

## راهکارهای تقویت تعلق دانشجویان به ارزش‌ها

عبدالرضا حاجیلری<sup>۱</sup>

غلامحسین ادب<sup>۲</sup>

### چکیده

**هدف:** مقاله حاضر با هدف «بررسی راهکارهای تقویت تعلق دانشجویان به ارزشها» (حاصل پژوهشی با همین عنوان)، تدوین شده و شناسایی چالشهای ارزشی موجود و موانع اجتماعی و فرهنگی نهادمندی ارزشهای اجتماعی را از منظر استادان دانشگاهها و دانشجویان تحصیلات تکمیلی، در بین دانشجویان مورد کندوکاو قرار داده است. **روش:** نوع تحقیق حاضر، توصیفی و روش اجرای طرح، پیمایشی بوده است. جامعه آماری پژوهش، استادان حوزه علوم انسانی و اجتماعی دانشگاههای تهران و دانشجویان مقاطع کارشناسی ارشد و دکتری بوده‌اند. **یافته‌ها:** داده‌های تحقیق گویای آن است که استادان و دانشجویان نمونه به طور عمده بر این باورند که بین نظام ارزشی تبلیغ شده از سوی نهادهای رسمی با آنچه در بین دانشجویان رایج است، تعارضاتی وجود دارد. آنان معتقدند رویکردهای سیاسی در ترویج ارزشها مؤثر نیستند و با تعریف فرایند طبیعی و در فضای آزاد، بهتر می‌توان به نهادمندی ارزشها در بین دانشجویان مبادرت کرد و مشارکت داوطلبانه، نقش مؤثرتری در درونی‌سازی ارزشها دارد. **نتیجه‌گیری:** برای توسعه و تقویت ارزشها در دانشگاهها باید به این موارد توجه کرد: ایجاد فضای فرهنگی و فکری آزاد در محیط‌های علمی، پیوند بین گروههای مرجع بومی دانشجویان با نظام ارزشی جامعه و تقویت جایگاه آنان در نزد دانشجویان، فاصله‌گیری مروجان ارزشها در دانشگاهها از گروهها و جریانهای سیاسی و کانون‌های قدرت رسمی، تبیین عقلانی و منطقی از سودمندی پابندی به نظام ارزشی جامعه برای دانشجویان، توسعه اشکال مختلف مشارکت دانشجویان و اساتید در فعالیتهای فکری و فرهنگی، و....

**واژگان کلیدی:** ارزش‌های اجتماعی، تقویت تعلق به ارزش‌ها، نظام ارزشی دانشجویان، موانع و چالش‌های مقابل ارزش‌ها، نهادمندی ارزش‌ها.

♦ دریافت مقاله: ۹۱/۱۰/۱۳؛ تصویب نهایی: ۹۲/۰۵/۲۰.

۱. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی؛ مربی و عضو هیئت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی (نویسنده مسئول) / آدرس: تهران، خیابان انقلاب اسلامی، خ ابوریحان، خ شهید نظری، شماره ۴۷ / نامبر: ۷۶۴۹۲۱۲۹-۰۲۱

Email: hajilari.reza@gmail.com

۲. کارشناس ارشد روان‌شناسی؛ دانشگاه گیلان.

## الف) مقدمه

«اغلب صاحب‌نظران به نقش برجسته دانشگاه در فرهنگ و تاریخ کشورها اذعان دارند» (گرینورد، ۱۳۷۸). البته در کنار کارکرد تولید علم، توسعه مجموعه‌ای از باورها و ارزشها نیز با کارکرد مذکور قرین بوده است. لذا دانشگاهها یکی از مراکز مهم تولید فرهنگی و محل توزیع و ترویج علم و ارزشها به شمار می‌آیند که این امر، ریشه در نقش و جایگاه آنها در جامعه دارد.

گسترش آموزش عالی در ایران نیز سبب گسترش باورها و ارزشهای خاصی در سطح دانشگاهی شده است که حتی در ظاهر، برخی موارد با باورها و ارزشهای موجود در فضای عمومی جامعه در تعارضند. آموزش عالی به سبب ارتباط سازمانی که در هر جامعه‌ای با حکومتها دارد، یکی از ارکان اصلی اعمال سیاستگذاری‌های فرهنگی است و بخش عمده‌ای از ویژگی‌های فرهنگی، در این نهاد تولید و بازتولید می‌شود و بخشی از فرایند جامعه‌پذیری فرد در آن اتفاق می‌افتد که در واقع؛ جامعه‌پذیری مجدد است. لذا بخشی از نظام ارزشی افراد تحصیل‌کرده، در دانشگاه و در دوره دانشجویی شکل می‌گیرد.

کارکرد جامعه‌پذیری دانشگاه، جامعه‌پذیری ویژه‌ای است که از دیگر کارکرد آن؛ یعنی تولید دانش تأثیر می‌پذیرد. ارزشهای علم، محور اصلی مجموعه ارزشهایی است که دانشگاه در فرد درونی می‌کند. از جمله این ارزشها عبارتند از: عام‌گرایی، اشتراک‌گرایی، بی‌طرفی عاطفی، شکاکیت سازمان‌یافته، استقلال، اقتدار علم، تجربه‌گرایی، عقل‌گرایی، قانون‌گرایی و ... بنابر این، می‌توان گفت ارزشها و نگرشهایی که در تحقیقات مختلف به عنوان ارزشها و نگرشهای دانشجویان و دانشگاهیان، فرهنگ دانشگاهی و ... بر آن تأکید شده، حول منظومه ارزشهای مرتبط با تولید علم شکل گرفته است؛ ارزشهایی که در جریان زندگی در محیط دانشگاه، آموزشها و تعامل دانشگاهی برای افراد درونی می‌شوند.

از سوی دیگر، ساختار دانشگاهها و نوع ترکیب عناصر تشکیل‌دهنده آن، فضای فرهنگی خاص خود را نیز تولید کرده است. یکی از خروجی‌های این فضا، پدیده خرده‌فرهنگ دانشجویی و دانشگاهی است که دارای ارزشها، هنجارها و نمادهای فرهنگی ویژه خود است.

اگر بخواهیم عوامل تأثیرگذار بر نظام ارزشی دانشگاهیان را مورد تأمل قرار دهیم، شاید بتوانیم آن را به سه سطح تقسیم کنیم. نخست؛ سطح کلان اجتماعی، شامل نظامهای فرهنگی،

## راهکارهای تقویت تعلق دانشجویان به ارزش‌ها ۴۷۷

اجتماعی، سیاسی و اقتصادی جامعه که عناصر شکل‌دهنده هر یک از این خرده‌نظامها بر شکل‌دهی و سمت‌دهی به نظام ارزشی دانشگاهها تأثیرگذارند. دوم؛ سطح میانه، شامل عوامل و عناصر نقش‌آفرین در محیط‌های علمی و دانشگاهی که بخشی از نظام ارزشی مورد پذیرش دانشجویان را شکل می‌دهند و سوم؛ سطح خرد که به عناصر فردی و روان‌شناختی تأثیرگذار بر پذیرش نظامهای ارزشی و هنجاری افراد می‌پردازد.

آنچه مسلم است این حوزه‌ها دارای تعامل دوسویه و چندسویه‌ای می‌باشند که برای پردازش صحیح آنها باید به همه این لایه‌ها توجه کرد. در تحقیق انجام شده، آنچه بیشتر مورد نظر بوده، سطح میانه است و اینکه: هر یک از عناصر نقش‌آفرین در دانشگاهها، به چه میزان و چگونه بر نظام ارزشی دانشجویان تأثیرگذارند؟ چه راهکارهایی برای تقویت تعلق دانشجویان به ارزشهای اجتماعی وجود دارد؟ چه تعارضات ارزشی در دانشگاهها دیده می‌شود؟ بنابر این، هدف این مقاله، شناخت راهکارهای تقویت تعلق دانشجویان به ارزشهای اجتماعی از منظر صاحب‌نظران دانشگاهی و فرهنگی، و شناسایی چالشهای ارزشی موجود و موانع اجتماعی و فرهنگی نهادمندی ارزش‌های اجتماعی در بین دانشجویان از منظر صاحب‌نظران دانشگاهی و فرهنگی است.

### ب) پیشینه موضوع

از مهم‌ترین ضرورت‌هایی که ما را بر آن می‌دارد به مطالعه پیرامون نظام ارزشی دانشجویان و راهکارهای تقویت تعلق آنها به نظام ارزشی جامعه بپردازیم، عبارتند از:

- فهم درست از نظام ارزشی دانشجویان، امکان ارتباط منطقی را با آن فراهم می‌سازد. درک درست از ارزشهای دانشگاهیان می‌تواند منجر به کاهش بسیاری از تعارضات صورتی شده، از صف‌بندی نظامهای ارزشی در جامعه جلوگیری کند.
- دستیابی به راههای تقویت تعامل بین نظامهای ارزشی موجود در طرح و لایه‌های مختلف جامعه و در نتیجه، دستیابی به فرهنگ منسجم‌تر اجتماعی.

- تولید داده‌های علمی لازم برای مدیران و برنامه‌ریزان فرهنگی دانشگاهها که با ترسیم فرایندهای مناسب در تصمیم‌سازی، منجر به تصمیم‌گیری‌های درست و اعتلای سطح مدیریت فرهنگی دانشگاهها شود.

بررسی پژوهش‌های انجام شده نشان‌دهنده آن است که این طرحها در دو گروه موضوعی انجام شده‌اند؛ گروه اول، طرحهایی که در حوزه نظام ارزشی یک نسل و قشر خاص تعریف شده و به گرایشها و اولویتهای ارزشی آنها توجه دارند. گروه دوم، طرحهایی که به موضوع شکاف بین نسلها و تفاوت‌های ارزشی موجود بین آنها می‌پردازند.

