

مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای

سال اول، شماره اول، تابستان ۱۳۸۸

دریافت: ۱۳۸۴/۱۲/۱۵ - پذیرش: ۱۳۸۵/۱۱/۲۴

صص ۱۰۶-۷۷

تحلیلی بر ارزش‌های اجتماعی جوانان مناطق روستایی اصفهان و عوامل مؤثر بر آن

سیامک شهابی، پژوهشگر مسائل روستایی مرکز تحقیقات کشاورزی و منابع طبیعی استان اصفهان، اصفهان، ایران*

رسول ربانی، دانشیار جامعه‌شناسی شهری، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

چکیده

ارزش‌ها طی فراگرد اجتماعی شدن به افراد منتقل و درونی می‌شوند. ارزش‌ها بر نهادهای اجتماعی اثر گذاشته، مهمترین ابزار جامعه برای برقراری انتظام اجتماعی هستند. از این رو، نظریه پردازان توسعه، به ویژه توسعه روستایی، تحول ارزش‌ها و گرایش‌ها را شرط اساسی توسعه دانسته، بر این اعتقادند که مهم‌ترین وظیفه مجریان توسعه رخنه در رفتار اجتماعی افراد و گروه‌هایی است که همکاری آنها در فراگرد توسعه اساسی است. به طور کلی، تغییرات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی رخ داده در کشور باعث متحول شدن نظام ارزشی جامعه روستایی گردیده است. هدف این تحقیق، شناسایی مهمترین ارزش‌های اجتماعی جوانان روستایی و عوامل مؤثر بر آن است. جامعه آماری، شامل افراد ۱۸ تا ۳۰ ساله ساکن مناطق روستایی استان اصفهان هستند. در انجام این پژوهش، از دو روش اسنادی و پیمایشی استفاده شد. برای جمع آوری داده‌های میدانی تحقیق با ۵۴۴ جوان روستایی که با استفاده از روش نمونه گیری چند مرحله‌ای انتخاب گردیدند، مصاحبه به عمل آمد. نتایج: ۶۵/۸ درصد جوانان روستایی از عام‌گرایی زیادی برخوردارند. از نظر ارجحیت جنسی برای ۸۳/۳ درصد پاسخگویان جنسیت فرزندشان تفاوتی نمی‌کند. ۵۵/۷ درصد جوانان روستایی تمایل کمی به زندگی در روستا دارند. بین خودپنداری طبقاتی و نگرش نسبت به طبقه مطلوب پاسخگویان تفاوت وجود داشته، در حالی که ۳۴/۶ درصد آنان خود را متعلق به طبقه پایین می‌دانند، ۲/۴ درصد تعلق به این طبقه را مطلوب ارزیابی نموده‌اند. ۷۵ درصد اعتقاد کمی به وجود عدالت در جامعه دارند. بیشتر از ۹۲/۸ درصد جوانان روستایی دارای غرور ملی بوده، به ایرانی بودن خود افتخار می‌کنند. پاسخگویان از اعتماد کمی به دوستان خود برخوردار بوده، فقط ۲۵ درصد پاسخگویان اعتماد زیادی به دوستان خود دارند. میانگین انگیزه پیشرفت جوانان روستایی بالاتر از حد متوسط و تقدیرگرایی کمتر از حد متوسط است. رضایت از زندگی، سطح تحصیلات، شرایط اقلیمی و استفاده از رسانه‌های جمعی عواملی هستند که به طور مستقیم و سن، جنسیت، وضعیت تاهل، وضعیت اقتصادی، ارتباط با مراکز شهری و قابلیت دسترسی روستا به طور غیرمستقیم بر ارزش‌های اجتماعی مؤثر هستند.

واژه‌های کلیدی: ارزش‌های اجتماعی، روستا، جوانان، عوامل مؤثر.

۱- مقدمه

۱-۱- طرح مسأله

«ارزش» به عنوان چیزی که مورد اعتنای جامعه قرار دارد و محرک اساسی فعالیت و گرایش‌های اجتماعی است، تعریف شده است. به عبارت دیگر، ارزش آن چیزی است که اکثریت یک گروه یا جامعه آن را خوب و مفید بدانند (آگ برن و نیم کف، ۱۳۵۷: ۱۸۲). ارزش‌های اجتماعی را مدل‌های کلی رفتار، احکام جمعی، هنجارهای کرداری که مورد پذیرش عمومی و خواست جامعه قرار گرفته‌اند، تشکیل می‌دهند. این‌ها شامل تمامی انواع ارزش‌هایی می‌شوند که مردم با آنان حیات اجتماعی خود را می‌گذرانند و اعضای یک جامعه در برابر آنان به نوعی وفاق رسیده‌اند (بیرو، ۱۳۶۶: ۳۸۶). ارزش‌ها یکی از مهمترین ابزار جامعه برای برقراری انتظام اجتماعی و وادار کردن اعضا به قبول عقاید و حالات جمعی است. از این جهت، ارزش‌ها به عنوان وسیله کنترل و فشار اجتماعی عمل می‌کنند. ارزش‌های اجتماعی شیوه‌های مطلوب اندیشیدن و عمل کردن را در فرهنگ تعیین می‌کنند. مجموعه ارزش‌های مورد قبول اعضای یک جامعه، نظام ارزشی جامعه را تشکیل می‌دهند و این نظام ارزشی اساس کنش و کارکرد جامعه را تشکیل می‌دهد (مندراس، ۱۳۵۴: ۱۶۳).

ارزش‌ها بسته به نحوه استفاده‌ای که از آنها در چارچوب جامعه به عمل می‌آید، می‌توانند باعث تسریع یا کندی روند توسعه گردند. توسعه روستایی هنگامی امکان‌پذیر است که ارزش‌های مناسب آن نیز موجود

باشند. به همین دلیل، اهمیت ارزش‌ها در توسعه موضوعی است که جملگی نظریه‌های توسعه روستایی بر آن توافق دارند. نقش ارزش‌ها در توسعه روستایی از چنان اهمیتی برخوردار است که برخی محققان تحول ارزش‌ها و گرایش‌های را شرط اساسی توسعه می‌دانند. از این رو، هرگونه برنامه‌ریزی توسعه روستایی نیازمند شناسایی ارزش‌ها و گرایش‌هاست و این شناسایی از دو جهت برای توسعه روستایی ضرورت دارد: از یک سو، آن دسته از ارزش‌هایی که در روند توسعه امکان استفاده از آنها در جهت هموارتر نمودن مسیر توسعه وجود دارد، شناسایی و تقویت شده و از سوی دیگر، با شناخت آن دسته از گرایش‌ها و ارزش‌هایی که با برنامه‌های توسعه روستایی همگام نبوده، روند آن را کند می‌نمایند، در جهت انطباق این ارزش‌ها با برنامه توسعه روستایی و بالعکس برنامه‌ریزی و اقدامات لازم به عمل آید.

ارزش‌های جامعه ثابت نبوده، همراه با سایر اجزای جامعه متحول می‌شوند. وقوع تحولاتی چون انقلاب اسلامی، جنگ و تغییرات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ناشی از آنها باعث متحول شدن نظام ارزشی جامعه ایرانی و در نتیجه جامعه روستایی ایران گردیده است. در حالی که برخی تحقیقات انجام شده بیانگر نسبی وضعیت ارزشی جامعه شهری است، درخصوص نظام ارزشی جامعه روستایی بعد از انقلاب مطالعه مستقلی صورت نگرفته و اولویت‌های ارزشی حاکم بر آن به طور علمی شناسایی قرار نشده است. این مسأله می‌تواند بپراه رفتن برنامه ریزی‌های روستایی و هدر رفتن سرمایه گذاری‌های انجام شده در این رابطه را به دنبال

جامعه را رونق بیشتری می‌دهد (چلپی، ۱۳۷۵: ۶۱). شاخص سازی انجام شده بر اساس داده‌های پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان نشان می‌دهد، در حالی که ۲۶/۱ درصد پاسخگویان از عام‌گرایی کمی برخوردارند، عام‌گرایی ۵۶/۸ درصد ایرانیان زیاد است (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۱).

پارسنز در بحث متغیرهای انگاره‌ای، ترجیح دادن منافع فردی (فردگرایی) یا منافع جمعی (جمع‌گرایی) را یکی از ارزش‌های مؤثر در تصمیم‌گیری‌های فرد در کنش اجتماعی می‌داند. معمولاً در شرایط عادی یک جامعه، تزاخم اساسی میان مصالح فرد و جامعه وجود ندارد و به تعبیر جامعه‌شناسان، فرایندهای جامعه‌پذیری به گونه‌ای عمل می‌کنند که فرد در تعقیب منافع فردی خود هنجارمند عمل می‌کند و بدون آنکه اجباری در کار باشد، منافع فردی از گذر پای‌بندی به هنجارهای اجتماعی، محقق می‌شود (معدفر، ۱۳۷۹: ۷). «لوتیدکه» (Luedtke) و «شوائتزر» (Schwietzer) اظهار می‌دارند که گسترش فردگرایی در جامعه و غلبه آن بر جمع‌گرایی باعث کاهش ملاحظات اجتماعی گردیده، در نتیجه وضعیت آنومیک در جامعه به وجود می‌آید (رفیع‌پور، ۱۳۷۸: ۱۱۰). در ایران تحولات بسیار سریع و ناموزون در نظام اجتماعی و بخش‌های مختلف آن باعث شده تا این نظام در طی دهه‌های متمادی از اعتبار و استحکام لازم برخوردار نباشد، بنابراین هیچ یک از ارزش‌ها و هنجارهای خرده فرهنگ‌های موجود در جامعه نیز اعتبار عام نیافته، جایگزین شیوه‌های فردی حل مشکلات - که

داشته باشد. در این پژوهش تلاش شده است مهمترین اولویت‌های ارزش‌های اجتماعی جوانان روستایی که آینده‌سازان جامعه روستایی هستند شناسایی گردند.

۲-۱- پیشینه نظری پژوهش

در منابع و تحقیقات انجام شده، پژوهشی که به طورخاص به بررسی ارزش‌ها و گرایش‌های روستاییان، و به ویژه جوانان روستایی بپردازد، نمی‌توان یافت، ولی در برخی آثار و تحقیقات منتشر شده به طور پراکنده مطالبی که به بررسی ارزش‌های مختلف اجتماعی، مانند خاص‌گرایی یا عام‌گرایی، ارجحیت جنسی، زندگی در روستا، خودپنداری طبقاتی، جمع یا فردگرایی، عدالت اجتماعی، غرور ملی، احساس اعتماد بین شخصی، نوگرایی، انگیزه پیشرفت و تقدیرگرایی پرداخته باشند، وجود دارد.

«آلپورت» (Gordon Allport) و همکارانش در طبقه بندی ارزش‌ها، ارزش‌های اجتماعی را به عنوان یکی از گروه‌های اصلی ارزش‌ها مطرح می‌کنند (Allport, 1961). از میان ارزش‌های اجتماعی، عام‌گرایی یا خاص‌گرایی و فردگرایی یا جمع‌گرایی از ارزش‌های مهم اجتماعی هستند که در تحقیقات انجام شده به آن پرداخته شده و در نظریه‌های جامعه، شناسانی مانند پارسنز، «هوزلیتز» (Hoselitz)، «لیپسه» (Lipset) (ازکیا، ۱۳۶۴)، خسروی (۱۳۵۸)، رفیع‌پور (۱۳۷۲ و ۱۳۷۴) و عجمی (۱۳۴۸) مورد توجه قرار گرفته است. عام‌گرایی از جهت‌گیری‌های مهم اجتماعی محسوب می‌شود که ورود آن به سطح مناسبات اجتماعی، هنجارها و قواعد عام،

از خصلت‌های تاریخی ایرانیان به خاطر بی‌ثباتی‌های دائمی نظام‌های اجتماعی شمرده می‌شوند - نگردید.

از نظر ارجحیت جنسی، بیشتر ایرانیان مرد بودن را به زن بودن ترجیح می‌دهند. بر اساس نتایج تحقیق محسنی در پاسخ به این سؤال که «اگر امکان داشت دو مرتبه به دنیا بیایید، ترجیح می‌دادید زن بودید یا مرد؟»، ۵۱/۴ درصد مرد، ۲۳/۵ درصد زن و ۱۸/۳ درصد فرقی ندارد را ذکر کرده‌اند (محسنی، ۱۳۷۹: ۲۳۵).

گرایش به زندگی در روستا از ارزش‌های اجتماعی است که خسروی و رفیع پور در پژوهش‌های روستایی خود به آنها پرداخته‌اند (خسروی، ۱۳۵۸ و رفیع پور، ۱۳۷۲ و ۱۳۷۴). روستاییان دارای انگیزه مثبتی در رابطه با مهاجرت هستند. خسروی در مورد زندگی در روستا اظهار می‌دارد که با این که درباره دهقانان اغلب گفته‌اند که عشق به زمین از ویژگی‌های روحی آنها است، ولی این روزها درآمد بیشتر در شهرها، عشق آنان را به زمین کاهش داده، سبب مهاجرت آنان شده است. مهاجرت دهقانان به شهرها و ترک زمین‌های زراعی جنبه اقتصادی دارد و پیدا کردن ایستارهای مثبت نسبت به مهاجرت نیز از این امر ناشی می‌شود (خسروی، ۱۳۵۸: ۱۲۹).

خودآگاهی علم انسان نسبت به خود است. خودآگاهی از نوع آگاهی علمی نیست، بلکه نوعی دریافت وجودی است که ویژه انسان است و در آن انسان معنای وجودی و جایگاه جهانی خویش را وجدان می‌کند (شریعتی، ۱۳۶۲: ۲۴۵). یکی از مهمترین انواع خودآگاهی اجتماعی، خودآگاهی طبقاتی است. خودآگاهی طبقاتی به این معناست که فرد با توجه به

آگاهی نسبت به هویت، خواست‌ها و منافع خود را متعلق به چه طبقه‌ای می‌داند. نتایج پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان حاکی از آن است که ۵۲/۴ درصد ایرانیان خود را متعلق به طبقه متوسط و ۴۴/۷ درصد متعلق به طبقه پایین می‌دانند (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۱: ۱۳۷).

یکی از موضوع‌های مهم اجتماعی، ارزیابی جامعه از وضعیت عدالت اجتماعی است که یکی از ابعاد مهم رضایت اجتماعی نیز هست. بر پایه یک نظرسنجی در شهر تهران ۷۶ درصد پاسخگویان معتقدند عدالت اجتماعی در سطح جامعه وجود کمی دارد، ۱۹ درصد گفته‌اند تا حدودی وجود دارد و ۵ درصد گفته‌اند در جامعه کاملاً وجود دارد. همچنین ۲۸ درصد پاسخگویان آینده عدالت اجتماعی در ایران را تا حدودی امیدوارکننده و ۹ درصد آن را کاملاً امیدوارکننده می‌دانند و سایرین (۶۳ درصد) پاسخی به این سؤال ندادند (ایران، ۱۳۷۹: ۶).

