

## بررسی اهمیت ارزش‌های اجتماعی در فرهنگ عمومی (مطالعه‌ی موردی شهر ابهر)

دکتر ایرج ساعی ارسی\*

### چکیده:

هدف مقاله‌ی حاضر، بررسی یکی از چهارده شاخص فرهنگ عمومی، یعنی میزان اهمیت ارزش‌های اجتماعی در میان مردم شهر ابهر می‌باشد. اولین هدف ویژه، بررسی نفوذ ارزش‌های اجتماعی دهگانه‌ی فلویید آلپورت یعنی مقام، شهرت، علم و دانش، مال و ثروت، درستکاری، امانت‌داری، صداقت، سلامتی و تندرستی، همکاری و تعاون و زیبایی در فرهنگ عمومی مردم شهر ابهر می‌باشد. دومین هدف بررسی فرهنگ مادی و معنوی مردم شهر ابهر است. سومین هدف ویژه این بوده است که آیا الگوی اولویت‌بندی ارزش‌های اجتماعی در نقاط مختلف شهر یکسان بوده است.

این پژوهش به لحاظ روش‌شناسی یک پژوهش میدانی (Field Research) است که با روش توصیفی از نوع پیمایشی (Survey Method) انجام گرفته است. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه بوده که پس از پیش‌آزمون نهایی شده است. جامعه‌ی آماری شامل تمام رؤسای خانوارهای شهر ابهر بوده که از میان آن‌ها نمونه‌گیری انجام شده است. یافته‌ها و نتایج این مطالعه نشان می‌دهند که ارزش‌های اجتماعی دهگانه بدون احساس امنیت عمومی وارد حیطه‌ی فرهنگی عمومی نمی‌شوند. برخی از ارزش‌های دهگانه نظیر ارزش‌های مادی، کم‌اهمیت‌تر و برخی از ارزش‌های غیرمادی و اخلاقی، پر اهمیت‌تر هستند.

بین امنیت عمومی و ارزش‌های اجتماعی رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری به دست آمده است که نشان می‌دهد، احساس وجود امنیت عامل مهمی در اهمیت یافتن ارزش‌های اجتماعی است. بین سایر متغیرها با ارزش‌های اجتماعی، هیچ‌گونه ارتباط معنی‌داری مشاهده نشده است. اهمیت کلیه‌ی ارزش‌های مورد بررسی از نظر پاسخ‌گویان یکسان نبوده و از این لحاظ با یکدیگر تفاوت‌های جزیی داشتند.

### مفاهیم کلیدی:

ارزش‌های اجتماعی، فرهنگ عمومی، هنجارها، دگرگونی ارزش‌ها، ارزش‌های نسبی و مطلق، امنیت عمومی.

\* استادیار جامعه‌شناسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ابهر

**مقدمه:**

امروزه در کشور ما پدیده‌های مضر از طریق هنجار در جامعه گسترش می‌یابند و به ارزش‌ها تبدیل می‌شوند. در این فرایند ابزار و وسایل جدید ارتباطی نظیر ویدئو و فیلم و برنامه‌های ماهواره‌ای و ... و نیز در همان مسیر مورد استفاده قرار می‌گیرند. در نتیجه میزان انحرافات با توجه به زمینه‌های مناسب اقتصادی - اجتماعی به‌طور تصاعدی در حال افزایش‌اند.

تغییر ارزش‌ها برای جامعه‌ی ما یک مسئله‌ی بسیار اساسی است که فرایند و جزئیات آن در این مقاله مورد توجه قرار گرفته است. تبدیل یک پدیده به ارزش از طریق تبدیل آن به هنجار انجام می‌گیرد. بنابراین فرایند تغییر ارزش در حادث‌ترین شکل خود، آن است که چگونه می‌توان یک ارزش اجتماعی را از حالت اجتماعی و جمعی یعنی از حالت هنجاری بیرون آورد و به جای آن یک ارزش دیگر را به هنجار تبدیل نمود. در این صورت ما با فرایند هنجارآوری سر و کار خواهیم داشت.

ارزش‌های اجتماعی از اساسی‌ترین عناصر یک نظام اجتماعی هستند که از طریق کنترل و هدایت آن‌ها می‌توان جامعه را به زوال و یا به تعالی کشید. بنابراین برای ما بسیار مهم است که بدانیم، چه عواملی موجب پیدایش ارزش‌ها در یک جامعه می‌شوند و چگونه می‌توان این ارزش‌ها را تغییر داد.

ارزش در بیشتر رشته‌های علوم انسانی از فلسفه (نیچه و هایدگر) گرفته تا مردم‌شناسی و روان‌شناسی مورد بررسی قرار گرفته است. اما بیش از همه، اقتصاددانان و فیلسوفان اقتصادی به این مسئله پرداخته‌اند و از همان رشته نیز به جامعه‌شناسی راه یافته است. ظاهراً اولین گام در این زمینه را گتورک زیمل با اثر خود درباره‌ی "فلسفه پول" آغاز نمود. او ارزش را یک "شکل و طبقه‌بندی جامع از تصویر یا ظاهر دنیا" می‌بیند که "ماهیت عمیق آن نه در واحد بودن و یک شکل بودن آن، بلکه در تفاوت آن (یعنی) در درجه‌بندی بر اساس ارزش است."

در هر جامعه‌ای با توجه به ویژگی‌های فرهنگی آن، مقولات، معیارها و مفاهیمی با ارزش قلمداد می‌شوند. ارزش‌های اجتماعی هم جنبه‌های مادی (اقتصادی) دارند و هم جنبه‌ی معنوی. در جوامع شرقی بر ارزش‌های معنوی تکیه بیشتر است و در جوامع صنعتی غرب ارزش‌های مادی (مانند ثروت، مقام و ...) از اهمیت بیشتری برخوردارند. در جوامع اسلامی در حالی که جنبه‌های معنوی فرهنگ از اعتبار والایی برخوردارند. جنبه‌های مادی و اقتصادی فرهنگ نیز ارزش خاص خود را دارند.

