



رواج پدیده احتکار کالا- فردگرایی منفی اقتصادی- و تهدید امنیت عمومی (مورد مطالعه شهرستان ماهشهر)

سیدمعین موسوی سرشت^۱

طاها عشایری^۲

DOR: 20.1001.1.17358671.1399.19.71.4.7

احتکار کالا نوعی فردگرایی منفی در زمینه رفتار اقتصادی شهروندان است و تبعات اجتماعی و امنیتی فراوانی برای جامعه به همراه دارد. در این پژوهش، با رویکرد جامعه‌شناختی و با روش کمی و پیمایشی و با تکنیک پرسش‌نامه محقق-ساخته که روایی و پایایی آن تأیید گردیده است؛ رواج این پدیده و برخی عوامل مؤثر بر آن تبیین می‌گردند. با انتخاب حجم نمونه ۲۲۸ نفره از میان شهروندان شهرستان ماهشهر در استان خوزستان، داده‌های توصیفی به کمک نرم‌افزارهای SPSS16 و Smart PLS 3 مورد تحلیل قرار گرفته‌اند. یافته‌ها حاکی از این است که بین آنومی اجتماعی، آنومی اخلاقی، کنترل اجتماعی، احساس محرومیت نسبی، قانون‌گرایی و ناامنی غذایی با گرایش به احتکار کالا رابطه معنی‌داری وجود داشته است. نتایج رگرسیون چندگانه پژوهش نشان می‌دهد که ضریب همبستگی چندگانه برابر با ۰/۶۹۰، ضریب تبیین ۰/۴۷۶ و کمیت دوربین واتسون برابر با ۰/۶۷۶ است.

کلیدواژه: احتکار کالا، فردگرایی، آنومی اجتماعی، ناامنی غذایی، اعتماد اجتماعی

۱- جستار گشایی

فردگرایی^۱ در نظریه دورکیم، در بحث چگونگی گذار از جوامع سنتی به مدرن ارائه شده است (حسینزاده و همکاران، ۱۳۹۳). در باب روحیه ایرانیان، جمع گرایی^۲ و فردگرایی، بحث قابل تأملی است، به گونه ای که بسیاری از کارشناسان حوزه انسانی و اجتماعی، گذشته اجتماع ایرانی ها را، فردگرایی معرفی می کنند؛ هرچند که نمونه های تاریخی از الگوهای رفتاری جمع گرایانه، تحول اجتماعی بزرگی در مقاطع مختلف تاریخ ایران به نمایش گذاشته باشد (هم چون انقلاب مشروطه و یا انقلاب اسلامی ایران که نقش مهمی در کاهش خودمداری اجتماعی و تقویت جمع گرایی داشته است). آن ها مسأله بی تفاوتی و فردگرایی ایرانیان چه در امر اقتصادی چه در امر اجتماعی را به مثابه امر و کنشی تاریخی می پندارند که ریشه در روزمرگی تاریخی دارد. این روزمرگی معرف زندگی و کردار کم و بیش یکنواخت و تکرار شونده فرد انسانی برای بقای فردی است و علت آن ساختار اجتماعی ارزیابی می شود. به این معنی که رفتار امروزی شهروندان تا حدی از زیست بوم تاریخی، شرایط فرهنگی گذشته و وقایع تاریخی اثر پذیرفته است که از موانع توسعه در جامعه ایرانی نیز محسوب می شوند (از آن جمله: محمدی و توکلی، ۱۳۹۴ - قاضی مرادی، ۱۳۷۸ و ۱۳۸۴ - فراستخواه، ۱۳۸۶ - نراقی، ۱۳۸۵ و ۱۳۸۸ - قانع راد، ۱۳۷۹). بسیاری دیگر نیز تعمیم روحیه فردگرایانه به ایرانی ها در همه ادوار را؛ تعمیم ناصوابی دانسته و آن را بیش تر به شرایط سیاسی و اجتماعی جامعه ایرانی در ادوار مختلف وابسته می دانند. برخی نیز با همین استدلال، فرهنگ ایرانی را در عرصه خانوادگی، عشیره ای، قبیله ای و مذهبی، مشارکت جو و دیگرخواه دانسته اند؛ اما در عرصه رسمی، مدنی و عرصه اجتماع عام، به دلیل نبود شرایط لازم و وجود موانع ساختاری، آن را نامشارکت جو و خودخواهانه معرفی می کنند (از جمله: مفتخری، ۱۳۷۹: ۲۰۹ - رفیع پور، ۱۳۷۷ - پیران، ۱۳۷۷: ۶). برخی دیگر نیز جامعه ایرانی را آمیخته ای از فردگرایی و جمع گرایی می دانند (از آن جمله: شینانی و همکاران، ۱۳۹۱؛ میرزایی، ۱۳۸۴؛ وثوقی و همکاران؛ ۱۳۸۴؛ آزاد ارمکی، ۱۳۸۷). مطابق با نتایج پژوهش ها، فرآیند نوسازی^۳، پیامدهای توسعه^۴، گسترش شهرنشینی، افزایش قدرت ارتباطاتی، حضور پررنگ رسانه، گرایش به ارزش های مادی، فاصله طبقاتی، زیست مصرفی و مسابقه نمایش ثروت (مصرف تظاهری) در کاهش ارزش های جمع گرایانه، هنجارگریزی، بی تفاوتی و رشد فردگرایی منفی (در تضاد با منافع گروهی و حیات اجتماعی شهروندان)، مؤثر هستند. نمود فردگرایی منفی در رفتار اقتصادی شهروندان، گرایش به احتکار کالا^۵ در موقعیت اجتماعی خاص است که باعث تشدیدگرانی، کم یابی کالا، بی اعتمادی اجتماعی، افول ارزش های سرمایه ای و کاهش ارزش های اخلاق جمعی شده است. این مسأله به قیمت تأمین منافع

1. Individualism
 2. Collectivism
 3. Modernization
 4. Development
 5. Commodity Hoarding

کوتاه مدت یا میان مدت فردی (یا گروهی) احتکارکنندگان کالا، ضمن ایجاد شوک روانی در جامعه، امنیت عمومی را به مخاطره می اندازد. امنیت عمومی وضعیتی از تفوق نظم، قانون و رعایت عدالت در یک جامعه است که شهروندان در سایه آن از تهدید و خطر در امان بوده و برای حفظ و پاسداری از حقوق خود و بر طرف کردن زمینه ها و عوامل تعرض احتمالی - اطمینان خاطر دارند. در آسیب شناسی امنیت، سیمای زشت و ناهنجار تهدیدها و آسیب ها، نمایان می شود و ضرورت توجه به عوامل بازدارنده از شکل گیری این تهدیدها، روشن می گردد. امروزه مسأله بزه کاری و آسیب های اجتماعی در کنار دیگر معضلات اجتماعی به یکی از منابع ظهور و گسترش احساس ناامنی در میان مردم تبدیل شده است. مسأله احتکار^۱ به عنوان معضلی اجتماعی در جوامع انسانی در مقابل مصالح و منافع جامعه قرار گرفته و به احساس ناامنی اجتماعی دامن می زند. شام بیاتی (۱۳۷۶)، احتکار را نه تنها نوعی پامال کردن حق افراد دانسته، بلکه عواقب آن را در نهایت موجب مختل شدن و بیماری زنجیره نظام اجتماعی ارزیابی می کند. با توجه به ماهیت پدیده احتکار می توان آن را به واسطه هدفش که رسیدن به بهره شخصی و نادیده انگاشتن منافع جمعی است؛ در چهارچوب نوعی فردگرایی خودخواهانه نیز تلقی نمود. فردگرایی هنگامی که با رهایی از اجبارهای اجتماعی و شرایط ستم گرایانه در ارتباط است؛ امری مثبت و هنگامی که از جهت جدایی از دیگران و نبود احساس تعهد متقابل به آن نگریسته می شود؛ یعنی به معنای سعی در تحقق منافع فردی از طریق بی توجهی به منافع جمعی، به عنوان یک شاخص منفی مورد توجه قرار می گیرد. آنتونی گیدنز^۲، اعتماد اجتماعی^۳ را عنصر سازنده ارتباطات ناب اجتماعی می داند که برای توسعه حس تعلق جمعی، به عنوان ضروری ترین مؤلفه انسجام اجتماعی دارای اهمیت است (اکلاک، ۲۰۰۷). بدین ترتیب، اعتماد اجتماعی سبب اتصال افراد و تقویت روابط جمعی می شود و جدی ترین پیامد افزایش بی اعتمادی، کاهش تعلق اجتماعی و افزایش فردگرایی منفی خواهد بود. پژوهش های میدانی متعدد نیز حاکی از ارتباط معنادار و معکوس میان اعتماد اجتماعی و فردگرایی افراطی در جامعه بوده است (از آن جمله؛ بیدل و همکاران، ۱۳۹۲ - قادری و القونه، ۱۳۹۶ - معیدفر و دربندی، ۱۳۸۵ و غیره). از این رو به نظر می رسد ضعف اعتماد نهادی در جامعه در برهه های مختلف که همواره به واسطه شرایط گذار توسعه ای، ظهور کرده؛ از عوامل مهم در گرایش به فردگرایی خودخواهانه و نمود یافتن در کنشی هم چون احتکار کالا باشد. از سوی دیگر وجود برخی هنجارهای عرفی در جامعه نشان می دهد که اگرچه بسیاری امور از نظر شرع و قانون امری ناصواب و ناهنجار محسوب می شوند، اما در پاره ای از موارد عدول از آن ها در میان مردم نه تنها تقبیح نمی شود، بلکه مورد تمجید نیز قرار می گیرد. در فرهنگ عامیانه ایرانیان؛ عمل کسی که بتواند به نوعی از نقاط کور قانونی و یا شرایط خاص اقتصادی با موفقیت، به کسب سود و بهره برسد؛ با نسبت دادن عبارت

1. Hoarding

2. Anthony Giddens

3. Social Trust

«زرنگی» به آن، به نوعی مورد تحسین قرار می گیرد. آیت الهی (۱۳۹۶)، واژه زرنگی را دارای تضاد معنایی می داند؛ صورت مثبت آن، به معنای زیرکی و تدبیر است، درحالی که صورت منفی آن، عملی است که توصیف گر تقلب، دروغ گویی، فریب و تجاوز به حقوق دیگران، ریاکاری، غارت گری، گناه و سوءاستفاده از قدرت است. البته باید توجه داشت که زرنگی غیر از «حیله گری» است. زرنگی در این جا، یعنی فرد بتواند بدون در نظر گرفتن درستی یا نادرستی یک کنش و عواقب آن برای دیگری، با شناخت دقیق شرایط زمانی و مکانی در راه کسب منفعت برای خود یا گروه خود دست به تلاش زده و موفق هم بشود و به دام نیز نیفتد. این موفقیت با وجود عواقبی که برای جمع دارد، اغلب در رفتارهای عرفی، تمجید عمومی را به همراه دارد که این مهم در مقام باورهای هنجاری می تواند در انتخاب کنش افراد تأثیرگذار باشد.

