

بررسی رفتار و نگرش جمع‌گرانه شهروندان تهرانی

سعید معیدفر، سید علیرضا دربندی

توجه به منافع جمعی و جمع‌گرایی عقلانی از ضرورت‌های بنیادی هر جامعه‌ای است. در این پژوهش تلاش بر این بوده است تا متغیرهای تأثیرگذار بر جمع‌گرایی با همکاری در دوره‌ای اجتماعی‌شناسایی شود. چهارچوب نظری پژوهش تئوری متأخر انتخاب عقلانی است که در تحلیل خود از رفتار انسان غیر از محاسبات سود و زیان مادی، تمایلات دیگرخواهانه و رفتار منصفانه را نیز مورد توجه قرار می‌دهد. بر مبنای فرضیه‌های تحقیق، متغیرهای تعهد عام، خویشتن‌داری، دینداری، تمایل به همکاری، باور به زیان‌های عدم همکاری، اعتماد به همکاری دیگران، رضایت از زندگی، دریافت پیام‌های متقاعدکننده و تجربه واکنش منفی دیگران بر جمع‌گرایی مؤثر است. رفتار جمع‌گرایانه مورد بررسی، توقف عابران در برابر چراغ قرمز است. نمونه تحقیق شامل ۳۰۰ نفر از عابرانی است که از سه تقاطع پرازدحام در جنوب، مرکز و شمال تهران قصد عبور از چراغ قرمز داشته‌اند. بر پایه تحلیل یافته‌های تحقیق، رابطه همه متغیرها - به جز رضایت از زندگی و تجربه واکنش منفی دیگران - با متغیر وابسته تأیید می‌شود. در تحلیل رگرسیون به شیوه گام به گام نیز متغیرهای «دریافت پیام‌های متقاعدکننده»، «خویشتن‌داری» و «تعهد عام» وارد معادله شدند و در مجموع حدود ۱۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین کردند. به منظور افزایش همکاری در موقعیت‌های دوره‌ای اجتماعی چند راه‌حل ارائه می‌شود: ۱. تقویت دیگرخواهی و تعهد جمعی، ۲. آموزش درباره زیان‌های عدم همکاری و فواید همکاری، ۳. کم هزینه کردن همکاری و پر هزینه کردن عدم همکاری و ۴. تقویت نظارت رسمی و غیررسمی.

مفاهیم کلیدی: جمع‌گرایی عقلانی، منافع جمعی، انتخاب عقلانی، دوره‌ای اجتماعی، دیگرخواهی، تعهد عام، خویشتن‌داری، دینداری، همکاری و اعتماد.

مقدمه

انسان‌ها به تبع نیازهای درونی خود در زندگی روزمره به دنبال جلب منافع‌اند و منفعت هر چیزی است که نیازی را مرتفع سازد. منافع هر فرد اقتضا می‌کند که نیازهای او مانند نیاز به غذا، نیاز جنسی، نیاز به امنیت، نیاز به محبت و احترام و نیاز به خودشکوفایی به بهترین و جو تأمین شود. انسان‌ها همچنین در زندگی اجتماعی به صورت رسمی یا غیررسمی، گذرا یا دائم به جمعیت‌ها، گروه‌ها یا سازمان‌هایی تعلق دارند و به همین دلیل منفعت فردی آن‌ها به منفعت جمع‌گروه می‌خورد. موفقیت یا شکست یک خانواده یا یک تیم ورزشی یا گروه علمی و یا یک سازمان به معنای موفقیت یا شکست یک‌یک اعضای این گروه‌ها و جمع‌هاست. منفعت فردی و منفعت جمعی همیشه بر هم منطبق نیست و گاهی میان این دو ناسازگاری و تضاد دیده می‌شود. فوتبالیستی که در موقعیت گل زدن قرار دارد ممکن است منفعت خود را در این ببیند که با چند حرکت تکنیکی انفرادی گلی را به ثمر رساند. اما چه‌بسا از طریق همکاری با دیگر اعضای تیم بتواند با ریسک کمتر و اطمینان بیشتری به گل دست یابد. این‌جاست که افراد باید بین منفعت فردی و جمعی دست به انتخاب بزنند. هر قدر از گروه‌های خرد مانند خانواده، تیم ورزشی و گروه علمی به سوی گروه‌های میانی (مثل سازمان‌ها و احزاب) و کلان (جمعیت یک شهر یا کشور) حرکت کنیم تضاد میان منافع فردی و جمعی آشکارتر و فراگیرتر می‌شود. اقتضای منافع سازمانی، انضباط و سخت‌کوشی و قانون‌گرایی اعضای سازمان است، اما منفعت فردی افراد ممکن است متضمن آزاد بودن از قیود انضباطی و کار کمتر و احیاناً قانون‌گریزی باشد. اقتضای منافع جمعی در یک شهر استفاده بیشتر از وسایل نقلیه همگانی است، اما افراد ممکن است ترجیح دهند با وسیله شخصی تردد کنند.

به نظر می‌رسد که بی‌توجهی یا کم‌توجهی به منافع جمعی معضل بنیادی جامعه امروز ماست. مصرف بی‌رویه و افراطی آب و سوخت، حضور انبوه اتومبیل‌های تک‌سرنشین در خیابان‌ها، تخریب جنگل‌ها و منابع طبیعی، کمبود تعهد کاری در میان صاحبان مشاغل خصوصی و دولتی، قانون‌گریزی در عرصه‌های مختلف زندگی، رقابت‌های ضد اخلاقی و ویرانگر در میان جناح‌های سیاسی، نقض مقررات راهنمایی و رانندگی و بسیاری از مشکلات مشابه، جلوه‌ها و آثاری از معضل یاد شده‌اند. همه آن‌ها لااقل در یک چیز مشترک‌اند: ترجیح منفعت فردی بر منافع جمعی. به نظر می‌رسد که در جامعه ما هیچ حرکت اصلاحی در عرصه‌های مختلف سیاسی، اقتصادی یا اجتماعی موفق نمی‌شود مگر این‌که هم‌زمان و یا حتی قبل از آن معضل «بی‌توجهی به منافع جمعی» حل شده باشد. لذا مسئله پژوهش ما بی‌توجهی

یا کم‌توجهی به منافع جمعی است و سؤال این است که چرا بعضی از مردم به هنگام تصمیم‌گیری‌ها و انتخاب‌ها منافع جمعی را نادیده می‌گیرند؟

حرکت جامعه‌ما به سوی توسعه بومی، همه‌جانبه و پایدار، علاوه بر ایجاد زیرساخت‌های فنی و اقتصادی، نیازمند تحولی بنیادی در حوزه فرهنگ است و یکی از ابعاد تحول فرهنگی رهایی از فردگرایی مهارگسیخته یا خودمحوری و توجه به منافع جمعی است. تنها در پرتو شکل‌گیری جمع‌گرایی عقلانی است که می‌توان به پیدایش انسان‌هایی مسئولیت‌پذیر، مشارکت‌جو و در عین حال مستقل و نقاد امیدوار بود. با شناخت عوامل مؤثر بر جمع‌گرایی، یکی از زمینه‌های ضروری برای سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در جهت افزایش گرایش مردم به سمت منافع جمعی فراهم می‌شود.

اهمیت توجه به منافع جمعی و لزوم فاصله گرفتن از فردگرایی افراطی صرفاً نیاز جامعه‌ما نیست، بلکه ضرورتی است جهانی که بسیاری از اندیشمندان متأخر، با گرایش‌های فکری متنوع، آن را دنبال کرده‌اند. برای مثال، ژاک آتالی، که از روشنفکران معاصر فرانسوی است، با اشاره به عدم تعادل‌ها و بحران‌هایی که جوامع غربی را تهدید کرده و آن را در آستانه انفجار قرار داده است (آتالی، ۱۳۸۱: ۱۸۰) و نیز توجه به این‌که آرمان‌های برابری و آزادی به اوج کشاکش خود رسیده‌اند، «آرمان برادری» را پیشنهاد می‌کند که به نظر او فقط با حاکمیت این آرمان، آرمان‌های قبلی (برابری و آزادی) می‌توانند ادامه حیات دهند (آتالی، ۱۳۸۱: ۹۹).

برادری از نظر او تعهد هر فرد به این است که به دیگران آزار نرساند و از خوشبختی همه کسانی که زندگی کرده‌اند، زندگی می‌کنند و زندگی خواهند کرد خوشحال باشد. نوع دوستی جهانی که روی سخنش همه دیگران است (آتالی، ۱۳۸۱: ۱۳۸).

آلن دوبنوا نیز معتقد است فردگرایی، جوامع غربی را تکه و پاره کرده است. آدم‌ها مثل ذراتی معلق شده‌اند که بدون هدف تکان می‌خورند. انسان‌های غربی خودخواه، بی‌اعتنا به غیر، عزلت‌جو و نهایتاً آندوهگین و ناامید شده‌اند. دوبنوا مهم‌ترین دارو را مشارکت سیاسی همه مردم و تجدید روحیه «برادری» می‌داند. به نظر او دموکراسی فردگرایی غربی، باید به دموکراسی جمع‌گرای تشریکی متحول شود (دوبنوا، ۱۳۷۸: ۱۳ و ۱۴).

در حوزه جامعه‌شناسی نیز پیش‌کشیدن بحث «سرمایه اجتماعی» در دهه‌های اخیر به دلیل احساس خطر اندیشمندان از امتیزه شدن جامعه‌ها و محدود شدن روابط و صمیمیت‌ها و خزیدن مردم در لاک فردگرایی افراطی بوده است.

همچنین، یکی از نحل‌های فکری که در دهه ۸۰ به منزله پاسخی به محدودیت‌های نظریه و عملکرد لیبرالیسم ظهور کرده و به‌عنوان منتقد بنیان‌های فلسفی مدرنیته و لیبرالیسم

شناخته می‌شود جماعت‌گرایی^۱ است. ایده‌محوری آن‌ها یکی این است که حقوق فردی باید با «مسئولیت‌های اجتماعی» هماهنگ شود، و دیگر این‌که خودهای مستقل به تنهایی وجود ندارند، بلکه از رهگذر ارزش‌ها و فرهنگ جامعه‌ها شکل می‌گیرند (کرایب، ۱۳۸۲: ۱۵۳). اما جریان فکری دیگری که در چند دهه اخیر در مقابل اندیشه افراطی فردگرایانه قرار گرفته و بر مسئولیت‌های مشترک شهروندان و ضرورت احیای روح عمومی و توجه به منافع جمعی تأکید دارد سنت فکری «جمهوری‌خواهی» است. در تفکر جمهوری خواهانه سنتی، اندیشه‌های مربوط به «فضیلت مدنی» جایگاهی مرکزی داشت. فضیلت مدنی همان روح عمومی است که، اگر بنا بر بقا و شکوفایی جمهوری باشد، از شهروندان انتظار می‌رود. این روح مستلزم آمادگی برای ارجحیت دادن به خیر عمومی در برابر منافع شخصی است (کانوان، ۱۳۸۳ ب: ۱۰۱۱-۱۰۱۲).