بنابراین فرهنگ‌های متفاوت جوامع، ارزش‌های اجتماعی مختلفی را در کشورها بوجود می‌آورند. امروزه به دلیل گسترش علوم و فناوری و افزایش نقش فرهنگ‌های مختلف جوامع بشری در یکدیگر، پایه‌های مشترک فرهنگ جهانی در شرف تکوین می‌باشد.

نظام ارزش‌های اجتماعی بر طبق تعریف، دستگامی از ارزش‌های پایانه‌ای و ابزاری است که مورد پذیرش شخص یا گروه قرار گرفته و نگرش‌های آن را نسبت به جنبه‌های مختلف زندگی اجتماعی و نیز رفتار و سلوک با جامعه و اشخاص یا گروه‌های دیگر انتظام می‌بخشد. (زاهدی، ۱۳۸۲: ۴۶).

دوام نابرابری، بیش از هر چیز متکی به نظام ارزش‌های اجتماعی است. قدرت با استفاده از نظام ارزش‌های اجتماعی، که خود در شکل‌گیری و رواج آن نقش اساسی دارد، موقعیت خود را تثبیت کرده و از این نابرابری را به جامعه تحمیل کرده و با استفاده از آن به خود مشروعیت می‌بخشد و برای دوام این مشروعیت به پایدارسازی نابرابری مبادرت می‌کند و از این راه موجبات تشدید آن را فراهم می‌سازد. به لحاظ دیرینه بودن قدرت و نابرابری و متقدم بودن آن‌ها بر نظام ارزشی، تاکنون هیچ نظام ارزش‌های اجتماعی‌ای وجود ندارد که مقام قدرت و نابرابری نبوده باشد. (همان، ۱۳۸۲: ۴۶ و ۴۷).

تغییر ارزش‌ها برای جامعه‌ی ما یک مسئله بسیار اساسی است. تبدیل یک پدیده به ارزش از این طریق تبدیل آن به هنجار انجام می‌گیرد. بنابراین فرایند تغییر ارزش‌ها در حادث‌ترین شکل خود، آن است که چگونه می‌توان یک ارزش اجتماعی را از حالت اجتماعی و جمعی یعنی از حالت هنجاری بیرون آورد و به جای آن یک ارزش دیگر را به هنجار تبدیل نمود. در این صورت ما با فرایند هنجارآوری سروکار خواهیم داشت. (رفیع‌پور، ۱۳۷۸: ۲۸۷)

در زمینه‌ی موضوع پژوهش حاضر دو کار عمده در ایران انجام گرفته است. یکی در استان گلستان و دیگری در استان مازندران. در استان گلستان وضعیت فرهنگ عمومی بررسی و تحلیل شده و اجزای چهارده گانه‌ی آن از جمله ارزش‌های اجتماعی به مطالعه کشیده شده است. (خوش فر: ۱۳۷۹). پژوهش دوم در شهرهای استان مازندران انجام شده است. (خوش فر: ۱۳۸۲). این پژوهش میزان اهمیت ارزش‌های اجتماعی را در میان مردم شهرهای استان مازندران مورد مطالعه قرار داده است.

انواع ارزش‌های اجتماعی که در مطالعه ما مورد بررسی قرار گرفته‌اند، بر اساس اشل ارزش‌های اجتماعی فلویید آلپورت انتخاب شده‌اند که در ده مقوله‌ی ارزشی (یعنی: مقام، شهرت، علم و دانش، مال و ثروت، درستکاری، امانت داری، صداقت، سلامتی و تندرستی، همکاری و تعاون و زیبایی) مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند. این ارزش‌های دهگانه به عنوان عناصر اساسی فرهنگ عمومی مورد توجه قرار دارند و میزان اهمیت نسبی و رواج آن‌ها از دیدگاه پاسخ‌گویان، سنجش و ارزیابی شده‌اند.

هدف این مقاله، بررسی یکی از چهارده شاخص فرهنگ عمومی، یعنی میزان اهمیت ارزش‌های اجتماعی در میان مردم شهر ابهر (دومین شهر بزرگ استان زنجان) بوده است. اهداف ویژه‌ی دیگری نیز مدنظر بوده‌اند؛ از جمله بررسی فرهنگ مادی و معنوی مردم شهر، و نیز این که آیا

الگوی اولویت‌بندی ارزش‌های اجتماعی در نقاط مختلف شهر یکسان بوده است؟ این که چه رابطه‌ای بین امنیت عمومی با ارزش‌های اجتماعی وجود دارد؟

### طرح مسأله

آیا ارزش‌های دهگانه‌ی اجتماعی وارد حیطه‌ی فرهنگی عمومی شده‌اند؟ اهمیت ارزش‌های مادی بیشتر است یا معنوی؟ آیا الگوی اولویت‌بندی ارزش‌های اجتماعی در تمام نقاط شهر یکسان است؟

علت وجودی موضوع ارزش‌های اجتماعی به لحاظ اهمیتی است که در ساختار اجزای چهارده‌گانه‌ی فرهنگ عمومی دارد. در شرایط فعلی، جامعه‌ی ایران در حال گذار از مرحله‌ی سنتی به صنعتی است و دگرگونی ارزش‌های اجتماعی در فرایند تغییرات اقتصادی - اجتماعی و صنعتی شدن برجسته است. بنابراین مطالعه‌ی ارزش‌های اجتماعی برای پی بردن به فرهنگ عمومی مهم‌ترین مسأله در شرایط فعلی است.

### پرسش‌ها

مهم‌ترین پرسش‌های پژوهش عبارت بودند از:

- ۱- مهم‌ترین ارزش‌های اجتماعی شهر ابهر کدام است؟
- ۲- آیا ارزش‌های دهگانه‌ی اجتماعی (فلوید آلپورت) وارد حیطه‌ی فرهنگ عمومی شده‌اند؟
- ۳- آیا اهمیت ارزش‌های مادی بیشترند یا معنوی؟
- ۴- آیا الگوی اولویت‌بندی ارزش‌های اجتماعی در تمام نقاط شهر ابهر یکسان است؟
- ۵- آیا امنیت عمومی با ارزش‌های اجتماعی رابطه‌ای دارد؟
- ۶- میزان اهمیت ارزش‌های اجتماعی در میان مردم شهر ابهر چگونه است؟

