

مقایسه ی میزان علاقه ی اجتماعی بین رانندگان تاکسی دارای ابعاد مختلف شخصیتی

عبدالله شفیع آبادی^۱
حسین سلیمی بجنستانی^۲
محمد زلیکانی^{۳*}

چکیده

هدف از این پژوهش بررسی و مقایسه میزان علاقه اجتماعی در ابعاد مختلف شخصیت بود. جامعه ی آماری این پژوهش تمامی رانندگان تاکسی شهرستان ساری در سال ۹۵-۱۳۹۴ را شامل می شد که با بهره گیری از روش نمونه گیری چند مرحله ای تعداد ۳۴۲ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند و به پرسش نامه میرز بریگز و علاقه اجتماعی پاسخ دادند. اطلاعات و نتایج بدست آمده با استفاده از آمار توصیفی (فراوانی، در صد فراوانی) و آمار استنباطی (آزمون تحلیل واریانس یک طرفه) تحلیل شد. نتایج نشان داد که تفاوت بین ابعاد (برون گرایی و درون گرایی) و همچنین ابعاد حسّی و شمّی از نظر میزان علاقه اجتماعی به لحاظ آماری معنادار است به طوری که ترجیح برون گرایی و حسّی از علاقه اجتماعی بیشتری برخوردار بودند. همچنین تفاوت بین ابعاد (فکری و احساسی) و همچنین ابعاد (داوری کننده و ملاحظه کننده) از نظر میزان علاقه اجتماعی، به لحاظ آماری معنی دار نبوده است.

واژه های کلیدی: ابعاد شخصیت - علاقه اجتماعی - میرز بریگز

۱. استاد گروه مشاوره دانشگاه علامه طباطبایی ashafiabady@yahoo.com

۲. دانشیار گروه مشاوره دانشگاه علامه طباطبایی h.salimi.b@gmail.com

۳. کارشناسی ارشد مشاوره دانشگاه علامه طباطبایی (نویسنده مسئول) mohammadz87@yahoo.com

مقدمه

اشتغال برای ادامه‌ی زندگی و بقای جامعه ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. زندگی هر فردی از طریق کار کردن تأمین می‌شود و خودکفایی هر کشور به میزان عملکرد شاغلین آن بستگی دارد (شفیع آبادی، ۱۳۹۰). از موضوعات پر اهمیت دنیای مشاغل بحث علاقه‌ی اجتماعی است. کار به همراه دو تکلیف عشق و علاقه‌ی اجتماعی به عنوان اساس زندگی سالم و معنادار مطرح می‌شود (شفیع آبادی، ۱۳۹۲). چگونگی تعامل افراد در روی این کره‌ی خاکی از موضوع‌های بسیار مهم مورد نظر آدلر است. برتری جویی تبادل‌های بین فردی نتیجه تحول (احساس بودن) بخشی از جامعه‌ی بزرگتر است که آدلر آن را علاقه‌ی اجتماعی نامیده است (آدلر، ۱۹۳۷، ترجمه‌ی علیزاده، ۱۳۸۳). علاقه‌ی اجتماعی، خط‌مشی احساس‌یگانگی است و اهمیت دادن به دیگران به اندازه‌ی اهمیت دادن به خود را شامل می‌شود. این مفهوم، توانایی همکاری و مشارکت کردن را در بر دارد (میلین و کلمر، ۲۰۰۶). علاقه‌ی اجتماعی مستلزم آن است که ما به قدر کافی با زمان حال تماس داشته باشیم تا به سمت آینده‌ی معنی‌داری پیش برویم، مایل باشیم بدهیم و بستانیم، و توانایی خود را برای کمک کردن به رفاه دیگران و تلاش کردن برای بهبود بشریت پرورش دهیم. (کری، ۲۰۱۳؛ ترجمه‌ی سید محمدی، ۱۳۹۱) علاقه‌ی اجتماعی توان فطری است که می‌تواند احساس تعهد هر کسی را جلب کند، ولی به خودی خود پرورش نمی‌یابد. علاقه‌ی اجتماعی باید در جو خانوادگی سالم، که همکاری، احترام، اعتماد، حمایت و تفاهم را ترغیب می‌کند، پرورش یابد (پروچسکا و نورکراس، ۲۰۰۷؛ ترجمه‌ی سید محمدی، ۱۳۹۳). کراندل (به نقل از سهامی و مظلومی، ۱۳۹۱) بر این عقیده است که نظر آدلر درباره‌ی این مفهوم شامل ادراکات سه قسمتی انسان است که شامل تفکر، احساس و عمل می‌شود. او در تعریف این سه عامل بیان می‌کند که بخش تفکر و شناخت شامل اهمیت دادن به رشد فردی دیگران است، در حوزه احساسی، نگرش مثبت درباره‌ی دیگران و نگرانی برای رفاه آن‌ها و در عمل، شامل رفتار فرد به سوی خیر افراد جامعه است. در این بین ویژگی‌های شخصیتی افراد می‌تواند الگوهایی برای پیش‌بینی رفتار و حالت‌های روانی آنان فراهم آورد؛ تفاوت‌های فردی افراد عاملی مهم است که نشان می‌دهد چرا برخی از افراد بهتر از دیگران با شرایط متغیرهای محیطی کنار می‌آیند و از سطوح مختلف انگیزش، رضایت و سلامت روان برخوردارند. توجه به ابعاد شخصیت افراد در محیط کار از مقوله‌هایی است که می‌تواند شخص را در رسیدن به بهره‌وری یاری نماید و از دیگر سو علاقه اجتماعی شاخص اصلی سلامت روان در نظر گرفته می‌شود (کری، ۲۰۱۳؛ ترجمه‌ی سید محمدی، ۱۳۹۱) که نقش بسیار مهمی در پیشرفت و بهبود سلامت نیروی کار دارد؛ و نادیده‌انگاشتن آن تهدیدی برای سلامت روان نیروی کار محسوب می‌شود. بر این اساس، روانشناسان علاقه‌مند به رفتارهای شغلی معتقدند که شخصیت افراد با نوع حرفه‌ای که انتخاب می‌کنند و نحوه‌ی عمل آنها در آن حرفه در ارتباط است. به عبارتی افراد دارای ویژگی‌های مشخص، مشاغل خاصی را انتخاب، و در مقایسه با دیگران بهتر عمل می‌کنند (پروین و جان، ۲۰۰۲؛ ترجمه‌ی جوادی و کدیور، ۱۳۸۱). شخصیت جزء آن دسته از واژه‌هایی است که همه‌ی ما تصور می‌کنیم، معنی آن را می‌دانیم و درست یا غلط همواره آن را به کار می‌بریم (شولتز، ترجمه‌ی کریمی و همکاران، ۱۳۸۳). گرچه همه‌ی پردازان شخصیت با یک تعریف واحد از آن موفق نیستند، اما می‌توانیم بگوییم که شخصیت عبارت است از الگوی نسبتاً پایدار صفات، گرایشها یا ویژگی‌هایی که تا اندازه‌ای به رفتار فرد دوام می‌بخشد. به طور اختصاصی تر، شخصیت از صفات یا گروه‌هایی تشکیل می‌شود که به تفاوت‌های فردی در رفتار، ثبات رفتار در طول زمان و تداوم رفتار در موقعیت‌های گوناگون می‌انجامد (فیست، ۲۰۰۲؛ به نقل از سید محمدی، ۱۳۸۴). تعریف شخصیت بر مبنای صفات

