

تحلیل ثانویه ارزش‌های اجتماعی و اولویت‌ارزشی^۱

مژگان عظیمی هاشمی*

چکیده

این مقاله به منظور بررسی اولویت‌های ارزشی در جوامع مختلف به‌ویژه ایران، ابتدا به ذکر تعاریف مختصری از ارزش‌ها و شیوه‌های بررسی ارزش‌ها و اولویت‌های ارزشی در مطالعه بین‌فرهنگی پرداخته و سپس اولویت‌های ارزشی مردم ایران را برشمرده و رابطه آن‌ها را با خصوصیات پیشینه‌ای نظیر سن، جنس، تحصیلات، درآمد و وضعیت تأهل پاسخ‌گویان بررسی کرده است. از آن‌جا که «اینکلهارت» براساس داده‌های به دست آمده از پیمایش‌های جهانی درباره ارزش‌ها به نتایج ارزشمندی در خصوص تفاوت‌های بین‌فرهنگی در زمینه‌گرایی‌های اصلی مردم جوامع مختلف و تفاوت نسل‌ها در زمان دگرگونی فرهنگی دست یافته، مبنای این مقاله بر دو فرضیه اساسی «اینکلهارت» تحت عنوان «فرضیه کمیابی» و «فرضیه اجتماعی‌شدن» استوار است.

براین اساس آنچه با توجه به شرایط اقتصادی - اجتماعی حاکم بر ایران قابل پیش‌بینی است، در اولویت قرار گرفتن ارزش‌های مادی است. زیرا در جامعه ما جوانان احساس امنیت اجتماعی کمتری نسبت به سایر گروه‌های سنی دارند و این در گرایش آن‌ها به سوی ارزش‌های مادی بسیار مؤثر است.

مقدمه

فرهنگ، نظامی است از نگرش‌ها، ارزش‌ها و دانشی که به‌طور وسیعی در میان مردم مشترک است و از نسلی به نسل دیگر انتقال می‌یابد. برخلاف طبیعت انسان که به لحاظ زیست‌شناختی فطری و عام است، فرهنگ فراگرفتنی است و ممکن است از جامعه‌ای به جامعه‌ی دیگر تغییر کند. از آن‌جا که جنبه‌های اصلی فرهنگی و نیز جنبه‌هایی که در نخستین مراحل زندگی فراگرفته می‌شوند، در برابر هرگونه دگرگونی مقاومت می‌کنند؛ تغییر عناصر اصلی ساختارشناختی بزرگسالان بسیار دشوار است. از سوی دیگر، برای افراد نیز دل‌کنندن از ارزش‌های درونی شده‌شان به‌سهولت صورت نمی‌گیرد، بلکه اغلب آن‌ها را دچار تردید و اضطراب می‌کند. «اکشتاین» (Ecshtein) چنین بیان می‌دارد:

«انسان فرهنگی از طریق تمایلات اولیه‌ی شناختی، ارزیابانه و عاطفی از تجربه به عمل می‌رسد. الگوی چنین تمایلاتی از یک جامعه به جامعه‌ی دیگر و از یک گروه اجتماعی به گروه دیگر تفاوت می‌کند. این تفاوت‌ها بدین دلیل نیست که موقعیت‌ها یا ساختارهای اجتماعی عینی با هم فرق دارند بلکه به‌دلیل یادگیری آن چیزی است که فرهنگ آن را تعیین می‌کند. یادگیری اولیه، یادگیری بعدی را مشروط می‌سازد و یادگیری عبارت از فرایند جست‌وجوی انسجام در تمایلات است» (ابنگلهارت،

۲۰).

با توجه به اهمیت ارزش‌ها در شناخت و ویژگی‌های فرهنگی جوامع مختلف، هدف این نوشتار، بررسی اولویت‌های ارزشی در جوامع مختلف و نیز جامعه‌ی ایران است. به این منظور مقاله حاضر از بخش‌های مختلفی تشکیل شده که عبارتند از: ذکر تعاریف مختصری از ارزش‌ها، تبیین شیوه‌ی بررسی ارزش‌ها و اولویت‌های ارزشی در مطالعات بین‌فرهنگی، عرضه‌ی یافته‌های این‌گونه مطالعات در کشورهای مختلف، برشمردن اولویت‌های ارزشی مردم ایران و رابطه‌ی آن‌ها با خصوصیات پیشینه‌ای (سن، جنس، تحصیلات، درآمد و وضعیت تأهل) پاسخ‌گویان براساس یافته‌های تحقیقی که «منوچهر محسنی» در سال ۱۳۷۵ تحت عنوان «بررسی آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی، فرهنگی در ایران» انجام داده است.

تعریف ارزش

- انسان‌ها همواره دربارهٔ چیزهای خوب یا بد، ضروری یا غیرضروری، مهم یا غیرمهم عقایدی دارند که مجموعهٔ آن عقاید ارزش‌ها را تشکیل می‌دهند. زمانی که این ارزش‌ها به شکل نظامی از استانداردها یا ملاک‌های ارزیابی سازمان می‌یابند، نظام ارزشی شکل می‌گیرد.

- ارزش‌ها دارای کیفیتی ویژه هستند، آن‌ها انتزاعی‌اند و چنان عمومیت دارند که در موقعیت‌های متنوع به کار می‌روند. در صورت فقدان این کیفیات انتزاعی و مطلق، مردم در برقراری ارتباط با یکدیگر دچار مشکل می‌شوند چرا که ملاک‌های اخلاقی مشترکی برای ارزیابی یکدیگر و انجام اعمالشان ندارند. بنابراین ارزش‌های عامی چون موفقیت، فعال‌گرایی و...، ملاک‌های اخلاقی برای ارزیابی خودمان و دیگران در موقعیت‌های انضمامی فراهم می‌آورند (Termer, 37).

- ارزش‌ها، شیوه‌ای از بودن یا عمل هستند که شخص یا گروهی آن را به‌مثابه آرمان می‌شناسد و افراد یا رفتارهایی را که بدان نسبت داده می‌شوند مطلوب و متشخص می‌کند (گی‌روشه، ۷۶).

- 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، ۲۸).

دیدگاه کارکردگرا بر اهمیت ارزش‌ها در هدایت اعمال مردم و انگیزه‌های آنان برای مشارکت در جامعه تأکید دارد. به‌نظر «دورکیم»، آگاهی جمعی و کارکردهای انسجامی، بیانگر اهمیت وفاق ارزش‌ها در جامعه‌اند. در جامعه‌شناسی پارسونزی نیز نظم اجتماعی به‌وجود ارزش‌های عام و مشترکی وابسته است که مشروع و ملتزم‌کننده‌اند و به‌منزلهٔ معیارهایی برای گزینش غایات اعمال به‌شمار می‌روند. پیوند نظم‌های اجتماعی و شخصیتی از طریق جذب ارزش‌ها در فرایند جامعه‌پذیری تحقق می‌یابد (آبرکرامبی، ۴۰۷).

در مقابل، دیدگاه تضاد بر این جنبه تأکید دارد که ارزش‌ها اغلب به‌مثابه ابزاری در دست افراد ممتاز و صاحبان قدرت هستند.

بررسی‌های بین‌فرهنگی دربارهٔ ارزش‌ها

از دههٔ هفتاد به این سو بررسی‌های زیادی دربارهٔ نگرش‌ها، ارزش‌ها و رفتارهای مردم کشورهای غرب صورت گرفته است. مطالعات مربوط به «زمینه‌یابی‌های نوسان‌سنج اروپا» (Euro-Barometer study)، «زمینه‌یابی‌های ارزش‌های جهانی» (World value surveys)، و نیز «مطالعات طولی» (Panel study)، داده‌های باارزشی را جمع‌آوری و تحلیل نموده‌اند. «رونالد اینگلهارت» (Inglehart) در کتاب **تحول فرهنگی** براساس داده‌های فوق به بررسی تفاوت‌های بین‌فرهنگی در زمینهٔ گرایش‌های اصلی مردم جوامع مختلف و تفاوت نسل‌ها در زمان دگرگونی فرهنگی پرداخته است. در نیمهٔ دوم قرن بیستم طی فرایند زیر دگرگونی فرهنگی در جوامع صنعتی پیشرفته آغاز شد:

اخلاق پروتستان ← سرمایه‌داری، رشد سریع اقتصادی ← رونق و شکوفایی اقتصادی

ارزش‌های فرامادی ← رشد اقتصادی آهسته‌تر

«اینگلهارت» برای تغییر اولویت ارزشی جوامع پیشرفته صنعتی از مادی به فرامادی دو فرضیه مهم قائل است:

۱) فرضیهٔ کمیابی: براساس این فرضیه، اولویت‌های فرد بازتاب محیط اجتماعی - اقتصادی وی است. به عبارت دیگر، شخص بیشترین ارزش ذهنی را به چیزهایی می‌دهد که عرضهٔ آن‌ها نسبتاً کم است.

۲) فرضیهٔ اجتماعی‌شدن: بر مبنای فرضیهٔ مذکور، ارزش‌های شخص تا حد زیادی بازتاب اوضاع حاکم بر سال‌های پیش از بلوغ وی است. بدیهی است وفاق و سازگاری میان محیط اجتماعی - اقتصادی و اولویت‌های ارزشی، بی‌درنگ حاصل نمی‌شود، بلکه همواره تأخیر زمانی محسوسی در این زمینه وجود دارد (اینگلهارت، ۶۱).

این دو فرضیه توأماً بر این نکته دلالت دارند که در نتیجهٔ رونق اقتصادی بی‌سابقه و صلحی که از سال ۱۹۴۵ در کشورهای غربی حاکم شد، گروه‌های سنی جوان‌تر اهمیت کمتری به امنیت اقتصادی و جانی می‌دهند تا گروه‌های مسن‌تری که پیشتر طعم عدم امنیت اقتصادی را چشیده‌اند. فرضیهٔ کمیابی شبیه به اصل نزولی بودن مطلوبیت نهایی در نظریهٔ اقتصاد است و مفهوم سلسله‌مراتب نیازها نیز به آن کمک می‌نماید. براساس این مفهوم، که به رضایت عمومی اشاره دارد، نیازهای مادی بر نیازهای ذهنی، اجتماعی و زیبایی‌شناختی تقدم دارند. منتها نکتهٔ

قابل درنگ این است که امروزه اکثر جمعیت تحت فشارگرستگی و عدم امنیت اقتصادی زندگی نمی‌کنند. این واقعیت به تحولی تدریجی در نیازها انجامیده که نتیجه آن، مهم‌تر شدن نیازهای فرامادی نظیر نیاز به احترام، برقراری رابطه نزدیک با دیگران، رضایت ذهنی و زیبایی‌شناختی است. ولی قضیه به همین سادگی نیست که تصور کنیم بالا رفتن سطح اقتصادی جامعه منجر به افزایش نفوذ ارزش‌های فرامادی می‌شود، بلکه ارزش‌ها بازتاب درک ذهنی افراد از امنیت هستند نه وابسته به سطح اقتصادی جامعه. با آن‌که افراد کشورهای ثروتمند بیش از افراد کشورهای فقیر احساس امنیت و رفاه می‌کنند، ولی این احساسات تحت تأثیر محیط فرهنگی‌ای که شخص در آن پرورش می‌یابد، شکل گرفته، ظاهر می‌شوند. لذا فرضیه کمیابی را باید در کنار و با توجه به فرضیه جامعه‌پذیری تحلیل و تبیین کرد. زیرا اگرچه فرضیه کمیابی مبین آن است که رونق و شکوفایی اقتصادی به افزایش ارزش‌های فرامادی می‌انجامد، اما فرضیه اجتماعی شدن دلالت بر این نکته دارد که نه ارزش‌های مادی و نه ارزش‌های جامعه یک‌شبه تغییر نمی‌کنند، بلکه این حرکت بسیار کند و تدریجی و تغییرات آن ناملموس است و در واقع این تغییر هنگامی صورت می‌گیرد که نسل جوان جایگزین نسل مسن‌تر در جمعیت بزرگسال می‌شود.