«بررسی سلسله‌مراتب ارزشی دانشجویان و رابطه آن با گروههای مرجع»، از جمله این پژوهشهاست. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که عضویت در گروههای اجتماعی با کارویژه‌های خاص، بر نظام ارزشی دانشجویان تأثیرگذار است و اولویت ارزشهای اقتصادی، سیاسی، و فرهنگی دانشجویان را دچار تغییر می‌کند. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که دانشجویان در زمینه ارزشهای سیاسی، تحت تأثیر گروههای مرجعی مانند والدین، همسالان مذهبی و غیر همسالان مذهبی‌اند. در زمینه ارزشهای اجتماعی، متأثر از والدین و همسالان مذهبی؛ در ارزشهای فرهنگی، تابع غیر همسالان مذهبی، والدین و همسالان مذهبی و در ارزشهای اقتصادی، تحت تأثیر والدین، خارجی‌ها، غیر همسالان و همسالان عادی‌اند. (سفری و شریفی، بی‌تا)

«شناسایی راهکارهای درونی کردن ارزشهای دینی دانش‌آموزان دختر و پسر» از دیگر پژوهشهای این حوزه است. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که روشهای مبتنی بر اجبار، بدترین خاطرات و روشهای مبتنی بر فضا سازی برای تأمل دینی آزمودنی‌ها، بهترین خاطرات آنها را در درونی ساختن ارزشهای دینی به همراه داشته است. (منطقی، ۱۳۸۱)

بر اساس یافته‌های طرح پژوهشی «بررسی آگاهی‌ها، نگرشها و رفتارهای اجتماعی و فرهنگی در تهران»، مقطع تحصیلی دیپلم متوسطه و پس از آن در دانشگاه، از تعیین‌کننده‌ترین مقاطع دگرگونی عقاید و ارزشها بوده و در سطوح پایین‌تر تأثیرات محدودتر است. با ورود این افراد به این مقاطع، نسبتها به سرعت تغییر می‌کند. سواد، اغلب الگوهای سنتی را تضعیف و نسبی‌گرایی را تقویت می‌کند؛ اما فردگرایی را نیز توسعه می‌دهد. بنابر این، ارتقای سطح سواد به تنهایی ممکن است در جهت تعالی فرهنگی حرکت نکند. (محسنی، ۱۳۷۴)

## راهکارهای تقویت تعلق دانشجویان به ارزش‌ها ♦ ۴۷۹

بر اساس یافته‌های طرح «سنجش تأثیر سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی، انسانی و مادی خانواده بر گرایش دانشجویان به ارزشهای مادی و فرامادی بر اساس نمایه ۱۲ ارزشی اینگلهارت در میان دانشجویان»، ۵۱.۵ درصد دانشجویان به ارزشهای مادی و ۴۸.۵ درصد از آنان به ارزشهای فرامادی تمایل نشان داده‌اند. (زارعی، ۱۳۷۹)

### ج) ادبیات و مبانی نظری تحقیق

ارزشها به عنوان یکی از عناصر اصلی تشکیل‌دهنده فرهنگ، از جمله مباحثی است که تقریباً همه مکاتب فکری بشری در حوزه‌های مختلف علوم انسانی و اجتماعی به آن پرداخته‌اند. لذا مطالعه این موضوع از منظرهای مختلف، بسیار گسترده و طولانی است.

«اساسی‌ترین رابطه میان ارزشها و کنشهای اجتماعی آن است که انسانها با پذیرش زندگی با قانون، مذهب، اخلاق یا الگوهای هنری، جامعه‌پذیر می‌شوند. تقریباً هیچ تجزیه و تحلیلی از رفتارهای اجتماعی بدون مراجعه به ارزشهای مردم امکان‌پذیر نیست» (محسین‌زاد، ۱۳۷۵: ۳۰). از سوی دیگر، نظام ارزشهایی که ما می‌پذیریم، بر زندگی ما بیش از هر چیز دیگر تأثیر می‌گذارد؛ زیرا «فرمانها، قواعد و رموز دستوری فرهنگ، در بستر پنداشتها و مفاهیم ارزشی تجسم می‌یابند». (چلی، ۱۳۸۳: ۲۳-۲۲)

در تعریف ارزشها، گی روشه معتقد است: «ارزش، شیوه‌ای از بودن یا عمل است که یک شخص یا یک جمع آن را به عنوان آرمان می‌شناسد و افراد یا رفتارهایی را که بدان نسبت داده می‌شود، مطلوب و مشخص می‌سازد» (روش، ۱۳۷۶: ۷۶). آلن بیرو «ارزشهای اجتماعی را مدل‌های کلی رفتار، احکام جمعی، هنجارهای کرداری که مورد پذیرش عمومی و خواست جامعه قرار گرفته‌اند» می‌داند (بیرو، ۱۳۷۵: ۳۸۶). در تعریفی دیگر، ارزش عبارت است از: مطلوبیتها، خواسته‌ها، علائق و جهت‌گیری‌های مثبت نسبت به چیزهایی که ملاکهای کلی رفتارند و اکثر افراد جامعه روی آنها وفاق دارند. (حاجیلری، ۱۳۸۱)

## ۱. جامعه‌پذیری و ارزشها

«جامعه‌شناسان اصطلاح جامعه‌پذیری<sup>۱</sup> را به منظور توصیف فرایندی استفاده می‌کنند که افراد از طریق آن، هم‌نوا شدن با هنجارهای اجتماعی را می‌آموزند؛ فرایندی که تداوم یک جامعه و انتقال فرهنگ آن از نسلی به نسل دیگر را ممکن می‌سازد. این فرایند به دو طریق مفهوم‌پردازی شده است:

یک) جامعه‌پذیری را می‌توان به مثابه درونی‌کردن هنجارهای اجتماعی درک کرد. قوانین اجتماعی در فرد درونی می‌شوند؛ به طوری که به جای تحمیل شدن از طریق وسایل نظارتی خارجی، از طرف خود فرد به او تحمیل می‌شوند و از این رو، بخشی از شخصیت افراد هستند. بنابر این، فرد احساس نیاز به هم‌نوايي کردن پیدا می‌کند.

دو) جامعه‌پذیری همچنین می‌تواند به مثابه عنصر ضروری تعامل اجتماعی درک شود، با این فرض که انسان تمایل دارد خودانگاره خود را با کسب توافق و منزلت در نگاه دیگران، ارتقا دهد. در این مورد افراد در حالی اجتماعی می‌شوند که کنشهای خود را به سمت انطباق یافتن با انتظارات دیگران هدایت می‌کنند. در فرهنگ علوم اجتماعی، اجتماعی شدن به فرایند آموزش ارزشها، تشکیل طرز تلقی‌ها و فراگیری رفتارهای متناسب با هنجارهای پذیرفته شده یک جامعه تعریف شده است (ساروخانی، ۱۳۷۵: ۷۴۳-۷۴۲). جامعه‌پذیری فرایندی مقطعی نیست و جامعه‌شناسان بر وجود جامعه‌پذیری در تمام طول حیات انسان تأکید دارند؛ هر چند میزان اثربخشی از جامعه در سنین و شرایط مختلف اجتماعی، متفاوت است و شدت و جهت حرکت یکسانی ندارد. جامعه‌پذیری مجدد، فرایندی است در جهت جبران کاستی‌های جامعه‌پذیری، جانشین کردن جامعه‌پذیری جدید و در نهایت، بازگرداندن افراد منحرف شده از حریم ارزشها و هنجارها به درون آن. (سلیمی و داوری، بی‌تا: ۴۵۴)

در این راستا به نظر می‌رسد دانشگاهها با کارویژه‌هایی که دارند و همچنین عناصر نقش‌ساز و نقش‌پذیر در آن، ساختار تعاملی خاصی را پدید می‌آورند که شناوری دانشجویان در آن، فرایند جامعه‌پذیری آنان را در شرایط متفاوت قرار می‌دهد. «آموزش عالی یک نوع جامعه‌پذیری مجدد است. ورود دانشجویان به محیط دانشکده و گروه آموزشی، به معنای

---

1. Socialization

## راهکارهای تقویت تعلق دانشجویان به ارزش‌ها ♦ ۴۸۱

عضویت در یک اجتماع دانشگاهی است که ارزشها و هنجارهای خاص و فرهنگ ویژه خود را دارد. دانشجویان در این اجتماع دانشگاهی که از ساختار اجتماعی و فضای فرهنگی ویژه‌ای برخوردار است، مجدداً جامعه‌پذیر می‌شوند و فرایند درونی‌سازی و انتقال ارزشها و هنجارها در این جامعه جدید رخ می‌دهند. استادان جوان نیز با عضویت در گروههای آموزشی، زندگی جمعی تازه‌ای را آغاز می‌کنند و با استمرار حضور آنها در این جامعه، بر میزان هنجارمندی سازمانی آن افزوده می‌شود. (قانع‌راد، ۱۳۸۶: ۱۰۷)

### ۲. برخی رویکردهای نظری در مورد ارزش‌ها

نحله‌های مختلف فکری، هر یک از منظری خاص به موضوع ارزشها پرداخته‌اند. ارزشها به عنوان یکی از مباحث کانونی این نظریه‌هاست. تبیین نظری جایگاه ارزش در بین هر یک از این نحله‌ها، نیازمند مباحث نظری طولانی است؛ زیرا هر یک از حوزه‌های علمی جامعه‌شناسی، سیاست، روان‌شناسی و ... به تبیین و توضیح ارزشها پرداخته‌اند.