1. social interest

بارز، مسلط یا شاخص فرد را تیپ‌شناسی می‌گویند. تیپ‌شناسی به طور کل هر برجستگی است که برای طبقه‌بندی شخصیت فرد مورد بررسی قرار می‌گیرد (پورافکاری، ۱۳۷۳). مفهوم تیپ‌شناسی موجودیتش را مدیون روانشناس سوئیسی کارل یونگ^۱ و دوزن آمریکایی به اسمی کاترین بریگز^۲ میرز و دخترش ایزابل بریگز میرز است. (تیگر، پاول، تیگر، باربارا؛ ترجمه ی قراچه داغی و رحیم منفرد، ۱۳۹۳) تیپ‌های شخصیتی میرز بریگز برای اندازه‌گیری کردن چهار بعد دوگانه برون‌گرایی^۳ - درون‌گرایی^۴، حسی^۵ - شهودی^۶، فکری^۷ - احساسی^۸، داوری‌کننده^۹ - ملاحظه‌کننده^{۱۰} طراحی شده است (هیگس، ۲۰۰۱). نظام تیبی ارزیابی شخصیت، مبتنی بر چهار جنبه اولیه از شخصیت انسانی است: ما با دنیا چگونه در تبادل و تعامل می‌شویم، انرژی خود را به کجا هدایت می‌کنیم (برون‌گرایی و درون‌گرایی)، به طور طبیعی متوجه چه اطلاعاتی می‌شویم (حسی و شمی)، چگونه تصمیم می‌گیریم (فکری و احساسی) و اینکه آیا ترجیح می‌دهیم در شرایط سازمان یافته تری فعالیت کنیم یا استقلال بیشتر را ترجیح می‌دهیم (داوری‌کننده و ملاحظه‌کننده). ما این جنبه‌های شخصیت انسانی را «بعد» می‌نامیم، زیرا هر کدام را می‌توان به شکل یک پیوستار میان دو نهایت تصویر نمود. (تیگر، پاول، تیگر، باربارا؛ ترجمه ی قراچه داغی و رحیم منفرد، ۱۳۹۳). تحقیقات اندکی در زمینه ی علاقه اجتماعی انجام شده است. یالوم (۱۹۸۲) مشخص کرد که فعالیت‌های نوع دوستانه که شخصاً معنی دار هستند، می‌تواند احساس حرمت خود و هدف را تسهیل و افزایش دهد؛ همچنین فرآیند التیام بخشیدن را نیز افزایش می‌دهد. شوارتز و همکاران (۲۰۰۳) به این نتیجه رسیدند که علاقه ی اجتماعی با سلامتی در ارتباط بود. شوارتز (۲۰۰۷) گزارش کرده است، رفتارهای علاقه ی اجتماعی نوع دوستانه، به طور مشابه بهزیستی ذهنی یا روانی بزرگسالان بیمار و سالم را می‌افزاید. شوارتز، کیل، مارکوک و بود (۲۰۰۹) گزارش کرده اند، رفتارهای مبتنی بر علاقه ی اجتماعی نوع دوستانه، با نتایج سلامت و بهزیستی نوجوانان، به صورت مثبت در ارتباط بود. عاشقی (۱۳۸۸) در پژوهش خود بر روی مشاوران مدارس مطرح کرده است بین تیپ‌های شخصیتی میرز - بریگز و تعهد شغلی رابطه معناداری وجود دارد، و از بین تیپ‌های شخصیتی میرز - بریگز فقط بعد فکری - احساسی با ابعاد سه‌گانه رابطه معنا داری وجود ندارد و بقیه ابعاد رابطه معنا داری وجود دارد. امانی و مجدوبی (۱۳۹۱) در پژوهش خود بر روی ۱۵۰ زوج گزارش کردند که میان تیپ‌شناسی میرز - بریگز و رضایت مندی زناشویی رابطه وجود دارد بر اساس بررسی‌های انجام گرفته تصور بر این است علی‌رغم اهمیت مفهوم علاقه