

بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی موثر بر پیدایش فرصت طلبی در شهر اصفهان

علی اصغر مهاجرانی^{۱*}، پری ناز شفیعی^۲

۱- استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان

۲- کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان

چکیده

در این تحقیق، که موضوع آن بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی موثر بر پیدایش فرصت طلبی در شهر اصفهان است، هدف این تحقیق تعیین ویژگی‌های فرصت طلبان، بررسی میزان تاثیرگذاری عوامل اجتماعی بر فرآیند فرصت طلبی، بررسی میزان تأثیرگذاری عوامل فردی بر فرآیند فرصت طلبی، بررسی زمینه‌های بروز فرصت طلبی در جامعه و روابط اجتماعی، بررسی چگونگی تاثیرگذاری فرصت طلبی بر جلوگیری از پیشرفت‌های اجتماعی، است. در چارچوب نظری این تحقیق از نظرات صاحب نظرانی چون، تالکوت پارسونز، امیل دورکیم، مارکس وبر، رابرت مرتن، جانستون، پیربورديو، کلمن، پونتام، فوکویاما، گیدنز، کلبرگ، آلن بیرو استفاده شده است. جامعه آماری در این تحقیق مردان و زنان بین ۲۰ تا ۶۰ سال شهر اصفهان بوده است. تعداد حجم جامعه آماری (۱۱۲۱۲۱۴) نفر بوده و تعداد حجم نمونه آماری آن ۳۸۴ نفر بوده است. روش تحقیق پیمایشی از نوع همبستگی است و ابزار گردآوری داده‌های مورد نیاز برای آزمون این تحقیق، پرسشنامه بوده و برای تحلیل فرضیه‌ها از ضریب همبستگی پیرسون، آزمون t مبتنی بر دو نمونه مستقل و آنالیز واریانس به همراه سطوح

معنی داری استفاده شده است. در تجزیه و تحلیل‌هایی که صورت گرفته تمام فرضیه‌های آزمون به جز فرضیه انسجام اجتماعی تایید شدند. مطالعات در این زمینه نشان می‌دهد هر چه میزان دینداری، انسجام اجتماعی و سرمایه اجتماعی در جامعه بیشتر باشد میزان فرصت طلبی در جامعه کاهش می‌یابد و از سوی دیگر هر چه میزان آنومی و فردگرایی در جامعه بیشتر باشد، میزان فرصت طلبی در جامعه افزایش می‌یابد همچنین با توجه به نتایج تحقیق می‌توان ادغان داشت که فرصت طلبی بر حسب سن شهروندان متفاوت است؛ حال آنکه جنسیت و وضعیت تأهل هیچگونه تأثیری بر گرایش افراد به سمت رفتارهای فرصت طلبانه ندارد و طبقه رگرسیون چندگانه نشان می‌دهد که از بین متغیرهای وارد شده؛ متغیر دینداری، فردگرایی، آنومی و طبقه اجتماعی در رابطه با فرصت طلبی دارای سطح معنی داری هستند و می‌توانند فرصت طلبی را تبیین نمایند.

واژه‌های کلیدی: فرصت طلبی، سرمایه اجتماعی، دینداری، انسجام اجتماعی، فردگرایی.

مقدمه و بیان مساله

بینش‌های فرصت طلبانه به عنوان یکی از شالوده‌های فرهنگی مدرن در کنار تاثیرهای عمیقی که در ابعاد مختلف حیات اجتماعی به جای می‌گذارد، روابط اجتماعی را نیز به شدت تحت تاثیر قرار داده است. از آفاتی که روابط اجتماعی را تهدید می‌کند می‌توان پدیده فرصت طلبی را نام برد. فرصت طلبی یکی از اصول پیش برنده زندگی اجتماعی در جوامع مدرن و امروزی است. شتاب و سرعت برای بهره‌گیری هر چه بیشتر از زمان و فرصت‌ها اخلاق فردی و اجتماعی را پراپرتهاب، سردرگم، بی‌ثبات و پر اضطراب کرده و انسجام اجتماعی را تحت شعاع قرار داده است. انسجام و استحکام اجتماعی مبتنی بر تشخیص و رعایت حقوق متقابل و مکمل است. رعایت حقوق موجب پیدایش وظایف می‌شود، حقوق و وظایف به نقطه اتکای مقدسی نیاز دارند که مشروعیت خودشان را از آن کسب کنند تا دلیل تحقق آنها به آن نقطه رجعت داده شود. حیات اجتماعی انسان‌ها بدون این مجموعه ساختمان (اخلاق) امکان پذیر نیست اتصال اجتماعی انسانها با رعایت اخلاق است که می‌تواند اشکال گوناگون با محتوای مختلف ایجاد کند. در هم ریختگی، آنومی و بی‌ارزش شدن فضایل، نشانه‌هایی از سست شدن اخلاق و

یا گذر از یک نوع اخلاق به نوع دیگر است. انتقال و تغییرات ارزشی و در نتیجه آن تغییرات اجتماعی تنها از طریق اخلاق صورت می‌گیرد. حال با توجه به اینکه رگه‌های اخلاق را می‌توان در تمام زمینه‌های اجتماعی مشاهده کرد و به تعبیری نظیر قوت لایموتی است که بدون آن جوامع قادر به ادامه زندگی نخواهند بود (دورکیم، ۱۳۵۹) از دیدگاه جامعه‌شناسان می‌توان اذعان داشت که فرصت‌طلبی یکی از عواملی است که در عین حال که می‌تواند در یک چارچوب یک نظام اخلاقی مفید واقع شود، می‌تواند اصول اخلاقی یک جامعه را تضعیف کند اخلاق بیش از هر چیز به عنوان وسیله‌ی تنظیم روابط اجتماعی و توجیه اجتماعی بودن افراد در زندگی بروز می‌کند. جامعه مبتنی به سودجویی فرد بنا به ماهیت خود با معیارهای اولیه اخلاقی در تضاد است. معیارهای ساده اخلاقی هر لحظه از طرف منفعت‌طلبان و خویش پرستان لگد کوب می‌شود (صادقی، ۱۳۷۱: ۶۲). در این میان، نقش بارز اخلاق، ایجاد تعادل و هماهنگی میان فرد و جامعه است. (کلانتری، ۱۳۸۵: ۶۰) امیل دورکیم با تأکید بر اهمیت اخلاق و نظم اخلاقی معتقد است اگر نظم اخلاقی مورد توجه نباشد و جامعه از ارزشها و اخلاق گریزان شود، رو به زوال می‌رود (سیدمن، ۱۳۸۶: ۵۵-۷۰). عوامل مختلفی می‌تواند باعث درهم ریختگی، آنومی و بی ارزش شدن فضائل، که نشانه‌هایی از سست شدن اخلاق، و یا گذر از یک اخلاق به نوع دیگر شود، که یکی از این عوامل فرصت‌طلبی است. فرصت‌طلبی از دیدگاه‌های مختلف من جمله از نظر تاریخی، سیاسی، اجتماعی و حتی از نظر فرهنگی قابل بررسی است. فرصت‌طلبی به عنوان یک پدیده اجتماعی یا واقعیت اجتماعی دارای مراتب گوناگون و مراحل مختلفی باشد در نتیجه فرصت‌طلبان هم در درجات و مراتب مختلف قابل تقسیم و بررسی اند و به همین جهت، خطر آنان و نیز شیوه‌ی کارشان با یکدیگر کاملاً یکسان و هماهنگ نیست. فرصت‌طلبی چنان وسیله محور است و چنان از ابزارهای غیر مشروع جهت اهداف خود استفاده می‌کند که از آن جز بوی ابزارنگاری به مشام نمی‌رسد.

بنابراین سولاتی که ما را به انجام این تحقیق سوق داده است این است که: آیا فرصت‌طلبی می‌تواند در اخلاق جمعی اختلال ایجاد کند و معیارهای اخلاقی یک جامعه را به چالش بکشد؟ فرد فرصت‌طلب در حوزه اجتماعی چه آثار منفی می‌تواند بر جای بگذارد و این آثار چه تاثیراتی بر روابط اجتماعی فرد با دیگران دارد؟ آیا نابرابری در فرصت‌ها زمینه ساز فرصت

طلبی است؟ آیا عدم تبعیت از هنجارها باعث بروز رفتار فرصت طلبانه می‌گردد؟ آیا اعتقادات مذهبی و کارکرد دین در فرصت طلبی بی‌تاثیر است؟ خرده نظام‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی تا چه میزان بر رفتار فرد فرصت طلب تاثیر می‌گذارند؟ بنابراین با پژوهشی که قرار است در این زمینه در شهر اصفهان صورت گیرد امید است بتوان به شناخت بیشتری نسبت به فرصت طلبی و زمینه‌های بروز آن در روابط اجتماعی و فرهنگی جامعه دست یافت.

