

ارزش‌های انسانی دانشجویان ایرانی: دور دوم (پس از یک دهه)

Human Values in Iranian Students: Second Round (After One Decade)

Mohammad Taghi Delkhamoush

Department of Psychology
Faculty of Psychology and Education
South Tehran Branch
Islamic Azad University
Tehran-Iran

محمد تقی دلخמוש

استادیار گروه روان‌شناسی
دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی
دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب
تهران-ایران

چکیده

یک دهه پیش، در بررسی ساختار و محتوای ارزش‌های دانشجویان (دلخמוש، ۱۳۸۴)، مواردی از انحراف از الگوی نظری (ارزش‌های بنیادی انسانی؛ شوارتز، ۱۹۹۲، ۲۰۰۶) مشاهده شد. مطالعه حاضر، تغییر در ساختار ارزش‌های دانشجویان، در نزدیک شدن به الگوی نظری را برحسب تأثیرهای علی شرایط اجتماعی-سیاسی به‌ویژه تأثیر فزاینده ارتباطات توده‌گیر در طی یک دهه گذشته را تبیین می‌کند. نمونه مورد مطالعه (۴۰۰ دانشجوی، به نسبت مساوی مرد و زن) با نسخه ۴۰ ماده‌ای «پرسشنامه تشبیهی ارزش» (شوارتز و دیگران، ۲۰۰۱) ارزیابی شد، و از خلال «تحلیل کوچک‌ترین فضا» روابط ساختار ارزشی مشخص گردید و با مقایسه آن با ساختار نمونه پیشین و ساختار الگوی اصلی، شباهت‌ها و تفاوت‌های بین‌فرهنگی بازنمایی شد: ۱) ارزش پیشرفت که در مطالعه پیشین در ناحیه اصلی خود قرار نگرفته بود، در محل مورد انتظار ظاهر شد. اما، ۲) یک تغییر جدید در ترتیب ارزش لذت‌جویی در آرایش چرخه‌ای ارزش‌ها مشاهده شد. و ۳) همچون مطالعه پیشین ماده‌های امنیت ملی و نظم اجتماعی به ارزش جهان‌شمولی‌نگری منتقل شدند. پژوهش حاضر نشان داد که به‌رغم تأثیرپذیری ارزش‌های دانشجویان از فرایند نوسازی و همگرایی، گرایش به آرمانی‌سازی معانی پاره‌ای از ارزش‌ها، همچنان پس از یک دهه حفظ شده است.

واژه‌های کلیدی: ارزش‌های بنیادی انسانی، ارتباطات توده‌گیر، پرسشنامه تشبیهی ارزش، دانشجویان ایرانی

Abstract

Around a decade ago, while studying the structure and content of human values in Iranian students (Delkhamoush, 2005), some deviations from the theoretical model of Schwartz' Basic human values (1992, 2006) were identified. The present study aims to explain the alterations in structure of Iranian students' values dealing with an approach to the original theoretical model in terms of causal effects of socio-political conditions, particularly the increasing impact of mass communication during last decade. 400 students (200 females, 200 males) completed the 40-item version of Portrait Values Questionnaire (PVQ-40, Schwartz et al., 2001) and using Smallest Space Analysis (SSA), value structure relations were determined. Compared with previous sample structure, as well as the original theoretical model, the following cross-cultural similarities and dissimilarities were recognized: 1) in spite of previous study, the achievement value appeared in its expected position, 2) a new alteration in the order of hedonism value, in regard to circular arrangement of values was observed, and 3) national security and social order items were transferred to universalism value as before. The study demonstrated that despite the impact of modernization and convergence process on the students' values, tendency towards idealizing senses of certain values still remains.

Keywords: basic human values, mass communication, Portrait Values Questionnaire (PVQ-40), Iranian students

received: 16 April 2014

accepted: 24 June 2014

دریافت: ۹۳/۱/۲۸

پذیرش: ۹۳/۴/۳

Contact information: delkhamoush@azad.ac.ir

این مقاله برگرفته از طرح پژوهشی است که با اعتبار معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب اجرا شده است.

مقدمه

«ارزش‌ها غالباً به‌گونه‌ی بافتاری تعیین می‌شوند و پدیده‌هایی اجتماعی-تاریخی هستند که همان موجوداتی که رفتارشان به‌وسیله‌ی ارزش‌ها هدایت می‌شوند، آنها را ایجاد یا ویران می‌کنند.» (باری شوارتز، ۱۹۹۰، صفحه ۷)

بررسی ارزش‌ها از خلال زمینه‌یابی‌های تجربی در مقیاسی گسترده دنبال شده است (برای نمونه، زمینه‌یاب ارزش‌های جهانی^۱ (WVS)، زمینه‌یاب ارزش‌های امریکایی^۲ (AVS)، زمینه‌یاب اجتماعی/اروپایی^۳ (ESS). وسعت چنین مطالعاتی نشان از اهمیت ماهیت و عملیات چندگانه و بافتی^۴ ارزش‌ها دارد. استنتاج از یافته‌های این زمینه‌یابی‌ها در مطالعات بین فرهنگی به بسط نظریه‌هایی انجامیده که موضوع‌ها و مباحثه‌های مجادله‌آمیزی را در پی داشته است. روش‌شناسی خاص این پژوهش‌ها منجر به ایجاد شکاف و شکل‌گیری دو اردوگاه نظری شده است: روی‌آوردی که ملت‌ها را به‌عنوان واحد تحلیل ارزش‌ها در مطالعات بین فرهنگی می‌شناسد (اینگلهارت و بیکر، ۲۰۰۰؛ تریاندیس، ۱۹۹۶؛ مینکوف و هافستد، ۲۰۱۴؛ هافستد، ۱۹۸۰) و معتقد به واحدهای ملیتی است، بدین معنا که هر ملتی از حیث ارزش‌هایی که در آن اشتراک دارد، از حیث فرهنگی همگن و از دیگر ملت‌ها متمایز است. عمده‌ترین استلزام نظری این روی‌آورد، در مفهوم‌پردازی از فرهنگ به‌عنوان چیزی به اشتراک‌نهاد در سطح گروه است تا سطح فرد.

بر خلاف روی‌آورد نخست، این اعتقاد وجود دارد که ملت‌ها لزوماً همگن نیستند (شوارتز، ۲۰۰۵؛ فیشر و شوارتز، ۲۰۱۱؛ شوارتز، الف ۲۰۱۴، ب ۲۰۱۴) و ممکن است تنوع فرهنگی بسیاری درون یک ملت مشاهده شود و از اینرو نگرستن آن به عنوان یک واحد فرهنگی منفرد توجیه‌پذیر نیست. یافته‌ها حاکی از توافق کم در سطح فردی در باب ارزش‌ها در درون ملت‌ها و وفاق شایان توجه در باب بیشتر ارزش‌ها در بین کشورها می‌باشد.

به موازات بحث مجادله‌آمیز/اشتراک فرهنگی^۵ و میزان تفاوت و تغییرپذیری بین کشوری^۶ و درون کشوری^۷ (گالن و ویت، ۲۰۱۴؛ گرین‌فیلد، ۲۰۱۴؛ موریس، ۲۰۱۴؛ ون و لو، ۲۰۱۴؛

یاماگیچی، ۲۰۱۴)، سوگیری‌های نظری در باب گستره ارزش‌های جهان‌شمول^۸ و تعیین‌کننده‌های بافتی نیز متفاوت بوده است. به‌رغم تلاش برای ایجاد موازنه بین ارزش‌های جهان‌شمول و اختصاصی و تأکید بر تمایزهای بافت‌های متفاوت فرهنگی-اجتماعی (برای مثال، آلپورت (آلپورت، ورنون، و لیندزی، ۱۹۵۱) و کلاکهورن (کلاکهورن و استرادبک، ۱۹۶۱)، از جهان‌شمولی ارزش‌های انسانی به‌جد دفاع شده است (برای مثال، راکیج، ۱۹۷۳؛ شوارتز، ۱۹۹۲).

همچنین، نظریه‌پردازان نوسازی^۹ و همگرایی^{۱۰} (برای نمونه، اسملسر، ۱۹۶۴) بر این باورند که تحولات سریع اقتصادی-اجتماعی، با اشاعه ارزش‌های مدرن، اشکال زندگی در جوامع گوناگون را به‌طور فزاینده‌ای همگون نموده است. جهانی‌شدن سرمایه‌داری و تجارت، تفاوت‌های اقتصادی بین دارا و ندار را در بین کشورها در سرتاسر جهان افزایش داده (هاچسن، ۲۰۱۲) و همزمان تفاوت بین کشورها به‌دلیل شهرنشینی کشورها و بهره‌گیری از فن‌آوری‌های توسعه‌یافته ارتباطات همچون اینترنت، نظام جامع آموزش رسمی، کاهش یافته است.

در بین نظریه‌هایی که به تبیین روابط علی بین توسعه اقتصادی و تغییر ارزش‌های فرهنگی پرداخته‌اند؛ از جبری‌نگری/اقتصادی^{۱۱} (برای مثال، مارکس، ۱۸۶۷/۱۹۷۶؛ و از روان‌شناسان هافستد، ۱۹۸۰) که بر تأثیر ساختار اقتصادی در شکل‌گیری ارزش‌های فرهنگی تأکید می‌ورزد، تا جبری‌نگری فرهنگی^{۱۲} (برای مثال، وبر، ۱۹۰۵/۱۹۳۰؛ و از روان‌شناسان مک‌لند، ۱۹۶۱) که در این رابطه ساختار فرهنگی را بر توسعه اقتصادی مقدم می‌شمارد، چشم‌انداز میانه که تغییرپذیری ساختارهای اقتصادی و فرهنگی را از خلال گذاری توأمان و درهم‌تنیده تحقق‌پذیر می‌داند (برای مثال، اینگلهارت، ۱۹۷۷، ۱۹۹۷)، به پاس یافته‌های تجربی گسترده‌تر، با اقبال بیشتری از سوی پژوهشگران علوم انسانی مواجهه بوده است.

اینگلهارت با علاقه‌مندی به دگرگونی فرهنگی در جوامع پیشرفته صنعتی و بررسی ماهیت این دگرگونی و علت‌ها و پیامدهای آن، مطالعات خویش را از سال ۱۹۷۰ آغاز کرده و

1. World Values Survey (WVS)
2. American Values Survey (AVS)
3. European Social Survey (ESS)
4. contextual

5. cultural sharedness
6. between country
7. within country
8. universal

9. modernization
10. convergence
11. economic determinism
12. cultural determinism

جوامع سنتی با شتاب خیره‌کننده‌ای گذار از دنیای سنتی به جهان مدرن را تجربه می‌کنند. رشد اقتصادی، توسعه شهرنشینی، افزایش سطح آموزش، دسترسی به رسانه‌های فراگیر، حرفه‌های تخصصی، ورود زنان به بازار کار، کاهش باروری، افزایش سن ازدواج، از جمله شاخص‌هایی هستند که تأثیرپذیری ساختارهای جوامع سنتی را از فرایند نوسازی بازنمایی می‌کنند (دلخمش، ۱۳۹۲).

در ایران، پی‌جویی اثر فرایند نوسازی بر ارزش‌های ایرانیان (دلخمش، ۱۳۸۴، ۱۳۸۶؛ دلخمش و احمدی، ۱۳۹۰)، نشان داد که ساختار و محتوای ارزش‌های جوانان ایرانی در عین حالی که با الگوهای جهان‌شمول ارزش‌ها مطابقت دارد، اما واجد ویژگی‌های مختص به فرهنگ^۱ ایرانی است، که نقش ایدئولوژی اسلام انقلابی در عرصه اجتماعی-سیاسی را برجسته می‌نماید.

تحلیل‌های مفهومی، مبنی بر تطبیق ارزش‌های ایرانیان با ارزش‌های جهان‌شمول و تأثیرپذیری آنها از آموزه‌های ایدئولوژیک، بر اساس الگوی ارزش‌های بنیادی انسانی^{۱۱} (شوارتز، ۱۹۹۲، ۲۰۰۶) به‌انجام رسید.

در حال حاضر، الگوی پیشنهادی شوارتز (۱۹۹۲، ۲۰۰۶)، با عنوان ارزش‌های بنیادی انسانی، از بهترین نظریه‌هایی است که به لحاظ نظری و تجربی در باب ارزش‌ها بنا شده و از سوی شمار وسیعی از مطالعات بین‌فرهنگی (برای نمونه، بیلسکی، یانیک و شوارتز، ۲۰۱۱؛ شوارتز، ۲۰۰۶؛ شوارتز و روبل-لیفشیتز، ۲۰۰۹؛ شوارتز و ساگیو، ۱۹۹۵؛ شوارتز، کپرا و ویک‌کین، ۲۰۱۰؛ فوتین، پورتینگا، دلبک و شوارتز، ۲۰۰۸) به‌استناد داده‌های گردآمده از بیش از ۲۰۰ نمونه از ۷۴ کشور در سراسر جهان، جهان‌شمول بودن تقریبی ارزش‌ها به تأیید تجربی رسیده است.

