

تعارض هنجاری در هنجارهای اقتصادی کسب سود و عوامل مؤثر بر آن

احمد شکرچی

استادیار جامعه‌شناسی دانشگاه شهید بهشتی

مرتضی گنجی

دانشجوی دکتری مطالعات فرهنگی دانشگاه علامه

طباطبایی

چکیده

چگونگی مواجهه کنشگران با هنجارهای مختلف اقتصادی، میزان پذیرش هر یک از هنجارها در میان آنان و عوامل تأثیرگذار بر گزینش هنجارها، اهمیت بسیاری در نظم اجتماعی دارند. در این پژوهش میزان پایبندی کنشگران اقتصادی به سه دسته هنجارهای عرفی، دینی و قانونی کسب سود و مهم‌ترین عوامل مؤثر بر آن سنجیده شده است. چارچوب نظری مورد استفاده ترکیبی از نظریه‌های جامعه‌شناختی، روان‌شناختی و اقتصادی را مد نظر قرار داده است. این پژوهش با استفاده از روش کمی و با تکنیک پیمایش در شهر تهران با حجم نمونه ۳۵۴ نفر انجام گرفته است. نتایج نشان می‌دهد که میانگین پایبندی کنشگران به هنجارهای قانونی مانند رعایت قیمت‌گذاری‌ها، پرهیز از کم‌فروشی و گران‌فروشی و غیره، با میانگین ۴/۷۹ از ۶ بیشتر از سایر هنجارهای عرفی و دینی بوده است. پایبندی به هنجارهای دینی با مقدار ۴/۳۳ در مرتبه دوم قرار گرفته و پایبندی به هنجارهای عرفی با میانگین ۲/۹۲ کمترین مقدار را به دست آورده است. بین میزان پایبندی کنشگران به هنجارهای عرفی با پایبندی آنان به هنجارهای دینی و قانونی همبستگی معکوس وجود دارد. مهم‌ترین متغیرهای تأثیرگذار بر پایبندی کنشگران به هنجارها با بیشترین تأثیر معنادار، متغیرهای هنجار ذهنی پاسخگویان در مورد پایبندی اکثریت، کنترل دیگران مهم، انتظار دیگران مهم، عکس‌العمل دیگران مهم، شناخت پیامد هنجارها و میزان دینداری بوده‌اند.

واژگان کلیدی: پایبندی هنجاری، پیروی از هنجارها، هنجارهای کسب سود، جامعه‌شناسی

اقتصادی، سنجش هنجارها.

مقدمه و طرح مسئله

تغییرات سریع در جامعه ایران و قرار گرفتن آن در شرایط گذار پیامدهای مختلفی داشته است. هرچند در مفهوم‌سازی‌های کلاسیک از دوران گذار معمولاً به انتقال از جوامع سنتی به جوامع مدرن صنعتی یاد می‌شود، اما وضعیت پیچیده جوامعی مانند ایران الزاماً در این مسیر خطی حرکت نمی‌کند. با توجه به نشانه‌های آشکار موجود در حوزه‌های مختلف به نظر می‌رسد می‌توان برای این وضعیت نیز از مفهوم آنومی یا اختلال هنجاری بهره برد. یکی از مظاهر وضعیت آنومیک که می‌تواند بر حوزه‌های دیگر اثر مستقیم داشته باشد و آنومی را در آنها تشدید کند، حوزه اقتصادی است که دورکیم نیز در تعریف آنومی بیشترین تمرکز و توجه را به آن داشته است. از نظر دورکیم در وضعیت آنومیک «فقدان مجموعه قواعد حاکم بر روابط بین کارکردهای اجتماعی معین که باید در بحران‌های تجاری و صنعتی و تضاد بین کار و سرمایه دیده شود»، مشهود است. در این شرایط هیچ قاعده‌ای که تعیین‌کننده روابط بین کارفرما و کارمندش، کارگر و رئیس شرکت، بین صنعت‌گران و رقابت بین یکدیگر و آنها و عامه وجود نداشت، چه رسد به وجود تعهداتی که نیروی ضمانت اجرا داشته باشد؛ در نتیجه وضعیتی هرج و مرج از عدم تعادل به وجود می‌آید که در آن هیچ چیزی تحت کنترل نیست» (Lukes, 1981؛ چلبی، ۱۳۷۵). به نظر می‌رسد جوامع در حال گذار کنونی در حوزه‌هایی مانند توزیع و رقابت در اقتصاد بالقوه بیشتر در معرض خلأ هنجاری باشند. اتسلندر و دیگران (۱۹۹۹)، معتقدند که بیشتر کشورهای جهان سوم همیشه میزانی، کم یا بیش، از آنومی را تجربه می‌کنند. به گفته اتسلندر^۱ آنومی در کشورهای در حال توسعه، هم به «مشروعیت منبع هنجارها» و هم به «تعارض هنجارهای مشروع» که فشارهای متعارض بر فرد وارد می‌سازند، مربوط می‌شود. در این جوامع، وضعیت تضاد هنجاری نیز در این حوزه‌ها به چشم می‌خورد؛ به گونه‌ای که برای برخی مسائل اجتماعی دو هنجار یا دو مجموعه هنجار متضاد یا معارض هم‌زمان

1. Peter Atteslander

حضور دارد. در این میان و در حوزه دادوستد اقتصادی، «کسب سود» و نحوه و چگونگی آن یکی از مصادیق بارز این مفهوم است. در میان فعالان اقتصادی و همچنین در اجتماع بزرگ‌تر، نه تنها اجماع مشخصی در باب ارزشمند بودن کسب سود و انباشتگی ثروت به چشم نمی‌خورد بلکه در مورد شیوه و روش تحصیل مال و انباشت آن هم این سردرگمی وجود دارد؛ به علاوه میزان پابندی به این هنجارها و تعهد به آنها نیز در میان بخش‌های مختلف جامعه و حتی در میان فعالان اقتصادی به یک اندازه نیست. در محیط‌های اقتصادی و در جریان فعالیت‌های روزمره، هنجارهایی شکل می‌گیرد که می‌توان از آنها با عنوان «هنجارهای اجتماعی حوزه کسب سود» نام برد. این هنجارها بدون آنکه از جانب مرجع خاصی تصویب و ابلاغ شود، در میان اعضای اجتماع رواج دارند و از آنها پیروی می‌شود. این هنجارها بیشتر حدود مرز کنش‌ها را مشخص می‌کنند. دسته دیگر از هنجارها در قوانین رسمی مشخص شده‌اند که دارای مجازات‌های تعریف شده و مشخصی هستند. در این هنجارهای قانونی پیامد هر کنشی، تعریف و منظور شده است. علاوه بر هنجارهای اجتماعی و قانونی، قواعد و قوانین شرعی و دینی نیز در حوزه کسب سود حضور دارند که هر چند عمدتاً مجازات‌های اخروی تعریف می‌کنند، اما بیشتر جهت‌گیری و سمت‌وسوی کنش را مشخص می‌سازند. این هنجارها که از جانب نهاد دین وضع و تبلیغ می‌شوند، بیشتر ویژگی اخلاقی دارند و با اینکه از مقولاتی حقوقی مانند حلال و حرام بهره می‌برند، اما ویژگی اخلاقی آنها جهت تعیین پاکی و ناپاکی مال تحصیل شده بر وجوه دیگر می‌چربد. در چنین شرایطی، فعالان اقتصادی دست کم با سه مجموعه یا آمیزه‌ای از آنها مواجهند که هم موجب تعارض و تضاد برای کنشگر می‌شود و هم در روابط اقتصادی کنشگرانی که ممکن است پابندی متفاوتی به هر یک از این هنجارها داشته باشند، اختلال به وجود می‌آورد. برای مثال، فردی سود شرعی مجاز در فعالیت‌های توزیعی را حداکثر ۱۰ درصد دانسته و افراد را ملزم به رعایت آن می‌داند، فرد دیگری خود را ملزم به رعایت قانون می‌داند که در این زمینه به او اجازه کسب سود دلخواه ضمن توافق با طرف مقابل را داده

است. فردی به دلیل شائبه ربوی بودن فعالیت‌های بانکی از سپرده‌گذاری و سایر فعالیت‌های بانکی دوری می‌جوید، فرد دیگری به صورت کلان از بانک‌ها وام اخذ کرده و از مزیت‌های آن استفاده می‌کند. از طرفی فقها و مراجع مذهبی در مورد فعالیت‌های بانکداری بدون ربا در کشور ابراز نگرانی کرده‌اند و معتقدند دست‌کم بخشی از این فعالیت‌ها از نظر شرعی اشکال دارد؛ از طرف دیگر قانون اجرایی کشور این فعالیت‌ها را مجاز می‌داند و به افراد حق انجام آنها را می‌دهد. اقتصاددانان نیز نظریه‌های خاص خود را مطرح کرده و گاهی دیدگاه‌های شرع و قانون را رد می‌کنند.

با توجه به اینکه پژوهش حاضر به دنبال نشان‌دادن معیارها، اولویت‌ها و چگونگی انتخاب هنجارها و شکل‌گیری کنش اقتصادی در زمینه سود توسط کنشگران مختلف است، در ادامه به نظریه‌هایی پرداخته می‌شود که این معیارها و مکانیسم‌ها را مشخص کرده و به آنها پرداخته‌اند.