اهمیت و ضرورت تحقیق

مفهوم فرصت طلبی اگر چه پیشینه‌ای به قدمت تاریخ بشر دارد، اما مفهومی است که معنا و مفهوم بسیط خود را با مطرح شدن مباحثی چون فردگرایی، قانون‌گریزی، خودخواهی، فریب کاری و غیره به دست آورده است. اگر چه این مباحث چندی است در جامعه ما به صورت تئوریک و نظری از سوی صاحب‌نظران و اندیشمندان مطرح شده است، اما رکن اساسی این مباحث که همان فرصت طلبی است چندان مورد بحث قرار نگرفته است. فرصت طلبی عبارت است از دستیابی به منابع شخصی بدون توجه به منابع دیگران. اما این تعریف ارتباط تنگاتنگی با مفاهیم مطرح شده دارد با توجه به نظریه هویت اجتماعی (ترنر، ۱۳۸۵: ترنر ۱۹۸۴ و ۱۹۸۵) هویت متشکل از دو جز است: هویت شخصی و هویت اجتماعی. هویت شخصی شامل ویژگی‌هایی چون توانایی‌ها، صفات و غیره می‌شود. در حالی که هویت اجتماعی شامل وابستگی‌های مختلف اجتماعی و عضویت در گروه نیز است در این جاست که می‌بینیم در جوامع فردگرا منافع شخصی افراد جلوتر از منافع گروه قرار دارد در حالی که در جوامع جمع‌گرا اینگونه رفتارها باعث طرد فرد از گروه می‌شود در چنین شرایطی است که فردگرایی می‌تواند عاملی برای بروز فرصت طلبی گردد. همچنین می‌بینیم که تعهد اخلاقی نسبت به دیگران اثر عمیقی بر کنش‌های فرد فرصت طلب دارد.

از آنچه تا اینجا مورد بحث قرار گرفت می‌توان به طور ضمنی دریافت که طرح بحث فرصت طلبی در جامعه می‌تواند چشم اندازه‌های جدیدی را در این زمینه پیش روی ما قرار دهد. بطوریکه باعث گردد آن را در ابعاد مختلف آن، بخصوص در قالب فرسایش سرمایه اجتماعی، افزایش انحرافات و آنومی، زیر پا گذاشتن ارزش‌ها و معیارهای اخلاقی و مسایلی از

این قبیل در نظر بگیریم و به این نکته اطمینان داشته باشیم که وجود فرصت‌طلبی در جامعه نشانگر علائم بیماری جامعه است و جوامعی که میزان فرصت‌طلبی آن‌ها به هر دلیلی افزایش یابد گسیختگی‌ها و شکاف‌های ژرفی در میان گروه‌های اجتماعی آن پدیدار می‌گردد و باعث می‌شود که ضربه‌گیری‌های اجتماعی آن که شامل شبکه‌های رسمی و غیر رسمی سازمان‌ها و هنجارهای اجتماعی است، به صورت صحیح عمل نکرده و جامعه را با بحران‌های گوناگونی رو به روسازد. علاوه بر دیدگاه فوق، ازدیدگاه اجتماعی نیز می‌توان برای طرح بحث فرصت‌طلبی ضرورت‌هایی را برشمرد. یکی از جدی‌ترین مباحث، بحث نظام اخلاقی است که از مهمترین نکات مطرح شده در باب فرصت‌طلبی و تاثیر آن بر ارزشها و اصول اخلاقی است که از جامعه است. تداوم چنین مطالعه‌ای در بعد زمان می‌تواند روند تغییرات، انحرافات و میزان جرم و جرائم و همچنین تغییرات سرمایه‌اجتماعی را در سطح ملی آشکار سازد آگاهی از این روند می‌تواند به برنامه ریزان فرهنگی و اجتماعی در انتخاب سیاست‌های مناسب کمک شایانی بنماید.

اهداف تحقیق

- بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی موثر بر پیدایش فرصت‌طلبی
- تعیین ویژگی‌های فرصت‌طلبان
- بررسی میزان تاثیرگذاری عوامل اجتماعی بر فرآیند فرصت‌طلبی
- بررسی میزان تاثیرگذاری عوامل فردی بر فرآیند فرصت‌طلبی
- بررسی زمینه‌های بروز فرصت‌طلبی در جامعه و روابط اجتماعی
- بررسی چگونگی تاثیرگذاری فرصت‌طلبی بر جلوگیری از پیشرفت‌های اجتماعی

فرضیه‌های تحقیق

- بین تعلقات مذهبی فرد و فرصت‌طلبی رابطه وجود دارد.
- بین طبقه اجتماعی و فرصت‌طلبی رابطه وجود دارد.
- بین سرمایه اجتماعی و فرصت‌طلبی رابطه وجود دارد.

- بین آنومی و فرصت طلبی رابطه وجود دارد.
- بین فردگرایی و فرصت طلبی رابطه وجود دارد.
- بین انسجام اجتماعی و فرصت طلبی رابطه وجود دارد.
- بین نظام اخلاقی جامعه و فرصت طلبی رابطه وجود دارد.
- بین سن و فرصت طلبی رابطه وجود دارد.
- بین جنس و فرصت طلبی رابطه وجود دارد.
- بین وضعیت تأهل و فرصت طلبی رابطه وجود دارد.
- بین بعد پیامدی دینداری و فرصت طلبی رابطه وجود دارد.
- بین بعد تجربی دینداری و فرصت طلبی رابطه وجود دارد.
- بین بعد مناسکی دینداری و فرصت طلبی رابطه وجود دارد.
- بین مشارکت اجتماعی و فرصت طلبی رابطه وجود دارد.
- بین اعتماد اجتماعی و فرصت طلبی رابطه وجود دارد.
- بین پیوستگی اجتماعی و فرصت طلبی رابطه وجود دارد.

ادبیات و زمینه نظری تحقیق

فرصت طلبی از واژگان رایج در دانش و عرف و عام است و در اصطلاح تغییر رنگ دادن است و علیرغم تعارض فکری با قدرت حاکم، ساختن (سازش) را می‌رساند (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۵۰۴). به عبارت دیگر فرصت طلبی، سیاست آگاهانه و عملکرد (بهره‌گیری) از شرایط دلخواه، با توجه کمی به اصول یا بهره‌گیری از فرصت‌ها بدون توجه به عواقب آن برای دیگران. فرصت طلبی را در معنای لغوی آن ابن‌الوقت‌ی یا بوقلمون صفتی نیز هم می‌گویند. یعنی کسی که تغییر رنگ می‌دهد. معنی وسیع‌تر اپورتونیزم یا پایبند نبودن به یک عقیده و خط مشی سیاسی و اجتماعی است و به عبارتی تغییر مدام دادن با توجه به موقعیت‌ها را در اصطلاح فرصت طلبی می‌گویند. به مفهوم فرصت طلبی^۱ اپورتونیزم نیز می‌گویند؛ اپورتونیزم همان چیزی است که در فرهنگ عامه به آن «نان به نرخ روز خوردن» می‌گویند در فرهنگ مذهبی