اجتماعی که معیار سلامت روان در نظر گرفته می‌شود ابعاد شخصیت میرز بریگز که کاربرد بسیار زیادی در مشاغل دارد، پژوهش خاصی در داخل و خارج از ایران در این خصوص انجام نگرفته است بر همین اساس با توجه به موارد مطرح شده در بالا و سودمندی این پژوهش در دنیای مشاغل، هدف پژوهش حاضر بررسی و مقایسه ابعاد شخصیتی مایرز بریگز و میزان علاقه ی اجتماعی خواهد بود.

1. carl gustavejung
2. katharine cook briggs
3. extravert
4. Introvert
5. Sensing
6. Intuitive
7. thinking
8. Feeling
9. Judging
10. preceiver

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع پس‌رویدادی است. جامعه‌ی آماری این پژوهش تمامی رانندگان تاکسی شهرستان ساری در سال ۹۵-۱۳۹۴ را شامل می‌شد که با بهره‌گیری از روش نمونه‌گیری چند مرحله‌ای تعداد ۳۴۲ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند و به پرسش‌نامه میرز بریگز و علاقه اجتماعی پاسخ دادند. پرسشنامه علاقه اجتماعی: برای اندازه‌گیری متغیر علاقه اجتماعی از پرسش‌نامه علاقه اجتماعی مشتمل بر ۴ عامل (تفکر، احساس، عمل، بهزیستی رفاه خود) و ۲۷ ماده استفاده شده است پایایی ۴ عامل پرسشنامه علاقه اجتماعی به ترتیب برای تفکر ۰/۸۱، احساس ۰/۸۲۴، عمل ۰/۸۵۴، بهزیستی رفاه خود ۰/۷۳۱ محاسبه شده است. (سهامی و مظلومی، ۱۳۹۱). پایایی این پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ در پژوهش حاضر ۰/۷۰۲ محاسبه شده است.

پرسشنامه میرز-بریگز: کاترین بریگز و ایزابل میرز آزمون تیپ شخصیتی MBTI تدوین نمودند. این آزمون برای اندازه‌گیری چهار بعد شخصیتی و شانزده تیپ شخصیتی (تایگر، ترجمه قراچه داغی و منفرد، ۱۳۹۳) به کار می‌رود. پرسشنامه میرز-بریگز دارای دو فرم است. فرم G شامل ۱۲۰ سوال و فرم M شامل ۸۷ سوال است. فرم M پرسشنامه میرز-بریگز جدیدتر و از لحاظ تعداد سوال کوتاه‌تر می‌باشد و در مقایسه با فرم G پرکاربرد می‌باشد. ضریب اعتبار درونی فرم M در مقایسه با فرم قبلی بهبود نشان می‌دهد. ضرایب آلفا یک نمونه ۲۸۹۵ نفری ۰/۹۰ تا ۰/۹۳ و در یک نمونه ۵۰ نفری بالاتر از ۰/۹۰ گزارش شده است. اعتبار آزمون - بازآزمون فرم M نیز بعد از چهار هفته در یک نمونه ۲۸۵ نفری بین ۰/۸۷ تا ۰/۹۳ و در یک نمونه ۵۰ نفری بالاتر از ۰/۹۰ گزارش شده است. اعتبار آزمون - بازآزمون فرم M نسبت به فرم قبلی بالاتر است. به طور کلی بهبود قابل ملاحظه‌ای در اعتبار فرم M نسبت به فرم G حداقل در نمونه‌های مطالعه شده تاکنون مشاهده می‌شود. (میرز، مک کالی، کوینک و هامر، ۲۰۰۳) آهنگی و همکاران (۱۳۸۸) نیز در ایران در پژوهشی نشان دادند که ضرایب اعتبار این پرسشنامه ۰/۸۳ می‌باشد.