چارچوب نظری

هنجارها از این رو اهمیت دارند که مبنای اصلی همه کنش‌ها، از جمله کنش‌های اقتصادی هستند. گیدنز (۱۳۷۶)، هنجار را قواعد رفتاری می‌داند که رفتار مناسب در محدوده معینی از زمینه‌های اجتماعی را مشخص می‌کنند. هنجار نوع معینی از رفتار را تجویز کرده یا آن را ممنوع می‌کند که همیشه از نوعی ضمانت اجرایی، از عدم تأیید رسمی گرفته تا مجازات فیزیکی یا اعدام، برخوردار است (گیدنز، ۷۸۲: ۱۳۷۶). هنجارها آرمان‌های «اتوپایی» برای انجام کنش نیستند؛ بلکه انتظارات واقعی و عملی حاکم بر رفتار روزمره هستند. هنجارها آن چیزهایی را که مردم احساس می‌کنند حق دارند از دیگران در وضعیتی مشخص، انتظار داشته باشند، معین می‌کنند (دیویس، ۷۰: ۱۹۴۸). دورکیم (۱۳۴۳)، معتقد است به قاعده رفتار اجتماعی که به وسیله همه عوامل اجتماعی یا بیشتر آنها رعایت می‌شود و از روان

فردی افراد مستقل است و قائم بر «اجتماع افراد» است، هنجار گفته می‌شود. وی برای هنجار ویژگی‌های خاصی قائل است؛ از جمله اینکه هنجارها مستقل از افراد و الزام‌آور هستند (دورکیم، ۱۳۴۳: ۱۴۵). در میان نظریه‌پردازان معاصر، «پارسونز» بیشتر از سایرین به موضوع هنجار پرداخته است. او جامعه را متشکل از اجزایی می‌داند که در اصطلاح «پایگاه نقش‌ها» نامیده می‌شوند. این پایگاه‌ها با شیوه‌های خاصی از عمل و الگوهای مشخصی از رفتار همراه است که در اصطلاح «نقش» نامیده می‌شوند. در ارتباط با نقش‌های هر پایگاه، مجموعه قواعدی وجود دارد که آنچه را هر فرد باید انجام دهد تعیین می‌کند و پارسونز این قواعد را «هنجار» می‌نامد (ورسلی، ۱۳۷۸: ۶۶). از دیدگاه چلبی (۱۳۸۴)، مفهوم هنجار، سازه‌ای با حداقل دو بُعد است: بُعد نخست، بُعد معنایی (فرهنگی) است که در نظام فرهنگی کنش، ریشه دارد. این بُعد از هنجار همان «فرمان» است. بُعد دوم، بُعد اجتماعی است که در نظام اجتماعی کنش، ریشه دارد. این بُعد از هنجار «احساس تعهد» به «دیگری» است (صبغه اخلاقی و درونی دارد) و یا «احساس ترس» از «دیگری» است (صبغه ابزاری و بیرونی دارد) و یا ترکیبی از هر دو است. دورکیم برای هنجار اجتماعی دو عنصر اساسی قائل است: تعهد و تمنای اجتماعی. چلبی (۱۳۸۴)، نیز هنجار اجتماعی را ترکیبی از علقه اجتماعی و تعهد می‌داند (چلبی، ۱۳۸۴: ۱۰۹). میزان احساس تعهد به میزان علقه اجتماعی بستگی دارد و هر دو به میزان تراکم تعامل اجتماعی وابسته‌اند (همان، ۱۱۰). چلبی (۱۳۸۴)، قواعد جمعی را دستورالعمل‌هایی می‌داند که حوزه عمل را محدود می‌سازند. او چهار دسته قواعد جمعی شامل هنجارهای رویه‌ای، هنجارهای قانونی، هنجارهای اجتماعی و هنجارهای اخلاقی را از هم متمایز می‌سازد و در هر یک از نظام‌های اجتماعی شکل و نوع این هنجارها را بیان می‌کند. وی عنوان می‌کند که برخلاف هنجارهای رویه‌ای و قانونی، هنجارهای اجتماعی و هنجارهای اخلاقی هر دو پیچیدگی نمادی را کاهش می‌-

دهند؛ اما هنجارهای اخلاقی و هنجارهای اجتماعی به حدوث کنش اثر معکوس دارند؛ یعنی درحالی که هنجارهای اجتماعی حدوث کنش را کاهش می‌دهند، ارزش‌ها اجازه بیشتری به حدوث کنش می‌دهند (همان، ۹۷).

آنومی

تعاریف آنومی

آنومی از ریشه‌های یونانی به معنای «بدون» و «قانون» اخذ شده است. بی‌هنجاری از نظر ریشه لغوی، فقدان هنجارها یا قوانین را می‌رساند و ابتدا توسط دورکیم به منظور تشریح بعضی از رفتارهای جانین و افراد غیراجتماعی به کار رفت. امروزه جامعه‌شناسان بسیاری نظیر «مرتن»، این مفهوم را در معنای رفتاری انحرافی در برابر هدف‌ها و هنجارهایی که علی‌الاصول گروه به پذیرش آنان پرداخته است به کار می‌برند. علاوه بر این، از این واژه دیدی حاکی از تنازع و عدم‌پذیرش در برابر شیوه‌هایی که یک جامعه برای تحقق مدل‌های اجتماعی رفتار پذیرفته است، برمی‌آید (بیرو، ۱۳۶۶: ۲۵۰). این مفهوم به فقدان هنجارها و ارزش‌های اجتماعی روشن و به کمبود حس قانون‌مندی اجتماعی اشاره دارد. درحالی که مرتن بر ویژگی‌های محرومیت نسبی که باعث آنومی هستند، تمرکز کرده بود، دورکیم در درجه اول به رابطه بین تغییر سریع اجتماعی و آنومی اجتماعی علاقه‌مند بود. با توجه به نظر دورکیم، در زمان تغییر سریع اجتماعی، مقررات هنجاری با ضعیف شدن تهدید شده‌اند و مردم به احتمال زیاد فاقد معنای اجتماعی و روانی برای تنظیم روابط هستند (Mau, 2006: 468). در برابر آنومی مفهوم «سینومی»^۱ قرار دارد که نشان‌دهنده جامعه یا وضعیت اجتماعی دارای آگاهی جمعی، درجه بالای همبستگی اجتماعی، شبکه اجتماعی قدرتمند

1. Synnomie

و میزان بالای سرمایه اجتماعی است که به دلیل عواملی چون نظام خانواده گسترده قوی، هنجارهای فرهنگی، رفتارهای دینی، قواعد حقوقی منسجم و غیره، از وضعیت سینومی یا غیرآنومیک بهره‌مند شده است (Stockard, 2000: 142، به نقل از شیانی، ۱۳۸۶). آنومی اجتماعی مفهومی است که برای درک پیامدهای تغییرات سریع اجتماعی در ادغام اجتماعی و ثبات اجتماعی توسعه یافته است. هنگامی که ساختارهای نهادی و اجتماعی تحت تغییرات قابل توجه قرار می‌گیرند، مانند زمان تحولات اجتماعی یا شتاب نوسازی اجتماعی، الگوهای به‌وجودآمده سازمان‌های اجتماعی به احتمال زیاد کیفیت یک پارچگی خود را از دست می‌دهند. در عمومی‌ترین سطح، آنومی با «مشکلات سازگاری فرد» در ارتباط است و در نتیجه، از دست دادن جهت‌گیری کلی اجتماعی، احساس ناامنی و به حاشیه رانده شدن توسعه پیدا می‌کند، انتظارات کنترل‌نشده افزایش می‌یابد، احساس محرومیت نسبی ایجاد می‌شود و مشروعیت ارزش‌های اجتماعی اصلی زیرسوال می‌رود (Mau, 2006: 468). این واژه امروزه در فرهنگ جامعه‌شناسی در سه معنای جداگانه و در عین حال به هم وابسته به کار می‌رود:

- ۱- نوعی نابسامانی فردی که موجب سرگشتگی انسان و نبود قانون و دستورالعمل رفتاری برای وی می‌شود؛
- ۲- وضعیت اجتماعی که در آن قواعد رفتار اجتماعی با یکدیگر در ستیزه هستند و فرد برای انطباق و پیروی از آنها دچار پریشانی می‌شود؛
- ۳- وضعیت اجتماعی که در آن در مواردی محدود، قواعد اجتماعی وجود ندارد (محسنی تبریزی، ۱۳۸۰).

نظریه آنومی از جمله نظریه‌هایی است که جامعه‌شناسان کوشیده‌اند آن را در دو سطح خرد و کلان مطرح سازند و به مدد آن به تبیین مسائل اجتماعی در دو سطح یادشده

بپردازند؛ البته مناقشه بر سر اینکه نظریه آنومی نظریه‌ای در اساس خرد یا کلان است، همچنان وجود دارد. چنان که عده‌ای برای حل این مناقشه، یکی را نظریه آنومی (در سطح کلان) و دیگری را نظریه فشار روانی اجتماعی (در سطح خرد) نامیده‌اند.

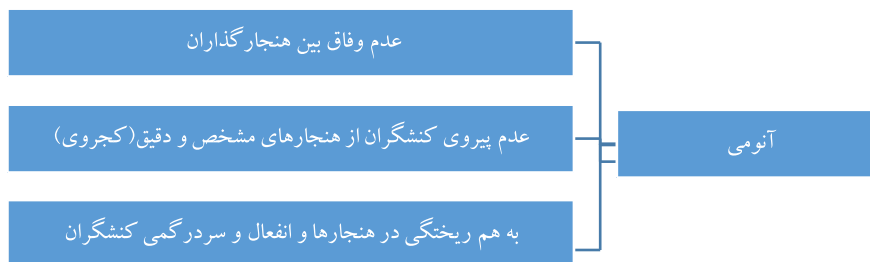
نکته‌ای مهم این است که علی‌رغم اشتراکات و شباهت‌هایی که بین دو سنت «دورکیمی» و «مرتنی» وجود دارد، این دو سنت و رویکرد نظری با یکدیگر تفاوت اساسی دارند. به نظر هیلبرت (۱۹۸۹)، برای مرتن آنومی علت انحراف است. حال آنکه برای دورکیم انحراف از آنومی پیشگیری می‌کند^۱ (هیلبرت، ۱۹۸۹: ۲۴۲)؛ بنابراین از نظر هیلبرت (۱۳۸۹)، آنومی در این دو نظریه به پدیده واحدی ارجاع ندارد. این دو نظریه چنان از جهت‌های مختلف به موضوع نزدیک شده‌اند که باید گفت در راستای نظری واحدی نیستند. ریشه این مسئله در مفروضات و سوگیری‌های نظری هر یک از این دو نظریه‌پرداز است.

همان‌طور که قبلاً بیان شد مسئله پژوهش حاضر وجود هم‌زمان هنجارهای مختلف در مورد سود است که این تشتمت و چنددستگی در عرصه هنجارها ناشی از عدم‌وفاق بین هنجارگذاران مختلف است؛ بنابراین آنومی در این پژوهش به مفهوم عدم‌وفاق بین هنجارگذاران تعریف می‌شود.

در جمع‌بندی برای تبیین وضعیت آنومی اقتصادی در زمینه سود، با توجه به مروری که بر مبانی نظری آنومی انجام گرفت، می‌توان در چند سطح از نظریه‌های آنومی استفاده کرد و در هر سطح سؤال‌های متفاوتی را مطرح نمود. این دسته‌بندی می‌تواند نوعی بُعدبندی مفهوم آنومی محسوب شود. در ادامه به این دسته‌بندی اشاره می‌شود.

۱ در نظریه دورکیم نه تنها جای علت (آنومی) و معلول (انحراف) عوض می‌شود، بلکه جهت رابطه نیز تغییر می‌کند.

