



مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری

سال پنجم، شماره‌ی ۱۶، بهار ۱۳۹۵

صفحات ۱۸۷-۱۶۸

تحلیل جامعه‌شناختی پایداری گردشگران به هنجارهای اجتماعی^۱

قربانعلی ابراهیمی^۲

وحید جان محمدی لرگانی^۳

سیده فاطمه اندرواژ^۴

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۰۳/۲۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۲/۰۵

چکیده

با توجه با جاذبه‌های گردشگری استان مازندران ما شاهد جذب هزاران گردشگر از اقصی نقاط ایران به این منطقه‌ی شمالی می‌باشیم، گردشگران با توجه به آنکه زمان کمی را در منطقه گردشگری سپری می‌کنند و به صورت موقتی و گذرا در این مناطق هستند، در این پژوهش سعی شده است به این موضوع بپردازیم که گردشگران به چه میزان به هنجارها در جامعه مقصد پایبند هستند و چه عواملی باعث می‌شود که گردشگران هنجارها را رعایت کنند. در بخش هنجارهای اجتماعی به‌عنوان متغیر وابسته، از تئوری الستر (۱۹۸۹) برای تبیین بهتر مفهوم هنجار سود جسته می‌شود، و در بخش متغیر مستقل از نظریه‌های مختلفی سود جسته‌ایم. از لحاظ روش شناسی برای این موضوع با روش پیمایشی و ابزار پرسشنامه از ۳۰۰ نفر گردشگر استان مازندران که به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شدند، اطلاعات لازم گردآوری شد. برای اطمینان از اعتبار پرسشنامه، از اعتبار صوری و جهت بررسی روایی پرسشنامه از آلفای کرونباخ استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد با توجه به سطح معناداری $0/003$ به‌دست‌آمده جنسیت و هنجار اجتماعی کل، زنان گردشگر بیش از مردان به هنجارها پایبند هستند، همچنین ضریب تعیین (R^2) نیز $0/21$ درصد محاسبه شده است. به این معنی که حدود ۲۱ درصد از تغییرات «هنجار اجتماعی» توسط پنج متغیر (روابط درون گروهی، همبستگی اجتماعی، تعهد گروهی، عقلانیت و دلهره‌ی منزلت درون گروهی) تبیین می‌شود. متغیرهای تعهد گروهی ($0/24$ ضرایب استاندارد شده)، همبستگی اجتماعی ($0/17$ ضرایب استاندارد شده)، عقلانیت ($0/14$) ضرایب استاندارد شده) و روابط درون گروهی با ($0/12$ ضرایب استاندارد شده) به ترتیب قوی‌ترین پیش‌بینی کننده‌های «هنجار اجتماعی» می‌باشند.

واژه‌های کلیدی: هنجار، پایداری، عوامل اجتماعی، مازندران، گردشگر.

^۱ مقاله حاضر برگرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد در دانشگاه مازندران تحت عنوان "مطالعه جامعه شناختی میزان پایداری گردشگران به هنجارهای اجتماعی در جامعه مقصد و عوامل اجتماعی مرتبط آن (مطالعه موردی گردشگران شهرهای مازندران)" می‌باشد.

^۲ نویسنده مسئول: استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه مازندران (ghorbanali.ebrahimi@gmail.com)

^۳ کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه مازندران

^۴ دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهش اجتماعی، دانشگاه خوارزمی

بیان مساله

تجربه‌ای که در طول حیات جوامع مختلف بشری به‌دست آمده، این است که انسان نمی‌تواند بدون وجود قواعد و قوانین خاص و پیروی اکثریت جامعه از آن، به زندگی اجتماعی خود ادامه دهد. هرچه در یک جامعه تعداد افراد قانونمند و منضبط بیشتر باشد و مردم به حقوق همدیگر بیشتر احترام بگذارند، از زندگی سالم‌تری برخوردار خواهند بود. علاوه بر رعایت قوانین، مراعات آداب و رسوم و اخلاق اجتماعی نیز در حفظ ارکان جامعه حائز اهمیت است (میریان و صمدانیان، ۱۳۸۸: ۱۳۵). از آنجاکه زندگی انسان‌ها در مقایسه با زندگی اکثر حیوانات بسیار پیچیده‌تر است، نظم اجتماعی برای این پیچیدگی یک عامل حیاتی است. اگر در این شبکه وسیع روابط اجتماعی، هنجارها رعایت نشوند، زندگی اجتماعی مختل و جامعه عملاً فلج می‌شود (رفیع پور، ۱۳۸۷: ۱۸۷). هرگاه شیرازه تنظیم‌های اجتماعی از هم‌گسیخته گردد، نفوذ نظارت‌کننده جامعه بر گرایش‌های فردی دیگر کارآیی‌اش را از دست خواهد داد و افراد جامعه به حال خودشان واگذار خواهند شد. دورکیم چنین وضعی را بی‌هنجاری می‌خواند (خواجه رشیدان، ۱۳۸۷: ۱۰۴). هنجار معادل واژه‌ی لاتین نرم^۱ است و منظور از آن قانون، قاعده یا شیوه‌ای است که در کارها بدان رجوع می‌شود، واژه‌ی نرم اصطلاحاً معنی قاعده و قانونی به خود گرفته که باید هدایت و رهبری رفتار انسان را تنظیم کند (مونی^۲ و دیگران، ۲۰۰۰: ۲۴۹).

از طرف دیگر توسعه گردشگری همانند شمشیر دولبه برای جامعه محلی عمل می‌کند؛ هم می‌تواند منفعی را به وجود آورد و هم هزینه‌هایی را تحمیل کند. با توجه به فراهم شدن زیرساخت‌های سفر (راه‌های ارتباطی، وسایل حمل و نقل و...) و به وجود آمدن نیاز گذراندن اوقات فراغت در میان مردم، ما شاهد گسترش روزافزون گردشگری می‌باشیم. با توجه به جاذبه‌های گردشگری استان مازندران، استان مازندران به عنوان یکی از مقصدهای اصلی گردشگران می‌باشد و گردشگران بسیاری را به خود جذب کرده است. گردشگران با توجه به آنکه در جوامع مقصد سکونت دائمی ندارند، گاه این فرض به ذهن می‌رسد که هنجارها را در جامعه مقصد رعایت نمی‌کنند، برخی از پژوهشگران به ارتباط بین توریسم و افزایش جرم و جنایت اندیشیده و در این زمینه تحقیقاتی انجام داده‌اند. در ارتباط با تحقیقات خارجی در این زمینه تحقیقی که در استرالیا انجام شده است، نشان می‌دهد که نرخ متوسط جرم در دو محل توریستی ایالت کوئینزلند از سایر محل‌ها بیشتر است. در آمریکا تحقیقی که در سال ۱۹۷۴ انجام شد، نشان می‌دهد که برخی از اعمال مجرمانه در میامی با عوامل فصلی مثل سرازیر شدن گردشگران به این ناحیه ارتباط دارد. در سال بعد از آن تحقیق مشابهی در ۳۲ ایالت مکزیک انجام شد و نشان داد که جرایمی مثل کلاه برداری و سرقت رابطه نزدیکی با پدیده گردشگری دارند (رجبی و خان محمدی، ۱۳۸۸: ۷۹). نتایج تحقیقی در پاریس نیز نشان می‌دهد در شهر پاریس در فصول توریستی، تعداد جیب برها افزایش می‌یابد و گاهی