بر اساس مکاتب کلان جامعه‌شناسی همچون: ساخت‌گرایی و کارکردگرایی، کنش متقابل نمادین، پدیدارشناسی و ... می‌توان به تحلیل ارزشها پرداخت. کارکردگرایان بیشترین تأکید را بر نقش ارزشها در نظام اجتماعی دارند. از نظر آنان، هر جامعه‌ای برای بقای خود به اجتماعی کردن اعضایش نیاز دارد. مردم جامعه باید چیزهای زیادی را یاد بگیرند؛ از جمله: تشخیص جایگاهشان در نظام قشربندی، نظام ارزش مشترک، جهت‌گیری‌های شناختی مشترک، هدفهای پذیرفتنی، هنجارهای تعیین‌کننده و وسایل مناسب برای دستیابی به این هدفها و تنظیمهای مربوط به حالت‌های عاطفی. به نظر کارکردگرایان ساختاری، اگر کنشگران جامعه چنین چیزهایی را یاد نگیرند و ملکه ذهن خود نسازند، جامعه امکان‌پذیر نخواهد بود. در حالت آرمانی، اگر فراگرد اجتماعی کردن باعث شود که همه ارزشهای شایسته، ملکه ذهن کنشگران شود، آنها به خواست خودشان خود را با این ارزشها تطبیق می‌دهند. (ریتزر، ۱۳۷۷: ۱۳۰)

پارسونز به عنوان یکی از مهم‌ترین نظریه‌پردازان این نحله فکری، نظریه عمومی کنش را برای چارچوب تحلیلی خود از نظامهای ارزشی جوامع ارائه کرده است (کرایب، ۱۳۷۸: ۵۵). در چارچوب تحلیلی نظریه پارسونز، هنجارها و ارزشها دارای ماهیت نمادی‌اند؛ چرا که از یک سو، «نمادها هستند که رفتار کنشگران را انتقال‌پذیر می‌کنند. به برکت هنجارها و ارزشهای مرجع است که کنش انسانی در نگاه کنشگران دیگر و نیز خود کنشگر در عمل، شفاف

می‌شود». از سوی دیگر، «از گذر هنجارها و ارزشهاست که کنشگر می‌تواند وضعیتی را تعبیر و تفسیر کرده، در آن نشانه‌های عطف، حد و مرز و عناصر قدرت را تشخیص داده و آنها را در رفتارشان منظور کند» (همان: ۵۸). به نظر پارسونز، «بنیاد نظم در ساخت نظام کنش است؛ یعنی در الگوها، ارزشها و هنجارهایی که برای کنشگر، فردی یا جمعی، معنایی دارد؛ چون که در شخصیت فرد درونی شده‌اند و در عین حال، در جامعه و فرهنگ نهادی شده‌اند». (روشه، ۱۳۷۶: ۶۶)

از نظریه پردازان دیگری که به جایگاه ارزشها در نظام اجتماعی پرداخته، بلاو است. او بر این باور است که ارزشهای مشترک گوناگون را می‌توان به عنوان میانجیان معاملات اجتماعی در نظر آورد؛ میانجیانی که دامنه کنش متقابل اجتماعی و ساختار روابط اجتماعی را در محدوده زمان و مکان اجتماعی گسترش می‌دهند. توافق بر سر ارزشهای اجتماعی، به عنوان مبنایی برای گسترش دامنه معاملات اجتماعی عمل می‌کند و ساختارهای اجتماعی را تا فراسوی پهنه زندگی انسانها پایدار نگه می‌دارد. معیارهای ارزشی را می‌توان از دو جهت به عنوان میانجیان زندگی اجتماعی قلمداد کرد؛ مضمون ارزشی همان وسیله‌ای است که صورت روابط اجتماعی را قالب‌ریزی می‌کند و ارزشهای اجتماعی حلقه‌های پیوند میان همکاری‌ها و معاملات اجتماعی را در یک سطح، گسترده‌اند. (ریترز، ۱۳۷۷: ۴۴۰-۴۳۹)

از نظر روکیچ، تغییری مستمر در نظام ارزشها وجود دارد که از آغاز جوانی تا سالیانی از عمر ادامه دارد. این تغییر، در شکل الگوهای رشدی بوده که تعداد آن را به ۱۰ الگوی ذیل رسانده است:

الگوی رشد نخست: متضمن ارزشهای مربوط به «من»؛ مانند موفقیت، حکمت و مسئولیت. اهمیت این ارزشها در جوانی و سالهای بلوغ افزایش می‌یابد و در بزرگسالی (به جز حکمت) کم می‌شود.

الگوی رشد دوم: متضمن ارزشهای شخصی؛ مانند خیال، عقلانیت، منطقی بودن و هماهنگی درونی. اهمیت این ارزشها در جوانی کم، در دوران تحصیل در دانشگاه زیاد و در بزرگسالی کاهش می‌یابد.

الگوی رشد سوم: شامل ارزشهایی همچون: زیبایی، صداقت و تهذب، که در جوانی، زیاد و پس از آن کاهش می‌یابند.



## راهکارهای تقویت تعلق دانشجویان به ارزش‌ها ♦ ۴۸۳

الگوی رشد چهارم: ارزش فرمانبرداری؛ که کم‌اهمیت‌ترین ارزش در فهرست ارزشهای ابزاری در مراحل مختلف سنی است.

الگوی رشد پنجم: زندگی هیجانی و خوشبختی؛ در آغاز جوانی اهمیت آنها زیاد و در سالهای بعد کم می‌شود.

الگوی رشد ششم: ارزش عشق؛ در مرتبه دوم فهرست ارزشهای افراد در ۱۱ سالگی است. نزد افراد ۷۰ ساله در مرتبه چهاردهم قرار دارد. در بین جوانان کم‌سن و سال مهم است و با افزایش سن، اهمیت آن کم می‌شود.

الگوی رشد هفتم: صلح جهانی، امنیت خانوادگی و لیاقت؛ اهمیت آنها در تمام مراحل عمر مساوی است، جز امنیت خانوادگی که در جوانی پسین اهمیت آن کم می‌شود.

الگوی رشد هشتم: ارزشهایی همچون: زندگی آرام، بهداشت، کمک و مساعدت است که به تدریج اهمیت آن در سالهای جوانی رو به افزایش می‌گذارد.

الگوی رشد نهم: برابری و استقلال؛ در جوانی اهمیت آن زیاد و در بلوغ و در دوره دانشگاه اهمیت آن کم و در ۷۰-۶۰ سالگی دوباره افزایش می‌یابد.

الگوی رشد دهم: آزادی، خوشبختی، اعتبار اجتماعی، شجاعت، امانت و ارزیابی؛ پایدارترین ارزشها در طول عمر هستند. به عنوان مثال، امانت در تمام طول عمر در صدر فهرست قرار نمی‌گیرد. (عبداللطیف، ۱۳۷۸: ۱۴۳-۱۴۲)

شوارتز، با توجه به نظریه راکیچ در زمینه ارزشها، به طرح نظریه خویش درباره ارزشها پرداخته و مقیاسی را برای اندازه‌گیری ارزشها تهیه کرده است. بر اساس نظر وی، ارزشها، اهداف فراموقعیتی‌اند که به عنوان اصول راهنما در خدمت زندگی فرد یا گروه قرار داشته و اهمیت متفاوتی دارند. با توجه به اینکه ارزشها به عنوان اهداف در نظر گرفته می‌شوند، بنابر این، ابعاد ارزشی و ارزشهای تشکیل دهنده آنها بر اساس سه ملاک، از هم تشخیص داده می‌شوند: نخست اینکه، ارزشها ممکن است در خدمت منافع فردی یا جمعی باشند. دوم اینکه، ارزشها ممکن است ابزاری یا غایی باشند. سوم اینکه، ارزشها مرتبط با ۱۰ بعد انگیزشی‌اند که برخاسته از سه نیاز اساسی بشر؛ یعنی نیازهای زیست‌شناختی، نیاز به تعامل اجتماعی و نیازهای اساسی و رفاهی‌اند.

شوارتز معتقد است برای طرح فرضیه‌هایی درباره روابط اولویتهای ارزشی با متغیرهای بیرونی، بایستی نظام ارزشی افراد را به صورت یک ساختار پیوسته از انواع انگیزشی در نظر گرفت. وی معتقد است که اهمیت ارزشهای هم‌نواپی با افزایش سن بیشتر می‌شود و اهمیت ارزشهای انگیزشی با افزایش سن کاهش می‌یابد. همچنین اهمیت ارزشهای سنت و امنیت، با افزایش سن فزونی می‌گیرد و اهمیت لذت‌گرایی و خود اکتیابی کاهش می‌یابد. (داریاپور، ۱۳۸۶)

کُهِ و استیج (۱۹۹۲) در مقاله خود با عنوان «رشد دانشجو»، نظریه‌ها و تحقیقات مربوط به این عرصه را مرور کرده‌اند. به نظر آنان، رشد دانشجو ناظر بر تغییرات شناختی، عاطفی و رفتاری‌ای است که در دانشجویان ایجاد می‌شود.

نظریه‌های مربوط به «رشد دانشجو» به چهار دسته اصلی تقسیم‌بندی می‌شوند:

- الف) نظریه‌های روان‌شناختی؛
- ب) نظریه‌های شناختی - ساختاری؛
- ج) نظریه‌های تعامل محیط شخص؛
- د) نظریه‌های گونه‌شناسی.

#### د) چارچوب نظری و الگوی تحقیق

اگر بخواهیم عوامل تأثیرگذار بر نظام ارزشی دانشگاهیان را مورد تأمل قرار دهیم، شاید بتوانیم آن را به سه سطح ذیل تقسیم کنیم:

۱. سطح کلان اجتماعی؛ شامل نظامهای فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی جامعه.
۲. سطح میانه؛ شامل عوامل و عناصر نقش‌آفرین در محیطهای علمی و دانشگاهی که بخشی از نظام ارزشی مورد پذیرش دانشجویان را شکل می‌دهند.
۳. سطح خرد؛ که به عناصر فردی و روان‌شناختی تأثیرگذار بر پذیرش نظامهای ارزشی و هنجاری افراد می‌پردازد.

## راهکارهای تقویت تعلق دانشجویان به ارزش‌ها ۴۸۵

در پژوهش حاضر، سطح میانه مورد توجه است و اینکه هر یک از عناصر نقش‌آفرین در دانشگاه‌ها چه میزان و چگونه بر نظام ارزشی دانشجویان تأثیر می‌گذارند؛ عناصری همچون: فضای فیزیکی و کالبدی دانشگاه، استاد، دانشجویان، مدیریت دانشگاهها، متون آموزشی، شبکه‌های اطلاعات علمی، تشکلهای و مجموعه‌های دانشجویی و استادان، رسانه‌های عمومی و رسانه‌ای دانشجویی، برنامه‌های جانبی، نظام برنامه‌ریزی دانشگاهها، مکاتب علمی و تعاملات علمی بین دانشگاه با سایر نهادهای علمی و ... .

