۲-۱. چارچوب‌بندی

ریشه نظریه چارچوب‌بندی<sup>۱</sup> چنان‌که پن و کوزیکی (۱۹۹۳) نیز به آن اشاره می‌کنند به روان‌شناسی و جامعه‌شناسی برمی‌گردد (Scheufele and Tewksbury, 2007: 11). این نظریه همچون یک مکتب و رهیافت پژوهشی در علوم سیاسی و اقتصاد مطرح شده و نظریه‌های تصمیم‌گیری، بازی‌ها و عمل جمعی متأثر از آن است. کم‌کم این دیدگاه که مشارکت اجتماعی و سیاسی کنشگران نیز متأثر از ترجیحات آنهاست توسعه یافت (غفاری ساروی و سیدامامی، ۱۳۹۶: ۲۹). در رویکرد سیاسی و اجتماعی ترجیحات و علایق کنشگران مورد نظر است. همچنین تعامل فرد با محیط و ساختارهای کلان اجتماعی است که به تصمیمات او به مثابه کنشگر در مقام انتخاب شکل می‌دهد (همان: ۳۰).

دیوید اسنو پژوهشگر حوزه جامعه‌شناسی سیاسی مفهوم چارچوب‌بندی را مطرح می‌کند (Snow, 2004). در واقع چارچوب‌بندی آن رشته از مقولاتی است که به درک کنشگران میدان رقابت مشارکت اجتماعی و سیاسی کمک می‌کند (غفاری ساروی و سیدامامی، ۱۳۹۶: ۵۵). براساس نظریه اروپینگ گافمن انسان‌ها براساس یک سری از طرح‌های تفسیری، به تجربه‌های زندگی خود معنا می‌دهند. این چارچوب‌های شناختی بنیادین بر فهم ما از واقعیات پیرامون و تصمیماتی که می‌گیریم، مؤثر هستند (Goffman, 1974: 21-22). از سویی ساختارهای درونی ذهن ما که حاصل تجربه زیستی، تطورات ذهنی و شخصیتی ما هستند، چارچوب‌هایی می‌سازند (Ritzer, 1988: 508).



چارچوب‌ها را می‌توان طرح‌واره‌های شناختی دانست که بر نحوه ادراک و فهم ما از واقعیت تأثیر می‌گذارند (مهدی‌زاده، ۱۳۹۱: ۸۱). انتمن چارچوب‌بندی را «انتخاب برخی جنبه‌های واقعیت درک شده و برجسته‌تر کردن آنها در یک متن ارتباطی می‌داند، به‌گونه‌ای که به تعریف خاصی از مسئله، تفسیر علی، ارزیابی اخلاقی و یا راه‌حل پیشنهادی برای آن موضوع منجر شود» (Entman, 1993).

## ۱-۲-۲. چارچوب‌های مختلف تصمیم‌گیری

### ۱-۲-۲-۱. شیوه‌های تصمیم‌گیری

هر شخصی برای مدیریت زندگی ملزم به تصمیم‌گیری است؛ تصمیمات تعیین‌کننده نوع عملکردی است که افراد در مشاغل و جایگاه خود دارند (روشن‌قیاس، ۱۳۸۸: ۱۲). تصمیم خوب گرفتن باید بر مبنای تعریف و تعیین مشکل باشد، اگر ما دقیقاً ندانیم که چه چیزی را می‌خواهیم حل کنیم، بی‌شک نمی‌توانیم به راه‌حل منطقی و عقلانی برسیم (رحیمی، ۱۳۹۲: ۵۴). با توجه به موضوع پژوهش که بررسی چارچوب‌های تصمیم‌گیری نخبگان سیاسی زن برای نماینده شدن است؛ انواع شیوه‌های تصمیم‌گیری از دیدگاه صاحب‌نظران مختلف شرح و سپس براساس آنها به صورت ترکیبی (کلی) نحوه تصمیم‌گیری زنان برای ورود به حوزه سیاسی نمایندگی تحلیل شده است.

### الف) طبقه‌بندی از دیدگاه هربرت سایمون

تصمیم‌گیری برنامه‌ریزی شده: تصمیم‌هایی هستند که برحسب عادت، قوانین یا رویه‌های موجود اخذ می‌شوند. تحلیل دقیق و مشخص کردن عوامل تشکیل‌دهنده مسئله به اتخاذ تصمیم‌های برنامه‌ریزی شده کمک می‌کند؛ هرچند آزادی عمل مدیران را محدود می‌کند. تصمیم‌گیری برنامه‌ریزی نشده: منظور تصمیم‌هایی است که در مورد مسائل غیرمعمول و منحصربه‌فرد اتخاذ می‌شوند؛ اگر یک مسئله به اندازه‌ای تکرار نشود که بتوان برای حل آن خط‌مشی ویژه‌ای تعیین کرد، باید با اتخاذ تصمیم برنامه‌ریزی نشده برای حل آن اقدام کرد (Simon, 1957).

### ب) طبقه‌بندی از دیدگاه مکی و کوهن

تصمیم‌گیری در شرایط اطمینان: در این شرایط مدیر، اطلاعات کاملی درباره چیزی که در آن موقعیت می‌خواهد انجام دهد در دست دارد و از نتیجه‌هایی که از انجام آن فعالیت به دست می‌آید نیز آگاهی کامل دارد (رضائیان، ۱۳۹۳: ۱۵۶).

تصمیم‌گیری در شرایط ریسک: به تصمیم‌هایی اطلاق می‌شود که در شرایط ریسک گرفته می‌شوند. در این موقعیت مدیر می‌داند که مشکل چیست و راه‌حل‌ها چه چیزهایی هستند؛ اما نمی‌داند که هر راه‌حل چه نتیجه‌ای را دربردارد. در چنین وضعیتی مدیر در یک دوراهی از انتخاب بهترین راه‌حل موجود قرار می‌گیرد (قاسمی، ۱۳۹۲: ۱۷۶).

تصمیم‌گیری در شرایط عدم اطمینان: این موقعیت تصمیم‌گیری شبیه به انجام کاری است که برای اولین بار انجام می‌شود. در این شرایط مدیر بدون توجه به نتایج نمی‌تواند به‌طور دقیق نتیجه‌های احتمالی را که هر یک از راه‌حل‌های انتخاب شده از خود بروزمی‌دهند را پیش‌بینی کند (همان).

### ج) طبقه‌بندی از دیدگاه اسکات و بروس

تصمیم‌گیری عقلایی: این سبک بیانگر تمایل تصمیم‌گیرنده به شناسایی تمامی راهکارهای ممکن، ارزیابی نتایج هر راهکار از تمامی جنبه‌های مختلف و در نهایت انتخاب راهکار بهینه و مطلوب توسط تصمیم‌گیرنده در هنگام مواجهه با شرایط تصمیم‌گیری است (Fulp, Roth and Charles, 2006: 204). تمامی اطلاعات موجود هم از منابع درونی و هم از منابع بیرونی الهام می‌گیرند (Singh and Green House, 2004: 202).

تصمیم‌گیری شهودی: در این شیوه فرد تصمیم‌گیرنده منطق روشنی در رابطه با درست بودن تصمیم خود ندارد، بلکه با تکیه بر بینش درونی خود آن چیزی که فکر می‌کند درست است را انجام می‌دهد (Spicer and Sadler – Smith, 2005: 137).

تصمیم‌گیری وابستگی: بیانگر عدم استقلال فکری و عملی تصمیم‌گیرنده و تکیه بر حمایت‌ها و راهنمایی‌های دیگران در هنگام اتخاذ تصمیم است (Parker, Wandy Burinede and Bnruch, 2007).  
تصمیم‌گیری آنی: این سبک بیانگر احساس اضطراب تصمیم‌گیرنده و تمایل وی به اخذ تصمیم نهایی در کوتاه‌ترین و سریع‌ترین زمان ممکن است.

تصمیم‌گیری اجتنابی: افرادی که دارای این سبک هستند در هنگام مواجهه با مسئله (مشکل یا فرصت) تا آنجا که امکان‌پذیر باشد تصمیم‌گیری را به تعویق می‌اندازند (Ibid.).

#### د) طبقه‌بندی از دیدگاه وروم و یتون

تصمیم‌گیری آمرانه: مدیر با استفاده از اطلاعاتی که در دست دارد در زمان تصمیم به طور مستقیم خود مسئله را حل می‌کند یا تصمیم می‌گیرد. تصمیم‌گیری مشورتی: مدیر مسئله را با زیردستان مربوطه به طور انفرادی در میان می‌گذارد، سپس با در نظر گرفتن یا بدون در نظر گرفتن نظر آنها راساً تصمیم می‌گیرد. تصمیم‌گیری مشارکتی (گروهی): مدیر مسئله را با زیردستان به صورت گروهی در میان می‌گذارد و با بحث و بررسی، نظر جمعی آنان را به دست می‌آورد و سپس تصمیم می‌گیرد (روشن‌قیاس، ۱۳۸۸: ۳۷).

#### ۱-۲-۲-۲. مسئولان تصمیم‌گیری

انگیزه، شخصیت، تجارب و سوابق اجتماعی، ارزش و ترجیحات تصمیم‌گیرندگان؛ تأثیر قابل توجهی بر تصمیم‌گیری دارد. برخی صاحب‌نظران مانند ریچارد اسنایدر<sup>۱</sup>، مطالعه فرایند تصمیم‌گیری را عمدتاً از راه تجزیه و تحلیل انگیزه تصمیم‌گیرندگان توصیه می‌کند. وی همچنین انگیزه‌ها را به دو گروه انگیزه‌های آگاهانه و ناشی از عقلانیت<sup>۲</sup> و انگیزه‌هایی که منشأ روانی و شخصیتی<sup>۳</sup> دارند و عمدتاً ناآگاهانه یا شبه‌آگاهانه‌اند، تقسیم می‌کند (خوشوقت، ۱۳۷۵: ۹۰-۸۹).

#### ۱-۲-۲-۳. نقش ارزش‌ها در فرایند تصمیم‌گیری

ارزش‌های نافذ در هر جامعه، نقش اساسی و جهت‌دهنده در نحوه تصمیم‌گیری ایفا می‌کنند. بررسی فرایند تصمیم‌گیری بدون توجه به ارزش‌های یاد شده ناقص است. ارزش‌ها از هر جهتی که طبقه‌بندی شوند بر رفتار و عملکرد انسان‌ها اثر می‌گذارند. انسان‌ها

---

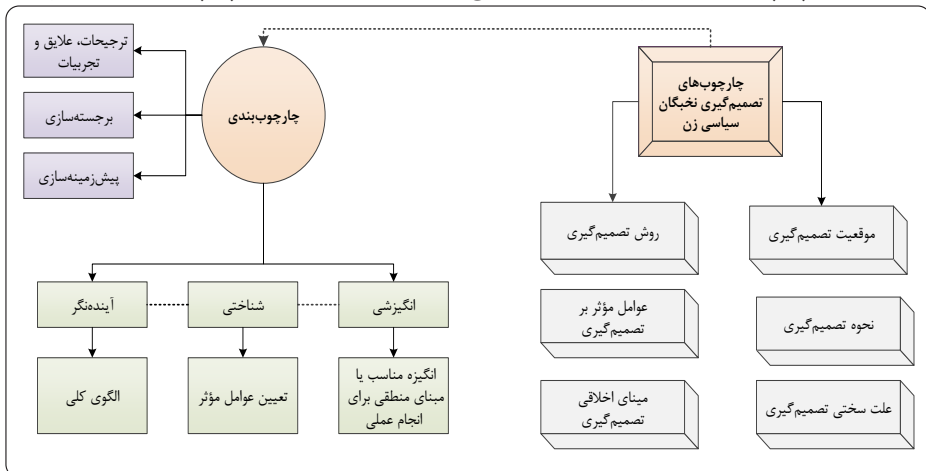
1. Richard Snyder  
2. In Order to Motives  
3. Because of Motives

ارزش‌های خود را از مذهب، خانواده، اجتماع، فرهنگ و محیطی که در آن زندگی می‌کنند، کسب می‌کنند. ارزش‌ها در طول زندگی شکل می‌گیرند و تغییر می‌یابند. هربرت شیلر<sup>۱</sup> اندیشمند انتقادگر حوزه علوم ارتباطات در کتاب *گردانندگان افکار* چگونگی سوءاستفاده متخصصان نمایشگرهای سیاسی، تبلیغات بازرگانی، ارتباطات جمعی و افکارسنجی ایالات متحده را در جلب عقاید عمومی بررسی و مطرح می‌کند (معمد نژاد، ۱۳۷۷: ۱۸).

