

تحلیل تجربی رابطه عوامل اجتماعی با گرایش به رفتارهای نوع‌دوستانه (مورد مطالعه: شهروندان همدان)

مسعود گلچین^۱، محمدرضا حسینی^۲، حسین امامعلی‌زاده^۳، علی مراد عناصری^۴

چکیده

نوع دوستی را می‌توان مسأله‌ای شهری قلمداد نمود؛ زیرا گمنامی و غریبه‌گی در شهرها بیشتر پدیدار می‌شود. از این رو، پژوهش حاضر، درصدد بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش به رفتارهای نوع‌دوستانه در هنگام بروز موقعیت‌های غالباً اضطراری و نیازمند یاری‌رسانی در بین شهرنشینان است. اینکه چه عواملی نقش تسهیل‌کننده یا مانع‌شونده در مداخله و ارائه‌ی رفتار یاری‌گراانه دارند. در این راستا، پس از انجام مصاحبه‌های مقدماتی با تعدادی از شهروندان و دسته‌بندی و استخراج عوامل اثرگذار، به نظریه‌ها و مطالبی که به نسبت مفاهیم استخراج شده یعنی دینداری، اعتماد اجتماعی، احساس انومی، شهرگرایی، فردگرایی، خوشایندی یا ناخوشایندی تجربه‌های گذشته، مسؤولیت‌پذیری اجتماعی و همدلی با نوع‌دوستی و رفتارهای دگرخواهانه می‌پرداختند، مراجعه و فرضیه‌های تحقیق پی‌ریزی شد. روش تحقیق، پیمایش و تکنیک مورد استفاده، مصاحبه به کمک پرسشنامه‌ی محقق ساخته با سؤال‌های بسته بر اساس پیگیری نظری مفاهیم به دست آمده از مصاحبه است. جامعه‌ی آماری تحقیق را شهروندان ۱۸ سال و بالاتر شهر همدان تشکیل می‌دهند که با استفاده از فرمول کوکران، حجم نمونه ۳۸۴ نفر تعیین گردید.

golchin@khu.ac.ir

mrho@abru.ac.ir

emamalizadeh@gmail.com

alimorad.anaseri@yahoo.com

تاریخ پذیرش: ۹۵/۱/۲۵

۱ دانشجویار جامعه‌شناسی دانشگاه خوارزمی

۲ استادیار جامعه‌شناسی دانشگاه آیت الله بروجردی(ره)

۳ دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه کاشان (نویسنده مسئول)

۴ کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه خوارزمی و دانشگاه تهران

تاریخ وصول: ۹۴/۱۰/۲۱

نتایج تحقیق نشان داد که با افزایش میزان احساس انومی شهروندان و افزایش در شهرگرایی و فردگرایی، میزان گرایش به رفتارهای نوع‌دوستانه کاهش می‌یابد. در مقابل، هرچه میزان دین‌داری، اعتماد اجتماعی، خوشایندی تجربه‌های گذشته‌ی افراد از یاری‌رسانی، مسؤلیت‌پذیری اجتماعی و همدلی شهروندان بیشتر باشد، گرایش به انجام رفتارهای نوع‌دوستانه نیز بالاتر خواهد بود. این یافته‌ها مؤید نظرات ذکر شده در مصاحبه‌های مقدماتی و ادبیات نظری موجود در این حوزه است.

واژگان کلیدی: نوع‌دوستی، دگرخواهی، روابط اجتماعی، بی‌تفاوتی، شهر.

مقدمه و بیان مسأله

وجود روابط و تعاملات بین انسان‌ها، یکی از شروط لازم در شکل‌گیری یک جامعه و انسجام و همبستگی آن است. شکل ایده‌آل و تام این ارتباط آن است که توأم با عاطفه، پویایی، نوع‌دوستی و همدردی و بعلاوه ماندگاری باشد. بارها پیش آمده است که از جمع انسان‌ها، کسانی گرفتار موقعیت‌هایی می‌شوند که شدیداً نیازمند کمک هم‌نوعان خود هستند و تنها با حمایت و یاری انسان‌های دیگر قادرند به روال عادی و طبیعی خویش بازگردند. بررسی‌های میدانی و همچنین تجربه‌ی زیسته‌ی نگارندگان، نشان می‌دهند که در سطح کلان، در مواقع اضطراری مانند وقوع زلزله و غیره برخی از مردم مایلند به قربانیان به صورت مادی (پرداخت پول یا سایر کالاها) و معنوی (حضور در محل و یاری‌رسانی) کمک کنند اما «به نظر می‌رسد تمایل به نوع‌دوستی در سطح میانه و خرد مانند روابط روزمره اجتماعی، بخصوص در جامعه شهری در حال کاهش است» (رفیع‌پور، ۱۳۷۸: ۹۶). ساروخانی نیز ذیل مفهوم بی‌عاطفگی اجتماعی^۱ معتقد است این امر را می‌توان یکی از مسائل اجتماعی قلمداد کرد (ساروخانی، ۱۳۷۶).

در مصادیق مشاهده یا گزارش شده از موقعیت‌های اضطراری و نیازمند کمک، شاهدان بی‌تفاوت بوده‌اند و چه بسا تنها به فیلم‌برداری از رویداد برای نمایش به دیگران اقدام نموده‌اند. نکته‌ای که ذکر آن در اینجا لازم است این‌که، هرگاه بدانیم اقوام و آشنایانمان

(مثلاً پدر، عمو یا خواهرمان) دچار وضعیت بغرنجی شده‌اند، کمتر پیش می‌آید بی تفاوت باشیم، بلکه بلافاصله لااقل در حد توان اقدام به همیاری و کمک‌رسانی می‌نماییم اما سؤال این است که در برابر افراد غریبه‌ای که گرفتار شده‌اند، چه واکنشی خواهیم داشت؟ آیا کمک به دیگری که غریبه هستند نیز به همان اندازه حتمی است؟ این مسأله بویژه در اجتماعات شهری نمود پیدا می‌کند چرا که شهرها محل تجمع افراد گمنام و غریبه‌ای است که جز به ضرورت و برای رفع نیاز با یکدیگر تعامل برقرار نمی‌کنند. از این زاویه، می‌توان گفت عدم نوع دوستی عمدتاً مسأله‌ای شهری (در معنای مقابل اجتماعات کوچک همچون روستا) محسوب می‌شود؛ یعنی در جایی نمود پیدا می‌کند که افراد همدیگر را نمی‌شناسند، پیوندی با هم ندارند و تعهدی نسبت به دیگران نوعی احساس نمی‌کنند. در یک روستا که شهروندان همدیگر را می‌شناسند، در هنگامه‌ی گرفتاری‌ها در حد توان به کمک هم می‌شتابند اما در شهرها اینگونه نیست و باید بستری وجود داشته باشد و عواملی دست به دست هم دهند تا همیاری به وقوع پیوندد. این تمایز جغرافیایی به نوعی تفکیک پارسونز از متغیرهای الگویی را یادآور می‌شود.

در اکثر جوامع، کمک به هموعان یکی از اصول انسانیت شمرده می‌شود. در جامعه‌ی ما به دلیل تفوق ارزش‌های مذهبی خاص، کمک به هموعان همواره مورد توجه و توصیه و بی تفاوتی مورد نکوهش بوده است. در قرآن و احادیث منقول از پیامبر و امامان به کمک به دیگران، دست‌گیری از مستمندان و نیازمندان و رفتارهایی از این قبیل توصیه‌های فراوانی شده است مثلاً در حدیثی از امام صادق^(ع) نقل شده که، «گام برداشتن مسلمان در راه برآوردن حاجت مسلمان، بهتر از هفتاد طواف به دور خانه‌ی خداست». گرایش به رفتارهای نوع دوستانه مفهومی است که به کمک آن می‌توان به میزان نظم و همبستگی جامعه پی برد؛ زیرا «اساس هر جامعه را تعلق تشکیل می‌دهد که ریشه در وابستگی و ارتباط عاطفی به جمع یا احساس عضویت دارد» (موجسیس و فریجترز، ۲۰۱۱) بنابراین با تقویت آن می‌توان بر نظم و همبستگی جامعه افزود. در

منظری آسیب‌شناختی، «بی‌تفاوتی نوعی بیماری اجتماعی شناخته می‌شود؛ در مقابل آن، هرگونه اعتنای اجتماعی و نوع‌دوستی در حیات فردی و اجتماعی، نشانه‌ی پویایی و سلامت اجتماعی است» (محسنی تبریزی و صداقتی فرد، ۱۳۹۰: ۲). ارائه‌ی راه‌حل‌هایی برای افزایش میزان نوع‌دوستی و تقویت همبستگی و پویایی جامعه، لزوم مطالعه در این زمینه را نشان می‌دهد زیرا «کنش‌های دگردوستانه مهم‌ترین عامل در پیوند اجتماعی و مقوم حیات اجتماعی هستند» (عبداللهی و امینی، ۱۳۸۷: ۲).