چهارچوب نظری

جمع‌گرایی موردنظر در این تحقیق با مفهوم عام‌گرایی^۲، که یکی از متغیرهای الگویی موردنظر پارسونز است، تفاوت دارد. عام‌گرایی متضمن ارزیابی فرد از اشیای فیزیکی یا اجتماعی بر مبنای معیارهای عام است، در حالی که جمع‌گرایی به معنای توجه به منافع جمع در تصمیم‌گیری‌هاست. جمع‌گرایی ناظر به رابطه فرد با جمع یا جزء با کل است؛ در حالی که عام‌گرایی ناظر به رابطه یک جزء با جزئی دیگر است. (رابطه فرد با فرد دیگر یا با یک شیء) به نظر می‌رسد که عام‌گرایی به این معنا محصول جمع‌گرایی باشد.

اما، جمع‌گرایی که مفهوم بنیادی این پژوهش است، معنایی دوگانه دارد که غالباً از آن غفلت می‌شود. حتی افرادی مانند هافستد و تریاندیس نیز، که تحقیقات مفصلی در این باب داشته‌اند، این دو مفهوم را لاقلاً صراحتاً تفکیک نکرده‌اند (چلبی، ۱۳۸۱: ۳۳-۳۴ و تریاندیس، ۱۳۷۸: ۲۵۶-۲۵۷). جمع‌گرایی دو گونه است: جمع‌گرایی منفعلانه و غیرعقلانی که پیش از شکل‌گیری فردیت وجود دارد و لازمه‌اش استحاله فرد در گروه است و جمع‌گرایی مدبرانه و عقلانی که مسبوق به شکل‌گیری فردیت است و در آن فرد در عین توجه به منافع جمعی، از شخصیت و هویتی مستقل برخوردار است. جمع‌گرایی عقلانی و غیرعقلانی هر دو به معنای در نظر گرفتن منافع جمعی در انتخاب‌ها و تصمیم‌گیری‌هاست، با این تفاوت که در نوع دوم، فرد کاملاً آرمان‌ها و ارزش‌های گروه را پذیرفته و از خود نظر و شخصیت مستقلی ندارد؛ اما در نوع

1. communitarianism

2. universalism

اول، با این‌که فرد شخصیت و دیدگاه‌های خاص خود را دارد، با در نظر گرفتن این‌که منافع او به منافع جمع پیوند خورده، در انتخاب‌ها و رفتارهای خود، به صورت آگاهانه و ارادی، منافع جمع را نیز لحاظ می‌کند.

یکی از نظریه‌هایی که می‌تواند جمع‌گرایی و توجه به منافع جمعی را تبیین کند، نظریه انتخاب عقلانی^۱ است. این نظریه در زمره رویکردهای نظری است که در تبیین پدیده‌های اجتماعی، علاوه بر توجه به ساختارها و ضرورت‌های اجتماعی، از عامل انسانی و انگیزه‌ها و تمایلات او غفلت نمی‌کند. هنگامی‌که تأثیر ساخت‌های محیط بر پدیده‌ها را با دخالت دادن تمایلات و مقاصد انسان بیان می‌کنیم، نه تنها از جامعه‌شناسی دور نمی‌شویم، بلکه مکانیسم تأثیر جامعه بر کنش و سپس پیامدهای کنش را به صراحت بیان کرده، ماهیت علیت را روشن کرده‌ایم.

اصل محوری در الگوی تبیینی انتخاب عقلانی این است که رفتار آدمیان هدفدار و سنجیده است. فرض بر این است که انسان‌ها در چند راهی‌ها محاسبه سود و زیان می‌کنند و راهی را که با اغراض‌شان موافق است بر می‌گزینند. (لیتل، ۱۳۷۳: ۶۴-۶۵)، با توجه به محدودیت شناخت، حافظه و توانایی‌های انسان و نیز با توجه به پیچیدگی و متنوع بودن پدیده‌های مربوط به دنیای واقعی، می‌توان گفت عقلانیت یک مقوله نسبی است و افراد مختلف در سطوح مختلفی از عقلانیت قرار دارند.

با استفاده از نظریه انتخاب عقلانی، بسیاری از پدیده‌های اجتماعی و رفتارهای جمعی را می‌توان تبیین کرد. چراکه مطابق این نظریه، حوادث اجتماعی حاصل جمع (اغلب ناخواسته) اعمال افراد بسیاری است که براساس محاسبات عقلانی عمل می‌کنند (لیتل، ۱۳۷۳: ۶۸-۶۹).

در انتخاب عقلانی دو نوع عقلانیت را می‌توان تفکیک کرد: عقلانیت پارامتریک، و عقلانیت استراتژیک. عقلانیت پارامتریک یعنی انتخاب راه مناسب برای رسیدن به اهداف مشخص با اطلاع از پیامدهای مثبت یا منفی شقوق مختلف عمل. یعنی مقایسه پیامدهای یک عمل بر مبنای پارامترهای مهم از نظر کنشگر. اما اگر در این مقایسه کنش انسان‌های دیگر نیز لحاظ شود، به آن عقلانیت استراتژیک می‌گویند. در عقلانیت استراتژیک، تصمیم‌گیران باید محاسبات عقلانی دیگران را نیز در گزینش خود دخالت دهند. علوم اجتماعی که بیشتر با کنش‌های متقابل سروکار دارد، پیوند نزدیکی با عقلانیت استراتژیک دارد. در بخش‌های

مختلف نظریه انتخاب عقلانی از جمله در نظریه بازی^۱ و نظریه کالاهای همگانی^۲ کنش‌های متقابل انسانی بررسی می‌شود.

رفتار عقلانی، مطابق نظریه کلاسیک انتخاب عقلانی، رفتاری است که بر مبنای نفع‌طلبی و محاسبه سود و زیان مادی انجام گیرد. اما این تلقی محدود از عقلانیت موجب شد که رویکرد انتخاب عقلانی نتواند رفتارهای دیگرخواهانه، منصفانه و عدالت‌محور انسان را توضیح دهد. از این‌رو، بسیاری از متفکران تلقی جدیدی از عقلانیت ارائه کرده‌اند که مطابق آن اشخاص در تصمیم‌گیری‌های خود، علاوه بر منفعت مادی، معتقدات و ارزش‌های خود مانند انصاف، حق‌شناسی و نوع‌دوستی را نیز دخالت می‌دهند (لیتل، ۱۳۷۳: ۹۸-۱۰۱).

شوارتز اهداف و ارزش‌های انسانی را بر دو نوع تقسیم می‌کند: ۱. ارزش‌های ترقی فردی، ۲. ارزش‌های تعالی فردی. ترقی فردی شامل ارزش‌هایی مانند ثروت، مقام، تأیید اجتماعی، آزادی، موفقیت، خوشی و لذت است و تعالی فردی شامل ارزش‌هایی مثل مفید بودن، مسئولیت‌پذیری، صداقت، وفاداری، عدالت اجتماعی، هماهنگی درونی، برابری و وحدت با طبیعت (بیرهوف، ۱۳۸۴: ۱۵ و ۳۸۶). بر این مبنای، کسی که کنشی را برای رسیدن به ثروت و قدرت انجام می‌دهد و نیز کسی که بر مبنای مسئولیت‌پذیری، صداقت و عدالت اجتماعی عمل می‌کند، هر دو عمل‌شان عقلانی است، لکن رفتار فرد اول به ارزش‌های ترقی باز می‌گردد و رفتار فرد دوم به ارزش‌های تعالی.

به نظر می‌رسد دیگرخواهی^۳ محور و پایه بسیاری از ارزش‌های غیرمادی و غیر رفاهی انسان‌ها مانند انصاف، حق‌شناسی، عدالت‌خواهی، خیرخواهی، مسئولیت‌پذیری، وفاداری و برابری است. البته دیگرخواهی مورد نظر ما به معنای ایثار یا ترجیح دادن دیگران بر خود نیست بلکه به معنای به رسمیت شناختن و حرمت نهادن به اغراض و منافع دیگران در عمل است. در این‌که دیگرخواهی به این معنی به سرشت و خلقت انسان بازگردد، شاید اتفاق نظری میان صاحب‌نظران نباشد، اما بسیاری از آن‌ها مانند کنت، دورکیم، باتسون، آرگایل، بیرهوف، استوت و بکروز با تأمل در رفتارهای انسان و با تکیه بر مطالعات تجربی در این زمینه متقاعد شده‌اند که خاستگاه بسیاری از رفتارهای انسان تمایلات دیگرخواهانه است. یعنی در کنار تمایل به منافع مادی و فردگرایانه، انگیزه مستقل دیگرخواهانه نیز در درون انسان نهاده شده است (بیرو، ۱۳۶۷: ۱۲؛ کرایب، ۱۳۸۲: ۱۴۳؛ بیرهوف، ۱۳۸۴: ۴۴۱ و ۲۸۲؛ جوادی، ۱۳۸۳: ۵۵-۵۷ و ۱۲۶-۱۲۸). اگر بپذیریم که تمایلات دیگرخواهانه به نوعی در نهاد

1. Game Theory

2. Public Goods Theory

3. altruism

بشر موجود است، در آن صورت پذیرش این‌که آدمیان به مقتضای منافع جمعی رفتار کنند آسان‌تر می‌شود. چراکه این‌گونه رفتارها پشتوانه انگیزشی درونی دارند. البته قدرت انگیزشی تمایلات دیگرخواهانه در مقایسه با منفعت‌طلبی مادی ضعیف‌تر است.