^۱. Norm

^۲ Moony

دیده شده است که خود توریست‌ها دست به عمل خلاف می‌زنند و مرتکب جرم می‌شوند (زاهدی، ۱۳۸۵: ۴۷). همچنین نتایج برخی از پژوهش‌های داخلی نیز حاکی از آن است که در فصول توریستی در بعضی از مناطق، شاهد افزایش میزان جرم و جنایت (همان منبع)، جرم و جنایت همراه با سایر انحرافات اجتماعی (کریمی، ۱۳۹۲) و یا ناهنجاری‌های اجتماعی - فرهنگی (تقدیسی و همکاران، ۱۳۹۱؛ ابراهیمی، ۱۳۹۰) و مصرف مواد مخدر و مشروبات الکی (ضیایی و ترابیان، ۱۳۸۹)، هستیم. بنابراین هدف پژوهش حاضر پی بردن به میزان پابندی به هنجارها در میان گردشگران شهرهای مازندران می‌باشد و فهم این نکته است که چه عواملی باعث می‌شود که گردشگران هنجارهای اجتماعی را در جامعه مقصد رعایت کنند و نسبت به آن‌ها پابند باشند. اهمیت و ضرورت پژوهش حاضر از این جهت است که با شناسایی الگوی رعایت هنجارها و عوامل مرتبط با آن در میان گردشگران، می‌توان سیاست و برنامه‌ریزی بهتر و همه جانبه‌ای را برای رعایت هنجارهای مطلوب جامعه در میان گردشگران فراهم کرد.

پیشینه تجربی

گردشگری اثرات گوناگونی بر مقصد و جامعه میزبان به‌جای می‌گذارد. این اثرات طیف گسترده‌ای از اثرات اجتماعی - فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و یا زیست محیطی را شامل می‌شود. با توجه به تنوع و پیچیدگی فعالیت‌های گردشگری، اثرات ناشی از این فعالیت‌ها نیز طیف گسترده و به هم پیوسته‌ای دارند که باید در مطالعه‌ی اثرات گردشگری به آن‌ها توجه شود (میسون^۱، ۲۰۰۳، ۲۷). با توجه به آن‌که در این تحقیق میزان پابندی به هنجارها در جوامع محلی مورد بررسی قرار گرفته است، پیشینه‌ی تحقیقات انجام شده در رابطه با اثرات اجتماعی گردشگری نیز مورد بررسی واقع شده است.

جدول شماره (۱): تحقیقات خارجی صورت گرفته در زمینه اثرات منفی اجتماعی گردشگری

متغیرهای مورد بررسی		نام محقق و سال تحقیق												
کالایی شدن کالا	اثر نمایی	جرم و جنایت	ریختن زباله	مشروبات الکی	مصرف مواد مخدر و	افزایش ترافیک	ازدحام و شلوغی	افزایش هزینه‌های زندگی	بهره‌کشی از ساکنان در منطقه	نارضایتی ساکنان از زندگی	سایت‌های تاریخی	بی‌توجهی گردشگران به	تعارض	جایه‌جایی
														گرین وود ۱۹۸۹
														آدامز ۱۹۹۰
														ای بی ۱۹۹۰
														پیزام و دیگران ۱۹۹۳

^۱ Mason

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

اساساً می‌توان گفت که جامعه از طریق عنصر تعهد است که قواعد و الزاماتش را در سطح خرد اجرا می‌نماید. ریشه‌ی اصلی مفهوم «تعهد» به شبکه‌های روابط اجتماعی که افراد در آن‌ها شرکت می‌کنند، برمی‌گردد. معمولاً فرد زندگی خود را نه در زمینه‌ی جامعه به‌عنوان یک کل جامعه، بلکه در زمینه‌های بسیار شبکه‌های نسبتاً کوچک و ویژه اجتماعی، پیش می‌برد. شبکه‌هایی متشکل از اشخاصی که فرد با ویژگی اشغال موضع‌های اجتماعی ویژه و اجرای نقش‌های مربوط، با آن‌ها مرتبط شده است. وقتی می‌گوییم فرد به برخی به از شبکه‌های اجتماعی مربوط است، نقش‌های ویژه و هویت ویژه‌ای دارد. به‌اندازه‌ای که روابط فرد با دیگران خاص بستگی به شخص خاص دارد.

تئوری انتخاب عقلانی فرض می‌کند که تأثیر محیط (ساختار) ثابت است و این کنشگران هستند که براساس عقلانیت و خردورزی خود متفاوت عمل می‌کنند (تربورن^۱، ۲۰۰۲). نظریه انتخاب عقلانی، جامعه را مجموعه‌ای از افراد می‌داند که کنش عقلانی انجام می‌دهند. براساس این نظریه، کنشگر، کنشی را انتخاب می‌کند که بیشترین فایده را برای او دارد (کلمن، ۱۳۹۰).

صرف‌نظر از میزان بستگی میان مدافعان یک هنجار، آن دسته از هدف‌های هنجار که با افراد دیگری در خارج از گروه، که مدافع هنجار نیستند ارتباط دارند، کمتر احتمال دارد که ضمانت‌های اجرایی را بپذیرند (کلمن، ۱۳۹۰).

تماس برون گروهی ← اطاعت از هنجار

این نتیجه که نفوذپذیری نسبت به هنجارها در میان کسانی که دارای ارتباط در خارج از گروه مدافعان هنجار هستند، تقریباً آشکار است. افرادی که از تحرک بیشتری برخوردارند، می‌توانند از مجازات شدن بگریزند یا از نظر فیزیکی (مثلاً با نقل مکان) و یا از نظر روانی، با کاهش علاقه به اجتماعی که ضمانت‌های اجرایی در آن تحمیل می‌شوند و افزایش علاقه به حوزه‌هایی از زندگی‌شان که خارج از این اجتماع قرار دارد (کلمن، ۱۳۹۰: ۴۳۸).

^۱ Therborn

منزلت و دلهره‌ی آن یکی از عواملی است که بسیاری از تئوری‌ها از آن به‌عنوان عامل تأثیرگذار در پیروی فرد از هنجارها و هم‌رنگی با گروه یادشده است (لاور، ۱۳۷۳؛ فورسایت، ۱۳۸۰؛ رفیع‌پور، ۱۳۸۷؛ ارونسون، ۱۳۹۱؛ فیلیپس و زوکرمن، ۲۰۰۱). درواقع فرد به این دلیل که نگران منزلت خود در گروه و جامعه است، به‌گونه‌ای عمل می‌کند که جایگاه و منزلتش در گروه محفوظ بماند.

فرضیه‌ها

۱. میان رابطه درون‌گروهی گردشگر و اطاعت از هنجارهای اجتماعی رابطه مثبت وجود دارد.
۲. میان احساس همبستگی اجتماعی گردشگر و اطاعت از هنجارهای اجتماعی رابطه مثبت وجود دارد.
۳. میان تعهد گروهی گردشگر و اطاعت از هنجارهای اجتماعی رابطه مثبت وجود دارد.
۴. میان دلهره‌ی منزلت درون‌گروهی گردشگر و اطاعت از هنجارهای اجتماعی رابطه مثبت وجود دارد.
۵. میان خردورزی گردشگر و اطاعت از هنجارهای اجتماعی رابطه مثبت وجود دارد.