گرایش شدید و غیرمنتظره شهروندان عادی به احتکار کالا در ایران، در سال ۱۳۹۷ (در کنار محترکان دانه درشت) با خروج یک جانبه و غیرقانونی دولت ایالات متحده از توافق موسوم به برجام^۱ و وضع تحریم های یک جانبه اقتصادی بر کشور، و تبلیغات رسانه ای در این خصوص آغاز گشت و باعث ایجاد هراس و ناامنی ذهنی در جامعه شد. روانه شدن شهروندان به بازار اقتصادی و خرید کالاهای مصرفی و غیر مصرفی بیش از حد نیاز، ضمن افزایش قیمت کالا به صورت تورم انتظاری، موجب دلهره اجتماعی و افزایش احساس ناامنی غذایی گردید. شایعه عمومی عدم تأمین نیازهای اساسی قبل از نوسان قیمت کالا، باعث نوعی بی تعادلی و بی سازمانی اجتماعی در جامعه گردید، قیمت ها را افزایش داد و موجب نایاب شدن کالاها گشت. هرچند با گذشت هفته ها و فروکش کردن شایعات و اقدامات دولت، شرایط عادی بر بازار حاکم شد و واکنش های سرزنش آمیز حوزه عمومی نسبت به محترکان (به عنوان مثال محترکان شیر خشک نوزاد)، برخوردهای قضایی با محترکان دانه درشت را شکل داد. به نظر می رسد بررسی ابعاد مختلف موضوع احتکار، ضرورت نگاهی جامعه شناختی به این مسأله را نیز حائز اهمیت می سازد. این پژوهش با ابزار پرسش نامه ضمن پیمایش پنداشت شهروندان از رفتار اقتصادی با نمونه ای ۲۲۸ نفره از شهرستان بندر ماهشهر در استان خوزستان (که موج احتکار کالا در سال ۱۳۹۷ را هم چون بسیاری دیگر از هم وطنان در سراسر کشور تجربه کردند)، قصد دارد تا تأثیر متغیرهای مستقل آنومی اخلاقی^۲، کنترل اجتماعی^۳، احساس محرومیت نسبی^۴، آنومی اجتماعی^۵، اعتماد اجتماعی و ناامنی غذایی^۶ با گرایش به احتکار کالا را مورد بررسی قرار دهد.

۱-۱- فرضیات پژوهش

فرضیه‌های پژوهش به شرح ذیل هستند:

- به نظر می‌رسد بین آنومی (اجتماعی و اخلاقی) و گرایش به احتکار کالا رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- به نظر می‌رسد بین کنترل اجتماعی (رسمی و غیررسمی) و گرایش به احتکار کالا رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- به نظر می‌رسد بین محرومیت نسبی و گرایش به احتکار کالا رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- به نظر می‌رسد بین اعتماد اجتماعی و گرایش به احتکار کالا رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- به نظر می‌رسد بین قانون‌گرایی و گرایش به احتکار کالا رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- به نظر می‌رسد بین احساس ناامنی غذایی و گرایش به احتکار کالا رابطه معنی‌داری وجود دارد.

۲-۱- روش پژوهش

روش پژوهش از نوع پیمایش، به لحاظ ماهیت کاربردی و از لحاظ وسعت، پهنانگر است. جامعه آماری و شیوه نمونه‌گیری: جامعه آماری این پژوهش کلیه شهروندان شهرستان ماهشهر واقع در استان خوزستان می‌باشند. مطابق با سرشماری سال ۱۳۹۵ مرکز ملی آمار ایران، جمعیت این شهرستان ۲۹۶/۲۷۱ نفر است. برای تعیین حجم نمونه از نرم‌افزار Spss Sample Power استفاده شد؛ که در سطح آلفای ۵ صدم، مقدار ۰/۱۵ ضریب همبستگی و در توان ۸۰ درصد برابر با ۲۲۸ نفر تعیین گشت. ابزار گردآوری و سنجش داده‌ها: پژوهش حاضر به روش کمی، پیمایشی و با ابزار پرسش‌نامه به شکل تصادفی صورت گرفته است. این پرسش‌نامه توسط محقق طراحی شد که در آن مجموعه‌ای از گویه‌ها به شکل طیف لیکرت به پاسخگویان ارائه گشت. مقیاس‌های مورد استفاده برای سنجش متغیرها استاندارد بوده و میزان روایی و پایایی آن‌ها با استفاده از نرم‌افزار Smart PLS3 به شرح زیر برآورد شد و متناسب بودن آن‌ها مورد تأیید قرار گرفت.

جدول شماره ۱۱

متغیرها	تعداد گویه	آلفای کرونباخ
آنومی اخلاقی	۱۲	۰/۹۲
کنترل اجتماعی	۱۳	۰/۷۶
محرومیت نسبی	۱۰	۰/۸۳

متغیرها	تعداد گویه	آلفای کرونباخ
آنومی اجتماعی	۱۸	۰/۸۳۱
اعتماد اجتماعی	۹	۰/۶۷
قانون گرایی	۱۴	۰/۶۴۱
گرایش به احتکار	۱۲	۰/۶۵۹
ناامنی غذایی	۶	۰/۸۲۶

داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS16 و Smart PLS 3 در معرض ارزیابی‌های توصیفی و تحلیلی قرار گرفته است.

عندلیب و سلیمانی (۱۳۹۶)، در مقاله شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری احتکار با استفاده از روش تحلیل سلسله مراتبی (AHP)، ضمن شناسایی عوامل گوناگون فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، حقوقی و سیاسی مؤثر بر شکل‌گیری پدیده احتکار، با استفاده از روش تحلیلی سلسله مراتبی به اولویت‌دهی و وزن‌دهی این عوامل می‌پردازند. نتایج مطالعه حاکی از آن است که «رواج فرهنگ بازارمحور غربی»، «عدم مدیریت صحیح شوک‌های اقتصادی» و «از بین رفتن قبح احتکار در جامعه» سه عامل اصلی تأثیرگذار بر شکل‌گیری احتکار هستند. نویسندگان در نهایت ضرورت اشاعه آموزه‌های اسلامی برای غلبه بر فرهنگ منفعت‌گرایی بازاری، لزوم آموزش شهروندی در جهت آشنایی با مفهوم و آثار احتکار در درازمدت و ضرورت اصلاح ساختاری نظام مدیریت تولید و توزیع اقتصاد و تبدیل آن به نظامی مشارکت محور و نظارت محور را مطرح می‌سازند.

بیدل و همکاران (۱۳۹۲)، در مقاله رابطه اعتماد اجتماعی با فردگرایی افراطی در شهر مشهد، ضمن انجام مطالعه بر ۳۸۴ فرد بالای بیست سال شهرستان مشهد درمی‌یابند که بین اعتماد اجتماعی و فردگرایی افراطی رابطه معکوس وجود دارد. آن‌ها سطح اعتماد اجتماعی در همه ابعاد تعاملات اجتماعی را پان ارزیابی کرده و این افزایش بی‌اعتمادی را موجب افزایش فردگرایی افراطی در جامعه عنوان می‌کنند.

در مقایسه پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان موج دوم (۱۳۸۴) و موج سوم (۱۳۹۴)، درصد افرادی که با گویه «بیشتر مردم اگر موقعیتی گیرشان بیاید بر سر یکدیگر کلاه می‌گذارند» موافق یا به‌طور کامل موافق بوده‌اند؛ از حدود ۴۹ درصد به حدود ۵۵ درصد رسیده است. هم‌چنین در پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان موج سوم (۱۳۹۴)، پاسخ مخاطبان به این پرسش که «به‌نظر شما هر کدام از ویژگی‌های ذیل تا چه اندازه بین مردم رواج دارد» به این شرح بوده است: دروغ‌گویی ۷۱/۸ درصد، دورویی و تظاهر ۶۴/۸ درصد، تقلب و کلاهبرداری ۶۸/۱ درصد، تملق و چاپلوسی ۶۶/۳ درصد و بدبینی ۵۱/۴ درصد. نتایج بیان‌گر این مهم است که اعتماد اجتماعی در جامعه تضعیف شده است.