در چهارچوب نظریه بازی، از مفهومی تئوریک بحث می‌شود که قرابت و مناسبت آشکاری با موضوع این پژوهش یعنی توجه به منافع جمعی دارد و آن مفهوم «دوراهی اجتماعی» است. دوراهی اجتماعی موقعیتی است که اگر انسان در جهت منفعت فردی خود عمل کند سود می‌برد، اما اگر اکثر افراد چنین کنند در درازمدت همه زیان می‌بینند (جوادی، ۱۳۸۳: ۷۷). مثلاً، من اگر پشت چراغ قرمز توقف نکنم، به کارم زودتر می‌رسم، اما اگر اکثر افراد همین کار را بکنند، چنان بی‌نظمی ایجاد می‌شود که همه دیرتر به کارمان می‌رسیم. در دوراهی اجتماعی، همکاری^۱ یعنی رفتار مناسب با جهت‌گیری جمع‌گرایانه و ترجیح منافع جمعی بر منفعت شخصی و عدم همکاری^۲ یعنی ترجیح نفع فردی بر منافع جمعی.

دوراهی اجتماعی به دو نوع عمده تقسیم می‌شود. در دوراهی «کالاهای همگانی» افراد مخیرند بین شرکت کردن یا نکردن در تولید یک کالای عمومی که در صورت تولید همه افراد - خواه در تولید مشارکت داشته و یا مشارکت نداشته باشند - به آن دسترسی آزادانه دارند. مانند مشارکت مردم یک شهر در ایجاد هوای پاک. در دوراهی «منابع مشترک» هر فرد باید تصمیم بگیرد که چقدر از یک منبع عمومی استفاده کند، مانند مقدار صید ماهی یا استفاده از مرتع (جوادی، ۱۳۸۳: ۷۷-۸۰). دوراهی اجتماعی را همچنین می‌توان به دوراهی از دیدگاه عامل و دوراهی از دیدگاه ناظر تقسیم کرد.

بر پایه نظریه متأخر انتخاب عقلانی - که در کنار منافع فردی به تمایلات دیگرخواهانه نیز توجه دارد - و به‌ویژه مبحث دوراهی اجتماعی و انواع آن، عوامل زیر بر همکاری در موقعیت دوراهی اجتماعی مؤثرند:

تعهد عام: تمایلات دیگرخواهانه در سطح فردی به تعهد میان فردی، و در سطح اجتماعی به تعهد جمعی منتهی می‌گردد. تعهد به معنای احساس مسئولیت است. فرد دیگرخواه نسبت به افراد دیگر و نیز نسبت به جمعی که عضوی از آن است احساس تعهد می‌کند. البته احساس تعهد نسبت به جمع می‌تواند ناشی از منافع فردی نیز باشد و آن هنگامی است که فرد پذیرفته باشد که منافع فردی او از طریق تحقق منافع جمعی بهتر تأمین می‌شود. تعهد

1. cooperation

2. dection

غام یا مسئولیت اجتماعی هر منشأی که داشته باشد (دیگرخواهانه یا سودجویانه) بر همکاری در دوراهی اجتماعی مؤثر است (بیرهوف، ۱۳۸۴: ۲۳۵-۲۳۶).

خویش‌داری: ترجیح منافع جمعی در دوراهی اجتماعی مستلزم نادیده گرفتن بعضی از منافع شخصی کوتاه‌مدت است و گذشتن از منافع شخصی لازمه‌اش خویش‌داری و تسلط بر خواسته‌های درونی است. هر قدر فرد خویش‌دارتر باشد، همکاری در دوراهی اجتماعی بر او آسان‌تر می‌شود (بیرهوف، همان: ۴۳۹-۴۴۰).

دینداری: دینداری از طریق تقویت دیگرخواهی، تقویت خویش‌داری و تقویت تعهد عام بر همکاری مؤثر است. آموزه‌های دینی سرشار از دعوت به دیگرخواهی است. از طرف دیگر، رعایت چهارچوب‌ها و ضوابط دینی در واقع نوعی تمرین خویش‌داری و چیرگی بر نفس است و دست آخر این‌که مذهب از طریق ایجاد آرمان مشترک، نمادها، خاطرات و مناسک مشترک، هویت جمعی و در نتیجه تعهد عمومی را تقویت می‌کند و بدین ترتیب، آمادگی فرد برای همکاری در دوراهی اجتماعی را افزایش می‌دهد.

تمایل به همکاری: شخصیت متمایل به همکاری یا به تعبیر بکرز شخصیتی که جهت‌گیری همیارانه دارد، شخصیتی است که برای کارهای مشترک آمادگی دارد و منفعت شخصی خود را در برابر فعالیت‌هایی که به کل گروه سود می‌رساند نادیده می‌گیرد. داشتن چنین شخصیتی احتمال همکاری را افزایش می‌دهد (جوادی، همان: ۱۵۵).

باور به زیان‌های رفتار غیر همیارانه: مطالعات تجربی نشان داده است که آگاهی‌کنشگر از زیان‌های ترک همکاری و باور نسبت به آن‌ها افزایش‌دهنده میزان همکاری است.

اعتماد به همکاری دیگران: اگر کنشگر به همکاری دیگران اعتماد نداشته باشد، با این استدلال که کالای مشترک بدون همکاری دیگران تولید نخواهد شد یا با این استدلال که چرا من جزو کسانی نباشم که هزینه نمی‌کنند، اما بهره می‌برند، همکاری نخواهد کرد.

رضایت از زندگی: کنشگر با این استدلال که جامعه‌ای که از من انتظار همکاری دارد تا چه حد شرایط یک زندگی خوب را برای من فراهم کرده و به من سود رسانده است، ممکن است از همکاری امتناع کند، اگرچه به لحاظ تعهد عام، خویش‌داری یا دینداری در رتبه بالایی باشد.

دریافت پیام‌های متقاعدکننده درباره همکاری: نهادهای اجتماعی‌کننده در آگاه‌سازی کنشگر از فواید همکاری یا هزینه‌های عدم همکاری می‌توانند مؤثر باشند. همچنین نهادهای مذکور می‌توانند هویت جمعی و توجه به منافع جمعی را در مخاطب خود تقویت کنند و مواجه شدن با این دو نوع پیام می‌تواند همکاری را افزایش دهد.

تجربه واکنش منفی در مقابل رفتار غیر همیارانه: واکنشی که مردم به صورت غیر رسمی در

مقابل هنجارشکنی و رفتارهای غیر همیارانه از خود نشان می‌دهند، ابزاری برای اعمال نظارت اجتماعی است و می‌تواند بر همکاری مؤثر باشد (جوادی، همان: ۱۸۲).

متغیرهای مؤثر بر همکاری، که از آن‌ها بحث شد، بر سه گونه‌اند: گونه اول، متغیرهای شخصیتی‌اند، یعنی بر ویژگی‌های شخصیتی کنشگر دلالت دارند. تعهد عام، خویش‌داری، دینداری و تمایل به همکاری در این‌گونه جای می‌گیرند. گونه دوم، متغیرهای موقعیتی‌اند، یعنی به ارزیابی کنشگر از شرایط محیط کنش مربوط می‌شوند. «باور به زیان‌های رفتار غیر همیارانه»، «اعتماد به همکاری دیگران» و «رضایت از زندگی» از این نوع‌اند. گونه سوم، نشانگر تأثیرات محیط اجتماعی بر کنشگر است. «دریافت پیام‌های متقاعدکننده» و «تجربه واکنش منفی دیگران» از این‌گونه‌اند. ^{۱۱} فرضیه تحقیق، مشتمل بر گزاره‌هایی است ناظر بر تأثیرات این ^{۱۲} متغیر مستقل بر متغیر وابسته تحقیق یعنی همکاری در دوراهی اجتماعی.

روش تحقیق

تعریف عملیاتی متغیرها: متغیر وابسته در این پژوهش، جمع‌گرایی یا همکاری در دوراهی اجتماعی است. مراد از این مفهوم رفتار کردن در جهت منافع جمعی در موقعیت دوراهی اجتماعی است، و دوراهی اجتماعی موقعیتی است که اگر فرد از هنجارهای اجتماعی پیروی نکند بازده یا منفعت فردی برای او بالاست، اما اگر همه یا اکثریت چنین کنند، بازده نهایی برای همه پایین می‌آید (جوادی، ۱۳۸۳: ۷۲). هدف ما این است که رفتار عینی افراد را در موقعیت واقعی دوراهی اجتماعی بررسی شود. بدین‌منظور، یکی از موقعیت‌های اجتماعی در زندگی روزمره که عمومیت دارد و به‌صورت پیمایشی قابل بررسی است انتخاب شد: موقعیت توقف عابران پشت چراغ قرمز. در این تحقیق، توقف عابران پشت چراغ قرمز نشانه همکاری در دوراهی اجتماعی و یا جمع‌گرایی، و عبور از آن‌ها از چراغ نشانه عدم همکاری و فردگرایی است. به جای موقعیت عبور از چراغ قرمز، موضوعاتی مانند مصرف آب و برق، عدم تردد ماشین شخصی در محدوده طرح ترافیک، استفاده از بنزین بدون سرب و پای‌بندی به هنجارهای نقش نیز به‌مثابه موقعیت‌های دوراهی اجتماعی به‌نظر رسید. اما مزیت عبور از چراغ قرمز عابر این بود که می‌توانستیم، علاوه بر تمایل به رفتار، خود رفتار عینی را هم نسبتاً به آسانی مطالعه کنیم. همچنین موقعیت‌هایی مانند آپارتمان‌نشینی نیز قابل بررسی بود. اما در چنین موقعیت‌هایی، علاوه بر مشکل یاد شده یعنی عدم امکان بررسی خود رفتار، مشکل دیگری نیز وجود دارد. در این‌گونه موارد، موقعیت دوراهی اجتماعی از نوع خرد است، یعنی افراد منافع فردی خود را در

مقابل منافع جمعی یک گروه - مثلاً ساکنان یک آپارتمان - می‌بینند نه در مقابل منافع کل جامعه.

اما توقف پشت چراغ قرمز - که گفتیم متغیر وابسته ما در این پژوهش و نشانه جمع‌گرایی است - می‌تواند دو بعد نگرشی و رفتاری داشته باشد. منظور از بعد نگرشی، تلقی فرد درباره لزوم توقف در برابر چراغ قرمز است. برای سنجش نگرش مذکور، مقیاسی از چهار گویه زیر با طیفی پنج رتبه‌ای مشتمل بر گزینه‌های کاملاً مخالف تا کاملاً موافق ترتیب داده شد:

- اگر اکثر عابران از چراغ قرمز رد شوند مانعی ندارد که ما هم چراغ قرمز را رد کنیم.

