

Handwritten Arabic calligraphy in a highly stylized, cursive script. The text is written in black ink on a white background. The characters are interconnected and feature thick, bold strokes. The word appears to be "الحمد لله" (Alhamdulillah), which translates to "Praise be to God." The calligraphy is dynamic and expressive, with long, sweeping lines and a prominent vertical stroke extending downwards from the main body of the text.

100 T.M.



دانشگاه اصفهان

دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی

گروه روانشناسی

پایان نامه ی کارشناسی ارشد رشته ی روانشناسی گرایش عمومی

بررسی رابطه فردگرایی اقتصادی و گرایش اجتماعی با تغییر وضعیت اقتصادی شرکت -

کنندگان نهمین انتخابات ریاست جمهوری ایران در اصفهان

استادان راهنما:

دکتر حمیدرضا عریضی

دکتر مختار ملک پور

استادان مشاور:

دکتر صمد کلانتری

دکتر مهرداد کلانتری

پژوهشگر:

فاطمه رحیمی

تیر ماه ۱۳۸۶

مجموعه اطلاعات کارکن علمی برای
تسلیت کارکن

۱۵۱/۲۸

۱۵۰۶۷۴

کلیه حقوق مادی مترتب بر نتایج مطالعات، ابتکارات
و نوآوری های ناشی از تحقیق موضوع این پایان نامه
متعلق به دانشگاه اصفهان است.

۱۳۸۷ / ۱۰ / ۲۸



شماره نگارش پایان نامه
روایت شده است
تخصصات تکمیلی دانشگاه اصفهان

دانشگاه اصفهان

دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی

گروه روانشناسی

پایان نامه ی کارشناسی ارشد رشته ی روانشناسی عمومی خانم فاطمه رحیمی با عنوان

بررسی رابطه فردگرایی اقتصادی و گرایش اجتماعی با تغییر وضعیت اقتصادی شرکت

کنندگان نهمین انتخابات ریاست جمهوری ایران در اصفهان

در تاریخ ۸۶/۴/۳۱ توسط هیأت داوران زیر بررسی و با درجه عالی به تصویب نهایی رسید.

امضا

۱- استاد راهنمای پایان نامه دکتر حمیدرضا عریضی با مرتبه علمی استادیار

امضا

۲- استاد راهنمای پایان نامه دکتر مختار ملک پور با مرتبه علمی استاد

امضا
طرف
امضا

۳- استاد مشاور پایان نامه دکتر صمد کلانتری با مرتبه علمی استاد

امضا
امضا

۴- استاد مشاور پایان نامه دکتر مهرداد کلانتری با مرتبه علمی دانشیار

۵- استاد داور خارج از گروه دکتر رسول ربانی با مرتبه ی علمی دانشیار

امضا
امضا

۶- استاد داور داخل گروه دکتر ابوالقاسم نوری با مرتبه علمی دانشیار

امضای مدیر گروه

چکیده

هدف پژوهش حاضر تعیین رابطه عوامل پرسشنامه فردگرایی اقتصادی فلدمن (انطباق سازمان ها برای فرصت های برابر، فشارهای درونی جامعه برای نگه داری فقر، اخلاق کاری) و گرایش اجتماعی با تغییر وضعیت اقتصادی شرکت کنندگان در نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران در شهر اصفهان است. روش تحقیق پیمایشی و از نوع همبستگی و جامعه آماری شامل کلیه شرکت کنندگان در نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران در شهر اصفهان، در سال ۱۳۸۴ بودند که با روش نمونه گیری تصادفی دو مرحله ای ۳۷۵ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. ابزارهای این پژوهش شامل پرسشنامه فردگرایی اقتصادی (فلدمن، ۱۹۸۱)، پرسشنامه جایگاه مسئولیت وضعیت اقتصادی (فلدمن، ۱۹۸۱)، و پرسشنامه گرایش اجتماعی (کرنдал، ۱۹۶۹) بود. مهمترین یافته های پژوهش نشان داد که: بین وضعیت اقتصادی مردم با اسناد به عوامل شخصی و اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد ($p \leq 0/01$) بین عامل انطباق سازمان ها برای فرصت های برابر با هر دو عوامل شخصی و اجتماعی ($p \leq 0/01$) و نیز دو عامل فشارهای درونی جامعه برای نگه داری فقر با عوامل شخصی ($p \leq 0/01$) و اخلاق کاری با عوامل شخصی ($p \leq 0/05$) و اجتماعی ($p \leq 0/01$)، بهبود وضعیت اقتصادی رابطه معناداری به دست آمد. گرایش اجتماعی با عوامل اجتماعی بهبود وضعیت اقتصادی رابطه معناداری دارد ($p \leq 0/05$). بین انطباق سازمان ها برای فرصت های برابر ($p \leq 0/01$) و فشارهای درونی جامعه برای نگه داری فقر ($p \leq 0/05$) با تغییر وضعیت اقتصادی مردم رابطه معناداری به دست آمد. بطور خلاصه نتایج پژوهش نشان داد که: بین تغییر وضعیت اقتصادی مردم با انطباق سازمان ها برای فرصت های برابر، فشارهای درون جامعه برای نگه داری فقر و اخلاق کاری با اسناد به عوامل شخصی و اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. گرایش اجتماعی تنها با عوامل اجتماعی بهبود وضعیت اقتصادی رابطه دارد. همچنین تنها انطباق سازمان ها برای فرصت های برابر و فشارهای درونی جامعه برای نگه داری فقر با تغییر وضعیت اقتصادی مردم رابطه دارند ولی بین اخلاق کاری با تغییر وضعیت اقتصادی مردم رابطه ای وجود ندارد. یافته ها بر اساس دو دسته نظریه کلی یعنی نظریه گرایش به خود اقتصادی و گرایش اجتماعی مورد تبیین و بررسی قرار گرفته است.