در سطح کلان می‌توان پرسید چرا بین هنجارگذاران عرصه‌های مختلف و بین هر دسته از هنجارگذاران در زمینه سود اختلاف نظر وجود دارد؟ یا به عبارتی چرا بین نخبگان هنجارگذار وفاق وجود ندارد؟ چه عواملی باعث می‌شود که هنجارگذاران وفاق نداشته باشند؟ دومین سؤالی که در سطح تحلیل خرد می‌توان در مورد آنومی اقتصادی در زمینه سود مطرح کرد این است که اگر در شرایط عادی جامعه، آنومی به معنای نابهنجاری در نظر گرفته شود، سؤال این است که چرا عده‌ای از افراد از هنجارها پیروی نمی‌کنند؟ چه عواملی بر پیروی نکردن افراد از هنجارهای درست تأثیر دارد؟ حالت سومی که می‌توان در نظر گرفت و مورد نظر پژوهش حاضر نیز می‌باشد این است که مطابق با تعریف و بُعد بندی چلبی از آنومی، آنومی معادل با اختلال هنجاری در نظر گرفته شده و حالتی بررسی می‌شود که در آن کنشگران اقتصادی منفعل هستند و فقط باید خود را با هنجارهای عرضه شده از طرف هنجارگذاران سازگار کنند. در این حالت سؤال مورد نظر می‌تواند این باشد که چه عواملی بر گزینش هنجارها توسط کنشگران مختلف تأثیر می‌گذارد. چه معیارها، ملاک‌ها و الویت‌هایی سوگیری کنش‌های کنشگران را تعیین می‌کند؟



شکل ۱: ابعاد آنومی در پژوهش حاضر

با توجه به معنایی از آنومی که مورد نظر پژوهش حاضر است، در ادامه به عوامل تأثیرگذار بر گزینش هنجارها توسط کنشگران پرداخته می‌شود. از نظر جامعه‌شناختی یکی

از رویکردهایی که در زمینه شکل‌گیری کنش مطرح است، رویکردی است که نظریه‌های رفتار جمعی مانند انتخاب عقلانی، مبادله، شبکه، بازی و غیره به آن اشاره دارند. در ادامه هر یک از این نظریه‌ها توصیف و بررسی می‌شود.

نظریه انتخاب عقلانی^۱

نظریه انتخاب عقلانی، جامعه را مجموعه‌ای از افراد می‌داند که کنش عقلانی انجام می‌دهند. بر اساس این نظریه، کنشگر، کنشی را انتخاب می‌کند که بیشترین فایده را برای او دارد (کلمن، ۱۳۷۷). اگرچه «پارتو» جامعه‌شناسی را علم کنش‌های غیرمنطقی و اقتصاد را علم کنش‌های منطقی می‌داند (بودون، ۱۳۷۰)، اما در جامعه‌شناسی نیز گرایش عمده‌ای وجود دارد که کنش‌ها را بر اساس انتخاب عقلانی تبیین می‌کند که با اضافه کردن ساختارها (کلمن، ۱۳۷۷)، محدودیت‌های شناختی (بودون، ۱۹۹۸) و هنجارها و ارزش‌ها (الستر، ۱۹۸۹) در فرآیندهای انتخاب عقلانی فرد، به نوعی «عقلانیت اجتماعی» (واس، ۲۰۰۱؛ لیندنبرگ، ۲۰۰۲) اعتقاد دارند که تبیین‌کننده رفتارهای فرد در محیط اجتماعی است. بر این اساس، افراد (در محدوده شناخت خود و با جهت‌گیری‌های هنجاری و ارزشی و در چارچوب ساختارهای اجتماعی) هنگام مواجهه با موقعیتی متعارض (تعارض بین نفع فردی و نفع جمعی)، گزینه‌ای را انتخاب می‌کنند که برایشان بیشترین نفع را داشته باشد و این انتخاب برای جامعه نیز مناسب است (جوادی یگانه و هاشمی، ۱۳۸۴: ۱۴۵).

تأکید و تمرکز نظریه‌گزینه‌های عقلانی بر روی کنشگران است. به اعتقاد نظریه‌پردازان گزینه‌های عقلانی، کنشگران دارای نیت و هدف هستند؛ یعنی مقاصد یا اهدافی را برای کنش‌هایشان در نظر دارند. کنشگران همچنین دارای رجحان‌ها^۴ (ارزش‌ها و منفعت‌ها)

1. Rational choice theory

4. Preferences

هستند. نظریه گزینش عقلانی به این قضیه کاری ندارد که این اولویت‌ها یا منابع‌شان چیست. از جمله نکات مهم این نظریه این است که کنش در راستای نیل به اهدافی عمل می‌کند که با سلسله‌مراتب رجحان کنشگر هماهنگی دارد (همان).

اگرچه نظریه گزینش عقلانی کار خود را با اهداف یا نیت‌های کنشگران آغاز می‌کند اما باید دست کم به دو محدودیت عمده در باب کنش توجه داشته باشد. مورد نخست کمبود منابع است. کنشگران از منابع متفاوتی برخوردارند و نیز از لحاظ دستیابی به منابع دیگر در شرایط یکسانی نیستند. احتمالاً نیل به اهداف برای کسانی که به منابع فراوانی دسترسی دارند، نسبتاً آسان است؛ اما برای آنهایی که منابع کمی دارند ممکن است دستیابی به اهداف دشوار و یا حتی غیرممکن باشد (همان).

کمبود منابع با ایده هزینه فرصت^۱ ارتباط پیدا می‌کند (فریدمن و هکتر، ۱۹۸۸؛ ۲۰۲ به نقل از ریتزر، ۱۳۹۰؛ ۳۹۹). کنشگران ضمن تعقیب یک هدف معین باید به هزینه‌های چشم‌پوشی از جذاب‌ترین کنش بعدی خود نیز توجه داشته باشند. اگر منابع یک کنشگر اندک باشد، احتمالاً او ارزشمندترین اهداف خود را دنبال نخواهد کرد؛ زیرا ممکن است شانس دستیابی به آن اهداف بسیار اندک باشد و در تلاش برای نیل به آن اهداف، شانس‌های دستیابی به ارزشمندترین هدف بعدی را نیز به خطر بیندازد. نظریه پردازان گزینش عقلانی معتقدند که کنشگران در جهت به حداکثر رساندن سود خود عمل می‌کنند و به این منظور ممکن است رابطه بین شانس‌های نیل به اهداف اصلی و کسب شانس‌های دستیابی به دومین هدف ارزشمند را ارزیابی کنند. دومین منبع محدودکننده کنش فردی نهادهای اجتماعی هستند. به گفته فریدمن و هکتر (۱۹۸۸)، فرد نوعاً از تولد تا مرگ کنش‌هایش تحت الزام قواعد خانوادگی و مدرسه، قوانین و احکام، خط مشی‌های شرکت

1. Opportunity costs

(محل کار)، کلیساها، کنسپه‌ها و مساجد، و بیمارستان‌ها و مؤسسه‌های کفن و دفن در می‌آید. قواعد لازم الاجرای بازی از جمله هنجارها، قوانین، دستور جلسه‌ها و مقررات رأی‌گیری با اعمال محدودیت بر دامنه کنش‌های ممکن افراد مرتباً بر فرآورده‌های اجتماعی تأثیر می‌گذارند (فریدمن و هکتر، ۱۹۸۸: ۲۰۲ به نقل از ریتزر، ۱۳۹۰: ۴۰۰). این قیدوبندهای نهادی تقویت‌کننده‌های منفی یا مثبتی را فراهم می‌آورند که کنش‌های خاصی را تشویق کرده و از وقوع کنش‌های دیگری جلوگیری می‌کنند.

فریدمن و هکتر (۱۹۸۸)، دو ایده دیگر را نیز برمی‌شمارند که به نظر آنها برای نظریه‌گزینش عقلانی اهمیت اساسی دارند. مورد نخست عبارت است از: نوعی سازوکار جمعی با فرآیندی که از طریق آن «کنش‌های فردی جداگانه به منظور تولید فرآورده‌های اجتماعی معینی با هم ترکیب می‌شوند» (فریدمن و هکتر، ۱۹۸۸: ۲۰۳ به نقل از ریتزر، ۱۳۹۰: ۴۰۰). ایده دوم، اهمیت اطلاعات در انجام گزینش‌های عقلانی است. زمانی فرض بر این بود که کنشگران از اطلاعات کامل یا دست‌کم کافی برای انتخاب گزینه‌های هدفمند از میان مسیرهای مختلف کنش برخوردار هستند؛ اما این قضیه بیش از پیش مورد تأیید قرار می‌گیرد که کمیت و کیفیت اطلاعات موجود، متغیر است و این تغییر تأثیر شدیدی بر گزینه‌های کنشگران دارد (هکاتورن، ۱۹۹۷ به نقل از ریتزر، ۱۳۹۰: ۴۰۰).

نظریه انتخاب عقلانی دارای بُعد منفعت‌طلبانه آشکاری است: «من آن چیزی را انتخاب می‌کنم که بیشترین رضایت خاطر یا منفعت را برایم به بار می‌آورد» و این فرض وجود دارد که «می‌دانم در چه وضعیتی قرار دارم هر چند در چارچوب این نظریه میزان اطلاعاتی که به آن نیاز دارم تا دست به انتخابی عقلانی بزنم محل بحث و مجادله است». این نظریه، همان‌طور که الستر (۱۹۸۶ب) آن را ارائه کرده، نظریه‌ای هنجاری است؛ یعنی به

کارآمدترین شیوه دستیابی به یک هدف معین در شرایط معین اشاره می‌کند (کرایب، ۱۳۸۵: ۹۲).

در دوران معاصر نظریه انتخاب عقلانی بیش از دیگر نظریه‌ها به بحث هنجار پرداخته است. الستر^۱ (۱۹۸۹)، شکاف موجود در اندیشه‌های اجتماعی در تبیین رفتار انسانی را یکی از شکاف‌های قدیمی در علوم اجتماعی ارزیابی می‌کند که بین «انسان جامعه‌شناختی»^۲ و «انسان اقتصادی»^۳ تفاوت قائل می‌شود. در اولی فرض می‌شود که رفتار توسط هنجار به افراد دیکته می‌شود؛ درحالی‌که در دومی رفتار را نتیجه هدایت و راهنمایی عقلانی ابزاری می‌دانند (Elster, 1989: 99)؛ همچنین در رویکرد نخست فرض می‌شود که فرد توسط نیروی شبه‌زور که بر او وارد می‌شود رفتار می‌کند، اما در منظر دوم فرض می‌شود که افراد توسط چشم‌اندازی از پاداش‌های^۴ آینده به حرکت درمی‌آیند. انسان جامعه‌شناختی به اوضاع و شرایط^۵ غیرحساس است و حتی اگر ظاهراً فرصت‌های بهتری نیز وجود داشته باشد، بیشتر به رفتارهای تجویز شده می‌پردازد؛ اما انسان اقتصادی همیشه به بهبود و پیشرفت خود در آینده نظر دارد و خود را با تغییر شرایط و اوضاع تطبیق می‌دهد (همان).