روش شناسی

در این مطالعه، روش اجرای تحقیق پیمایشی بوده، تکنیک گردآوری اطلاعات موردنیاز برای پژوهش حاضر به دو صورت کتابخانه‌ای و میدانی بوده است. بدین‌صورت که برای جمع‌آوری ادبیات تجربی و نظری پژوهش و رسیدن به فرضیه‌های پژوهش از شیوه اسنادی و کتابخانه‌ای استفاده شده است و برای جمع‌آوری داده‌های لازم برای توصیف و تحلیل فرضیه‌ها از پرسش‌نامه استفاده شده است. برای تجزیه تحلیل داده‌ها و اطلاعات به‌دست‌آمده از نرم‌افزار^۱ SPSS استفاده شده‌است. آمار توصیفی شامل جداولی است که توزیع فراوانی، درصد و ... را دربر می‌گیرد. آمار استنباطی نیز شامل تفاوت میانگین‌ها و رگرسیون و تحلیل مسیر برای آزمون فرضیه‌های پژوهش است. جامعه آماری پژوهش کلیه گردشگران سواحل دریای استان مازندران بوده است روش نمونه‌گیری خوشه تصادفی چندمرحله‌ای بوده است. مراحل که برای تعیین حجم نمونه بکار گرفته شده، شامل این مراحل بوده است: استان مازندران به سه خوشه شرق، مرکز و غرب تقسیم شد و سپس به روش تصادفی از خوشه شرق دو شهر ساری و بهشهر انتخاب شدند، از خوشه مرکز، شهر آمل و از غرب استان، دو شهر نوشهر و تنکابن به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. هر شهر انتخاب شده به چهار بخش شمال، جنوب، شرق، و غرب تقسیم شد و از هر بخش مناطق و محله‌هایی به تصادف انتخاب شد. برای انتخاب گردشگران، علاوه بر این روش‌ها، گردشگران سواحل، گردشگران ساکن در هتل، ساکن در

^۱ Statistical Package for the Social Sciences

شهرک و کمپ نیز انتخاب شدند. ۳۰۰ نفر گردشگر و از هر شهر (۵ شهر)، ۶۰ نفر گردشگر را به عنوان نمونه انتخاب نموده‌ایم.^۱

تعریف نظری مفاهیم

گردشگری

نخستین بار در سال ۱۸۱۱ واژه توریسم، در مجله‌ای انگلیسی به نام (مجله ورزشی)^۲ بکار برده شد. در آن زمان این لغت به معنای مسافرت برای کسب لذت، به منظور تماشای آثار تاریخی و بازدید از مناظر طبیعی به کار می‌رفت (محلای، ۱۳۸۰: ۲۰). گردشگر کسی است که به منظور تفریح، بازدید از نقاط دیدنی، معالجه، تجارت، ورزش یا زیارت، به جایی غیر از مکانی که در آن اقامت دارد سفر می‌کند، مشروط بر این که حداقل مدت اقامت او از ۲۴ ساعت کمتر و از شش ماه بیشتر نباشد (مرادی، ۱۳۸۵: ۵). گردشگری عبارت است از گذراندن اختیاری مدتی از اوقات فراغت خود در مکانی غیر از محل سکونت دائمی به قصد بهره برداری از لذت‌های گردشگری (صدرموسوی، ۱۳۸۶: ۱۳۰).

هنجار مصرفی

این هنجارها روش‌های لباس پوشیدن و روش‌های سر سفره نشستن را تنظیم می‌کنند. پیر بوردیو (۱۹۷۹) تصور موجود از هنجارهای مصرفی را به رفتارهای فرهنگی مانند واژگان، تلفظ، نوع فیلم و کتاب مورد علاقه، ورزش‌هایی که فرد انجام می‌دهد و نوع اسباب‌بازی و اثاث مورد علاقه گسترش می‌دهد (الستر، ۱۹۸۹، ۱۰۰).

هنجار ضد رفتار

که بر ضد رفتارهایی که «مغایر با طبیعت»^۳ خوانده می‌شوند، تنظیم می‌گردد. این گروه از هنجارها شامل هنجارهایی علیه زنا با محارم، هم‌جنس‌بازی و دیگر انحرافات جنسی تنظیم می‌شوند (الستر، ۱۹۸۹، ۱۰۰).

هنجار عمل متقابل

این هنجارها به ما امر می‌کنند که نیکی‌هایی که از سوی دیگران به ما شده است را به آن‌ها پاسخ دهیم. هدیه دادن اغلب به وسیله‌ی این هنجارها تنظیم می‌شود (الستر، ۱۹۸۹، ۱۰۰).

^۱ با توجه به اینکه این مقاله مستخرج از پایان نامه‌ای است که همزمان مورد حمایت نیروی انتظامی استان قرار گرفته و مد نظر آنان شهرهای ساحلی و مقایسه گردشگران با افراد بومی بوده است لذا حجم نمونه کلی تحقیق ۶۰۰ نفر بوده‌اند که از این تعداد حجم ۳۰۰ نفری نمونه گردشگران در این مقاله تحلیل شده است. در ضمن با عنایت به اینکه آمار دقیقی از تعداد گردشگران وجود نداشته حجم نمونه به طور مساوی در شهرهای نمونه انتخاب گردیدند

^۲ Sporting Magazine

^۳ Contrary to nature

هنجاریاری

بسیاری از پندهای پیامدگرا جزو هنجارهای یاری هستند. سودمندگراها، ممکن است یاری نمایند، اگر و تنها اگر همکاری و کمک آن‌ها معدل سودمندی اعضا در گروه را افزایش دهد. همچنین ممکن است، هنجارهای یاری وجود داشته باشد که پیامدگرا نباشند (الستر، ۱۹۸۹، ۱۰۰).

همبستگی اجتماعی

در این تحقیق، ما احساس همبستگی را با احساس تعلق به جمع، احساس هویت ملی، احساس مثبت نسبت به جامعه، احساس دوستی و احساس اعتماد بین شخصی تعریف و موردسنجش قرار می‌دهیم.

تعریف تعهد گروهی

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

تعریف روابط درون گروهی

در این تحقیق ارتباط درون گروهی میزان پیوند فرد با شبکه‌های اجتماعی درونی تعریف شد که فرهنگی از فرهنگ خود فرد را دارا هستند.

تعریف دلهره منزلت درون گروهی

تعریف منزلت را به معنای وبری آن یعنی پرستیژ، احترام و افتخار گروهی یا فردی (در این تحقیق فردی) به کار می‌بریم. بر این اساس دلهره‌ی منزلت گردشگران به این معناست که فرد نگران منزلت (عزت و احترام) خود در اجتماع است.

تعریف خردورزی

تعریف چلبی از خردورزی یعنی تمایل فرد به عاقبت اندیشی و محاسبه را در مفهوم‌سازی خود از خردورزی به کار می‌بریم.

تعریف عملیاتی مفاهیم

جدول شماره (۲): تعریف عملیاتی مفاهیم

متغیرها	گویه‌ها
هنجار مصرفی	پیش آمده که نوشیدنی‌های الکلی مصرف کنید.
	چقدر مقید به پوشیدن لباس‌های رسمی هستید.
	آیا پیش آمده شما موسیقی (ایرانی و خارجی) را با شدت صدای بالایی در فضای عمومی گوش دهید.
	پیش آمده که شما با لباس آزاد (غیرمتعارف)، از خانه خارج شوید.