کلید واژه ها: انطباق سازمان ها برای فرصت های برابر، فشارهای درون جامعه برای نگه داری فقر، اخلاق کاری، گرایش اجتماعی و تغییر وضعیت اقتصادی.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
	فصل اول: کلیات پژوهش
۱-۱-۱-۱	مقدمه
۲-۱-۲-۱	بیان مسئله
۳-۱-۳-۱	اهمیت نظری و عملی پژوهش
۴-۱-۴-۱	اهداف پژوهش
۵-۱-۵-۱	فرضیه های پژوهش
۶-۱-۶-۱	تعاریف مفهومی و عملیاتی واژه ها
۱۱-۱-۶-۱	۱-۶-۱- تعاریف مفهومی
۱۳-۱-۶-۱	۲-۶-۱- تعاریف عملیاتی
	فصل دوم: پیشینه پژوهش
۱-۲-۱-۲	مقدمه
۲-۲-۲-۲	انتخابات
	۳-۲-۳-۲- الگو های نظری انتخابات
۱۷-۱-۳-۲	۱-۳-۲- الگوی عقلانی رای دادن
۱۸-۲-۳-۲	۲-۳-۲- الگوی هنجاری رای دادن
۱۹-۳-۳-۲	۳-۳-۲- الگوی شناختی رای دادن
۲۰-۴-۳-۲	۴-۳-۲- الگوی آنتروپی رای دادن
	۴-۲- نظام های کنش انتخاباتی رای (طرح اجیل)
۲۲-۱-۴-۲	۱-۴-۲- نظام اقتصادی رای (A)
۲۲-۲-۴-۲	۲-۴-۲- نظام سیاسی رای (G)
۲۳-۳-۴-۲	۳-۴-۲- نظام اخلاقی رای (I)

- ۲۳..... ۴-۴-۲-نظام فرهنگی رای (L)
- ۲۵..... ۵-۲- عدالت و بی عدالتی اجتماعی
- ۲۵..... ۶-۲- دیدگاه های عدالت اجتماعی
- ۲۶..... ۱-۶-۲- نظریه راولز
- ۲۷..... ۷-۲- رابطه عدالت اجتماعی با برابری اجتماعی و اقتصادی
- ۲۸..... ۸-۲- عدالت اجتماعی و سیاسی
- ۳۰..... ۹-۲- عدالت اجتماعی و رفاه اجتماعی
- ۳۱..... ۱۰-۲- اسلام در تحقق عدالت اجتماعی
- ۳۳..... ۱۱-۲- سوگیری به نفع خود و نفع شخصی عاقلانه
- ۳۸..... ۱۱-۲- فرضیه دنیای عادل
- ۴۰..... ۱۲-۲- تاثیر سوگیری به نفع خود در فعالیت های اجتماعی
- ۱۳-۲- تفاوت های فرهنگی و دیدگاه اسلامی
- ۴۱..... ۱-۱۳-۲- تفاوت های فرهنگی
- ۴۴..... ۲-۱۳-۲- دیدگاه اسلام
- ۴۵..... ۱۴-۲- گرایش به خود اقتصادی
- ۴۷..... ۱۵-۲- تغییر وضعیت اقتصادی
- ۵۲..... ۱۶-۲- عوامل پرسشنامه فردگرایی اقتصادی فلدمن
- ۵۳..... ۱۷-۲- انطباق سازمان ها برای فرصت های برابر
- ۵۷..... ۱۸-۲- فشارهای درون جامعه برای نگه داری فقر
- ۶۰..... ۱-۱۸-۲- نابرابری آموزشی
- ۶۳..... ۲-۱۸-۲- طرد اجتماعی
- ۶۴..... ۱۹-۲- اخلاق کاری
- ۶۵..... ۲۰-۲- گرایش اجتماعی
- ۶۸..... ۱-۲۰-۲- سرمایه اجتماعی و گرایش اجتماعی
- ۷۲..... ۲-۲۰-۲- تاثیر خلق بر روی کمک کردن به دیگران (گرایش اجتماعی)