شوارتز (۱۹۹۲)؛ به‌پیروی از راکیچ، (۱۹۷۳) ارزش‌ها را به‌منزله هدف‌های خواستنی و فراموقیعی^{۱۲} که به‌منزله اصول راهنما در زندگی افراد عمل می‌کنند، تعریف می‌کند. وی ۱۰ ارزش جامع را که از حیث مبنای انگیزشی از یکدیگر متمایزند، شناسایی کرده است (۱) خودرهنموددهی^{۱۳}: آزادی فکر و عمل؛

تاکنون ادامه داده است. اینگلهارت در اثر خود به نام *انقلاب آرام*^۱ که در سال ۱۹۷۷ منتشر کرد، گذار از ارزش‌های مادی‌نگر^۲ به ارزش‌های فرامادی‌نگر^۳ را در جوامع پیشرفته صنعتی نمودار ساخت. او در اثر بعدی خود، *تحول فرهنگ در جامعه پیشرفته صنعتی*^۴ (۱۹۹۰)، نشان می‌دهد که این تحول ارزشی بخشی از فرایند گسترده دگرگونی فرهنگی است که به تدریج زندگی سیاسی، اقتصادی و اجتماعی را در این جوامع دگرگون می‌سازد.

اینگلهارت (۲۰۰۸) پس از سه دهه، با اتخاذ سه روی‌آورد متفاوت: (۱) تحلیل‌های گروه‌های سنی، (۲) مقایسه کشورهای غنی و فقیر، (۳) بررسی روندهای واقعی مشاهده‌شده در طول ۳۵ سال (۱۹۷۰ تا ۲۰۰۶) به شواهد روشنی در تأیید پیش‌بینی‌ها، مبنی بر وقوع تغییرهای عمده فرهنگی در کشورهای اروپای غربی دست‌یافت. این تغییرها بازتاب فرایند تغییر بین‌نسلی^۵ از ارزش‌های مادی‌نگر به ارزش‌های فرامادی‌نگر و حرکت قابل توجه نسل جدید به سمت خودپیروی^۶ و خود بیان‌گری^۷، و تمرکز کمتر بر امنیت وجودی^۸ است.

اما، آیا تغییر ارزش بین‌نسلی یک پدیده خاص اروپای غربی است؟ به نظر اینگلهارت (۲۰۰۸) تغییر ارزش بین‌نسلی یک پدیده غربی نیست و هر زمان که یک نسل از هنگام تولد در شرایط تجربه‌های مداوم متفاوتی نسبت به نسل قدیمی‌تر قرار گیرد، به‌طوری که از امنیت اقتصادی و وجودی بیشتری بهره‌مند شود، می‌توان شاهد تغییر ارزش بین‌نسلی در ارجحیت هر دو بعد ارزش‌های فرامادی‌نگر و ارزش‌های خودبیان‌گری بود. هرچند، در اروپای غربی (همراه با امریکای شمالی، ژاپن و چند کشور دیگر) معجزات اقتصادی دوران پس از جنگ و ظهور دولت رفاه^۹ به فرایندهای بلند مدت تغییر ارزش بین‌نسلی کمک کرده است و هیچ تضمینی وجود ندارد که در مناطق دیگر جهان این تغییرها تحقق یابد، اما در حال حاضر جهان به عنوان یک کل بالاترین نرخ رشد اقتصادی را تجربه می‌کند که تا کنون ثبت شده است و امکان دستیابی به سطوح بالاتری از امنیت وجودی برای کشورهای دیگر فراهم شده است.

1. The Silent Revolution

2. materialist

3. post-materialist

4. Culture Shift in Advanced Industrial Society

5. intergenerational

6. autonomy

7. self-expression

8. existential security

9. welfare state

10. culture-specifics

11. human basic values

12. trans-situational

13. self-direction

می‌شود که بر ارزش‌های جدید (مثلاً، پذیرش اندیشه‌های نو) تأکید می‌کنند و ارزش‌های سنتی (مثلاً، هم‌نوایی) را مردود می‌شمارند. بدین نحو، مردم با ادخال ارزش‌های ملحوظ در نهادهای جوامع صنعتی درون نظام‌های ارزشی خویش، متجدد می‌شوند. اینگلهارت و ولزل (۲۰۰۵) تفسیر مشابهی ارائه می‌کنند، مبنی بر اینکه صنعتی شدن موجب تغییر ارزش‌های سنتی به ارزش‌های سکولار-عقلانی^{۱۵} می‌شود.

برخلاف بسیاری از مؤلفین نوسازی فرهنگی، مخالفان سلطه نظام سرمایه‌داری جهانی، بر این اعتقادند که اشاعه جهانی ارزش‌های فرهنگی برساخته از نظام سرمایه‌داری، نه در جهت گسترش آزادی و مردم‌سالاری^{۱۶} بلکه در خدمت تقویت موضع صاحبان سرمایه صورت می‌پذیرد که با تولید فرهنگ قالبی از طریق ابزارهای مدرن همچون رسانه‌ها، در پی مهار و هدایت افکار توده‌ها می‌باشند. صنعت فرهنگ^{۱۷} با تولیدات فرهنگی در سری‌های پایان‌ناپذیری از تفریح، سرگرمی و نمایش‌ها که عمدتاً حاوی پیام‌های روشنی در جهت ترغیب عموم به جستجوی لذت‌جویی شهوانی و تخطی از حریم‌های اخلاقی، هم‌رنگی و ساده‌نگری، مصرف کردن و سودنگری است، فرهنگ کارناوالی^{۱۸} را بر فرهنگ عمومی حاکم کرده است (نگاه کنید به: آدورنو، ۱۹۹۱؛ رایف، ۱۹۷۹).

به‌رغم موضع‌گیری‌ها و تبیین‌های مختلف از فرایند نوسازی، این پرسش که تا چه حد ساختارهای ارزشی، در بافت‌های فرهنگ‌های متفاوت پایدارند، پرسشی اساسی است. ثبات نسبی فضای ارزشی و عوامل مؤثر بر این ثبات هنوز هم نسبتاً کمتر شناخته شده است. فونتین (فونتین و دیگران، ۲۰۰۸) نشان داد که هم نوسانات نمونه و هم توسعه اجتماعی-اقتصادی تأثیر قابل توجهی در ثبات ساختار ارزش‌ها در نمونه‌هایی از ۳۸ کشور داشت. فونتین و دیگران (۲۰۰۸)، برای تعیین اثر توسعه اجتماعی، هفت شاخص کلی توسعه (بوم‌شناسی^{۱۹}، آموزش، اقتصاد، ارتباطات توده‌گیر^{۲۰}، جمعیت، مذهب و سیاست) را ترکیب کردند. در بافت‌های بیشتر توسعه‌یافته، ساختار به‌گونه‌ی واضح‌تری بازتولید شد، در حالی که در بافت‌های کمتر توسعه‌یافته ساختار ثبات

(۲) تحریک‌طلبی^۱: تهییج، تازگی و چالش در زندگی؛ (۳) لذت‌جویی^۲: لذت و ارضای جسمانی خود؛ (۴) پیشرفت^۳: موفقیت در مطابقت با معیارهای اجتماعی؛ (۵) قدرت^۴: مهار افراد و امکانات و تسلط بر آنها؛ (۶) امنیت^۵: توازن و ثبات برای خود و جامعه؛ (۷) هم‌نوایی^۶: خودداری از نقض انتظارات اجتماعی رسمی و غیررسمی؛ (۸) سنت^۷: تعهد، پذیرش و تسلیم به یک جهان‌بینی سنتی؛ (۹) خیرخواهی^۸: گسترش رفاه افراد متعلق به گروه خودی؛ (۱۰) جهان‌شمولی‌نگری^۹: تفاهم، قدرشناسی، اغماض و حفاظت از رفاه همه انسان‌ها و حفاظت از طبیعت.

گزاره مهم شوارتز مربوط به ساختار ارزش‌هاست. یافته‌های پژوهش‌های تجربی به تأیید این فرضیه شوارتز منجر شده است که ارزش‌ها در یک ساختار دورانی^{۱۰} آرایش یافته‌اند. ارزش‌هایی که در مجاورت هم در پیرامون دایره قرار گرفته‌اند، شامل معانی مشترکی‌اند و ارزش‌هایی که در جهت‌های متضاد از مرکز دایره‌اند، معانی متضادی دارند (اشتاین‌متز، ایزیدور و بایال، ۲۰۱۲؛ بایرلین، داویدو، اشمیت و شوارتز، ۲۰۱۲؛ چچوخ و داویدو، ۲۰۱۲؛ شوارتز، ۱۹۹۲، ۲۰۰۶؛ ویکوونه، کاسکونی و باربارانلی، ۲۰۰۹).

به‌علاوه، ارزش‌ها می‌توانند در دو بُعد دوقطبی، چهار ارزش مرتبه بالاتر را سازمان دهند: آمادگی برای تغییر^{۱۱} (شامل خودرهنموددهی و تحریک‌طلبی) در برابر محافظه‌کاری^{۱۲} (سنت، هم‌نوایی و ایمنی) و گسترش خود^{۱۳} (قدرت و پیشرفت) در برابر تعالی خود^{۱۴} (جهان‌شمولی‌نگری و خیرخواهی). ارزش‌های لذت‌جویی نیز شامل عناصری از آمادگی برای تغییر و گسترش خود است. در شکل ۱ (شوارتز، ۱۹۹۴؛ شوارتز و هیوزمان، ۱۹۹۵) سازمان‌یافتگی پویای ارزش‌ها و روابط تعارضی و توافقی آنها مجسم شده است.

شوارتز و ساگی (۲۰۰۰) در تدوین فرضیه‌های مربوط به رابطه ارزش‌ها و شرایط اجتماعی-اقتصادی، در مرور نظریه نوسازی و اثرهای علی توسعه‌یافتگی اجتماعی-اقتصادی بر تغییر اهمیت ارزش اظهار می‌دارند که قرار گرفتن در معرض موقعیت‌های حرفه‌ای صنعتی شده سبب شکل‌گیری افرادی

1. stimulation
2. hedonism
3. achievement
4. power
5. security

6. conformity
7. tradition
8. benevolence
9. universalism
10. circular

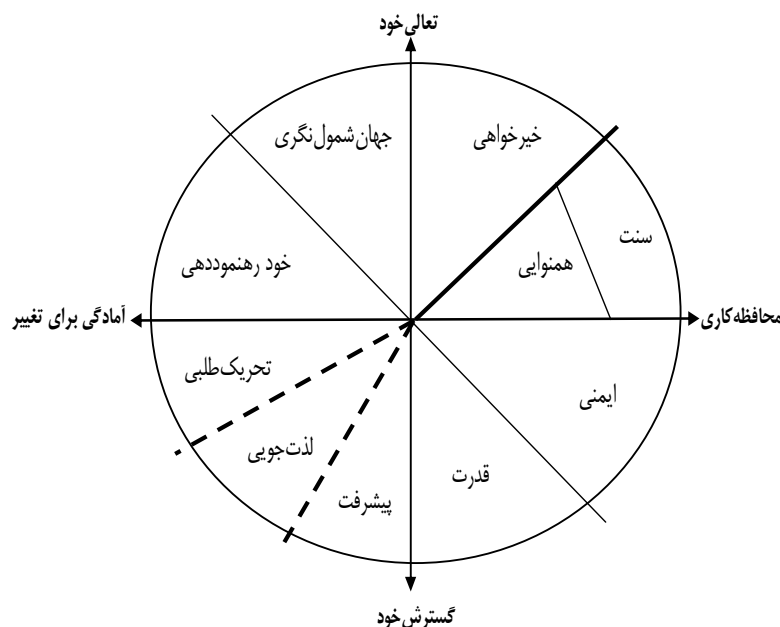
11. openness to change
12. conservation
13. self-enhancement
14 self-transcendence
15. secular- rational

16. democracy
17 culture industry
18. carnivalization
19. ecology
20. mass communication

نوجوان، جوان و بزرگسال، دلخموش و احمدی، ۱۳۹۱) به‌رغم تشابه‌های چشمگیر، تمایزهایی بین دو بعد ارزشی، ترتیب ارزش‌ها و جای‌گیری ماده‌ها (ارزش‌های منفرد) در چرخه ارزش‌های بنیادی مشاهده شد.

کمتری داشت و نمونه‌های کشورهای غربی نسبت به نمونه‌های کشورهای غیر غربی با ساختار کلی ارزش متناسب‌تر بودند.

به‌گونه مشابه در نمونه‌های ایرانی (مقایسه سه نمونه



شکل ۱. نظریه ساختار دورانی پیوستار ۱۰ ارزش بنیادی و چهار ارزش مرتبه بالاتر (برگرفته از شوارتز، ۱۹۹۴)

تیبین و استنباط مغایرت‌ها به تأثیر ایدئولوژی و جو سیاسی (باردی و شوارتز، ۱۹۹۶؛ شوارتز و باردی، ۱۹۹۷) دهه‌های اخیر کشور رجوع شد. بدین‌معنا که همساز با نظام سیاسی و اجتماعی شدن^۵ ایدئولوژیکی، معانی ارزش‌های مذکور را زیر تأثیر قرار داده است.