ادامه‌ی جدول شماره (۲): تعریف عملیاتی مفاهیم

متغیرها	گویه‌ها
هنجار صدفرتار	هم‌جنس‌گرایی باعث زوال خانواده می‌شود.
	رابطه با افراد نامحرم خارج از عرف، امری ناپسند است.
	مقابله با روسپیگری امری لازم است.
	رابطه مردان و زنان همسردار، با افراد غریبه کاری غیراخلاقی و ناپسند است.
هنجار عمل متقابل	خیانت در امانت گناه بزرگی است.
	موفق می‌شوید در مقابل کارهای خوب دیگران، به آن‌ها خوبی کنید.
	موفق می‌شوید در مقابل هدایایی که دیگران به شما می‌دهند، آن را جبران کنید.
	سعی می‌کنید در مقابل خدمات صادقانه دیگران از آن‌ها تشکر کنید.
هنجار یاری	اگر فرد نیازمندی از شما کمک بخواهد، چقدر حاضرید به ایشان کمک کنید.
	اگر ماشینی در جاده دچار حادثه شود، چقدر حاضرید به سرنشینان آن کمک کنید.
	اگر کسی برای پیدا کردن شغل به شما مراجعه کند، چقدر حاضرید به ایشان یاری کنید.
	اگر منافع آدم حکم کند که فرد دیگر ایرانی نباشد و از ایرانی بودن خود دست بردارد، لازم است این کار را کند.
تعهد گروهی	احساس می‌کنم که در مقابل مردم ایران وظیفه زیادی دارم.
	وفاداری به مردم ایران برای آدم دست‌وپا گیر نیست و مانع رشد انسان نمی‌شود.
	اگر بخواهم کاری را انجام دهم و بدانم که برخلاف اصول و ارزش‌های مردم ایران است، آن کار را انجام نمی‌دهم، حتی اگر عایدی زیادی برای من داشته باشد.
	سعی می‌کنم تا جای ممکن به ارزش‌های اخلاقی مردم ایران پایبند باشم.
	تا جای ممکن، سعی می‌کنم که به رشد همه‌جانبه مردم ایران کمک کنم.
روابط درون‌گروهی	تعداد دوستان صمیمی بومی، تعداد همکاران بومی، تعداد فامیل و آشنایان بومی، تعداد همسایه‌های بومی.
	اغلب برای حل مشکل زندگی‌ام راهی را انتخاب می‌کنم که منطقی‌تر باشد.
خردورزی	درست نیست به‌صرف آنکه گذشتگان کاری کرده‌اند، ما هم همان کار را انجام دهیم.
	در هر کاری باید حساب سود و زیان را کرد.
	خیلی اوقات پیش می‌آید که بدون آنکه سود و زیان کاری را محاسبه کنم، آن را انجام می‌دهم.
دلپره‌ی منزلت درون‌گروهی	از جایگاه و احترام اجتماعی که در میان دوستان و آشنایان هم‌زبان و هم‌فرهنگ دارم، نگران هستم.
	خیلی اوقات به این فکر می‌کنم که چگونه می‌توانم در میان دوستان و آشنایان هم‌زبان و هم‌فرهنگ از احترام بیشتری برخوردار شوم.
	بعضی اوقات احساس می‌کنم که در میان دوستان و آشنایان هم‌زبان و هم‌فرهنگم، از احترام و منزلت برخوردار هستم.
	سعی می‌کنم به‌گونه‌ای کارهایم را انجام دهم که احترام و منزلتم بین مردم هم‌زبان و هم‌فرهنگ بیشتر شود.
	برایم خیلی مهم است که مردم هم‌زبان و هم‌فرهنگم، چقدر برای من احترام قائل هستند.

ادامه‌ی جدول شماره (۲): تعریف عملیاتی مفاهیم

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

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

اعتبار و پایایی تحقیق

در پژوهش حاضر برای اطمینان از اعتبار سنجش، از نظرات داوران متخصص در حوزه موضوع تحقیق، مورد استفاده قرار گرفت. علاوه بر استفاده از نظر متخصصان، در طرح سؤالات متغیر مستقل از سؤالات و پرسشنامه استاندارد شده دغاقله (۱۳۸۴) نیز استفاده گردیده است. همچنین؛ بعضی از گویه‌ها، از نظریه‌های مطرح‌شده در حوزه هنجارهای اجتماعی استنتاج گردید؛ بنابراین اعتبار ابزار سنجش در پژوهش حاضر صوری هست.

برای سنجش پایایی ابزار پژوهش از آلفای کرونباخ استفاده شده است که در جریان مطالعه مورد ارزیابی قرار گرفت. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که آلفای به‌دست‌آمده برای گویه‌های مربوط به هنجار عمل متقابل ۰/۷۶، هنجار یاری ۰/۷۵، هنجار مصرفی ۰/۷۶، هنجار ضد رفتار ۰/۷۵ می‌باشد. همچنین؛ یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که آلفای به‌دست‌آمده برای گویه‌های مربوط به متغیرهای مستقل این‌گونه هست: روابط درون‌گروهی ۰/۶۵، همبستگی اجتماعی ۰/۷۱، تعهد اجتماعی ۰/۷۶، دلهره‌ی منزلت درون‌گروهی ۰/۸۴، و عقلانیت ۰/۶۸ به‌دست‌آمده است.

ویژگی‌های پاسخگویان

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد ۱۳۴ نفر از حجم نمونه را زنان (۴۴/۷ درصد) و ۱۶۶ نفر را مردان (۵۵/۳ درصد) تشکیل می‌دهند.

به لحاظ وضعیت تاهل ۴۹/۳ درصد (۴۸ نفر) از پاسخگویان را افراد مجرد و ۰/۴۹ درصد (۴۷ نفر) رامتاهلین تشکیل می‌دهند. در این میان وضعیت همسر فوت‌شده ۰/۷ درصد (۲ نفر) و مطلقه ۰/۱ درصد (۳ نفر) بوده است.

برای بررسی وضعیت پاسخگویان به لحاظ سنی، تمامی پاسخگویان به گروه‌های ۱۰ ساله تقسیم شدند. یافته‌های موجود نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی (۱۸ نفر) به گروه سنی ۲۵ - ۱۵ تعلق دارد که ۳۹/۳ درصد پاسخگویان را شامل می‌شود. کم‌ترین فراوانی نیز به گروه بالاتر از ۲۷ سال اختصاص دارد که ۲/۷ درصد پاسخگویان می‌باشد. بنابراین بیشتر جامعه آماری ما را جوانان بین ۱۵ تا ۳۰ سال تشکیل داده‌اند.

برای بررسی وضعیت پاسخگویان به لحاظ تحصیلات، پاسخگویان به ۳ مقطع تقسیم شدند. یافته‌های موجود نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی (۲۰۵ نفر) به مقطع دیپلم تا کارشناسی تعلق دارد که ۶۸/۳ درصد پاسخگویان را شامل می‌شود. کم‌ترین فراوانی مربوط به ارشد، دکتری و حوزوی هست که ۱۴/۳ درصد پاسخگویان می‌باشد.

برای بررسی وضعیت پاسخگویان به لحاظ محل سکونت، پاسخگویان به دو گروه روستایی و شهرنشین تقسیم شدند که بیش از ۸۶ درصد (۲۶۰ نفر) از پاسخگویان در مناطق شهری سکونت دارند، همچنین ۱۳/۳ درصد (۴۰ نفر) نیز در روستا زندگی می‌کردند.