۲-۲۱- پژوهش های انجام شده در داخل و خارج از کشور

۲۱-۱- پژوهش ها و سوابق مربوط به خارج از کشور..... ۷۳

۲-۲۱-۲- پژوهش ها و سوابق مربوط به داخل کشور ۷۹

فصل سوم: روش پژوهش

۳-۱- مقدمه ۸۱

۳-۲- طرح کلی پژوهش ۸۲

۳-۳- جامعه آماری ۸۲

۳-۴- نمونه و روش نمونه گیری ۸۲

۳-۵- ابزارهای پژوهش ۸۳

۳-۵-۱- پرسشنامه فردگرایی اقتصادی فلدمن ۸۳

۳-۵-۲- پرسشنامه جایگاه مسئولیت فردی وضعیت اقتصادی فلدمن ۸۳

۳-۵-۳- پرسشنامه گرایش اجتماعی کرنندال ۸۴

۳-۶- روش های آماری ۸۵

فصل چهارم: یافته های پژوهش

۴-۱- مقدمه ۸۶

۴-۲- یافته های توصیفی ۸۷

۴-۳- یافته های استنباطی ۹۳

۴-۳-۱- آزمون فرضیه ها ۹۴

فصل پنجم: بحث و نتیجه گیری

۵-۱- مقدمه ۱۰۴

۵-۲- بحث دریافته های پژوهش ۱۰۵

۵-۳- محدودیت ها ۱۲۰

۵-۴- پیشنهادات ۱۲۰

پیوست ها

- پیوست ۱- پرسشنامه فردگرایی اقتصادی فلدمن ۱۲۵
- پیوست ۲- پرسشنامه جایگاه مسئولیت فردی وضعیت اقتصادی ۱۲۷
- پیوست ۳- پرسشنامه گرایش اجتماعی کوندال ۱۲۹

منابع و مأخذ

فهرست جدول ها

صفحه	عنوان
۸۷.....	جدول ۴-۱- میانگین و انحراف استاندارد ویژگی های جمعیت شناختی گروه نمونه
۸۹.....	جدول ۴-۲- فراوانی، درصد فراوانی و فراوانی تراکمی ویژگی های جمعیت شناختی گروه نمونه
۹۲.....	جدول ۴-۳- میانگین و انحراف استاندارد متغیرهای بکار رفته در پژوهش
۹۴.....	جدول ۴-۴- ضرایب همبستگی کندال تاو بین تغییر در وضعیت اقتصادی مردم با اسناد به عوامل شخصی یا اجتماعی
۹۵.....	جدول ۴-۵- ضرایب همبستگی پیرسون بین اسناد عوامل شخصی و عوامل اجتماعی تغییر وضعیت اقتصادی مردم با عوامل سازه گرایش به خود اقتصادی
۹۸.....	جدول ۴-۶- ضرایب همبستگی پیرسون بین تغییر وضعیت اقتصادی مردم با عوامل سازه گرایش به خود اقتصادی
۹۹.....	جدول ۴-۷- ضرایب همبستگی پیرسون عوامل سازه گرایش به خود اقتصادی با گرایش اجتماعی در بین افرادی که وضعیت اقتصادی آنها در بین نمونه پژوهش بدتر شده، بهتر شده و یا تغییر نکرده است