- مواقعی که عجله داریم، در صورت خلوت بودن خیابان اشکال ندارد که از چراغ قرمز عابران رد شویم.

- اگر کسی عجله داشته باشد، مانعی ندارد از چراغ قرمز عابر رد شود، اگرچه خیابان شلوغ باشد.

- توقف پشت چراغ قرمز عابر فقط باعث اتلاف وقت است و اصلاً ضرورتی ندارد.

اما بعد رفتاری توقف پشت چراغ قرمز از دو طریق سنجیده شد. یکی از طریق مشاهده رفتار فرد هنگام مواجهه با چراغ قرمز عابران و دیگر از طریق بررسی سابقه رفتار او از نظر رعایت چراغ قرمز.

رفتار پاسخ‌گو با چهار حالت زیر در انتهای پرسشنامه به شکل زیر جای داده شد:

۱. چراغ قرمز را رعایت کرد.

۲. ابتدا مدتی پشت چراغ قرمز توقف کرد و سپس در حالی که خیابان خلوت شده بود چراغ قرمز را رد کرد.

۳. ابتدا مدتی پشت چراغ قرمز توقف کرد و سپس در حالی که خیابان شلوغ بود چراغ قرمز را رد کرد.

۴. بدون توقف چراغ قرمز را رد کرد.

بنابراین سازه همکاری در دوراهی اجتماعی» یا «جمع‌گرایی» از طریق سه معرف سنجیده شد: ۱. تلقی فرد از توقف در مقابل چراغ قرمز عابر، ۲. سابقه رفتاری او از نظر عبور از چراغ قرمز عابر و ۳. رفتار عینی و قابل مشاهده او هنگام مواجهه با چراغ قرمز عابر.

از میان سه متغیر مستقل برای هفت متغیر، مقیاس مناسب ساخته شد. برای نمونه، به مقیاس‌های مربوط به متغیرهای تعهد عام، خویش‌ن‌داری، باور به زیان‌های رفتارهای غیرهمیارانه و دریافت پیام‌های متقاعدکننده برای همکاری اشاره می‌شود.

مراد از «تعهد عام» احساس مسئولیت نسبت به دیگران عام (ناآشنا) در اجتماع جامعه‌ای (ملی) است (چلبی، ۱۳۸۱: ۱۴۶).

در مقابل دیگران عام، دیگران خاص قرار دارند. یعنی افراد دیگری که از اقوام یا آشنایان ما هستند.

برای سنجش متغیر «تعهد عام» پاسخگو باید نظر خود را نسبت به گویه‌های شاخص زیر بیان کند:

۱. همه ما باید به فکر سرنوشت کشور خود باشیم.
 ۲. برای پیشرفت و سربلندی کشور باید بیشتر کار کنیم و زحمت بکشیم.
 ۳. همه ما نسبت به جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنیم وظایف و مسئولیت‌هایی داریم که باید به آن عمل کنیم.
 ۴. احساس مسئولیت نسبت به جامعه برای انسان دست و پاگیر است و باید خود را از قید و بند آن رها کنیم.
 ۵. در شرایط کنونی هرکس باید بیشتر به فکر حل مشکلات باشد و نیازی نیست نگران جامعه و دیگران باشد.
- «خویش‌داری» یا خود تنظیمی به معنای توانایی تسلط بر خود است. برخورداری از اراده قوی، داشتن نظم در زندگی، توانایی تسلط بر خواهش‌ها و تمایلات درونی و توانایی تسلط بر خود در مواجهه با ناهمواری‌ها مؤلفه‌های این مفهوم است.
- برای سنجش مفهوم خویش‌داری، پاسخگو به چهار سؤال زیر پاسخ می‌دهد:
۱. چقدر خوش‌قول هستید و سر قرارهایی که با دیگران دارید به موقع حاضر می‌شوید؟
 ۲. فکر می‌کنید چقدر با اراده هستید؟
 ۳. وقتی رفتار دیگران شما را به شدت ناراحت می‌کند، تا چه اندازه می‌توانید بر خود مسلط شوید و آرامش خود را حفظ کنید؟
 ۴. اگر به دلیل یک بیماری بعضی غذاهای مورد علاقه و تنقلات برای شما ممنوع باشد، تا چه حد می‌توانید از این خوردنی‌ها پرهیز کنید؟
- رفتار غیرهمیارانه رفتاری است که در آن منافع جمع نادیده گرفته شود. برای سنجش متغیر «باور به زیان‌های رفتار غیرهمیارانه» مقیاس شش گویه‌ای زیر، که درباره زیان‌های توقف نکردن عابران پشت چراغ قرمز است، برای فرد نمونه خوانده می‌شود تا نظر خود را در قالب یک طیف پنج طبقه‌ای از «کاملاً مخالف» تا «کاملاً موافق» بیان کند:

۱. ایجاد آسفتگی و بی‌نظمی در خیابان

۲. اتلاف وقت دیگران

۳. سلب آرامش روحی رانندگان

۴. ایجاد تصادفات

۵. پایمال شدن حق دیگران

۶. تشویق دیگران به تخلف از مقررات

برای سنجش متغیر «دریافت پیام‌های متقاعدکننده درباره همکاری»، مقیاس چهارگویه‌ای زیر از فرد نمونه سؤال می‌شود:

۱. تا چه حد با اعضای خانواده، اقوام یا دوستانتان درباره وظایفی که هریک از ما به‌عنوان

یک شهروند نسبت به جامعه خود داریم بحث و گفت‌وگو داشته‌اید؟

۲. درباره وظایفی که نسبت به جامعه خود داریم تا چه حد از صدا و سیما، روزنامه‌ها یا

مجلات، مطالبی را شنیده یا خوانده‌اید؟

۳. تا چه حد با اعضای خانواده، اقوام یا دوستانتان درباره لزوم توقف عابران پشت چراغ

قرمز بحث و گفت‌وگو داشته‌اید؟

۴. درباره لزوم توقف عابران پشت چراغ قرمز تا چه حد از صدا و سیما، روزنامه‌ها یا

مجلات مطالبی را شنیده یا خوانده‌اید؟

اعتبار و پایایی شاخص‌ها: به منظور افزایش اعتبار (validity) سنجه‌های تحقیق - از این حیث که همان چیزی را بسنجند که موردنظر است - از روش اعتبار محتوا سود برده شد. به این معنا که مقیاس‌های ساخته شده برای متغیرهای پژوهش، مورد مطالعه و بررسی اساتید راهنما و مشاور و تعدادی دیگر از پژوهش‌گران مرتبط با موضوع قرار گرفت و نظرات اصلاحی آنان اعمال گردید.

برای افزایش پایایی (reliability) نیز مطابق توصیه صاحب‌نظران روش تحقیق (دواس، ۱۳۷۶: ۶۳) از شیوه‌هایی مانند جمله‌بندی دقیق پرسش‌ها، تعلیم پرسش‌گران و طراحی روش‌های کدگذاری استفاده شد.

پرسشنامه پژوهش، چندین بار، قبل و بعد از پرسش‌گری مقدماتی (pilot) مورد بازنگرگی قرار گرفت تا میزان ابهامات، بی‌پاسخی و القای پاسخ در آن به حداقل برسد.

در جدول ۱ ضریب آلفای کرونباخ برای مقیاس‌های این تحقیق دیده می‌شود:

جدول شماره ۱. ضرایب آلفای کرونباخ برای مقیاس‌های پژوهش

نوع متغیر	نام مقیاس	ضریب آلفا
مستقل	تعهد عام	۰/۶۳
	خویشترداری	۰/۳۸
	دینداری	۰/۷۶
	تمایل به همکاری	۰/۲۹
	باور به زبان‌های رفتار غیرهمیارانه	۰/۸۷
	رضایت از زندگی	۰/۵۹
	دریافت پیام‌های متقاعدکننده	۰/۵۷
وابسته	تلقی از توقف در برابر چراغ قرمز عابر	۰/۷۱
	جمع‌گرایی نگرشی و رفتاری (متشکل از سه متغیر)	۰/۷۰

همان‌گونه که مشاهده می‌شود، اغلب مقیاس‌های به کار رفته در این پژوهش از ضرایب آلفای قابل قبولی برخوردارند. فقط ضرایب مربوط به مقیاس «خویشترداری» و «تمایل به همکاری» پایین است و حذف هیچ‌یک از گویه‌های مربوط به این دو مقیاس نیز آلفا را افزایش نداده است.

جامعه آماری و نمونه تحقیق: موضوع این پژوهش اقتضا می‌کند که افراد نمونه به لحاظ سنی ۱۵ ساله به بالا باشند. لذا جامعه آماری تحقیق افراد ۱۵ ساله به بالایی هستند که قصد دارند از تقاطع‌های پرازدحام تهران عبور کنند. از آن‌جا که جمعیت عابر در خیابان‌ها جمعیتی پراکنده و سیال است، جامعه آماری ما غیر ثابت و نامشخص است و برخلاف پژوهش‌هایی که در آن به خانه‌ها، مدارس، کارخانه‌ها، ادارات یا سازمان‌ها مراجعه می‌شود، نمی‌توان چهارچوب نمونه‌گیری را مشخص کرد. بر این مبنا نمونه‌گیری ما نمی‌تواند احتمالی باشد (دواس، ۱۳۷۶: ۸۴)، بلکه باید از نمونه‌گیری غیر احتمالی استفاده کرد و چون افراد نمونه باید به گونه‌ای انتخاب شوند که درصد مناسبی از مردان و زنان و از سنین مختلف بالای ۱۵ سال در آن موجود باشد و نیز چهار حالت مربوط به متغیر «رفتار در مواجهه با چراغ قرمز عابر» در آن تقریباً مساوی باشد، لذا نمونه‌گیری غیراحتمالی سهمیه‌ای خواهد بود.

با توجه به این‌که این تحقیق دارای ۹ متغیر مستقل است و نسبت تعداد متغیرهای مستقل بر حجم نمونه نباید کمتر از یک سی‌ام باشد (کرلینجر، ۱۳۶۶: ۳۷۷)، بنابراین حداقل تعداد نمونه باید ۲۷۰ نفر باشد. از این‌رو، تعداد نمونه ۳۰۰ نفر در نظر گرفته شد.