نخستین تحلیل «اینگلهارت» بر این فرضیه استوار بود که اولویت‌های ارزشی مردم غرب از تأکید بر ارزش‌های مادی به تأکید بر ارزش‌های فرامادی، و از اولویت دادن به حیات طبیعی و ایمنی به اولویت قائل شدن برای لزوم تعلق و وابستگی به دیگران و حق ابراز نظر و کیفیت زندگی تحول خواهند یافت. وی در تبیین روند تحولی که پیش‌بینی کرده بود، به گسترش بی‌سابقه سطوح امنیت اقتصادی و جانی پس از جنگ اشاره کرده است. داده‌های مربوط به بررسی اولویت‌های ارزشی مردم آلمان طی دوره‌ای بیست ساله از ۱۹۴۹ تا ۱۹۷۰ نیز مؤید این نکته است. در این بررسی از افراد نمونه تحقیق پرسش شده بود که به نظر آن‌ها کدام یک از چهار گزینه انتخابی مهم‌تر از بقیه است: آزادی بیان، آزادی مذهب، رهایی از ترس، رهایی از فقر.

در سال ۱۹۴۹ که نخستین سال بازسازی پس از جنگ بود، «رهایی از فقر» با فاصله زیادی از دیگر گزینه‌ها رتبه اول را به خود اختصاص داد. پنج سال بعد یعنی در سال ۱۹۵۴ که آلمان به سرعت به رونق اقتصادی دست یافت، گزینه «رهایی از فقر» همچنان بالاتر از دیگر گزینه‌ها بود. اما در ۱۹۵۸ تحولی در پاسخ افراد به وجود آمد، به این معنا که آن‌ها گزینه «آزادی بیان» را بیش از مجموع سه گزینه دیگر انتخاب کرده بودند (اینگلهارت به نقل از EMNID، ۱۹۷۹). از نتایج این

پژوهش می‌توان چنین برداشت کرد که دگرگونی در اولویت‌های ارزشی بازتابی از دگرگونی همزمان در محیط اقتصادی است. علاوه بر آن شواهدی نیز برای تأخیر زمانی - سنی بین دگرگونی اقتصادی و ارزشی وجود دارد. برای مثال، در سال ۱۹۶۲، ۵۹٪ آلمانی‌های ۱۶ تا ۲۵ ساله گزینه «آزادی بیان» را به‌مثابه گزینه مهم‌تر انتخاب کرده بودند، در حالی که هرچه در گروه‌های مسن‌تر پیش‌تر می‌رفتیم، از میزان گزینش پاسخ مذکور به‌طور یکنواخت کم می‌شد، چنان‌که در میان سالخوردگان ۶۵ سال به بالا این میزان به ۳۵٪ می‌رسید.

نمونه دیگری که در این زمینه می‌توان به آن استناد کرد، کشور ژاپن است. مطالعاتی که درباره «شخصیت ملی ژاپنی» در فواصل سال‌های ۱۹۵۳ تا ۱۹۸۳ برای دست‌یابی به شاخص‌های ارزشی مردم ژاپن صورت گرفت، نشان داد که در طول این دوره در نتیجه تنزل چشمگیر تقدس امپراتور و رشد و اهمیت مشارکت سیاسی، فرهنگ ژاپنی از چندین بُعد تغییر یافته و یکی از تغییرات آشکار آن، تحول اولویت‌های مادی به فرامادی است. واضح‌ترین شاخص اولویت‌های مادی در میان پرسش‌های این بررسی به این صورت بوده که:

«در پرورش کودکان سنین مدارس ابتدایی بعضی از افراد فکر می‌کنند که به

آن‌ها باید یاد داد که پول مهم‌ترین چیز است آیا شما با این نظر موافقید یا مخالف؟»

در ۱۹۵۳، اکثریت (۶۵٪) ژاپنی‌ها موافقت خود را با این نظر اعلام کردند و معتقد بودند که تأمین امنیت مالی مهم‌ترین کاری است که باید در زندگی تحقق یابد. اما این رقم در بررسی‌های بعدی کاهش یافت، چنان‌که در سال ۱۹۸۳ فقط ۴۳٪ افراد با این نظر موافق بودند (اینگلهارت، ۱۹۸۸). ارزش‌های مادی / فرامادی که در زمینه‌یابی‌های دهه هفتاد به بعد از آن‌ها استفاده می‌شود، براساس دوازده هدف طراحی شده‌اند. در این زمینه‌یابی‌ها از شهروندان پرسش شده است که از بین دوازده هدف زیر کدام یک را مهم‌تر می‌دانند.

۱- حفظ نظم در کشور،

۲- اعطای حق بیشتر به مردم در تصمیم‌گیری‌های دولت،

۳- مبارزه علیه افزایش قیمت‌ها،

۴- دفاع از آزادی بیان،

۵- حفظ آهنگ سریع رشد اقتصادی،

۶- اطمینان از قوت و توانایی نیروی دفاعی کشور،

۷- اعطای حق بیشتر به مردم در تصمیم‌گیری‌های مربوط به کار و اجتماعشان،

۸- کوشش در جهت زیبا‌ترسازی شهر،

۹- حفظ ثبات اقتصادی،

۱۰- مبارزه با تبه‌کاری،

۱۱- حرکت به سوی جامعه‌ای دوستانه‌تر و انسانی‌تر،

۱۲- حرکت به سوی جامعه‌ای که در آن، ارزش‌اندیشه‌ها بیش از پول است (همان، ۸۳).

یادآوری می‌شود اهداف ۱، ۳، ۵، ۶، ۹ و ۱۰ معرف ارزش‌های مادی، و سایر اهداف معرف

ارزش‌های فرامادی هستند.

نخستین بررسی که در سال ۱۹۷۰ صورت گرفت، فقط چهار هدف اول را در شش کشور بررسی کرد. سپس بار دیگر در سال ۱۹۷۳ دوازده هدف مذکور در نه کشور اروپایی و ایالات متحده بررسی شدند. نتایج پژوهش‌ها نشان داد که گرچه تفاوت‌های مقطعی ملی معنی‌داری وجود دارد، اما الگو و جهت اصلی تغییرات در همه کشورهای یکسان است. در گروه‌های مسن‌تر شمار مادیون از فرامادیون بیشتر است (نسبت ۱۲ به ۱) و هرچه به سمت گروه‌های جوان‌تر پیشتر رویم، این تفاوت کاهش می‌یابد تا این‌که سرانجام در گروه‌های جوان‌تر تقریباً برابر می‌شود.

بررسی دیگر که در سال ۱۹۸۶ و ۱۹۸۷ در دوازده کشور اروپایی و آمریکا انجام شد، نشان داد که مسن‌ترین گروه آمریکایی در مقایسه با همسالان اروپایی خود درصد بالاتری از ارزش‌های فرامادی را برگزیده‌اند، ولی جوان‌ترین گروه آمریکایی از همسالان اروپایی‌شان عقب مانده‌اند و کمتر ارزش‌های فرامادی را انتخاب کرده‌اند. «این‌گلهارت» در توجیه این تفاوت به این نکته مهم اشاره کرده است که در دو سوم اول قرن بیستم، ایالات متحده بیشترین درآمد سرانه را داشته و کمتر تحت تأثیر ویرانی جنگ جهانی دوم قرار گرفته است. بنابراین گروه‌های سنی مسن‌تر در مقایسه با همسالان اروپایی خود از امنیت جانی و اقتصادی بیشتری برخوردار بوده‌اند، ولی در چهار دهه گذشته در نتیجه رکود اقتصاد آمریکا و رونق و شکوفایی اقتصاد کشورهای اروپایی و پیشرفت نظام‌های تأمین اجتماعی آن‌ها، احساس امنیت در گروه‌های جوان اروپایی افزایش یافته است. جدول ۱، نسبت مادیون و فرامادیون را برحسب گروه‌های سنی در دوازده کشور اروپایی و آمریکا نشان می‌دهد.

جدول ۱ - توزیع ارزش‌های مادی / فرامادی برحسب گروه سنی در دوازده کشور غربی ۱۹۸۶-۸۷

محدوده سنی		هلند		آلمان غربی		دانمارک		بریتانیای کبیر		فرانسه	
در سال ۱۹۸۷	م	ف	م	ف	م	ف	م	ف	م	ف	م
۱۵-۲۴	۱۰٪	۲۴٪	۹٪	۳۵٪	۱۵٪	۲۲٪	۲۲٪	۱۳٪	۲٪	۲۶٪	۱۶٪
۲۵-۳۴	۱۲	۳۱	۱۴	۳۰	۱۷	۲۷	۲۷	۲۲	۱۵	۳۲	۱۶
۳۵-۴۴	۱۴	۲۶	۲۰	۲۶	۱۷	۲۳	۲۳	۲۰	۱۷	۳۲	۲۰
۴۵-۵۴	۲۰	۲۱	۲۱	۱۸	۲۰	۱۱	۲۰	۱۹	۱۴	۴۰	۷
۵۵-۶۴	۲۶	۱۶	۲۰	۱۶	۲۷	۱۱	۲۷	۲۶	۱۰	۳۷	۱۰
۶۵-۷۴	۲۲	۱۱	۲۸	۱۳	۳۰	۸	۳۰	۳۰	۱۳	۴۸	۵
مجموع	۱۷	۲۵	۱۷	۲۴	۲۱	۱۸	۲۱	۲۲	۱۵	۳۳	۱۴
		بلژیک		ایتالیا		ایرلند		اسپانیا		یونان	
	م	ف	م	ف	م	ف	م	ف	م	ف	م
۱۵-۲۴	۳۱٪	۱۹٪	۲۵٪	۱۷٪	۲۴٪	۱۴٪	۲۴٪	۲۲٪	۲۲٪	۲۹٪	۱۵٪
۲۵-۳۴	۳۰	۱۸	۲۵	۱۴	۳۴	۸	۳۴	۲۸	۲۰	۳۷	۱۲
۳۵-۴۴	۳۴	۱۵	۳۲	۱۲	۳۶	۸	۳۶	۴۲	۱۲	۴۷	۶
۴۵-۵۴	۴۱	۱۴	۴۲	۷	۴۱	۷	۴۱	۵۵	۵	۵۳	۵
۵۵-۶۴	۴۵	۱۳	۴۴	۷	۴۵	۵	۴۵	۶۰	۳	۵۶	۲
۶۵-۷۴	۴۹	۸	۴۸	۳	۵۲	۴	۵۲	۶۱	۳	۶۲	۴
مجموع	۳۸	۱۵	۳۵	۱۱	۳۷	۹	۳۷	۴۲	۱۲	۴۶	۸
		پرتغال		جامعه اروپا		ایالات متحده					
	م	ف	م	ف	م	ف	م	ف			
۱۵-۲۴	۳۸٪	۱۰٪	۲۰٪	۲۲٪	۲۵٪	۲۱٪	۲۱٪	۲۵٪			۱۵-۲۴
۲۵-۳۴	۴۷	۷	۲۵	۲۱	۱۸	۱۵	۱۸	۲۱			۲۵-۳۴
۳۵-۴۴	۵۰	۶	۳۰	۱۶	۲۲	۱۴	۲۲	۱۶			۳۵-۴۴
۴۵-۵۴	۵۴	۶	۳۴	۱۹	۳۳	۱۹	۳۳	۱۹			۴۵-۵۴
۵۵-۶۴	۶۳	۴	۳۹	۹	۲۴	۱۵	۲۴	۹			۵۵-۶۴
۶۵-۷۴	۷۰	۳	۴۱	۷	۲۹	۱۱	۲۹	۷			۶۵-۷۴
مجموع	۵۲	۶	۳۰	۱۵	۲۳	۱۶	۲۳	۱۵			مجموع

منبع: (انگلهارت، ۱۳۷۳، ۱۰۴).