فهرست شکل ها

صفحه	عنوان
۳۲	شکل ۲-۱- عدالت اجتماعی از دیدگاه اسلام.....
۸۸	شکل ۴-۱- نمودار ستونی میانگین ویژگی های جمعیت شناختی (سن) گروه نمونه.....
۸۸	شکل ۴-۲- نمودار ستونی میانگین ویژگی های جمعیت شناختی (میزان تحصیلات) گروه نمونه بر اساس جنسیت.....
۹۰	شکل ۴-۳- نمودار ستونی درصد فراوانی ویژگی های جمعیت شناختی (جنسیت) گروه نمونه.....
۹۰	شکل ۴-۴- نمودار ستونی درصد فراوانی ویژگی های جمعیت شناختی (وضعیت تاهل) گروه نمونه.....
۹۱	شکل ۴-۵- نمودار ستونی درصد فراوانی ویژگی های جمعیت شناختی (میزان تحصیلات) گروه نمونه بر اساس مقطع تحصیلی.....
۹۱	شکل ۴-۶- نمودار ستونی درصد فراوانی ویژگی های جمعیت شناختی (میزان درآمد) گروه نمونه.....
۹۲	شکل ۴-۷- نمودار ستونی درصد فراوانی ویژگی های جمعیت شناختی (تعداد اعضا خانوار) گروه نمونه.....
۹۳	شکل ۴-۸- نمودار ستونی میانگین کلیه متغیرهای بکار رفته در پژوهش.....

فصل اول

کلیات پژوهش

۱-۱ مقدمه

در این پژوهش رابطه بین عوامل پرسشنامه فردگرایی اقتصادی فلدمن^۱ (انطباق سازمان ها برای فرصت های برابر^۲، فشارهای درون جامعه برای نگه داری فقر^۳، اخلاق کاری^۴) و گرایش اجتماعی^۵ با تغییر وضعیت اقتصادی^۶ شرکت کنندگان نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران مورد مطالعه قرار گرفته است. پیوند میان گرایشات اجتماعی و فردی به عنوان موضوعات روانشناختی و تغییر وضعیت اقتصادی افراد با رفتارهای انتخاباتی، مورد توجه است. بدیهی است که حدس و گمان ها و نظریات بسیاری درباره رابطه گرایشات فردی / اجتماعی و رفتارهای افراد بخصوص رفتارهای انتخاباتی وجود دارد. البته نظریات در این زمینه متفاوت می باشد و این مسئله نیاز به بررسی های دقیق روانشناسانه و جامعه شناسانه دارد. در صورت عدم بررسی های دقیق، این مسئله می تواند ضررهای اقتصادی و سیاسی جبران

^۱ - Feldman economic individualism factors

2- Organization accommodation for equal opportunity

3 - Internal tension of society for poverty maintenance

4 - Work ethics

5 - Social- interest

6 - Economic status change

ناپذیری را به وجود آورد. در حالی که با بررسی های علمی عوامل موثر در رفتارهای انتخاباتی، می توان رفتار رای دهندگان را به طور نظامدار مورد بررسی قرار داد. بدین ترتیب با علمی شدن فرضیه آزمایشی ها درباره رفتار رای دهندگان، علاوه بر اینکه از اتلاف منابع مالی در نتیجه کوشش و خطا برای فهم رفتار رای دهندگان جلوگیری به عمل می آید، تحقیقات در این حوزه نیز در جهتی که متناسب با پیشرفت های علمی و پژوهشی دنیا است، هدایت می شوند که به نوبه خود می تواند به مقایسه تفاوت های جوامع ایرانی با جوامع خارج از کشور کمک کند. در فلسفه سیاسی، برابری هم به دلیل پیامدهای سیاسی و هم به اقتضای عدالت همواره مورد توجه بوده است (یوسفی، ۱۳۸۳). در حوزه های سیاسی نیز حتی محورهای اصلی عدالت توزیعی نظیر نیاز، برابری، انصاف و فردگرایی اقتصادی وارد حوزه داوری های ذهنی افراد می شوند (تورن بلام و ورمونت، ۱۹۹۸). رای دهنده در همان حال که از پیشینه اجتماعی و وابستگی های احساسی خود اثر می پذیرد، نگرش منفعت طلبانه به انتخابات دارد. رای دهنده برای گزینه های گوناگون، اولویت هایی قائل است: در زمینه موضوعات در سطح کلی، قدرت شناخت دارد، هر چند ممکن است به خوبی نتواند آن را نشان دهد، و به نتیجه انتخابات در چارچوب گرایش ها، دل بستگی ها و اولویت های خود می اندیشد. در تحلیل نهایی، شهروند با در نظر گرفتن محدودیت های انسانی و ساختاری، "درست" رای می دهد (لوو و ردلاوسک، ۱۹۹۷). البته در علوم دیگر مثل علوم اقتصادی، علوم سیاسی و علوم اجتماعی بر نقش عوامل اقتصادی بر رفتارهای افراد تاکید شده است. با توجه به اینکه تمامی متغیرهای اقتصادی و اجتماعی در رفتارهای افراد نقش دارند و توسط افراد ادراک می شوند، بدیهی است که هرگونه توضیحی برای رفتارهای افراد بخصوص در زمینه رای دادن، بدون در نظر گرفتن ویژگی های روانی- اجتماعی صاحبان آنها ناقص خواهد بود. ۴ متغیر روانی- اجتماعی مهم در رابطه با تغییر وضعیت اقتصادی افراد و انتخاب کاندیدا (رای دادن) قرار دارند، انطباق سازمان ها برای فرصت های برابر، فشارهای درون جامعه برای نگه داری فقر، اخلاق کاری، گرایش اجتماعی هستند که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته اند. لذا در این فصل ابتدا به بررسی موضوع تحقیق و شرح مسئله پرداخته