همدان از جمله شهرهای پرجمعیت ایران است که بسیاری از شاخص‌های شهری همچون تراکم بالای جمعیتی و تحرک زیاد جغرافیایی، شیوه زندگی صنعتی و غیرکشاوری و نظایر آن در آن به وضوح قابل مشاهده است. بنابراین بر آن شدیم تا میزان گرایش به رفتارهای نوع‌دوستانه و عوامل مرتبط با آن را در نمونه‌ای از شهروندان همدانی به روش پیمایشی بررسی نماییم. برای این منظور، علاوه بر استمداد از مبانی نظری و مطالعات پیشین، به صورت غیرساختارمند به تعدادی از شهروندان مراجعه و از آنان درباره‌ی چرایی بی‌تفاوتی شهروندان و عدم گرایش به نوع‌دوستی در موقعیت‌های اضطراری سؤال شد تا ذهنیت مشارکت‌کنندگان درباره‌ی نوع‌دوستی و شاخص‌های تعیین‌کننده آن به دست آید. پاسخ‌های آن‌ها در قالب هشت مفهوم دسته‌بندی گردید. در مقاله‌ی حاضر، سعی خواهد شد تا میزان تبیین‌کنندگی این متغیرها در پهنه‌ی گسترده‌تر و در بین تعداد بیشتری از شهروندان به روش کمی مورد کنکاش و آزمون قرار گیرد. هشت متغیر مذکور در قالب فرضیه‌های تحقیق طرح خواهند شد.

چکیده‌ی یافته‌ها	پیشینه‌ی تحقیق محقق و سال انجام
<p>آگاهی از مشکلات مردم، اعتقاد به مؤثر بودن کمک‌ها و عدم وجود جایگزین دیگر بجز کمک خود پاسخگویان، باور به ناتوانی سازمان‌های حمایتی برای رفع نیازمندی، توان عینی پاسخگویان، و همچنین موقعیت‌ها و وضعیت‌های محرک احساسات و عواطف، بیشترین تأثیر را در بروز رفتارهای حمایتی داشته‌اند.</p>	<p>شکوری (۱۳۸۴) و همچنین شکوری (۱۳۸۶)</p>
<p>همدستان پژوهشگر، یک صحنه اضطراری ساختگی پدید آوردند و بر حسب عکس‌العمل‌هایی که افراد نشان دادند به دو گروه نوع‌دوست و بی‌تفاوت تقسیم شدند. یافته‌ها نشان می‌دهد در مواجهه با حالت‌های اضطراری، ۷۵ درصد از شهروندان نوع‌دوست و ۲۵ درصد بی‌تفاوتند. گروه نوع‌دوست در مقایسه با گروه بی‌تفاوت، دارای همدلی بیشتر، مسؤلیت‌پذیری بیشتر و تحلیل هزینه-پاداش مادی کمتر بود.</p>	<p>کلانتری و همکاران (۱۳۸۶)</p>
<p>با هدف سنجش اثر انواع سرمایه و نوع دین‌داری و باورهای دگردوستانه بر کنش‌های دگردوستانه نشان دادند که از میان متغیرهای اثرگذار بر کنش دگردوستانه، به ترتیب سرمایه‌ی اجتماعی، باورهای دگردوستانه، و دین‌داری مناسبی (اجتماعی) در تعیین کنش‌های دگردوستانه از سهم بیشتری برخوردارند.</p>	<p>عبداللهی و امینی (۱۳۸۷)</p>
<p>همدلی تأثیر معناداری بر نوع‌دوستی ندارد اما مسؤلیت اجتماعی و تحلیل هزینه^۰ پاداش تأثیر معناداری بر نوع‌دوستی دارند. تفاوت‌های جنسیتی و نقش‌های جنسیتی ارتباط معناداری با رفتارهای نوع‌دوستانه ندارند.</p>	<p>احمدی (الف) (۱۳۸۸) احمدی (ب) (۱۳۸۸)</p>
<p>آن‌ها نوع‌دوستی را به عنوان یکی از مصادیق عدم بی‌تفاوتی در روابط اجتماعی در نظر گرفته‌اند. نتیجه‌ی کلی پژوهش این است که میزان بی‌تفاوتی شهروندان تهرانی بالاتر از حد متوسط است و رابطه‌ی معناداری بین التزام مدنی، فردگرایی، آنومی، رضایت اجتماعی و محرومیت نسبی با بی‌تفاوتی مشاهده شده است.</p>	<p>محسنی تبریزی و صدائقی فرد (۱۳۹۰)</p>
<p>به اعتقاد روان‌شناسان، انگیزه‌ی اصلی افراد در تعاملات اجتماعی نوعی خودخواهی و نفع فردی است. مردم به دیگران سود می‌رسانند زیرا در نهایت خودشان سود می‌کنند. اما نویسنده پس از مرور مباحث منطقی و روان‌شناختی پیرامون خودخواهی و نوع‌دوستی، در نهایت به وجود رابطه‌ی بین همدلی و نوع‌دوستی رسیده‌اند.</p>	<p>باتسون و شاو (۱۹۹۱)</p>
<p>به بررسی دیدگاه دورکیم در زمینه‌ی انواع خودکشی (دگرخواهانه، خودمدارانه،</p>	<p>دارنوند (۱۹۹۶)</p>

چکیده‌ی یافته‌ها	محقق و سال انجام
آنومیک، تقدیرگرایانه) پرداخته و آن‌ها را به یکی از حالت‌های اجتماعی؛ نوع دوستی، خودمحوری، آنومی، و تقدیرگرایی ربط داده است.	
با طرح یک آزمایش و با مشاهده‌ی رفتار مردم بدین نتیجه رسیده‌اند که نوع دوستی و خودمحوری بر اساس ویژگی‌ها و شرایط فردی متفاوت است.	هو و لیو (۲۰۰۳)
براساس نتایج آزمایش آن‌ها، مردان بیشتر به زنان کمک می‌کنند اما زنان بیشتر در قبال هم‌جنس خود نوع دوست هستند. کسانی که همراه داشتند در مقایسه با کسانی که به تنهایی عبور می‌کردند، ۲۵ درصد نوع دوست‌تر بودند.	موجسیک و فریجترز (۲۰۱۱)
نظریه‌های مربوط به نوع دوستی دچار یک تغییر پارادایم شده‌اند به نحوی که امروزه نظریه‌پردازان نوع دوستی را بیشتر به طبیعت بشر نسبت می‌دهند در حالی که در گذشته آن را یک رفتار عامدانه و اکتسابی می‌دانستند.	پیلیاوین و چانگ (۲۰۱۴)

جمع‌بندی و ارزیابی پژوهش‌های انجام شده

با مرور پژوهش‌های انجام شده به نظر می‌رسد در حوزه‌ی شیوه سنجش و متغیرهای مستقل انتخاب شده ضعف وجود دارد مثلاً نوع دوستی را به شیوه‌ی ساده‌ای همچون امانت دادن گوشی تلفن همراه به منظور تماسی کوتاه برای دسته‌بندی افراد به نوع دوست و بی تفاوت سنجیده‌اند که به نظر نمی‌رسد اعتبار بالایی داشته باشد. بعلاوه متغیرهای پژوهش حاضر ترکیبی از کارهای قبلی و مستخرج از مصاحبه‌های غیرساختارمند با تعدادی از شهروندان است که بیانگر بُعد تازگی تحقیق است. درباره‌ی پژوهش‌های خارجی نیز باید گفت این پژوهش‌ها عمدتاً با رویکرد روان‌شناختی و به روش طراحی یک آزمایش ساده انجام گرفته‌اند. این پژوهش‌ها اگرچه با قرار دادن افراد در یک موقعیت واقعی سرکار دارند، اما فقط بعد روانی و فردی قضیه را مدنظر قرار می‌دهند که باعث تقلیل‌گرایی خواهد شد زیرا به نظر می‌رسد نوع دوستی مفهومی چند بعدی است و دارای دلالت‌های اجتماعی و جامعه‌شناختی نیز باشد.

مبانی نظری پژوهش

در جای جای فرهنگ و ادبیات ایران می‌توان نشان از واژه‌ی نوع‌دوستی و توصیه به آن را مشاهده نمود. شاه‌بیت چنین ادعایی «بنی‌آدم اعضای یکدیگرند...» از سعدی است. اما در بین جامعه‌شناسان، واژه‌ی نوع‌دوستی^۱ نخستین بار توسط آگوست کنت (۱۷۹۸-۱۸۵۷) فیلسوف و جامعه‌شناس فرانسوی به کار رفت و مقصود او دلبستگی به توجه به دیگران به عنوان یک اصل راهنمای عمل است. پیش از آگوست کنت، فیلسوفان به جای واژه‌ی نوع‌دوستی از تعابیر دیگری همچون نیکوکاری^۲، خیریه^۳، یا داشتن احساس و مهربانی استفاده می‌کردند.

براساس تعریف، نوع‌دوستی رفتاری داوطلبانه و بدون انتظار پاداش است که هدفش سود رساندن به دیگران است (ستوده، ۱۳۸۹: ۲۲۵) و در آن فرد، در جهت نفع و خیر دیگری عمل می‌نماید (ورنر بیرهوف، ۱۳۸۳). بارتل^۴ چند ویژگی برای عمل خیرخواهانه برشمرده است: به دیگری سود برساند، داوطلبانه باشد، با قصد و آگاهانه باشد و چهارم اینکه بدون انتظار پاداش باشد (پیلیاوین و چارنگ، ۱۹۹۰: ۳۰-۲۹). منظور از نوع‌دوستی در پژوهش حاضر، گرایش به انجام رفتارهایی است که فرد در یک موقعیت اضطراری که نیاز به مداخله و کمک است، به نفع دیگران انجام می‌دهد. هدف اصلی پژوهش حاضر، سنجش میزان گرایش به رفتارهای نوع‌دوستانه در موقعیت‌های غالباً اضطراری است نه صرفاً هر موقعیت معمولی همچون صدقه دادن که عموم مردم در هر شرایطی آن را انجام می‌دهند.

