

پایایی سنجی، اعتباریابی و هنجاریابی پرسشنامه فردگرایی اقتصادی فلدمن در اصفهان

Validation and reliability measurement and Normalization of  
Feldman Economic Individualism Inventory in the Isfahan city

**F. Rahimi:** PhD student of general psychology, Isfahan Uni.

E-mail: www.f\_rahimi@yahoo.com

**H. Oreizi,** PhD: Isfahan Uni.

**M. Malekpour,** PhD: Isfahan Uni.

فاطمه رحیمی: دانشجوی دکتری روان شناسی دانشگاه اصفهان

دکتر حمید رضا عریضی: دانشگاه اصفهان

دکتر مختار ملک پور: دانشگاه اصفهان

**Abstract:** **Aim** of the current research was to investigate validity and normalization of Feldman economic individualism inventory (1981). **Method** was factors analysis and for determining validity 375 participants and for reliability two sample of 40 & 50 individuals each and for normalization 1000 persons were randomly of sample in two stages. **Results** showed three components were labelled number organization accommodation for equal opportunity, internal tension of society for poverty maintenance and work ethics. Their consistency coefficients (Cronbach Alpha) were 0.382, 0.648, 0.573 respectively and 0.729 for the economic individualism inventory. Test retest reliability was 0.432, 0.676, 0.584 and 0.687 respectively. Transformation of raw score of normalizing sample (N= 1000) in to T and Z score and percentiles fielded for the norms of inventory. **Discussion:** Data indicates moderate reliability and validity. In situation in which individuals with report to their economic, questionnal could evalvate their economic and social orientation and based on the questionian, policies could be applied in order to attlart voten.

**چکیده:** هدف پژوهش تعیین اعتبار، پایایی و هنجاریابی پرسشنامه فردگرایی اقتصادی فلدمن (۱۹۸۱) بود. روش پژوهش از نوع تحلیل عاملی است. به منظور تعیین اعتبار ۳۷۵ نفر، به منظور تعیین پایایی دو نمونه ۴۰ و ۵۰ نفری و به منظور هنجاریابی ۱۰۰۰ نفر از مردم شهر اصفهان با روش نمونه گیری تصادفی دو مرحله ایی انتخاب شدند. اعتبار سازه با استفاده از تحلیل عاملی سنجش شد. یافته ها نشان داد پرسشنامه فردگرایی اقتصادی در ایران دارای سه عامل انطباق سازمانی برای فرصت برابر، فشارهای درونی جامعه برای نگهداری فقر و اخلاق کاری است. ضریب پایایی همسانی درونی (آلفای کرونباخ) برای هریک از عوامل این پرسشنامه به ترتیب: ۰/۳۸۲، ۰/۶۴۸، ۰/۵۷۳ و کل پرسشنامه ۰/۷۲۹ بود و پایایی بازآزمایی به ترتیب ۰/۴۳۲، ۰/۶۷۶، ۰/۵۸۴ و کل پرسشنامه ۰/۶۸۷ بود. در نهایت نمرات خام گروه نمونه ۱۰۰۰ نفری به نمره معیار Z و T و نمرات درصدی برای تعیین هنجاریابی پرسشنامه تبدیل شد. نتیجه گیری: پرسشنامه فردگرایی اقتصادی دارای پایایی و اعتبار سازه است. در موقعیت هایی که افراد قدرت انتخاب با توجه به مسائل اقتصادی شان را دارند، مثل انتخابات، پرسشنامه می تواند گرایش های اقتصادی فردی یا اجتماعی مردم را ارزیابی کند و براساس آن، سیاست هایی جهت جذب آراء اعمال شود.

**Key words:** economic, individualism, normalization, reliability, validation,

کلید واژه: اعتباریابی، اقتصادی، پایایی سنجی، فردگرایی،

هنجاریابی

## مقدمه

گرایش به خود اقتصادی، عبارت از جهت گیری نسبت به تغییر وضعیت اقتصادی و پیگیری منافع شخصی خود است. در مقابل، گرایش اجتماعی اقتصادی عبارت از در نظر گرفتن منافع کل اجتماع است. در تصمیم گیری های سیاسی، اهمیت گرایش به خود اقتصادی و گرایش اجتماعی اقتصادی برجسته می شود و در رفتارهای انتخاباتی و زمانی که افراد قدرت انتخاب دارند و طبق گرایش های خود عمل می کنند می توان آن را بررسی کرد. زیرا انگیزه پاسخدهی و تفکر در مورد وضعیت اقتصادی و اسناد در مورد دلایل وضعیت اقتصادی افراد در این موقعیت ها بیشتر است. به عنوان مثال از طریق انتخابات دموکراتیک است 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. در حوزه های سیاسی نیز حتی محورهای اصلی عدالت توزیعی نظیر نیاز، برابری، انصاف و فردگرایی اقتصادی وارد حوزه های داوری ذهنی افراد می شوند و بر پایه باور به هر یک از این رویکردها، گاهی برخی از امور منصفانه و برخی دیگر از امور غیر منصفانه تلقی می شوند (تورن بلام و ورمونت<sup>۱</sup>، ۱۹۹۸).

یک رویکرد اصلی در علوم سیاسی این است که فرد رفتار سیاسی خود را بر اساس محاسبه سود و زیان شخصی حاصل از سیاست های دولت، به خصوص سیاست های اقتصادی برآورد می کند و تقریباً همه نظریه های رفتاری در علوم اجتماعی و سازمانی بر این فرض استوارند که انسان ها طبق نفع شخصی و مرتبط با تغییر وضعیت اقتصادی خود رفتار می کنند (میلر<sup>۲</sup>، ۱۹۹۹؛ ملرس، اسکوارتز و کوک<sup>۳</sup>، ۱۹۹۸).

یک نظریه ضمنی در مورد گرایش های مردم در رفتارهای انتخاباتی این است که آن ها به عوامل فردی از قبیل وضعیت اقتصادی و یا اجتماعی خود توجه می کنند. این مسئله می تواند حتی بر نخبگان جامعه هم تاثیر بگذارد و رفتارهای سیاسی آن ها 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 کوبین و کاهش قیمت ها، رفتارهای سیاسی رأی 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 (برو و کورسگارد<sup>۴</sup>، ۲۰۰۴).