روند تغییرات ارزشی در امریکا در فاصله دو دهه ۱۹۷۲ تا ۱۹۹۲ قابل مقایسه است. جدول ۲ نتایج پیمایش در فواصل چهارساله را در امریکا نشان می‌دهد. همان‌طور که مشهود است ارزش‌های فرامادی به‌طور تدریجی افزایش یافته‌اند و میزان آن‌ها بعد از گذشت بیست سال تقریباً دو برابر شده، حال آن‌که ارزش‌های مادی به نصف کاهش یافته است. در سال ۱۹۷۲ نسبت مادیون به فرامادیون ۴ به ۱ بوده، ولی در سال ۱۹۹۲ نسبت فرامادیون بیش از مادیون شده است.

جدول ۲ - توزیع ارزش‌های مادی / فرامادی در ایالات متحده از سال ۱۹۷۲ تا ۱۹۹۲

۱۹۹۲	۱۹۸۸	۱۹۸۴	۱۹۸۰	۱۹۷۶	۱۹۷۲	
۱۸٪	۱۷٪	۱۶٪	۱۰٪	۱۰٪	۹٪	فرامادی
۱۶	۱۹	۲۱	۳۴	۳۱	۳۵	مادی
۶۵	۶۴	۶۳	۵۶	۵۹	۵۵	التقاطی
۹۹	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۹۹	درصد کل
۲۱۸۷	۱۷۱۷	۹۳۰	۱۳۶۴	۱۸۲۲	۱۰۳۹	تعداد
۲	-۱	-۵	-۲۵	-۲۱	-۲۶	امتیاز در مقیاس

منبع: (آبرامسون و اینگلهارت، ۱۹).

یکی از معرف‌های ارزش‌های مادی، «مبارزه با افزایش قیمت‌ها» بوده است. فرض «اینگلهارت» این بود که گروه‌های سنی‌ای که فرایند اجتماعی شدن آنان تحت تأثیر تجارب تاریخی متفاوتی صورت گرفته است، در تعیین نوع گرایش خود به ارزش‌ها پاسخ‌های متفاوتی خواهند داد. درصد همبستگی بین آهنگ رشد اقتصادی از ۱۸۷۰ تا ۱۹۱۳ و ارزش‌های مورد بررسی از ۱۸۵-۱۹۸۱ در بین ۲۰ کشور، ۰/۳۸- به دست آمده است. یعنی کشورهایی که امروز بیش از دیگران به ارزش‌های فرامادی گرایش دارند، در ۱۸۷۰ تا ۱۹۱۳ رشد نسبتاً بالایی داشته‌اند (اینگلهارت، ۶۴). در میان ۱۴۷ کشور که «تایلور» و «جودیس» (۱۹۸۲) داده‌های آن‌ها را جمع‌آوری کرده‌اند، همبستگی بین سطح مطلق محصول سرانه ناخالص ملی و رشد اقتصادی

(۱۹۶۰-۷۵) مثبت بوده است. ولی کشورهای خیلی ثروتمند، آهنگ رشد پایین تر از میانگین داشته‌اند که به نظر می‌رسد به علت تابعیت آهنگ رشد از دگرگونی‌های فرهنگی باشد. در میان ۲۲ کشوری که امکان دسترسی به شاخص‌های اقتصادی و فرهنگی آن‌ها وجود داشته، رابطه بین رشد اقتصادی و اولویت‌های فرامادی نسبتاً قوی بوده است ($r = -0.54$).

جدول شماره ۳، دگرگونی ارزش‌ها را در دو بررسی ۱۹۷۰ تا ۱۹۸۷ با در نظر گرفتن تورمی که هر یک از کشورهای مورد نظر با آن روبه‌رو بوده‌اند نشان می‌دهد. نتایج بررسی بیانگر این واقعیت است که تا سال ۱۹۸۶، تورم در پنج کشور به سطحی کمتر از ۱۹۷۰ رسید و در چهار کشور فرانسه، هلند، بریتانیا و آلمان فرامادی‌گری افزایش یافت. نیز نشان می‌دهد که در ۱۹۷۰-۷۱ مادیون سه تا چهار برابر فرامادیون بوده‌اند، ولی در ۸۷-۱۹۸۶ تقریباً دو گروه با هم برابر شده‌اند.

جدول ۳- اولویت‌های ارزشی و آهنگ تورم در شش کشور غربی ۱۹۷۰-۸۷

مادیون %	فرامادیون %	درصد تفاوت	آهنگ تورم		
۳۴ %	۱۳ %	۰/۲۱ %	۴/۲	۱۹۷۰-۷۱	هلند
۱۷	۲۵	۸	۰/۳	۱۹۸۶-۸۷	
۳۶	۷	-۲۹	۶/۴	۱۹۷۰-۷۱	بریتانیا
۲۲	۱۵	-۷	۳/۴	۱۹۸۶-۸۷	
۴۴	۱۰	-۳۴	۳	۱۹۷۰-۷۱	آلمان
۱۷	۲۴	۷	۰	۱۹۸۶-۸۷	
۴۱	۱۱	-۳۰	۵/۳	۱۹۷۰-۷۱	فرانسه
۳۳	۱۴	-۱۹	۲/۷	۱۹۸۶-۸۷	
۳۲	۱۴	-۱۸	۴/۱	۱۹۷۰-۷۱	بلژیک
۳۸	۱۵	-۲۳	۱/۳	۱۹۸۶-۸۷	
۳۵	۱۰	-۲۵	۵/۳	۱۹۷۰-۷۱	ایتالیا
۳۵	۱۱	-۲۴	۵/۸	۱۹۸۶-۸۷	
۳۹	۱۰	-۲۹	۴/۹	۱۹۷۰-۷۱	میانگین میزان شده
۲۷	۱۷	-۱۰	۲/۷	۱۹۸۶-۸۷	شش کشور

«اینگلهارت» در تقسیم‌بندی دوازده‌گانه ارزش‌ها به مقایسه ارزش‌ها در میان مردم غرب و ژاپن پرداخته است. جدول شماره ۴ نخستین اولویت‌های ارزشی مردم هفت کشور اروپایی و آمریکا را در مقایسه با ژاپن (۱۹۷۶-۱۹۷۴) نشان می‌دهد. به اعتقاد «اینگلهارت» بعضی ارزش‌های ماقبل صنعتی در ژاپن نسبت به غرب به‌طور گسترده‌ای به حیات خود ادامه داده‌اند. خواسته‌ای که در ژاپن و اکثر کشورهای غربی اولویت نخست را به خود اختصاص داده، «ثبات اقتصادی» است. خواسته دوم ژاپنی‌ها «دستیابی به جامعه‌ای دوستانه‌تر و انسانی‌تر» بوده که این خواسته در جوامع غربی رتبه پنجم را کسب کرده است. در عوض ژاپنی‌ها بر گزینه «اعطای حق بیشتر در تصمیم‌گیری‌های مربوط به کار» کمتر تأکید کرده‌اند؛ چرا که در ژاپن به اندازه کافی به مسئله مشورت کردن اهمیت داده می‌شود. همچنین تعداد کمی از آن‌ها خواسته «مبارزه با تبهکاری» را برگزیده‌اند؛ زیرا در ژاپن قوی بودن رشته‌های همبستگی گروهی، میزان تبهکاری را کاهش داده است. به نظر «اینگلهارت» گرایش ژاپنی‌ها به ارزش‌های مادی‌تر، در مقایسه با اکثر کشورهای غربی، بازتاب ارزش‌های ماقبل صنعتی آن‌هاست نه نشانه آغاز توجه و گرایش ژاپنی‌ها به ارزش‌های فرامادی (همان، ۱۷۲).

جدول ۴ - مقایسه اولویت‌های ارزشی کشورهای غربی و ژاپن (۱۹۷۴-۱۹۷۶)

% برحسب اولویت اول به خواسته										
ژاپن	میانگین غرب	فنلاند	سوئیس	ایتالیا	ایالات متحده	اتریش	هلند	آلمان غربی	بریتانیا	خواسته‌ها
۵۹	۵۰	۵۱	۵۶	۳۲	۵۲	۵۵	۳۱	۷۴	۴۸	حفظ ثبات اقتصادی
۲۰	۴۲	۳۵	۲۹	۵۹	۴۲	۳۷	۴۸	۴۷	۳۸	مبارزه با تبهکاری
۱۲	۲۳	۱۶	۲۴	۲۵	۲۱	۲۰	۳۴	۱۷	۲۹	اعطای حق بیشتر در تصمیم‌گیری‌های مربوط به کار
۹	۲۳	۲۹	۷	۳۷	۱۵	۳۳	۱۴	۲۲	۲۵	رشد اقتصادی
۳۷	۱۹	۴۰	۲۳	۱۸	۱۱	۹	۲۹	۱۳	۱۱	جامعه‌ای دوستانه‌تر و انسانی‌تر
۲۲	۱۶	۱۰	۱۹	۱۶	۲۱	۱۰	۲۶	۱۱	۱۶	جامعه‌ای با افکار و اندیشه‌های ارزشمند
۵	۱۴	۱۱	۱۷	۶	۳۲	۹	۵	۸	۲۰	نیروهای دفاعی قدرتمند
۳۶	۱۳	۸	۲۴	۸	۶	۲۷	۱۳	۸	۱۲	شهرها و روستاهای زیبا
۲۰۰	۲۰۰	۲۰۰	۲۰۰	۲۰۰	۲۰۰	۲۰۰	۲۰۰	۲۰۰	۱۹۹	جمع

منبع: (انگلها، ۱۳۷۳، ۱۷۰).

داده‌های سری زمانی، تأثیرات رشد اقتصادی را در تغییر نگرش درون‌نسلی نسبت به ارزش‌های فرامادی به روشنی نشان می‌دهند. «انگلها» و «آبرامسون» به کمک نتایج پیمایش جهانی ۱۹۸۳-۱۹۸۱ و ۱۹۹۰-۹۱ به مقایسه امتیازات بیست کشور پرداخته‌اند. داده‌های جدول ۵، نشان می‌دهد ۱۸ کشور از ۲۰ کشور، تغییر قابل پیش‌بینی به سمت ارزش‌های فرامادی داشته‌اند. فقط ایسلند و آفریقای جنوبی تغییری در جهت عکس داشته‌اند که چندان هم دور از انتظار نبوده است؛ زیرا در طی اوایل دهه هشتاد، نرخ تورم در ایسلند بیش از اروپای غربی بوده و در سال

جدول ۵ - مقایسه گرایش‌های فرامادی‌گری در بیست کشور از ۱۹۸۱ تا ۱۹۹۱

تغییر	۱۹۹۰-۹۱	۱۹۸۱-۸۳	
۲۵	۱۴	-۱۱	آلمان غربی
۱۳	۰	-۱۳	بریتانیا
۲۸	۲۶	-۲	هلند
۱۸	۴	-۱۴	فرانسه
۱۸	۲	-۱۶	بلژیک
۳۰	۶	-۳۹	ایتالیا
۱۶	-۴	-۲۰	ایرلند
۳۵	-۶	-۴۱	اسپانیا
۳۸	-۷	-۴۵	ایرلند شمالی
-۴	-۱۴	-۱۰	ایسلند
۲	۲۳	۲۱	فنلاند
۲	۱۹	-۲۱	نروژ
۱۹	۹	-۱۰	سوئد
۲۰	۱۴	-۶	کانادا
۳۰	۶	-۲۴	ایالات متحده
۱۶	-۴	-۲۰	آرژانتین
۵	-۱۴	-۱۹	مکزیک
۹	-۴۱	-۵۰	مجارستان
۱۳	-۱۹	-۳۲	ژاپن
-۱۷	-۳۳	-۱۶	آفریقای جنوبی

منبع: (آبرامسون و اینگلهارت، ۱۹۹۵، ۱۳۵).