جدول ۱ چهار بعد شخصیت

نوع برخورد ما با دنیا چگونه است و انرژی خود را (I) درون‌گرا برون‌گرا (E) به کجا راهنمایی می‌کنیم.
نوع اطلاعاتی که اغلب متوجه آن می‌شویم. (N) شمی حسی (S)
چگونه تصمیم‌گیری می‌کنیم. (F) احساسی فکری (T)
آیا ترجیح می‌دهیم در شرایط با ساختار کار (P) ملاحظه‌کننده داوری‌کننده (J) کنیم یا شرایط خود به خودی را ترجیح می‌دهیم

روی هر یک از این مقیاس‌ها، شخصیت هر کس در سمتی قرار می‌گیرد. ما نهایت‌های متضاد روی هر مقیاس را ترجیحات می‌گوییم. اگر شما در سمت برون‌گرا قرار گرفتید می‌گوییم برون‌گرایی ترجیح شماست. اگر در سمت درون‌گرایی قرار گرفتید، ترجیح شما درون‌گرایی است (تایگر، یاول، تیگر، باربارا؛ ترجمه ی قراچه داغی و رحیم منفرد، ۱۳۹۳). برای نمره‌گذاری دستی یا رایانه‌ای پرسشنامه میرز بریگز لازم است یک نمره‌ی خام وزنی در مورد هر قطب از ابعاد چهارگانه بدست‌آید برای نشان دادن جهت رجحان آزمودنی در هر بعد از یک حرف استفاده می‌شود، E یا I / S یا F / T یا P / و حرفی که نشان‌دهنده‌ی قدرت و نیرومندی آن رجحان از دید آزمودنی است جلوی آن نوشته می‌شود (امانی و مجذوبی، ۱۳۹۱).

به منظور تجزیه و تحلیل داده ها از روش های آماری در دو سطح توصیفی (فراوانی، درصد فراوانی) و استنباطی (آزمون تحلیل واریانس یک طرفه) استفاده شده است.

یافته های پژوهش

تجزیه و تحلیل آمار توصیفی در خصوص اطلاعات زمینه ای آزمودنی به شرح جدول شماره ۱ می باشد:

جدول ۲. فراوانی و درصد پاسخگویان از نظر اطلاعات زمینه ای

عنوان متغیر	فراوانی	درصد فراوانی
سن آزمودنی:		
۲۰ تا ۳۰ سال	۸۲	۲۳,۷
۳۰ تا ۴۰ سال	۱۴۰	۴۱,۲
۴۰ تا ۵۰ سال	۷۲	۲۱,۴
۵۰ سال به بالا	۴۷	۱۳,۷
وضعیت تأهل:		
مجرد	۴۸	۱۳,۷
متاهل	۲۹۳	۸۶,۳
میزان تحصیلات:		
سیکل	۱۱۰	۳۱,۳
دیپلم	۱۵۷	۴۵,۰
فوق دیپلم	۳۸	۱۰,۷
لیسانس	۲۸	۸,۴
فوق لیسانس	۸	۴,۶
سابقه شغلی:		
۱ تا ۱۰ سال	۱۸۷	۵۵,۰
۱۰ تا ۲۰ سال	۸۶	۲۵,۳
۲۰ تا ۳۰ سال	۶۸	۱۹,۸

آزمون فرضیات

قبل از آزمون فرضیه ها، ابتدا داده های پرت شناسایی و حذف شدند؛ سپس برای تشخیص نرمال بودن توزیع داده ها از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شد که نرمال بودن داده ها تأیید شد. در پژوهش حاضر به سبب برابری واریانس ها از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه استفاده می شود. فرضیه اول

بین بعد برونگرایی- درون گرایی از نظر میزان علاقه اجتماعی تفاوت وجود دارد.

