

«نوسازی و فرایند تحول ارزش‌ها در حوزه خانواده» (بررسی نمونه‌ای دگرگونی ارزش‌های خانوادگی در شهر بوکان)¹

محمد جواد زاهدی*، عمر خضر نژاد**
(تاریخ دریافت 91/1/27، تاریخ پذیرش 92/03/29)

چکیده: در این پژوهش، سعی شده که علل تغییر ارزش‌ها در حوزه خانواده در شهر بوکان بررسی و مشخص شود که عوامل اجتماعی مؤثر بر این ارزش‌ها کدامند؟ تحقیق به روش پیمایشی و با استفاده از تکنیک پرسش‌نامه به اجرا درآمده است، واحد تحلیل فرد و سطح تحلیل خرد است. جامعه آماری مجموعه افراد 15 سال و بالاتر اعضای خانواده‌ها در شهر بوکان است. حجم نمونه 394 نفر است. شیوه نمونه‌گیری، خوشه‌ای چند مرحله‌ای است. ابزار سنجش، پرسش‌نامه‌ای بوده است شامل 67 سؤال. نتایج تحقیق بازگویی آن است که از میان متغیرهای مستقل تحقیق، سرمایه درونی بیشترین تأثیر را بر ارزش‌های حوزه خانواده به ویژه ارزش‌های مدرن در سطح معنی داری 0/01 داشته است، به این معنی که با افزایش سرمایه درونی خانواده ارزش‌های مدرن خانواده بیشتر شده و ارزش‌های سنتی نیز کاهش یافته است. از میان متغیرهای اثر گذار دیگر بر ارزش‌های مدرن خانواده، جهت‌گیری عام‌گرایی اثرات مثبت و معنی داری در سطح 0/01 بر ارزش‌های خانوادگی داشت. و اثرگذاری سرمایه بیرونی هم بر ارزش‌های مدرن خانواده مثبت و معنی‌دار است. نتایج تحقیق

1 این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی دانشگاه پیام نور مرکز تهران می‌باشد.

* دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی دانشگاه پیام نور مرکز تهران
** کارشناس ارشد جامعه‌شناسی

بازگویی آن است که میان پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانواده و ارزش‌های آن ارتباط معنی داری وجود ندارد. این نتایج همچنین نشان می‌دهد که ارزش‌های سنتی حوزه خانواده هنوز تا اندازه زیادی به قوت خود باقی‌اند و ارزش‌های مدرن نیز آرام آرام و به تدریج در حال شکل‌گیری هستند.

مفاهیم کلیدی: نوسازی، مدرنیته، سرمایه اجتماعی، سرمایه اجتماعی خانواده، ارزش‌های خانوادگی، خانوارهای شهری بوکان.

مقدمه

مساله گذر از جامعه سنتی به جامعه مدرن از پایان جنگ جهانی اول تا به امروز یکی از مباحث اصلی جامعه‌شناسی بوده است. در باره رابطه بین سنت و مدرنیته، برخی اندیشمندان علوم اجتماعی بر این نظرند که در فرآیند استقرار مدرنیته و گذر از جامعه سنتی به جامعه مدرن، بسیاری از عناصر مهم سنتی ساختار فرهنگی جامعه در هم شکسته می‌شوند» (ارمکی و ملکی، 1386: 97). و عناصر و ساختارهای جدیدی جایگزین آن‌ها می‌شود که یکی از ابعاد مهم این تغییر و تحولات فرهنگی در جامعه، تغییر ارزش‌های سنتی و مدرن در حوزه خانواده است. «سیل تازگی و تجدد که در حال غرقه کردن ماست از دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی به کارخانه‌ها و ادارات و از بازارها و رسانه‌های گروهی به مناسبات اجتماعی و از اجتماع به درون خانه‌ها کشیده می‌شود. این سیل که تا اعماق زندگی خصوصی همگی ما رخنه می‌کند فشارهای بی سابقه‌ای بر زندگی خانوادگی وارد می‌آورد (تافلر، 1376: 239).

ارزش‌های خانوادگی، گو آن‌که در برابر مدرنیته و دگرگونی‌های اجتماعی - فرهنگی مقاومت می‌ورزند، اما در عین حال سست شده‌اند و به تدریج به نفع هنجارهای تازه به حاشیه رانده شده و کنار گذاشته می‌شوند. ارزش‌هایی از قبیل مهمان‌نوازی نسبت به بیگانگان، ادب، احترام به بزرگ‌ترها و ارج نهادن گاه بیش از حد به مردان و به‌باروری و نظایر آن همچنان به دیده احترام نگریسته می‌شوند، البته با شدتی کمتر از گذشته. مفهوم ناموس خانوادگی، که در خواهر، مادر یا همسر تجلی می‌یابد، در جامعه مسلمان معاصر همه ارزش خود را حفظ می‌کند، اما در عوض ارزش‌های تشکیل دهنده اختلاف جنسی به سرعت دگرگون می‌شوند (بهنام، 1384: 7-196).

آن‌چه در این پژوهش مد نظر است، بررسی ارزش‌های (سنتی و مدرن) خانواده در شهر بوکان است. بوکان شهری است که در جنوب شرقی استان آذربایجان غربی واقع شده و یکی از شهرهای مهم مهاجرپذیر در استان است. شهری که نه تنها مردم از روستاهای اطراف آن بلکه از شهرهای مجاور، مانند تکاب و شاهین دژ هم به آن مهاجرت می‌کنند و به همین دلیل در میان شهرهای منطقه تنها شهری است که دارای خرده فرهنگ‌های متنوعی است و از بعد فرهنگی یکدست و یکنواخت نیست.

اما در پاسخ به این پرسش که آیا بوکان در معرض برنامه‌های نوسازی قرار گرفته است یا نه؟ باید گفت: گوآن که تمرکز اصلی برنامه‌های نوسازی در دوران سلطنت پهلوی‌ها بر نقاط شهری و به‌ویژه پایتخت و شهرهای بزرگ بود اما شهرهای کوچک و حتی روستاها نیز اغلب به‌طور نامستقیم از این فرایند بی‌نصیب نماندند. جان فوران در همین زمینه می‌نویسد: اصلاحات رضا شاه و ادعاهای دولت او قبل از همه به‌منظور جلب حمایت مردم شهرهای بزرگ و به‌ویژه مرکز حکومت صورت می‌گرفت. می‌خواست قلب‌ها و مغزهای جماعت شهری را تسخیر کند اما این جماعت یک‌دست نبود و در خوش‌بینانه‌ترین حالت می‌توان گفت (تنها) بخش‌هایی از عناصر شهری با او همراه بودند. دهقانان در حد زیادی از تأثیر اصلاحات رضاشاه برکنار ماندند، و عشایر و ایلات بی‌رحمانه و به زور اسکان یافتند (فوران، 1383: 339).

براین اساس می‌توان پذیرفت که شهرهای کوچکی نظیر بوکان در دوره پهلوی اول مستقیماً در معرض امواج نوسازی قرار نگرفتند لذا تغییرات محسوسی هم در آن‌ها به وقوع نپیوست ولی شهر بوکان از برنامه‌های نوسازی دوره پهلوی دوم به‌ویژه اصلاحات ارضی و در هم شکسته شدن نظام ارباب - رعیتی از بعد اجتماعی تأثیرات زیادی پذیرفت. با وقوع انقلاب سال 57 در ایران و تشدید فرایند دگرگونی‌های اجتماعی این تأثیرات شدت و گسترش بیشتری یافت و دیگر ابعاد زندگی اجتماعی و اقتصادی شهر بوکان را نیز فرا گرفت. به این ترتیب و در مجموع در 80 سال گذشته با توجه به شاخص‌های توسعه فرهنگی که در این شهر روی داده می‌توان تغییرات به وقوع پیوسته در عرصه زندگی اجتماعی را بررسی نمود.

قبل از تشدید فرایند نوسازی حدود 70 تا 80 درصد مردم از بیسوادی رنج می‌بردند و تحصیلات عالی در این شهر کم و نادر بود. اما آمارها و شاخص‌هایی که از سال 1370 توسط مرکز آمار ایران در باره این شهر ارائه شده بازگوی توسعه فرهنگی و اجتماعی صورت گرفته در آن جا است. بر اساس این آمارها تعداد دانشجویان دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی بر حسب جنس و سن در شهر بوکان در مقاطع تحصیلی فوق دیپلم، لیسانس و فوق لیسانس، 2277 نفر است و اگر آخرین مدرک تحصیلی را هم به آن بیفزاییم تعداد این افراد تا سال 1385 برابر 5425 نفر می‌شود. همچنین تعداد افراد باسواد در این شهر بر حسب تعداد خانوارهای یک نفری تا پنج نفر و بیشتر در مقاطع تحصیلی مختلف 20776 نفر و تعداد افراد بیسواد آن هم 15968 نفر بوده است. بر اساس آمار سال 1370، بر حسب تعداد خانوارهای یک نفر تا ده نفر و بیشتر تعداد 20776 نفر از افراد این خانوارها در این شهر از امکانات ارتباطی و رسانه‌های جمعی مانند رادیو، تلویزیون و تلفن برخوردار بوده‌اند» (مرکز آمار ایران، 1385).

علاوه بر موارد فوق به علت مجاورت شهر بوکان با شهرهای مرزی غرب کشور و ارتباط مردم آن با کشورهای ترکیه، دوی، عراق و و ورود رسانه ارتباطی جدید همچون ماهواره از ابتدای دهه 70

و همچنین اتصال به شبکه اینترنتی از اوایل دهه 80 به بعد تغییرات فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی را در این شهر شدت و شتاب بیشتری بخشیده و موجب تغییر ارزش‌های حوزه خانواده شده است. بر این اساس لازم است، تا بفهمیم این حوادث چه معنایی دارند؟ نهاد خانواده به کجا می‌رود؟ موقعیت این نهاد با توجه به تغییراتی که در مسائل جنسیتی، روابط عاطفی و روابط جنس‌ها با یکدیگر رخ می‌دهد چگونه است؟

تحقیقات پیشین

کولین در سال 1994 در مقاله‌ای تحت عنوان «ارزش‌های خانوادگی در قانون اساسی آمریکا» توصیفی از ارزش‌های خانوادگی در آمریکا و نحوه دخالت دولت فدرال در تدوین قانون ازدواج ... و محور قرار دادن واحد خانواده ارائه داده است و با این کار مقایسه‌ای بین ارزش‌های خانوادگی در قانون اساسی آمریکا و ارزش‌های خانوادگی ایالت‌هایی چون یوتا می‌پردازد. او گزارش می‌کند که ارزش‌های خانوادگی موجود در آمریکا با ارزش‌های خانوادگی موجود در ایالت یوتا مغایر است. همچنین به این نتیجه رسید که دخالت دولت فدرال و ارزش‌های خانوادگی نمی‌توانند توأم با هم باشند و دولتمردانی که قانون اساسی آمریکا را نگاشتند به این امر واقف بودند که ارزش‌های خانوادگی خارج از چارچوب دولت است (بور بورحسین بگی، 19:1383).

یکی از مهمترین پژوهش‌ها و مطالعات خارجی در حوزه‌ی سنجش ارزش‌ها، مربوط به «اینگلهارت» است. اینگلهارت در کتاب مشهور خود با عنوان «تحول فرهنگی در جوامع پیشرفته صنعتی» و در معرفی نظریه خود تحت عنوان «دگرگونی ارزش‌ها» ارزش‌ها را به دو دسته مادی و فرامادی تقسیم کرده و در خصوص سنجش آن چنین توضیح داده که اگر چه سنجش و اندازه‌گیری مستقیم ارزش‌ها مشکل است، لیکن وجودشان از طریق تأکید پیوسته بر انواع معینی از اهداف قابل استنباط است، به عقیده او خواسته‌ها یا اهداف ممکن است در سه سطح فردی، میانه و کلان مطرح شوند (توکلی، 147:1378). که تغییر ارزش‌ها در هر یک از این سطوح قابل احراز است.