اگرچه نمونه ما غیراحتمالی است و قصد تعمیم نداریم، اما به این منظور که یافته‌های پژوهش حتی الامکان به واقعیت نزدیک باشد، تصمیم بر این شد که از سه منطقه شمالی، مرکزی و جنوبی تهران سه تقاطع پرازدحام که اطراف آن فضای مناسب برای پرسش‌گری و گفت‌وگو وجود داشته باشد انتخاب شود. بر این مبنا، پس از چند نوبت سرکشی به این منطقه و بررسی تقاطع‌های مختلف و مشورت با افراد آشنا با هر منطقه نهایتاً از جنوب تهران، تقاطع شوش - شهید یزدی واقع در منطقه ۱۵، از مرکز تهران، تقاطع انقلاب - وصال واقع در منطقه ۶ و از شمال تهران، تقاطع ولیعصر (ع) - میرداماد واقع در منطقه ۳ انتخاب شد.

پس از اجرای پرسش‌گری مقدماتی و اصلاح برخی از ابهامات و اشکالات پرسشنامه، پرسش‌گری نهایی از سیزدهم تا هفدهم بهمن‌ماه، ۸۴ از ساعت ۸ صبح تا ۵ بعدازظهر در سه تقاطع یاد شده در شمال، مرکز و جنوب تهران اجرا شد.

شیوه تجزیه و تحلیل داده‌ها: برای تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش، از نسخه ۱۱/۵ نرم‌افزار SPSS استفاده شده است. با توجه به این‌که متغیرهای مستقل و وابسته همه از نوع ترتیبی است، برای سنجش میزان همبستگی میان متغیرها آماره گاما (Gamma) به کار رفته است. غیر از متغیر «اعتماد به همکاری دیگران» و «تجربه واکنش منفی دیگران» که به ترتیب یک گویه‌ای و دو گویه‌ای‌اند، بقیه متغیرهای مستقل چند گویه‌ای‌اند. در میان شقوق مختلف متغیر وابسته نیز «تلقی از توقف در برابر چراغ قرمز» و «جمع‌گرایی نگرشی و رفتاری» چند گویه‌ای‌اند. لذا برای همه متغیرهای مستقل و وابسته چند گویه‌ای پس از همخوان کردن گویه‌ها مقیاس‌سازی انجام شده است.

از میان متغیرهای زمینه‌ای، جنس و تأهل متغیر اسمی است؛ سن، تحصیلات و مدت اقامت در تهران فاصله‌ای است و منزلت شغلی و پایگاه اجتماعی - اقتصادی رتبه‌ای است. از آن‌جا که متغیر وابسته ما در سطح رتبه‌ای است، برای سنجش میزان همبستگی در مواردی که متغیر زمینه‌ای اسمی است از آماره V کرامر (Crammer's v) و در مواردی که فاصله‌ای یا رتبه‌ای پر طبقه است از آماره رواسپیرمن (Spearman's rho) استفاده شده است. همچنین به منظور بررسی تأثیر متغیرهای مستقل به صورت همزمان و نیز تعیین این‌که چند درصد از واریانس متغیر وابسته را متغیرهای مستقل برآورد می‌کنند، از تحلیل رگرسیون به شیوه گام به گام (stepwise) استفاده می‌شود.

یافته‌ها

جنس: ۵۹ درصد از پاسخ‌گویان مرد و ۴۹ درصد زن بوده‌اند.
سن: دامنه سنی پاسخ‌گویان از ۱۵ تا ۷۱ سال و میانگین سنی آن‌ها ۳۰ سال بوده است.
۶۳/۷ درصد از پاسخ‌گویان، از ۱۵ تا ۳۰ ساله و ۳۶/۳ درصد آن‌ها از ۳۱ تا ۷۱ ساله بوده‌اند.
تأهل: ۵۸/۲ درصد از پاسخ‌گویان مجرد و ۴۱/۸ درصد متأهل بوده‌اند.
شغل: ۶۱/۵ درصد از پاسخ‌گویان شاغل، ۴/۷ درصد آن‌ها بیکار، ۷/۷ درصد آن‌ها خانه‌دار، ۱۶/۷ درصد آن‌ها محصل و دانشجو، ۵/۷ درصد آن‌ها سرباز و ۳/۷ درصدشان بازنشسته بوده‌اند.
اقامت در تهران: اگر افراد نمونه را به ۴ گروه ۲۵ درصدی (۴ چارک) تقسیم کنیم، چارک اول از ۱ تا ۹ سال، چارک دوم از ۱۰ تا ۱۹ سال، چارک سوم از ۲۰ تا ۲۹ سال و چارک چهارم از ۳۰ تا ۷۱ سال در تهران اقامت داشته‌اند.

تحصیلات: ۳ درصد از افراد نمونه بی‌سواد، ۴ درصد دارای تحصیلات ابتدایی، ۳/۶ درصد دارای تحصیلات راهنمایی، ۳۹/۵ درصد دارای تحصیلات دبیرستانی و دیپلم، ۴۰/۶ درصد دارای تحصیلات کاردانی و کارشناسی، ۷/۸ درصد دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و ۱/۵ درصد دارای تحصیلات دکتری بوده‌اند.

پایگاه اجتماعی-اقتصادی: به لحاظ پایگاه، ۱۸ درصد از افراد نمونه در سطح پایین، ۶۹ درصد در سطح متوسط و ۱۳ درصد در سطح بالا قرار دارند.

جدول شماره ۲ برخی از مهم‌ترین یافته‌های این تحقیق را به اختصار نشان می‌دهد:

جدول شماره ۲. فراوانی نسبی متغیرها

متغیر	کم و خیلی کم	زیاد و خیلی زیاد	کل
تعهد عام	۵	۹۵	۱۰۰
خوب‌ستن‌داری	۲۵/۷	۷۴/۳	۱۰۰
دینداری	۲۹	۷۱	۱۰۰
تمایل به همکاری	۱۳	۸۷	۱۰۰
باور به زبان‌های رفتار غیر همیارانه	۴/۵	۹۵/۵	۱۰۰
رضایت از زندگی	۷۵/۶	۲۴/۴	۱۰۰
اعتماد به همکاری دیگران	۷۴/۳	۲۵/۷	۱۰۰
دریافت پیام‌های متقاعدکننده برای همکاری	۳۶/۴	۶۳/۶	۱۰۰
موافقت با توقف در برابر چراغ قرمز	۲۱/۷	۷۸/۳	۱۰۰
تجربه واکنش منفی دیگران	۵۲/۳	۴۷/۷	۱۰۰
رعایت چراغ قرمز عابر (به گفته خود پاسخ‌گو)	۲۳/۶	۷۶/۴	۱۰۰
جمع‌گرایی نگرشی و رفتاری	۲۵	۷۵	۱۰۰

بحث و نتیجه‌گیری

به دلیل این‌که مطالعه حاضر از داده‌های نمونه‌گیری تصادفی استفاده نکرده است، آزمون‌های معنی‌داری، برای تحلیل‌های استنباطی مناسب نیست. با وجود این، معنی‌داری به دلیل کاربرد گسترده‌ای که در علوم اجتماعی برای تحلیل اکتشافی داده‌های غیر تصادفی دارد، در این‌جا به‌مثابه معیاری قراردادی (arbitrary) به کار می‌رود (گارسون، ۲۰۰۷).

از آن‌جا که هر یک از شقوق متغیر وابسته اهمیت مستقلی داشت، ترجیح داده شد که رابطه متغیرهای مستقل تحقیق با هر یک از شقوق به صورت جداگانه بررسی شود. بنابراین با هر یک از این شقوق متغیر وابسته می‌توان فرضیه‌های پژوهش را آزمود. در عین حال برای این‌که تصور کلی از جمع‌گرایی داشته باشیم، با تلفیق شقوق سه‌گانه متغیر وابسته مقیاسی از جمع‌گرایی رفتاری و نگرشی ساخته شد (شق چهارم متغیر وابسته) و رابطه همبستگی متغیرهای مستقل با این مقیاس نیز بررسی شد.

پس از انجام دادن عملیات مربوط به محاسبه ضریب همبستگی از طریق رایانه، چکیده خروجی محاسبات در جدول ۳ منعکس شده است. در این جدول، ۳۶ ضریب همبستگی میان ۹ متغیر مستقل و شقوق چهارگانه متغیر وابسته مشاهده می‌شود. متغیرهای مستقل در سطرهای جدول و شقوق چهارگانه متغیر وابسته در ستون‌های جدول قرار گرفته است. در هر خانه، رقم مندرج در سمت راست بالا آماره گاما و رقم مندرج در سمت چپ پایین ضریب معنی‌داری است. در هر سطح جدول، ضریب همبستگی متغیر مستقل با شقوق چهارگانه متغیر مستقل قابل‌بازبینی است.

همان‌طور که دیده می‌شود، در ۱۳ خانه (که علامت ب خورده است) ضرایب معنی‌داری مساوی یا ۰/۰۵ یا بیش از آن است. ضرایب مذکور نشان می‌دهد که روابط به‌دست آمده به احتمال بیش از ۵ درصد ممکن است اتفاقی باشد. لذا در این مورد روابط تأیید نمی‌شود. از قضا در همه این موارد ضرایب همبستگی نیز بسیار ضعیف است (از ۰/۰۲ تا حداکثر ۰/۱۵).

از این ۱۳ مورد، ۸ مورد مربوط به همبستگی دو متغیر «رضایت از زندگی» و «تجربه واکنش منفی دیگران» با شقوق چهارگانه متغیر وابسته است که بر این مبنا می‌توان وجود رابطه میان دو متغیر یاد شده با شقوق متغیر وابسته را رد کرد. غیر از این ۱۳ مورد، بقیه ضرایب معنی‌داری زیر ۰/۰۵ و ضرایب همبستگی نیز مثبت است. پس در بقیه موارد رابطه‌ها تأیید می‌شود، اما شدت همبستگی در مجموع ضعیف ارزیابی می‌شود. چراکه بالاترین ضرایب‌ها برابر با ۰/۳۷ یعنی زیر ۰/۴۰ است.