### تعریف مفاهیم

#### ۱- مفهوم ارزش‌های اجتماعی

##### ۱-۱ مفهوم و محتوای ارزش

ارزش از جمله واژگانی به شمار می‌رود که از لحاظ معنی بسیار غنی و از این‌رو بسیار پیچیده است و به دشواری می‌توان آن را تعریف کرد. در فرهنگ فلسفی لالاند چهار معنی از ارزش ارائه شده است که بازگو کننده‌ی آن چیزی است که فرد یا گروهی به آن تمایل و علاقه دارند. مفهوم

دیگر آن چیزی است که کم و بیش در میان عده‌ای مورد توجه و احترام است. سومین مفهوم وقتی است که فرد یا گروهی، در رسیدن به هدف خود ارضا می‌شود. بالاخره مفهوم دیگر ارزش، متکی به جنبه‌ی اقتصادی است. در این تعاریف به‌طور اصولی کیفیت چیزها مطرح هستند. کیفیاتی که مورد توجه و احترام انسان‌ها هستند و این تأکید گروهی به علت فایده‌ای است که این اشیاء برای انسان‌ها دارند. ارزش‌ها الزاماً صفت اجتماعی ندارند، بلکه ممکن است فردی هم باشند. (محسنی، ۱۳۵۷: ۴۳۸).

بدیهی است در صورت به وجود آمدن شرایط لازم، یک ارزش فردی ممکن است به ارزش اجتماعی تبدیل شود.

## ۲-۱- تعریف ارزش‌های اجتماعی

ارزش اجتماعی یکی از مفاهیم اساسی جامعه‌شناسی محسوب می‌شود و جامعه‌شناسان درباره‌ی آن نظریات گوناگون ابراز داشته‌اند.

ارزش‌های اجتماعی در حقیقت مفاهیمی هستند که برای افراد یک جامعه‌ی معین با ارزش و مقبول می‌باشند. (گلایی، ۱۳۷۱: ۹۵) ارزش‌ها در حقیقت مفاهیمی جمعی هستند از آن چه که از نظر فرهنگی خوب، مطلوب و مناسب و یا این که، بد، غیرمطلوب و نامناسب تلقی می‌شود. این ارزش‌های اجتماعی هستند که تعیین می‌کنند برای مردم یک جامعه چه چیزی، خوب یا از نظر اخلاقی درست است. (محسنی، ۱۳۷۰: ۳۸۰). با دیدی وسیع، مفهوم ارزش عبارت است از هر چیزی، خوب یا بد، مطلوب یا نامطلوب که مورد علاقه‌ی فرد انسانی می‌باشد. (طیبی، ۱۳۷۱: ۲۶۹) یانگ و مچ می‌گویند: "ارزش‌ها مفروضاتی هستند که به طور وسیعی ناخودآگاه، خوب یا بد و مهم تلقی می‌شوند." (نارانگ و دهاوان، ۱۹۸۳: ۱۱۳). آوگرینی می‌نویسد: "ارزش به سادگی یک آگاهی نسبی، به علاوه احساس نسبت به یک شیء، اندیشه یا شخص است." (همان: ۱۱۳) گرهاردلنسکی می‌نویسد: "ارزش‌ها باور داشت‌های اخلاقی تعمیم یافته‌ای هستند که در آن همونده‌های یک گروه مشترک می‌باشند." (همان: ۱۱۳). بدین سان ارزش‌ها جوهره‌ی هر فرهنگی تلقی می‌شوند.

در اصطلاح جامعه‌شناسی ارزش اجتماعی<sup>۱</sup> عبارت از چیزی است که مورد پذیرش همگان است. ارزش اجتماعی واقعیت‌ها و اموری را تشکیل می‌دهد که مطلوبیت دارند و مورد خواست و آرزوی اکثریت افراد جامعه است." (وٹوقی، ۱۳۸۱: ۱۹۲).

<sup>۱</sup> Social Value

### ۳-۱- انواع ارزش‌های اجتماعی

ارزش‌های اجتماعی انواع مختلفی دارند، از آن جمله: ثروت، قدرت، دانش، محبت، احترام، تقوا، دیانت، سلامت، ارزش‌های اخلاقی و مانند آن‌ها است. (وثوقی، ۱۳۸۱: ۱۹۴).  
از دیدگاهی دیگر، می‌توان گونه‌های متفاوتی از ارزش‌ها را ارائه کرد که مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از: "ارزش‌های اقتصادی، ارزش‌های قانونی، ارزش‌های اخلاقی، ارزش‌های سیاسی، ارزش‌های فرهنگی، ارزش‌های مذهبی، در نهایت تمام این ارزش‌ها به دلیل عمومیت، جبری بودن و خارجی بودن، "اجتماعی" خوانده می‌شوند. از این‌رو تمام این ارزش‌ها در حقیقت انواعی از ارزش‌های اجتماعی هستند. (محسنی، ۱۳۵۷، ۴۴۱).

### ۴-۱- انواع ارزش‌های اجتماعی در این مطالعه

انواع ارزش‌های اجتماعی که در این مطالعه مورد بررسی قرار گرفته‌اند، بر اساس اشل ارزش‌های اجتماعی فلویید آپورت انتخاب شده‌اند که در ۱۰ مقوله‌ی ارزشی به این شرح مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند: "۱- مقام، ۲- شهرت، ۳- علم و دانش، ۴- مال و ثروت، ۵- درستکاری، ۶- امانت‌داری، ۷- صداقت، ۸- سلامت و تندرستی، ۹- همکاری و تعاون، ۱۰- زیبایی. (خوش‌فر، ۱۳۷۴: ۹۶)  
این ارزش‌های دهگانه به عنوان عناصر اساسی فرهنگ عمومی مورد توجه قرار دارند و میزان اهمیت نسبی و رواج آن‌ها از دیدگاه پاسخ‌گویان، سنجش و ارزیابی شده است.