آیگور و لاتشاو در سال 1982 در مقاله‌ای تحت عنوان «شکاف عاطفی نسل‌ها» بر پایه پژوهش‌های جامعه‌شناختی به مطالعه شکاف نسل‌ها در ژاپن پرداختند و به این نتیجه رسیدند که ژاپن از شکاف نسل‌ها رنج می‌برد. جوانان و نوجوانان امروزی که در خانواده‌های هسته‌ای و عمدتاً در شهرهای صنعتی بزرگ شده‌اند در برقراری ارتباط با والدینشان که در نظام گسترده پدرسالاری رشد یافته‌اند، دچار مشکل‌اند. آن‌ها اظهار می‌کنند دو متغیر مهم در زندگی خانوادگی به این شکاف دامن می‌زنند که عبارتند از: تعداد کمتر فرزندان هر خانواده و کاهش چشمگیر مدت زمانی که پدرها و فرزندان صرف می‌کنند. این محققان در همین راستا تحقیق دیگری را در سال 1983 در مورد تعدادی از جوانان ژاپنی بین 15 تا 23 سال انجام داده و به این نتیجه رسیدند که تنها 57/7 درصد جوانان

نگرانی‌هایشان را با پدران‌شان در میان می‌گذارند در حالی که 86 درصد آنان با مادرانشان درد دل می‌کنند. بر پایه‌ی این پژوهش‌های جامعه‌شناختی آن‌ها به این نتایج رسیدند که جوانان امروزی احساس می‌کنند جایی در جامعه ندارند و اغلب آن‌ها گرایش‌های خودمحوری دارند (بور بورحسین بگی، 1383: 18).

بررسی‌های انجام شده در زمینه ارزش‌ها در ایران را نمی‌توان دارای اسلوب‌های کاملاً علمی دانست و به‌طور خاص در حیط جامعه‌شناسی جای داد. زیرا با توجه به احساس نیاز در بخش‌های گوناگون، تحقیقاتی در زمینه ارزش‌ها صورت گرفته است که با وجود ارائه اطلاعات مفید نمی‌توان آن‌ها را لزوماً به عنوان یافته‌های پژوهشی علمی و معتبر پذیرفت. از جمله چنین بررسی‌هایی می‌توان از نظرسنجی‌های انجام گرفته به سفارش صدا و سیما و طرح‌های گوناگون اجرا شده توسط سازمان‌های دولتی و غیر دولتی یاد کرد. که در این جا به طور نمونه به هر کدام اشاره مختصری می‌شود.

الف) نظرسنجی از مردم تهران در مورد ارزش‌های سیاسی، اجتماعی توسط سازمان صدا و سیما در سال 1373

در این نظرسنجی نحوه تقسیم بندی ارزش‌ها به گونه‌ای است که امنیت، ارتش قوی و سرکوب دشمنان در دسته ارزش‌های مادی جای گرفته‌اند. ارزش‌های فرامادی شامل دو بخش جزئی‌تر، ارزش‌های دینی: حکومت جهانی اسلام، آزادی قدس و ارزش‌های سکولار: وطن پرستی و آزادی بیان است. نتایج بدست آمده حاکی از آن است که حکومت جهانی اسلام، امنیت، ارتش قوی، وطن پرستی، آزادی بیان، سرکوب دشمنان و آزادی قدس به ترتیب اولویت اول تا هفتم را نزد پاسخگویان تشکیل می‌دهند (سازمان صدا و سیما به نقل از شریفی، 1383: 10).

ب) طرح پژوهشی، سیر تحول ارزش‌ها در پرتو انقلاب اسلامی در ایران (علی ذوعلم به سفارش پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، 1379) نیز کم و بیش بر همین منوال است. برطبق این پژوهش، مسئله اصلی تحقیق در برگیرنده این سؤال اساسی است که آیا ارزش‌های اجتماعی و اخلاقی جاری و حاکم بر جامعه، از آستانه پیروزی انقلاب اسلامی تا کنون دچار دگرگونی و تحول شده‌اند یا نه؟ این پژوهش فاقد هر گونه چارچوب نظری بوده و در آن صرفاً تلاش شده است که هشت شاخص با معرف اصلی در سه مقطع زمانی سال‌های 50 تا 55، 60 تا 65 و 75 تا 77، مورد سنجش قرار گیرد. برخی از نتایج حاصل از این تحقیق حاکی از آن است که در سال‌های پس از پیروزی انقلاب اسلامی، تحول گسترده و چشمگیری در ارزش‌های اجتماعی جامعه رخ داده اما در اواخر دهه دوم پس از پیروزی، وضعیت جامعه نسبت به سال‌های اول پس از پیروزی، نشان دهنده افول برخی شاخص‌های ارزشی است و اگرچه به طور کلی تفاوت اساسی پدید آمده پس از انقلاب، حفظ شده است (ذوعلم به نقل از شریفی، 1383: 11-12).

در میان تحقیقات و نظرسنجی‌ها، پژوهشی که فرامرز رفیع پور در رابطه با تغییر ارزش‌ها انجام داده از اسلوب علمی و روش منطقی‌تری برخوردار است. «رفیع پور» برای سنجش تغییر ارزش‌های جامعه ایران طی سه مقطع زمانی 56، 65 و 71، ارزش‌ها را به دو دسته مادی و مذهبی طبقه‌بندی کرد و پس از مشخص نمودن ابعاد ارزش، برای سنجش تغییر ارزش‌های مذهبی از این چهار مؤلفه سود جسته است: اعتقاد به دین، علاقه به روحانیت، رعایت حجاب و احترام به خانم‌های چادری. سپس با استفاده از فن هنجار ذهنی به سنجش تغییرات ارزشی افراد پرداخته و نظر پاسخ‌گویان را در مورد نگرش مردم به متغیرهای نام برده در سه مقطع زمانی جویا شده است. وی با اعتقاد به این که پرسش‌های مستقیم در پرسش‌نامه عموماً قابل اعتماد نیستند، مزیت استفاده از این روش را در عدم نگرانی فرد از ابراز نظر شخصی، بدون ترس از مجازات ذکر کرده است (رفیع پور به نقل از توکلی، 1378: 153).

تقی آزاد ارمکی و امیرملکی در تحقیقی با عنوان «تحلیل ارزش‌های سنتی و مدرن در سطوح خرد و کلان» بر این باورند که در فرآیند تحقق مدرنیته بعضی از عناصر سنتی ساختار فرهنگی جامعه در هم شکسته می‌شوند و با توجه به این که جامعه ما آهنگ توسعه و تحول را با سرعتی زیاد در پیش گرفته است، پاسخ به این پرسش ضروری به نظر می‌رسد که در حال حاضر وضعیت عناصر سنتی نظام فرهنگی در جامعه ایران چگونه است؟ نتایج به دست آمده از این تحقیق بازگوی آن است که میانگین شاخص خانواده‌گرایی در ایران 8/44 است، که در حد بالایی قرار دارد. رابطه بین سن و خانواده‌گرایی مستقیم و رابطه بین درآمد و تحصیلات با خانواده‌گرایی معکوس است. در ایران سالخوردگان، کم‌سودان و فقیران بیشتر از جوانان، دانشگاهیان و ثروتمندان به ارزش‌های سنتی پایبند هستند و تجانس ارزشی بیشتری در این خصوص دارند، در چشم انداز بین ملتی، با توجه به مقیاس خانواده‌گرایی، ایران کمترین فاصله فرهنگی را با گروه کشورهای توسعه متوسط و بیشترین فاصله را با کشورهای توسعه یافته دارد. همچنین ایران در مقایسه با اکثر قریب به اتفاق کشورهای اسلامی نسبت به ارزش‌های خانوادگی نوگراتر است. در خصوص ارزش‌های مذهبی، میانگین پاسخ‌گویان 9/44 بوده است که بازگوی بالا بودن اهمیت این ارزش‌ها است. از بین متغیرهای مستقل تحقیق، فقط تحصیلات دارای قدرت پیش‌بینی میزان دینداری افراد بوده در حالی که متغیرهای سن و درآمد دارای توان پیش‌بینی کافی نبوده‌اند، در سطح کلان هم بر اساس مقیاس دینداری کمترین فاصله فرهنگی را با کشورهای توسعه نیافته داشته‌ایم، بنابراین فرآیند نوسازی در ایران بر اساس دو مؤلفه ارزش‌های خانوادگی و دینداری بیشتر در حوزه روابط سنتی خانواده تأثیرگذار بوده و به بیان دیگر ماندگاری ارزش‌های دینی بیش از ارزش‌های سنتی خانواده است (ارمکی و ملکی، 1386).

مبانی نظری تحقیق

ارزش

ارزش یک نوع درجه بندی، طبقه بندی و امتیازبندی پدیده‌ها (مثلاً کالاها) است از خوب تا بد، یا از مثبت تا منفی (رفیع پور، 1378: 269). مفهوم دیگری که در کنار ارزش مطرح می‌شود، «نظام ارزش‌ها» است که مهم‌ترین بعد و هسته اساسی این مفهوم را ویژگی سلسله مراتبی بودن ارزش‌ها تشکیل می‌دهد (توکلی، 1378: 135). وقتی تعداد زیادی از ارزش‌ها در یک شبکه روابط (علی) مرتبط با هم قرار می‌گیرند، در واقع یک نوع ارتباط، پیوستگی و تقدم و تأخر زمانی را نشان می‌دهند. در آن صورت صحبت از نظام ارزشی می‌شود. مثلاً در اسلام یک سلسله از دستورات ارزشی خوب و بد وجود دارد که با هم در ارتباطند (رفیع پور، 1378: 270).

ارزش‌های اجتماعی در حقیقت مفاهیمی است که برای افراد یک جامعه معین با ارزش و مقبول می‌باشند (گلایی، 1371: 95). ارزش‌ها، شیوه‌ای از بودن یا عمل هستند که شخص یا گروهی آن را به مثابه آرمان می‌شناسند و افراد یا رفتارهایی را که بدان نسبت داده می‌شوند مغلوب و مشخص می‌کند (روشه، 1368: 76). از دیدگاه جامعه‌شناختی ارزش‌ها معیارهایی هستند که به کمک آن‌ها گروه یا جامعه امکان می‌یابد تا اهمیت اشخاص، الگوهای رفتاری، هدف‌ها و دیگر اعیان اجتماعی - فرهنگی را ارزیابی کند (نیک‌گهر، 1371: 28).

تغییر ارزش‌ها

گذر از جامعه سنتی به جامعه مدرن بدون تغییر اجتماعی، آن هم در حوزه ارزش‌ها، امری ناممکن است و این تغییرات خود زنجیره‌ای را تشکیل می‌دهند. فرایند تغییر ارزش‌ها در حادترین شکل خود، آن است که چگونه می‌توان یک ارزش اجتماعی را از حالت «اجتماعی» و «جمعی» یعنی از حالت هنجاری بیرون آورد و به جای آن یک ارزش دیگر را به هنجار تبدیل نمود (رفیع پور، 1378: 287). تغییر ارزش‌ها همواره یک فرایند و این فرایند دارای حرکت است، گاه حرکت فرایند تغییر ارزش‌ها تند است و گاه کند... (رفیع پور، 1377: 233). چگونه پی می‌بریم که تغییر پرشتاب بوده است؟ روش قاطعی برای اندازه‌گیری تغییر وجود ندارد. در پیچیدگی به‌ت‌آور جهان و حتی در داخل یک جامعه معین، بطور همزمان، بی‌نهایت جریان‌ها تغییر شکل می‌گیرد. همه «چیزها» از کوچکترین و پیوسته گرفته تا بزرگترین کهکشان‌ها - در واقع به هیچ وجه چیزی جز فرایند نیستند. هیچ چیز ایستا، هیچ چیز نیروانا مانند و بدون تغییری که بتوان تغییر را با آن سنجید وجود ندارد. بنابراین تغییر امری است الزاماً نسبی. از این‌ها گذشته تغییر امری است نامتساوی. چنان‌چه همه فرایندها با سرعت مساوی صورت می‌گرفتند و یا حتی همگی با هم پرشتاب و یا کم شتاب می‌شدند باز مشاهده تغییر امری ناممکن می‌شد (تافلر، 1376: 21).

ارزش‌های خانواده

یکی از انواع ارزش‌ها که در جامعه حائز اهمیت فراوان است، مقوله ارزش‌های خانوادگی است، و آن مفهومی است که رسالت تداوم خانواده و به تبع آن تداوم نسل‌ها را در خود دارد و هم اوست که کیفیت و کمیت نسل فردا را رقم می‌زند (بور بورحسین بیگی، 1383: 19).

نظام ارزش‌های خانوادگی متأثر از ارزش‌های اجتماعی دیگر است و در عین حال در نظام ارزش‌های اجتماعی دیگر هم مؤثر است و این ارزش‌ها از وفاق عمومی برخوردار است. به همین دلیل است که تاکنون هیچ نهاد دیگری نتوانسته است جایگزین نهاد خانواده گردد، کیفیت روابط خانوادگی و مناسبات اعضای خانواده، در روابط و مناسبات اجتماعی اثرات غیر قابل انکار دارد، نقش خانواده در آشنا ساختن و آگاه نمودن اعضای جامعه نسبت به امور مختلف بر هیچ کس پوشیده نیست، حتی برخی جامعه‌شناسان کارکردهای خانواده را یک متغیر مستقل و ثابت تلقی می‌کنند و بنیاد خانواده را تابعی از آن می‌شمرند (آراسته‌خو، 1360: 33).