۱۹۸۵ به نرخ ۱۰۰ درصد رسیده است. پس از آن دولتمردان ملی تورم را کاهش داده‌اند اما بیکاری نسبتاً بالا بوده و در تولید ناخالص ملی در فاصله سال‌های ۱۹۸۷ تا ۱۹۹۰، ۸ درصد کاهش وجود داشته است. تغییر آفریقای جنوبی به سمت ارزش‌های مادی نیز واکنشی در قبال

همزمانی گرایش‌های درازمدت و تأثیرات زمان حال بوده است؛ زیرا این کشور در دهه هشتاد، دوره ناامنی شدیدی را تجربه کرد. در آن سال‌ها اقتصاد آفریقای جنوبی از تحریم بین‌المللی رنج می‌برد و رکود اقتصادی، عدم ثبات سیاسی و وجود زور، نیاز به امنیت فیزیکی را در بین سیاهان و سفیدان به سرعت افزایش داد.

فرض «اینگلهارت» این بود که کشورهای ثروتمند بیش از کشورهای فقیر بر ارزش‌های فرامادی تأکید می‌ورزند. وی با استفاده از داده‌های پیمایش جهانی ارزش‌ها در سال ۱۹۹۰-۹۱ به مقایسه توزیع ارزش‌های مادی / فرامادی براساس مقیاس ۱۲ گویه‌ای در چهل کشور پرداخت. در جدول ۶، تعداد اهداف فرامادی انتخاب‌شده (از صفر تا پنج) و امتیاز هر کشور در مقیاس ارزش‌ها نشان داده شده است.

در سال ۱۹۸۸، میانگین درآمد سرانه هفت کشور ثروتمند جامعه اروپا ۱۵۴۶۶ دلار بوده است. در انگلستان فقط ۹٪ افراد هیچ ارزش فرامادی انتخاب نکرده بودند و با این‌که در همه این کشورها تعداد کمی هر ۵ ارزش را انتخاب کرده بودند، میانگین امتیاز این کشورها ۳۵۵ و از میانگین سایر گروه‌ها بالاتر بوده است. چهار کشور کمتر ثروتمند اروپایی میانگین درآمد ۶۷۸۵ دلار داشته‌اند و حداقل ۹٪ از آن‌ها هیچ ارزش فرامادی انتخاب نکرده بودند (اسپانیا). میانگین امتیاز این کشورها ۱۹/۸ بوده است. در بین کشورهای اروپایی که جزو جامعه اروپا نبوده‌اند، نروژ پایین‌ترین امتیاز (۱۵/۳) و فنلاند بالاترین امتیاز (۵۷/۲) را کسب کرده است. فنلاند از بین چهل کشور مورد بررسی بیشترین امتیاز را داشته و میانگین امتیاز این کشورها ۳۱/۵ بوده است. در آمریکا نیز همانند نروژ ارزش‌های فرامادی کمتر رشد یافته‌اند و با وجود میانگین درآمد بالا (۱۹۸۴۰ دلار) میانگین امتیاز این ارزش‌ها در ایالات متحده ۲۰/۴ و در دو کشور امریکای شمالی ۲۶ بوده است. در بین کشورهای امریکای لاتین امتیاز مکزیک فراتر از سطح انتظار برآورد شده است (۲۶/۶) و فقط ۲۰ مکزیکی هیچ ارزش فرامادی انتخاب نکرده بودند. میانگین درآمد این چهار کشور ۲۱۷۲ دلار و میانگین امتیازشان ۱۸/۹ بوده است. میانگین امتیاز ارزش‌ها در پنج کشور اروپای شرقی (با میانگین درآمد ۵۷۸۸)، فقط ۲/۹ بوده است. علاوه بر این در ثروتمندترین این کشورها یعنی آلمان شرقی (با میانگین درآمد ۱۱۱۱۸) سطح فرامادی‌گری بیش از چهار کشور دیگر بوده است.

جدول ۶ - تعداد اهداف فرامادی انتخاب‌شده توسط مردم چهل کشور در سال ۹۱-۱۹۹۰

جامعه	تعداد اهداف فرامادی انتخاب شده					تعداد امتیاز در مقیاس ارزش‌ها
	۰	۱	۲	۳	۴	
کشورهای ثروتمند جامعه اروپا						
آلمان غربی	۶/۷	۲۴/۱	۲۸/۶	۲۱/۱	۱۲/۴	۱/۷۱۰
بریتانیا	۸/۹	۲۵/۶	۲۹/۲	۲۱/۹	۱۰	۱/۳۵۶
هلند	۳/۲	۱۹/۵	۲۴/۹	۲۶/۴	۱۷/۸	۹۳۵
فرانسه	۶/۳	۲۰/۱	۲۹	۲۶/۴	۱۲/۴	۹۰۲
بلژیک	۶/۱	۲۳	۲۹/۵	۲۴/۵	۱۱/۶	۲/۳۱۸
ایتالیا	۸/۱	۲۰/۳	۲۹/۲	۲۱/۵	۱۴	۱/۸۱۰
دانمارک	۷/۳	۲۴	۳۱/۱	۲۱	۱۰/۶	۸۹۲
کشورهای کمتر ثروتمند جامعه اروپا						
ایرلند	۱۰/۸	۲۷/۵	۳۱	۱۹/۲	۸/۹	۹۷۶
پرتغال	۱۲	۲۶/۳	۳۷/۸	۱۷/۳	۵/۱	۹۷۶
اسپانیا	۹/۲	۲۱/۴	۲۷/۹	۲۳	۱۲/۷	۳/۴۰۸
ایرلند شمالی	۱۴/۱	۲۵/۴	۳۱/۴	۲۰/۹	۷/۴	۲۸۳
کشورهای اروپایی غیرعضو						
استرالیا	۶/۸	۲۶/۳	۳۳	۱۹/۶	۱۰/۷	۱/۳۸۰
ایسلند	۷/۳	۲۳/۴	۳۶/۸	۲۱/۷	۸/۵	۶۸۸
فنلاند	۱/۴	۱۰/۱	۲۹/۷	۳۴/۹	۱۸/۲	۴۴۴
نروژ	۱۲/۴	۲۶/۴	۳۳/۵	۱۷/۸	۷/۷	۱/۱۱۱
سوئد	۶/۴	۲۳/۱	۳۱/۳	۲۳	۱۰/۵	۹۰۱
آمریکای شمالی						
کانادا	۵/۳	۲۳/۴	۳۴/۴	۲۱/۲	۱۱/۲	۱/۵۴۵
ایالات متحده	۹/۵	۳۰/۵	۳۰/۱	۱۷/۶	۹/۳	۱/۶۸۸
آمریکای لاتین						
آرژانتین	۱۲/۳	۲۷/۵	۳۲/۵	۱۵/۳	۸/۳	۹۳۲
برزیل	۱۱/۳	۳۰/۴	۳۳/۶	۱۸/۳	۴/۷	۱/۶۸۰
شیلی	۱۱/۱	۲۶	۳۳/۸	۱۸/۷	۷/۸	۱/۳۶۸
مکزیک	۵/۴	۲۲	۴۰/۸	۲۲/۷	۷/۳	۱/۱۹۳
اروپای شرقی						
بلغارستان	۱۲/۴	۲۸/۷	۴۳/۱	۱/۳	۰	۳/۴
چک اسلواکی	۱۳/۳	۳۶/۲	۳۲/۹	۱۴/۶	۳	۱/۳۸۴
آلمان شرقی	۵/۵	۲۹/۶	۳۷/۹	۱۹	۵/۵	۱/۲۲۶
مجارستان	۲۸	۳۵	۲۷/۱	۸/۷	۱/۱	۹۰۰
لهستان	۱۲/۶	۳۳/۶	۳۷/۸	۱۳/۲	۲/۴	۸۵۰

ادامه جدول ۶ - تعداد اهداف فرامادی انتخاب شده توسط مردم چهل کشور در سال ۹۱-۱۹۹۰

جامعه	تعداد اهداف فرامادی انتخاب شده						تعداد	امتیاز در مقیاس ارزش‌ها
	۱	۲	۳	۴	۵			
جمهوری‌های اتحاد شوروی								
استونیا	۱۳/۲	۳۲/۵	۴۱/۲	۱۰/۳	۲/۷	۰/۱	۸۶۴	-۰/۱
لاتویا	۱۴	۳۳/۲	۳۸/۹	۱۲/۵	۱/۲	۰/۱	۷۲۰	-۰/۲
لیتوانیا	۱۵/۶	۳۴/۵	۳۳/۶	۱۳/۳	۲/۵	۰/۴	۸۴۷	۰/۶
بلاروس	۱۹/۳	۳۵/۳	۳۳/۶	۹/۹	۲	۰	۹۱۲	-۷/۴
مسکو	۱۶	۳۰/۵	۳۵/۸	۱۴/۴	۳	۰/۲	۸۹۴	۱/۶
روسیه	۲۶/۵	۳۲/۳	۲۸/۸	۱۰/۴	۱/۷	۰/۲	۱/۷۰۴	-۱۴/۲
خاورمیانه								
ترکیه	۶/۲	۲۰/۳	۳۹/۴	۲۲/۶	۸/۵	۳/۱	۹۰۷	۲۸
آسیا								
چین	۱۶	۴۱	۳۵/۵	۶/۵	۱	۰/۱	۹۶۰	-۸/۴
هند	۱۳/۱	۳۳	۳۸	۱۳/۴	۱/۹	۰/۵	۲/۱۵۰	۲/۷
شرق آسیا								
ژاپن	۴/۷	۲۳/۵	۳۹/۱	۲۴	۷/۶	۱/۱	۶۵۵	۲۸
کره جنوبی	۱۷/۹	۳۱/۱	۲۸/۷	۱۵/۵	۵/۳	۱/۵	۱/۲۱۰	۴/۴
آفریقا								
نیجریه	۲۱/۷	۳۱/۶	۳۱/۲	۱۳	۰/۴	۱/۱	۹۵۴	-۶/۲
آفریقای جنوبی	۱۴/۲	۲۹/۴	۳۳/۸	۱۷/۳	۴/۷	۰/۷	۲/۵۲۳	۸/۵

منبع: (آبرامسون، اینگلهارت، ۱۹۹۵، ۱۲۵).

از طرف دیگر در مجارستان (با میانگین درآمد ۲۴۶۰ و قرار داشتن در ردیف کشورهای نسبتاً فقیر)، میزان گرایش افراد به ارزش‌های فرامادی بسیار کمتر از سطح انتظار و میانگین این ارزش‌ها ۱۸/۲- بوده است. به عبارت دیگر، تقریباً $\frac{1}{4}$ افراد مورد پژوهش هیچ ارزش فرامادی را انتخاب نکرده بودند. امتیاز جمهوری‌های شش‌گانه شوروی نیز پایین‌تر از میزان پیش‌بینی شده بوده است. در این جوامع که میانگین درآمد افراد تقریباً ۵۰۰۰ دلار برآورد شده است، بین $\frac{1}{8}$ تا $\frac{1}{4}$ پاسخ‌گویان هیچ ارزش فرامادی را انتخاب نکرده بودند و میانگین امتیاز این گروه ۳/۳- بوده است.