### ۳-۲-۱. مدل مفهومی تحقیق

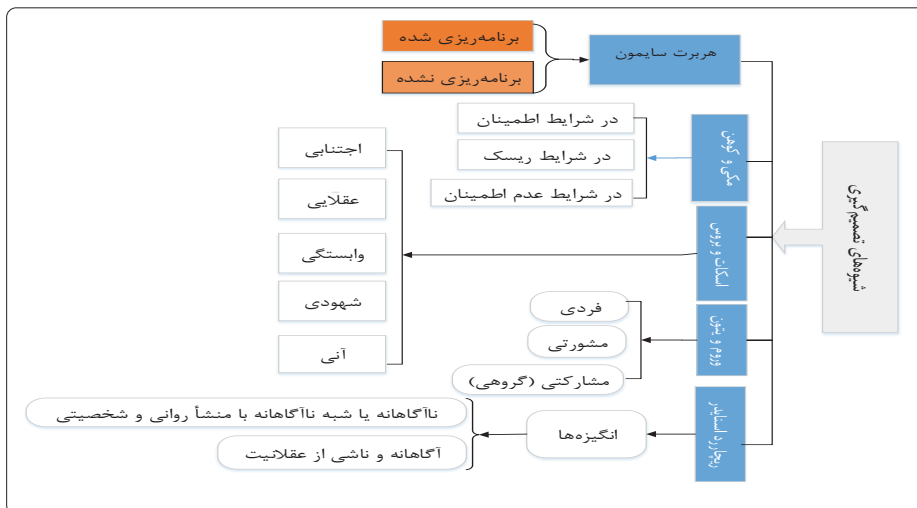
در یک چارچوب نظری مدل رابه‌عنوان انتزاعی از واقعیت می‌دانند که به منظور نظم دادن و ساده‌سازی دیدگاه ما از واقعیت به کار می‌رود. مدل مورد استفاده در این پژوهش براساس نظریه چارچوب‌بندی و نظریه‌های مختلف تصمیم‌گیری به صورت ترکیبی است. متن مصاحبه با زنان نماینده دوره اول تا دهم مجلس بعد از کدگذاری و خلاصه‌سازی، براساس نظریه‌های مختلف تصمیم‌گیری تحلیل شده است. نتایج بررسی‌ها به صورت شکل‌های مختلف برحسب فراوانی نشان داده شده است.

شکل ۱. الگوی چارچوب‌های تصمیم‌گیری نخبگان سیاسی زن در مجلس براساس نظریه چارچوب‌بندی و تصمیم‌گیری



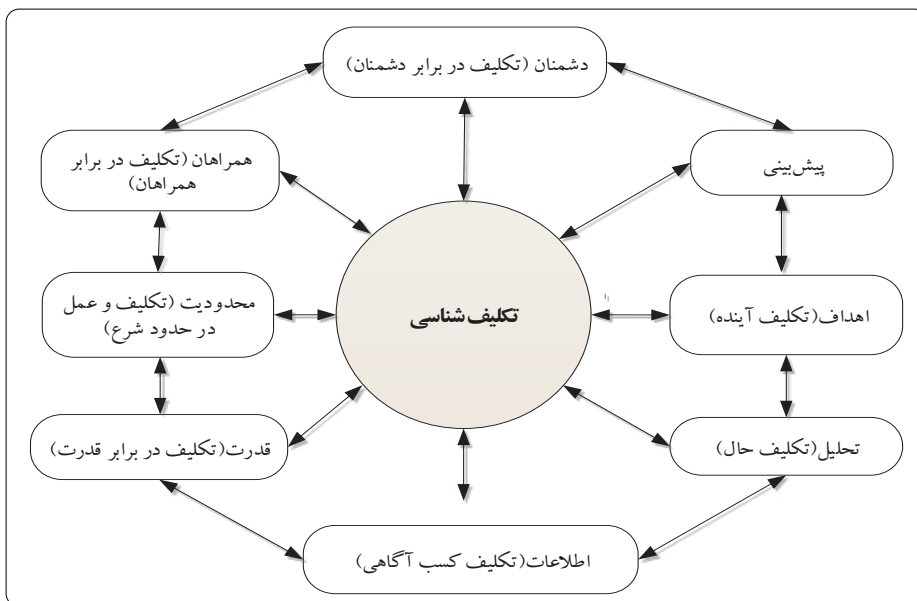
مأخذ: یافته‌های تحقیق.

شکل ۲. مدل ترکیبی چارچوب‌های مختلف تصمیم‌گیری



مأخذ: همان.

شکل ۳. چارچوب‌های تصمیم‌گیری و ارتباط متقابل آنها در یک مدل ارزش مدار



مأخذ: برزگر، ۱۳۷۳: ۳۳۴.

## ۲. روش پژوهش

روش‌های پژوهش، ابزارهای دستیابی به واقعیت به‌شمار می‌روند (مدرس‌زاده، نوابخش و نوذری، ۱۳۹۶: ۱۸). پژوهشگران به تحلیل محتوا به‌عنوان روشی انعطاف‌پذیر برای تحلیل داده‌ها توجه ویژه دارند (Cavanagh, 1997: 5). در این پژوهش نیز از روش تحلیل محتوای کمی و کیفی به شیوه تلفیقی استفاده شده است. تعداد مصاحبه‌ها در تحقیق بستگی به دو عامل (کفایت) پوشش همه افراد نمونه مدنظر (اشباع) و رسیدن به نقطه‌ای است که دیگر مطلب جدیدی به دست نمی‌آید. روش مصاحبه نیمه‌ساختمند از آن رو انتخاب شده که امکان می‌دهد طی فرایند معتبر کیفی، جزئیات نظرات زنان نماینده را دریابیم. ابزار تحلیل مصاحبه‌ها، تحلیل محتوا خواهد بود. در این‌گونه از تحلیل متنی که روشی انعطاف‌پذیر و مناسب برای تحلیل کیفی داده‌های متنوع حاصل از مصاحبه است؛ می‌توان مضامین مهم، رابطه آنها و تفاسیر مناسبی از داده‌های مصاحبه را نشان داد (Furber, 2010: 97). این روش کمک می‌کند تا رد پای مفهوم حساسیت‌زا در متن اظهارات زنان نماینده دیده شود (Smith and Firth, 2011: 52). در این پژوهش از روش تحلیل محتوا استفاده شده است؛ چرا که این روش می‌تواند پژوهشگر را در تهیه مدل‌های عملکردی کمک کند، همچنین موجبات شناخت اندیشه یک نویسنده را فراهم کند و می‌تواند نه تنها به توصیف رسید بلکه بعد از آن به تحلیل علیت نیز دست یافت (ساروخانی، ۱۳۸۲: ۲۳۸). انواع روش‌های تحلیل محتوا را می‌توان در دو نوع کمی و کیفی دسته‌بندی کرد: تحلیل محتوای کمی، به‌عنوان روشی برای شمارش عناصر یا عوامل متنی آشکار و به‌منظور آزمون فرضیه‌ها و یا پاسخ به سؤالات برآمده از تحقیقات تجربی قبلی و نظری است اما در رویکردی متفاوت و به‌منظور رفع نواقص تحلیل محتوای کمی، گرایش به تحلیل محتوای کیفی ایجاد شده است. کیفی‌گرایان دو نکته اساسی را بر کمی‌گرایان در تحلیل محتوا وارد می‌دانند: کمی بودن تحلیل محتوا باعث سطحی شدن تحلیل و غفلت از داده‌های معدود ولی باارزش زیادی می‌شود درحالی‌که گاهی اوقات حضور حتی یک نماد می‌تواند ارزش حیاتی داشته باشد.

روش کیفی تحلیل محتوا براساس استنباط نتایج مبتنی بر بودن یا نبودن ویژگی‌هایی است که در مفاهیم آورده شده است (هولستی، ۱۳۷۳: ۲۲). گفتنی است در پژوهش حاضر تعداد بیست نفر از زنان نماینده به صورت تصادفی مورد مصاحبه نیمه‌ساختمند قرار گرفتند. مصاحبه نیمه‌ساختاریافته، مصاحبه‌ای است که در آن سؤالات از قبل مشخص می‌شود و از تمام پاسخ‌دهندگان، پرسش‌های مشابه پرسیده می‌شود (دلاور، ۱۳۸۳: ۱۵۷). در مرحله بعد تبدیل متن مصاحبه از حالت گفتاری به نوشتاری و سپس خلاصه‌سازی آن به صورت مفاهیم، مقولات و کدگذاری باز و تفسیر و تحلیل متون انجام شد. تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه به شکل نمودارهایی در محیط اکسل صورت گرفته است. همچنین از نرم‌افزار ویزیو استفاده شده است. این کار در دو سطح انجام شده است. ابتدا به دسته‌بندی و توصیف داده‌های مصاحبه پرداخته و سپس با تفسیر بیشتر یافته‌ها آن را در ارتباط با مقولات بیشتر بررسی کردیم. ویژگی‌های زمینه‌ای مصاحبه‌شوندگان به شرح جدول زیر است.

جدول ۱. ویژگی‌های زمینه‌ای مصاحبه‌شوندگان

ردیف	مصاحبه‌شوندگان	تاریخ تولد	تحصیلات	دوره نمایندگی	حوزه انتخابیه
۱	گوهرالشریعه دستغیب	۱۳۱۴	فوق لیسانس	۳، ۲، ۱	تهران
۲	مریم بهروزی <sup>*</sup>	۱۳۲۴	متوسطه و حوزوی تا سطح	۴، ۳، ۲، ۱	تهران
۳	عاتقه صدیقی	۱۳۲۲	ششم ابتدایی	۳، ۲، ۱	تهران
۴	اختر درخشنده	۱۳۲۱	فوق لیسانس	۴	کرمانشاه
۵	منیره نوبخت	۱۳۲۹	فوق لیسانس	۵ و ۴	تهران
۶	فائزه هاشمی	۱۳۴۱	دکتری	۵	تهران
۷	مرضیه صدیقی	۱۳۳۶	فوق لیسانس	۵	مشهد

\* مصاحبه خانم مریم بهروزی به دلیل اینکه در قید حیات نبودند به صورت اسنادی انجام شده است.

۱. منظور از مصاحبه فراهم کردن گفتگویی است که از مشارکت‌کننده دعوت می‌شود تا روایت‌هایی را در اختیارمان قرار دهد که از طریق آن بتوانیم برای پرسش پژوهش خود پاسخی بیابیم (سیدامامی، ۱۳۹۴: ۲۷؛ حیدری و همکاران، ۱۳۹۷).

ردیف	مصاحبه‌شوندگان	تاریخ تولد	تحصیلات	دوره نمایندگی	حوزه انتخابیه
۸	زهرا پیشگاهی فرد	۱۳۳۴	دکتری	۵	اصفهان
۹	حمیده عدالت	۱۳۳۵	دکتری	۶	دشتستان
۱۰	الهه کولایی	۱۳۳۵	دکتری	۶	تهران
۱۱	اکرم مصوری منش	۱۳۳۸	لیسانس	۶	اصفهان
۱۲	فاطمه رهبر	۱۳۴۳	دکتری	۹، ۸، ۷	تهران
۱۳	لاله افتخاری	۱۳۳۸	دکتری	۹، ۸، ۷	تهران
۱۴	فاطمه آلیا	۱۳۳۵	فوق لیسانس	۹، ۸، ۷	تهران
۱۵	عفت شریعتی	۱۳۳۱	دکتری	۸ و ۷	مشهد
۱۶	فاطمه آجورلو	۱۳۴۵	دکتری	۸ و ۷	کرج
۱۷	حلیمه عالی	۱۳۴۹	پزشک	۹	سیستان
۱۸	سکینه عمرانی	۱۳۵۱	فوق لیسانس	۹	سمیرم
۱۹	حمیده زرابادی	۱۳۵۹	فوق لیسانس	۱۰	قزوین
۲۰	سکینه الماسی	۱۳۵۷	دانشجوی دکتری	۱۰	عسلویه

مأخذ: یافته‌های تحقیق.

### ۳. یافته‌های پژوهش

#### ۳-۱. چارچوب‌های تصمیم‌گیری نخبگان سیاسی زن برای ورود به عرصه نمایندگی

هر کشوری برای رسیدن به رشد و توسعه، قبل از هر چیز باید به ریشه‌یابی مسائل خود بپردازد. میزان کارایی و علت‌یابی مسائل زنان و نقش نمایندگان به شیوه‌های تصمیم‌گیری آنها بستگی دارد و پی بردن به این مسائل به سیاستگذاری و برنامه‌ریزی درست در آینده کمک خواهد کرد. در این پژوهش به مقولاتی همچون مبنای تصمیم‌گیری برای ورود به عرصه نمایندگی، الگو و مشوق، زمینه‌های نهادی مؤثر بر تصمیم و علت سختی تصمیم‌گیری زنان برای نماینده شدن پرداخته خواهد شد.

#### ۳-۱-۱. چارچوب‌های تصمیم‌گیری برای نماینده شدن

یکی از سؤالات محوری در مصاحبه با زنان نماینده این بود که بر چه اساسی تصمیم گرفتند نماینده شوند. آنچه مهم است چارچوب تصمیم‌گیری آنها برای نماینده شدن است. پاسخ به این سؤال به تجدید نظر در برخی از سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌ها در حوزه زنان کمک می‌کند. در جدول زیر به بررسی چارچوب‌های

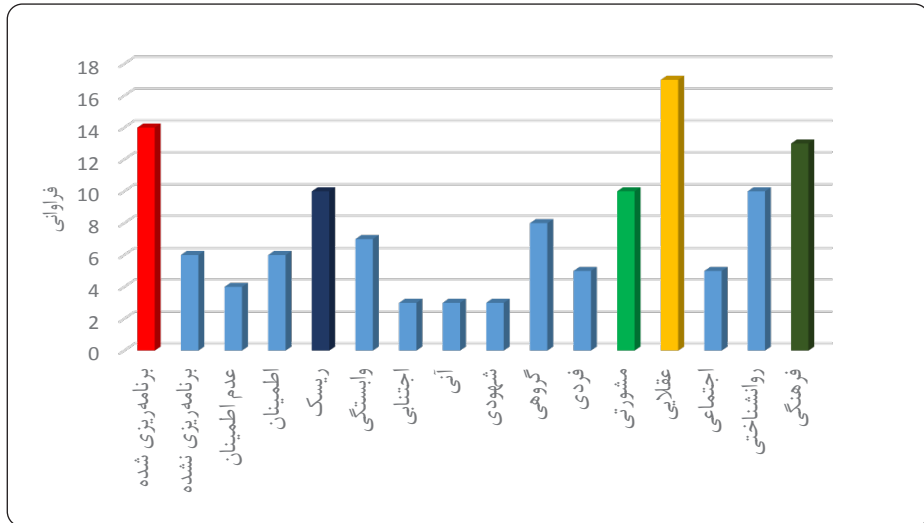


تصمیم‌گیری نخبگان سیاسی زن برای ورود به حوزه نمایندگی پرداخته شده است. پس از پیاده‌سازی متن‌های مصاحبه، کدگذاری باز و محوری متن نوشتاری مصاحبه‌ها انجام شد. در مجموع ۷۶ عبارت معنایی از مصاحبه‌های مذکور استخراج شد که به چندین مقوله از نوع درجه اول و دوم بسط داده شد.