کولین در مقاله‌ی خود در سال 1994 ارزش‌های خانوادگی را چنین تعریف می‌کند: کیفیت‌هایی که هسته خانواده را تعریف می‌کنند و پیوند مادام‌العمر بین زن و مرد و سایر اعضای خانواده را تضمین می‌کنند، به سخن دیگر ارزش‌های خانوادگی، اموری بسیار مهم‌اند که موجب استحکام بنیان خانواده می‌شوند. کولین همچنین متغیرهایی را برای ارزش‌های خانوادگی برمی‌شمارد که عبارتند از، محبت، تک‌همسری، وظیفه‌شناسی، پاکدامنی، پرهیزکاری و ایمان به خدا، سخت‌کوشی و ... (کولین به نقل از حسین بگی، 1383: 19).

چارچوب نظری

در پژوهش حاضر برای بررسی ارزش‌های سنتی- مدرن در حوزه خانواده، از نظریه‌های نوسازی و آرا جامعه‌شناسانی همچون اینگلههارت، پارسونز، اسملسر، و نظریه جیمز کلمن در مورد سرمایه اجتماعی خانواده و نظریه‌های ارتباطی مک لوهان، جورج گربرنر، والد هال و دیگران استفاده شده است. این نظریه‌ها از پرآوازه‌ترین دیدگاه‌ها در مورد دگرگونی‌های اجتماعی و نوسازی‌اند. ضمناً این نظریه‌ها تاحدی به همه ابعاد تغییر و تحولات اجتماعی به عنوان یک کلیت اشاره نموده و نسبت به سایر نظریه‌ها از عینیت پذیری بیشتری برخوردارند.

نظریه‌های نوسازی

نوسازی به معنای فرایند نو (مدرن) شدن است. در فرهنگ وبستر «نو» به این معنای آورده شده است: مربوط به زمان حاضر یا دوره‌های اخیر، و یا مربوط به یا الزام به عمل بر مبنای آخرین سبک‌ها، روش‌ها و ایده‌ها، یا مربوط به جریان‌های معاصر و مکتب‌های هنری، موسیقایی، ادبی و همچنین

نوسازی به معنای فرایندی چند بعدی است که به دگرگونی در همه زمینه‌های اندیشه و فعالیت انسان دلالت دارد. جنبه‌های اصلی نوسازی شامل شهری شدن، صنعتی شدن، دنیاگرایی، مردم سالار (دموکراتیزه) شدن، آموزش و دسترسی به وسایل ارتباط جمعی است (زاهدی، 1386: 21).

مطالعات نوسازی در اواخر دهه 1950 و اوائل دهه 1960 تأثیرات مهمی بر علوم اجتماعی بر جا نهاد. ادعای اصلی و محوری نظریه نوسازی این است که بین صنعتی شدن و فرایندهای دگرگونی اجتماعی - سیاسی خاص روابط همبستگی وجود دارد که در سطحی گسترده اعمال می‌شود. گرچه جوامع پیشاصنعتی بسیار گوناگونند، اما می‌شود از الگوی جامعه «مدرن» و «صنعتی» به‌صورتی معنادار سخن گفت، الگویی که همه جوامع می‌توانند در مسیر آن گام بردارند به شرط آن که خود را وقف صنعتی شدن کنند. توسعه اقتصادی نشانه‌هایی از دگرگونی را به همراه می‌آورد که نه فقط صنعتی شدن، بلکه شهرنشینی، آموزش و پرورش همگانی، تخصصی شدن مشاغل، گسترش دیوان-سالاری و توسعه ارتباطات را در برمی‌گیرد، و این پدیده‌ها به نوبه خود با دگرگونی‌های گسترده‌تر فرهنگی، اجتماعی و سیاسی پیوند دارند (اینگلهارت، 1386: 3).

یکی از دلایل این که چرا نظریه نوسازی تا بدین حد با اقبال روبه‌رو شد، قدرت پیش‌بینی آن بود: این نظریه تلویحاً بیان می‌دارد که وقتی جامعه‌ای در مسیر صنعتی شدن قرار گیرد، انواع خاصی از دگرگونی‌های ارزشی - فرهنگی محتمل می‌شوند، دگرگونی‌هایی مانند کاهش میزان مولید، افزایش امید به زندگی، افزایش مشارکت سیاسی توده‌ای، تضعیف ارزش‌های مذهبی و کم اهمیت شدن ارزش‌های سنتی» (نوریس و اینگلهارت به نقل از ارمکی و ملکی، 1386: 101).

تالکوت پارسونز نیز در بحث نوسازی مبدع ایده ارزشمندی است که به متغیرهای الگویی موسوم است، فهم ایده پارسونز کم و بیش دشوار است، و شاید علتش نه عمیق بودن آن بلکه پیچیده بودن آن است. پارسونز، در کار اولیه خود، تصمیم می‌گیرد جریان‌های مختلف اندیشه اجتماعی قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم را در چارچوبی فراگیر ترکیب کند. مهم‌ترین ویژگی این ترکیب آن است که نظریه‌های کنش اجتماعی «کل‌گرا» و «فردگرا» را که در میان بنیانگذاران جامعه‌شناسی، به ترتیب با نام دورکیم و وبر پیوند دارند، در هم می‌آمیزد «می‌توان مضمون اصلی کار پارسونز را چنین بیان کرد: اول آن که او جهان اجتماعی را از زاویه افکار مردم، به‌خصوص هنجارها و ارزش‌ها، مشاهده می‌کند. هنجارها قواعدی اجتماعاً پذیرفته شده‌اند که مردم آن‌ها را به‌کار می‌گیرند تا درباره کنش‌های خود تصمیم‌گیری کنند. بهترین توصیف ارزش‌ها باورهای مردم است درباره این که جهان چگونه باید باشد، و این‌ها نیز بر کنش‌های مردم تأثیری تعیین‌کننده دارند. مهم‌ترین فرایندهای اجتماعی تبادل معنا، نمادها و اطلاعات است. دوم، با بهره‌گیری همزمان از رهیافت‌های کل‌گرا و فردگرا، به سازماندهی کنش‌های فرد در نظام‌های کنش می‌پردازد (کرایب، 1378: 52).

پارسونز برای گذر از جامعه سنتی به جامعه مدرن ایده متغیرهای الگویی را مطرح می‌کند. «متغیرهای الگویی، روابط اجتماعی مهمی هستند که در بستر نظام فرهنگی - یعنی متعالی‌ترین و مهم‌ترین سیستم در چارچوب نظری پارسونز قرار داشته و از خصوصیت دوام و تکرارپذیری برخوردارند. از نظر پارسونز پنج دسته متغیر الگویی وجود دارند: در **اولین دسته** از این متغیرها، روابط شخصی در مقابل روابط غیر شخصی قرار می‌گیرد، در جوامع سنتی روابط اجتماعی دارای یک بخش نفسانی - فردی، احساسی و چهره به چهره - است. اما در جوامع نوگرا روابط اجتماعی عموماً به سمت حالت غیر شخصی - غیر فردی، بیگانه و غیر مستقیم - گرایش دارد. **دومین دسته** از متغیرهای الگویی، خاص‌گرایی در مقابل عام‌گرایی است. در جوامع سنتی، افراد تمایل دارند با اعضای دایره اجتماعی خودشان معاشرت کنند، اما در جوامع مدرن، که فشردگی جمعیت وجود دارد، مردم معمولاً به ناچار با غریبه‌ها سر و کار داشته و همین‌طور مایلند که با استفاده از قواعد عام‌گرایی با آن‌ها رفتار نمایند. **سومین دسته** از متغیرهای الگویی عبارتند از: جهت‌گیری جمع‌گرا در مقابل خویش‌نمایی (یا پیگیری منافع شخصی). در جوامع سنتی، جهت‌گیری وفاداری‌ها غالباً به سمت جمع است (مانند خانواده، اجتماع یا دولت قبیله‌ای). بر عکس در جوامع مدرن خویش‌نمایی مورد تأکید قرار دارد مانند تشویق هر فرد به این‌که شخصیت متمایز خود را داشته باشد، به پرورش استعدادها و شخصی خود بپردازد، حداکثر تلاش خود را به کار ببرد و در هر موقعیتی که قرار دارد، خود زندگی خویش را بنا نماید. **چهارمین دسته** از متغیرهای الگویی عبارتند از انتساب در مقابل اکتساب. در جوامع سنتی فرد با منزلت انتسابی خود سنجیده می‌شود. اما در جوامع مدرن، فرد با منزلت اکتسابی خود سنجیده می‌شود. **پنجمین و آخرین دسته** از متغیرهای الگویی عبارتند از نقش‌های اختصاصی در مقابل آمیختگی نقش‌ها. در جوامع سنتی غالباً نقش‌ها در هم آمیخته است. بر عکس، در جوامع نوگرا نقش‌ها اختصاصی است (سو، 1386: 34-37).

نیل. جی. اسملسر یکی دیگر از صاحب نظران بنام نوسازی است. نظریه‌ی اسملسر بر اساس تفکیک کارکردی عناصر ساختی استوار است. به نظر وی در یک جامعه پیشرفته، تفکیک کارکردی عناصر ساختی به صورت کامل صورت گرفته، ولی جامعه توسعه نیافته فاقد چنین تفکیکی است. پس تغییر، روی تفکیک متمرکز شده و فرایندی است که در آن واحدهای اجتماعی مستقل و تخصصی شده به جای واحدهای قبلی استمرار می‌یابند (پاپلی یزدی، 1386: 90). در نظام‌های ارزشی فرایند تمایز ساختی باید به سوی عرفی‌سازی ارزش‌ها و در هم شکستن الگوهای کهنه جهت‌گیری شود. این فرایند اساساً ناظر بر گذار ارزش‌ها از ضمانت اجراهای مذهبی¹ به معقولیتی خودمختار است. بالاخره

1. religious sanction

در نظام‌های قشربندی تحت شرایط نوسازی اقتصادی، باید تمایزات ساختی در این دو بعد افزایش یابد:

- 1) وارد شدن دیگر معیارهای ارزشیابی در عضویت‌های اسنادی مرتبط با رتبه‌بندی اجتماعی.
- 2) افزایش تحرک فردی از طریق سلسله مراتب شغلی (زاهدی، 1386: 97).

در نهایت اسملسر معتقد است که تمامی جوامع در جریان گذارشان از مرحله توسعه نیافتگی به مرحله توسعه‌یافتگی باید دو تحول زیر را در خود محقق سازند: اولاً، تمایزات ساختی باید در آن‌ها محقق شود. ثانیاً، یک نوع هماهنگی کارکردی را نیز که به واسطه آن ساخت‌های متمایز شده را وحدت بخشید، باید تجربه کنند (ازکیا، 1379: 101).

مولفه دیگری که بر فرایند نوسازی و جریان تغییر ارزش‌ها موثر است سرمایه اجتماعی است. منظور از سرمایه اجتماعی سرمایه و منابعی است که افراد و گروه‌ها از طریق پیوند با یکدیگر (و نوع این ارتباطات) می‌توانند به‌دست آورند (شارع‌پور، 1387: 297).

از صاحب نظران تأثیرگذار در این زمینه باید از جیمز کلمن نام برد. نکته قابل توجه در رویکرد کلمن توجه ویژه او به تأثیر روابط خانوادگی بر سرمایه اجتماعی است. برداشت و نگرش کلمن در باره مفهوم سرمایه اجتماعی ریشه در افکار و اندیشه‌های جامعه‌شناسانی چون پارک، برگس و مید دارد. این سه تن، از سازمان‌ها و نهادهای اجتماعی، به منزله جرگه‌ای از منافع متقابل یاد می‌کنند که آداب و رسوم و رویه‌ها و هنجارهای کنترل اجتماعی را تشکیل می‌دهند. از طریق درک مشترکی که از مراودات، گفتمان‌ها و فعالیت‌ها حاصل می‌شود، نهادهای اجتماعی الگوهای رفتاری را که با مسئولیت‌پذیری اجتماعی همراه هستند پدید می‌آورند (اشنایدر، 1384: 54). کلمن بر این باور است که سرمایه اجتماعی بر مبنای کارکرد آن تعریف می‌شود و ذات واحدی نیست بلکه مجموعه‌ای از ذات‌های گوناگون است که دو عنصر مشترک دارد: اولاً همه آن‌ها مشتمل بر جنبه‌ای از ساختار اجتماعی‌اند، ثانیاً برخی کنش‌های کنشگران را در داخل محدوده ساختار تسهیل می‌کنند (تاجبخش، 1385: 50). کلمن همچنین معتقد است که سرمایه اجتماعی به صورت ذاتی در درون روابط و بین کنشگران وجود دارد و قادر است در هر سطح از تراکم جمعیتی ایجاد شود (پارسل، 2001: 126). اصطلاح سرمایه اجتماعی خانواده بیانگر هنجارها، شبکه‌های اجتماعی و روابط کودکان در حال رشد می‌باشد که برای آن‌ها ارزشمند است (کلمن، 1990: 334).

