

مطالعه جامعه‌شناختی پایبندی به هنجارهای اجتماعی و عوامل مرتبط با آن (مطالعه ساکنان و گردشگران استان مازندران)

قربانعلی ابراهیمی*، اکبر علیوردی‌نیا**، وحید جان‌محمدی لرگانی***، سیده فاطمه اندرواز****

چکیده

یکی از مفاهیم اصلی و اساسی در جامعه‌شناسی هنجار اجتماعی است که تأثیر به‌سزایی در ثبات و دگرگونی نظام اجتماعی دارد. هدف پژوهش حاضر شناخت الگوی هنجارهای اجتماعی و عوامل اجتماعی مرتبط با آن در سواحل مازندران است. بدین‌منظور، برای متغیر وابسته از نظریه‌الستر (۱۹۸۹) و در بخش متغیر مستقل از رویکرد تلفیقی استفاده شده است. روش تحقیق پیمایش است. از مجموع کلیه ساکنان و گردشگران سواحل دریای استان مازندران، با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای ۶۰۰ نفر (که ۳۰۰ نفرشان ساکن مازندران و ۳۰۰ نفر گردشگر بوده‌اند) به‌عنوان نمونه تحقیق انتخاب شدند و با کاربرد پرسش‌نامه محقق‌ساخته اطلاعات لازم گردآوری شد. نتایج پژوهش حاکی از آن است که بین چهار متغیر (روابط درون‌گروهی، همبستگی اجتماعی، تعهد گروهی و عقلانیت) با پایبندی به هنجارهای اجتماعی ارتباط معناداری وجود دارد و فقط متغیر دلهره‌منزلت درون‌گروهی با پایبندی به هنجارهای اجتماعی ارتباط معناداری نداشته است. قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده پایبندی به هنجارهای اجتماعی هنجار اجتماعی، متغیر تعهد گروهی با ضریب همبستگی ۰/۳۱۹ است و پس از آن متغیرهای همبستگی اجتماعی، روابط درون‌گروهی و عقلانیت به‌ترتیب با ضرایب همبستگی ۰/۱۷۲، ۰/۱۳۵ و ۰/۱۱۱ در رتبه‌های بعدی قرار داشته‌اند.

کلیدواژه‌ها: هنجار، پایبندی به هنجار، مازندران، ساکنان، گردشگران.

ghorbanaliebrahimi@gmail.com

* استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه مازندران

aliverdinia@umz.ac.ir

** استاد گروه جامعه‌شناسی دانشگاه مازندران

v_janmohammadi113@yahoo.com

*** کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه مازندران

F_andarvazh@yahoo.com

**** کارشناس ارشد پژوهشگری دانشگاه خوارزمی

تاریخ دریافت: ۹۴/۶/۴ تاریخ پذیرش: ۹۵/۶/۲۴

مسائل اجتماعی ایران، سال هفتم، شماره ۲، پاییز و زمستان ۱۳۹۵، صص ۵-۲۹

بیان مسئله

یکی از مهم‌ترین نیازهای انسان به منزله موجودی اجتماعی، دستیابی به قواعد و راهکارهایی برای رفع نیاز و حل مشکلات اجتماعی است. از آن‌جاکه انسان برای ارضای نیازها و خواسته‌های اساسی خود به قواعد و مقرراتی نیازمند است، هنجارهای اجتماعی زمینه تحقق و رسیدن به این نیازها و خواسته‌ها را فراهم می‌کنند (سیفالهی، ۱۳۸۶: ۱۱۸-۱۱۹). شریف (۱۹۳۶) استدلال کرد که درک هنجارهای اجتماعی برای پیش‌بینی رفتار انسانی حیاتی است (بیزر و همکاران، ۲۰۱۴: ۱۰۶). هنجار اجتماعی به‌منزله مفهومی اصلی در جامعه‌شناسی امروزه نقش مهمی در پیش‌بینی و تبیین رفتار انسانی بازی می‌کند (کاشیما^۱ و همکاران، ۲۰۱۳: ۷۱۱). هنجارها در واقع قواعد و دستورات عمل‌های رفتار اجتماعی و باورهایی هستند درباره آنچه معمولاً انجام می‌شود و دیگران مهم در موقعیتی خاص آنها را تأیید یا رد می‌کنند (دی‌جی‌روت و اسچویتما، ۲۰۱۲: ۱۰۱). در اصطلاح دانش جامعه‌شناسی نیز، هنجار به الگویی رفتاری گفته می‌شود که روابط و کنش‌های اجتماعی را تنظیم می‌کند، اکثر جامعه خود را به آن پایبند می‌دانند و در صورتی که شخصی آن را رعایت نکند، جامعه او را مجازات می‌کند. آلن بیرو هنجار را قانون یا اصلی می‌داند که باید راهبری یا هدایت رفتار را موجب شود (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۲۴۹). هنجارهای هر جامعه براساس ارزش‌های آن جامعه شکل می‌گیرد و معمولاً رفتارهای انسان و هنجارهای مربوط به آن در جهت دستیابی به اهداف خاصی است که برای او اهمیت و ارزش دارد (میربان و صمدانیان، ۱۳۸۸: ۱۲۸). به‌عبارتی دیگر، اگر ارزش‌های اجتماعی اصولی در نظر گرفته شوند که مردم آنها را پذیرفته و تصدیق کرده‌اند، هنجارهای اجتماعی انعکاس این اصول در قواعد و راه و رسم زندگی مردم به‌شمار می‌روند و برای حفظ این ارزش‌ها پدید می‌آیند (صداقتی‌فر، ۱۳۸۸: ۱۱۲-۹۵).

در وضعیت بی‌هنجاری یا آنومیک، هنجارهای اجتماعی به دلایل مختلف رعایت نمی‌شود و از این طریق جامعه گرفتار هرج‌ومرج و بی‌قانونی می‌شود و انواع آسیب‌های اجتماعی پدید می‌آید که هم فرد و هم جامعه را متضرر خواهد کرد (فیروزجاییان، ۱۳۸۷: ۱۲۴). یکی از مسائل بزرگ در جامعه ایران، حضور گردشگران در محیط‌های مختلف است؛ زیرا بیم آن می‌رود که گردشگران رویه عدم پایبندی به هنجارها را تقویت کنند. از سوی دیگر، جامعه ما به‌نوعی نابسامانی عمومی در زمینه رعایت هنجارها، به‌طور دقیق‌تر، پایبند نبودن به هنجارهای اجتماعی گرفتار است؛ بنابراین، ضرورت بسیار زیادی برای بررسی این مسئله اساسی، آن هم در استان گردشگرپذیری همچون مازندران، احساس شده است. از این‌رو، پژوهش حاضر درصدد است به پرسش‌های زیر پاسخ دهد:

^۱ Kashima

الگوی هنجارهای اجتماعی در شهرهای ساحلی مازندران چه ویژگی‌هایی دارد؟ و عوامل اجتماعی مرتبط با آن به چه میزان می‌تواند تغییرات در پایبندی به هنجارها را تبیین کند؟

پیشینه تحقیق

جب و همکاران (۲۰۰۹) معتقدند که پیوندهای محکم اجتماعی مانع انحرافات می‌شود، در حالی که پیوندهای ضعیف انعطاف‌پذیری کمتری در مقابل انحراف دارند. هرچه انسجام و همبستگی بیشتر باشد، میزان انحرافات کمتر است و مردم بیشتر از قوانین اجتماعی پیروی می‌کنند. نتایج تحقیق آسلین (۲۰۰۹) نشان می‌دهد که حمایت اجتماعی، مذهبی بودن، تحصیلات و سن، مصرف مواد و الکل را کاهش می‌دهد. در این تحقیق مردان بیشتر از زنان به مصرف مواد و الکل گرایش داشتند.

کراگیس و همکاران^۱ (۲۰۱۱) به این نتیجه دست یافتند که نزدیک به ۷۰ درصد پاسخگویان دست‌کم یک‌بار در طی این مدت الکل مصرف کردند. از نظر جنسیت نیز تفاوت معناداری بین دختران و پسران در زمینه مصرف الکل مشاهده نشد. نتایج تحقیق احمدی (۱۳۸۸) نشان می‌دهد تحلیل هزینه-پاداش مادی تأثیر معناداری بر گرایش به نوع دوستی دارد.

نتایج تحقیق کلانتری و همکاران (۱۳۸۶) نشان داد با افزایش همدلی، افزایش مسئولیت‌پذیری و کاهش تحلیل هزینه-پاداش مادی در بین شهروندان، می‌توان نوع دوستی را افزایش و بی‌اعتنایی را کاهش داد.

دغاغله (۱۳۸۴) در تحقیق خود نشان داد که همبستگی اجتماعی، تعهد اجتماعی، روابط درون‌گروهی و عقلانیت در اطاعت کنشگران از هنجارهای اجتماعی تأثیرگذار است. صداقت (۱۳۸۴) «عوامل فردی و فرهنگی - اجتماعی مؤثر بر قانون‌گرایی و قانون‌گریزی شهروندان تبریز» را بررسی کردند و یافته‌های پژوهش نشان داد که قانون‌گرایی زنان و شهروندان متأهل بالاتر از مردان و شهروندان مجرد است. همچنین قانون‌گریزی طبقات پایین نیز نسبت به طبقات متوسط و بالا بیشتر بود.

یافته‌های پژوهشی که عظیمی هاشمی (۱۳۷۳) با عنوان «عام‌گرایی و عوامل مؤثر بر آن» انجام داد نشان می‌دهد که میان تحصیلات و عام‌گرایی رابطه منفی برقرار است؛ یعنی افزایش سطح تحصیلات (برخلاف انتظار اولیه) به افزایش رفتار و جهت‌گیری‌های عام‌گرایانه نخواهد انجامید. درباب عقلانیت نیز وضع به همین منوال است. بدون وجود حداقلی از تعهد و اعتماد اجتماعی، بالابودن سطح عقلانیت رفتارهای همیارانه را موجب نخواهد شد.