### جدول ۲. چارچوب‌های تصمیم‌گیری برای نماینده شدن

فراوانی	عبارت معنایی	مقولات فرعی	مفرد اولیه
۱۴	برنامه‌ریزی براساس آمادگی قبلی؛ مطالعه و مشورت عمیق قبلی	برنامه‌ریزی شده	چارچوب‌های تصمیم‌گیری برای نمایندگی
۶	عدم برنامه‌ریزی یا مطالعه قبلی	برنامه‌ریزی نشده	
۴	عدم پیش‌بینی پیامدها؛ اطلاع نداشتن از نتایج تصمیم؛ عدم پیش‌بینی توقعات مردم در امور استخدامی و شخصی	عدم اطمینان	
۶	آگاهی کامل از نتایج و پیش‌بینی آن	اطمینان	
۱۰	براساس ریسک بدون توجه به پیامد کاری؛ بی‌توجه به تبعات و پس‌لرزه‌ها؛ بدون توجه به سنگینی هزینه اجتماعی برای یک خانم محجبه	ریسک	
۷	درخواست و اجبار عده‌ای از دوستان، احزاب، روحانیون و علما	وابستگی	
۳	پیشنهاد و اجبار حزب	اجتنابی	
۳	تصمیم به صورت ناگهانی و یکباره	آنی	
۳	تصمیم براساس نتیجه استخاره	شهودی	
۸	افراد صاحب‌نظر و برخوردار از جایگاه و آگاهی خاص	گروهی	
۵	تصمیم فردی و به تنهایی	فردی	
۱۰	مشورت با پدر، همسر، دوستان، فرزندان، دیگران، علما و متخصصین؛ مشورت با افراد مختلف و بزرگان داخل و خارج از منطقه؛ مشورت با خانواده	مشورتی	
۱۷	با توجه به مسائل زنان و جامعه و اولویت نیاز	عقلایی	
۵	براساس مؤلفه اجتماعی مانند طبقه خانوادگی؛ برای رفع کلیشه‌های اجتماعی علیه توانایی زنان؛ ترکیبی از همه اقشار اجتماعی (روحانیون و متخصصین) به دلیل سابقه خانوادگی	اجتماعی	
۱۰	براساس باور توانایی و داشتن ظرفیت نمایندگی	روان‌شناختی	
۱۳	عوامل و شاخصه فرهنگی میزان تحصیلات؛ افزایش اطلاعات با مطالعه؛ تصمیم براساس اعتقاد و باورهای دینی و فرهنگی	فرهنگی	

### نمودار ۱. چارچوب‌های تصمیم‌گیری برای ورود به عرصه نمایندگی



مأخذ: یافته‌های تحقیق.

در بررسی مقوله چارچوب‌های تصمیم‌گیری برای ورود به عرصه نمایندگی، داده‌های حاصل از مصاحبه در جدول ۲، به صورت نمودار فوق تحلیل شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی مربوط به چارچوب تصمیم‌گیری برنامه‌ریزی شده، عقلایی، فرهنگی، مشورتی و براساس ریسک است.

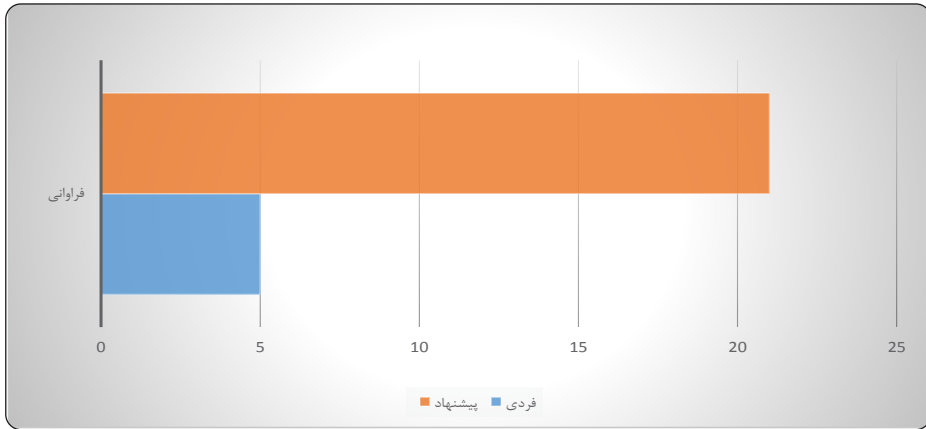
### ۲-۳. چارچوب مبنایی تصمیم‌گیری برای ورود به عرصه نمایندگی

یکی از سؤالات محوری در مصاحبه با زنان نماینده این بود که بر چه مبنایی تصمیم گرفتند وارد عرصه نمایندگی شوند. آنچه مهم است چارچوب تصمیم‌گیری آنها برای نماینده شدن است. در جدول زیر چارچوب‌های تصمیم‌گیری نخبگان سیاسی زن برای ورود به حوزه نمایندگی بررسی شده است. پس از پیاده‌سازی متون مصاحبه‌های انجام شده به کدگذاری باز و محوری متن نوشتاری مصاحبه‌ها پرداختیم. در مجموع ۲۶ عبارت معنایی از مصاحبه‌های مذکور استخراج شد که به چندین مقوله از نوع درجه اول و دوم بسط داده شد.

جدول ۳. چارچوب مبنایی تصمیم‌گیری برای ورود به عرصه نمایندگی

فراوانی	عبارت معنایی	مقولات فرعی		مقوله اصلی
		مقوله فرعی دوم	مقوله فرعی اول	
۵	- تصمیم فردی به دلیل باورداشتن به ظرفیت نمایندگی	اعتماد به نفس	زنی	منبع تصمیم‌گیری پیشنهادی
	- تصمیم فردی به دلیل عدم پذیرش مسئولیت نمایندگی توسط دوستان	مسئولیت‌پذیری		
۱۰	- پیشنهاد حزب کارگزاران سازندگی، حزب مشارکت، حزب سیاسی جمعیت ایثارگرایان و شاخه حزب جمهوری، جبهه پیروان خط امام و رهبری	اختیاری حزب		
۴	- مبارز سیاسی بودن تصمیم حزب جمهوری و جامعه روحانیت	اجباری حزب		
	- اصرار حزب برای نماینده شدن			
۷	- تصمیم و پیشنهاد حزب جمهوری (آقای بهشتی، رفسنجانی، رجایی و باهنر)	همسر	همکاران	
	- اجبار و التماس آقایان حزبی برای کاندید نمایندگی			
	- نماینده شدن به‌رغم میل با اجبار و تبلیغ و هزینه حزب	دیگران	پیشنهاد دوستان و همکاران	
		از همه اقشار		
	- پیشنهاد و مشورت دیگران	روحانیون و علما		
	- پیشنهاد ترکیبی از همه اقشار (روحانیون و متخصصین)	مردم		
	- پیشنهاد علمای اهل نظر			
	- پیشنهاد مردم			

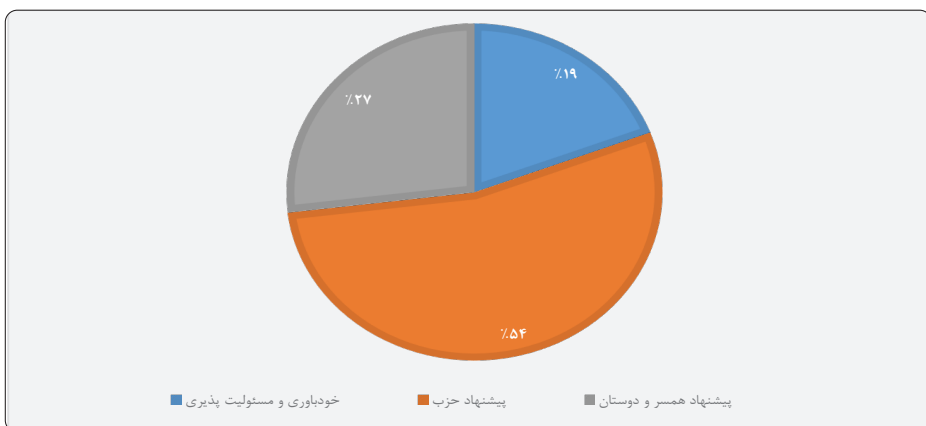
نمودار ۲. چارچوب‌های مبنایی تصمیم‌گیری براساس مقولات فرعی اول



مأخذ: همان.

در بررسی مقوله فرعی اول چارچوب مبنایی تصمیم‌گیری برای ورود به عرصه نمایندگی؛ داده‌های حاصل از مصاحبه در جدول ۳ به صورت نمودار فوق تحلیل شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که بیشترین فرایوانی مربوط به چارچوب مبنایی تصمیم‌گیری براساس پیشنهاد بوده است.

نمودار ۳. چارچوب‌های مبنایی تصمیم‌گیری براساس مقولات فرعی دوم



مأخذ: همان.

در بررسی مقوله فرعی دوم چارچوب مبنایی تصمیم‌گیری برای ورود به عرصه نمایندگی، داده‌های حاصل از مصاحبه در جدول ۳ به صورت نمودار فوق تحلیل شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی مربوط به چارچوب مبنایی تصمیم‌گیری براساس پیشنهاد حزب بوده است.

### ۳-۱-۳. چارچوب تصمیم‌گیری بر مبنای انگیزه و هدف از نماینده شدن

انگیزه، شخصیت، تجارب و سوابق اجتماعی، ارزش و ترجیحات تصمیم‌گیرندگان، تأثیر قابل توجهی بر تصمیم‌گیری آنها دارد. قبل از پاسخ به چرایی و چگونگی فعالیت زنان نماینده، باید به ریشه‌یابی این مسئله پرداخت که آنها اصلاً با چه انگیزه و هدفی وارد عرصه نمایندگی شده‌اند؟ با پاسخ به این سؤال درمی‌یابیم که چرا بعضی از مسائل در مجلس توسط زنان دنبال نمی‌شود. در جدول زیر از طریق مصاحبه با بیست نفر از زنان نماینده دور اول تا دهم مجلس شورای اسلامی به این سؤال پاسخ داده شده است. در مجموع ۷۶ عبارت معنایی از مصاحبه‌های مذکور استخراج شد که به چندین مقوله از نوع درجه‌ی اول و دوم بسط داده شد.

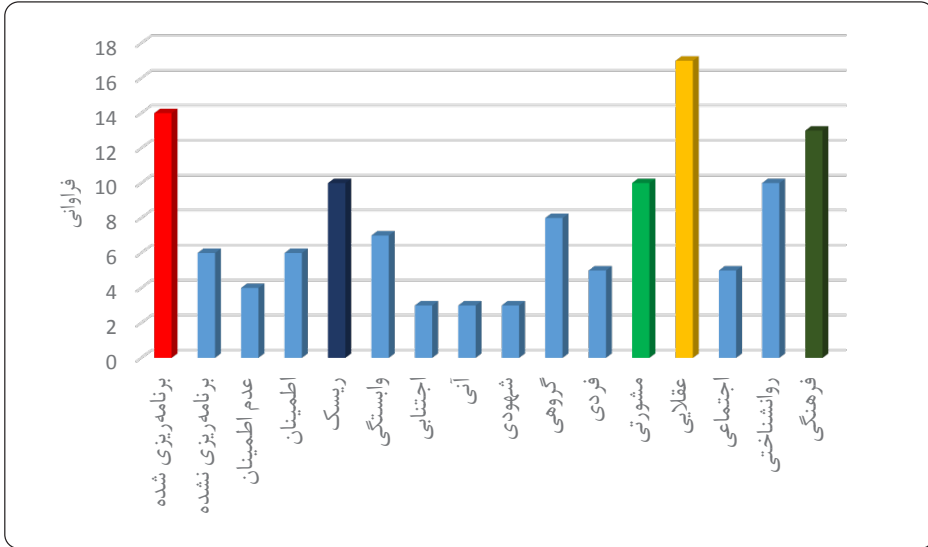
جدول ۴. چارچوب تصمیم‌گیری بر مبنای انگیزه و هدف از ورود به عرصه نمایندگی

فراوانی	عبارت معنایی	مقولات فرعی		مقوله اصلی
		فرعی اول	فرعی دوم	
۱۰	- مقابله با مخالفین (علمای سنت‌گرا) حضور زن در سیاست - حمایت از برنامه‌های سیاسی پدر - تنها نگذاشتن اصلاح‌طلبان - توسعه کشور - محقق شدن طرح و برنامه‌های سیاسی	سیاسی	توسعه	
			حمایتی	
			حزبی	
			طرح برنامه	
۱۳	- خدمت به جامعه زنان و تحقق اهداف بانوان - خدمت‌رسانی به خلق به‌عنوان بالاترین عبادت - مسئولیت‌پذیری، حس عاطفی و نوع‌دوستی - کار برای انقلاب - طرح بحث منافع استانی، بُعد کلان و زنان - درک محسوس مشکلات مردم در منطقه - بهبود امور و وضعیت جامعه	اجتماعی	خدمت‌گزاری	
			مسئولیت‌پذیری	
			نیاز مردم	
			بهبود وضعیت	