1 opportunism

به آن نفاق گفته می‌شود و کسی که چند چهره دارد منافق نام دارد. به اپورتونیزم بوقلمون صفت هم می‌گویند؛ یعنی کسی که به سرعت رنگ عوض می‌کند. بر اساس تئوری مرتون و دورکیم یکی از علل پیدایش فرصت‌طلبی در جامعه را این می‌دانند که در بین اعضا آرزوها، نیازها و اهداف بلند پروازانه جدید به وجود می‌آید، اما در مقابل، راه‌های ارضای نیازها محدود یا مسدود است. لذا مردم آرزومند و ناکام از بیراهه و طرق نامشروع به دنبال دستیابی به اهداف می‌روند. وقتی بیراهه رفتن شروع شود، بعد از مدتی به عنوان یک روش هنجار و فرهنگ باب می‌شود. وقتی فرصت‌طلبی به یک فرهنگ تبدیل شود، کسی دیگر فکر نمی‌کند که کارش غلط است. زیرا از یک طرف می‌بیند که همه اینطور رفتار می‌کنند و از طرف دیگر از او انتظار دارند که او نیز آنگونه رفتار کند. از همه مهم‌تر اینکه راه ارضای نیازها مسدود و تنها از این طریق ممکن است. بنابراین می‌بینیم که یکی از متغیرهای مهمی که باید در رابطه با فرصت‌طلبی سنجدیده شود همین فرهنگ فرصت‌طلبی است (رفیع‌پور، ۱۳۸۶: ۴۹ و ۴۸). مفهوم فرصت‌طلبی در حوزه‌های مختلفی قابل‌تامل است. اصطلاح فرصت‌طلب در علوم سیاسی اغلب در یک معنای منفی به کار رفته است، زیرا این افراد نمی‌توانند از قوانین سیاسی به طور کامل دست بکشند یا با آن‌ها سازش داشته باشند، این به این معنی است که رفتار فرد فرصت‌طلب غیر قانونی است. چنانکه می‌توان گفت اغلب افراد سیاسی فرصت‌طلبند و هدف آن‌ها به کاربران فرصت‌های سیاسی برای دستیابی به منافع‌شان است، اما این مباحث حول مفهومی مرتبط با رابطه دقیق بین «ربودن یک فرصت سیاسی و قوانین سیاسی موجود» قرار دارد. رفتار فرصت‌طلبانه ممکن است در روابط استراتژیک به طور کاملاً بدیهی وجود داشته باشد؛ در گروه‌هایی که این رابطه را برای بهتر شدن موقعیت‌شان به کار می‌برند؛ البته به قیمت از دست رفتن یا نازل شدن موقعیت افراد دیگر). به عبارتی مفهوم فرصت‌طلبی در اقتصاد و سیاست مربوط است به رقابتی منفی که در سطح نهادی میان احزاب و گروه‌ها و مؤسسات و نظایر این‌ها جریان می‌یابد. در فرهنگ سیاسی، افراد یا گروه‌های اپورتونیست به کسانی گفته می‌شود که پیرو قوانین و ضوابط خاصی نیستند که ثابت باشد. تمایل برای نزدیکی به قدرت و حضور در کانون تصمیم‌گیری‌ها، چنین افرادی را به سمت تغییر مداوم اصول اولیه رانده و به راحتی امکان معامله را بر روی زیربناهای تشکیلاتی فراهم می‌سازد. از دیگر مسائل قابل توجه

به عدم تمایل این تفکر برای پرداخت هرگونه هزینه‌ای، در آرای کارکرد سیاسی برمی‌گردد. در واقع تفکر فرصت طلبی با عافیت طلبی همراه است، که این خود می‌تواند منجر به محافظه کاری بشود. در زندگی سیاسی، افراد فرصت طلب همواره سعی می‌کنند از هر کس و هر چیز چونان نردبان ترقی خود استفاده کنند و چه بسا به هیچ چیز رحم نکنند. فرصت طلبان سیاسی برای رسیدن به بالاترین مدارج سیاسی، در رقابت با افرادی قرار می‌گیرند که مثل خودشان‌اند و مترصد بهره‌گیری از همه کس و همه چیز هستند؛ بنابراین نمی‌توانند بی‌تفاوت مانده و همه چیز را به سیر طبیعی خود وانهند. بنابراین آن‌ها سعی می‌کنند از هر چیز در جهت خواسته‌های خود سوء استفاده کنند. این افراد همیشه برای عمل خود توجیهاتی دارند تا عمل خود را مشروع و مطابق قانون جلوه دهند. که البته آن‌ها از قانون هم به عنوان یک توجیه برای اعمال نادرست خود استفاده می‌کنند. این افراد در پی یک چارچوب فکری و عملی واحد نیستند. این افراد معمولاً مسائلی را مطرح می‌کنند که افراد جامعه به سمت آن گرایش دارند؛ یعنی در واقع از مردم به عنوان ابزار دست خود استفاده می‌کنند و مردم را چون موجوداتی ابله می‌انگارند؛ همین مسأله باعث می‌شود گاهی اوقات افراد از اندیشه‌های آنان مطلع و آگاه شوند و در جهت ناسازگاری با این افراد گام بردارند. ویل دورانت به صراحت می‌گوید: دیپلماسی و سیاست با اخلاق سازشی ندارند. اما باید گفت این برداشت از سوی کسانی است که به سیاست، حکومت و قدرت به چشم هدف طعمه می‌نگرند و برای آن ارزش ذاتی قائل‌اند. بنابراین طبیعی است آنان که در پرتو آموزه‌های دینی و اسلامی، حکومت و قدرت را جز وسیله و ابزار اجرای احکام الهی، هدایت جامعه به سوی آرمان‌های انسانی و اخلاقی، بسط عدالت اجتماعی و خدمت به مردم نمی‌دانند، حضور اخلاق در عرصه سیاست، گریز ناپذیر و بی‌دلیل خواهد بود (ایزدی، ۱۳۸۲: ۱۴۴).

روش تحقیق

در تحقیق حاضر با توجه به این که هدف، بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر پیدایش فرصت طلبی است، از روش توصیفی-پیمایشی از نوع همبستگی استفاده شده است. جامعه آماری یا جمعیت آماری در این تحقیق مردان و زنان بین ۲۰ تا ۶۰ سال شهر اصفهان

هستند. حجم جامعه (۱۱۲۱۲۱۴) نفر است. با توجه به بزرگی بودن حجم جامعه، می‌توان از فرمول کوکران استفاده نمود و تعداد حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۳۸۴ نفر به دست آمد. لازم به ذکر است که بر اساس جدول مورگان نیز اندازه نمونه ۳۸۴ بدست آمد. به منظور کارایی بیشتر و جمع آوری اطلاعات دقیق‌تر، از ۴۰۰ پرسشنامه استفاده شده و پس از جمع آوری پرسشنامه‌ها از ۳۸۴ پرسشنامه قابل تحلیل استفاده شد. ابزار گردآوری داده‌های مورد نیاز برای آزمون این تحقیق پرسشنامه است که با توجه به مبانی نظری و تجربی فرصت طلبی و عوامل موثر بر آن و همچنین با در نظر گرفتن دیدگاه‌ها در مورد این فرآیند و بررسی شاخص‌های مورد نظر، پرسشنامه نهایی تهیه شده و در اختیار پاسخگویان قرار گرفت. پس از جمع آوری پاسخ‌های پاسخگویان، و بازبینی پرسش‌نامه‌ها، با استفاده از نرم‌افزارهای کامپیوتری (SPSS) تجزیه و تحلیل نهایی داده‌ها انجام شد.

یافته‌های پژوهش

تجزیه و تحلیل اطلاعات، یکی از پایه‌های اصلی پژوهش‌ها است. انتخاب صحیح روش آزمون فرضیه‌ها ما را در دستیابی به نتایج درست رهنمون می‌سازد. در این قسمت پژوهشگر برای پاسخگویی به مسأله تدوین شده و یا تصمیم‌گیری در مورد تأیید یا رد فرضیه‌هایی که برای پژوهش در نظر گرفته است از روش‌های مختلف تجزیه و تحلیل آماری استفاده می‌کند. با توجه به روش تحقیق ارائه شده و ارائه روش‌های تجزیه و تحلیل توصیفی و استنباطی، داده‌ها تلخیص، طبقه‌بندی و در نهایت پردازش و تفسیر می‌شوند تا زمینه برقراری روابط بین داده‌ها و انجام تحلیل‌های علمی به منظور آزمون فرضیه‌ها فراهم شود. در این فصل تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو بخش توصیفی و استنباطی ارائه می‌شود.

یافته‌های توصیفی

یافته‌های توصیفی صرفاً توصیفی از وضعیت متغیرها را ارائه می‌دهند و این توصیف معمولاً تصویر روشنی از جامعه مورد پژوهش ارائه می‌دهد. به لحاظ جنسیتی توزیع داده‌ها به صورت مساوی بین دو جنس توزیع شد و دو جنس در فرآیند پژوهش دارای فراوانی برابری هستند.