^۱ Craigs And et al

چارچوب نظری

در بخش هنجارهای اجتماعی به‌منزله متغیر وابسته، از نظریه‌الستر (۱۹۸۹) برای تبیین بهتر مفهوم هنجار سود جسته می‌شود. الستر به دسته‌ای از هنجارها اشاره می‌کند که عبارت‌اند از: هنجارهای مصرفی، هنجارهای ضد رفتار، هنجارهای تنظیم‌کننده پول، هنجارهای عمل متقابل، هنجارهای کیفی، هنجارهای باری، هنجارهای شغلی و هنجارهای توزیعی. در این پژوهش این هنجار متغیر وابسته در نظر گرفته شده‌اند و در بخش دوم به عوامل مختلفی خواهیم پرداخت که در اطاعت کنشگران از هنجارها نقش ایفا می‌کنند. فرضیه‌ها را با این رویکرد استخراج کرده‌ایم که چگونه می‌شود فرد در اطاعت از هنجارهای اجتماعی، به خواسته‌های گروه تن می‌دهد و چگونه است که گروه می‌تواند فرد را به اطاعت از هنجارها وادارد. بنابراین، در پژوهش حاضر به تعدادی از نظریه‌ها توجه کرده‌ایم و با رویکردی تلفیقی به‌دنبال تبیین این مسئله هستیم، و براساس این نظریه‌ها، متغیرهای مستقل خود را استخراج کرده‌ایم.

وقتی گروه همبستگی دارد، احساس یگانگی، ثبات عضویت، خشنودی عضو و پویایی درونی مهم‌ترین تغییراتی است که در آن گروه رخ می‌دهد. در باب خصیصه یگانگی، نه فقط روابط میان اعضای گروه مثبت‌تر می‌شود، بلکه اعضا احساس تعلق به گروه را به‌منزله یک کل رشد می‌دهند. در طی این مرحله، افراد اغلب با افتخار خود را عضو گروه می‌یابند و در برابر هنجارها با حمله افراد خارجی به گروه، به دفاع می‌پردازند. با ظهور «ما» افراد این احساس را پیدا می‌کنند که اشتراک‌های مهمی میان ویژگی‌های شخصی مشابه، اهداف، یا بازده‌ها با دیگر اعضای گروه دارند (فورسایت، ۱۳۸۰: ۱۲۷).

اساساً می‌توان گفت جامعه از طریق عنصر تعهد قواعد و الزاماتش را در سطح خرد اجرا می‌کند. ریشه اصلی مفهوم «تعهد» به شبکه‌های روابط اجتماعی برمی‌گردد که افراد در آنها مشارکت می‌کنند. معمولاً فرد زندگی خود را نه در زمینه جامعه به‌مثابه کل جامعه، بلکه در زمینه‌های شبکه‌های نسبتاً کوچک و ویژه اجتماعی پیش می‌برد، شبکه‌هایی متشکل از اشخاصی که فرد با ویژگی اشغال موضع‌های اجتماعی ویژه و اجرای نقش‌های مربوط، با آنها پیوند یافته است (استرایکر، ۲۰۰۰: ۸۷۳).

نظریه انتخاب عقلانی فرض می‌کند که تأثیر محیط (ساختار) ثابت است و این کنشگران هستند که براساس عقلانیت و خردورزی خود متفاوت عمل می‌کنند (تربورن، ۲۰۰۲). نظریه انتخاب عقلانی، جامعه را مجموعه‌ای از افراد می‌داند که کنش عقلانی انجام می‌دهند. براساس این نظریه، کنشگر کنشی را انتخاب می‌کند که بیشترین فایده را برای او دارد (کلمن، ۱۳۹۰).

صرف‌نظر از میزان بستگی میان مدافعان هنجار، آن دسته از هدف‌های هنجار که با افراد دیگری در خارج از گروه، که مدافع هنجار نیستند، ارتباط دارند، کمتر ضمانت‌های اجرایی را می‌پذیرند (همان).

تماس برون‌گروهی ← اطاعت از هنجار

تقریباً آشکار است که نفوذپذیری در برابر هنجارها در میان کسانی که دارای ارتباط در خارج از گروه مدافعان هنجار هستند، تقریباً آشکار است. افرادی که از تحرک بیشتری برخوردارند، می‌توانند از مجازات بگریزند: یا از نظر فیزیکی (مثلاً با نقل مکان) و یا از نظر روانی، با کاهش علاقه به اجتماعی که ضمانت‌های اجرایی در آن تحمیل می‌شود و افزایش علاقه به حوزه‌هایی از زندگی‌شان که خارج از این اجتماع قرار دارد (همان: ۴۳۸).

منزلت و دلهره^۱ منزلت یکی از عواملی است که بسیاری از نظریه‌ها از آن باعنوان عامل تأثیرگذار در پیروی فرد از هنجارها و هم‌رنگی با گروه یاد کرده‌اند (لاور، ۱۳۷۳؛ فورسایت، ۱۳۸۰؛ رفیع‌پور، ۱۳۸۷؛ ارونسون، ۱۳۹۱؛ فیلیپس و زوکرمن، ۲۰۰۱). در واقع، فرد به این دلیل که نگران منزلت خود در گروه و جامعه است، به‌گونه‌ای عمل می‌کند که جایگاه و منزلتش در گروه محفوظ بماند.

فرضیه‌های تحقیق

- میان رابطه درون‌گروهی فرد و اطاعت از هنجارهای اجتماعی ارتباط مستقیم و مثبت وجود دارد.
- میان احساس همبستگی اجتماعی و اطاعت از هنجارهای اجتماعی رابطه مستقیم و مثبت وجود دارد.
- میان تعهد گروهی و اطاعت از هنجارهای اجتماعی رابطه مستقیم و مثبت جود دارد.
- میان دلهره^۱ منزلت درون‌گروهی و اطاعت از هنجارهای اجتماعی رابطه مستقیم و مثبت وجود دارد.
- میان خردورزی و اطاعت از هنجارهای اجتماعی رابطه مستقیم و مثبت وجود دارد.

روش‌شناسی تحقیق

روش اجرای تحقیق حاضر پیمایشی است و به‌لحاظ معیار زمان، مطالعه مقطعی و به‌لحاظ معیار ژرفایی از نوع پنهانگر است. روش گردآوری اطلاعات به دو صورت کتابخانه‌ای و میدانی بوده است. بدین‌صورت که برای جمع‌آوری ادبیات تجربی و نظری پژوهش و رسیدن به فرضیه‌های پژوهش از شیوه اسنادی و کتابخانه‌ای و برای جمع‌آوری داده‌های لازم برای توصیف و تحلیل فرضیه‌ها از پرسش‌نامه استفاده شده است.

^۱ Status

جامعه آماری پژوهش کلیه ساکنان و گردشگران شهرهای ساحلی استان مازندران بوده‌اند. روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی چندمرحله‌ای است. مرحله‌ای که برای تعیین حجم نمونه به کار گرفته شده شامل مراحل زیر است: استان مازندران به سه خوشه شرق، مرکز و غرب تقسیم شد و سپس، به روش تصادفی از خوشه شرق دو شهرستان ساری و بهشهر انتخاب شدند از خوشه مرکز، شهرستان آمل و از غرب استان، دو شهرستان نوشهر و تنکابن به‌منزله نمونه انتخاب شدند.

هر شهر انتخاب‌شده به چهار بخش شمال، جنوب، شرق، و غرب تقسیم شد و از هر بخش مناطق و محله‌هایی به تصادف در نظر گرفته شد. تعدادی کوچه و خیابان فرعی از هر محله به تصادف انتخاب شد. برای انتخاب گردشگران، علاوه بر روش‌های بالا، گردشگران سواحل، گردشگران ساکن در هتل و ساکن در شهرک نیز انتخاب شدند. برای آنکه بتوان میان ساکنان و گردشگران و نیز میان شهرهای مختلف استان مقایسه‌ای در میزان پایبندی به هنجارها انجام داد و نتایج را بتوان به جامعه آماری تعمیم داد، ۶۰۰ پاسخگو را به‌منزله نمونه انتخاب کرده‌ایم. از این تعداد، ۳۰۰ نفر ساکن مازندران و ۳۰۰ نفر گردشگر بوده‌اند. از هر شهر (۵ شهر)، ۱۲۰ نفر پاسخگو، یعنی ۶۰ نفر ساکن آن شهر و ۶۰ نفر گردشگر آن شهر، را انتخاب کرده‌ایم.

بررسی اعتبار سازه و قابلیت اعتماد ابزار سنجش

برای اطمینان از اعتبار سنجش، از نظر داوران متخصص در حوزه موضوع تحقیق، استفاده شد. علاوه بر استفاده از نظر متخصصان، در طرح سوالات متغیر مستقل از پرسش‌ها و پرسش‌نامه، استانداردهای داغاله (۱۳۸۴) نیز استفاده شده است. بنابراین، اعتبار ابزار سنجش در پژوهش حاضر صوری و سازه‌ای است.