ترکیه یکی از کشورهای خاورمیانه بوده که سطح فرامادی‌گری بالایی داشته است. در این کشور به‌رغم میانگین درآمد ۱/۲۸ فقط ۶٪ پاسخ‌گویان هیچ ارزش فرامادی را انتخاب نکرده‌اند و

میانگین امتیاز آن‌ها ۲۸ برآورد شده است. چین و هند در میان سه کشور از فقیرترین کشورهای مورد بررسی (با میانگین درآمد ۳۳۰ و ۳۴۰ دلار) امتیاز ۸/۴- و ۲/۷ را به دست آورده‌اند. در دو کشور شرق آسیا، ژاپن با ثروتی تقریباً ۶ برابر ثروت کره (میانگین درآمد ۲۰۰۲۰ در مقابل ۳۶۰۰) به امتیاز ۲۸ (در مقابل امتیاز ۴/۴ کره) دست یافته است. بر طبق آمار بانک جهانی، نیجریه با میانگین درآمد ۲۹۰ دلار، فقیرترین کشور در بین چهل کشور مورد بررسی بوده و این انتظار وجود داشته است که گرایش به ارزش‌های فرامادی در این کشور خیلی ضعیف باشد. نتایج پژوهش نیز نشان داد که از هر ۵ نیجریه‌ای، ۱ نفر هیچ ارزش فرامادی را انتخاب نکرده است. اما آفریقای جنوبی که ثروتمندتر (درآمد سرانه ۲۲۹۰ دلار) بوده، امتیاز ۸/۵ را کسب کرده است. یافته‌های این بررسی نشان می‌دهد، در جوامعی که درآمد سرانه بالاتری دارند، گرایش شدیدی به سمت کسب امتیاز بیشتر در زمینه ارزش‌های فرامادی مقیاس ۱۲ گویه‌ای به چشم می‌خورد و این موضوع فقط درباره تعداد کمی از کشورها مصداق نمی‌یابد. برای مثال در کشورهای ثروتمندی چون نروژ و ایالات متحده، میزان گرایش به ارزش‌های فرامادی کمتر از سطح مورد انتظار و در کشورهای فقیری چون ترکیه و مکزیک بالاتر از سطح انتظار بوده است. بنابراین همبستگی بین سطح ثروت و ارزش‌ها ۰/۶۸ و در سطح ۰/۰۰۰۱ معنی‌دار است (آبرامسون و اینگلهارت، ۱۲۶).

در این بررسی، تحصیلات فرد نیز به مثابه یکی از شاخص‌های موقعیت و امنیت اقتصادی در نظر گرفته شده است.

جدول ۷- درصد سنخ‌های ارزشی در بالاترین چارک تحصیلی در شش کشور (۱۹۷۴-۷۶)

سنخ ارزشی	ایالات متحده	آلمان غربی	بریتانیا	هلند	اتریش	سوئیس	مجموع در همکرد
مادی	۲۵٪	۱۷٪	۳۰٪	۳۲٪	۸٪	۲۳٪	۲۱٪
التقاطی (مادی)	۲۲	۲۴	۲۵	۳۳	۱۵	۲۶	۲۵
التقاطی (فرامادی)	۲۶	۲۶	۳۳	۵۴	۲۴	۳۴	۳۳
فرامادی	۴۲	۵۱	۴۹	۷۷	۲۹	۳۸	۵۰

منبع: (اینگلهارت، ۱۸۹).

همان‌طور که جدول شماره ۷ وضعیت شش کشور اروپایی را در زمینه گرایش به ارزش‌های فرامادی با توجه به میزان تحصیلات نشان می‌دهد، افراد هرچه تحصیل کرده‌تر باشند فرامادی‌تر هستند.

بررسی ارتباط آموزش و سن در فاصله سال‌های ۸۹-۱۹۸۰ در هشت کشور اروپایی نشان می‌دهد، جوانان اروپایی با تحصیلات دانشگاهی گرایش بیشتری به سمت ارزش‌های فرامادی دارند در حالی که گرایش افراد مسن‌تر اروپایی با تحصیلات دانشگاهی بیشتر به سمت ارزش‌های مادی است تا ارزش‌های فرامادی؛ چرا که در دهه بیست تا سی فضای حاکم بر محافل دانشگاهی در زمینه گرایش به ارزش‌ها، بسیار متفاوت با فضای آموزشی حاکم بر دانشگاه‌ها در دهه شصت یا هفتاد بوده است (آبرامسون و اینگلهارت).

به نظر «اینگلهارت» علاوه بر آموزش رسمی متغیرهای دیگری از جمله: تلقین رسمی و غیررسمی ارزش‌ها، پایگاه اقتصادی - اجتماعی پاسخ‌گو در زمان پاسخ به پرسش‌ها، پایگاه اقتصادی - اجتماعی والدین در طول سال‌هایی که فرزندان آن‌ها تحت تعلیم آموزش رسمی قرار دارند، موقعیت تاریخی‌ای که پاسخ‌گو متولد شده و آموزش دیده است، درجه مهارت‌های فردی، و بالاخره سطح اطلاعات پاسخ‌گو، در تبیین تأثیر آموزش بر تشویق افراد به سمت ارزش‌های فرامادی باید در نظر گرفته شوند.

اولویت‌های ارزشی مردم ایران

به نظر «اینگلهارت» ارزش‌های غیرمادی بازنتاب امنیت (اعم از امنیت اقتصادی و جانی) در طول سال‌های شکل‌گیری شخصیت فرد هستند. براساس این فرض، در کشورهایی که به‌طور نسبی ثبات اقتصادی، نیروهای دفاعی قوی، آهنگ سریع رشد اقتصادی، نظم اقتصادی، اجتماعی، سیاسی (معرف‌های ارزش‌های مادی در خواسته‌های دوازده‌گانه بررسی «اینگلهارت») حاکمیت دارد، افراد به سمت مشارکت‌های اجتماعی، آزادی بیان، زیباسازی شهرها و ایجاد جامعه‌ای انسانی و عقلانی (معرف‌های ارزش‌های فرامادی) گرایش بیشتری از خود نشان می‌دهند. اگرچه ایران در گروه کشورهای مورد بررسی در سال ۹۱-۱۹۹۰ قرار نداشته است اما با توجه به شرایط اقتصادی - اجتماعی حاکم می‌توان پیش‌بینی نمود که معرف‌های ارزش‌های مادی باید در اولویت بیشتری قرار داشته باشند.

داده‌هایی که در این بخش برای سنجش اولویت‌های ارزشی مردم ایران از آن‌ها استفاده شده، از تنها منبع قابل دسترس در این زمینه یعنی پژوهش دکتر «منوچهر محسنی» تحت عنوان «بررسی آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی، فرهنگی در ایران» (که تاریخ انتشار آن ۱۳۷۵ و جمع‌آوری داده‌ها مربوط به سال ۱۳۷۴ بوده است) اقتباس گردیده است. البته بررسی‌های قابل دسترس دیگری نیز در زمینه اولویت‌های ارزشی وجود دارد که منتها چون محدود به گروه‌های خاصی نظیر جانبازان، دانش‌آموزان، نوجوانان و... می‌شود، فاقد قابلیت تعمیم در سطح ملی است.

حجم نمونه برای جمع‌آوری داده‌های بررسی مذکور، ۳۵۴۰ نفر در سطح ملی (جامعه شهری) بوده است و یافته‌های آن در بخش ارزش‌ها، از نظر ماهیت با داده‌های بین‌المللی تفاوت دارد. زیرا اولاً نوع ارزش‌های مورد پرسش متفاوت با بررسی‌های بین‌المللی، و از نظر تعداد و تنوع نیز کمتر از آن‌ها بوده است، ثانیاً ارزش‌ها به صورت مستقیم و مجزا سنجیده شده‌اند. این روش برخلاف آن‌که در جوامع دیگر از اعتبار لازم برخوردار است، در جامعه ما که افراد معمولاً به علت فشارهای هنجاری و ترس از محکوم شدن و اکنش و نگرش‌های واقعی خود را نشان نمی‌دهند، چندان معتبر نیست و بهتر است به یافته‌های آن با احتیاط نگریسته شود. روش سنجش ارزش‌ها در بررسی حاضر به این صورت بوده که هفت ارزش (پول و ثروت، مقام، علم و دانش، شهرت، آبرو، سلامتی و درستکاری) به‌طور مجزا به پاسخ‌گویان عرضه شده و آنان اهمیت هر یک را در مقیاسی سه بخشی («بی‌اهمیت»، «تاحدی مهم» و «مهم») طبقه‌بندی نموده‌اند. بدیهی است چنان‌چه این پژوهش به صورت ۴ گزینه‌ای یا بیشتر، نظیر روشی که در مطالعات فرهنگی به آن اشاره شد، انجام شود، بسیار مناسب‌تر از سنجش هر ارزش به‌طور مجزاست؛ زیرا سنجش ارزش‌ها به صورت یک گزینه‌ای، انتخاب فرد را تحت تأثیر عوامل مقطعی قرار داده، احتمال تغییر سریع و بی‌جهت نمره فرد به علت اثرپذیری از رویدادها را افزایش می‌دهد. برای مثال اگر از میزان اهمیت یک ارزش اجتماعی مانند درستکاری، که نوعی تأیید اجتماعی در پی دارد به‌تنهایی پرسش شود، کمتر کسی آن را بی‌اهمیت می‌داند اما اگر نظر فرد درباره اهمیت این ارزش اجتماعی در مقایسه با ارزش‌های دیگر سنجیده شود، آنگاه احتمال تغییر در پاسخ وی وجود خواهد داشت.

بررسی حاضر با الهام از بررسی‌های بین‌فرهنگی، هفت ارزش مذکور را به دو گروه مادی و

فرامادی تقسیم کرده و «ثروت» و «مقام» را که وسیله‌ای برای کسب موقعیت مادی به شمار می‌روند، در زمره ارزش‌های مادی قرار داده و «علم و دانش» و «آبرو» و «درستکاری» (که این دو مورد اخیر مبین میل به سازگاری اجتماعی و احساس تعهد به اجتماع هستند) را در زمره ارزش‌های فرامادی برشمرده است. این پژوهش ابتدا به بررسی اولویت‌های ارزشی در میان گروه‌های سنی مختلف پرداخته است. جدول شماره ۸، اولویت‌های ارزشی گروه‌های سنی مختلف را نشان می‌دهد. رتبه ۲، بیانگر درصد پاسخ‌گویانی است که ارزش مورد نظر را «تا حدی مهم» دانسته‌اند و رتبه ۱، بیانگر درصد پاسخ‌گویانی است که ارزش مذکور را مهم تلقی کرده‌اند. همان‌طور که مشاهده می‌شود جوان‌ترین گروه سنی در مجموع به ارزش‌های مادی اولویت بیشتری داده (رتبه ۱). همچنین جوانان بیشتر از سایر گروه‌های سنی به ارزش‌های غیرمادی رتبه ۲ داده‌اند و اختصاص رتبه ۱ به این دسته از ارزش‌ها از سوی جوانان کمتر بوده است.

جدول ۸- اولویت‌های ارزشی پاسخ‌گویان برحسب گروه‌های سنی

گروه سنی	پول و ثروت		مقام		درستکاری		سلامتی		آبرو		علم و دانش	
	رتبه ۱	رتبه ۲	رتبه ۱	رتبه ۲	رتبه ۱	رتبه ۲	رتبه ۱	رتبه ۲	رتبه ۱	رتبه ۲	رتبه ۱	رتبه ۲
۱۶-۲۴	۶۵	۲۶/۳	۵۶	۲۷/۹	۶/۸	۹۱/۹	۲/۲	۹۷/۵	۳/۳	۹۶/۵	۱۴/۳	۸۴/۵
۲۵-۳۴	۶۶/۴	۲۵/۱	۵۵/۲	۲۲/۵	۳/۴	۹۵/۵	۱/۹	۹۷/۹	۲/۹	۹۶/۷	۱۳/۸	۸۴/۵
۳۵-۴۴	۶۵	۲۵/۵	۵۳/۵	۲۳/۷	۲/۴	۹۶/۳	۱/۹	۹۸	۱/۱	۹۸/۷	۱۰/۹	۸۸/۵
۴۵-۵۴	۶۱/۶	۲۷/۶	۵۷/۴	۲۲/۸	۲/۸	۹۶/۶	۲/۳	۹۷/۲	۱/۴	۹۸	۱۲/۴	۸۶/۶
+ و ۵۵	۶۲/۵	۲۲/۴	۵۰/۴	۲۵/۲	۳/۲	۹۶/۲	۲	۹۷/۷	۱/۳	۹۸/۵	۱۱/۸	۸۶/۲

گروه سنی مسن‌تر کمتر از سایر گروه‌ها به «ثروت» رتبه ۱ داده‌اند. همان‌طور که مشهود است همه گروه‌های سنی در مجموع به ارزش‌های مادی بیشتر رتبه ۲ (تا حدودی مهم) و به ارزش‌های غیرمادی رتبه ۱ (مهم) داده‌اند.