جدول ۳ میانگین و انحراف استاندارد نمرات متغیر علاقه اجتماعی در بعد برونگرایی - درونگرایی

متغیرها	میانگین	انحراف استاندارد
گروه برونگرا	۸۱/۳۴	۱۷/۱۴۶
گروه درونگرا	۷۴/۱۰	۱۴/۱۳

جدول ۴: نتایج تحلیل واریانس یک راهه بر روی نمرات متغیر علاقه اجتماعی در بعد برونگرایی - درونگرایی

شاخص آماری	مجموعه مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معنی داری
بین گروهی	۱۶۷۲/۶۵۰	۱	۱۶۷۲/۶۵۰	۶/۹۹۲	۰/۰۰۹

با استفاده از آزمون تحلیل واریانس یک راهه، میانگین نمره علاقه اجتماعی ترجیح برونگرایی ($SD=۱۷/۱۴$) و $(M=۸۱/۳۴)$ با میانگین ترجیح درونگرایی ($SD=۱۴/۱۳$ و $M=۷۴/۱۰$) مقایسه شد. براساس نتایج این مقایسه، همان طور که در جدول شماره ۲ مشاهده می شود می توان گفت که تفاوت دو گروه به لحاظ آماری معنادار است. ($P<۰/۰۵$) فرضیه دوم

بین بعد حسّی - شمی از نظر میزان علاقه اجتماعی تفاوت وجود دارد.

جدول ۵: میانگین و انحراف استاندارد نمرات متغیر علاقه اجتماعی در دو گروه حسّی و شمی

متغیرها	میانگین	انحراف استاندارد
گروه حسّی	۷۸/۴۴	۱۶/۱۴
گروه شمی	۶۹	۱۰/۷۱

جدول ۶: نتایج تحلیل واریانس یک راهه بر روی نمرات متغیر علاقه اجتماعی در بعد حسّی - شمی

شاخص آماری	مجموعه مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معنی داری
بین گروهی	۱۳۸۴/۳۶۸	۱	۱۳۸۴/۳۶۸	۵/۷۳۳	۰/۰۱۸

با استفاده از آزمون تحلیل واریانس یک راهه، میانگین نمره علاقه اجتماعی ترجیح حسّی ($SD=۱۶/۱۴$) و $(M=۷۸/۴۴)$ با میانگین ترجیح شمی ($SD=۱۰/۷۱$ و $M=۶۹$) مقایسه شد. براساس نتایج این مقایسه، همان طور که در جدول شماره ۳ مشاهده می شود می توان گفت که تفاوت دو گروه به لحاظ آماری معنادار است. ($P<۰/۰۵$) فرضیه سوم

بین بعد فکری - احساسی از نظر میزان علاقه اجتماعی تفاوت وجود دارد

جدول ۷: میانگین و انحراف استاندارد نمرات متغیر علاقه اجتماعی در دو گروه فکری و احساسی

متغیرها	میانگین	انحراف استاندارد
گروه فکری	۷۷/۵۰	۱۶/۳۵
گروه احساسی	۷۵/۲۸	۱۲/۸۳

جدول ۸: نتایج تحلیل واریانس یک راهه بر روی نمرات متغیر علاقه اجتماعی در بعد فکری - احساسی

شاخص آماری	مجموعه مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معنی داری
بین گروهی	۸۶/۴۵۹	۱	۸۶/۴۵۹	۰/۳۴۴	۰/۵۵۹

با استفاده از آزمون تحلیل واریانس یک راهه، میانگین نمره علاقه اجتماعی ترجیح فکری ($SD=۱۶/۳۵$) و ($M=۷۷/۵۰$) با میانگین ترجیح احساسی ($SD=۱۲/۸۳$ و $M=۷۵/۲۸$) مقایسه شد. براساس نتایج این مقایسه، همان‌طور که در جدول شماره ۴ مشاهده می‌شود، می‌توان گفت که تفاوت دو گروه به لحاظ آماری معنادار نیست. ($P < ۰/۰۵$)

فرضیه چهارم

بین بعد داوری‌کننده - ملاحظه‌کننده از نظر میزان علاقه اجتماعی تفاوت وجود دارد.

جدول ۹: میانگین و انحراف استاندارد نمرات متغیر علاقه اجتماعی در دو گروه داوری‌کننده و ملاحظه‌کننده

شاخص‌های آماری		متغیرها
انحراف استاندارد	میانگین	
۱۵/۵۲	۷۸/۰۲	گروه داوری‌کننده
۱۶/۸۸	۷۲/۷۷	گروه ملاحظه‌کننده

جدول ۱۰: نتایج تحلیل واریانس یک راهه بر روی نمرات متغیر علاقه اجتماعی در بعد داوری‌کننده - ملاحظه‌کننده

شاخص آماری	مجموعه مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معنی داری
بین گروهی	۵۰۵۱/۴۶۳	۱	۵۰۵۱/۴۶۳	۲/۰۳۶	۰/۱۵۶