### ۵-۱- رابطه‌ی ارزش‌ها با فرهنگ

ارزش‌ها به فرهنگ کلی و جامعه مفهوم و معنی می‌بخشد. ارزش‌های اجتماعی در ارتباط با ویژگی‌های زندگی اجتماعی جوامع گوناگون نسبی هستند. ممکن است در جامعه‌ای پدیده‌ای موردخواست و آرزوی اکثریت افراد جامعه باشد. و به عنوان ارزش اجتماعی شناخته شود، ولی در جامعه‌ای دیگر، آن پدیده به عنوان ارزش شناخته نشد و حتی ضد ارزش باشد. (وثوقی، ۱۳۸۱: ۱۹۳).  
نمی‌توان از ارزش‌های مرتبط با مدل‌های رفتاری بحث کرد، بی‌آن که مساله‌ی نقش‌ها را در نظر گرفت. مهمترین ساز و کاری که از طریق آن می‌توان مبادرت به توجیه و نمادین کردن ارزش‌ها نمود، نقش اجتماعی است. در جامعه نقش‌های متفاوت اجتماعی فرد از نظر ارزش‌های اجتماعی با یکدیگر، یکسان نیستند. هر چند که ارزش‌های کلی در مقیاس وسیعی در فرهنگ دارای آثاری از نظر یگانگی بخشیدن به افراد هستند، اما مسائلی هم ممکن است در این روند مشاهده شود. مثلاً پیش می‌آید که عدم شباهتی میان ارزش‌های ارائه شده از یک فرهنگ و رفتار جمعی وجود داشته باشد. (محسنی، ۱۳۵۷: ۴۴۰)

ارزش‌های یک جامعه مهم است، زیرا هنجارهای آن جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهد. چنان‌که اگر یک جامعه ارزش والایی به آموزش بدهد، پس هنجارهای آن جامعه، آموزش همگانی را تدارک خواهند دید. (رابرتسون، ۱۳۷۲: ۶۳). بنابراین می‌توان قضاوت نمود که همه‌ی هنجارها در یک ارزش اجتماعی اساسی ریشه دارند. (همان: ۶۶).

## ۲- مفهوم فرهنگ عمومی

منظور از فرهنگ عمومی آن دسته از ارزش‌ها و هنجارهایی هستند که به صورت رفتارهای عام درآمده‌اند و جزیی از فرهنگ عامه محسوب می‌شوند. بخشی از فرهنگ عمومی تأثیر دراز مدت بر جامعه دارند و در عینیت‌های اجتماعی می‌توان آن‌ها را مشاهده کرد. مانند شکل معماری و یا شکل لباس پوشیدن. بخش دیگر فرهنگ عمومی در کوتاه مدت می‌تواند در رفتارهای افراد یک جامعه تأثیر بگذارد که این بخش از فرهنگ عمومی نمود عینی ندارد، ولی آثار عینی از آن مترتب است. مانند وجدان کاری و احترام به بزرگ‌ترها و یا ارزش‌های دیگر. "مفهوم فرهنگ عمومی در تقابل مردم - دولت (از لحاظ مفهومی) معنی پیدا می‌کند. با این تلقی، فرهنگ عمومی جزئی از نظام فرهنگی جامعه است که اجبار رسمی از آن حمایت نمی‌کند و در مقابل وجهی از فرهنگ قرار می‌گیرد که دولت برای حراست از آن، در نهایت از اجبار استفاده می‌کند. با این تلقی از فرهنگ عمومی، اکنون می‌توان تعاطی و تأثیر این حوزه‌ی فرهنگ (رسمی و غیر رسمی) را بر هم، عوامل مؤثر بر تفسیر آن، سازوکارهای تحول و تفسیر کارکرد آن در نظام اجتماعی، میزان تناسب آن را با فرهنگ رسمی مورد بررسی قرار داد و بر اساس این شناخت، به تغییر و اصلاح آن پرداخت. (رجب‌زاده، ۱۳۷۵: ۷۳).

در جمع‌بندی می‌توان گفت: "فرهنگ عمومی یعنی عناصر موجود در فرهنگ که توسط اکثریت مردم پذیرش قرار گرفته و بدان عمل نمایند." (خوش‌فر، ۱۳۷۹: ۱۸). حال با روشن شدن دو مفهوم اساسی یعنی "ارزش‌های اجتماعی" و "فرهنگ عمومی" می‌توان به بررسی میزان اهمیت ارزش‌های اجتماعی در فرهنگ عمومی شهر اهر پرده پرداخت.

## جامعه‌ی آماری و حجم نمونه

جامعه‌ی آماری تحقیق شامل تمام رؤسای خانوارهای ساکن در شهر اهر مرکز شهرستان اهر - یکی از شهرستان‌های استان زنجان - بوده است. این شهر در سال ۱۳۸۵، ۱۵۹۹۰ خانوار ساکن داشته است.

برای محاسبه‌ی حجم نمونه، میزان واریانس هر یک از شاخص‌ها موردنیاز بود که این مقدار بایستی از پژوهش‌های مشابه یا اجرای طرح آزمایشی استخراج شود. به دلیل فقدان واریانس از

تحقیقات مشابه، یک طرح آزمایشی شامل ۳۰ پرسشنامه به منظور رسیدن به هدف اجرا شد. یکم، به دست آوردن واریانس مشخصه‌های موردنیاز. دوم، درک تمامی نارسایی‌ها و کاستی‌های ممکن، که پیش‌بینی نشده است، ولی ممکن است در جریان اصلی طرح آشکار شود. سوم، برآورد اعتبار پرسشنامه.

برای محاسبه‌ی حجم نمونه باید برای هر یک از موارد فوق حجم نمونه را جداگانه حساب کرده و سپس بزرگ‌ترین مقدار حجم نمونه را انتخاب کنیم تا برای همه قسمت‌های پرسشنامه حداقل مقدار نیاز تأمین شود. ما از آن‌جا که محاسبه‌ی اولیه‌ی  $n = \frac{z^2 \alpha / 2 \sigma^2}{d^2}$  علاوه بر  $\sigma^2$  به  $z^2 \alpha / 2$  و  $d^2$  نیز نیاز دارد، لذا با در نظر گرفتن میزان خطای نوع اول  $\alpha = 0.01$  مقدار  $z^2 \alpha / 2 = 2.0 / 0.05 = 2 / 58$  حاصل شد. از طرف دیگر  $d$  که بیان‌گر میزان خطای بین واقعیت پارامتر و برآورد آن است نیز باید از قبل مشخص شود، چون پرسش‌ها دارای نمرات پراکنده نیستند. لذا منطقی به نظر می‌رسد که فقط مقدار از  $d$  به جای همه‌ی آن‌ها در فرمول‌ها قرار گیرد. بنابراین مقدار  $d$  حداکثر یک فرض شد.  $|\bar{y} - \mu| < e$  که در آن داریم  $e = 1$  با توجه به این مطلب حجم نمونه از فرمول  $n = \frac{z^2 \alpha / 2 \sigma^2}{d^2}$  محاسبه گردید و  $n = 400$  در نظر گرفته شد.