در شرایط تغییرات اجتماعی سریع، فشارهای خاصی بر توحید یافتگی^۶ ارزشی وارد می‌شود. هنگامی که تعارض‌های شدید بر ارزش‌های بنیادی غالب شوند، تردید وجود دارد که بازداشتن یا مصالحه، در ایجاد توحید یافتگی جدید مؤثر واقع شود (آلبورت، ۱۹۵۹).

نقش ارتباطات توده‌گیر به‌منزله اصلی‌ترین ابزار جهانی شدن و همگرایی ارزش‌های فرهنگی آن چنان اساسی است که به‌کارگیری فن‌آوری‌های نوین ارتباطی، نشاندنده آغاز عزیمتی نو و مهم در تاریخ هیئت‌های انتقال فرهنگی بوده است.

پیشرفت ارتباطات توده‌گیر، فرایندی است که با تحول سرمایه‌داری صنعتی و ظهور و پیشرفت حکومت‌ملت مدرن

در بررسی حاضر، ثبات ساختار ارزش‌ها پس از یک دهه، در نمونه دانشجویی مشابه، با به‌کارگیری ابزاری (پرسشنامه تشبیهی / ارزش^۱، PVQ-40؛ شوارتز، ۲۰۰۶؛ شوارتز و دیگران، ۲۰۰۱) موازی ابزار بررسی پیشین (زمینه‌یاب / ارزشی شوارتز^۲، SVS؛ شوارتز و راس، ۱۹۹۵) آزمون شد و پایداری ویژگی‌های مختص به فرهنگ در ارزش‌های دانشجویان ایرانی، این‌گونه مورد پرسش قرار گرفت: آیا ویژگی‌های ارزشی استخراج شده در دانشجویان دهه ۸۰، همچنان در ساختار و محتوای ارزش‌های دانشجویان جدید، حضور دارد؟ و رابطه علی آموزه‌های ایدئولوژیک با ارزش‌های دانشجویان ایرانی همچنان برقرار است؟

در بررسی پیشین (دلخموش، ۱۳۸۴)، مواردی از انحراف از الگوی نظری مشاهده شد. انحراف نخست، مربوط به نقض رابطه پویایی ابعاد مرتبه بالاتر تعالی خود و گسترش خود، به‌دلیل ظهور ارزش پیشرفت در محلی نامنتظر بود. انحراف دیگر، جای‌گیری ارزش‌های منفرد نظم اجتماعی^۳ و امنیت ملی^۴ در ارزش جهان‌شمولی‌نگری بود. در هر دو مورد برای

- | | | |
|---------------------------------------|----------------------|------------------|
| 1. Portrait Value Questionnaire (PVQ) | 3. social order | 5. socialization |
| 2. Schwartz Values Survey (SVS) | 4. national security | 6. integration |

را در بین نوجوانان و جوانان ملت‌ها دارند. این شبکه‌ها، پایه و اساس ساختارهای اجتماعی را شکل می‌دهند که فراسوی مرزهای گروه‌های سنتی گسترش می‌یابند. روابط شبکه می‌تواند ارتباطات قابل توجهی بین بخش‌های منفک و مجزای جامعه ایجاد کند که پیامدهای مهم اجتماعی، اقتصادی و سیاسی را در پی دارد (دباغ و کیستنس، ۲۰۱۲).

آمار اخیر (فیس‌بوک^۷، ۲۰۱۴) نشان می‌دهد که بیش از یک میلیارد و ۳۰۰ میلیون نفر، کاربر فعال ماهانه فیس بوک هستند که میانگین دوستان شبکه‌ای این کاربران بالغ بر ۱۳۰ نفر است. بنا بر آمار دیگری که پایگاه جهانی اینترنت^۸ (۲۰۱۲) منتشر کرده، جمعیت کاربران فیس‌بوک در خاورمیانه در حدود ۲۳ میلیون نفر اعلام شده است که کاربران ایرانی ۴۶ درصد آن را تشکیل می‌دهند. بنابراین آمار کاربران ایرانی بالغ بر ۱۱ میلیون نفر است. این درحالی است که مرکز مدیریت توسعه ملی اینترنت در آخرین گزارش خود، شمار کاربران اینترنت در ایران را تا پایان سال ۹۱ بالغ بر ۴۶ میلیون نفر اعلام کرده است (خبرگزاری مهر، ۱۳۹۲).

در طی ده سال گذشته، آیا همچنان تأثیر تلقین آموزه‌ها و اعتقادات ایدئولوژیکی در معنادگی به ارزش‌های نوجوانان و جوانان، حفظ شده است یا فرایند اجتماعی شدن نوجوانان به مسیری متفاوت تغییر جهت یافته است؟

باردی و گودوین (۲۰۱۱) در مدل پیشنهادی خود در مورد فرایندهای تغییر ارزش فردی، دو مسیر اصلی را برای تغییر ارزش مورد بحث قرار داده‌اند: یک مسیر به صورت خودکار^۹ و یک مسیر تلاش‌مندانه^{۱۰}. در مدل پیشنهادی آنها تأثیر رسانه، هم‌ارز دیگر عوامل اجتماعی شدن (آموزش، همگان^{۱۱}) تلقی شده است. پیام‌های رسانه‌ای به‌منزله نشانه‌های محیطی^{۱۲}، می‌توانند از خلال فرایند آماده‌سازی^{۱۳}، روان‌بند^{۱۴} ارزش جدیدی را به‌طور خودکار شکل دهند که ارزش‌های اولیه را با تکرار پیام به‌چالش کشیده و به‌تدریج تغییر دهند.

نوجوانی دانشجویان این مطالعه، در طی دهه ۸۰، در دوره‌ای سپری شده است که گسترش ارتباطات توده‌گیر به‌منزله ابزار اصلی جهانی شدن و همگرایی، شتاب بیشتری به‌خود گرفته است

همبافتی تنگاتنگی دارد و ضمناً فرایندی است که شیوه‌های گردش و انتشار صور نمادین^۱ در جوامع مدرن را عمیقاً دگرگون کرده است. با ظهور ارتباطات توده‌گیر، فرایند انتقال فرهنگی بیش از پیش به‌وسیله مجموعه‌ای از نهادهای ذینفع در کالایی کردن و انتشار گسترده صور نمادین، رسانه‌ای می‌شود. در دهه‌های اخیر این نهادها به‌شکل فزاینده‌ای در مجتمع‌های ارتباطی عظیم یکجا و یکپارچه شده و انتشار صور نمادین بیش از پیش خصوصیت جهانی یافته است (تامپسون، ۱۳۷۸/۱۹۹۱).

دگرگونی در زمینه فن‌آوری جدید در حوزه ارتباطات دور، عمیقاً بر فعالیت‌های صنایع رسانه‌های مختلف تأثیر گذارده است. و برای اشاعه اطلاعات در سطح فراملی^۲ به کار گرفته شده است. به‌گونه‌ای که توان دولت‌ها را برای نظارت بر پخش مواد صوتی-تصویری که از منابع خارجی نشئت گرفته‌اند، کاهش داده است. و به‌همین ترتیب، تجربه فرهنگی بیشتر جوامع عمیقاً به‌واسطه اشاعه صور نمادین از طریق رسانه‌های مختلف که منبعث از ارزش‌ها و هنجارهایی متفاوت و غالباً متعارض با ارزش‌های بافت ملی است، شکل می‌گیرد.

جوانان ایرانی در طی دهه گذشته، در خلال دوره حساس اکتساب ارزش‌ها یعنی نوجوانی، زیر تأثیر تجربه‌هایی بوده‌اند که ارتباطات توده‌گیر در آن نقش برجسته‌ای داشته‌اند.

گزارش شده تعداد شبکه‌های فارسی‌زبان فعال در خارج از کشور از سه شبکه در سال ۷۳ به ۱۲۵ شبکه در سال ۹۱ رسیده است (خبرگزاری ایسنا، ۱۳۹۳). شبکه‌هایی که اگر برعلیه ارزش‌های ایدئولوژی انقلابی نباشند، با آموزه‌های آن همخوان نیستند. شبکه‌هایی که مخاطبین پرشماری یافته‌اند؛ برآورد شده است که ۴/۵ میلیون گیرنده و دیش ماهواره‌ای غیر مجاز در کشور فعال است (خبرگزاری مهر، ۱۳۸۷).

تأثیر دیگر ابزارهای ارتباطات توده‌گیر شامل سایت‌های شبکه اجتماعی^۳، بلاگ‌ها^۴، ویکی‌ها^۵، پادکست‌ها^۶، و ... خاصه برای گروه جوان، کمتر از شبکه‌های ماهواره‌ای نیست. سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، برگرفته از فن‌آوری‌های مبتنی بر اینترنت هستند که سریع‌ترین رشد و بیشترین محبوبیت

- | | | | |
|----------------------------|-------------------------|------------------------|-------------|
| 1. symbolic forms | 5. wikis | 9. automatic | 13. priming |
| 2. transnational | 6. podcasts | 10. effortful | 14. schema |
| 3. social networking sites | 7. Facebook | 11. peers | |
| 4. blogs | 8. Internet World Stats | 12. environmental cues | |

۲۰۰۶؛ شوارتز و دیگران، ۲۰۰۱) به انجام رسید. این پرسشنامه به‌عنوان ابزاری کمتر انتزاعی و موازی با زمینه‌یاب ارزشی شوارتز (SVS: شوارتز و راس، ۱۹۹۵) که سطح بالایی از فکر انتزاعی را الزامی می‌کند، برای اندازه‌گیری ارزش‌هاست. به این ترتیب، پرسشنامه‌ی تشبیهی ارزش (PVQ) عینی‌تر و به لحاظ شناختی واجد پیچیدگی کمتری از SVS می‌باشد و مطالعه‌ی ارزش‌ها را از نوجوانی تا دوره بزرگسالی میسر می‌کند.

هر ماده پرسشنامه عبارت از تشبیه کلامی کوتاهی در باب یک فرد متفاوت است. هر ماده هدف‌ها، خواسته‌ها یا امیال یک شخص را توصیف می‌کند و به گونه‌ی ضمنی به اهمیت یک ارزش اشاره دارد. در خصوص هر تشبیه، پاسخ‌دهندگان به این پرسش پاسخ می‌دهند که «این شخص تا چه اندازه به شما شبیه است؟» و پاسخ خویش را با انتخاب یک گزینه از شش گزینه طبقه‌بندی شده، تعیین می‌کنند. داوری‌های مشابهت پاسخ‌دهندگان از ۱ (ابتداً شبیه من نیست) تا ۶ (بسیار زیاد شبیه من است) نمره‌گذاری می‌شوند. تعداد تشبیه‌ها برای هر یک از ارزش‌ها به وسعت تعریف مفهومی آن بستگی دارد (شوارتز، ۱۹۹۲): شش تشبیه برای جهان‌شمولی‌نگری؛ پنج تشبیه برای ایمنی؛ چهار تشبیه برای سنت، هم‌نوایی، خیرخواهی، خودرهنموددهی، و پیشرفت؛ سه تشبیه برای تحریک‌طلبی، لذت‌جویی، و قدرت.

پرسشنامه با هماهنگی مؤلف (شوارتز) پس از طی مراحل ترجمه، به فارسی برگردانده شده است (دلخمش، ۱۳۹۳).

در پژوهش‌های اخیر، اشتاین‌متز، اشمیت، تینا‌یوه، ویسزورک و شوارتز (۲۰۰۹)، اشتاین‌متز، ایزیدور و بارول (۲۰۱۲)، برلین، دویدوف، اشمیت و شوارتز (۲۰۱۲)؛ چچوخ و شوارتز، ۲۰۱۲؛ ویک‌کین، کاسکونی و باربارانی (۲۰۰۹)، و هاینز، بره‌لر، اشمیت و آلبانی (۲۰۰۵)، جملگی الگوی دورانی ساختار ارزش‌های انسانی در پرسشنامه تشبیهی ارزش (PVQ: شوارتز و دیگران، ۲۰۰۱) را با روش‌های متفاوت (مقیاس‌سازی چندبُعدی، تحلیل عاملی، و غیره) در نمونه‌هایی وسیع از جمعیت‌ها آزمون و مقایسه کرده‌اند. یافته‌ها در تأیید ساختار دورانی ارزش‌ها بود.

یافته‌های پژوهشی در نمونه‌های ایرانی (دلخمش و احمدی، ۱۳۹۰، ۱۳۹۱) نیز قابلیت PVQ در سنجش ارزش‌ها را در حد وسیعی مورد تأیید قرار داده‌اند.