با استفاده از آزمون تحلیل واریانس یک راهه، میانگین نمره علاقه اجتماعی ترجیح داوری‌کننده ($SD=۱۵/۵۲$ و $M=۷۸/۰۲$) با میانگین ترجیح ملاحظه‌کننده ($SD=۱۶/۸۸$ و $M=۷۲/۷۷$) مقایسه شد. براساس نتایج این مقایسه، همان‌طور که در جدول شماره ۵ مشاهده می‌شود، می‌توان گفت که تفاوت دو گروه به لحاظ آماری معنادار نیست. ($P < ۰/۰۵$)

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به نتایج به دست آمده در این پژوهش، در فرضیه اول تفاوت معناداری بین بعد برون‌گرایی و درون‌گرایی در متغیر علاقه اجتماعی دیده شده است به طوری که میانگین نمرات ترجیح برون‌گرایی نسبت به ترجیح درون‌گرایی بزرگتر است. این نتیجه با نتایج تحقیقات عاشقی (۱۳۸۸)، صبحی قراملکی و پارسامنش (۱۳۹۱)، زندی پور، آزادی و ناهیدپور (۱۳۹۰) تا حدودی همسوست. عاشقی در پژوهش خود به این نتیجه رسیده است که بین برون‌گرایی و تعهد شغلی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. پژوهش مطرح شده از این جهت با فرضیه ی پژوهش حاضر همسوست، که علاقه اجتماعی می‌تواند احساس تعهد هرکسی را جلب کند (پروچسکا، ۲۰۰۷، ترجمه سیدمحمدی، ۱۳۹۳). صبحی قراملکی و پارسامنش در پژوهش خود نشان دادند که برون‌گرایی پیش‌بینی‌کننده میزان شادی است. شادی از آن جهت به علاقه اجتماعی مرتبط است که خوشنودی و موفقیت مآخذاً با این پیوند اجتماعی ارتباط دارند (کری، ۲۰۱۳، ترجمه سیدمحمدی، ۱۳۹۱). زندی پور، آزادی در پژوهش خود به این نتیجه رسیده اند، بین نمرات شاخص برون‌گرایی با بخشش و سلامت روان رابطه مثبت معناداری وجود دارد. بخشش و سلامت روان از آن جهت به علاقه اجتماعی مرتبط هستند که علاقه اجتماعی شاخص اصلی سلامت روان است (کری، ۲۰۱۳، ترجمه سیدمحمدی، ۱۳۹۱). بر این اساس می‌توان این‌گونه استنباط کرد که نتیجه فرضیه حاضر شاید به این خاطر باشد که برون‌گراها توجه و انرژی خود را به دنیای بیرون از خود معطوف

