

بررسی اولویت‌های ارزشی مادی و فرامادی دانشجویان و ارتباط آن با عوامل اجتماعی و فرهنگی

کریم رضادوست^۱، معصومه باقری^۲، کیومرث ملایی^۳

چکیده

ارزش‌ها از یک سو راهنما و تعیین‌کننده گرایش‌های اجتماعی و ایدئولوژی‌ها و از سوی دیگر تعیین‌کننده رفتار و کنش اجتماعی است و در آداب و رسوم، قوانین، اعتقادات و اصول مقدس و شیوه‌ها زندگی متجلی می‌شود. این مطالعه با استفاده از نظریه تحول فرهنگی اینگلهارت، در صدد شناخت اولویت‌های ارزشی دانشجویان و ارتباط آن با عوامل اجتماعی و فرهنگی است. روش پژوهش پیمایشی و داده‌ها با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته گردآوری شده است، جامعه آماری شامل کلیه دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز در سال تحصیلی ۹۳-۹۴ می‌باشد، حجم نمونه ۴۰۰ نفر و شیوه نمونه‌گیری بر اساس نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب منطبق بر دانشکده و جنس پاسخگویان بوده است. اعتبار پرسشنامه از طریق اعتبار محتوایی سنجیده شده و پایایی با توجه به ضریب آلفای کرونباخ (۰.۸۵) پایایی قابل قبولی را نشان می‌دهد. در تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون پیرسون، آزمون آنالیز واریانس یک طرفه و آزمون تی استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که دانشجویان دارای ارزش‌های التقاطی فرامادی گرایانه هستند و تفاوتی در اولویت‌های ارزشی در گروه‌های سنی و جنسی مختلف دانشجویان وجود ندارد. از بین متغیرهای مستقل تحقیق، «احساس امنیت اجتماعی»، «پایگاه اجتماعی-اقتصادی»، «رسانه‌های جمعی» و «دینداری»، «اعتماد اجتماعی» رابطه معنا داری با اولویت‌های ارزشی دارند.

واژگان کلیدی: اولویت‌های ارزشی، اعتماد اجتماعی، رضایت اجتماعی، دینداری

تاریخ دریافت ۱۳۹۷/۰۶/۲۳ تاریخ پذیرش ۱۳۹۸/۰۷/۱۲

^۱ دانشیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصاد، دانشگاه شهید چمران، اهواز، خوزستان، ایران.
(نویسنده مسئول): k.rezadoost@scu.ac.ir

^۲ دانشیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصاد، دانشگاه شهید چمران، اهواز، خوزستان، ایران.

^۳ فارغ التحصیل کارشناسی ارشد رشته جامعه‌شناسی، گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصاد، دانشگاه شهید چمران، اهواز، خوزستان، ایران.

مقدمه

مفهوم ارزش^۱ از مفاهیم پیچیده با کاربرد بسیار و معانی متنوع می‌باشد. این واژه در فلسفه، حقوق، روان‌شناسی، علوم اقتصاد، سیاست، علم اخلاق، و جامعه‌شناسی معانی متفاوتی به کار رفته است. ارزش از نظر جامعه‌شناسی به معنای خوب یا بد، شایسته و مطلوب یا ناشایسته و نامطلوب در نزد یک فرد تعریف شده است (گیدنز، ۱۳۸۲: ۵۶). صاحب نظران مختلفی از جمله کلاکهورن^۲، استروبوک^۳، پارسونز^۴ و روکیچ به سلسله مراتبی بودن ارزش‌ها توجه کرده‌اند، پنج مسله اساسی را که در هر جامعه وجود دارد و باید پاسخی ارزشی به آنها داده شود مورد پژوهش میدانی قرار داده‌اند. آنها به این نتایج دست یافتن که نظام ارزش‌های یک جامعه فقط از ارزش‌های مسلط تشکیل نمی‌شود، بلکه نظام ارزش‌ها شامل مجموعه ارزش‌های است که به شکل سلسله مراتبی قابل تغییر در هم آمیخته‌اند. در این میان به ندرت ارزش‌های جدید ظهور می‌کنند. آنچه روی می‌دهد تغییر اولویت‌های ارزشی است. این سلسله مراتب ضمن متأثر شدن از شرایط اجتماعی در تغییرات اجتماعی دیگر نیز موثر است (گاللاگر^۵، ۲۰۰۱). هر نظام اقتصادی و سیاسی با ثبات دارای نظام فرهنگی همساز و پشتیبانی است که به آن مشروعیت می‌بخشد، به طور که اعضای آن جامعه یک سلسله قواعد و هنجارهای را می‌پذیرند و درونی می‌کنند. فرهنگ به نظام‌های سیاسی و اقتصادی شکل می‌دهد و در مقابل از آنها تاثیر می‌پذیرد. بی‌هیچ تردیدی، فرهنگ در خدمت مشروعیت بخشیدن به نظام اجتماعی است. فرهنگ بر حسب هدفهای مشترک جامعه را یکپارچه می‌کند، نیازهای فکری و زیبای شناختی را برآورده می‌کند، و رفتار نخبگان را تا حدودی محدود و مشروط می‌کند (ینگلهارت^۶، ۱۳۸۶). جوامع در حال دگرگونی‌اند، یکی از ادعا‌های محوری نظریه‌نوسازی این است که رشد اقتصادی و تغییرات فرهنگی و دگرگونی سیاسی، همه در الگویی منسجم و همساز تا حدی پیش‌بینی پذیر جای می‌گیرند. مردم از آن رو از یک شیوه زندگی به شیوه دیگر زندگی متمایل شده‌اند که در هر محیط اقتصادی و فنی معین انواع خاصی از جوامع بر انواع دیگر

-
1. value
 2. Anthony Giddens
 3. Kluckhohn
 4. Strobak
 5. Parsons
 6. Gallagher
 7. Inglehart

برتری کارکردی دارند. به نظر بسیاری از صاحب نظران جوامع و ارزش های آنان از مرحله نوسازی وارد مرحله پسانوسازی شده اند. تحول ارزشی پسامدرنی تحول عمده فرهنگی در تاریخ نیست. تغییر جهان بینی سنتی ناشی از اقتصاد ثابت و یکنواخت گذر از جامعه کشاورزی به صنعتی را تسهیل کرده و اکنون جوامع صنعتی پیشرفته که بخش عمده ای از جمعیت آن در رفاه اقتصادی بزرگ شده اند، اولویت های ارزشی آنان با تاکید روزافزون بر کیفیت زندگی و ابراز وجود تغییر یافته است. به نظر اینگلهارت درون هر جامعه معین ارزش های پست مدرن بیشتر در بین افرادی که از امنیت جانی و اقتصادی برخوردارند گسترده خواهد بود. تحصیل کرده ها و ثروتمندان احتمال بیشتری دارد که دارای ارزش های فرامادی باشند. این تحقیق بر آن است که اولویت های ارزشی دانشجویان به عنوان افراد در حال تحصیل و تاثیر گذار بر فرهنگ جامعه مور بررسی قرار دهد.

در دنیای متحول و دگرگون کنونی، جوامع در ابعاد گوناگون دچار تغییر و تحول می شوند. چرا که تغییر یکی از بدیهی ترین خصوصیت جامعه است. جامعه تاریخ است زیرا دائم در حرکت تاریخی است، خود را دگرگون می کند و پیوسته در حال دگرگون ساختن خود اعضایش، محیطش و سایر جوامعی است که با آنها در ارتباط است. جامعه بی وقفه نیرو های بیرونی یا درونی که ماهیت، جهت و سرنوشت آن را تغییر می دهد ایجاد کرده، و پذیرای آنها شده و یا آنها را تحمل می کند. تمام جوامع چه به صورت ناگهانی و چه به صورت آرام یا نامحسوس، هر روز تغییراتی را که کم و بیش با گذشته اش هماهنگی داشته و طرح و مسیر کم و بیش مشخصی را تعقیب می کنند به خود می بیند (گی روشه، ۱۳۷۲-۲). از جمله این ابعاد و مهمترین آنها که با تغییر آنها به قول دکتر بهشتی انقلاب رخ می دهد، فرهنگ و ارزش و استحاله آنها است. ارزش ها از یک سو راهنما و تعیین کننده گرایش های اجتماعی و ایدئولوژی ها و از سوی دیگر تعیین کننده رفتار و کنش اجتماعی است که در آداب و رسوم، قوانین، اعتقادات و اصول مقدس و شیوه هایی زندگی متجلی می شود (داریاپور، ۱۳۸۱: ۸۴). ارزش ها جزو اصلی و سازنده فرهنگ به شمار می روند که ثبات یا تغییر آنها موجب ثبات یا تغییر فرهنگ ها در طول زمان و مکان می شوند و به طبع آن ثبات یا دگرگونی جوامع را تحت تاثیر قرار می دهند (خالقی فر، ۱۳۸۱: ۱۰۹). ارزش ها در هر جامعه همواره به صورت نظامی، سازماندهی می شوند که در آن بر اساس میزان اهمیتی که مردم هر یک از جوامع برای ارزش های متفاوت قائل اند نوعی حالت سلسله مراتبی میان ارزش های گوناگون ایجاد می شود. که برای درک تحولات و تغییرات فرهنگی امری ضروری است، با توجه به جایگاه ارزش ها

در فرهنگ جوامع بدون مطالعه ارزش قادر به استنباط درستی از تغییرات در عرصه فرهنگ نخواهیم بود. همچنانکه رونالد اینگلهارت درباره دگرگونی ارزشی در جوامع پیشرفته صنعتی می‌نویسد: ((فراگرد دگرگونی ارزش‌ها در میان نسل‌ها به تدریج به سیاست و هنجارهای فرهنگی جوامع پیشرفته صنعتی انتقال می‌یابد. تحول از اولویت‌های ارزشی مادی به سمت ارزش‌های فرامادی مسائل سیاسی جدیدی را به مرکز صحنه آورده و نیز محرک اصلی بسیاری از جنبش‌ها شده است، از این گذشته خیزش فرامادی گرایی به تنهایی یک جنبه از فراگرد گسترده دگرگونی فرهنگی باشد که به گرایش‌های مذهبی، هنجارهای جنسی و هنجارهای فرهنگی جوامع غربی شکل‌نویسی بخشیده است (اینگلهارت، ۱۳۷۳:۷۳)).