و به‌شکل فزاینده‌ای دانشجویان را که در مرحله تجسس ارزش‌ها هستند، در معرض پیام‌هایی قرار داده است که یکپارچگی و ترغیب‌کنندگی آموزه‌ها و اعتقادات ایدئولوژیک را کاهش داده و استقرار معانی ارزش‌های ایدئولوژیک را با اختلال مواجه می‌کند. از این رو، پیش‌بینی می‌شود، معانی‌ای که دانشجویان مطالعه پیشین به ارزش پیشرفت و ارزش‌های منفرد امنیت ملی و نظم اجتماعی نسبت داده بودند، در نسل جدید دانشجویان تغییر یافته و به الگوی جهان‌شمول ارزش‌ها (شوارتز، ۱۹۹۲، ۲۰۰۶) نزدیک‌تر شده باشد. همچنین، به‌مانند مطالعه پیشین، ساختار و محتوای ارزشی زنان و مردان همسان باشد. چه، زنان و مردان، معانی ارزشی را در اجتماع زبان‌شناختی یکسانی کسب می‌کنند و مفاهیم ارزش‌هایی را که برای هدف‌های خویش انتخاب می‌کنند، دارای معانی مشترکی هستند (پرنس-گیسون و شوارتز، ۱۹۹۸؛ استراچ، شوارتز، و فان در کلو، ۲۰۰۲).

فرضیه اصلی، برگرفته از بنیادهای نظری است که در نظریه‌های نوسازی و همگرایی و فرایند تغییر بین‌نسلی ارزش‌ها (اینگله‌هارت، ۱۹۹۰) و ارزش‌های جهان‌شمول و اشتراک فرهنگی (شوارتز، ۱۹۹۲؛ فیشر و شوارتز، ۲۰۱۱)، شکل گرفته است. و پیش‌بینی مناسب جنس و ارزش‌ها، از چهارچوب نظری ارزش‌های بنیادی (شوارتز، ۱۹۹۲، ۲۰۰۶) و یافته‌های تجربی پیشین (استراچ، شوارتز، و فان در کلو، ۲۰۰۲؛ دلخمش، ۱۳۸۴؛ دلخمش و احمدی، ۱۳۹۰) که مشابهت معانی و ساختار ارزش‌ها را برای دو جنس تأیید کرده‌اند، استنتاج شده است.

روش

نمونه مورد بررسی به قرار زیر در اختیار قرار گرفت: ۴۰۰ دانشجوی (۲۰۰ مرد و ۲۰۰ زن) رشته‌های علوم انسانی (دانشکده‌های مدیریت، روان‌شناسی و علوم تربیتی) و فنی-مهندسی (دانشکده فنی) دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، با دامنه سنی ۱۸ تا ۲۷ سال (میانگین سن، برای دانشجویان مرد ۲۲ سال و برای دانشجویان زن ۲۱ سال) که به‌روش نمونه‌برداری تصادفی ساده انتخاب شدند.

ارزشیابی محتوا و ساختار ارزش‌های انسانی با به کار بستن نسخه ۴۰ ماده‌ای پرسشنامه تشبیهی ارزش (PVQ-40: شوارتز،

برای تحلیل ساختاری و منظومه‌های محتوایی ارزش‌ها، فن تحلیل کوچکترین فضا^۱ (SSA) به کار گرفته شد که از جمله فنون مقیاس‌سازی چندبُعدی^۲ (MDS) نامتریک برای تحلیل ساختاری داده‌های واجد مشابهت است (برای آشنایی با زیربنای نظری فن تحلیل کوچک‌ترین فضا، ر. ک. دلخوش، ۱۳۸۴).

یافته‌ها

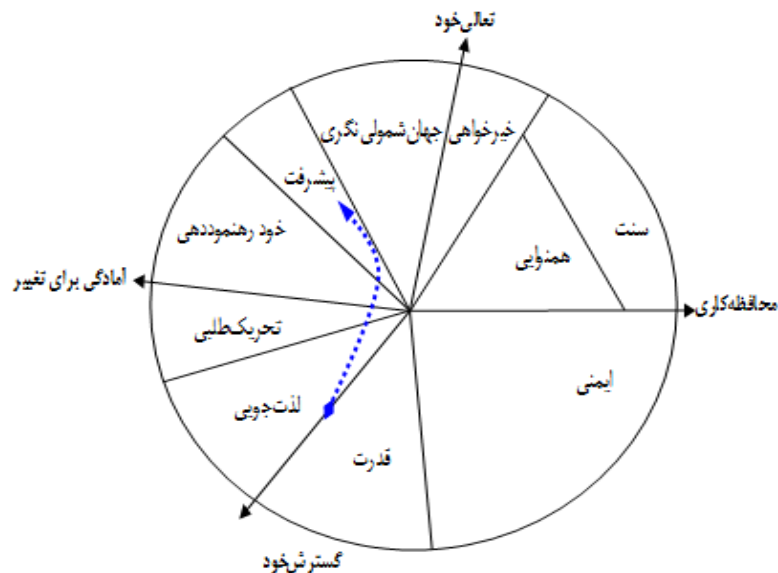
ساختار ارزشی جوانان دانشجو، در نقشه SSA (شکل ۳) که تجسم فضایی دو بُعدی از همبستگی‌های بین ۴۰ ماده پرسشنامه می‌باشد، منعکس شده است. این شکل بر اساس ملاک‌هایی (شوارتز، ۱۹۹۲) که اجازه می‌دهند ماده‌ها را با رسم خطوطی در یک ناحیه (ریخت) تحدید کرد و از ناحیه (ریخت) دیگر مجزا کرد، ترسیم شده است.

مقایسه شکل ۳ با شکل ۱ که بر مبنای الگوی نظری پژوهش (شوارتز، ۱۹۹۲، ۲۰۰۶) فراهم آمده، همسانی و ناهمسانی محتوا و ساختار ریخت‌های ارزشی نمونه ایرانی را با الگوی ملاک فراهم می‌سازد. و همچنین مقایسه بین دو نمونه جوانان دانشجو (نمونه سال ۹۲؛ شکل ۳ با نمونه سال ۸۲؛ شکل

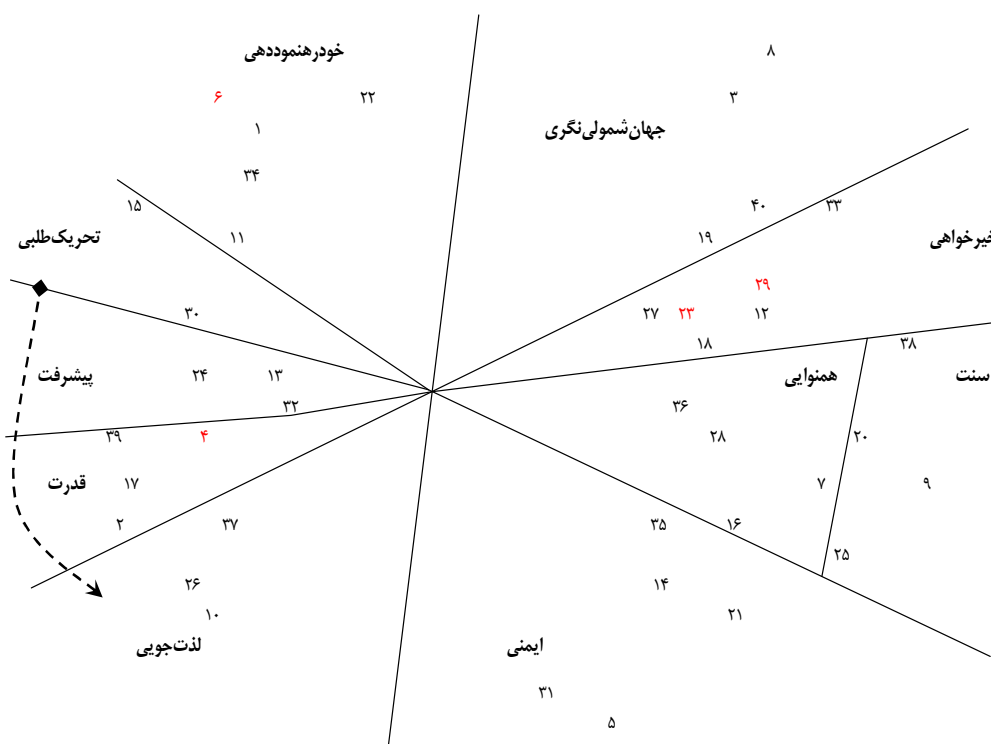
۲) را نیز به دست می‌دهد. ساختار ارزشی به دست آمده SSA در سطح وسیعی با ساختار نظریه‌پردازی شده مطابقت دارد. هر ۱۰ ارزش بنیادی شناسایی شد. نواحی تشکیل‌دهنده هر ارزش به وضوح متمایزند و آمیختگی مشاهده نمی‌شود. ترتیب‌بندی ارزش‌های بنیادی به استثنای یک مورد که مربوط به ارزش لذت‌جویی است، با الگوی نظری همسان است. برای مطابقت کامل با ترتیب‌بندی ساختار آرمانی، سه حرکت (در جهت حرکت عقربه‌های ساعت) لازم است تا ارزش لذت‌جویی در ناحیه آرمانی قرار گیرد.

سازمان‌یافتگی ارزش‌ها، روابط تعارضی و توافقی و ابعاد مرتبه بالاتر گسترش خود در برابر تعالی خود و محافظه‌کاری در برابر آمادگی برای تغییر را همچنان که در سازمان یافتگی نظری پیش‌بینی شده است، بازنمایی می‌کنند؛ مشروط بر این‌که ارزش لذت‌جویی با سه حرکت به ناحیه آرمانی نقل مکان کند.

بدین ترتیب در تطبیق ساختار ارزش‌های انسانی دانشجویان با ساختار نظری، تنها تفاوت مشاهده شده، جابه‌جایی ناحیه‌ای است که ارزش لذت‌جویی در آن ظاهر شده است.



شکل ۲. نمای کلی از ساختار ارزشی دانشجویان سال ۸۲ (تعداد ۶۰۰ دانشجو زن و مرد)



شکل ۳. تحلیل کوچک‌ترین فضا از ارزش‌های دانشجویان سال ۹۲ (تعداد: ۴۰۰ دانشجوی زن و مرد)

۲)، این جابه‌جایی در بررسی دور دوم (سال ۹۲) تصحیح شده است، اما این بار مکان ارزش لذت‌جویی تغییر یافته است. اما، همچنین لازم است، برای تأیید الگوی چرخه‌ای ارزش‌های بنیادی به نتایج همبستگی بین ارزش‌ها نیز رجوع شود (جدول ۱).

ترتیب ارزش‌ها و سازمان‌یافتگی آنها در دو نقشه SSA نمونه‌های دانشجویان سال ۹۲ و سال ۸۲ متفاوت است. ارزش پیشرفت در اولین بررسی (سال ۸۲) از محل خود، مابین دو ناحیه ارزش قدرت و لذت‌جویی به ناحیه‌ای مابین ارزش‌های خودرهنموددهی و جهان‌شمولی‌نگری نقل کرده بود (شکل

جدول ۱

ضرایب همبستگی بین ۱۰ ارزش بنیادی (کل گروه)

ارزش	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
۱. خودرهنموددهی	-								
۲. تحریک‌طلبی	۰/۵۲۵**	-							
۳. لذت‌جویی	۰/۲۴۴**	۰/۳۱۶**	-						
۴. پیشرفت	۰/۵۰۴**	۰/۳۸۰**	۰/۳۳۵**	-					
۵. قدرت	۰/۲۸۱**	۰/۳۱۴**	۰/۳۶۵**	۰/۵۳۵**	-				
۶. ایمنی	۰/۰۴۷	۰/۰۹۴	۰/۱۲۴	۰/۱۶۷*	۰/۰۲۸	-			
۷. همنوایی	۰/۰۲۱	۰/۰۷۷	۰/۰۲۰	۰/۱۲۷	۰/۰۷۷	۰/۳۸۲**	-		
۸. سنت	۰/۱۰۹	۰/۱۴۱*	۰/۱۶۹*	۰/۱۰۸	۰/۲۶۲**	۰/۳۰۷**	۰/۵۰۱**	-	
۹. خیرخواهی	۰/۱۲۱	۰/۰۱۷	۰/۰۳۷	۰/۰۲۶	۰/۱۴۸*	۰/۳۵۶**	۰/۴۸۸**	۰/۳۸۵**	-
۱۰. جهان‌شمولی‌نگری	۰/۱۶۳*	۰/۰۰۸	۰/۰۹۹	۰/۰۴۶	۰/۱۶۵*	۰/۴۲۸**	۰/۴۰۵**	۰/۳۳۵**	۰/۵۶۸**

**P<۰/۰۰۱ *P<۰/۰۱

گروه اول. همبستگی‌هایی که می‌بایست بیانگر توافق ارزش‌ها باشند، اما نتایج مؤید روابط توافقی در حد لازم نیستند. نمونه‌ها: (۱) همبستگی ارزش‌های ایمنی و قدرت (I=۰/۰۲۸) که

یافته‌های مندرج در جدول ۱، حاکی از پاره‌ای از همبستگی‌های نامتعارف‌اند، ۱۰ مورد از مغایرت‌های قابل ملاحظه‌اند، که می‌توان آنها را در ۴ گروه از هم متمایز کرد.