وضعیت سنی پاسخگویان در گروه‌های دسته بندی شدند که در این میان گروه سنی ۲۰ تا ۲۹ سال با فراوانی ۳۲/۲ درصد بیشترین فراوانی را در میان سایر گروه‌ها داشته است. در وضعیت تاهل مشاهده می‌شود که در بین پاسخ دهندگان، بیشترین تعداد یعنی ۶۴/۸٪ متأهل و ۳۳/۹٪ مجرد هستند. نکته قابل توجه در مورد تحصیلات آمار بی سواد صفر است و بیشترین فراوانی تحصیلات به مقطع تحصیلی لیسانس با ۲۷/۳ درصد تعلق دارد. همچنین توزیع فراوانی وضعیت فعالیت پاسخگویان گویای این وضعیت آماری است که ۳۶/۷ درصد افراد که همگی زن هستند خانه دارند هستند و بعد از آن درصد بالایی از افراد در حین تحصیل هستند. به لحاظ درآمدی ۳۱/۵ درصد دارای درآمدی بین یک میلیون تا یک و نیم میلیون تومان در ماه درآمد دارند. همچنین در نمونه مورد مطالعه، بیشترین تعداد یعنی ۵۲/۲٪ ملک شخصی دارند و کمترین تعداد، یعنی ۶/۹٪ خانه سازمانی دارند.

بررسی توصیفی سازه تعلقات مذهبی

جدول ۱- معیارهای آماری شاخص تعلقات مذهبی (تعداد = ۳۸۴):

انحراف معیار	میانگین	ابعاد
۰/۶۱	۴/۱۷	بعد اعتقادی
۰/۹۶	۳/۷۸	بعد مناسکی
۰/۸۵	۳/۹۷	بعد عاطفی
۰/۶۰	۴/۱۶	بعد پیامدی
۰/۵۷	۴/۰۲	کل (تعلقات مذهبی)

در جدول فوق میانگین و انحراف معیار مولفه‌های مربوط به شاخص پایبندی به ارزش‌های دینی محاسبه و ارایه شده است. در بین ابعاد، بیشترین میانگین با مقدار ۴/۱۷ و انحراف معیار ۰/۶۱ مربوط به «بعد اعتقادی» است و کمترین میانگین با مقدار ۳/۷۸ و انحراف معیار ۰/۹۶ مربوط به «بعد مناسکی» است. در مجموع میانگین شاخص تعلقات مذهبی با مقدار ۴/۰۲ از

متوسط ۳ بیشتر است و حکایت از میزان تعلقات مذهبی پاسخگویان در حد بالای متوسط است.

بررسی توصیفی سازه سرمایه اجتماعی و ابعاد آن

جدول ۲- معیارهای آماری سرمایه اجتماعی و ابعاد آن (تعداد = ۳۸۴)

متغیرها	میانگین	انحراف معیار
مشارکت اجتماعی	۳/۱۵	۰/۵۳
اعتماد اجتماعی	۲/۹۹	۰/۶۷
به‌ستگی اجتماعی	۳/۴۱	۰/۸۲
سرمایه اجتماعی	۳/۱۰	۰/۴۵

در جدول ۲ میانگین و انحراف معیار سرمایه اجتماعی و ابعاد آن محاسبه و ارایه شده است. در بین ابعاد، بیشترین میانگین با مقدار ۳/۴۱ و انحراف معیار ۰/۸۲ مربوط به پیوستگی اجتماعی است و کمترین میانگین با مقدار ۲/۹۹ و انحراف معیار ۰/۶۷ مربوط به اعتماد اجتماعی است. در مجموع میانگین سازه سرمایه اجتماعی با مقدار ۳/۱۰ از متوسط ۳ بیشتر است و نشان می‌دهد میزان سرمایه اجتماعی پاسخگویان بیشتر از حد متوسط است.

بررسی توصیفی سازه‌های تحقیق

جدول ۳- معیارهای آماری سازه‌های تحقیق (تعداد = ۳۸۴):

ابعاد	میانگین	انحراف معیار
آنومی	۳/۰۷	۰/۸۸
انسجام اجتماعی	۳/۳۵	۰/۷۶
فردگرایی	۴/۱۴	۰/۹۲
نظام اخلاقی	۳/۱۰	۰/۸۸
فرصت‌طلبی	۳/۰۵	۰/۷۱

در جدول فوق میانگین و انحراف معیار سازه‌های تحقیق محاسبه و ارایه شده است. میانگین آنومی با مقدار ۳/۰۷ و انحراف معیار ۰/۸۸ به طور تقریبی از متوسط ۳ بیشتر است. میانگین

انسجام اجتماعی با مقدار $3/35$ و انحراف معیار $0/76$ از متوسط 3 بیشتر است و نشان از میزان انسجام اجتماعی در حد بالای متوسط است. میانگین فردگرایی با مقدار $4/14$ و انحراف معیار $0/92$ از متوسط 3 بیشتر است و نشان از میزان فردگرایی در حد بالای متوسط است. میانگین نظام اخلاقی با مقدار $3/10$ و انحراف معیار $0/88$ از متوسط 3 بیشتر است. میانگین فرصت طلبی با مقدار $3/05$ و انحراف معیار $0/71$ از متوسط 3 بیشتر است.

یافته‌های استنباطی

در این قسمت آزمون فرضیه‌های تحقیق مورد تحلیل استنباط آماری قرار گرفته است و سعی شده تا با توجه به قبول یا رد فرضیه‌های تحقیق پاسخی مناسب برای سؤال‌های تحقیق بیابیم. در این بخش از ضریب همبستگی پیرسون و آزمون t مبتنی بر دو نمونه مستقل و آنالیز واریانس به همراه سطوح معنی داری در آزمون فرضیه‌های پژوهش استفاده گردیده است.

فرضیه اول: به نظر می‌رسد بین ویژگی‌های فردی و فرصت طلبی رابطه وجود دارد. به عبارتی میانگین فرصت طلبی پاسخگویان بر حسب متغیرهای زمینه‌ای متفاوت است. فرضیه‌های صفر و مقابل به صورت زیر نوشته می‌شود.

H_0 : فرصت طلبی بر حسب متغیرهای زمینه‌ای یکسان است.

H_1 : بین فرصت طلبی بر حسب متغیرهای زمینه‌ای تفاوت معناداری وجود دارد.

در آزمون فرضیه فوق، رد فرض صفر و قبول فرض مقابل، معادل وجود رابطه بین فرصت طلبی و متغیرهای زمینه‌ای است. فرصت طلبی بر حسب متغیرهای دو سطحی با آزمون t دو نمونه مستقل بررسی و نتایج در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴- آزمون t در بررسی فرصت طلبی بر حسب متغیرهای زمینه‌ای دو سطحی

سطح معناداری	درجه آزادی	مقدار t	فرضیه
۰/۵۱	۳۸۲	۰/۸۱۶	فرصت طلبی بر حسب جنسیت
۰/۰۰۷	۳۸۲	۲/۷۳	فرصت طلبی بر حسب داشتن وسیله شخصی

نتایج مندرج در جدول ۴ نشان می‌دهد که سطوح معنی داری آزمون تفاوت فرصت طلبی

بر حسب جنسیت از خطای ۰/۰۵ کمتر نیست و لذا فرض صفر رد نمی شود و ضمن اینکه تفاوت معنی داری بین میانگین های فرصت طلبی بر حسب جنسیت وجود ندارد، لذا رابطه بین فرصت طلبی و جنسیت تأیید نمی شود. اما سطح معنی داری آزمون تفاوت فرصت طلبی بر حسب داشتن وسیله شخصی از خطای ۰/۰۵ کمتر است و لذا فرض صفر رد می شود و ضمن اینکه تفاوت معنی داری بین میانگین های فرصت طلبی بر حسب داشتن وسیله شخصی وجود دارد، وجود رابطه بین فرصت طلبی و داشتن وسیله شخصی تأیید می گردد.

فرصت طلبی بر حسب متغیرهای چند سطحی با آزمون F (تحلیل واریانس) بررسی و نتایج در جدول ۵ ارائه شده است.