هنجارهای اجتماعی و تعهد^۶

یکی از مفاهیم اساسی که می‌تواند در شکل‌گیری هنجار مؤثر باشد، تعهد است. اساساً جامعه از طریق این عنصر، قواعد و الزامات خود را در سطح خرد اجرا می‌کند. ریشه اصلی

1. Jon Elster
2. Homo sociologicus
3. Homo economicus
4. Rewards
5. Circumstances
6. Commitment

مفهوم «تعهد» به شبکه‌های روابط اجتماعی که افراد در آنها مشارکت می‌کنند برمی‌گردد. معمولاً فرد زندگی خود را نه در زمینه جامعه به‌عنوان یک کل، بلکه در زمینه 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 گفته می‌شود فرد به برخی شبکه‌های اجتماعی متعهد است، منظور ارتباط او با دیگر اعضای آن شبکه، وابسته به اجرای نقش‌های ویژه و داشتن هویت‌های ویژه است؛ به اندازه‌ای که روابط فرد با دیگران خاص به شخص خاص بودن بستگی دارد، فردی متعهد است که آن نوع خاص از شخص باشد؛ بنابراین تعهد، با هزینه‌های رهاکردن روابط معنادار با دیگران و اتخاذ مسیر متفاوتی از کنش با آنها سنجیده می‌شود (به نقل از عالمی، ۱۳۷۶). از لحاظ تحلیلی دو بُعد یا دو شکل متمایز از هم و شاید مستقل تعهد، تمیز داده شده است: کمی، کیفی یا احساسی. مورد نخست به تعداد روابطی اشاره دارد که فرد به واسطه داشتن هویتی معین یا به واسطه گره‌های میان شبکه‌های روابط گوناگون، به آنها وارد می‌شود. برای مثال، فرد به‌عنوان شوهر نه تنها ممکن است با همسر خویش، دوستان و خویشاوندان او ارتباط یابد، بلکه به اعضای کلوپ پیوند زوجه‌ها نیز پیوند بخورد. بُعد دوم به عمق احساسی به مجموعه دیگران خاص اشاره دارد (همان: ۷۷).

تعهد در بُعد کمی، هرچه تعداد افرادی که فرد به واسطه برگرفتن یک هویت با آنها گره می‌خورد، بیشتر باشد (هرچه هویت در درون ساختار اجتماعی بیشتر جای گرفته باشد) احتمال آنکه آن هویت در موقعیتی فعال شود، بیشتر خواهد بود. در بُعد کیفی نیز ارتباط قوی‌تر از طریق هویت با دیگران به هویتی برجسته‌تر منجر می‌شود و در مجموع هویت بر برجستگی هویت و برجستگی هویت بر انتخاب نقش اثر می‌گذارد (همان).

چلبی، دو عنصر اساسی در تعریف مفهومی اجتماع را تعهد و علقه اجتماعی می‌داند. در تعریف مفهومی تعهد نیز چلبی بیان می‌کند که در مورد هر تعهدی، نوعی ضرورت وجود دارد، ضرورت برای کسی در انجام چیزی؛ اما باید بلافاصله اضافه شود که ضرورت مورد نظر از نوع ضرورت فیزیکی یا بایستگی احتیاطی نیست. تعهد آنگاه که با علقه اجتماعی ترکیب شود حائز نوعی ضرورت اجتماعی و اخلاقی می‌شود. این نوع ضرورت بیشتر صبغه قطعی دارد تا شرطی (همان: ۷۰). تعهداتی که حاوی ضرورت قطعی هستند غیرپیامدگرا و تعهداتی که حائز ضرورت شرطی باشند، پیامدگرا هستند. ضرورت در تعهد به نوع تعهد و اینکه با چه نوع علقه ارتباطی ترکیب شود، بستگی دارد. چلبی در مجموع در رابطه با چهار حوزه کنش، چهار نوع تعهد را از هم تمیز داده است. این چهار نوع عبارت‌اند از: ۱) تعهد اجتماعی؛ ۲) تعهد ارزشی؛ ۳) تعهد نسبت به کنترل منابع اقتصادی؛ ۴) تعهد نسبت به اهداف جمعی.

نکته بسیار مهمی که باید مورد توجه قرار گیرد این است که آنگاه که تعهد با علقه ارتباطی ترکیب می‌شود، نوعی قاعده جمعی^۱ حاصل می‌شود. به طور مشخص‌تر، نتیجه ترکیب تعهد اجتماعی با علقه اجتماعی هنجار اجتماعی در معنای دورکیمی آن است. جامعه از طریق فعال کردن عنصر تعهد در کنشگران، قواعدش را در سطح خرد اجرا می‌کند؛ بنابراین در رابطه با گزینش هنجارهای مختلف در زمینه سود می‌توان نتیجه گرفت که هر چقدر تعهد فرد به هر یک از هنجار گذران یا گروه و دسته‌ای که از هنجار مشخصی پیروی می‌کنند بیشتر باشد، احتمال بیشتری دارد که فرد از آن هنجار مورد نظر پیروی کند. برای مثال، اگر تعهد فرد به همکاران و گروه صنفی خود بالا باشد و آنها از هنجارهای اقتصادی در مورد سود پیروی کنند، او هم به احتمال زیاد از همان هنجار تبعیت می‌کند.

1. Coollective rule

نظریه بوم‌شناختی

نظریه بوم‌شناختی بیان می‌کند که محیط اجتماعی و روابط موجود در آن می‌تواند ذهنیات و رفتار اقتصادی افرادی که در آن محیط قرار دارند را تحت تأثیر قرار دهد. بر اساس این نظریه، ذهنیات و رفتار اقتصادی کنشگران تحت تأثیر افرادی است که با آنها روابط اجتماعی دارند و یا در مجاورت آنها زندگی می‌کنند. طبق این نظریه، محیط زندگی مجموعه‌ای از روابط و امکانات را فراروی فرد قرار می‌دهد و این روابط و امکانات، زمینه‌ای برای شکل‌گیری ارزش‌ها و هنجارهای اقتصادی فراهم می‌کنند (عزتی، ۱۳۹۵: ۳۸). روابطی که توسط کنشگران با همکاران و هم‌صنفان در محیط‌های محل کار برقرار می‌شود، رفتار اقتصادی آنها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. نگرش، رفتار، باور و واکنش همکاران و هم‌صنفان به رفتارهای اقتصادی فرد به‌عنوان نوعی مشوق و یا بازدارنده برای عمل به هنجارهای اقتصادی مختلف عمل می‌کنند. افراد از طریق الگوبرداری از رفتار اطرافیان و نیز به سبب تقویت محیطی رفتارها، هنجارهای اقتصادی رایج در محیط را درونی می‌کنند؛ به عبارت دیگر هر دسته از هنجارهای شرعی، قانونی و عرفی که در محیط رایج باشد و توسط غالب کنشگران رعایت شود، کنشگران سعی می‌کنند خود را با آن هماهنگ سازند. با توجه به این نظریه محیط اجتماعی، روابط موجود در محیط، امکانات محیطی و آداب و معاشرت افراد در چگونگی انتخاب هنجارها توسط کنشگران مؤثر است.

نظریه فقر فرهنگی

فقر فرهنگی در زمینه اقتصاد به معنای کمبود و نقصان در داشتن اطلاعات و دانش اقتصادی است؛ همچنین به معنای پایین بودن درک، آگاهی و علم به مسائل و موضوعات روزمره اقتصاد و بازار است. نظریه فقر فرهنگی، کمبود دانش و اطلاعات را بحرانی در جهت

درونی کردن ارزش‌ها و هنجارهای اقتصادی منجر به پیشرفت و توسعه اقتصادی و عقلانی عمل کردن در شرایط مختلف می‌داند. بر اساس این نظریه، بی‌سوادی و کم‌سوادی، ناآگاهی و جهل به هنجارهای اقتصادی، تعدد و تنوع خرده‌فرهنگ‌ها و توزیع و استفاده نابرابر از امکانات، خدمات آموزشی، فرهنگی و اقتصادی در سطوح محلی و ملی و گسترش روزافزون ارتباطات فراملی، به پیدایش و تشدید تفاوت‌ها و تعارضات عقیدتی، ارزشی و هنجاری در میان افراد و گروه‌های اجتماعی در زمینه اقتصادی منجر می‌شود (عبداللهی، ۱۳۷۸: ۱۲۷).

کنشگرانی که با فقر دانش و اطلاعات در مورد هنجارهای اقتصادی مختلف روبه‌رو باشند و پیامدها، مزایا و معایب انتخاب هر یک از هنجارهای وضع شده توسط مراجع مختلف را ندانند، احتمالاً در این زمینه با ابهام و سردرگمی بیشتری مواجه می‌شوند و به‌صورتی سهل‌گیرانه‌تر با شرایط محیطی که در آن قرار دارند تطبیق می‌یابند. به‌عبارت‌دیگر می‌توان گفت کنشگرانی که از نظر اطلاعاتی فقیر هستند، بیشتر به صورت ناآگاهانه و تحت تأثیر محیط شغلی خود دست به‌گزینش هنجارهای اقتصادی می‌زنند.

دیدگاه کنترل اجتماعی

بقای هر جامعه‌ای به نظم و ثبات بستگی دارد و برای ایجاد نظم و تنظیم روابط میان اعضای جامعه باید دو کار مهم صورت گیرد: نخست، «حصول اطمینان از اینکه کارهای حیاتی جامعه انجام می‌گیرد» و دوم، «پیشگیری از اختلال‌ها و آشفتگی‌هایی که ممکن است به سبب کشمکش‌های درونی جامعه در زندگی اجتماعی پدید آید». انجام این دو کار مهم و اساسی از طریق مکانیسم «کنترل اجتماعی» صورت می‌پذیرد که در این

مکانیسم نظام جامعه بر اساس تشویق رفتارهای مطلوب و تنبیه رفتارهای نامطلوب سازمان داده می‌شود.