- 
1. Tornblom & Vermunt
  2. Miller
  3. Mellers & Schwartz & Cooke
  4. Bruce & Korsgaard

براساس الگوهای کلاسیک انگیزش و رفتار، از قبیل نظریه انتظار، و نظریه تصمیم رفتاری، افراد برای به حداکثر رساندن منافع یا پیامدهای شخصی، تلاش می کنند از فرایندهای شناختی آگاهانه و حساب شده‌ای (به عنوان مثال، محاسبه انتظار- ظرفیت، محاسبه ارزش‌های مورد انتظار) سود جویند (شافیر و لی بوف<sup>۱</sup>، ۲۰۰۲). معمولاً اگر فرض شود این نگرش‌ها و رفتارها به طور عقلانی نفع شخصی دارند، به پیامدهایی منتهی می‌شوند. الگوی ارضاء نیاز با الگوی تصمیم‌گیری انسان عاقل اقتصادی به یکدیگر شبیه اند؛ مبنی بر این که تصمیم‌گیری انسان‌ها در جهتی است که راه‌های انتخابیشان برآورده شود یا رجحان‌ها یا منافع شخصی شان ارضاء شود (برو و کورسگارد، ۲۰۰۴).

انتخابات سال ۲۰۰۴ و انتخاب دوباره جورج بوش بازتاب این واقعیت است که رأی دهندگان بر پایه "شناخت منافع" خود تصمیم گرفتند. یعنی هر چند نامزدهای ریاست جمهوری ممکن است "موضوعات واقعی" (پترسون<sup>۲</sup>، ۲۰۰۲) را به بحث نگذارند، اما در پای صندوق‌های رأی این درک وجود دارد که کدامین نامزد بالاترین منافع - خواه مادی و خواه معنوی - را فراهم می‌آورد (دهشیار، ۱۳۸۴). پس بسیاری کسان نه بر پایه وابستگی احساسی به احزاب، بلکه با توجه به چیزی فراتر از آن رأی می‌دهند (پومپر<sup>۳</sup>، ۲۰۰۱). نفع شخصی و عقلانی بودن دقیقاً در یکدیگر پیچیده شده اند زیرا گرایش یک فرد به واکنش نفع شخصی عاقلانه بستگی به نیروی منافع شخصی دارد که در معرض خطر قرار گرفته است (برو و کورسگارد، ۲۰۰۴).

دهشیار (۱۳۸۴) معتقد است که رأی دهنده در همان حال که از پیشینه اجتماعی و وابستگی‌های احساسی خود تأثیر می‌پذیرد، نگرشی منفعت طلبانه به انتخابات دارد. رأی دهنده برای گزینه‌های گوناگون، اولویت‌هایی 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 گرایش‌ها، دلبستگی‌ها و اولویت‌های خود بیاندهد. با توجه به اهمیت گرایش به خود اقتصادی به عنوان یک مفهوم نظری این نتیجه محتاج تحلیل‌های بیشتر است. برای این کار باید ادراک افراد از مشکلات شخصی و باور آن‌ها درباره نقش دولت در حل این مشکلات مورد توجه قرار گیرد.

بر اساس پژوهش‌های چارنس و رابین<sup>۴</sup> (۲۰۰۲)، کوکس، سدیراج و سدیراج<sup>۵</sup> (۲۰۰۱)، فرولیچ، اوپنهایمر و کرکی<sup>۱</sup> (۲۰۰۱) در تصمیم‌گیری‌ها و داوریهایی که در آن‌ها بهره و

1. Shafir & Le Boeuf
2. Patterson
3. Pomper
4. Charness & Rabin
5. Cox & Sadiraj

پایایی سنجی، اعتباریابی و هنجاریابی پرسشنامه فردگرایی...

انتفاع آنی افراد مطرح است، عدالت نقش ضعیفی را بازی می کند. در واقع در چنین شرایطی رجحان های شخصی محور اصلی تصمیم گیری است، ولی در هنگام تصمیم گیری در باب مسائل کلان اجتماعی و سیاسی، رجحان های شخصی رنگ می بازند.

روان شناسان ویژگی های روانی افراد را عامل تعیین کننده سطح مشارکت آنان در کارها می دانند. به باور آنان، انسان ها ویژگی های شخصیتی و روانی گوناگون دارند که برخی از آن ها، ایشان را آماده و علاقه مند به مشارکت سیاسی می سازد و برخی دیگر، آنان را از مشارکت سیاسی دلسرد و روگردان می کند. برای نمونه، در دسته بندی یونگ، افراد برونگرا گرایش بیشتری به مشارکت سیاسی دارند. همچنین بر پایه نظریات اقتصادی- اجتماعی، وضع اجتماعی و اقتصادی افراد مانند جنس، سن، میزان سواد و درآمد نیز تعیین کننده مشارکت سیاسی آنان در فعالیت های سیاسی است (کلانتری، ۱۳۸۴). ارونسون<sup>۲</sup> (۱۳۸۴) معتقد است که مردم برای رفتارهای مهم از قبیل انتخاب رئیس جمهور به تجزیه و تحلیل های دقیق روی می آورند و کمتر در سطح ظاهری عمل می کنند. پژوهش های انجام شده در مورد رفتارهای انتخاباتی در آمریکا نشان دهنده نقش گرایش به خود اقتصادی در رفتار سیاسی بوده است.

این که آیا فرض نفع شخصی به طور یکسان و برابر برای همه افراد صادق است یا نه، بیشتر بستگی به این دارد که افراد هنگام در معرض خطر بودن چگونه منافع شخصی را وارد فرایندهای عقلانی می کنند (کراگلانسکی<sup>۳</sup>، ۱۹۸۹). تفاوت های موجود در نفع شخصی، پردازش های عقلانی شناختی را تحت تاثیر قرار می دهد، به این معنا که افراد خاصی هستند که در مقایسه با دیگران در دنبال نمودن منافع شخصی خود انگیزش کمتری دارند و در نتیجه کمتر در معرض وارد شدن به پردازش های عقلانی آگاهانه و حساب شده قرار می گیرند. همچنین بر اساس نظریه های گسترش یافته توسط سیمون<sup>۴</sup> (۱۹۹۳) پیشنهاد شده است افرادی که در جهت یابی به سوی دیگران یعنی در گرایش اجتماعی در درجه بالاتری قرار دارند کمتر بر اساس نفع شخصی و عقلانی عمل می کنند. به هر حال این سازه ها بیانگر تفاوت های فردی در زمینه شناخت است و با تفاوت های افراد در زمینه گرایش به حداکثر رساندن پیامدها و منافع شخصی در تضاد قرار دارد (سیمون، ۱۹۹۳). تفاوت های موجود در گرایش به سوی دیگران یا گرایش اجتماعی می تواند میزان محاسبه نفع شخصی را که توسط رفتارها و نگرش ها و میزان باز نمایی محیط خارجی تحت تاثیر قرار می گیرد، تعیین کند. تمام این

---

1. Froehlich, Oppenheimer & Kurki

2. Erunson

3. Kruglanski

4. Simon

نظریه‌ها آشکارا فرض می‌کنند که انگیزش و رفتار انسان‌ها در تعقیب منافع شخصی یکسان نیست (برو و کورسگارد، ۲۰۰۴).