**جدول ۵- آزمون F (تحلیل واریانس) در بررسی فرصت طلبی بر حسب متغیرهای
زمینه ای چند سطحی**

ردیف	فرضیه	مقدار F	سطح معنی داری (p)
۱	فرصت طلبی بر حسب گروه سنی	۳/۴۴	۰/۰۱۶
۲	فرصت طلبی بر حسب وضعیت تأهل	۲/۳۱	۰/۱۰۱
۳	فرصت طلبی بر حسب درآمد ماهیانه خانواده	۹/۶۴	۰/۰۰۰
۴	فرصت طلبی بر حسب تحصیلات	۱/۹۸	۰/۱۶۰
۵	فرصت طلبی بر حسب منطقه محل سکونت	۵/۹۶	۰/۰۰۳
۶	فرصت طلبی بر حسب نوع شغل	۳/۹۶	۰/۰۱۱
۷	فرصت طلبی بر حسب نوع مسکن	۷/۸۸	۰/۰۰۰
۸	فرصت طلبی بر حسب ارزش پولی مسکن	۸/۳۴	۰/۰۰۰
۹	فرصت طلبی بر حسب ارزش پولی خودرو	۷/۲۲	۰/۰۰۰
۱۰	فرصت طلبی بر حسب طبقه اجتماعی	۱/۳۵	۰/۲۵۶

نتایج مندرج در جدول ۵ بیان می دارد، سطوح معنی داری آزمون تفاوت فرصت طلبی بر حسب وضعیت تأهل، تحصیلات طبقه اجتماعی از خطای ۰/۰۵ کمتر نیست و لذا فرض صفر رد نمی شود و ضمن اینکه تفاوت معنی داری بین میانگین های فرصت طلبی بر حسب

متغیرهای مذکور وجود ندارد، لذا رابطه بین فرصت طلبی و وضعیت تأهل، تحصیلات طبقه اجتماعی تأیید نمی شود. اما سطوح معنی داری آزمون در تفاوت فرصت طلبی بر حسب گروه سنی، درآمد ماهیانه خانواده، منطقه محل سکونت، نوع شغل، نوع مسکن و ارزش پولی مسکن از خطای ۵٪ کمتر است و لذا فرض صفر رد می شود و ضمن اینکه تفاوت معنی داری بین میانگین های فرصت طلبی بر حسب متغیرهای مذکور وجود دارد، رابطه بین فرصت طلبی و گروه سنی، درآمد ماهیانه خانواده، منطقه محل سکونت، نوع شغل، نوع مسکن، ارزش پولی خودرو و ارزش پولی مسکن تأیید می گردد.

فرضیه دوم: به نظر می رسد بین تعلقات مذهبی و فرصت طلبی رابطه وجود دارد.

فرضیه های صفر و مقابل به صورت زیر نوشته می شود.

H_0 : تعلقات مذهبی و فرصت طلبی ناهمبسته اند. (رابطه وجود ندارد)

H_1 : بین تعلقات مذهبی و فرصت طلبی رابطه وجود دارد.

برای بررسی این فرض از آزمون معنی داری همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج به شرح زیر است.

جدول ۶- آزمون همبستگی بین تعلقات مذهبی و فرصت طلبی (تعداد: ۳۸۴)

متغیر وابسته	معیار آماری	تعلقات مذهبی (متغیر مستقل)
فرصت طلبی	ضریب همبستگی پیرسون	-۰/۳۱۷
	سطح معنی داری (p)	۰/۰۱۲

نتایج مندرج در جدول ۴-۱۹ نشان می دهد با توجه به اینکه سطح معنی داری آزمون همبستگی بین تعلقات مذهبی و فرصت طلبی از خطای ۵٪ کمتر است لذا فرض صفر رد و فرض مقابل تأیید می گردد. مقدار و علامت ضریب همبستگی پیرسون بیانگر ارتباط متوسط و معکوس بین تعلقات مذهبی و فرصت طلبی است. یعنی با افزایش تعلقات مذهبی، میزان فرصت طلبی کاهش می یابد.

فرضیه سوم: به نظر می رسد بین سرمایه اجتماعی و فرصت طلبی رابطه وجود دارد.

فرضیه های صفر و مقابل به صورت زیر نوشته می شود.

H_0 : سرمایه اجتماعی و فرصت طلبی ناهمبسته‌اند. (رابطه وجود ندارد)
 H_1 : بین سرمایه اجتماعی و فرصت طلبی رابطه وجود دارد.
 برای بررسی این فرضیه از آزمون معنی‌داری همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج در جدول ۷ مندرج است.

جدول ۷- آزمون همبستگی بین سرمایه اجتماعی و فرصت طلبی (تعداد: ۳۸۴)

متغیر وابسته	معیار آماری	سرمایه اجتماعی (متغیر مستقل)
فرصت طلبی	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۳۹۹
	سطح معنی‌داری (p)	۰/۰۰۰

نتایج مندرج در جدول ۷ نشان می‌دهد با توجه به اینکه سطح معنی‌داری آزمون همبستگی بین سرمایه اجتماعی و فرصت طلبی از خطای ۵٪ (و حتی ۱٪) کمتر است لذا فرض صفر رد و فرض مقابل تأیید می‌گردد. مقدار و علامت ضریب همبستگی پیرسون بیان می‌دارد که بین سرمایه اجتماعی و فرصت طلبی رابطه مستقیم و متوسطی وجود دارد و با افزایش سرمایه اجتماعی، فرصت طلبی افزایش می‌یابد.

فرضیه چهارم: به نظر می‌رسد بین آنومی و فرصت طلبی رابطه وجود دارد.
 فرضیه‌های صفر و مقابل به صورت زیر نوشته می‌شود.

H_0 : آنومی و فرصت طلبی ناهمبسته‌اند. (رابطه وجود ندارد)

H_1 : بین آنومی و فرصت طلبی رابطه وجود دارد.

برای بررسی این فرض از آزمون معنی‌داری همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج به شرح زیر است.

جدول ۸- آزمون همبستگی بین آنومی و فرصت طلبی (تعداد: ۳۸۴)

متغیر وابسته	معیار آماری	آنومی (متغیر مستقل)
فرصت طلبی	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۵۰۵
	سطح معنی‌داری (p)	۰/۰۰۰

نتایج مندرج در جدول ۸ نشان می‌دهد با توجه به اینکه سطح معنی داری آزمون همبستگی بین آنومیو فرصت طلبی از خطای ۵٪ کمتر است لذا فرض صفر رد می‌شود و فرض مقابل تأیید می‌گردد. مقدار و علامت ضریب همبستگی پیرسون بیانگر ارتباط متوسط و مستقیم بین آنومی و فرصت طلبی است. یعنی با افزایش آنومی، فرصت طلبی افزایش می‌یابد. فرضیه پنجم: بین انسجام اجتماعی و فرصت طلبی رابطه وجود دارد. فرضیه‌های صفر و مقابل به صورت زیر نوشته می‌شود.

H_0 : انسجام اجتماعی و فرصت طلبی ناهمبسته‌اند. (رابطه وجود ندارد)

H_1 : بین انسجام اجتماعی و فرصت طلبی رابطه وجود دارد.

برای بررسی این فرض از آزمون معنی داری همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج به شرح زیر است.

جدول ۹- آزمون همبستگی بین انسجام اجتماعی و فرصت طلبی (تعداد: ۳۸۴)

متغیر وابسته	معیار آماری	انسجام اجتماعی (متغیر مستقل)
فرصت طلبی	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۱۰۹
	سطح معنی داری (p)	۰/۲۱۰

نتایج مندرج در جدول ۹ نشان می‌دهد با توجه به اینکه سطح معنی داری آزمون همبستگی بین انسجام اجتماعی و فرصت طلبی از خطای ۵٪ کمتر نیست لذا فرض صفر رد نمی‌شود و فرض مقابل تأیید نمی‌گردد. به عبارتی، بین انسجام اجتماعی و فرصت طلبی رابطه وجود ندارد.

فرضیه ششم: به نظر می‌رسد بین فرد گراییو فرصت طلبی رابطه وجود دارد.

فرضیه‌های صفر و مقابل به صورت زیر نوشته می‌شود.

H_0 : فرد گرایی و فرصت طلبی ناهمبسته‌اند. (رابطه وجود ندارد)

H_1 : بین فرد گرایی و فرصت طلبی رابطه وجود دارد.

برای بررسی این فرض از آزمون معنی داری همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج به شرح

زیر است.