برخی نوع‌دوستی را یک امر اخلاقی می‌شمارند و حتی در کشاکش دسته‌بندی‌های مفهومی، آن را ذیل عنوان اخلاق جمعی یا اخلاق پیشرفته قرار می‌دهند (صادقی، ۱۳۷۱: ۴۵). اخلاق پیشرفته (در برابر اخلاق فردی که بر منافع شخصی استوار است)، از شخص می‌خواهد تا خود را به سطح یک عضو آگاه جامعه ارتقا دهد و منافع کلی جامعه را

1 Altruism

2. Beneficence

3. Charity

4 Bartal

درک کند. نیگل عنصر مشترک اخلاق را نوع‌دوستی می‌داند و می‌گوید: «نوع‌دوستی تمایل به انجام کاری [در راستای] منافع دیگران است، بدون نیاز به انگیزه‌های پنهانی» (نیگل، ۱۹۷۰: ۷۹ به نقل از ملایوسفی، ۱۳۸۷: ۱۱۶). به بیان دیگر، «اخلاق پیشرفته بر اصل نوع‌دوستی تکیه می‌کند که فرد را از خودگرایی به سمت دگردوستی و توجه به نیازهای دیگران سوق می‌دهد» (صادقی، ۱۳۷۱: ۴۵). چرا که براساس تعریف، «نوع‌دوستی، اساساً رفتاری است که هدف آن نفع‌رسانی به دیگران است» (ساروخانی، ۱۳۷۶: ۲۸۱).

در تحلیل رفتارهای نوع‌دوستانه، برخی از اندیشمندان اولویت را به فطری بودن رفتارهای نوع‌دوستانه می‌دهند. در مقابل، عده‌ای بر خصلت اکتسابی نوع‌دوستی از طریق مشاهده اعمال نوع‌دوستانه دیگران اشاره می‌کنند (مونرو، ۱۹۹۱: ۸). در کنار این نظریه‌ها، نظریه‌های زیست‌شناختی و زیست-اجتماعی قرار دارند. برطبق این نظریه‌ها، انسان‌ها در برخورد با کسانی که دارای ژن‌های مشترک و یا دارای خصوصیات زیستی-اجتماعی مشترک باشند، نوع‌دوست هستند؛ همان‌طور که در برابر اعضای خانواده خود چنین هستند. نقدی که بر چنین نظریه‌هایی می‌توان وارد کرد این است که همه‌ی انسان‌ها در برابر افرادی که هم‌ژن هستند، لزوماً نوع‌دوست نیستند. دوم اینکه گاهی انسان‌ها به کسانی که هم‌ژن یکدیگر نیستند، نیز کمک کرده‌اند. در نزد پژوهشگران حوزه‌ی روان‌شناسی اجتماعی، دو نظریه در پرداختن به مفهوم نوع‌دوستی بیان شده است: اول نظریه‌ی لوث مسؤولیت از جان داربی و بیب لاتانه است. براساس این نظریه، در موقعیت‌های اضطراری اگر بیش از یک نفر حضور داشته باشد، هر کس مسؤولیت دخالت در موقعیت را به دیگری محول کرده و خود را از یاری‌رساندن مبرا می‌داند یعنی هر شخص حاضر در موقعیت اضطراری نزد خود چنین تصور می‌کند که اگر لازم به دخالت و یاری‌رساندن بود، دیگران این کار را می‌کردند حالا که دخالتی نمی‌کنند حتماً نیاز نیست! «که به صورت چرا من؟ و چرا دیگران نه؟ جلوه می‌کند» (کریمی، ۱۳۸۶: ۱۶۳). با این استدلال، «این پژوهشگران فرضیه‌ای مطرح کردند مبنی بر اینکه صرف

تعداد افرادی که ناظر بر یک موقعیت اضطراری هستند، عمل یاری و مددکاری را سخت و دشوار کرده است» (ارونسون، ۱۳۸۷: ۷۳؛ ستوده، ۱۳۸۹: ۵۳). دوم، نظریه‌ی غفلت جمعی که نوع دوستی یا عدم دخالت ناظران و افراد حاضر در یک موقعیت اضطراری را به دلیل نوع برداشت و تعریف آنها از موقعیت می‌داند. بدین معنا که ممکن است ناظر یا ناظران هنگام برخورد با چنین موقعیت‌هایی آن را اضطراری تشخیص ندهند. به عبارت دیگر، «غفلت جمعی، ناظر بر این نکته است که تماشاچی یا تماشاچیان یک صحنه‌ی اضطراری، آن را تا چه حد به عنوان یک موقعیت اضطراری درک کنند» (کریمی، ۱۳۸۶: ۱۶۳).

چندان که گفته شد، رویکرد مقاله‌ی حاضر چنین است که متغیرهای مستقل تحقیق در کنار مرور مطالعات تجربی در حوزه‌ی نوع دوستی و رفتارهای دگرخواهانه، براساس مصاحبه با تعدادی از شهروندان تعیین شدند. بنابراین به دلیل ماهیت متمایز پژوهش، چارچوب نظری ترکیبی از نظریه‌ها و مطالب بیان شده در حوزه‌ی دین‌داری، اعتماد اجتماعی، آنومی، شهرگرایی، فردگرایی، رویکرد رفتاری (کیفیت تجربه‌های گذشته)، مسؤولیت‌پذیری اجتماعی و همدلی انتخاب شد. گفتنی است مصاحبه‌های انجام شده نه به منظور استناد و تحلیل، بلکه با هدف تکیه بر دیدگاه خود شهروندان، در استخراج دلایل نوع دوستی یا بی تفاوتی انجام شدند تا در مرحله‌ی بعد با استفاده از پیمایش، مشخص شود که آیا می‌توان به دلایل اشاره شده در نزد شهروندان مورد مصاحبه اعتماد کرد و آن‌ها را به عنوان عواملی تبیین‌کننده برشمرد یا خیر. در ادامه به بحث‌های نظری مختصری در باب هر یک از این متغیرهای مذکور پرداخته می‌شود.

دین و دینداری

بسیاری از ادیان و ارزش‌های دینی همواره مشوق اصل نوع دوستی بوده و آن را توصیه کرده‌اند. ارزش‌های غایی و جمع‌گرایانه که در دین به آن‌ها دعوت می‌شود، بر محوریت تقدم دیگران بر خود دور می‌زند. نظم اجتماعی ایجاب می‌کند که اهداف گروهی و ارزش‌های غایی نسبت به خواهش‌ها و انگیزه‌های فردی تقدم داشته باشند به عنوان

نمونه، «در آموزه‌های اسلامی، محبت به مردم و انسان دوستی بسیار توصیه شده است و حتی در مواردی مترادف با دین قلمداد شده است» (برای مرور آیات و روایاتی چند در این باره مراجعه شود به حیدری و موسوی، ۱۳۹۱: ۱۴). «در فلسفه‌ی تربیتی اسلام، کارکرد احسان، ایجاد حس محبت و انسان دوستی است که این دو موجب استحکام روابط اجتماعی و در نهایت تعالی نوع بشر را در پی دارد» (همان: ۵). شاید بتوان گفت دینداری از طریق افزایش انسجام اجتماعی و تقویت همبستگی و «ما»ی جمعی، موجب توجه بیشتر به هم‌نوعان و یاری‌رسانی به آنها خواهد شد. از آنجایی که سنجش رابطه‌ی ابعاد دینداری با نوع دوستی یکی از دغدغه‌های اساسی پژوهش است، از مدل سنجش دینداری شجاعی‌زند (۱۳۸۴) استفاده شد.

اعتماد اجتماعی

هر شکلی از نوع دوستی، نیازمند برقراری ارتباط است و برقراری رابطه و تعامل، بویژه هنگامی که داوطلبانه و اختیاری باشد، نیازمند وجود عنصر اعتماد است. در سطح فردی، «افرادی که معتقدند اکثر مردم قابل اعتمادند، احتمال بیشتری دارد که نسبت به آینده خوشبین‌تر باشند، مشارکت اجتماعی و سیاسی بیشتری داشته باشند و اعمال خیرخواهانه و دیگرخواهانه بیشتری انجام دهند» (سروش، ۱۳۹۱: ۷) یا برای نمونه، کارتر و کاستیلو نشان داده‌اند که دیگرخواهی مانند اعتماد و هنجار عمل متقابل، جزئی از سرمایه‌ی اجتماعی می‌باشد. هر جا که اعتماد قوی‌تر است، هنجارهای عمل متقابل و دیگرخواهی نیز قوی‌ترند (کارتر و کاستیلو، ۲۰۰۳ به نقل از سروش، ۱۳۹۱: ۱۱). اعتماد اجتماعی، مشارکت را سرعت بخشیده و تمایل افراد را برای همکاری با گروه‌های مختلف جامعه افزایش می‌دهد. با بسط و گسترش فرهنگ اعتماد می‌توان ارزش‌های اخلاقی مثبت مانند دیگرخواهی، راست‌گویی، انصاف، امانت‌داری و تعهد را در جامعه پروراند. اعتماد یکی از مهم‌ترین پیش‌بینی‌کننده‌های رفتار نوع‌دوستانه است و آن را افزایش می‌دهد زیرا اعتماد در روابط، میزان خطر‌پذیری را کاهش می‌دهد (روستین و اوسلانر، ۲۰۰۵: ۴۷). از نظر پاتنام «هنجارهای همیاری و شبکه‌های مشارکت مدنی باعث افزایش اعتماد و

همکاری‌های اجتماعی می‌شود؛ چرا که انگیزه‌های عهدشکنی و نیز جو ابهام‌آمیز و غیرشفاف را کاهش می‌دهند» (پاتنام، ۱۹۹۳) وی معتقد است، کسانی که به همسهریان خود اعتماد می‌کنند، بیشتر داوطلب اجرای برخی از کارها می‌شوند، بیشتر کارهای دگردوستانه انجام می‌دهند، مشارکت بیشتری در سازمان اجتماعی دارند، و احتمال بیشتری وجود دارد که به حقوق دیگران احترام بگذارند (پاتنام، ۱۳۸۰: ۱۵۷). گیدنز ظهور ارتباط ناب را مسأله‌ای جدید برای عرصه‌های نوین زندگی شخصی می‌داند. ارتباط ناب تنها برای پاداشی به وجود می‌آید که از نفس ارتباط حاصل می‌گردد. ارتباط ناب منوط به اعتماد متقابل است (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۴۳-۱۴۰). به نظر وی، «در صورت عدم وجود اعتماد، کنش افراد مبتنی بر رویکردهای بدگمانی یا خودداری می‌باشد» (گیدنز، ۱۳۷۷: ۱۱۹). از نظر زتومکا نیز، اعتماد به عنوان مهم‌ترین شاخص سرمایه‌ی اجتماعی، سازوکاری برای ایجاد انسجام و وحدت در نظام‌های اجتماعی و تسهیل‌گر مشارکت، تعاون اجتماعی و پرورش ارزش‌های مردم‌سالارانه است (زتومکا، ۱۳۸۶: ۲۲).