کنترل اجتماعی بر این اساس به مکانیسم‌هایی اطلاق می‌شود که جامعه برای واداشتن اعضای خود به سازگاری و جلوگیری از ناسازگاری به کار می‌برد. تمام جوامعی که از مکانیسم کنترل اجتماعی برای بقای خود بهره می‌برند دو عنصر اساسی را دربردارند: نخست، همیشه مجموعه‌ای از موازین وجود دارد که به‌طور کلی معین می‌کند در شرایط مختلف چه نوع رفتارهایی خوب است و چه نوع رفتارهایی بد یا چه نوع رفتارهایی بدتر است. این موازین معمولاً به شکل قوانین، مقررات، آیین‌نامه‌ها، رسوم، رهنمودها و معیارهایی عرضه می‌شوند؛ دوم، همیشه مجموعه‌ای از «ضمانت‌های اجرایی» تدوین می‌شود تا انگیزه‌ای برای واداشتن مردم برای درپیش‌گرفتن رفتارهای مطلوب وجود داشته باشد. این ضمانت‌های اجرایی به‌صورت پاداش‌ها و مجازات‌های گوناگون نمود می‌یابد (ستوده، ۱۳۸۰: ۴۷)؛ اما هیچ مکانیسم کنترل اجتماعی که تنها بر تشویق و تنبیه متکی باشد، مؤثر نخواهد شد. درواقع نظام فرهنگی جامعه باید چنان محیطی را به‌وجود آورد که افراد به‌نوعی نظم اخلاقی درونی پایبند گردند که این کار از طریق کنترل رسمی، کنترل غیررسمی و کنترل اجتماعی مثبت و منفی انجام می‌پذیرد.

با توجه به این دیدگاه، نظارت و کنترل‌های رسمی و غیررسمی که نسبت به کنشگران اقتصادی اعمال می‌شود می‌تواند رفتارهای آنان و نوع هنجارهایی را که انتخاب می‌کنند تحت تأثیر قرار دهد. برای مثال، ممکن است کنشگرانی به خاطر ترس از مجازات‌های رسمی مانند جریمه نقدی، پلمب‌شدن کسب‌وکار، زندان و غیره یا مجازات‌های غیررسمی مانند بی‌آبرویی، بدگویی دیگران و بدنامی نوع خاصی از هنجارهای موجود در زمینه کسب سود را رعایت کنند و یا از برخی هنجارهای خاص دوری جویند. و یا برعکس به

منظور دستیابی به مزایا و پاداش‌های رعایت برخی هنجارهای موجود به آنها پایبند باشند یا به صورت ظاهری خود را به آنها پایبند نشان دهند.

فشار هنجاری

از نظر چلبی (۱۳۷۵)، هر یک از هنجارها (اجتماعی، اخلاقی، رویه‌ای و قانونی) علاوه بر قوه محرکه، دارای دو نوع ضمانت اجرای درونی و بیرونی نیز هستند. فشار اجتماعی، قوه محرکه هنجارهای اخلاقی و اجتماعی است و ضمانت اجرای آنها در بُعد درونی احساس تقصیر و در بُعد بیرونی عدم تأیید اجتماعی و ملامت اجتماعی تا طرد اجتماعی و حتی حذف فیزیکی را شامل می‌شود. در مقابل، قوه محرکه هنجارهای رویه‌ای و قانونی به اصطلاح جاذبه‌ای است و ضمانت اجرای آن در بُعد درونی احساس ترس و در بُعد بیرونی هزینه‌های مالی و جانی از پیش تعریف شده است" (چلبی، ۱۳۷۵: ۷۱-۷۲).

چلبی (۱۳۸۳) با هدف پیشنهاد دستورالعملی برای سنجش «فشار هنجاری» عنوان می‌کند که فشار هنجاری را می‌توان برای هر هنجار نسبت به هر کنشگر (اعم از فرد و جمع) و از هر سطحی (اعم از فردی و خرد تا سطح کلی جامعه) برای هر فرد (فشار هنجار ذهنی به عنوان امری روانی-اجتماعی) و برای هر جمع از جمله جامعه (فشار هنجار اجتماعی به عنوان امری اجتماعی، در معنای دورکیمی) محاسبه کرد. پیشنهاد چلبی تنها محدود به فشار هنجار ذهنی و فشار هنجار اجتماعی نسبت به جامعه کل است.

فرضیه‌های پژوهش

بر اساس آنچه در بخش نظریه‌ها مرور شد، فرضیه کلاسیک درباره پایبندی به هنجارها و پیروی از آنها را می‌توان به رویکرد انتخاب عقلانی نسبت داد که کنش‌ها را بر اساس

- محاسبه عقلانی سود و زیان تفسیر و تبیین می‌کند. بر این اساس می‌توان دو فرضیه زیر را تدوین کرد:
- بین تمایل افراد به کسب حداکثر منفعت‌شان و نوع هنجارهای انتخابی آنان رابطه وجود دارد (انتخاب عقلانی).
 - بین شناخت پیامدهای هنجارها و نوع هنجارهای انتخابی رابطه وجود دارد (مبادله).
- در مقابل رویکردهای دیگر، ضمن تصدیق بُعد عقلانی و محاسبه‌گر کنش، از این دیدگاه فاصله گرفته‌اند و بر متغیرهای مبتنی بر روابط اجتماعی، تعهد و موقعیت اجتماعی کنش‌گر و همچنین نوع و میزان عکس‌العمل و کنترل دیگران تأکید و توجه دارند. با الهام از این دسته نظریه‌ها می‌توان فرضیه‌های زیر را تدوین کرد:
- بین نوع هنجارهایی که فرد انتخاب می‌کند و دیدگاه او در مورد هنجارهای انتخابی اکثریت رابطه وجود دارد (بوم‌شناختی).
 - بین برداشت فرد از عمل دیگران به نوع خاصی از هنجارها و عمل خود فرد به آن هنجارها رابطه مستقیم وجود دارد (بوم‌شناختی).
 - بین احساس فرد از کنترل دیگران در مورد هنجارهایی خاص و پایبندی فرد به آن هنجارها رابطه مستقیم وجود دارد (کنترل اجتماعی).
 - بین انتظار دیگران برای پایبندی فرد به هنجارهایی خاص و میزان پایبندی او به آن هنجارها رابطه مستقیم وجود دارد (بوم‌شناختی، کنترل اجتماعی).
 - بین نوع عکس‌العمل دیگران به انتخاب هنجارها توسط فرد و میزان پایبندی فرد به آن هنجارها رابطه وجود دارد (بوم‌شناختی، کنترل اجتماعی).
 - بین میزان اعتقادات دینی افراد و نوع هنجارهای انتخابی آنان رابطه وجود دارد (کنترل درونی).

روش پژوهش: با توجه به هدف در این پژوهش از روش پیمایش استفاده شده است. به منظور تدوین پیشینه نظری و سوابق تجربی نیز از روش کتابخانه‌ای بهره گرفته شده است. از میان تکنیک‌های گردآوری داده‌ها از پرکاربردترین آنها یعنی پرسشنامه پژوهشگر ساخته استفاده شده است.

از آنجا که موضوع مورد مطالعه در این پژوهش از حساسیت نسبی برخوردار بوده و همچنین به دلیل عدم پراکندگی یکنواخت واحدهای نمونه امکان پُر کردن پرسشنامه برای پژوهشگران در هر منطقه از شهر فراهم نبود، از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. جامعه آماری پژوهش حاضر دربرگیرنده همه افرادی است که به فعالیت‌های اقتصادی انتفاعی اشتغال دارند؛ یعنی فعالیت‌هایی که در کم و زیاد کردن سود دریافتی خود دست‌شان باز است و در معرض انتخاب هنجارهای اقتصادی مختلف قرار دارند. جامعه آماری پژوهش حاضر به صورت دقیق تولیدکنندگان کالا و خدمات و توزیع‌کنندگان کالا را دربرمی‌گیرد. با توجه به دردسترس نبودن آمار مشخص و دقیقی از تولیدکنندگان کالا و خدمات در شهر تهران، حجم نمونه مورد نظر برای سنجش پایداری به هنجارهای اقتصادی ۳۵۰ نفر تعیین شد و در مرحله گردآوری داده‌ها، بالغ بر ۴۰۰ پرسشنامه تکمیل شد که از این تعداد ۳۵۴ پرسشنامه قابلیت تحلیل و بررسی داشتند.

سنجش هنجارهای مختلف اقتصادی

برای سنجش هنجارهای مختلف اقتصادی ابتدا باید این هنجارها بر اساس مرجع صادرکننده، شناسایی و دسته‌بندی می‌شد. بنابراین با مرور مبانی نظری موضوع و مطالعات انجام گرفته، سه دسته هنجارگذار و به عبارتی سه دسته هنجار اقتصادی در زمینه کسب سود شناسایی شد. دسته نخست هنجارگذاران قانونی هستند که هنجارهای رسمی در مورد کسب سود را تألیف و تحلیل می‌کنند. دسته دوم هنجارگذاران دینی و متولیان شرع اسلامی هستند که از منظر اسلامی هنجارهای کسب سود را مورد مداخله قرار می‌دهند. دسته

سوم و نهایی از هنجارگذاران، هنجارگذاران بازاری یا عرفی هستند که قواعد و اصول کسب سود در میدان واقعی را تعیین می‌کنند.

پس از دسته‌بندی و شناسایی هنجارگذاران بالقوه در زمینه کسب سود، برای شناسایی دقیق هر دسته از هنجارهای موردنظر از روش‌های مقتضی بهره گرفته شد. ابتدا برای شناخت و درک بیشتر و بهتر مسئله پژوهش با ۱۵ نفر از کاسبان در عرصه‌ها و صنف‌های توزیعی و خدماتی مختلف مصاحبه به عمل آمد. نتایج این مصاحبه‌ها نشان‌دهنده وجود سردرگمی و آشفتگی در برداشت کنشگران اقتصادی از مقوله سود اقتصادی بود. بر اساس همین مصاحبه‌ها هنجارهای مربوط به دسته عرفی بازار شناسایی و تدوین شدند. این هنجارها عبارت‌اند از: توافق با مشتری؛ داشتن وجدان کاری؛ تنظیم سود بر اساس وسع مالی مشتری؛ گرفتن حداکثر سود ممکن؛ ارائه بالاترین قیمت برای کالاهایی که قیمت‌شان مشخص نیست؛ تعاریف غیرواقعی از کالاها؛ اصرار به مشتریان برای فروش کالاها؛ گرفتن سود بیشتر از مشتریان ثابتی که اعتماد می‌کنند؛ گرفتن سود به اندازه هم‌صنفان؛ گرفتن سود بر اساس آگاهی مشتری از قیمت و کیفیت جنس.