شده و سپس با بیان اهمیت و ضرورت تحقیق و اهداف آن، فرضیه هایی نیز ارائه می شود. در پایان، تعاریف مفهومی و عملیاتی واژه ها بیان گردیده است.

۱-۲- بیان مسئله

افراد تغییر وضعیت اقتصادی خویش (از بهتر به بدتر یا از بدتر به بهتر) را به عوامل درونی یا بیرونی نسبت می دهند. همچنین، افراد در مورد متغیرهای روانشناختی (گرایش اجتماعی) و یا غیر روانشناختی (انتخابات) مرتبط با تغییر وضعیت اقتصادی خود رفتار می کنند.

اگر افراد درک علمی از برخی جنبه های رفتار اجتماعی یا افکار اجتماعی بدست آورند، می توانند بالقوه این دانش را به طور عملی به کار گیرند. تا جایی که به فرضیه اسناد مربوط می شود این امر مشخصاً این چنین بوده است. همچنان که دانش پایه در خصوص اسناد پیشرفت کرده است، دامنه مشکلات و مسائل عملی که برای آنها، اینگونه اطلاعات بکار رفته، وسیع تر شده است (بارون و برن، ۲۰۰۴).

تافت^۱ (۱۹۸۷) گرایش به خود را با این جمله که مردم به کیف پول خود رای می دهند برجسته کرده است و منظور وی این است که آنها به فردی رای می دهند که به لحاظ اقتصادی مدافع منافع آنان باشد. گرچه این دیدگاه با عقل سلیم انطباق دارد، با این حال گاهی تصور می شود که ممکن است مردم نه به خاطر منافع شخصی، بلکه به خاطر پیشرفت جامعه خود در امر انتخابات شرکت کنند. اصولاً این امر در جوامعی که منافع اجتماعی بر منافع شخصی افراد برتری دارد، رخ می دهد. این امر می تواند نشانگر وجود روح جامعه گرایی در مقابل فرد گرایی باشد. با این حال، این توجه به منافع اجتماعی (گرایش اجتماعی) حتی در جامعه فرد گرای آمریکا نیز دیده می شود (فلدمن^۲، ۱۹۸۱). دهشیار (۱۳۸۴) رای دهنده در همان حال که از پیشینه اجتماعی و وابستگی های احساسی خود اثر می پذیرد، نگرش منفعت طلبانه به

^۱ - Tufte

^۲ - Feldman

انتخابات دارد. رای دهنده برای گزینه های گوناگون، اولویت هایی قائل است: در زمینه موضوعات در سطح کلی، قدرت شناخت دارد، هر چند ممکن است به خوبی نتواند آن را نشان دهد، و به نتیجه انتخابات در چارچوب گرایش ها، دلبستگی ها و اولویت های خود می اندیشد. در تحلیل نهایی، شهروند با در نظر گرفتن محدودیت های انسانی و ساختاری، "درست" رای می دهد (لوو و ردلاوسک، ۱۹۹۷). با توجه به اهمیت گرایش به خود اقتصادی به عنوان یک مفهوم نظری این نتایج محتاج تحلیل های بیشتر می باشد. در این زمینه باید ادراک افراد از مشکلات شخصی و باور آنها درباره نقش دولت در حل این مشکلات مورد توجه قرار گیرد.

آدلر^۱ گرایش اجتماعی را نه یک ویژگی فرهنگی، بلکه ویژگی انسانی می داند که در همه جوامع دیده می شود. در روانشناسی، گرایش به خود نوعی رشد نایافتگی است که انسان می تواند آن را در طی دوران بلوغ به شرط داشتن زمینه رشد سالم، پشت سر گذارد و به گرایش اجتماعی دست یابد (کوهات^۲، ۱۹۹۲).