جدول ۱۰- آزمون همبستگی بین فرد گرایی و فرصت طلبی (تعداد: ۳۸۴)

متغیر وابسته	معیار آماری	فرد گرایی (متغیر مستقل)
فرصت طلبی	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۵۵۱
	سطح معنی داری (p)	۰/۰۰۰

نتایج مندرج در جدول ۴-۲۳ نشان می دهد با توجه به اینکه سطح معنی داری آزمون همبستگی بین فرد گرایی و فرصت طلبی از خطای ۵٪ کمتر است، لذا فرض صفر رد می شود و فرض مقابل تأیید می گردد. مقدار و علامت ضریب همبستگی پیرسون بیانگر ارتباط متوسط و مستقیم بین فرد گرایی و فرصت طلبی است. یعنی با افزایش فرد گرایی، فرصت طلبی افزایش می یابد.

فرضیه هفتم: به نظر می رسد بین نظام اخلاقی و فرصت طلبی رابطه وجود دارد. فرضیه های صفر و مقابل به صورت زیر نوشته می شود.

H_0 : نظام اخلاقی و فرصت طلبی ناهمبسته اند. (رابطه وجود ندارد)

H_1 : بین نظام اخلاقی و فرصت طلبی رابطه وجود دارد.

برای بررسی این فرض از آزمون معنی داری همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج به شرح زیر است.

جدول ۱۱- آزمون همبستگی بین نظام اخلاقی و فرصت طلبی (تعداد: ۳۸۴)

متغیر وابسته	معیار آماری	نظام اخلاقی (متغیر مستقل)
فرصت طلبی	ضریب همبستگی پیرسون	-۰/۳۹۷
	سطح معنی داری (p)	۰/۰۰۰

نتایج مندرج در جدول ۴-۲۴ نشان می دهد با توجه به اینکه سطح معنی داری آزمون همبستگی بین نظام اخلاقی و فرصت طلبی از خطای ۵٪ کمتر است، لذا فرض صفر رد می شود

و فرض مقابل تأیید می‌گردد. مقدار و علامت ضریب همبستگی پیرسون بیانگر ارتباط متوسط و مستقیم بین نظام اخلاقی و فرصت طلبی است. یعنی با افزایش نظام اخلاقی، فرصت طلبی کاهش می‌یابد.

تحلیل رگرسیون

در این قسمت تحلیل رگرسیون چند متغیری به منظور بررسی میزان اثر هر یک از متغیرهای مستقل (سازه‌های پژوهش و متغیرهای زمینه‌ای) بر متغیر وابسته فرصت طلبی انجام شده است.

جدول ۱۲- آزمون F در بررسی وجود یا عدم وجود مدل رگرسیونی

آماره F	سطح معنی داری (p)	ضریب تعیین (R^2)
۳۳/۷۰	۰/۰۰۰	۰/۶۷۷

نتایج جدول ۴-۲۵ نشان می‌دهد که سطح معنی داری آزمون F از خطای ۵٪ کمتر است لذا وجود مدل رگرسیونی معنی دار است. ضریب تعیین مدل رگرسیون نشان می‌دهد که ۶۷/۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته فرصت طلبی توسط متغیرهای مستقل حاضر در مدل (سازه‌های پژوهش و متغیرهای زمینه‌ای) تبیین می‌گردد.

جدول ۱۳- بررسی ضرایب مدل رگرسیونی (متغیر وابسته: فرصت طلبی)

متغیر	ضریب	آماره t	سطح معنی داری (p)
عرض از مبدأ	-۰/۰۱۱	۱/۶۶	۰/۰۹۵
جنسیت	۰/۰۰۹	۰/۹۵	۰/۳۴۱
سن	۰/۱۱۱	۲/۱۰	۰/۰۳۶
تأهل	۰/۰۱۴	۰/۵۰۴	۰/۶۴۴
تحصیلات	۰/۰۰۸	۰/۴۱۶	۰/۶۷۴
درآمد خانواده	۰/۰۱۱	۰/۷۷۱	۰/۴۳۹
منطقه محل سکونت	۰/۱۹۷	۳/۲۱	۰/۰۰۰

جدول ۱۳- بررسی ضرایب مدل رگرسیونی (متغیر وابسته: فرصت طلبی)			
متغیر	ضریب	آماره t	سطح معنی داری (p)
نوع مسکن	۰/۰۲۱	۱/۵۰۱	۰/۱۳۳
نوع شغل	۰/۲۱۰	۱/۹۸	۰/۰۴۷
ارزش پولی مسکن	۰/۲۱۹	۴/۹۹	۰/۰۰۰
ارزش پولی خودرو	۰/۱۵۴	۲/۱۵۰	۰/۰۳۵
طبقه اجتماعی	۰/۰۳۰	۱/۰۹۹	۰/۲۷۳
تعلقات مذهبی	-۰/۰۹۲	-۲/۵۳۲	۰/۰۱۲
سرمایه اجتماعی	۰/۱۰۲	۲/۹۰۲	۰/۰۱۰
آنومی	۰/۱۶۶	۵/۵۹۰	۰/۰۰۰
انسجام اجتماعی	-۰/۰۲۴	-۰/۵۵۶	۰/۵۶۱
فردگرایی	۰/۱۰۸	۳/۹۶۶	۰/۰۰۰
نظام اخلاقی	-۰/۱۳۱	-۳/۵۲۲	۰/۰۰۱

با توجه به جدول ۴-۲۶، مشاهده می‌شود که در مدل رگرسیونی، سطوح معنی داری برخی متغیرها نظیر «جنسیت»، «تأهل»، «تحصیلات»، «درآمد خانواده»، «نوع مسکن»، «طبقه اجتماعی» و «انسجام اجتماعی» به همراه عرض از مبدأ، از خطای ۰/۰۵ کمتر نیست و لذا اثر متغیرهای مذکور به همراه عرض از مبدأ در مدل رگرسیون معنی دار نیستند. سطوح معنی داری ضرایب متغیرهای «سن»، «منطقه محل سکونت»، «نوع شغل»، «ارزش پولی مسکن»، «ارزش پولی خودرو»، «تعلقات مذهبی»، «سرمایه اجتماعی»، «آنومی»، «فردگرایی» و «نظام اخلاقی» از خطای ۰/۰۵ کمتر است، لذا اثر ضرایب مذکور در مدل رگرسیونی معنی دار هستند. توجه شود که ضرایب برخی متغیرهای مستقل در مدل رگرسیون، منفی شده است و این به دلیل حضور هم‌زمان متغیرهای مستقل و تأثیر متغیرهای مستقل بر همدیگر در مدل رگرسیون است. مدل رگرسیونی به صورت زیر ارائه می‌گردد.

(آنومی) ۰/۱۶۶- (نوع شغل) ۰/۲۱۰- (منطقه محل سکونت) ۰/۱۹۷+ (سن) ۰/۱۱۱ = فرصت طلبی
 (ارزش پولی خودرو) ۰/۱۵۴- (ارزش پولی مسکن) ۰/۲۱۹+ (تعلقات مذهبی) ۰/۰۹۲-
 (سرمایه اجتماعی) ۰/۱۰۲+ (فردگرایی) ۰/۱۰۸+ (نظام اخلاقی) ۰/۱۳۱-