برای شناسایی هنجارهای دینی کسب سود، ابتدا به پرس‌وجو و مصاحبه باز با تعدادی از روحانیون و استادان اقتصاد پرداخته شد که به دلیل اینکه آن‌ها اطلاعات دقیق و منسجمی در مورد هنجارهای دینی کسب سود نداشتند، نتایج درخور و مفیدی از این مصاحبه‌ها حاصل نشد؛ بنابراین با تلاش و جست‌وجوی فراوان از طریق بررسی تعداد زیادی از کتاب‌های مرتبط با مبانی و اصول اقتصادی در اسلام، مجموعه‌ای هنجارهای دینی در زمینه کسب سود گردآوری و تدوین شد. به‌طور خلاصه می‌توان گفت احکام و قواعد شریعت در زمینه فعالیت‌های اقتصادی برای کسب سود به دو گروه تقسیم می‌شوند:

الف: احکام و قواعد اخلاقی کسب سود

احکامی هستند که دولت ضامن اجرای آنها نیست و تنها ضامن اجرای آنها خود فرد مسلمان است. فرد مسلمان به مقداری که از تربیت اسلامی برخوردار است این احکام را رعایت خواهد کرد و اگر از این احکام تخلف کرد دولت او را مجازات نمی‌کند، بلکه در آخرت مجازات می‌شود و یا از برکات آخرت محروم می‌شود. برخی از احکام و قواعد اخلاقی اسلام عبارت‌اند از: انصاف؛ رفق و مدارا؛ احسان؛ مواسات در اموال؛ صداقت؛ وفای به عهد؛ امانتداری؛ جود و سخاوت؛ حُسن خلق

ب: احکام و قواعد حقوقی کسب سود

احکامی هستند که علاوه بر فرد، دولت نیز ضمانت اجرای آن را بر عهده دارد و بر انجام آنها نظارت کرده و متخلفان را مجازات می‌کند. شارع مقدس اسلام برای سالم‌سازی همکاری و رقابت در کسب در آمد، تنها به احکام و قواعد اخلاقی بسنده نکرده است بلکه احکام و قواعد حقوقی ویژه‌ای را وضع و دولت را به اجرای آنها موظف کرده است. برخی از این قواعد عبارت است از: عدالت، رضایت و آزادی اختیار در قراردادها؛ علم به ویژگی‌های مورد معامله و قرارداد؛ وجوب وفا به عهد در عقد و شرط‌های ضمن عقد؛ صداقت در معاملات و قراردادها؛ قاعده نفی ضرر؛ قاعده اتلاف؛ حرمت احتکار؛ حرمت ربا؛ حرمت کم‌فروشی؛ وجوب رعایت مصالح نظام (میرمعزی، ۱۳۹۰: ۴۳۷).

پس از شناسایی هنجارهای دینی در زمینه کسب سود، تعدادی از این هنجارها در قالب مجموعه هنجارهای شرعی کسب سود در پرسشنامه و در معرض انتخاب پاسخگویان قرار گرفتند. این هنجارها عبارت‌اند از: احسان؛ صداقت؛ انصاف؛ رفق و مدارا؛ رعایت مصالح نظام؛ نفی ضرر؛ علم به ویژگی‌های مورد معامله؛ جود و سخاوت.

برای شناسایی هنجارهای قانونی در زمینه کسب سود ابتدا به جست‌وجو در کتاب‌ها و منابع اقتصادی و حقوقی پرداخته شد که در آنها بحث هنجارها و قواعد قانونی کسب سود

به صورتی مدون و تجمیع شده یافت نشد. پس از آن برای کسب اطلاعات بیشتر و دقیق‌تر به مصاحبه با تعدادی از استادان اقتصاد پرداخته شد که آنان نیز اطلاعات دقیق و کاملی نداشتند و برای یافتن پاسخ، پژوهشگر را به مراجعه به سازمان‌های ذی‌ربط، مانند سازمان حمایت، تعزیرات و غیره، توصیه کردند؛ بنابراین به سازمان حمایت از حقوق مصرف‌کننده و تولیدکننده مراجعه شد. در آنجا متن قانون نظام صنفی به پژوهشگر معرفی شد که در فصل هشتم آن به تخلفات و جریمه‌های پیش‌بینی شده در توزیع کالا که می‌توان از آنها با عنوان «هنجارهای اقتصادی در زمینه کسب سود» یاد کرد، پرداخته شده است. این هنجارهای قانونی در مورد کسب سود عبات‌اند از: گران‌فروشی؛ کم‌فروشی؛ تقلب؛ احتکار؛ عرضه و فروش کالای قاچاق؛ عدم‌اجرای ضوابط قیمت‌گذاری و توزیع؛ درج‌نکردن قیمت.

ساخت شاخص‌ها و اعتبار و پایایی آن‌ها

پس از شناسایی و دسته‌بندی هنجارهای اقتصادی کسب سود در قالب سه دسته هنجارهای عرفی، دینی و قانونی، میزان پایبندی کنشگران به این هنجارها موردسنجش قرار می‌گیرد.

جدول ۱: اعتبار و پایایی شاخص‌های پایبندی به هنجارها

نام سازه	ضریب KMO	معنی‌داری	ضریب آلفای کرونباخ
شاخص پایبندی به هنجارهای عرفی	۰/۷۲۹	۰/۰۰۰	۰/۶۳۹
شاخص پایبندی به هنجارهای دینی	۰/۸۸۵	۰/۰۰۰	۰/۷۸۵
شاخص پایبندی به هنجارهای قانونی	۰/۷۷۰	۰/۰۰۰	۰/۷۲۰

ضرایب آلفای به‌دست‌آمده برای شاخص‌های سه‌گانه پایبندی به هنجارهای عرفی، دینی و قانونی به ترتیب برابر با ۰/۶۳، ۰/۷۸ و ۰/۷۲ است که پایایی مناسب اجزای تشکیل‌دهنده این شاخص‌ها را نشان می‌دهد. به همین ترتیب ضریب kmo نیز برای هر سه

شاخص مقداری بالاتر از ۰/۷۰ به دست آمد و در سطح معناداری ۰/۰۰۱ معنادار هستند که حاکی از همخوانی بسیار مناسب گویه‌های به کار گرفته شده برای ساخت این شاخص‌ها است.

نتایج بررسی اعتبار و قابلیت اعتماد شاخص‌های متغیرهای مستقل نشان می‌دهد که اکثریت مطلق این شاخص‌ها از ضرایب آلفا و kmo بسیار مناسبی برخوردار هستند.

توصیف متغیر وابسته: پایداری به هنجارها

پس از شناسایی هنجارهای اقتصادی کسب سود در عرف، شرع و قانون هدف این بود که میزان پایداری پاسخگویان به هر دسته از این هنجارها شناسایی شده و با یکدیگر مقایسه شوند تا مشخص شود که در شرایط اقتصادی فعلی کدام دسته از هنجارها با اقبال بیشتری از طرف کنشگران مواجه هستند. برای این کار هنجارهای شناسایی شده با استفاده از گویه‌های ساخته شده بر اساس طیف لیکرت شش قسمتی در معرض انتخاب پاسخگویان قرار گرفتند. متغیر اصلی پژوهش از سه دسته هنجارها در قالب هنجارهای عرفی، شرعی و قانونی تشکیل شده است.

نتایج به دست آمده برای هر یک از شاخص‌های هنجاری سه گانه مورد بررسی در پژوهش حاضر در جدول ۲ آورده شده است. با توجه به این جدول، میانگین پایداری کنشگران اقتصادی به هنجارهای قانونی کسب سود با عدد ۴/۷۹ بیشترین مقدار را به خود اختصاص داده است و پس از آن هنجارهای شرعی با میانگین ۴/۳۳ و هنجارهای عرفی با میانگین ۲/۹۲ قرار گرفته‌اند. همان‌طور که پیش‌بینی می‌شد پایداری به هنجارهای قانونی کسب سود بالاترین مقدار را کسب کرده است و بین میزان پایداری به هنجارهای عرفی، دینی و قانونی تفاوت وجود دارد.

جدول ۲: آماره‌های مربوط به شاخص‌های پایبندی به هنجارهای عرفی، دینی و قانونی

شاخص پایبندی به هنجارهای قانونی	شاخص پایبندی به هنجارهای دینی	شاخص پایبندی به هنجارهای عرفی	
۴/۷۹	۴/۳۳	۲/۹۲	میانگین
۰/۹۴۹	۰/۸۸۹	۰/۷۶۸	انحراف معیار
-۰/۷۰۸	-۰/۲۵۱	۰/۴۱۱	چولگی
۱/۰۳۷	-۰/۳۳۸	۰/۳۲۸	کشیدگی

پایبندی به هنجارهای عرفی: بیشتر پاسخگویان با فراوانی ۵۰/۴ درصد بیان کرده‌اند که بعضی وقت‌ها به هنجارهای عرفی کسب سود عمل می‌کنند و روی یک طیف دوقسمتی تنها ۱۹/۸ درصد از پاسخگویان گفته‌اند که معمولاً به هنجارهای عرفی عمل می‌کنند و اکثریت مطلق ۸۰/۲ درصدی گاهی یا به ندرت به این هنجارها عمل کرده‌اند. با توجه به محتوای گویه‌هایی که هنجارهای عرفی را موردسنجش قرار داده‌اند نتیجه به دست آمده نشان‌دهنده مخالفت پاسخگویان با هنجارهای عرفی رایج در بازار است. میانگین پایبندی پاسخگویان به هنجارهای عرفی کسب سود برابر با ۲/۹۲ از ۶ به دست آمده که نشان‌دهنده پایبندی پایین آنان است. این نتیجه همچنین حاکی از آن است که این هنجارها بیشتر ذهنی هستند و در سطح عملی با وضعیتی آنومیک که فاقد هنجارهای غالب است مواجه هستیم.

پایبندی به هنجارهای دینی: میانگین پایبندی کنشگران به هنجارهای شرعی کسب سود برابر با ۴/۳۳ به دست آمده است که نشان می‌دهد پاسخگویان خیلی وقت‌ها به هنجارهای شرعی کسب سود عمل می‌کنند. چولگی منفی به دست آمده با مقدار -۰/۲۵۱ نشان می‌دهد که تمرکز داده‌ها در سمت راست میانگین بوده و مقدار بیشتر داده‌ها از میانگین بیشتر است. بر روی طیف دوقسمتی، اکثریت مطلق ۷۳/۷ درصدی از پاسخگویان بیان کرده‌اند که معمولاً به هنجارهای شرعی کسب سود عمل می‌کنند و تنها ۲۶/۳ درصد بعضی وقت‌ها یا

به ندرت به این هنجارها عمل کرده‌اند. جالب توجه است که هیچ پاسخگویی وجود ندارد که هرگز به این هنجارها عمل نکند.

پایبندی به هنجارهای قانونی: میانگین پایبندی پاسخگویان به هنجارهای قانونی کسب سود برابر با ۴/۷۹ به دست آمده است که پایبندی بسیار زیاد پاسخگویان به هنجارهای قانونی را نشان می‌دهد. اکثریت مطلق ۹۵/۷ درصدی پاسخگویان ابراز داشته‌اند که معمولاً به هنجارهای قانونی کسب سود عمل می‌کنند و فقط ۴/۳ درصد گاهی یا به ندرت به این هنجارها عمل می‌کرده‌اند. قابل توجه است که هیچ پاسخگویی وجود نداشته است که همیشه به همه هنجارهای قانونی کسب سود بی‌توجه باشد.