گرایش به خود اقتصادی، جهت گیری نسبت به تغییر وضعیت اقتصادی و پیگیری منافع شخصی خود است. در مقابل گرایش به خود اقتصادی، گرایش اجتماعی اقتصادی قرار دارد که در آن منافع کل اجتماع در نظر گرفته می شود.

گرایش به خود اقتصادی و گرایش اجتماعی اقتصادی را در زمان هایی که افراد قدرت انتخاب دارند و بسته به گرایشات خود عمل می کنند می توان بررسی کرد. مثلاً از طریق انتخابات دموکراتیک که اراده و خواست ملت به درون نظام تصمیم گیری انعکاس پیدا می کند و تصمیم گیری ها در مسیر اهداف جمعی هدایت می شود. بر این مبناء، مطالعه و تحلیل رفتار انتخاباتی از دو جهت دارای اهمیت است: نخست اینکه ترجیحات و انتظارات سیاسی جامعه را باز نمایی می کند و با مطالعه آن می توان به این انتظارات پی برد. دیگر اینکه میل جامعه را به تغییر و جابجایی در قدرت آشکار می کند. اینکه دریابیم در انتخابات، رای شهروندان کدام معنا و پیام اجتماعی را با خود حمل می کند (یوسفی، ۱۳۸۳).

^۱ - Adler

^۲ - Kuhat

در صورتی که فرد در رفتار انتخاباتی خود گرایش اجتماعی داشته باشد: تورم، بیکاری، سطح درآمد ملی و کلاً مسائل و مشکلات جامعه در انتخاب وی تاثیر می گذارد و سرنوشت اجتماعی بر سرنوشت شخصی ترجیح داده می شود. با این حال گرایشات فردی و اجتماعی افراد را به سختی می توان از درآمد و مسائل اقتصاد فردی تفکیک کرد، زیرا رابطه تعاملی و دو جانبه ای بین آنها برقرار است.

مفهوم گرایش به خود اقتصادی در نظریات جامعه شناختی اهمیت اساسی دارد، لیکن در جامعه شناسی بر تحلیل کلان داده ها تاکید و منافع افراد در سطح اجتماعی در نظر گرفته شده است. با این وجود مفهوم گرایش به خود اقتصادی و همچنین متغیرهای روانشناختی وابسته به آن کمتر مورد مطالعه قرار گرفته است. در کشور ما رابطه بین فردگرایی اقتصادی و گرایش اجتماعی با تغییر وضعیت اقتصادی افراد نادیده گرفته شده که در این رابطه خلاء پژوهشی را به وجود آورده و سؤال های بسیاری را بدون پاسخ گذاشته است، لذا به نظر می آید انجام چنین مطالعه ای در ایران ضرورت داشته باشد. با توجه به اهمیت چشمگیر این تاثیرات، توجه پژوهشگر به چگونگی تاثیر این گرایشات (فردی و اجتماعی) بر تغییر وضعیت اقتصادی جلب شده است. مطالعه رابطه بین مسائل اقتصادی و رفتارهای افراد بدون در نظر گرفتن مسائل روانشناختی و گرایشات فردی و اجتماعی افراد کامل نیست. بدین ترتیب پژوهشگر در این تحقیق به پاسخگویی به این سؤال می پردازد که چه رابطه ای بین منافع شخصی و اجتماعی - اقتصادی و متغیرهای روانشناختی وجود دارد؟ همچنین پژوهشگر به این سؤال پاسخ می دهد که آیا نوع اسنادهای تغییر وضعیت اقتصادی (درونی / بیرونی - شخصی / اجتماعی) با مولفه های گرایش به خود اقتصادی ارتباط دارد؟ مثلاً آیا افرادی که عوامل اجتماعی را مسبب تغییر وضعیت اقتصادی خود (به بدتر یا بهتر) می دانند، گرایش بیشتری به انطباق سازمان ها برای فرصت های برابر، فشارهای درون جامعه برای نگه داری فقر و اخلاق کاری دارند یا خیر؟

فردمن در رابطه با فردگرایی اقتصادی مطالعاتی انجام داده و پرسشنامه ای ساخته است. وی از تحلیل عاملی پرسشنامه گرایش به خود اقتصادی دو مولفه اخلاق کاری و برابری اقتصادی ادراک شده را بدست آورد. لیکن عریضی، ملک پور، رحیمی و کلانتری (۱۳۸۵) از تحلیل عاملی پرسشنامه گرایش به خود

اقتصادی سه مولفه انطباق سازمان ها برای فرصت های برابر، فشارهای درون جامعه برای ننگه داری فقر و اخلاق کاری را بدست آوردند که نشان می دهد، در ایران گرایش به خود اقتصادی دارای مولفه های دیگری است. در مولفه برابری اقتصادی ادراک شده توجه اصلی به عدالت اجتماعی و برابری بین مردم است، در حالی که در مولفه اخلاق کاری، ملاک های بهینه انجام کار مورد نظر قرار گرفته است. گرایش به خود اقتصادی در رفتارهای انتخاباتی بیشتر بروز پیدا می کند، زیرا انگیزه پاسخدهی و تفکر در مورد وضعیت اقتصادی و اسناد در مورد دلایل وضعیت اقتصادی افراد در این موقعیت بیشتر است (فلدمن، ۱۹۸۱).