احساس غرور به معنای احساس تعلق و سربلندی نسبت به عضویت در جامعه ملی است. براساس یک تحقیق بین‌المللی انجام شده ۸۰ درصد از آمریکایی‌ها گفته‌اند که از آمریکایی بودن احساس غرور می‌کنند، در حالی که تنها ۳۸ درصد از اروپایی‌ها اظهار داشته‌اند که ملیتشان مایه افتخار آنان است. در میان اروپایی‌ها، بیشترین غرور ملی در ایرلندی‌ها (۶۶ درصد) و سپس در بریتانیایی‌ها (۵۵ درصد) وجود داشته است. تنها ۲۱ درصد از آلمانی‌ها، ۱۹ درصد از هلندی‌ها، ۳۳ درصد از فرانسوی‌ها و ۳۰ درصد از ژاپنی‌ها از ملیت خود

دوستان هستند. روابط مبتنی بر اعتماد، ابتدا در این گروه‌ها تجربه می‌شود و بتدریج به گروه‌های وسیع‌تر تسری پیدا می‌کند. راجرز عدم اعتماد متقابل و بدگمانی در روابط شخصی را از ویژگی‌های جوامع روستایی می‌داند (ازکیا، ۱۳۶۴: ۵۶).

انسان برای حفظ حیات خود و ستیزه با طبیعت نیاز به نوآوری و گرایش به تجدد و نوسازی دارد. تدابیری که انسان می‌اندیشد، در آغاز ظهور خود «نوآوری» (Innovation) خوانده می‌شوند (آگ برن و نیم‌کف، ۱۳۵۷: ۴۵۹). نوآوری ایده یا روش یا موضوعی است که از نظر فرد جدید تلقی می‌شود. جدید بودن ایده از نظر عینی در مورد رفتار بشر نسبت به طول زمان به اولین کاربرد و یا کشف آن بستگی چندانی ندارد، بلکه برداشت و یا تازگی ذهنی ایده است که واکنش فرد را در مقابل آن تعیین می‌کند. اگر ایده به نظر فرد جدید باشد، نوآوری به شمار می‌رود (راجرز، ۱۳۶۹: ۲۶).

در ایران در خصوص چگونگی روحیه نوآوری در میان روستاییان، مطالعاتی صورت گرفته است. مصطفی ازکیا در خصوص پاسخ دهقانان ایرانی نسبت به ایده‌های نو و فرصت‌های تازه به استناد برخی مطالعات انجام شده اظهار می‌دارد که: «دهقانان خرده‌پا در ایران همواره از لحاظ منابع اقتصادی و ماشین‌های کشاورزی در مضیقه بوده‌اند. بعلاوه سیاست‌های روستایی عملاً طوری برنامه‌ریزی شده که دهقانان فقیر و سایر قشرهای نیازمند روستایی از دسترسی به منابع سرمایه‌ای و اعتبار محروم مانده‌اند. سیاست‌های کشاورزی دولت بیشتر در جهت منافع سرمایه‌داران ارضی، کشت و صنعت‌ها و

احساس غرور می‌کنند. در میان بسیاری از کشورهای اروپایی، غرور ملی مفهومی کهنه و منسوخ قلمداد شده، گرچه براساس سایر نتایج این تحقیق، پاسخگویان لزوماً دیدگاهی «جهانی وطنی» (International) نداشته‌اند (هیلد، ۱۳۷۳: ۴۲-۴۱). این در حالی است که ۸۶/۸ درصد ایرانیان نیز از احساس غرور ملی زیادی برخوردارند (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۱). پیمایش ملی ارزش‌های جوانان، طرحی است که توسط سازمان ملی جوانان بین جوانان ۱۵ تا ۳۰ ساله و با انتخاب ۱۵۶۵۰ نمونه در مراکز ۳۰ استان کشور به اجرا در آمده است. یافته‌های این پیمایش نشان می‌دهد از نظر ۴۹/۹ درصد جوانان ایرانی و ۴۰/۱ درصد جوانان شهر اصفهان وضعیت گرایش به وطن و ملیت کشور در حد خوبی است (پژوهشکده ملی مطالعات جوانان، ۱۳۸۳).

«راجرز» (Rogers) در نظریه خرده فرهنگ روستایی خود، عدم اعتماد متقابل در روابط شخصی، فقدان نوآوری و تقدیرگرایی را از دلایل مقاومت دهقانان در برابر دگرگونی و وجهه نظرهای محافظه کارانه آنها در نسبت به توسعه اقتصادی می‌داند (ازکیا، ۱۳۶۴: ۶۲). «فاستر» (Foster) بر اساس مطالعات میدانی خود در یکی از روستاهای مکزیک، متوجه شواهدی از عقاید محافظه کارانه، فقدان علاقه به بهره‌برداری از فرصت‌های جدید اقتصادی و اجتماعی، عدم اعتماد متقابل در روابط شخصی و فردگرایی در میان دهقانان گردید (ازکیا، ۱۳۶۴: ۹۳). از مهمترین گروه‌های مؤثر در چگونگی شکل‌گیری و بارور شدن تجربه اجتماعی، افراد خانواده و

که دارای ارزش و اهمیت هستند، برمی‌انگیزد (عجمی، ۱۳۵۶: ۱۳۹). افرادی که این انگیزه در آنها قوی است، اعتماد به نفس بیشتری دارند و خواهان زندگی بهتر و موفقیت‌های بزرگ هستند. این افراد معتقدند که قدرت و ثروت را می‌توان با پشتکار و جدیت به دست آورد و پدیده‌های نو را گرچه مخاطره‌آمیز باشد، با آغوش باز می‌پذیرند (عجمی، ۱۳۴۸: ۳۲). شایان ذکر است که میزان انگیزه پیشرفت مردم نسبت به هم متفاوت است و براساس این تفاوت، عملکرد و رفتارهای متفاوتی از انسان‌ها بروز می‌کند. افراد دارای انگیزه پیشرفت زیاد، نوآورتر و خطرپذیران متوسطی هستند (رضایی مقدم و دیگران، ۱۳۷۷: ۶۱۴).

از میان تحقیقات انجام شده در ایران، بر اساس تحقیق عجمی که در میان ۹۰ نفر از سران خانواده‌های سه روستای مرودشت فارس صورت گرفته، تفاوت‌های مهمی از لحاظ شدت انگیزه پیشرفت در میان طبقات اجتماعی وجود دارد. در سه روستای نمونه هر اندازه موقعیت طبقاتی افراد پایین‌تر بوده، میزان انگیزه پیشرفت در آنان ضعیف‌تر است. به بیان دیگر انگیزه پیشرفت در سران خانواده‌های کارگر و کشاورز ضعیف‌تر است تا در میان دهقانان و در میان دهقانان نیز ضعیف‌تر است تا در میان کاسب‌کاران و تلمبه‌کاران (عجمی، ۱۳۵۶: ۱۴۰). مطالعه گسترده دیگری که در سطح ۱۹۶۹ خانوار ساکن در ۵۹۸ روستای کشور صورت گرفته، نشان می‌دهد که انگیزه پیشرفت در میان روستاییان بسیار بالاست. برای مثال، ۹۲ درصد از روستاییان تمایل زیادی به ادامه تحصیل دختران خود در شهر دارند، به گونه‌ای که برای

شرکت‌های سهامی زراعی بوده است (ازکیا، ۱۳۶۴: ۷۹). وی معتقد است که دهقانان ایرانی نسبت به فرصت‌های اقتصادی تازه‌ای که در اختیار آنان قرار داده می‌شود، نسبتاً عاقلانه پاسخ می‌گویند (ازکیا، ۱۳۶۴: ۸۲). بررسی دیگری نشان می‌دهد که مجموعه روستاییان ایران، آمادگی تغییر و پذیرش نوآوری و نوگرایی را دارند و اکثر جوانان روستایی بخصوص در مناطق همجوار شهرهای بزرگ با روش کار و زندگی پدران خود موافق نبوده، حاضر نیستند که این شیوه زندگی و تولید را ادامه دهند. در این تحقیق، همچنین مشخص شده که روش‌ها و شیوه‌های نوین تولیدی و محصولاتی که صرفه اقتصادی قابل توجهی برای روستاییان داشته باشند، به طور وسیعی مورد پذیرش روستاییان قرار می‌گیرند. در چارچوب پذیرش نوآوری، نتایج این تحقیق نشان می‌دهد ۶۰ درصد روستاییان مخالف تغییر شغل خود هستند. ولی در بین روستاییان جوانتر این درصد کاهش می‌یابد که این امر نشان می‌دهد که جوانان روستایی خواستار پذیرش نقش‌های متنوع‌تر و پیشرفته‌تری برای آینده خود هستند (رفیع‌فر، ۱۳۷۸: ۱۱۵).

نیاز به پیشرفت، یکی از مهمترین ارزش‌های اجتماعی به شمار می‌رود که توسط «مک کله لند» (Mac Cleland) مطرح شده است (روشه، ۱۳۶۶: ۱۸۹). در کنار فردگرایی و اعتماد بین شخصی، انگیزه پیشرفت و تقدیرگرایی، متغیرهایی هستند که عجمی آنها را مورد توجه قرار داده است (عجمی، ۱۳۴۸ و ۱۳۵۶). از نظر وی، انگیزه پیشرفت یکی از انگیزه‌های مهم انتسابی است که فرد را به تکاپو و تلاش در راه پیشرفت و انجام کارهایی

فرزندان دختر و پسر خود تحصیلات دانشگاهی را آرزو می‌کنند و به تحصیلات ابتدایی و متوسطه قانع نیستند. در پایان، چنین نتیجه‌گیری می‌شود که برخلاف نظر اکثر محققان جامعه‌شناس که میزان خواست‌ها و آرزوهای جامعه دهقانی را در سطح پایینی دانسته، این امر را ناشی از نبود امکانات اقتصادی در روستاها قلمداد می‌کنند، در مناطق روستایی ایران با توجه به ارتباط نزدیک و فشرده با مناطق شهری و استفاده از رسانه‌های جمعی و... سطح خواست‌ها و آرزوهای روستاییان در سطح پایینی نیست و آنها برای نائل آمدن به یک زندگی مرفه و سازنده برای خود و فرزندانشان تلاش مستمر دارند. لذا انگیزه پیشرفت در آنها به هیچ وجه ضعیف نیست (رفیع‌فر، ۱۳۷۸:۱۱۵).

تصور افراد در مورد امکان تصرف آدمیان در عالم، ضمن آن که تابع معرفت و بسط معرفتی آنهاست، نوع رفتار و کنش آنها را نیز شکل می‌دهد. برخی، دایره توانایی‌های انسان را بسیار محدود می‌دانند و آن را موجودی تابع «سرنوشت» فرض می‌کنند. این افراد معتقدند با طبیعت نمی‌توان ستیز کرد و سرنوشت قدرت مطلقه در تعیین بدبختی و خوشبختی است و هر موفقیتی نشانه نیروهای مابعدالطبیعه است. این گونه تصورات در اصطلاح «تقدیرگرایی» نامیده می‌شود. تقدیرگرایی اعتقاد به تحقق امور این جهان - از جمله هر آنچه مربوط به امور انسانی می‌شود - بدون دخالت اراده انسان و تنها متأثر از قدرت و اراده یک نیروی ماوراءالطبیعی است. تقدیرگرایی از سوی برخی صاحب نظران به عنوان یکی از موانع داخلی توسعه به شمار آمده است که از جمله

مهمترین آنها می‌توان به نظریه راجرز اشاره نمود. به نظر راجرز، دهقانان سرنوشت را قدرت مطلقه در تعیین بدبختی و موفقیت‌های خود می‌دانند. دهقان هر وقت خود یا همسایه‌اش در زندگی موفقیتی به دست آورد این امر را ناشی از مداخله قوای مابعدالطبیعه می‌داند (ازکیا، ۱۳۶۴: ۵۹). به طور کلی، روحیه تقدیرگرایی یکی از عواملی است که پذیرش نوسازی و تغییر را در میان دهقانان مانع می‌شود. تقدیرگرا بودن ایرانیان، بویژه روستائیان، موضوعی است که جامعه‌شناسان مختلف به آن اشاره نموده‌اند (محسنی، ۱۳۷۹ و خسروی، ۱۳۵۷ و عجمی، ۱۳۵۶ و رفیع‌فر، ۱۳۷۸).

ارزش‌های اجتماعی که مورد بحث قرار گرفت، علاوه بر نظریه‌ها و پژوهش‌هایی که به آنها اشاره شد، در پیمایش‌های جهانی نظیر برنامه بین المللی پیمایش اجتماعی (ISSP) و پیمایش جهانی ارزش‌ها (WVS) بررسی شده است

در بررسی عوامل مؤثر بر ارزش‌های اجتماعی، مهمترین نظریه قابل استفاده «تئوری میدانی» (Field Theory) «لوین» (Lewin) است. بر اساس تئوری لوین، رفتار انسانی تابع عوامل مختلف به هم پیوسته ای است که نیروهای میدانی خوانده می‌شوند. لوین این عوامل را به دو گونه خصوصیات شخصی و محیطی تقسیم می‌کند (رفیع‌پور، ۱۳۷۴: ۵۹). علاوه بر آن، «اینگلهارت» (Inghart) سطح توسعه اقتصادی - اجتماعی، سطح تحصیلات، سن، میزان ارتباطات، وضعیت اقتصادی و رضایت از زندگی را از عوامل مؤثر بر ارزش‌های افراد می‌داند (Inghart, 2000 و اینگلهارت، ۱۳۷۲). به عقیده

۱-۳- فرضیه‌های پژوهش

- شرایط اقلیمی محل سکونت جوانان روستایی بر چگونگی ارزش‌های اجتماعی آنها مؤثر است.
- سطح توسعه‌یافتگی روستای جوانان روستایی بر چگونگی ارزش‌های اجتماعی آنها مؤثر است.
- قابلیت دسترسی روستای جوانان روستایی بر چگونگی ارزش‌های اجتماعی آنها مؤثر است.
- جنسیت جوانان روستایی بر چگونگی ارزش‌های اجتماعی آنها مؤثر است.
- سن جوانان روستایی بر چگونگی ارزش‌های اجتماعی آنها مؤثر است.
- میزان تحصیلات جوانان روستایی بر چگونگی ارزش‌های اجتماعی آنها مؤثر است.
- وضعیت تأهل جوانان روستایی بر چگونگی ارزش‌های اجتماعی آنها مؤثر است.
- جوانان روستایی بر چگونگی ارزش‌های اجتماعی آنها مؤثر است.
- وضعیت اقتصادی جوانان روستایی بر چگونگی ارزش‌های اجتماعی آنها مؤثر است.
- میزان استفاده از وسایل ارتباطی جوانان روستایی بر چگونگی ارزش‌های اجتماعی آنها مؤثر است.
- میزان ارتباط با مراکز شهری جوانان روستایی بر چگونگی ارزش‌های اجتماعی آنها مؤثر است.
- میزان رضایت از زندگی جوانان روستایی بر چگونگی ارزش‌های اجتماعی آنها مؤثر است.

«شرام» (Schramm) در جامعه‌سنجی و سنجش ارتباطی چندان گسترش نداشته، از کارایی چندانی برخوردار نیست. این در حالی است که برقراری تماس با وسایل ارتباطی در تغییرات ارزشی و گرایشی می‌تواند بسیار باشد (ازکیا، ۱۳۶۴، ۶۷). «خسروی» نیز میزان ارتباط با شهر و استفاده از وسایل ارتباطی را از عوامل مؤثر بر ارزش‌های روستاییان می‌داند (خسروی، ۱۳۵۸: ۱۲۳). قابلیت دسترسی روستا، رضایت از زندگی، سن و وضعیت اقتصادی، از عواملی هستند که در تحقیقات رفیع پور مؤثر بودنشان بر ارزش‌های روستاییان به اثبات رسیده است (رفیع پور، ۱۳۷۲ و ۱۳۷۴).