رونالد استیف^۱ و همکاران (۱۹۷۵)، در مقاله تبیین اقتصادی و اجتماعی پدیده احتکار و پیامدهای بازاریابی، احتکار کالایی را از دو نوع احتکار کوتاه مدت و درازمدت ارزیابی می کنند. آن ها معتقدند این احتکار کوتاه مدت است که اغلب در اثر دریافت نشانه ها یا پیام هایی صورت می گیرد که هراس مخاطب را در از بین رفتن نظم فعلی اجتماعی برمی انگیزند و وی را در اصطلاح به «خرید وحشت» نسبت به همه کالاها و می دارند. خطر بروز جنگ یا خبر گرانی غریب الوقوع از جمله این نشانه ها هستند که حتی اعلام ها در جهت کنترل اوضاع نظیر: «کمک در راه است» یا «کالای بیش تری برای تعادل قیمت به بازار عرضه خواهد شد» نیز نتیجه عکس داشته و در قامت همان نشانه های خطر ظاهر شده و بر عطش خرید وحشت می افزایند. آن ها احتکار کالایی کوتاه مدت را کنش ناهنجار مصرفی شهروندان عنوان کرده و آن را نشأت گرفته از شرایط غیرطبیعی اجتماعی، تجربه اندک در مصرف و شرایط بی اعتمادی می دانند. بیمن^۲ در پژوهشی کیفی که به صورت کتاب تحت عنوان زبان، موقعیت و قدرت در ایران، منتشر نموده است؛ در خصوص استفاده از کلمه زرنگی توسط ایرانیان استدلال می کند که زرنگی، نوعی انتقال پیام است و افراد را قادر می سازد کلام شان را به گونه ای صورت بندی کنند که ضامن جلوگیری از تعبیر مستقیم محتوای پیام، راه را برای تفسیرهای متفاوت باز بگذارند تا انگیزه ها و کنش های حقیقی شان پنهان بماند یا این که بتوانند بر پیامدهای عمل شان کنترل داشته باشند. بیمن نمونه هایی از فیلم های سینمایی ایرانی را ذکر می کند و نتیجه می گیرد که ایرانی ها، زرنگی را تا زمانی که نتیجه بخش باشد، می ستایند؛ حتی اگر موجب کژراهه رفتن شود. از سوی دیگر، اگر شخصی در رسیدن به نتیجه مورد نظر شکست بخورد، چیزی جز شرمساری نصیب او نمی شود (۱۹۸۶، ۲۷-۳۲).

پایگاه رسمی مؤسسه هاتسفید^۳ که در زمینه ویژگی ها و دامنه فرهنگ در کشورهای مختلف جهان مطالعات آماری انجام می دهد؛ وضعیت کشور ایران در شاخص فردگرایی را در رتبه ۴۱ از میان ۷۴ کشور بررسی شده، ارزیابی می کند؛ و نتیجه می گیرد که جامعه ایرانی نسبت به سایر جوامع، جامعه ای اشتراکی است تا فردگرا. به این معنی که در چنین جامعه ای افراد به «گروه هایی» تعلق دارند که در ازای وفاداری، از آن ها مراقبت می کنند. اگرچه داده های تحقیق منصور معدل، نشان می دهند که گرایش به استقلال فردی در بین سال های ۲۰۰۰ و ۲۰۰۵ در ایران گسترش یافته است. این داده ها بیان می کنند که ارزش ها در ایران به طرف ارزش های خودمختاری در حرکت هستند (معدل، ۲۰۱۰). در مقایسه پیمایش ملی ارزش ها و نگرش های ایرانیان موج دوم (۱۳۸۴) و موج سوم (۱۳۹۴)؛ درصد افرادی که با پرسش «در اوضاع فعلی آدم باید به فکر خودش باشد» موافق یا به طور کامل موافق بوده اند؛ حدود ۱۴ واحد افزایش داشته است. ارزیابی مطالعات پیشین نشان می دهد که در پژوهش های داخلی و خارجی کم تر به پدیده احتکار و عوامل

1. Ronald Stiff

2. Beeman. William.O

3. <https://www.hofstede-insights.com/>

جامعه‌شناختی احتکار کالا پرداخته شده است. برآیند بررسی مطالعات و پژوهش‌های پیشین حاکی از آن است که پدیده احتکار کالا در کوتاه‌مدت اغلب در شرایط بی‌اعتمادی و بی‌سازمانی اجتماعی نمود پیدا می‌کند و پدیده احتکار کالا در درازمدت اغلب با سودجویی و منفعت‌طلبی همراه است. همچنین ضعف نهادی، ضعف سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، وجود برخی هنجارهای عرفی و تجربه اندک مصرف در شهروندان نیز از جمله عوامل تسهیل‌گر آن به حساب می‌آیند.

۲- مفاهیم و مبانی نظری

احتکار به نگهداری و انبار کردن کالا، بیش از حد نیاز متعارف به منظور ایجاد کمبود مقطعی و عرضه و فروش آن در آینده به قیمتی بالاتر اطلاق می‌شود. دو عامل «انبار کردن کالا (معمولاً به صورت پنهان) و به قصد ایجاد کمبود فعلی» و «فروش آن در آینده به قیمتی بالاتر» نقش مهم و اساسی را در تصمیم‌گیری محتکران جهت اقدام به احتکار کالا ایفا می‌کنند. ملاک اصلی در ایجاد انگیزه لازم برای احتکار؛ دستیابی به سود و بهره در شرایطی است که اوضاع اقتصادی نابسامان گردیده باشد (رنجبر، ۱۳۷۵). احتکار در مفهوم اعم آن، عبارت از کاهش دادن یا متوقف کردن جریان توزیع کالا است که توسط همه یا برخی از فروشندگان به‌طور موقت صورت می‌گیرد. این اقدام فروشندگان، با توجه به وضع بازار، به خصوص تقاضای تحریک‌شده خریداران به منظور بالا بردن قیمت و درآمد حاصل از افزایش کالا انجام می‌گیرد و چنانچه محتکر بتواند با کم کردن یا متوقف ساختن توزیع کالا به اهداف خود برسد، اقدام خود را باز هم تکرار کرده و جریان توزیع را همچنان در اختلال نگاه می‌دارد و تا زمانی که زمینه ذهنی آکنده از نگرانی و بی‌اطمینانی مصرف‌کنندگان نسبت به آینده و بیم دائمی بودن کم شدن کالا وجود داشته باشد؛ به خرید کالا به مقداری بیش از اندازه موردنیاز و به منظور ذخیره‌سازی؛ اقبال به وجود می‌آید (شام بیاتی، ۱۳۷۶). احتکار از نظرگاه حقوقی، قانونی و مبانی دین اسلام، فعلی مجرمانه و حرام هست (محمودی گلپایگانی، ۱۳۸۴؛ ولی پور، ۱۳۸۶؛ حجتی اشرفی، ۱۳۷۵؛ ۸۳۲).

فردگرایی یک اصطلاح جدید قرن نوزدهمی است، یک تعبیر تازه راجع به تفکر تازه‌ای که تولد یافته است؛ نظریه‌ای که نه تنها بر افراد انتزاعی و مجرد بلکه بر اولویت منافع، علایق و حالات فرد تأکید دارد (ویلیامز، ۱۹۸۸؛ ۱۶۱-۱۶۵). فردگرایی تفکری است که بر اهمیت فرد و منافع فردی تأکید می‌گذارد. این واژه برای مشخص کردن دامنه‌ای از تفکرات، فلسفه‌ها و دکترین‌ها استفاده شده است (مارشال، ۱۹۹۸؛ ۳۰۴). ماکس وبر معتقد بود که اصطلاح فردگرایی حاوی نامتناسباترین مفاهیم قابل‌تصور است (وبر، ۱۳۷۳؛ ۱۹۶). براساس رویکرد بین فرهنگی، فردگرایی اساساً به ویژگی‌ای اشاره دارد که در جوامعی یافت می‌شود که پیوندهای آن‌ها به پیوندهای بین افراد تقلیل یافته و انتظار می‌رود هر شخص بعد از توجه به خود صرفاً به خانواده‌اش توجه نماید (هوفستد، ۱۳۷۸؛ ۵۱). افراد در فرهنگ‌های فردگرا اغلب هدف‌های فردی

خود را ترجیح می‌دهند حتی اگر آن‌ها با اهداف‌های مهم درون گروهی همچون خانواده، قبیله، گروه و غیره در تضاد باشند. فردگرایان به لحاظ عاطفی جدا از درون گروه‌های خود بوده و بر خوداتکایی، استقلال، لذت و تعقیب خوشبختی تأکید می‌کنند (تریاندیس، ۱۳۷۸: ۲۵۷). گرچه فردگرایی مبتنی بر این واقعیت است که فرد، واحد اصلی واقعیت و معیار نهایی ارزش است، اما این دیدگاه اهمیت نقش‌های متقابل جمعی را رد نمی‌کند و مکانیسم‌های اجتماعی و تأثیر گروه بر رفتار فردی را نادیده نمی‌انگارد، بلکه آنچه انکار می‌شود این است که برای کنش نیروها هدفی بیرون از فرد در نظر گرفته شود (بورديو، ۱۳۷۸: ۱۹). دورکیم در کتاب تقسیم کار فردگرایی را بخش زنده‌ای از سازمان جامعه معاصر خوانده و آن را پیش‌شرط هبستگی ارگانیک معرفی می‌کند (کیدنز، ۱۳۷۸، ۹۸). پارسونز نیز در یک نوع تلقی از فردگرایی با مطرح نمودن وضعیت خودمختاری؛ آن را موقعیتی دانسته که نفع فردی و نفع جمعی همسو با یکدیگر است و بین مصالح فردی و جمعی به وسیله ترتیبات نهادی موجود هماهنگی وجود داشته باشد (وٹوفی و میرزایی، ۱۳۸۷)؛ بنابراین فردگرایی هنگامی که بارهایی از اجبارهای اجتماعی و شرایط ستم‌گرایانه در ارتباط است و یا منجر به انسجام و در مسیر تعالی جمعی باشد، امری مثبت تلقی گشته و تحت عناوینی هم‌چون فردگرایی اخلاقی^۱ از دیدگاه دورکیم و یا فردگرایی نهادی شده^۲ از نظرگاه پارسونز مطرح می‌شود و هنگامی که از جهت جدایی از دیگران و نبود احساس تعهد متقابل به آن نگریسته می‌شود یعنی به معنای سعی در تحقق منافع فردی از طریق بی‌توجهی به منافع جمعی، به عنوان یک شاخص منفی موردتوجه قرار گرفته و فردگرایی خودخواهانه^۳ تلقی می‌گردد. فردگرایی خودخواهانه یا خودمدارانه به‌نوعی از فردگرایی اطلاق می‌شود که صرفاً بر تقدم منافع شخصی مبتنی باشد. این نوع فردگرایی که همواره به عنوان جنبه آسیب شناختی فردگرایی موردتوجه جامعه شناسان کلاسیک از قبیل دورکیم، تونیس و دیگران بوده است، اساساً محل نظم هنجاری جامعه و نظم اجتماعی است. توکویل، خودخواهی را در مقابل فردگرایی قرار داده و معتقد است که فردگرایی ممکن است رشد بیمارگونه داشته باشد و به دیگران نیز حمله برده و همه آن‌ها را نابود سازد و سرانجام در خودخواهی که بذر هر فضیلتی را خشک می‌کند مستهلک گردد؛ بنابراین فردگرایی افراطی را می‌توان همان فردگرایی خودخواهانه نامید.