بحث و نتیجه گیری

تحقیق حاضر به منظور بررسی عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر پیدایش فرصت طلبی در بین شهروندان ۲۰ تا ۶۰ ساله شهر اصفهان انجام گرفته است. برای اندازه گیری فرصت طلبی که متغیر وابسته تحقیق بوده است، از ۱۴ گویه استفاده شد. برای سنجش همسانی و همنوایی درونی گویه‌ها از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است. نتایج این آزمون با آلفای ۰/۷۹۹ حاکی از همنوایی درونی گویه‌هاست. نتایج توصیفی تحقیق نشان می‌دهد که شهروندان ۲۰ سال به بالای اصفهانی، در زمینه فرصت طلبی میانگین ۳/۰۵ و انحراف معیار ۰/۷۱ را به دست آورده اند که نشان دهنده فرصت طلبی در حد متوسط رو به بالا است. نتایج آزمون همبستگی بین متغیر زمینه ای سن و فرصت طلبی نشان می‌دهد که رابطه معنی داری بین سن و فرصت طلبی وجود دارد. همچنین ضریب همبستگی به دست آمده نشان دهنده همبستگی منفی بین دو متغیر سن و فرصت طلبی است به عبارتی می‌توان اینگونه اذعان داشت که با بالا رفتن سن افراد، میزان فرصت طلبی در آنها کمتر می‌شود. در واقع می‌توان اینگونه استدلال کرد که با بالا رفتن سن، افراد سعی می‌کنند از رفتارهایی که ممکن است به دیگران ضرر برساند پرهیزند و بیشتر از اینکه به فکر منافع مادی خود باشند به سمت معنویات گام بردارند. همچنین رابطه بین طبقه اجتماعی به عنوان یکی از متغیرهای مستقل تحقیق نشان می‌دهد که بین طبقه اجتماعی و فرصت طلبی رابطه تقریباً معنی داری وجود دارد. همبستگی به دست آمده نشان می‌دهد که هرچه ویژگی‌های فردی افراد بالاتر می‌رود گرایش افراد به فرصت طلبی نیز بیشتر می‌شود. در اینجا می‌توان اینگونه اذعان داشت که از آنجایی که افراد در طبقات بالا فرصت‌های بیشتری برای دست یابی به منافع مادی دارند، بیشتر به سمت کنش‌های فرصت طلبانه کشیده می‌شوند. حال آنکه افرادی که در طبقات پایینتر قرار دارند فرصت‌های پیش روی کمتری دارن و ابزار دست یابی به بسیاری از منافع را در اختیار ندارند. البته این استدلال نمی‌تواند قاطعانه باشد و با

توجه به نوع و سطح منافع می‌تواند متغیر باشد. رابطه بین دینداری و فرصت‌طلبی نشان می‌دهد که بین این دو متغیر رابطه کاملاً معنی‌داری وجود دارد، هم‌چنین هم‌بستگی به دست آمده حاکی از آن است که رابطه بین دینداری و فرصت‌طلبی منفی است؛ یعنی هرچه دینداری افراد بالاتر باشد، میزان فرصت‌طلبی آنها کمتر می‌شود. رابطه بین سرمایه اجتماعی به عنوان یکی از متغیرهای مستقل تحقیق و فرصت‌طلبی به عنوان متغیر وابسته نشان می‌دهد که بین این دو متغیر رابطه معنی‌دار و مستقیم ولی منفی وجود دارد، یعنی افرادی که سرمایه اجتماعی بیشتری دارند، رفتارهای فرصت‌طلبانه کمتری دارند. در ارتباط با ابعاد سرمایه اجتماعی نیز، نتایج نشان می‌دهد که مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی و پیوستگی اجتماعی، رابطه منفی‌ای با فرصت‌طلبی دارند؛ یعنی هرچه مشارکت اجتماعی افراد بیشتر می‌شود رفتارهای جمع‌گرایانه و غیر فرصت‌طلبانه آنها بیشتر می‌شود، هرچه سطح اعتماد بین مردم بیشتر می‌شود، افراد رفتارهای که می‌تواند باعث عدم موفقیت دیگران و حتی ضرر به آنها شود، را کمتر انجام می‌دهند. هم‌چنین با افزایش پیوستگی در جامعه، افراد هرچه بیشتر سمت جمع‌گرایش پیدا می‌کنند از میزان رفتار فرصت‌طلبانه در جامعه کاسته می‌شود. نتایج مربوط به آزمون همبستگی پیرسون فرصت‌طلبی بر حسب آنومی نشان می‌دهد که تفاوت معنی‌داری بین دو متغیر آنومی و فرصت‌طلبی وجود دارد، یعنی هرچه آنومی در جامعه زیاد شود فرصت‌طلبی نیز افزایش می‌یابد. به عبارتی نوعی همبستگی مثبت و مستقیم بین این دو متغیر وجود دارد. استدلال حاکم بر این همبستگی این است که فرصت‌طلبی خود نوعی آنومی و بی‌هنجاری است. در واقع از جمله شاخص‌هایی که توانستیم با آن فرصت‌طلبی را بسنجیم آنومی بود. رابطه بین انسجام اجتماعی به عنوان یکی از متغیرهای مستقل تحقیق و فرصت‌طلبی به عنوان متغیر وابسته نشان می‌دهد که بین این دو متغیر رابطه معنی‌دار و مستقیم ولی منفی وجود دارد. یعنی هرچه میزان انسجام اجتماعی در جامعه و در بین افراد افزایش یابد، میزان فرصت‌طلبی و رفتارهای خاص‌گرایانه در جامعه کاهش می‌یابد. برای آزمون رابطه بین فردگرایی و فرصت‌طلبی از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد که نتایج آن نشان می‌دهد که بین فردگرایی و فرصت‌طلبی رابطه معنی‌داری وجود دارد. یعنی با بالا رفتن فردگرایی، خویشاوندسالاری و روابط ابزاری در جامعه میزان فرصت‌طلبی نیز افزایش می‌یابد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد بین فرصت‌طلبی و

معیارهای اخلاقی رابطه وجود دارد و همبستگی به دست آمده بین این دو متغیر فرصت طلبی و نظام اخلاقی نشان دهنده رابطه منفی بین آنها است. به عبارتی هرچه افراد بیشتر معییرهای اخلاقی را رعایت کنند، کنش‌های فرصت طلبانه کمتری از خود نشان می‌دهند.

منابع

- ۱- ازکیا، مصطفی، غفاری، غلامرضا، ۱۳۸۰، بررسی رابطه بین انسجام اجتماعی و مشارکت اجتماعی و مشارکت اجتماعی سازمان یافته روستائیان درنواحی روستایی شهرستان کاشان، مجله اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال نهم، شماره ۳۶
- ۲- اشرف، احمد، ۱۳۵۵، گذر رفتاری مسایل انسانی و آسیب‌شناسی اجتماعی، انتشارات آموزشگاه عالی خدمات اجتماعی، تهران
- ۳- اعظم آزاده، منصوره، توکلی، عاصفه، ۱۳۸۶، فردگرایی، جمع‌گرایی و دین‌داری، مجله مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال سوم، شماره ۹
- ۴- افروغ، عماد، ۱۳۷۸، خرده فرهنگ‌ها، مشارکت و وفاق اجتماعی، مجموع مقالات وفاق اجتماعی و فرهنگ عمومی، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران.
- ۵- امیرکافی، مهدی، ۱۳۸۰، اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن، نمایه پژوهش، شماره سوم.
- ۶- اوجاقلو، سجاد، زاهدی، محمد جواد، ۱۳۸۴، بررسی اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در بین ساکنان شهر زنجان، مجله شناسی ایران، دوره ششم، شماره ۴.
- ۷- ایزدی، علی محمد، ۱۳۸۳، چرا عقب مانده‌ایم؟ جامعه‌شناسی مردم ایران، نشر علم
- ۸- باستانی، سوسن، ۱۳۸۷، بررسی سرمایه اجتماعی شبکه در ۱۰ محله تهران؛ بررسی جایگاه روابط محلی در شبکه‌های اجتماعی، مجله مطالعات اجتماعی ایران، ویژه نامه شهر و محله، شماره ۷۴.
- ۹- بودون، ریمون، ۱۳۸۹، ارزیابی انتقادی نظریه‌های تغییر اجتماعی، ترجمه غلامرضا جمشیدها، نشر علم