تحلیل ارتباط بین شاخص‌های متغیر وابسته

برای مشخص شدن نوع و شدت ارتباط بین سه دسته هنجارهای عرفی، دینی و قانونی ضریب همبستگی اسپیرمن محاسبه شد. نتایج نشان می‌دهد که همبستگی بین پایبندی پاسخگویان به هنجارهای عرفی و پایبندی به هنجارهای دینی برابر با ۰/۰۲- است و این همبستگی معنادار نیست. این نتیجه نشان می‌دهد بین این دو دسته هنجار ارتباطی وجود ندارد. باید به این نکته دقت کرد که با توجه به معنادار نبودن این همبستگی نمی‌توان این نتیجه را به جامعه آماری پژوهش تعمیم داد. همبستگی بین شاخص پایبندی به هنجارهای عرفی و شاخص پایبندی به هنجارهای قانونی برابر با ۰/۲۶- به دست آمد. این ضریب همبستگی حاکی از این است که با افزایش پایبندی به هنجارهای عرفی توسط پاسخگویان، پایبندی آنان به هنجارهای قانونی کاهش می‌یابد. این همبستگی معنادار است و نتیجه قابل تعمیم به جامعه آماری خواهد بود. بین شاخص پایبندی به هنجارهای دینی و شاخص پایبندی به هنجارهای قانونی نیز به میزان ۰/۵۰ همبستگی وجود دارد. این همبستگی مثبت و نسبتاً قوی، رابطه مستقیم بین پایبندی به هنجارهای دینی و پایبندی به هنجارهای قانونی را نشان می‌دهد که از نظر آماری معنادار است.

با توجه به جدول ۳، می‌توان نتیجه گرفت که هنجارهای دینی و قانونی از نظر پاسخگویان در یک مسیر قرار دارند و یکدیگر را تقویت می‌کنند؛ درحالی که عرف موجود در بازار در تقابل با آنها قرار دارد. این تمایز بسیار مهمی است که هم نشان از قطبی شدن هنجاری و هم دال بر تعارض هنجاری در این زمینه است. به این معنا که هنجارهای حاکم بر سودآوری اقتصادی از نظر دینی و قانونی با هنجارهای عرفی رایج در بازار در تعارض است و در نتیجه عده‌ای از بازاریان به دسته‌ای از هنجارها و عده دیگر به دسته‌ای دیگر پایبندی دارند.

جدول ۳: همبستگی بین شاخص‌های متغیر وابسته

	پایبندی به هنجارهای قانونی	پایبندی به هنجارهای دینی	
همبستگی (پیرسون)	۰/۲۶۵	-۰/۰۲۶	پایبندی به هنجارهای عرفی
معناداری (یک دامنه)	۰/۰۰۰	۰/۳۱۶	
همبستگی (پیرسون)		۰/۵۰۲	پایبندی به هنجارهای قانونی
معناداری (یک دامنه)		۰/۰۰۰	

تحلیل رگرسیون شاخص پایبندی به هنجارهای عرفی: مدل رگرسیونی شاخص پایبندی به هنجارهای عرفی، ترکیبی از همه متغیرهای مستقل پژوهش است که در مجموع ۳۸ درصد از تغییرات پایبندی پاسخگویان به هنجارهای عرفی را توضیح می‌دهد. این مدل ترکیبی از شاخص‌های معناداری مانند پایبندی قانونی اکثریت، دینداری، شناخت پیامد هنجارها، پایبندی عرفی اکثریت و دیگر متغیرهایی است که ضریب رگرسیون آنها معنادار نشده است.

شروعی: برای به دست آوردن معادله رگرسیون شاخص پایبندی به هنجارهای شرعی همه شاخص‌های متغیرهای مستقل بر اساس نظریه‌ها و میزان همبستگی با متغیر وابسته وارد معادله شدند و ضرایب رگرسیون و معناداری آنها محاسبه شد. نتایج نشان می‌دهد که مقدار

واریانس کل تبیین شده توسط مدل با ورود همه متغیرها و ترکیب متغیرهای با ضریب رگرسیون معنادار و دیگر ضرایب برابر با ۰/۴۲ به دست آمده است.

تحلیل رگرسیون شاخص پابندی به هنجارهای قانونی: مدل رگرسیون به دست آمده برای شاخص پابندی به هنجارهای قانونی ۴۴ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می کند. در این مدل متغیر پابندی قانونی اکثریت با ضریب رگرسیون استاندارد ۰/۴۱ بیشترین مقدار ضریب بتا را به دست آورده است و نشان می دهد که با افزایش یک واحد در پابندی قانونی اکثریت از نظر پاسخگویان، میزان پابندی آنان به هنجارهای قانونی به اندازه ۰/۴۱ واحد تغییر می کند. معنای نظری این نتیجه این است که با تأثیر هنجار ذهنی پاسخگویان در رابطه با میزان پابندی اکثریت به هنجارها بسیار قابل توجه و مهم است.

جدول ۳: نتایج مدل های تحلیل رگرسیون برای ابعاد متغیر وابسته

مدل رگرسیون هنجارهای عرفی			مدل رگرسیون هنجارهای دینی			مدل رگرسیون هنجارهای قانونی		
متغیرهای وارد شده در معادله	بتا	Sig	متغیرهای وارد شده در معادله	بتا	Sig	متغیرهای وارد شده در معادله	بتا	sig
متغیر پابندی قانونی اکثریت	۰/۷۷۱	۰/۰۰۰	متغیر پابندی قانونی اکثریت	۰/۴۱۰	۰/۰۰۰	متغیر پابندی قانونی اکثریت	۰/۴۱۰	۰/۰۰۰
متغیر دینداری	۰/۳۳۱	۰/۰۰۰	متغیر دینداری	۰/۳۰۰	۰/۰۰۰	متغیر دینداری	۰/۳۳۰	۰/۰۰۰
مشناخت پیامد هنجارها	۰/۳۳۱	۰/۰۰۰	متغیر انتظار دینی دیگران	۰/۵۶۰	۰/۰۰۰	متغیر شناخت پیامد هنجارها	۰/۵۰۰	۰/۰۰۰
متغیر انتظار عرفی دیگران	۰/۳۳۱	۰/۰۰۰	متغیر کنترل دینی دیگران	۰/۳۷۰	۰/۰۰۰	متغیر کنترل عرفی دیگران	۰/۳۷۰	۰/۰۰۰

مدل رگرسیون هنجارهای عرفی			مدل رگرسیون هنجارهای دینی			مدل رگرسیون هنجارهای قانونی		
متغیرهای وارد شده در معادله	بتا	Sig	متغیرهای وارد شده در معادله	بتا	Sig	متغیرهای وارد شده در معادله	بتا	sig
متغیر پابندی عرفی اکثریت	۰/۲۵۵	۰/۰۰۰	متغیر عکس العمل دینی دیگران	۰/۲۱۰	۰/۰۴۶	متغیر کنترل قانونی دیگران	۰/۷۸۰	۰/۰۰۰
متغیر کنترل عرفی دیگران	۰/۷۸۰	۰/۰۴۶	متغیر پابندی دینی اکثریت	۰/۱۶۷	۰/۰۳۱	متغیر عکس العمل دینی دیگران	۰/۳۳۰	۰/۰۴۶
متغیر عکس العمل عرفی دیگران	۰/۰۶۰	۰/۰۳۲	متغیر امنیت اقتصادی	۰/۱۵۰	۰/۰۲۱	متغیر پابندی دینی دیگران	۰/۴۴۰	۰/۰۳۵
متغیر تمایل به حداکثر منفعت	۰/۱۵۵	۰/۰۴۰	متغیر اخلاق اقتصادی	۰/۱۱۵	۰/۰۴۰	متغیر انتظار قانونی دیگران	۰/۱۱۰	۰/۰۲۱
متغیر عمل عرفی دیگران	۰/۷۸۰	۰/۰۳۰	متغیر عمل دینی دیگران	۰/۲۱۰	۰/۰۳۱	متغیر عمل قانونی دیگران	۰/۱۱۰	۰/۰۴۲
واریانس تبیین شده مدل	۰/۳۷۸		۰/۴۲۶			۰/۴۴۵		

شاید بتوان گفت مهم‌ترین نتیجه حاصل از این مدل‌های رگرسیونی، تقابل و تضادی است که میان «هنجارهای عرفی» و «هنجارهای قانونی و دینی» وجود دارد. این رابطه در مدل‌های اول و سوم تکرار شده؛ به گونه‌ای که در تبیین پابندی به هنجارهای قانونی، ضریب متغیر کنترل عرفی منفی شده و در تبیین پابندی به هنجارهای عرفی نیز ضریب متغیر پابندی به هنجارهای قانونی منفی شده است. این وضعیت در مدل تبیینی هنجارهای دینی نیز مشاهده می‌شود؛ به گونه‌ای که ضریب متغیر پابندی اکثریت به قانون مثبت است، در حالی که متغیرهای مربوط به هنجارهای عرفی اساساً معنادار نیستند و از معادله کنار گذاشته شده‌اند. ضریب متغیر دینداری نیز در مدل هنجارهای عرفی منفی شده است. این

نشانه‌ها دال بر تأیید فرضیه اصلی این پژوهش مبنی بر وجود تعارض هنجاری میان هنجارهای رقیب در حوزه کسب سود اقتصادی است.