از دیدگاه آیزن و فیشباین (۱۹۸۰) یک کنش یا رفتار در پی یک زنجیره عوامل روی می‌دهد. حلقه ماقبل بروز رفتار، قصد و نیت انجام یک رفتار است؛ اما قصد و نیت، خود متأثر و تابع دو متغیر دیگر است. اولی نگرش به رفتار که متغیری فردی و شخصی است و طی آن رفتار از منظر خود فرد کنش‌گر ارزیابی می‌شود. متغیر دوم هنجار ذهنی است که منعکس‌کننده نفوذ و فشار اجتماعی است که شخص آن را برای یک کار یا رفتار؛ احساس و ادراک می‌کند. این نظریه که کنش عقلانی نام دارد؛ مبتنی بر این

1. Ethical Individualism
2. Institutional Individualism
3. Egoistic Individualism

فرض است که افراد به‌طور منطقی عمل می‌کنند. آن‌ها کلیه اطلاعات در دسترس درباره رفتار هدف‌دار را جمع‌آوری و به‌طور منظم ارزیابی می‌کنند. هم‌چنین اثر و نتیجه اعمال را در نظر می‌گیرند، سپس بر اساس استدلال خود تصمیم می‌گیرند که عملی را انجام دهند یا انجام ندهند (پکارین و همکاران، ۲۰۰۴: ۱۲). سازه‌های اصلی این مدل عبارتند از: ۱. نگرش نسبت به رفتار؛ که به وجود نگرش‌های منفی و مثبت در افراد نسبت به یک کنش و رابطه متقابل این نگرش‌ها با کنش‌ها اشاره دارد، ۲. هنجارهای ذهنی؛ که به نفوذ و تأثیر عوامل مختلف در شکل‌گیری کنش افراد دلالت دارد و احتمال وقوع کنش را در شرایطی که نگرش‌ها و هنجارها هر دو در رابطه مثبت با رفتار باشند بیشتر ارزیابی می‌کند، ۳. قصد رفتاری؛ که به تمایل افراد به درگیر شدن در رفتارهایی دلالت دارد که قصد انجام آن رفتارها پیش از آن وجود داشته است، ۴. باورهای رفتاری؛ که به باورهایی اشاره دارد که نسبت به پیامدهای رفتار فرد در او پیدا می‌شوند و در صورت نتیجه‌بخشی یا عدم نتیجه‌بخشی، نگرش او را نسبت به آن رفتار شکل می‌دهند و ۵. باورهای هنجاری؛ که حاصل و نیز تعیین‌کننده هنجارهای ذهنی فرد هستند و اساس گمان فرد در مورد نتایج رفتار و احترامی که دیگران یا خود به آن نتایج می‌گذارد را شکل می‌دهند (نواح و فروتن کیا، ۱۳۹۰: ۷۸). نظریه انتخاب عقلانی، جامعه‌شناسی را با نظریه اقتصادی پیوند زده و معتقد است که ساختارهای اجتماعی از طریق رفتارهای عقلانی و منفعت‌جویانه کنش‌گران قابل توضیح است (ترنر، ۱۹۹۸: ۳۱۵). در این نظریه، جامعه مجموعه‌ای از افراد است که کنش عقلانی دارند. کنش عقلانی در این منظر، کنش عقلانی معطوف به هدف یا کنش مبتنی بر عقلانیت ابزاری موردنظر و بر است. بر اساس کنش عقلانی، افراد آگاه و مختار و هدفمند در هر شرایطی به دنبال بیشینه کردن سود خود هستند. کلمن نیز معتقد است که در برخی از موقعیت‌ها، استفاده از آن مفهوم از عقلانیت که در اقتصاد به کار می‌رود ضروری است. مفهومی که اساس کنش‌گر عقلانی را در نظریه اقتصادی تشکیل می‌دهد، که می‌توان آن را این‌گونه بیان کرد که کنش‌گر، کنشی را انتخاب می‌کند که حداکثر فایده را نصیب او سازد (یگانه، ۱۳۸۷: ۳۵). نظریه انتخاب عقلانی دارای یک بعد منفعت‌طلبانه آشکار است؛ بدین معنا که من آن چیزی را انتخاب می‌کنم که بیش‌ترین رضایت‌خاطر یا منفعت را برایم به بار می‌آورد. تبیینی که در انتخاب عقلانی صورت می‌گیرد، تبیینی نیت‌مند است؛ به این معنا که فرض می‌کند آرزوها و عقاید فرد دلایلی برای کنش او هستند (کرایب، ۱۳۹۱: ۹۲). به نظر رمون بودون، نظریه انتخاب عقلانی را می‌توان مجموعه‌ای از پیش‌فرض‌ها تلقی کرد که عبارتند از: ۱- پدیده‌های اجتماعی معلول و نتیجه تصمیمات، کنش‌ها و نگرش‌های افراد هستند؛ ۲- اصولاً هر کنشی دست‌کم قابل فهم است؛ ۳- کنش‌ها معلول استدلال‌های ذهنی افراد هستند؛ ۴- استدلال‌ها و رویکرد عقلانی، برآمده از توجه کنش‌گر به نتایج کنش اوست (نتیجه‌گیری ابزارگرایانه)؛ ۵- کنش‌گران عمدتاً به نتایج کنش برای خودشان توجه می‌کنند.

کنش گران می‌توانند سود و زیان کنش‌های خود را محاسبه کنند و آن نوع کنشی را انجام دهند که به نفع آن‌هاست؛ یعنی به حداکثر رساندن و بهینه‌سازی (بودون، ۲۰۰۳).

در جامعه‌شناسی معاصر نظریه انتخاب عقلانی، در متن نظریه مبادله ظهور یافته است. از این رو، شباهت‌های زیادی بین آن دو وجود دارد (مقدس و اسلام، ۱۳۸۵). نظریه مبادله یکی از جدیدترین نظریه‌های فردگرایانه متکی به روانشناسی فردی است. به اعتقاد هومنز، انسان از یک سو در جستجوی حداکثر سود یا بالاترین پاداش و از سوی دیگر، در پی کاستن هزینه‌ها به حداقل است (توسلی، ۱۳۹۶: ۳۸۱). اساس نظریه‌های مبادله اجتماعی بر این اندیشه استوار است که افراد برای کسب پاداش‌های روانی می‌بایست هزینه‌های روانی را متقبل گردند. مطابق با این نظریه‌ها افراد درکنش متقابل خویش در تلاش‌اند برای رسیدن به سودمندترین نتایج، پاداش‌ها را به حداکثر رسانده و در مقابل هزینه‌ها را به حداقل برسانند. در این حال اگر فعالیت و یا موقعیت ویژه‌ای برای آن‌ها سودآورتر و یا متضمن هزینه کمتری باشد، آن‌را به فعالیت و یا موقعیت دیگر ترجیح می‌دهند (سیمپسون، ۱۳۷۰). دنیای اجتماعی از دیدگاه هومنز متضمن افرادی کنش‌گر است که در حال مبادله پاداش یا تنبیه‌اند. آنچه هومنز را از پنداره انسان اقتصادی قرن نوزده متمایز می‌کرد این بود که از منظر او انگیزه عمل را تنها پول و کالا تشکیل نمی‌داد، بلکه تأیید، احترام، عشق، عاطفه و دیگر نشانه‌های غیرمادی و نمادین نیز از اهمیت برخوردار بود. انسان از نگاه هومنز موجود خردباوری بود که به محاسبه شادی‌ها و لذت‌ها و نیز آلام خود می‌پردازد و همواره می‌کوشد تا رفتارهایی را که به پاداش منتهی می‌شود در کنش‌های متقابل جستجو کند. از یک سو در جستجوی حداکثر سود یا بالاترین پاداش و از سوی دیگر در پی کاهش هزینه‌ها به حداقل است و سپس نتیجه می‌گیرد که این دقیق‌ترین رفتار موجودات است (توسلی، ۱۳۹۶: ۳۸۳). قوانین یا قضایای اصلی حاکم بر رفتار انسان از دیدگاه هومنز (۱۹۶۷) به شرح زیر است؛

۱. قضیه محرک: اگر درگذشته کنش انسان در برابر انگیزه یا محرکی خاص پاداش گرفته باشد، اغلب در شرایط وقوع محرکی مشابه، فرد به کنشی مشابه در زمان حال دست خواهد زد.
۲. قضیه موفقیت: در یک محدوده زمانی معین، هر قدر پاداش کنش برای فرد ارزشمندتر باشد، احتمال انجام آن کنش بیشتر است.

۳. قضیه ارزش: هر قدر پاداش کنش برای فرد ارزشمندتر باشد، احتمال انجام آن کنش بیشتر است.
۴. قضیه اشباع: هر قدر تعداد پاداش‌ها در دوران متأخر بیشتر باشد، ارزش پاداش‌های دریافتی بعدی از پاداش‌دهنده (در نظر پاداش گیرنده) کمتر خواهد بود.