با جمع بندی نظریه‌ها و پژوهش‌های مذکور، چارچوب تحلیلی این پژوهش متشکل از دو بخش است: نخست: متغیرهای قابل بررسی در قالب ارزش‌های اجتماعی، شامل خاص‌گرایی یا عام‌گرایی، ارجحیت جنسی، زندگی در روستا، خودپنداری طبقاتی، جمع یا فردگرایی، عدالت اجتماعی، غرور ملی، احساس اعتماد بین شخصی، نوگرایی، انگیزه پیشرفت و تقدیرگرایی؛ دوم: عوامل مؤثر بر ارزش‌های اجتماعی که در دو دسته قابل طبقه بندی است:

- عوامل محیطی: شرایط اقلیمی، سطح توسعه‌یافتگی روستا و قابلیت دسترسی روستا.
- عوامل فردی: جنسیت، سن، میزان تحصیلات، وضعیت تأهل، وضعیت اقتصادی، میزان استفاده از وسایل ارتباطی، میزان ارتباط با مراکز شهری و میزان رضایت از زندگی.

۲- تعاریف مفاهیم

- ارزش: واقعه یا چیزی است که مورد اعتنای جامعه بوده، محرک اساسی فعالیت و گرایش‌های افراد است. ارزش‌ها پایه قضاوت و تصمیم‌گیری‌های افراد را تشکیل داده، بیانگر تصور آنان درباره مطلوبیت‌هایی است که بر روی انتخاب روش‌ها، ابزار و عمل مؤثرند.

- ارزش‌های اجتماعی: ارزش‌هایی که بیانگر الگوهای کلی رفتار و هنجارهای کرداری که مورد پذیرش اعضای جامعه بوده، اعضای یک جامعه در برابر آنها به وفاق رسیده‌اند و حیات اجتماعی خود را با آنها می‌گذرانند، هستند.

- جوان: فردی که بین ۱۸ تا ۳۰ سال سن داشته، دوران نوجوانی را پشت سر نهاده است، ولی هنوز وارد دوران بزرگسالی نشده است.

- قابلیت دسترسی روستا: منظور از قابلیت دسترسی روستا، فاصله روستا با مرکز شهرستان و مرکز استان است.

- عام‌گرایی یا خاص‌گرایی: عام‌گرایی به معنای تصمیم‌گیری بر مبنای ملاک‌های اجتماعی و ترجیح هنجارها و معیارهای اجتماعی بر هنجارهای شخصی است، در حالی که خاص‌گرایی به مفهوم ترجیح معیارهای شخصی بر معیارهای اجتماعی است.

- خودپنداری طبقاتی: خودپنداری طبقاتی به معنای پنداشت و تصور فرد از موقعیت طبقاتی خود است.

- فردگرایی یا جمع‌گرایی: فردگرایی به این معناست که فرد در کنش‌های اجتماعی‌اش فقط منافع

شخصی خود را در نظر می‌گیرد و جمع‌گرایی به معنای در نظر گرفتن منافع جمع در کنش‌های اجتماعی است.

- غرور ملی: احساس غرور ملی به مفهوم احساس سربلندی از عضویت خود در اجتماع ملی است.

- نوگرایی: عبارت از زودتر پذیرفتن نسبی نوآوری به وسیله یک فرد در مقایسه با دیگر اعضای نظام اجتماعی است.

- انگیزه پیشرفت: انگیزه پیشرفت عبارت است از: میل دستیابی به برتری و کمال فردی.

- تقدیرگرایی: اعتقاد به تحقق امور این جهان از جمله هر آنچه مربوط به امور انسانی می‌شود، بدون دخالت اراده انسان و تنها متأثر از قدرت و اراده یک نیروی ماوراءالطبیعی است.

۳- روش شناسی

پژوهش حاضر با توجه به این که به بررسی عوامل مؤثر بر ارزش‌های اجتماعی جوانان روستایی می‌پردازد، از نوع «تحقیق علی» (Casual Research) محسوب می‌شود. در انجام این پژوهش، از دو «روش اسنادی» (documentary) و «پیمایشی» (survey) استفاده شد. در بخش اسنادی منابع موجود برای تعیین متغیرها و ابزار مناسب برای سنجش آنها بررسی گردید.

برای سنجش متغیرهای مورد بررسی، ابتدا این متغیرها تعریف عملیاتی شده، سؤال‌های و گویه‌های مناسب برای سنجش آنها گردآوری و دسته‌بندی گردید. مهمترین منابع مورد استفاده برای تهیه سؤال‌ها و گویه‌های مناسب برای سنجش متغیرها عبارتند از:

دست نیامده، بود، سؤال‌ها و گویه‌های مورد نیاز طراحی گردید. در مورد متغیرهایی که بیش از یک جزء برای سنجش آنها استفاده شده، با ترکیب اجزا، شاخص سازی صورت گرفته است. در بحث یافته‌های تحقیق، ضمن تشریح نتایج حاصل، سؤال‌ها و گویه‌های مورد استفاده برای سنجش متغیرها توصیف خواهد شد.

در مرحله بعد، این سؤال‌ها و گویه‌ها در قالب یک پرسشنامه مقدماتی تنظیم گردید و با انجام پیش‌آزمون و ارزیابی اعتبار و روایی آن، اصلاحات مورد نیاز در آن به عمل آمد و در پایان پرسشنامه نهایی تدوین گردید. به منظور سنجش روایی پرسشنامه با روش بازآزمایی، ابتدا تعداد ۲۰ پرسشنامه بین نمونه منتخب توزیع شد و سپس بعد از گذشت ۱۰ روز همان پرسشنامه بین همان نمونه توزیع گردید. ضریب همبستگی بین این دو آزمون ۰/۹۴ برآورد گردید که در سطح معناداری ۵ درصد ($\alpha = 0.05$) معنادار بود. همچنین برای ارزیابی سازگاری درونی سؤال‌ها مورد استفاده برای سنجش متغیرها از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. جدول (۱) تحلیل روایی متغیرهای مورد بررسی را نشان می‌دهد.

پرسشنامه‌های پیمایش جهانی ارزش‌ها (WVS) مربوط به سال‌های ۱۹۹۰، ۱۹۹۵ و ۲۰۰۰، پرسشنامه پیمایش عمومی اجتماعی (GSS) مربوط به سال ۱۹۹۸، پرسشنامه‌های برنامه بین‌المللی پیمایش اجتماعی (ISSP) مربوط به سال‌های ۱۹۹۷ و ۱۹۹۸، پرسشنامه ارزش‌های اجتماعی آلپورت، پرسشنامه ارزش‌ها و گرایش‌های سیاسی و مذهبی گوردون هیلد (هیلد، ۱۳۷۳)، پرسشنامه طرح پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌ها در ایران مربوط به سال ۱۳۷۹ (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۱)، پرسشنامه بررسی آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی - فرهنگی در ایران از منوچهر محسنی (محسنی، ۱۳۷۹) و تحقیقات انجام شده توسط اسماعیل عجمی (عجمی، ۱۳۵۶)، خسرو خسروی (خسروی، ۱۳۵۷) و فرامرز رفیع‌پور (رفیع‌پور، ۱۳۷۴).

پس از بررسی منابع مذکور، سؤال‌ها و گویه‌های مناسب سنجش متغیرها انتخاب و متناسب با شرایط فرهنگی - اجتماعی جامعه مورد بررسی اصلاح شدند. همچنین برای متغیرهایی که ابزار سنجش مناسب به

جدول ۱- تحلیل روایی متغیرها

متغیرها	تعداد اجزا	آلفای کرونباخ
خاص‌گرایی یا عام‌گرایی	۲	۰/۶۹
سکونت در روستا	۲	۰/۷۵
جمع‌گرایی یا فردگرایی	۲	۰/۶۲
عدالت اجتماعی	۵	۰/۸۱
غرور ملی	۲	۰/۷۶
احساس اعتماد بین شخصی	۲	۰/۶۳
نوگرایی	۳	۰/۷۹
انگیزه پیشرفت	۶	۰/۸۴
نقدگرایی	۶	۰/۸۷

گردید: منطقه یک (دارای آب و هوای خشک و بیابانی) شامل نقاط روستایی شهرستان‌های اردستان، کاشان، نائین و نطنز، منطقه دو (دارای آب و هوای نیمه‌خشک) شامل روستاهای شهرستان‌های اصفهان، برخوار و میمه، خمینی‌شهر، خوانسار، شهرضا، فلاورجان، گلپایگان، لنجان، مبارکه و نجف‌آباد و منطقه سه (دارای آب و هوای کوهستانی) شامل روستاهای شهرستان‌های سمیرم، فریدن و فریدونشهر. توزیع فراوانی روستاهای استان اصفهان در منطقه یک ۱۲۰، منطقه دو ۵۰۱ و منطقه سه ۱۶۱ روستاست. برای نمونه‌گیری، در این مرحله با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای در منطقه یک شهرستان اردستان، در منطقه دو شهرستان‌های اصفهان و مبارکه و در منطقه سه شهرستان فریدن به عنوان واحد نمونه‌گیری انتخاب شدند. در مرحله بعد نمونه‌گیری، ۳۱ روستا (۱۰ درصد روستاهای شهرستان نمونه) با استفاده از روش‌های نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب و نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شده و با استفاده از روش نمونه‌گیری سیستماتیک در روستاهای نمونه نسبت به جمع‌آوری داده‌ها اقدام شد.

۴- یافته‌های پژوهش

۴-۱- نتایج توصیفی

۴-۱-۱- مشخصات محیطی و فردی

از نظر شرایط اقلیمی ۱۲/۳ درصد پاسخگویان در مناطق دارای آب و هوای خشک و بیابانی (منطقه یک)،

جامعه آماری افراد ۱۸ تا ۳۰ ساله ساکن مناطق روستایی استان اصفهان را شامل شده که براساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن در سال ۱۳۷۵، تعداد افرادی که در این مقطع سنی قرار دارند ۲۳۴۴۸۳ نفر هستند که از این تعداد ۱۲۳۹۴۸ (۵۲/۹ درصد) مرد و ۱۱۰۵۳۵ (۴۷/۱ درصد) زن هستند (مرکز آمار ایران، ۱۳۷۶). برای محاسبه حجم نمونه از فرمول کوکران (Cochran) استفاده شد.* در این فرمول $N=234483$ ، $s^2=1/42$ ، $d=0/1$ و $t=1/96$ است و بر اساس محاسبه به عمل آمده حجم نمونه ۵۴۴ است. با توجه به نامعلوم بودن واریانس جامعه آماری، از پیش برآورد واریانس اولویت‌های ارزشی جوانان روستایی که در مرحله پیش‌آزمون پرسشنامه به دست آمده بود، برای تعیین حجم نمونه استفاده گردید. روش نمونه‌گیری این پژوهش، روش نمونه‌گیری چند مرحله‌ای است که در مراحل مختلف و متناسب با شرایط از روش‌های نمونه‌گیری خوشه‌ای، طبقه‌ای متناسب، سیستماتیک و تصادفی ساده استفاده شده است. چارچوب نمونه‌گیری در مرحله نخست به ۷۶۲ روستای دارای ۵۰ خانوار و بیشتر استان اصفهان محدود گردید. در مرحله دوم روستاها از نظر شرایط اقلیمی** به سه منطقه تقسیم

$$n = \frac{Nt^2s^2}{Nd^2 + t^2s^2}$$

* فرمول عبارت است از: $n = \frac{Nt^2s^2}{Nd^2 + t^2s^2}$
** طبقه بندی مناطق روستایی از نظر شرایط اقلیمی براساس گزارش سازمان برنامه و بودجه استان اصفهان تحت عنوان مطالعات توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی استان اصفهان، گزارش یکم: جغرافیای طبیعی، صفحه ۴۸ صورت گرفته است

۱۴/۵ درصد بیشتر از ۱۰ بار در ماه به مراکز شهری می‌روند. میزان رضایت از زندگی ۶/۴ درصد پاسخگویان در حد خیلی کم، ۲۸/۷ درصد در حد کم، ۴۲/۱ درصد در حد متوسط، ۲۰/۶ درصد در حد زیاد و ۲/۲ درصد در حد خیلی زیاد است.

۴-۱-۲- خاص‌گرایی یا عام‌گرایی

در ارتباط با سنجش خاص‌گرایی یا عام‌گرایی دو سوال مطرح گردید: اول این که: «فرض کنید کارمند یک اداره هستید و یکی از دوستان یا اقوام شما برای کار اداری به شما مراجعه می‌کند، چقدر احتمال دارد کار او را خارج از نوبت انجام دهید؟» و دوم این که: «به فرض اگر افسر راهنمایی و رانندگی باشید، چقدر احتمال دارد دوستان و اقوام خود را به خاطر تخلف راهنمایی جریمه کنید؟» جدول (۲) حاکی از آن است که ۵۶/۱ درصد پاسخگویان اظهار داشته‌اند احتمال انجام کار خارج از نوبت‌آشنایان کم تا اصلاً است و همچنین ۵۴/۸ درصد پاسخگویان نیز گفته‌اند امکان جریمه آشنایان به خاطر تخلف رانندگی زیاد تا کاملاً است. شاخص عام‌گرایی و خاص‌گرایی با ترکیب پاسخ‌هایی که به دو سؤال مذکور داده شده محاسبه گردیده و افزایش آن نشان‌دهنده افزایش عام‌گرایی نزد پاسخگویان است. این شاخص نشان می‌دهد درصد عام‌گرایی، یعنی درصد افرادی که هنجارها و معیارهای اجتماعی را بر هنجارها و معیارهای شخصی مقدم می‌دارند (۶۵/۸ درصد) بیشتر از خاص‌گرایی، یعنی درصد افرادی است که هنجارها و معیارهای شخصی را به هنجارها و معیارهای اجتماعی ترجیح

۶۶/۰ درصد در مناطق دارای آب و هوای نیمه خشک (منطقه دو) و ۲۱/۷ درصد در مناطق دارای آب و هوای کوهستانی (منطقه سه) زندگی می‌کنند. همچنین از نظر سطح توسعه یافتگی محل سکونت، ۵۷/۸ درصد پاسخگویان در روستاهای توسعه نیافته، ۴۰/۷ درصد در روستاهای کمتر توسعه یافته و ۱/۵ درصد در روستاهای واجد شرایط توسعه زندگی می‌کنند. منظور از قابلیت دسترسی، فاصله روستا تا مراکز شهرستان‌ها و استان است. بر اساس شاخص محاسبه شده، میانگین فاصله روستاهای محل سکونت پاسخگویان تا مرکز شهرستان و مرکز استان ۱۰۹/۹ کیلومتر است.