جدول شماره ۳. ضرایب همبستگی میان متغیرهای مستقل و شقوق چهارگانه متغیر وابسته

متغیرهای مستقل	شقوق متغیر وابسته			
	رفتار جمع‌گرایانه در مواجهه با چراغ قرمز عابر	رفتار جمع‌گرایانه در مواجهه با چراغ قرمز عابر	تلقی از توقف در برابر چراغ قرمز عابر	جمع‌گرایی نگرشی و رفتاری
ویژگی‌های شخصیتی	تعهد عام	الف ۰/۲۶ ب ۰/۰۰۱	۰/۱۳ ۰/۱۲۰۳	۰/۲۸ ۰/۰۰۲
	خویشتن‌داری	۰/۲۳ ۰/۰۰۱	۰/۳۱ ۰/۰۰۰	۰/۲۰ ۰/۰۱۸
	دینداری	۰/۱۸ ۰/۰۰۶	۰/۱۴ ۰/۰۴۰	۰/۰۵ ۰/۵۲۱۳
	تمایل به همکاری	۰/۱۷ ۰/۰۲۷	۰/۱۴ ۰/۰۷۰۳	۰/۳۱ ۰/۰۰۰
ویژگی‌های اجتماعی	باور به زیان‌های رفتار غیر همیارانه	۰/۲۲ ۰/۰۰۶	۰/۳۵ ۰/۰۰۰	۰/۳۲ ۰/۰۰۰
	رضایت از زندگی	۰/۱۵ ۰/۰۵۱۳	۰/۰۶ ۰/۴۳۰۳	۰/۰۲ ۰/۸۱۰۳
	اعتماد به همکاری دیگران	۰/۰۳ ۰/۷۷۲۳	۰/۲۲ ۰/۰۰۵	۰/۰۸ ۰/۳۸۳
ویژگی‌های فرهنگی	دریافت پیام‌های متقاعدکننده	۰/۳۷ ۰/۰۰۰	۰/۳۶ ۰/۰۰۰	۰/۱۹ ۰/۰۰۷
	تجربه واکنش منفی دیگران	۰/۰۸ ۰/۲۶۴۳	۰/۰۷ ۰/۳۳۳	-۰/۰۱۴ ۰/۸۵۳۳

الف. رقم مندرج در سمت بالا در هر خانه ضریب همبستگی و رقم مندرج در سمت چپ پایین ضریب معنی‌داری است.
ب. ضریب معنی‌داری ۰/۰۵ به بالا

در میان متغیرهای شخصیتی، خویشتن‌داری و تعهد عام رابطه قوی‌تری با شقوق متغیر وابسته داشته‌اند. در میان متغیرهای موقعیتی «باور به زیان‌های رفتار غیرهمیارانه»، رابطه قوی‌تری با متغیرهای وابسته داشته و در همه موارد رابطه‌اش معنی‌دار بوده است. در میان متغیرهای اجتماعی نیز «دریافت پیام‌های متقاعدکننده» چنین وضعیتی داشته است. اگرچه گفته شد با هر یک از شقوق متغیر وابسته می‌توان فرضیه‌های تحقیق را آزمون کرد، اما شاید مناسب‌ترین مسیر، آزمون فرضیات بر مبنای متغیر «جمع‌گرایی نگرشی و رفتاری» (ستون

آخر) باشد که تلفیقی است از سه شق دیگر متغیر وابسته. اگر بخواهیم بر مبنای متغیر مذکور قضاوت کنیم، در میان متغیرهای مستقل دو متغیر «باور به زبان‌های غیر همیارانه» و «دریافت پیام‌های متقاعدکننده» قوی‌ترین رابطه را با متغیر وابسته دارند. (با ضریب همبستگی ۰/۳۷) و پس از آن به ترتیب «خویش‌داری» با ضریب همبستگی ۰/۳۵ و تعهد عام با ضریب همبستگی ۰/۲۶ قرار دارند.

تحلیل روابط ضعیف: سه متغیر «تمایل به همکاری»، «اعتماد به همکاری دیگران» و «دینداری»، روابط ضعیف‌تری با شقوق متغیر وابسته و به‌ویژه با جمع‌گرایی نگرشی و رفتاری داشته‌اند. لذا توضیحاتی دربارهٔ هر یک از آن‌ها ارائه می‌شود. در مورد متغیر «تمایل به همکاری» به نظر می‌رسد ضعیف بودن رابطه تا حدی به سنجش این مفهوم بازگردد. آلفای مقیاس «تمایل به همکاری» پایین بود. لذا چنان‌چه برای این متغیر مقیاس مناسب‌تری ساخته می‌شد، احتمالاً ضرایب بالاتری به دست می‌آمد.

در مورد متغیر «اعتماد به همکاری دیگران»، نکته این است که این متغیر در دو جهت متضاد عمل می‌کند. از یک سو اگر اعتماد به دیگران پایین باشد، کنشگر با این تصور که کالای مشترک ایجاد نخواهد شد و یا با این استدلال که چرا من جزو اکثریتی نیاشم که هزینه نمی‌کنند اما بهره می‌برند همکاری نمی‌کند. اما اعتماد زیاد نیز به جای افزایش همکاری می‌تواند به دلیل دیگری آن را کاهش دهد. کنشگری که اعتماد بالایی به همکاری دیگران دارد، با این استدلال که «دیگران به اندازه کافی هزینه خواهند کرد و کالای مشترک تولید خواهد شد. نیازی نیست من هزینه کنم»، همکاری نخواهد کرد. با توجه به این اثر دو سویه، رابطهٔ این متغیر با شقوق متغیر وابسته مخدوش خواهد شد.

اما ضعیف بودن رابطهٔ دینداری احتمالاً تا حدی به کسانی باز می‌گردد که خود را در موقعیت دوراهی اجتماعی ندیده‌اند. درست است که چنین افرادی از دیدگاه ناظر در موقعیت دوراهی اجتماعی‌اند و در صورت عدم همکاری، زیان‌های گزینهٔ غیرهمیارانه (علی‌رغم عدم آگاهی یا عدم توجه به این زیان‌ها) تحقق خواهد یافت. اما نکته این است که متغیر دینداری در مورد چنین کسی همکاری را افزایش نخواهد داد. تأثیر دینداری مربوط به زمانی است که فرد بین منفعت فردی و جمعی مردد باشد و دینداری از طریق تقویت دیگرخواهی، خویش‌داری و تعهد عام همکاری او را افزایش دهد.

تحلیل روابط تأیید نشده: کنشگر با این استدلال که «جامعه‌ای که از من انتظار دارد منافع جمعی را در گزینش‌های خود دخالت دهد، تا چه حد نیازهای اساسی من را تأمین کرده و به من سود رسانده است؟» ممکن است از همکاری خودداری کند. اما در مورد متغیر وابستهٔ این

پژوهش یعنی همکاری در زمینه توقف در برابر چراغ قرمز عابر، احتمالاً بخشی از کنشگران این رفتار را آن‌چنان مهم تشخیص نداده‌اند تا بخواهند «رضایت از زندگی» را در تصمیم‌گیری خود دخالت دهند.

اما در مورد «تجربه واکنش منفی دیگران» به دو نکته مهم باید اشاره کرد. اولاً به نظر می‌رسد که واکنش منفی مردم نسبت به کسانی که چراغ قرمز عابر را نادیده می‌گیرند چندان تأثیرگذار نیست. زیرا فرد متخلف فقط همان یک‌بار با شاهدان تخلف مواجه می‌شود، یعنی پس از عبور از چراغ قرمز در میان انبوه جمعیت گم می‌شود. لذا از این حیث که در میان مردم اعتبار و حرمتش آسیب ببیند و تصویری منفی از او در ذهن دیگران ایجاد شود، خود را ایمن می‌بیند و این مسئله اصولاً یکی از مشکلات شهرهای بزرگ است. ثانیاً، باید توجه داشت که ضریب همبستگی گاما متقارن است و صرفاً جهت و شدت رابطه میان دو متغیر را نشان می‌دهد و مشخص نمی‌کند که کدام یک بر دیگری تأثیر داشته است. بنابراین در این جا اگرچه ما دنبال بررسی تأثیر «تجربه واکنش منفی دیگران هنگام عبور از چراغ قرمز» بر رفتار جمع‌گرایانه (رعایت چراغ قرمز) هستیم، اما ضریب همبستگی مذکور می‌تواند حاوی آن سوی رابطه هم باشد، یعنی تأثیر «رفتار جمع‌گرایانه» بر «تجربه واکنش منفی دیگران». بدیهی است کسی که رفتار جمع‌گرایانه داشته و بیشتر چراغ قرمز عابر را رعایت کرده است، کمتر تجربه واکنش منفی داشته است. یعنی از این سو که نگاه کنیم، برخلاف فرضیه تحقیق، میان دو متغیر مذکور رابطه منفی دیده می‌شود. به همین دلیل روابط موجود در سطر آخر جدول را باید قابل‌خداسته دانست. برای رفع این اشکال می‌توان رابطه مذکور را فقط در مورد کسانی که چراغ قرمز عابر را کمتر رعایت کرده‌اند بررسی کرد. یعنی ببینیم در میان این افراد آیا هر قدر تجربه واکنش منفی بیشتر باشد، رعایت چراغ قرمز بیشتر است یا نه؟ بدین منظور ضرایب همبستگی میان «تجربه واکنش منفی» با شقوق چهارگانه متغیر وابسته برای این گروه خاص مجدداً محاسبه شد که از میان چهار رابطه بررسی شده، در دو مورد شاهد رشد ضریب همبستگی بودیم: یکی همبستگی میان «تجربه واکنش منفی» با «تلقی از توقف در برابر چراغ قرمز عابر» که از ۰/۱۴- به ۰/۱۹ تغییر کرد. یعنی هم جهت رابطه از منفی به مثبت تغییر کرد و هم شدت رابطه افزایش یافت و دیگر همبستگی میان «تجربه واکنش منفی» با «جمع‌گرایی نگرشی و رفتاری» که از ۰/۰۶- به ۰/۱۳ ارتقا یافت.