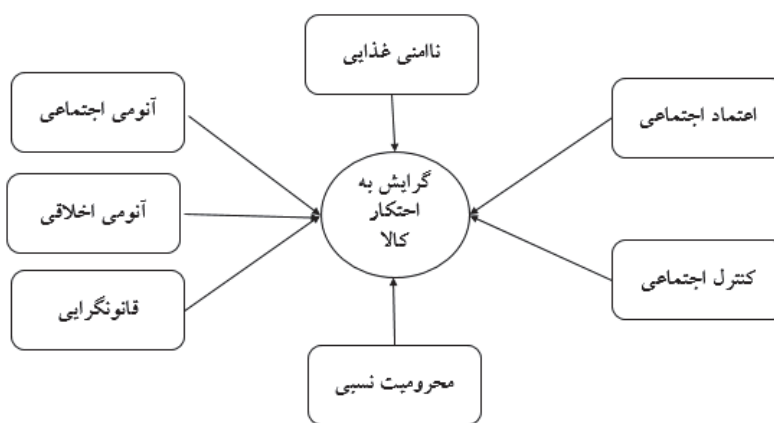
امیل دورکیم اولین بار در سال ۱۸۹۳ از مفهوم آنومی^۱ استفاده کرد، در نظر دورکیم، آنومی به وضعیتی در یک جامعه اطلاق می‌شود که در آن، هنجارهای اجتماعی نفوذ خود را بر فرد از دست بدهد. در

1. Anomie

چنین شرایطی، افراد دیگر برای اقتدار اخلاقی جامعه احترام قائل نیستند؛ بنابراین، افراد دچار احساس تشویش، سردرگمی و فقدان راهنمای اخلاقی می‌شوند. تقاضاها و خواش‌های مادی آن‌ها بی‌حساب و کتاب افزایش می‌یابد و خودخواهی‌ها بر آن‌ها غلبه می‌کند. شرایط ناپسامانی که مستعد بی‌نظمی، جرم و انحراف است، همه را تحت تأثیر قرار می‌دهد. به اعتقاد دورکیم، وقتی فقدان التزام اجتماعی به قوانین، هنجارها و قواعد آشکار گردد، افراد احساس می‌کنند هیچ‌گونه مالکی در انتخاب‌های خود ندارند؛ در نتیجه، حالتی از گسستگی و بی‌سازمانی در نظام اجتماعی آشکار می‌شود (سلیمی و داوری، ۱۳۸۰: ۴۳۰-۳۲۹). رابرت کینگ مرتون در سال ۱۹۳۸، مقاله پیشگام خود را با عنوان «ساختار اجتماعی و آنومی» منتشر کرد. مرتون، تلقی دورکیم از آنومی را در قالب «نظریه فشار» خود بسط داد. او در توضیح دلیل تفاوت نرخ جرم در بین طبقات بالا و پایین ادعا کرده که دو ساختار در بروز جرم و انحراف دخیل است: ساختار اول، اهداف و آرزوهایی است که به لحاظ فرهنگی تعریف شده و تمام افراد جامعه در طول زندگی خواهان آن هستند. ساختار دوم، وسایل و راه‌های نهادینه‌شده برای رسیدن به آن اهداف و آرزوها. در سطح خرد، زمانی که فرد شیوه‌های تأیید شده برای دستیابی به اهداف خود نداشته باشد، مستأصل شده و به وسائل نامشروع متوسل می‌شود. در سطح کلان هم وقتی جامعه توان ارائه ابزار و وسائل قابل قبول برای دستیابی به اهداف مطرح در سطح خرد را ندارد، خود باعث ایجاد آنومی می‌شود. البته جوامع از لحاظ درجه اهمیتی که برای اهداف و وسائل قائل می‌شود، بایکدیگر تفاوت دارند (شیانی و محمدی، ۱۳۸۶: ۱۲). فرضیه اصلی تئوری مزبور این است که تنظیمات و سازوکارهای بازاری باعث ایجاد فشارهای آنومیک می‌شود. بازار، اهداف مادی را تقویت کرده و باعث افزایش حساب‌گری و گرایش ابزاری به سمت روابط اجتماعی می‌شود. وقتی این روندها ادامه پیدا می‌کند؛ احتمالاً آنومی روی می‌دهد. وقتی اهداف از حمایت فرهنگی بالایی برخوردار باشد، در حالی که ابزارهای هنجاری کنترل‌کننده، پیوسته نیرو و تأثیر خود را از دست بدهند، شرایط برای فعالیت‌های آنومیک مهیا می‌شود. در یک محیط آنومیک، کنش‌گران بیش‌تر با نتایج و بازدهی کنش درگیر می‌شوند نه با مشروعیت ابزارهایی که رفتارها را تنظیم می‌کند. تضعیف کنترل هنجاری، احتمالاً به افزایش میزان رفتارهای نادرست منتهی می‌شود که جرم و کجروی هم در این مقوله جای می‌گیرد (مسر و روزنفیلد، ۱۹۹۷: ۹۳۶).

از این‌رو براساس مبانی نظری موجود احتکارکالا (در کوتاه‌مدت یا درازمدت) نوعی فردگرایی خودخواهانه می‌باشد که در تقابل با منافع جمع است. هم‌چنین یک کنش عقلانی معطوف به هدف، منفعت یا سود است که به‌واسطه دست‌یابی احتمالی به ارزش‌های اقتصادی، بازخوردهای تأیید و تشویق‌کننده عرفی و هم‌چنین ضعف کنترل اجتماعی سنتی و نهادی، توسط فرد به مرحله ظهور می‌رسد. از نظریات فوق می‌توان نتیجه گرفت که احتکار کالا احتمالاً در شرایط آنومی، یعنی شرایطی که اعتماد

در اثر ناکارآمدی نظم اجتماعی در تحقق اهداف متزلزل شده و بی‌اعتمادی عمومی افزایش یافته است؛ رخ می‌دهد. وقتی رسیدن به موفقیت‌های اقتصادی به‌عنوان ارزش‌های فرهنگی بازتولید شده در سطح جامعه با ابزارهای هنجار و قانونی موجود قابل دست‌یابی نباشد و یا تحقق آن بسیار دشوار باشد؛ فرد ممکن است به ابزارها و روش‌های مبتکرانه مجرمانه از قبیل دزدی و یا احتکار دست زند.



شکل شماره ۱۱

۳- داده‌ها و تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش

۳-۱- داده‌های توصیفی

نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که مرد ۱۵۳ نفر (۶۷/۱۱)، زن ۷۵ نفر (۳۲/۸۹)، مجرد ۵۸ نفر (۲۵/۴۴)، متأهل ۱۶۷ نفر (۷۳/۲۵)، مطلقه ۳ نفر (۱/۳۲)، شاغل ۱۸۰ نفر (۷۸/۹۵)، بیکار ۳۹ نفر (۱۷/۱۱)، محصل ۹ نفر (۳/۹۵) بوده است. حداقل سن پاسخگویان (۱۶) حداکثر (۶۵)، دامنه تغییرات (۴۹) و میانگین سنی (۳۶/۲)، درآمد زیر دو میلیون تومان ۵۱ نفر (۳۷/۲۲)، دو تا سه میلیون تومان ۱۱۷ نفر (۵۱/۳۲)، سه تا چهار میلیون تومان ۴۲ نفر (۴۲/۱۸)، چهار تا پنج میلیون تومان ۱۵ نفر (۶/۵۸)، بالای پنج میلیون تومان ۳ نفر (۱/۳۲)، محل تولد ۲۷ نفر (۱۱/۸۴) روستا، ۲۰۱ نفر (۸۸/۱۶) شهر، وضع تملک ۷۸ نفر (۳۴/۲۱) ملکی، ۸۷ نفر (۳۶/۱۶) استیجاری یا رهن و درنهایت وضع تملک ۶۳ نفر (۲۷/۶۳) خانه پدری بوده است. به لحاظ طبقه اقتصادی، خیلی بالا ۶ نفر (۲/۶۳)، طبقه بالا ۲۱ نفر (۹/۲۱)، طبقه متوسط به بالا ۸۴ نفر (۳۶/۸۴)، طبقه متوسط به

پایین ۹۶ نفر (۴۲/۱۱)، طبقه پایین ۱۸ نفر (۷/۸۹) و درنهایت ۳ نفر (۱/۳۲) در طبقه خیلی پایین قرار می‌گیرند. به لحاظ سطح تحصیلات، بی‌سواد و ابتدایی ۶ نفر (۲/۶۳)، راهنمایی ۲۱ نفر (۹/۲۱)، دیپلم ۶۶ نفر (۲۸/۹۵)، فوق‌دیپلم ۴۵ نفر (۱۹/۷۴)، لیسانس ۶۹ نفر (۳۰/۲۶)، فوق‌لیسانس و بالاتر ۲۱ نفر (۹/۲۱) درصد بوده است.

۳-۲- توزیع پراکندگی شاخص

توزیع شاخص پراکندگی متغیرهای پژوهش در جدول زیر ارائه شده است.