احساس انومی

در شرایط جامعه‌ی آنومیک، هنجارهای فرهنگی و حقوقی که افراد را هدایت کنند، وجود ندارد و یا در تقابل با یکدیگر قرار می‌گیرند و فرد نمی‌تواند تصمیم بگیرد که براساس کدام هنجار باید عمل کند. مصداق این حالت در رابطه با رفتارهای نوع‌دوستانه، تضاد ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی است، به صورتی که فرد نمی‌داند اقدام به یاری‌رسانی نماید یا خود را درگیر نکند مثلاً از طرفی ارزش‌های فرهنگی، فرد را توصیه به یاری‌رسانی و نوع‌دوستی می‌کنند اما از طرف دیگر، هنجارهای مشخص قانونی وجود ندارد تا به افرادی که با قصد یاری‌رسانی اقدام به مداخله می‌نمایند و دچار دردسر می‌شوند، حمایت کند. به اعتقاد دورکیم، وقتی فقدان التزام اجتماعی به قوانین، هنجارها و قواعد به وجود آید، افراد احساس می‌کنند راهنمایی در انتخاب‌های خود ندارند؛ در نتیجه حالتی از گسستگی و بی‌سازمانی در نظام اجتماعی آشکار می‌شود. در این حالت، افراد به حالت سردرگم، از اجتماع کناره‌گیری می‌کنند و ترجیح می‌دهند وارد دنیای امور

مبهم و بی‌قانون نشوند. از طرفی، آنومی باعث ایجاد نارضایتی اجتماعی نیز می‌شود و از این طریق هم باعث کناره‌گیری فرد از اجتماع و تنفر از دیگران می‌گردد. (رفیع‌پور، ۱۳۷۷: ۳۵).

شهرگرایی

اندیشمندان حوزه‌ی شهری، «نوع‌دوستی و بی‌تفاوتی را ناشی از ساختار شهری و ویژگی محیطی آن می‌دانند؛ با افزایش جمعیت و پیچیده‌تر شدن روابط اجتماعی، تمایل به مداخله در وضعیتهای اضطراری و کمک‌رسانی و نوع‌دوستی کاهش یافته، تمایل به بی‌تفاوتی گسترش می‌یابد» (کلانتری و دیگران، ۱۳۸۶: ۲۸). براین اساس، نوعی نگرش منفی نسبت به شهر شکل گرفته و می‌گویند: «معمولاً روابط در گروه‌های بزرگ‌تر و محیط‌های شهری از نوع دومین (ثانویه) است که ویژگی آن داشتن بار عاطفی کمتر و عقلانیت و حساب‌گری بیشتر، خشک و بی‌روح بودن و سست شدن روابط اجتماعی است» (نقدی، ۱۳۸۲: ۲۰۵). گئورگ زیمل که در این حوزه مطالعات گسترده‌ای انجام داده معتقد است «شهر محرک عصبی را تشدید می‌کند. شهر جایگاه اقتصاد پولی، تقسیم کار و مشاغل تخصصی است. مبادله‌ی کالا و استفاده‌ی همگانی از پول از روابط میان افراد شخصیت‌زدائی کرده و آن‌ها را بر مدار منافع شخصی بازسازی می‌کند. زیمل میان این شخصیت‌زدایی و فرآیند غیراجتماعی شدن یعنی سست شدن روابط عاطفی فرد با گروه نخستین (خانواده، همسالان) رابطه برقرار می‌کند. شهرنشینی فرد را مجبور می‌کند که به عضویت گروه جدید درآید که زیمل آن را گروه دومین می‌نامد» (فیالکوف، ۱۳۸۳: ۶۷).

دو مفهوم محوری در کار زیمل که مرتبط با هدف پژوهش حاضر است یکی: تحریک‌پذیری بالای اعصاب انسان ساکن در شهر است که در طول روز چندین بار اتفاق می‌افتد و فرد شهرنشین برای حفظ آرامش و امنیت خود ناچار است تعدادی از محرک‌ها را نادیده بگیرد و واکنش نشان ندهد. منشأ دیگر، رواج اقتصاد پولی است که روحیه حساب‌گری (عقلانیت ابزاری) و فردگرایی را در پی دارد. «شهر قانون اقتصاد

پولی است که رابطه‌ای نزدیک با تسلط عقل بر رفتار و گرایش‌های واقع‌بینانه مبتنی بر محاسبه با پدیده‌ها را دارد. فردی که به عقل ابزاری متوسل می‌شود، در ضمن نوعی بی‌تفاوتی نسبت به پدیده‌ها دارد و روابط شخصی و عاطفی را کمتر در امور دخالت می‌دهد. در چنین حالتی، همه چیز یا همه وقایع و حتی کیفیت‌ها قابل سنجش با یک معیار، یعنی پول می‌شوند» (ممتاز، ۱۳۸۷: ۱۱۸ و همچنین توسلی، ۱۳۸۶: ۸۱). نتیجه اینکه: «فرد شهرنشین آدمی است دل‌زده، دارای نگرشی محتاطانه و حتی انزجارآور نسبت به دیگران، با بی‌اعتنایی از درگیر شدن با احساسات خود را حفظ می‌کند» (کرایب، ۱۳۸۹: ۲۸۶).

فردگرایی

اساس نوع دوستی، گذر از خویشتن به نفع دیگری است چرا که فرد در ازای کمک و اقدام نوع دوستانه، پاداش مادی تعریف شده‌ای به دست نمی‌آورد و چه بسا نیازمند به خطر انداختن خود، هزینه کردن از جیب خود و صرف وقت و زمان است. براساس تعریف، فردگرایی بر «اولویت منافع، علایق و حالات فرد» تأکید دارد. این مفهوم را از زاویه‌های گوناگون می‌توان به انواعی تقسیم نمود (م.ش. و ثوقی و میرزایی، ۱۳۸۷). فردگرایی مفهومی طیف گونه است؛ در یک سمت آن ویژگی‌های مثبت و در سوی دیگر آن، خصوصیات منفی جای دارند: سویه‌های منفی فردگرایی در برگیرنده‌ی انزوا، خودخواهی^۱، خودشیفتگی (ترجیح خود بر دیگران) و موارد مشابه است. اما سویه‌های مثبت آن، مسئولیت‌پذیری، خوداتکایی، بازاندیشی در خود و خود مرجعی را شامل می‌شود (و ثوقی و میرزایی، ۱۳۸۷: ۹-۸).

به منظور تشریح مفهوم فردگرایی و ارتباط آن با نوع دوستی و دیگرخواهی، به مقایسه‌ی فردگرایی اخلاقی و فردگرایی خودمدارانه پرداخته می‌شود. فردگرایی اخلاقی، اصطلاحی دورکیمی است که در کتاب تقسیم کار اجتماعی مطرح شد (دورکیم، ۱۳۶۹). در این نوع فردگرایی، فرد در پیوند با نظام اجتماعی و نظم اخلاقی آن شناخته می‌شود زیرا

فردگرایی اخلاقی به معنای مسئول‌بودن فرد در قبال دیگران، جامعه و اخلاق مدنی است. این نوع فردگرایی «بر پایه‌ی احساس همدردی یا رنج هم‌نوعان، آرزوی برابری و عدالت بنیان نهاده شده است و منشأی اجتماعی دارد» (گیدنز، ۱۳۷۸: ۹۹). بنابراین فردگرایی اخلاقی و یا فردگرایی نهادی (در اندیشه‌ی پارسونز)، بیانگر تمایل به ارزش‌های انسان دوستانه و دیگرخواهانه در برابر توجه صرف به ارزش‌ها و منافع فردی (فردگرایی خودمدارانه) است. اما فردگرایی خودمدارانه «به نوعی از فردگرایی اطلاق می‌گردد که صرفاً بر تقدم منافع شخصی مبتنی است» (وثوقی و میرزایی، ۱۳۸۷: ۱۶). به بیان دیگر، فردگرایی معطوف به خودمداری، منیت، کسب سود شخصی به قیمت متضرر شدن دیگران، اتکای افراطی به خود و غیره است (تریانديس، ۱۹۹۸). در پژوهش حاضر، به جنبه‌ی منفی فردگرایی توجه شده است؛ جنبه‌ای که صرفاً به منافع شخصی و نه به ارزش‌ها و خواست جامعه توجه می‌شود و پس از سنجش میزان این نوع فردگرایی در جامعه‌ی آماری پژوهش، نسبت آن با گرایش به رفتارهای نوع‌دوستانه مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

نظریه‌ی مبادله: کیفیت تجربه‌های گذشته

به گمان نظریه‌پردازان مکتب مبادله، بسیاری از رفتارهای انسانی از جمله رفتارهای دگرخواهانه در چارچوب مبادلات انسانی قابل تبیین هستند یعنی کسب بیشترین پاداش^۱ در مقابل کم‌ترین هزینه^۲. برخی از علمای اجتماعی، مبادلات مذکور را در قالب مبادلات نامتقارن و متقارن گرم مورد بحث قرار می‌دهند. مبادله‌ی نامتقارن، انتشاری و عاطفی است. ایثار، یاری و دگرخواهی از مظاهر برجسته‌ی این نوع مبادله محسوب می‌شود که در آن‌ها غالباً انتظار جبران یا برگشت از طرف مقابل وجود ندارد. برگشت تنها از نوع نفع جانشینی و یا رضایت جانشینی است و در گروه‌های اولیه (دوستی، همسایگی و خانواده) یا جوامع مساوات‌طلب که تمایزپذیری اجتماعی و اقتصادی را تجربه نکرده‌اند، قابل مشاهده است (چلبی، ۱۳۷۵: ۱۲۹).