نظام ارزشی مجموعه‌ای از ارزش‌ها است که افراد جامعه درباره آن توافق نسبتاً زیادی دارند و از خود و اطرافیان انتظار دارند که این ارزش‌ها را مطلوب دانسته‌اند و مطابق با آنها رفتار نمایند. از آنجا که یکی از مشخصات نظام ارزشی و ارزش‌ها نسبی بودن آنها است، یعنی از فردی به فرد دیگر و از فضایی به فضایی دیگر و از زمانی به زمانی دیگر تفاوت می‌کند، و این تفاوت‌ها تحت تاثیر برخی عوامل اجتماعی و فرهنگی است که برخی عوامل اجتماعی و فرهنگی است که می‌توان با بررسی تاثیر آنها و میزان این تاثیر با توجه و کنترل سایر عوامل به تبیین و پیش‌بینی پرداخت. این‌نشتاد معتقد است که در تمام جوامع انسانی تمایل به تغییر ذاتی است، زیرا این جوامع با مسائلی مواجه هستند که هیچ راه حل دائمی برای آنها وجود ندارد (گودرزی، ۱۳۸۱: ۳۹). اولین مرحله بحران هویت در ایران ناشی از شکست ایرانیان از غرب توسعه یافته و سرخوردگی از هویت خودی است. لیکن این بحران از زمان رضاشاه با اتخاذ ارزش‌های غربی در مدرنیته کردن اجباری کشور صورت گرفته است. تقابل ارزش‌ها و فرهنگ غربی با ارزش‌های اساسی و فرهنگ و تمدن ایرانی به روایت معمول تضاد سنت و مدرنیته، سر فصل بحران هویت در جامعه ایرانی است. با اقدامات رضاشاه سنت و مدرنیسم، ارزش‌های غربی و ارزش‌های اسلامی رودرروی یکدیگر قرار گرفت و این جدال و چالش نظام فرهنگی را دچار بحران اساسی کرد. و این بحران با ابعاد وسیع تا امروز جریان یافته است (همان، ۳۹) در جریان انقلاب اسلامی نظام فرهنگی جامعه به سرعت دگرگون شد، قیافه‌های ظاهری بدون دستور از بالا به صورت درونی تغییر یافت، لباس خانم‌ها و آقایان تغییر یافت، جلسات قرآن معمول شد، جوانان به سوی حوزه‌های علمی هجوم آوردند و استفاده از کلمات خارجی کم شد. در مسیر شکل‌گیری ارزش‌ها و هنجارها، جنگ ایران و عراق نقش عمده

ای ایفا کرد. در طول جنگ مردم به خصوص جوانان به مقابله با دشمن بسیج شدند؛ در جبهه ها یک فرایند همبستگی و انسجام اجتماعی و دگرگونی عمیق ارزش ها روی داد و مفاهیمی که دارای بار فرهنگی وسیعی بودند از قبیل ایثار، شهادت، انفاق، از خود گذشتگی و..... در این دوران به شدت رواج یافت. از سال ۱۳۶۷ با خاتمه جنگ دوران سازندگی آغاز گردید؛ در این دوران با دگرگونی فرهنگی مواجه شدیم که در طول دوران انقلاب اسلامی و سالهای جنگ شکل گرفته بودند. از سال ۱۳۶۸ الگوی مصرف تغییر یافت، نابرابری های اجتماعی افزایش پیدا کرد، جمعیت شهر نشین رشد بیشتری یافت، الگوی مرجع جوانان تغییر پیدا کرد و آرایش و حجاب دچار تحول گردید. برگزاری مجالس خلاف ارزش های اجتماعی رواج یافت، استفاده از پوشاک نامناسب، با نشانه های گوناگون که چه بسا استفاده کنندگان آن نیز معنای آن را نمی دانستند شیوع پیدا کرد، رواج روابط خلاف اخلاق، تضعیف روابط خانوادگی، مسئله ماهواره و عدم رعایت پوشش اسلامی از نشانه های چنین وضعیتی است (رفیع پور، ۱۳۷۶).

از این رو تعیین اولویت های ارزشی در جوامع گوناگون امروزی مسئله ای است که همواره باید مورد بررسی دقیق قرار گیرد، تا از ارزش های مسلط بر جامعه آگاهی کافی به دست آید، نکته حائز اهمیت دیگر این است که همواره احتمالاتی وجود دارد که ارزش های متحول توسط اقلیتی فعال اخذ شوند و سپس کل جامعه را تحت تاثیر خود قرار دهد. بنابراین شناخت گروههای پیشرو نیز از اهمیت ویژه ای برخوردار می شود امروز جامعه ایران با توجه به جوان بودن از یک سو و از طرف دیگر گسترش تکنولوژی، شاهراه های مخابراتی، شبکه های اطلاعات و ارتباطات و رسانه های جمعی تصویری که باعث بالا رفتن سطح سواد و آگاهی شده و به تعبیر مک لوهان حواس انسانی امتداد یافته، مرزبندی های قراردادی به طور آشکار و پنهان شکسته و جوامع و عناصر آن یعنی انسانها به همدیگر نزدیکتر شده و دنیا و جوامع آن به یک سیستم و دهکده جهانی تبدیل شده است، همچنین گسترش آموزش عالی و افزایش دانشجویان جایگاه خاصی به این قشر بخشیده است. زیرا این افراد به عنوان نیروی متخصص آینده کشور را به دست خواهند گرفت، بنابراین مطالعه نظرات آنها از اهمیت ویژه ای برخوردار است و آگاهی از اولویت های ارزشی آنها نه فقط خواسته ها و اولویت های این دسته از جوانان را آشکار می سازد، بلکه امکان پیش بینی تغییرات اجتماعی پیش رو را نیز فراهم خواهد کرد. جوانان و به ویژه دانشجویان یکی از کارگزاران امر توسعه در جوامع

تلقی می‌شوند که توجه به نظام ارزشی آنها حائز اهمیت است. در این مطالعه سعی شده تا جهت‌گیری ارزش و برخی از عوامل فرهنگی و اجتماعی مرتبط بررسی شود.

ارزش‌ها نقش اصلی در تبیین، کنترل، هدایت، نظارت و پیش‌بینی کنش دارند و عنصر بنیادین در نظام فرهنگی به شمار می‌روند. تا جایی که بیشتر نظریه پردازان علوم اجتماعی و به خصوص جامعه‌شناسی به بررسی آن در جوامع بشری پرداخته‌اند. در این میان از امیل دورکیم با مبحث وجدان جمعی و همبستگی مکانیکی و ارگانیکی و نظام ارزشی هر یک از آنها، پارسونز با بحث از نظام فرهنگی که از طریق ارزش‌ها و هنجارها به سایر خرده نظام‌های کنش نظارت - کنترل می‌کند و اطلاعات می‌رساند و از طریق همان‌ها به تبادل اطلاعات در بین سایر نظام‌های اجتماعی (جوامع) می‌پردازد، وبر با بحث از ارزش‌های سنتی در برابر ارزش‌های عقلایی و اقتدار مربوط به هر یک، مارکس با مبحث فرهنگ به مثابه رو بنا و تاثیر پذیری از اقتصاد، مرتن با تئوری گروه‌های مرجع و نقش آن در تحول ارزشی، هابرماس با مبحث مشروعیت‌ها، گیدنز با مبحث سنت و مدرنیته و رونالد اینگلهارت با مباحث انقلاب خاموش و تحول فرهنگی به بحث ارزش‌ها و گرایشات ارزشی پرداخته‌اند. جوامع در حال توسعه با مسائل مختلفی در زمینه دگرگونی ارزش‌ها مواجه هستند. از یک سو بدنه سنتی جامعه حافظ و نگه دارنده برخی ارزش‌های سنتی است و از سوی دیگر بدنه روشنفکر جامعه معتقد به تغییر و دگرگونی ارزش‌ها است. مقاومت و عدم تغییر ارزش‌ها و باورهای عمومی، مسائل تازه‌ای بر سر راه توسعه به وجود می‌آورد و آن را با موانع جدی روبرو می‌سازد، از این رو شناخت، ترویج، تقویت یا تضعیف و یا تغییر ارزش‌های اجتماعی از اهمیت خاصی برخوردار است که در مورد بررسی عوامل در حال توسعه باید مورد توجه جدی قرار گیرد.

مطالعه تحول ارزشی روشی برای شناخت تحولات اجتماعی عمده می‌باشد. می‌توان اذعان داشت که بر اساس تحولات ارزشی جریان تحولات آینده چگونه باشد. اگر چه باید توجه داشت که به نوبه خود تحول و گرگونی یک ضرورت نیست، بلکه این امر به دوام و استمرار نظام اجتماعی می‌انجامد و به پویایی جامعه کمک می‌کند. از سوی دیگر هر یک از ابعاد نظام ارزشی نمایانگر تاثیر عوامل مختلفی است که بازتابی و میزان تاثیر آنها و احتمال یافتن روابط علت و معلولی میان آنها می‌تواند به تعیین رابطه، حذف عوامل بحران‌زا در نظام ارزشی و تزریق عوامل منسجم‌کننده و وحدت بخش نظام ارزشی است.

با ارائه مدل علمی الگو مانند، از نظام ارزشی جامعه و ابعاد تشکیل دهنده آن و میزان دخالت هر بعد نسبت به سایر ابعاد در نظام ارزشی بیان شده می توان به یک بینش و دید و دید کلی درباره اذهان و دید افراد جامعه نسبت به پدیده ها و مطلوبیت ها رسید. از سوی دیگر هر یک از ابعاد نظام ارزشی، نمایانگر تاثیر عواملی چند، در با ارزش دانستن آن از سوی تعدادی از افراد جامعه است که با بازیابی و میزان تاثیر آن ها (و احتمالاً یافتن رابطه علی - معلولی میان آن ها) می توان به تعیین رابطه، حذف عوامل بحران زا در نظام ارزش و تزریق عوامل منسجم کننده و وحدت بخش نظام ارزشی پرداخت. زمین آبادی پژوهشی بر روی خانواده های ساکن شهر مشهد در سال ۱۳۷۶ با عنوان «بررسی سلسله مراتب ارزشی پدران و پسران» به انجام رسانید؛ هدف اصلی این پژوهش بررسی سلسله مراتب ارزشی پدران و پسران بود. این تحقیق با استفاده از نظریه های روکیچ، اینگلههارت، آلپورت و پارسونز و با انتخاب نمونه ۱۳۱ خانواده ساکن مشهد به طور تصادفی انتخاب شده بودند انجام شد. این تحقیق نشان داد که خاستگاه خانوادگی بر ارزش های پدران تاثیر مثبت داشته است، همچنان که ارزش های پدران از یک منطقه با منطقه دیگر تفاوت داشته است، پایگاه اجتماعی و اقتصادی خانواده، ساعت تماشای تلویزیون و میزان تحصیلات و تجربیات فرهنگی پدر نیز بر ارزش هایش تاثیر داشت. ارزش های پسران نیز با توجه به نوع مدرسه، محل تحصیل، تجربیات فرهنگی، پایگاه اجتماعی و اقتصادی، ساعت تماشای تلویزیون و میزان تحصیلات تفاوت داشت. در کل پدران به ترتیب سیاسی، اجتماعی، مذهبی و اقتصادی و ارزش های پسران به ترتیب اجتماعی، سیاسی، مذهبی و اقتصادی بود. پژوهشی در سال ۱۳۸۰ در استان مازندران توسط آزادارمکی و مسقطیان با عنوان «تغییرات فرهنگی در استان مازندران» با حجم نمونه ۳۸۴ نفر و به شیوه مصاحبه حضوری انجام گرفت. این پژوهش با استفاده از نظریه اینگلههارت انجام گرفت و نتایج زیر حاصل گردید: به طور کلی تغییرات در استان مازندران با توجه به پیش زمینه های فرهنگی در بین گروه های مختلف نشان نمی دهد و از بین متغیر های استفاده شده تنها تحصیلات به عنوان امنیت سازنده در دگرگونی ارزشی تا حدودی تاثیر گذار می باشد. خالقی فردر تحقیقی که در سال ۱۳۸۱ بر روی دانشجویان دانشگاه های تهران با عنوان «بررسی ارزش های مادی و فرامادی جوانان تحصیل کرده ایرانی و عوامل موثر بر آن با برخی از نشانگان فرهنگی» با حجم نمونه ۳۳۳ نفر از دانشجویان دانشگاه های تهران توسط خالقی فر به انجام رسید که نتایج زیر حاصل گردید: ۴۹/۸ درصد از پاسخگویان دارای اولویت های ارزشی فرامادی گرایانه ۱۴/۱ درصد دارای اولویت های ارزشی مادی گرایانه و ۳۵/۱

درصد باقیمانده دارای اولویت‌های ارزشی بین این دو یعنی دارای ارزش‌های التقاتلی بودند. و از بین متغیرهای استفاده شده؛ میزان اعتماد بین شخصی، احساس رضایت اجتماعی، اعتماد به مسئولان و نهادهای سلسله‌مراتبی، مذهب، میزان امنیت وجودی، میزان امنیت اجتماعی و میزان وابستگی مذهبی در میان پاسخگویان بسیار پایین است، همچنین پاسخ‌گویان به ارزش بقای ارزش‌های سنتی ارجحیت می‌دادند و دارای ارزش‌های مادی‌گرایانه قوم‌مرکز بودند. مهمترین فرضیه تحقیق یعنی رابطه امنیت اجتماعی و ارزش‌های مادی و فرامادی دارای رابطه معنادار و نشان‌دهنده این بود که با کاهش میزان امنیت اجتماعی ارزش‌های افراد از فرامادی‌گرایی به مادی‌گرایی سوق می‌یابد.