تعداد ۴۰۰ پرسشنامه تکثیر و سپس در سطح شهر ابهر تکمیل گردید. پرسشنامه‌های ناقص را خارج و جایگزین کردیم و پس از کدگذاری با نرم‌افزار SPSS, v. ۱۴/۵ تجزیه و تحلیل نمودیم.

## روش ابزار

این پژوهش به لحاظ روش‌شناسی یک پژوهش میدانی است که با روش توصیفی از نوع پیمایشی انجام گرفت.

مهم‌ترین ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش پرسشنامه است که در آن پرسش‌های باز و بسته متناسب با هدف‌های تحقیقی طراحی شده‌اند. بر اساس حجم نمونه، پرسشنامه‌ها تکثیر و در سطح شهر تکمیل خواهند شد. ابتدا تعداد ۳۰ پرسشنامه تکمیل و پرسشنامه پیش‌آزمون (pre-test) گردید و پس از تعیین اعتبار پرسشنامه بر اساس محاسبه‌ی آلفای کرونباخ و همبستگی درونی پرسش‌ها، پرسش‌های ضعیف خارج و پرسش‌های دقیق‌تری جای‌گزین گردید و سپس پرسشنامه نهایی شده و تکمیل گردیدند. پس از تکمیل کدگذاری و یا نرم‌افزار SPSS به منظور تحلیل اطلاعات، رابطه و تفاوت متغیر وابسته بر حسب متغیرهای مستقل، مورد بررسی قرار گرفت. برای این منظور از فنون آماری ویژه متناسب با سطح سنجش متغیرها استفاده شد.



آلفای کرونباخ پرسشنامه حاضر برابر  $(\alpha = 0/7412)$  محاسبه شده است. که اعتبار خوب پرسشنامه را نشان می‌دهد.

به منظور تحلیل اطلاعات، رابطه و تفاوت متغیر وابسته و متغیرهای مستقل، مورد بررسی قرار گرفت. اهمیت نسبی ارزش‌های دهگانه (اشل فلوید آلپورت) بر اساس طیف پنج قسمتی لیکرت اندازه‌گیری گردید.

در پژوهش، از تحلیل همبستگی نیز استفاده شد. همبستگی ارزش‌های اجتماعی با عوامل و متغیرهای فردی و اجتماعی براساس آزمون همبستگی اسپیرمن براون (ps) انجام گرفت. از تحلیل تفاوت نیز در تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده کردیم. آزمون ویژه‌ی بررسی تفاوت بین آنچه مشاهده شده با آن چه مورد انتظار است، آزمون خی دو، (کای اسکوئر) است. این آزمون برای ده ارزش اجتماعی محاسبه شد.

## یافته‌ها

### ۱- توصیف اهمیت ارزش‌های اجتماعی

اهمیت ارزش‌های دهگانه بر اساس طیف ۵ قسمتی لیکرت اندازه‌گیری شده است. توزیع فراوانی اهمیت این ارزش‌ها در جدول شماره (۱) ارائه شده‌اند. این جدول نشان‌گر آن است که به جز ارزش زیبایی بقیه‌ی ارزش‌های اجتماعی در حیطه‌ی فرهنگ عمومی قرار می‌گیرند. یعنی نسبت خیلی موافقم به خیلی مخالفم که شاخص قرار گرفتن یک عنصر در فرهنگ عمومی است، رقم آن باید حداقل ۳ باشد تا یک پدیده یا عنصر در حیطه‌ی فرهنگ عمومی قرار گیرد، برای اینکه یک پدیده یا عنصر در حیطه فرهنگ عمومی قرار بگیرد رواج آن حداقل باید ۷۵ درصد باشد، یعنی ۷۵ درصد از مردم باید با آن موافقت کنند تا بتوانیم نتیجه بگیریم که آن پدیده‌ها یا عنصر در حیطه‌ی فرهنگ عمومی قرار گرفته است. (این شاخص به عنوان ملاک معتبر توسط گودرزی و عبیدی نیز در کتاب "تحولات فرهنگی در ایران" در سال ۱۳۷۸ مورد استناد و استفاده قرار گرفته است). در نتیجه نسبت وجود یک پدیده یا عنصر (در این جا ارزش اجتماعی) به فقدان آن، حداقل باید ۳ باشد تا بتوان حکم به ورود آن عنصر به حیطه‌ی فرهنگ عمومی داد. هم‌چنین این جدول مؤید آن است که اهمیت نسبی ارزش‌ها شدت و ضعف و نوسان قابل توجهی دارند.

جدول شماره (۱): توزیع فراوانی پاسخ‌گویان نمونه بر حسب اهمیت نسبی ارزش‌های اجتماعی