1 Reward

2 Cost

مفهوم کیفیت تجربه‌های گذشته بر گرفته از رویکرد جامعه‌شناسی رفتاری است. رفتارگرایی با نام بی.اف. اسکینر پیوند خورده است. در واقع رفتار و شکل‌گیری رفتار که اساساً چیزی جز رفتارهای دیگر نیست، موضوع بررسی اصلی اسکینر به حساب می‌آید. اگرچه کار اسکینر عمدتاً در حوزه‌ی روان‌شناسی بوده اما الهام‌بخش نظریه‌ی جامعه‌شناسی رفتاری شناخته می‌شود. «جامعه‌شناسی رفتاری به بررسی رابطه میان سابقه و واکنش‌های محیطی یا پیامدهای رفتار و ماهیت رفتار کنونی علاقمند است» (دوچ و کراوس، ۱۳۷۴: ۱۲). منظور این است که ریشه‌ی رفتار فعلی فرد را باید در گذشته‌ی او و پیامدی که رفتار او در گذشته برایش داشته، جست‌وجو کرد.

هومنز (که از نمایندگان مطرح مکتب مبادله به شمار می‌آید) معتقد بود کنشگر می‌تواند پس از ارزیابی موقعیت‌ها، تصمیم بگیرد که چه کنشی از خود نشان دهد تا بیشترین پاداش و کم‌ترین تنبیه را به دست آورد اما تصمیم او به چند قضیه‌ی اساسی بستگی خواهد داشت. برای اهداف حاضر مهم‌ترین قضایا عبارتند از: قضیه‌ی موفقیت: غالباً این گونه است که هر عملی که مورد پاداش قرار بگیرد، احتمال تکرار آن افزایش می‌یابد. قضیه‌ی پرخاشگری - تأیید: هرگاه یک شخص از کنش خود پاداشی را که انتظار دارد، به دست نیآورد و یا تنبیهی را دریافت کند که انتظارش را ندارد، خشمگین خواهد شد (ریترز، ۱۳۸۴: ۱۲۳ و ۱۲۴). جان پیلیاوین نیز در چارچوب نظریه‌ی مبادله‌ی اجتماعی، یک نظریه‌ی پنج مرحله‌ای را در تبیین بی‌تفاوتی و نوع‌دوستی مطرح می‌کنند که بنیاد آن محاسبه‌ی هزینه-پاداش^۱ است. به اعتقاد او، افراد ناظر در هنگام مواجهه با حالت‌های اضطراری به سرعت هزینه‌ها و پاداش‌های بی‌تفاوتی و نوع‌دوستی را بررسی می‌کنند. در صورتی که هزینه‌ی کمک کردن پایین و هزینه‌ی کمک نکردن بالا باشد، فرد ناظر اقدام به نوع‌دوستی خواهد کرد و در صورتی که هزینه‌ی کمک کردن بالا و هزینه‌ی کمک نکردن پایین باشد، فرد ناظر با بی‌تفاوتی از کنار صحنه خواهد گذشت. (پیلیاوین، ۱۹۹۰: ۲۵-۶۵) بنابراین، به طور مشخص، مفهوم دریافت خسارت و میزان خوشایند یا

ناخوشایند بودن را از این دیدگاه نظری گرفته و قصد سنجش و ارزیابی رابط‌های آن با مفهوم نوع‌دوستی را خواهیم داشت.

مسئولیت‌پذیری اجتماعی

از آنجایی که ما در یک اجتماع انسانی زندگی می‌کنیم، به حکم این زندگی در جمع، مسئولیت‌هایی بر دوش ماست. برخی از این مسئولیت‌ها، به صورت رسمی و قانونی بر عهده‌ی ما گذاشته شده‌اند اما برخی دیگر، به صورت غیررسمی و اجتماعی تعریف شده‌اند مثلاً همه‌ی ما ملزم به حفظ محیط زیست هستیم و یا مسئولیتی که هنگام مشاهده‌ی کودکی که والدین خود را گم کرده است، احساس می‌کنیم، در حالی که هیچ قانونی آن را تجویز نکرده است. در واقع یکی از معانی مسئولیت‌پذیری «برآورده کردن انتظاراتی است که جامعه از فرد دارد. پس نوعی احساس التزام به عمل در موقعیت‌های گوناگون به دلیل تقید نسبت به سایرین خواهد بود» (سبحانی نژاد و فردانش، ۱۳۷۹: ۱۰۰).

«مسئولیت‌پذیری اجتماعی پیامدهای اجتماعی و فرهنگی زیادی دارد که یکی از مهم‌ترین آن‌ها دیگرخواهی در روابط اجتماعی است» (سروش، ۱۳۹۱: ۳-۲). گاهی مسئولیت‌پذیری اجتماعی را التزام مدنی^۱ نیز می‌نامند؛ بدین معنا که «فرد در جامعه به عنوان عنصری فعال و هدفمند، خود را در قبال مسائل دیگران به طور هنجارمند مسؤول و موظف تلقی کرده و بنابراین می‌کوشد به مسائل خود و دیگران توجه نشان دهد» (مک‌لگان و نل، ۱۹۹۵ به نقل از صداقتی فرد، ۱۳۹۲: ۱۰۵). با توجه به مختصات عمومی جامعه‌ی ایران، به ندرت کسی را می‌توان یافت که در برابر اقوام خود که روابط عاطفی با آن‌ها دارد، احساس مسئولیت نداشته باشد. بنابراین پژوهش حاضر سعی در سنجش گرایش به رفتارهای نوع‌دوستانه افراد در برابر دیگران عام (افرادی که رابطه کنشگر با آن‌ها قراردادی و غیرعاطفی است شامل عموم شهروندان) «(طالبی و خوشبین، ۱۳۹۱: ۵) می‌گردد.

همدلی

تصمیم به اقدام برای عملی نوع دوستانه، قبل از هر چیز به آگاهی از سه بعد شرایط منفی پیش آمده، وضعیت دردناک فرد نیازمند و احساس نیاز به مداخله است. این مهم در سایه‌ی همدلی^۱ به وجود می‌آید. «مشخصه‌ی عاطفی و روانی همدلی که آگاهی از افکار، احساسات و حالات ذهنی دیگران است، زمینه‌ساز همانندی افراد با یکدیگر در عرصه‌های مختلف اجتماعی است» (زرشقانی، ۱۳۸۴: ۱۰). به بیان دیگر، هنگامی که انسان‌ها، هم‌نوعان خود را در شرایط نامساعدی گرفتار ببینند، از طریق همدلی، خود را در آن شرایط تصور می‌نمایند و اینکه در چنین شرایطی، خودشان انتظار دارند دیگران به وی کمک کنند.

همدلی هم به‌عنوان یک ویژگی شخصیتی و هم به‌عنوان یک توانایی، شرایط لازم را برای توجه به بسیاری از پدیده‌ها و رویدادهای محیط اجتماعی فراهم می‌کند برای نمونه زرشقانی (۱۳۸۴) بین همدلی و رفتارهای نوع دوستانه و گرایش به یاری‌رسانی به دیگران روابط مثبت گزارش نموده است بنابراین همدلی یا اصطلاحاً نقش‌گیری^۲ (یا همان مهارت در نظر گرفتن دیدگاه دیگری) به درک موقعیت دیگری در شرایط بحرانی بروز رفتارهای جامعه‌گرا و جهت‌گیری مثبت اجتماعی در هنگام نیاز منجر می‌شود، زیرا در تعاملات میان فردی، درک اندیشه و احساسات دیگری موجب تسهیل فرآیندها و رفتارهای دیگر محور مانند همدردی، تسلی دادن، کارهای داوطلبانه و نوع دوستی می‌گردد (هافمن، ۲۰۰۲، به نقل از هاشمی، ۱۳۹۲: ۵).

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش، پیمایش و تکنیک مورد استفاده پرسشنامه محقق ساخته است. اعتبار گویه‌ها به شیوه‌ی صوری (استفاده از نظر کارشناسان و متخصصان ذیربط) کسب شده است. همچنین برخی از گویه‌ها از پژوهش‌های پیشین مشابه اخذ شده‌اند. برای سنجش پایایی از آلفای کرونباخ استفاده شد که مقدار آن برای تمامی متغیرها، بالاتر از ۰,۷

(حداقل میزان مورد قبول) به دست آمد.