همانطور که در جدول ۴ دیده می‌شود، ارزش لذت‌جویی با چهار ارزش بنیادی همبستگی مثبت معنادار ($P < 0/001$) دارد: قدرت ($r = 0/365$)، پیشرفت ($r = 0/335$)، تحریک‌طلبی ($r = 0/316$) و خودرهنموددهی ($r = 0/244$) و همبستگی منفی معنادار ($P < 0/01$) با سنت ($r = -0/169$). این همبستگی‌ها نامتعارف نیستند و با الگو مطابقت دارند، هرچند همبستگی ارزش لذت‌جویی با ارزش قدرت بیش از همبستگی آن با ارزش پیشرفت است. نکته مهم دیگر، عدم همبستگی معنادار بین ارزش لذت‌جویی و ارزش ایمنی است. بدین ترتیب، مشخص می‌گردد که محل استقرار ارزش لذت‌جویی در مجاورت ارزش ایمنی، ناشی از ارتباط آن با ارزش ایمنی نیست.

برای سنجش محتوای ارزش‌ها، جای‌گیری هر ماده درون هر ارزش بنیادی نمونه دانشجویی، با الگوی نظری مورد مقایسه قرار گرفت. ارزشیابی محل‌های مورد مشاهده، حاکی از آن است که از ۴۰ ماده، ۳۶ ماده در متداول‌ترین محل خویش پدیدار شده‌اند. ارزش‌های ایمنی، سنت، همنوایی و لذت‌جویی، ماده‌هایی را در خود جای داده‌اند که در الگوی نظری مورد انتظار است. ارزش‌های قدرت و خودرهنموددهی، با یک ماده افزوده (ماده ۴، در ریخت قدرت؛ ماده ۶، در ریخت خودرهنموددهی) که به ترتیب از ارزش‌های پیشرفت و تحریک‌طلبی منتقل شده‌اند، مشخص شده‌اند. در ارزش خیرخواهی دو ماده ۲۳ و ۲۹ جای گرفته‌اند که در متداول‌ترین محل خویش، یعنی، ریخت جهان‌شمولی‌نگری ظاهر نشده‌اند.

برای ارزیابی معنای ماده‌هایی که در محل‌های مورد انتظار در الگوی نظری ظاهر نشده‌اند، همبستگی‌های معنادار بین هر ماده با ۱۰ ارزش بنیادی و همبستگی‌های هر ماده با ماده‌های ارزش ناحیه اصلی و ارزش ناحیه جابه‌جا شده بررسی شده است.

بسیار پایین‌تر از حد معمول برای یک رابطه توافقی بین دو ارزش بنیادی همجوار است، ۲) همبستگی ارزش‌های خودرهنموددهی و جهان‌شمولی‌نگری ($r = 0/163$) که پایین‌تر از حد معمول برای رابطه این دو ارزش بنیادی همجوار است.

گروه دوم، همبستگی‌هایی که می‌بایست بیانگر عدم توافق ارزش‌ها باشند. اما، نتایج حاکی از روابط تعارضی در حد لازم نیستند، و یا به‌عکس نشان‌دهنده روابط نامنتظر توافقی هستند. نمونه‌ها: ۳) همبستگی بسیار بالای ارزش‌های ایمنی و جهان‌شمولی‌نگری ($r = 0/438$)، ۴) فقدان رابطه منفی بین ارزش‌های ایمنی و خودرهنموددهی ($r = 0/047$)، ۵) فقدان رابطه منفی بین ارزش پیشرفت و دو ارزش خیرخواهی ($r = 0/036$) و جهان‌شمولی‌نگری ($r = 0/046$).

گروه سوم، همبستگی‌هایی که بیانگر روابط توافقی و تعارضی نامتعارفند. نمونه‌ها: ۶) همبستگی بالای منفی بین ارزش سنت و ارزش قدرت ($r = -0/262$)، ۷) همبستگی بالای مثبت بین ارزش سنت و ارزش جهان‌شمولی‌نگری ($r = 0/335$)، ۸) همبستگی بالای مثبت بین ارزش پیشرفت و ارزش خودرهنموددهی ($r = 0/504$).

گروه چهارم، همبستگی‌هایی که میزان آن متناسب با ترتیب همجواری نواحی ارزش‌ها نیستند. نمونه‌ها: ۹) همبستگی بالاتر ارزش تحریک‌طلبی با ارزش پیشرفت ($r = 0/380$)، تا با ارزش لذت‌جویی ($r = 0/316$)، ۱۰) همبستگی بالاتر ارزش لذت‌جویی با ارزش قدرت ($r = 0/365$)، تا با ارزش پیشرفت ($r = 0/335$).

از این ۱۰ همبستگی مغایر با الگو، به‌ویژه نتایج همبستگی‌های ارزش ایمنی با ارزش‌های جهان‌شمولی‌نگری، خودرهنموددهی و قدرت، حائز اهمیت است.

برای پیگیری معنای جابه‌جایی ارزش لذت‌جویی، همچنین باید روابط این ارزش با سایر ارزش‌های بنیادی ملاحظه شود.

جدول ۲

همبستگی‌های معنادار ماده‌های جابه‌جا شده ۴ و ۶ با ارزش‌های بنیادی ($n = 400$)

ماده	ارزش‌های بنیادی			
	خودرهنموددهی	تحریک‌طلبی	لذت‌جویی	پیشرفت
۴	۰/۳۱۰	۰/۲۳۴	۰/۲۹۴	۰/۵۷۸
۶	۰/۴۴۹	۰/۵۶۲	۰/۲۱۰	۰/۲۴۰

$P < 0/001$

جدول ۳

همبستگی‌های معنادار ماده‌های جابه‌جاشده ۲۳ و ۲۹ با ارزش‌های بنیادی ($n=400$)

ماده	ارزش‌های بنیادی			
	ایمنی	همنویی	سنت	خیرخواهی
۲۳	۰/۴۶۳	۰/۳۳۵	۰/۲۴۱	۰/۳۷۶
۲۹	۰/۳۵۲	۰/۳۸۸	۰/۳۱۲	۰/۵۳۵

 $P < 0.001$

آیا این انحراف‌ها (تغییر ناحیه جای‌گیری ارزش لذت‌جویی و دو ماده ۲۳ و ۲۹) معرف ویژگی‌هایی مختص به فرهنگ در باب ارزش‌ها هستند یا ناشی از خطای اندازه‌گیری می‌باشند؟ سه روی‌آورد به منظور تحلیل اعتبار اتخاذ شد: (۱) در هر نمونه اعتبار در سطح ارزش‌ها و ماده‌ها از خلال داده‌های بازآزمایی برآورد شد، (۲) تحلیل‌ها در سطح دو جنس مجزا (دانشجویان زن و مرد) مقایسه شدند و (۳) با روش دونیمه‌سازی، هر یک از نمونه‌ها (دانشجویان زن و مرد) به‌طور تصادفی به دو زیرنمونه تقسیم (دو گروه مردان و دو گروه زنان دانشجوی) و SSAهای انجام‌شده برای هر زیرنمونه با یکدیگر و با SSAی نمونه کلی مقایسه شد. برای سنجش یافته‌ها در نمونه‌های مردان و زنان دانشجوی، دو SSA در باب همبستگی‌های بین ۴۰ ماده پرسشنامه به اجرا درآمد (شکل‌های ۴ و ۵).

در SSA ۲۰۰ دانشجوی زن، هر ۱۰ ارزش به‌وضوح از یکدیگر متمایزند و آمیختگی مشاهده نمی‌گردد. اما، در SSA ۲۰۰ دانشجوی مرد در دو ناحیه درهم‌آمیختگی دیده می‌شود. درهم‌آمیختگی ارزش‌های جهان‌شمولی‌نگری و خیرخواهی، و همچنین درهم‌آمیختگی دو ارزش قدرت و لذت‌جویی. ترتیب‌بندی ارزش‌ها در گروه زنان از دو وجه با الگوی نظری متفاوت است. تفاوت نخست، جابه‌جایی محل ارزش لذت‌جویی است که از محل متعارف خود (بین دو ارزش پیشرفت و تحریک‌طلبی) به مجاورت ناحیه ایمنی منتقل شده است. تفاوت بعدی، حرکت دو ارزش هم‌نویی و سنت از مجاورت ناحیه ایمنی به سمت ناحیه بین جهان‌شمولی‌نگری و خودرهنموددهی است. ترتیب‌بندی ارزش‌ها در گروه مردان، با ترتیب‌بندی ساختار آرمانی، متفاوت است و ارزش لذت‌جویی از ناحیه متعارف به مجاورت ناحیه ایمنی منتقل شده و با ارزش قدرت درهم‌آمیخته است.

برای ماده ۴، بیشترین همبستگی‌ها (جدول ۲) با ارزش پیشرفت و در مراتب بعدی با ارزش‌های قدرت و خودرهنموددهی است (به ترتیب با مقادیر $r=0/578$ ، $r=0/431$ و $r=0/310$). همبستگی‌های به دست آمده بین ماده ۴ با ماده‌های ارزش پیشرفت در مقایسه با ماده‌های ارزش قدرت نیز، مؤید گرایشی مشابه است و بدین‌ترتیب می‌توان اظهار کرد که، به‌رغم آن‌که ماده ۴ در ناحیه ارزش قدرت ظاهر شده، ترجیحاً به ارزش پیشرفت تعلق دارد.

برای ماده ۶، بالاترین میزان همبستگی‌ها (جدول ۲) نخست با ارزش تحریک‌طلبی ($r=0/562$) و در مرتبه بعد با ارزش خودرهنموددهی به‌دست آمده است ($r=0/449$). مقایسه ضرایب همبستگی‌های به‌دست آمده بین ماده ۶ با ماده‌های ارزش‌های تحریک‌طلبی و ارزش خودرهنموددهی نیز در تأیید گرایش ماده ۶ به ارزش تحریک‌طلبی است. پس به‌رغم آن‌که ماده ۶ در ناحیه ارزش خودرهنموددهی آشکار شده، ترجیحاً متعلق به ارزش تحریک‌طلبی است.

مقادیر مندرج در جدول ۳ بر رابطه ماده‌های ۲۳ و ۲۹ با ارزش جهان‌شمولی‌نگری دلالت دارند: رابطه بارز ماده ۲۳ ($r=0/560$) و ماده ۲۹ ($r=0/642$) در مقایسه با رابطه هر دو ماده با ارزش خیرخواهی (ماده ۲۳: $r=0/376$ و ماده ۲۹: $r=0/535$) در خصوص ماده ۲۳، با توجه به همبستگی این ماده با ارزش ایمنی ($r=0/463$) می‌توان علت جابه‌جایی و حرکت این ماده به سمت ارزش خیرخواهی را در کشش آن به دو ناحیه ارزش جهان‌شمولی‌نگری (ترجیح نخست) و ارزش ایمنی دانست. در مورد همبستگی ماده‌های ۲۳ و ۲۹ با ماده‌های ارزش‌های جهان‌شمولی‌نگری و خیرخواهی، ضرایب همبستگی‌های به‌دست آمده در مجموع در توافق گرایش این دو ماده به ارزش جهان‌شمولی‌نگری‌اند.

در نتایج کلی (جدول ۱) در نتایج گروه زنان و مردان نیز دیده می‌شود.

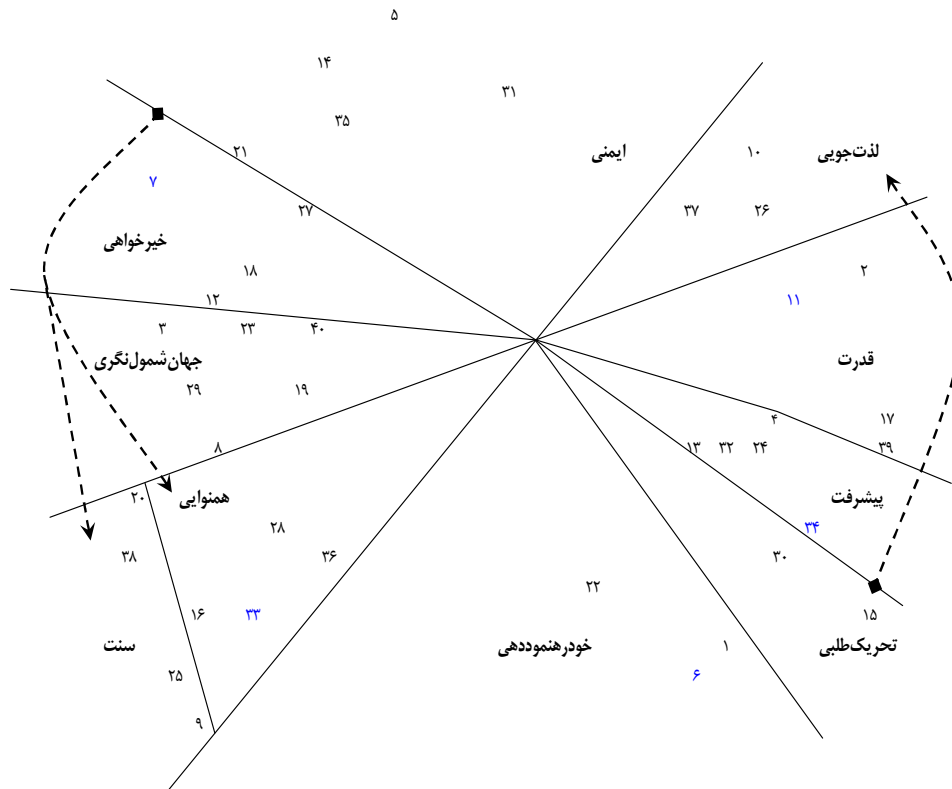
برای مشخص شدن این مسأله که آیا این انحراف‌ها معرف ویژگی‌هایی مختص به فرهنگ در باب ارزش‌های دانشجویان ایرانی هستند یا ناشی از خطای اندازه‌گیری؟ با روش دونیمه‌سازی، هر یک از نمونه‌ها مردان و زنان دانشجویان به‌طور تصادفی به دو زیرنمونه تقسیم و SSAهای انجام‌شده برای هر زیرنمونه، با یکدیگر و با SSAی نمونه اصلی مقایسه شد.