در فرایند شناخت، ابعاد و نوع ارزشهای مرتبط با دانشگاه و زیست دانشجویی از نگاه صاحب‌نظران بررسی و مورد شناسایی قرار گرفت که از جمله این ابعاد، شناخت ابعاد ارزشی مرتبط با دانشگاه، شناخت کارکرد ارزشهای اصلی مرتبط با مؤسسه دانشگاه، اولویت‌بندی ارزشهای مرتبط با دانشگاه از نگاه صاحب‌نظران، افزایش تعلق دانشجویان به ارزشها و... است.

الگو و چارچوب مفهومی حمایتگر آن، مسئله ارزشها را در سطح میانی مورد بررسی قرار می‌دهد. این الگو در قدم اول، شناخت ابعاد ارزشی مرتبط با دانشگاه و دانشجویان را بررسی کرده، از این راه به کارکرد این ارزشها در دانشگاه می‌پردازد. راهکارهای افزایش تعلق دانشجویان به ارزشهای اجتماعی با کمک از نظریه‌های جامعه‌پذیری بزرگسالان، خرده‌فرهنگ دانشجویان، نظریه مرتن و نظریه‌های جهانی شدن و سنت و مدرنیته و در پرتو چارچوب مفهومی، تعارضات ارزشی دانشجویان در دانشگاه از نگاه نظریه‌های جهانی شدن و تکثیر منابع ارزشی و جامعه‌پذیری متناقض مورد تحلیل قرار گرفته است.

**الگوی مفهومی تحقیق**



## ه) روش تحقیق

روش این تحقیق، پیمایش و نوع آن، توصیفی و واحد تحلیل، استادان و صاحب‌نظران و مدیران فرهنگی دانشگاه‌هاست. در این طرح برای گردآوری اطلاعات از دو روش ذیل استفاده شده است:

۱. **مصاحبه:** در این بخش با مطالعه اولیه، استادان و محققانی که در زمینه ارزشهای اجتماعی و مسائل فرهنگی دانشگاهها صاحب‌نظر بوده یا تحقیق کرده‌اند، شناسایی شدند. مصاحبه‌ها با رویکرد کشف ایده‌های استادان حول موضوع و سؤالات اصلی تحقیق انجام شد. پس از انجام مصاحبه‌ها، ایده‌ها و نظرات مصاحبه‌شوندگان در قالب گزاره‌های مطرح‌شده، استخراج و مقوله‌بندی شده، داده‌های لازم برای پرسشنامه تدوین شد.

۲. **پرسشنامه:** راهکارهای ارائه شده از سوی صاحب‌نظران و مستخرج از مصاحبه‌ها، در قالب پرسشنامه تدوین شد و با انتخاب نمونه‌ای از استادان، کارشناسان و مدیران فرهنگی، پیمایش از نظرات آنها انجام شد.

جامعه آماری تحقیق، اساتید دانشگاههای دولتی و آزاد در رشته‌های علوم انسانی و اجتماعی، کارشناسان و دست‌اندرکاران امور فرهنگی دانشگاهها و دانشجویان مقاطع دکترا و کارشناسی ارشد هستند که در رشته‌های علوم انسانی و اجتماعی در تهران شاغل به تحصیل می‌باشند.

نمونه آماری؛ از میان صاحب‌نظران دانشگاهی و فرهنگی در مرحله اول ۲۵ نفر به صورت انتخابی (با توجه به سوابق فعالیت علمی و فرهنگی) انتخاب شدند و مصاحبه‌های عمیق با آنها انجام شد. تعداد نمونه برای تکمیل پرسشنامه‌ها که از بین استادان و مدیران فرهنگی و دانشجویان رشته‌های علوم اجتماعی و علوم انسانی در شهر تهران انتخاب شده‌اند، ۲۵۰ نفر بودند.

## (و) یافته‌های تحقیق

مطابق داده‌های تحقیق در پیمایش انجام‌شده، جنسیت ۶۱/۲ درصد نمونه، مرد و ۳۸/۸ درصد زن بوده‌اند.

۴۹/۸ درصد پاسخگویان، دانشجوی تحصیلات تکمیلی، ۴۳/۴ درصد هیئت علمی دانشگاه و ۶/۸ درصد نیز به شغل‌های دیگر مشغول بوده‌اند. حدود ۸ درصد از جمعیت نمونه وضعیت خود را از این حیث مشخص نکرده‌اند.

یافتن راهکارها و روشهای ترویج ارزشها در دانشگاه به وسیله گویه‌هایی که بیان‌کننده مفاهیم و مؤلفه‌های مورد نظر است، مورد سنجش قرار گرفته و نظرات جمعیت نمونه گردآوری شده است. در این بخش از تحقیق، ۴۵ گویه مورد پرسش قرار گرفته که در شش مقوله ذیل دسته بندی شدند:

گروه اول: وظایف و کارکردهای دانشگاه؛

گروه دوم: حاکمیت سیاست و ارزشها؛

گروه سوم: فرهنگ، ارزشها و عملکردها؛

گروه چهارم: کنترل و نظارت بر ارزشها در دانشگاهها؛

گروه پنجم: موانع و مشکلات در تقویت و توسعه ارزشها در دانشگاهها؛

گروه ششم: راهکارهای تقویت ارزشها در دانشگاهها.

در ادامه، یافته‌های تحقیق در برخی از مؤلفه‌ها بیان می‌شود.

### ۱. نوع نسبت و رابطه حاکمیت و سیاست با دانشگاه و نظام ارزشی آن

نوع نسبت و رابطه حاکمیت و دانشگاه و نظام ارزشی حاکم بر آن، موضوعی است که در این مقاله به آن پرداخته شده است. آنچه مسلم است دولت‌ها برای استقرار و استحکام بنیادهای فکری و حاکمیتی خود در تلاشند دانشگاهها را هم‌راستا با اهداف و برنامه‌های خود کنند و کنشهای دانشگاهیان را تنظیم و نقش هدایتگری را ایفا کنند. آنچه در این مقاله مورد توجه است اینکه، اساساً چه نوع ارتباط و تعاملی بین دانشگاه و حاکمیت می‌تواند زمینه ترویج

## راهکارهای تقویت تعلق دانشجویان به ارزش‌ها ۴۸۹

و درونی‌سازی نظام ارزشی را به همراه داشته باشد؟ و اگر در جامعه دانشگاهی بخواهیم به دنبال ترویج ارزشها باشیم، جایگاه ساختارهای دولتی کجاست؟

ارزشهای اجتماعی به طور عمده مشترکات فکری و ذهنی اعضای جامعه‌اند؛ در حالی که گرایشهای سیاسی افراد از تنوع و تکثر بسیار برخوردار است. بهره‌گیری از ارزشهای عام اجتماعی برای القای گرایش سیاسی و حزبی خاص می‌تواند افراد با گرایشهای مختلف را از مبلغان ارزشها دور کند. داده‌های تحقیق گویای آن است که ۶۹/۶ درصد از افراد نمونه با این گویه که «افراد و نهادهایی که وظیفه اصلی آنها تبلیغ و ترویج ارزشهاست، نباید وارد جبهه‌گیری‌های حزبی و جناحی شوند»، موافق و کاملاً موافق می‌باشند. ۱۵/۴ درصد بی‌نظر و ۱۴/۹ درصد نیز با این مسئله مخالف و کاملاً مخالف بوده‌اند.

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که ۳۵ درصد از اعضای نمونه با این گویه که «دولت در برنامه‌ریزی و سیاستگذاری آموزشی، فرهنگی و ارزشی دانشگاهها، باید نقش بیشتری داشته باشد»، موافق و کاملاً موافق، ۲۱/۹ درصد بی‌نظر و ۴۳ درصد نیز مخالف و کاملاً مخالف بوده‌اند.

همچنین داده‌ها گویای آن است که حدود ۶۰ درصد از پاسخگویان با اینکه «دخالت دولت در برنامه‌ریزی آموزشی و فرهنگی دانشگاه باید کمتر شود»، موافق و کاملاً موافق بوده‌اند، ۲۳/۵ درصد بی‌نظر و ۱۶/۶ درصد نیز مخالف و کاملاً مخالف این مسئله بوده‌اند.

باید توجه داشت که ساختار و سبک توزیع اقتدار و نفوذ علمی و فرهنگی در دانشگاهها به نوعی است که عناصر متکثر در آن تأثیرگذارند و این تنوع و تکثر، منجر به پدیداری رویکردها، روشها و اولویتهای ارزشی متفاوت می‌شود که خود منشأ تعارض است. بر این اساس، ۵۶/۲ درصد از پاسخگویان با گویه «تفاوت در سلسله‌مراتب نظام ارزشی مورد نظر حاکمیت از یک سو و محیطهای علمی و دانشگاهی از سوی دیگر، منجر به تعارض ارزشها در دانشگاه شده است»، موافق و کاملاً موافق بوده‌اند، ۲۷/۵ بی‌نظر و ۱۶/۳ درصد نیز مخالف و کاملاً مخالف با این مسئله بوده‌اند. در مجموع، اکثر پاسخگویان بر این باورند که چنین تعارضی در دانشگاهها وجود دارد.

۷۰/۵ درصد از اعضای نمونه با اینکه «رویکرد سیاسی در مدیریت دانشگاه، منجر به ضعف مدیریت علمی دانشگاهها می‌شود»، موافق و کاملاً موافق بوده‌اند، ۱۴/۸ درصد بی‌نظر و ۱۴/۸ درصد مخالف و کاملاً مخالف بوده‌اند.

«نهاد دانشگاه باید مستقل از نهاد دولت اداره شود»، مورد تأیید ۶۴/۳ از پاسخگویان بوده است و با این گویه موافق و کاملاً موافق بوده‌اند، ۲۰ درصد در این خصوص بی‌نظر و ۱۵/۸ درصد نیز مخالف و کاملاً مخالف بوده‌اند.