در واقع سرمایه اجتماعی خانواده، ارتباطات اعضای خانواده است که منتهی به پیامدهای قابل توجه ویژه‌ای می‌شود. سرمایه اجتماعی معطوف به روابط حمایتی است که درون و بیرون خانواده برقرار می‌شود. در درون خانواده سرمایه اجتماعی در روابط بین افراد مخصوصاً والدین و فرزندان تجلی می‌یابد، به علاوه کلمن بر اهمیت سرمایه اجتماعی که در خارج از خانواده نیز قرار دارد، تأکید نموده است. این سرمایه اشاره دارد به شبکه اجتماعی خانواده در اجتماع و رابطه آن با سایر نهادهای

اجتماعی و اعضای اجتماع که بسیاری از محققان برای سنجش سرمایه اجتماعی ارتباطات درون خانوادگی و بین خانودگی را به عنوان شاخص‌های اساسی مورد توجه قرار داده‌اند. استانتون و سالازار استدلال می‌کنند که سرمایه اجتماعی عمدتاً در روابط بین خانواده (والدین و کودکان) و کارگزاران نهادی از قبیل آموزگاران، مشاوران، سایر والدین در اجتماع، دوستان، همکلاسی‌ها و همکاران بروز می‌یابد. گذشته از تعاملات درون خانوادگی، تعاملات بین خانوادگی نیز شکل مهمی از سرمایه اجتماعی است. از این حیث سرمایه اجتماعی به دو بخش سرمایه اجتماعی درون خانواده و سرمایه اجتماعی بین خانواده (روابط بین خانواده‌ها و سایر نهادهای اجتماعی) تقسیم می‌شود (نوغانی، 1381:90).

در نظریه کلمن دو عنصر کلیدی سرمایه اجتماعی خانواده، یکی شبکه‌هاست که عنصر عینی و دیگری هنجارها که عنصر ذهنی است. وی سه مکانیسم را ذکر کرده که از طریق آن خانواده‌ها سرمایه اجتماعی را انتقال می‌دهند: 1- از طریق تلاش و زمانی که توسط والدین صرف می‌شود. 2- از طریق پیوندهای مؤثر بین والدین و فرزندان. 3- از طریق رهنمون‌های روشن و مفصلی که با رفتارها سروکار دارد و قابل قبول یا غیر قابل قبول به نظر می‌رسد. وی در تحلیل‌هایش مثال‌هایی را از این‌که چگونه شدت کنش متقابل والدین و بچه‌ها می‌تواند به رشد ذهنی و اجتماعی بچه کمک کند فراهم آورده است (رایت و همکاران، 2001:8).

نکته قابل تأمل دیگر در زمینه ارزش‌های خانوادگی موضوع تبعیت مستقیم یا نامستقیم این ارزش‌ها از عقلانیت کنش ارتباطی در داخل خانواده است که مضمون اصلی نظریه کنش ارتباطی هابرماس است. «قبل از پرداختن به نظریه کنش ارتباطی هابرماس، ابتدا لازم است که به حوزه عمومی مورد نظر هابرماس پرداخته شود. حوزه عمومی مورد نظر هابرماس فضایی است که در آن فضا: «افراد به شیوه عقلانی بتوانند به بحث بپردازند و در این بحث به توافقی برسند. افراد در این محیط‌ها باید بتوانند به طور برابر شرکت کنند، قدرت در این بحث‌ها دخالتی ندارد، هر موضوعی را باید بتوان در این بحث‌ها مطرح کرد، در این بحث‌ها افراد مسائل خصوصی خود را مطرح می‌کنند، این بحث‌ها همیشه باز است و همیشه می‌توان به آن رجوع کرد و درباره‌ی آن بحث کرد. حوزه عمومی هابرماس عرصه‌ای است که در آن افراد به منظور مشارکت در مباحث باز و علنی گرد هم می‌آیند و کنش ارتباطی از طریق بیان و گفت و گو تحقق می‌یابد» (هابرماس به نقل از زنجانی‌زاده و محمدجوادی، 1378:126).

اگر چه بحث هابرماس اساساً معطوف به ارتباطات حاصل از عملکرد رسانه‌های ارتباط جمعی از قبیل روزنامه، مجله، محیط اینترنت و سایر انواع رسانه‌های همگانی است اما از آن‌جا که محیط خانواده شرایط اولیه و بستر لازم برای شکل‌گیری هر نوع ارتباط اجتماعی را فراهم ساخته و از آن مهم‌تر خانواده نخستین جایگاه شکل‌گیری کنش ارتباطی آن هم از نوع پیوسته و پایدار آن است. پس

می‌توان منطق عقلانیت ارتباطی مورد نظر هابرماس را بر خانواده نیز حاکم دانست. «هابرماس دو نوع کنش عقلانی را مشخص می‌کند: کنش عقلانی - هدفمند که با رعایت قواعد فنی تحمیل می‌شود، و کنش ارتباطی که در آن هنجارهای وفاقی از زبان مشترک میان ذهنی ناشی می‌شوند. اولی کنشی عقلانی است که نیروهای اقتصادی و فناوری را هدایت می‌کند و دومی نوعی عقلانیت است که باید شهروندان را در تصمیم‌گیری هدایت کند» (هابرماس به نقل از کیویستو، 110:1378). به این اعتبار می‌توان پذیرفت که به تبع فراگیر شدن عقلانیت در فرایند نوسازی، کنش‌های ارتباطی درون خانواده نیز تحت تأثیر عملکرد این عقلانیت ارتباطی قرار گرفته و ارزش‌های حاکم بر نظام تصمیم‌گیری در آن بر مبنای این عقلانیت ارتباطی جهت‌گیری‌های جدیدی پیدا کند.

از منظر اسملسر فرایند نوسازی حاصل برهمکنش چهار فرایند متمایز «پیشرفت فن شناختی»، «تکامل کشاورزی»، «صنعتی شدن» و «تحول بوم شناختی» است (زاهدی، 96:1386). اسملسر معتقد است که برای تحقق نوسازی باید فرایند تمایز ساختی در قلمرو فعالیت‌های اقتصادی، فعالیت‌های خانوادگی، نظام‌های ارزشی و نظام قشربندی محقق گردد. در فعالیت‌های خانوادگی فرایند تمایز ساختی باید ناظر بر رهایی خانواده از بعضی کارکردهای سابق و تبدیل آن به یک کارگزاری تخصصی شده‌تر باشد. این گرایش معطوف به جدایی کارکردهای خانوادگی از کارکردهای اقتصادی است. فرایند این جدایی از این قرار است:

- کاهش کارآموزی در داخل خانواده

- افزایش فشار بر علیه دخالت خانواده در استخدام نیروی کار و مدیریت

- تضعیف نظارت مستقیم بزرگترها و همجواری خویشاوندان با خانواده هسته‌ای

- افزایش نقش گزینش شخصی، عشق و ضابطه‌های مرتبط با آن در امر ازدواج

- ارتقا پایگاه و منزلت زنان در جامعه.

همچنین، در نظام‌های ارزشی فرایند تمایز ساختی باید به سوی عرفی سازی ارزش‌ها و در هم شکستن الگوهای کهنه جهت‌گیری شود. این فرایند اساساً ناظر بر گذار ارزش‌ها از ضمانت اجراهای مذهبی به معقولیتی خودمختار است (همان: 98).

به نظر می‌رسد که از بین مؤلفه‌های نوسازی آن‌چه تأثیر بیشتری بر دگرگونی نظام‌های ارزشی، خواه در خانواده و خواه در جامعه، باقی می‌گذارد گسترش رسانه‌های جمعی است. این گسترش نخستین بار بطور وسیع در بحث مارشال مک لوهان مورد توجه قرار گرفته است. درون مایه اصلی نظریه مک لوهان در رابطه با وسایل ارتباط جمعی را می‌توان در این عبارت از زبان خودش خلاصه کرد: پیام همان رسانه‌ای است که می‌تواند سبک روابط انسانی را شکل دهد و معیار عملکردهای موجود در این روابط را مشخص کند بی‌آن‌که محتوی یا نحوه استفاده از آن تأثیری بر طیف روابط انسانی بگذارد (مک لوهان، 7:1379). اهمیتی که مک لوهان به خود رسانه می‌دهد تا محتوای آن‌ها، او

را در ردیف کسانی قرار می‌دهد که به جبرگرایی تکنولوژی معتقد هستند. وی استدلال می‌کند که تکنولوژی منبعث از ذهن و عمل انسان‌هاست ولی منش انسان هر عصر و دوره‌ای خود حاصل تکنولوژی زمان خویش است (دادگران، 64:1379).

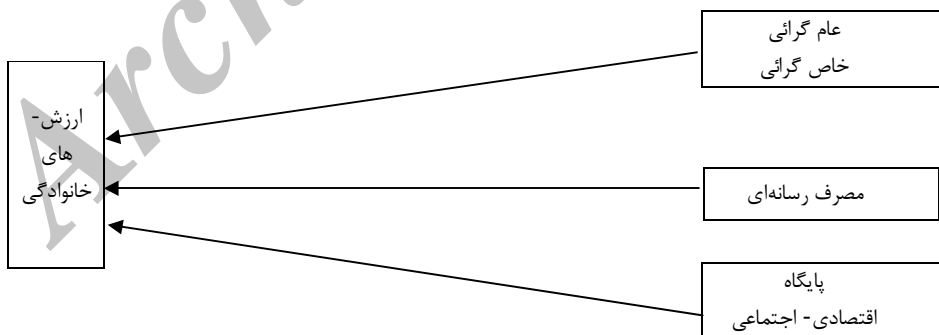
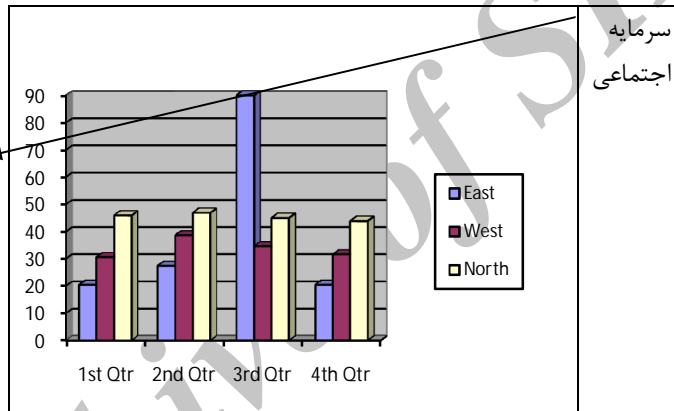
مک لوهان شکل‌گیری هر نوع تکنولوژی را امتداد یکی از حواس انسان دانسته و بر همین اساس در رابطه با قدرت تأثیر گذاری آن‌ها می‌نویسد: اثر تکنولوژی در سطح عقاید یا مفاهیم رخ نمی‌دهد، بلکه نسبت‌های حسی یا الگوی درک را به طور مداوم و بدون مقاومت عوض می‌کند (مک لوهان، 18:1379). مک لوهان برای تحول جوامع بشری سه مرحله مشخص تعریف می‌کند. عنصر تعیین کننده هر مرحله از تحولات جامعه بشری شیوه ای است که افراد هر مرحله برای ارتباط با یکدیگر به کار می‌گیرند، بر همین اساس سه مرحله کهکشان شفاهی، کهکشان گوتنبرگ و کهکشان مارکنی را از یکدیگر متمایز می‌کند (محسنیان راد، 488:1374). پل جاناتان از این سه مرحله تحت عنوان مرحله بیسواد، مرحله کتبی و مرحله ارتباط الکترونیکی یاد می‌کند (جاناتان، 1:1383). در ارتباط با تبیین نظری تأثیر رسانه‌ها بر دگرگونی نظام های ارزشی می‌توان به نظریه کاشت اشاره کرد. تحلیل کاشت توسط جورج گرینر، استاد ارتباطات در دانشگاه پنسیلوانیا طرح و گسترش یافته است. این تئوری از یک پروژه تحقیقاتی در خصوص شاخص‌های فرهنگی که در اواسط دهه 1960 انجام شد، شکل گرفت. در این طرح، رابطه بین خشونت تلویزیونی و خشونت در ایالات متحده مورد بررسی و مطالعه قرار گرفت. هدف این بود که تفاوت‌های بینندگان کم مصرف و پر مصرف از نظر کنش‌ها، باورها و نگرش‌ها در عادات تماشا، بیان و عوامل اجتماعی، فرهنگی و فردی که بین این دو گروه از بینندگان متفاوت است تعیین شود (سیگنوریلی و مورگان به نقل از قانع، 63:1387). رویکرد کاشت به رسانه‌های جمعی به عنوان عامل اجتماعی شدن می‌نگرد و به دنبال بررسی این موضوع است که آیا بینندگان تلویزیون نسخه تلویزیونی واقعیت را که بیشتر می‌بینند باور دارند؟ گرینر و همکارانش بیان داشته‌اند که نمایش تلویزیونی تأثیری چشمگیر روی نگرش‌ها، باورها و قضاوت‌های بینندگان پر مصرف در باره جهان اجتماعی دارد. افرادی که به میزان زیادی تلویزیون می‌بینند، احتمالاً تأثیر بیشتری می‌پذیرند تا افرادی که کمتر تلویزیون تماشا می‌کنند. به خصوص در مورد مسائلی که بینندگان تجربه مستقیم و دست اول کمتری دارند (رضوی زاده، 75:1383).