نام سازه	تعداد سؤال یا گویه	ضریب ک. ام. او	معنی‌داری	ضریب آلفای کرونباخ
هنجار عمل متقابل	۳	۰/۶۷۲	۰/۰۰	۰/۶۹
هنجار شغلی	۴	۰/۷۵۴	۰/۰۰	۰/۷۵
هنجار یاری	۳	۰/۶۸۰	۰/۰۰	۰/۷۱
هنجار توزیعی	۴	۰/۷۴۰	۰/۰۰	۰/۷۳
هنجار کیفی	۳	۰/۶۲۶	۰/۰۰	۰/۷۳
هنجار مصرفی	۵	۰/۷۹۳	۰/۰۰	۰/۷۳
هنجار ضد رفتار	۵	۰/۷۸۲	۰/۰۰	۰/۷۵
هنجار تنظیم‌کننده کاربری پول	۳	۰/۶۹۲	۰/۰۰	۰/۹۰
روابط درون‌گروهی	۵	۰/۷۱۴	۰/۰۰	۰/۶۵
همبستگی اجتماعی	۱۴	۰/۷۷۰	۰/۰۰	۰/۷۰
تعهد اجتماعی	۷	۰/۸۵۹	۰/۰۰	۰/۷۶
دلهره منزلت درون‌گروهی	۵	۰/۸۵۵	۰/۰۰	۰/۸۵
عقلانیت	۴	۰/۶۸۱	۰/۰۰	۰/۶۲

تصریح مفاهیم و سنجش متغیرها

هنجار مصرفی

این هنجارها روش‌های لباس‌پوشیدن و روش‌های سر سفره نشستن را تنظیم می‌کنند. پیر بردیو (۱۹۷۹) تصور موجود از هنجارهای مصرفی را به رفتارهای فرهنگی مانند واژگان، تلفظ، نوع فیلم و کتاب محبوب، ورزش‌هایی که فرد انجام می‌دهد و نوع اسباب‌بازی و اثاث گسترش می‌دهد (الستر، ۱۹۸۹: ۱۰۰). برای سنجش مفهوم هنجار مصرفی این گویه‌ها استفاده شده است: پیش آمده که نوشیدنی‌های الکلی مصرف کنید؟ مقید به پوشیدن لباس‌های رسمی هستید؟ پیش آمده که با لباس آزاد از خانه خارج شوید؟ پیش آمده با لباس‌های غیرمتعارف در اجتماع حاضر شوید؟

هنجار ضد رفتار

که بر ضد رفتارهایی که «مغایر با طبیعت»^۱ خوانده می‌شوند تنظیم می‌گردد. این گروه از هنجارها علیه زنا با محارم، هم‌جنس‌بازی و دیگر انحرافات جنسی تنظیم می‌شوند (الستر، ۱۹۸۹: ۱۰۰). برای سنجش مفهوم هنجار ضد رفتار این گویه‌ها استفاده شده است: هم‌جنس‌گرایی باعث زوال خانواده می‌شود؛ رابطه با افراد نامحرم خارج از عرف، ناپسند است؛ مقابله با روسپی‌گری لازم است؛ رابطه مردان و زنان همسر دار با افراد غریبه کاری غیراخلاقی و ناپسند است؛ خیانت در امانت گناه بزرگی است.

هنجار تنظیم‌کننده کاربری پول

این هنجارها اغلب به صورت هنجارهای قانونی درمی‌آیند؛ مثلاً، قانون مربوط به ممنوعیت خرید و فروش رأی. البته حالت‌های زیادی نیز وجود دارند که در آنها این هنجارها به صورت غیررسمی نیز اعمال می‌شوند؛ مثلاً، هنجاری که خرید و فروش در صف اتوبوس را ممنوع می‌کند، یا هنجاری که چیدن چمن همسایه به قصد فروش را ممنوع می‌کند (الستر، ۱۹۸۹: ۱۰۱). برای سنجش مفهوم هنجار تنظیم‌کننده کاربری پول این گویه‌ها استفاده شده است: خرید و فروش آرا در انتخابات ریاست جمهوری تقلبی آشکار است؛ خرید و فروش آرا در انتخابات شورای شهر تقلبی آشکار است؛ استفاده شخصی از اموال عمومی، ناپسند است.

هنجار عمل متقابل

این هنجارها به ما امر می‌کنند نیکی‌هایی را که دیگران به ما کرده‌اند، پاسخ دهیم. هدیه‌دادن اغلب از طریق این هنجارها تنظیم می‌شود (الستر، ۱۹۸۹: ۱۰۱). برای سنجش مفهوم هنجار

^۱ Contrary to Nature

عمل متقابل این گویه‌ها استفاده شده است: موفق می‌شوید درمقابل کارهای خوب دیگران به آنها خوبی کنید؛ موفق می‌شوید هدایایی را که دیگران به شما می‌دهند جبران کنید؛ سعی می‌کنید درمقابل خدمات صادقانه دیگران از آنها تشکر کنید.

هنجار کیفری

این هنجارها به ما امر می‌کنند آسیب‌هایی را که دیگران به ما وارد کرده‌اند پاسخ دهیم. قواعدی که خون‌خواهی و انتقام را تنظیم می‌کنند بهترین نمونه این نوع هنجارها هستند (همان). برای سنجش مفهوم هنجار کیفری این گویه‌ها استفاده شده است: نظر شما درباره اینکه در برابر صدمه‌ها و آسیب‌های دیگران باید انتقام گرفت، چیست؛ چقدر به اجرای حکم قصاص اعتقاد دارید؛ بدی را باید با بدی پاسخ داد.

هنجار شغلی

معمولاً محل کار یکی از سرچشمه‌های کنش هنجار- راهنما است. در واقع، هنجارهای اجتماعی افراد را به سمت تلاش برای امرای معاش سوق می‌دهند و متناظر با فشارهای هنجاری جهت کسب درآمد فردی از یک شغل است. در محل کار می‌توانیم هنجارهای غیررسمی را در میان کارکنان ببینیم که تلاش‌های شغلی آنها را تنظیم می‌کند (همان). برای سنجش مفهوم هنجار شغلی این گویه‌ها استفاده شده است: در انجام وظایف چقدر سعی می‌کنید مطابق مقررات رفتار کنید؛ در محل کار خود چقدر به حفظ اموال عمومی توجه دارید؛ وجدان کاری در انجام وظایف شما چقدر اهمیت دارد؛ چقدر انضباط کاری برای شما اهمیت دارد.

هنجار یاری

بسیاری از پندهای پیامدگرا در شمار هنجارهای یاری هستند. فایده‌گراها ممکن است یاری کنند، اگر و تنها اگر همکاری و کمک آنها معدل سودمندی اعضا در گروه را افزایش دهد. همچنین، ممکن است هنجارهای یاری وجود داشته باشد که پیامدگرا نباشد (همان). برای سنجش مفهوم هنجار یاری این گویه‌ها استفاده شده است: اگر نیازمندی از شما کمک بخواهد چقدر حاضرید به او کمک کنید؛ اگر ماشینی در جاده دچار حادثه شود چقدر حاضرید به سرنشینان آن کمک کنید؛ اگر کسی برای پیدا کردن شغل به شما مراجعه کند چقدر حاضرید او را یاری کنید.

هنجار توزیعی

این هنجارها تخصیص منصفانه درآمد یا دیگر کالاها را در جوامع دموکراتیک تنظیم می‌کنند؛ مثلاً، هنجار برابری از قوت و قدرت ویژه‌ای برخوردار است (همان، ۱۰۲). برای سنجش مفهوم هنجار توزیعی از این گویه‌ها استفاده شده است: در تصمیم‌گیری‌های جمعی چقدر حاضرید

دیگران را مشارکت دهید؛ نظر دیگران در تصمیم‌گیری‌ها چقدر برای شما اهمیت دارد؛ در برخورد با دیگران چقدر عادلانه و منصفانه رفتار می‌کنید؛ چقدر به توزیع برابر منابع و امکانات در بین افراد زیرمجموعه خود اعتقاد دارید.

متغیرهای مستقل

همبستگی اجتماعی

در این تحقیق ما احساس همبستگی را با احساس تعلق به جمع، احساس هویت قومی، احساس مثبت به جامعه (احساس خشنودی قومی)، احساس دوستی و احساس اعتماد بین‌شخصی تعریف می‌کنیم و می‌سنجیم.

برای سنجش مفهوم همبستگی اجتماعی این گویه‌ها استفاده شده است: احساس می‌کنم ایرانی هستم و باید سعی و تلاش خودم را برای بهتر شدن وضعیت زندگی انجام دهم؛ اینکه برای مردم چه پیش‌آید اهمیت زیادی برای من دارد؛ این موضوع که بقیه مردم ایران چه فکر کنند و چه می‌خواهند برای من اهمیت زیادی دارد؛ گاهی احساس می‌کنم به مردم ایران تعلق دارم؛ از اینکه ایرانی هستم احساس افتخار می‌کنم؛ زبان فارسی (ایرانی) را دوست دارم؛ احساس می‌کنم به‌عنوان ایرانی ریشه‌ای در تاریخ دارم؛ شرکت در مراسم عزا یا جشن دوستان؛ مشورت با دوستان صمیمی؛ درد دل با دوستان صمیمی؛ اختلاف و بگومگو با دوستان صمیمی؛ فرض کنید می‌خواهید در یک کار اقتصادی با فرد دیگری شریک شوید، فکر می‌کنید چقدر می‌توانید با فردی غیربومی، ولو آدم خوبی باشد شریک شوید؛ در مقایسه با دیگر دوستانم به دوستان بومی خودم اعتماد بیشتری دارم؛ مردم برخی قومیت‌ها بیشتر از مردم برخی قومیت‌ها قابل اعتماد هستند.

تعهد گروهی

در این تحقیق تعهد را تمایل فرد به حفظ رابطه خود با گروه، تعهد به کنترل منابع اقتصادی، تعهد به اهداف جمعی، تعهد ارزشی و تعهد اجتماعی تعریف می‌کنیم و با آن میزان تمایل به احساس مسئولیت در برابر گروه را می‌سنجیم.

برای سنجش مفهوم تعهد گروهی این گویه‌ها استفاده شده است: اگر منافع آدم حکم کند که فرد دیگر ایرانی نباشد و از ایرانی بودن خود دست بردارد لازم است این کار را کند؛ احساس می‌کنم در مقابل مردم ایران وظیفه زیادی دارم؛ وفاداری به مردم ایران برای آدم دست‌وپاگیر نیست و مانع رشد انسان نمی‌شود؛ اگر بخواهم کاری را انجام دهم و بدانم که برخلاف اصول و ارزش‌های مردم ایران است، آن کار را انجام نمی‌دهم، حتی اگر عایدی زیادی برای من داشته

باشد؛ سعی می‌کنم تا جای ممکن به ارزش‌های اخلاقی مردم ایران پایبند باشم؛ تا جای ممکن سعی می‌کنم که به رشد همه‌جانبه مردم ایران کمک کنم.

روابط درون‌گروهی

در این تحقیق ارتباط درون‌گروهی میزان پیوند فرد با شبکه‌های اجتماعی درونی تعریف شده است و از طریق نسبت فامیل‌های بومی، تعداد دوستان بومی، تعداد همکاران بومی، تعداد همسایه‌های بومی و... این نسبت را می‌سنجیم.

برای سنجش مفهوم روابط درون‌گروهی این گویه‌ها استفاده شده است: تعداد دوستان صمیمی بومی؛ تعداد همکاران بومی؛ تعداد فامیل و آشنایان بومی؛ تعداد همسایه‌های بومی.