با توجه به SSA دو گروه زنان و مردان دانشجویان و با مقایسه و تطبیق ساختار آنها با ساختار شکل‌گرفته در SSA زیرگروه‌ها، می‌توان اظهار داشت ساختار ارزش‌ها در مردان و زنان دانشجویان شباهت‌های بارزی دارند. هر ۱۰ ارزش به‌وضوح از یکدیگر متمایزند و ترتیب‌بندی ارزش‌ها در هر دو گروه به جز یک مورد، با الگوی نظری مطابقت دارد. و آن تغییر محل ارزش لذت‌جویی از محل متعارف خود، به مجاورت ناحیه ایمنی است.

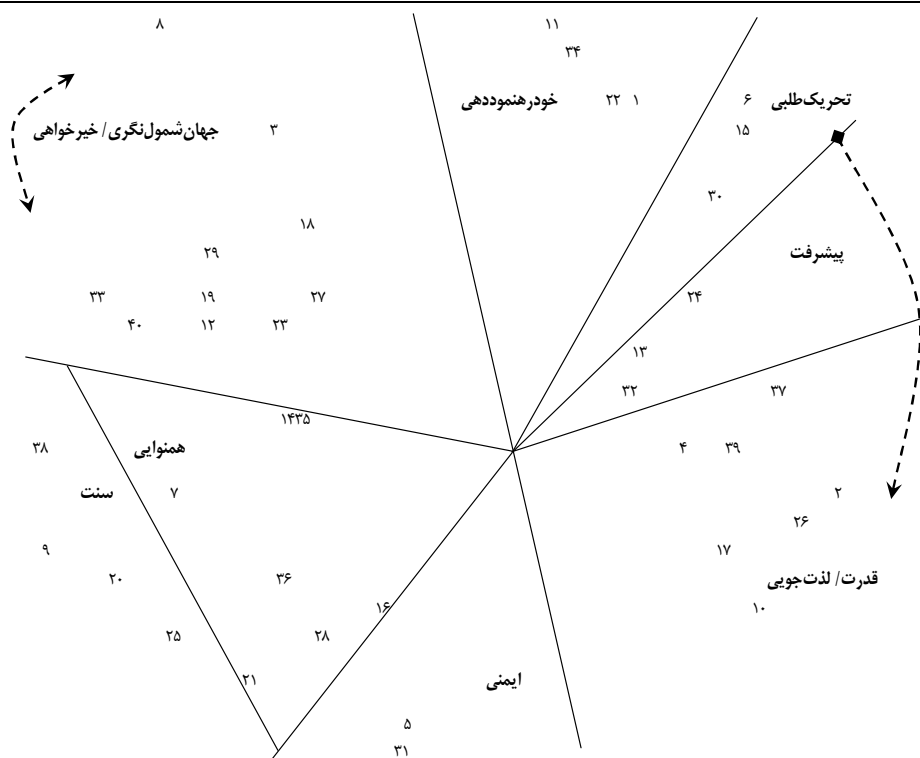
سازمان‌یافتگی ارزش‌های بنیادی در گروه دانشجویان زن، روابط تعارضی و توافقی و بعد مرتبه بالاتر گسترش خود در برابر تعالی‌خود را بازنمایی می‌کند، اما رابطه دو قطب متعارض بعد محافظه‌کاری در برابر آمادگی برای تغییر مطابق سازمان‌یافتگی نظری نیست؛ چون در ترتیب‌بندی ارزش‌های لذت‌جویی، هم‌نواپی و سنت، جابه‌جایی‌هایی واقع شده است.

سازمان‌یافتگی ارزش‌های بنیادی در گروه دانشجویان مرد، روابط تعارضی و توافقی و ابعاد مرتبه بالاتر گسترش خود در برابر تعالی‌خود و محافظه‌کاری در برابر آمادگی برای تغییر را مطابق سازمان‌یافتگی نظری بازنمایی می‌نمایند؛ مشروط به حرکت ارزش لذت‌جویی به ناحیه آرمانی.

برای مشخص کردن معنای تغییر در ترتیب و الگوی ساختاری ارزش‌های بنیادی در دو گروه، نتایج همبستگی بین ارزش‌ها بررسی و با الگوی چرخه‌ای ارزش‌ها مقایسه شد. ضرایب همبستگی در هر دو گروه در حد وسیعی، با الگوی همبستگی ارزش‌های کل گروه مطابقت دارد و هر ۱۰ مغایرت مشاهده شده



شکل ۴. تحلیل کوچک‌ترین فضا از ارزش‌های دانشجویان زن ایرانی (n=200)



شکل ۵. تحلیل کوچک‌ترین فضا از ارزش‌های دانشجویان مرد ایرانی (n=۲۰۰)

مربوط به محل استقرار شش ماده (زنان: ماده‌های ارزش‌های خودرهنموددهی: ۱۱ و ۳۴، همنوایی: ۷، خیرخواهی ۳۳؛ مردان: دو ماده از ارزش‌های ایمنی: ۱۴ و ۳۵) است.

از بین ۶ ارزشی که معانی آنها بین دو جنس متفاوت است، ۴ ارزش گروه زنان در نواحی مجاور متداول‌ترین ناحیه ظاهر شده‌اند و تفاوت معانی آنها ناچیز و قابل اغماض است. معانی دو ماده ۱۴ (امنیت ملی) و ۳۵ (نظم اجتماعی) در گروه مردان متفاوت است، دو ماده ۱۴ (امنیت ملی) و ۳۵ (نظم اجتماعی) گرایش محسوسی به ناحیه ارزش جهان‌شمولی‌نگری دارند تا ناحیه متعارفی (ارزش ایمنی) که می‌بایست در آن ظاهر می‌شدند.

بحث

با تحلیل‌های چندبُعدی روابط بین ارزش‌های دانشجویان، فرض پاره‌ای تغییرها در ساختار و محتوای ارزش‌ها، با گذشت یک دهه از بررسی مشابه پیشین، بر مبنای الگوی جهان‌شمول ارزش‌ها (شوارتز، ۱۹۹۲، ۲۰۰۶)، و فرایند تغییر بین نسلی

اما هنوز پاره‌ای از نتایج نیازمند تجسس بیشتری هستند. برای سنجش محتوای ارزش‌ها، جای‌گیری ماده‌ها درون ارزش‌های بنیادی در دو گروه دانشجویی مورد مقایسه قرار گرفت (شکل‌های ۵ و ۶). موارد تفاوت در محل استقرار ۹ ماده (زنان: ماده‌های ۶، ۷، ۱۱، ۳۳، ۳۴؛ مردان: ماده‌های ۴، ۱۴، ۲۱، ۳۵) قابل مشاهده است.

برای بررسی ثبات، تغییر و معنای این جابه‌جایی‌ها، دو شیوه اتخاذ شد. نخست، محل استقرار ۹ ماده جابه‌جا شده در SSA زیرگروه‌های اول و دوم زنان و مردان دانشجو (چهار SSA، دو زیرگروه زن و دو زیرگروه مرد) واریس گردید. و در روی‌آورد تحلیلی دیگر، همبستگی‌های معنادار بین ماده‌ها با ۱۰ ارزش بنیادی و همبستگی‌های هر ماده با ماده‌های ارزشی دیگر تحلیل شد.

تحلیل و تطبیق مجموع نتایج از ارزشیابی محل‌های مورد مشاهده، حاکی از آن است که از ۴۰ ماده، ۳۴ ماده در ارزش‌های مشابهی پدیدار شده‌اند، که نشان‌دهنده محتوای همسان ارزش‌های دو جنس در سطحی وسیع است. تفاوت‌ها

ارزش‌ها (اینگلهارت، ۱۹۹۰) آزمون شد.

همان‌گونه که فرض شده بود، ساختار ارزشی به دست آمده SSA، در سطح وسیعی با ساختار نظریه‌پردازی شده مطابقت دارد. هر ۱۰ ارزش بنیادی، به‌وضوح متمایز از یکدیگر شناسایی شدند. روابط پویایی (روابط توافقی و تعارضی) بین ارزش‌ها و آرایش دوقطبی چهار ریخت ارزشی مرتبه بالاتر، در سطح وسیعی تأیید شد. ارزش پیشرفت که در بررسی پیشین در ناحیه اصلی خود ظاهر نشده بود، در این بررسی در محل مورد انتظار قرار گرفت. اما یک تغییر جدید در ترتیب‌بندی ارزش‌ها مشاهده شد که مربوط به ارزش لذت‌جویی است، که نسبت به ترتیب‌بندی ساختار آرمانی، سه حرکت جابه‌جا شده است.

همچنین، تحلیل‌ها نشان دادند که از مجموع ۴۰ ماده ارزش (PVQ)، اکثر قریب به اتفاق ارزش‌ها واجد متداول‌ترین معنایی هستند که در سایر فرهنگ‌ها به‌دست‌آمده است.

تحلیل‌های روابط بین ارزش‌های دانشجویان زن و مرد، صحت فرضیه دوم، مبنی بر مشابهت معانی و ساختار ارزش‌های زنان و مردان را، همچون پژوهش پیشین (دلخوش، ۱۳۸۴) تأیید کرد. هر ۱۰ ارزش در هر دو گروه به‌وضوح از یکدیگر متمایزند و ترتیب‌بندی ارزش‌ها به جز تغییر محل ارزش لذت‌جویی با الگوی نظری مطابقت دارد.

بدین ترتیب، صحت منطق تحلیلی این تبیین که زنان و مردان، معانی ارزشی را در اجتماع زبان‌شناختی یکسانی کسب می‌کنند و مفاهیم ارزش‌هایی را که برای هدف‌های خویش انتخاب می‌کنند دارای معانی مشترکی هستند (پرنس-گیسون و شوارتز، ۱۹۹۸؛ استروچ، شوارتز، و فان‌در‌کولت، ۲۰۰۲) در نمونه ایرانی نیز تأیید شد.

همچنین، با روی‌آوردهای تحلیلی مبتنی بر همبستگی و تطبیق مجموع ارزشیابی‌ها مشخص گردید که محتوای ارزش‌های دو جنس در سطح وسیعی همسان است. اما، یک مغایرت برجسته شد. از ۴۰ ماده ارزش (PVQ)، معانی دو ماده ۱۴ (امنیت ملی) و ۳۵ (نظم اجتماعی) در گروه مردان متفاوت است. محل استقرار این دو ارزش، بیانگر گرایش محسوس این دو ارزش به ناحیه ارزش جهان‌شمولی‌نگری است تا ناحیه متعارفی (ارزش ایمنی) که می‌بایست در آن ظاهر می‌شدند.

این انحراف از الگوی اصلی در مطالعه پیش (دانشجویان دهه ۸۰) نیز مشاهده شده بود و فرض این بود که همچون ارزش پیشرفت که محل آن تغییر یافته و مطابق الگوی نظری گردید، این دو ماده نیز در محل متعارف خود ظاهر شوند.

در اینجا، سه بحث مرتبط به یکدیگر در زمینه ارزش‌های دانشجویان مطرح است. اول، فهم و درک روشنی از جابه‌جایی ارزش لذت‌جویی در مطالعه حاضر که برخلاف الگوی نظری است. سپس، تصریح تأثیر روابط علی پیش‌بینی‌شده در باب استقرار ارزش پیشرفت در محل اصلی؛ پس از گذشت یک دهه از مطالعه پیشین، و سوم، پاسخ به چرایی ظهور مجدد ماده‌های امنیت ملی و نظم اجتماعی در ارزش جهان‌شمولی‌نگری (در گروه مردان) به‌رغم تغییر مشاهده شده در ارزش پیشرفت. از این سه بحث، بحث اول و آخر به‌هم مرتبطند که نخست به آن پرداخته خواهد شد.