انگیزه و هدف از نماینده شدن

فراوانی	عبارت معنایی	مقولات فرعی		مفوله اصلی
		فرعی اول	فرعی دوم	
۱۹	<ul style="list-style-type: none"> <li>- الگو شدن برای سایر زنان</li> <li>- تغییر بستر فرهنگی و نوع نگاه به زن</li> <li>- تبعیت از نگاه مثبت امام خمینی (ره) به حضور سیاسی زنان</li> <li>- جلوگیری از عقب ماندگی فرهنگی</li> <li>- مبارزه در عرصه فرهنگی</li> </ul>	الگو شدن	فرهنگی	
		تغییرات		
		تبعیت		
		مبارزه		
		مدرنیته		
۸	<ul style="list-style-type: none"> <li>- حق محوری</li> <li>- دفاع از آموزه‌های اسلامی (ولایت و قرآن)</li> <li>- حضور در میدان مجاهده</li> <li>- برپایی حکومت توحیدی</li> <li>- احساس تکلیف</li> </ul>	حق محوری	دینی	
		مجاهده		
		دفاع		
		اسلام		
		تکلیف		
۲	<ul style="list-style-type: none"> <li>- رشد و توسعه جامعه</li> </ul>	بهبود	اقتصادی	
۱۶	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تصویب قوانین حمایت از زنان</li> <li>- حمایت و دفاع از حقوق زنان</li> <li>- تأثیرگذاری بر روند قانونگذاری و تصمیمات کشور</li> <li>- تصویب قوانین مختلف</li> <li>- تدوین قوانین زنان و خانواده و امور فرهنگی</li> <li>- تثبیت حقوق اجتماعی، معنوی و حقیقی بانوان</li> </ul>	قانونگذاری	حقوقی	
		اثرگذاری		
		زنان		
		خانواده		
۸	<ul style="list-style-type: none"> <li>- اعتماد به توانایی خود</li> <li>- علاقه، کنجکاوی و آشنایی قبلی نسبت به مسائل سیاسی</li> <li>- کنجکاوی نسبت به مسائل سیاسی</li> <li>- به‌کارگیری تمام توان و تجربیات برای انجام کارهای بزرگ</li> <li>- احساس مؤثر بودن</li> <li>- انگیزه اعتماد به نفس دادن به زنان</li> </ul>	خودباوری	روان‌شناختی	
		علاقه		
		کنجکاوی		
		تجربه		
		مؤثر بودن		
		افزایش اعتماد به نفس		

نمودار ۴. چارچوب تصمیم‌گیری بر مبنای انگیزه و هدف



مأخذ: همان.

در تحلیل مقوله چارچوب مبنایی انگیزه و هدف نخبگان سیاسی زن برای نمایندگی، داده‌های حاصل از مصاحبه در جدول ۴ به صورت نمودار فوق تحلیل شده است. یافته‌ها حاکی از آن است که بیشترین فراوانی مربوط به چارچوب فرهنگی و حقوقی بوده است.

#### ۳-۱-۴. چارچوب تصمیم بر مبنای ارزشی تکلیف‌شناسی

قبل از پاسخ به چرایی و چگونگی فعالیت زنان نماینده، باید به ریشه‌یابی این مسئله پرداخت که مبنای ارزشی تصمیم‌گیری آنها در چارچوب تکلیف‌گرایی چه بوده است؟ به عبارتی احساس مسؤولیت و تکلیف آنها در برابر چه کسانی است؟ در جدول زیر از طریق مصاحبه با بیست نفر از زنان نماینده دوره اول تا دهم مجلس شورای اسلامی به این سؤال پاسخ داده شده است. در مجموع ۴۷ عبارت معنایی از مصاحبه‌های مذکور استخراج شد که به چندین مقوله از نوع درجه اول و دوم بسط داده شد.

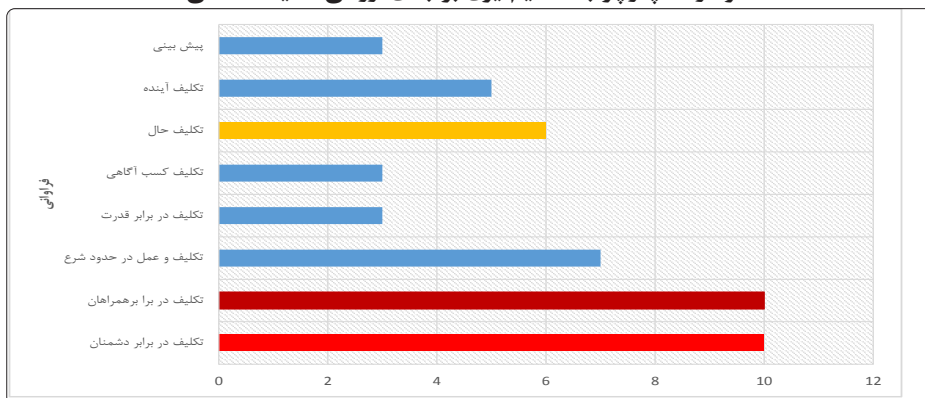
### جدول ۵. چارچوب تصمیم بر مبنای ارزشی تکلیف شناسی

مقوله اصلی	مقولات فرعی		عبارت معنایی	فراوانی
	مقولات فرعی اول	مقولات فرعی دوم		
انگیزه و هدف بر مبنای تکلیف	تکلیف در برابر دشمنان	انقلاب	- کار برای انقلاب و شهدا، تبعیت از نگاه مثبت امام خمینی (ره) به حضور سیاسی زنان	۱۰
		اسلام	- دفاع از آموزه‌های اسلامی (ولایت و قرآن)	
	تکلیف در برابر همراهان	حزب	- تنها نگذاشتن اصلاح طلبان	۱۰
		زنان	- حمایت و دفاع از حقوق زنان	
		مردم	- حل مشکلات مردم	
	تکلیف و عمل در حدود شرع	حق محوری	- مسؤولیت‌پذیری، حس عاطفی و نوع دوستی	۷
		نوع دوستی	- حق محوری	
		مسئولیت‌پذیری	- حضور در میدان مجاهده	
		جهاد	- برپایی حکومت توحیدی - احساس تکلیف دینی	
	تکلیف در برابر قدرت	علما	- مقابله با مخالفین (علمای سنت‌گرا) حضور زن در سیاست	۳
قانون		- تأثیرگذاری بر روند قانونگذاری و تصمیمات کشور		
رقبای سیاسی		- حمایت از برنامه‌های سیاسی		
تکلیف کسب آگاهی	الگو شدن	- الگو شدن برای سایر زنان	۳	
	مدرنیته	- جلوگیری از عقب‌ماندگی فرهنگی، مبارزه در عرصه فرهنگی		
	کنجکاوی	- علاقه و کنجکاوی‌ آشنایی قبلی نسبت به مسائل سیاسی		
	اعتماد به نفس	- آگاهی و اعتماد به نفس دادن به زنان		
تکلیف حال	خدمت‌گزاری	- خدمت‌رسانی به خلق به‌عنوان بالاترین عبادت و جامعه زنان	۶	
	منافع	- منافع استانی در بُعد کلان و زنان		
	اصلاح	- بهبود امور و وضعیت جامعه		
	مفید بودن	- احساس مؤثر بودن		
تکلیف آینده	تغییرات	- تغییر بستر فرهنگی و نوع نگاه به زن	۵	
	توسعه	- توسعه کشور		
	تحقق برنامه	- محقق شدن طرح و برنامه‌های سیاسی و تحقق اهداف بانوان		
	مسائل بانوان	- تدوین و تصویب قوانین حمایت از زنان		
	تثبیت حقوق	- تثبیت حقوق اجتماعی، معنوی و حقیقی زنان		
	خانواده	- تصویب قوانین مختلف به ویژه خانواده و امور فرهنگی		
پیش‌بینی	مشکلات مردم	- درک و پیش‌بینی مشکلات مردم در منطقه	۳	
	خودباوری	- اعتماد به توانایی خود		

مأخذ: همان.



نمودار ۵. چارچوب تصمیم‌گیری بر مبنای ارزشی تکلیف‌شناسی



مأخذ: همان.

در تحلیل مقوله انگیزه و هدف بر مبنای ارزشی تکلیف‌شناسی نخبگان سیاسی زن برای نماینده شدن، داده‌های حاصل از مصاحبه در جدول ۵، به صورت نمودار فوق تحلیل شده است. یافته‌ها حاکی از آن است که بیشترین فراوانی چارچوب تصمیم‌گیری بر اساس انگیزه و هدف آنها، بر مبنای ارزشی تکلیف و عمل در برابر همراهان و دشمنان است.

### ۵-۱-۳. چارچوب تصمیم بر اساس الگو، مشوق و زمینه‌های نهادی مؤثر بر ورود به عرصه نمایندگی

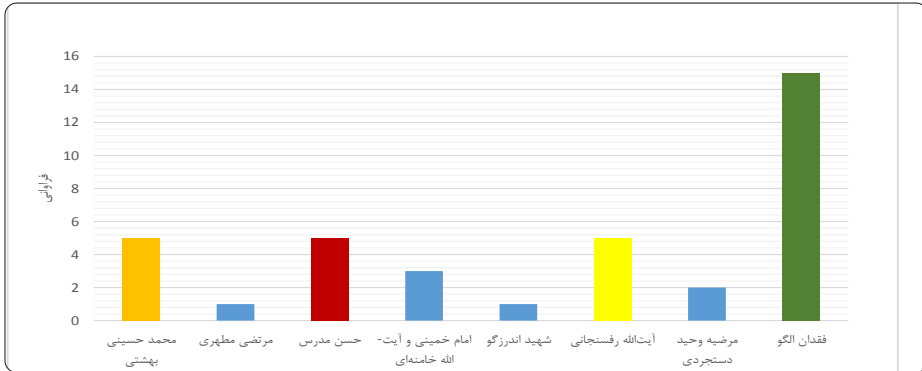
سبک تصمیم‌گیری هر فرد بیانگر رویکرد شخصیتی او در درک و واکنش به وظیفه تصمیم‌گیری خود است (رمضانیان، صادقی و پورجهانی، ۱۳۹۰: ۱۰-۳). الگو و مشوق تأثیر زیادی در انگیزه و هدف نماینده‌ها و همچنین بر شخصیت روانی و کارکرد هر شخصی دارد. یکی از سؤالات مصاحبه این بود که الگو و مشوق شما که باعث شد نماینده شوید چه کسی بوده است؟ با توجه به اینکه در بررسی مسائل زنان برای خیلی از افراد این سؤال پیش می‌آید که زنان چگونه وارد عرصه سیاسی و نمایندگی می‌شوند؛ برای تحلیل و پاسخ به این سؤال ریشه‌یابی این مسئله مهم است که کدام نهاد باعث یا مانع حضور سیاسی زنان است. در جدول زیر از طریق مصاحبه با بیست نفر از زنان نماینده ۱۰ دوره مجلس شورای اسلامی به این سؤالات پاسخ داده شده است. در مجموع ۱۷۰ عبارت معنایی از مصاحبه‌های مذکور استخراج شد که به چندین مقوله از نوع درجه اول و دوم بسط داده شد.