از نظر مشخصات فردی، ۵۳/۸ درصد پاسخگویان مرد و ۴۶/۲ درصد زن هستند. میانگین سنی پاسخگویان ۲۲/۵ سال با انحراف معیار ۳/۶ است. سطح تحصیلات ۳/۱ درصد خواندن و نوشتن، ۲۳/۵ درصد ابتدایی، ۲۷/۳ درصد راهنمایی، ۱۶/۴ درصد متوسطه، ۲۳/۳ درصد پیش‌دانشگاهی و دیپلم و ۶/۴ دانشگاهی است. ۵۴/۹ درصد پاسخگویان مجرد و ۴۵/۱ درصد متأهل هستند. وضعیت اقتصادی ۴۳/۲ درصد پاسخگویان ضعیف، ۳۴/۷ درصد متوسط و ۲۲/۱ درصد خوب است.

میزان استفاده ۱۶/۲ درصد پاسخگویان از وسایل ارتباطی در حد خیلی کم، ۴۰/۸ درصد در حد کم، ۲۳/۹ درصد در حد متوسط، ۱۵/۲ درصد در حد زیاد و ۳/۹ درصد در حد خیلی زیاد است. از لحاظ ارتباط با مراکز شهری، ۳۱/۶ درصد پاسخگویان حداکثر ماهی یک بار، ۳۹/۱ درصد دو تا پنج بار، ۱۴/۸ درصد ۶ تا ۱۰ بار و

می‌دهند (۲۳/۲ درصد) میانگین کلی شاخص ۴/۹ و بالاتر از سطح متوسط است.

جدول ۲- توزیع فراوانی و آماره‌های خاص‌گرایی یا عام‌گرایی

آماره‌ها					فراوانی و درصد								سوال‌ها و شاخص خاص‌گرایی و عام‌گرایی	
تغییرات معیار	میانگین	انحراف معیار	چارک دوم	چارک اول	جمع	کادامه	بخشی زیاد	زیاد	کم	بسیار کم	بسیار زیاد	جمع		
۱/۶	۳/۱	۴/۰	۳/۰	۲/۰	۵۴۴	۱۵	۲۵	۵۸	۱۴۱	۱۰۱	۹۹	۱۰۵	فراوانی	کارمند اداره بودن و انجام کار خارج از نوبت
					۱۰۰	۲/۸	۴/۶	۱۰/۷	۲۵/۹	۱۸/۶	۱۸/۲	۱۹/۳	درصد	
۱/۶	۴/۷	۶/۰	۵/۰	۴/۰	۵۴۵	۹۲	۷۶	۱۳۱	۱۴۸	۴۵	۳۶	۱۷	فراوانی	افسر بودن و جرمه کردن دوستان یا اقوام
					۱۰۰	۱۶/۹	۱۳/۹	۲۴/۰	۲۷/۲	۸/۳	۶/۶	۳/۱	درصد	
۱/۶	۴/۹	۶/۰	۵/۰	۴/۰	۵۴۴	۹۰	۱۲۶	۱۴۲	۶۰	۸۳	۲۸	۱۵	فراوانی	شاخص عام‌گرایی یا خاص‌گرایی
					۱۰۰	۱۶/۵	۲۳/۲	۲۶/۱	۱۱/۰	۱۵/۳	۵/۱	۲/۸	درصد	

۴-۱-۳- ارجحیت جنسی

درصد پاسخگویانی که برایشان مرد یا زن بودن تفاوتی نمی‌کند، به ۴۴/۴ درصد کاهش می‌یابد. از بین پاسخگویان ۴۰/۹ درصد آنان به هر دو سؤال پاسخ فرقی نمی‌کند و ۳۰/۳ درصد پاسخگویانی که جنسیت فرزندشان برایشان تفاوتی ندارد، مرد بودن برایشان ارجحیت بیشتری دارد.

جدول (۳) نشان می‌دهد در پاسخ به این سؤال که: «اگر به فرض قرار باشد یک بچه داشته باشید، ترجیح می‌دهید آن بچه دختر باشد یا پسر؟» ۸۳/۳ درصد پاسخگویان اظهار داشته‌اند فرقی نمی‌کند، در حالی که در پاسخ به این سؤال که «اگر امکان داشت دوباره به دنیا بیایید، ترجیح می‌دادید زن باشید یا مرد؟»

جدول ۳- توزیع فراوانی ارجحیت جنسی فرزند بر حسب ارجحیت جنسی تولد مجدد

جمع	فراوانی و درصد			ارجحیت جنسی فرزند
	فرقی نمی‌کند	زن	مرد	
۵۴۵	۴۵۴	۵۴	۳۷	فراوانی
۱۰۰	۸۳/۳	۹/۹	۶/۸	درصد
۵۴۵	۲۴۲	۸۸	۲۱۵	فراوانی
۱۰۰	۴۴/۴	۱۶/۱	۳۹/۴	درصد

۴-۱-۴- زندگی در روستا

پاسخگویان علاقه زیاد تا کامل خود را به زندگی در روستا ابراز نموده‌اند. همچنین ۴۹/۹ درصد پاسخگویان سکونت در روستا را اصلاً به صلاح خود ندانسته، یا در حد کم و پایین‌تر به این مسأله معتقدند. شاخص زندگی در روستا که با ترکیب دو سؤال مذکور محاسبه گردیده نیز مؤید آن است که بیشتر پاسخگویان (۵۵/۷ درصد) تمایل کمی به زندگی در روستا دارند. میانگین شاخص زندگی در روستا بین دو حد کم تا متوسط (۳/۴) با انحراف معیار ۱/۸ است. همچنین فقط ۲۵ درصد پاسخگویان تمایل زیاد تا کاملی به زندگی در روستا دارند (جدول ۴).

در این تحقیق، میزان گرایش به زندگی در روستا در دو بعد عاطفی و عقلانی با استفاده از دو سؤال مورد سنجش قرار گرفت. سؤال‌ها عبارتند از: «با توجه به وضعیت موجود تا چه اندازه دوست دارید در روستا زندگی کنید و به شهر بروید؟» و «با توجه به وضعیت روستاییان، ماندن در روستا و نرفتن به شهر را چقدر به صلاح خود می‌دانید؟» نتیجه سنجش زندگی در روستا نشان می‌دهد در مقابل ۵۱/۷ درصد پاسخگویان که علاقه کمی به زندگی در روستا داشته یا اصلاً علاقه‌ای ندارند، ۳۶/۶ درصد

جدول ۴- توزیع فراوانی و آماره‌های زندگی در روستا

آماره‌ها					فراوانی و درصد								سؤال‌ها و شاخص زندگی در روستا	
میانگین	انحراف معیار	حداکثر	حداقل	حداکثر اول	جمع	کدام	کمتر	زیاد	بسیار	بسیار	بسیار	بسیار		بسیار
۱/۹	۳/۵	۳/۰	۳/۰	۲/۰	۵۴۴	۴۸	۴۱	۵۶	۱۱۸	۸۲	۹۷	۱۰۲	فراوانی	علاقه به زندگی در روستا
					۱۰۰	۸/۸	۷/۵	۱۰۳	۲۱/۷	۱۵/۱	۱۷/۸	۱۸/۸	درصد	
۱/۷	۳/۵	۵/۰	۴/۰	۲/۰	۵۴۳	۳۱	۴۸	۷۰	۱۲۳	۸۹	۱۰۰	۸۲	فراوانی	به صلاح دانستن زندگی در روستا
					۱۰۰	۵/۷	۸/۸	۱۲/۹	۲۲/۷	۱۶/۴	۱۸/۴	۱۵/۱	درصد	
۱/۸	۳/۴	۵/۰	۳/۰	۲/۰	۵۴۲	۳۱	۵۵	۶۳	۹۱	۱۱۳	۱۰۶	۸۳	فراوانی	شاخص زندگی در روستا
					۱۰۰	۵/۷	۱۰/۱	۱۱/۶	۱۶/۸	۲۰/۸	۱۹/۶	۱۵/۳	درصد	

می‌دانند. این در حالی است که فقط ۲/۴ درصد پاسخگویان تعلق به طبقه پایین جامعه را مطلوب دانسته و ۷۰/۶ درصد پاسخگویان طبقه متوسط و ۲۷ درصد آنان طبقه بالا را به عنوان طبقات مطلوب مطرح نموده‌اند که این اختلاف بیانگر وجود فاصله بین خودپنداری طبقاتی و تلقی از طبقه مطلوب پاسخگویان و نارضایتی ایشان از وضعیت طبقاتی آنهاست (جدول ۵).

۴-۱-۵- خودپنداری طبقاتی

برای سنجش خودپنداری طبقاتی به طرح دو سؤال می‌پردازیم: «اگر جامعه را به سه طبقه پایین، متوسط و بالا تقسیم کنیم، شما خودتان را جزو کدام طبقه می‌دانید؟» و «فکر می‌کنید آدم جزو کدام طبقه باشد، بهتر است؟»

نتیجه سنجش خودپنداری طبقاتی نشان می‌دهد که ۶۰/۳ درصد پاسخگویان خود را متعلق به طبقه متوسط، ۳۴/۳ درصد طبقه پایین و ۵/۱ درصد طبقه بالا

جدول ۵- توزیع فراوانی و آماره‌های خود پنداری طبقاتی

آماره‌ها					فراوانی و درصد				سوال‌های خود پنداری
مقیاس آرایه	مقیاس ترکیب	مقیاس ترکیب	مقیاس ترکیب	مقیاس ترکیب	تعداد	نسبت	درصد	درصد	
۰/۶	۱/۷	۲/۰	۲/۰	۶۸	۵۴۴	۲۸	۳۲۸	۱۸۸	فراوانی
					۱۰۰	۵/۱	۶۰/۳	۳۴/۶	درصد
۰/۵	۲/۲	۳/۰	۲/۰	۲/۰	۵۴۵	۱۴۷	۳۸۵	۱۳	فراوانی
					۱۰۰	۲۷/۰	۷۰/۶	۲/۴	درصد

آب بالا بکشد. میانگین پاسخ به این سوال در حد زیاد (۵/۱) است. در شاخص جمع‌گرایی که از ترکیب دو گویه مورد استفاده برای سنجش جمع‌گرایی یا فردگرایی به دست آمده، گزینه اصلاً به مفهوم بیشترین میزان جمع‌گرایی و گزینه کاملاً به معنای بیشترین میزان فردگرایی است. براساس شاخص مذکور تمایل فردگرایی نزد پاسخگویان بیشتر از جمع‌گرایی است؛ به طوری که میانگین کل جمع‌گرایی یا فردگرایی ۴/۴ است که بر روی مقیاس بیشتر از حد متوسط است. همچنین نمره ۵۰ درصد پاسخگویان بیشتر از زیاد (۵/۰) و ۲۵ درصد پاسخگویان بیشتر از خیلی زیاد (۶/۰) است (جدول ۶).

۴-۱-۶- جمع‌گرایی یا فردگرایی

برای سنجش جمع‌گرایی یا فردگرایی دو گویه زیر مطرح شده: «این روزها آن قدر اوضاع سخت شده است که هر کسی باید فقط به فکر خودش باشد تا دیگران» و «هر کسی باید سعی کند گلیم خودش را از آب بالا بکشد». نتیجه سنجش نشان می‌دهد که از نظر ۳۱/۸ درصد پاسخگویان در شرایط سخت فعلی، هر کسی باید در حد زیاد تا کاملاً فقط در فکر خودش باشد تا دیگران. نمره «فقط به فکر خود بودن» نیمی از پاسخگویان کمتر از حد متوسط (۴) و نیمی دیگر بیشتر از آن است. همچنین ۶۷/۳ درصد پاسخگویان معتقدند که هر کسی باید در حد زیاد تا کاملاً، سعی کند گلیم خودش را از

جدول ۶- توزیع فراوانی و آماره‌های جمع‌گرایی یا فردگرایی

آماره‌ها					فراوانی و درصد							گویه‌ها و شاخص جمع‌گرایی یا فردگرایی	
مقیاس آرایه	مقیاس ترکیب	مقیاس ترکیب	مقیاس ترکیب	مقیاس ترکیب	تعداد	نسبت	تعداد	نسبت	تعداد	نسبت	تعداد		نسبت
۱/۸	۳/۶	۵/۰	۴/۰	۲/۰	۵۴۵	۴۸	۳۹	۸۶	۱۲۸	۸۷	۵۷	۱۰۲	فراوانی
					۱۰۰	۸/۸	۷/۲	۱۵/۸	۲۳/۱	۱۶/۰	۱۰/۵	۱۸/۷	درصد
۱/۸	۵/۱	۷/۰	۵/۰	۴/۰	۵۴۵	۱۵۵	۱۰۸	۱۰۴	۸۱	۴۱	۲۳	۳۳	فراوانی
					۱۰۰	۲۸/۴	۱۹/۸	۱۹/۱	۱۴/۹	۷/۵	۴/۲	۶/۱	درصد
۱/۷	۴/۴	۶/۰	۵/۰	۳/۰	۵۴۵	۵۷	۱۰۷	۱۳۹	۷۰	۸۱	۵۴	۳۷	فراوانی
					۱۰۰	۱۰/۵	۱۹/۶	۲۵/۵	۱۲/۸	۱۴/۹	۹/۹	۶/۸	درصد

۴-۱-۷- عدالت اجتماعی

در این تحقیق، عدالت اجتماعی در ابعاد برابری اقتصادی، برابری قانونی و روبه‌ای و برابری فرصتی مورد توجه قرار گرفته است. سؤال‌ها و مسائل مربوط به سنجش عدالت اجتماعی عبارتند از: «در جامعه ما، ثروتمندان هر سال ثروتمندتر می‌شود و فقرا فقیرتر»، «در شرایط فعلی هر کسی پول و پارتی نداشته باشد، حقش پایمال می‌شود»، «در اوضاع فعلی، حکومت به شهری و روستایی به یک چشم نگاه نمی‌کند». «روستاییان و شهری‌ها از شانس مساوی برای استخدام در ادارات برخوردارند» و «روستاییان هر قدر هم تجربه و تخصص داشته باشند، به مقامات بالا نمی‌رسند». نتیجه سنجش عدالت اجتماعی، بیانگر این است که در بین پاسخگویان،

احساس بی‌عدالتی بر احساس عدالت غلبه دارد. بیشترین میزان احساس بی‌عدالتی مربوط به بعد برابری قانونی و روبه‌ای در جامعه (نیاز به پول و پارتی و نگاه یکسان دولت به شهری و روستایی) و برابری اقتصادی (ثروتمندتر شدن بیشتر ثروتمندان) و کمترین میزان احساس بی‌عدالتی مربوط به برابری فرصتی (به مقامات بالا نرسیدن روستاییان و وجود فرصت مساوی برای استخدام) است. میانگین شاخص عدالت اجتماعی کمتر از متوسط (۲/۶) و حاکی از احساس منفی پاسخگویان نسبت به وجود عدالت اجتماعی است. ۷۵ درصد پاسخگویان کمتر از حد متوسط معتقد به وجود عدالت اجتماعی در جامعه هستند (جدول ۷).