متغیرهای زمینه‌ای: پس از بررسی روابط متغیرهای مستقل با شقوق متغیر وابسته، روابط متغیرهای زمینه‌ای نیز با «جمع‌گرایی نگرشی و رفتاری» مورد سنجش قرار گرفت. جدول ۴ ضرایب همبستگی مربوطه را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۴. ضرایب همبستگی میان متغیرهای زمینه‌ای با متغیر «جمع‌گرایی نگرشی و رفتاری»

جمع‌گرایی نگرشی و رفتاری		متغیر زمینه‌ای
ضریب معنی‌داری	ضریب همبستگی	
۰/۴۳۸	۰/۱۰	جنس
۰/۰۱۰	۰/۲۰	تاهل
۰/۰۰۰	۰/۳۱	سن
۰/۰۰۰	۰/۲۹	تحصیلات
۰/۰۲۰	۰/۱۴	منزلت شغلی
۰/۰۰۰	۰/۲۷	پایگاه اجتماعی-اقتصادی
۰/۰۱۱	۰/۱۵	مدت اقامت در تهران

با توجه به ارقام جدول، رابطه جنس با جمع‌گرایی نگرشی و رفتاری به دلیل ضریب معنی‌داری بالای ۰/۰۵ تأیید نمی‌شود. بقیه متغیرها رابطه مثبت اگرچه ضعیفی با متغیر وابسته دارند. تحلیل رگرسیون: در این بخش از تحلیل، متغیر وابسته صرفاً «جمع‌گرایی نگرشی و رفتاری» است که خود مقیاسی مرکب از سه متغیر وابسته دیگر یعنی «رفتار در مواجهه با چراغ قرمز عابر»، «سابقه رفتار جمع‌گرایانه» و «تلقی از توقف در برابر چراغ قرمز عابر» است. اگرچه این مقیاس برابند سه متغیر ترتیبی است، اما به مثابه یک متغیر شبه‌فاصله‌ای می‌تواند در تحلیل رگرسیون به کار آید.

از نه متغیر مستقل موجود، دو متغیر «رضایت از زندگی» و «تجربه واکنش منفی دیگران» به دلیل معنی‌دار نبودن رابطه همبستگی آن‌ها با «جمع‌گرایی نگرشی و رفتاری» حذف شدند. از هفت متغیر باقی مانده، شش متغیر مشتمل بر چند گویه ترتیبی به سبک لیکرت و یک متغیر (اعتماد به همکاری دیگران) مشتمل بر یک گویه ترتیبی است. به کارگیری متغیرهای ترتیبی، که تگ‌گویه‌ای نیستند، در تحلیل رگرسیون بلامانع است (دواس، ۱۳۷۶: ۳۰۴). زیرا با جمع نمرات گویه‌های مذکور متغیری شبه فاصله‌ای تشکیل می‌شود. لذا در مورد متغیرهای مستقل غیر تک‌گویه‌ای به همین شیوه عمل شد. اما برای وارد کردن تنها متغیر مستقل تک‌گویه‌ای در تحلیل رگرسیون، از آن متغیری تصنعی ساختم که در آن اعتماد کد یک و عدم اعتماد کد صفر می‌گرفت.

با اجرای تحلیل رگرسیون از طریق روش گام به گام، از میان متغیرهای مستقل تنها سه متغیر وارد معادله رگرسیون شدند. در گام اول، متغیر «دریافت پیام‌های متقاعدکننده» وارد معادله شد که میزان ضریب همبستگی آن (R) با متغیر وابسته ۰/۳۳۴ است. در این مرحله میزان ضریب تعیین (R^2) برابر با ۰/۱۱۱ است. یعنی متغیر یاد شده قادر است حدود ۱۱ درصد تغییرات متغیر وابسته را تعیین کند. در گام دوم، متغیر «خویشترداری» وارد معادله شد و ضریب همبستگی چندگانه به ۰/۳۸۲ و ضریب تعیین به ۰/۱۴۶ افزایش یافت، و در گام سوم، با ورود متغیر «تعهد عام» ضریب همبستگی چندگانه به ۰/۴۰۸ و ضریب تعیین به ۰/۱۶۶ افزایش یافت. بنابراین در مجموع این سه متغیر حدود ۱۷ درصد تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌کنند. در مورد پایین بودن ضریب تعیین، همان توضیحاتی که درباره روابط همبستگی ضعیف ارائه شد، این جا نیز مصداق دارد.

مقدار (F) در جدول Anova جهت آزمون معنی‌داری R^2 معادل ۱۸/۲۰۶ است که در سطح بالای آماری (۹۹ درصد) معنی‌دار است. پس ارتباط مشاهده شده تصادفی نیست. در جدول ضرایب (coefficients) ضریب ثابت، برابر ۰/۰۵۷- و ضرایب رگرسیون برای سه متغیر یاد شده به ترتیب ۰/۳۰۸، ۰/۲۸۳ و ۰/۲۳۱ به دست آمده است. با توجه به این‌که ضریب معنی‌داری در متغیر اول ۰/۰۰۰ در متغیر دوم ۰/۰۰۵ و در متغیر سوم ۰/۰۱۱ است، معنی‌داری دو متغیر اول در سطح ۹۹ درصد و متغیر سوم در سطح ۹۵ درصد ارزیابی می‌گردد. بر این مبنا معادله رگرسیون را می‌توان به شکل زیر نوشت:

$$\hat{Y} = -0.057 + 0.308(\text{دریافت پیام‌های متقاعدکننده}) + 0.283(\text{خویشترداری}) + 0.231(\text{تعهد عام})$$

ضرایب بتا نیز برای سه متغیر یاد شده، به ترتیب ۰/۲۸، ۰/۱۶ و ۰/۱۵ است. با توجه به استاندارد بودن ضرایب بتا، امکان مقایسه سهم هریک از متغیرها در تبیین متغیر وابسته فراهم می‌شود. اولین متغیر، بالاترین تأثیر را دارد، متغیر دوم در رده دوم و سوم در رده سوم قرار می‌گیرد.

محدودیت‌های تحقیق: برخلاف بسیاری از پژوهش‌های علوم اجتماعی که صرفاً نظرات، نگرش‌ها و عقاید را می‌سنجند، در این پژوهش رفتار افراد نیز سنجیده شده است. البته چون در انتخاب نوع رفتار محدودیت داشتیم، رفتاری که نهایتاً برای بررسی برگزیده شد (توقف در برابر چراغ قرمز عابر) نتوانست آن‌گونه که انتظار می‌رود تأثیر متغیرها را نشان دهد. انتخاب رفتار توقف در برابر چراغ قرمز عابر، غیر از این‌که موجب شد ضرایب همبستگی و ضرایب تعیین چندان قوی نباشد، محدودیت‌ها و مشکلات دیگری را نیز ایجاد کرد. اولاً، جلب موافقت افراد نمونه برای گفت‌وگو - به ویژه کسانی که به علت عجله چراغ قرمز را رد کرده بودند - کار مشکلی

بود. البته این مشکل با استفاده از تجربه و صبوری پرسش‌گران تا حد زیادی حل شد. ثانیاً، به دلیل پراکنده و سیال بودن جمعیت عبورکننده از خیابان، چارچوب نمونه‌گیری قابل تعیین نبود و لذا نمونه به ناگزیر به شکل غیر احتمالی برگزیده شد و در نتیجه در تحلیل و تفسیر یافته‌های پژوهش یعنی ارقام و درصد‌های مربوط به متغیرها و نیز ضرایب همبستگی و ضرایب تعیین باید روشی احتیاط‌آمیز داشت و از تعمیم این ارقام و ضرایب به کل جامعه پرهیز نمود. رعایت جانب احتیاط در مورد داده‌های مربوط به متغیر «تمایل به همکاری» ضرورت بیشتری دارد چراکه ضریب آلفای مربوط به این متغیر پایین بوده است. پیشنهادها: بر مبنای دستاوردهای پژوهش برای افزایش همکاری در دوراهی اجتماعی می‌توان پیشنهادهای زیر را ارائه نمود:

تقویت دیگرخواهی و تعهد عام: کسانی که نسبت به جامعه احساس مسئولیت بیشتری می‌کنند، در موقعیت‌های دوراهی اجتماعی بیشتر همکاری می‌کنند. بنابراین با تقویت تعهد عام یا احساس مسئولیت اجتماعی می‌توان همکاری را افزایش داد. لذا تعهد عام می‌تواند موضوع پژوهش قرار گیرد و پس از تشخیص متغیرهای تأثیرگذار مورد تقویت قرار گیرد. مثلاً، به نظر چلبی، شکل‌گیری انجمن‌های داوطلبانه که محل تلاقی گروه‌های اولیه و اجتماعات محلی از یک سو و گروه‌های ثانویه از سوی دیگر است در تقویت تعهد عمومی مؤثر است. به همین ترتیب، با تقویت هویت جامعه‌ای از طریق برگزاری مناسک ملی و مذهبی می‌توان تعهد عمومی را افزایش داد (امیرکافی، ۱۳۸۰: ۱۸).

اما راه دیگر تقویت تعهد عام تقویت دیگرخواهی است. زیرا گفته شد که دیگرخواهی در سطح خرد بر تعهد میان فردی و در سطح کلان بر تعهد جمعی یا عمومی مؤثر است. لذا با ترویج و تقویت دیگرخواهی می‌توان تعهد عام و سپس همکاری را افزایش داد. درست است که به نظر کنت «دیگرخواهی بیش از این که یک تقوی تلقی شود، تمایلی منبعث از ویژگی‌های نهادی موجود زنده به حساب می‌آید» (بیرو، ۱۳۶۷: ۱۲) اما دیگرخواهی درجات دارد. درجات نازل آن در بشر نهاده شده و از طریق آموزش، تبلیغ و فرایند اجتماعی کردن می‌توان آن را تقویت و شکوفا کرد.

نکته‌ای که در این ارتباط باید به آن توجه کرد این است که در جامعه ما تحت تأثیر تئوری‌های نوسازی و تفکر فردگرایانه افراطی دیدگاهی بدبینانه نسبت به انسان شکل گرفت به گونه‌ای که بسیاری از ما ویژگی‌های درونی مثبت را در او نادیده گرفتیم و با این توجیه که فرایند توسعه با افراد مستقل و متکی به نفس شکل می‌گیرد، ضرورت دیگرخواهی و تعهد جمعی را انکار کردیم. اما اکنون با توجه به این که غربیان خود خلاً دیگرخواهی و نوع دوستی را احساس کرده‌اند

ما نباید منتظر بمانیم که تمام تجربیات تلخ غرب در این‌جا تکرار شود. بلکه هرچه زودتر باید نگرش خود را تغییر دهیم. باید باور کنیم که بسیاری از موهبت‌هایی که از آن برخورداریم - از جمله امنیت نسبی - تا حد زیادی مرهون همین مقدار دیگرخواهی است که در میان ما وجود دارد. اگر این میزان از دیگرخواهی و نوع دوستی نیز رو به زوال رود، جامعه ما آینده تاریکی خواهد داشت. شاید رشد آمار بزهکاری‌ها، فسادهای مالی و اخلاقی در سال‌های پس از جنگ نتیجه همان تفکر فردگرایانه افراطی باشد و آن‌ها که منادیان فردگرایی افراطی (خودمداری) بودند، دانسته یا ندانسته به جامعه ضربه زدند.