جدول ۶. چارچوب تصمیم براساس الگو، مشوق و زمینه‌های نهادی مؤثر برای ورود به عرصه نمایندگی

فراوانی	عبارت معنایی	مقولات فرعی		مقولات اصلی
		فرعی اول	فرعی دوم	
۵	الگوی رفتاری و منبع مشورت بودن شهید بهشتی در رهبران، الگو بودن در مبارزین	محمد حسینی بهشتی		الگوی تصمیم‌گیری
۱	مباحث شهید مطهری به‌عنوان الگوی زندگی	مرتضی مطهری		
۵	شهید مدرس به‌عنوان الگو در صداقت و بیان حقیقت	حسن مدرس		
۳	الگوی نظری و عملی امام خمینی و آیت الله خامنه‌ای	امام خمینی و آیت‌الله خامنه‌ای		
۱	الگو بودن شهید اندرزگو به لحاظ اسلامی و کلان	شهید اندرزگو		
۵	الگو و مقلد بودن در بحث سازندگی	آیت‌الله رفسنجانی		
۲	خانم مرضیه وحید دستجردی به‌دلیل مدیریت و تأثیر حضور او در نگاه مثبت جامعه به حضور زن	مرضیه وحید دستجردی		
۱۵	اولین نماینده زن بعد از انقلاب، اشراف‌زادگی، فرهنگ نمایندگان پهلوی، نداشتن الگوی خاص	فقدان الگو		
۱۵	به لحاظ اسلامی و سیاسی، حضرت زهرا (س)، علاقه به مدافع ولایت و حق‌مداری حضرت زهرا، خدمت‌گزاری حضرت زهرا (س)	حضرت زهرا (س)		
۵	حضرت زینب (س) به لحاظ اسلامی و سیاسی	حضرت زینب (س)		
۷	خدمت‌گزار مردم بودن حضرت خدیجه (س)	حضرت خدیجه (س)		
۴	فرمایش امام علی (ع)	امام علی (ع)		
۵	سخنان قرآن و اهل بیت	قرآن و اهل بیت		
۱۵	آشنا شدن با سیاسیون و ملاقات بزرگان سیاسی از طریق همسر	همسر		مشوق
۹	علاقه و کنج‌کاوی نسبت به مسائل سیاسی احساس خود مبنی بر حرفی برای گفتن داشتن	علاقه و توانایی		
۲	مشوق بودن سخنان امام خمینی (ره)	سخن بزرگان (امام خمینی (ره))		
۴	انگیزه درونی و اشتغال ذهنی	انگیزه درونی		
۴	آموزه‌های اسلامی به‌عنوان چتر تفکرها برای برقراری عدالت، رعایت حقوق انسانی به‌ویژه زنان، انگیزه دینی	انگیزه دینی		
۳	اعتماد به نفس (احساس ضعف نکردن)	خودباوری		
۲	مراجعات مردم و مسئله بانوان و خیلی از مطلعین	مردم		
۳	مشوق بستگان، دوستان	بستگان و دوستان		

فراوانی	عبارت معنایی	مقولات فرعی		مقولات اصلی
		فرعی اول	فرعی دوم	
۱۵	آشنایی با جو سیاست از طریق همسر که در جایگاه رئیس‌جمهوری بودند، شهادت همسر، دنبال کردن مسائل سیاسی همسر، تحصیلات همسر و مدافع مصدق بودن آن، طلبه سیاسی بودن خانواده (پدر، برادر و همسر)، خانواده: سیاسی بودن پدر، رئیس مجلس و رئیس‌جمهور بودن پدر، آشنایی خانواده با سیاست و جو مجلس، ستاد تبلیغات نمایندگی همسر بودن، آشنایی با رساله امام (ره) توسط خانواده، شهادت پدر و همسر، سیاسی بودن برادر، آیت‌الله بودن پدر	خانواده (پدر، برادر و همسر)		
۱۰	آشنایی از طریق وسایل ارتباط جمعی	وسایل ارتباط جمعی		
۴	به مباحث سیاسی علاقه خاصی نداشتن	عدم علاقه سیاسی		
۵	مطالعه رساله امام خمینی (س)، مطالعه درباره مجلس قبل از انقلاب	مطالعه		
۱۰	عضو مبارزین سیاسی، ورود به سیاست با تشکل جامعه زینب، مدرسه و اجتماع، ارتباط و فعالیت سیاسی از دوره مدرسه و انجمن اسلامی دانشگاه، ورود به حزب مشارکت، برگزاری نشست‌های دانشجویی دهه ۶۳، فعالیت در انجمن اسلامی دانشگاه شیراز سال ۵۸، تشکل‌های مدنی، عضویت در تشکل سیاسی و دانشگاهی قبل از انقلاب، تربیت خوب و مردم‌مداری، سید بودن، روحانی و سیاسی بودن خانواده	تشکل‌های سیاسی		زمینه‌های نهادی مؤثر
۶	علاقه شدید و کنجکاوی نسبت به مسائل سیاسی، پیگیری مسائل مجلس سوم، ارتباط و آشنایی قبلی با جو مجلس، تجربه کاری در سازمان برنامه و بودجه، سفر و زندگی در خارج از کشور، کاندید شدن آزمایشی دوره قبل، فعالیت در ستاد پشتیبانی از پانزده‌سالگی، آشنایی قبلی با سیاست به دلیل سابقه شغلی در صداوسیما، مشاور استانداری، دبیر کمیسیون بانوان و داشتن اطلاعات گسترده در حوزه زنان	تجربه، علاقه و کنجکاوی		
۵	داشتن اعتماد به نفس و جسارت	خودباوری		

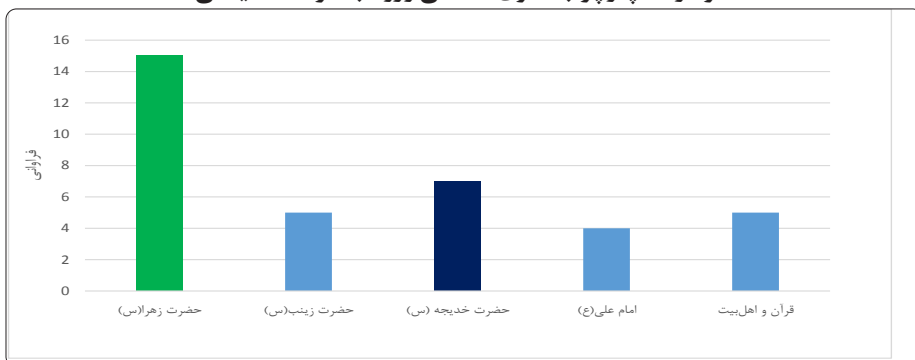
### نمودار ۶. چارچوب الگوی کلی ورود به عرصه نمایندگی



مأخذ: همان.

در بررسی چارچوب الگوی کلی نخبگان سیاسی زن برای نماینده شدن، داده‌های حاصل از مصاحبه در جدول ۶ به صورت نمودار فوق تحلیل شده است. یافته‌ها حاکی از آن است که براساس بیشترین فراوانی اکثر زنان نماینده الگوی خاصی نداشتند. در مرتبه بعد آیت‌الله رفسنجانی، شهید بهشتی و شهید مدرس با درصد نزدیک به الگو مؤثر بودند.

### نمودار ۷. چارچوب الگوی اسلامی ورود به عرصه نمایندگی

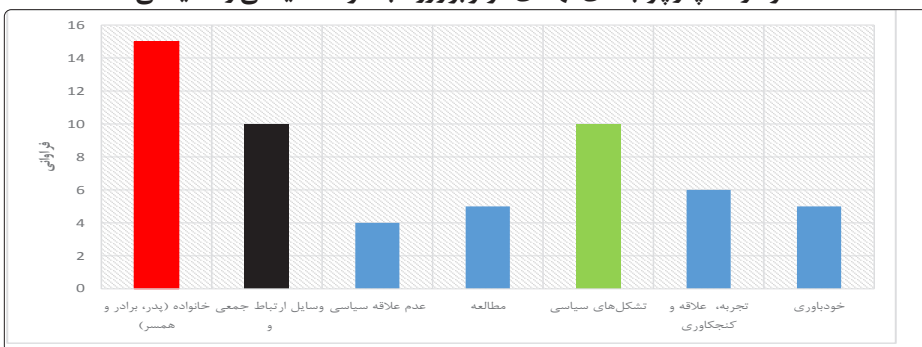


مأخذ: همان.

در بررسی چارچوب الگوی اسلامی نخبگان سیاسی زن برای نمایندگی، داده‌های

حاصل از مصاحبه در جدول ۶ به صورت نمودار فوق تحلیل شده است. یافته‌ها حاکی از آن است که شیوه زندگی و شخصیت حضرت زهرا (س) در عرصه تصمیم‌گیری بیشترین فراوانی را برای چارچوب الگویی تصمیم‌گیری نخبگان سیاسی زن داشته است.

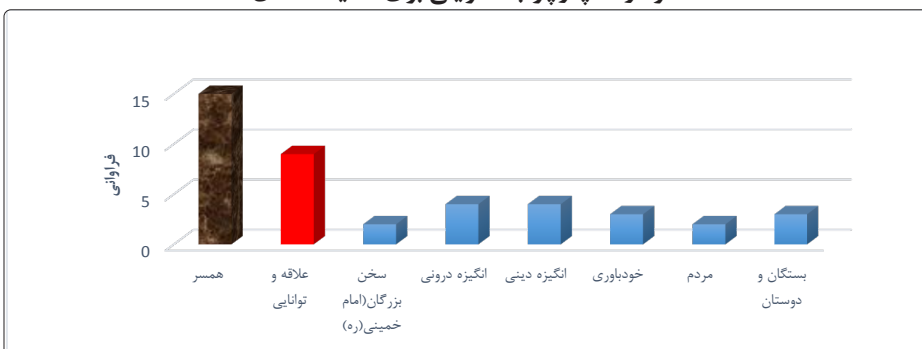
نمودار ۸. چارچوب‌های نهادی مؤثر بر ورود به عرصه سیاسی و نمایندگی



مأخذ: همان.

در بررسی مقوله چارچوب‌های نهادی مؤثر برای ورود زنان نماینده به عرصه‌های سیاسی و نمایندگی، داده‌های حاصل از مصاحبه در جدول ۶ به صورت نمودار فوق تحلیل شده است. یافته‌ها حاکی از آن است که نهاد خانواده (به‌ویژه پدر، برادر و همسر) مهم‌ترین نهاد و عوامل مؤثر بر سیاسی شدن زنان و ورود به عرصه‌های نمایندگی است.

نمودار ۹. چارچوب تشویقی برای نماینده شدن



مأخذ: همان.

در بررسی مقوله چارچوب تشویقی نخبگان سیاسی زن برای نمایندگی، داده‌های حاصل از مصاحبه در جدول ۶ به صورت نمودار فوق تحلیل شده است. یافته‌ها حاکی از آن است که بیشترین فراوانی چارچوب تشویقی مؤثر بر زنان نماینده از جانب همسر است.

### ۶-۱-۳. چارچوب‌های علی سختی تصمیم برای نماینده شدن

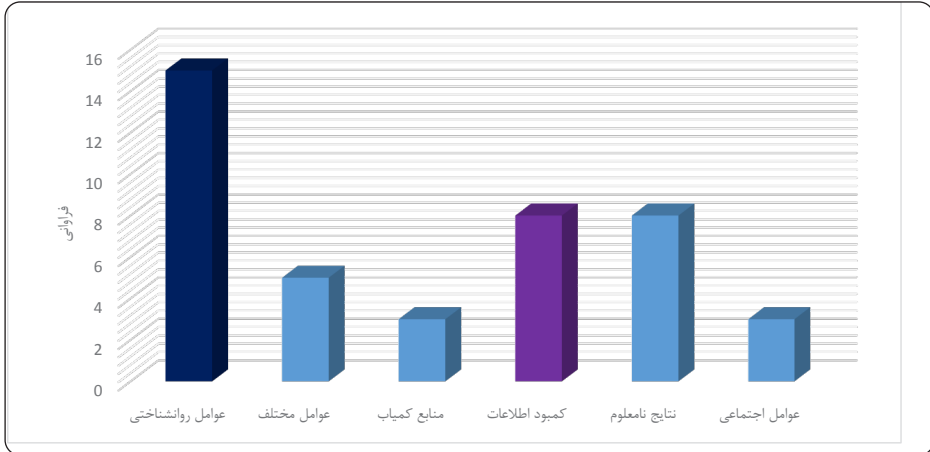
در زندگی هر شخصی مسائلی وجود دارد که می‌تواند بر نحوه تصمیم‌گیری آنها اثرگذار باشد. برای ورود به عرصه نمایندگی، این مسائل می‌تواند تصمیم‌گیری را برای نخبگان سیاسی زن سخت‌تر کند. یکی از سؤالاتی که در مصاحبه پرسیده شده است علت سختی تصمیم برای نماینده شدن است. پاسخ به این سؤال، به ایجاد راهکارها و برنامه‌ریزی‌هایی بهتر در جهت در رفع یا کاهش آن مسائل برای ورد بیشتر زنان به حوزه سیاست و نمایندگی کمک می‌کند. در مجموع، ۴۴ عبارت معنایی از مصاحبه‌های مذکور استخراج گردید که به چندین مقوله از نوع اصلی و فرعی بسط داده شد.

جدول ۷. چارچوب میزان و علت سختی تصمیم برای ورود به عرصه نمایندگی

فراوانی	عبارت معنایی	مقولات فرعی	مقوله اصلی
۱۵	قبل از نمایندگی به دلیل اضطراب، مشکلات و خستگی جسمی و روحی ناشی از شهادت همسر، کوچک بودن بچه‌ها (عدم آمادگی فکری، جسمی و روحی)، نگرانی و اضطراب برای نماینده شدن به دلیل متقاعد کردن خانواده، داشتن دو فرزند کوچک بدون پدر و همسر و برادر و مسئولیت هم‌زمان نقش‌های مختلف، نگرانی از هزینه و آبروی سیاسی و اجتماعی از امکان قطعی نبودن تصمیم حزب و جایگزین دیگری، جایگاه بزرگان دانستن سمت نمایندگی	عوامل روان شناختی	عوامل تصمیم‌گیری
۵	شرایط موجود (محیطی و مخاطبی)، اثرگذاری همه موارد با توجه به زمینه‌های مختلف	عوامل مختلف	
۳	نبود مراکز اطلاعاتی به‌ویژه مرکز پژوهش‌ها در سه دوره اول، منابع کمیاب	منابع کمیاب	
۸	اولین دوره بودن و عدم تجربه قبلی، کم بودن اطلاعات به دلیل نبود مراکز اطلاعاتی، جوان و کم تجربه بودن	کمبود اطلاعات	
۸	نتایج نامعلوم، عدم شفافیت موضوع	نتایج نامعلوم	
۳	بحرانی و مسئله‌ساز بودن موقعیت و شرایط کشور بعد از انقلاب و جنگ تحمیلی در سه دوره اول، عزل بنی‌صدر، پیچیدگی انسان‌ها، سوءاستفاده از اعتماد، آگاهی از سخت بودن راه نمایندگی و متفاوت بودن نیت آدم‌ها و مشکل همکاری با آنها، سخت بودن امید دادن به جامعه، ریسک ناشی از قوم‌گرایی منطقه کوچک، هزینه اجتماعی برای یک خانم محجبه، حاکم بودن دیدگاه مردسالاری و برجسپ ویژگی متعصب‌تر و زود خسته شدن زنان	عوامل اجتماعی	
۲	مخالفت بعضی از علما با حضور زن، مردسالاری حاکم در قدرت، واکنش سایر احزاب	عوامل سیاسی	

مأخذ: همان.