جدول شماره ۹، به مقایسه اولویت ارزشی براساس سطوح مختلف تحصیلی پاسخ‌گویان

می‌پردازد. همان‌طور که مشاهده می‌شود ارزش‌های مادی برای بی‌سوادان اولویت بیشتری داشته است، حال آن‌که افراد تحصیل‌کرده برای این ارزش‌ها یعنی «مقام» (۱۹/۹٪) و «ثروت» (۲۶ درصد) اهمیت کمتری قائل بوده‌اند و در عوض بر «علم و دانش» به‌مثابه یکی از ارزش‌های غیرمادی، تأکید بیشتری کرده‌اند. «درستکاری» به‌منزله یکی دیگر از ارزش‌های غیرمادی بیشتر از سوی کسانی که تحصیلات کمی (در حد ابتدایی) داشته‌اند، «خیلی مهم» تلقی شده است. دو ارزش «سلامتی» و «آبرو» تفاوت محسوسی در بین سطوح مختلف تحصیلی نداشته‌اند؛ شاید به این دلیل که این دو ارزش در مقایسه با سایر ارزش‌ها خصلت عام‌تری دارند و اغلب افراد این دو ارزش را «خیلی مهم» تلقی می‌کنند.

جدول ۹ - اولویت‌های ارزشی پاسخ‌گویان براساس سطح تحصیلات

سطح تحصیلات		پول و ثروت		مقام		درستکاری		سلامتی		آبرو		علم و دانش	
		رتبه ۱	رتبه ۲	رتبه ۱	رتبه ۲	رتبه ۱	رتبه ۲	رتبه ۱	رتبه ۲	رتبه ۱	رتبه ۲	رتبه ۱	رتبه ۲
بی‌سواد		۲۸	۵۷/۳	۴۸/۵	۲۶/۸	۲/۶	۹۶/۶	۲/۱	۹۷/۴	۱/۶	۹۸/۱	۱۶/۲	۸۱/۹
ابتدایی / مکتبی		۲۱/۵	۶۶/۴	۵۴/۹	۲۵/۵	۲/۶	۹۷	۲/۶	۹۷/۴	۱/۳	۹۸/۶	۱۱/۴	۸۷/۴
سیکل / دیپلم		۲۶/۵	۶۴/۲	۵۵/۴	۲۴/۸	۴/۸	۹۳/۹	۲	۹۷/۹	۲/۱	۹۷/۸	۱۴	۸۴/۷
فوق‌دیپلم و بالاتر		۲۶	۶۵/۹	۵۵/۸	۱۹/۹	۳	۹۵/۹	۱/۲	۹۸/۸	۳/۲	۹۶/۸	۸/۴	۹۰/۹

ارتباط تحصیلات با اولویت‌های ارزشی، مشابه نتایج «اینگلهارت» از ارتباط سطح تحصیلات با سنخ‌های ارزشی است. همان‌طور که جدول ۷ نشان می‌دهد، افراد تحصیل‌کرده بیشتر فرامادی هستند، شاید به این دلیل که فرایند تحصیل از دو جهت مشوق ارزش‌های فرامادی است؛ نخست تأکید بر این‌گونه ارزش‌ها از طریق مواد درسی و آموزش رسمی، و دیگر فراهم کردن زمینه مناسب برای ایجاد امنیت اقتصادی و دستیابی به شغل مناسب و بهبود وضعیت اقتصادی.

جدول شماره ۱۰، اولویت‌های ارزشی را برحسب موقعیت اقتصادی خانواده (میزان درآمد رئیس خانواده) نشان می‌دهد. براساس داده‌های این جدول، کسانی که درآمد خانواده‌شان «زیاد» و «متوسط زیاد» بوده است، بیشتر بر ارزش «ثروت» تأکید کرده‌اند. صاحبان درآمدهای بالا

همچنین برای «مقام» نیز اولویت بیشتری قائل بوده‌اند. اما کسانی که درآمد متوسط داشته‌اند، در مجموع نسبت به صاحبان درآمد «کم» و «زیاد» به ارزش‌های مادی اهمیت کمتری داده‌اند. در میان ارزش‌های غیرمادی، «سلامتی» و «آبرو» (به دلیل عام بودن) از جمله ارزش‌هایی بوده‌اند که برای اکثر افراد مهم تلقی شده‌اند و از این نظر تفاوت چندانی در بین صاحبان درآمدهای مختلف مشاهده نشده است. بیشتر صاحبان درآمدهای زیاد به دو ارزش «علم» و «دانش» و «درستکاری» رتبه ۱ داده‌اند و اختصاص رتبه ۲ برای این دو ارزش به ترتیب فقط ۱۵ و ۶/۸ درصد بوده است. البته چنانچه میزان اهمیت این دو ارزش را از دیدگاه صاحبان درآمدهای مختلف بسنجیم، آنگاه افرادی که درآمد زیاد داشته‌اند در مقایسه با سایر گروه‌های درآمدی، کمتر رتبه ۱ به این دو ارزش داده‌اند. البته رسیدن به این نتیجه که بین میزان درآمد و گرایش به ارزش‌های فرامادی رابطه‌ای معکوس وجود دارد، با توجه به کم بودن ارزش‌های فرامادی عرضه‌شده در این پژوهش و محدود شدن این رابطه صرفاً به متغیر «درآمد»، چندان قابل اطمینان نیست؛ زیرا این احتمال وجود دارد که در صورت کنترل متغیرهای دیگر به خصوص «شغل» و «تحصیلات» رابطه به صورت دیگری مشاهده شود.

جدول شماره ۱۰ - اولویت‌های ارزشی برحسب میزان درآمد خانواده

درآمد رئیس خانوار (هزار تومان)		پول و ثروت		مقام		درستکاری		سلامتی		آبرو		علم و دانش	
رتبه ۱	رتبه ۲	رتبه ۱	رتبه ۲	رتبه ۱	رتبه ۲	رتبه ۱	رتبه ۲	رتبه ۱	رتبه ۲	رتبه ۱	رتبه ۲	رتبه ۱	رتبه ۲
کم (۰-۳۰)	۶۳/۳	۲۴/۸	۵۴	۲۵/۷	۲/۶	۹۶/۶	۲/۳	۹۷/۶	۲/۳	۱/۴	۹۸/۶	۱۲/۹	۸۶/۷
متوسط (۳۱-۵۰)	۶۴/۴	۲۲/۷	۵۳/۵	۲۲/۴	۳/۲	۹۵/۶	۳/۲	۹۸/۱	۱/۹	۱/۹	۹۸/۱	۱۲/۳	۸۶/۶
متوسط زیاد (۵۱-۱۰۰)	۶۳/۲	۲۹/۸	۵۴/۹	۲۳/۷	۴/۶	۹۴/۴	۴/۶	۹۸/۸	۱	۱/۴	۹۸/۶	۱۱/۳	۸۷/۷
زیاد (۱۰۰ به بالا)	۶۹/۴	۲۶/۵	۵۵/۸	۲۵/۹	۶/۸	۹۲/۵	۶/۸	۹۸/۶	۱/۴	۲/۷	۹۷/۳	۱۵	۸۳/۷

جدول ۱۱، اولویت‌های ارزشی زنان و مردان را نشان می‌دهد. همان‌طور که مشهود است از بین ارزش‌های مادی، مردان به «ثروت»، و زنان به «مقام» اهمیت بیشتری داده‌اند و ارزش‌های غیرمادی از دید زنان و مردان تفاوت محسوسی نداشته است.

جدول ۱۱ - اولویت‌های ارزشی مردان و زنان

جنس	پول و ثروت		مقام		درستکاری		سلامتی		آبرو		علم و دانش		
	رتبه ۱	رتبه ۲	رتبه ۱	رتبه ۲	رتبه ۱	رتبه ۲	رتبه ۱	رتبه ۲	رتبه ۱	رتبه ۲	رتبه ۱	رتبه ۲	
زن	۶۱/۹	۲۳/۴	۵۴/۹	۲۶/۲	۳/۸	۲۶/۲	۹۵/۴	۲/۱	۹۷/۵	۲	۹۷/۶	۱۲/۹	۸۶
مرد	۶۶/۳	۲۷/۴	۵۴/۲	۲۲/۶	۳/۷	۲۲/۶	۹۵/۲	۲	۹۷/۸	۲/۱	۹۷/۸	۱۲/۴	۸۶/۱

مقایسه اولویت‌های ارزشی افراد مجرد و متأهل (جدول ۱۲) حاکی از آن است که مجردان نسبت به متأهلان برای ارزش‌های مادی اهمیت بیشتر و برای ارزش‌های غیرمادی اهمیت کمتری قائل شده‌اند. اگر این یافته‌ها را با نتایج جدول ۸ درهم‌آمیزیم نسل جوان برای ارزش‌های مادی اهمیت بیشتری در نظر گرفته‌اند و از بین ارزش‌های غیرمادی اهمیت ارزش «دانش» و «درستکاری» برای آنان رو به کاهش گذاشته است.

در مرحله بعدی به منظور جمع‌بندی اولویت‌های ارزشی افراد، فراوانی پاسخ‌های مربوط به اهمیت ارزش‌های مادی (پول، مقام) و ارزش‌های غیرمادی (درستکاری، سلامتی، آبرو، علم و دانش) در هر رتبه باهم جمع، و فراوانی نسبی هر طبقه از پاسخ‌ها بار دیگر محاسبه شده است. جداول ۱۳ تا ۱۷ توزیع اولویت‌های ارزشی مادی / فرامادی را برحسب سن، تحصیلات، وضعیت درآمد، جنس و وضعیت تأهل نشان می‌دهند. درصد تفاوت مبین تفاضل انتخاب ارزش‌های مادی از فرامادی است. نسبت بیشتر بیانگر فزونی فرامادیون و نسبت کمتر (منفی) بیانگر کاهش آن است.

جدول ۱۲ - اولویت‌های ارزشی براساس وضعیت تأهل

وضعیت تأهل	پول و ثروت		مقام		درستکاری		سلامتی		آبرو		علم و دانش	
	رتبه ۱	رتبه ۲	رتبه ۱	رتبه ۲	رتبه ۱	رتبه ۲	رتبه ۱	رتبه ۲	رتبه ۱	رتبه ۲	رتبه ۱	رتبه ۲
مجرد	۶۴/۲	۲۶/۳	۵۴/۶	۲۵/۹	۶/۷	۹۱/۹	۲/۷	۹۶/۹	۳/۳	۹۶/۲	۱۵/۴	۸۳/۲
متأهل	۶۴/۳	۲۵/۵	۵۵	۲۳/۷	۲/۷	۹۶/۴	۱/۸	۹۸	۱/۶	۹۸	۱۱/۸	۸۷
مطلقه	۵۹/۴	۲۸/۱	۵۹/۴	۱۵/۶	۹/۴	۹۰/۶	۳/۱	۹۶/۹	۳/۱	۹۶/۹	۱۸/۸	۸۱/۳
همسر فوت‌شده	۶۱/۸	۲۰/۶	۴۵/۵	۳۰/۳	۴/۸	۹۵/۲	۲/۴	۹۷	۱/۸	۹۸/۲	۱۲/۱	۸۵/۵

جدول ۱۳ - اولویت‌های ارزشی مادی و فرامادی برحسب سن

درصد تفاوت	رتبه ۱		رتبه ۲		گروه‌های سنی
	فرامادی	مادی	فرامادی	مادی	
+ ۶۵/۵	۹۲/۹	۲۷/۴	۶/۷	۶۱/۲	۱۶-۲۴
+ ۶۹/۹	۹۳/۹	۲۴	۵/۵	۶۱/۵	۲۵-۳۳
+ ۷۰/۲	۹۵/۶	۲۵/۴	۴/۱	۶۱/۳	۳۵-۴۴
+ ۶۹/۶	۹۵/۱	۲۵/۵	۴/۸	۶۰/۱	۴۵-۵۴
+ ۷۰/۸	۹۴/۹	۲۴/۱	۴/۶	۵۷/۱	+ ۵۵

همان‌طور که مشاهده می‌شود نسبت انتخاب ارزش‌های فرامادی در مقابل ارزش‌های مادی در بین جوان‌ترین گروه سنی کمتر است. به عبارتی نسل جوان فعلی کمتر از سایر گروه‌های سنی به ارزش‌های غیرمادی، رتبه مهم داده‌اند. همچنین مسن‌ترین گروه بیشتر به ارزش‌های غیرمادی اهمیت داده‌اند. این رابطه درست برعکس فرضیه «اینگلهارت» درباره کشورهای اروپایی است که تغییر ارزشی را ناشی از جای‌گزین شدن نسل جوانی می‌داند که تحت شرایط مناسب و حاکمیت امنیت اجتماعی - اقتصادی رشد یافته‌اند. به عبارتی در کشور ما نسل جوان به ارزش‌های مادی گرایش بیشتری نشان داده‌اند و در صورت ثابت ماندن شرایط اجتماعی - اقتصادی این احتمال وجود دارد که روند مذکور رو به گسترش باشد، مگر این‌که سیاست‌های توسعه اقتصادی - اجتماعی در دوره‌های کوتاه‌مدت و درازمدت به بهبود وضعیت اقتصادی و امنیت اجتماعی و نظام فرصت‌های اجتماعی بینجامد که در آن صورت انتظار می‌رود نسل جوان یا سایر گروه‌های سنی پس از تأمین نیازهای مادی، به ارزش‌های غیرمادی و عالی‌تر توجه بیشتری نشان دهند.