جدول ۷- توزیع فراوانی و آماره‌های عدالت اجتماعی

آماره‌ها					فراوانی و درصد						سؤالات و شاخص عدالت اجتماعی	
تعداد پاسخ‌دهندگان	پول و پارتی	نیاز به پول و پارتی	روستاییان و شهری‌ها	چهارک اول	رنگ	نیاز به پول و پارتی	نیاز به پول و پارتی	نیاز به پول و پارتی	نیاز به پول و پارتی	نیاز به پول و پارتی		
۱/۲	۳/۴	۵/۰	۴/۰	۳/۰	۵۴۵	۱۸۸	۲۱۳	۵۷	۵۷	۳۰	فراوانی	ثروتمندتر شدن ثروتمندان و فقیرتر شدن فقیران
					۱۰۰	۳۴/۵	۳۹/۱	۱۰/۵	۱۰/۵	۵/۵	درصد	
۱/۱	۴/۰	۵/۰	۴/۰	۴/۰	۵۴۵	۲۱۰	۲۰۷	۴۴	۶۲	۲۲	فراوانی	نیاز به وجود پول و پارتی
					۱۰۰	۳۸/۵	۳۸/۰	۸/۱	۱۱/۴	۴/۰	درصد	
۱/۲	۳/۴	۴/۰	۴/۰	۲/۰	۵۴۵	۱۰۳	۲۱۶	۷۹	۱۰۲	۴۵	فراوانی	به یک چشم نگاه نکردن دولت به روستایی و شهری
					۱۰۰	۸/۳	۱۸/۷	۱۴/۵	۳۹/۶	۱۸/۹	درصد	
۱/۲	۳/۴	۴/۰	۴/۰	۲/۰	۵۴۵	۳۸	۱۲۹	۸۴	۱۷۵	۱۱۹	فراوانی	وجود شانس مساوی برای استخدام روستایی و شهری
					۱۰۰	۷/۰	۲۳/۷	۱۵/۴	۳۲/۱	۲۱/۸	درصد	
۱/۳	۲/۲	۳/۰	۲/۰	۱/۰	۵۴۵	۳۷	۸۱	۳۶	۱۹۸	۱۹۳	فراوانی	به مقامات بالا نرسیدن روستاییان
					۱۰۰	۶/۸	۱۴/۹	۶/۶	۶۳/۳	۳۵/۴	درصد	
					رنگ	نیاز به پول و پارتی	نیاز به پول و پارتی	نیاز به پول و پارتی	نیاز به پول و پارتی	نیاز به پول و پارتی		
۱/۳	۲/۶	۳/۰	۳/۰	۲/۰	۵۴۵	۱۲	۵۴	۲۴۱	۱۸۷	۵۱	فراوانی	شاخص عدالت اجتماعی
					۱۰۰	۲/۲	۹/۹	۴۴/۲	۳۴/۳	۹/۴	درصد	

۴-۱-۸- غرور ملی

پاسخگویان به این که به جای ایران در کشور دیگری به دنیا می‌آمدند، علاقه کمی داشته یا اصلاً علاقه‌ای ندارند. میانگین علاقه پاسخگویان در حد خیلی کم (۲/۰) است. شاخص غرور ملی که با ترکیب دو سؤال مذکور محاسبه شده، نشان می‌دهد که احساس غرور ملی ۸۹/۵ درصد پاسخگویان بسیار بالا بوده، اکثر پاسخگویان ایرانی بودن را باعث افتخار و سربلندی خود می‌دانند. احساس غرور ملی تنها ۲۵ درصد پاسخگویان کمتر از خیلی زیاد (۶/۰) و ۵۰ درصد پاسخگویان در حد کاملاً است. میانگین کلی احساس غرور ملی ۶/۳ از ۷ است (جدول ۸).

احساس غرور به مفهوم احساس سربلندی از عضویت خود در اجتماع ملی است. مفهوم غرور ملی با طرح دو سؤال به شرحی که در زیر آمده، سنجیده شده است: «شما به ایرانی بودن خود تا چه اندازه افتخار می‌کنید؟» و «چقدر دوست داشتید به جای ایران در کشور دیگری (مثل کشورهای اروپایی) به دنیا می‌آمدید؟» نتیجه سنجش غرور ملی نشان می‌دهد که بیشتر از ۹۲/۸ درصد پاسخگویان به ایرانی بودن خود افتخار می‌کنند. میانگین افتخار پاسخگویان به ایرانی بودن خود ۶/۲ بیش از حد خیلی زیاد است. همچنین ۸۳/۵ درصد

جدول ۸- توزیع فراوانی و آماره‌های غرور ملی

آماره‌ها					فراوانی و درصد								سؤالات و شاخص غرور ملی
تکرار اول	تکرار دوم	تکرار سوم	میانگین	تکرار چهارم	جمع	کاملاً	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	اصلاً	
۶/۰	۷/۰	۷/۰	۶/۲	۱/۲	۵۴۴	۲۸۴	۱۶۲	۵۹	۱۹	۶	۸	۶	فراوانی
					۱۰۰	۵۲/۲	۲۹/۸	۱۰/۸	۳/۵	۱/۱	۱/۵	۱/۱	درصد
۱/۰	۱/۰	۲/۰	۲/۰	۱/۷	۵۴۵	۲۴	۱۷	۱۶	۳۳	۳۲	۶۴	۳۵۹	فراوانی
					۱۰۰	۴/۴	۳/۱	۲/۹	۶/۱	۵/۹	۱۱/۷	۶۵/۹	درصد
۶/۰	۷/۰	۷/۰	۶/۳	۱/۳	۵۴۴	۳۶۵	۸۱	۴۱	۲۱	۲۰	۷	۹	فراوانی
					۱۰۰	۶۷/۱	۱۴/۹	۷/۵	۳/۹	۳/۷	۱/۳	۱/۷	درصد

نتیجه سنجش احساس اعتماد بین شخصی نشان می‌دهد که میانگین اعتماد پاسخگویان به اعضای خانواده بیش از حد زیاد (۴/۴) بوده، ۷۵ درصد پاسخگویان اعتماد زیادی به اعضای خانواده خود دارند. این در حالی است که میانگین اعتماد پاسخگویان به دوستان خود در حد متوسط (۳/۰) بوده، فقط ۲۵ درصد پاسخگویان از اعتماد

۴-۱-۹- احساس اعتماد بین شخصی

اعتماد بین شخصی در این پژوهش برحسب میزان اعتماد افراد به اعضای خانواده و دوستان براساس دو سؤال زیر سنجیده شده است: «به اعضای خانواده خود چقدر اعتماد دارید؟» و «دوستان خود را چقدر قابل اعتماد می‌دانید؟»

روابط عاطفی و صمیمانه، بویژه با گروه دوستان اهمیت بیشتری برای او دارد. از این رو، وجود بدگمانی و سوءظن نسبت به آنها از تأثیر تعیین‌کننده‌ای بر چگونگی شکل‌گیری ساختار هویت جوان برخوردار است.

با ترکیب دو سؤالی که مفهوم اعتماد بین شخصی را می‌سنجد، شاخص اعتماد بین شخصی محاسبه شد. براساس این شاخص میانگین اعتماد بین شخصی نزدیک به حد زیاد (۳/۹) با انحراف معیار ۰/۹ است. همچنین اعتماد بین شخصی ۷۵ درصد پاسخگویان بیش از حد زیاد و فقط ۲۵ درصد پاسخگویان کمتر از آن است (جدول ۹).

زیادی به دوستان خود برخوردار هستند. مقایسه این داده‌ها با نتیجه طرح پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌ها در ایران که بر اساس آن ۸۸/۵ درصد پاسخگویان خانواده خود را در حد زیاد تا کاملاً و ۴۴/۳ درصد آنان دوستان خود را در حد زیاد تا کاملاً قابل اعتماد دانسته‌اند، نشان می‌دهد جوانان روستایی استان اصفهان از نظر اعتماد به خانواده خود با جامعه آماری طرح مذکور (افراد ۱۵ ساله و بیشتر ساکن ۲۸ شهر مرکز استان) تفاوت چندانی نداشته، ولی از اعتماد کمتری نسبت به دوستان خود برخوردارند. نکته قابل توجه این که یک جوان در مقطع سنی قرار دارد که هنوز همانند بزرگسالان مصلحت‌اندیشی بر اندیشه وی حاکم نشده، برقراری

جدول ۹- توزیع فراوانی و آماره‌های اعتماد بین شخصی

آماره‌ها					فراوانی و درصد							سؤال‌ها و شاخص اعتماد بین شخصی
تکرار	تکرار دوم	تکرار سوم	تکرار چهارم	تکرار پنجم	تکرار ششم	تکرار هفتم	تکرار هشتم	تکرار نهم	تکرار دهم	تکرار یازدهم	تکرار دوازدهم	
۰/۸	۴/۴	۵/۰	۵/۰	۴/۰	۵۴۵	۳۱۶	۱۵۳	۶۴	۶	۶	فراوانی	اعتماد به اعضای خانواده
					۱۰۰	۵۸/۰	۲۸/۱	۱۱/۷	۱/۱	۱/۱	درصد	
۱/۰	۳/۰	۴/۰	۳/۰	۲/۰	۵۴۴	۳۱۸	۱۲۱	۲۴۸	۸۹	۴۸	فراوانی	اعتماد به دوستان
					۱۰۰	۷/۰	۲۲/۲	۴۵/۶	۱۶/۴	۸/۸	درصد	
۰/۹	۳/۹	۴/۰	۴/۰	۴/۰	۵۴۴	۱۲۱	۲۸۸	۸۹	۴۱	۵	فراوانی	شاخص اعتماد بین شخصی
					۱۰۰	۲۲/۲	۵۲/۹	۱۶/۴	۷/۵	۰/۹	درصد	

۴-۱-۱۰- نوگرایی

در تحقیق حاضر، نوگرایی در دو بعد واکنش عقلانی و واکنش عاطفی در برابر تغییر با استفاده از سه سوال در خصوص محتاط بودن یا نبودن در برابر تغییرات اساسی در زندگی، خوشحال بودن یا نبودن از تغییرات حاصله و بهتر بودن یا نبودن اندیشه‌ای جدید در مقایسه با اندیشه‌های قدیمی مورد سنجش قرار گرفت. نتیجه سنجش نوگرایی حاکی است که از نظر ۵۹/۳ درصد پاسخگویان، انسان باید در باره ایجاد تغییرات اساسی در زندگی اش محتاط باشد. میانگین نمره پاسخگویان در خصوص ایجاد تغییرات اساسی در زندگی نزدیک به متوسط (۲/۸) با انحراف معیار ۱/۴

است. همچنین ۵۶/۱ درصد پاسخگویان اظهار داشته‌اند زمانی که قرار باشد در زندگی تغییراتی اتفاق بیفتد، به خاطر مشکلاتی که ممکن است پیش بیاید، نگران می‌شوم. میانگین نمره پاسخگویان در مورد خوشحالی از تغییرات نزدیک به متوسط (۲/۷) با انحراف معیار ۱/۲ است. ۳۴/۴ درصد پاسخگویان نیز معتقدند اندیشه‌های جدید در حد متوسط (۳/۰) با انحراف معیار ۱/۴ است. با ادغام سه گویه مذکور شاخص نوگرایی محاسبه شده است. این شاخص نیز نشان می‌دهد که میانگین نوگرایی نزدیک به متوسط (۲/۸) با انحراف معیار ۱/۰ است. همچنین نوگرایی ۷۵ درصد پاسخگویان تا حد متوسط و ۲۵ درصد بیشتر از حد متوسط است (جدول ۱۰).

جدول ۱۰- توزیع فراوانی و آماره‌های نوگرایی

آماره‌ها					فراوانی و درصد							سؤال‌ها و شاخص نوگرایی
میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	تعداد	درصد	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	
۱/۴	۲/۸	۴/۰	۲/۰	۲/۰	۵۴۱	۷۶	۱۱۱	۳۳	۲۰۸	۱۱۳	فراوانی	ایجاد تغییرات اساسی
					۱۰۰	۱۴/۰	۲۰/۵	۶/۱	۳۸/۴	۲۰/۹	درصد	
۱/۲	۲/۷	۴/۰	۲/۰	۲/۰	۵۴۰	۵۰	۱۱۳	۷۴	۲۱۱	۹۲	فراوانی	خوشحالی از تغییرات
					۱۰۰	۹/۳	۲۰/۹	۱۳/۷	۳۹/۱	۱۷/۰	درصد	
۱/۴	۳/۰	۴/۰	۳/۰	۲/۰	۵۳۹	۱۰۵	۱۲۹	۶۳	۱۴۰	۱۰۲	فراوانی	بهبود اندیشه‌های جدید
					۱۰۰	۱۹/۵	۲۳/۹	۱۱/۷	۲۶/۰	۱۸/۹	درصد	
۱/۰	۲/۸	۳/۰	۳/۰	۲/۰	۵۳۵	۳۰	۹۷	۱۸۳	۱۷۹	۴۶	فراوانی	شاخص نوگرایی
					۱۰۰	۵/۶	۱۸/۱	۳۴/۲	۳۳/۵	۸/۶	درصد	

۴-۱-۱۱- انگیزه پیشرفت

در پژوهش حاضر انگیزه پیشرفت در ابعاد ذیل سنجیده شده است: آرزوهای تحصیلی، توانایی کنترل محیط و امید به آینده. برای سنجش ابعاد مذکور از سؤال ih زیر استفاده شده است: «آیا دوست دارید ادامه

تحصیل بدهید؟ «انسان چقدر می‌تواند در تعیین وضعیت زندگی اش مؤثر باشد؟» «کار و تلاش انسان تا چه حد در موقعیت او در زندگی مؤثر است؟ فکر می‌کنید وضعیت اقتصادی خانواده شما در پنج سال آینده در مجموع بهتر

کشور به گزینه‌های زیاد و خیلی زیاد اختصاص یافته است. میانگین پاسخ‌ها در مورد دو سوال در حد متوسط (۳/۲ و ۲/۹) است. بیشترین اختلاف نظر بین پاسخ‌گویان در مورد ادامه تحصیل (۱/۶) و کمترین اختلاف نظر در مورد نقش تلاش در موفقیت در زندگی (۰/۶) دیده می‌شود.

شاخص میانگین انگیزه پیشرفت پاسخ‌گویان بین دو حد متوسط تا زیاد (۳/۶) با انحراف معیار ۰/۷ است. نتیجه کلی این که جوانان روستایی دارای انگیزه نسبتاً زیادی برای پیشرفت هستند، ولی شرایط کلی جامعه تا حدی باعث بروز یأس و ناامیدی از بهبود شرایط در آنان گردیده است (جدول ۱۱).