فردمن از تحلیل عاملی پرسشنامه گرایش به خود اقتصادی دو مؤلفه برابری اقتصادی ادراک شده و اخلاق کاری را به دست آورد. عامل اول بیان‌کننده رویکرد برابرخواهانه نسبت به شرایط اقتصادی است و توجه اصلی آن به عدالت اجتماعی و برابری بین مردم است در حالی که در مؤلفه اخلاق کاری ملاک‌های بهینه انجام کار مورد نظر است و در کل نشانگر پیشرفت اقتصادی کل جامعه و انگیزش پیشرفت بر طبق ملاک‌های اخلاق کاری است که مبتنی بر دیدگاه‌های وبر<sup>۱</sup> (اخلاق پروتستانیسم) و مک‌کلند<sup>۲</sup> (انگیزش پیشرفت) است و در ادبیات روان‌شناسی صنعتی به اخلاق کاری مشهور شده است (کورمن<sup>۳</sup>، ۱۳۸۶).

جهت‌گیری اخلاق کاری به زندگی اجتماعی، نشان‌دهنده دیدگاه تناسب است که از طریق دو دیدگاه فردگرایی اقتصادی و انصاف بیان می‌شود. تناسب نشان‌دهنده تمایل به پاداش دادن به افرادی در جامعه است که در پیشرفت جامعه سهم دارند و دریغ داشتن این پاداش از افرادی است که مساعدتی به پیشرفت جامعه ندارند. برابری خواهی نشان‌دهنده دسترسی برابر به خدمات اساسی و رفتار یکسان با همه افراد جامعه و توزیع مجدد ثروت است (عریضی، ۱۳۸۳). رویکرد مبتنی بر تناسب شامل دو مؤلفه فردگرایی اقتصادی و انصاف و رویکرد برابری خواهی شامل دو مؤلفه نیاز و تساوی است (ایلکان و فیلیپز<sup>۴</sup>، ۲۰۰۰).

در فردگرایی اقتصادی توجه اصلی به اخلاق کاری است که بر طبق آن فردی که سخت کار می‌کند باید به منابع بیشتری دسترسی داشته باشد و افرادی که کمتر تلاش می‌کنند باید بهره کمتری از خدمات اجتماعی ببرند. با توجه به مالکیت خصوصی و قوانینی از قبیل ارث این رویکرد، رفاه بین نسلی را در نظر نمی‌گیرد و فرزندان این افراد نابرابری در فرصت‌های اجتماعی را تجربه می‌کنند. از طرف دیگر اصل برابری خواهی، عدالت توزیعی و عدالت رویه‌ای را همزمان در بردارد. موقعیت مبتنی بر عدالت، موقعیتی است که در آن برون‌دادها به طور برابر توزیع می‌شود. از نظر عدالت رویه‌ای موقعیت به گونه‌ای توصیف شده است که مردم به فرایندهای تصمیم‌گیری در مورد توزیع برون‌دادها دسترسی یکسانی دارند. برابرخواهی نشان‌دهنده دسترسی برابر به خدمات اساسی و رفتار یکسان با همه افراد جامعه و توزیع مجدد ثروت

1. Veber
2. Mc Kland
3. Korman
4. Ilcan & Philips

پایایی سنجی، اعتباریابی و هنجاریابی پرسشنامه فردگرایی...

است. در رویکرد اجتماعی مبتنی بر نیاز که مؤلفه دیگر برابرخواهی است توجه اساسی به میزان نیاز افراد جامعه است (عریضی، ۱۳۸۳).

در برابری فرصتی، تفویض نقش های اداری و سیاسی بر اساس شایستگی و لیاقت و توانمندی واقعی افراد مطرح است. در این نوع برابری، شهروندان خواهان آن هستند که مسئولیت ها بر اساس شایستگی به افراد سپرده شود، هر کس تجربه و تخصص بیشتری دارد شانس بیشتری نیز برای پیشرفت داشته باشد و هریک از شهروندان برای تصمیم گیری درباره خود، آزادی عمل داشته باشد (عریضی و گلپور، ۱۳۸۴). ایلکان و فیلیپز (۱۹۹۸) نشان داده اند که بین فرهنگ ها از نظر عدالت اجتماعی تفاوت وجود دارد. فرهنگ های جمع گرا مثل چین بر برابری خواهی و فرهنگ های فردگرا مثل آمریکا بر فردگرایی اقتصادی و دیدگاه های مبتنی بر تناسب تأکید می کنند.

مطالعه و تحلیل گرایش های اقتصادی در جامعه در رفتار انتخاباتی از دو جهت دارای اهمیت است: نخست این که ترجیحات و انتظارات سیاسی جامعه را باز نمایی می کند و با مطالعه آن می توان به این انتظارات پی برد. دیگر این که میل جامعه را به تغییر و جا به جایی در قدرت آشکار می کند. این که دربابیم در انتخابات، رأی شهروندان کدام معنا و پیام اجتماعی را با خود حمل می کند (یوسفی، ۱۳۸۳).

مفهوم گرایش به خود اقتصادی در نظریات جامعه شناختی اهمیت اساسی دارد، لیکن در جامعه شناسی بر تحلیل کلان داده ها تأکید و منافع افراد در سطح اجتماعی در نظر گرفته شده است. با این وجود مفهوم گرایش به خود اقتصادی و همچنین متغیرهای روان شناختی وابسته به آن کمتر مورد مطالعه قرار گرفته است.

یک مسئله مطالعه حاضر این است که آیا گرایش به خود اقتصادی در ایران از همین مؤلفه ها تشکیل شده است یا مؤلفه های دیگری نیز در گرایش به خود اقتصادی در جامعه ایران نقش دارد؟ و این که آیا پرسشنامه فردگرایی اقتصادی دارای اعتبار<sup>۱</sup> و پایایی<sup>۲</sup> است؟ همچنین آیا با توجه به سازه گرایش به خود اقتصادی و نتیجه انتخابات می توان چنین استنباط کرد که در انتخابات، مردم به دنبال عدالت بوده اند؟ به عبارت دیگر آیا مردم به دنبال بهبود وضعیت اقتصادی خود و برابری بوده اند؟ به دست آوردن اطلاعات در مورد این گرایش ها و تهیه شواهدی 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 پیدا کرد.