دلهره منزلت درون‌گروهی

تعریف منزلت را به معنای وبری آن یعنی پرستیژ، احترام و افتخار گروهی یا فردی (در این تحقیق فردی) به کار می‌بریم. بر این اساس، دلهره منزلت گردشگران و بومیان به این معناست که فرد نگران منزلت (عزت و احترام) خود در اجتماع است. دلهره منزلت درون‌گروهی به این معناست که چقدر فرد نگران احترام و منزلت خود در میان مردم هم‌زبان و فرهنگ خود است.

برای سنجش مفهوم دلهره منزلت درون‌گروهی این گویه‌ها استفاده شده است: درباره جایگاه و احترام اجتماعی که در میان دوستان و آشنایان هم‌زبان و هم‌فرهنگ دارم نگران هستم؛ خیلی اوقات به این فکر می‌کنم که چگونه می‌توانم در میان دوستان و آشنایان هم‌زبان و هم‌فرهنگ از احترام بیشتری برخوردار شوم؛ بعضی اوقات احساس می‌کنم که در میان دوستان و آشنایان هم‌زبان و هم‌فرهنگم از احترام و منزلت برخوردار هستم؛ سعی می‌کنم به گونه‌ای کارهایم را انجام دهم که احترام و منزلتم بین مردم هم‌زبان و هم‌فرهنگ بیشتر شود؛ برایم خیلی مهم است که مردم هم‌زبان و هم‌فرهنگم چقدر برای من احترام قائل هستند.

خردورزی

در پژوهش حاضر، تعریف چلبی از خردورزی، یعنی تمایل فرد به عاقبت‌اندیشی و محاسبه، را در مفهوم‌سازی خود از خردورزی به کار می‌بریم. برای سنجش مفهوم خردورزی این گویه‌ها استفاده شده است: اغلب برای حل مشکل زندگی‌ام راهی را انتخاب می‌کنم که منطقی‌تر باشد؛ درست نیست به صرف آنکه گذشتگان کاری کرده‌اند، ما هم همان کار را انجام دهیم؛ در هر کاری باید حساب سود و زیان را کرد؛ خیلی اوقات پیش می‌آید که بدون آنکه سود و زیان کاری را محاسبه کنم، آن را انجام دهم.

یافته‌های تحقیق

ویژگی‌های پاسخگویان

جدول ۱. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب جنسیت

متغیرها	جنسیت	فراوانی مطلق	درصد
ساکنان	مرد	۱۶۰	۵۳/۳
	زن	۱۴۰	۴۶/۷
	کل	۳۰۰	۱۰۰/۰
گردشگران	مرد	۱۶۶	۵۵/۳
	زن	۱۳۴	۴۴/۷
	کل	۳۰۰	۱۰۰/۰

۱۶۰ نفر از حجم نمونه را مردان ساکن استان مازندران (۵۳/۳ درصد)، ۱۴۰ نفر را زنان ساکن استان مازندران (۴۶/۷ درصد)، ۱۶۶ نفر را مردان گردشگر (۵۵/۳ درصد) و ۱۳۴ نفر را زنان گردشگر تشکیل می‌دهند.

جدول ۲. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب وضعیت تأهل

متغیرها	وضعیت تأهل	فراوانی مطلق	درصد	درصد تجمعی
ساکنان	مجرد	۱۱۸	۳۹/۳	۳۹/۳
	متاهل	۱۷۶	۵۸/۷	۹۸/۰
	مطلقه	۳	۱/۰	۹۹/۰
	همسر فوت شده	۳	۱/۰	۱۰۰/۰
	کل	۳۰۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰
گردشگران	مجرد	۱۴۸	۴۹/۳	۴۹/۳
	متاهل	۱۴۷	۴۹/۰	۹۸/۳
	مطلقه	۳	۱/۰	۹۹/۳
	همسر فوت شده	۲	۰/۷	۱۰۰/۰
	کل	۳۰۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰

به‌لحاظ وضعیت تأهل، ۳۹/۳ درصد (۱۱۸ نفر) از پاسخگویان ساکن را افراد مجرد، و ۵۸/۷ درصد (۱۷۶ نفر) را افراد متاهل، ۴۹/۳ درصد (۱۴۸ نفر) را گردشگران مجرد و ۴۹/۰ درصد را گردشگران متاهل تشکیل می‌دهند. در این میان، وضعیت ساکنان همسر فوت شده و گردشگران به ترتیب ۱/۰، ۰/۷ درصد (۳ و ۲ نفر) و ساکنان مطلقه و گردشگران مطلقه نیز ۱/۰ درصد (مجموعاً ۶ نفر) بوده است.

مسائل اجتماعی ایران، سال هفتم، شماره ۲، پاییز و زمستان ۱۳۹۵

جدول ۳. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب گروه سنی

متغیرها	سن	فراوانی مطلق	درصد	درصد تجمعی
ساکنان	۱۵-۲۵	۹۶	۳۲/۰	۳۲/۰
	۲۶-۳۵	۱۱۱	۳۷/۰	۶۹/۰
	۳۶-۴۵	۵۷	۱۹/۰	۸۸/۰
	۳۵-۵۵	۲۸	۹/۳	۹۷/۳
	۵۵ سال به بالاتر	۸	۲/۷	۱۰۰/۰
	کل	۳۰۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰
گردشگران	۱۵-۲۵	۱۳۹	۴۶/۳	۴۶/۳
	۲۶-۳۵	۱۰۰	۳۳/۳	۷۹/۷
	۳۶-۴۵	۳۵	۱۱/۷	۹۱/۳
	۳۵-۵۵	۱۷	۵/۷	۹۷/۰
	۵۵ سال به بالاتر	۹	۳/۰	۱۰۰/۰
	کل	۳۰۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰

برای بررسی وضعیت پاسخگویان به لحاظ سنی، تمامی پاسخگویان به گروه‌های ده‌ساله تقسیم شدند. یافته‌های موجود نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی ساکنان (۱۱۱ نفر) به گروه سنی ۲۶-۳۵ (۳۷/۰ درصد) تعلق دارد و در میان گردشگران بیشترین فراوانی مربوط به گروه سنی ۱۵-۲۵ ساله (۴۶/۳ درصد) بوده است.

جدول ۴. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب تحصیلات

متغیرها	تحصیلات	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
ساکنان	زیر دیپلم	۹۹	۳۳/۰	۳۳/۰
	دیپلم تا لیسانس	۱۵۳	۵۱/۰	۸۴/۰
	ارشد، دکتری و حوزوی	۴۸	۱۶/۰	۱۰۰/۰
	کل	۳۰۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰
گردشگران	زیر دیپلم	۱۲۰	۴۰/۰	۴۰/۰
	دیپلم تا لیسانس	۱۳۷	۴۵/۷	۸۵/۷
	ارشد، دکتری و حوزوی	۴۳	۱۴/۳	۱۰۰/۰
	کل	۳۰۰	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰

پاسخگویان برای بررسی به لحاظ تحصیلات به سه مقطع تقسیم شدند. یافته‌ها نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی ساکنان (۴۵۳ نفر) به مقطع دیپلم تا کارشناسی تعلق دارد که ۵۱/۰ درصد را ساکنان و ۴۵/۷ درصد را گردشگران تشکیل می‌دهند.

توصیف متغیر وابسته

جدول ۵. توزیع فراوانی درصد پاسخگویان برحسب میزان پایداری به انواع هنجارهای اجتماعی^۱

گروه‌ها	هرگز		خیلی کم		کم		تا حدی		زیاد		همیشه		میانگین		
	تورنیست	پومی	تورنیست	پومی	تورنیست	پومی	تورنیست	پومی	تورنیست	پومی	تورنیست	پومی	تورنیست	پومی	
شغلی	۰/۰	۱۰/۰	۰/۲	۰/۲	۱/۲	۰/۶	۸/۱	۹/۱	۲۵/۲	۳۷/۸	۱۵/۱	۱۱/۸	۵/۱	۴/۹	۵/۰
هنجار یاری	۰/۲	۰/۳	۰/۷	۰/۶	۲/۳	۱/۸	۲۰/۷	۲۰/۷	۱۹/۲	۲۰/۶	۷/۰	۵/۸	۴/۵	۴/۵	۴/۵
جمعاً توزیع	۱/۰	۰/۲	۰/۴	۰/۸	۲/۴	۲/۴	۱۵/۰	۱۷/۷	۲۵/۱	۲۳/۱	۷/۱	۵/۵	۴/۶	۴/۵	۴/۵
شغلی	۳/۱	۳/۲	۶/۱	۶/۵	۸/۴	۹/۰	۶/۲	۵/۶	۷/۴	۷/۳	۱۹/۰	۱۸/۱	۴/۵	۴/۴	۴/۴
هنجار عمل متقابل	۰/۰	۰/۲	۰/۲	۰/۲	۰/۵	۱/۰	۱۱/۰	۱۰/۰	۲۱/۳	۲۳/۰	۱۷/۲	۱۵/۵	۵/۰	۵/۰	۵/۰

توزیع درصد مربوط به هنجارهای عمل متقابل، هنجار شغلی، هنجار یاری، هنجار توزیعی و هنجار مصرفی در جدول ۵ آمده است. بررسی مربوط به این هنجارها نشان می‌دهد که بیشترین درصد (۲۷/۸) به گزینه «زیاد» در بعد «هنجار شغلی» در میان گردشگران مربوط می‌شود و کمترین درصد (۰/۰) نیز به گزینه «هرگز» در بعد «هنجار عمل متقابل و هنجار شغلی» در میان ساکنان اختصاص دارد.

^۱ از آنجایی که طیف هنجارها اعم از ۵ نمره ای و ۶ نمره بوده است، در دو توصیف جدا مورد بحث قرار می‌گیرند.