اینگلههارت^۱ و آبرامسون^۲ در مطالعه خود در سال ۱۹۹۴ با عنوان «امنیت اقتصادی و دگرگونی ارزشی» تحلیل سری زمانی، آثار مشترک تورم و بیکاری را کنترل، ضمن تأیید پیش‌بینی اینگلههارت در سال ۱۹۷۱ در خصوص جابه‌جایی میان نسلی به سمت ارزش‌های فرامادی‌گرایانه مشخص می‌کند که در میان هشت کشور اروپای غربی با توجه به داده‌های مربوط به بیست سال گذشته آن‌ها که قابل دسترسی بودند؛ از لحاظ آماری گرایش معناداری به سمت فرامادی‌گرایی به چشم می‌خورد. مدارک و شواهد موجود در پیمایش ارزش‌های جهانی طی سالهای ۱۹۸۱-۱۹۸۳ و ۱۹۹۰-۱۹۹۱ نمایانگر آن است که این جابه‌جایی ارزشی در هر جامعه‌ای که رشد اقتصادی به اندازه‌ای را در دهه اخیر تجربه کرده است، روی می‌دهد؛ چنانچه گروه‌های سنی جوانتر به نسبت گروه‌های سنی مسن‌تر که در دوره قبل از بلوغشان از امنیت بیشتری برخوردار بوده‌اند، از همین رو تفاوت‌های چشمگیری میان نسلی در جوامعی به چشم می‌خورد که رشد شتابانی را در تولید ناخالص سرانه محلی تجربه کرده‌اند. تفاوت‌های مذکور در جوامعی که رشد ناچیزی داشته‌اند یا اصلاً رشدی نداشته‌اند فوق‌العاده اندک است؛ بنابراین در هیچ‌جده جامعه از بیست جامعه‌ای که طی بیست سال گذشته داده‌های قیاس‌پذیری از آنها در دست بود افزایش یافته است. شوارتز^۳ و گیبسون^۴ در پژوهش خود در سال ۱۹۹۸ با عنوان «اولویت‌های ارزشی و جنسیت» با هدف بررسی تأثیر جنسیت بر اولویت‌های ارزشی افراد و همچنین بررسی اثر متغیرهای واسطه و تعدیل‌کننده‌ای همچون سن، تحصیلات

8. Inglehart

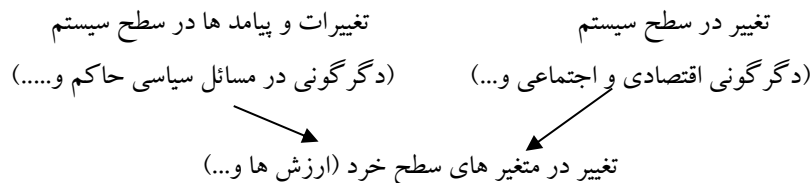
9. Abramson

10. Schwartz

11. Gibson

و قومیت انجام داده اند. نتایج حاصل بیانگر این است که جنسیت بر هیچ یک از ده نوع گرایش ارزشی شوارتز شامل خیر خواهی، سنت، امنیت، همنوایی، قدرت، موفقیت، برانگیختگی، لذت طلبی، خودتکایی و جهانگرایی موثر نبود. و کنش متقابلی با سن تحصیلات و قومیت نداشته است. کلارک و دات داده های حاصل از پیمایش های ارزش های جهانی منبع بسیاری از پژوهش ها است و بسیاری از محققان به نقد و بررسی نظریه اینگلهارت در باب تغییر ارزش ها از مادی گرای به فرامادی گرای پرداخته اند. از جمله می توان به هارولد کلارک و نیتش دات اشاره کرد؛ آنها در تحقیقی با عنوان «سنجش تغییر ارزش هادر جوامع صنعتی غربی: تاثیر بیکاری» که به تحلیل نمونه ای مبتنی بر مجموعه مشاهدات زمانی طی دوره ۱۹۷۶-۱۹۸۶ می پردازند؛ این تحقیق نشان داد که شاخص اروپایی برای تغییرات کوتاه مدت در شرایط اقتصادی که باعث تغییر موضوعات مهم سیاسی روز می شود حساس است. ماهیت این حساسیت به گونه ای است که افزایش قابل توجه در نرخ بیکاری در اوایل دهه هشتاد بر مبنای مقیاس چهار گزیننه ای نشان دهنده، تغییرات قابل توجهی به سمت ارزش های فرامادی در تعدادی از کشور ها شده است. تحلیل های مبتنی بر مجموعه مشاهدات زمانی مقطعی در مورد هشت کشور و در طول دوره ۱۹۷۶-۱۹۸۶ نشان می دهد که نقص این مقیاس را لحاظ نکردن گزینه ای درباره بیکاری، دلیل گرایش آشکار به سمت ارزش های فرامادی را به خوبی توضیح می دهد. اینگلهارت (۱۹۹۹) در پژوهشی بر روی یافته های حاصل از پیمایش ارزش های جهانی که تا زمان تهیه آن ۷۵ درصد جمعیت جهان در بیش از ۶۰ کشور را شامل شده است. به مطالعه تغییرات ارزش های جوامع مختلف بر مبنای دو فرضیه کمیایی و فرضیه اجتماعی شدن پرداخته است. نتایج حاصل از پژوهش نشان می دهد که به طور کلی توسعه اقتصادی موجب افزایش امید به زندگی و رفاه ذهنی می شود؛ اما از آستانه خاصی به بعد این تاثیر ناپدید می شود. ارزش های مورد تاکید افراد متأثر از شرایط زندگی دوران اجتماعی شدن آنها است. برای مثال در کشورهای اروپایی افراد مسن تر که شرایط جنگ جهانی دوم و رکود بزرگ اقتصادی را تجربه کرده اند به امنیت فیزیکی و اقتصادی اولویت بیشتری می دهند؛ در حالی که افراد جوانتر که امنیت و رفاه بعد از جنگ را تجربه کرده اند به ابراز وجود و کیفیت زندگی اهمیت می دهند. این تحقیق همچنین نشان می دهد که رفاه ذهنی بر پایه دموکراسی تاثیر اساسی دارد. در گذشته اکثر تحقیقات انجام شده این موضوع بودند که تحولات فرهنگی و اجتماعی در پاسخ به توسعه اقتصادی و تکنولوژی روی می دهند، اما این رویکرد قوت گرفت که در سیاه دگرگونی

فرهنگی باید شاهد تغییرات اقتصادی و فنی بود. به نظر اینگلهارت: «فرهنگ نظامی است از نگرش‌ها، ارزش‌ها و دانشی که به طرز گسترده در میان مردم مشترک است و از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود. در حالی که طبیعت انسانی از لحاظ زیست‌شناختی فطری و عمومی است، فرهنگ‌ها فرا گرفته می‌شوند و ممکن است از یک جامعه به جامعه دیگر تغییر کند. جنبه‌های اصلی فرهنگ و آن جنبه‌های از آن که در مرحله اولیه زندگی آموخته می‌شود در برابر دگرگونی مقاومت می‌کنند، هم بدین دلیل که به تلاش زیادی برای تغییر عناصر اصلی ساختار شناختی بزرگسالان نیاز است و هم از این روی که اصلی‌ترین ارزش‌های شخص به حد افراط می‌رسند دل‌کنند از آنها موجب تردید و اضطراب عمیقی می‌شود، حتی ممکن است در صورت تحولات اساسی و پایدار در اوضاع اجتماعی بخش‌های اصلی یک فرهنگ نیز دچار دگرگونی شوند، اما آنها از طریق جایگزینی نسل‌ها به مراتب بیشتری قابل تغییر هستند تا تغییر بزرگسالانی که قبلاً اجتماعی شده‌اند» (اینگلهارت، ۱۳۷۳: ۱۹). از سوی دیگر اینگلهارت معتقد است دگرگونی فرهنگی، تدریجی است و بازتاب دگرگونی در تجربه سازندهای است به نسل‌های مختلف شکل داده است. از این رو ارزش‌ها و هنجارهای سنتی در میان نسل‌های گذشته کاملاً گسترده است؛ در حالی که گرایش‌های جدید تا حد زیادی در میان نسل‌های جوانتر نفوذ دارد و با جانشین شدن نسل‌های جوانتر به جای نسل‌های بزرگتر، جهان بینی متداول در آن جوامع دگرگون شده است، دامنه پیامدهای گسترده است؛ دگرگونی فرهنگی هم بر آهنگ رشد اقتصادی در جوامع صنعتی و هم بر نوع توسعه اقتصادی که آنها دنبال می‌کنند تاثیر گذاشته و به شالوده اجتماعی برخورد سیاسی، دلایل مردم برای حمایت از احزاب سیاسی و نوع حزبی که حمایت می‌کنند و راه‌های که برای رسیدن به اهداف سیاسی خود برمی‌گزینند شکل نوینی بخشیده، همچنین آهنگ رشد جمعیت، ساختار خانواده و میزان حضور در کلیسا را تغییر داده است (اینگلهارت: ۱۳۷۳) اینگلهارت در آثار خود با نام‌های انقلاب خاموش و تحول فرهنگی در جوامع پیشرفته به مکانیزم تحولات فرهنگی در جوامع غربی در چند دهه گذشته پرداخته است، که این دیدگاه را می‌توان به صورت زیر بیان نمود: یک دسته تغییرات در متغیرهای سطح سیستم جامعه (مثلاً دگرگونی اقتصادی) منجر به تغییر در سطح خرد (مهارت‌ها و ارزش‌ها) شده که این تغییرات در سطح فردی به نوبه خود دارای پیامدهای در سطح سیستم جامعه می‌باشد.



اینکلهارت بر اساس سلسله مراتب نیازهای مازلو ارزش ها را به صورت ارزش های مادی/فرامادی دسته بندی می کند. حال بسته به تغییر متغیر ها در سطح سیستم جامعه یکی از این ارزش ها (مادی/فرامادی) در سطح فردی اولویت یافته و به نوبه خود منجر به پیامدهای در سطح سیستم جامعه می شود. از نظر اینکلهارت فرهنگ و لزوما ارزش ها تا حد زیادی تابع شرایط اقتصادی می باشند وی تغییرات در سطح سیستم را توسعه اقتصادی و فناوری، ارضای نیاز های طبیعی به نسبت وسیع تری از جامعه، افزایش تحصیلات، تجارب متفاوت گروههای سنی مثل فقدان جنگ و گسترش ارتباط جمعی، نفوذ رسانه های جمعی و افزایش تحرک جغرافیایی می داند. صنعتی شدن و مدرنیزاسیون دو مفهوم کلیدی در تغییرات اجتماعی هستند. جامعه صنعتی تاکید خاصی بر فناوری و جوانب فناورانه تغییر اجتماعی در سازمانها و اجتماعات در فرآیندهای از انسجام و عدم انسجام به سان تحرک اجتماعی داشته است. اما عامل فناورانه که بر نظام صنعتی غالب شده صرفا این نبوده بعد مهم دیگر اهمیت تسلط فرهنگی است که ارزش ها و هنجارها در نظام مبتنی بر شکل اجتماعی سرمایه داری رشد یافته اند. حداکثر در اعتقادات اقتصادی، محاسبه گری در سرمایه داری و به طور کلی روابط ابزاری که در جهت سودمندی توسعه یافته اند.