برای فهم علت تغییر ترتیب ارزش لذت‌جویی در چرخه ۱۰ ارزش بنیادی، باید به نتایج همبستگی ارزش‌ها رجوع کرد. همبستگی‌های ارزش لذت‌جویی با دیگر ارزش‌ها مغایرت عمده‌ای با الگوی نظری ندارد و مجاورت ارزش لذت‌جویی با ارزش ایمنی بیانگر توافق معنایی بین این دو ارزش نیست و نزدیکی ارزش لذت‌جویی به ارزش ایمنی، نه به دلیل همبستگی این دو ارزش، بلکه به سبب فقدان همبستگی بین دو ارزش ایمنی و قدرت و همبستگی بالا و خلاف انتظار ارزش ایمنی با ارزش جهان‌شمولی‌نگری است. همبستگی اخیر، همچنین علت ایجاد دیگر نتیجه مغایر با الگوست که پیشتر بدان اشاره شد (جابه‌جایی ماده‌های ۱۴ و ۳۵).

هدف انگیزشی ارزش ایمنی، امنیت، توازن و ثبات جامعه، ارتباطها و خود است. این ارزش از مقتضیات بنیادی فرد و گروه استخراج می‌شود. می‌توان وجود یک ریخت ارزشی ایمنی یا دو ریخت جداگانه، فردی و گروهی را فرض نمود؛ این مسأله بستگی به این دارد که پاره‌ای از ارزش‌های ایمنی را عمدتاً در خدمت منافع فردنگرانه بدانیم (برای مثال، تندرستی)، و ارزش‌های دیگر را عمدتاً در خدمت منافع جمع‌نگرانه (برای مثال، امنیت ملی) یا حتی ارزش‌هایی که به جمع برمی‌گردند، اما به میزان قابل توجهی هدف ایمنی برای فرد (یا کسانی که فرد با آنها همسان‌سازی

می‌کند) را بیان می‌نمایند.

ارتباط اجتماعی با دیگران و اثر گذاردن بر آنها متمرکز است. به دلیل همین خاستگاه است که ارزش ایمنی نه تنها با ارزش جهان‌شمولی‌نگری در تعارض نیست، بلکه از بین همبستگی‌های ارزش ایمنی با دیگر ارزش‌ها، بالاترین میزان همبستگی بدست‌آمده با ارزش جهان‌شمولی‌نگری است.

هدف انگیزشی جهان‌شمولی‌نگری، تفاهم، قدرشناسی، اغماض و حمایت از آسایش تمامی افراد و طبیعت است. این ارزش در مقابل تمرکز محدودتر ارزش‌های خیرخواهی قرار می‌گیرد. هدف انگیزشی ارزش جهان‌شمولی‌نگری می‌تواند از نیازهای بقای گروه‌ها و افراد استخراج شده باشد که هنگامی پدیدار می‌گردند که افراد با کسانی که خارج از گروه اصلی آنها هستند، تماس برقرار می‌نمایند و به کمیابی منابع طبیعی آگاهی پیدا می‌کنند. آن‌گاه ممکن است که افراد دریابند که شکست در پذیرش افرادی که با آنها فرق دارند و داشتن رفتاری متفاوت نسبت به آنها به کشمکشی منجر خواهد شد که برای زندگی تهدیدکننده است، و همچنین شکست در حفاظت از محیط طبیعی به ویرانی منابعی خواهد انجامید که زندگی وابسته به آنهاست (شوارتز، ۱۹۹۲، ۲۰۰۶).

ارزش‌های ایمنی، هدف محافظت از خود از عدم قطعیت را از خلال کوشش در حفظ وضع موجود و حفظ امنیت و ثبات در جامعه بزرگتر، در روابط با دیگران و در محیط مادی، بازنمایی می‌کند. به‌عکس، ارزش‌های جهان‌شمولی‌نگری، هدف زندگی در جهانی را که در آن افراد واجد فرهنگ‌ها و سبک‌های زندگی متفاوت مورد پذیرش قرار می‌گیرند، و قرار گرفتن در معرض شناخت و تصورات جدید مورد استقبال و تأیید قرار داده می‌شود، بازنمایی می‌کند. پی‌گیری موفقیت‌آمیز ارزش‌های جهان‌شمولی‌نگری احتمالاً در پی افزایش بخشیدن به عدم قطعیتی است که شخص با آن روبرو خواهد شد و ممکن است وضع موجود را کاملاً از بین ببرد. پس چگونه است که ارزش ایمنی و ارزش جهان‌شمولی‌نگری دانشجویان در حد بالایی باهم متوافقند.

از همخوانی‌های خلاف انتظار و ناهمخوانی نامنتظر نتایج دانشجویان چنین استنباط می‌شود که دانشجویان معنایی از ایمنی را متجسم می‌کنند که برآمده از دو گزاره ویژه است: (۱) پی‌گیری ارزش ایمنی، مستلزم اجتناب از تهدید عدم ثبات با

هدف اصلی ارزش قدرت را دستیابی به مقام و منزلت اجتماعی، و مهار یا سلطه بر افراد و امکانات در نظر می‌گیرند. کنش‌وری نهادهای اجتماعی مستلزم اندازه‌ای از تمایزیافتگی در مقام است و در غالب تحلیل‌های تجربی در باب روابط بین‌شخصی، هم درون فرهنگ‌ها و هم بین فرهنگ‌ها، بعد سلطه/اطاعت ظهور پیدا می‌کند. برای توجیه این واقعیت زندگی اجتماعی و به منظور برانگیختن اعضای گروه برای پذیرش آن، گروه‌ها باید قدرت را به‌منزله ارزش مورد عمل قرار دهند. به‌علاوه، ممکن است ارزش قدرت، تغییر شکل‌های نیازهای فرد به سلطه و مهارتی باشد که تحلیل‌گران انگیزه‌های اجتماعی شناسایی کرده‌اند (شوارتز، ۱۹۹۲، ۲۰۰۶). پس، ایمنی و قدرت، تأکیدهای انگیزشی متوافقی دارند. هر دو ارزش بر اجتناب از تهدید عدم قطعیت یا غلبه بر آنها، از خلال مهار ارتباط‌ها و امکانات تکیه می‌کنند.

پس چرا بین دو ارزش (مشابه الگوی نظری) همبستگی معناداری مشاهده نشده است و همچنین، از ۱۵ همبستگی ممکن بین ۵ ماده ارزش ایمنی و ۳ ماده ارزش قدرت، فقط یک همبستگی، بین ماده ۲ (ثروت) و ماده ۵ (ایمنی شخصی) در حد نه چندان بارزی ($P < 0.05$) معنادار است.

با واری همبستگی‌های ارزش ایمنی با دیگر ارزش‌ها (جدول ۱): همبستگی‌های بارز و معنادار ارزش ایمنی با ارزش‌های هم‌نواپی، سنت، خیرخواهی، و جهان‌شمولی‌نگری، ($P < 0.001$) به‌روشنی می‌توان به تصریح خاستگاه اجتماعی ارزش ایمنی پی‌برد.

به‌گونه مشابه همبستگی‌های ارزش قدرت با دیگر ارزش‌ها (جدول ۱): همبستگی‌های بارز و معنادار ارزش قدرت با ارزش‌های پیشرفت، لذت‌جویی، تحریک‌طلبی، و خودرهنموددهی، ($P < 0.001$) به‌روشنی بر خاستگاه شخصی ارزش قدرت تصریح دارد.

دو ارزش ایمنی و قدرت دو سرحد مرزی خاستگاه اجتماعی و شخصی در پیرامون چرخه ارزش‌ها هستند. ارزش‌های ایمنی و قدرت، به‌رغم پی‌گیری هدف‌های متوافق، از حیث تمرکز بر منافع شخصی و اجتماعی متفاوت‌اند. ارزش قدرت بر چگونگی ابراز منافع شخصی متمرکز است. اما ارزش ایمنی بر نحوه

آموزه‌ها هم‌ارز نیستند و از آنجا که منابع ارزش‌ها متفاوتند، تاب‌آوری آنها در برابر رویدادها و تغییرات اجتماعی، اقتصادی و سیاسی یکسان نبوده است.

با ملاحظات بیان شده، باید عنوان کرد در شرایطی که ارتباطات توده‌گیر غرب، به‌منزله اصلی‌ترین ابزار همگرایی ارزش‌های فرهنگی با اشاعه ارزش‌های خودگرا، مواجهه اخلاقی با پیامدهای ارزش‌های خودگرا را تسهیل و گرایش به ارزش‌های جمعی را تضعیف نموده، و ترجیحات ارزشی دانشجویان را در خلال یک دهه تغییر داده است، اما گرایش به آرمان‌سازی معانی پاره‌ای از ارزش‌ها همچنان حفظ شده است. معنای ارزش ایمنی و دو ماده این ارزش (ماده ۱۴ «امنیت ملی» و ماده ۳۵ «نظم اجتماعی») در پیوند با معنای ارزش جهان‌شمولی‌نگری و به‌ویژه سه ماده این ارزش (ماده ۳ «برابری»، ماده ۲۳ «صلح جهانی» و ماده ۲۹ «عدالت اجتماعی») مشخصه این ویژگی خاص فرهنگی ارزش‌های دانشجویان ایرانی است.

اما معنایی را که دانشجویان مطالعه پیشین (دلخמוש، ۱۳۸۴) به ارزش پیشرفت نسبت داده بودند، در نسل جدید دانشجویان تغییر نموده و با الگوی جهان‌شمول ارزش‌ها (شوارتز، ۱۹۹۲، ۲۰۰۶) مطابقت یافته است. در بررسی پیشین، در تبیین علت این انحراف اظهار شده بود که ایدئولوژی انقلابی، تضاد نظری الهی-مادی را در آموزه‌های خود برجسته ساخته و مفهوم پیشرفت و تعالی و پیشرفت و عدالت را درهم آمیخته و ارزش پیشرفت را از معنای متداول خود دور کرده است. اما، همچنان که اظهار شد، ترجیح‌های ارزشی دانشجویان (دلخמוש، در دست چاپ) در طی ده سال گذشته تغییر یافته و از نفوذ برخی از آموزه‌های ایدئولوژیک کاسته شده است.

بدین ترتیب، تطبیق معنای ارزش پیشرفت با معنای متداول، بدین معناست که در فرایند نوسازی و تغییر بین نسلی (اینگلهارت ۲۰۰۸)، قوت آموزه‌های مادی‌نگر بر ابهام معنایی الهی-مادی که در آموزه‌های ایدئولوژیک در خلال چندین دهه پرورانه و القا شده بود، فائق آمده است. و نشان می‌دهد که آموزه‌هایی که از پیگیری ارزش‌های خودگرا ممانعت می‌کنند، در فرایند همگرایی فرهنگی که مبتنی بر ارزش‌های فرهنگی

نقض نظام سلسله‌مراتبی در سطح اجتماعی و گسترش اصول عدالت‌خواهانه است و ۲) پی‌گیری همزمان ارزش ایمنی فردی و گروهی ممتنع است.

اما، کدام آرایش اجتماعی یا فعالیت‌های اجتماعی شدن ممکن است پیامدهای معمول برای ارزش ایمنی را تغییر داده باشد، و به موجب آن سبک ایجاد ساختار متفاوتی از روابط متقابل بین ارزش ایمنی با ارزش‌های قدرت و جهان‌شمولی‌نگری و معنای متفاوت برای آن شده باشد؟

در تبیین انحراف‌های از الگو در پژوهش پیشین (دلخמוש، ۱۳۸۴)، همسازی با نظام سیاسی و اجتماعی شدن ایدئولوژیک به‌عنوان عامل تأثیرگذار بر معنای ارزش‌های دانشجویان ایرانی، بازشناخته شده بود. این تبیین، نخست توسط باردی و شوارتز (۱۹۹۶) برای فهم علت نتایج مغایر با الگوی نمونه‌هایی از کشورهای اروپای شرقی طرح شده بود.

اگر ارزش تبیینی عامل همسازی با نظام سیاسی و اجتماعی شدن ایدئولوژیک برای فهم معنای ارزش ایمنی، همچنان برقرار باشد، بدین پرسش باید پاسخ داد که آیا در طی ده سال گذشته، تأثیر تلقین آموزه‌ها و اعتقادات ایدئولوژیک، در معنادگی به ارزش‌های نوجوانان و جوانان، همچنان حفظ شده است یا فرایند اجتماعی شدن نوجوانان به مسیری متفاوت تغییر جهت یافته است؟

در اینجا بیان دو نکته اساسی است:

یک اینکه، هرچند جوانان در جریان همسازی با نظام سیاسی و اجتماعی شدن ایدئولوژیک در دو دهه اخیر زیر نفوذ آموزه‌های ایدئولوژیک قرار گرفته‌اند، اما این آموزه‌ها در سطح صورت‌بندی اعتقادات ایدئولوژیک نظام سیاسی موجود متوقف نمی‌گردد و خاستگاه تاریخی آن برگرفته از آرمان‌های عدالت‌خواهی ۲۰۰ سال گذشته است (دلخמוש و احمدی، ۱۳۹۱). به دیگر بیان، آرمان‌خواهی در گذشته تاریخی ایران، شالوده‌های اعتقادی پُرقوتی داشته، که اشاعه آن منوط به اعتقادات ایدئولوژیک نیست.