مسائل اجتماعی ایران، سال هفتم، شماره ۲، پاییز و زمستان ۱۳۹۵

جدول ۶. توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان برحسب میزان پایبندی به انواع هنجارهای اجتماعی

گویه‌ها	کاملاً موافق		موافق		نه موافق، نه مخالف		مخالف		کاملاً مخالف		میانگین	
	نویسنده	تورستن	نویسنده	تورستن	نویسنده	تورستن	نویسنده	تورستن	نویسنده	تورستن	کل	تورستن
هنجار ضد رفتار	۲۸/۲	۳۲/۶	۱۱/۵	۹/۹	۷/۲	۵/۰	۱/۲	۱/۵	۱/۷	۱/۵	۴/۳	۴/۲
هنجار تنظیم-کننده کاربری پول	۳۳/۷	۳۴/۲	۱۰/۵	۱۰/۸	۴/۵	۴/۴	۰/۲	۰/۶	۰/۷	۰/۸	۴/۶	۴/۴
هنجار کیفی	۳/۲	۲/۷	۶/۱	۶/۳	۱۷/۳	۱۸/۱	۱۵/۶	۱۶/۷	۷/۹	۶/۱	۳/۱	۳/۱

توزیع درصد مربوط به هنجار کیفی، هنجار ضد رفتار و هنجار تنظیم‌کننده کاربری پول در جدول ۶ آمده است. بررسی مربوط به این هنجارها نشان می‌دهد که بیشترین درصد (۳۴/۲) به گزینه «کاملاً موافق» در بعد «هنجار تنظیم‌کننده کاربری پول» مربوط می‌شود و کم‌ترین درصد (۰/۲) نیز به گزینه «مخالف» در بعد «هنجار تنظیم‌کننده کاربری پول» اختصاص دارد.

توصیف متغیر مستقل

جدول ۷. توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان برحسب متغیرهای مستقل

متغیر	کاملاً موافق		موافق		نه موافق، نه مخالف		مخالف		کاملاً مخالف		میانگین کل	
	ساکان	گردشگران	ساکان	گردشگران	ساکان	گردشگران	ساکان	گردشگران	ساکان	گردشگران	میانگین	میانگین
همبستگی اجتماعی	۱۵/۰	۱۹/۷	۱۸/۷	۲۳/۳	۶۵/۷	۵۶/۰	۰/۷	۰/۷	۰/۳	۰/۳	۲/۵	۲/۳
تعهد اجتماعی	۱۸/۷	۱۳/۷	۴۲/۳	۳۹/۳	۳۱/۳	۳۳/۳	۵/۷	۱۱/۷	۰/۲	۲/۰	۴/۸	۴/۵
خردورزی	۱/۳	۳/۳	۲۵/۷	۲۲/۰	۵۴/۷	۵۲/۳	۱۵/۷	۱۹/۰	۲/۷	۳/۳	۲/۹	۲/۹
درون‌گرومی	۲۴/۷	۲۶/۳	۴۲/۷	۳۸/۰	۲۲/۰	۲۶/۳	۸/۰	۸/۰	۲/۷	۱/۳	۴/۷	۳/۷

توزیع درصد مربوط به متغیرهای مستقل در جدول ۷ آمده است. بررسی مربوط به این متغیرها نشان می‌دهد که بیشترین درصد (۶۵/۷) به گزینه «ه موافق، نه مخالف» متغیر «همبستگی اجتماعی» ساکنان مربوط می‌شود. همچنین، بررسی میانگین‌ها نشان می‌دهد که بیشترین میانگین به متغیر «تعهد گروهی» در میان ساکنان مربوط است که میزان میانگین آن ۳/۸ از ۵ است.

آزمون تفاوت میانگین‌ها

جدول ۸. سنجش تفاوت میانگین میزان پابندی به هنجار اجتماعی و ابعاد آن برحسب جنسیت ساکنان و گردشگران

ابعاد متغیر وابسته	محل سکونت	متغیر جنسیت	میانگین	سطح معناداری
هنجار عمل متقابل	ساکنان	مرد	۱۵/۲	۰/۴۳۹
		زن	۱۵/۳	
	گردشگران	مرد	۱۵/۰	۰/۱۵۴
		زن	۱۵/۳	
هنجار شغلی	ساکنان	مرد	۲۳/۲	۰/۶۸۵
		زن	۲۳/۱	
	گردشگران	مرد	۲۳/۱	۰/۶۲۴
		زن	۲۳/۱	
هنجار یاری	ساکنان	مرد	۱۳/۶	۰/۸۴۱
		زن	۱۳/۷	
	گردشگران	مرد	۱۳/۸	۰/۳۷۹
		زن	۱۳/۶	
هنجار توزیعی	ساکنان	مرد	۱۸/۷	۰/۳۰۸
		زن	۱۹/۰	
	گردشگران	مرد	۱۸/۴	۰/۵۳۵
		زن	۱۸/۲	
هنجار کیفی	ساکنان	مرد	۹/۶	۰/۷۷۴
		زن	۹/۵	
	گردشگران	مرد	۹/۵	۰/۹۰۵
		زن	۹/۶	
هنجار مصرفی	ساکنان	مرد	۲۱/۸	۰/۰۰
		زن	۲۴/۰	
	گردشگران	مرد	۲۱/۲	۰/۰۰
		زن	۲۳/۷	
هنجار ضد رفتار	ساکنان	مرد	۲۵/۵	۰/۰۸۱
		زن	۲۶/۲	
	گردشگران	مرد	۲۵/۲	۰/۹۲۴
		زن	۲۵/۲	
هنجار تنظیم‌کننده کاربری پول	ساکنان	مرد	۱۳/۷	۰/۷۵۰
		زن	۱۳/۸	
	گردشگران	مرد	۱۳/۸	۰/۸۸۸
		زن	۱۳/۸	
هنجار اجتماعی کل	ساکنان	مرد	۱۴/۱/۶	۰/۰۰۹
		زن	۱۴۴/۹	
	گردشگران	مرد	۱۳۹/۹	۰/۰۹
		زن	۱۴۲/۲	

بررسی میانگین نمره زنان و مردان ساکن و گردشگر نشان می‌دهد که بین انواع هنجارهای اجتماعی (هنجار عمل متقابل، هنجار شغلی، هنجار یاری، هنجار توزیعی، هنجار کیفی، هنجار ضد رفتار، هنجار تنظیم‌کننده کاربری پول) تفاوت میانگین نمره زنان و مردان ساکن و گردشگر در پایبندی به هنجارهای اجتماعی معنادار نیست، اما در بعد هنجارهای مصرفی، میانگین نمره مردان و زنان ساکن مازندران به ترتیب ۲۱/۸ و ۲۴/۰ است و نمره گردشگران نیز برای مردان و زنان به ترتیب ۲۱/۲ و ۲۳/۷ به دست آمده است که با توجه به سطح معناداری ۰/۰۰، میان زنان و مردان ساکن و گردشگر در بعد هنجار مصرفی تفاوت معناداری وجود دارد. همچنین، با توجه به سطح معناداری به دست آمده برای جنسیت ساکنان و گردشگران با هنجار اجتماعی کل، فرضیه «زنان بیش از مردان به هنجارها پایبند هستند»، تأیید می‌شود.

جدول ۹. سنجش تفاوت میانگین میزان پایبندی به هنجار اجتماعی و ابعاد آن بر حسب وضعیت تأهل ساکنان و گردشگران

ابعاد متغیر وابسته	محل سکونت	وضعیت تأهل	میانگین	سطح معناداری
هنجار عمل متقابل	ساکنان	مجرد	۱۵/۲	۰/۹۹۵
		متاهل	۱۵/۲	
	گردشگران	مجرد	۱۵/۲	۰/۶۳۸
		متاهل	۱۵/۱	
هنجار شغلی	ساکنان	مجرد	۲۲/۹	۰/۱۰۵
		متاهل	۲۳/۴	
	گردشگران	مجرد	۲۳/۱	۰/۵۰۶
		متاهل	۲۲/۹	
هنجار یاری	ساکنان	مجرد	۱۳/۷	۰/۵۳۲
		متاهل	۱۳/۶	
	گردشگران	مجرد	۱۳/۸	۰/۲۷۸
		متاهل	۱۳/۶	
هنجار توزیعی	ساکنان	مجرد	۱۸/۸	۰/۸۴۶
		متاهل	۱۸/۸	
	گردشگران	مجرد	۱۸/۴	۰/۶۱۳
		متاهل	۱۸/۳	
هنجار کیفی	ساکنان	مجرد	۹/۳	۰/۲۶۱
		متاهل	۹/۷	
	گردشگران	مجرد	۹/۵	۰/۸۵۲
		متاهل	۹/۶	
هنجار مصرفی	ساکنان	مجرد	۲۱/۳	۰/۰۰
		متاهل	۲۳/۸	
	گردشگران	مجرد	۲۱/۲	۰/۰۰
		متاهل	۲۳/۴	
هنجار ضد رفتار	ساکنان	مجرد	۲۵/۱	۰/۰۰۲
		متاهل	۲۶/۳	
	گردشگران	مجرد	۲۵/۱	۰/۵۲۳
		متاهل	۲۵/۳	
هنجار تنظیم‌کننده کاربری پول	ساکنان	مجرد	۱۳/۵	۰/۱۸۲
		متاهل	۱۳/۸	
	گردشگران	مجرد	۱۳/۳	۰/۸۱۵
		متاهل	۱۳/۳	
هنجار اجتماعی کل	ساکنان	مجرد	۱۴۰/۳	۰/۰۰
		متاهل	۱۴۴/۹	
	گردشگران	مجرد	۱۴۰/۰	۰/۱۵۵
		متاهل	۱۴۱/۹	

مطالعه جامعه‌شناختی پایبندی به هنجارهای اجتماعی و عوامل مرتبط با آن

بررسی میانگین نمره مجردها و متأهلان نشان می‌دهد که بین انواع هنجارهای اجتماعی (هنجار عمل متقابل، هنجار شغلی، هنجار یاری، هنجار توزیعی، هنجار کیفی، هنجار تنظیم‌کننده کاربری پول) تفاوت میانگین نمره مجردها و متأهلان ساکن و گردشگر در پایبندی به هنجارهای اجتماعی معنادار نیست، اما در بعد هنجارهای مصرفی، میانگین نمره متأهلان ساکن و گردشگر به ترتیب ۲۳/۸ و ۲۳/۴ بیشتر از نمره مجردهای ساکن و گردشگر با میانگین نمره به ترتیب ۲۱/۳ و ۲۱/۲ است. در بعد هنجار ضدرفتار میانگین نمره زنان ساکن متأهل (۲۶/۳) بیشتر از نمره مردان ساکن مجرد (۲۵/۱) است؛ بنابراین می‌توان گفت میانگین هنجار مصرفی در متأهلان و مجردهای ساکن و گردشگر تفاوت معناداری دارد و متأهلان (ساکن و گردشگر) نسبت به مجردها (ساکن و گردشگر) به هنجارها پایبندترند و هنجار ضدرفتار مردان مجرد ساکن نیز متفاوت با زنان ساکن است و تفاوت معناداری میان زنان و مردان ساکن در این بعد وجود دارد. همچنین، با توجه به مقدار سطح معناداری به دست آمده (۰/۰۰۰) در میان ساکنان، وضعیت تأهل و هنجار اجتماعی کل فقط در میان ساکنان معنادار است.