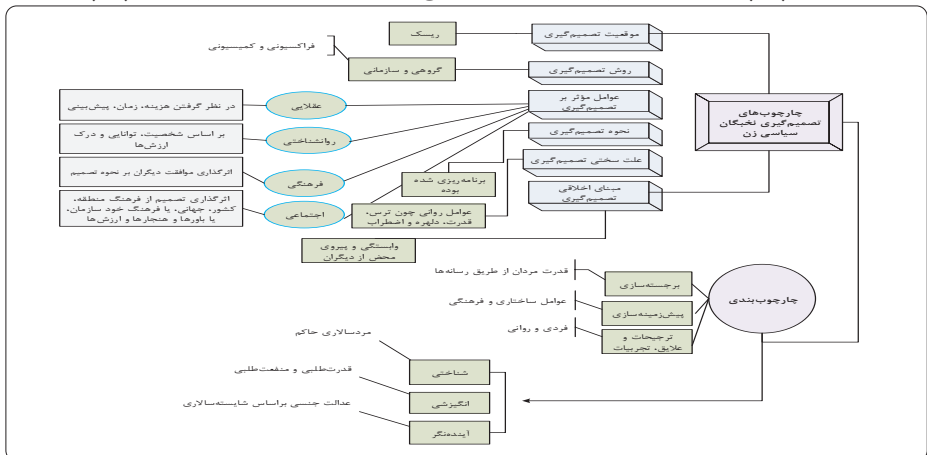
نمودار ۱۰. چارچوب علی سختی تصمیم‌گیری برای ورود به عرصه نمایندگی



مأخذ: همان.

در بررسی مقوله چارچوب علی مؤثر بر سختی تصمیم‌گیری نخبگان سیاسی زن برای نماینده شدن، داده‌های حاصل از مصاحبه در جدول ۷ به صورت نمودار فوق تحلیل شده است. یافته‌ها حاکی از آن است که عوامل روانی (اضطراب، خستگی، ترس و نگرانی) نسبت به سایر عوامل بیشترین فراوانی را داشته است.

شکل ۴. الگوی چارچوب‌های تصمیم‌گیری نخبگان سیاسی زن بر اساس نظریه تصمیم‌گیری و چارچوب‌بندی



مأخذ: یافته‌های تحقیق.

#### ۴. جمع بندی و نتیجه گیری

با توجه به موضوع پژوهش در رابطه با چارچوب های تصمیم گیری نخبگان سیاسی زن در ۱۰ دوره مجلس شورای اسلامی برای ورود به عرصه نمایندگی؛ ۶ مقوله منبع تصمیم گیری، انگیزه و هدف تصمیم گیری، الگوی نمایندگی، مشوق نمایندگی، زمینه های نهادی مؤثر برای ورود به عرصه سیاسی و نمایندگی، علت دشواری تصمیم برای نمایندگی در قالب سؤالاتی در مصاحبه نیمه ساختمند از بیست نفر از زنان نماینده دوره های اول تا دهم مجلس (نمونه تصادفی) پرسیده شد. یافته ها حاکی از آن است که بیشترین فراوانی منبع تصمیم گیری براساس پیشنهاد حزبی است. مهم ترین چارچوب انگیزشی تصمیم گیری نخبگان سیاسی زن برای ورود به عرصه نمایندگی فرهنگی و حقوقی و بر مبنای ارزشی تکلیف و عمل در برابر همراهان و دشمنان است. نکته مهم اینکه نماینده های سه دوره اول اظهار داشتند که به دلیل شرایط بحرانی جامعه با اجبار حزب و به رغم میل شان قبول کردند نماینده شوند. درباره چارچوب الگوی نمایندگی الگوی خاصی را بیان نکردند؛ فقط تعداد معدودی به آیت الله رفسنجانی، شهید بهشتی و شهید مدرس اشاره کردند. نکته مهم اینکه بیشترین چارچوب الگویی زنان نماینده از میان آقایان است تا خانم ها. مهم ترین چارچوب تشویقی نمایندگی از جانب همسر است که نشان می دهد زنان نماینده از حمایت و تشویق همسر برخوردار بودند؛ بنابراین مسئله اذن همسر برای اکثر آنها مانعی ایجاد کرده است. در رابطه با زمینه های نهادی مؤثر بر ورود زنان به سیاست و عرصه نمایندگی، بیشترین فراوانی خانواده (به ویژه پدر، برادر و همسر) است. این خود حاکی از تأثیر زیاد نقش تربیتی خانواده در سیاسی شدن زنان است. نکته جالب اینکه خانم های نماینده بیشتر توسط خانواده از جانب مردهای خانواده سیاسی شدند تا خواهر یا مادر. مهم ترین چارچوب علی سختی تصمیم برای نماینده شدن، عوامل روانی ذکر شده است؛ این خود می تواند ناشی از مسئله خانه داری، بچه داری و کمبود وقت زنان (عدم آمادگی فکری و جسمی) برای حضور فعال سیاسی و نمایندگی است. در کل براساس مؤلفه های چارچوب بندی؛ مهم ترین عوامل مؤثر بر چارچوب تصمیم گیری نخبگان سیاسی زن برای ورود به عرصه نمایندگی برجسته سازی قدرت مردان از طریق رسانه ها، پیش زمینه سازی



عوامل ساختاری و فرهنگی، ترجیحات، علایق و تجربیات فردی و روانی است. براساس عوامل شناختی و انگیزشی مؤثر بر چارچوب تصمیم‌گیری زنان؛ مردسالاری حاکم به‌ویژه قدرت‌طلبی و منفعت‌طلبی آنان نقش مهمی دارد. در چارچوب آینده‌نگر نیز مؤلفه عدالت جنسی براساس شایسته‌سالاری مهم‌ترین مؤلفه اثرگذار بر چارچوب تصمیم‌گیری زنان است. در مجموع این نتیجه حاصل می‌شود که باید در بعضی از قوانین حمایتی نسبت به زنان تجدیدنظرهای جدیدی انجام و به دنبال آن برنامه‌ریزی‌های آموزشی نیز دنبال شود. در این راستا به ایجاد شرایط مساعد برای ورود زنان به حوزه سیاسی نیاز است تا نحوه تصمیم‌گیری آنان از حالت ریسک به اطمینان تبدیل شود. در کنار این موارد باید به عوامل مؤثر بر تصمیم چون عوامل عقلایی بحث هزینه و زمان خانه‌داری، عوامل روانی و شخصیتی براساس توانایی زنان، عوامل اجتماعی و فرهنگی در حوزه اثرپذیری بر تصمیم زنان از جانب خانواده و ارزش‌ها و باورهای فرهنگی نیز توجه کرد. میان تصمیمات فردی و گروهی بعد از نمایندگی که غالباً گروهی به شکل کمیسیونی و فراکسیونی است تعادل ایجاد کرد. نداشتن الگوی موفق زن نماینده معاصر نیز از دیگر عوامل مؤثر بر چارچوب تصمیم‌گیری زنان است که نیاز به حمایت همه‌جانبه و نگاه سیستمی به مسائل زنان در راستای الگوسازی موفق است.

## منابع و مآخذ

۱. اسنایدر، ریچارد و همکاران (۱۳۸۹). تصمیم‌گیری در سیاست خارجی، ترجمه محمدجعفر جوادی ارجمند و مجید فرهام، تهران، میزان.
۲. اسنو، دیوید و هانت بنفورد (۱۳۸۷). «میدان‌های هویت؛ فرایندهای طراحی و ساخت اجتماعی هویت جنبش‌ها» در لارنا انریک و دیگران، جنبش‌های نوین اجتماعی، ترجمه سیدمحمدکمال سروریان و علی صبحدل، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی.
۳. انصاری، محمد مهدی (۱۳۸۶). نخبه‌پروری سیاسی، تهران، نشر دادگستر.
۴. برزگر، ابراهیم (۱۳۷۳). مبانی تصمیم‌گیری سیاسی از دیدگاه امام خمینی، تهران، سازمان تبلیغات اسلامی.
۵. ترابی، یوسف (۱۳۹۲). «تعارض نخبگان سیاسی و راهبردهای مدیریت آن»، فصلنامه مجلس و راهبرد، سال ۱۹، ش ۷۲.
۶. تسلیمی، سعید، حسین صفری و سیدیحیی سیددانش (۱۳۸۳). «بررسی الگوی سه نوع تصمیم‌گیری حضرت امام خمینی (ره) با استفاده از مدل تصمیم‌گیری حکیمانه - رویکرد فازی»، روان‌شناسی، ش ۸.
۷. جلالی‌پور، حمیدرضا و آرش نصر اصفهانی (۱۳۹۳). «رخدادهای انتخاب ۱۳۸۸ از چشم‌انداز تحلیل چارچوب علوم اجتماعی»، جامعه‌شناسی تاریخی، دوره ۶، ش ۱.
۸. حبیب‌نژاد، احمد (۱۳۸۶). حقوق و وظایف نمایندگی مجلس، تهران، انتشارات کانون اندیشه جوان.
۹. حیدری، زهرا، عباس کشاورز شکری، زاهد غفاری هاشجین و علی مرشدی‌زاد (۱۳۹۷). «موانع مشارکت نخبگان سیاسی زن در عرصه تصمیم‌گیری‌های سیاسی و مدیریتی»، پژوهشنامه علوم سیاسی، سال ۱۴، ش ۱.
۱۰. خوشوقت، محمدحسین (۱۳۷۵). تجزیه و تحلیل تصمیم‌گیری در سیاست خارجی، تهران، وزارت امور خارجه.
۱۱. دلاور، علی (۱۳۸۳). روش‌های پژوهش در روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه پیام نور.
۱۲. رحیمی، جلال (۱۳۹۲). سازمان و مدیریت موفق، تهران، انتشارات سپهر دانش.
۱۳. رضائیان، علی (۱۳۹۳). مبانی سازمان و مدیریت، تهران، انتشارات سمت.
۱۴. رضائیان، محمد رحیم، عباس صادقی و رضا پورجهانی (۱۳۹۰). «بررسی تأثیر ارزش‌های مقدس اخلاقی بر تصمیم‌گیری، دشواری تصمیم و احساسات ناشی از تصمیم‌گیری - مطالعه موردی: در دانشکده علوم انسانی دانشگاه گیلان»، مدیریت، ش ۶.
۱۵. روشن‌قیاس، کلثوم (۱۳۸۸). «بررسی رابطه سبک‌های تصمیم‌گیری (آمرانه و مشارکتی) مدیران و شیوه‌های حل تعارض کارکنان اداره برق شیراز»، علوم تربیتی - مدیریت و برنامه‌ریزی آموزشی، دانشگاه شیراز.

۱۶. ساروخانی، باقر (۱۳۸۲). *روش‌های پژوهش در علوم اجتماعی*، جلد دوم، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

۱۷. سیدامامی، کاووس (۱۳۹۴). *روش‌های مصاحبه برای پژوهش‌های سیاسی*، تهران، دانشگاه امام صادق.

۱۸. شفیعی‌نیا، محمدشفیع، صفرعلی لطفی و مهدی توکلی جبلی (۱۳۹۱). «شاخص‌های تحکیم امنیت ملی و ارتقای اخلاق سیاسی نخبگان سیاسی از دیدگاه مقام معظم رهبری»، *مطالعات دفاعی استراتژیک*، ش ۴۷.

۱۹. غفاری ساروی، مصطفی و کاووس سیدامامی (۱۳۹۶). «نقش فضای مجازی در چارچوب‌سازی برای رأی‌دهندگان در انتخابات؛ مطالعه موردی انتخابات مجلس دهم در دو شهر تهران و مشهد»، دانشگاه امام صادق (ع).

۲۰. قاسمی، بهروز (۱۳۹۲). *مبانی رفتار سازمانی*، چاپ دوم، تهران، انتشارات سپاهان.

۲۱. مدرس‌زاده، شیوا، مهرداد نوابخش و حسینعلی نوذری (۱۳۹۶). «عوامل مؤثر بر توانمند شدن زنان نخبه سیاسی (مورد مطالعاتی: زنان نماینده در مجلس شورای اسلامی)»، *پژوهشنامه زنان*، سال ۹، ش ۲.

۲۲. معتمدنژاد، کاظم (۱۳۷۷). *هربرت شیلر، پیشگام مطالعات انتقادی ارتباطات در آمریکا*، ترجمه احمد میرعابدینی، تهران، سروش.

۲۳. میردار، مرتضی (۱۳۸۸). «مصاحبه با مریم بهروزی، خاطرات»، تهران، معاونت تاریخ شفاهی مرکز اسناد انقلاب اسلامی.

۲۴. نیک‌پیما، نسرين (۱۳۹۲). «تحلیل چارچوب؛ شیوه‌ای برای تحلیل داده‌های کیفی»، *نشریه پایش*، سال ۱۳، ش ۱.

۲۵. هولستی، ال. آر (۱۳۷۳). *تحلیل محتوا در علوم اجتماعی و انسانی*، ترجمه نادر سالارزاده امیری، تهران، دانشگاه علامه طباطبائی.

26. Cavanagh, S. (1997). "Content Analysis: Concepts, Methods and Applications", *Nurse Researcher*, Vol. 4(3).

27. Entman, R.M. (1993). "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm", *Journal of Communication*, Vol. 43, No. 4.