مدرنیزاسیون نیز صرفا شامل متغیر های بیرونی نمی شود، بلکه شامل انتقال عمیق نگرش ها، عقاید و رفتاری که انتقال اجرای فرهنگی است می شود. هر چه ارزش های غالب در جامعه گرایش به رفع و تکمیل نیازها دارند، با ثبات اقتصادی گرایش به استانداردهای بالاتر زندگی ایجاد می شود. در نتیجه باعث ارزش های پست مدرن در جوامع پیشرفته صنعتی می شود، مثلا علایق زیبای شناختی، خردمندی، احساس تعلق به جمع و جامعه بیشتر آموزش دیده و غیر شخصی (خالقی فر: ۱۳۸۱، ۱۰۳-۱۰۴). اینکلهارت در تئوری ارزش های مادی و فرامادی خود بر اولویت های ارزشی از وضعیت اقتصادی حاکم بر زندگی کنونی سالهای قبل از بلوغ می داند. وی به عنوان نظریه پرازی که بیشترین بحث را از تغییر ارزش ها از دنیایی مادی گرای به فرامادی گری پرداخته است بیان می کند، ارزش ها، نگرش ها و مهارت های اصلی و پایدار آنها وجه تمایز مردم در جوامع مختلف

است (اینگلهارت، ۱۳۷۳: ۱). اینگلهارت در مورد تغییر ارزش‌ها استدلال می‌کند که امنیت اقتصادی، احساس عمومی رضایت را در جامعه افزایش می‌دهد و به تدریج باعث پدید آمدن یک هنجار فرهنگی از نوع عالی می‌شود. بر اساس نظریه وی دگرگونی ارزشی از اولویت‌های مادی به فرامادی در میان نسل‌های مختلف در نتیجه امنیت اقتصادی بلند مدت به وقوع می‌پیوندد (اینگلهارت، ۱۳۷۳: ۳۳). اینگلهارت سه دلیل اصلی را برای افول هنجارهای مذهبی اجتماعی و هنجارهای جنسی سنتی در جوامع پیشرفته صنعتی موثر می‌داند: این عوامل شامل موارد زیر می‌باشد: افزایش احساس امنیت، از بین رفتن کارکرد هنجارهای اجتماعی مذهبی، ناهمسازی شناختی. اولین علت که باعث افول این هنجارها شده است، افزایش احساس امنیت است که نیاز به هنجارهای مطلق را کم‌رنگ کرده است. افراد تحت شرایط روانی نیاز به مقررات قابل پیش‌بینی و خشک دارند که آنچه روی می‌دهد مطمئن باشند، زیرا در خطر هستند. در حالی که در اوضاع امن و بی‌خطر می‌توان تنوع و اختلاف بیشتری را تحمل کرد وی اظهار می‌دارد که وقتی فرد تحت فشار باشد آسیب روانی انحراف از هنجارهای که با آن بزرگ شده است سخت‌تر از زمانی است که احساس امنیت می‌کند. دومین دلیل این است که هنجارهای اجتماعی و مذهبی معمولاً حداقل در ابتدا زمینه کارکردی دارند. هنجارهای مهمی در سطح فردی اولویت یافته و به نوبه خود منجر به پیامدهای در سطح سیستم جامعه می‌شود. از دیدگاه اینگلهارت فرهنگ و لزوماً ارزش تا حد زیادی تابع شرایط اقتصادی می‌باشد و تغییرات در سطح سیستم توسعه اقتصادی و فناوری، ارضای نیازهای طبیعی به نسبت وسیع‌تری از جامعه، افزایش تحصیلات، تجارب متفاوت گروه‌های سنی مثل فقدان جنگ و گسترش ارتباطات جمعی، نفوذ رسانه‌های جمعی و افزایش تحرک جغرافیای می‌داند. صنعتی شدن و مدرنیزاسیون دو مفهوم کلیدی در تغییرات اجتماعی هستند. جامعه صنعتی تاکید خاصی بر فناوری و جوانب فناورانه تغییر اجتماعی در سازمانها و اجتماعات در فرآیند انسجام و عدم انسجام به همان سان تحرک جغرافیایی و اجتماعی داشته است. اما عامل فناورانه که بر نظام صنعتی غالب شده صرفاً این نبوده بعد مهم دیگر اهمیت تسلط فرهنگی است که ارزش‌ها و هنجارها در نظام مبتنی بر شکل اجتماعی سرمایه‌داری رشد یافته‌اند. حداکثر از اعتقادات اقتصادی، محاسبه‌گری در سرمایه‌داری و به طور کلی روابط ابزاری که در جهت سودمندی توسعه یافته‌اند. مدرنیزاسیون نیز صرفاً شامل متغیرهای بیرونی نمی‌شود، بلکه شامل انتقال عمیق نگرش‌ها، عقاید و رفتاری که انتقال اجزای فرهنگی است، می‌شود. هر چند ارزش‌های غالب در جامعه صنعتی

گرایش به رفع و تکمیل نیازها دارند، با ثبات اقتصادی گرایش به استانداردهای بالاتر ایجاد می شود. در نتیجه باعث ارزش های پست مدرن در جوامع پیشرفته صنعتی می شود، مثلا علایق زیبایی شناختی، خردمندی، احساس تعلق به جمع و جامعه بیشتر آموزش دیده و غیر شخصی می شود(خالقی فر: ۱۳۸۱، ۱۰۳-۱۰۴).

اینگلهارت ضمن بحث تغییر ارزش ها از مادی گرایی به فرامادی گرایی استدلال می کند که تئوری تغییر ارزش ها دارای دو فرضیه کلی است: فرضیه کمیابی^۱، فرضیه جامعه پذیری^۲. فرضیه کمیابی بیان می کند که اولویت های ارزشی یک فرد بازتاب محیط اقتصادی-اجتماعی می باشد، محیط اجتماعی که فرد در آن بیشترین ارزشهای ذهنی را برای چیزهای می دهد که عرضه آنها کمتر است.

بر اساس فرضیه جامعه پذیری رابطه بین محیط اجتماعی-اقتصادی و اولویت های ارزشی ناشی از سازگاری فوری نیست بلکه فاصله زمانی قابل توجه دارد، چرا که تا حد زیادی ارزش های اساسی فرد بازتاب شرایطی است که در طی آن دوران قبل از بلوغ وی وجود داشته اند. فرضیه کمیابی شبیه به نظریه مطلوبیت نهایی است که در اقتصاد مطرح می شود. در ساده ترین شکل مفهوم سلسله مراتب نیازها تقریبا بر رضایت عمومی دلالت دارد. واقعیت این است که نیازهای مادی و فیزیولوژیکی بر نیازهای اجتماعی، زیبایی شناختی و ذهنی تقدم دارد که این موضوع در تاریخ زندگی بشر بارها اتفاق افتاده است، مردم گرسنه برای به دست آوردن غذا تمام سعی و تلاش شان را به کار می برند. بین سطح اقتصاد و رواج ارزش های فرامادی رابطه دوطرفه وجود ندارد؛ زیرا این ارزش ها(مادی)بازتاب احساسی هستند که فرد از امنیت اقتصادی دارد نه خود اقتصاد.

فرضیه جامعه پذیری فرضیه کمیابی را تکمیل می کند بر اساس این فرضیه، ارزش های یک جامعه یک دفعه تغییر نمی کند، بلکه دگرگونی ارزشی تدریجی است. این تغییر در سطح وسیع زمانی اتفاق می افتد که یک نسل جوانتر جایگزین نسل مسن تر در جمعیت بزرگسال یک جامعه می شود. پس از یک دوره افزایش سریع امنیت جانی و اقتصادی شخص انتظار دارد بین اولویت های ارزشی گروههای بزرگتر و جوانتر تفاوت محسوسی را مشاهده کند(اینگلهارت: ۱۹۸۱، ۸۸۰ - ۸۸۳). اینگلهارت رابطه ای امنیت اقتصادی و جانی و افول هنجارهای مذهبی را مورد بررسی قرار می

12.Scarsity Hypthesis

13.Saialization hypthesis

دهد؛ و یکی از عوامل موثر بر کاهش ارزش‌های سنتی در جوامع صنعتی را افزایش احساس امنیت می‌داند که این امر نیاز به هنجارهای مطلق را کم‌رنگ می‌کند. افراد تحت فشار روانی نیاز به مقررات قابل پیش‌بینی و خشک دارند. آنها نیاز به آن دارند که از آنچه روی می‌دهد اطمینان حاصل کنند زیرا در خطر هستند و فاصله‌شان تا خطر کم است. این نوع تفکر درباره امنیت، امنیت وجودی‌گیدنز را در خاطر می‌آورد که معتقد است شخص دوست دارد جهان بیرونی‌اش به گونه‌ای در ذهن به صورت امن و قابل پیش‌بینی تصور می‌کنند باشد، وی به اعتبار دقیق بودن روابط علت و معلولی‌ها و نظام مدار بودن در جهان بیرون از خانه کنش اقتصادی یا کنش اجتماعی انجام می‌دهد. اینگلهارت می‌گوید: ما شواهدی یافتیم مبنی بر اینکه بخش عمده‌ای از تغییرات اجتماعی هنگامی رخ می‌دهد که جوامع به یک سطح پیشرفته‌ای از توسعه صنعتی می‌رسند (اینگلهارت، ۱۹۹۷: ۶۷).

ارزش‌ها با احساس سعادت رابطه تنگاتنگ، اما پیچیده‌ای دارند، انسان موجودی هدفمند است و تا زمانی که به آنچه می‌خواهد دست نیابد احساس رضایت نمی‌کند. بنابراین آن چیزی با ارزش است که کمیاب باشد و فرد با احساس نارضایتی است که به جستجو برانگیخته می‌شود. برعکس وقتی مردم به خواسته‌های ارزشمندی می‌رسند، احساس خوشبختی و رضایت می‌کنند. لیکن این احساس سعادت ذهنی ذاتاً زودگذر است. در کوتاه مدت ممکن است آنچه شما به دست آوردید موجب سرخوشی شود، اما در بلندمدت اینگونه نیست. زیرا اگر اینگونه بود فعالیت‌های هدفمند متوقف می‌شد. پس از مدتی مردم آنچه را بدیهی پنداشته‌اند زیاد خواهی می‌کنند و یا تا اینکه وقتی به نقطه اشباع می‌رسند به دنبال سایر خواسته‌ها می‌روند، در صورتی که خواسته‌های معینی مدتهای مدیدی اضافه باشد مردم بهای کمی به آنها می‌داده، متوجه خواسته‌های دیگر می‌شوند (خالقی فر، ۱۳۸۱: ۱۴۷). اینگلهارت در مورد تاثیر سن به عنوان یکی از متغیرهای تاثیرگذار بر روی نقشهای جنسیتی و هنجارهای جنسی می‌گوید: بررسی ما نشان می‌دهد که گروههای جوانتر در مورد طلاق نسبت به گروههای سنی بزرگتر به مراتب آزاد اندیش‌ترند و مقایسه آنها اهمیت کمتر به داشتن بچه می‌دهد (اینگلهارت، ۱۳۷۳: ۱۰).

با توجه به نظریه‌های فوق و به ویژه با استفاده از نظریه اینگلهارت فرضیه‌های زیر مطرح می‌شوند:

- ۱- به نظرمی رسد بین سن و اولویت‌های ارزشی رابطه معناداری وجود دارد.
- ۲- به نظر می‌رسد بین جنسیت و اولویت‌های ارزشی رابطه معناداری وجود دارد.

۴۱ بررسی اولویت های ارزشی مادی و فرامادی

- ۳- به نظر می رسد بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی و اولویت های ارزشی رابطه معناداری وجود دارد.
- ۴- به نظر می رسد بین قومی گرایی و اولویت های ارزشی رابطه معناداری وجود دارد.
- ۵- به نظر می رسد بین و میزان دینداری و اولویت های ارزشی رابطه معناداری وجود دارد.
- ۶- به نظر می رسد بین میزان استفاده از رسانه های جمعی و اولویت های ارزشی رابطه معناداری وجود دارد.
- ۷- به نظر می رسد بین میزان اعتماد اجتماعی و اولویتهای ارزشی رابطه معناداری وجود دارد.
- ۸- به نظر می رسد بین میزان رضایت اجتماعی و اولویت های ارزشی رابطه معناداری وجود دارد.
- ۹- به نظر می رسد بین احساس امنیت اجتماعی و اولویتهای ارزشی رابطه معنادار وجود دارد.