آموزش درباره زیان‌های عدم همکاری و فواید همکاری: گفته شد که یکی از دلایل عدم همکاری در دوراهی اجتماعی عدم آگاهی کنشگر از فواید همکاری و زیان‌های عدم همکاری است. فرد دیگرخواه و متعهدی که نمی‌داند تفکیک نکردن زباله خشک چه زیان‌های بزرگی دارد، در این زمینه اقدام نخواهد کرد. بنابراین، لازم است نهادهای فرهنگی ابتدا مجموعه‌ای از موقعیت‌های دوراهی اجتماعی مهم را احصا کنند و سپس با شیوه‌های مؤثر درباره هر موقعیت به مردم آموزش دهند.

توجه به این نکته مهم است که غالباً فواید همکاری و زیان‌های عدم همکاری در دوراهی اجتماعی با یک فاصله زمانی و به صورت انباشتی ظاهر می‌شود و کنشگر در لحظه کنش قادر نیست پیامدهای انتخاب جزئی خود را هنگامی که با کنش‌های جزئی دیگران ادغام شد و آثار و پیامدهای کلان ایجاد کرد درک کند. همچنین بسیاری از پیامدهای کنش به صورت غیر مستقیم و با چند واسطه ظاهر می‌شود. یعنی پیامد اول کنش به پیامد دوم و پیامد دوم به پیامد سوم و چندم منتهی می‌شود و آسیب‌زایی پیامدها بیشتر در مراحل انتهایی قابل تشخیص است. نکته دیگر این‌که یکی از پیامدهای کنش‌های غیر همیارانه تشویق دیگران به عدم همکاری و متقابلاً یکی از آثار مثبت کنش همیارانه تشویق دیگران به همکاری است. در واقع، کنشگران با هر انتخاب همیارانه یا غیر همیارانه خود در موقعیت دوراهی اجتماعی به صورتی ناخواسته و به سهم خود دیگران را به همکاری یا عدم همکاری دعوت می‌کنند. توجه به این‌گونه نکات و دخالت دادن آن‌ها در راهبردها و شیوه‌های آموزش می‌تواند کارایی و تأثیرگذاری آموزش‌ها را افزایش دهد.

کم هزینه کردن همکاری و پرهزینه کرده عدم همکاری: به دلیل ضعیف بودن تمایلات دیگرخواهانه در انسان، چنان‌چه هزینه‌های همکاری زیاد باشد، میزان همکاری کاهش می‌یابد. مثلاً اگر زمان قرمز بودن چراغ راهنمای عابر طولانی باشد، تعداد کمتری در برابر چراغ قرمز توقف می‌کنند و اگر تعداد وسایل نقلیه عمومی کم باشد، تعداد بیشتری از وسیله شخصی

استفاده می‌کنند. لذا یکی از راه‌کارهای افزایش همکاری کاستن از هزینه‌های آن و یا افزودن بر هزینه‌های عدم همکاری در هر مورد خاص است.

تقویت نظارت رسمی و غیر رسمی: در کنار آموزش، باید از ساز و کارهای نظارتی نیز به‌منظور افزایش همکاری استفاده کرد. اعمال نظارت رسمی از طریق عوامل انتظامی یکی از این ساز و کارهاست. جامعه ما در چند سال اخیر تا حدی از ثمرات این شیوه بهره‌مند شده است. رعایت چراغ قرمز عابر، عدم تجاوز به خط عابر از سوی رانندگان، سوار نکردن مسافر در حریم میدان‌ها، خودداری از سوار کردن دو سرنشین در صندلی جلو، بستن کمربند ایمنی و مواردی شبیه آن، تا آن حد که اجرا می‌شود، محصول اعمال قوانین و مقررات به‌صورتی جدی و مداوم است.

در کنار نظارت رسمی، مردم نیز باید نسبت به موارد عدم همکاری واکنش منفی نشان دهند و رسانه‌ها نیز موظف‌اند درباره لزوم واکنش منفی مردم آن‌ها را متقاعد سازند.

آموزش کانت‌گرایی روزمره: «اگر همه یا اکثریت افراد با این فرض که دیگران همکاری نخواهند کرد همکاری نکنند، کالای مشترک تولید نخواهد شد و همه زیان می‌بینند.» گفته شد که برخی از افراد، بر پایه این استدلال - که تحت عنوان کانت‌گرایی روزمره از آن یاد می‌شود - با وجود عدم اعتماد به همکاری دیگران، در موقعیت دوراهی اجتماعی اقدام به همکاری می‌کنند تا دست‌کم بخشی از کالای همگانی تولید شود و دیگران نیز با مشاهده آن‌ها به همکاری تشویق شوند. اگر بتوان با شیوه‌های مؤثر رسانه‌ای ذهنیت مردم را با این استدلال آشنا کرد، احتمال همکاری مردم در موقعیت دوراهی اجتماعی افزایش خواهد یافت. از این‌رو شایسته است که چنین استدلالی مورد توجه نهادهای اجتماعی‌کننده و به‌ویژه رسانه‌های مختلف قرار گیرد و با استفاده از شیوه‌های علمی و ابزارهای هنری و متناسب با سنین مختلف و نیز سطوح مختلف تحصیلی مخاطبان، برنامه‌های ویژه متقاعدسازی طراحی و اجرا گردد.

فعالیت‌های پژوهشی: به گفته بیرهوف، دانشمندان علوم اجتماعی در مقایسه با رفتارهای مطلوب زمان و تلاش بسیار بیشتری را صرف مطالعه و بررسی رفتارهای ضد اجتماعی کرده‌اند (بیرهوف، ۱۳۸۴: ۱۶). پژوهش‌گران علوم اجتماعی در کشور ما نیز به تبع غربیان بر همین مسیر گام نهاده‌اند و خلأ جدی در این زمینه احساس می‌شود. ضروری است همان‌قدر که پژوهش‌گران و نهادهای پژوهشی به مطالعه ناهنجاری‌ها و آسیب‌های اجتماعی همت می‌گمارند، رفتارهای مطلوب نیز مورد توجه قرار گیرد. به‌عنوان نمونه، بعضی از متغیرهای مستقل پژوهش حاضر، نظیر تعهد عام، خویشتن‌داری، دینداری، اعتماد به همکاری دیگران می‌تواند موضوع پژوهش‌های مختلف قرار گیرد تا با شناسایی عوامل مؤثر بر این متغیرها بتوان به راه‌کارهایی برای افزایش همکاری دست یافت. اثر دینداری بر تعهد عام و نیز شرایط

ساختاری تسهیل‌کننده دیگرخواهی و تعهد عام می‌تواند عنوان پژوهش مستقلی باشد. همچنین می‌توان برای جمع‌گرایی عقلانی و غیر عقلانی مقیاس‌سازی کرد و سپس به مطالعه توصیفی و تبیینی هر یک از این دو نوع جمع‌گرایی اقدام نمود. احصای دوراهی‌های اجتماعی مهم در جنبه‌های مختلف زندگی روزمره نیز می‌تواند موضوع یک تحقیق قرار گیرد.

منابع

- آتالی، ژاک (۱۳۸۱) برادری؛ آرمان‌شهر نوین، فیروزه دیلمقانی، تهران: فرهنگ و اندیشه.
- امیرکافی، مهدی (۱۳۸۰) «اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن»، نمایه پژوهش، سال پنجم، شماره ۱۸.
- بیرو، آلن (۱۳۶۷) فرهنگ علوم اجتماعی، باقر ساروخانی، تهران: کیهان.
- بیروف، ورنر (۱۳۸۴) رفتارهای اجتماعی مطلوب از دیدگاه روان‌شناسی اجتماعی، رضوان صدقی‌نژاد، تهران: گل‌آذین.
- تریانندیس، هری س. (۱۳۷۸) فرهنگ و رفتارهای اجتماعی، نصرت فتی. تهران: رسانش.
- جوادی یگانه، محمدرضا (۱۳۸۳) دوراهی اجتماعی و عوامل مؤثر بر رفتار مردم در این موقعیت، رساله دکتری، تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
- چلبی، مسعود (۱۳۸۱) بررسی تجربی نظام شخصیت در ایران، تهران: مؤسسه پژوهشی فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- دواس، دی. ای (۱۳۷۶) پیمایش در تحقیقات اجتماعی، هوشنگ نایی، تهران: نشر نی.
- دوبنوا، آلن (۱۳۷۸) تأمل در مبانی دموکراسی، بزرگ نادرزاد، تهران: چشمه.
- دورکیم، امیل (۱۳۶۹) تقسیم‌کار اجتماعی، باقر پرهام، بابل: کتاب‌سرای بابل.
- کاظمی‌پور، عبدالمحمد (۱۳۸۳) سرمایه اجتماعی در ایران، تهران: انتشارات طرح‌های ملی.
- کانوان، مارگارت (۱۳۸۳ الف) «جمهوری خواهی»، ترجمه حسن فشارکی در: *دائرة المعارف دموکراسی*، زیر نظر مارتین لیپست، کتابخانه تخصصی وزارت امور خارجه.
- کانوان، مارگارت (۱۳۸۳ ب) «فضیلت مدنی»، نوالده مرادی در: *دائرة المعارف دموکراسی*، زیر نظر مارتین لیپست، کتابخانه تخصصی وزارت امور خارجه.
- کرایب، یان (۱۳۸۲) *نظریه اجتماعی کلاسیک*، شهناز مسمی‌پرست، تهران: آگه.
- کرلینجر، فرد و پدهازور، الازار (۱۳۶۶) *رگرسیون چند متغیری در پژوهش رفتاری*، ترجمه حسن سرایی، تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
- لیتل، دانیل (۱۳۷۳) *تبیین در علوم اجتماعی*، عبدالکریم سروش، تهران: مؤسسه فرهنگی صراط.

Garson, David (2007) "Topics in multivariate Analysis" in <http://www2.chass.nesu.edu/garson/pa765/statnote.htm>

سید علیرضا دربندی، کارشناس ارشد جامعه‌شناسی از دانشگاه تربیت مدرس است.
سعید معیدفر عضو هیئت علمی گروه جامعه‌شناسی دانشگاه تهران است.