والدهال از فرار بودن محتوای ارتباطی صحبت می‌کند، عاملی که احتمال تحصیل اثرات را کاهش می‌دهد. او معتقد است اثرات دراز مدت بیش از اثرات کوتاه مدت مورد توجه قرار می‌گیرد و یا به نوعی اگر از یک پیام، به طور طولانی مدت استفاده شود تأثیر آن پیام بیشتر است. کلایپر علاوه بر تکرار پیام، مدت زمان پیام را نیز در نظر می‌گیرد تا برنامه بتواند بالاترین اثر ممکن را داشته باشد. از این دو نظریه هم می‌توان مدت زمان استفاده از وسایل ارتباط جمعی به ویژه اینترنت و هم طول مدت دسترسی به وسایل ارتباط جمعی و همچنین مداومت استفاده از اینترنت را (روزانه، هفتگی، ماهانه)

جهت تأثیر آن بر ارزش‌های مورد استفاده قرار داد. چرا که هر کدام از این عوامل باعث تغییر ارزش‌های خانواده از سنتی به مدرن می‌شود. ... به کمک این نظریه‌ها می‌توان وابستگی به وسایل ارتباط جمعی و رسانه‌ها به‌ویژه اینترنت را مطرح نمود، بدین صورت که استفاده کننده از وسایل ارتباط جمعی فرصت کمتری برای پرداختن به خانواده دارد و این ممکن است باعث کم اهمیت شدن خانواده و در نتیجه تغییر ارزش‌های خانواده شود (والدهال، ویندال و همکاران، دی فلور و بال روکیچ به نقل از زنجانی‌زاده و محمد جوادی، 128:1378).

بر مبنای مباحث مطرح شده در چارچوب نظری اشاره شده، مدل تحقیق در شکل‌های شماره یک و دو ارائه شده است.

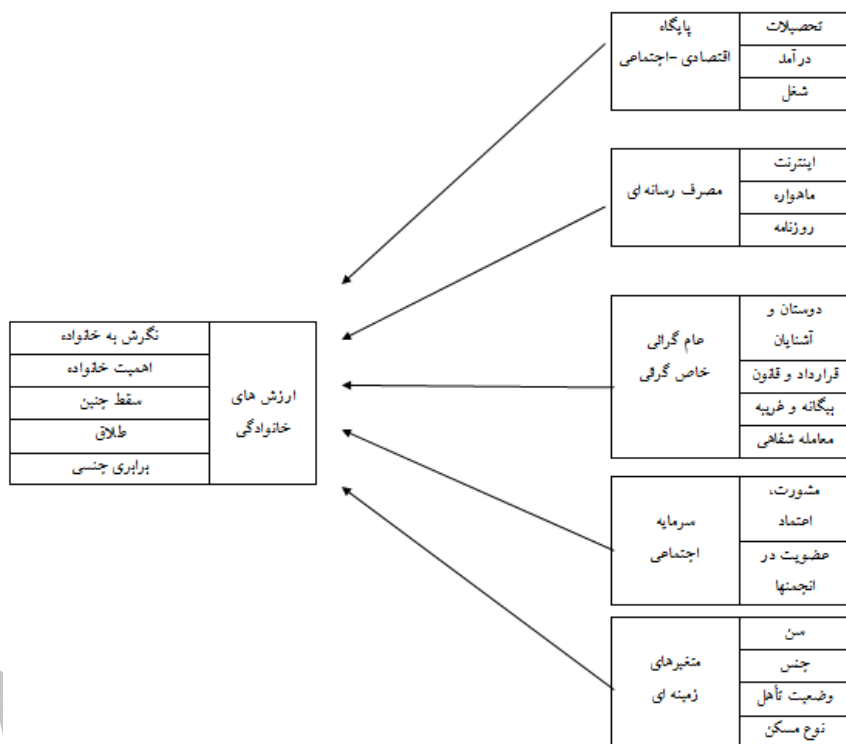
شکل شماره 1. مدل مفهومی تحقیق



در این مدل چهار قضیه وجود دارد:

- 1- هر چه سرمایه اجتماعی بیشتر باشد، تغییر در ارزش‌های خانوادگی بیشتر است.
- 2- هر چه جهت‌گیری عام گرائی و خاص گرائی بیشتر باشد، تغییر در ارزش‌های خانوادگی بیشتر است.
- 3- هر چه میزان مصرف رسانه‌ای بیشتر باشد، تغییر در ارزش‌های خانوادگی بیشتر است.
- 4- هر چه پایگاه اقتصادی - اجتماعی بالاتر باشد، تغییر در ارزش‌های خانوادگی بیشتر است.

شکل شماره 2. مدل تجربی تحقیق



فرضیه‌های تحقیق

1. بین میزان مصرف رسانه‌ای و ارزش‌های خانوادگی (سنتی و مدرن) رابطه وجود دارد.
2. بین سرمایه اجتماعی خانواده و ارزش‌های خانوادگی (سنتی و مدرن) رابطه وجود دارد.

3. بین‌جهت‌گیری عام‌گرایی - خاص‌گرایی و ارزش‌های خانوادگی (سنتی و مدرن) رابطه وجود دارد.
4. بین‌متغیرهای زمینه‌ای و ارزش‌های خانوادگی (سنتی و مدرن) رابطه وجود دارد.
5. بین پایگاه اقتصادی - اجتماعی و ارزش‌های خانوادگی (سنتی و مدرن) رابطه دارد.

روش تحقیق

این پژوهش پیمایشی و از نوع تحقیق توصیفی است. در این پژوهش که جنبه کمی دارد. برای به‌دست آوردن برخی ویژگی‌های فردی، اجتماعی، مشارکت مردم، میزان تحصیلات و...، همچنین برای مقایسه بعضی از ویژگی‌های در حال حاضر جامعه و ویژگی‌های گذشته آن از تکنیک پرسشنامه استفاده شده است. واحد تحلیل فرد و سطح تحلیل خرد است.

جمعیت آماری و روش نمونه‌گیری

جمعیت آماری شامل تمامی شهروندان ساکن در شهر بوکان است. تعداد خانوارهای موجود در این شهر 30000 خانوار بوده (مرکز آمار ایران، 1385) که برای انجام تحقیق از میان اعضای بیش از 15 سال این خانوارها نمونه‌گیری به عمل آمد. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران 379 نفر برآورد شد. نمونه‌گیری پژوهش از نوع خوشه‌ای چند مرحله‌ای است که مطابق آن شهر بوکان ابتدا، به پنج ناحیه شمال، جنوب، مرکز، شرق و غرب تقسیم شده و از میان این پنج ناحیه سه ناحیه شمال، جنوب و مرکز به طور تصادفی انتخاب شده و از میان مناطق انتخاب شده شمال، جنوب و مرکز، محله‌های مختلف مشخص شده و سپس از بین آن‌ها یک محله به طور تصادفی انتخاب شد. در منطقه شمال اسلام آباد در منطقه جنوب شهرک فرهنگیان و در منطقه مرکز نیز حد فاصل بین فرمانداری تا جاده حصار و ابوذر انتخاب شدند و در آخرین مرحله هر یک از این محله‌ها به تناسب خیابان‌های فرعی و اصلی بلوک بندی شده و در نهایت از بین بلوک‌های هر محله دو بلوک انتخاب شده و در هر یک از بلوک‌ها بعد از مشخص کردن خیابان‌ها و کوچه‌های اصلی جهت دستیابی به نمونه‌های معرف، نمونه‌گیری با مراجعه به درب منازل واقع در کوچه‌ها و خیابان‌های فرعی انجام گرفت.

تعریف مفاهیم و متغیرها

الف) متغیرهای مستقل

در این پژوهش مصرف رسانه‌ای، عام‌گرایی - خاص‌گرایی، سرمایه اجتماعی، پایگاه اقتصادی - اجتماعی و متغیرهای زمینه‌ای متغیرهای مستقل و ارزش‌های خانوادگی متغیر وابسته در نظر گرفته شده‌اند، تعاریف عملیاتی این متغیرها از این قراراند:

1) مصرف رسانه‌ای

مصرف رسانه‌ای یعنی استفادهٔ درست، به اندازه و بهینه از وسایل ارتباط جمعی از جمله رادیو، تلویزیون، اینترنت، ماهواره، روزنامه و دیگر رسانه‌ها جهت اطلاع از دنیای پیرامون و بالا بردن آگاهی در راستای اهداف مناسب و درست، همچنین کمک به هویت‌سازی با ارائه انبوه اطلاعات از وقایع، کمک به فرآیند معنایی با توجه به ظرائف و پیچیدگی فراوان جهان امروز (دادگران، 40:1379).

مصرف رسانه‌ای در این پژوهش در دو بعد الکترونیکی و چاپی مورد توجه قرار گرفت. در بعد الکترونیکی رسانه‌هایی چون تلویزیون، رادیو، اینترنت و ماهواره جای دارند و در بعد چاپی رسانه‌هایی چون کتاب، روزنامه و مجلاتی با دوره‌های انتشار مختلف مورد توجه قرار گرفتند. از بین انواع رسانه‌های چاپی و الکترونیکی، تلویزیون، ماهواره، اینترنت و روزنامه به دلیل گستردگی و قدرت نفوذ بالا در مقایسه با دیگر رسانه‌ها جهت بررسی ارزش‌های سنتی - مدرن در حوزه خانواده انتخاب شدند.

2) عام‌گرایی - خاص‌گرایی

میزان تمایل به تنظیم هنجاری سلوک بر اساس قواعد وضعیتی که در آن سلوک صورت تحقق به خود می‌گیرد تمایل فرد یا گروه به این‌که در روابط اجتماعی خود، دیگران را بر اساس ضوابط مربوط به مقوله کنشگران آن وضعیت تیمار کند و در واقع نوعی سوگیری ارزشی است که فرد یا گروه سعی دارد در برخورد با کنشگران اجتماعی دیگر، آن‌ها را بر اساس قواعد و ضوابط عام و نه قواعد و ضوابط مربوط به خود و جامعه خود مورد ارزیابی و قضاوت قرار می‌دهد. عام‌گرایی به صورت عینی در شکل‌های مختلف رفتار و اندیشه به ترتیبی نمود پیدا می‌کند که مبتنی بر ضوابط تعریف شده، استاندارد شده و به طور کلی عام است. هر چیزی که بیانگر برابری افراد، یکسان بودن افراد، و همه را به یک چشم دیدن باشد را می‌توان عام‌گرایی تلقی کرد (چلبی، 159:1382). برای سنجش میزان عام‌گرایی دو راهی‌های تصمیم‌گیری در موقعیت‌های مختلفی برای پاسخگویان طرح می‌شود که انتخاب هر یک به عام‌گرایی و یا نقطه مقابل آن به خاص‌گرایی ختم می‌شود.