۱-۳- اهمیت پژوهش

اهمیت هر پژوهشی به واسطه اهدافی که پژوهش به دنبال دسترسی به آنها است، مشخص می شود. مهم ترین هدفی که در این پژوهش مد نظر پژوهشگر قرار دارد، دستیابی به یافته ها و کشف الگوهای پیچیده تر در بررسی رابطه عوامل فردگرایی اقتصادی، گرایشات فردی / اجتماعی، تغییر وضعیت اقتصادی و رفتارهای انتخاباتی رای دهندگان می باشد.

همچنین از اهمیت پژوهش بررسی بین منافع شخصی و اجتماعی - اقتصادی و متغیرهای روان شناختی و نیز بررسی ارتباط نوع اسنادهای تغییر وضعیت اقتصادی (درونی / بیرونی - شخصی / اجتماعی) با عوامل فردگرایی اقتصادی (انطباق سازمان ها برای فرصت های برابر، فشارهای درون جامعه برای ننگه داری فقر و اخلاق کاری) می باشد. ماهیت تلفیقی این پژوهش از دیگر دلایل اهمیت آن است. به عبارتی در این تحقیق رابطه بین تغییر وضعیت اقتصادی افراد به عنوان موضوعات اقتصادی و اسناد آن به عوامل شخصی و اجتماعی به عنوان موضوعات روانشناختی و گرایش اجتماعی به عنوان مسائل اجتماعی و رفتار انتخاباتی افراد به عنوان مسئله سیاسی مورد بررسی قرار گرفته است. این در حالی است که تحقیقات روانشناختی اندکی در این مورد انجام شده است. کم توجهی به این حیطة در داخل کشور بسیار زیاد

است. به طوری که تنها تعداد اندکی پژوهش در این رابطه از دیدگاه روانشناختی وجود دارد که آنها نیز تنها به طور محدود به بررسی برخی از این عوامل پرداخته اند.

یک نظریه ضمنی در مورد گرایش های مردم در رفتارهای انتخاباتی این است که آنها به عوامل فردی از قبیل وضعیت اقتصادی و یا اجتماعی خود توجه می کنند. این مسئله می تواند حتی بر نخبگان جامعه هم تاثیر گذارد و رفتارهای سیاسی آنها را تعیین کند. در زمان انتخابات و در موقع نیاز به آرای مردم، کاندیداها با دادن وعده های انتخاباتی در مورد افزایش دادن سطح اقتصادی و زندگی مردم و دادن ارزاق ارزان با کوپن و کاهش قیمت ها، رفتارهای سیاسی رای دهندگان را به نفع خود تغییر می دهند. ممکن است برخی از این رفتارها که برای جلب آراء انجام می گیرد، بر متغیرهای اقتصادی افراد تاثیر گذارد ولی در کل، بر رشد اقتصادی جامعه تاثیر منفی داشته باشد. گرچه این موضوع در حیطه جامعه شناسی بررسی شده است، اما تا به حال به این موضوع مهم در حیطه روانشناسی توجهی نشده است. همچنین ممکن است بین فرهنگ های مختلف از این نظر تفاوت هایی وجود داشته باشد، برای مثال در یک منطقه، شهر یا کشور، گرایش اجتماعی و در منطقه، شهر یا کشور دیگر گرایش به خود(گرایش فردی) غلبه داشته باشد. این مسئله می تواند ناشی از آموزش افراد و یا سطح درک اخلاقی و اجتماعی آنها باشد. به دست آوردن اطلاعات در مورد این گرایش ها و تهیه کردن شواهد برای آن می تواند بر رفتارهای مردم و نخبگان جامعه در انتخابات آینده تاثیر گذار باشد. از این رو با در نظر گرفتن مسائل موجود، لزوم چنین بررسی گسترده ای از سوی پژوهشگر اهمیت داشت.