در رابطه با گویه «دانشگاه باید متقد و اصلاح‌کننده نظام و حاکمیت سیاسی باشد»، ۷۷/۶ درصد از پاسخگویان موافق و کاملاً موافق بوده‌اند، ۱۸ درصد بی‌نظر و ۴/۳ درصد نیز مخالف و کاملاً مخالف بوده‌اند.

## ۲. موانع و مشکلات موجود در تقویت ارزشهای اجتماعی در دانشگاهها

به نظر می‌رسد خردگرایی، نتیجه‌مندی، استدلال‌پذیری، نقدگرایی، نوآوری، توسعه شبکه ارتباطی و ... در محیط‌های علمی و دانشگاهی، چالشهای پیش روی ارزشهای اجتماعی و دینی که بیشتر رنگ سنتی دارند، را در جامعه بیشتر می‌کند. در این بخش، به برخی از موانع پیش‌روی توسعه ارزشها در محیط‌های دانشگاهی اشاره می‌شود که از جمله آنها، نوع عملکرد سیستم‌های مدیریتی در دانشگاهها در مورد ارزشها، فضای فکری موجود در بین دانشجویان، عدم توجه به ویژگی‌های اجتماعی و روان‌شناختی دانشجویان در ترویج ارزشها، رویکرد گزینشی به ترویج تعداد محدودی از ارزشها، اثرپذیری نظام ارزشی دانشجویان از فضای عمومی جامعه، تعارض بین نظام ارزشی و رفتاری مروجان ارزشها در دانشگاهها با نیازها و گرایشهای دانشجویان، الگوگیری دانشگاههای ایران از ساختار سازمانی دانشگاههای غرب، ترویج نظامهای ارزشی متفاوت و بعضاً متضاد در جامعه و دانشگاه، هویت‌های متفاوت فرهنگی در بین دانشجویان و ... است که در ادامه، حاصل یافته‌های تحقیق می‌آید.

در حوزه عملکردی در مدیریت مراکز علمی، داده‌های تحقیق گویای آن است که ۵۹/۵ درصد از افراد نمونه با این ایده که «بعد از انقلاب، یک مجموعه از ارزشها که مورد پسند اکثریت دانشگاهیان باشد، تعریف و ارائه نشده است»، موافق و کاملاً موافق، ۳۰/۸ درصد بی‌نظر و ۹/۷ درصد نیز مخالف و کاملاً مخالف بوده‌اند.



### راهکارهای تقویت تعلق دانشجویان به ارزش‌ها $\diamond$ ۴۹۱

همچنین بر اساس این داده‌ها ۶۲ درصد از پاسخگویان، با این گویه که «مروجان ارزشهای دینی در دانشگاه، توان لازم برای انتقال و آموزش ارزشها به دانشجویان را ندارند»، موافق و کاملاً موافق می‌باشند. ۲۵/۲ درصد بی‌نظر و ۱۲/۸ درصد نیز با این مسئله مخالف و کاملاً مخالف بوده‌اند. لذا بنظر می‌رسد مجموعه‌هایی که کارویژه‌های اصلی آنان تبلیغ و ترویج ارزشها در دانشگاهها است، نتوانسته‌اند موفقیت قابل‌اعتنایی در دانشگاهها داشته باشند.

۷۲ درصد از پاسخگویان با این گویه که «در نظام آموزشی ایران، برای ترویج ارزشها، به جای اقناع، بیشتر از اجبار استفاده می‌شود»، موافق و کاملاً موافق بوده‌اند. ۱۵/۳ درصد بی‌نظر و ۱۲/۷ درصد نیز با آن مخالف و کاملاً مخالف بوده‌اند. داده‌های پژوهش گویای آن است که استادان و دانشجویان بر این باورند که روشهای مورد استفاده برای ترویج ارزشها، روشی اقتناعی نبوده است. بدیهی است که آموزه‌های فرهنگی با روشهای اجبار و تحمیل کار ساز نیست و بعضاً ممکن است در ترویج و تبلیغ یک نظام ارزشی نتیجه معکوس نیز به دنبال داشته باشد.

### ۳. ناهماهنگی در عملکرد نهادهای مختلف اجتماعی

ناماهنگی در عملکرد نهادهای مختلف اجتماعی یکی از چالشها و مشکلات نظام ارزشی جامعه ماست. شرایط فرهنگی و اجتماعی دانشگاههای امروز ما نیز متأثر از نوع ایفای نقش نهادهای پیشینی همچون: خانواده، مدرسه، رسانه‌های جمعی و ... است. در این راستا، داده‌های تحقیق گویای آن است که ۶۶/۳ درصد از جمعیت نمونه تحقیق با این ایده که «محیطهای آموزشی غیر از دانشگاهها (خانواده، مدرسه، رسانه‌ها، مساجد و ...) در انتقال ارزشهای مذهبی موفق عمل نکرده‌اند»، موافق و کاملاً موافق بوده‌اند. ۱۹/۴ درصد بی‌نظر و ۱۴/۳ درصد نیز با این گویه مخالف و کاملاً مخالف بوده‌اند. در این راستا، ۴۵/۸ درصد از اعضای نمونه بر این باورند که «نهادهای فرهنگی و اجتماعی (خانواده، مدرسه، رسانه‌ها و ...) نظام ارزشی و هنجاری متفاوت و متضادی را تبلیغ و ترویج می‌کنند»، ۲۶/۱ درصد بی‌نظر و ۲۸/۲ درصد مخالف و کاملاً مخالف با وجود ترویج متضاد ارزشها از سوی نهادهای فرهنگی و اجتماعی بوده‌اند.

بیش از ۷۰ درصد از پاسخگویان با این گویه که «در دو دهه گذشته در ترویج ارزشها، به ویژگی‌های اجتماعی و روان‌شناختی دانشجویان، توجه لازم نشده است»، موافق و کاملاً موافق بوده‌اند. ۱۶/۲ درصد گزینه بی‌نظر و ۱۰/۲ درصد نیز با این گویه مخالف و کاملاً مخالف بوده‌اند.

نظر ۷۱/۳ از پاسخگویان با این ایده که «رویکرد گزینشی به ترویج تعداد محدودی از ارزشها، باعث انتقال ناقص نظام ارزشی جامعه به دانشجویان شده است»، موافق و کاملاً موافق بوده است و ۲۳/۲ درصد بی‌نظر و ۵/۶ درصد نیز نظر مخالف و کاملاً مخالف با این مسئله داشته‌اند. به نظر می‌رسد تأکید بیش از حد بر روی برخی از آموزه‌های فرهنگی و ارزشی خاص و بیان مستقیم و مستمر آن با استفاده صرف از ابزارهای تبلیغی، می‌تواند دزدگی برای مخاطبان ایجاد کند و عدم پذیرش و دفع پیامهای دریافتی را به همراه داشته باشد. لذا تلاش برای ترسیم شبکه‌ای از ارزشها و هنجارهای مرتبط با هم که بتواند گرایشها و علائق افراد و با ذائقه‌های متنوع‌تری را پوشش دهد؛ امکان جذب و نگهداشت و در نتیجه، به کارگیری ارزشها و هنجارها را در کنشهای فردی و اجتماعی فراهم می‌کند.

۸۱/۴ درصد از پاسخگویان موافق و کاملاً موافق بوده‌اند که «در شکل‌گیری نظام ارزشی دانشگاهیان، ساختارهای کلان سیاسی، اقتصادی و اجتماعی جامعه، نقش تأثیرگذارتری دارند»، ۱۲/۷ نظر نسبت به این مسئله بی‌نظر بوده‌اند و ۵/۹ درصد نیز مخالف و کاملاً مخالف این مسئله بوده‌اند. به نظر می‌رسد برای شناخت لایه‌های عمیق‌تر و مشکلات و چالشهای فرهنگی، یکی از حوزه‌هایی که می‌تواند مورد مطالعه قرار گیرد، نظام سیاستگذاری و تصمیم‌گیری کلان حاکمیتی است که حوزه نفوذ آن بسیار عمیق و گسترده است؛ لذا ساختارهای کلان نظام اجتماعی به نحو قابل توجهی در شکل‌گیری مشکلات در خرده‌نظامهای دیگر مؤثر است.

#### ۴. راهکارهای تقویت ارزشها در دانشگاهها

بررسی اجمالی شرایط و وضعیت موجود فضاهای فرهنگی در دانشگاهها، کارکردها، وظایف دانشگاه و نسبت آن با نظام ارزشی در مراکز علمی و آموزشی و همچنین موانع و مشکلات پیش روی توسعه و تعمیق ارزشها در دانشگاهها، زمینه را برای این سؤال فراهم می‌کند که برای تقویت بنیادهای ارزشی و بازتعریف احتمالی و انتقال و درونی‌سازی ارزشها و هنجارهای رفتاری مورد انتظار در دانشگاهها چه باید کرد؟ چگونه می‌توان نسبت به ترویج آموزه‌های فرهنگی در نظام آموزشی اقدام کرد. در ادامه به برخی از راهکارهای برون‌رفت از شرایط موجود و پاسخگویی به نیازهای روشی و راهبردی که در برنامه‌ریزی‌های فرهنگی بیان شده است، اشاره می‌شود.

داده‌های تحقیق نشان می‌دهد که فضای آزاد به عنوان پیش‌نیاز پذیرش اقناع و قلبی و درونی‌سازی ارزشها از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است و در نبود آزادی، پذیرش اقناع و

## راهکارهای تقویت تعلق دانشجویان به ارزش‌ها $\diamond$ ۴۹۳

ماندگاری ارزشها در افراد ممکن نیست. ۸۶/۵ درصد از جمعیت نمونه بر این باورند که «تقویت و توسعه ارزشها، با بودن آزادی بیان ممکن می‌شود»، ۱۰/۵ درصد بی‌نظر و ۲/۹ درصد نیز با این مسئله مخالف و کاملاً مخالف بوده‌اند.