سرمایه اجتماعی خانواده

3) شکل مهمی از سرمایه اجتماعی است که از ترکیب کمیت و کیفیت روابط بین والدین و فرزندان ایجاد می‌شود (آیسلر، 2001:45) یعنی روابطی است که بین والدین و بچه‌ها (و اگر خانواده شامل اعضای دیگری باشد بین آن‌ها و بچه‌های خانواده) برقرار است (تاجبخش، 1385:73). به سخن دیگر سرمایه اجتماعی را مجموعه منابعی میدانند که در ذات روابط

خانوادگی و در سازمان اجتماعی وجود دارد و برای رشد شناختی یا اجتماعی اعضای خانواده سودمند است این منابع برای افراد مختلف متفاوت است و می‌تواند مزایای مهمی برای اعضای خانواده در رشد سرمایه انسانی شان باشد. در این پژوهش سرمایه اجتماعی خانواده در چهار بعد سرمایه اجتماعی ساختاری درونی و بیرونی خانواده و سرمایه اجتماعی شناختی درونی و بیرونی خانواده در نظر گرفته شد.

سرمایه اجتماعی ساختاری درون خانواده: یکی از ابعاد سرمایه اجتماعی خانواده است که شامل شاخصهایی چون تعاملات بین اعضای خانواده (رایت، 2002) حضور اعضا در خانه (پارسل، 2002) می‌باشد و بر اساس این شاخص‌ها گویه‌ها طراحی شده است.

سرمایه اجتماعی ساختاری بیرون خانواده: بعد دیگر سرمایه اجتماعی خانواده می‌باشد. این بعد مربوط به جنبه‌های عینی سرمایه اجتماعی در بیرون از خانواده است و شامل مولفه ارتباطات اجتماعی (عضویت اعضای خانواده در نهادها و انجمن‌ها) (پارسل، 2001) می‌باشد.

سرمایه اجتماعی شناختی درون خانواده: در بعد شناختی سرمایه اجتماعی مولفه‌هایی برای سنجش این بعد از سرمایه اجتماعی خانواده به کار برده شده که شامل: سطح انتظارات اعضای خانواده (تاجبخش، 1385:76)، صمیمیت بین اعضای خانواده و اعتماد درون خانواده (پارسل، 2001) می‌باشد.

سرمایه اجتماعی شناختی بیرون خانواده: این بعد از سرمایه اجتماعی شامل اعتماد بیرون خانواده (تعمیم یافته)، نوع دوستی و حمایت اجتماعی (حسن تبار، 1384) می‌باشد. حمایت اجتماعی مؤلفه دومی دارد که شامل حمایت اقوام و خویشاوندان، دوستان و همسایگان می‌باشد و سه بعد کمک عینی یا ابزاری، اطلاعاتی و عاطفی را در بر می‌گیرد. حمایت عینی یا ابزاری دلالت بر موجود بودن حمایت فیزیکی دارد در این نوع، کمک از افرادی کسب می‌شود که نزدیک و صمیمی هستند. حمایت اطلاعاتی شامل کمک به فهم یک مسئله مشکل است. این نوع حمایت دلالت بر اطلاعاتی دارد که فرد می‌تواند در برابر مسائل شخصی و محیطی از آن استفاده کند. حمایت عاطفی به ارتباط با کسانی دلالت دارد که برای دلداری، تسلی و احساس اطمینان، فرد می‌تواند به آن‌ها رجوع کند. افرادی که دارای منابع عاطفی کافی‌اند نوعاً احساس می‌کنند دیگرانی را دارند که هنگام برخورد با مشکلات می‌توانند به آن‌ها مراجعه کنند (فلمینگ و بوم، 1986 به نقل از قدسی، 180:1382).

4) پایگاه اقتصادی - اجتماعی

نشان دهنده وضعیت کنونی فرد در سلسله مراتب اجتماعی است. «پایگاه اجتماعی - اقتصادی جایگاهی است که هر کس در ساخت اجتماعی اشغال می‌کند. وضع و اعتبار اجتماعی است که در بطن جامعه‌ای که فرد در آن زندگی می‌کند به او در ابعاد مختلف تفویض می‌شود» (افروغ به نقل از

قانعی راد و حسینی، 1384 : 112). برای سنجش متغیر پایگاه اجتماعی - اقتصادی در این پژوهش از شاخص دانکن مشتمل بر تحصیلات، درآمد و شغل (میلر، 1387:388) استفاده شده است.

5) متغیرهای زمینه‌ای شامل سن، جنس، تأهل و نوع منزل مسکونی می باشند.

ب) متغیر وابسته

ارزش‌های خانواده (سنتی و مدرن)

ارزش‌های سنتی را می توان مجموعه اعتقادات، باورها، نظرات و رفتارهای تکرارپذیر دانست که در بستر زمان ایجاد می‌شود و مورد حمایت و اهتمام مردم قرار می‌گیرند به سخن دیگر، این‌ها ارزش‌های پایداری هستند که خانواده آن‌ها را از طریق روش‌های متعدد از نسلی به نسل دیگر انتقال می‌دهد تا تداوم و هویت خویش را در طول زمان حفظ نماید. اما ارزش‌های مدرن باورها و رفتارهایی هستند که در نقطه مقابل ارزش‌های سنتی قرار داشته، آن‌ها را کهنه و منسوخ شده می‌پندارند و ارزش‌های جدیدی را می‌آفرینند. «یکی از انواع ارزش‌ها که در جامعه حائز اهمیت فراوان می‌باشد، مقوله‌ی ارزش‌های خانوادگی است، و آن مفهومی است که رسالت تداوم خانواده و به تبع آن تداوم نسل‌ها را در خود دارد و هم اوست که کیفیت و کمیت نسل فردا را رقم می‌زند. کولین در مقاله خود در سال 1994 ارزش‌های خانوادگی را چنین تعریف می‌کند: کیفیت‌هایی که هسته خانواده را تعریف می‌کنند و پیوند مادام‌العمر بین زن و مرد و سایر اعضای خانواده را تضمین می‌کند، به عبارت دیگر ارزش‌ها خانوادگی، اموری بسیار مهم‌اند که موجب استحکام بنیان خانواده می‌شوند، (کولین به نقل از حسین بگی، 1383: 19). جهت سنجش متغیر ارزش‌های خانوادگی و تغییرات این ارزش‌ها از مفاهیمی چون نگرش به خانواده، اهمیت خانواده (خانواده گرایی)، طلاق، آزادی امور جنسی و برابری جنسی استفاده می‌شود.

یافته‌های پژوهش

آزمون فرضیه‌ها و روابط بین متغیرها

1) فرضیه اول: بین میزان مصرف رسانه‌ای و ارزش‌های خانوادگی (سنتی و مدرن) رابطه وجود دارد.

جدول شماره 1. تحلیل رگرسیون ارزش‌های خانوادگی بر حسب مصرف رسانه

متغیر مستقل	B	خطای استاندارد	Beta	T	سطح معنی داری
استفاده از رسانه	0/007	0/001	0/305	-6/082	0/001
مقدار ثابت (Constant)	64/526	0/599	---	107/673	0/001
	Sig= 0/000	F=36/996	R ² = 0/093	R= 0/305	

جدول شماره 1 ضریب رگرسیونی ارزش‌های خانوادگی و رسانه را نشان می‌دهد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر $R = 0/305$ و دارای سطح معنی داری بسیار بالا ($P=0/001$) می‌باشد و چون این رقم مثبت است بیانگر وجود رابطه مستقیم میان این دو متغیر می‌باشد. یعنی هرچه میزان استفاده از رسانه بالا رود، ارزش‌های سنتی خانواده کاهش یافته و ارزش‌های مدرن افزایش می‌یابد. بنا براین فرضیه اول مبنی بر وجود رابطه بین دو متغیر پذیرفته می‌شود. با توجه به مقدار ضریب تعیین $R^2 = 0/093$ می‌توان گفت که حدود 9 درصد از تغییرات ارزش‌های خانوادگی توسط رسانه قابل تبیین است.

(2) فرضیه دوم: بین سرمایه اجتماعی خانواده و ارزش‌های خانوادگی رابطه وجود دارد.

جدول شماره 2. تحلیل رگرسیون ارزش‌های خانوادگی بر حسب سرمایه اجتماعی

متغیر مستقل	B	خطای استاندارد	Beta	T	سطح معنی داری
سرمایه بیرونی	0/122	0/025	0/241	4/824	0/001
سرمایه درونی	0/214	0/039	0/274	5/48	0/001
مقدار ثابت (Constant)	41/680	2/86	---	14/557	0/001
	Sig= 0/000	F=23/719	$R^2 = 0/116$		R=0/341

جدول شماره 2 ضریب رگرسیونی ارزش‌های خانوادگی و سرمایه اجتماعی را نشان می‌دهد. ضریب همبستگی بین دو متغیر ارزش‌های خانوادگی و سرمایه اجتماعی بیرونی برابر $R = 0/241$ و دارای سطح معنی داری بسیار بالا ($P=0/000$) است و ضریب همبستگی بین دو متغیر ارزش‌های خانوادگی و سرمایه اجتماعی درونی برابر $0/274$ و دارای سطح معنی داری بسیار بالا ($P=0/001$) می‌باشد و چون هر دو این رقم‌ها مثبت‌اند وجود رابطه مستقیم میان دو متغیر سرمایه اجتماعی درونی و بیرونی با ارزش‌های خانوادگی را بازگو می‌کنند. یعنی هرچه میزان سرمایه اجتماعی درونی و بیرونی بالا رود، ارزش‌های مدرن خانواده نیز افزایش یافته و ارزش‌های سنتی خانواده کاهش می‌یابد. بنا براین فرضیه دوم مبنی بر وجود رابطه بین دو متغیر نیز پذیرفته می‌شود. با توجه به مقدار ضریب تعیین $R^2 = 0/116$ حدود 11 درصد از تغییرات ارزش‌های خانوادگی توسط سرمایه اجتماعی درونی و بیرونی قابل تبیین است.

(3) فرضیه سوم: بین جهت‌گیری خاص گرایي- عام گرایي و ارزش‌های خانوادگی رابطه وجود دارد.

جدول شماره 3. تحلیل رگرسیون ارزش های خانوادگی بر حسب خاص گرایی - عام گرایی

متغیر مستقل	B	خطای استاندارد	Beta	T	سطح معنی داری
خاص گرایی، عام گرایی	106	0/037	0/148	2/855	0/005
مقدار ثابت (Constant)	57/671	1/29	-----	44/447	0/000
	F=8/154	R ² = 0/022		R=0/148	
	Sig= 0/005				

جدول شماره 3 ضریب رگرسیونی ارزش های خانوادگی و عام گرایی را نشان می دهد. ضریب همبستگی بین دو متغیر ارزش های خانوادگی و عام گرایی برابر $R = 0/148$ و دارای سطح معنی داری بسیار بالا ($P=0/001$) می باشد و چون این رقم مثبت است بیانگر وجود رابطه مستقیم میان ارزش های مدرن خانواده و عام گرایی می باشد. یعنی هرچه میزان الگوی عام گرایی بالا رود، ارزش های مدرن خانواده نیز افزایش می یابد. بنا براین فرضیه دوم مبنی بر وجود رابطه بین دو متغیر پذیرفته می شود. با توجه به مقدار ضریب تعیین $R^2 = 0/022$ حدود 2 درصد از تغییرات ارزش های خانوادگی توسط عام گرایی قابل تبیین است.

4) فرضیه چهارم: بین متغیرهای زمینه ای و ارزش های خانوادگی رابطه وجود دارد.

برای بررسی همبستگی متغیرهای زمینه ای سن، درآمد و تحصیلات با ارزش های خانوادگی از شاخص همبستگی پیرسون استفاده شد. سن و درآمد متغیرهایی فاصله ای هستند و تحصیلات نیز با وجود این که خود در مقیاس ترتیبی اندازه گیری می شود، ولی دارای زیر بنای پیوسته بوده و در تعداد نمونه بالا به صورت فاصله ای در می آید.

در بین همبستگی های مشاهده شده، همبستگی متغیرهای درآمد و تحصیلات با ارزش های خانوادگی معنی دار نیست. از همبستگی های معنی دار می توان به همبستگی مثبت تحصیلات و درآمد اشاره کرد. به سخن دیگر هرچه تحصیلات افراد بالاتر می رود، بر میزان درآمد آن ها افزوده می شود. همچنین سن و ارزش های خانوادگی دارای همبستگی مثبت و معنی داری است.