- ۱۰- بیات، فریرز، ۱۳۸۳، اخلاق و نظم اجتماعی پایدار، مجموعه مقالات اولین همایش ملی طرح مسائل جامعه‌شناسی ایران.
- ۱۱- بیرو، آلن، ۱۳۶۶، فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه باقر ساروخانی، انتشارات کیهان، تهران
- ۱۲- پیران، پرویز، و همکاران، ۱۳۸۵، کار پایه مفهومی و مفهوم سازی سرمایه اجتماعی (با تأکید بر شرایط ایران) فصلنامه رفاه اجتماعی، شماره ۲۳.
- ۱۳- تاجبخش، کیان، ۱۳۸۵، سرمایه اجتماعی، اعتماد، دموکراسی، و توسعه، ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، نشر شیرازه، تهران
- ۱۴- جوادی یگانه، محمد رضا، هاشمی، سید ضیاء، ۱۳۸۷، نگاهی جدید به مناقشه فردگرایی و جمع‌گرایی در جامعه‌شناسی، فصلنامه علوم اجتماعی
- ۱۵- چلبی، مسعود، ۱۳۷۲، وفاق اجتماعی، فصلنامه علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، شماره ۳
- ۱۶- چلبی، مسعود، ۱۳۷۳، تحلیل شبکه در جامعه‌شناسی، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره دوم، پنجم و ششم
- ۱۷- چلبی، مسعود، ۱۳۷۵، جامعه‌شناسی نظم، تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی، نشر نی
- ۱۸- چلبی، مسعود، ۱۳۸۵، تحلیل اجتماعی در فضای کنش، نشر نی
- ۱۹- دریاپور، زهرا، ۱۳۸۶، ساختار ارزشی و مناسبات نسلی، پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، بهار و تابستان
- ۲۰- دورکیم، امیل، ۱۳۸۱، درباره تقسیم کاری اجتماعی، ترجمه باقر پرهام، نشر مرکز
- ۲۱- راغفر، حسین، ۱۳۸۳، قدرت، سیاست‌های اقتصادی و فساد در ایران، مجموعه مقالات آسیب‌های اجتماعی‌های اجتماعی ایران، انجمن جامعه‌شناسی ایران، نشر آگه، تهران
- ۲۲- رفیع‌پور، فرامرز، ۱۳۸۶، سرطان اجتماعی فساد، شرکت سهامی، نشر انتشار
- ۲۳- رفیع‌پور، فرامرز، ۱۳۷۸، آنومی یا آشفتگی اجتماعی، نشر سروش
- ۲۴- ریشه، گئی، ۱۳۷۶، جامعه‌شناسی تالکوت پارسونز، ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر، مؤسسه فرهنگی انتشارات تبیان، تهران
- ۲۵- ریتز، جورج، ۱۳۸۷، نظریه‌های جامعه‌شناسی دوران معاصر، نشر نی
- ۲۶- زمردی، محمد رضا، ۱۳۸۳، جامعه‌شناسی فرصت‌طلبی، نشریه گزارش، شماره ۱۵۸

- ۲۷- ساروخانی، باقر، ۱۳۷۰، دایره المعارف علوم اجتماعی، نشر کیهان
- ۲۸- ساروخانی، باقر، ۱۳۷۵، روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، تهران
- ۲۹- سراج زاده، حسین، ۱۳۸۳، چالش‌های دین و مدرنیته: مباحثی جامعه‌شناختی در دینداری و سکولارشدن، انتشارات طرح نو
- ۳۰- سیدمن، استیون، ۱۳۸۶، کشاکش آرا در جامعه‌شناسی، ترجمه‌های جلیلی، نشر نی
- ۳۱- شارع پور، محمود، ۱۳۸۳، ابعاد و کارکردهای سرمایه اجتماعی و تبیین مولفه‌های کارکردی آن، فصلنامه فرهنگی اجتماعی زیربار، سال یازدهم، شماره ۶۶
- ۳۲- شهریاری، حمید، ۱۳۸۵، فلسفه اخلاق در تفکر غرب: از دیدگاه السریر مک اینتایر، انتشارات سمت
- ۳۳- شیبانی، ملیحه، محمدی، محمد علی، ۱۳۸۶، تحلیل جامعه‌شناختی احساس آنومی اقتصادی در میان جوانان، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، شماره ۱۱
- ۳۴- صادقی، محمد رضا، ۱۳۷۱، پایه‌های اجتماعی اخلاق، نشر اشاره
- ۳۵- صانعی، پرویز، ۱۳۷۲، جامعه‌شناسی ارزش‌ها، کتابخانه گنج دانش، تهران
- ۳۶- صداقت، کامران، ۱۳۸۴، بررسی نقش عوامل فرهنگی ° اجتماعی مؤثر بر قانون‌گرایی و قانون‌گریزی شهروندان تبریز، پایان‌نامه دکتری، دانشگاه اصفهان
- ۳۷- عباس زاده، محمد، ۱۳۸۷، بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت شهروندان در امور شهری، پایان‌نامه دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه اصفهان
- ۳۸- علیزاده اقدم، محمد باقر، ۱۳۸۸، مطالعه سبک زندگی سلامت محور شهروندان: امیدها و بیم‌ها، پایان‌نامه دکتری رشته جامعه‌شناسی، دانشگاه اصفهان
- ۳۹- غفاری، غلامرضا، ۱۳۸۷، سازه سرمایه فرهنگی و منابع مولد آن، رشد آموزش علوم اجتماعی، دوره دوازدهم، شماره ۲
- ۴۰- فیلد، جان، ۱۳۸۶، سرمایه اجتماعی، ترجمه غلامرضا غفاری و حسین رضایی، انتشارات کویر، تهران

- ۴۱- قائمی، علی، ۱۳۷۰، آسیب‌ها و عوارض اجتماعی (ریشه‌یابی، پیشگیری، درمان)، انتشارات امیری
- ۴۲- کریمی، یوسف، ۱۳۸۱، روان‌شناسی اجتماعی، نشر ارسباران، تهران
- ۴۳- کلمن، جیمز، ۱۳۷۷، بنیادهای نظریه اجتماعی، ترجمه منوچهر صبوری، نشر نی، تهران
- ۴۴- کوپایی، زهرا، ۱۳۸۸، تحلیل عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر نشاط اجتماعی در شهر اصفهان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی دهقان
- ۴۵- کوزر، لوئیس‌ای، برنارد، روزنبرگ، ۱۳۷۸، نظریه‌های بنیادی جامعه‌شناختی، ترجمه فرهنگ ارشاد، نشر نی
- ۴۶- کوئن، بررسی، ۱۳۷۲، مبانی جامعه‌شناسی، انتشارات سمت
- ۴۷- کیوان آرا، محمود، ۱۳۸۶، اصول و مبانی جامعه‌شناسی پزشکی، انتشارات دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، اصفهان
- ۴۸- گیدنز، آنتومی، ۱۳۷۶، جامعه‌شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، نشر نی، تهران
- ۴۹- گیدنز، آنتومی، ۱۳۷۷، تجدد و تشخیص، ترجمه ناصر مؤفقیان، نشر جی، تهران
- ۵۰- محسنی تبریزی، علیرضا، ۱۳۷۰، بیگانگی، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۲
- ۵۱- محمدی اصل، عباس، ۱۳۸۷، جامعه‌شناسی تالکوت پارسونز، نشر علم، تهران
- ۵۲- مختاری، مرضیه، ۱۳۸۸، تبیین جامعه‌شناختی کیفیت زندگی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه دهقان
- ۵۳- ملکی، خسرو، ۱۳۷۱، اخلاق و روابط اجتماعی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران
- ۵۴- ممتاز، فریده، ۱۳۸۱، انحرافات اجتماعی، دیدگاه‌ها و نظریه‌ها، چاپ اول، انتشارات شرکت سهامی، تهران
- ۵۵- موسوی، یعقوب، ۱۳۸۵، جهانی شدن فرصتی برای از بین بردن تهدیدها، روزنامه اران، سال دوازدهم، شماره ۳۴۶۱
- ۵۶- نادری، عزت‌الله، ۱۳۷۳، روش تحقیق و چگونگی ارزشیابی آن در علوم انسانی، دفتر انتشارات و تحقیقات بدر
- ۵۷- نراقی، حسن، ۱۳۸۰، جامعه‌شناسی خودمانی، نشر اختران

- ۵۸- نوریها، حسنعلی، ۱۳۷۹، بلای فرصت طلبی، انتشارات قم
- ۵۹- هاشیمان فر، جمشید، ۱۳۸۶، بررسی عوامل مؤثر بر نابرابری‌ها اجتماعی با تأکید بر سرمایه اجتماعی، پایان نامه دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه اصفهان
- 60- Chao. Chen, mike W. PENG, Patrick A. saporito, 2002, June. Individualism, collectivism, and opportunism: A cultural perspective on Trans action cost Eco nomads.
- 61- Coleman. J. s (1988) "Social captian; in the creation of human capital. American journal of sociology.
- 62- Dean, Dwight. 1961, Alienation: its meaning and measurement, in D. Dean, Dynamics social psychology, Random House, INS, New york.
- 63- Kawachi, I. (2001), Social capital for health and Human. Development. The society for inter national development.
- 64- krisotakis, G. 8 Gamarnikow, E (2004). What is social capital and how does it relate to health? International journal of nursing studies.