۱-۲- اهداف پژوهش

در این پژوهش اهداف زیر مورد توجه بوده است:

۱- تعیین رابطه بین تغییر در وضعیت اقتصادی مردم و اسناد به عوامل شخصی و یا اجتماعی.

۲- تعیین رابطه بین عوامل شخصی و عوامل اجتماعی تغییر وضعیت اقتصادی با انطباق سازمان ها برای فرصت های برابر.

۳- تعیین رابطه بین عوامل شخصی و عوامل اجتماعی تغییر وضعیت اقتصادی با فشارهای درون جامعه برای نگه داری فقر.

۴- تعیین رابطه بین عوامل شخصی و عوامل اجتماعی تغییر وضعیت اقتصادی با اخلاق کاری.

۵- تعیین رابطه بین عوامل شخصی و عوامل اجتماعی تغییر وضعیت اقتصادی با گرایش اجتماعی.

۶- تعیین رابطه بین انطباق سازمان ها برای فرصت های برابر و تغییر وضعیت اقتصادی افراد.

۷- تعیین رابطه بین فشارهای درون جامعه برای نگه داری فقر و تغییر وضعیت اقتصادی افراد.

۸- تعیین رابطه بین عامل اخلاق کاری و تغییر وضعیت اقتصادی افراد.

۹- تعیین رابطه بین انطباق سازمان ها برای فرصت های برابر و گرایش اجتماعی در گروه اول (در بین افرادی که وضعیت اقتصادی آنها در بین نمونه پژوهش بهتر شده است).

۱۰- تعیین رابطه بین انطباق سازمان ها برای فرصت های برابر و گرایش اجتماعی در گروه دوم (در بین افرادی که وضعیت اقتصادی آنها در بین نمونه پژوهش بدتر شده است).

۱۱- تعیین رابطه بین انطباق سازمان ها برای فرصت های برابر و گرایش اجتماعی در گروه سوم (در بین افرادی که وضعیت اقتصادی آنها در بین نمونه پژوهش تغییر نکرده است).

۱۲- مقایسه رابطه بین انطباق سازمان ها برای فرصت های برابر و گرایش اجتماعی در دو نمونه وضعیت اقتصادی بهتر شده (P_1) و بدتر شده (P_2).

۱۳- تعیین رابطه بین فشارهای درون جامعه برای نگه داری فقر و گرایش اجتماعی در گروه اول (در بین افرادی که وضعیت اقتصادی آنها در بین نمونه پژوهش بهتر شده است).

۱۴- تعیین رابطه بین فشارهای درون جامعه برای نگه داری فقر و گرایش اجتماعی در گروه دوم (در بین افرادی که وضعیت اقتصادی آنها در بین نمونه پژوهش بدتر شده است).

- ۱۵- تعیین رابطه بین فشارهای درون جامعه برای نگه داری فقر و گرایش اجتماعی در گروه سوم (در بین افرادی که وضعیت اقتصادی آنها در بین نمونه پژوهش تغییر نکرده است).
- ۱۶- مقایسه رابطه بین فشارهای درون جامعه برای نگه داری فقر و گرایش اجتماعی در دو نمونه وضعیت اقتصادی بهتر شده (T_1) و بدتر شده (T_2).
- ۱۷- تعیین رابطه بین اخلاق کاری و گرایش اجتماعی در گروه اول (در بین افرادی که وضعیت اقتصادی آنها در بین نمونه پژوهش بدتر شده است).
- ۱۸- تعیین رابطه بین اخلاق کاری و گرایش اجتماعی در گروه دوم (در بین افرادی که وضعیت اقتصادی آنها در بین نمونه پژوهش بهتر شده است).
- ۱۹- تعیین رابطه بین اخلاق کاری و گرایش اجتماعی در گروه سوم (در بین افرادی که وضعیت اقتصادی آنها در بین نمونه پژوهش تغییر نکرده است).
- ۲۰- مقایسه رابطه بین اخلاق کاری و گرایش اجتماعی در دو نمونه وضعیت اقتصادی بهتر شده (T_1) و بدتر شده (T_2).

۱-۵- فرضیه های پژوهش

فرضیه های این پژوهش از این قرارند:

- ۱- بین تغییر در وضعیت اقتصادی مردم و اسناد به عوامل شخصی و یا اجتماعی در بین شرکت کنندگان در نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران در شهر اصفهان رابطه وجود دارد.
- ۲- بین عوامل شخصی و عوامل اجتماعی تغییر وضعیت اقتصادی با انطباق سازمان ها برای فرصت های برابر در بین شرکت کنندگان در نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران در شهر اصفهان رابطه وجود دارد.