جدول شماره ۱۲

متغیر	میانگین	انحراف معیار	ماکزیمم	مینیمم	طبقات			
					پایین		متوسط	
					فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
آنومی اخلاقی	۳۹,۷۳	۷,۶۷	۴۸	۱۵	۲۱	۹,۲۱	۲۷	۱۱,۸۴
کنترل اجتماعی	۳۴,۵۵	۵,۹۴	۴۸	۱۷	۲۱	۹,۲۱	۱۳۸	۶۰,۵۳
محرومیت نسبی	۳۳,۳۸	۹,۰۲۴	۵۴	۱۲	۵۷	۲۵	۱۱۱	۴۸,۶۸
آنومی اجتماعی	۶۰,۸۶	۱۰,۴۶	۸۶	۳۵	۴۸	۲۱,۰۵	۱۳۸	۶۰,۵۳
اعتماد اجتماعی	۲۴,۳۹	۴,۴۶	۳۵	۱۱	۲۴	۱۰,۵۳	۱۵۶	۶۸,۴۲
قانون‌گرایی	۴۸,۵۳	۸,۶۵	۱۰۹	۳۰	۱۸۹	۸۲,۸۹	۳۸	۱۶,۶۷
اختکار کالا	۳۲,۳۴	۶,۰۹	۴۸	۱۹	۴۸	۲۱,۰۵	۱۴۷	۶۴,۴۷
نالمنی غذایی	۱۶,۲۴	۶,۸۲	۳۰	۶	۸۷	۳۸,۱۶	۹۰	۳۹,۴۷

نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که میانگین متغیر آنومی اخلاقی در میان پاسخ‌گویان ۳۹/۷۳ می‌باشد که از مقدار متوسط آن (۲۴)، بیش‌تر است. میانگین متغیر کنترل اجتماعی در میان پاسخ‌گویان ۳۴/۵۵ است که از مقدار متوسط آن (۲۶)، بیش‌تر می‌باشد. میانگین متغیر احساس محرومیت نسبی

در میان پاسخ‌گویان ۳۳/۳۸ می‌باشد که از مقدار متوسط آن (۲۵)، بیش‌تر است. میانگین متغیر آنومی اجتماعی در میان پاسخ‌گویان ۶۰/۸۶ است که از مقدار متوسط آن (۴۵)، بیش‌تر می‌باشد. میانگین متغیر اعتماد اجتماعی در بین پاسخ‌گویان ۲۴/۲۹ می‌باشد که از مقدار متوسط آن (۲۲/۵) اندکی بیش‌تر است. میانگین متغیر قانون‌گرایی در میان پاسخ‌گویان ۴۸/۵۳ است که از میزان متوسط آن (۳۵)، بیش‌تر است. میانگین متغیر گرایش به احتکار کالا در میان پاسخ‌دهندگان ۳۲/۳۴ می‌باشد که از میزان متوسط آن (۳۰)، اندکی بیش‌تر است و میانگین متغیر احساس ناامنی غذایی در میان پاسخ‌دهندگان ۱۶/۲۴ است که از میزان متوسط آن (۱۵)، اندکی بیش‌تر است.

۳-۳- ضریب همبستگی پژوهش

نتایج حاصل از ضریب همبستگی پژوهش در جدول شماره ۳، ارائه شده است.

جدول شماره ۳^۱

متغیر مستقل	متغیر وابسته	مقدار پیرسون	سطح معنی‌داری	نتیجه
آنومی اخلاقی	گرایش به احتکار کالا	۰,۳۱۴	۰/۰۰۰	قبول
کنترل اجتماعی		-۰,۳۶۸	۰/۰۰۰	قبول
محرومیت نسبی		۰,۲۷۷	۰/۰۰۰	قبول
آنومی اجتماعی		۰,۴۱۷	۰/۰۰۰	قبول
اعتماد اجتماعی		-۰,۰۲۱	۰/۷۵۶	مردود
قانون‌گرایی		-۰,۳۹۵	۰/۰۰۰	قبول
ناامنی غذایی		۰,۴۳۰	۰/۰۰۰	قبول

۳-۴- نتایج

نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که:

- بین آنومی اخلاقی و گرایش به احتکار کالا رابطه معنی‌داری وجود دارد و مقدار ضریب این دو متغیر در سطح معنی ۰/۰۰۰ برابر با ۰/۳۱۴ است. به این معنی که هرچه آنومی اخلاقی بیش‌تر باشد؛ به همان اندازه گرایش به احتکار کالا بیش‌تر خواهد شد. عدم رعایت قواعد اخلاقی در جامعه باعث می‌شود که رفتارهای ناهنجار اجتماعی، از جمله احتکار و گران‌فروشی عادی جلوه شود.

- بین کنترل اجتماعی و گرایش به احتکار کالا رابطه معنی‌داری وجود دارد و مقدار ضریب این دو متغیر در سطح معنی ۰/۰۰۰ برابر با -۰,۳۶۸ است. به این معنی که هرچه کنترل اجتماعی بیش‌تر باشد؛ به همان اندازه گرایش به احتکار کالا کم‌تر خواهد شد. تشدید کنترل سنتی و نهادی و نظارت بیش‌تر از

۱. نتایج ضریب همبستگی حاصل از آزمون پیرسون

سوی نهادهای کنترل اجتماعی (درجهت افزایش هزینه احتکار) پیش از ارتکاب و برخورد با محتکر پس از ارتکاب عمل، باعث می شود گرایش به احتکار در میان فروشندگان و خریداران کالاهای اساسی کم تر شود.

- بین احساس محرومیت نسبی و گرایش به احتکار کالا رابطه معنی داری وجود دارد و مقدار ضریب این دو متغیر در سطح معنی ۰/۰۰۰ برابر با ۰,۲۷۷ است. به این معنی که هرچه احساس محرومیت نسبی بیش تر باشد؛ به همان اندازه گرایش به احتکار کالا بیش تر خواهد شد. احساس محرومیت نسبی باعث می شود در صورت وجود تهدید و بحران در آینده، شهروندان گرایش بیش تر به تجمع کالاهای اساسی برای رفع نیازهای خود در شرایط بحرانی داشته باشند.

- بین آنومی اجتماعی و گرایش به احتکار کالا رابطه معنی داری وجود دارد و مقدار ضریب این دو متغیر در سطح معنی ۰/۰۰۰ برابر با ۰,۴۱۷ است. به این معنی که هرچه آنومی اجتماعی بیش تر باشد؛ به همان اندازه گرایش به احتکار کالا بیش تر خواهد شد. هرچه مردم احساس مبهمی نسبت به شرایط فعلی و آتی جامعه داشته باشند، به دلیل این وضعیت عدم قطعیت و غیرقابل پیش بینی، بیش تر به سمت احتکار کالا گرایش می یابند.

- بین اعتماد اجتماعی و گرایش به احتکار کالا رابطه معنی داری یافت نشد.

- بین قانون گرایی و گرایش به احتکار کالا رابطه معنی داری وجود دارد و مقدار ضریب این دو متغیر در سطح معنی ۰/۰۰۰ برابر با ۰,۳۹۵ - است. به این معنی که هرچه میزان احترام به قانون و قانون گرایی بیش تر باشد؛ به همان اندازه گرایش به احتکار کالا کم تر خواهد شد. قانون نقش نظارت و کنترل و برخورد با متخلفان در جامعه را بر عهده دارد. وقتی میزان پای بندی به قانون در سطوح مختلف اجتماع رعایت نشود؛ احتمال بروز کنش های قانون گریزانه از جمله احتکار کالا و غیره نیز بیش تر می شود.

- بین احساس ناامنی غذایی و گرایش به احتکار کالا رابطه معنی داری وجود دارد و مقدار ضریب این دو متغیر در سطح معنی ۰/۰۰۰ برابر با ۰,۴۳۰ است. به این معنی که هرچه احساس ناامنی غذایی بیش تر باشد؛ به همان اندازه گرایش به احتکار کالا بیش تر خواهد شد. وقتی در جامعه شهروندان احساس کنند که با مسئله کمبود غذا و دسترسی به کالاهای حیاتی به دلیل گرانی یا فقدان کافی آن، مواجه خواهند شد، خواه ناخواه به سمت احتکار کالا گرایش می یابند.

۳-۵- رگرسیون چندگانه پژوهش

رگرسیون چندگانه پژوهش در جدول شماره ۴ ارائه شده است.

جدول شماره ۴۱

متغیر	بتا	T	سطح معنی داری	ضریب همبستگی چند گانه	۰.۶۹۰
آنومی اخلاقی	۰.۱۵۴	۲/۹۶۳	۰/۰۰۳	ضریب تبیین	۰.۴۷۶
کنترل اجتماعی	-۰.۳۹۹	-۷/۶۱۹	۰/۰۰۰	ضریب تبیین تصحیح شده	۰.۴۶۰
محرومیت نسبی	۰.۱۷۴	۳/۲۵۲	۰/۰۰۱	کمیت دور بین واتسون	۰.۶۷۶
آنومی اجتماعی	۰.۱۹۰	۲/۹۵۴	۰/۰۰۳	آنالیز واریانس	۲۸/۵۸۳
اعتماد اجتماعی	-۰.۰۳۸	-۰/۷۲۷	۰/۴۶۸		
قانون گرایی	-۰.۲۴۳	-۴/۲۹۳	۰/۰۰۰		
ناامنی غذایی	۰.۱۳۰	۲/۱۳۹	۰/۰۳۳		
				سطح معناداری	۰/۰۰۰

نتایج حاصل از رگرسیون چندگانه نشان می‌دهد که کنترل اجتماعی با مقدار بتای ۰/۳۹۹ - بیشترین و متغیر آنومی اخلاقی با بتای ۰/۱۵۴ کمترین تأثیر را در تبیین گرایش به احتکار کالا داشته است. بر این اساس مقدار ضریب تبیین پژوهش برابر با ۰/۴۶۰ است.

۴- نتیجه گیری

احتکار کالا صرف نظر از آن که آگاهانه و با آینده نگری همراه باشد و یا آن که واکنشی و مصرف وحشت باشد؛ در تقابل با منافع جمعی بوده و در کوتاه مدت در مسیر حمایت از منافع فردی است؛ و به واسطه تبعات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی که در پی دارد؛ امنیت عمومی جامعه را به مخاطره می‌اندازد. از این رو تشدید گرایش به احتکار کالا در سال ۱۳۹۷ به گونه‌ای نابسامانی اخلاقی، قانون‌گریزی و میل به تجاوز به حقوق اجتماعی تلقی می‌شود. پژوهش حاضر به روش کمی و پیمایشی با مطالعه جامعه‌ای ۲۲۸ نفره از شهروندان شهرستان ماهشهر، ارتباط برخی از متغیرها در گرایش به احتکار کالا را مورد کنکاش قرار داده است. نتایج کلی پژوهش حاکی از آن است که:

- آنومی اخلاقی با مقدار بتای ۰/۱۵۴ گرایش به احتکار کالایی را تبیین می‌نماید.
- کنترل اجتماعی با مقدار بتای ۰/۳۹۹ - گرایش به احتکار کالایی را تبیین می‌نماید.
- محرومیت نسبی با مقدار بتای ۰/۱۷۴ گرایش به احتکار کالایی را تبیین می‌نماید.
- آنومی اجتماعی با مقدار بتای ۰/۱۹۰ گرایش به احتکار کالایی را تبیین می‌نماید.
- قانون‌گرایی با مقدار بتای ۰/۲۴۳ - گرایش به احتکار کالایی را تبیین می‌نماید.
- ناامنی غذایی با مقدار بتای ۰/۱۳۰ گرایش به احتکار کالایی را تبیین می‌نماید.