جامعه‌ی آماری، تمامی شهروندان ۱۸ سال و بالاتر شهرستان همدان است که طبق سرشماری سال ۱۳۹۰ مرکز آمار ایران ۸۸۹۵۸۳ ذکر شده است. با استفاده از فرمول کوکران (رفیع پور، ۱۳۸۷: ۳۸۳) حجم نمونه ۳۸۴ نفر تعیین گردید. در پژوهش حاضر، ابتدا مناطق موجود با توجه به ملاک‌های عرفی، اجتماعی و اقتصادی در سه طبقه‌ی پایین‌شهر، متوسط و بالا شهر دسته‌بندی و در مرحله‌ی بعد، از هر طبقه (از طبقات سه‌گانه فوق)، ۵ محله به شیوه‌ی تصادفی ساده (قرعه‌کشی) انتخاب شدند و در نهایت، از یک یا دو بلوک از محله‌های انتخاب شده، ۲۶ پاسخگو (برای پرسشنامه‌های باطل شده احتمالی، چند پاسخگو بیشتر) مورد مطالعه قرار گرفت. در مجموع ۱۵ نقطه از محله‌های شهری همدان بررسی شد.

پس از تکمیل پرسشنامه‌ها، گویه‌های مربوط به هر یک از متغیرها برای محاسبه‌ی شاخص مربوط به آن متغیر با هم جمع شده است. برای ارائه‌ی میانگین در هر شاخص، با هدف امکان مقایسه‌ی نمرات متغیرهای پژوهش و سهولت در گزارش و فهم این نمرات، بر اساس فرمول زیر، به مقیاس ۰ تا ۱۰۰ تبدیل شده‌اند. براساس این تغییر مقیاس، کم‌ترین نمره‌ای که هر متغیر به خود اختصاص می‌دهد، صفر و بیشترین مقدار ۱۰۰ خواهد بود (چلبی و جنادله، ۱۳۸۶: ۱۴۷). در نهایت، این مقیاس به مقوله‌ای ترتیبی در سه دسته‌ی صفر تا ۳۳ (پایین)، ۳۳ تا ۶۶ و ۶۶ تا ۱۰۰ (بالا) تبدیل شد.

$$s = \frac{x - \min}{\max - \min} * 100$$

S: نمره‌ی متغیر در مقیاس جدید، X: نمره‌ی متغیر در مقیاس قبلی

min: کم‌ترین نمره‌ی متغیر در مقیاس قبلی، max: بیشترین نمره‌ی متغیر در مقیاس قبلی

یافته‌های پژوهش

در یک نگاه کلی، ۵۴ درصد از پاسخگویان مرد و ۴۷ درصد از آن‌ها زن و ۶۰ درصد از آن‌ها مجرد و ۴۰ درصد متأهل بوده‌اند. حدود ۱۲ درصد بی‌سواد، ۲۵ درصد تحصیلات

کمتر از دیپلم، ۳۴ درصد دیپلم تا کاردانی، ۲۱ درصد کارشناسی و تنها ۸ درصد تحصیلات کارشناسی ارشد یا دکتری داشته‌اند. همچنین، ۴۴ درصد از پاسخگویان کمتر از ۲۹ سال، ۶۸ درصد کمتر از ۳۹ سال و ۹۱ درصد افراد نمونه کمتر از ۴۹ سال سن داشته‌اند که این امر نشان دهنده‌ی جوان بودن جمعیت نمونه است.

جدول شماره ۱: توصیفی از وضعیت متغیرهای پژوهش در نمونه‌ی مورد بررسی

شاخص متغیرهای تحقیق	بالا	متوسط	پایین	میانگین
شاخص دین‌داری	۳۹,۴	۴۳,۷	۱۶,۹	۷۳,۸
شاخص اعتماد	۱۴,۲	۳۲,۶	۵۳,۲	۳۸,۷۲
شاخص احساس آنومی	۴۳,۷	۳۹,۱	۱۸,۲	۶۹,۰۵
شاخص شهرگرایی	۳۶,۴	۴۳,۶	۲۰	۶۴,۶۳
شاخص فردگرایی	۳۹,۲	۴۸,۷	۱۲,۱	۶۶,۰۳
شاخص خوشایندی تجربه‌های گذشته	۲۳,۲	۴۲,۳	۳۴,۵	۴۵,۵۹
شاخص مسؤلیت‌پذیری	۲۹,۷	۴۶,۵	۲۳,۸	۵۳,۸۱
شاخص همدلی	۴۶	۳۲,۷	۲۱,۳	۵۹,۱۱
شاخص گرایش به رفتارهای نوع دوستانه	۲۸,۴	۳۹,۹	۳۱,۷	۴۳,۵۲

از آنجایی که مبنای داده‌ها صفر تا صد است، می‌توان میانگین یافته‌ها را در هر شاخص مقایسه نمود. بر این اساس، اطلاعات جدول شماره ۱ نشان می‌دهد که میزان گرایش به رفتارهای نوع دوستانه در بین نمونه پژوهش کمتر از متوسط است که با توجه به اهمیت نوع دوستی در زندگی روزمره، این امر می‌تواند یک مسأله قلمداد شود. در رابطه با میزان دین‌داری، نمونه‌ی پژوهش میزان بالایی از دین‌داری را گزارش داده‌اند؛ میانگین حدود ۷۴ از ۱۰۰ این امر را نشان می‌دهد. نکته‌ی مهم دیگر، سطح پایین اعتماد و همچنین سطح بالای احساس آنومی در بین پاسخگویان (میانگین ۲۹ برای اعتماد اجتماعی و میانگین ۶۹ برای احساس آنومی اجتماعی) که امری نگران‌کننده است.

میانگین حدود ۶۵ برای شهر گرایی و ۶۶ برای فردگرایی نیز از بالا بودن این دو خصیصه در بین نمونه حکایت دارد. میانگین مسؤولیت‌پذیری اجتماعی در حدود ۵۴ نشان دهنده‌ی ضعیف بودن مسؤولیت‌پذیری اجتماعی است اما میانگین همدلی با نمره‌ی ۵۹ در مقایسه با مسؤولیت‌پذیری اندکی بالاتر به نظر می‌رسد.

آزمون فرضیه‌های پژوهش

جدول شماره ۲: نتایج حاصل از بررسی رابطه‌ی متغیرهای مستقل با گرایش به رفتارهای نوع‌دوستانه

سطح معناداری Sig	ضریب همبستگی (R)	شاخص‌های آماری فرضیه
۰,۰۰۱	۰/۴۷	دینداری * گرایش به رفتارهای نوع‌دوستانه
۰,۰۰۱	۰/۵۸	اعتماد اجتماعی * گرایش به رفتارهای نوع‌دوستانه
۰,۰۰۱	-۰/۵۶	احساس انومی * گرایش به رفتارهای نوع‌دوستانه
۰,۰۰۱	-۰,۴۶۸	شهرگرایی * گرایش به رفتارهای نوع‌دوستانه
۰,۰۰۱	-۰,۴۷۶	فردگرایی * گرایش به رفتارهای نوع‌دوستانه
۰,۰۰۱	۰,۴۴۶	خوشایندی تجربه‌ها * گرایش به رفتارهای نوع‌دوستانه
۰,۰۰۱	۰,۴۰۵	مسؤولیت‌پذیری * گرایش به رفتارهای نوع‌دوستانه
۰,۰۰۱	۰,۳۷۲	همدلی * گرایش به رفتارهای نوع‌دوستانه

ضریب همبستگی متغیرهای مستقل تحقیق با گرایش به رفتارهای نوع‌دوستانه در جدول شماره ۲ آمده است. براین اساس، می‌توان گفت بین متغیرهای مورد بررسی و گرایش به رفتارهای نوع‌دوستانه رابطه‌ی معنادار وجود دارد. به بیان دیگر، می‌توان ادعا کرد هرچه میزان دین‌داری در بین شهروندان بیشتر باشد، گرایش به رفتارهای نوع‌دوستانه نیز بیشتر خواهد بود. همچنین انتظار می‌رود با افزایش اعتماد اجتماعی در بین شهروندان،

میزان گرایش به رفتارهای نوع دوستانه نیز بیشتر شود. برطبق یافته‌های تحقیق، باید گفت بین احساس آنومی و گرایش به رفتارهای نوع دوستانه رابطه منفی و معناداری وجود دارد؛ هرچه میزان احساس آنومی در بین شهروندان بیشتر، گرایش به رفتارهای نوع دوستانه کمتر خواهد بود. یافته‌ها در رابطه با کیفیت تجربه‌های اخیر و گرایش به رفتارهای نوع دوستانه نشان می‌دهد هرچه این تجربه‌ها مثبت و خوشایند داشته باشند، شهروندان تمایل بیشتری به رفتارهای نوع دوستانه خواهند داشت و برعکس. در رابطه با تأثیر مسؤولیت‌پذیری و همدلی بر تمایل به رفتارهای نوع دوستانه نیز می‌توان گفت هرچه میزان تعهد اجتماعی و همدلی در بین شهروندان بالاتر، گرایش به رفتارهای نوع دوستانه نیز بیشتر خواهد بود.