ردیف	میزان اهمیت ارزش‌های اجتماعی	خیلی موافقم		موافقم		نظری ندارم		مخالفم		خیلی مخالفم		جمع		میانگین	نسبت خیلی موافقم به خیلی مخالفم
		تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد		
۱	مقام	۷۹	۲۰/۷	۲۱۸	۵۷/۲	۱۶	۴/۲	۵۸	۱۵/۲	۱۰	۲/۶	۳۸۱	۱۰۰	۱۹/۹۸	۷/۹۶
۲	شهرت	۵۱	۱۲/۴	۲۴۴	۶۲/۹	۲۳	۶/۰	۵۸	۱۵/۲	۶	۱/۶	۳۸۲	۱۰۰	۲۰/۰۱	۸/۳۷۵
۳	علم و دانش	۲۴۴	۶۲/۹	۱۲۲	۳۱/۹	۵	۱/۳	۱۰	۲/۶	۱	-/۳	۳۸۲	۱۰۰	۲۰	۲۱۳
۴	مال و ثروت	۲۱۴	۵۶/۰	۱۴۹	۳۹/۰	۸	۲/۱	۱۱	۲/۹	۰	۰	۳۸۲	۱۰۰	۲۰	
۵	درستکاری	۱۸۸	۴۹/۲	۱۲۴	۳۲/۷	۲۳	۶/۰	۲۵	۶/۵	۲	-/۵	۳۸۲	۱۰۰	۱۹/۹۸	۹/۸۴
۶	امانت‌داری	۱۶۳	۴۲/۸	۱۸۰	۴۷/۲	۲۴	۶/۳	۱۴	۳/۷	۰	۰	۳۸۱	۱۰۰	۲۰	
۷	صداقت	۱۹۷	۵۱/۶	۱۶۶	۴۳/۵	۸	۲/۱	۹	۲/۴	۲	-/۵	۳۸۲	۱۰۰	۲۰/۰۲	۱۰۳/۲
۸	سلامتی و تندرستی	۳۱۱	۸۱/۴	۷۰	۱۸/۳	۱	-/۳	۰	۰	۰	۰	۳۸۲	۱۰۰	۲۰	
۹	همکاری و تعاون	۹۰	۲۳/۵	۲۳۲	۶۰/۶	۲۳	۸/۶	۹	۲/۲	۱۹	۵/۰	۳۸۳	۱۰۰	۲۰	۴/۷
۱۰	زیبایی	۸۰	۲۰/۹	۱۲۵	۳۲/۶	۶۰	۱۵/۷	۸۲	۲۱/۴	۳۶	۹/۴	۳۸۳	۱۰۰	۲۰	۴/۲۲۳
-	جمع	۱۶۱۷	۴۲۲/۴	۱۶۵۰	۴۳۱/۹	۲۰۱	۵۲/۶	۲۷۶	۷۲/۲	۷۶	۱۹/۹	۳۸۲۰	۱۰۰	۲۰۰	۲۱/۲۷۶
-	میانگین	۱۶۱/۷	۴۲/۳۴	۱۶۵	۴۳/۱۹	۲۰/۱	۵/۲۶	۲۷/۶	۷/۲۲	۷/۶	۱/۹۹	۳۸۲	۱۰۰	۲۰	۲۱/۲۷۶

میانگین میانگین‌ها = ۲۰

مهم‌ترین یافته‌های پژوهش به شرح زیر بوده است:

- ۱- ترتیب اهمیت ارزش‌های اجتماعی دهگانه به این صورت بوده است: سلامتی و تندرستی، علم و دانش، صداقت، مال و ثروت، امانت‌داری، درستکاری، همکاری و تعاون، مقام، شهرت، زیبایی.
- ۲- درجه‌ی اولویت یا رجهان ارزش‌های اجتماعی دهگانه به ترتیب به شرح زیر بوده است: سلامتی و تندرستی، همکاری و تعاون، شهرت، مال و ثروت، علم و دانش، مقام، درستکاری، صداقت، امانت‌داری، زیبایی.
- ۳- هیچ‌گونه تفاوتی در گرایش به ارزش‌های اجتماعی به تفکیک جنس مشاهده نگردید.
- ۴- هیچ‌گونه تفاوت معنی‌داری در گرایش به ارزش‌های اجتماعی به تفکیک گروه‌های سنی ده ساله مشاهده نگردید.

- ۵- هیچ‌گونه تفاوت معنی‌داری در گرایش به ارزش‌های اجتماعی به تفکیک وضعیت شغلی (بیکار/ شاغل) مشاهده نگردید.
- ۶- هیچ‌گونه تفاوت معنی‌داری در گرایش به ارزش‌های اجتماعی دهگانه به تفکیک نوع شغل مشاهده نگردید. ولی در بعضی مشاغل درجات گرایش به ارزش متفاوت بوده است.
- ۷- هیچ‌گونه تفاوت معنی‌داری در گرایش به ارزش‌های اجتماعی دهگانه به تفکیک وضعیت تحصیلی پدر (بی‌سواد/ باسواد) مشاهده نگردید.
- ۸- هیچ‌گونه تفاوت معنی‌داری در گرایش به ارزش‌های اجتماعی دهگانه به تفکیک وضعیت تحصیلی مادر (بی‌سواد/ باسواد) مشاهده نگردید.
- ۹- طبقات با درآمدی پایین‌تر تمایل بیشتری به ارزش‌های اجتماعی (مقام/ شهرت/ علم و دانش/ مال و ثروت/ درستکاری/ امانت‌داری/ صداقت/ همکاری و تعاون/ زیبایی) از خود نشان می‌دهند.
- ۱۰- همه‌ی طبقات درآمدی به ارزش‌های اجتماعی سلامتی تمایل نشان داده‌اند.
- ۱۱- هیچ رابطه‌ای بین وضع تأهل و ارزش‌های اجتماعی سلامتی نشان داده نشد.
- ۱۲- هیچ رابطه‌ای بین وضع تأهل و ارزش‌های اجتماعی دهگانه مشاهده نگردید.
- ۱۳- هیچ رابطه‌ای بین طبقات اجتماعی (بالا/ متوسط/ پایین) و ارزش‌های اجتماعی دهگانه وجود ندارد.
- ۱۴- الگوی اولویت‌بندی ارزش‌های اجتماعی در تمام نقاط شهر ابهر یکسان بوده است.

## ۲- تحلیل همبستگی

اهمیت نسبی ارزش‌های اجتماعی از دیدگاه پاسخ‌گویان به عنوان یک متغیر ترکیبی دارای سطح سنجش فاصله‌ای، در سطح مطالعه‌ی همبستگی، قابل بررسی تحلیلی است. بر این اساس، همبستگی ارزش‌های اجتماعی یا هفت متغیر مستقل از قبیل میزان امنیت عمومی، میزان درآمد ماهانه، سن پاسخگو، سواد مادر، سواد پدر، بُعد خانواده، طبقه‌ی اجتماعی (ذهنی) بررسی شد که نتیجه‌ی محاسبات آماری به شرح جدول شماره (۲) می‌باشد.