جدول شماره ۱۴ بیانگر اهمیت بیشتر ارزش‌های فرامادی در نزد تحصیل‌کرده‌ها و اهمیت بیشتر ارزش‌های مادی در نزد بی‌سوادان است. در توجیه علت این امر می‌توان به تأثیر نظام آموزش رسمی در افزایش آگاهی افراد و جلب کردن توجه آن‌ها به نیازهای فرامادی و نیز فراهم کردن موقعیت‌های شغلی مناسب‌تر اشاره کرد.

جدول ۱۴ - ارزش‌های مادی و فرامادی برحسب تحصیلات

درصد تفاوت	رتبه ۱		درصد تفاوت	رتبه ۲		سطح تحصیلات
	فرامادی	مادی		فرامادی	مادی	
۶۷/۴	۹۵/۲	۲۷/۸	-۴۸/۱	۵/۵	۵۳/۶	بی سواد
۶۷/۸	۹۴/۷	۲۶/۹	-۵۴/۲	۵/۲	۵۹/۴	سواد مکتبی
۷۲/۸	۹۵/۴	۲۲/۶	-۵۷/۹	۴/۲	۶۲/۱	ابتدایی
۶۶/۹	۹۴/۴	۲۷/۵	-۵۳/۲	۴/۹	۵۸/۱	سیکل
۶۸/۹	۹۳/۹	۲۵	-۵۵/۷	۵/۹	۶۱/۶	دیپلم
۷۰/۶	۹۴/۳	۲۳/۷	-۵۲	۵/۱	۵۷/۱	فوق دیپلم
۷۳/۶	۹۶/۷	۲۳/۱	-۶۰/۴	۳	۶۳/۴	لیسانس و بالاتر

همان‌طور که در جدول ۱۵ (با مراجعه به ستون «درصد تفاوت» رتبه ۱) مشاهده می‌شود کسانی که درآمد متوسط (۳۱-۵۰ هزار تومان) داشته‌اند، بیشتر به ارزش‌های فرامادی اهمیت داده‌اند، و صاحبان پایین‌ترین گروه درآمد (۰-۲۰ هزار تومان) و بالاترین گروه درآمد، اولویت کمتری برای ارزش‌های فرامادی قائل شده‌اند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که میزان درآمد به‌تنهایی در افزایش اهمیت به ارزش‌های فرامادی تأثیری ندارد.

جدول ۱۵ - اولویت ارزش‌های مادی و فرامادی برحسب درآمد خانواده

درصد تفاوت	رتبه ۱		درصد تفاوت	رتبه ۲		درآمد رئیس خانوار
	فرامادی	مادی		فرامادی	مادی	
۶۷/۸	۹۴/۲	۲۶/۴	-۵۳/۷	۵/۴	۵۹/۱	۰-۲۰
۷۰/۹	۹۵/۵	۲۴/۶	-۵۵/۵	۴/۱	۵۹/۶	۲۱-۳۰
۷۲	۹۴/۸	۲۲/۸	-۵۴/۶	۴/۸	۵۹/۴	۳۱-۵۰
۶۸	۹۴/۹	۲۶/۹	-۵۴/۷	۴/۶	۵۹/۳	۵۱-۱۰۰
۶۷	۹۳/۲	۲۶/۲	-۵۶/۱	۶/۵	۶۲/۶	۱۰۱ و +

مقایسه اولویت‌های مردان و زنان (جدول ۱۶) حکایت از آن دارد که مردان کمی بیش از زنان ارزش‌های فرامادی را مهم دانسته‌اند. همچنین متأهلان نسبت به مجردان اهمیت بیشتری برای ارزش‌های فرامادی قائل شده‌اند.

جدول ۱۶ - اولویت ارزش‌های زنان و مردان

درصد تفاوت	رتبه ۱		درصد تفاوت	رتبه ۲		جنس
	فرامادی	مادی		فرامادی	مادی	
۷۱/۹	۹۷/۲	۲۵/۳	-۵۶/۳	۲/۴	۵۸/۷	مرد
۶۹/۳	۹۴/۴	۲۵/۱	-۵۶	۵/۲	۶۱/۲	زن

جدول ۱۷ - اولویت ارزشی برحسب وضعیت تأهل

درصد تفاوت	رتبه ۱		درصد تفاوت	رتبه ۲		وضعیت تأهل
	فرامادی	مادی		فرامادی	مادی	
۶۶	۹۲/۵	۲۶/۵	-۵۳/۲	۷	۶۰/۲	مجرد
۷۳/۴	۹۸/۲	۲۴/۸	-۵۵/۷	۴/۵	۶۰/۲	متأهل
۶۸/۵	۹۰/۷	۲۲/۲	-۵۱/۸	۸/۵	۶۰/۳	مطلقه
۶۸/۷	۹۴/۲	۲۵/۵	-۴۸/۵	۵/۳	۵۳/۸	همسر فوت شده

همان‌طور که از مشاهده جداول مختلف استنباط می‌شود اکثریت قریب به اتفاق افراد (۹۳) درصد به بالا، ارزش‌های غیرمادی را خیلی مهم (رتبه ۱) تلقی کرده‌اند. لذا توزیع فراوانی پاسخ‌ها از حالت متغیر در مفهوم روش‌شناختی تغییر کرده و بیشتر حالت یک پارامتر را یافته است. این نوع پاسخ‌ها بیش از آن‌که انعکاس آرای واقعی پاسخ‌گویان باشند، مبین نوعی هم‌رنگی و تمایل به تأیید اجتماعی هستند. به عبارت دیگر، پاسخ‌گویان به منظور اجتناب از مجازات اجتماعی سعی در خوب جلوه‌دادن خود و کسب نوعی تأیید اجتماعی در مقابل پرسش‌گران داشته‌اند. همان‌طور که قبلاً نیز اشاره شد پیمایش و تحقیقات پیمایشی در جامعه ما به‌خصوص

در مواردی همانند ارزش‌ها و اخلاقیات با مشکل زیادی در جمع‌آوری داده‌های معتبر روبه‌روست و پرسش مستقیم در این زمینه‌ها عموماً چندان موفق نیست. به این منظور به مقایسه این یافته‌ها با یافته‌های پرسش‌های غیرمستقیم یا فرافکن در خصوص دو ارزش «صداقت» و «پول» یا «ثروت» در همان بررسی (آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی، فرهنگی در ایران) پرداخته‌ایم. در این روش از پاسخ‌گویان پرسیده شده است که:

- «تا چه حد موافقت همه مردم دنبال پول هستند»؟

- «فکر می‌کنید هموطنان ما تا چه حد راستگو هستند»؟

- فکر می‌کنید هموطنان ما تا چه حد دورو هستند»؟

در این روش چون پاسخ‌گویان با انتخاب یکی از گزینه‌های پرسشنامه نظر خود را درباره پرسش‌های مذکور مطرح می‌کردند و در واقع به قضاوت درباره دیگران می‌پرداختند و کمتر تحت فشار هنجاری و احساس شرم و خجالت از نشان‌دادن واکنش واقعی خود قرار داشتند، با خیال آسوده‌تری آرای خویش را بیان کرده‌اند. جدول ۱۸ آرای پاسخ‌گویان را درباره این دو ارزش (برحسب سن، تحصیلات، تأهل و درآمد) مقایسه کرده است.

جدول ۱۸ - اولویت ارزش پول و صداقت برحسب گروه‌های سنی

گروه سنی	هموطنان ما تا چه حد راستگو هستند			تا چه حد موافقت همه مردم دنبال پول‌اند			هموطنان ما تا چه حد دورو هستند				
	کم	تاحدودی زیاد	هیچ	مخالف	تاحدی موافق	هیچ	کم	تاحدودی زیاد			
۱۶-۲۴	۱۳/۲	۳۱/۵	۳۵/۷	۱۸	۹/۷	۱۱/۶	۷۷/۷	۸/۶	۲۱/۶	۳۰/۹	۳۷/۹
۲۵-۳۴	۱۱/۹	۲۷/۴	۳۷/۷	۲۱/۴	۷/۷	۱۳/۶	۷۷/۸	۹/۷	۹/۹	۳۳/۳	۳۴/۷
۳۵-۴۴	۸/۹	۲۷/۴	۳۹/۳	۲۴	۶/۵	۱۲/۹	۷۸/۹	۱۰/۳	۲۲/۷	۳۱/۴	۳۴
۴۵-۵۴	۱۲/۱	۲۲/۷	۳۹/۶	۲۴/۳	۶/۳	۱۵/۲	۷۷/۲	۱۰/۲	۲۳/۸	۳۲/۴	۳۱/۷
۵۵ و +	۸/۳	۲۴/۳	۳۵/۴	۲۹/۹	۷/۹	۱۵/۲	۷۴/۹	۱۰/۱	۲۲/۷	۲۸/۳	۳۵/۱

براساس داده‌های جدول ۱۸، رتبه‌بندی ارزش‌ها با روش پرسش غیرمستقیم، نتایج معکوسی در پی داشته است. در این روش، همه گروه‌های سنی (به جز گروه ۵۵ سال به بالا)

بیش از ۷۷٪ برای ارزش‌های مادی رتبه ۱ (کاملاً موافق) قائل شده‌اند، در حالی‌که در روش قبلی دامنه تغییر بین ۲۴ تا ۲۷ درصد بوده است. به عبارت دیگر، هنگامی که افراد به‌طور مستقیم با این پرسش مواجه شده‌اند که، ثروت برای آن‌ها تا چه حد مهم است، کوشیده‌اند آن را مذموم جلوه دهند، اما زمانی که به‌طور غیرمستقیم میزان موافقت آن‌ها با این جمله که، همه مردم دنبال پول هستند، پرسش شده است، افراد موافقت خود را با این جمله بیان کرده‌اند. بنابراین مقایسه پاسخ‌ها بیانگر وجود شکاف تقریبی ۵۰ درصدی بین آرای پاسخ‌گویان است.