۳۹/۱ درصد از پاسخگویان معتقدند که «در دانشگاه باید یک مرجع و نهاد خاص برای تعیین و ترویج ارزشها وجود داشته باشد»، ۲۳/۴ درصد بی‌نظر و حدود ۳۸/۵ درصد نیز با این مورد مخالف و کاملاً مخالف بودند. داده‌های تحقیق نشان می‌دهد که رویکرد مسأله در این خصوص وجود ندارد و دیدگاهها قطبی شده است.

### ۵. گروه‌های مرجع

نقش گروه‌های مرجع در انتقال ارزشها به نسل‌های بعد بسیار تعیین‌کننده است و با شناخت مرجع‌های اصلی یک جامعه می‌توان تا حدودی به سمت‌گیری‌های فکری، فرهنگی و اجتماعی آینده جامعه نیز دست یافت. مرجع‌های بومی می‌تواند آموزه‌های فرهنگ خودی را به نسل‌های بعد انتقال دهد و مرجع‌های غیر بومی می‌تواند جهت‌گیری‌های فرهنگی جامعه را در تعاملات فرهنگی با جوامع دیگر دچار انفعال و پذیرش فرهنگ غیر کند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که ۸۴/۵ درصد از افراد نمونه با اینکه «گروه‌های مرجع دانشجویان (اعم از سیاسی، علمی، دینی و...) باید به ارزشهای بومی و ملی پایبند باشند»، موافق و کاملاً موافق می‌باشند. ۱۱/۸ درصد بی‌نظر و ۳/۷ درصد نیز با این گویه مخالف و کاملاً مخالف بوده‌اند.

۷۷/۲ درصد از پاسخگویان با اینکه «باید به دانشجویان آزادی عمل داده شود تا خودشان ارزشها را انتخاب و به آنها عمل کنند»، موافق و کاملاً موافق بوده‌اند. ۱۴/۸ درصد بی‌نظر و ۸ درصد نیز با این مسئله مخالف و کاملاً مخالف بودند. داده‌های تحقیق نشان می‌دهد که آزادی انتخاب به عنوان پیش‌نیاز اساسی در پذیرش ارزشها و هنجارهای اجتماعی، نقش بی‌مانندی را ایفا می‌کند و عدم پرورش فکری و ذهنی افراد در فضای آزاد، نتیجه قابل‌اعتنایی را در پی نخواهد داشت.

۷۵ درصد از پاسخگویان با این ایده که «مروجان ارزشها، هر چه از کانونهای قدرت سیاسی بیشتر فاصله داشته باشند، حرفشان تأثیرگذارتر خواهد بود»، موافق و کاملاً موافق بوده‌اند. ۱۴/۸ درصد بی‌نظر و در مجموع ۱۰/۲ درصد نیز با این مسئله مخالف و کاملاً مخالف بوده‌اند. یافته‌ها گویای آن است که ترویج ارزشها از موضع قدرت و سیاست، اثر کمتری دارد و عاملیت و هم‌عرض حرکت کردن مروجان ارزشها با مخاطبان، پیام ابلاغی آنان را بهتر انتقال می‌دهد.

حرکت در فضای عقلانیت و تفهیم سودمندی یا زیان آموزه‌های فرهنگی در پذیرش یا رد آن بسیار مؤثر است. داده‌ها نشان می‌دهد که ۷۴/۵ درصد از افراد گروه نمونه با این گویه که «بیان و توضیح منطقی و عقلانی در مورد سودمندی ارزشها، تنها روش مؤثر در ترویج ارزشهاست»، موافق و کاملاً موافق می‌باشند. ۱۲/۸ درصد بی‌نظر و تنها ۱۲/۷ درصد نیز مخالف این گویه بوده‌اند.

## ۶. مدیریت دانشگاهها

مدیریت دانشگاهها نقش مهم و تأثیرگذاری در شکل‌گیری فضای فرهنگی و اجتماعی دانشگاهها ایفا می‌کنند. از سوی دیگر، ساختارهای فکری و علمی موجود در محیط‌های علمی و آموزشی، ضرورت مشارکت افراد را در گردش امور بیشتر می‌کند. همچنین، مطالعه نسبت و رابطه بین روش گردش مدیران و تأثیر بر فضای فرهنگی و شرایط مناسب برای ترویج ارزشها و نظام‌های جاری مورد نظر می‌تواند در انتخاب روشها، مدد رسان باشد. داده‌های تحقیق نشان می‌دهد که استادان و دانشجویان بر این باورند که نظام انتخابی مدیران دانشگاهها زمینه مشارکت و پذیرش برنامه‌های مدیریت را بیشتر فراهم می‌کند.

داده‌های تحقیق گویای آن است که ۶۷/۷ درصد از اعضای نمونه با اینکه «انتخابی شدن مدیریت دانشگاه توسط دانشگاهیان اجزای نقش‌آفرین شرایط را برای مشارکت دانشگاهیان در ترویج ارزشها فراهم می‌سازد»، موافق و کاملاً موافق بوده‌اند، ۲۶/۷ درصد بی‌نظر و ۵/۵ درصد نیز نظر مخالف و کاملاً مخالف داشته‌اند.

همچنین حدود ۳۰ درصد از پاسخگویان اعتقاد داشته‌اند که «برای انتقال و ترویج ارزشها در دانشگاه باید نقش و حضور نهاد روحانیت بیشتر شود»؛ ۳۱/۴ درصد در این خصوص بی‌نظر بوده‌اند. ۳۸/۶ درصد نیز مخالف و کاملاً مخالف بوده‌اند که حضور نهاد روحانیت برای ترویج ارزشها در دانشگاه بیشتر شود.

بر اساس داده‌های تحقیق، ۴۵/۵ درصد از پاسخگویان با اینکه «برای تبلیغ و ترویج ارزشهای دینی در دانشگاهها باید برنامه‌های مذهبی را توسعه داد»، موافق و کاملاً موافق بوده‌اند؛ ۲۶/۶ درصد بی‌نظر و ۲۷/۹ درصد نیز مخالف و کاملاً مخالف بوده‌اند که برنامه‌های مذهبی برای ترویج ارزشها توسعه داده شود.

## ۷. برخی از یافته‌های استنباطی تحقیق

آزمون کی دو ( $x^2=14.48$ ) نشان می‌دهد که زنان با ۷۱.۷ درصد در مقایسه با مردان با ۵۴.۲ درصد، اهمیت بیشتری برای ترویج ارزشهای دینی در میان دانشجویان قائلند.

مخاطبان دارای تحصیلات دکتری (که بیشتر استادان دانشگاه بوده‌اند) با ۷۶.۳ درصد بیشتر از دانشجویان دکتری (۵۴.۲ درصد) برای ارزشهای دینی جهت ترویج در دانشگاه اهمیت قائل بوده‌اند. در مرحله بعد نیز دانشجویان دکتری بیشتر از دانشجویان کارشناسی ارشد (۴۸.۴ درصد) برای ارزشهای دینی اهمیت قائل بوده‌اند.

اعضای هیئت علمی دانشگاهها (۷۷.۱ درصد) اهمیت بیشتری نسبت به دانشجویان تحصیلات تکمیلی (۴۸.۶ درصد) برای ارزشهای دینی قائل بوده‌اند.

کسانی که معتقد به «دخالت بیشتر دولت در سیاستگذاری فرهنگی و ارزشی دانشگاهها» بوده‌اند (۷۶.۸ درصد) به طور معناداری بیشتر از کسانی که با دخالت بیشتر دولت در سیاستگذاری فرهنگی و ارزشی دانشگاهها مخالف بوده‌اند (۴۵.۲ درصد)، برای ارزشهای دینی اهمیت قائل بوده‌اند.

پاسخگویانی که معتقدند «در دانشگاهها باید نهادهایی برای کنترل و نظارت بر رعایت ارزشهای دینی وجود داشته باشد»، به طور معناداری بیشتر (۸۱.۷ درصد) از کسانی که با این تفکر مخالف بوده‌اند (۳۸ درصد) برای ترویج ارزشهای دینی در دانشگاهها اهمیت قائل بوده‌اند.

پاسخگویانی که معتقدند «در دانشگاهها باید نهادهایی برای کنترل و نظارت بر رعایت ارزشهای دینی وجود داشته باشد»، برای ترویج ارزشهای سیاسی - انقلابی در دانشگاهها اهمیت بیشتری (۷۴.۷ درصد) قائل بوده‌اند.

## ز) تحلیل عامل

تحلیل عامل پیش رو، گویه‌های نگرش دانشگاهیان را درباره موانع و راهکارهای ترویج ارزشهای اجتماعی، به سه گروه تقسیم کرده که در ادامه، توضیح هر یک از این گروهها آمده است.

### گروه اول

تحلیل عامل گروه اول نشان می‌دهد که ۱۴ گویه به طور همبسته با یکدیگر با آلفای بالا، به یک گروه خاص اختصاص دارند. آلفای کرونباخ برای این گروه، مساوی ۰.۸۰ به دست آمده است که از نظر آماری، همبستگی درونی این گویه‌ها را با هم در سطح بالایی ارزیابی می‌کند.

این گروه که گویه‌هایشان به طور مبسوط در جدول ۱ نمایش داده شده، به طور برجسته معتقد به نیاز به کنترل و نظارت در دانشگاهها، دخالت بیشتر دولت در دانشگاهها و توسعه برنامه‌های مذهبی و نقش روحانیت هستند.