---

## 1. Validity

## 2. Reliability

## روش

**جامعه و نمونه پژوهش:** جامعه آماری این پژوهش کلیه مردم شهر اصفهان در سال ۱۳۸۴ بودند که در انتخابات ریاست جمهوری دوره نهم شرکت کردند. به نظر می رسد در انتخابات انگیزه برای پاسخ دادن به سئوالات با توجه به ارزیابی تغییر وضعیت اقتصادی برای تصمیم-گیری، و امکان مقایسه نسبت به قبل در زمان انتخابات بیشتر است. برای نمونه گیری از ۴ نمونه استفاده شد. برای اعتبار<sup>۱</sup> به روش بازآزمایی یک نمونه ۵۰ نفری (۲۵ زن و ۲۵ مرد) و برای اعتبارسنجی به روش همسانی درونی از یک نمونه ۴۰ نفری مستقل، شامل ۱۵ زن و ۲۵ مرد استفاده شد. به منظور تعیین روایی<sup>۲</sup>، نمونه آماری به حجم ۳۷۵ نفر و به منظور هنجاریابی<sup>۳</sup>، نمونه آماری به حجم ۱۰۰۰ نفر انتخاب شد. افرادی که در مطالعه اعتبار پرسشنامه شرکت داشتند، کاملاً مستقل از کسانی بودند که در مطالعه پایایی پرسشنامه مشارکت داشتند نمونه گیری به شیوه تصادفی دو مرحله ای بود، که در مرحله اول تعدادی از خیابان ها در مناطق مختلف شهر اصفهان به صورت تصادفی طبقه ای انتخاب و سپس در مرحله دوم در داخل آن خیابان ها از طریق انتخاب تصادفی پلاک های ( $K=3$ ) انتخاب نظر خواهی از افراد انجام شد. در صورتی که فرد مورد نظر در انتخابات شرکت نکرده بود از پلاک های مجاور (۱-  $K$  و  $K+1$ ) نمونه گیری صورت گرفت. در کل ۲۲ مورد در هیچ یک از سه پلاک مورد نظر افراد در انتخابات شرکت نکرده بودند که با توجه به گستره ۱۰۰۰ نفر (حدود ۰/۰۲) قابل ملاحظه نبود و به عنوان داده های حاصل نشده در نظر گرفته شد.

## ابزار

در این پژوهش برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه فردگرایی اقتصادی شامل ۱۰ سؤال (فلدمن، ۱۹۸۱) که پاسخ های این پرسشنامه بر مبنای طیف لیکرت (کاملاً موافق تا کاملاً مخالف) کدگذاری شده است، استفاده شد. فلدمن (۱۹۸۱) برای اعتباریابی پرسشنامه از اعتبار همزمان استفاده کرد و ضریب همبستگی مقیاس با گرایش فردی را ۰/۰۸ و با گرایش اجتماعی را ۰/۳۵ یافت. برای اعتبار سازه از روش تحلیل عاملی با روش واریمکس استفاده کرد که دو عامل برابری اقتصادی ادراک شده و اخلاق کاری را یافت. ۷ سؤال در عامل اول و ۳ سؤال بعدی در عامل دوم قرار گرفتند و آن ها بار عاملی بالاتر از ۰/۳۵ داشتند.

1. Reliability

2. Validity

3. Normalization

پایایی سنجی، اعتباریابی و هنجاریابی پرسشنامه فردگرایی...

در این مطالعه برای تعیین اعتبار پرسشنامه فردگرایی اقتصادی از روش تحلیل عاملی و برای تعیین پایایی پرسشنامه فردگرایی اقتصادی از دو روش همسانی درونی و پایایی بازآزمایی استفاده شده است بدین منظور به ترتیب از فرمول های ضریب آلفای کرونباخ و ضریب همبستگی پیرسون استفاده و برای تعیین هنجارها از طریق نمرات Z و T رتبه های درصدی، محاسبه شد.

### یافته های پژوهش

جدول ۱. میانگین و انحراف استاندارد ۴ نمونه به کار برده شده در پژوهش

انحراف استاندارد		میانگین		آماره های توصیفی		نمونه
سن	تحصیلات	سن	تحصیلات	تعداد	نمونه پایایی	
۰/۷۴	۷/۲۵	۳/۱۳	۲۶/۶۳	زن = ۱۵	همسانی درونی	
۱/۰۱	۷/۴۹	۳/۲۰	۳۱/۰۴	مرد = ۲۵		
۰/۹۱	۷/۶۳	۳/۱۶	۲۸/۸۳	کل = ۴۰		
۱/۲۹	۶/۲۹	۳/۱۳	۲۹/۷۲	زن = ۲۵	نمونه پایایی بازآزمایی	
۱/۷۹	۸/۴۲	۳/۲۶	۳۴/۲۳	مرد = ۲۵		
۱/۴۳	۷/۳۳	۳/۱۹	۳۱/۹۷	کل = ۵۰		
۰/۸۵	۹/۶۷	۲/۹۹	۲۵/۱۴	زن = ۱۶۴	نمونه اعتبار	
۰/۸۶	۱۰/۹۱	۳/۳۲	۲۸/۶۹	مرد = ۲۱۱		
۰/۸۸	۱۰/۸۴	۳/۱۵	۲۶/۹۱	کل = ۳۷۵		
۰/۸۹	۹/۱۶	۳/۱۷	۲۴/۷۹	زن = ۴۵۷	نمونه هنجاریابی	
۰/۸۸	۱۰/۶۶	۳/۲۹	۲۸/۰۶	مرد = ۵۴۳		
۰/۸۹	۱۰/۱۶	۳/۲۳	۲۶/۴۲	کل = ۱۰۰۰		

جدول ۱ نشان می دهد به طور کلی در همه نمونه های مجزا میانگین مردان در ملاک های سن و تحصیلات بالاتر از زنان است. در ملاک تحصیلات کدگذاری به این صورت بود: ۱ = ابتدایی، ۲ = راهنمایی، ۳ = متوسطه، ۴ = دانشگاهی و بالاتر. نتایج نشان داد میانگین تحصیلات مردم اصفهان در محدوده متوسطه و میانگین سنی آن ها نیز از ۲۴ تا ۳۱ در نوسان است.