خواهد شد یا بدتر؟» و «آیا وضعیت کشور در پنج سال آینده بهتر خواهد شد یا بدتر؟»

نتیجه سنجش انگیزه پیشرفت نشان می‌دهد براساس شاخص ادامه که با ادغام دو سوال نخست محاسبه شده ۵۳/۶ درصد پاسخ‌گویان تمایل زیاد و خیلی زیادی به ادامه تحصیل دارند. میانگین تمایل پاسخ‌گویان به ادامه تحصیل در حد متوسط (۳/۲) با انحراف معیار ۱/۶ است. میانگین نظر پاسخ‌گویان در مورد مؤثر بودن انسان در وضعیت زندگانی‌اش در حد زیاد (۴/۰) و تاثیر تلاش در موفقیت در زندگی بالاتر از حد زیاد (۴/۴) است. ۴۴/۷ درصد پاسخ‌گویان احتمال زیادی داده‌اند که وضعیت اقتصادی خانواده‌شان در پنج سال آینده بهتر شود و فقط ۳۴/۷ درصد پاسخ‌ها در مورد احتمال بهتر شدن وضعیت

جدول ۱۱- توزیع فراوانی و آماره‌های انگیزه پیشرفت

آماره‌ها					فراوانی و درصد							سؤال‌ها و شاخص انگیزه پیشرفت
میانگین	انحراف معیار	بیشترین	کمترین	حداکثر اول	مطلق	نسبتی زیاد	نسبتی	نسبتی	نسبتی	نسبتی	نسبتی	
۱/۶	۳/۲	۵/۰	۴/۰	۱/۰	۵۴۴	۱۷۱	۱۲۱	۷۱	۲۲	۱۹۵	فراوانی	شاخص آرزوهای تحصیلی
					۱۰۰	۳۱/۴	۲۲/۲	۱۳/۱	۴/۰	۲۹/۲	درصد	
۰/۸	۴/۰	۵/۰	۴/۰	۴/۰	۵۴۵	۱۸۱	۲۳۱	۱۱۰	۲۰	۳	فراوانی	مؤثر بودن انسان در وضعیت زندگی
					۱۰۰	۳۳/۲	۴۲/۴	۲۰/۲	۳/۷	۰/۶	درصد	
۰/۶	۴/۴	۵/۰	۴/۰	۴/۰	۵۴۵	۲۶۳	۲۴۵	۳۵	۲	۰۰۰	فراوانی	تأثیر تلاش در موفقیت در زندگی
					۱۰۰	۴۸/۳	۴۵/۰	۶/۴	۰/۴	۰۰۰	درصد	
۱/۰	۳/۲	۴/۰	۳/۰	۳/۰	۵۴۵	۲۸	۲۱۶	۱۷۸	۸۸	۳۵	فراوانی	بهبود شدن وضعیت کشور در ۵ سال آینده
					۱۰۰	۵/۱	۳۹/۶	۳۲/۷	۱۶/۱	۶/۴	درصد	
۱/۱	۲/۹	۴/۰	۴/۰	۲/۰	۵۴۲	۲۵	۱۶۳	۱۴۲	۱۵۹	۵۳	فراوانی	بهبود شدن وضعیت اقتصادی خانواده در سال آینده
					۱۰۰	۴/۶	۳۰/۱	۲۶/۲	۲۹/۳	۹/۸	درصد	
۰/۷	۳/۶	۴/۰	۴/۰	۳/۰	۵۴۱	۴۶	۲۶۳	۲۱۳	۱۸	۱	فراوانی	شاخص انگیزه پیشرفت
					۱۰۰	۸/۵	۴۸/۶	۳۹/۴	۳/۳	۰/۲	درصد	

به شانس و اقبال، میزان نرمش در مقابل حوادث، میزان تدبیرگرایی و نگرش نسبت به تاثیر اراده و پشتکار در زندگی.

گویه‌ها و سؤال‌های مورد استفاده برای سنجش این متغیر عبارتند از: «سرنوشت هر کسی از قبل تعیین شده

۴-۱-۱۲- تقدیرگرایی

در پژوهش حاضر، متغیر تقدیرگرایی در ابعاد زیر مورد سنجش قرار گرفته است: اعتقاد به حتمی بودن سرنوشت مقدر، اعتقاد به تحقق امور توسط یک شعور برتر، اعتقاد

پاسخگویان بین دو حد کم و متوسط (۳/۴) است و ۳/۰۵ درصد آنها اعتقاد زیاد تا کاملاً به این مسأله دارند. ۸۶/۱ درصد پاسخگویان به این گویه که در کار دنیا نباید چون و چرا کرد و فقط باید شکرگزار بود، اعتقاد زیادی دارند. میانگین نمره پاسخگویان در حد خیلی زیاد (۶/۰) با انحراف معیار ۱/۴ است. میانگین پاسخ‌ها در مورد پشتکار در حد خیلی زیاد (۵/۹) است. در مورد گویه تدبیر و اراده انسان، ۹۳/۵ درصد پاسخگویان گزینه‌های زیاد تا کاملاً را انتخاب نمودند. میانگین پاسخ‌ها ۵/۸ با انحراف معیار ۰/۹ است. میانگین شاخص تقدیر گرایی بین دو حد کم تا متوسط (۳/۶) با انحراف معیار ۱/۰ است (جدول ۱۲).

است، اگر خدا می‌خواست وضع ما بهتر از این بود»، «هر چه بر سر آدم می‌آید، نتیجه بخت و اقبال اوست، در کار دنیا نباید چون و چرا کرد»، «با کار و پشتکار می‌توان به هر چیزی رسید» و «فکر می‌کند تدبیر و اراده انسان در زندگی او مؤثر است». نتیجه سنجش تقدیرگرایی نشان می‌دهد ۶۲/۵ درصد پاسخگویان به این که سرنوشت هر کسی از قبل تعیین شده یا اعتقاد نداشته و یا اعتقاد کمی دارند. میانگین پاسخ‌ها در حد کم (۳/۱) با انحراف معیار ۲/۱ است. از نظر نیمی از پاسخگویان خواست خداوند در تعیین وضعیت زندگی تاثیر زیادی دارد و ۲۵ درصد آنها به این مسأله اعتقاد کاملی دارند. میانگین نتیجه بخت و اقبال دانستن هر چه بر سر آدم می‌آید،

جدول ۱۲- توزیع فراوانی و آماره‌های تقدیرگرایی

آماره‌ها					فراوانی و درصد								سؤال‌ها و شاخص تقدیرگرایی	
معیار	میانگین	انحراف معیار	کم	زیاد	جمع	کاملاً	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	اصلاً		
۲/۱	۳/۱	۵/۰	۲/۰	۱/۰	۵۴۵	۶۵	۲۶	۵۵	۵۸	۶۶	۸۴	۱۹۱	فراوانی	قابل تغییر نبودن سرنوشت
					۱۰۰	۱۱/۹	۴/۸	۱۰/۱	۱۰/۶	۱۲/۱	۱۵/۴	۳۵/۰	درصد	
۱/۸	۵/۱	۷/۰	۵/۰	۴/۰	۵۴۴	۱۸۳	۸۷	۸۹	۸۹	۳۳	۲۸	۳۵	فراوانی	تأثیر خواست خدا در وضعیت زندگی
					۱۰۰	۳۳/۶	۱۶/۰	۱۶/۴	۱۶/۴	۶/۱	۵/۱	۶/۴	درصد	
۲/۰	۳/۴	۵/۰	۳/۰	۲/۰	۵۴۴	۵۵	۳۵	۷۶	۸۰	۸۳	۸۲	۱۳۳	فراوانی	نتیجه بخت و اقبال بودن وقایع
					۱۰۰	۱۰/۱	۶/۴	۱۴/۰	۱۴/۷	۱۵/۳	۱۵/۱	۲۴/۴	درصد	
۱/۴	۶/۰	۷/۰	۷/۰	۵/۰	۵۴۵	۳۰۳	۱۰۳	۶۳	۴۱	۱۳	۱۱	۱۱	فراوانی	شکرگزار بودن در کار دنیا
					۱۰۰	۵۵/۶	۱۸/۹	۱۱/۶	۷/۵	۲/۴	۲/۰	۲/۰	درصد	
۱/۲	۵/۹	۷/۰	۶/۰	۵/۰	۵۴۴	۲۲۹	۱۳۹	۱۲۰	۳۹	۸	۵	۴	فراوانی	امکان‌پذیر بودن رسیدن به هرچیزباکار
					۱۰۰	۴۲/۱	۲۵/۶	۲۲/۱	۷/۲	۱/۵	۰/۹	۰/۷	درصد	
۰/۹	۵/۸	۶/۰	۶/۰	۵/۰	۵۴۳	۱۲۰	۲۳۹	۱۴۹	۳۳	۲	—	—	فراوانی	مؤثر بودن تدبیر انسان در زندگی
					۱۰۰	۲۲/۱	۴۴/۰	۲۷/۴	۶/۱	۰/۴	—	—	درصد	
۱/۰	۳/۶	۴/۰	۴/۰	۳/۰	۵۴۰	۰۰۰	۶	۹۵	۱۸۵	۱۸۴	۶۵	۵	فراوانی	شاخص تقدیرگرایی
					۱۰۰	۰۰۰	۱/۱	۱۷/۶	۴۳/۳	۳۴/۱	۱۲/۰	۰/۹	درصد	

استودنت، تحلیل واریانس یک عاملی و آزمون توکی استفاده شده است.

تحلیل رابطه متغیرهای مستقل محیطی و ارزش‌های اجتماعی در جدول (۱۳) آمده است. بررسی ارزش‌های اجتماعی در سه منطقه اقلیمی نشان می‌دهد که میانگین

۴-۲- تحلیل روابط میان متغیرها

در این بخش روابط میان متغیرهای مستقل با متغیرهای وابسته بررسی می‌شود. بدین منظور، از آزمون‌های آماری کای اسکوئر، ضریب کرامر، آزمون t

منطقه دو ۳/۸ و منطقه سه ۴/۰ است. پاسخگویان منطقه دو از احساس اعتماد بین شخصی کمتری نسبت به دو منطقه دیگر برخوردارند. بین سه منطقه، بیشتر پاسخگویان منطقه سه اظهار داشته‌اند که زن یا مرد بودن برایشان تفاوتی ندارد. در عین حال، کمترین علاقه را به Vکرامر حاکی است بین سه منطقه از حیث ارجحیت جنسی تفاوت معناداری وجود دارد، ولی شدت این تفاوت زیاد نیست (۰/۱۰).

خاص گرایی در منطقه یک (مناطق دارای آب و هوای خشک و بیابانی) ۴/۶، منطقه دو (مناطق دارای آب و هوای نیمه خشک) ۴/۸ و منطقه سه (مناطق دارای آب و هوای کوهستانی) ۵/۳ است. بر اساس آزمون توکی محاسبه شده تفاوت میانگین عام گرایی پاسخگویان منطقه یک با منطقه سه از نظر آماری معنادار است، ولی در سایر رده‌ها تفاوت معناداری وجود ندارد. میانگین گرایی به زندگی در روستا در منطقه یک ۲/۷ کمتر از دو منطقه دیگر (۳/۵) بوده، این تفاوت از نظر آماری معنادار است. میانگین احساس اعتماد بین شخصی در منطقه یک ۴/۱ و

جدول ۱۳- تحلیل رابطه متغیرهای مستقل محیطی و ارزش‌های اجتماعی

ارزش‌های اجتماعی	شرایط اقلیمی	سطح توسعه یافتگی روستا	قابلیت دسترسی روستا
آماره	آزمون F	T استودنت	آزمون F
مقدار	۳/۹۳	۰/۲۷۰	۰/۴۵۲
خاص گرایی یا عام گرایی	Sig	۰/۷۸۷	۰/۷۱۶
مقدار	$۹/۵۲۳(\chi^2)$	$۲/۱۵۲(\chi^2)$	$۵/۶۶۱(\chi^2)$
ارجحیت جنسی	Sig	۰/۳۴۱	۰/۴۶۲
مقدار	۶/۲۳	۲/۵۳۷	۳/۹۲۸
سکونت در روستا	Sig	۰/۰۱۱	۰/۰۰۹
مقدار	۱/۶۴۴	۰/۵۶۷	۰/۸۱۳
خودپنداری طبقاتی	Sig	۰/۵۷۱	۰/۴۸۷
مقدار	۰/۴۵۹	۰/۶۷۰	۱/۳۶۶
جمع گرایی یا فردگرایی	Sig	۰/۵۰۳	۰/۲۵۲
مقدار	۱/۶۳	۰/۰۸۹	۰/۷۳۳
عدالت اجتماعی	Sig	۰/۹۲۹	۰/۵۳۳
مقدار	۰/۴۹۰	۱/۴۵۲	۱/۰۳۵
غرور ملی	Sig	۰/۱۴۷	۰/۳۶۷
مقدار	۶/۱۳۵	۰/۳۴۷	۴/۶۱۹
احساس اعتماد بین شخصی	Sig	۰/۷۲۹	۰/۰۰۳
مقدار	۲/۳۸۶	۱/۳۳۲	۲/۴۱۳
نوگرایی	Sig	۰/۱۸۴	۰/۰۶۶
مقدار	۰/۷۵۶	۰/۱۵۵	۰/۸۲۵
انگیزه پیشرفت	Sig	۰/۸۷۷	۰/۴۸۱
مقدار	۲/۰۱	۱/۶۵۲	۴/۲۶۳
تقدیرگرایی	Sig	۰/۰۹۹	۰/۰۰۵

زن از میانگین غرور ملی بالاتری (۶/۵) نسبت به پاسخگویان مرد (۶/۱) برخوردارند و این تفاوت از نظر آماری قابل اعتناست. پاسخگویان زن از انگیزه پیشرفت بیشتری نیز نسبت مردان برخوردارند. میانگین انگیزه پیشرفت پاسخگویان زن ۳/۷ و مرد ۳/۵ است. بین میانگین پاسخگویان مرد و زن از نظر سایر ارزش‌های اجتماعی تفاوت معناداری وجود ندارد.

تفاوت معناداری بین سه گروه سنی از نظر خودپنداری طبقاتی وجود دارد؛ بدین معنا که پاسخگویان ۱۸ تا ۲۱ ساله (۱/۷) در مقایسه با دو گروه سنی دیگر دارای احساس تعلق بیشتری به طبقه متوسط بوده، با افزایش سن از احساس تعلق پاسخگویان به طبقه متوسط کاسته و به احساس تعلق به طبقه پایین‌افزوده می‌شود. پاسخگویان ۱۸ تا ۲۵ ساله نسبت به پاسخگویان ۲۶ تا ۳۰ ساله از احساس عدالت اجتماعی بیشتری برخوردارند. به عبارت دیگر، با افزایش سن احساس وجود بی‌عدالتی در بین پاسخگویان افزایش می‌یابد. میانگین شاخص نوگرایی نزد پاسخگویان ۱۸ تا ۲۱ سال (۲/۹) بیشتر از دو رده سنی دیگر است. میانگین نوگرایی پاسخگویان ۲۲ تا ۲۵ سال ۲/۶ و پاسخگویان ۲۶ تا ۳۰ سال ۲/۷ بوده، تفاوت موجود بین پاسخگویان ۱۸ تا ۲۱ سال و پاسخگویان ۲۲ تا ۲۵ سال از نظر آماری معنادار است. همچنین تفاوت معناداری بین پاسخگویان ۱۸ تا ۲۱ سال و پاسخگویان ۲۶ تا ۳۰ سال از نظر انگیزه پیشرفت وجود دارد و پاسخگویان ۱۸ تا ۲۱ ساله از

میانگین گرایش به زندگی در روستای پاسخگویان ساکن روستاهای توسعه نیافته (۳/۳) کمتر از مناطق کمتر توسعه یافته است و این تفاوت از نظر آماری معنادار است، ولی بین پاسخگویان دو منطقه از نظر سایر ارزش‌های اجتماعی تفاوت معناداری وجود ندارد.