توصیف متغیر وابسته

جدول شماره (۳): توزیع درصد پاسخگویان بر حسب ابعاد هنجار

ابعاد	هرگز		خیلی کم		کم		تاحدی		زیاد		همیشه		میانگین	
	مردان	زنان	مردان	زنان	مردان	زنان	مردان	زنان	مردان	زنان	مردان	زنان	مردان	زنان
هنجار عمل متقابل	۰/۷	۰/۰	۰/۵	۰/۰	۱/۴	۲/۶	۱۳/۶	۲۴/۷	۵۱/۰	۴۲/۵	۳۲/۶	۳۰/۱	۵/۰	۴/۹
هنجار یاری	۰/۴	۰/۲	۰/۷	۰/۲	۳/۹	۳/۴	۴۳/۲	۴۴/۲	۴۰/۰	۳۹/۳	۱۱/۴	۱۲/۶	۴/۵	۴/۵
هنجار مصرفی	۴۱/۹	۳۲/۵	۱۲/۰	۱۳/۵	۹/۳	۱۱/۵	۱۸/۳	۱۸/۰	۱۴/۰	۱۵/۰	۶/۳	۸/۵	۴/۵	۴/۳

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

جدول شماره (۴): توزیع درصد پاسخگویان بر حسب ابعاد هنجار

میانگین		کاملاً مخالف		مخالف		نه موافق، نه مخالف		موافق		کاملاً موافق		بعد
		مردان	زنان	مردان	زنان	مردان	زنان	مردان	زنان	مردان	زنان	
۴/۲	۴/۲	۳/۸	۲/۵	۱/۲	۲/۸	۱۳/۸	۱۴/۹	۲۲/۱	۲۳/۷	۵۷/۹	۵۶/۰	هنجار ضد رفتار

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

مقایسه میانگین ابعاد هنجار نشان می‌دهد که میانگین هنجار عمل متقابل زنان ۵/۰ و مردان ۴/۹ بوده و تفاوت اندکی میان زنان و مردان وجود داشته است. میانگین هنجار یاری زنان و مردان تفاوتی با یکدیگر نداشته و میانگین آن‌ها ۴/۵ بدست آمده و همچنین میانگین هنجار مصرفی زنان ۴/۵ و مردان ۴/۳ بوده و تفاوتی میان آن‌ها در این بعد دیده می‌شود، این سه بعد از هنجار در طیف هرگز تا همیشه بوده و حداکثر نمره آن‌ها ۶ می‌باشد. همچنین در بعد هنجار ضد رفتار میانگین زنان و مردان (۴/۲) برابر بوده و تفاوتی با یکدیگر نداشته است. این بعد از هنجار در طیف کاملاً موافق تا کاملاً مخالف بوده و حداکثر نمره آن‌ها ۵ می‌باشد.

توصیف متغیر مستقل

جدول شماره (۵): توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر حسب متغیرهای مستقل

میانگین	هیچی		۱ تا ۲ خانواده		۳ تا ۵ خانواده		۱۰ تا ۵۰ خانواده		بیش از ۱۰۰ خانواده		متغیر
	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۳/۲	۴/۴	۱۳	۱۶/۰	۴۸	۳۹/۰	۱۱۷	۳۱/۰	۹۳	۹/۷	۲۹	روابط درون گروهی
میانگین	کاملاً مخالف		مخالف		نه موافق، نه مخالف		موافق		کاملاً موافق		متغیر
	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۴/۰	۰/۴	۱	۰/۳	۱	۱۷/۷	۵۳	۶۲/۷	۱۸۸	۱۹/۰	۵۷	همبستگی اجتماعی

ادامه‌ی جدول شماره (۵): توزیع فراوانی و درصد پاسخگویان بر حسب متغیرهای مستقل

متغیر	بیش از ۱۰ خانواده		۵ تا ۱۰ خانواده		۲ تا ۵ خانواده		هیچی		میانگین
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	
تعهد گروهی	۸۸	۲۹/۳	۱۴۰	۴۶/۷	۶۴	۲۱/۳	۷	۲/۳	۴/۰
دلهره منزلت‌درون‌گروهی	۹۷	۳۲/۳	۱۱۴	۳۸/۰	۷۰	۲۲/۳	۱۷	۵/۷	۳/۹
عقلانیت	۳۵	۱۱/۷	۱۴۹	۴۹/۷	۱۰۲	۳۴/۰	۱۳	۴/۳	۳/۶

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

توزیع درصد مربوط به متغیرهای مستقل در جدول فوق آمده است. بررسی مربوط به این متغیرها نشان می‌دهد که بیشترین میانگین ۴ از ۵ به متغیرهای «همبستگی اجتماعی و تعهد گروهی» مربوط می‌شود و کم‌ترین میانگین ۳/۲ از ۵ نیز به متغیر «روابط درون‌گروهی» اختصاص دارد.

آزمون تفاوت معناداری

جدول شماره (۶): آزمون تفاوت میانگین متغیر وابسته و ابعاد آن بر حسب جنسیت

ابعاد متغیر وابسته	جنسیت	فراوانی	میانگین	انحراف معیار	مقدار T	سطح معناداری
هنجار عمل متقابل	مرد	۱۶۶	۱۵/۰	۱/۹	-۱/۴۲۸	۰/۱۵۴
	زن	۱۳۴	۱۵/۳	۲/۱		
هنجار یاری	مرد	۱۶۶	۱۳/۸	۱/۹	۱/۰۸۵	۰/۲۷۹
	زن	۱۳۴	۱۳/۶	۲/۱		
هنجار مصرفی	مرد	۱۶۶	۲۱/۲	۵/۶	-۴/۴۹۴	۰/۰۰
	زن	۱۳۴	۲۳/۷	۳/۹		
هنجار ضدرفتار	مرد	۱۶۶	۲۵/۲	۳/۸	۰/۳۷۲	۰/۹۲۴
	زن	۱۳۴	۲۵/۲	۳/۵		
هنجار اجتماعی کل	مرد	۱۶۶	۷۵/۳	۸/۳	-۳/۰۸۷	۰/۰۰۳
	زن	۱۳۴	۷۸/۰	۶/۸		

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

بررسی میانگین نمرات کسب‌شده زنان و مردان نشان می‌دهد که بین ابعاد هنجارهای اجتماعی (هنجار عمل متقابل، هنجار یاری، هنجار ضدرفتار) تفاوت میانگین نمرات کسب‌شده زنان و مردان گردشگر در پایبندی به هنجارهای اجتماعی معنادار نمی‌باشد؛ اما در بعد هنجارهای مصرفی، در این نوع هنجار، میانگین نمره کسب‌شده زنان (۲۳/۷) بیشتر از نمره کسب‌شده مردان (۲۱/۲) هست؛ بنابراین می‌توان گفت که میانگین هنجار مصرفی زنان و مردان تفاوت معناداری دارد. لذا این فرضیه که بین زنان و مردان از نظر انواع هنجار اجتماعی تفاوت وجود دارد، باید گفت که تنها در بعد هنجارهای مصرفی تفاوت معناداری وجود دارد یعنی فرضیه پژوهش تأیید می‌شود و در مابقی ابعاد هنجار اجتماعی، تفاوت معناداری وجود ندارد یعنی فرضیه تحقیق رد می‌شود. همچنین با توجه به مقدار سطح معناداری ۰/۰۰۳ به دست آمده جنسیت و هنجار اجتماعی کل، فرضیه زنان بیش از مردان به هنجارها پایبند هستند، تأیید می‌شود.