روش شناسی

روش تحقیق مطالعه حاضر از نوع پیمایشی است و داده ها از طریق پرسشنامه استاندارد جمع آوری شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز در نیمسال دوم تحصیلی ۹۳-۹۴ مشغول به تحصیل هستند، که بر اساس آمار اخذ شده ۱۵۸۸۴ نفر می باشند. تعداد نمونه بر اساس فرمول کوکران ۳۷۵ نفر می باشد و برای افزایش اعتبار به ۴۰۰ نفر افزایش یافت. شیوه نمونه گیری در این پژوهش بر اساس نمونه گیری طبقه ای متناسب منطبق به دانشکده و جنسیت پاسخگویان بوده است و در مرحله بعدی نمونه های اختصاص داده شده به صورت تصادفی در میان دانشجویان دانشکده های مختلف توزیع و جمع آوری شده است. ابتدا بر اساس نسبت کل دانشجویان هر دانشکده به کل دانشگاه حجم نمونه اختصاص یافته به هر دانشکده را مشخص کرده و بعد بر اساس نسبت دانشجویان پسر و دختر آن دانشکده، تعداد دانشجویان به تفکیک هر دانشکده و بر اساس نسبت جنسی، آمارگیری نهایی انجام شده است. متغیرهای تحقیق در ادامه تعریف نظری و عملیاتی شده اند:

اولویت های ارزشی مادی / فرامادی: اولویت های ارزشی مادی به معنی اولویت دادن به امنیت جسمی و اقتصادی است. اولویت های ارزشی فرامادی به معنای اولویت دادن به لزوم تعلق و دلبستگی به دیگران، حق ابراز نظر و کیفیت زندگی و به طور کلی مسائلی فراتر از مسائل مادی است. برای سنجش اولویت های ارزشی از نظر مادی و فرامادی بودن از دوازده گویه ارزشی اینگلههارت استفاده شده است. این دوازده گویه به صورت سه دسته چهارتایی و هر دسته دوبار تکرار شده است و از پاسخگویان خواسته شده است تا در سوال اول اولویت اول و بار دوم اولویت دوم خود را در هر دسته مشخص کنند.

۴۲.....پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال دوازدهم، شماره سوم و چهارم، پاییز و زمستان ۱۳۹۷

پایگاه اجتماعی-اقتصادی: پایگاه اجتماعی-اقتصادی، به موقعیت و اعتبار فرد در جامعه، با توجه به موقعیت مالی و اجتماعی وی گفته می‌شود (رفیع پور، ۱۳۶۷:۶۲). برای عملیاتی کردن پایگاه اجتماعی اقتصادی از گویه‌های میزان تحصیلات پدر و مادر، شغل پدر و مادر، میزان درآمد پدر و مادر و وضعیت مسکن سنجیده شد، آلفای پایگاه اجتماعی اقتصادی محاسبه شده ۰/۶۵ می‌باشد.

دینداری: دینداری عبارت است از میزانی که فرد به تعالیم و دستورات دینی التزام دارد (کریستیانو، ۲۰۰۱: ۱۳۱۵) با توجه به سه حیطه وجودی انسان‌ها، این التزام در قالب باورها، احساسات و رفتارهای فرد بازتاب می‌یابد (جانسون و همکاران، ۲۰۰۰؛ چو، ۲۰۰۳ به نقل از طالبان، ۱۳۸۸) جهت عملیاتی کردن متغیر دینداری گویه‌های مربوط به این متغیر از تحقیق کتابی و همکاران در سال ۱۳۸۹، اقتباس شده است مانند، با راز و نیاز با خدا انسان به آرامش می‌رسد و بهتر است جامعه با احکام دینی اداره شود، می‌باشد، الفای محاسبه شده برای متغیر دینداری ۰/۸۷ می‌باشد.

رسانه‌های ارتباط جمعی: رسانه‌های جمعی به کلیه وسایلی که هم جنبه اطلاع‌رسانی و هم جنبه سرگرمی دارند اطلاق می‌شوند. رسانه وسیله‌ای است که فرستنده به کمک آن معنا و مفهوم مورد نظر خود یا همان پیام را به گیرنده انتقال می‌دهد. به عبارت دیگر رسانه حامل پیام فرستنده به گیرنده است. کتاب، مجله، عکس، فیلم، اینترنت، نوار صوتی و تصویری، رادیو تلویزیون، ماهواره نمونه‌ای از رسانه هستند (جهانگیری و همکاران، ۱۳۹۱:۱۰۵). به منظور سنجش متغیر تأثیر رسانه‌های جمعی از ۴ گویه مطابق با تحقیق آواز در سال ۱۳۸۹ استفاده شده است، رسانه‌ها شامل رادیو پیام / تلویزیون / روزنامه‌ها / اینترنت

احساس رضایت اجتماعی: احساس رضایتی که هر فرد از زندگی خود و از رابطه با دیگران دارد (ایمان-مرادی، ۱۳۸۸:۱۶۴). میزان خشنودی و احساس مثبت فرد از زندگی اجتماعی است، که موجب احساس پیوستگی افزایش فعالیت‌های اجتماعی است (خالقی فر، ۱۳۸۱:۱۳۰). برای عملیاتی کردن رضایت اجتماعی از چهار گویه در طیف لیکرت استفاده شده است، شامل تا چه حد از وضعیت مالی خانواده خود راضی هستید؟ رضایت شما از افراد جامعه چقدر است؟ رضایت شما از دولت و مسئولین دولتی چقدر است؟ با در نظر گرفتن همه چیز در حال حاضر چقدر از زندگی خود در کل راضی هستید؟ استفاده شده است، آلفای کرونباخ این متغیر ۰/۸۶ محاسبه شده است. (خالقی فر، ۱۳۸۱).

احساس امنیت اجتماعی: امنیت نخستین عاملی است که موجب می‌شود انسان‌ها کنار هم آیند، از نیروی هم‌کمک گرفته و در مسولیت‌های اجتماعی مشارکت جویند تا آسوده‌تر و متعهدتر زندگی کنند. این مهم از مقولاتی بسیار بشری است که روز به روز بر اهمیت آن افزوده می‌شود. جایگاه امنیت در سلسله مراتب نیازها و انگیزه‌های آدمیان، جایگاه خطیری است. مزلو در سال ۱۹۴۳ در نظریه انگیزش خود پس از نیازهای فیزیولوژیکی مانند گرسنگی، تشنگی و غیره نیاز به امنیت را ذکر کرده است. به طور کلی امنیت را

می توان از نظر اجتماعی و فرهنگی، وضعیتی آرام تلقی کرد که انسان در نهایت ایمنی نسبت به جان، مال، ناموس، حیثیت، هویت، ارتباطات، تفکرات، ارزش ها خود چه در حال و چه در آینده اطمینان داشته و شبانه روز را با تحمل حداقل ریسک سپری سازد (امیری - نادری ۱۳۸۹: ۵۱). به منظور سنجش متغیر احساس امنیت اجتماعی از ۱۵ گویه مطابق با تحقیق مختاری، بلالی، میرفردی و حسینی اخگر در سال ۱۳۹۱ استفاده شده است با گویه های همچون (۱- در جامعه ما افراد آزادند، تا بدون نگرانی در اعتصابات شرکت کنند. ۲- مردم در شرایط فعلی می توانند بدون ترس و نگرانی از حکومت انتقاد کنند. ۳- هم اکنون گروه های غیردولتی می توانند آزادانه فعالیت کنند. و....)

اعتماد اجتماعی: گیدنر اعتماد اجتماعی را به عنوان اطمینان یا اتکا به ماهیت یا خاصیت شخص یا چیزی یا صحت گفته ای توصیف می کند؛ فوکویاما آن را ارزش ها و هنجارهای غیر رسمی در میان اعضای گروهی که همکاری و تعاون میانشان مجاز می داند (کمالی، ۱۳۸۲: ۱۳). برای عملیاتی کردن اعتماد اجتماعی در سه بعد بین شخصی، اعتماد تعمیم یافته و اعتماد نهادی در طیف لیکرت استفاده شده است برای اعتماد بین شخصی از ۴ گویه، اعتماد تعمیم یافته از ۷ گویه و برای اعتماد نهادی از ۴ گویه استفاده شده است آلفای کرونباخ اعتماد اجتماعی برای هر بعد محاسبه گردید که به صورت زیر است، اعتماد اجتماعی بعد بین شخصی ۰/۸۶، اعتماد اجتماعی بعد اعتماد عام ۰/۷۰ و اعتماد اجتماعی بعد اعتماد نهادی ۰/۸۰ می باشد.

یافته ها

الف- یافته های توصیفی:

ویژگی های جمعیت مورد مطالعه: از ۴۰۰ نفر پاسخگو ۲۲۸ نفر زن می باشند که معادل ۵۷/۰ درصد کل پاسخگویان بوده و ۱۷۲ نفر از پاسخگویان، مرد می باشند که معادل ۴۳/۰ درصد کل پاسخگویان را به خود اختصاص داده اند. همچنین مورد بی پاسخ برای این متغیر وجود ندارد. آماره- های مربوط به متغیر سن به دلیل اینکه سطح سنجش آن فاصله ای است بدین قرار است که میانگین نمره ای که پاسخگویان از مجموع نمرات این متغیر کسب کرده اند ۲۲/۸، انحراف معیار ۱/۱۸ و واریانس ۱/۴۰ می باشد. حداقل نمره برای این متغیر ۱۸ و حداکثر آن ۴۶ می باشد. ۳۹۸ نفر و ۲ مورد بی پاسخ مشاهده شده است. در زمینه متغیر تحصیلات ۲۳۳ نفر معادل ۵۸/۳ درصد کارشناسی و ۱۴۵ نفر معادل ۳۶/۳ درصد دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و ۲۰ نفر معادل ۵/۰ درصد دارای مدرک دکتری هستند. همچنین این متغیر دارای ۲ مورد بی پاسخ معادل ۰/۵ درصد می باشد. توزیع دانشجویان در متغیر پایگاه اجتماعی اقتصادی: ۴ نفر از پاسخگویان معادل ۱ درصد در طبقه ی خیلی بالا، ۵۸ نفر از پاسخگویان معادل ۱۴/۵ درصد در طبقه ی بالا، ۲۱۹ نفر از پاسخگویان معادل ۵۴/۷۵ درصد در

۴۴.....پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال دوازدهم، شماره سوم و چهارم، پاییز و زمستان ۱۳۹۷

طبقه متوسط، ۱۱۳ نفر از پاسخگویان معادل ۲۸/۲۵ درصد در طبقه‌ی پایین و ۳ نفر از پاسخگویان معادل ۰/۷۵ درصد در طبقه‌ی خیلی پایین قرار دارند.

در جدول (۱) آماره‌های توصیفی مربوط به متغیر اولویت‌های ارزشی پاسخگویان قید شده است. داده‌ها نشان می‌دهند دامنه‌ی اولویت‌های ارزشی در گروه نمونه بین ۹ تا ۲۱، به عبارتی حداقل آن ۹ و حداکثر آن ۲۷ می‌باشد. میانگین اولویت‌های ارزشی پاسخگویان ۱۶/۱۴، انحراف معیار آن ۰/۲۳ و واریانس اولویت‌های ارزشی پاسخگویان ۲۲/۳۹ می‌باشد. چنان‌که در جدول (۱) مشاهده می‌شود، تعداد مشاهدات معتبر ۳۹۸ نفر بوده و ۲ مورد بی‌پاسخ وجود دارد. بنابراین می‌توان چنین نتیجه گرفت که میانگین متغیر اولویت‌های ارزشی در سطح متوسط رو به بالایی است. در این تحقیق، با توجه به شیوه نمره‌گذاری گویه‌ها هنگام تجزیه و تحلیل اطلاعات، افزایش نمره‌ی کل متغیر اولویت‌های ارزشی بیانگر افزایش گرایش افراد به ارزش‌های فرامادی می‌باشد. بدین صورت که به گویه‌های مربوط به ارزش‌های فرامادی، نمره‌ها بالاتری نسبت داده شده است.