طبق نتایج حاصل میانگین تمایل به زندگی در روستا نزد پاسخگویان با قابلیت دسترسی ۵۱ تا ۱۰۰ کیلومتر (۳/۷) بیشتر از میانگین پاسخگویان با قابلیت دسترسی ۱۰۱ تا ۱۵۰ کیلومتر (۳/۱) و ۱۵۱ کیلومتر و بیشتر (۳/۲) است. به عبارت دیگر با افزایش قابلیت دسترسی از میزان تمایل پاسخگویان به زندگی در روستا کاسته می‌شود. میانگین احساس اعتماد بین شخصی پاسخگویان با قابلیت دسترسی تا ۵۰ کیلومتر (۳/۷) کمتر از پاسخگویان با قابلیت دسترسی ۱۰۱ کیلومتر و بیشتر (۴/۰) است. بنابراین، با افزایش قابلیت دسترسی از احساس اعتماد بین شخصی پاسخگویان کاسته می‌شود. میانگین تقدیرگرایی با قابلیت دسترسی ۵۱ تا ۱۰۰ کیلومتر (۳/۴) است و با میانگین تقدیرگرایی با قابلیت دسترسی تا ۵۰ کیلومتر (۳/۶) و پاسخگویان با قابلیت دسترسی ۱۰۱ کیلومتر و بیشتر (۳/۷) تفاوت قابل اعتنایی دارد. قابلیت دسترسی بر سایر ارزش‌های اجتماعی تأثیری ندارد.

از نظرمغیرهای مستقل فردی مطابق با جدول (۱۴) با وجود آن که غرور ملی نزد هر دو گروه پاسخگویان مرد و زن بالاتر از حد خیلی زیاد است، ولی پاسخگویان

انگیزه پیشرفت بیشتری برخوردارند. در مورد سایر ارزش‌های اجتماعی بین سه رده سنی تفاوت معناداری وجود ندارد.

پاسخگویان برخوردار از تحصیلات دانشگاهی در مقایسه با پاسخگویان ابتدایی و راهنمایی و متوسطه از تمایل جمع‌گرایانه بیشتری برخوردارند. بین سایر رده‌های تحصیلی تفاوت معناداری وجود ندارد. میانگین احساس اعتماد بین شخصی پاسخگویان ابتدایی کمتر از سایر رده‌های تحصیلی و این تفاوت معنادار است. به عبارت دیگر، پاسخگویان ابتدایی از احساس اعتماد بین شخصی کمتری نسبت به اطرافیان در مقایسه با سایر رده‌های تحصیلی برخوردارند. پاسخگویان دیپلمه و دانشگاهی از انگیزه پیشرفت بیشتری در مقایسه با پاسخگویان ابتدایی و راهنمایی و متوسطه برخوردارند. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت با افزایش سطح تحصیلات بر انگیزه پیشرفت پاسخگویان افزوده می‌شود. در مقابل با افزایش سطح تحصیلات از تقدیرگرایی پاسخگویان کاسته می‌شود. تفاوت موجود بین پاسخگویان ابتدایی و پاسخگویان دیپلمه و دانشگاهی و پاسخگویان راهنمایی و متوسطه با پاسخگویان دانشگاهی و پاسخگویان دیپلمه با پاسخگویان دانشگاهی از نظر آماری کاملاً قابل اعتناست. بین میانگین پاسخگویان سطوح مختلف تحصیلی در مورد سایر ارزش‌های اجتماعی مورد بررسی تفاوت معناداری وجود ندارد.

میانگین خودپنداری طبقاتی پاسخگویان مجرد ۱/۸ و پاسخگویان متأهل ۱/۷ و این تفاوت از نظر آماری معنادار است. بنابراین، پاسخگویان مجرد از خودپنداری طبقاتی نزدیک به طبقه متوسط بیشتری نسبت به پاسخگویان متأهل برخوردارند. پاسخگویان متأهل از غرور ملی بیشتری در مقایسه با پاسخگویان مجرد برخوردارند. بین پاسخگویان مجرد و متأهل از نظر میانگین سایر ارزش‌های اجتماعی تفاوت معناداری وجود ندارد. در حالی که ۳۳/۳ درصد پاسخگویان متأهل در صورت تولد مجدد مرد به دنیا آمدن را ترجیح می‌دهند، ارجحیت جنسی ۴۴/۵ درصد پاسخگویان مجرد مرد بودن است. بنابراین، مرد بودن برای پاسخگویان مجرد از ارجحیت بیشتری برخوردار است.

میانگین احساس اعتماد بین شخصی پاسخگویان دارای وضعیت اقتصادی ضعیف (۴/۰) بیشتر از میانگین احساس اعتماد بین شخصی پاسخگویان برخوردار از وضعیت اقتصادی خوب (۳/۸) است. تقدیرگرایی پاسخگویان دارای وضعیت اقتصادی، ضعیف بیشتر از پاسخگویان برخوردار از وضعیت اقتصادی خوب است. بین پاسخگویان رده‌های مختلف اقتصادی از نظر میانگین سایر ارزش‌های اجتماعی مورد بررسی تفاوت معناداری وجود ندارد.

پاسخگویانی که استفاده بیشتری از رسانه‌های جمعی دارند، خودپنداری طبقاتی نزدیک تری به طبقه متوسط در مقایسه با پاسخگویانی که استفاده کمتری

می‌کنند، دارند. میانگین غرور ملی پاسخگویان رده کم (۶/۵) بیشتر از سایر رده‌ها بوده، با میانگین رده زیاد (۶/۰) اختلاف معناداری دارد. بین سایر رده‌ها از نظر میانگین ارزش‌های اجتماعی وجود ندارد. میانگین سایر ارزش‌های اجتماعی رده‌های مختلف استفاده از رسانه‌های جمعی اختلاف معناداری با یکدیگر ندارند.

جدول ۱۴- تحلیل رابطه متغیرهای مستقل فردی و ارزش‌های اجتماعی

ارزش‌های اجتماعی	جنسیت	سن	میزان تحصیلات	وضعیت تأهل	وضعیت اقتصادی	استفاده از رسانه‌ها	ارتباط با مراکز شهری	رضایت از زندگی
	T استودنت	F آزمون	F آزمون	T استودنت	F آزمون	F آزمون	F آزمون	F آزمون
خاص‌گرایی یا عام‌گرایی	مقدار	۰/۵۳۴	۰/۷۰۰	۰/۸۰۸	۰/۳۰۶	۰/۲۸۳	۳/۰۹۵	۰/۱۷۳
	Sig	۰/۵۹۳	۰/۴۹۷	۰/۴۹۰	۰/۷۶۰	۰/۲۷۸	۰/۰۱۶	۰/۸۴۱
ارجحیت جنسی	مقدار	۷۸/۱۵(χ ²)	۵/۰۰(χ ²)	۱۵/۵۳(χ ²)	۱۰/۳۲(χ ²)	۶/۵۵(χ ²)	۳/۴۰(χ ²)	۷/۸۵(χ ²)
	Sig	۰۰۰	۰/۲۸۷	۰/۰۱۶	۰/۰۰۶	۰/۱۶۱	۰/۷۵۴	۰/۰۹۷
سکونت در روستا	مقدار	۱/۴۱۲	۱/۵۶۳	۰/۶۵۰	۰/۹۵۹	۰/۰۱۳	۱/۵۷۲	۱۵/۷۳۰
	Sig	۰/۱۵۸	۰/۲۱۰	۰/۵۸۳	۰/۰۵۱	۰/۹۸۷	۰/۱۹۵	۰۰۰
خودپنداری طبقاتی	مقدار	۱/۹۸۳	۲۷/۲۱۵	۰/۱۲۱	۰/۲۷۱	۱/۴۸۸	۴/۶۹۷	۳۴/۰۲۵
	Sig	۰/۰۴۸	۰۰۰	۰/۹۴۸	۰/۰۲۴	۰/۲۲۷	۰/۰۰۳	۰۰۰
جمع‌گرایی یا فردگرایی	مقدار	۰/۵۲۶	۱/۱۵۲	۴/۵۷۷	۰/۸۹۳	۰/۶۵۳	۰/۹۸۴	۱/۵۱۸
	Sig	۰/۵۹۹	۰/۳۱۷	۰/۰۰۴	۰/۳۷۲	۰/۵۲۱	۰/۴۰۰	۰/۲۲۰
عدالت اجتماعی	مقدار	۱/۹۳۱	۴/۳۱۶	۰/۹۱۸	۰/۲۷۳	۱/۲۰۶	۲/۱۳۱	۱۰/۶۸۴
	Sig	۰/۰۵۵	۰/۰۱۴	۰/۴۳۲	۰/۷۸۵	۰/۳۰۰	۰/۰۹۵	۰۰۰
غرور ملی	مقدار	۳/۸۵۰	۲/۲۴۸	۰/۸۰۰	۳/۲۵۲	۰/۲۸۴	۳/۲۶۲	۱/۵۴۶
	Sig	۰۰۰	۰/۱۰۷	۰/۴۹۴	۰/۰۰۱	۰/۷۵۳	۰/۰۲۱	۰/۲۱۴
احساس اعتماد بین شخصی	مقدار	۰/۱۹۷	۱/۶۸۱	۴/۹۳۴	۱/۳۴۸	۴/۲۷۱	۲/۵۴۹	۱۵/۸۹۷
	Sig	۰/۸۴۴	۰/۱۸۷	۰/۰۰۲	۰/۱۷۸	۰/۰۱۴	۰/۰۵۵	۰۰۰
نوگرایی	مقدار	۱/۲۱۱	۳/۰۶۳	۰/۸۸۰	۱/۳۵۳	۲/۶۴۴	۱/۶۱۷	۰/۴۹۷
	Sig	۰/۲۲۶	۰/۰۴۸	۰/۴۵۱	۰/۱۷۷	۰/۰۷۲	۰/۱۸۴	۰/۶۰۹
انگیزه پیشرفت	مقدار	۳/۴۴۱	۴/۶۶۳	۲۱/۲۹۰	۰/۱۲۹	۰/۵۳۸	۲/۶۱۲	۳۱/۱۷۴
	Sig	۰/۰۰۱	۰/۰۱۰	۰۰۰	۰/۲۵۹	۰/۵۸۴	۰/۰۵۹	۰۰۰
تقدیرگرایی	مقدار	۱/۷۹۹	۱/۰۰۱	۱۳/۱۴۳	۰/۸۹۴	۳/۱۱۹	۲/۱۱۹	۲/۱۹۷
	Sig	۰/۰۷۳	۰/۳۶۸	۰۰۰	۰/۰۵۳	۰/۰۴۵	۰/۰۹۷	۰/۱۱۲

در بررسی دیگر ملاحظه می‌کنیم که ارتباط با مراکز شهری بر ارزش‌های اجتماعی جوانان روستایی تأثیر دارد. لذا، با افزایش میزان ارتباط با مراکز شهری از عام‌گرایی کاسته و به خاص‌گرایی افزوده می‌شود.

میانگین عام‌گرایی پاسخگویی که تا یک بار در ماه به شهر می‌روند، ۴/۹ و کسانی که بین ۲ تا ۵، ۱۱ تا ۲۰ و ۲۱ بار و بیشتر به شهر می‌روند، به ترتیب ۵/۰، ۵/۳ و ۴/۲ است. کسانی که کمتر به مراکز شهری می‌روند، از تقدیرگرایی بیشتری برخوردارند. میانگین تقدیرگرایی کسانی که تا پنج بار به شهر مراجعه می‌کنند، ۳/۷ بیشتر از میانگین تقدیرگرایی پاسخگویان با مراجعه ۲۱ بار و بیشتر به شهر (۳/۱) است.

بین رضایت از زندگی و ارزش‌های اجتماعی رابطه ملاحظه می‌شود. از این رو، میانگین گرایش به زندگی در روستای پاسخگویانی که رضایت از زندگی کمی دارند (۲/۹) کمتر از میانگین پاسخگویان دارای رضایت از زندگی متوسط (۳/۶) و پاسخگویان دارای رضایت از زندگی زیاد (۳/۹) است. همچنین بین خود پنداری طبقاتی و احساس اعتماد بین شخصی و رضایت از زندگی رابطه وجود دارد، زیرا هر چه میزان رضایت از زندگی افزایش یابد، شاهد تقویت خود پنداری و اعتماد بین شخصی هستیم.

۵- تحلیل مسیر تاثیر متغیرهای مستقل بر ارزش‌های اجتماعی

برای بررسی هم‌زمان آثار مستقیم و غیر مستقیم متغیرهای مستقل بر ارزش‌های اجتماعی، مجموعه متغیرهای اجتماعی مورد بررسی شامل خاص‌گرایی یا عام‌گرایی، زندگی در روستا، خودپنداری طبقاتی،

جمع‌گرایی یا فردگرایی، عدالت اجتماعی، غرور ملی، احساس اعتماد بین شخصی، نوگرایی، انگیزه پیشرفت و تقدیرگرایی پس از هم جهت شدن و سنجش سازگاری درونی آنها، با استفاده از روش آلفای کرونباخ با یکدیگر ترکیب شده، به عنوان شاخص ارزش‌های اجتماعی مورد استفاده قرار گرفت. ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده سازگاری درونی متغیرهای ترکیب شده را ۰/۹۴ نشان می‌دهد. متغیر ارجحیت جنسی به علت اسمی بودن مقیاس آن حذف گردید. با افزایش شاخص ارزش‌های اجتماعی میزان عام‌گرایی، تمایل به زندگی در روستا، خودپنداری طبقاتی، جمع‌گرایی، احساس وجود عدالت اجتماعی، غرور ملی، اعتماد بین شخصی، نوگرایی و انگیزه پیشرفت پاسخگویان افزایش یافته، از میزان تقدیرگرایی آنها کاسته می‌شود. برای بررسی آثار مستقیم و غیر مستقیم متغیرهای مستقل بر این شاخص از تکنیک تحلیل میسر استفاده شد.

بر اساس شکل (۱) در بین عوامل مورد بررسی به عنوان عوامل مؤثر بر ارزش‌ها، رضایت از زندگی، سطح تحصیلات، شرایط اقلیمی و استفاده از رسانه‌های جمعی عواملی هستند که از اثر مستقیمی بر ارزش‌های اجتماعی برخوردار بوده‌اند. مهمترین عامل مؤثر بر ارزش‌های اجتماعی، رضایت از زندگی با ضریب اثر ۰/۲۷۱ بوده که با افزایش میزان رضایت از زندگی ارزش‌های اجتماعی پاسخگویان نیز افزایش می‌یابد.

آثار غیر مستقیم سن بر ارزش‌های اجتماعی ۰/۰۹ است.

وضعیت تأهل یکی دیگر از متغیرهای مستقل است که با آثاری که بر متغیرهای وضعیت اقتصادی، سطح تحصیلات و رضایت از زندگی دارد بر ارزش‌های اجتماعی مؤثر است. مجموع آثار غیر مستقیم وضعیت تأهل بر ارزش‌های اجتماعی ۰/۰۵ است. این متغیر با آثاری که بر متغیرهای ارتباط با مراکز شهری، وضعیت تأهل، رضایت از زندگی و سطح تحصیلات دارد بر ارزش‌های اجتماعی مؤثر است.