جدول ۲. تحلیل عاملی سئوالات سازه فردگرایی اقتصادی با چرخش متمایل

مقدار ویژه	عامل سوم	مقدار ویژه	عامل دوم	مقدار ویژه	عامل اول	عوامل سئوال ها
		۱/۹۴	۰/۶۲۱			۱- افراد فقیر به این دلیل فقیر باقی می مانند که شیوه زندگی در این جامعه فرصت برابری را برای همه فراهم نمی سازد.
		۱/۸۲	۰/۸۲۴			۲- مدیریت ارشد در اکثر سازمان ها علیه افراد فقیر عمل می کند: افراد فقیر آخرین افرادی هستند که استخدام می شوند و اولین افرادی هستند که از کار اخراج می گردند.
		۱/۷۵	۰/۶۹۹			۳- اکثر افراد فقیر جامعه نمی توانند به موسساتی که مشاغل با مهارت سطح بالا تحت اختیار آن هاست نفوذ کنند.
				۱/۶۸	۰/۴۹۳	۴- مردم فقیر از فرصت مناسب برای تحصیلات خوب محروم بوده اند، زیرا مدارس نواحی فقیرنشین بسیار بدتر از مدارس دیگرند.
				۱/۶۱	۰/۵۸۳	۵- مردم به این دلیل فقیرند که به اندازه کافی مشاغل مناسب برای افراد در جامعه برای همه وجود ندارد.
				۱/۵۹	۰/۷۲۷	۶- افراد فقیر به این دلیل فقیرند که افراد ثروتمند و قدرتمند آن ها را فقیر نگاه می دارند.
				۱/۵۲	۰/۵۹۲	۷- با وجود همه برنامه های آموزشی و تلاش هایی که برای کمک به افراد فقیر صورت می گیرد، هر کسی که بخواهد کاری کند می تواند شغلی به دست آورد.
۱/۴۶	۰/۶۳۴					۸- اکثر افراد فقیر دارای توانایی برای پیشرفت نیستند.
۱/۳۷	۰/۶۵۲					۹- بسیاری از افراد فقیر صرفا به این دلیل فقیرند که نمی خواهند به سختی کار کنند.
۱/۲۲	۰/۶۸۴					۱۰- اکثر افراد فقیر، احتمالا بدون این که خود مقصر باشند، به صورتی پرورش یافته اند که در آن ها جاه طلبی و انگیزه برای پیشرفت وجود ندارد.

جدول ۲ اطلاعات مربوط به تحلیل عامل سئوالات سازه گرایش به خود اقتصادی با چرخش متمایل در بهترین صورت یک عامل خالص و دو عامل نسبتا خالص را نشان می دهد که در آن ۵۰ درصد واریانس سئوالات استخراج و بارهای عاملی کمتر از ۰/۳۵ نیز حذف شده است. بررسی محتوای سئوالات نشان داد که عامل اول را می توان انطباق سازمان ها برای فرصت برابر به عنوان مثال ضعف مدارس در نواحی فقیر نشین، یا فقدان مشاغل کافی در جامعه، و عامل

پایایی سنجی، اعتباریابی و هنجاریابی پرسشنامه فردگرایی...

دوم را می توان فشارهای درون جامعه برای نگهداری فقر به عنوان مثال تأخیر در استخدام و اولویت در اخراج از کار، و عامل سوم را اخلاق کاری به عنوان مثال فقدان انگیزش پیشرفت و تلاش نامگذاری کرد. مشاهده شد، سئوال ۴، ۵، ۶ و ۷ توسط عامل اول سئوال ۱، ۲ و ۳ توسط عامل دوم و سئوال ۸، ۹ و ۱۰ توسط عامل سوم استخراج شده است. چنانچه مشاهده می شود تنها سئوال ۷ و سئوال ۹ ناخالص بودند. یعنی با بیشتر از یک عامل اشتراک داشتند. نتایج به دست آمده از تحلیل عوامل نشان می دهد که پرسشنامه فردگرایی اقتصادی دارای اعتبار سازه است.

جدول ۳. میانگین و انحراف استاندارد عوامل استخراج شده از پرسشنامه فردگرایی اقتصادی

عوامل	عامل اول	عامل دوم	عامل سوم
آمارهای توصیفی			
میانگین	۳/۷۱	۳/۳۶	۲/۵۸
انحراف استاندارد	۲/۵۲	۲/۸۸	۲/۳۵

چنانچه در جدول ۳، مشاهده می شود میانگین و انحراف استاندارد ۳ عامل پرسشنامه فردگرایی اقتصادی در این مطالعه در بالاترین میزان برای عامل انطباق سازمان ها برای فرصت های برابر (میانگین = ۳/۷۱ و انحراف استاندارد = ۲/۵۲) تا پایین ترین میزان برای اخلاق کاری (میانگین = ۲/۵۸ و انحراف استاندارد = ۲/۳۵) در نوسان است. با توجه به عامل اول دیده می شود که مردم به دنبال تغییراتی در سازمان ها بوده اند که گرایش بیشتری نسبت به عدالت را ایجاد کند، زیرا سازمان ها نیاز به مهارت های سطح بالایی دارند که مردم فقیر جامعه از آن ها محروم هستند. همچنین در برخی سیاست های سازمانی از قبیل کوچک سازی<sup>۱</sup>، افراد فقیر اولین افرادی هستند که کار خود را از دست می دهند (عریضی و گل پرور، ۱۳۸۴).

جدول ۴. ضرایب پایایی به روش همسانی درونی (آلفای کرونباخ) و بازآزمایی

مؤلفه های فردگرایی اقتصادی	تعداد سئوال	همسانی درونی (آلفاکرونباخ)	بازآزمایی
انطباق سازمان ها برای فرصت برابر	۳	۰/۳۸۲	۰/۴۳۲
فشارهای درون جامعه برای نگهداری فقر	۴	۰/۶۴۸	۰/۶۷۶
اخلاق کاری	۳	۰/۵۷۳	۰/۵۸۴
پرسشنامه فردگرایی اقتصادی	۱۰	۰/۷۲۹	۰/۶۸۷

## 1. Downsizing

جدول ۴ ضریب پایایی بازآزمایی از طریق میزان همبستگی بین دو بار اجرای پرسشنامه فردگرایی اقتصادی را نشان می دهد. ضریب همبستگی برای عامل اول انطباق سازمان ها برای فرصت برابر = ۰/۴۳۲، برای عامل دوم، فشارهای درون جامعه برای نگهداری فقر = ۰/۶۷۶، و برای عامل سوم، اخلاق کاری = ۰/۵۸۴ و برای کل پرسشنامه فردگرایی اقتصادی = ۰/۴۸۹ بود. بر اساس نتایج به دست آمده، ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه فردگرایی اقتصادی برای عامل اول، انطباق سازمان ها برای فرصت برابر = ۰/۳۸۲، برای عامل دوم (فشارهای درون جامعه برای نگهداری فقر) = ۰/۶۴۸، و برای عامل سوم (اخلاق کاری) = ۰/۵۷۳ و برای کل پرسشنامه فردگرایی اقتصادی = ۰/۷۲۹ بود.