آزمون رابطه‌ی متغیرهای جمعیت‌شناختی و گرایش به رفتارهای نوع دوستانه

به منظور کسب شناخت بیشتر و پیش‌بینی مناسب‌تر از تعیین‌کننده‌های گرایش به رفتارهای نوع دوستانه، اقدام به بررسی رابطه‌ی متغیرهای جمعیت‌شناختی و گرایش به رفتارهای نوع دوستانه شد که یافته‌ها نشان داد؛ آزمون مقایسه‌ی میانگین گرایش به رفتارهای نوع دوستانه در بین دو جنس نشان می‌دهد که اگرچه میزان گرایش به نوع دوستی ۷,۳۹ (برمبنای ۱۰۰) در بین مردان بیشتر از زنان است، اما این تفاوت معنادار نبوده و نمی‌توان اختلاف میانگین را به جامعه‌ی آماری تعمیم داد. بررسی همبستگی پیرسون بین سن و گرایش به رفتارهای نوع دوستانه ارتباط ضعیف با مقدار ۰,۱۳ را نشان می‌دهد. بدین معنا که گروه‌های سنی نوجوان و جوان کمتر گرایش به رفتارهای نوع دوستانه دارند تا افراد مسن‌تر. نتایج حاصل از مقایسه‌ی میانگین در بین گروه‌های سنی، همین امر را نشان داد البته تفاوت میانگین گروه‌های سنی در حد کم است و این مقدار معنادار نیست و نمی‌توان گفت بین گروه‌های سنی در جامعه تفاوت معناداری در میزان گرایش به رفتارهای نوع دوستانه مشاهده می‌شود. نتایج آزمون F نشان می‌دهد میزان گرایش به رفتارهای نوع دوستانه در میان افرادی که تحصیلات پایین و متوسطی دارند نسبت به افراد با تحصیلات بالا بیشتر است. همچنین نتایج آزمون T اختلاف

معناداری را بین افراد مجرد و متأهل از حیث گرایش به رفتارهای نوع‌دوستانه نشان نمی‌دهد هر چند که این نسبت در بین افراد مجرد بیشتر از افراد متأهل است.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

به وضوح مشخص شد که متغیرهای مستقل پژوهش می‌توانند تبیین‌کننده‌ی کاهش یا افزایش گرایش به رفتارهای نوع‌دوستانه باشند؛ اینکه دینداری، اعتماد اجتماعی، همدلی، مسئولیت‌پذیری و خوشایندی تجربه‌های گذشته، باعث افزایش گرایش به رفتارهای دگرخواهانه و در مقابل، احساس انومی، شهرگرایی و فردگرایی خودمدارانه باعث کاهش گرایش به رفتارهای نوع‌دوستانه خواهند شد. این یافته‌ها می‌توانند تأییدکننده‌ی مطالب و نظریات گفته شده در حوزه‌ی عوامل گرایش به رفتارهای نوع‌دوستانه و نشان‌دهنده‌ی قابلیت تعمیم نتایج حاصل از مصاحبه‌های اولیه باشد. البته باید توجه داشت که این پژوهش در یک جامعه آماری محدود انجام شده و تکرار این مطالعه در گروه‌ها و اجتماعات مختلف (روستایی، شهری و عشایری) و با استفاده از روش‌های دیگر همچون نظریه‌ی زمینه‌ای ممکن است داده‌ها و نکات تازه‌تر و ژرف‌تری را در این باره روشن نماید و یافته‌های جالبی در پی داشته باشد. همچنین با توجه به مشاهده‌ی روابط معنادار متغیرهای مستقل با گرایش به رفتارهای نوع‌دوستانه، می‌توان با انجام فراتحلیل یا مطالعه‌ای جامع درباره‌ی هر یک متغیرهای مستقل به راه‌حلهایی برای افزایش یا کاهش میزان این متغیرها در بین شهروندان دست یافت.

در پژوهش حاضر مشخص شد که متغیرهای مستقل تحقیق با گرایش به رفتارهای نوع‌دوستانه رابطه‌ی معنادار و عموماً بالایی دارند. از این رو با تقویت مکانیزم‌هایی که در این متغیرها تغییر ایجاد می‌نماید، می‌توان گرایش به رفتارهای نوع‌دوستانه را افزایش داد. این امر از طریق برنامه‌ریزی و توجهات ساختاری ممکن خواهد شد: زمینه‌سازی از طریق ابزارها و روش‌های گوناگون برای افزایش میزان متغیرهایی که به صورت مثبت تأثیر داشتند و حذف متغیرهایی که به صورت منفی و کاهنده در بروز رفتارهای نوع‌دوستانه اثرگذار هستند؛ اینکه چگونه می‌توان اعتماد اجتماعی، دین‌داری، همدلی و

مسئولیت‌پذیری شهروندان را افزایش و چه اقداماتی می‌توان برای خوشایند بودن تجربه‌های گذشته افراد انجام داد و متقابلاً چه می‌توان کرد که میزان احساس انومی، شهرگرایی و فردگرایی شهروندان کاهش یابد. مثلاً از آنجایی که بر اساس یافته‌ها، رابطه‌ی اعتماد اجتماعی و گرایش به رفتارهای نوع دوستانه تأیید شد، می‌توان با مراجعه به پژوهش‌هایی که در مورد اعتماد اجتماعی انجام شده‌اند و یا با انجام تحقیقات جامع و گسترده درباره‌ی آن، به راه‌حلی برای افزایش اعتماد اجتماعی مردم دست یافت. از جمله این راه‌ها که در برخی از پژوهش‌ها نیز به آن‌ها اشاره شده است، مشارکت دادن شهروندان در حیات اجتماعی، رفتار صادقانه مسئولان و پذیرش خطاهای احتمالی‌شان، و تقویت اخلاق عمومی از طریق عمل صادقانه را می‌توان پیشنهاد نمود. یا از آنجایی که احساس انومی باعث کاهش گرایش به رفتارهای نوع دوستانه می‌شود، می‌توان با تغییر شرایطی که منجر به احساس انومی شهروندان می‌گردد، بر احتمال بروز رفتارهای نوع دوستانه افزود. این مهم، در سایه‌ی شناسایی عوامل مؤثر بر احساس انومی ممکن خواهد بود. از جمله اینکه شهروندان مطمئن شوند که رفتارهای قانون‌مدار و مبتنی بر نظم و قاعده پاداش می‌گیرند و رفتارهای مخالف آن تنبیه و سرکوب می‌شوند، باعث افزایش اعتماد و کاهش احساس انومی خواهد شد. یا با توجه به رشد جمعیت شهری، که شهرگرایی و مؤلفه‌های آن همچون فردگرایی را در پی خواهد داشت، تدابیری اندیشیده شود تا این موضوع با زوال ارزش‌های دینی و سنتی، و کاهش روابط اجتماعی و همسایگی همراه نباشد بلکه باعث افزایش همدلی و مشارکت بیشتر شهروندان بشود. با توجه به این روابط کلی، پیشنهاد می‌شود تمام متغیرها و مکانیسم‌های اجتماعی را که باعث کاهش اعتماد اجتماعی، دین‌داری، همدلی و مسئولیت‌پذیری شهروندان می‌شوند و همچنین مکانیسم‌هایی که باعث افزایش شهرگرایی، فردگرایی و احساس انومی و بی‌قانونی می‌شوند، مورد توجه جامعه و مسئولان قرار گیرند. این پیشنهادها، راهکارهایی ساختاری و بسیار مهم می‌باشند. علاوه بر این، می‌توان به پیشنهادهای سطح خردی نظیر حمایت از گروه‌ها و انجمن‌های بشردوستانه مردم‌نهاد (انجمن‌های داوطلبانه، NGOها و

غیره) و گروه‌های اقدام مشترک به منظور سازمان‌دهی عقلانی و جمعی رفتارهای مدنی نوع‌دوستانه که هم‌زمان موجب تقویت «ما»ی جمعی و احساس هم‌سرنوشتی و مانع گسترش بی‌رویه‌ی فردگرایی خودمدارانه می‌شوند، تسهیل شرایط هنجاری قانونی که افراد مداخله‌گر و یاری‌رسان دچار گرفتاری‌های بی‌مورد نشوند، فرهنگ‌سازی از طریق رسانه‌های گروهی همچون تلویزیون برای ارج نهادن به نوع‌دوستی و ارائه‌ی الگوهای دینی، اخلاقی و اجتماعی برای تقویت گرایش شهروندان به نوع‌دوستی و همچنین تربیت انسان‌های مسئولیت‌پذیر و جمع‌گرا از طریق کتاب‌های درسی و ارائه‌ی آموزش‌های مناسب به منظور ارتقای میزان مسئولیت‌پذیری و همدلی شهروندان و غیره نیز اشاره نمود اما باید توجه داشت که این موارد برای تقویت تأثیرات ساختاری گفته شده عمل می‌کنند و تا زمانی که موانع ساختاری بر طرف نشوند، راه‌گشا نخواهند بود.



منابع

- احمدی، سیروس. (۱۳۸۸). بررسی نوع دوستی در روابط اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن. مجله‌ی جامعه‌شناسی ایران، دوره‌ی ۱۰، شماره‌ی ۲، صص ۸۷-۱۰۸.
- احمدی، سیروس. (۱۳۸۸). تفاوت‌های جنسیتی در رفتارهای نوع دوستانه. جامعه‌شناسی کاربردی، شماره‌ی ۳، صص ۲۳-۳۶.
- ارونسون، الیوت. (۱۳۸۷). روانشناسی اجتماعی، حسین شکرکن، تهران: نشر رشد.
- پاتنام، رابرت. (۱۳۸۰). دموکراسی و سنت‌های مدنی. محمد تقی دلفروز، تهران: نشر غدیر.
- توسلی، غلام عباس. (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی شهری. چاپ نهم، انتشارات دانشگاه پیام نور.
- چلبی، مسعود؛ جنادله؛ علی. (۱۳۸۶). بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر موفقیت اقتصادی. پژوهشنامه‌ی علوم انسانی دانشگاه شهید بهشتی، ویژه‌نامه‌ی جامعه‌شناسی، شماره‌ی ۵۳، صص ۱۱۷-۱۵۴.
- چلبی، مسعود. (۱۳۷۵). جامعه‌شناسی نظم، تحلیل و تشریح نظری نظم اجتماعی. تهران: نشر نی.
- حیدری، محمدحسین؛ موسوی، ستاره. (۱۳۹۱). تأملی بر جایگاه انسان دوستی در فلسفه‌ی تربیتی اسلام. دو فصلنامه‌ی تربیت اسلامی، سال هفتم، شماره‌ی ۱۵، پاییز و زمستان ۱۳۹۱، ۱۹۳-۲۱۱.
- دوچ، مورتون؛ کراوس، رابرت. (۱۳۷۴). نظریه‌ها در روانشناسی اجتماعی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- دورکیم، امیل. (۱۳۶۹). درباره‌ی تقسیم کار اجتماعی. باقر پرهام. تهران: نشر مرکز.
- رفیع‌پور، فرامرز. (۱۳۷۸). آناتومی جامعه. تهران: نشر شرکت سهامی انتشار.
- رفیع‌پور، فرامرز. (۱۳۸۷). کندو کاوها و پنداشته‌ها: مقدمه‌ای بر روش‌های شناخت جامعه و تحقیقات اجتماعی. چاپ هفدهم، تهران: نشر شرکت سهامی انتشار.
- ریتزر، جورج. (۱۳۸۴). نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر. محسن ثلاثی، انتشارات علمی-فرهنگی.
- زتومکا، پیترو. (۱۳۸۶). اعتماد نظریه‌ی جامعه‌شناختی، ترجمه غلامرضا غفاری، تهران، نشر شیرازه.