در مورد «صداقت و راستگویی» نیز همین روند معکوس مشاهده می‌شود. براساس داده‌های جدول شماره ۸، اکثریت قریب به اتفاق پاسخ‌دهندگان (۹۲ تا ۹۵ درصد) این ارزش را «خیلی مهم» دانسته‌اند، اما هنگامی که نظر آن‌ها درباره میزان پای‌بندی افراد به این ارزش‌ها پرسیده شده است، بیشتر پاسخ‌گویان میزان پای‌بندی اغلب افراد را به صداقت و راستگویی بسیار پایین برآورد کرده‌اند (دامنه تغییر در گروه‌های سنی ۱۸ تا ۲۹ درصد). همان‌طور که ملاحظه می‌شود درباره اهمیت ارزش صداقت در بین گروه‌های سنی یک روند نزولی به چشم می‌خورد. یعنی جوان‌ترین گروه سنی کمترین (۱۸٪) و مسن‌ترین گروه سنی بیشترین (۲۹/۹٪) را تشکیل می‌دهند. همچنین اعتماد اجتماعی جوانان نیز نسبت به سایر گروه‌ها ضعیف‌تر بوده است، چنان‌که ۳۷/۹٪ از آن‌ها دورویی مردم را «خیلی زیاد» دانسته‌اند، در حالی‌که گروه سنی ۴۵-۵۴ سال، این میزان را ۳۱/۷٪ برآورد کرده‌اند. مقایسه این داده‌ها نشان می‌دهد که در جامعه ما جوانان احساس امنیت اجتماعی کمتری نسبت به سایر گروه‌های سنی دارند. همان‌طور که قبلاً نیز اشاره شد ارزش‌ها بیش از آن‌که متأثر از سطح اقتصادی جامعه باشند، بازتاب درک ذهنی شخص از امنیت‌اند. از این‌رو دگرگونی در ارزش‌ها و توجه بیشتر به ارزش‌های فرامادی زمانی رخ می‌دهد که نسل جدید دوره جامعه‌پذیری را تحت تأثیر محیط مناسب فرهنگی و نهادهای رفاه اجتماعی توأم با احساس امنیت و آرامش سپری کرده باشد.

جدول ۱۹ - اولویت ارزش پول و صداقت برحسب تحصیلات

تحصیلات	هموطنان ما تا چه حد راستگو هستند	تا چه حد موافقت می‌کنند که همه مردم دنبال پول‌اند	هموطنان ما تا چه حد دورو هستند
	هیچ کم تا حدودی زیاد	مخالف تا حدی موافق	هیچ کم تا حدودی زیاد
بی‌سواد	۸/۷ ۱۶/۲ ۳۹/۵ ۳۲/۹	۹/۴ ۱۲/۲ ۷۳/۶	۲۸ ۲۷/۵ ۲۶/۶
مکتبی	۴/۹ ۱۹/۳ ۳۹/۸ ۳۵/۲	۱۰/۷ ۱۹/۷ ۶۸/۴	۲۷ ۲۵/۸ ۳۴
ابتدایی	۸/۲ ۲۲/۷ ۳۷ ۳۰/۷	۸/۲ ۱۴/۵ ۷۶/۴	۳۲ ۱۹/۷ ۳۳/۹
سیکل	۱۰/۵ ۲۵/۵ ۳۸/۴ ۲۴/۷	۶/۵ ۱۲/۶ ۸۰/۱	۲۹/۴ ۲۴/۷ ۳۳/۷
دیپلم	۱۱/۵ ۳۱/۸ ۳۸ ۱۷/۵	۷/۸ ۱۲/۷ ۷۸/۵	۲۰/۲ ۲۳/۳ ۳۷/۲
فوق دیپلم	۱۰/۷ ۳۳/۷ ۳۴/۹ ۱۸/۳	۸/۹ ۱۶ ۷۴/۶	۲۴/۹ ۲۳/۱ ۳۲
لیسانس و بالاتر	۱۹/۶ ۳۴/۹ ۳۴/۲ ۹/۷	۳/۸ ۱۵/۳ ۸۱/۹	۱۶/۸ ۳۵/۲ ۴۰/۱

رابطه تحصیلات با ارزش‌های مادی (پول و ثروت) نشان می‌دهد، تحصیل‌کرده‌ها (گروه لیسانس و بالاتر) با عمومیت یافتن ارزش‌های مادی در بین مردم موافقت بیشتری نموده‌اند. همچنین تحصیل‌کرده‌ها میزان پای‌بندی افراد به صداقت را بسیار کمتر از بی‌سوادان برآورد کرده‌اند. یعنی در حالی که ۳۲/۹٪ از بی‌سوادان، مردم ایران را خیلی راستگو دانسته‌اند، این میزان از نظر تحصیل‌کرده‌ها ۹/۷٪ بوده است. این امر از ضعف‌تر بودن اعتماد اجتماعی تحصیل‌کرده‌ها نسبت به بی‌سوادان حکایت می‌کند. به عبارتی تحصیل‌کرده‌ها در مقایسه با بی‌سوادان، اعتماد بسیار کمتری به صداقت دیگران دارند و احساس امنیت و اعتماد اجتماعی آنان ضعیف‌تر است. شکاف بین دو نوع پرسش (مستقیم و فرافکن) در این بخش نیز حدود ۵۰٪ است.

همچنین براساس جدول شماره ۲۰، اعتماد اجتماعی مجردان نسبت به متأهلان ضعیف‌تر بوده است. این گروه در مقایسه با متأهلان، وجود صداقت را در روابط اجتماعی، کمتر و دورویی را بیشتر برآورد کرده‌اند. ارزش پول نیز از سوی آن‌ها بیش از متأهلان مهم تلقی شده است.

جدول ۲۰ - اولویت ارزش پول و صداقت برحسب وضعیت تأهل

جنس	هموطنان ما تا چه حد راستگو هستند	تا چه حد موافقید که همه مردم دنبال پولند	هموطنان ما تا چه حد دورو هستند
	مخالف تا حدی موافق	هیچ کم تا حدودی زیاد	هیچ کم تا حدودی زیاد
مجرد	۷۸/۲ ۱۲/۱ ۹/۵	۱۶/۳ ۳۴/۲ ۳۳/۱ ۱۴/۷	۳۹/۵ ۳۱/۲ ۲۰/۵ ۷/۶
متاهل	۷۷/۲ ۱۴/۳ ۶/۹	۲۵/۴ ۳۸/۱ ۲۵/۲ ۱۰	۳۳/۳ ۳۱/۸ ۲۲/۱ ۱۰/۶
مطلقه همسر	۷۸/۱ ۱۵/۶ ۳/۱	۱۵/۶ ۳۷/۵ ۴۶/۹ -	۳۱/۳ ۳۱/۳ ۲۱/۹ ۱۲/۵
فوت شده	۷۵/۲ ۱۱/۵ ۱۰/۹	۲۸/۵ ۴۴/۲ ۱۵/۸ ۹/۷	۳۴/۵ ۲۳ ۳۰/۳ ۷/۳

مقایسه ارتباط سطح درآمد با ارزشمند تلقی شدن پول و صداقت در جدول شماره ۲۱ نشان می‌دهد که صاحبان درآمدهای بالا در مقایسه با گروه‌های با درآمد کم و متوسط، ارزش پول را در نزد مردم زیادتر (۸۳٪) برآورد کرده‌اند. همچنین این گروه، اعتماد اجتماعی ضعیف‌تری داشته‌اند. به عبارتی هرچه سطح درآمد افراد افزایش یافته نگرش آن‌ها به وجود صداقت در رفتار افراد منفی‌تر شده است. چنان‌که تنها ۱۰/۲٪ از افراد این گروه پای‌بندی مردم به صداقت و راستگویی را خیلی زیاد برآورد کرده‌اند، در حالی که ۴۹٪ آن‌ها هموطنان خود را به میزان خیلی زیاد دورو تلقی کرده‌اند. یادآوری می‌شود این رقم در بین صاحبان درآمد کم ۲۸/۹٪ و ۳۱/۷٪ بوده است.

جدول ۲۱ - اولویت ارزش پول و صداقت براساس میزان درآمد

درآمد به ۱۰۰۰ تومان	هموطنان ما تا چه حد راستگو هستند	تا چه حد موافقید که همه مردم دنبال پول‌اند	هموطنان ما تا چه حد دورو هستند
	مخالف تا حدی موافق	هیچ کم تا حدودی زیاد	هیچ کم تا حدودی زیاد
۰-۳۰	۷۹/۳ ۱۳/۱ ۷/۶	۲۸/۹ ۴۰/۱ ۲۲/۷ ۸/۲	۳۱/۷ ۳۲/۲ ۲۴/۶ ۱۱/۵
۳۱-۵۰	۷۵/۷ ۱۴/۲ ۹/۴	۲۲/۴ ۳۷/۷ ۲۶/۲ ۱۱/۹	۳۱/۷ ۳۲/۸ ۲۳/۵ ۹/۵
۵۱-۱۰۰	۷۸/۵ ۱۴/۷ ۶/۴	۱۶/۵ ۳۲ ۳۵/۲ ۱۵/۷	۴۲/۹ ۳۱/۸ ۱۶/۵ ۷/۶
۱۰۰ و +	۸۳ ۸/۲ ۸/۲	۱۰/۲ ۲۸/۶ ۴۶/۳ ۱۲/۹	۴۹ ۳۲/۷ ۱۵ ۳/۴

البته بدیهی است درآمد تنها یکی از شاخص‌های امنیت اقتصادی است، در حالی که آنچه پایگاه اقتصادی - اجتماعی افراد را مشخص می‌کند و شاخص دقیق‌تری برای امنیت اقتصادی به‌شمار می‌رود، ترکیبی از شغل، درآمد و تحصیلات است که متأسفانه در این بررسی داده‌های آن موجود نیست.

بنابراین با استناد به داده‌های جداول ۲۱-۱۸ که احتمالاً توزیع نزدیک‌تر به واقعیت را منعکس می‌کنند، نتایج زیر قابل استنباط است:

- بین متغیر سن و میزان اهمیت قائل شدن به ارزش‌های مادی تفاوت چندانی مشهودی وجود ندارد. به عبارتی همه گروه‌های سنی اهمیت زیادی (بیش از ۷۵٪) به پول و ثروت داده‌اند.

- تحصیل‌کرده‌ها و صاحبان درآمدهای بالا، ارزش پول و ثروت را بیش از سایر گروه‌ها برآورد کرده‌اند.

- جوانان، تحصیل‌کرده‌ها، مجردان و صاحبان درآمدهای بالا بر پای‌بندی افراد به صداقت کمتر تأکید کرده‌اند، به عبارتی احساس امنیت اجتماعی این گروه ضعیف‌تر از سایر گروه‌ها بوده است.

- مقایسه توزیع فراوانی آرای پاسخ‌گویان درباره این دو ارزش نشان می‌دهد که در جامعه ما فاصله موجود میان ارزش‌های مادی با صداقت و اعتماد اجتماعی بسیار زیاد است و در واقع ارزش‌های مادی بر این دو ارزش تفوق و برتری دارند.

پی‌نوشت

۱- این مقاله برگرفته از مجموعه مطالعات تحلیل ثانویه مسائل فرهنگی کشور است که در سال ۱۳۷۶ بنا به

درخواست مرکز پژوهش‌های بنیادی انجام پذیرفته است.

منابع و مأخذ

- آبرکرامبی، نیکلاس و برایان استفن هیل، فرهنگ جامعه‌شناسی، ترجمه حسن پویان، انتشارات چاپخش، ۱۹۸۴.
- اینگلهارت، رونالد. تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی، ترجمه مریم وتر، تهران: انتشارات کویر، ۱۳۷۳.
- گی‌روشه، کنش اجتماعی، ترجمه هما زنجانی‌زاده، دانشگاه فردوسی مشهد، ۱۳۶۸.
- محسنی، منوچهر. بررسی آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی، فرهنگی در ایران، معاونت پژوهشی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۵.
- نیک‌گهر، مبینی جامعه‌شناسی، رایزن، ۱۳۶۹.
- و نیز:
- Abramson, Paul and Ronald Inghart, *Value Change in Global Perspective*, The University of Michigan Press, 1995.
- Turner, Jonathan. *Sociology Concepts and Uses*, McGraw-hill, inc, 1994.