جدول (۱): آماره‌های توصیفی اولویت‌های ارزشی

متغیر	میانگین	انحراف معیار	واریانس	حداقل	حداکثر	مشاهدات بی‌پاسخ
اولویت‌های ارزشی	۱۶/۱۴	۰/۲۳	۲۲/۳۹	۹	۲۱	۲

جدول (۲): توزیع فراوانی پاسخگویان در چهار ارزش (دسته اول)

ارزش	اولویت اول		اولویت دوم	
	فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی	درصد فراوانی
حفظ آهنگ بالای رشد اقتصادی (مادی)	۱۱۶	۰/۲۹	۱۴۸	۳۷
اطمینان از وجود نیروهای دفاعی قوی در کشور (مادی)	۶۹	۱۷/۲۵	۱۱۲	۲۸
افزایش حق مردم در نحوه اداره امور کشور و در محل کار (فرامادی)	۱۶۸	۴۲	۸۷	۲۱/۷۵
تلاش برای زیباتر ساختن شهرها و روستاهای کشور (فرامادی)	۴۷	۱۱/۷۵	۵۳	۰/۱۳

همانگونه که اطلاعات جدول (۲) حاکی از آن است، بیشترین فراوانی پاسخگویان در اولویت اول، به ترتیب متعلق به گویه‌ی سوم (افزایش حق مردم در نحوه اداره امور کشور و در محل کار) با ۴۲ درصد معادل (۱۶۸ نفر) می‌باشد که یک ارزش فرامادی محسوب می‌شود و کمترین فراوانی با ۴۷ نفر (معادل ۱۱/۷۵ درصد) مربوط به گویه چهارم است که این گویه نیز یک ارزش فرامادی محسوب می‌شود. لذا می‌توان چنین استنباط کرد که از مجموع ۴۰۰ نفر، ۲۱۵ نفر معادل ۵۳/۷۵ درصد، گرایش به ارزش‌های فرامادی دارند و ۱۸۵ نفر معادل ۴۶/۲۵ درصد گرایش به ارزش‌های

بررسی اولویت های ارزشی مادی و فرامادی.....۴۵

مادی دارند. در اولویت دوم ارزش ها، مجموع میانگین ارزش های مادی با ۶۵ درصد بیش از ارزش های فرامادی است. بنابراین گرایش به ارزش های فرامادی در دسته ی اول ارزش ها در اولویت اول نزد پاسخگویان مورد مطالعه می باشد و ارزش های مادی در دسته ی دوم اهمیت قرار دارند.

جدول (۳): توزیع فراوانی پاسخگویان در چهار ارزش (دسته دوم)

اولویت اول		اولویت دوم		ارزش
فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی	درصد فراوانی	
۸۹	۲۲/۲۵	۹۶	۲۴	استقرار نظم در جامعه (مادی)
۱۲۴	۳۱	۹۸	۲۴/۵	اجازه بیشتر به مردم در بیان آراشان در خصوص تصمیمات مهم دولتی (فرامادی)
۶۶	۱۶/۵	۱۳۴	۳۳/۵	مبارزه علیه افزایش قیمت ها (مادی)
۱۲۱	۳۰/۲۵	۷۲	۱۸	حمایت از آزادی بیان (فرامادی)

همانگونه که اطلاعات جدول (۳) حاکی از آن است، بیشترین فراوانی پاسخگویان در اولویت اول، به ترتیب متعلق به گویه ی چهارم (حمایت از آزاد بیان) با ۳۰/۲۵ درصد معادل (۱۲۱ نفر) می باشد که یک ارزش فرامادی محسوب می شود و کمترین فراوانی با ۶۶ نفر (معادل ۱۶/۵ درصد) مربوط به گویه سوم است که این گویه یک ارزش مادی به شمار می آید. لذا می توان چنین استنباط کرد که از مجموع ۴۰۰ نفر، ۲۴۵ نفر معادل ۶۱/۲۵ درصد، گرایش به ارزش های فرامادی دارند و ۱۵۵ نفر معادل ۳۸/۷۵ درصد گرایش به ارزش های مادی دارند. بنابراین گرایش به ارزش های فرامادی در دسته ی دوم ارزش ها، دارای اولویت اول هستند و در اولویت دوم نیز با ۲۳۰ نفر معادل ۵۷/۵ درصد، افراد ارزش های مادی را در اولویت قرار دادند.

جدول (۴): توزیع فراوانی پاسخگویان در چهار ارزش (دسته سوم)

اولویت اول		اولویت دوم		ارزش
فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی	درصد فراوانی	
۸۰	۲۰	۱۳۵	۳۳/۷۵	حفظ ثبات اقتصادی (مادی)
۱۴۳	۳۰/۷۵	۹۷	۲۴/۲۵	پیشرفت به سوی جامعه ای دوستانه تر و انسانی تر (فرامادی)
۷۶	۱۹	۷۳	۱۸/۲۵	حرکت به سوی جامعه ای که در آن ارزش افکار و اندیشه ها بیشتر از پول باشد (فرامادی)
۱۲۱	۳۰/۲۵	۹۵	۲۳/۷۵	مبارزه علیه فساد و جرم و جنایت (مادی)

همانگونه که اطلاعات جدول (۴) حاکی از آن است، بیشترین فراوانی پاسخگویان در اولویت اول، به ترتیب متعلق به (پیشرفت به سوی جامعه ای دوستانه تر و انسانی تر) با ۳۰/۷۵ درصد معادل (۱۴۳ نفر) می باشد که یک ارزش فرامادی محسوب می شود و کمترین فراوانی با ۷۶ نفر (معادل ۱۹ درصد)

۴۶.....پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال دوازدهم، شماره سوم و چهارم، پاییز و زمستان ۱۳۹۷

مربوط به گویه سوم است که این گویه یک ارزش مادی محسوب می‌شود. لذا می‌توان چنین استنباط کرد که از مجموع ۴۰۰ نفر، ۲۱۹ نفر معادل ۵۴/۷۵ درصد، گرایش به ارزش‌های فرامادی دارند و ۱۸۱ نفر معادل ۴۵/۲۵ درصد گرایش به ارزش‌های مادی دارند. بنابراین گرایش به ارزش‌های فرامادی در دسته‌ی اول ارزش‌ها بیش از گرایش‌های مادی در بین پاسخگویان مورد مطالعه در اولویت قرار دارد و سپس در اولویت دوم، ارزش‌های مادی با ۲۳۰ نفر معادل ۵۷/۵ درصد ارزش‌های مادی را در اولویت قرار داده‌اند. در مجموع ۵۰ نفر معادل ۱۲/۵ درصد دارای ارزش‌های مادی گرایانه، ۲۶ نفر معادل ۶/۵ درصد دارای ارزش‌های فرامادی گرا و ۸۱ درصد دارای ارزش‌های التقاطی می‌باشند.

ب- یافته‌های استنباطی:

بین دو متغیر سن و اولویت‌های ارزشی مقدار $r = 0/009$ و $sig = 0/865$ می‌باشد، می‌توان ادعا کرد که بین دو متغیر رابطه‌ی معناداری مشاهده نشده است. به این معنا که اولویت‌های ارزشی افراد بر اساس سن تغییرات معناداری ندارد.

جدول (۵) نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین سن و اولویت‌های ارزشی

نام متغیر	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
سن و اولویت‌های ارزشی	۰/۰۰۹	۰/۸۶۵

$$sig = 0/745$$

بین دو متغیر جنسیت و اولویت‌های ارزشی مقدار $t = 1/696$ و $sig = 0/745$ می‌باشد، پس می‌توان گفت که بین دو جنس از لحاظ اولویت‌های ارزشی تفاوت وجود ندارد. به عبارت دیگر می‌توان گفت که میانگین نمره‌ی اولویت‌های ارزشی بین زنان و مردان متفاوت نیست. بنابراین اولویت‌های ارزشی بر حسب جنسیت تفاوت معناداری ندارد.

جدول (۶) نتایج آزمون t مربوط به رابطه بین متغیر جنسیت و اولویت‌های ارزشی

متغیر	جنسیت	میانگین	انحراف معیار	درجه آزادی	آماره t	سطح معناداری
اولویت‌های ارزشی	مرد	۱۸/۶۰	۴/۷۶۸	۳۹۶	۱/۶۹۶	۰/۷۴۵
	زن	۱۷/۷۹	۴/۶۸۶			

$$sig = 0/745$$

بین دو متغیر اولویت‌های ارزشی و پایگاه اجتماعی اقتصادی مقدار $r = 0/623$ و $sig = 0/000$ می‌باشد، می‌توان ادعا کرد که بین دو متغیر پایگاه اجتماعی- اقتصادی عینی و اولویت‌های ارزشی رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

جدول (۷) نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین پایگاه اجتماعی- اقتصادی و اولویت های ارزشی

نام متغیر	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
پایگاه اجتماعی- اقتصادی و اولویت های ارزشی	۰/۶۲۳ ^{**}	۰/۰۰۰

sig<0/01

بین دو متغیر ولویت ارزشی قوم گرایی و اولویت های برای تحلیل این فرضیه از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. با توجه به مقدار $r = -۰/۵۱۰$ و $sig = ۰/۰۰۰$ می توان گفت بین دو متغیر رابطه مثبت معناداری ولی منفی وجود دارد.

جدول (۹): نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین قوم گرایی و اولویت های ارزشی

نام متغیر	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
قوم گرایی و اولویت های ارزشی	-۰/۵۱۰ ^{**}	۰/۰۰۰

*Sig< 0/01

بین دو متغیر اولویت های ارزشی و دینداری مقدار $r = -۰/۱۷۱$ و $sig = ۰/۰۰۰$ می توان گفت بین میزان دینداری و اولویت های ارزشی رابطه معنادار و منفی وجود دارد. به عبارتی هر چه میزان دینداری افزایش یابد، میانگین نمره ی اولویت های ارزشی کاهش خواهد یافت و بالعکس.

جدول (۱۰) نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین میزان دینداری و اولویت های ارزشی

نام متغیر	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
میزان دینداری و اولویت های ارزشی	-۰/۱۷۱ [*]	۰/۰۲۴

*Sig< 0/05

بین دو متغیر اولویت های ارزشی و استفاده از رسانه های جمعی مقدار $r = -۰/۱۲۱$ و $sig = ۰/۰۰۰$ می توان گفت بین میزان استفاده رسانه های جمعی و اولویت های ارزشی رابطه منفی معناداری وجود دارد. به عبارتی هر چه میزان میزان تأثیرپذیری از رسانه های جمعی بیشتر باشد نمره ی اولویت های ارزشی کاهش خواهد یافت و بالعکس. به عبارت دیگر، با افزایش تأثیرپذیری از رسانه های جمعی، گرایش به ارزش های فرامادی کاهش می یابد و بالعکس.

جدول (۱۱) نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین میزان تأثیرپذیری از رسانه های جمعی و اولویت های

ارزشی

نام متغیر	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
میزان تأثیر رسانه های جمعی و اولویت های ارزشی	-۰/۱۲۱ [*]	۰/۰۲۴

sig = ۰/۰۰۰

بین دو متغیر بین اعتماد اجتماعی و اولویت های ارزشی مقدار $r = ۰/۴۴۶$ و $sig = ۰/۰۰۰$ می باشد، می توان ادعا کرد که بین دو متغیر رابطه ی مثبت معناداری وجود دارد.

جدول (۱۲) نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین اعتماد اجتماعی و اولویت‌های ارزشی

نام متغیر	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
اعتماد اجتماعی و اولویت‌های ارزشی	۰/۴۴۶ ^{***}	۰/۰۰۰

sig = ۰/۰۰۰

جدول (۱۳) نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین ابعاد اعتماد اجتماعی و اولویت‌های ارزشی

نام متغیر	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
بعد اعتماد فردی و اولویت‌های ارزشی	۰/۸۴۸ ^{***}	۰/۰۰۰
بعد اعتماد تعمیم‌یافته و اولویت‌های ارزشی	۰/۱۸۸ ^{***}	۰/۰۰۰
بعد اعتماد نهادی و اولویت‌های ارزشی	۰/۳۰۷ ^{***}	۰/۰۰۰

بین رضایت اجتماعی و اولویت‌های ارزشی مقدار $r=0/481$ و $sig=0/000$ می‌باشد، می‌توان ادعا کرد که بین دو متغیر رابطه‌ی مثبت معناداری وجود دارد.