جدول ۱: تحلیل عامل نگرش دانشجویان در رابطه با ارزشهای اجتماعی

ضریب عاملی	تعداد پاسخگویان	انحراف معیار	میانگین	گویه‌های عامل اول
۰/۸۲۱	۲۱۲	۱/۲۸۳	۲/۷۷	در دانشگاهها باید نهادهایی برای کنترل و نظارت بر رعایت ارزشهای دینی وجود داشته باشد.
۰/۷۴۱	۲۱۲	۱/۲۳۶	۲/۸۴	دولت در برنامه‌ریزی و سیاستگذاری آموزشی، فرهنگی و ارزشی دانشگاهها، باید نقش بیشتری داشته باشد.
۰/۷۳۶	۲۱۲	۱/۱۹۸	۲/۷۹	برای انتقال و ترویج ارزشها در دانشگاه باید نقش و حضور نهاد روحانیت بیشتر شود.
۰/۷۳۵	۲۱۲	۱/۲۲۶	۲/۹۳	در دانشگاه باید یک مرجع و نهاد خاص برای تعیین و ترویج ارزشها وجود داشته باشد.
-۰/۶۸۹	۲۱۲	۱/۲۰۳	۲/۷۱	وظیفه دانشگاه تولید توأمان علم و ترویج شعائر و مناسک دینی است.
۰/۶۷۷	۲۱۲	۱/۱۶۲	۳/۱۴	برای تبلیغ و ترویج ارزشهای دینی در دانشگاهها، باید برنامه‌های مذهبی را توسعه داد.
۰/۶۱۷	۲۱۲	۱/۱۷۴	۲/۸۸	ارزشهای موجود در دانشگاه نباید جدا از ارزشهای مورد نظر نظام سیاسی باشد.
۰/۵۷۸	۲۱۲	۱/۱۳۳	۲/۸۶	در حال حاضر برای ترویج ارزشها در دانشگاهها، با دانشجویان با تساهل و مدارا رفتار می‌شود.
۰/۵۴۶	۲۱۲	۱/۱۷۰	۲/۷۰	الگوگیری دانشگاههای ایران از ساختار سازمانی دانشگاههای غرب، منجر به تعارض نظام ارزشی موجود در دانشگاه با فرهنگ عمومی جامعه ایران شده است.
۰/۴۸۶	۲۱۲	۱/۱۰۷	۲/۳۰	دخالت دولت در برنامه‌ریزی آموزشی و فرهنگی دانشگاه باید کمتر شود.
-۰/۴۷۴	۲۱۲	۰/۹۳۰	۳/۷۰	برای جامعه‌پذیری و انتقال ارزشها به افراد، باید ارتباط دانشگاه با خانواده‌ها را تقویت کرد.

راهکارهای تقویت تعلق دانشجویان به ارزش‌ها ♦ ۴۹۷

۰/۳۸۶	۲۱۲	۱/۰۱۰	۳/۶۹	عناصر نقش‌آفرین دانشگاه نباید در اعتقادات دینی دانشجویان شبهه ایجاد کند.
۰/۳۸۱	۲۱۲	۱/۱۲۱	۳/۳۳	تبلیغ گفتاری و زبانی ارزشها به اندازه عمل به ارزشها دارای اهمیت می‌باشد.
۰/۳۶۶	۲۱۲	۱/۱۴۰	۲/۷۶	فضای فکری موجود در بین دانشجویان مانع تقویت و گسترش ارزشهای فرهنگی و دینی می‌شود.

**گروه دوم**

تحلیل عامل این گروه نشان می‌دهد که ۱۸ گویه به طور همبسته با یکدیگر با آلفای بالا، به یک گروه خاص اختصاص دارند. آلفای کرونباخ برای این عامل، با رقم ۰.۸۲ نمایش داده شده که نشان از همبستگی درونی بالایی گویه‌هایی است که در این عامل جای گرفته‌اند.

این گروه که گویه‌هایشان به طور مبسوط در جدول ۳ نمایش داده شده، به طور برجسته معتقدند به:

- آزادی بیان در ترویج ارزشها؛
- عدم ورود متولیان ارزشها به دسته بندی جناحی؛
- تفاوت در سلسله‌مراتب ارزشهای مورد نظر نظام سیاسی و دانشگاهها.

**جدول ۲: تحلیل عامل نگرش دانشجویان در رابطه با ارزشهای اجتماعی**

ضریب عاملی	تعداد پاسخگویان	انحراف معیار	میانگین	گویه‌های عامل دوم
۰/۳۷۲	۱۹۲	۰/۸۹۲	۴/۰۰	باید به دانشجویان آزادی عمل داده شود تا خودشان ارزشها را انتخاب و به آنها عمل کنند
۰/۶۶۴	۱۹۲	۰/۸۶۶	۳/۸۶	رویکرد گزینشی به ترویج تعداد محدودی از ارزشها، باعث انتقال ناقص نظام ارزشی جامعه به دانشجویان شده است.
۰/۶۴۷	۱۹۲	۰/۹۷۱	۳/۸۳	مروجان ارزشهای دینی در دانشگاه، توان لازم برای انتقال و آموزش ارزشها به دانشجویان را ندارند.

ضریب عملی	تعداد پاسخگویان	انحراف معیار	میانگین	گویه‌های عامل دوم
۰/۵۵۶	۱۹۲	۰/۹۹۵	۳/۹۰	در نظام آموزشی ایران، برای ترویج ارزشها، به جای اقناع، بیشتر از اجبار استفاده می‌شود.
۰/۵۵۵	۱۹۲	۰/۹۹۰	۳/۶۶	محیط‌های آموزشی غیر از دانشگاهها (خانواده، مدرسه، رسانه‌ها، مساجد و...) در انتقال ارزشهای مذهبی موفق عمل نکرده‌اند.
۰/۵۱۹	۱۹۲	۰/۹۳۲	۳/۵۰	تفاوت در سلسله‌مراتب نظام ارزشی مورد نظر حاکمیت از یک سو و محیط‌های علمی و دانشگاهی از سوی دیگر، منجر به تعارض ارزشها در دانشگاه شده است.
۰/۵۱۷	۱۹۲	۱/۰۱۶	۳/۹۹	مروجان ارزشها، هرچه از کانونهای قدرت سیاسی بیشتر فاصله داشته باشند، حرفشان تأثیرگذارتر خواهد بود.
۰/۵۱۳	۱۹۲	۰/۸۸۱	۴/۰۹	دانشگاه باید منتقد و اصلاح‌کننده نظام و حاکمیت سیاسی باشد.
۰/۴۹۱	۱۹۲	۰/۸۱۴	۴/۰۸	گروههای مرجع دانشجویان(اعم از سیاسی، علمی و دینی و ...) باید به ارزشهای بومی و ملی پایبند باشند.
۰/۴۹۱	۱۹۲	۰/۹۴۹	۳/۶۵	بعداز انقلاب، یک مجموعه از ارزشها که مورد پسند اکثریت دانشگاهیان باشد، تعریف و ارائه نشده است.
۰/۴۷۴	۱۹۲	۰/۸۱۲	۳/۹۸	در شکل‌گیری نظام ارزشی دانشگاهیان، ساختارهای کلان سیاسی، اقتصادی و اجتماعی جامعه، نقش تأثیرگذارتری دارند.
۰/۴۶۴	۱۹۲	۰/۹۰۸	۳/۸۳	در دو دهه گذشته در ترویج ارزشها، به ویژگی‌های اجتماعی و روان‌شناختی دانشجویان توجه لازم نشده است.
۰/۴۲۱	۱۹۲	۱/۰۵۳	۳/۸۲	رویکرد سیاسی در مدیریت دانشگاه، منجر به ضعف مدیریت علمی دانشگاهها می‌شود.
۰/۴۱۷	۱۹۲	۰/۹۵۹	۳/۸۷	انتخابی شدن مدیریت دانشگاه توسط دانشگاهیان اجزای نقش‌آفرین، شرایط را برای مشارکت دانشگاهیان در ترویج ارزشها فراهم می‌سازد.



راهکارهای تقویت تعلق دانشجویان به ارزش‌ها ♦ ۴۹۹

ضریب عملی	تعداد پاسخگویان	انحراف معیار	میانگین	گویه‌های عامل دوم
۰/۴۰۶	۱۹۲	۰/۹۱۷	۳/۸۲	وضعیت نظام ارزشی موجود در دانشگاه، متأثر از نظام ارزشی جامعه کتونی است نه فضای فرهنگی و اجتماعی دانشگاه.
۰/۳۸۹	۱۹۲	۰/۷۸۱	۴/۲۶	تقویت و توسعه ارزشها، با بودن آزادی بیان ممکن می‌شود.
۰/۲۶۰	۱۹۲	۱/۱۹۹	۳/۸۳	افراد و نهادهایی که وظیفه اصلی آنها تبلیغ و ترویج ارزشهاست، نباید وارد جبهه‌گیری‌های حزبی و جناحی شوند.
۰/۲۲۰	۱۹۲	۰/۹۳۲	۳/۸۵	بیان و توضیح منطقی و عقلانی در مورد سودمندی ارزشها، تنها روش مؤثر در ترویج ارزشهاست.

### گروه سوم

تحلیل عامل این گروه نشان می‌دهد که ۱۱ گویه به طور همبسته با یکدیگر به یک گروه خاص اختصاص دارند. آلفای کرونباخ برای این عامل، با رقم ۰.۶۲ نمایش داده شده که نشان از همبستگی درونی کمتر نسبت به گروههای قبلی را نشان می‌دهد.

این گروه که گویه‌هایشان به طور مبسوط در جدول ۴ آمده است، بیشتر کارویژه‌های دانشگاه و کنشگران آن در حوزه ارزشها، نسبت نظام ارزشی دانشگاه و جامعه و تعارضهای بین ارزشهای حاکمیت و دانشگاهها را مد نظر قرار داده‌اند.