آزمون روابط بین متغیرهای مستقل و وابسته (تحلیل رگرسیونی)

جدول شماره (۷): خلاصه مدل رگرسیونی چندگانه هنجار اجتماعی کل

ضریب همبستگی چندگانه	ضریب تعیین	ضرایب تعیین تعدیل یافته	مقدار F	سطح معناداری
۰/۴۵۸	۰/۲۱	۰/۱۹۶	۱۵/۶	۰/۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

ضریب همبستگی چندگانه (R) معادل ۰/۴۵۸ هست که بیانگر همبستگی پنج متغیر روابط درون‌گروهی، همبستگی اجتماعی، تعهد گروهی، دلهره منزلت درون‌گروهی و عقلانیت با متغیر وابسته «هنجار اجتماعی» هست. ضریب تعیین (R^2) نیز ۰/۲۱ درصد محاسبه شده است. به این معنی که حدود ۲۱ درصد از تغییرات «هنجار اجتماعی» توسط پنج متغیر مذکور تبیین می‌شود و ۷۹ درصد باقیمانده مربوط به سایر عواملی است که در این تحقیق مورد آزمون قرار نگرفته است.

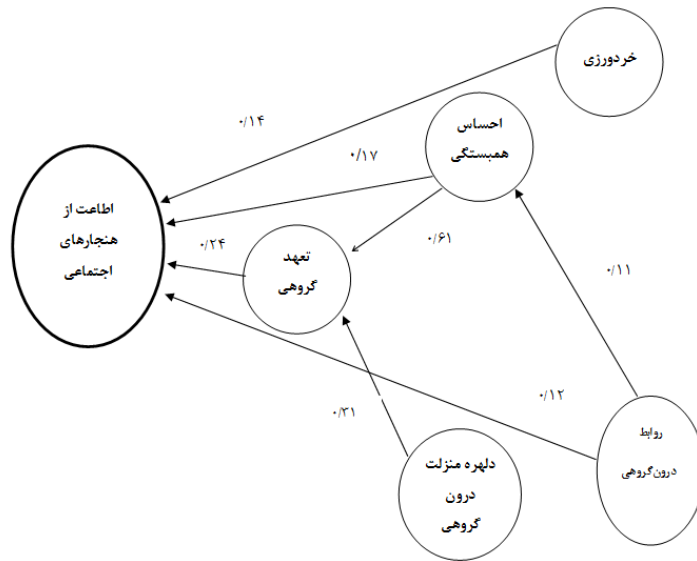
جدول شماره (۸): ضرایب تأثیرمدل تبیین‌کننده هنجار اجتماعی کل

متغیرهای مستقل	ضریب رگرسیونی (B)	ضرایب استاندارد شده (Beta)	T	سطح معناداری (sig)
روابط درون‌گروهی	۰/۲۰	۰/۱۲	۲/۳	۰/۰۲
همبستگی اجتماعی	۰/۲۱	۰/۱۷	۲/۶	۰/۰۰۸
تعهد اجتماعی	۰/۴۱	۰/۲۴	۳/۵	۰/۰۰
دلهره منزلت درون‌گروهی	۰/۰۸	۰/۰۴	۰/۷۳	۰/۴۶۰
عقلانیت	۰/۵۱	۰/۱۴	۲/۷	۰/۰۰۵

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

از بین پنج متغیر وارد شده به روش Enter در مدل، چهار متغیر (روابط درون گروهی، همبستگی اجتماعی، تعهد گروهی و عقلانیت) با «هنجار اجتماعی» ارتباط معناداری نشان داده‌اند و تنها متغیر دلهره‌ی منزلت درون گروهی با ضرایب استاندارد شده (۰/۲۴) ضرایب استاندارد شده، همبستگی اجتماعی (۰/۱۷) ضرایب استاندارد شده)، عقلانیت (۰/۱۴) ضرایب استاندارد شده) و روابط درون گروهی با (۰/۱۲) ضرایب استاندارد شده) به ترتیب قوی‌ترین پیش‌بینی کننده‌های «هنجار اجتماعی» می‌باشند.

تحلیل مسیر



جدول شماره (۹): میزان تاثیر مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته (هنجار اجتماعی)

متغیر	انواع تاثیر	
	مستقیم	غیر مستقیم
خرد ورزی	۰/۱۴	-
احساس همبستگی	۰/۱۷	۰/۱۴
دلهره منزلت درون گروهی	-	۰/۰۷
تعهد گروهی	۰/۲۴	-
روابط درون گروهی	۰/۱۲	۰/۰۳
کل	۰/۱۵	۰/۰۷

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

با توجه به داده‌های جدول در زمینه آثار مستقیم مشخص می‌شود که متغیر میزان تعهد گروهی (۰/۲۴) قویترین پیش‌بینی‌کننده‌ی هنجار اجتماعی می‌باشد و احساس همبستگی (۰/۱۷) در رده بعدی قرار دارد. همچنین کمترین میزان تاثیرگذاری مربوط به روابط درون‌گروهی (۰/۱۲) می‌باشد. در قسمت مربوط به آثار غیر مستقیم، احساس همبستگی (۰/۱۴)، مهم‌ترین پیش‌بینی‌کننده هنجار اجتماعی بوده است و پس از آن دلهره منزلت درون‌گروهی (۰/۰۷) در مرتبه بعدی تاثیرگذاری، همچنین متغیر روابط درون‌گروهی (۰/۰۳) در پایین‌ترین مرتبه تاثیرگذاری قرار داشته است.

ستون مربوط به اثرات کلی متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته حاکی از آن است که متغیر احساس همبستگی (۰/۳۱) بالاترین اثر کل را بر هنجار اجتماعی داشته است و پس از آن متغیرهای تعهد گروهی (۰/۲۴)، روابط درون‌گروهی (۰/۱۵)، خردورزی (۰/۱۴)، دلهره منزلت درون‌گروهی (۰/۰۷) در رده‌های بعدی تاثیرگذاری قرار دارند.

بحث و نتیجه‌گیری

موضوع اصلی پژوهش حاضر مطالعه جامعه شناختی میزان پایبندی گردشگران به هنجارهای اجتماعی و عوامل مرتبط با آن در میان شهرهای مازندران می‌باشد. از تئوری الستر (۱۹۸۹) برای تبیین بهتر مفهوم هنجار سود جسته می‌شود، و در بخش متغیرهای مستقل عوامل مختلفی مد نظر قرار گرفتند که در اطاعت کنشگران از هنجارها نقش ایفا می‌کنند.

نتایج توصیف ابعاد متغیر وابسته برحسب متغیرهای زمینه‌ای بیانگر آن است که در بُعد هنجار مصرفی در بین زنان و مردان، میانگین نمره کسب‌شده زنان (۲۳/۷) بیشتر از نمره کسب‌شده مردان (۲۱/۲) هست؛ بنابراین می‌توان گفت که میانگین هنجار مصرفی زنان و مردان تفاوت معناداری دارد. همچنین بررسی میانگین نمرات کسب‌شده زنان و مردان نشان می‌دهد با توجه به سطح معناداری ۰/۰۳ به دست آمده جنسیت و هنجار اجتماعی کل، فرضیه زنان بیش از مردان به هنجارها پایبند هستند، تأیید می‌شود. یکی از متغیرهای کلیدی که تقریباً در بیشتر تحقیقات مورد سنجش قرار می‌گیرد، جنسیت است. از میان تحقیقات مورد بررسی تنها در یک مورد پایبندی مردان به هنجار اجتماعی از زنان بیشتر ارزیابی شده است (افشاری، ۱۳۷۸)؛ اما به‌طور کلی و در بیشتر این تحقیقات، عدم پایبندی به هنجارهای اجتماعی در بین مردان فراوانی و شدت بیشتری نشان می‌دهد (حبیبی، ۱۳۸۹؛ احمدی، ۱۳۸۸؛ ضرابی و همکاران، ۱۳۸۷؛ رحمانی فروزجاه و همکار و ۱۳۸۵؛ صداقت، ۱۳۸۴؛ سرگلزایی و همکاران، ۱۳۸۲؛ فخرائی، ۱۳۷۷) که با تحقیق (آسلین، ۲۰۰۹؛ کیل و لابری، ۲۰۰۹) در پژوهش خارجی تطبیق دارد. و در تحقیقات (زارع شاه‌آبادی و ترکان، ۱۳۹۱؛ حاجی‌زاده میمندی و اسکندری فرد، ۱۳۹۲؛ محسنی، ۱۳۷۹؛ مرکز تحقیقات،