جدول (۱۴) نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین رضایت اجتماعی و اولویت‌های ارزشی

نام متغیر	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
رضایت اجتماعی و اولویت‌های ارزشی	۰/۴۸۱ ^{***}	۰/۰۰۰

Sig < 0/01

بین دو متغیر احساس امنیت اجتماعی و اولویت‌های ارزشی؛ از آن‌جا که در جدول (۱۵) مقدار $r = ۰/۵۱۲$ و $sig = ۰/۰۰۰$ می‌باشد، می‌توان ادعا کرد که بین دو متغیر رابطه‌ی معنادار و مثبتی وجود دارد.

جدول (۱۵): نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین احساس امنیت اجتماعی و اولویت‌های ارزشی

نام متغیر	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
احساس امنیت اجتماعی و اولویت‌های ارزشی	۰/۵۱۲ ^{***}	۰/۰۰۰

*Sig < 0/01

در این بخش از تحلیل به بررسی روابط چندگانه بین متغیرها پرداخته می‌شود، و هدف این قسمت یافتن میزان و سهم اثر متغیرهای مستقل در تبیین اولویت‌های ارزشی می‌باشد. به سخن دیگر، با استفاده از رگرسیون چند متغیره، به تعیین و پیش‌بینی درصد واریانس اولویت‌های ارزشی پرداخته می‌شود، که در این تحلیل، این کار از طریق وارد کردن متغیرهای معنادار مستقل در سطح فاصله‌ای در رگرسیون چند متغیره و برآورد میزان آن انجام داده می‌شود.

جدول (۱۶) تجزیه واریانس رگرسیون چند متغیره فرضیه‌های تحقیق

مدل	درجه‌ی آزادی	مجموع مجذورات	میانگین مجذورات	کمیت f	سطح معناداری	رگرسیون چندگانه	R ²
رگرسیون	۶	۴۴۴۴/۰۹۲	۷۴۰/۶۸۲				
باقیمانده	۳۶۲	۴۰۲۳/۳۷۷	۱۱/۱۱۴	۶۶/۶۴۲	۰/۰۰۰	۰/۷۲۴	۰/۵۲۵
کل	۳۶۸	۸۴۶۷/۴۶۹					

اطلاعات ارائه شده نشان می دهد، میزان F محاسبه شده معنی دار است (0/00) p براساس ضریب تعیین محاسبه شده حدود ۰/۴۱ از واریانس مربوط به اولویت های ارزشی با متغیرهای ارائه شده در مدل، توضیح داده می شود. هم چنین این جدول میزان همبستگی بین متغیرهای مدل و اولویت های ارزشی را نشان می دهد. در این جدول (رضایت اجتماعی، اعتماد اجتماعی، میزان تأثیرپذیری از رسانه های جمعی، میزان دینداری) معنادار نشان داده شده است. بنابراین در این جا نیز اطلاعات تحلیل شده حاکی از اهمیت بیشتر این سه عامل است. به نحوی که این چهار متغیر در افزایش اولویت های ارزشی مؤثر واقع شده اند.

جدول (۱۷) نتایج حاصله از رگرسیون چند متغیره فرضیه های تحقیق:

شاخص ها متغیرها	B	اشتباه استاندارد	Beta	مقدار t	سطح معناداری
مقدار ثابت	۲/۵۷۶	۱/۰۷۰		۲/۴۰۷	۰/۰۱۷
رضایت اجتماعی	۰/۴۵۳	۰/۰۸۵	۰/۲۳۲	۵/۳۰۴	۰/۰۰۰
اعتماد اجتماعی	۰/۲۳۱	۰/۰۳۴	۰/۵۷۳	۶/۸۴۲	۰/۰۰۰
تأثیر رسانه های جمعی	-۱/۲۹۴	۰/۱۳۸	-۱/۴۹۶	-۹/۴۰۲	۰/۰۰۰
میزان دینداری	-۰/۷۸۵	۰/۰۶۲	-۱/۸۲۸	-۱۲/۵۹۸	۰/۰۰۰

شکل کلی معادله پیش بینی نهایی با توجه به نتایج جدول (۱۷) به صورت زیر می باشد.

$$Y = b_1(x^1) + b_2(x^2) + b_3(x^3) + b_4(x^4)$$

عناصر معادله براساس ضریب (beta) عبارتند از:

نمره پیش بینی متغیر وابسته = Y

متغیرهای مستقلی که وارد معادله رگرسیون شده اند = (X₁)+(X₂)+(X₃)+(X₄)

$$Y = (+۰/۲۳۲) + (+۰/۵۷۳) + (-۱/۴۹۶) +$$

(میزان دینداری -۱/۸۲۸)

ارقام مندرج در معادله بالا به این معناست که با افزایش یک واحد انحراف استاندارد در متغیر میزان دینداری، اولویت های ارزشی به اندازه ۱/۸۲۸ انحراف استاندارد کاهش می یابد. همچنین با افزایش یک واحد انحراف استاندارد تأثیر رسانه های جمعی، اولویت های ارزشی به اندازه ۱/۴۹۶ انحراف استاندارد کاهش می یابد. اما با افزایش یک واحد استاندارد در متغیر اعتماد اجتماعی، اولویت های ارزشی به اندازه ۰/۵۷۳ انحراف استاندارد افزایش می یابد، همچنین با افزایش یک واحد استاندارد در متغیر رضایت اجتماعی، اولویت های ارزشی ۰/۲۳۲ افزایش می یابد. در این معادله به

۵۰.....پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال دوازدهم، شماره سوم و چهارم، پاییز و زمستان ۱۳۹۷

خاطر این که ضرایب استاندارد شده‌اند، به خوبی می‌توان به نسبت تأثیر هر یک از متغیرها بر متغیر اولویت‌های ارزشی پی برد. در اینجا ملاحظه می‌شود که متغیر میزان دینداری در مقایسه با سایر متغیرها سهم بیشتری در تبیین اولویت‌های ارزشی دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر بر آن شدیم تا به بررسی اولویت‌های ارزش (مادی و فرامادی) دانشجویان و برخی عوامل موثر بر آن در (دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز) بپردازیم. از جامعه آماری نمونه ای ۴۰۰ نفری با استفاده از روش طبقه‌ای متناسب با حجم دانشکده و جنسیت انتخاب شده و طی یک پژوهش مقطعی مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. اصطلاحات ارزش و ارزش‌یابی، هم‌ریشه‌ها و هم‌ترکیبات آنها در فرهنگ عصر ما، نه فقط در اقتصاد و فلسفه بلکه بویژه در علوم اجتماعی و علوم انسانی به طور مشتبه و غلط انداز، ولی در حد وسیعی استعمال می‌شود. ارزش مورد بحث عمدتاً اقتصادی یا شبه اقتصادی بود، ولی حتی زمانی که این گونه نبود هنوز به معنای نوعی شایستگی و ارزش به کار می‌رفت- یعنی غیر از زیبایی، حقیقت، درستی یا حتی خوبی بود. گسترش معنا و کاربرد این اصطلاحات در علوم اقتصادی یا اقتصاد سیاسی به تعبیری در آن موقع به کار می‌رفت آغاز یافت. واژه ارزش به اصطلاح فنی تبدیل شد که در رشته‌ای از علوم اقتصادی که نام نظریه ارزش بر آن نهاده شد اهمیت اساسی داشت. ارزش باوری پایدار است که فرد با تأکید بر آن یک شیوه خاص رفتاری یا حالت غایی را که شخصی یا اجتماعی است به یک شیوه رفتاری یا حالت غایی که نقطه مقابل حالت برگزیده قرار دارد ترجیح می‌دهد (توکلی، ۱۳۷۸: ۱۳۴). ارزش یک نوع طبقه‌بندی و امتیازبندی پدیده‌ها مثل کالاهاست از خوب تا بد، یا از مثبت تا منفی. (رفیع پور). ارزش‌ها نیرومندترین عنصر تعیین‌کننده خط سیر کنش و اعمال افراد را در جامعه نمایندگی، هدایت و نظارت می‌کنند و نیز به مثابه الگوی رفتاری نسبتاً ثابتی هستند که پیوسته از سوی افراد جامعه بازبینی و نظارت می‌شوند.

در رابطه بین فرضیه اولویت‌های ارزشی و سن رابطه معنادار وجود ندارد که در تحقیق میرفردی و همکاران (۱۳۹۰) نیز همین نتایج به دست آمد، آزادارمکی و مسقطیان (۱۳۸۰) نیز همین نتایج به دست آمد، به این صورت که بین گروه‌های سنی و سنخ‌های ارزشی تفاوت معناداری وجود ندارد. پژوهش اینگلههارت (۱۹۹۹) نشان می‌دهد که بین دو متغیر رابطه معناداری وجود دارد. به طوری که اکثر گروه‌های سنی مسن‌تر گرایش به ارزش‌های مادی و گروه‌های سنی جوان‌تر گرایش به

ارزش های فرامادی می شود. به این دلیل که در دوره های ناامنی اقتصادی و ناامن سیاسی بد از جنگ و همچنین رکود اقتصادی را تجربه کرده اند دارای ارزش های مادی، و اما نسل جوانتر به دلیل اینکه این ناامنی را تجربه نکرده اند دارای ارزش های فرامادی هستند. به عبارت دیگر نسل هایی که تجربه جنگ جهانی اول و دوم و رکود بزرگ اقتصادی، غرب را از سر گذرانده اند، امنیت اقتصادی و مادی را اولویت ارزشی خود می دانند در حالی که نسل های پس جنگ یعنی نسل جوانتر، خود ازاری و کیفیت زندگی را در صدر ارزش های خود قرار می دهند.

در رابطه بین اولویت ارزشی و جنسیت فرضیه تایید نشد که به این معنا که اولویت های ارزشی افراد به لحاظ جنسیت تفاوتی نمی کند. به عبارت دیگر میانگین نمره محاسبه شده اولویت های ارزشی بین زنان و مردان متفاوت نیست. و نمی توان گفت که زنان یا مردان به لحاظ جنسیت دارای گرایش به ارزش های مادی یا فرامادی دارند. این نتایج با پژوهش شهیدی و همکاران ممخوانی دارد. معدنی و همکاران (۱۳۹۰) سفیری و شریفی (۱۳۸۴) و میرفردی و همکاران (۱۳۹۰) که به این نتیجه رسیدند که بین اولویت های ارزشی و جنسیت رابطه معنا داری وجود دارد مغایر است.

بین دو متغیر پایگاه اجتماعی - اقتصادی و اولویت های ارزشی (مادی/ فرامادی) رابطه معناداری وجود دارد. که این به این معنا است که با افرادی که خود را در پایگاه اجتماعی - اقتصادی بالاتری قرار می دهند گرایش به ارزش های فرامادی دارند و کسانی که در خود را در جایگاه پایین تر قرار می دهند گرایش بیشتری به ارزش های مادی دارند. نتایج به این معنا است که هرچه افراد خود در پایگاه های اجتماعی اقتصادی بالاتر قرار دهند گرایش بیشتری به ارزش های فرامادی دارند. میان احساس امنیت اجتماعی و اولویت های ارزشی رابطه معناداری وجود دارد. به این معنا که هرچه میزان احساس امنیت اجتماعی افزایش پیدا کند افراد از سوی ارزش های مادی به سمت ارزش های فرامادی حرکت می کند. نتایج پژوهش خالقی فر (۱۳۸۱) و معدنی و همکاران (۱۳۹۰) نیز به وجود رابطه معنا دار بین دو متغیر ارزش های و احساس امنیت اجتماعی را نشان می دهد. نتایج پژوهش اینگلهارت نیز به وجود رابطه معنادار میان احساس امنیت و گرایش های ارزشی رسیده است. پژوهش اینگلهارت (۱۹۹۹) نیز به این نتیجه رسیده است که رابطه معناداری وجود دارد. بین دو متغیر دینداری و اولویت های بین دو متغیر رابطه معنادار منفی وجود دارد. به این معنا که هرچه میزان دینداری افزایش پیدا کند باعث گرایش به ارزش های مادی و هرچه میزان دینداری کاهش پیدا کند باعث گرایش به ارزش های فرامادی می شود. پژوهش خالقی فر نیز به این نتیجه رسید که

رابطه بین دو متغیر معنادار منفی می‌باشد. به این صورت که هر چه میزان مذهبی بودن فرد افزایش پیدا کند فرد مادی خواهد شود و بالعکس. پژوهش اینگلهارت (۱۹۹۹) نیز به رابطه معنادار بین ینداری و اولویت‌های ارزشی رسیده است. بین دو متغیر رابطه استفاده از رسانه و اولویت‌های ارزشی رابطه معناداری ضعیف و منفی وجود دارد. به عبارت دیگر هرچه میزان استفاده از رسانه بیشتر باشد گرایش به ارزش‌های مادی و هرچه میزان استفاده از رسانه کمتر باشد گرایش به ارزش‌های فرامادی می‌شود. پژوهش معدنی (۱۳۹۰) نیز به نتایج مشابه رسیده است.