همچنین براساس داده های جدول ۴ پایایی سه عامل پرسشنامه مذکور در این مطالعه در کمترین حد برای انطباق سازمان ها برای فرصت های برابر "آلفای کرونباخ = ۰/۳۸۲ و پایایی بازآزمایی = ۰/۴۳۲" تا بالاترین حد برای فشارهای درون جامعه برای نگهداری فقر "آلفای کرونباخ = ۰/۶۴۸ و پایایی بازآزمایی = ۰/۶۷۶" در نوسان است. هرچند ضرایب پایایی پرسشنامه در زیر مقیاس ها پایین است اما با توجه به تعداد کم سئوالات در زیر مقیاس ها این مقادارها مطلوب است. پایایی کل پرسشنامه ۰/۷۲۹ با بازآزمایی ۰/۶۸۷ در حد مطلوب است.

جدول ۵. رتبه های درصدی، نمرات خام، نمره Z و T پرسشنامه فردگرایی اقتصادی فلدمن

نقاط درصدی	نمرات خام	نمره های Z	نمره های T
۱۰٪	۲۶	-۱/۳۱	۳۶/۸۶
۱۵٪	۲۷/۸۸	-۰/۹۲	۴۰/۷۳
۲۵٪	۲۹	-۰/۶۹	۴۳/۰۴
۴۰٪	۳۱/۲۴	-۰/۲۳	۴۷/۶۶
۵۰٪	۳۲/۳۷	۰/۰۰۰۱	۵۰
۷۵٪	۳۶	۰/۷۴	۵۷/۴۶
۹۰٪	۳۸/۹	۱/۳۴	۶۳/۴۳
۹۵٪	۴۰	۱/۵۷	۶۵/۷۰

در جدول ۵ نقاط درصدی و نمره های Z و T معادل آن آمده است. میانه نمرات با  $Z = 0$  است که نشان دهنده توزیع متقارن داده ها است.

### بحث و نتیجه گیری

هدف از مطالعه حاضر، پایایی سنجی، اعتبار یابی و هنجاریابی پرسشنامه فردگرایی اقتصادی فلدمن در مردم شهر اصفهان بود. طبق یافته های فلدمن فردگرایی اقتصادی متشکل از دو مؤلفه

پایایی سنجی، اعتباریابی و هنجاریابی پرسشنامه فردگرایی...

برابری اقتضای ادراک شده و اخلاق کاری است. این دو مؤلفه اجزای ساختاری و شخصی فردگرایی را تشکیل می دهند بدین معنی که پیشرفت باید در دسترس همگان باشد و فرد باید سخت کار کند. در حالی که، نتایج به دست آمده از تحلیل عاملی در این پژوهش نشان می دهد که پرسشنامه فردگرایی اقتصادی در ایران، دارای سه مؤلفه انطباق سازمان ها برای فرصت های برابر، فشارهای درون جامعه برای نگهداری فقر و اخلاق کاری است. نتایج این پژوهش نشان داد، در ایران عواملی وجود دارد که باعث ناهماهنگی نتایج شده است به طوری که عامل برابری اقتصادی ادراک شده در پژوهش حاضر به دو عامل انطباق سازمان ها برای فرصت های برابر و فشارهای درون جامعه برای نگهداری فقر تبدیل شده است که عامل اول بر سئوال ۴ تا ۷ دارای بار عاملی حداقل ۰/۴۹ و حداکثر ۰/۷۲ است. بالاترین بار عاملی مربوط به سئوال ۶ و بیان کننده این دیدگاه است که عدم وجود عدالت توزیعی تا حد زیادی به دلیل تاثیر افراد ثروتمند در جامعه است (بار عاملی = ۰/۷۲)، عامل دوم دارای بار عاملی از ۰/۶۲ تا ۰/۸۲ است که بالاترین بار عاملی مربوط به سئوال ۲ (بار عاملی = ۰/۸۲) است که نشان می دهد مشکل کار افراد فقیر در جامعه به دلیل عملکرد مدیران ارشد سازمان ها است. عامل سوم دارای بار عاملی از ۰/۶۳ تا ۰/۶۸ است که بیشترین بار عاملی مربوط به سئوال ۱۰ است که بر طبق آن افراد فقیر بدون انگیزه پیشرفت پرورش یافته اند. عدالت اجتماعی و سیاسی از زمره مباحث و موضوعات محوری در مشارکت افراد جامعه در سیاست های خرد و کلان هر جامعه ای است. بنابر نظر فلاسفه سیاسی، دو عامل اصلی درگیر در داوری های افراد جامعه در برابر عدالت خواهی سیاسی، عدالت توزیعی و رویه ای است. این دو رویکرد اصلی به عدالت اجتماعی به اشکال متعدد در تصمیم گیری های افراد جامعه نسبت به مفید بودن یا نبودن سیاست های حکومت ها در راستای جلب مشارکت مردم برای همراهی و همکاری در اجرای برنامه ها، همواره نقش با اهمیتی را ایفا کرده و می کند. رویکردهای کنونی به عدالت اجتماعی توزیعی "نیاز، برابری، انصاف، فردگرایی اقتصادی"، در سطح بسیاری از جوامع توسط پژوهشگران حوزه جامعه شناسی و روان شناسی مورد بررسی قرار گرفته است و در عین حال بر پایه این پژوهش ها مشخص شده که بی توجهی به تصورات افراد هر جامعه ای نسبت به عدالت اجتماعی، می تواند تبدیل به معضلات جدی سیاسی و اجتماعی شود (عریضی، ۱۳۸۴).