جدول ۳: تحلیل عامل نگرش دانشجویان در رابطه با ارزشهای اجتماعی

ضریب عاملی	تعداد پاسخگویان	انحراف معیار	میانگین	گویه‌های عامل سوم
۰/۶۷۱	۲۰۸	۱/۲۳۲	۲/۵۹	پرداختن اساتید به ترویج ارزشهای فرهنگی و دینی مانع فعالیتهای علمی و تخصصی آنها می‌شود
۰/۵۸۸	۲۰۸	۱/۰۷۶	۳/۲۰	نظام ارزشی دانش‌آموختگان دانشگاه با نظام ارزشی موجود در جامعه فاصله زیادی دارند.
-۰/۵۸۰	۲۰۸	۱/۰۸۹	۳/۲۷	اساتید وظیفه خود را صرفاً فعالیت علمی و تخصصی می‌دانند و در مورد ترویج ارزشهای دینی در دانشگاه بی‌تفاوتند
۰/۵۴۵	۲۰۸	۱/۱۰۳	۳/۰۲	هویت‌های متفاوت فرهنگی میان دانشجویان، موجب کاهش زمینه همگرایی فرهنگی و ارزشی در دانشگاهها شده است.
۰/۵۲۰	۲۰۸	۱/۰۲۷	۳/۴۱	میان نظام ارزشی و رفتاری مروّجان ارزشها در دانشگاهها با نیازها و گرایشهای دانشجویان تعارض وجود دارد.
۰/۴۸۳	۲۰۸	۱/۰۴۵	۳/۵۰	بین حاکمیت سیاسی و دانشگاهیان در تعیین نظام ارزشی دانشگاهها، تعارض وجود دارد.
۰/۴۸۲	۲۰۸	۱/۱۱۸	۳/۳۴	باید صرفاً خرد جمعی دانشگاهیان، معیار تعیین اولویتهای ارزشی دانشجویان باشد.
۰/۴۷۶	۲۰۸	۱/۲۹۴	۳/۱۲	وظیفه دانشگاه صرفاً تولید و ترویج علم است.
۰/۴۳۷	۲۰۸	۰/۹۷۲	۳/۷۰	وظیفه اصلی دانشگاه در ارتباط با ارزشها، اولویت دادن به انتقال ارزشهای حرفه‌ای مورد نیاز هر رشته تخصصی است.
۰/۴۳۱	۲۰۸	۱/۰۷۶	۳/۲۴	نهادهای فرهنگی و اجتماعی (خانواده، مدرسه، رسانه‌ها و...) نظام ارزشی و هنجاری متفاوت و متضادی را تبلیغ و ترویج می‌کنند.
۰/۳۶۷	۲۰۸	۱/۲۲۷	۳/۶۰	امروزه ارزش علم و منزلت دانشگاهیان در سطح جامعه تنزل یافته است.

## ح) جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

یافته‌های تحقیق، گویای آن است اکثر جمعیت نمونه بر این باورند که سلسله‌مراتب نظام ارزشی مورد نظر حاکمیت از یک سو و محیط‌های علمی و دانشگاهی از سوی دیگر، منجر به تعارض ارزشها در دانشگاه شده است. این تعارض بین نظام ارزشی تبلیغ شده و آنچه در دانشگاهها می‌گذرد نیز دیده می‌شود. در این راستا، استادان و دانشجویان نمونه بر این نظرند که در حوزه ساختارسازی و برنامه‌ریزی دانشگاهها، نقش‌آفرینی دولت باید کاهش یابد و مشارکت دانشجویان و دانشگاهیان در برنامه‌ریزی و کنشگری فرهنگی ارتقا یابد. دوری از رویکردهای سیاسی در ترویج نظام ارزشها و افزایش استقلال دانشگاه از نهاد دولت، از مواردی است که می‌تواند به توسعه و دورنی‌سازی نظام ارزشی در دانشگاهها کمک کند.

برای توسعه و تقویت ارزشها در دانشگاهها موانع و مشکلاتی وجود دارد که توسعه ارزشها نیازمند برون‌رفت از آنهاست؛ از جمله این موانع عبارتند از: ضعف عملکرد سیستم‌های مدیریتی در دانشگاهها در حوزه ارزشها، فضای فکری موجود در بین دانشجویان، عدم توجه به ویژگی‌های اجتماعی و روان‌شناختی دانشجویان در ترویج ارزشها، رویکرد گزینشی به ترویج تعداد محدودی از ارزشها، اثرپذیری نظام ارزشی دانشجویان از فضای فرهنگی ناهمگون جامعه، تعارض بین نظام ارزشی و رفتاری مروّجان ارزشها در دانشگاهها با نیازها و گرایشهای دانشجویان، بهره‌گیری از روشهای اجبار نه اقناع در ترویج ارزشها، الگوگیری دانشگاههای ایران از ساختار سازمانی دانشگاههای غرب، ترویج نظامهای ارزشی متفاوت و بعضاً متضاد در جامعه و دانشگاه، هویت‌های متفاوت فرهنگی در بین دانشجویان و ...

اما برای برون‌رفت از این مشکلات و یافتن روشها و فنون توسعه و تعمیق ارزشها در فضای فرهنگی دانشگاهها باید به مواردی توجه کرد که از سوی استادان و دانشجویان مورد تأکید قرار گرفته است و از جمله آنها عبارتند از: ایجاد فضای فرهنگی و فکری آزاد در محیط‌های علمی، پیوند بین گروههای مرجع بومی دانشجویان با نظام ارزشی جامعه و تقویت جایگاه آنان در نزد دانشجویان، فاصله‌گیری مروّجان ارزشها در دانشگاهها از گروهها و جریانهای سیاسی و کانونهای قدرت رسمی، تبیین عقلانی و منطقی از سودمندی پابندی به نظام ارزشی جامعه برای دانشجویان، توسعه اشکال مختلف مشارکت دانشجویان و استادان در فعالیتهای فکری و فرهنگی و ...

تحلیل عامل پیش رو، گویه‌های نگرش دانشگاهیان دربارهٔ موانع و راهکارهای ترویج ارزشهای اجتماعی را به سه گروه تقسیم کرده است که در گروه اول، ۱۴ گویه به طور همبسته با یکدیگر (آلفای ۰.۸۰) به دست آمده است که از نظر آماری، همبستگی درونی این گویه‌ها را با هم در سطح بالایی ارزیابی می‌کند. این گروه به طور برجسته معتقد به نیاز به کنترل و نظارت در دانشگاهها، دخالت بیشتر دولت در دانشگاهها و توسعهٔ برنامه‌های مذهبی و نقش روحانیت هستند.

در تحلیل عامل گروه دوم، ۱۸ گویه به طور همبسته با یکدیگر با آلفای کرونباخ ۰.۸۲ نمایش داده شده که نشان از همبستگی درونی بالای گویه‌هایی است که در این عامل جای گرفته‌اند. این گروه به طور برجسته معتقد به: آزادی بیان در ترویج ارزشها، عدم ورود متولیان ارزشها به دست‌بندی جناحی، تفاوت در سلسله‌مراتب ارزشهای مورد نظر نظام سیاسی و دانشگاهها هستند.

تحلیل عامل در آخرین گروه با ۱۱ گویه نشان می‌دهد که آلفای کرونباخ برای این عامل از دیگر عوامل کمتر و در حد ۰.۶۲ است. این گروه بیشتر، کارویژه‌های دانشگاه و کنشگران آن در حوزهٔ ارزشها، نسبت نظام ارزشی دانشگاه و جامعه و تعارضهای بین ارزشهای حاکمیت و دانشگاهها را مد نظر قرار داده‌اند.



Archive of SID

## منابع

- بیرو، آلن (۱۳۷۵)؛ فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه دکتر باقر ساروخانی، تهران، کیهان.
- چلبی، مسعود (۱۳۸۳)؛ چارچوب مفهومی پیمایش ارزشها و نگرشهای ایرانیان، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی - طرحهای ملی.
- حاجیلری، عبدالرضا، (۱۳۸۱)، کنکاشی در تغییر ارزشها پس از پیروزی انقلاب اسلامی، نشر فرهنگ و معارف
- داریاپور، زهرا (۱۳۸۶)؛ «ساختار ارزشی و مناسبات نسلی»، فصلنامه تخصصی جوانان و مناسبات نسلی، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی، ش ۱ (بهار و تابستان): ۲۳-۱.
- روشه، گی (۱۳۷۶)؛ جامعه‌شناسی تالکوت پارسونز، ترجمه نیک‌گهر، تهران، تبیان.
- ریتزر، جورج (۱۳۷۷)؛ نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، علمی.
- زارعی، ایوب (۱۳۷۹)؛ سنجش تأثیر سرمایه‌های فرهنگی، اجتماعی، انسانی و مادی خانواده بر گرایش دانشجویان به ارزشهای مادی و فرامادی بر اساس نمایه ۱۲ ارزشی اینگلهارت در میان دانشجویان، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی.
- ساروخانی، باقر (۱۳۷۵)؛ دایره‌المعارف علوم اجتماعی، تهران، کیهان.
- سفیری، خدیجه و نیره شریفی (بی‌تا)؛ بررسی سلسله‌مراتب ارزشی دانشجویان و رابطه آن با گروههای مرجع، تهران، دانشگاه الزهرا.
- سلیمی، علی و محمد داوری (بی‌تا)؛ جامعه‌شناسی کجروی، [بی‌تا]، [بی‌جا].
- عبداللطیف، محمد خلیفه (۱۳۷۸)؛ بررسی روان‌شناختی تحول ارزشها، ترجمه سید حسن سیدی، مشهد، آستان قدس رضوی.
- قانع‌راد، امین (۱۳۸۶)؛ تعاملات و ارتباطات در جامعه علمی، تهران، پژوهشگاه مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- کرایب، یان (۱۳۷۸)؛ نظریه اجتماعی مدرن، ترجمه عباس مخبر، تهران، آگر.

- گرینورد، ام.آر.سی. (۱۳۷۸)؛ دانشگاه، تحولات و چشم‌اندازها، [بی‌جا]، [بی‌نا].
- گوریچ، پی.اچ. و همکاران (۱۳۴۹)؛ طرح مسائل جامعه‌شناسی امروز، ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر، تهران، پیام، چ دوم.
- محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۷۵)؛ انقلاب، مطبوعات و ارزشها؛ تهران، سازمان مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی.
- محسنی، منوچهر (۱۳۷۴)؛ بررسی آگاهی‌ها، نگرشها و رفتارهای اجتماعی و فرهنگی در تهران، [بی‌جا]، [بی‌نا].
- منطقی، مرتضی (۱۳۸۱)؛ شناسایی راهکارهای درونی کردن ارزشهای دینی دانش‌آموزان دختر و پسر، تهران، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی.
- Kuh, G.D. & F.K. Stage (1992). "Student Development". *Encyclopedia of Higher Education*, Program Press.
- Walsh W.B. (1973). **Theories of Person- Environment Interaction: Implications for the College Student**. Monograph 10, American College Testing Program, Iowa City, Iowa.



Archive of SID