جدول شماره (۲): همبستگی ارزش‌های اجتماعی با عوامل و متغیرهای فردی و اجتماعی [آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن (PS)]

ردیف	متغیر مستقل	مقدار آزمون ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری آزمون sig
۱	میزان امنیت عمومی	۰/۹۶۶	۰/۰۰۰
۲	میزان درآمد ماهانه	۰/۲۴۲	۰/۴۰۵
۳	سن پاسخگو	۰/۰۴۷	۰/۷۴۲
۴	سواد مادر	۰/۱۵۴	۰/۵۹۲
۵	سواد پدر	۰/۰۵۲	۰/۸۵۷
۶	بُعد خانواده	۰/۰۶۲	۰/۷۲۴
۷	طبقه اجتماعی (ذهنی)	۰/۲۷	۰/۳۴۹

همان‌طور که از سطح معنی‌داری برمی‌آید، اهمیت نسبی ارزش‌های اجتماعی فقط و فقط با یک متغیر، یعنی ارزیابی پاسخ‌گویان از میزان امنیت عمومی، دارای همبستگی مثبت و معنی‌دار است. بدین معنی که هر قدر پاسخ‌گویان ارزش‌های اجتماعی را مهم‌تر دانسته‌اند، به همان نسبت امنیت عمومی را در جامعه برقرار دانسته‌اند. به عبارت دیگر، می‌توان استنتاج کرد که بین امنیت عمومی و اهمیت ارزش‌های اجتماعی رابطه‌ی مستقیمی وجود دارد؛ به طوری که هر قدر امنیت عمومی افزایش یابد، ارزش‌های اجتماعی نیز اهمیت بیشتری پیدا می‌کنند و وارد حیطه‌ی فرهنگ عمومی می‌شوند.

جالب این است که بین شش متغیر فردی، اجتماعی، اقتصادی، و خانوادگی پاسخ‌گویان، با ارزیابی آن‌ها از ارزش‌های اجتماعی، هیچ‌گونه رابطه‌ی معنا‌داری وجود ندارد.

### ۳- تحلیل تفاوت‌ها

آزمون ویژه‌ی بررسی تفاوت بین آن چه مشاهده شده با آن چه مورد انتظار است، آزمون "خی دو" (کای اسکوتر) است. این آزمون برای ۱۰ ارزش اجتماعی محاسبه شده است که نتیجه‌ی محاسبات جدول شماره (۳) آمده است.

جدول شماره (۳): خلاصه‌ی شاخص‌های آماری خی دو برابر ارزش‌های اجتماعی دهگانه

ردیف	ارزش‌های اجتماعی	مقدار آزمون خی دو X2	درجه آزادی d.f	سطح معنی‌داری sig
۱	مقام	۱۷۷/۵۴۴	۹	۰/۰۰
۲	شهرت	۹۶/۴۲۱	۹	۰/۰۰
۳	علم و دانش	۵۶/۷۰۹	۹	۰/۰۰
۴	مال و ثروت	۷۱/۴۷۵	۹	۰/۰۰
۵	درستکاری	۶۸/۹۱۵	۹	۰/۰۰
۶	امانت‌داری	۶۷/۹۲۶	۹	۰/۰۰
۷	صداقت	۴۳/۹۰۷	۹	۰/۰۰
۸	سلامتی و تندرستی	۳۹/۴۵۳	۹	۰/۰۰
۹	همکاری و تعاون	۱۰۸/۴۳۰	۹	۰/۰۰
۱۰	زیبایی	۲۵۹/۹۸۹	۹	۰/۰۰

براساس این جدول، مقایسه فراوانی‌های مشاهده شده با فراوانی‌های مورد انتظار، با عنایت به نتایج محاسبات آزمون خی دو و سطح معنی‌داری (Sig) نشان می‌دهد که کلیه‌ی ارزش‌های اجتماعی دهگانه تفاوت‌های معنی‌داری با آن چه باید باشد، ندارند. معنی‌دار نبودن این تفاوت‌های گویای آن است که ارزش‌های اجتماعی دهگانه‌ی موردنظر این مطالعه در حیطه‌ی فرهنگ عمومی هستند.

## بحث

پاسخ‌گویان هنگامی که به ارزش‌های اجتماعی به طور جداگانه می‌اندیشند، ارزش‌های اجتماعی را به ترتیب زیر قرار می‌دهند: سلامتی و تندرستی، علم و دانش، صداقت، مال و ثروت، امانت‌داری، درستکاری، همکاری و تعاون، مقام، شهرت، زیبایی.

هنگامی که پاسخ‌گویان به اولویت‌بندی و رجحان نسبت به یکدیگر می‌اندیشند و در مقام مقایسه‌ی ارزش‌های اجتماعی در اندیشه و باور خود می‌پردازند، رتبه‌ی اولویت و رجحان تغییر می‌یابد. در این صورت ارزش‌های اجتماعی به ترتیب زیر قرار می‌گیرد: سلامتی و تندرستی، همکاری و تعاون، شهرت، مال و ثروت، علم و دانش، مقام، درستکاری، صداقت، امانت‌داری، زیبایی.

بدین سان رتبه‌ی اول یعنی سلامتی و تندرستی، و رتبه‌ی ششم یعنی صداقت، و رتبه‌ی آخر یعنی زیبایی بدون تغییر باقی می‌ماند و سایر ارزش‌های هفتگانه با نوسانات شدید، تغییر رتبه می‌دهند.

به طور نسبی به جز ارزش زیبایی، بقیه‌ی ارزش‌های اجتماعی در حیطه‌ی فرهنگ عمومی قرار می‌گیرند. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که ارزش‌های دهگانه‌ی اجتماعی بدون احساس امنیت عمومی وارد حیطه‌ی فرهنگ عمومی نمی‌شوند. برخی از ارزش‌های دهگانه نظیر ارزش‌های مادی، کم اهمیت‌تر و برخی دیگر نظیر ارزش‌های غیرمادی و اخلاقی، پر اهمیت‌تر هستند.