بر این اساس دو فعالیت عمده، یکی مربوط به دولت و یکی طراحی برنامه های پرورشی مناسب بر مبنای این یافته ها پیشنهاد می شود. در بخش دولتی مدیران ارشد سازمان ها باید تبعیض های مربوط به شغل را از بین ببرند و در سطح آموزش و پرورش طراحی برنامه ها برای پرورش انگیزه پیشرفت در بین مردم فقیر طراحی شود و باید در پی یافتن آن ها بود. از طرف دیگر، در عامل انطباق پذیری سازمان ها برای فرصت های برابر، در واقع مردم معتقدند سازمان ها طوری آماده نشده اند که با افراد محروم برخورد مناسبی داشته باشند. اصولاً سازمان ها در مورد افراد یا گروه ها

دچار پیشداوری هستند و با تبعیض نسبت به آن‌ها رفتار می‌کنند و در زمینه کار، فرصت‌های برابری را برای همه افراد ایجاد نمی‌کنند. برای مثال، از عدم برابری فرصت‌های شغلی برای سطوح پایین‌تر جامعه و یا پدیده سقف شیشه‌ای برای زنان که اجازه پیشرفت به زنان را در سازمان‌ها نمی‌دهد، می‌توان نام برد و در این زمینه باید به اقدامات مثبت پرداخت. اقداماتی که معمولاً از تبعیض و پیشداوری نسبت به گروه‌های خاص جلوگیری می‌کند و زمینه را برای همه افراد فراهم می‌آورد. در ایران باید اقدامات مشابهی همانند کشور های توسعه یافته صورت گیرد و قانونی وجود داشته باشد که افراد فقیر هنگامی که نمی‌توانند استخدام شوند به آن استناد و حقوق خود را دریافت کنند.

همچنین بر اساس نظم حقوقی کلیت‌گرا، افراد یک جامعه باید در حقوق و یا امتیازات اکتسابی برابر باشند. هنجارهای اکتسابی در کنار حقوق عمومی شهروندی در خصوص بهره‌مندی از آموزش و پرورش یکسان، تضمین‌کننده برابری فرصت‌های اجتماعی است که یکی از فضاهای عدالت اجتماعی با اهمیت در جوامع امروز است (عریضی، ۱۳۸۴). تامین نیازها و ایجاد فرصت‌های اقتصادی و اجتماعی برابر و یکسان که در مباحث و تعاریف تامین و رفاه اجتماعی جایگاهی بس ویژه دارد و طی سال‌های اخیر جنبش‌های اجتماعی وسیعی را در بسیاری از کشورها ایجاد کرده، همگی حول محور برطرف کردن موانعی که بر سر راه عدالت اجتماعی وجود دارد، دور می‌زند (فرولیچ و همکاران، ۲۰۰۲، گراهام، ۲۰۰۲).

به‌طور کلی عامل فشارهای درونی جامعه برای نگهداری فقر نشان می‌دهد که در جامعه ایرانی غیر از فشار سازمانی که مشکل فقدان قوانین است در درون جامعه هم فشارهایی وجود دارد که اجازه پیشرفت به افراد فقیر نمی‌دهد. از دید صاحب‌نظران، رفاه اجتماعی در دو مفهوم به کار می‌رود: یکی در مفهوم عام که به مجموعه سازمان‌ها، مقررات و تدابیر بهزیستی اعضای جامعه اطلاق می‌شود، و دیگری در مفهوم خاص که عبارت است از رسیدگی به گروه‌های تنگدست و نیازمند جامعه، به ویژه افراد و گروه‌های آسیب‌پذیر است (آراسته‌خو، ۱۳۸۲). بر این مبنا می‌توان گفت که رفاه اجتماعی مجموعه اقدامات و تدابیری است که برای کاستن، تخفیف یا از بین بردن مسائل و مشکلات ناشی از رشد اقتصادی و رشد ناهماهنگ زمینه‌های تربیتی، بهداشتی و درمانی و پاره‌ای امور و پدیده‌های اجتماعی مانند اقتصاد، عدم توسعه متعادل اقتصادی-اجتماعی در سطح جامعه، به کار می‌رود (عریضی، ۱۳۸۳).

با توجه به این که تحلیل‌گران الگوی‌گزینش عقلانی، بر اولویت سودمندی تاکید دارند، از این دیدگاه، رأی‌دهنده بازیگری اقتصادی در میدان سیاست و در پی بیشینه کردن منافع خود است و رأی‌در واقع در راستای دستیابی به بیشترین منفعت شکل می‌گیرد. پس شهروند هنگامی رأی می‌دهد که "فضای سیاست‌ها" به او نزدیکتر است. گرچه این دیدگاه با عقل سلیم انطباق دارد،

با این حال گاهی تصور می شود، ممکن است مردم نه به خاطر منافع شخصی بلکه به خاطر پیشرفت جامعه خود در امر انتخابات شرکت می کنند. هر چند رأی می تواند بر پایه منافع شخصی شکل گیرد، ولی این احتمال هست که رأی دهنده سلامت اقتصادی جامعه را برتر شمارد و بر این باور باشد که تنها در چارچوب یک اقتصاد ملی پویا است که وضع اقتصادی او بهبود می یابد. پس بر پایه منطق اقتصادی، رأی می تواند برای ندرزیابی "وضع مالی رأی دهنده" بوده و یا بر پایه "وضع کلی اقتصادی جامعه" شکل گیرد (کنووسکی و فولگر<sup>۱</sup>، ۱۹۹۱). 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 گرایش های 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 آن ها برقرار است (برو و کوسگارد، ۲۰۰۴).

بر پایه نظریه سودمندی مشارکت سیاسی یا نظریه عقلانی، انسان ها با برآورد سود و زیان دست به اقدام می زنند. آنان پیش از این که به هرگونه مشارکت سیاسی بپردازند، عاقلانه بررسی می کنند، آیا مشارکت سیاسی در موردی خاص، برای آنان سودی در بر خواهد داشت یا نه؛ چنانچه سودی از آن مشارکت متصور نباشد یا به احتمال زبانی متوجه آنان شود، از مشارکت سیاسی خودداری خواهند کرد، وگرنه وارد میدان مشارکت سیاسی خواهند شد. به این رویکرد نظریه انگیزش اقتصادی نیز گفته می شود (کلانتری، ۱۳۸۴). در حقیقت می توان گفت که رفتار مردمان در بازار سیاست همانند رفتارشان در بازار کالا است. افراد در بازار، کالاها را از زاویه بها و کیفیت می سنجند و مقایسه می کنند و کالاهایی را می خرند که از دید اقتصادی به صرفه باشد: در بازار سیاست نیز به همین شیوه رفتار می کنند و رأی خود را به کسانی یا احزابی می دهند که بهترین پاسخ را به درخواست های رأی دهندگان می دهند. بر پایه نظریات اقتصادی - اجتماعی، وضعیت و موقعیت اجتماعی و اقتصادی افراد مانند: سن، میزان سواد و درآمد نیز تعیین کننده مشارکت سیاسی آنان در فعالیت های سیاسی است (کلانتری، ۱۳۸۴). البته در رابطه با مسائل سیاسی و انتخاباتی، هر چند ویژگی های اجتماعی افراد اهمیت دارد، لیکن تحت تاثیر مؤلفه های روانی فرد است. پیمان (۱۳۸۴)، معتقد است: که در انتخابات ریاست جمهوری ایران، مردم اکثراً به کسانی رأی دادند که به آن ها وعده عدالت اجتماعی و فقرزدایی داده و از مصایب و رنج های آنان داستان سرآی ی کرده بودند، جامعه ما علیرغم منابع طبیعی و درآمدهای سرشار نفت، با افزایش شکاف اقتصادی روبه رو بود و به تبع آن در سطوح مختلف