می‌کنند؛ آنها به اشخاص دیگر توجه دارند و از داشتن تبادل و تعامل با سایرین لذت می‌برند، همچنین برون‌گراها با اشتیاق فراوان ارتباط برقرار می‌کنند (تیگر، پاول، تیگر، باربارا؛ ترجمه‌ی قراچه‌داغی و رحیم منفرد، ۱۳۹۳). ویژگی افراد برون‌گرا همان‌طور که ذکر آن رفت با متغیر علاقه اجتماعی که از ویژگی‌های اصلی آن تمایل به همکاری با دیگران برای صلاح عمومی است (شیلینگ، ترجمه آری، ۱۳۹۰)، هماهنگ و همسوست. بر اساس نتایج به دست آمده در فرضیه دوم، تفاوت معناداری بین بعد حسی و شمی در متغیر علاقه اجتماعی دیده شده است؛ به طوری که میانگین نمرات ترجیح حسی نسبت به ترجیح شمی بزرگ‌تر است. با توجه به بررسی‌هایی که محقق انجام داده است تحقیقی منطبق با این مفروضه در بین تحقیقات داخل و خارج از ایران یافت نشده است. بر این اساس، نتیجه‌ی فرضیه‌ی حاضر شاید به این خاطر باشد که افراد حسی در روابط خود از حواس پنج‌گانه استفاده می‌کنند، در نتیجه آنها در روابط خود به احساس توجه زیادی می‌کنند. حسی‌ها حقایق زیادی را می‌بینند و آن‌ها را به خاطر می‌سپارند اما آنها را تفسیر نمی‌کنند. ویژگی افراد حسی همان‌طور که ذکر آن رفت با متغیر علاقه اجتماعی که یکی از مشخصه‌های اصلی آن (دیدن با چشمان دیگران، شنیدن با گوش‌های دیگران و احساس کردن با قلب دیگران است) (انسباخر، ۱۹۷۹)، در ارتباط است. این درحالی است که شمی‌ها به حواس پنج‌گانه زیاد تأکید نداشته و به الهام، استنباط و تفسیر حقایق علاقه‌مندند. بر اساس نتایج به دست آمده در فرضیه سوم، تفاوت معناداری بین بعد فکری و احساسی در متغیر علاقه اجتماعی دیده نشده است. با توجه به بررسی‌هایی که محقق انجام داده است تحقیقی منطبق با این مفروضه در بین تحقیقات داخل و خارج از ایران یافت نشده است. بر اساس نتایج به دست آمده در فرضیه چهارم، تفاوت معناداری بین بعد داورمی‌کننده و ملاحظه‌کننده در متغیر علاقه اجتماعی دیده نشده است. با توجه به بررسی‌هایی که محقق انجام داده است تحقیقی منطبق با این مفروضه در بین تحقیقات داخل و خارج از ایران یافت نشده است. به طور کل توجه به ابعاد شخصیت در مشاغل مختلف از مقوله‌هایی است که می‌تواند شخص را در بهتر انجام دادن مسئولیت یاری کند؛ از سوی دیگر علاقه اجتماعی که آدلر آن را معیار سلامت روان در نظر گرفته است، نقش بسیار مهمی در پیشرفت و بهبود سلامت نیروی کار دارد و نادیده انگاشتن آن خطری برای سلامت نیروی کاری محسوب می‌شود. به عبارت دیگر ابعاد شخصیت انسان به عنوان عامل مهم جدانشدنی، در محیط کار تأثیرگذار است؛ زیرا رفتار هر فرد تا حدود زیادی تحت تأثیر شخصیت وی می‌باشد. لذا ابعاد و ویژگی شخصیت افراد باید در استخدامی‌ها و انتخاب مشاغل مورد توجه قرار گیرد؛ زیرا ابعاد شخصیتی می‌تواند بر میزان علاقه اجتماعی نیروی کار اثرگذار باشد. بحث علاقه اجتماعی نیز در انتخاب مشاغل، باید جدی گرفته شود؛ زیرا افرادی که در مشاغل مختلف به وسیله علاقه اجتماعی برانگیخته می‌شوند، وسعت دید بالایی داشته و حداکثر تلاش خود را برای کمک به رفاه دیگران و بهبود بشریت به کار می‌گیرند؛ در نتیجه به پیشرفت جامعه کمک شایانی خواهند کرد. از جمله محدودیت پژوهش حاضر می‌توان به کم‌حوصلگی و عدم پاسخگویی بعضی از رانندگان و محدود کردن نمونه پژوهش به رانندگان شهرستان ساری اشاره کرد. لذا انجام تحقیق با حجم نمونه بزرگ‌تر، در محدوده‌ی جغرافیایی وسیع‌تر توصیه می‌شود. پیشنهاد می‌شود سازمان‌ها به بحث علاقه اجتماعی در شغل توجه بیشتری نشان دهند. از جمله راه‌هایی که می‌توان علاقه اجتماعی افراد را شناسایی کرد، ابعاد شخصیتی افراد است. به عبارت دیگر عامل شخصیت بر علاقه اجتماعی افراد تأثیرگذار است. افرادی که در مشاغل مختلف به وسیله‌ی علاقه اجتماعی برانگیخته می‌شوند، وسعت دید بالایی داشته و حداکثر تلاش خود را در شغل مورد نظر و حتی بهبود بشریت به کار می‌گیرند. همچنین سازمان‌ها در استخدام متقاضیان کار، شناسایی ابعاد شخصیت را در اولویت برنامه‌های خود قرار دهند. شخصیت‌هایی که به وسیله علاقه

اجتماعی برانگیخته می‌شوند گزینه‌های بهتر و ارجح‌تر برای استخدام خواهند بود. در واقع پیشرفت سازمان‌ها یا در حوزه وسیع‌تر جوامع بشری منوط به استخدام چنین شخصیت‌هایی است؛ چنین افرادی اقدام به رفتارهای شهروند سازمانی می‌کنند چرا که بهبود وضعیت سازمان و جامعه هدف اصلی آن‌ها در زندگی است. در پایان از مسئولین مسیر خط‌های درون شهری به ویژه جناب آقای علی اصغر مهدوی به دلیل کمک و همکاری‌شان جهت انجام این پژوهش تشکر و قدردانی می‌شود.