یافته‌های استنباطی

جدول ۱۰. مدل رگرسیون چندگانه برای تبیین هنجار اجتماعی و ابعاد آن به تفکیک ساکنان

ابعاد متغیر وابسته	ساکنین					
	متغیرهای مستقل					
	رابطه دورن گروهی	همبستگی اجتماعی	تعهد گروهی	دلهره منزلت درون گروهی	عقلانیت	
بتا	بتا	بتا	بتا	بتا	ضریب تعیین	
هنجار عمل متقابل	۰/۰۰۴	۰/۰۵۱	۰/۰۹۳	۰/۰۴۶	۰/۲۲۱	۰/۰۸۸
هنجار شغلی	۰/۰۳۸	۰/۲۷۱	۰/۰۸۰	-۰/۰۵۳	۰/۰۳۲	۰/۱۱۸
هنجار یاری	-۰/۰۱۱	۰/۰۹۸	۰/۱۴۶	-۰/۰۲۷	۰/۱۳۵	۰/۰۷۷
هنجار توزیعی	۰/۱۱۷	-۰/۰۹۴	-۰/۱۸۴	-۰/۰۴۴	-۰/۱۲۶	۰/۱۲۱
هنجار کیفی	۰/۰۳۲	۰/۱۳۲	۰/۰۰۱	-۰/۰۸۷	-۰/۱۲۸	۰/۰۳۸
هنجار مصرفی	۰/۱۳۳	۰/۱۲۰	۰/۲۶۳	-۰/۱۱۹	۰/۰۵۳	۰/۱۶۹
هنجار ضدرفتار	۰/۰۲۳	۰/۱۰۱	۰/۲۳۹	۰/۰۶۵	۰/۰۸۷	۰/۱۴۰
هنجار تنظیم‌کننده کاربری پول	۰/۰۳۵	۰/۱۲۵	۰/۱۷۶	۰/۰۰۰	۰/۱۴۰	۰/۱۱۹
هنجار اجتماعی کل	۰/۱۰۷	۰/۲۳۸	۰/۳۱۱	-۰/۰۶۹	۰/۱۳۸	۰/۳۲۹

جدول ۱۱. مدل رگرسیون چندگانه برای تبیین هنجار اجتماعی و ابعاد آن به تفکیک گردشگران

ابعاد متغیر وابسته	گردشگران					
	متغیرهای مستقل					
	رابطه دورن گروهی	همبستگی اجتماعی	تعهد گروهی	دلهره منزلت درون گروهی	عقلانیت	
بتا	بتا	بتا	بتا	بتا	ضریب تعیین	
هنجار عمل متقابل	-۰/۰۵۴	-۰/۰۱۲	۰/۲۰۶	۰/۱۰۹	-۰/۰۱۵	۰/۰۶۵
هنجار شغلی	۰/۰۱۵	-۰/۰۹۷	۰/۲۴۶	۰/۰۱۴	۰/۰۷۴	۰/۰۵۱
هنجار یاری	۰/۰۹۸	۰/۱۱۵	۰/۰۶۹	۰/۰۰۲	۰/۰۷۵	۰/۰۵۰
هنجار توزیعی	۰/۰۹۵	۰/۰۴۰	۰/۱۷۲	۰/۰۸۵	-۰/۰۶۸	۰/۰۷۲
هنجار کیفی	۰/۱۸۴	۰/۰۰۵	۰/۱۶۷	-۰/۰۲۲	-۰/۱۳۸	۰/۰۸۲
هنجار مصرفی	۰/۱۱۴	۰/۱۵۳	۰/۱۲۹	-۰/۰۳۲	۰/۱۱۰	۰/۰۹۵
هنجار ضد رفتار	۰/۰۷۳	۰/۱۰۴	۰/۱۷۶	۰/۰۷۰	۰/۱۲۴	۰/۱۱۴
هنجار تنظیم کننده کاربری پول	-۰/۰۰۱	۰/۰۲۴	۰/۱۲۸	۰/۰۷۲	۰/۰۶۸	۰/۰۴۰
هنجار اجتماعی کل	۰/۱۴۲	۰/۱۱۰	۰/۳۱۱	۰/۰۵۹	۰/۰۸۴	۰/۲۱۶

رگرسیون چندگانه تبیین کننده هنجار اجتماعی کل

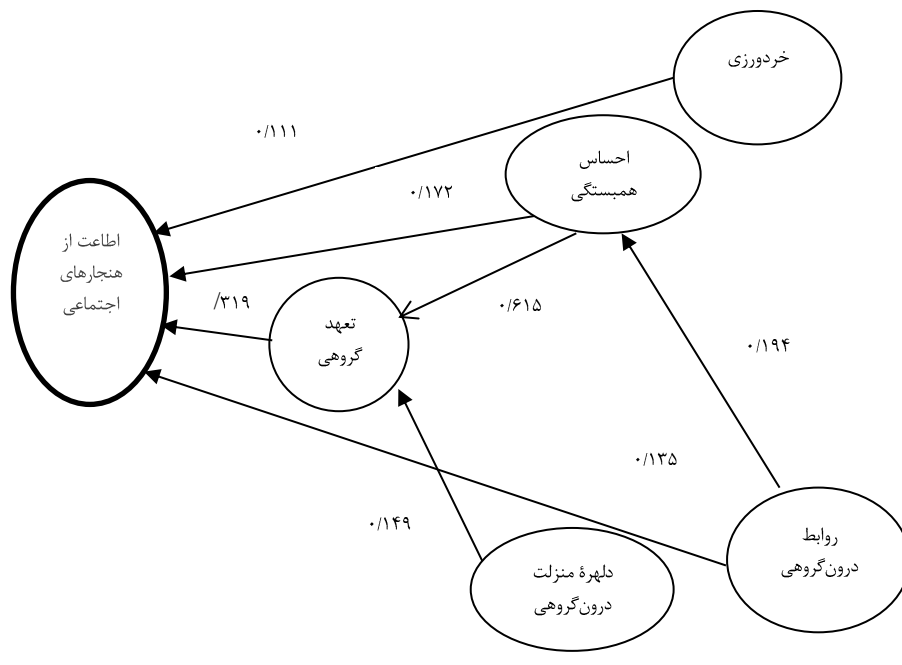
جدول ۱۲. ضرایب تأثیر مدل تبیین کننده هنجار اجتماعی

متغیرهای مستقل	ضریب رگرسیونی (B)	ضرایب استاندارد شده (Beta)	T	سطح معناداری (sig)	همبستگی	
					مرتبه صفر	تفکیکی
تعهد اجتماعی	۰/۸۳۰	۰/۳۱۹	۶/۷۸۴	۰/۰۰۰	۰/۴۶۵	۰/۲۶۸
روابط درون گروهی	۰/۳۴۳	۰/۱۳۵	۳/۷۶۳	۰/۰۰۰	۰/۲۲۴	۰/۱۵۳
همبستگی اجتماعی	۰/۳۱۴	۰/۱۷۲	۳/۷۰۹	۰/۰۰۰	۰/۴۱۵	۰/۱۵۰
عقلانیت	۰/۵۹۲	۰/۱۱۱	۳/۱۱۹	۰/۰۰۲	۰/۱۷۸	۰/۱۲۷
دلهره منزلت	-۰/۰۳۰	-۰/۰۱۰	-۰/۲۸۳	۰/۷۷۷	۰/۱۳۷	-۰/۰۱۲
ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تعیین	ضرایب تعیین تعدیل یافته	F مقدار	سطح معناداری		
۰/۵۱۸	۰/۲۶۸	۰/۲۶۲	۴۳/۵۹۱	۰/۰۰۰		

داده‌های جدول ۱۲ ضریب همبستگی چندگانه (R) معادل ۰/۵۱۸ است که تبیین کننده همبستگی و ارتباط پنج متغیر روابط درون گروهی، همبستگی اجتماعی، تعهد اجتماعی، دلهره منزلت درون گروهی و عقلانیت با متغیر وابسته یعنی «هنجار اجتماعی» است. ضریب تعیین (R²) نیز ۲۶ درصد محاسبه شده است، به این معنی که حدود ۲۶ درصد از تغییرات «هنجار

اجتماعی» از طریق پنج متغیر مزبور تبیین می‌شود و ۷۴ درصد باقی‌مانده مربوط به عواملی است که در این تحقیق آزمون نشده‌اند. به‌منظور فهم دقیق‌تر شدت و جهت تأثیر متغیرهای مستقل بر «هنجار اجتماعی»، جدول معادله رگرسیون ترسیم شده است که در آن ضرایب تأثیر به نمایش گذاشته شده است. در جدول ۱۲ معادله رگرسیون اهمیت نسبی هر متغیر مستقل در توضیحات متغیر وابسته با مشاهده مقدار ضرایب یا وزن‌های رگرسیونی به دست می‌آید. برای ورود متغیرها در مدل از روش روبه‌جلو^۱ استفاده شده است که در آن متغیرهایی که دارای بالاترین ضریب همبستگی با متغیر وابسته هستند به‌ترتیب وارد معادله رگرسیون می‌شوند. از بین پنج متغیر وارد شده به مدل، چهار متغیر تعهد اجتماعی، روابط درون‌گروهی، همبستگی اجتماعی، و عقلانیت با «هنجار اجتماعی» ارتباط معناداری نشان داده‌اند و فقط متغیر دلهره منزلت درون‌گروهی با «هنجار اجتماعی» ارتباط معناداری نداشته است. متغیرهای تعهد اجتماعی با ضرایب استاندارد شده (۰/۳۱۹) ضرایب استاندارد شده، همبستگی اجتماعی (۰/۱۷۲) ضرایب استاندارد شده، روابط درون‌گروهی (۰/۱۳۵) ضرایب استاندارد شده و عقلانیت با (۰/۱۱۱) ضرایب استاندارد شده) به‌ترتیب قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده‌های «هنجار اجتماعی» شناخته شده‌اند.