اجتماعی، مردم با مشکلات ملموس و روزافزونی روبرو بودند و بدین جهت گرایش به خود اقتصادی در ایران افزایش یافته است. با توجه به مشکلات اقتصادی اغلب مردم ایران، پرسشنامه فردگرایی اقتصادی نشان داد که سیاست گذاری های دولت می تواند در جهت افزایش برنامه های فردی یا جمعی اقتصادی باشد.

به طور کلی نتایج این مطالعه نشان داد که پرسشنامه فرد گرایی اقتصادی از پایایی و اعتبار و هنجاریایی لازم برخوردار است و با توجه به میانگین بالاتر در عامل اول و اجرای آن در ایران برای کاربرد در پژوهش های روان شناختی و جامعه شناسی موجه به نظر می رسد. نمره های هنجاریایی به دلیل عدم وجود گروه های مقایسه ای می تواند در انتخابات مرحله دهم برای مقایسه فردگرایی اقتصادی جامعه ایرانی به کار رود تا از طریق آن بتوان تحلیل روند گرایش های اجتماعی یا فردی را نشان داد.

#### منابع

- آراسته خو، محمد. (۱۳۸۲). *تامین و رفاه اجتماعی*. تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور با همکاری انتشارات دلیل ما. چاپ هفتم.
- ارونسون، الیوت. (۱۳۸۴). *روان شناسی اجتماعی*. ترجمه: حسین شکرکن. تهران: انتشارات رشد. ویرایش هشتم. چاپ هفدهم.
- پیمان، حبیب الله. (۱۳۸۴). عدالت بدون آزادی نتیجه آزادی بدون عدالت. ۳۹: ۶-۹.
- دهشیار، حسین. (۱۳۸۴). نکاتی چند درباره انتخابات ریاست جمهوری در آمریکا: انتخابات سال ۲۰۰۴. *اطلاعات سیاسی-اقتصادی*، ۱۹(۹ و ۱۰): ۳۶-۵۱.
- کورمن. آبراهام. (۱۳۸۶). روان شناسی صنعتی و سازمانی. ترجمه: حسین شکرکن. تهران: انتشارات رشد. چاپ پنجم.
- کلانتری، صمد. (۱۳۸۴). انتخابات "شگفت انگیز" و "گیج کننده": تحلیل جامعه شناختی رفتار انتخاباتی در ایرانیان در نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری. *اطلاعات سیاسی-اقتصادی*، ۱۹(۹ و ۱۰): ۴-۱۵.
- عریضی، حمید. (۱۳۸۳). رویکردهای عدالت اجتماعی در بین معلمان شهر اصفهان. *فصلنامه رفاه اجتماعی*. ۱۳(۵): ۱۶۶-۱۴۵.
- عریضی، حمید، و گل پرور، محسن. (۱۳۸۴). رابطه بین رویکردهای عدالت اجتماعی با مؤلفه های برابری سیاسی. *فصلنامه رفاه اجتماعی* ۵(۱۶): ۱۶۷-۱۴۵.
- عریضی، حمید. (۱۳۸۴). رویکردهای عدالت اجتماعی در بین معلمان شهر اصفهان. *فصلنامه رفاه اجتماعی*. ۱۳(۴): ۶۷-۷۵.
- یوسفی، علی. (۱۳۸۳). برابری سیاسی و رابطه آن با مشروعیت دولت. *مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تربیت معلم*، ۳(۱۲): ۸۵-۶۵.

- Bruce, M. M., & M. Korsgaard, M. A. (2004). Considering Rational self- Interest as a Disposition: Organizational Implications of Other Orientation. *Journal of Applied Psychology*, 89(6): 946-959.
- Charness, G., & Rabin, M. (2002). Understanding social preferences with simple tests. *Quarterly Journal of Economic*, 117: 817-860.
- Cox, J. C., Sadiraj, k., & Sadiraj, V. (2002). *A theory of competition and fairness without equity aversion*. Paper presented at the international meetings of society of AMI: RICA. Barcelona. Spain.
- Feldman, S. (1981). Economic individualism and mass belief systems. Paper prepared for delivery at the *Annual Meeting of the Midwest Political Science Association*, Cincinnati, Ohio, 15-18
- Froehlich, N., Oppenheimer, J. A., & Kurki, S. (2001). Choosing from a moral point of view Interdisciplinary *Journal of Economic*. 12, 89-115.
- Graham, K. (2002). Autonomy, Individualism, and social Justice. *Journal of Value Inquiry*, 36: 43-57.
- Ilcan, S., & Philips, L. (1998). *Trangressing, Borders*. Westport, CT: Bergin & Gervy.
- Ilcan, S., & Philips, L. (2000). Domesticating spaces in transition. *Anthropological*, 42: 205-216.
- Konovsky, M. A., & Folger, R. (1991). "The effects of procedures, social accounts, and benefits level on victims layoff reactions" *Journal of Applied social psychology*, 23: 313-325.
- Kruglanski, A. W. (1989). *Lay epistemics and human knowledge: Cognitive and motivational bases*. New York: Plenum Press.
- Mellers, B. A., Schwartz, A., & Cooke, A. D. J. (1998). Judgment and decision making. *Annual Review of Psychology*. 49, 447-477.
- Miller, D. T. (1999). The norm of self-interest. *American Psychologist*. 54. 1053-1060.
- Patterson, T. (2002). *The Vanishing Voter: Public involment in an Age of Uncertainty*. New York. Knopf.
- Pomper, M. G. (2001). *The Election of 2000*. New York: Chatham House/ Seven Bridges Press: 93-108.
- Shafir, E., & LeBoeuf, R. A. (2002). Rationality. *Annual Review of Psychology*. 53. 491-517.
- Simon, H. A. (1993). Altruism and economies. *American Economic Rewiew*. 83: 150-161.
- Tornblom, K., & Vermunt, R. (1998). Introduction: The relationship between positive and negative resource allocations and how they affect our Justice conception. *Social Justice Research* 11(4): 327-380.