شهرستان صنعتی ماهشهر به واسطه مناطق گسترده ویژه اقتصادی و بافت مهاجر شهری، نمونه منحصر به فردی از زندگی مسالمت آمیز اقوام مختلف ایرانی اعم از عرب، فارس، لر، کرد، ترک و... است که به واسطه اشتغال در صنایع و زندگی در این شهرستان بافت فرهنگی چندتکه جدید شهری را تشکیل داده‌اند. پس از خروج غیرقانونی دولت ایالات متحده از معاهده موسوم به برجام و وضع تحریم‌های یک جانبه علیه ملت ایران؛ مردم این شهرستان پیش از هر شهر دیگر به واسطه کاهش رونق در مجتمع بندری امام خمینی (ره) و دپوی محصولات صنایع پتروشیمی در انبارها و نایاب شدن یا گرانی لوازم و قطعات در بازارچه‌های مرزی وارداتی؛ متوجه شرایط سخت اقتصادی پیش رو شده‌اند که نخستین جلوه خویش را در کاهش ارزش پول ملی و کم یاب شدن کالاها و مواد غذایی به دلیل افزایش تقاضای صادرات به کشور عراق (به واسطه بازارچه‌های مرزی و قیمت تمام شده نازل) به نمایش گذاشت.

در چنین شرایطی سرمایه گذاری در تولید به واسطه ریسک بالا، نگاه داشت سرمایه در بانک به دلیل کاهش سود بانکی و عدم حفظ ارزش فعلی سرمایه، سرمایه گذاری در بورس به دلیل عدم آشنایی و آگاهی عمومی از مکانیسم اجرا، مورد استقبال قرار نگرفته و افراد برای حفظ ارزش سرمایه و دارایی خویش به تکاپو می افتند تا با خرید خودرو، لوازم اساسی منزل، سکه، دلار و... ارزش سرمایه‌های خویش را پاسداری کنند. این رفتار به مرور وحشت را در جامعه دامن زده و احتکار را به سمت مواد غذایی نیز می کشاند. این کنش ها هم از سوی صاحبان مکاسب و هم از سوی شهروندان مشاهده شده و مجموع این عوامل به افزایش قیمت کالاهای اساسی در جامعه منجر می شود. در شرایطی که برای رسیدن به ارزش های مشروع اقتصادی، راه های مشروع به سختی یافت شوند و از سوی دیگر به واسطه ضعف ابزارهای سنتی و مدرن کنترل اجتماعی، افراد در چنین شرایط آشوب ناکی به راه های جایگزین یا ابتکاری قدم می گذارند. احتکار کالا به امید گرانی بیش تر و کسب سود برای گذران زندگی، به راهی مشروع بین افرادی تبدیل می شود که شرایط آنومیک جامعه را در کنار کاهش توانایی خود برای تأمین وعده های غذایی در ماه های اخیر حس کرده اند و گویی دست یازیدن به اعمال غیر اخلاقی همچون احتکار در چنین شرایطی نه تنها تقبیح نشده بلکه مورد احساس همدردی یا تمجید عمومی قرار می گیرد و فرد براساس نظریه مبادله هومنز (قضیه محرک، ارزش و موفقیت) دست به احتکار زده و به این ترتیب دومینوی گرانی به مسیر خویش ادامه می دهد. حال آن که در چنین شرایطی پای بندی به قانون و اخلاق و مشارکت در کنترل بحران به صورت عمومی، در کوتاه و درازمدت منافع همگان را تأمین خواهد نمود.

اگر چه نتایج تحلیل های توصیفی در این پژوهش، رابطه معناداری میان اعتماد اجتماعی و گرایش به احتکار کالا نمی یابد (و این امر ضرورت انجام پژوهش های کیفی در این حوزه را مشخص می سازد)؛ پژوهش های متعدد رابطه معنادار میان متغیرهای آنومی و اعتماد اجتماعی را به تائید رسانده اند (قدیمی، ۱۳۸۶ -

حسینی نثار و همکاران، ۱۳۹۴ - پاک خصال، ۱۳۹۴). از این رو با در نظر گرفتن متغیر آنومی به عنوان متغیر واسطه، می توان به وجود رابطه میان اعتماد اجتماعی و گرایش به احتکار کالا نیز صحنه گذاشت. آنومی اجتماعی موجب تخلیه و کاهش سرمایه اجتماعی از طریق تضعیف هنجارهای مسلط بر رفتارها می شود. از سوی دیگر اعتماد نیز به عنوان یکی از ابعاد و مؤلفه های سرمایه اجتماعی، تضعیف می شود؛ زیرا اعتماد هنگامی شکل می گیرد که هنجارها محکم باشد و افراد بتوانند رفتارهای یکدیگر را پیش بینی کنند. تعهد قوی به نظم هنجاری باعث افزایش اعتماد متقابل شده و در نتیجه کنش های متقابل شکل می گیرد و از هنجارها تبعیت خواهد شد. برعکس، وقتی مردم به همدیگر شک و تردید داشته باشند، نسبت به قدرت هنجارها بطور معکوس نمی توان اعتماد کرد (پاک خصال، ۱۳۹۴)؛ بنابراین علت مهم گرایش به احتکار کالا را می توان در کاهش سرمایه اجتماعی و یا تقلیل آن به گروه، خانواده و فرد در جامعه خلاصه نمود که در فضایی آنومیک در حوزه اجتماع و اخلاق نمود می یابد و قانون گریزی یکی از عواقب آن خواهد بود. از این رو برای تقویت سرمایه اجتماعی در کنار تقویت نهادهای کنترل اجتماعی در جامعه می بایست برنامه ریزی فرهنگی دقیقی صورت پذیرد.

۱-۴ - پیشنهادی پژوهش

- ۱- برنامه ریزی در جهت تقویت هنجارهای اخلاقی در سطح کلان و خرد جامعه.
- ۲- برنامه ریزی در جهت آموزش اصول و اخلاق شهروندی.
- ۳- برنامه ریزی در جهت ایجاد اعتماد نهادی و اجتماعی بین شهروندان و ساختارهای اجتماعی.
- ۴- سیاست گذاری اجتماعی در زمینه رفاه اجتماعی شهروندان و تدوین بسته های حمایتی اقتصادی.
- ۵- برنامه ریزی در جهت تقویت مکانیسم کنترل اجتماعی در بازار و برخورد با هنجارشکنان.
- ۶- برنامه ریزی در جهت افزایش نقش قانون و رعایت قانون در سطوح مختلف نهادی و غیر نهادی.
- ۷- برنامه ریزی در جهت کاهش احساس ناامنی غذایی در بین شهروندان.
- ۸- کاهش سطح احساس ابهام نسبت به جریان توزیع کالا، قیمت و منابع ذخیره ای در بین اجتماع (افزایش سواد مصرف در میان مصرف کنندگان).

منابع

- آیت‌اللهی، محمدعلی (۱۳۹۶)، **نگرش و قضاوت‌های اخلاقی ایرانیان در مورد مفهوم فرهنگی زندگی**، فصل‌نامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ۱۰، شماره ۴.
- اجتهاد نژادکاشانی، سالار و ساعی، علی (۱۳۹۶)، **تحلیل جامعه‌شناختی تکوین مدرنیته در ایران: تلاشی چند سطحی برای بر ساختن یک دستگاه نظری چند سطحی**، فصل‌نامه توسعه اجتماعی-فرهنگی، دوره ششم، شماره ۲.
- بابایی فرد، اسدالله (۱۳۹۵)، **رویکرد تاریخی و تجربی به توسعه در ایران با بهره‌گیری از تحلیل شبکه‌ای**، فصل‌نامه مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی، دوره ۵، شماره ۴.
- بیدل، پری‌ناز و محمودزاده، علی‌اکبر و صادقی، احمد (۱۳۹۲)، **رابطه اعتماد اجتماعی با فردگرایی افراطی در شهر مشهد**، فصل‌نامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال چهاردهم، شماره ۵۵.
- پاک‌خصال، اعظم (۱۳۹۴)، **تأثیر کاهش سرمایه اجتماعی بر آنومی اجتماعی زنان ساکن شهر تهران**، فصل‌نامه پژوهش‌نامه مددکاری اجتماعی، سال اول، شماره ۴.
- توسلی، غلام عباس (۱۳۹۶)، **نظریه‌های جامعه‌شناسی**، تهران: سمت، چاپ ۱۹.
- تریاندیس، هری س. (۱۳۷۸)، **فرهنگ و رفتار اجتماعی**، ترجمه نصرت فتی، تهران: نشر رسانش، چاپ اول.
- جلالی‌پور، محمدرضا (۱۳۸۹)، **ایران جامعه کژ مدرن**، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره یازدهم، شماره ۱.
- چلبی، مسعود (۱۳۹۲)، **بررسی تجربی نظام شخصیت در ایران**، تهران: نی، چاپ اول.
- حجتی اشرفی، غلامرضا (۱۳۷۵)، **مجموعه کامل قوانین و مقررات جزائی**، تهران: گنج دانش، چاپ پنجم.
- حسین زاده، علی حسین، محمودی، زینب و ممینی، ایمان (۱۳۹۳)، **بررسی برخی عوامل مؤثر بر کنش‌های فردگرایانه**، فصل‌نامه پژوهش‌های جامعه‌شناختی معاصر، سال دوم، شماره ۳، ص ۵۲-۳۷.
- حسینی‌نثار، مجید؛ فیض ثابت، مصطفی و شب افروزان، صغری (۱۳۹۴)، **آنومی اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن (مورد مطالعه شهر رشت)**، فصل‌نامه مدیریت فرهنگی، دوره ۹، شماره ۲۴.
- دائرةالمعارف طهور (۱۳۹۴). مبلغ. برگرفته از <http://tahoor.com/fa/article/view/111825>
- دانش‌پژوهان، منوچهر و اخگری، محمد (۱۳۹۷)، **بن‌مایه‌های تاریخی امنیت در سفرنامه ناصرخسرو-مورد مطالعه: امنیت عمومی و اجتماعی**، فصل‌نامه امنیت پژوهی، سال ۱۷، شماره ۶۳.
- رحمتی، محمدرضا، کامرانی فر، احمد و طاهری نسب، حسین (۱۳۹۶)، **نابسامانی اخلاقی در جامعه ایرانی**، رهیافت تاریخی، سال ششم، شماره ۱۸.
- رضایی، محمد (۱۳۸۴)، **میزان نوع و عوامل مؤثر بر قانون‌گریزی**، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره ۶، شماره ۳.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۶)، **توسعه و تضاد**، تهران: شرکت سهامی انتشار، چاپ اول.
- رنجبر، کمال‌الدین (۱۳۷۵)، **نگاهی به ریشه‌ها و چاره‌های احتکار**، فصل‌نامه تازه‌های اقتصاد، شماره ۵۵.