مطالعات و سنجش برنامه‌ای صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۷۳) تفاوت معناداری میان مردان و زنان دیده نشده است، که با تحقیق انجام شده در خارج از کشور (کراگیس و همکاران، ۲۰۱۱) تطابق دارد.

فرضیه اول مدعی است که پایداری به هنجار اجتماعی تابعی مثبت از روابط درون‌گروهی می‌باشد. این فرضیه مورد تایید واقع شده است. این متغیر توانسته در کنار متغیرهای دیگر ۱۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته را پیش‌بینی کند. به‌طور کلی هر چقدر میزان روابط درون‌گروهی توسط افراد بیشتر باشد، میزان پایداری به هنجارهای آنان نیز بیشتر خواهد بود، که یافته‌های این پژوهش با پژوهش دغاقله (۱۳۸۴) تطابق دارد.

فرضیه شماره دوم مدعی است که پایداری به هنجارهای اجتماعی تابعی مثبت از همبستگی اجتماعی می‌باشد که با توجه به سطح معناداری آن، این فرضیه تایید گردیده است. این متغیر توانسته (۰/۱۷) از تغییرات متغیر وابسته را تبیین کند. به‌طور کلی هر چقدر میزان همبستگی اجتماعی توسط افراد بیشتر باشد، میزان پایداری به هنجارهای آنان نیز بیشتر خواهد بود. یافته‌های پژوهش با تحقیقات (دغاقله، ۱۳۸۴؛ مقصودی، ۱۳۸۴؛ جب و همکاران (۲۰۰۹) تطبیق دارد.

فرضیه شماره سه پایداری به هنجارها را تابعی مثبت از میزان تعهد اجتماعی می‌داند که با توجه به نتایج به دست آمده، این فرضیه تایید و قابل تعمیم به جامعه آماری می‌باشد. نتایج مدل رگرسیونی بیانگر آن است که با توجه به میزان بتای این متغیر در بین دیگر متغیرهای تشکیل‌دهنده، بیشترین تاثیر نسبی را بر روی تبیین متغیر وابسته (پایداری به هنجارها) گذاشته است. این متغیر بیشترین سهم (۰/۲۴ درصد) را در تبیین تغییرات متغیر وابسته دارد و توانسته در کنار متغیرهای دیگر بیش از ۲۴ درصد از تغییرات متغیر وابسته را پیش‌بینی کند. به‌طور کلی هر چقدر میزان تعهد اجتماعی توسط افراد بیشتر باشد، میزان پایداری به هنجارهای آنان نیز بیشتر خواهد بود. که این پژوهش با یافته‌های (دغاقله، ۱۳۸۴؛ عظیمی هاشمی، ۱۳۷۳) تطابق دارد.

فرضیه پنجم مدعی است که پایداری به هنجار اجتماعی تابعی مثبت از خردورزی می‌باشد. این فرضیه مورد تایید واقع شده است. این متغیر توانسته در کنار متغیرهای دیگر بیش از ۱۴ درصد از تغییرات متغیر وابسته را پیش‌بینی کند. که نتایج پژوهش‌های (احمدی، ۱۳۸۸؛ رحمانی فروزجاه و همکار، ۱۳۸۵) موکد این نتیجه می‌باشد. به‌طور کلی هر چقدر میزان خردورزی توسط افراد بیشتر باشد، میزان پایداری به هنجارهای آنان نیز بیشتر خواهد بود.

منابع

۱. ابراهیمی، مرتضی (۱۳۹۰). بررسی پیامدهای فرهنگی و اجتماعی گردشگری در شهر محمودآباد <http://anthropology.ir/node/13445> 1393/11/15
۲. احمدی، سیروس (۱۳۸۸). بررسی نوع دوستی در روابط روزمره اجتماعی و عوامل موثر بر آن، *مجله جامعه شناسی ایران*، دوره ۱۰، شماره ۲: ۱۰۸-۸۷.
۳. ارونسون، الیوت (۱۳۹۱). *روان شناسی اجتماعی*، ترجمه حسین شکرکن، چاپ هشتم، تهران: رشد.
۴. افشاری، رضا (۱۳۷۸). *بررسی میزان گرایش به قانون و عوامل موثر بر آن مورد: کارکنان اداره‌ی کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان همدان*، دانشگاه آزاد اسلامی، پایان نامه کارشناسی ارشد جامعه شناسی.
۵. تقدیسی، احمد؛ تقوایی، مسعود و پیری، سیامک (۱۳۹۱). تحلیلی بر نگرش جامعه میزبان به اثرات اجتماعی - فرهنگی گردشگری شهرستان دالاهو، *برنامه ریزی فضایی*، سال ۲، شماره ۱، پیاپی ۵: ۱۴۰-۱۲۱.
۶. چلبی، مسعود (۱۳۹۱). *جامعه شناسی نظم: تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی*، چاپ ششم تهران: نی.
۷. چلبی، مسعود (۱۳۹۲). *بررسی تجربی نظام شخصیت در ایران*، تهران: نی.
۸. چلبی، مسعود (۱۳۸۳). *چارچوب مفهومی: پیمایش ارزشها و نگرشهای ایرانیان*، تهران، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، طرح‌های ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، چاپ اول.
۹. حاجی زاده میمندی، مسعود و اسکندری فرد، امیر مختار (۱۳۹۲). بررسی وفاق اجتماعی و برخی از عوامل موثر بر آن (مورد مطالعه: شهر یزد). *مطالعات جامعه شناختی شهری*، سال ۳، شماره ۹: ۴۰-۱۷.
۱۰. حبیبی، مهدی (۱۳۸۹). بررسی دیدگاه جوانان و میانسالان راجع به حجاب برتر، *نشریه علوم رفتاری*، سال ۴، شماره ۱: ۸۱-۷۷.
۱۱. خواجه رشیدیان، فاطمه (۱۳۸۷). بررسی میزان رعایت هنجارهای اجتماعی توسط دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه استان سمنان، *نامه علوم اجتماعی*، سال ۲، شماره ۱: ۱۳۰-۱۰۱.
۱۲. دغاقله، عقیل (۱۳۸۴). *بررسی تغییرات هنجارهای اجتماعی مردم عرب خوزستان و عوامل موثر بر شدت هنجار در سطح فرد*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهشگری علوم اجتماعی، استاد راهنما مسعود چلبی، تهران: شهید بهشتی.
۱۳. رجبی، آریتا و خان محمدی، مرضیه (۱۳۸۸). جرایم علیه گردشگران در مقصدهای گردشگری (مطالعه موردی کلانشهر تهران)، *سرزمین*، سال ۶، شماره ۲۳: ۸۸-۷۳.
۱۴. رحمانی فیروزجاه، علی؛ عباسی اسفجیر، علی اصغر (۱۳۸۵). بررسی جامعه‌شناختی علل تصادفات جاده‌ای (رانندگان عمومی جاده‌ای شهرستان بابل). *فصلنامه علمی - پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد شوشتر*، سال ۱، پیش شماره ۱: ۱۹۴-۱۷۷.
۱۵. رفیع پور، فرامرز (۱۳۸۷). *آنانومی جامعه*، تهران: سهامی انتشار.
۱۶. رنجبران، بهرام و زاهدی، محمود (۱۳۷۹). *برنامه‌ریزی گردشگری در سطح ملی و منطقه‌ای*، دانشگاه صنعتی اصفهان.
۱۷. زارع شاه‌آبادی، اکبر و ترکان، رحمت‌اله (۱۳۹۱). عوامل قانون‌گرایی شهروندان در شهر یزد، *فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی*، سال ۱۳، شماره ۵: ۲۰۵-۱۵۹.
۱۸. زاهدی، شمس السادات (۱۳۸۵). *مبانی توریسم و اکو توریسم پایدار (با تکیه بر محیط زیست)*، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، چاپ اول.