28. Fulp, Janos, David Roth and Schweik Charles (2006). "What is Mean Decision Making," *In The Content of Eco – Informations*.

29. Furber, C. (2010). "Framework Analysis: A Method Foranalyzing Qualitative Data", *African Journal of Midwifery and Womens Health*, No. 4.
30. Goffman, Erving (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*, Cambridge, Harvard University Press.
31. Hsieh, H.F. and S.E. Shannon (2005). "Three Approaches to Qualitative Content Analysis", *Qualitative Health Research*, No. 15(9).
32. Parker, Andrew M., Burin Wand Burine de and Fichnoff Bnruch (2007). "Maximizers Versus Satificers Decision – Making Styles", *Competence and Outcomes*, Vol. 2, No. 6.
33. Ritzer, George (1988). *Contemporary Sociological Theory*, Alfred a Knopf Inc, 2nd Edition.
34. Scheufele, D.A. and D. Tewksbury (2007). "Framing, Agenda Setting and Priming: the Evolution of Three Media 36, Effects Models", *Journal of Communication*, Vol. 57, No. 1.
35. Simon Herbert (1957). *A, Models of Man: Social and Rational*, New York, John Wiley.
36. Singh, Romila and Jeffry. H Green House (2004). "The Relation Between Caree Decision – Making Strategies and Person – job Fit: A Study of Job Changers", *Journal of Vocational Behavior*, 64.
37. Smith, J. and J. Firth (2011). "Qualitative Data Analysis: The Framework Approach", *Nurse Researcher*, 18.
38. Snow, D.A. (2004). "Framing Processes, Ideology and Discursive Fields", in D.A. Snow, S.A. Soule and K. Hanspeter (Eds), *The Blackwell Companion to Social Movements*, Blackwell Publishing Ltd.
39. Spicer, David, P and Sadler – Smith, Eugene (2005). "An Examinational of the General Decision Making Style", *Journal or Managerial Psychology*, Vol. 20, No. 2.



## فرم اشتراک

خوانندگان محترمی که مایل به اشتراک هستند می‌توانند حق اشتراک خود را به شماره حساب شبا ۵۴۰۱۰۰۰۰۴۰۰۱۰۰۰۹۰۱۰۰۱۰۸۲، نزد بانک مرکزی به نام درآمد متفرقه خزانه وزارت دارایی واریز و اصل سند بانکی را به همراه برگ تکمیل شده اشتراک به نشانی دفتر فصلنامه ارسال فرمایند.

**بهای اشتراک:** درخواست سالانه ۴ شماره ۱,۲۰۰,۰۰۰ ریال + هزینه پستی هر شماره ۴,۰۰۰ ریال. ضمناً برای مشترکین قبلی تا اتمام حق اشتراک آنها فصلنامه به نرخ سابق ارسال خواهد شد. **نشانی:** تهران، خیابان پاسداران، روبه‌روی پارک نیاوران (ضلع جنوبی)، پلاک ۸۰۲، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، دفتر امور مشترکین.

### فرم درخواست اشتراک

به پیوست حواله بانکی به مبلغ ..... ریال ارسال می‌شود، خواهشمند است

به تعداد ۴ یا ۸ شماره فصلنامه مجلس و راهبرد را به نام .....

به نشانی زیر ارسال فرمایید:

نام و نام خانوادگی: ..... شغل: ..... تحصیلات: .....

نشانی: .....

کد پستی: ..... تلفن: ..... دورنگار: .....

E-mail:.....

## شیوه‌نامه نگارش مقاله

۱. ساختار مقاله باید مطابق یک روش علمی شناخته‌شده باشد و چکیده، کلیدواژه‌ها، مقدمه، متن ساختارمند، نتیجه‌گیری و منابع و مأخذ نیز داشته باشد و روش تحقیق شامل موضوع تحقیق، اهداف تحقیق، فرضیه‌ها یا سؤالات تحقیق و ادبیات موضوع به صورت مختصر ولی روشن و در حد امکان در بخش مقدماتی (مقدمه مقاله) ارائه شود.
  ۲. چکیده حداکثر دارای ۳۰۰ واژه و دربردارنده عنوان و موضوع مقاله، روش تحقیق و مهم‌ترین نتایج و فهرستی از کلیدواژه‌ها (حداکثر ۱۰ واژه) باشد و به طور جداگانه ضمیمه مقاله شود و در پاورقی رتبه دانشگاهی، دانشگاه محل خدمت و پست الکترونیکی مؤلف (نویسنده مسئول) و دیگر همکاران احتمالی ارائه شود.
  ۳. ارسال ترجمه انگلیسی عنوان مقاله، چکیده و کلیدواژه‌ها نیز همراه مقاله ضرورت دارد.
  ۴. مقاله در قالب صفحه A4 با رعایت فضای مناسب در حاشیه‌ها و میان سطرها حروفچینی شود و درج فرمول‌ها با استفاده از نرم‌افزار MahtType ضروری است.
  ۵. ارسال مقاله از طریق ثبت نام در سایت فصلنامه به آدرس <http://nashr.majles.ir> انجام شود.
  ۶. حجم مقاله ارسالی باید بین ۳۰۰۰ تا ۸۰۰۰ کلمه باشد (۱۰ تا ۱۵ صفحه قطع A4 با احتساب چکیده‌های فارسی و انگلیسی).
  ۷. مقاله ارسالی نباید در هیچ مجله داخلی یا خارجی چاپ و یا به سایر مجلات فرستاده شده باشد.
  ۸. فصلنامه مجلس و راهبرد در اصلاح و ویرایش مقالات آزاد است.
  ۹. در مقابل اطلاعات، آمارها و هرگونه ادعایی، منبع به صورت درون‌متنی آورده و در پایان نیز مرجع کامل آن ذکر شود. این بند شامل جدول‌ها و نمودارها نیز می‌شود.
- منابع فارسی: نام خانوادگی مؤلف، سال نشر؛ صفحه؛ مثال (فرهادی، ۱۳۷۶: ۶۵).
- منابع لاتین: صفحه؛ سال نشر، نام خانوادگی مؤلف؛ مثال (Smith, 1995: 18).
- در صورت تکرار پی‌در پی (بدون فاصله) منابع، به ذکر کلمه «همان» با شماره صفحه و در لاتین "Ibid." نیز به همین ترتیب اکتفا شود.
- چنانچه از نویسنده‌ای در یک سال بیش از یک اثر منتشر شود آن آثار، با ذکر حروف الفبا پس از سال انتشار، از یکدیگر متمایز شوند.
۱۰. ذکر معادل غیرفارسی واژه‌های تخصصی، اسامی افراد یا مکان‌ها در پاورقی ضروری است.
  ۱۱. در پایان مقاله، فهرست الفبایی منابع فارسی و لاتین (کتابنامه) به صورت زیر ارائه شود (ابتدا منابع فارسی و عربی و سپس منابع لاتین) همچون مثال‌های زیر:
- الف) کتاب: نام خانوادگی و نام نویسنده (تاریخ چاپ). نام کتاب به صورت ایتالیک، نام مترجم، محل انتشار، نام ناشر، شماره چاپ، جلد.
- ب) مقاله مندرج در مجلات: نام خانوادگی و نام نویسنده (سال انتشار). «عنوان مقاله»، نام نشریه به صورت ایتالیک، دوره نشریه، شماره نشریه.





چکیده انجمنی مقالات

## **The Decision-Making Frameworks Female Political Elites Must Abide by in Order to Become a Member in Parliament**

*Zahra Heydari and Abbas Keshavarz Shokri*

Decision-making has always been of interest to scholars because decision-making mirrors the skills and capabilities of a manager, hence the purpose of the present study is to examine the decision-making frameworks female political elites are forced to adhere to in order to enter their field of work. This research was conducted throughout ten parliamentary sessions. The statistical sample of this study was 20 women from ten seats in the Islamic Consultative Assembly. The methodology was based on the quantitative and qualitative content analysis techniques and the semi-structured interview techniques when collecting data. The data analysis was carried out in Excel in the form of different models and graphs and used the Visio software. The findings indicate that the decision-making framework for women delegates is largely based on the party's proposal, which is rationally and culturally based on a planned, advisory, at-risk sub-framework. Most elites do not have a specific pre-representation framework. The most important encouraging framework for women is the influence of their spouses.

The motivational framework for women and their goal is mainly to carry out their duties within the confines of law and dealing well with allies and enemies. The role of the family (father, brother and husband) is the most important institutional framework, which largely influences women entering the political arena. Psychological factors are the most important causal framework for decision making. In general, the most important factors influencing the decision-making framework of female political elites is the representation of the power of men through the media, foreshadowing structural and cultural factors, preferences and interests, and personal and psychological experiences. This study identifies 8 main categories, 42 first subcategories, 83 second subcategories, and 439 semantic expressions, which are analyzed thematically.

*Keywords: Representative Women; Islamic Consultative Assembly; Decision Making Framework*

## **An Arbitrary Approach to Insurance Claims with an Emphasis on Judicial Procedure (Compulsory Third Party Liability Insurance for Motor Vehicle Accidents)**

*Reza Maboudi Neishabouri and Hamid Afkar*

The expansion of arbitration rules and the increase in number of claims in insurance disputes have magnified the need for the acceptance of arbitration in this area more than ever. Although different prohibitions and limitations exist, the acceptance of the general principle of arbitrability reinforces the mindset where arbitration is allowed in insurance claims. Despite this, the legislator has not explicitly mentioned arbitration in the law on “compulsory third party liability insurance for motor vehicle accidents”, and this silence and the existence of certain rules, has led to doubts about the acceptance of arbitration in such claims. Reservations regarding the issues that may arise in public order due to arbitration, the failure to mention arbitration in the provisions of the Compulsory Insurance Law, and the vagueness of some of the provisions of the law have led to the ambiguity of the arbitrability of insurance claims. Nevertheless, these doubts can be resolved if a clear distinction between civil liability and criminal liability insurance coverage is placed. Once this happens, there is no obstacle stopping the acceptance of arbitration. In this study, the descriptive and analytical method was employed. Furthermore, the legal limitations and prohibitions in referring insurance claims to arbitration, and the advantages and disadvantages of accepting arbitration, have been analyzed.

*Keywords: Insurance; Arbitration; Arbitrability; Public Order; Article 139 of the Constitution*

## **The View Point of Jurisprudential and Criminal Law on Price Extortion in the Commodity Market**

*Seyed Hosein Aletaha, Hosein Aghaeijanatmakan and Aref Bashiri*

The weaknesses of legal remedies has at times provided the conditions for some firms to increase the price of a product by exploiting their economic position, dominating the market and by causing a false inflation in the market of a certain commodity. This is done to achieve unjustified and unfair profits and can be interpreted as price manipulation in the commodity market. Although the crime of price manipulation in the stock market is found under the criminal label “Security Market Manipulation”, there is no clear definition provided and it is largely misunderstood.

In this descriptive-analytical study, the feasibility of price manipulation in different markets is evaluated by assessing the key indicators of price change in a commodity. Excessive price manipulation can lead to market imbalances and the profits from the rise in prices are obtained in an unconventional and unfair method. In addition, according to paragraph 9 of Chapter 44 of Article 44 of the Constitution, this occurs when, firstly, the trader has a dominant economic position; and secondly, the disputed price of a certain commodity varies a great deal with the average cost of production or with its relative proportional profit.

**Keywords:** *Commodity Market Manipulation; Market Equilibrium; Monopoly Market; Complete Competition; Najsh*

## **Designing a Model for Public Sector Compensation in Iran**

*Mohammadreza Maleki, Abolhasan Faghihi and Naser Mirsepassi*

This article is an analytical exploratory study which applies the institutional method to propose a model for the improvement of public sector compensation in Iran. For this purpose, exploratory studies were looked at first and the theoretical basis was analyzed through archival data analysis. In the second step, eight countries were compared and the general principles of compensation were extracted employing a comparative analysis model. In the third step, the most important deficiencies of public sector compensation in Iran were explained using the Theme Analysis Method. It is a cross-sectional research in terms of time and is defined within an interpretational paradigm. The study data sources include interviews, document reviews, historic references, papers and other media. The required data was collected via conducting interviews (initially non-structured and then semi-structured) and reading written documents. The statistical population of this research includes governmental institutions, laws and regulations, which govern the compensation system in the Iranian public sector. The scope of this research was government agencies in Iran. The analytical model suggested in this article, which consists of a combination of the Job Ranking and Job Classification Method, has taken into account the requirements of executive agencies. Inherent features of the proposed model include determining the minimum livelihood for all employees, the hiring cost of employees, top-level executives and dignitaries, setting pay caps for all different payroll groups and regulating laws that act as standards to be upheld. The proposed model provides policy solutions which strengthen and control contextual factors. These are policies such as, the enhancement of transparency mechanisms, and the control and supervision of public sector payments and managerial and legal structures.

*Keywords: Compensation Systems; Compensation Model; Contextual Factors; Deficiencies of Compensation; Civil Service Act*

## **Consumer Insurance and the Necessity to Define it Within the Trade Insurance Bill**

*Abdolazim Khoroushi*

The governing laws on insurance relations in Iran are based on the 1316 Insurance Bill. In order to overcome the problems and ambiguities within this law, in 2005 the Iranian government presented a bill, labeled the 'Trade Insurance Bill', to the Iranian parliament; this was to be taken as a replacement for the Insurance Bill. However this bill does not address consumer insurance and there seems to be no difference between trade insurance and consumer insurance within the bill. Thus insurers offering consumer insurance are not required to undertake the same obligations as the insurers of non-consumer insurance. As a result, they are not equally protected by sanctions. This matter is unacceptable in the current legal society and is not in sync with financial and insurance policies around the world.