- زرشقانی، مسعود. (۱۳۸۴). هنجاریابی و اعتباریابی مقیاس‌های همدلی و رفتار مدنی - سازمانی. پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد روانشناسی، دانشگاه اصفهان.
- ساروخانی، باقر. (۱۳۷۶). مقدمه‌ای بر دایره‌المعارف علوم اجتماعی. تهران: نشر کیهان.
- سبحانی نژاد، مهدی؛ هاشم، فردانش. (۱۳۷۹). مسؤلیت‌پذیری اجتماعی در برنامه‌ی درسی کنونی مدارس ابتدایی ایران. نشریه‌ی مدرس علوم انسانی، دوره ۴، شماره ۱۴، صص ۹۵-۱۱۴.
- ستوده، هدایت‌الله. (۱۳۸۹). روانشناسی اجتماعی. چاپ سیزدهم، تهران: انتشارات آوای نور.
- سروش، مریم. (۱۳۹۱). احساس مسؤلیت فردی و اجتماعی، دیگرخواهی و اعتماد اجتماعی: مطالعه‌ی نوجوانان شیراز. نشریه‌ی جامعه‌شناسی کاربردی، سال ۲۳، شماره‌ی پیاپی ۴۶، شماره دوم، صص ۲۱۱-۱۹۳.
- شجاعی زند، علیرضا. (۱۳۸۴). مدلی برای سنجش دین‌داری در ایران. مجله‌ی جامعه‌شناسی ایران، دوره‌ی ششم، شماره‌ی ۱، صص ۶۶-۳۴.
- شکوری، علی. (۱۳۸۶). بررسی تجربی و نظری کنش‌های نوع‌دوستانه. نشریه سیاست داخلی، سال اول، شماره دوم، صص ۱۵۳-۱۲۳.
- شکوری، علی. (۱۳۸۴). رفتارهای حمایتی و دلایل بروز آن‌ها. فصلنامه رفاه اجتماعی، سال پنجم، شماره ۱۸، صص ۲۶-۱.
- صادقی، محمدرضا. (۱۳۷۱). پایه اجتماعی اخلاق. تهران: نشر اشاره.
- صداقتی فرد، مجتبی. (۱۳۹۲). بی‌تفاوتی اجتماعی (معنا کاوی، بنیان نظری، سبب‌شناسی). اصفهان: نشر بهتاپژوهش.
- طالبی، ابوتراب؛ خوشبین، یوسف. (۱۳۹۱). مسؤلیت‌پذیری اجتماعی جوانان. فصلنامه‌ی علوم اجتماعی، شماره‌ی ۵۹، صص ۲۴۰-۲۰۷.
- عبداللهی، محمد؛ امینی، سعیده. (۱۳۸۷). تحلیل جامعه‌شناختی دگردوستی در ایران (مطالعه‌ی موردی شهر تهران). مجله‌ی جامعه‌شناسی ایران، دوره‌ی هشتم، شماره‌ی ۳، صص ۵۱-۲۸.
- فرگاس، جوزف. (۱۳۷۳). روانشناسی تعامل اجتماعی: رفتار میان فردی. مهرداد فیروز

- بخت، خشایار بیگی، تهران: نشر ابجد.
- فیالکوف، یانکل. (۱۳۸۳). جامعه‌شناسی شهر. عبدالحسین نیک گهر، تهران: نشر آگه.
- کرایب، یان. (۱۳۸۹). نظریه‌ی اجتماعی کلاسیک. مقدمه‌ای بر اندیشه‌ی مارکس، وبر، دورکیم، زیمل. شهناز مسمی پرست، چاپ پنجم، تهران: نشر آگه.
- کریمی، یوسف. (۱۳۸۶). روانشناسی اجتماعی. تهران: انتشارات ارسباران.
- کلانتری، صمد؛ ادیبی، مهدی؛ ربانی، رسول؛ احمدی، سیروس. (۱۳۸۶). بررسی بی تفاوتی و نوع دوستی در جامعه‌ی شهری ایران و عوامل مؤثر بر آن. دو ماهنامه‌ی دانشور رفتار، سال ۱۴، شماره‌ی ۲۲، صص ۲۷-۳۵.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۷). پیامدهای مدرنیته. محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز.
- _____ (۱۳۷۸). سیاست، جامعه‌شناسی و نظریه‌ی اجتماعی. منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
- محسنی تبریزی، علیرضا؛ صداقتی فرد، مجتبی. (۱۳۹۰). پژوهشی درباره‌ی بی تفاوتی اجتماعی در ایران (مورد پژوهش: شهروندان تهرانی). مجله‌ی جامعه‌شناسی کاربردی، سال ۲۲، شماره‌ی پیاپی (۴۳)، شماره‌ی ۳، صص ۲۲-۱.
- ملایوسفی، مجید. (۱۳۸۷). نیگل و عینیت ارزش‌های اخلاقی. نامه حکمت، سال ششم، شماره‌ی اول، بهار و تابستان ۱۳۸۷، صص ۱۲۷-۱۱۱.
- ممتاز، فریده. (۱۳۸۷). جامعه‌شناسی شهر. چاپ سوم، تهران: انتشارات شرکت سهامی انتشار.
- نقدی، اسدالله. (۱۳۸۲). انسان و شهر (درآمدی بر جامعه‌شناسی شهری). همدان: انتشارات فن‌آوران.
- وثوقی، منصور؛ میرزایی، حسین. (۱۳۸۷). فردگرایی: تأملی در ابعاد و شاخص‌ها. نشریه‌ی مطالعات جامعه‌شناختی، شماره‌ی ۳۴، صص ۱۱۷-۱۴۲.
- ورنر بیرهوف، هانس. (۱۳۸۳). رفتارهای اجتماعی مطلوب: تحلیل انواع رفتارهای اجتماعی از دیدگاه روانشناسی اجتماعی. رضوان صدقی نژاد، تهران: گل آذین.
- هاشمی، حمید؛ آراین پور، الناز؛ ماشینچی عباسی، نعیمه. (۱۳۹۲). نقش جهت‌گیری اجتماعی بر رفتار اخلاقی با توجه به نقش میانجی نوع دوستی. پژوهش‌های روان‌شناسی

اجتماعی، دوره‌ی ۳، شماره‌ی ۹، صص ۱۲۴-۱۱۱.

- وبسایت مرکز آمار ایران به نشانی:

<http://www.amar.org.ir/Default.aspx?tabid=784>

- Baron, Robert A. & Byrne, Donn. (1987). *Social Psychology: Understanding Human Interaction*. Published by Allyn and Bacon, Boston.
- Hu, Yung-An and Yang Liu (2003). Altruism versus Egoism in Human Behavior of Mixed Motives: An Experimental Study. *American Journal of Economics and Sociology*, Vol. 62, No. 4 (Oct., 2003), pp. 677-705.
- Monroe, Kristen Renwick. (1991). Explaining Difference between rational actors and altruism through Cognitive Frameworks. *Jornal of politics*, vol. 53, no2, pp.394-433.
- Mujcic, Redzo & Frijters, Paul. (2011). Altruism in Society: Evidence from a Natural Experiment Involving Commuters. available in: <http://ftp.iza.org/dp5648.pdf>.
- Piliavin, Jane Allyn & Charng, Hong-Wen. (1990). Altruism: A Review of Recent Theory and Research. *Annual Review of Sociology*, Vol. 16, pp. 27-65.
- Putnam, Robert. (1993). *The Prosperous Community: Social Capital and Public Life*. New York: American Prospect.
- Dohrenwend, Bruce P. (1969). Egoism, Altruism, Anomie, and Fatalism: A Conceptual Analysis of Durkheim's Types. *American Sociological Review*, Vol. 24, No. 4 , pp. 466-473.
- Fowler, James H. and Cindy D. Kam (2007). Beyond the Self: Social Identity, Altruism, and Political Participation. *The Journal of Politics*, Vol. 69, No. 3 (Aug., 2007), pp. 813-827.
- Batson, C. Daniel and Laura L. Shaw (1991) Evidence for Altruism: Toward a Pluralism of Prosocial Motives. *Psychological Inquiry*, Vol. 2, No. 2, 107-122.
- Rothstein, Bo & Uslaner, Eric M. (۲۰۰۵). All for All: Equality, Corruption, and Social Trust. *World Politics*, Vol. 58, No.1, pp.41-72.
- Triandis, Harry C. (1998). *Individualism and collectivism: Theoretical and Methodological Approach*. Sage publication.