نتیجه قابل توجه دیگر، منفی بودن رابطه متغیر «شناخت پیامد هنجارها» با پیروی از هنجارهای عرفی و مثبت بودن رابطه آن با متغیر پیروی از هنجارهای قانونی است. این نتیجه که نیازمند بررسی بیشتری است، به دسته دوم فرضیه‌های پژوهش بازمی‌گردد که الزاماً محاسبه عقلانی درباره هنجارها و در نظر گرفتن پیامدها و عواقب آنها رابطه مستقیم با پیروی از آنها ندارد؛ به این معنی که در هنجارهای عرفی، این فشار هنجاری است که نقش اصلی را در حفظ پایداری به هنجارها ایفا می‌کند و از آنجا که هنجارهای عرفی با هنجارهای قانونی در تعارض است، شناخت پیامدها و عواقب آن، پایداری به آنها را تضعیف می‌کند. این نتیجه در همبستگی دو متغیره نیز مشاهده می‌شود؛ به گونه‌ای که بین شاخص شناخت پیامدها و شاخص پایداری به هنجارهای عرفی همبستگی به اندازه $0/12$ - وجود دارد و معنادار است. این همبستگی نشان می‌دهد که با افزایش شناخت پیامدهای هنجارها میزان پایداری کنشگران به هنجارهای عرفی کاهش می‌یابد. بین شاخص شناخت پیامدها و شاخص پایداری به هنجارهای دینی همبستگی برابر با $0/28$ به دست آمد که در سطح معناداری $0/01$ معنادار است. این همبستگی نشان‌دهنده افزایش میزان پایداری پاسخگویان به هنجارهای دینی در صورت افزایش شناخت پیامدهای هنجارها است. بین شاخص شناخت پیامدهای هنجارها و شاخص پایداری به هنجارهای قانونی نیز همبستگی معنادار به مقدار $0/27$ وجود دارد. این رابطه مستقیم نشان می‌دهد که با افزایش شناخت پیامدهای هنجارها میزان پایداری به هنجارهای قانونی نیز افزایش می‌یابد. در نهایت ارتباط بین شاخص شناخت پیامد هنجارها و شاخص کل پایداری به هنجارها برابر با $0/30$ به دست آمد که این همبستگی معنادار نشان‌دهنده افزایش پایداری به هنجارهای کسب سود در صورت افزایش شناخت پیامدهای این هنجارها است.

بحث و نتیجه گیری

هنجارها به عنوان یکی از اصلی ترین عناصر موجود در هر نظام اجتماعی از چنان اهمیتی برخوردار هستند که برخی از صاحب نظران، علم جامعه شناسی را علم بررسی هنجارها تعریف کرده اند. با توجه به اهمیت بالقوه ای که هنجارها می توانند در حفظ نظم و یکپارچگی جامعه و آماده سازی شرایط برای طی طریق به سمت پیشرفت و توسعه داشته باشند، شناسایی وضعیت آنها در جامعه و در بین کنشگران، همچنین شناسایی عوامل تأثیرگذار بر پذیرش یا رد آنها به نوبه خود می تواند اطلاعات بسیار حائز اهمیتی برای اهالی فن، صاحب نظران و سیاست گذاران فراهم آورد. پژوهش حاضر با در نظر گرفتن چنین اهدافی به دنبال بررسی وضعیت هنجارهای اقتصادی کسب سود در میان کنشگران اقتصادی مختلف بوده است. نتایج پژوهش در مجموع می دهد هنجارهایی که دارای ضمانت های اجرایی بیرونی مانند جریمه ها و مجازات قانونی هستند بیشتر از طرف کنشگران رعایت می شوند. توجه به نوع و میزان رابطه ای که بین ابعاد متغیر پابندی به هنجارها و متغیرهای مستقل به دست آمده است نشان می دهد که بیشترین میزان تأثیر مثبت یا منفی بر میزان پابندی به هنجارها توسط کنشگران متعلق به متغیرهایی است که در ارتباط با دیگران هستند و نوع انتظارات، کنترل و عکس العمل آنان را نشان می دهند. این موضوع نشان دهنده اهمیت محیط زندگی و فعالیت کنشگران است که می تواند تأثیرات مثبت یا منفی بر پابندی آنان به هنجارها داشته باشد. در مجموع می توان گفت: «رفتار اقتصادی کنشگران بیش از آنکه برگرفته و ناشی از کنترل درونی شان باشد، تحت تأثیر نوع رفتار سایر کنشگران، محدودیت های نهادی و ساختاری، سیاست گذاری های اقتصادی، قوانین و نحوه اجرای آنها قرار دارد». در واقع کنشگران در وضعیت فعلی با شرایطی مواجه هستند که خودشان کمترین تأثیر را بر ایجاد آن داشته و دارند. نتیجه اصلی پژوهش حاضر، وجود تعارض هنجاری در هنجارهای اقتصادی کسب سود در میان کنشگران اقتصادی است. به این صورت که هنجارهای دینی و قانونی از نظر پاسخگویان در یک مسیر قرار دارند و

یکدیگر را تقویت می‌کنند؛ درحالی‌که عرف موجود در بازار در تقابل با آنها قرار دارد. این تمایز بسیار مهم است؛ زیرا هم نشان از قطبی‌شدن هنجاری دارد و هم دال بر تعارض هنجاری در این زمینه است. به این معنا که هنجارهای حاکم بر سودآوری اقتصادی از نظر دینی و قانونی با هنجارهای عرفی رایج در بازار در تعارض است و در نتیجه عده‌ای از بازاریان به دسته‌ای از هنجارها و عده دیگر به دسته‌ای دیگر پایبند هستند.

منابع

- آراسته خو، محمد (۱۳۶۹) «نقد و نگرش بر فرهنگ اصطلاحات علمی-اجتماعی»، تهران: نشر گستره.
- بوردیو، پیر (۱۳۸۹) «نظریه کنش؛ دلایل عملی و انتخاب عقلانی»، ترجمه مرتضی مردیها، تهران: نقش و نگار.
- بیرو، آلن (۱۳۶۶) «فرهنگ علوم اجتماعی (انگلیسی - فرانسه - فارسی)»، ترجمه باقر ساروخانی، تهران: انتشارات کیهان.
- تفضلی، علی (۱۳۹۳) «پایبندی کارکنان به هنجارهای کار و عوامل مؤثر بر آن در سازمان‌های دولتی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکزی، دانشکده علوم اجتماعی.
- توسلی، غلامعباس (۱۳۷۴) «نظریه‌های جامعه‌شناسی»، تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
- جوادی یگانه، محمدرضا؛ آزاد ارمکی، تقی و توحیدلو، سمیه (۱۳۹۱) «فرهنگ و اخلاق اقتصادی ایرانیان دوره مشروطه»، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۸(۲۹): ۱۱-۴۰.
- چلبی، مسعود (۱۳۸۶) «تحلیل اجتماعی در فضای کنش»، تهران: نشر نی.
- چلبی، مسعود (۱۳۷۵) «جامعه‌شناسی نظم: تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی»، تهران: نشر نی.
- حسینی قمی، مژگان (۱۳۹۴) «بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر پایبندی به هنجارهای اخلاق اقتصادی نیم قرن اخیر در بازار بزرگ تهران»، جامعه‌پژوهی فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ۶(۴): ۱-۲۷.
- خدانهای، محمد کریم (۱۳۸۶) «انگیزش و هیجان»، تهران: انتشارات سمت.
- دهخدا، علی اکبر (۱۳۴۱) «لغت‌نامه»، مسلسل ۶، ۱۸۰۶، تهران: مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
- دیلینی، تیم (۱۳۸۷) «نظریه‌های کلاسیک جامعه‌شناسی»، ترجمه بهرنگ صدیقی، تهران: نشر نی.
- ریتزر، جورج و گودمن، داگلاس جی (۱۳۹۰) «نظریه جامعه‌شناسی مدرن»، ترجمه خلیل میرزایی و عباس لطفی‌زاده، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- ستوده، هدایت‌الله (۱۳۸۰) «آسیب‌شناسی اجتماعی (جامعه‌شناسی انحرافات)»، تهران: آوای نور.
- عباسی، اقدس (۱۳۹۰) «بررسی پایبندی به اخلاق حرفه‌ای پزشکان و عوامل مؤثر بر آن از منظر جامعه پزشکی شهر تهران (مطالعه موردی دانشجویان دوره رزیدنتی دانشگاه تهران)»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته جامعه‌شناسی، دانشگاه الزهرا (س).
- عباسی، عرفان (۱۳۹۲) «بررسی تأثیر هنجارهای ذهنی بر قصد خرید مشتری (مورد مطالعه: بازار مسکن تهران)»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت اجرایی. دانشگاه شهید بهشتی.

- عزتی، ناصر (۱۳۹۵) «جامعه‌پذیری اقتصادی جوانان شهر تهران، علل و موانع آن»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته جامعه‌شناسی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران: ۱۳۹۵.
- عمید، حسن (۱۳۵۶) «فرهنگ فارسی عمید»، تهران: امیرکبیر.
- کلمن، جیمز (۱۳۷۷) «بنیادهای نظریه اجتماعی»، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
- کوئن، بروس (۱۳۸۹) «مبانی جامعه‌شناسی»، ترجمه غلامعباس توسلی، تهران: انتشارات سمت.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۶) «جامعه‌شناسی»، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
- محسنی تبریزی، علیرضا (۱۳۸۰) «آسیب‌شناسی اجتماعی جوانان: بررسی انزوای ارزشی (بیگانگی فرهنگی) و مشارکت فرهنگی در محیط‌های دانشجویی کشور»، مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی.
- محمدی، اصغر؛ ارجمند، باقر (۱۳۹۵) «بررسی رابطه بین پاداش و فرهنگ کار در بین ادارات شهر یاسوج»، دومین کنگره بین‌المللی توانمندسازی جامعه در حوزه علوم اجتماعی، روانشناسی و علوم تربیتی.
- ورسلی، پیتر (۱۳۷۸) «نظم اجتماعی در نظریه‌های جامعه‌شناسی»، ترجمه مویدفر، سعید، مجموعه علوم اجتماعی، مؤسسه فرهنگی انتشاراتی تبیان، تهران.
- هاشمی، سیدضیاء؛ صدیق سروستانی، رحمت‌اله (۱۳۸۱) «گروه‌های مرجع در جامعه‌شناسی و روانشناسی با تأکید بر نظریه‌های مرتن و فستینگر»، نامه علوم اجتماعی، دوره ۲۰، پیاپی ۴۴۵.
- یزدانی خوراسگانی، زهرا (۱۳۹۰) «بررسی میزان و عوامل مؤثر بر فرهنگ کار در میان ادارات دولتی شهر یزد»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه یزد.
- یوسفی، احمدعلی (۱۳۹۳) «تحلیل اقتصادی-فقهی انتقال سود خالص از سرمایه به نیروی کار»، فصلنامه اقتصاد اسلامی. ۱۴(۵۵)، ۱۲۱-۱۴۶.

- Atteslander, Peter et al. (1999) "Comparative Anomie Research: Hidden Barriers-Hiddon Potential for Social Development", England, Ashgate publishing Ltd, 2-4.
- Elster, J., (1989) "Social Norms and Economic theory", Journal of Economic Perspectives, 3(4): 99-117.
- Hasan, Z. (2008) "Theory of profit from Islamic perspective", MPRA Paper, No. 8129, <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/8129/>.
- Lukes, Steven, 1982(1973). Emile Durkheim: His life and Work. Middlesex: Penguin.
- Magni, C.A. (2007c) "Project selection and equivalent CAPM-based investment criteria", Applied Financial Economics Letters, 3: 165-168.
- Mau, S. & Denis H., (2006) "Social Anomie and Racial Segregation in South Africa", Social Indicators Research, 467-498.