In this study, the Adaptive Study Method is employed to illustrate the necessity of distinguishing between consumer insurance and non-consumer insurance. In consumer insurance, clauses, which differ from permitted disclosure clauses in non-consumer insurance policies and which offer suitable legal sanctions, must be put in place. This study offers several suggestions to help reform the Trade Consumer Bill.

**Keywords:** *Consumer Insurance; Non-Consumer Insurance; Confidentiality Clauses; Reasonable Care Obligation*

## **Analysis of Capacity–building Policies in Higher Education in Order to Meet Community Expectations**

*Armin Rajabzadeh, Mahdi Mortazavi, Mohammad Doustar and Nasrin Akhoundi*

Capacity-building policies have been proposed in order to promote further flexibility, improve the performance of the organization's programs, and to meet the needs and expectations of the forever-changing population. The main purpose of this study is to identify higher education capacities and so the Thematic Analysis Method was employed to analyze the content. Fourteen key experts and academic chairpersons, who have managerial and research experience in this field, formed the research sample. Qualitative data was obtained by focusing on words, the close inspection, accuracy, description and interpretation of texts, and detailed interviews. Data analysis was performed by analogy, using the Thematic Analysis Method, and according to existing theories. In order to evaluate the adequacy of the thematic analysis, its theoretical validity was tested by receiving the opinions of experts and using them as a specialized committee, and using the Kappa Cohen coefficient. By reviewing and approving the members participating in the accreditation process and estimating the coefficient to be 0.768, it can be said that the research findings have the required credibility and can be trusted. According to the findings of this study, the twelve main factors which outline the capacity of higher education to meet society's expectations in individual, organizational and environmental areas are factors such as, knowledge, skills, competence, strategy, structure, system and process, culture, resources and infrastructure, judicial-political environment, socio-cultural environment, industry, and stakeholders. These factors are plotted by a network of themes.

*Keywords: Capacity Building; Responsibility; Higher Education; Content Analysis*

## **Strategies for the Development of Sport Diplomacy in the Islamic Republic of Iran**

*Mohammadhasan Peymanfar, Alireza Elahi, Seyed Mohammadkazem Sajjadpour and Mehrzad Hamidi*

In its 20-year vision, the Islamic Republic of Iran aims to progress in areas of development and create a constructive relationship with the world. As time has passed, sport has emerged as a new global actor in diplomacy. Therefore, for the present study we have collected data by employing the qualitative approach and carrying out semi-structured and non-structured interviews with experts in the fields of Strategic Sports Management, International Relations, and Sociology. Interviews continued until theoretical saturation was obtained (n = 39) and were analyzed using the Qualitative Content Analysis Method.

The findings of this study suggest that in order to make progress in the field of sport diplomacy, Iran faces three types of strategic challenges, these are: 1. intellectual, 2. behavioral, and 3. structural. Moreover, it needs to focus on macro strategies for branding and accreditation, interaction with the world, and empowerment capacities.

***Keywords:** Public Diplomacy; Sport Diplomacy; International Relations in Sports; Sport Development*



## **Evaluating the Levels of Innovation Seen in Selected Countries in the 1404 Document and its Global Impact on the Performance of Cities**

*Saideh Alavi, Hosein Nazmfar and Mohammad Hasanzadeh*

Innovations in the developing economies of developing countries such as Iran, are increasingly important as they seek to find solutions to complex challenges, gain competitive advantages in key industries and technologies, and create better living standards for citizens. Therefore, the present study was conducted with the aim of analyzing the levels of innovation seen in the selected countries in the 1404 document and the effect of innovation on urban performance. The data used in the research is derived from the 2017 Global Innovation Index (GII) and the 2017 Global Cities Report (GCR). The statistical population of the study was the UAE, Armenia, Iran, Azerbaijan, Bahrain, Pakistan, Turkey, Saudi Arabia, Oman, Qatar and Kuwait and all their capital cities. In this regard, the Prometheus model and Pearson Correlation Analysis were employed. The results of the study showed that the UAE and Turkey have the best innovation performance among other countries. Also, the levels of Iranian innovation in institutional components, human capital and research, infrastructure, market, business complexity, knowledge and technology, and creative output compared to the selected countries, were respectively, very low, moderate, very low, moderate, low, medium, and low.

The results also showed, there is a significant correlation between the rankings of countries and the rankings of cities within them, which had a score of 0.907. This was such that, Istanbul, the capital city of Turkey, and Dubai, the capital city of UAE, were respectively ranked 26<sup>th</sup> and 28<sup>th</sup> among other capital cities, and were found to be among the world's top cities. After these results were obtained, suggestions were offered in this paper.

*Keywords: Innovation; World Cities; Iran; Document 1404*

## **A Model of Water Governance Based on Social Marketing: A Change of Public Attitude Towards Water Usage**

*Amirhosein Arabpour*

Water shortages have turned into one of the most important issues in the Middle East and in particular for the Islamic Republic of Iran. The yearly water use in Iranian homes is twice the world average. It is for this reason that it is necessary to try and reform the usage pattern of Iranian households. Various studies have shown, the most significant reasons for excessive water usage is the public's lack of education regarding correct water usage. Thus, the matter of water shortages must be assessed within the frameworks of societal systems and solutions, which encourage public participation, must be offered. These systems are referred to as Water Governance. In order to provide a suitable framework for correct water usage, the public's knowledge in this regard and their participation must be increased and their outlook on water usage must also be altered. A suitable tool, which can be used to bring about public awareness and a change of attitude towards water usage, is to create a social market for it. The main aspect of social marketing is the voluntary alteration of societal norms.

Social marketing uses the principles and methods of commercial marketing to create communication and a transfer of ideals aimed to affect the behavior of certain targeted people. Therefore, this study has taken into account the necessity of reforming Water Governance, and has analyzed the role of social marketing in changing the attitudes towards water usage and the voluntary participation of people in this initiative. A qualitative method was employed, previous studies were analyzed, and library sources were used. This study found, using new forms of technology to reduce water usage, placing penalties and rewards, making advertisements and informing the public, law reforms and policy changes, the role of families and schools, religious teachings and public organizations, the expansion of virtual societal campaigns, education and awareness, the participation of governmental and societal organizations, and public determination, are all issues that must be addressed within the framework of social marketing.

*Keywords:* Governance; Water Governance; Social Marketing; Participation; Transformation of Attitude; Water-saving Attitude

## **Designing the Model of Factors Affecting the Livability of Iranian Metropolises Using the Meta-synthesis Method**

*Esmail Aliakbari, Nafiseh Marsousi and Majid Akbari*

The need to pay attention to the livability of metropolises in recent decades has found its place in the scientific literature of the country and many efforts have been made in this field of research in the form of dissertations, research papers and conferences. Taking these texts into consideration, this study has been carried with the aim to design the model of factors affecting the livability of Iranian metropolises and this was done by employing a mixed method. In terms of practical targeting, the qualitative method was used, and in terms of the nature of information, the analysis method was employed. The method of data collection in the field of documentary research was based on the research method, and so this study is an analytical-descriptive study. The statistical population of the study was all the internal research conducted during the years of 2014-2019 on the scale of livability in the metropolises of the country. These were recorded either in the country's database (Magiran) or the scientific information database of Jahad University (SID). Using the targeted sampling method, 26 related studies were selected and studied. Based on the findings, the extracted conceptual model consists of 5 categories (economic, social, physical, environmental and urban management), 13 concepts and 44 codes (indicators). Also, among the 13 concepts studied, the concepts of employment and income (17), access to facilities and infrastructure (16), pollution (16), and fair and able housing (14) have the highest frequency and repetition. Therefore, this shows the importance of these concepts, and it is necessary that the managers and decision makers of urban areas prioritize them and always include them in the framework of any urban planning, programs or policies.

***Keywords:** Urban Livability; Quality of Life Meta-synthesis; Kappa Statistics; Iranian Metropolises*

## **Fundamentals, Criteria and Legal Principles Governing Electoral Redistricting in Iran**

*Seyed Mohammadmahdi Ghamamy and Mohammadhosein Bostani*

Holding elections in order to elect decision-makers at different national and regional levels has become the only method in which to realize national sovereignty and democracy. It is also fundamental in being able to manage a society's macro affairs and in controlling the conflicts and

Disparities of its different classes. Legally and technically, the crucial issue of "electoral redistricting", which means dividing a country's territory and population into different constituencies in order to balance the number of representatives and population of the country, is an important and necessary prerequisite for achieving the aforementioned goal. In this descriptive-analytical study, which was based on documentary and library data, the authors answer the following question: "What are the fundamentals, criteria and legal principles governing electoral redistricting and how do they influence the Iranian legal system?"

By looking at the various aspects of this issue, one can identify, the religious and customary principles of a proper redistricting is based on the reliability of people's votes and holding a fair and free election. It must be noted, a fair and free election observes criteria such as equal population, appropriate boundaries and geographical size and takes common-interest communities into consideration. In addition, a fair and free election must abide by a number of legal principles such as, the independence and impartiality of the decision-making authority in charge of electoral redistricting, equality of the credit and value attributed to citizens' votes, equal representation, non-discrimination, transparency of the redistricting process and effective participation.

The above criteria and strategies have been stipulated in important documents within the Iranian electoral and voting system and if the Iranian government were to pursue these goals and aim to achieve them in a much shorter time span, problems such as gerrymandering can to some extent be eradicated.

*Keywords: Democracy; Election; Electoral Redistricting; Equality of Citizens' Votes; Representative Seat*

# **A Comparative Study of E-Participation in the Legislative Processes by People from Iran and Other Selected Countries**

*Ali Akhavan Behbahani, Iravan Masoudi Asl, Somayeh Hesam and Mohsen Najafikhah*

The participation of people in legislative processes takes place via different methods. In the last two decades, Information and Communication Technology has vastly progressed and provided a greater capacity to support the participation of citizens in democratic processes. This technology is employed in various ways in different countries. Digital tools can transform parliaments, and so new media platforms and more transparent data help parliaments to communicate better with their citizens.

The present study is a comparative study and the research environment included legislative meetings in a number of selected countries, such as Finland, Turkey and Iran. These were then compared and carefully analyzed based on the criteria of the legal systems of America, England, Malaysia, Brazil, France, Germany and South Africa, and the efficiencies of these countries and the successes in their legislation. These countries were selected by carrying out targeted searches.

Based on the findings, in all the countries studied, parliaments had legislative power in various forms and benefited from traditional or electronic participation of their citizens. As a result, the information collected varied.

In Iran, there is a great deal of potential for people to participate in legislation and parliamentarians can easily interact with the relevant stakeholders. These circumstances provide a suitable platform for professional and expert participation in the field of legislation.

**Keywords:** *Comparative Study; Legislation; E-participation; Participation in Legislation*

# **English Abstracts**



**Publisher: Majlis Research Center**

**Director in Charge: Zakani, A. R.**

**Editor-in-Chief: Sobhani, H.**

**Managing Editor: Khoei, S. M.**

## **Editorial Board:**

**Beygzade, E.** (Professor, Faculty of Law, Shahid Beheshti University)

**Esmaeili, M.** (Professor, Faculty of Private and Islamic Law, University of Tehran)

**Forozandeh, L.** (Associate Professor, Faculty of Management & Economics, Tarbiat Modares University)

**Hosseini, S.M.** (Professor, Faculty of Law and Political Science, University of Tehran)

**Naderan, E.** (Associate Professor, Faculty of Economics, University of Tehran)

**Sadeghy Moghadam, M.H.** (Professor, Faculty of Private and Islamic Law, University of Tehran)

**Sadra, A.** (Professor, Faculty of Political Science, University of Tehran)

**Shahani, A.R.** (Professor, Faculty of Mechanical Engineering, K. N. Toosi University of Technology)

**Sharifi, A.H.** (Professor, Faculty of Philosophy, Imam Khomeini Education and Research Institute (RA))

**Sobhani, H.** (Professor, Faculty of Economics, University of Tehran)

**Editorial Advisory Board:** Abdolhamid, M.; Ahmadi, H.; Ajori Aisak, A.; Alidoust Ghahfarokhi, E.; Amini, M.; Amirmohammadi, M.R.; Ashrafi, A.; Daneshfard, K.; Ghorbanizadeh, V.; Hajzadeh, H.; Hamidizadeh, A.; Hoseini, S.H.; Kiani, A.; Malekmohammadi, H.R.; Mahdavizahed, M.; Nazmfar, H.; Nilehchi, M.R.; Parvin, KH.; Pirannejad, A.; Pourseyed, B.; Ramezaninejad, R.; Sadeghimoghadam, M.H.; Sardarnia, KH.; Sobhani, H.; Vakilian, H.

According to Letter No 3/27-958, Dated 14 March 2012 of the Ministry of Science, Research and Technology the Quarterly has been Accredited as a Scientific - Research Journal.

## **Majlis Research Center:**

No. 802, Southern of Niavaran Park, Pasdaran St. Tehran, Iran

**Office:** +9821-75183283

**Fax:** +9821-75183186

**Subscription:** +9821-75183149

nashr.majles.ir

mrcmag@majles.ir

rc.majles.ir

**Editor:** Amin Eskandari, Sh.

**English Editor:** Mousavi Khalkhali, Z.

**Layout:** Jadidi, A.

• The Views Expresse in Majlis & Rahbord are those of the Authors and not Necessarily those of the Editors or MRC.

• All or Parts of the Articles in this Quarterly maybe Freely Quoted our Reprinted, but Acknowledgment is Requested.