دوم اینکه، ترجیحات ارزشی دانشجویان (دلخמוש، در دست چاپ) نشان می‌دهد که در خلال ده سال گذشته از نفوذ برخی از آموزه‌های ایدئولوژیک کاسته شده است، اما، این

- ۱۳۹۳ از: <http://www.isna.ir/fa/News/93030502220>
- خبرگزاری مهر (۱۳۹۲)**. آخرین وضعیت استفاده ایرانی‌ها از اینترنت. بازیابی در تاریخ ۲۵ خرداد ۱۳۹۲ از: <http://www.mehrnews.com/detail/News/2075874>
- خبرگزاری مهر (۱۳۸۷)**. چهار میلیون دیش ماهواره غیرمجاز در کشور فعال است. بازیابی در تاریخ ۴ آذر ۱۳۸۷ از: <http://www.mehrnews.com/fa/newsdetail.aspx?NewsID=789046>.
- Adorno, T. W. (1991)**. *The culture industry: Selected essays on mass culture*. (J. M. Bernstein, ed). London: Routledge.
- Allport, G. W. (1959)**. The historical background of modern social psychology. In G. Lindzey (Ed.), *Handbook of social psychology* (Vol. 1, pp. 3-56). Cambridge, MA: Addison-Wesley.
- Allport, G. W., Vernon, P. E., & Lindzey, G. (1951)**. *Study of values (Revised Edition)*. New York: Houghton Mifflin.
- Bardi, A., & Goodwin, R. (2011)**. The dual route to value change: Individual processes and cultural moderators. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 42, 271-287.
- Bardi, A., & Schwartz, S. H. (1996)**. Relations among socio-political values in Eastern Europe: Effects of the communist experience? *Political Psychology*, 17, 525-549.
- Beierlein, C., Davidov, E., Schmidt, P., & Schwartz, S. H. (2012)**. Testing the discriminant validity of Schwartz' Portrait Value Questionnaire items – A replication and extension of Knoppen and Saris (2009). *Survey Research Methods*, 6, 25-36.
- Bilsky, W., Janik, M., & Schwartz, S. H. (2011)**. The structural organization of human values- Evidence from three rounds of the European Social Survey

برساخته از نظام سرمایه‌داری است، تاب‌آوری کمتری دارند. یافته‌های پژوهش حاضر، برگرفته از نمونه دانشجویی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب است و نه دیگر دانشجویان سایر مراکز یا مؤسسات آموزش عالی در شهرهای مختلف ایران. این تصریح ساده، یادآوری این اعتقاد است که ملت‌ها لزوماً همگن نیستند (فیشر و شوارتز، ۲۰۱۱) و ممکن است تنوع فرهنگی بسیاری درون یک ملت مشاهده شود و از این‌رو نگرستن بدان به عنوان یک واحد فرهنگی منفرد توجیه‌پذیر نیست و همچون هر پژوهشی نیاز به تأیید مجدد یافته‌ها با نمونه‌های جامع‌تر وجود دارد.

منابع

- تامپسون، ج. ب. (۱۳۷۸)**. *اینولوژی و فرهنگ مدرن: نظریه اجتماعی انتقادی در عصر ارتباطات توده‌گیر*. ترجمه م. اوحدی. تهران: مؤسسه فرهنگی آینده‌پویان (تاریخ انتشار اثر اصلی، ۱۹۹۱).
- دلخوش، م. ت. (۱۳۸۴)**. شناسایی محتوا و ساختار ارزش‌های انسانی در دانشجویان ایرانی. *فصلنامه روان‌شناسی تحولی: روان‌شناسان ایرانی*، ۱۵-۳۴، ۵.
- دلخوش، م. ت. (۱۳۸۶)**. ارزش‌های ازدواج در جوانان ایرانی. *فصلنامه روان‌شناسی تحولی: روان‌شناسان ایرانی*، ۱۲، ۳۰۹-۳۹۹.
- دلخوش، م. ت. (۱۳۹۲)**. بازخورد جوانان ایرانی به ازدواج: یافته‌های یک پیمایش ملی. *فصلنامه روان‌شناسی تحولی: روان‌شناسان ایرانی*، ۳۶، ۳۳۱-۳۵۰.
- دلخوش، م. ت. (دردست انتشار)**. تغییر در ترجیحات ارزشی دانشجویان ایرانی. *فصلنامه روان‌شناسی تحولی: روان‌شناسان ایرانی*.
- دلخوش، م. ت. و احمدی مبارکه، م. (۱۳۹۰)**. محتوا و ساختار ارزش‌ها در نوجوانان ایرانی. *فصلنامه روان‌شناسی تحولی: روان‌شناسان ایرانی*، ۲۹، ۲۵-۵.
- دلخوش، م. ت. و احمدی مبارکه، م. (۱۳۹۱)**. ویژگی‌های مختص به فرهنگ در ارزش‌های ایرانیان: بررسی در سه نمونه از سه نسل. *فصلنامه روان‌شناسی تحولی: روان‌شناسان ایرانی*، ۳۴، ۱۲۷-۱۰۷.
- خبرگزاری ایسنا (۱۳۹۳)**. *معاون روابط عمومی بسیج: در همه زمینه‌ها مدیون فرهنگ مقاومت هستیم*. بازیابی در تاریخ ۵ خرداد،

- the Portrait Values Questionnaire (PVQ). *Journal of Individual Differences*, 26(4), 185–193.
- Hodgson, A. (2012).** *Special report: Income inequality rising across the globe*. Euromonitor International. Retrieved March 12, 2012 from <http://blog.euromonitor.com/2012/03/special-report-income-inequality-rising-across-the-globe.htm>.
- Hofstede, G. (1980).** *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Inglehart, R. (1977).** *The silent revolution: Changing values and political styles*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Inglehart, R. (1990).** *Culture shift in advanced industrial society*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Inglehart, R. (1997).** *Modernization and post modernization: Cultural, economic, and political change in 43 societies*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Inglehart, R. F. (2008).** Changing values among Western publics from 1970 to 2006. *West European Politics*, 31, 130-146.
- Inglehart, R., & Baker, W. E. (2000).** Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values. *American Sociological Review*, 65, 19-51.
- Inglehart, R., & C. Welzel (2005).** *Modernization, cultural change and democracy*. New York: Cambridge University Press.
- Internet World Stats. web page (2012).** *Internet users in the Middle East and the world*. Retrieved June 30, 2012 from <http://www.Internet world stats.com/stats5htm>.
- Kluckhohn, F. R., & Strodtbeck, F. L. (1961).** (ESS). *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 42, 759-776.
- Cieciuch, J., & Davidov, E. (2012).** A comparison of the invariance properties of the PVQ-40 and the PVQ-21 to measure human values across German and Polish samples. *Survey Research Methods*, 6, 37-48.
- Dabbagh, N. & Kitsantas, A. (2012).** Personal learning environments, social media, and self-regulated learning: A natural formula for connecting formal and informal learning. *Internet and Higher Education*, 15, 3-8.
- Facebook (2014).** *Facebook statistics*. Retrieved January 1, 2014 from <http://www.statisticbrain.com/facebook-statistics/>
- Fischer, R., & Schwartz, S. H. (2011).** Whence differences in value priorities? Individual, cultural, or artifactual sources. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 42, 1127–1144.
- Fontaine, J., Poortinga, Y., Delbeke, L., & Schwartz, S. H. (2008).** Structural equivalence of the value domain across cultures: Distinguishing sampling fluctuations from meaningful variation. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 39, 345-365.
- Gollan, T., & Witte, E. H. (2014).** From the interindividual to the intraindividual level: Is the circumplex model of values applicable to intraindividual value profiles? *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 45, 452–467.
- Greenfield. P. M. (2014).** Sociodemographic differences within countries produce variable cultural values. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 45, 37-41.
- Hinz, A., Braehler, E., Schmidt, P., & Albani, C. (2005).** Investigating the circumplex structure of

- behavior in organizations*, pp. 56-95). Petrópolis, Brazil: Vozes. [Dispatched by the author].
- Schwartz, S. H. (2006).** Basic human values: Theory, measurement, and applications. *Revue Française de Sociologie*, 47, 929-968.
- Schwartz, S. H. (2014a).** Rethinking the concept and measurement of societal culture in light of empirical findings. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 45, 5-13.
- Schwartz, S. H. (2014b).** Societal value culture: Latent and dynamic. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 45, 42-46.
- Schwartz, S. H., & Bardi, A. (1997).** Influences of adaptation to communist rule on value priorities in Eastern Europe. *Political Psychology*, 18, 385-410.
- Schwartz, S. H., Caprara, G. V., & Vecchione, M. (2010).** Basic personal values, core political values, and voting: A longitudinal study. *Political Psychology*, 31, 421-452.
- Schwartz, S. H., & Huismans, S. (1995).** Value priorities and religiosity in four Western religions. *Social Psychology Quarterly*, 58, 88-107.
- Schwartz, S. H., Melech, G., Lehmann, A., Burgess, S., Harris, M., & Owens, V. (2001).** Extending the cross-cultural validity of the theory of basic human values with a different method of measurement. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 32, 519-542.
- Schwartz, S. H., & Ros, M. (1995).** Values in the West: A theoretical and empirical challenge to the individualism-collectivism cultural dimension. *World Psychology*, 1, 99-122.
- Schwartz, S. H., & Rubel-Lifschitz, T. (2009).** Cross-national variation in the size of sex differences in values: Effects of gender equality. *Journal of Variations in value orientations*. Evaston, IL: Peterson and Company.
- Marx, K. (1976).** *Capital* (Vol. 1). Harmondsworth: Penguin (Original work published 1867).
- McClelland, D. C. (1961).** *The achieving society*. New York: Free Press.
- Minkov, M., & Hofstede, G. (2014).** Clustering of 316 European regions on measures of values: Do Europe's countries have national cultures? *Cross-Cultural Research*, 48, 144-176.
- Morris, M. W. (2014).** Values as the essence of culture: Foundation or fallacy? *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 45, 14-24.
- Prince-Gibson, E., & Schwartz, S. H. (1998).** Value priorities and gender. *Social Psychology Quarterly*, 61, 49-67.
- Rieff, P. (1979).** *Freud: The mind of the moralist*. Chicago: University of Chicago Press (Original work published 1959.)
- Rokeach, M. (1973).** *The nature of human values*. New York: Free Press.
- Schwartz, B. (1990).** The creation and destruction of value. *American Psychologist*, 45, 7-15.
- Schwartz, S. H. (1992).** Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, 1-65.
- Schwartz, S. H. (1994).** Are there universal aspects in the structure and contents of human values? *Journal of Social Issues*, 50(4), 19-45.
- Schwartz, S. H. (2005).** Robustness and fruitfulness of a theory of universals in individual values. In A. Tamayo & J. B. Porto (Eds.), *Valores e comportamento nas organizações (Values and*

- Struch, N., Schwartz, S. H., & Van Der Kloot, W. A. (2002).** Meanings of basic values for women and men: A cross-cultural analysis. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 16-28.
- Triandis, H. C. (1996).** The psychological measurement of cultural syndromes. *American Psychologist*, 51, 407-415.
- Vecchione, M., Casconi, T., & Barbaranelli, C. (2009).** Assessing the circular structure of the Portrait Values Questionnaire: A confirmatory factor analysis approach. *European Journal of Psychological Assessment*, 25, 231-238.
- Wan, C., & Lu, C. (2014).** Implications for cultural sharedness when sharedness is not assumed. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 45, 25-29.
- Weber, M. (1930).** *The Protestant ethic and the spirit of capitalism*. London: Allen and Unwin (Original work published 1905).
- Yamagishi, T. (2014).** From a measurement model to a dynamic causal model commentary on Schwartz. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 45, 30-36.
- Personality and Social Psychology*, 97, 171-185.
- Schwartz, S. H., & Sagie, G. (2000).** Value consensus and importance: A cross-national study. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 31, 465-497.
- Schwartz, S. H., & Sagiv, L. (1995).** Identifying culture-specifics in the content and structure of values. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 26, 92-116.
- Smelser, N. J. (1964).** Toward a theory of modernization. In A. Etzioni & E. Etzioni (Eds.), *Social change: sources, patterns and consequences*. (pp. 258-274). New York: Basic Books.
- Steinmetz, H., Isidor, R., & Baeuerle, N. (2012).** Testing the circular structure of human values: A meta-analytical structural equation modelling approach. *Survey Research Methods*, 6, 61-75.
- Steinmetz, H., Schmidt, P., Tina-Booh, A., Wiczorek, S., & Schwartz, S. H. (2009).** Testing measurement invariance using multigroup CFA: Differences between educational groups in human values measurement. *Quality and Quantity*, 43, 599-616.