منابع

- آهن‌گی، اکرم. عابدین، علیرضا. فتح‌آبادی، جلیل (۱۳۸۸). رابطه بین تیپ‌های شخصیت باسبک‌های حل مسأله در کارکنان دانشگاه، فصلنامه روانشناسی کاربردی، دوره ۳، شماره ۴، صص ۴۰-۶۱
- امانی، رزیتا؛ مجذوبی، محمد رضا (۱۳۹۱). رابطه بین تیپ‌های شخصیتی میرز-بریگز و رضایت مندی زناشویی. نخستین همایش ملی شخصیت و زندگی نوین. سنندج: دانشگاه آزاد اسلامی.
- پروچسکا، جیمز؛ نورکراس، جان (۲۰۰۷). نظریه‌های روان‌درمانی، ترجمه یحیی سید محمدی (۱۳۹۳). تهران: نشر روان.
- پروین، لورنس‌ای؛ جان، اولیور پی (۲۰۰۲). شخصیت. ترجمه محمد جواد عابدی، پروین کدیور (۱۳۹۳). تهران: آبیژ.
- پورافکاری، نصرالله (۱۳۷۳). فرهنگ جامع روانشناسی - روانپزشکی (انگلیسی - فارسی) تهران: نشر فرهنگ معاصر.
- تیگر، پاول. تیگر، باربارا (۱۳۸۳). شغل مناسب شما. ترجمه مهدی قراچه‌داغی، حسین رحیم منفرد. تهران: نقش و نگار.
- زندگی پور، طیبیه؛ آزادی، شهذخت؛ ناهیدپور، فرزانه (۱۳۹۰). بررسی رابطه ویژگی‌های شخصیتی، بخشش و سلامت روان در زوج‌های مراجعه‌کننده به مراکز بهداشت گچساران. جامعه‌شناسی زنان، دوره دوم، شماره دوم، صص ۱-۱۸.
- سهامی، سوسن. مظلومی، سعیده (۱۳۹۱). ساخت و اعتباریابی مقیاس علاقه‌ی اجتماعی. روش‌ها و مدل‌های روانشناختی، دوره ۲، شماره ۹، صص ۱۱۳-۱۲۴.
- شفیع‌آبادی، عبدالله (۱۳۹۲). راهنمایی و مشاوره شغلی و نظریه‌های انتخاب شغل (باتجدید نظر کلی و اضافات). تهران: رشد.
- شفیع‌آبادی، عبدالله (۱۳۹۰). راهنمایی و مشاوره‌ی شغلی و حرفه‌ای و نظریه‌های انتخاب شغل. تهران: رشد.
- شولتز، دوان (۱۹۹۰). نظریه‌های شخصیت. ترجمه یوسف کریمی، فرهاد جمهری، سیامک نقشبندی، بهزاد گودرزی، هادی بحیرایی، محمد رضا نیکخو (۱۳۸۳). تهران: نشر ارسباران.
- شیلینگ، لوییس. نظریه‌های مشاوره (دیدگاه‌های مشاوره). ترجمه سیده خدیجه آرین (۱۳۹۰). تهران: اطلاعات.
- صبیحی قراملکی، ناصر؛ پارسامنش، فریبا (۱۳۹۱). بررسی رابطه شادکامی و شخصیت، نخستین همایش ملی شخصیت و زندگی نوین، سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی واحد سنندج
- عاشقی، مهدی (۱۳۸۸). بررسی رابطه ویژگی‌های شخصیتی مایرز-بریگز با تعهد مشاوران مدارس منطقه ۶ شهر تهران. تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.
- علیزاده، حمید (۱۳۸۳). آلفرد آدلر: گستره‌ی نظریه شخصیت و روان‌درمانی. تهران: نشر دانژه.

فیست، جس. فیست، گریگوری جی (۲۰۰۲). نظریه شخصیت. ترجمه یحیی سید محمدی (۱۳۸۴). تهران: نشر روان.
کری، جerald (۲۰۱۳). نظریه و کاربرست مشاوره و روان درمانی. ترجمه یحیی سید محمدی. تهران: نشر ارسباران (۱۳۹۱).
میرسپاسی، ناصر (۱۳۷۸). تناسب نوع شخصیت و نوع شغل. مقاله چاپ شده در نشریه دانش مدیریت. سال دوازدهم. شماره ۴۴.

Ansbacher, H.L. (1979). the increasing recognition of adler. in H.L. ansbacher & R.R. ansbacher (eds), superiority and social interest. Alfred Adler, A collection of his later writings (3rd rev. ed, pp. 3-20). New york: Norton.
Higgs. (2001). is there a relationship between the myers_briggs type x indicator and emotional. journal of monogerial psychology.
Kerr R, McHugh M, McCrory M. (2009). HSE Management Standards and stress-related work outcomes. Occupational Medicine; 59:574-57.
Milliren, A.P., & Clemmer, F. (2006). introduction to Adlerian psychology: Basic principles and methodology. in S. Slavik & j. Carlson (Eds), Readings in the theory and practice of Individual psychology (pp. 17-43). New york: Routledge (Taylor & Francis).
Schwartz, C.E. (2007). Altruism and subjective well-being: Conceptual model and empirical support. In S.G. Post (Ed.), Altruism and health: Perspectives from empirical research (pp. 33-42). New York, NY: Oxford University Press.
Schwartz, C., Meisenhelder, J. B., Ma, Y., & Reed, G. (2003). Altruistic social interest behaviors are associated with better mental health. Psychosomatic Medicine, 65, 778-785.
Yalom, I. (1982). The "terrestrial" meanings of life. International Forum for Logotherapy, 5, 92-102.