تحلیل مسیر



¹ Forward

متغیر	انواع تأثیر	
	مستقیم	غیر مستقیم
خردورزی	۰/۱۱۱	-
احساس همبستگی	۰/۱۷۲	۰/۱۹۶
دلهره منزلت درون گروهی	-	۰/۰۴۷
تعهد گروهی	۰/۳۱۹	-
روابط درون گروهی	۰/۱۳۵	۰/۰۵۳
کل	۰/۱۱۱	۰/۳۶۸

جدول ۱۳ نشان‌دهنده تأثیر مستقیم، غیرمستقیم و تأثیر کل هریک از متغیرهای اصلی تحقیق است. با توجه به داده‌های جدول در زمینه آثار مستقیم، مشخص می‌شود که متغیر میزان تعهد گروهی (۰/۳۱۹) قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده هنجار اجتماعی است و احساس همبستگی (۰/۱۷۲) در رده بعدی قرار دارد. همچنین، کمترین میزان تأثیرگذاری مربوط به خردورزی (۰/۱۱۱) است.

در قسمت مربوط به آثار غیرمستقیم، احساس همبستگی (۰/۱۹۶) مهم‌ترین پیش‌بینی‌کننده هنجار اجتماعی بوده است و پس از آن، روابط درون گروهی (۰/۰۵۳) در مرتبه بعدی تأثیرگذاری، و همچنین متغیر دلهره منزلت درون گروهی (۰/۰۴۷) در پایین‌ترین مرتبه تأثیرگذاری قرار داشته است.

ستون مربوط به پیامدهای کلی متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته حاکی از آن است که متغیر احساس همبستگی (۰/۳۶۸) بالاترین اثر کل را بر هنجار اجتماعی داشته است و پس از آن، متغیرهای تعهد گروهی (۰/۳۱۹)، روابط درون گروهی (۰/۱۸۸)، خردورزی (۰/۱۱۱)، و دلهره منزلت درون گروهی (۰/۰۴۷) در رده‌های بعدی تأثیرگذاری قرار دارند.

بحث و نتیجه‌گیری

موضوع اصلی پژوهش حاضر، مطالعه جامعه‌شناختی میزان پایبندی به هنجارهای اجتماعی و تأثیر عوامل اجتماعی در اطاعت کنشگران از هنجارها است. با شناسایی الگوی هنجارها و عوامل مرتبط با آن در میان ساکنان و گردشگران، می‌توان سیاست و برنامه‌ریزی بهتر و همه‌جانبه‌ای را برای رعایت هنجارهای مطلوب جامعه فراهم کرد.

از نظریه الستر (۱۹۸۹) برای تبیین بهتر مفهوم هنجار سود جسته شد. الستر به مجموعه‌ای از هنجارها اشاره می‌کند که عبارت‌اند از: هنجارهای مصرفی، هنجارهای ضدرفتار، هنجارهای تنظیم‌کننده کاربری پول، هنجارهای عمل متقابل، هنجارهای کیفی، هنجارهای یاری، هنجارهای شغلی و هنجارهای توزیعی که به‌عنوان متغیر وابسته استفاده می‌شود.

فرضیه اول مدعی است که پایداری به هنجار اجتماعی تابعی مثبت از روابط درون‌گروهی است. این فرضیه تأیید شده است. این متغیر به نسبت دیگر متغیرهای پایداری به هنجارهای اجتماعی (بعد از متغیر عقلانیت)، سهم کمتری در تبیین تغییرات متغیر وابسته دارد، اما توانسته در کنار متغیرهای دیگر بیش از ۱۳ درصد از تغییرات متغیر وابسته را پیش‌بینی کند. به‌طور کلی، هر چقدر میزان روابط درون‌گروهی میان افراد بیشتر باشد، میزان پایداری آنان به هنجارها نیز بیشتر خواهد بود. این یافته با پژوهش دغاغله (۱۳۸۴) تطابق دارد. همچنین، این فرض که روابط درون‌گروهی با پایداری به هنجارها ارتباط غیرمستقیم مثبت دارد معنادار بوده است؛ بدین معنی که روابط درون‌گروهی با تأثیر بر احساس همبستگی اجتماعی و تعهد گروهی (۰/۰۵۳) به‌صورت غیرمستقیم بر پایداری افراد به هنجارها تأثیر می‌گذارد. به‌طور کلی، هر چقدر میزان روابط درون‌گروهی میان افراد بیشتر باشد، تأثیر آن بر میزان احساس همبستگی اجتماعی بیشتر است و به‌صورت غیرمستقیم، میزان پایداری به هنجارهای آنان نیز بیشتر خواهد بود.

فرضیه دوم مدعی است که پایداری به هنجارهای اجتماعی تابعی مثبت از همبستگی اجتماعی است که با توجه به سطح معناداری آن، این فرضیه تأیید شده است. این متغیر پس از متغیر تعهد اجتماعی بیشترین سهم (۱۷،۲) را در تبیین تغییرات متغیر وابسته دارد و توانسته، در کنار متغیرهای دیگر، بیش از ۱۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته را پیش‌بینی کند. به‌طور کلی، هر چقدر میزان همبستگی اجتماعی افراد بیشتر باشد، میزان پایداری آنان به هنجارها نیز بیشتر خواهد بود. این یافته با تحقیقات دغاغله (۱۳۸۴)، مقصودی (۱۳۸۴) و جب (۲۰۰۹) تطبیق دارد. همچنین، این فرض که پایداری به هنجار اجتماعی تابعی غیرمستقیم از احساس همبستگی اجتماعی است نیز تأیید شده است. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، این فرضیه قابل تعمیم به جامعه آماری است. نتایج مدل رگرسیونی نشان می‌دهد با توجه به میزان تأثیر غیرمستقیم (۰/۱۹۶)، این متغیر بیشترین تأثیر نسبی را بر تبیین متغیر وابسته (پایداری به هنجارها) به‌صورت غیرمستقیم گذاشته است. به‌طور کلی، هر چقدر میزان احساس همبستگی اجتماعی افراد بیشتر باشد، تأثیر آن بر میزان تعهد گروهی بیشتر است و به‌صورت غیرمستقیم نیز میزان پایداری به هنجارهای آنان نیز بیشتر خواهد بود. این یافته با یافته‌های دغاغله (۱۳۸۴) تطابق دارد.

فرضیه سوم پایداری به هنجارها را تابعی مثبت از میزان تعهد اجتماعی می‌داند که با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، این فرضیه تأیید می‌شود و به جامعه آماری قابل تعمیم است. نتایج مدل رگرسیونی مبین آن است که با توجه به میزان بتا، این متغیر در بین دیگر متغیرهای تشکیل‌دهنده، بیشترین تأثیر نسبی را بر تبیین متغیر وابسته (پایداری به هنجارها) گذاشته است. این متغیر

بیشترین سهم (۳۱۹/۰ درصد) را در تبیین تغییرات متغیر وابسته دارد و توانسته در کنار متغیرهای دیگر بیش از ۳۱ درصد از تغییرات متغیر وابسته را پیش‌بینی کند. به‌طور کلی، هر چقدر میزان تعهد اجتماعی افراد بیشتر باشد، میزان پایداری آنها به هنجارها نیز بیشتر خواهد بود. این یافته با یافته‌های دغاغله (۱۳۸۴) و عظیمی هاشمی (۱۳۷۳) تطابق دارد.

فرضیه چهارم پایداری به هنجارها را تابعی مثبت از دلهره منزلت درون‌گروهی می‌داند که با توجه به نتایج به‌دست‌آمده در آزمون‌های همبستگی و رگرسیونی، معنادار و قابل‌تعمیم به جامعه آماری نیست. نتایج آزمون همبستگی مبتنی آن است که بین متغیر پایداری به هنجارها و متغیر دلهره منزلت درون‌گروهی رابطه مستقیم معناداری وجود ندارد که تحقیق دغاغله (۱۳۸۴) نیز مؤید این امر است، اما این فرض که دلهره منزلت درون‌گروهی با پایداری به هنجارها ارتباط غیرمستقیم دارد معنادار است؛ بدین‌معنی که دلهره منزلت درون‌گروهی با تأثیر بر تعهد گروهی (۰/۰۴۷) به‌صورت غیرمستقیم بر پایداری افراد به هنجارها تأثیر می‌گذارد. به‌طور کلی، هر چقدر میزان دلهره منزلت درون‌گروهی افراد بیشتر باشد، تأثیر آن بر میزان تعهد گروهی بیشتر است و به‌صورت غیرمستقیم میزان پایداری به هنجارها نیز بیشتر خواهد بود.

فرضیه پنجم مدعی است که پایداری به هنجار اجتماعی تابعی مثبت از خردورزی است. این فرضیه تأیید شده است. این متغیر به نسبت دیگر متغیرهای پایداری به هنجارهای اجتماعی سهم کمتری (۰/۱۱۱) در تبیین تغییرات متغیر وابسته دارد، اما توانسته در کنار متغیرهای دیگر بیش از ۱۱ درصد از تغییرات متغیر وابسته را پیش‌بینی کند. نتایج پژوهش‌های احمدی (۱۳۸۸) و رحمانی فیروزجاه و همکار (۱۳۸۵) مؤید این نتیجه است. به‌طور کلی، هر چقدر میزان خردورزی افراد بیشتر باشد، میزان پایداری آنان به هنجارها نیز بیشتر خواهد بود.