بین امنیت عمومی و ارزش‌های اجتماعی رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری به دست آمده است که نشان می‌دهد، احساس وجود امنیت عامل مهمی در اهمیت یافتن ارزش‌های اجتماعی است. بین سایر متغیرها با ارزش‌های اجتماعی، هیچ‌گونه ارتباط معنی‌داری مشاهده نشده است. اهمیت کلیه‌ی ارزش‌های مورد بررسی از نظر پاسخ‌گویان یکسان نبوده و از این لحاظ با یکدیگر تفاوت‌های جزئی داشتند. به عبارت دیگر، تفاوت‌های معنی‌دار از نظر آماری بین واقعیت‌های مشاهده شده با واقعیت‌های مورد انتظار، بیان‌گر آن است که اهمیت ارزش‌های مورد بررسی از دیدگاه پاسخ‌گویان در حد مورد انتظار نیست.

## پیشنهادها

در زیر به برخی پیشنهادها و رهنمودهای حاصل از یافته‌ها و نتایج پژوهش اشاره می‌کنیم:

- ۱- پیشنهاد می‌شود که به منظور اهمیت یافتن ارزش‌های اجتماعی، توجه به ایجاد امنیت عمومی در جامعه، که حائز اهمیت فراوان است، بیشتر شود.

۲- پیشنهاد می‌شود که برای تعیین جایگاه ارزش‌های اجتماعی در فرهنگ عمومی و هم‌چنین، تعیین میزان شاخص‌های چهارده‌گانه‌ی عمومی استان‌ها، تحقیق دیگری در مقایسه با سایر عناصر فرهنگ عمومی طراحی و به اجرا درآید.

۳- پیشنهاد می‌شود، این‌گونه پژوهش‌ها به صورت مطالعات طولی در دوره‌های زمانی مشخص تکرار شوند تا تغییرات حاصل در فرهنگ عمومی نیز شناسایی گردند و نتایج به دست آمده در دستگاه‌های اجرایی مرتبط، به ویژه "وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی" و واحدهای تابع آن در سطح استان و شهرستان، مورد بهره‌برداری کاربردی قرار گیرد. بدیهی است که هرگونه برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری و در نهایت، اجرای تصمیمات برنامه‌ها در زمینه فرهنگ عمومی، به ویژه توسط شورای فرهنگ عمومی استان‌ها، نیاز مبرم به استفاده از نتایج و یافته‌های پژوهش‌ها و تحقیقات علمی در زمینه‌ی فرهنگ عمومی دارد.

### سپاسگزاری

این طرح پژوهشی با بودجه‌ی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر انجام شده است. بدین وسیله از معاونت پژوهشی و رئیس دانشگاه تشکر و قدردانی می‌شود. در گردآوری اطلاعات آقای الماس جوانشیر (کارشناس) تلاش‌های ارزنده‌ای نشان داده‌اند و هم‌چنین در داده‌پردازی با نرم‌افزار spss همکار دانشگاهی ام‌آقای مهندس بابک حاج‌کریمی مرا یاری رسانده‌اند. از تلاش‌های ایشان نیز قدردانی می‌کنم.

## منابع فارسی:

- آگبرن، ویلیام و نیم کف (۱۳۴۲): "زمینه‌ی جامعه‌شناسی" ترجمه‌ی امیر حسین آریان‌پور، تهران: امیرکبیر.
- خوش‌فر، غلامرضا (۱۳۷۴): "مقایسه‌ی تحلیلی ارزش‌های خانواده، مدرسه و گروه همسالان از دیدگاه دانش‌آموزان پسر شهر تهران": پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، رشته‌ی جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
- خوش‌فر، غلامرضا (۹): "بررسی و تحلیل فرهنگ عمومی در استان گلستان" شورای پژوهشی اداره کل فرهنگ ارشاد اسلامی، استان گلستان.
- خوش‌فر، غلامرضا (۱۳۸۲): "بررسی ارزش‌های اجتماعی در فرهنگ عمومی مازندران" رشد آموزش علوم اجتماعی، دوره جدید، شماره ۴، صص ۵۸-۵۱.
- دواس، دی.اس (۱۳۷۶): "پیمایش در تحقیقات اجتماعی" ترجمه‌ی هوشنگ نایی، تهران: نشر نی.
- رابرتسون، یان (۱۳۷۲): "درآمدی بر جامعه" ترجمه‌ی حسین بهروان، مشهد: انتشارات آستان قدس.
- رجب زاده، احمد (۱۳۷۵): "درآمدی بر مفهوم فرهنگ عمومی"، فصلنامه‌ی فرهنگ عمومی، دبیرخانه‌ی شورای فرهنگ کشور، شماره ۷، تابستان ۱۳۷۵.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۸): "اناتومی جامعه"، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- ری‌دینگ، هوگو اف (۱۹۷۹): "فرهنگ علوم اجتماعی"، راتلج و کگان پل، لندن، (نسخه‌ی انگلیسی).
- زاهدی، محمد جواد (۱۳۸۲): "توسعه و نابرابری"، تهران: مازیار.
- ساعی ارس، ایرج (۱۳۸۵): "بررسی ارزش‌های اجتماعی در فرهنگ عمومی شهر ابهر"، ابهر: دانشگاه آزاد اسلامی واحد ابهر.
- طبیبی، حشمت‌الله (۱۳۷۱): "مبانی جامعه‌شناسی و مردم‌شناسی"، تهران: دانشگاه تهران.
- کازنو، ژان (۱۳۴۹): "مردم‌شناسی"، جلد یک، ترجمه‌ی پریا شیبانی، تهران: مؤسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی، دانشگاه تهران.
- گلابی، سیاوش (۱۳۷۱): "اصول و مبانی جامعه‌شناسی"، چاپ ۲، تهران: انتشارات فردوس و مجید.
- محسنی، منوچهر (۱۳۵۷): "جامعه‌شناسی عمومی"، تهران: کتابخانه‌ی طهوری.
- محسنی، منوچهر (۱۳۷۰): "مقدمات جامعه‌شناسی"، چاپ ۷، تهران: ناشر مؤلف.
- مندراس، هانری (۱۳۴۹): "مبانی جامعه‌شناسی"، ترجمه‌ی باقر پرهام، تهران: امیرکبیر.
- نارانگ و دهاوان (۱۹۸۳): "مقدمه‌ای بر علوم اجتماعی"، هند: CBS (نسخه انگلیسی).
- وثوقی، منصور - علی اکبر نیک خلق (۱۳۸۱): "مبانی جامعه‌شناسی"، تهران: بهینه.