یکی از متغیرهای مستقلی که از طریق آثاری که بر سایر متغیرهای مستقل دارد بر ارزش‌های اجتماعی مؤثر است، ارتباط با مراکز شهری است. این متغیر از طریق آثاری که بر سطح تحصیلات و استفاده از رسانه‌های جمعی دارد، بر ارزش‌های اجتماعی نیز مؤثر است. مجموع آثار غیر مستقیم ارتباط با مراکز شهری بر ارزش‌های اجتماعی ۰/۰۶ است. متغیر قابلیت دسترسی روستا نیز بر متغیر ارتباط با مراکز شهری و استفاده از رسانه‌های جمعی مؤثر بوده، مجموع آثار غیرمستقیم آن بر ارزش‌های اجتماعی ۰/۰۳۵ است.

عامل دیگری که بر ارزش‌های اجتماعی اثر مستقیمی دارد، سطح تحصیلات با ضریب ۰/۲۲۸ است که نشان می‌دهد با افزایش سطح تحصیلات پاسخگویان، ارزش‌های اجتماعی آنها نیز افزایش می‌یابد.

بین پاسخگویان منطقه سه با دو منطقه یک و دو از نظر ارزش‌های اجتماعی تفاوت وجود دارد. ضریب مسیر شرایط اقلیمی بر ارزش‌های اجتماعی ۰/۱۹۷ است. آخرین متغیری که بر ارزش‌های اجتماعی پاسخگویان مؤثر بوده، متغیر استفاده از رسانه‌های جمعی است که ضریب اثر آن ۰/۰۹ است.

سایر متغیرهای مستقل مورد بررسی دارای آثار غیر مستقیمی بر ارزش‌های اجتماعی بوده‌اند. متغیر شرایط اقلیمی علاوه بر تاثیر مستقیمی که بر ارزش‌های اجتماعی داشته، از طریق تاثیراتی که بر سطح تحصیلات و وضعیت اقتصادی گذاشته، از تاثیر غیر مستقیمی نیز بر ارزش‌های اجتماعی برخوردار است که ضریب اثر غیر مستقیم آن ۰/۰۵ است. مجموع آثار مستقیم و غیر مستقیم شرایط اقلیمی بر ارزش‌های اجتماعی ۰/۲۴۷ است. متغیر سن از طریق آثاری که بر متغیرهای وضعیت تأهل، وضعیت اقتصادی، ارتباط با مراکز شهری، سطح تحصیلات و رضایت از زندگی دارد، بر ارزش‌های اجتماعی تأثیرگذار است. مجموع

فقط ۲۵ درصد پاسخگویان اعتماد زیادی به دوستان خود دارند.

از نظر ارجحیت جنسی در حالی که ۵۱/۴ درصد شهرنشینان در صورت تولد مجدد ترجیح می‌دهند مرد به دنیا بیایند، این نسبت در مورد جوانان روستایی به ۳۹/۴ درصد کاهش پیدا می‌کند و حاکی از رشد فزاینده اعتقاد به برابری جنسیتی در بین جوانان روستایی است.

وجود تبعیضات مختلف اقتصادی و اجتماعی باعث شده جوانان روستایی تمایل کمی به زندگی در روستا داشته، بیشتر آنها زندگی در شهر را به زندگی در روستا ترجیح دهند. همچنین در حالی که ۳۴/۶ درصد آنان خود را متعلق به طبقه پایین می‌دانند، ۲/۴ درصد تعلق به این طبقه را مطلوب ارزیابی نموده‌اند. ۳۴/۶ درصد، فقط ۵/۱ درصد، خود را متعلق به طبقه بالای جامعه می‌دانند. تحت تأثیر همین تبعیضات بیشتر این جوانان احساس بدبینانه‌ای نسبت به وجود عدالت اجتماعی در جامعه داشته و از نظر ۷۵ درصد آنها در جامعه عدالت در حد کمی وجود دارد.

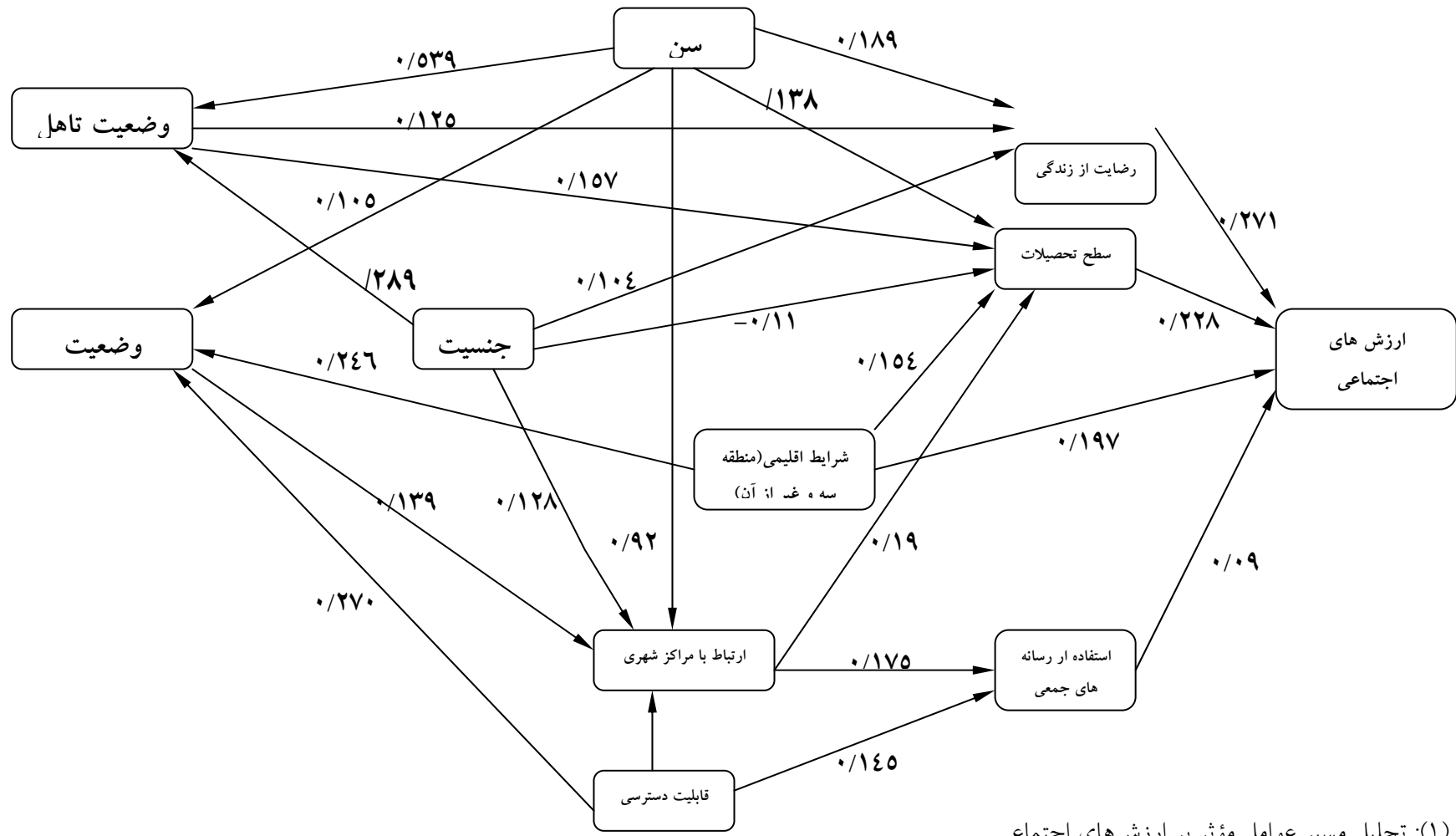
جوانان روستایی از ارزش‌های مناسب توسعه روستایی در سطح بالایی برخوردارند. وجود سطح بالایی انگیزه پیشرفت و میزان پایین تقدیرگرایی مویید این موضوع است.

آخرین تغییری که از آثار غیرمستقیم بر ارزش‌های اجتماعی برخوردار است وضعیت اقتصادی است. مجموع آثار غیرمستقیم این متغیر بر ارزش‌های اجتماعی ۰/۰۰۸ است.

۶- نتیجه گیری

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد جامعه روستایی دیگر همچون گذشته یک جامعه سنتی و بسته نبوده، در اثر عواملی مانند افزایش سطح تحصیلات، استفاده از رسانه‌های جمعی و ارتباط با مراکز شهری در معرض تغییرات فرهنگی قرار گرفته است و یک جامعه در حال گذار است. رادیو، تلویزیون، مطبوعات و ... باعث شده‌اند جوانان روستایی در جریان افکار و اندیشه‌ها و الگوهای رفتاری جدید قرار گرفته، ارزش‌های جدید را بپذیرند. نمونه این تغییرات ارزشی را در حوزه ارزش‌های اجتماعی می‌توان مشاهده نمود.

مقایسه نتایج این پژوهش با نتایج پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۱) نشان می‌دهد میزان عام‌گرایی جوانان روستایی بیشتر از متوسط جامعه شهری است. در مقابل ۵۶/۸ درصد جامعه شهری، ۶۵/۸ درصد جوانان روستایی از عام‌گرایی زیادی برخوردارند، ولی همچون سایر ایرانیان فردگرایی منش حاکم بر جوانان روستایی است. جنبه دیگری از تأثیر این روحیه را می‌توان در اعتماد بین شخصی کم پاسخگویان مشاهده نمود؛ به طوری که



شکل (۱): تحلیل مسیر عوامل مؤثر بر ارزش های اجتماعی

منابع

- اصفهان، گزارش یکم: جغرافیای طبیعی، سازمان برنامه و بودجه استان اصفهان.
- ۱۸- شریعتی، علی، (۱۳۶۲)، انسان، تهران، انتشارات دفتر تدوین و تنظیم مجموعه آثار دکتر علی شریعتی.
- ۱۹- عجمی، اسماعیل، (۱۳۴۸)، خلیقات، معتقدات و آرزوهای شغلی روستائیان، نامه علوم اجتماعی، انتشارات موسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی، دوره یک، شماره ۳ و ۴.
- ۲۰- عجمی، اسماعیل، (۱۳۵۶)، شش‌دانگی، تهران، انتشارات توس، چاپ پنجم.
- ۲۱- محسنی، منوچهر، (۱۳۷۹)، بررسی آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی - فرهنگی در ایران، تهران، دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی کشور.
- ۲۲- مرکز آمار ایران، (۱۳۷۶)، سرشماری عمومی نفوس و مسکن - ۱۳۷۵، تهران.
- ۲۳- مندراس، هانری، (۱۳۵۴)، مبانی جامعه‌شناسی، ترجمه باقر پرهام، تهران، انتشارات کتاب‌های سیمرخ.
- ۲۴- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، (۱۳۸۱)، ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، ویرایش اول، دفتر طرح‌های ملی.
- ۲۵- هومن، حیدرعلی، (۱۳۸۰)، تحلیل داده‌های چند متغیری در پژوهش رفتاری، تهران، نشر پارسا.
- ۲۶- هیلد، گوردن، (۱۳۷۳)، ارزش‌ها و گرایش‌های سیاسی، مذهبی در ایالات متحده، اروپا و ژاپن، ترجمه حسین قاضیان، ماهنامه اطلاعات سیاسی - اقتصادی، سال نهم، آذر و دی ماه ۱۳۷۳، شماره ۸۷ تا ۸۸.
- 27- Allport, Vernon, Lindzey, Gardner (1961), Study of Values, Text Book, Third ed, Houghton Mifflin Co. Boston.
- 28- Grossman, Stephen R. and King, Margaret J. (1990), Eagles, Otters, and Unicorns: an Anatomy of Innovation, Journal of Creative Behavior, V24, p75-98.
- 29- Inglehart, Ronald (1997), Modernization and postmodernization: Cultural, Economic and political Change in 43 Societies, Princeton University press.
- 30- Inglehart, Ronald (2000), Globalization and postmodern values, The Washington Quarterly, 23:1, pp. 215-228, The center for strategic and International Studies and the Massachusetts Institute of Technology.
- 31- Loges, William E. and Kidder, Rushworth (1998), Global values, Moral Boundaries: A pilot survey, the Institute for Global Ethics.
- 32- Mclean, George F. (2000), Freedom, Cultural Traditions, and progress: philosophy in Civil society and Nation Building, Tashkent Lectures 1999, The Council for Research in Values and philosophy, Washington, D.C.
- 33- Shermukhamedov, Said (2000), Spiritual values and social progress, Uzbekistan philosophical studies, The Council for Research in Values and philosophy, Washington. D.C.
- ۱- آگ برن و نیم‌کف، (۱۳۵۷)، زمینه جامعه‌شناسی، ترجمه امیرحسین آریانپور، تهران، شرکت سهامی کتاب‌های جیبی.
- ۲- ازکیا، مصطفی، (۱۳۶۴)، مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی توسعه روستایی، تهران، انتشارات اطلاعات.
- ۳- ایران، (۱۳۷۹)، عدالت اجتماعی کاملاً وجود دارد، روزنامه ایران، ۶ آذر ماه.
- ۴- اینگلهارت، رونالد، (۱۳۷۲)، تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی، ترجمه مریم وتر، تهران، انتشارات کویر.
- ۵- بیرو، آلن، (۱۳۶۷)، فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه باقر ساروخانی، تهران، انتشارات کیهان.
- ۶- پژوهشکده ملی مطالعات جوانان، (۱۳۸۳)، پیمایش ملی ارزش‌های جوانان، معاونت مطالعات و تحقیقات، سازمان ملی جوانان، تهران.
- ۷- خزاعی، احمد، (۱۳۷۹)، طبقه‌بندی دهستان‌های کشور از نظر فقر، امکانات و توسعه، مرکز تحقیقات بررسی مسائل روستایی، وزارت جهاد کشاورزی.
- ۸- خسروی، خسرو، (۱۳۵۷)، جامعه دهقانی در ایران، تهران، انتشارات پیام.
- ۹- خسروی، خسرو، (۱۳۵۸)، جامعه‌شناسی روستای ایران، تهران، انتشارات پیام.
- ۱۰- چلبی، مسعود، (۱۳۷۵)، جامعه‌شناسی نظم، تهران، نشر نی.
- ۱۱- رفیع‌پور، فرامرز، (۱۳۷۲)، سنجش گرایش روستائیان نسبت به جهاد سازندگی، مرکز تحقیقات و بررسی مسائل روستایی، تهران.
- ۱۲- رفیع‌پور، فرامرز، (۱۳۷۴)، جامعه روستایی و نیازهای آن، تهران، شرکت سهامی انتشار.
- ۱۳- رفیع‌پور، فرامرز، (۱۳۷۸)، آنومی یا آشفتگی اجتماعی، تهران، انتشارات سروش.
- ۱۴- رفیع‌فر، جلال‌الدین، (۱۳۷۸)، خرده فرهنگ دهقانی و ترویج کشاورزی، ماهنامه جهاد، سال نوزدهم، شماره ۲۲۲-۲۲۳ و شماره ۲۲۵-۲۲۴.
- ۱۵- رضایی مقدم، کوروش و زمانی، غلامحسین، (۱۳۷۷)، انگیزه پیشرفت و آموزش آن در بین کشاورزان، فصلنامه اقتصاد کشاورزی و توسعه، سال ششم، شماره ۲۱.
- ۱۶- روشه، گی، (۱۳۶۶)، تغییرات اجتماعی، ترجمه منصور وثوقی، تهران، نشر نی.
- ۱۷- سازمان برنامه و بودجه استان اصفهان، (۱۳۷۵)، مطالعات توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی استان