در پژوهش حاضر با توجه به اهمیت مطالعه اولویت‌های ارزشی و با توجه به نتایج به دست آمده می‌توان پیشنهادهای زیر را ارائه کرد:

۱- با توجه به رابطه معناداری که بین اولویت‌های ارزشی و اعتماد اجتماعی وجود دارد. می‌توان با افزایش یا کاهش اعتماد اجتماعی در افراد بر ارزش‌های آنان تاثیر گذار شد. در این زمینه دولت می‌تواند با کاهش تصدی‌گری خود، گسترش شبکه‌های اجتماعی و روابط اهتمام در افزایش هرچه بیشتر سازمانهای مردمی و واگذاری بخش عمده از برنامه‌ها بدانها، گسترش ارزش‌های اخلاقی، تعامل و همراهی با صداقت مسئولین و مردم، گسترش احساس عدالت، ایجاد احساس عدالت در میان مردم، توجه به اقوام و انسجام اجتماعی، پاسخ سریع و بموقع مسئولین به نیازها و خواسته‌های مردم را می‌توان از راهکارهای تاثیر گذار بر اعتماد اجتماعی در جامعه برشمرد، که با افزایش یا کاهش اعتماد اجتماعی می‌توان بر اولویت‌های ارزشی افراد تاثیر گذاشت.

۲- با توجه به رابطه مثبت بین احساس امنیت اجتماعی و اولویت‌های ارزشی، می‌توان با مطالعه بر روی شیوه‌های افزایش احساس امنیت اجتماعی و انجام اقدامات مناسب سبب تاثیر گذاری بر روی ارزش‌ها اجتماعی و کاهش فاصله‌ی طبقاتی در جامعه - گردید. توزیع عادلانه شاخص‌های پایگاه اقتصادی اقدام جهت کاهش احساس محرومیت نسبی از طریق ایجاد فرصت‌های برابر و توزیع عادلانه، امکانات، دیگر پیشنهاد این تحقیق جهت ارتقاء احساس امنیت اجتماعی، و نیز بهبود مشارکت افراد در تأمین امنیت می‌باشد. بدیهی است که وجود مساوات و احساس وجود مساوات، همچنین قرار گرفتن افراد جامعه در معرض منافع و مخاطرات برابر از اصلی‌ترین شرایط برقراری امنیت بوده، و به طبع آن با افزایش یا کاهش احساس امنیت اجتماعی می‌توان بر اولویت‌های ارزشی تاثیر گذاشت.

۳- نتایج تحقیق حاضر نشان می دهد که رابطه معناداری بین استفاده از رسانه های جمعی و اولویت های ارزشی وجود دارد، رسانه ها نقش اساسی در جامعه پذیری افراد ایفا می کنند، به خصوص در زمان حاضر و با گسترش این رسانه ها. پیشنهاد می گردد به جای رویکرد سلبی نسبت رسانه ها در ابتدا به شناخت نقاط ضعف و قوت این رسانه ها پرداخته شود و به استفاده از این رسانه ها برای آموزش و انتقال هنجارها و فرهنگ استفاده شود. در جریان ورود رسانه ها به جامعه ایران اولین اقدام توسط مسئولین راحت ترین راه و در دسترس ترین راه اقدام به حذف یا فیلتر برای شبکه های مجازی و اجتماعی بوده است، در قرن حاضر که جوامع به سوی دهکده جهانی شتاب بیشتری گرفته، جوامعی که از رسانه های جمعی به نحو بهتری استفاده کنند، موفق تر خواهند بود و خواهند توانست ارزش های جوامع خود را در جهان گسترش دهند. بنابراین مسئولینی که بر وسایل ارتباط جمعی نظارت دارند باید از طریق رسانه ها به تقویت و اشاعه ارزش های اسلامی و ایرانی در جامعه اهتمام ورزند، تا افراد اول به ارزش های خودی رجوع کنند، ثانیاً تعلق اجتماعی افراد جامعه افزایش یابد؛ و به تبع آن بر ارزش های جامعه تاثیر گذار شد.

۴- با توجه به تاثیری که دینداری بر اولویت های ارزشی دارد، نباید از ظرفیت های دین غفلت کرد و تا آنجا که امکان دارد باید از آنها در جهت ترویج ارزش های فرامادی استفاده کرد. ارزش های مادی نباید بد تلقی گردد، بلکه می شود آنها را به فرصت تبدیل کرد، البته به گونه ای مسائل کشور نیز مورد توجه قرار بگیرد و آنچه با مسائل فرهنگی مغایرت ندارد استفاده کرد. باید به معیشت، کار و ازدواج جوانان توجه بیشتری گردد. نباید جوانان مشکلات خود را از ناحیه دین و ارزش های جامعه ببینند.

۵- با توجه به وجود ارتباط مستقیم بین پایگاه اجتماعی - اقتصادی با اولویت های ارزشی، تلاش برای کاهش لایه های اجتماعی، یعنی کاهش نابرابری در قدرت، وجه اجتماعی، درآمد و ثروت مرتبط با موقعیت های اقتصادی. اجتماعی صورت پذیرد.

۶- پیشنهاد می گردد پژوهش در زمینه ارزش ها به تناوب در دوره های زمانی مشخص مثل هر ۳ سال انجام گردد، تا بتوان از دگرگونی های ارزشی در طول زمان پی برد.

۷- پیشنهاد می شود این پژوهش در دو گروه سنی بزرگ سالان و جوانان به اجرا در آید تا دگرگونی فرهنگی ملموس تر باشد زیرا دگرگونی های فرهنگی در طول زمان رخ می دهد و فاصله بین دو نسل زمان خوبی برای تغییر و دگرگونی فرهنگی است. در این پژوهش صرفاً جوانان مورد

۵۴..... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال دوازدهم، شماره سوم و چهارم، پاییز و زمستان ۱۳۹۷

مطالعه قرار گرفته اند و معیاری برای میزان دگرگونی جهت گیری ارزشی آنان وجود ندارد و نمی توان آن را با نسلهای گذشته مقایسه کرد.

منابع

- آزاد ارمکی، تقی؛ بهمن مسقطیان (۱۳۸۰). تغییرات فرهنگی در استان مازندران آزمون تجربی نظریه اینگلهارت. پژوهش نامه علوم انسانی و اجتماعی، سال اول شماره سوم ۱۳-۴۰.
- آزاد ارمکی، تقی. (۱۳۸۳). طبیعت نظام ارزشی جامعه ایرانی: مادی، فرامادی یا تلفیقی. نامه پژوهش و فرهنگ. شماره ۱۰. از کیا، مصطفی، علیرضا دربان آستانه. (۱۳۸۹). روش های کاربردی تحقیق. انتشارات کیهان.
- اینگلهارت، رونالد. (۱۳۷۳). تحول فرهنگی در جوامع پیشرفته صنعتی. ترجمه مریم وتر. تهران. کویر.
- بیبی، ازل. (۱۳۹۰). روش تحقیق در علوم اجتماعی، جلد اول. ترجمه رضا فاضل. تهران. سمت. چاپ هفتم.
- توکلی، مهناز. (۱۳۷۸). ارزش ها: مفاهیم و ابزارهای سنجش. نامه پژوهش و فرهنگ. شماره ۱۴-۱۵.
- خالقی فر، مجید. (۱۳۸۱). بررسی های ارزش های مادی و فرامادی جوانان تحصیلکرده ایرانی و عوامل موثر بر آن و رابطه آن با برخی از نشانگان فرهنگی. نامه پژوهش و فرهنگی.
- خالقی فر، مجید. (۱۳۸۱). بررسی های ارزش های مادی و فرامادی جوانان تحصیلکرده ایرانی و عوامل موثر بر آن و رابطه آن با برخی از نشانگان فرهنگی. نامه پژوهش و فرهنگی.
- روکیچ، میلون. (۱۳۸۵). ماهیت ارزش های انسانی و نظام های ارزشی. ترجمه فیروز امیری. رشد علوم اجتماعی. شماره ۳.
- زارع شاره آبادی، اکبر، رحمت اله ترکان (۱۳۹۴) بررسی رابطه احساس امنیت اجتماعی و نظام ارزشی جوانان (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه یزد). مجله مطالعات اجتماعی ایران. دوره نهم شماره ۱.
- کلارک، هارولد و نیتش، دات. (۱۳۷۸). سنجش تغییر ارزش ها در جوامع صنعتی غربی (تاثیر بیکاری). ترجمه فرحناز توکلی. نامه پژوهش. ۱۴-۱۵.
- ظهیری نیا، مصطفی، تقی آزاد ارمکی (۱۳۹۳) تحلیل کیفی جهت گیری ارزشی و ارتباط آن با تغییرات اقتصادی و اجتماعی در شهر بندر عباس. فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی-دوره سوم شماره ۳.
- مام علی، فخرالدین، افشار کبیری (۱۳۹۴) تحلیل تطبیقی جهت گیری ارزشی مادی و فرا مادی در بین شهروندان اشنویه با تاکید بر تفاوت نسلی. مجله مطالعات جامعه شناسی. دوره ۸ شماره ۲۹.
- Abramson. Paul, and Ronald Inglehart, (1986). "Generational American Replacement and value change in sex west European Societies journal of science, 30: L- 25 political.
- Abramson, Paul and Ronald in Gelhar, (1992), Generational Replace -emanated value change in Eight west European societies, British journal of political science, 22: 183- 228.
- Anastasia Stathopoulos, George Balabanis (2019). The effect of cultural value orientation on consumers' perceptions of luxury value and proclivity for luxury consumption. Journal of Business Research Volume 102.

- Bryson, John; Soncino, Alessandro; Bonington, John and Sorensen, Eva (2017). Towards a multi-actor theory of public value co-creation. *Public Management Review*, 19(5) pp. 640–654.
- Faisal Hasan, Md & Md. Aktaruzzaman & Che Kum Clement (2011)"Job satisfaction among teachers of technical training centers (T.T.Cs.) in Bangladesh", *Academic Research International*, PP: 375-382.
- Inglehart, Ronald. (1997). *modernization and post modernization: cultural Economic and political chang in43 societies*, Princeton university press Newjersy.
- Inglehart, Ronald. *Globalization and postmodern values*. copy right © 1999 by the center for strategic and international studies a Massachusetts institute of technology.
- Jan luca Pletzer, Daniel Ballit, Jeff Joireman, D. Michael Kuhlman, Svenc. Voepel and Paul A.M. van lange(2018). *Social Value Orientation, Expectations, and Cooperation in Social Dilemmas: A Meta-analysis*. *European Journal of Personality*, Eur. J. Pers. 32: 62–83.
- Schwartz,shalom H.& Galit(2000). *Value consensus and Importance: across-national study*. *Journal of cross-culturalpsychology*.vol.31.
- Marcus, Justin; Ceylan, Savas; Ergin, Canaan. (2017). *Not So “Traditional” Anymore? Generational Shifts on Schwartz Values in Turkey*, *Journal of Cross-Cultural Psychology*, Vol 48, Issue 1.
- Sun, Jiaming; Wang, Xun. (2010). *differences between generations in China: a study in Shanghai*, *Journal of Youth Studies*, Vol. 13, No. 1,