در مجموع، نتایج این بررسی حاکی از آن بوده است که ضریب همبستگی چندگانه (R) معادل ۰/۵۱۸ است. این میزان نشان‌دهنده همبستگی و ارتباط پنج متغیر روابط درون‌گروهی، همبستگی اجتماعی، تعهد اجتماعی، دلهره منزلت درون‌گروهی و عقلانیت با متغیر وابسته یعنی «پایداری به هنجارهای اجتماعی» است. ضریب تعیین نیز ۲۶ درصد محاسبه شده است؛ به‌این‌معنی که حدود ۲۶ درصد از تغییرات «هنجار اجتماعی» به‌وسیله پنج متغیر مزبور تبیین می‌شود و ۷۴ درصد باقی‌مانده به عواملی مربوط است که در این تحقیق تحت آزمون قرار نگرفته‌اند. به‌منظور فهم دقیق‌تر شدت و جهت تأثیر متغیرهای مستقل بر «هنجار اجتماعی» جدول معدل رگرسیون ترسیم شده است. از بین پنج متغیر وارد شده، چهار متغیر (روابط درون‌گروهی، همبستگی اجتماعی، تعهد اجتماعی و عقلانیت) با «پایداری به هنجارهای اجتماعی» ارتباط معناداری نشان داده‌اند و فقط متغیر دلهره منزلت درون‌گروهی با «پایداری

به هنجارهای اجتماعی» ارتباط معناداری نداشته است. متغیرهای تعهد اجتماعی با ضرایب استاندارد شده (۰/۳۱۹)، همبستگی اجتماعی (۰/۱۷۲) ضرایب استاندارد شده، روابط درون‌گروهی (۰/۱۳۵) و عقلانیت با (۰/۱۱۱) ضرایب استاندارد شده) به ترتیب قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده‌های «پابندی به هنجارهای اجتماعی» هستند.

پیشنهادها و راهکارها

با توجه به یافته‌های تحقیق این نتیجه حاصل می‌شود که در جامعه تحت بررسی، افزایش میزان پابندی به هنجارهای اجتماعی از قبیل هنجار یاری یا توزیعی یا عمل متقابل و غیره را می‌توان با ارتقای جایگاه گروه اجتماعی و پیوندهای گروهی که در قالب تعهد گروهی یا انسجام اجتماعی یا تقویت روابط درون‌گروهی تجلی می‌یابد تا حد قابل توجهی افزایش داد. بنابراین، با توجه به اینکه جامعه ایرانی جامعه‌ای در حال گذار و با تغییرات نسبتاً سریع است و یکی از این شاخصه‌ها یا عوامل تغییر، توسعه گردشگری در مناطق مختلف از جمله مازندران است، پیشنهادهای کاربردی ذیل ارائه می‌شود:

- ۱- ترویج و تقویت روحیه و تجربه فعالیت‌های گروهی و جمعی در جامعه به‌ویژه در نهادهایی مثل مدارس و دانشگاه‌ها و حتی تنظیم سرفصل‌های درسی با این رویکرد.
- ۲- ارتقای جایگاه گروه‌های اجتماعی اعم فرهنگی، قومی، مذهبی، حرفه‌ای، مردم‌نهاد و غیره در جامعه با تغییر سیاست‌ها و قوانین و مقررات جهت جلب مشارکت آنها در امور جامعه و افزایش میزان روحیه و احساس مسئولیت اجتماعی در افراد.
- ۳- استفاده از پتانسیل رسانه‌های گروهی، دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی مجازی و واقعی جهت فرهنگ‌سازی در باب هر آنچه برای پیشبرد جامعه و نظم اجتماعی از جمله افزایش میزان مسئولیت‌پذیری و پابندی به هنجارهای اجتماعی لازم است.

منابع

- احمدی، سیروس (۱۳۸۸) «بررسی نوع‌دوستی در روابط روزمره اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره دهم، شماره ۲: ۸۷-۱۰۸.
- ارونسون، الیوت (۱۳۹۱) *روان‌شناسی اجتماعی*، ترجمه حسین شکرکن، تهران: رشد.
- چلبی، مسعود (۱۳۸۳) *چارچوب مفهومی: پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان*، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، طرح‌های ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- چلبی، مسعود (۱۳۹۱) *جامعه‌شناسی نظم: تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی*، تهران: نی.
- خواجه رشیدان، فاطمه (۱۳۸۷) «بررسی میزان رعایت هنجارهای اجتماعی توسط دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه استان سمنان»، *پژوهش‌نامه علوم اجتماعی*، سال دوم، شماره ۱: ۱۰۱-۱۳۰.

دغاغله، عقیل (۱۳۸۴) بررسی تغییرات هنجارهای اجتماعی مردم عرب خوزستان و عوامل مؤثر بر شدت هنجار در سطح فرد، پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهشگری علوم اجتماعی، دانشگاه شهید بهشتی.

رحمانی فیروزجاه، علی و همکاران (۱۳۸۵) «بررسی جامعه‌شناختی علل تصادفات جاده‌ای (رانندگان عمومی جاده‌ای شهرستان بابل)»، *مجله مطالعات اجتماعی ایران*، شماره ۲، ۱۸۲-۱۹۸.

رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۸۷) *آناتومی جامعه*، تهران: شرکت سهامی انتشار.
ساروخانی، باقر (۱۳۷۰) *درآمدی بر دایره‌المعارف علوم اجتماعی*، تهران: کیهان.
سرگزیایی، محمدرضا و همکاران (۱۳۸۲) «مطالعه فراوانی سوء مصرف مواد مخدر و الکل و ارتباط آن با وضعیت فردی و خانوادگی دانشجویان پزشکی مشهد»، *فصلنامه رفاه اجتماعی*، سال سوم، شماره ۹: ۲۸۳-۲۹۴.

سیفالله، سیفالله (۱۳۸۶) مبانی جامعه‌شناسی، گناباد: نشر جامعه‌پژوهان سینا
صداقت، کامران (۱۳۸۴) بررسی نقش عوامل فرهنگی-اجتماعی مؤثر بر قانون‌گرایی و قانون‌گریزی شهروندان تبریز، پایان‌نامه دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه اصفهان.

صداقتی‌فر، مجتبی (۱۳۸۸) *جامعه‌شناسی*، تهران: ارسباران.
عبدالرحمانی، رضا (۱۳۷۴) بررسی پایگاه اقتصادی-اجتماعی رانندگان با میزان انحراف از قوانین راهنمایی و رانندگی شهر تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه تربیت مدرس.

عظیمی هاشمی، مژگان (۱۳۷۳) *عام‌گرایی و عوامل مؤثر بر آن*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهش اجتماعی، دانشگاه شهید بهشتی.

فخرایی، سیروس (۱۳۷۷) *نظرسنجی از مردم تهران درباره قانون‌پذیری و چگونگی رعایت قانون*، تهران: مرکز مطالعات، تحقیقات و سنجش برنامه صداوسیما.

فورسایت، دانلسون (۱۳۸۰) *پویایی گروه، شناخت و سنجش*، ترجمه جعفر نجفی‌زند و همکار، تهران: دوران.

فیروزجائیان، علی‌اصغر (۱۳۸۷) «فرا تحلیل مطالعات انجام‌شده در حوزه ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی»، *راهبرد فرهنگ*، سال اول، شماره ۲: ۱۲۴-۱۴۷.

کلانتری و همکاران (۱۳۸۶) «بررسی بی‌تفاوتی و نوع‌دوستی در جامعه شهری ایران و عوامل مؤثر بر آن»، *دو ماهنامه دانشور رفتار*، سال چهاردهم، شماره ۲۲: ۲۷-۳۶.

کلمن، جیمز (۱۳۹۰) *بنیادهای نظریه اجتماعی*، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نی.

لاور، رابرت. اچ (۱۳۷۳) دیدگاه‌هایی درباره دگرگونی اجتماعی، ترجمه کاووس سیدامامی، تهران: مرکز نشر دانشگاهی.

مقصودی، محمدباقر (۱۳۸۴) بررسی گرایش دانشجویان به مواد مخدر و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه گیلان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه گیلان.

میریان، فردوس و محسن صمدانیان (۱۳۸۸) «هنجارهای اجتماعی از دیدگاه نهج‌البلاغه»، *مطالعات اسلامی علوم قرآن و حدیث*، سال چهل و یکم، شماره پیاپی ۸۲/۳: ۱۲۷-۱۵۸.

Asselin, Nicola (2009) *Using General Strain Theory to Understand Drug and Alcohol Use in Canada: an Examination of How Strain, Its Conditioning Variables and Gender are Interrelated*, (M.A. Thesis), Queen's University Kingston, Ontario, Canada.

Bizer, George Y. Magin, Rachel A. Levine, Madeline R. (2014) "The Social-Norm Espousal Scale", *Personality and Individual Differences*, (58): 106-111.

Craigs Cheryl L, Bridgette M Bewick, Jan Gill, Fiona O'May and Duncan Radley (2011) "UK Student Alcohol Consumption: A Cluster Analysis of Drinking Behaviour Typologies", *Health Education Journal*, 1: 1- 11.

Elester, Jon (1989) "Social Norms and Economic Theory", *Journal of Economic Perspectives*, 3 (4): 99 – 117.

Groot, Judith I. M. De, Schuitema, Geertje (2012) "How to Make the Unpopular Popular? Policy Characteristics", *Environmental Science & Policy*, 9-10: 100-107.

Jeb, A & Amy, F. & Sean, P (2009) "Social Control- Serious Delinquency and Risky Behavior", *Journal of Crime & Delinquency*, 54: 423- 456.

Kashima, Yoshihisa, Wilsonc, Samuel, Lusherd, Dean, Pearson B, Leonie J., E, Pearsonb, Craig (2013) "The Acquisition of Perceived Descriptive Norms as Social Category Learning in Social Networks", *Social Networks*, 35: 711– 719.

Philips, Damon J & Zuckerman Ezra W (2001) "Middle– Stature Conformity: Theoretical Restatement and Empirical Demonstration", *American Journal of Sociology*, 107 (2): 379 – 429.

Therborn, Göran (2002) "Back to Norms! On the Scope and Dynamics of Norms Andnormative Action", *Current Sociology*, 50 (6): 863 – 880.

Esterayker, Sheldon (2000) "The Past, Present and Future if an Identity Theory", *Social Psychology Quartraly*, 63 (4): 284-297.