جدول شماره 4. همبستگی سن، درآمد و تحصیلات با ارزش های خانوادگی

متغیرها	1	2	3
1- ارزش های خانوادگی	---		
2- تحصیلات	0/076	---	
3- درآمد	0/009	0/443**	---
4- سن	0/163**	-0/098	0/057

**معنی داری در سطح 0/01

5) فرضیه پنجم: بین ارزش‌های خانوادگی با وضعیت اقتصادی - اجتماعی رابطه وجود دارد. برای تحلیل این فرضیه از همبستگی پیرسون استفاده شد. با فرض این که یکی از مهمترین شاخص‌های وضعیت اقتصادی - اجتماعی میزان درآمد خانواده‌ها است، به بررسی همبستگی آن با ارزش‌های خانوادگی پرداخته شد.

جدول شماره 5. همبستگی ارزش‌های خانوادگی با وضعیت اقتصادی اجتماعی

متغیرها	1	2
1- ارزش‌های خانوادگی	---	
2- وضعیت اقتصادی - اجتماعی	0/009	---

در جدول شماره 5 همبستگی ارزش‌های سنتی - مدرن با وضعیت اقتصادی - اجتماعی بازگو شده است. همبستگی بین ارزش‌های خانوادگی و وضعیت اقتصادی - اجتماعی به میزان 0/009 برآورد شد که در سطح معنی داری 0/05 معنی دار نیست.

رگرسیون چند متغیری

برای ترکیب کلیه عوامل در یک مدل به منظور امکان پیش بینی ارزش‌گذاری‌های خانوادگی از روی متغیرهای مستقل، در جریان یک تحلیل رگرسیونی این متغیرها باهم ترکیب و مورد بررسی قرار گرفتند. در تحلیل رگرسیونی چندگانه، متغیر وابسته (ارزش‌های خانوادگی) تحت تأثیر عوامل خاص‌گرایی - عام‌گرایی، سرمایه بیرونی، سرمایه درونی و مصرف رسانه‌ای در نظر گرفته شده است. چهار متغیر مستقل به روش ورودی (enter) در معادله رگرسیونی وارد شده‌اند.

جدول شماره 6. نتایج آزمون رگرسیونی ارزش‌های خانوادگی بر حسب متغیرهای تحقیق

متغیرها	ضریب بتا	T	معنی داری بتا	همبستگی چندگانه	مجدور همبستگی	معنی داری
مقدار ثابت	43/217	13/62	0/001**	0/451	0/203	0/001
خاص‌گرایی و عام‌گرایی	0/108	3/19	0/002**			
سرمایه بیرونی	0/92	3/68	0/001**			
سرمایه درونی	0/209	5/63	0/001**			
رسانه	0/006	5/29	0/001**			

** معنی داری در سطح 0/01

مقدار $f=22/889$ با سطح معنی داری $p=0/001$ نشان می‌دهد که معادله رگرسیونی در کل معنادار می‌باشد بدین معنی که حد اقل ضریب رگرسیون یکی از متغیرهای مستقل مخالف صفر است. همچنین مقدار R^2 (مجذور همبستگی) حاکی از آن است که در این معادله رگرسیونی، $20/3$ درصد مقدار واریانس متغیر ارزش‌های خانوادگی توسط چهار متغیر مستقل در مدل تبیین می‌شود. زیاد نبودن این مقدار در وهله نخست این موضوع را به ذهن متبادر می‌کند که متغیرهای دیگری که در این پژوهش بکار گرفته نشده‌اند تأثیر بسیار بیشتری در مقایسه با متغیرهای مستقل ادخال شده در تحقیق بر ارزش‌های خانوادگی دارند. لیکن باید توجه داشت که با احتساب تأثیرات مستقیم و نامستقیم متغیرهای مستقل بکاررفته در مدل تحلیلی بر متغیر وابسته مشخص می‌شود که اثر کل این متغیرها بر متغیر وابسته بیشتر است.

با توجه به جدول فوق و سطح معنی داری هر متغیر می‌توان گفت که اثر متغیرهای مستقل عام‌گرایی - خاص‌گرایی، سرمایه بیرونی، سرمایه درونی و مصرف رسانه‌ای بر متغیر وابسته ارزش‌های خانوادگی در سطح $0/01$ معنی‌دار هستند (به استثنای متغیر خاص‌گرایی - عام‌گرایی که در سطح $0/05$ معنی‌دار می‌باشد) معادله رگرسیون آن را می‌توان به این صورت نوشت:

$$\text{سرمایه درونی} \times 0/209 + [\text{سرمایه بیرونی} \times 0/92] + [\text{عام‌گرایی} \times 0/108] + [\text{استفاده از رسانه} \times 0/006] + 43/217 = \text{ارزش‌های خانوادگی}$$

با توجه به معادله فوق می‌توان گفت که با تغییر یک واحد در متغیر استفاده از رسانه، ارزش‌های خانوادگی مدرن $0/006$ برابر افزایش می‌یابد. همچنین تغییر یک واحد در سرمایه درونی، سرمایه بیرونی و مقوله عام‌گرایی - خاص‌گرایی ارزش‌های خانوادگی مدرن را به ترتیب $0/21$ ، $0/92$ و $0/10$ افزایش خواهد داد. با توجه به این‌که تمام متغیرهای مستقل دارای ضرایب مثبت هستند با افزایش مقدار آن‌ها میزان ارزش‌های خانوادگی مدرن نیز افزایش می‌یابد. این یافته‌ها با توجه به نظریه‌های بکار گرفته شده دور از انتظار نبوده است و نشان می‌دهند که نظریه‌های مورد استفاده به عنوان چارچوب نظری، در جامعه مورد مطالعه نیز تا حدود زیادی صادق‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری

با وجود گذشت بیش از یکصد سال از شروع تجربه نوسازی و کوشش‌های معطوف به استقرار مدرنیته در ایران، همچنان رابطه سنت و مدرنیته در جامعه ایرانی به عنوان یک چالش اساسی تلقی می‌شود. ایران در این مدت دچار دگرگونی‌های زیادی شده است که ناشی از نوگرایی (مدرنیزاسیون)، کوشش‌های معطوف به مدرنیته و نوگرایی و پیامدهای آن‌ها در جامعه و نهادهای اجتماعی است و

نشانگر آن است که جامعه ایرانی تا حد زیادی در راه تجدید (مدرنیته) به جلو گام برداشته است و برخلاف آنچه که گفته می‌شود این تغییرات در حد ظواهر نیست بلکه در مواردی جنبه‌های ساختاری نیز داشته و برخی ساختارهای اساسی را در معرض تغییر قرار داده است، از جمله این ساختارهای دست‌خوش دگرگونی، خانواده و ارزش‌های موجود در آن است که بخصوص در نیم قرن اخیر آرام و کند اما مستمر و قاطع دگرگونی پذیرفته‌اند (شکریگی، 1388: 1).

نتایج حاصل از این پژوهش حاکی از آن است که میانگین شاخص مصرف رسانه‌های 309 دقیقه در شبانه‌روز است که در حد بالایی ارزیابی می‌شود. همچنین تحلیل رگرسیونی انجام شده نشان می‌دهد که اثر مجموع مدت زمان استفاده از رسانه بر ارزش‌های خانوادگی مثبت و معنی دار بوده است. به سخن دیگر، میزان استفاده از رسانه‌ها ارزش‌های سنتی خانواده را کاهش داده است و هرچه میزان استفاده از رسانه بیشتر بوده، ارزش‌های سنتی خانواده وزن و اهمیت کمتری یافته و در مقابل بر ارزش‌های مدرن خانواده افزوده شده است. این نکات بیانگر تأثیر رسانه‌های ارتباطی بر ارزش‌های خانوادگی است و همچنین دلالت بر این دارد که نظریه‌های مطرح شده در این پژوهش در ارتباط با رسانه‌ها با فرضیه اول و شاخص‌های در نظر گرفته شده برای آن تطابق دارند. در حالت کلی به کمک این نظریه‌ها می‌توان وابستگی به وسایل ارتباط جمعی و رسانه‌ها را در خانواده‌های شهر بوکان مطرح نمود، بدین صورت که استفاده‌کننده از وسایل ارتباط جمعی فرصت کمتری برای پرداختن به خانواده دارد و این خود باعث کمتر شدن اهمیت خانواده، و در نتیجه تغییر ارزش‌های حوزه‌ی خانواده، به ویژه کاهش ارزش‌های سنتی این نهاد می‌شود. اما با این حال خانواده هنوز پناهگاه و مأمن انسان‌ها در جامعه است و به رغم هجوم عصر ارتباطات جمعی و نفوذ فردگرایی بر روابط بین اعضا، همچنان به حیات خود ادامه داده و به عنوان اصلی‌ترین شالوده نظم و ثبات اجتماعی در جامعه همچنان حضور فعال و موثر دارد، و اگر چه امواج دگرگونی‌های بالنسبه مهمی را تحمل کرده است، اما شاکله اصلی و کارکردهای بنیادی خود را همچنان حفظ کرده است.

در خصوص تأثیر سرمایه اجتماعی خانواده بر ارزش‌های خانوادگی (سنتی و مدرن) می‌توان چنین گفت که با افزایش میزان سرمایه اجتماعی درونی و بیرونی، بر ارزش‌های مدرن خانواده افزوده شده است و از ارزش‌های سنتی نیز کاسته شده است. در واقع این مطلب نشان دهنده این نکته است که نهاد خانواده به بازتولید تجددگرایانه ارزش‌های خود پرداخته و ضمن حفظ سنت و همچنین قبول ارزش‌های مدرن تلاش داشته تا سرمایه اجتماعی خود را حفظ و تقویت کند. نهاد خانواده توانسته است بین میزان تجددگرایی و سرمایه اجتماعی نوعی ارتباط منطقی برقرار کند یعنی این‌که خانواده در عین حال که ارزش‌های مدرن را پذیرفته است به همان اندازه سرمایه‌ی اجتماعی خود را هم، که نشأت گرفته از ارزش‌های سنتی آن است، حفظ کرده‌است. به سخن دیگر هم روابط گروهی و اجتماعی

اعضای آن گسترده‌تر شده و هم این که اعضا به درون خانواده پناه برده و شاید بیشتر از گذشته و به طور آگاهانه‌تری به حفظ ارزش‌های کارکردی خود پرداخته‌اند.

همچنین همبستگی بین عام‌گرایی و ارزش‌های مدرن خانواده مثبت و معنی‌دار بوده است. با افزایش میزان الگوی عام‌گرایی در خانواده، ارزش‌های مدرن خانواده بیشتر شده و میزان خاص‌گرایی در خانواده کاهش یافته است و در مقابل الگوی عام‌گرایی و روابط عمومی‌تر اجتماعی جایگزین آن شده‌اند. این نتیجه خود بیانگر آن است که نظریه‌های نوسازی اینگلهارت و تا حدودی پارسونز و اسملسر که مدعی‌اند که جوامع برای تحقق نوسازی لازم است که بعضی از مؤلفه‌های نظام ارزشی سنتی خود را در هم شکسته و خود را صرفاً با ارزش‌ها نوین هماهنگ و منطبق سازند برای جامعه مورد مطالعه صادق نیست. البته در تبیین این عدم انطباق باید نخست به این نکته بسیار اساسی اشاره کرد که جامعه مورد مطالعه هیچ یک از فرایندهای مدرنیسم و مدرنیزاسیون و حتی شهرگرایی و شهرنشینی را به‌طور کامل و قابل تأییدی از سر نگذرانده است. ضمناً باید به این نکته هم اشاره کرد که جامعه مورد مطالعه به علت شرایط خاص اقتصادی - اجتماعی و وجود خرده فرهنگ‌های متنوع در آن، دچار نوعی درنگ فرهنگی است، و زمینه‌های فرهنگی لازم برای ورود به مدرنیته و همچنین استفاده بهینه و درست از وسایل ارتباطی و الکترونیکی در آن فراهم نشده است. به سخن دیگر در بوکان بعد فرهنگی توسعه و نوسازی به طور کامل قوام نیافته است و عقلانیت و تحول فکری و نگرشی متناظر با وضعیت مدرنیته و مدرنیزاسیون که همراه با دیگر عناصر اساسی زندگی امروزی، نظیر فردگرایی و عرفی شدن و علم‌گرایی و خرافه ستیزی، باید بر ساختار فکری و رفتاری کنشگران حاکم شود، هنوز به نحو کامل در این جامعه پدیدار نشده است. و این همان چیزی است که از آن با "پس افتادگی فرهنگی" یعنی عقب افتادگی فرهنگ غیر مادی از فرهنگ مادی، که سریع‌الوصول‌تر است، یاد می‌شود. نتایج تحقیق هم گویای آن است که خانواده‌های بوکانی ضمن حفظ و ابقای ارزش‌های سنتی خود، ارزش‌های نوین را هم به نوعی جذب کرده‌اند و در حقیقت شاید بتوان گفت نوعی شبه مدرنیزاسیون بومی در خانواده‌ها در حال شکل‌گیری است، البته این «شبه مدرنیزاسیون محلی را نمی‌توان با مدرنیته تاریخی و شناخته شده‌ای که خاستگاه آن در تمدن غربی است مقایسه کرد و شاید حتی کاربرد واژه «مدرن» در ترکیب اصطلاحی «شبه مدرنیزاسیون بومی» هم قابل توجیه نباشد. با این همه در اصل حدوث تغییرات معطوف به نوگرایی در ارزش‌های خانوادگی، که کم و بیش نتیجه مستقیم یا نا مستقیم فرایند نوسازی ارزیابی می‌شود، در جامعه مورد مطالعه نمی‌توان تردید داشت. یکی از شاخص‌های مهم مدرنیته نفوذ فراگیر عقلانیت در همه ابعاد زندگی اجتماعی و نیز غلبه فردگرایی در ساختار روابط اجتماعی در جامعه است و به نظر نمی‌رسد که جامعه مورد مطالعه از این حیث امتیاز بالایی کسب کند. گو آن‌که خانواده‌های مورد مطالعه در چند دهه گذشته در صدد برآمده‌اند که ارزش‌های سنتی خود را بازسازی کنند و بر اساس ارزش‌های به روز شده و بازسازی شده با