۱۹. سرگلزایی، محمدرضا؛ بلالی، مهدی؛ آزاد، رضا؛ اردکانی، محمدرضا و ثمری، علی اکبر (۱۳۸۲). مطالعه فراوانی سوء مصرف مواد مخدر و الکل و ارتباط آن با وضعیت فردی و خانوادگی دانشجویان پزشکی مشهد، فصلنامه رفاه اجتماعی، سال ۳، شماره ۹: ۲۹۴-۲۸۳.
۲۰. صدا و سیما (۱۳۷۳). *نظر سنجی از مردم تهران درباره چگونگی رعایت قانون*. مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌های صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران
۲۱. صداقت، کامران (۱۳۸۴). *بررسی نقش عوامل فرهنگی - اجتماعی موثر بر قانون‌گرایی و قانون‌گریزی شهروندان تبریز*، پایان‌نامه دکتری جامعه‌شناسی. دانشگاه اصفهان.
۲۲. صدرموسوی، جواد (۱۳۸۶). *ارزیابی وضعیت تسهیلات گردشگری استان آذربایجان شرقی از دیدگاه گردشگران، پژوهش‌های جغرافیایی*، شماره ۶۱: ۱۳۵-۱۲۰.
۲۳. ضرابی، هما؛ نجفی، کیومرث؛ شیرازی، مریم؛ برنا، سیروس؛ صباحی، عمادالدین و نظیفی، فاطمه (۱۳۸۷). شیوع مصرف مواد مخدر در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی گیلان ۸۵-۱۳۸۴، *مجله علمی دانشگاه علوم پزشکی قزوین*، سال ۸، شماره ۱۲: ۷۴-۶۹.
۲۴. ضیایی، محمود و ترابیان، پونه (۱۳۸۹). *سنجش سطح قابل قبول اثرات منفی اجتماعی گردشگران بر جوامع محلی در ایران (مورد مطالعه سکونتگاه‌های روستایی حوزه تالاب پریشان)*، *جغرافیا*، دوره جدید، سال ۸، شماره ۲۷: ۲۰۵-۲۲۵.
۲۵. عظیمی هاشمی، مژگان (۱۳۷۳). *عام‌گرایی و عوامل موثر بر آن*، تهران: دانشگاه شهید بهشتی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهش اجتماعی.
۲۶. فخرایی، سیروس (۱۳۷۷). *نظر سنجی از مردم تهران درباره‌ی قانون‌پذیری و چگونگی رعایت قانون*، تهران: مرکز مطالعات، تحقیقات و سنجش برنامه‌ی صدا و سیما.
۲۷. فورسایت، دانلسون (۱۳۸۰). *پویایی گروه، شناخت و سنجش*، ترجمه جعفر نجفی زند، تهران: نشر دوران.
۲۸. کریمی، هیرو (۱۳۹۲). *بررسی معیارهای اجتماعی در تعیین سایت‌های گردشگری، هشتمین نشست توسعه در علم و تکنولوژی، معماری، شهرسازی و توسعه پایدار*، مؤسسه آموزش عالی خاوران، مشهد.
۲۹. کلمن، جیمز (۱۳۹۰). *بنیادهای نظریه‌ی اجتماعی*، ترجمه صبوری، تهران: نشر نی.
۳۰. لاور، رابرت اچ (۱۳۷۳). *دیدگاه‌هایی درباره دگرگونی اجتماعی*، ترجمه کاووس سید امامی، تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
۳۱. محسنی، منوچهر (۱۳۷۹). *بررسی آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی فرهنگی*، تهران: دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی کشور.
۳۲. محلاتی، صلاح‌الدین (۱۳۸۰). *درآمدی بر جهانگردی*، تهران: نشر دانشگاه شهید بهشتی.
۳۳. مرادی، مریم (۱۳۸۵). *مدیریت گردشگری اصول، مبانی و مفاهیم کاربردی* چاپ هشتم، مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی.
۳۴. مقصودی، محمد باقر (۱۳۸۴). *بررسی گرایش دانشجویان به موادمخدر و عوامل اجتماعی موثر بر آن: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه گیلان*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه گیلان.
۳۵. میریان، فردوس و صمدانیان، محسن (۱۳۸۸). *هنجارهای اجتماعی از دیدگاه نهج البلاغه*، *مطالعات اسلامی: علوم قرآن و حدیث*، سال ۴۱، شماره پیاپی ۸۲/۳: ۱۵۸-۱۲۷.

37. Asselin, N. (2009). **Using General Strain Theory to Understand Drug and Alcohol Use in Canada: An Examination of How Strain, its Conditioning Variables and Gender are Interrelated**, M.A. Thesis, Queen's University Kingston, Ontario, Canada.
38. Cail, J. and Labrie, J. (2009). Disparity between the Perceived Alcohol-related attitudes of parents and peers increases alcohol risk in college students, **Addictive Behaviors**, 35: 135– 139.
39. Craigs Cheryl, L, Bridgette M B., Gill, J., O'May, F. and Duncan R. (2011). UK student alcohol consumption: A cluster analysis of drinking behavior typologies, **Health Education Journal**, 1: 1- 11.
40. Elester, J. (1989). Social Norms and Economic Theory, **Journal of Economic Perspectives**, 3(4): 99 – 117
41. Elster, J. (1989). **The Cement of Society: A Study of Social Order**, Cambridge: Cambridge University Press.
42. Jeb, A., Amy, F. and Sean, P.(2009). Social Control- serious Delinquency and Risky Behavior, **Journal of Crime & Delinquency**, 54: 423- 456
43. Mason, P. (2003). **Tourism Impacts, Planning and Management**, Butterworth Heinman.
44. Mooney, L., Konx, D. and Schacht, C. (2000). **Understanding Social Problems**, Second Edition, East Carolina University.
45. Philips, D.J. and Zuckerman, E.W. (2001). Middle – Statues Conformity: Theoretical Restatement and Empirical Demonstration, **American Journal of Sociology**, 107(2): 379 – 429.
46. Therborn, G. (2002). Back To Norms! On the Scope and Dynamics of Norms and Normative Action, **Current Sociology**, 50(6): 863–880.