- زارعی، یعقوب؛ رحمانیان کوشکی، مهدی و استعلاجی، علیرضا (۱۳۹۷)، تحلیل برخی مؤلفه‌های اجتماعی. اقتصادی مؤثر بر احساس امنیت اجتماعی (مورد مطالعه: سکونتگاه‌های شهری شهرستان سراوان)، فصل‌نامه امنیت پژوهی، سال ۱۷، شماره ۶۱.
- شام بیاتی، هوشنگ (۱۳۷۶)، احتکار، فصل‌نامه دادرسی، شماره ۵ و ۶.
- شیانی، ملیحه؛ رضوی الهام، بهراد، دلپسند، کامل (۱۳۹۱)، بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت شهروندان در مدیریت امور شهری تهران، فصل‌نامه علمی تخصصی مطالعات شهری، سال دوم، شماره چهارم
- عندلیب، محمد و سلیمانی، محمد (۱۳۹۶)، شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری احتکار با استفاده از روش تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP)، دوفصل‌نامه مطالعات اقتصاد اسلامی، سال دهم، شماره اول.
- غفاری فرد، عباسقلی (۱۳۹۲)، تاریخ‌پژوهشی در آسیب‌شناسی اخلاقی ایرانی‌ها، تهران: دات، چاپ اول.
- فراستخواه، مقصود (۱۳۸۶)، بختی درباره ویژگی اخلاقی ایرانی: حلاجی خلق و خوی ایرانی، روزنامه اعتماد، شماره بیست و چهارم آبان ماه.
- فراستخواه، مقصود (۱۳۹۴)، ما ایرانیان: زمینه‌کاوی تاریخی اجتماع خلیقات ایرانی، تهران: نشرنی، چاپ اول.
- قدیمی، مهدی (۱۳۸۶)، بررسی میزان اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در بین دانشجویان دانشگاه‌های زنجان، فصل‌نامه پژوهش‌گاه علوم انسانی، شماره ۵۳.
- قادری، طاهره و القونه، زهرا (۱۳۹۶)، بررسی فردگرایی خودخواهانه و عوامل مرتبط با آن در بین دانشجویان دانشگاه شیراز، فصل‌نامه علوم اجتماعی، سال ۲۶، شماره ۷.
- قاضی مرادی، حسن (۱۳۷۸)، تهران در پیرامون خودمرداری ایرانیان، تهران: ارمان، چاپ اول.
- قاضی مرادی، حسن (۱۳۸۴)، در پیرامون ایرانی و توسعه‌نیافتگی، اطلاعات سیاسی-اقتصادی، شماره ۱۵۱ و ۱۵۲.
- کرایب، یان (۱۳۹۱)، نظریه اجتماعی مدرن، از پارسونز تا هابرماس؛ ترجمه عباس مخبر، تهران: نشر آگه
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸)، تجدد و تشخیص جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی، چاپ اول.
- محقق داماد، سید مصطفی (۱۳۶۲)، تحلیل و بررسی احتکار از نظرگاه فقه اسلام، نشر اندیشه‌های نو در علوم اسلامی، چاپ اول.
- محمدی، محسن و توکلی، یعقوب (۱۳۹۴)، تأثیر انقلاب بر ارزش‌های اجتماعی از فردگرایی تا جمع‌گرایی، دو فصل‌نامه علمی پژوهشی پاسداری فرهنگی انقلاب اسلامی، دانشکده علوم انسانی اسلامی و قدرت نرم، سال پنجم، شماره ۱۱، ص ۱۰۱-۱۳۷.
- محمودی گلپایگانی، سید محمد (۱۳۸۴)، بررسی حقوقی احتکار و نرخ‌گذاری، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی، شماره ۶۸.

- مفتخری، حسین (۱۳۷۹)، **بررسی علل و عوامل تقدم منافع فردی بر مصالح جمعی در ایران**، تهران: اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی
- مقدس، علی اصغر و اسلام، علی رضا (۱۳۸۵)، **کاوشی در نظریه انتخاب عقلانی با تأکید بر آراء مایکل هکتر**، مجله علوم اجتماعی سال سوم، شماره ۱.
- میرزایی، حسین (۱۳۸۴)، **بررسی جامعه‌شناختی فردگرایی در ایران**، رساله دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران
- میلسپو، آرتور (۱۳۵۶) **مأموریت آمریکایی‌ها در ایران**، ترجمه حسین ابوترابیان، تهران: زریاب.
- مسعودی، حیدرعلی (۱۳۹۷)، **فرهنگ راهبردی آمریکا و امنیتی‌سازی مجدد ایران در دوره ترامپ**، فصل‌نامه امنیت پژوهی، سال ۱۷، شماره ۶۱.
- معیدفر، سعید و دربندی، سیدعلی رضا (۱۳۸۶)، **بررسی رفتار و نگرش جمع‌گرایانه شهروندان تهرانی**، مجله انجمن جامعه‌شناسی ایران، دوره ۷، شماره ۳.
- نراقی، حسن (۱۳۸۸)، **جامعه‌شناسی خودمانی**، تهران: نشر اختران، چاپ نوزدهم.
- نبوی، عبدالامیر (۱۳۸۹)، **جامعه در حال گذار**، فصل‌نامه مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی، دوره سوم، شماره ۱.
- نواح، عبدالرضا و فروتن کیا، شهرزاد (۱۳۹۰) **بررسی رابطه بین کنش عقلانی و رفتارهای زیست‌محیطی (مورد مطالعه: جامعه شهری اندیشک)**، فصل‌نامه محیط‌زیست، شماره ۵۱.
- وثوقی، منصور؛ میرزایی، حسین و رحمانی، جبار (۱۳۸۴)، **فردگرایی و جمع‌گرایی ایرانیان از دید سیاحان خارجی**، انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۲.
- وثوقی، منصور و حسین، میرزایی (۱۳۸۷)، **فردگرایی؛ تأملی در ابعاد و شاخص‌ها**، نامه علوم اجتماعی، شماره ۱۶، دوره ۳۴.
- ولی پور، محمد طاهر (۱۳۸۶)، **احتکار و مقابله با آن از دیدگاه روایات**، سفیر نور، شماره ۲.
- هاشمی، جمال (۱۳۸۷)، **بالندگی و بازندگی ایرانیان**، تهران: شرکت سهامی انتشار، چاپ اول.
- هوفستد، گرتا (۱۳۸۷)، **فرهنگ‌ها و سازمان‌ها**، برنامه‌ریزی ذهن، ترجمه علی اکبر فرهنگی و اسماعیل کاووسی، تهران: انتشارات پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، چاپ اول.
- یعقوبی، صمد (۱۳۸۲)، **مدلی برای فرآیند شناخت انحراف اجتماعی**، فصل‌نامه علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه تبریز، شماره ۱۱.
- یگانه، غلامرضا (۱۳۸۷)، **رویکرد جامعه‌شناسانه نظریه انتخاب عقلانی**، فصل‌نامه راهبرد فرهنگ، شماره سوم.
- Beeman, W.O. (1986), **Language, Status and Power in Iran**, Bloomington: Indiana University Press.

- Boudon, Raymond (2003) **Beyond Rational Choice Theory**, Annu. Rev. Sociol. Vol. 29:1-21.
- ECLAC (2007) **Social cohesion: inclusion and a sense of belonging in the United Nations**, Santiago, Chile: Santiago.
- Pikkarainen, T. Pikkarainen, K. Karjaluo, H. Pahnla, S. (2004), **Consumer acceptance of online banking: an extension of the technology acceptance model**, Internet research, 14(3), 224-235.
- Turner, J.H. (1998) **The Structure of Sociological Theory**.USA: Wodsworth Publishing Company.
- <https://www.hofstede-insights.com/country/iran/>
- Stiff, Ronald & Johnson, Keith & Ahmed Tourk, Khairy (1975), **Scarcity And Hoarding: Economic And Social Explanations And Marketing Implications**, Advances in Consumer Research Volume 2, Pages 203-216.
- Moaddel, Mansoor (2010), **Religious Regimes and Prospects for Liberal Politics: Futures of Iran, Iraq and Saudi Arabia**, Population Studies Center, No. 37, p 1-23.
-