یکدیگر و با جامعه برهمکنش داشته باشند اما وضعیت موجود را نمی‌توان وجهی معتبر از مدرنیته یا مدرنیزاسون تلقی کرد. با این حال هستند محققانی که استدلال می‌کنند که مدرنیته نسخه واحدی نیست و هرگونه حرکت به سوی ابداع و مقابله با سنت را می‌توان نوعی مدرنیته تلقی کرد و راه رسیدن به مدرنیته در هر جامعه‌ای بر اساس پیشینه‌های تاریخی، اجتماعی و شرایط اقتصادی و ارزش‌های اصیل فرهنگی آن، با دیگر جوامع متفاوت است و فرض مسلم بر این است که جامعه بشری نه تنها یک مدرنیته بلکه مدرنیته‌ها دارد (میلانی، 1378، میرسپاسی، 1384؛ کاظمی، 1383؛ جلالی پور، 1389). در نوع بالنسبه افراطی تر این رویکرد استدلال می‌شود که خانواده‌های ایرانی با استفاده از ادامه آداب و رسوم، باورها، ارزش‌های فرهنگی بومی خود و همچنین باورهای عمیقی چون مقاومت در برابر فرهنگ غیرپذیری، ارج نهادن به هویت اصیل و راستین قومی خویش و بازگشت به سنت فرهنگی آلوده نشده بومی (بروجردی، 30:1377) نوعی مدرنیته بومی را ایجاد کرده‌اند. اگر چه این ایده‌ها نیازمند ارزیابی نقادانه و همه جانبه برای روشن شدن همه ابعاد آن است اما بدیهی است که جای چنین نقدی در این جا نیست و چنین کاری از حوصله این مقاله خارج است و فرصتی دیگر می‌طلبد. در یک بحث و نتیجه‌گیری نهایی می‌توان چنین گفت که گو آن که جامعه بوکان چیزی در حدود یک کوشش بی وقفه در زمینه استقرار مدرنیته و اجرای نوسازی را به نمایش می‌گذارد و اثرات این دو پدیده پیامدهای مثبت و منفی قابل تأملی در این جامعه از خود به جای گذاشته و از جمله باعث تغییراتی در ارزش‌های موجود در نهاد خانواده شده است، و اگر چه خانواده در این فرایند به نوسازی و بازسازی بخش‌هایی از ارزش‌های مورد نیاز خود پرداخته است اما این فرایند اولاً به شکل کامل و همه جانبه‌ای صورت نگرفته و از سوی دیگر به نحوی محقق نشده است که گذار به عقلانیت فراگیر، فرد گرایی، عرفی شدن و مدرنیته را به نحو مؤثری امکان پذیر کند.

منابع

- آراسته‌خو، محمد (1360)، *فرهنگ اصطلاحات علمی - اجتماعی*، تهران: نشر گستر، چاپ اول.
- اینگلهارت، رونالد (1373)، *تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی*، ترجمه مریم وتر، انتشارات کویر، چاپ اول.
- اینگلهارت، رونالد (1386)، *نوسازی و پسانوسازی*، ترجمه علی مرتضویان، *ارغنون* (مجموعه مقالات) انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، چاپ دوم.
- ازکیا، مصطفی (1379)، *جامعه‌شناسی توسعه*، انتشارات کلمه، چاپ دوم.
- ارمکی، تقی‌آزاد (1387)، *رابطه بین نسلی در خانواده ایرانی*، مسایل اجتماعی ایران (مجموعه مقالات)، انتشارات آگه، چاپ دوم.

- آزاد ارمکی، تقی و ملکی، امیر (1386)، تحلیل ارزش‌های سنتی و مدرن در سطوح خرد و کلان، *نامه علوم اجتماعی*، شماره 30 سال 1386.
- اشنایدر، باربارا، سرمایه اجتماعی، ترجمه داوود حیدری، *مجله رشد آموزش علوم اجتماعی* (ویژه‌نامه سرمایه اجتماعی)، دوره نهم، شماره 2، ص 59-54.
- بروجردی، مهرداد (1377)، *روشنفکران ایرانی و غرب*، ترجمه مهرداد شیرازی، انتشارات فرزانه، چاپ دوم.
- بهنام، جمشید (1384)، *تحولات خانواده*، ترجمه محمد جعفر پوینده، نشر ماهی، چاپ دوم.
- بوربور حسین‌بیگی، مریم (1383)، «بررسی رابطه‌ی اینترنت و شکاف ارزش‌ها در بین دو نسل (مطالعه‌ی موردی کلیه دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه تهران و والدین آن‌ها)»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- پاپلی یزدی و ابراهیمی، محمد حسین و محمد امیر (1386)، *نظریه‌های توسعه روستایی*، نشر سمت، چاپ سوم.
- پیوزی، مایکل (1379)، *بورگن هابرماس*، ترجمه احمد تدین، انتشارات هرمس، چاپ اول.
- تافلر، آلوین (1376)، *شوک آینده*، ترجمه حشمت‌الله کامرانی، نشر سیمرخ، چاپ سوم.
- توکلی، مهناز (1378)، ارزش‌ها، مفاهیم و ابزارهای سنجش، *نامه پژوهش* شماره 15 و 14 سال 1378.
- تاجبخش، کیان (1385)، *سرمایه اجتماعی، اعتماد، دموکراسی و توسعه*، ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، نشر شیرازه.
- جاناتان، پل (1383)، *نظریه تحول ارتباطات انسانی مارشال مک لوهان*، ترجمه افسانه کریمی، گروه ارتباطات دانشگاه اوهایو، سایت با نگاه اندیشه.
- جلایی پور، حمیدرضا (1389)، ایران: جامعه کژ مدرن، در: *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره یازدهم، شماره 1، بهار 1389، تهران: انجمن جامعه‌شناسی ایران.
- چلبی، مسعود (1382)، *جامعه‌شناسی نظم*، نشرنی، چاپ دوم.
- حسن تبار، منیرالسادات (1384)، «بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی خانواده و موفقیت تحصیلی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه الزهراء.
- دادگران، محمد (1379)، *مبانی ارتباط جمعی*، انتشارات فیروز، تهران.
- رفیع‌پور، فرامرز (1378)، *آناتومی جامعه*، شرکت سهامی انتشار، چاپ اول.
- رفیع‌پور، فرامرز (1377)، *توسعه و تضاد*، شرکت سهامی انتشار، چاپ سوم.
- روشه، گی (1370)، *کنش اجتماعی*، ترجمه هما زنجانی‌زاده، انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد.
- روشه، گی (1376)، *جامعه‌شناسی تالکوت پارسونز*، ترجمه‌ی عبدالحسین نیک‌گهر، انتشارات تبیان.
- زاهدی، محمد جواد (1386)، *توسعه و نابرابری*، انتشارات مازیار، چاپ سوم.
- زنجانی‌زاده، هما و محمد جواد، علی (1384)، بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده در بین دانش‌آموزان دبیرستانی ناحیه 3 مشهد (در سال 82-83)، *مجله انجمن جامعه‌شناسی*، دوره ششم، شماره 2، تابستان ص 146 - 121.

- سو، آوین. ی (1386). *تغییرات اجتماعی و توسعه امروز بر نظریات نوسازی، وابستگی و نظام جهانی*. ترجمه محمود حبیبی مظاهری، انتشارات پژوهشکده راهبردی، چاپ سوم.
- سازمان صدا و سیما (1377). *نظرسنجی از مردم تهران در مورد ارزش‌های سیاسی و اجتماعی*، مرکز تحقیقات و مطالعات و سنجش‌ها.
- شارع‌پور، محمود (1384). *سرمایه اجتماعی و نقش آن در حیات اجتماعی و اقتصادی*، *مجله رشد آموزش علوم اجتماعی* (ویژه‌نامه سرمایه اجتماعی)، دوره نهم، شماره 2 سال 1384، ص 10-16.
- شکریبگی، عالیہ (1388). *بررسی گونه‌شناسی تجددگرایی خانوادگی، نشریه الکترونیکی انجمن جامعه‌شناسی ایران*، ص 1 Sociology of Iran.
- شریفی، نیره (1383). «بررسی سلسله مراتب ارزش‌های دانشجویان و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه الزهرا.
- فوران، جان (1383). *مقاومت‌شکننده (تاریخ تحولات اجتماعی ایران)*، ترجمه احمد تدین، انتشارات رسا، چاپ پنجم.
- قانع، ریحانه (1387). «بررسی ارتباط مصرف برنامه‌های رسانه (شبکه‌های داخلی و خارجی تلویزیون) با سبک زندگی در مناطق 15 و 10 تهران»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی، گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه پیام‌نور مرکز تهران.
- کاظمی، عباس (1383). *جامعه‌شناسی روشنفکری دینی در ایران*، تهران: طرح نو.
- کرایب، یان (1387). *نظریه اجتماعی مدرن از پارسونز تا هابرماس*، ترجمه عباس مخبر، نشر آگه، چاپ اول.
- کلمن، جیمز (1377). *بنیادهای نظریه اجتماعی*، ترجمه منوچهر صبوری، نشر نی.
- کیویستو، پیتر (1378). *اندیشه‌های بنیادی در جامعه‌شناسی*، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (1387). *راه سوم*، ترجمه منوچهر صبوری، انتشارات شیراز، چاپ اول.
- محسنیان راد، مهدی (1374). *ارتباط‌شناسی*، انتشارات سروش.
- مک‌لوهان، مارشال (1379). *برای درک رسانه*، ترجمه علی آذری، مرکز تحقیقات مطالعات و سنجش صدا و سیما، جلد 1، تهران.
- مرکز آمار ایران (1385). *سرشماری عموم و نفوس مسکن*، www.sci.org.ir.
- میلر، دلبرت (1380). *راهنمای سنجش و تحقیقات اجتماعی*، ترجمه هوشنگ نابیی، تهران: نشر نی.
- میلانی، عباس (1378). *تجدد و تجدید ستیزی در ایران*، تهران: نشر اختران.
- میرسپاسی، علی (1385). *تأملی در مدرنیته ایرانی*، ترجمه جلال توکلیان، انتشارات طرح نو.
- نیک‌گهر، عبدالحسین (1371). *مبانی جامعه‌شناسی*، تهران: انتشارات رایزن.
- نوغانی، محسن (1381). «تحلیل جامعه‌شناختی موفقیت در ورود به آموزش عالی»، رساله دکتری جامعه‌شناسی، تهران: دانشگاه تربیت مدرس.

- coleman, J.S.(1997), Family, school, and social capital, in L.J.saha (Ed), International Encyclopedia of the sociology of Education. Oxford: pergaman.
- Parcel, toby, menagman, Elizabeth G, (1993), Family social capital and problems children's Behavior, social psychology Quarterly, vol, 56. No2: 120 – 135.
- Parcel, toby, l (2001), Capital at home and at school; Effects on student Achievement. Social force 79 (3): 883-913.
- Winter, Iran (2000), To words a Theorized understanding of family life and social capital, AUSTRALIAN Institute of the family studies working paper No.21. www.aifs.org.au.
- Wright, jahn paul, cullen. Francis J, Miller, Jeremy (2001), Family social capital an pelinquent involvemen, Jumal of criminal Justice, 22: 1-9.

Archive of SID