

ارزش‌ها: مفاهیم و ابزارهای سنجش

مهناز توکلی*

چکیده

در این مقاله، که به‌منزله مقدمه و درآمدی بر مبحث سنجش ارزش‌ها تلقی می‌شود، ابتدا با ارائه دو تعریف روان‌شناختی و جامعه‌شناختی از ارزش‌ها و نیز بیان خصوصیات و کارکردهای آن‌ها، فضای مفهومی ارزش مشخص شده است. سپس تا حدودی تجزیه و تحلیل تعاریف مربوط به ارزش، نظام ارزشی و مفهوم ضد ارزش‌ها مد نظر قرار گرفته است. همچنین عمده‌ترین روش‌های سنجش ارزش‌ها شامل مشاهده، مصاحبه، تحلیل محتوا و پرسشنامه معرفی، و در هریک از این روش‌ها به مهم‌ترین، برجسته‌ترین و احتمالاً کاربردی‌ترین مقیاس‌ها و سنجه‌های تهیه شده برای آزمون ارزش‌ها که پژوهشگران اندیشه‌گران در مطالعات خود به کار گرفته‌اند، همانند مقیاس «آپورت»، مقیاس ارزشی «روکیچ»، مقیاس «شوارتر»، مقیاس «سوپر»، مقیاس «اینگلهارت» اشاره شده است. علاوه بر این، مهم‌ترین نمودهای ارزش‌ها نظیر گرایش‌ها، اهداف، ایده‌آل‌ها، آرزوها و ترجیحات به‌منزله شیوه‌های مختلف کشف ارزش‌ها بررسی شده‌اند. بخش پایانی مقاله به نقد و بررسی هریک از روش‌ها اختصاص یافته است.

مقدمه

مفهوم ارزش (Value) گرچه از نظر تاریخی دیری است که کانون توجه بسیاری از رشته‌های

دانشگاهی از قبیل فلسفه، علوم سیاسی، اقتصاد، مردم‌شناسی، جامعه‌شناسی و روان‌شناسی قرار گرفته، اما به لحاظ روش‌شناختی، در طول این سال‌ها سنجش ارزش‌ها پیشرفت قابل توجهی ننموده است.

شرایط فوق، وضعیت متناقضی را شکل داده است، به گونه‌ای که از یک‌سو، نظریه‌پردازان همواره بر اهمیت بعد نظری ارزش تأکید ورزیده‌اند و روان‌شناسان، به‌ویژه نقش مرکزی‌تری برای ارزش‌ها در نظام شخصیت فرد قائل بوده‌اند، و از سوی دیگر، مفهوم ارزش از حیث روش‌شناسی دچار ضعف جدی بوده و ابزارهای سنجش به‌کندی پیشرفت نموده است.

برخی از پژوهشگران و اندیشه‌گران، در خصوص علل عقب‌ماندگی سنجش ارزش‌ها، نکاتی را متذکر شده‌اند. از جمله «عبداللطیف» با اشاره به این‌که مدت‌های طولانی ارزش‌ها تحت تأثیر تأملات فلسفی و دور از پژوهش علمی - تجربی بوده‌اند، یکی از عوامل مؤثر در بی‌توجهی دانشمندان به این موضوع در حوزه پژوهش‌های روان‌شناختی را ناشی از طرز تلقی فلسفه‌های عقل‌گرا از ارزش‌ها و محسوب کردن آن‌ها به‌مثابه یکی از مبانی اساسی ساختار عقلانی و فکری مجرد می‌داند. دانشمندان نیز کوشیدند از امور مجرد و انتزاعی به جهت غیرعلمی بودن و نداشتن قابلیت بررسی تجربی، دوری کنند. «لویتون» معتقد است که علت تأخیر در پژوهش ارزش‌ها در حوزه روان‌شناسی، به این اعتقاد روان‌شناسان بازمی‌گردد که بررسی احکام و داوری‌های ارزشی، خارج از دایره آزمایش‌های تجربی قرار می‌گیرد و تابع قیاس و سنجش نیست (عبداللطیف، ۲۲-۲۱).

واقعیت این است که ارزش‌ها از حیث سنجش تجربی، بسیار عقب‌تر از مفاهیم مشابه خود، به‌ویژه گرایش (Attitude) هستند. «روکیچ» (Rokeach) دلایل این عقب‌ماندگی را به شرح ذیل توضیح می‌دهد:

نخست، تکامل و بهبود سریع‌تر روش‌های اندازه‌گیری گرایش‌ها نسبت به ارزش‌ها، که این امر مرهون کار و زحمات افرادی مانند «بوگاردوس»، «تورستن»، «لیکرت» و «گاتمن» است. دوم، وفاق بیشتر اندیشه‌گران بر سر مفهوم گرایش در مقایسه با ارزش، و سوم، باور احتمالی به این نکته که امکان مداخله آزمایشگاهی در بررسی گرایش افزون‌تر از ارزش‌هاست و لذا قابلیت کنترل گرایش بیش از ارزش است (Rokeach, 158).

«روکیچ» در پژوهش خود که دوره زمانی ۱۹۶۱ تا ۱۹۶۵ را دربرمی‌گیرد، به این امر تصریح

نموده که توجه پژوهشگران بیشتر متمرکز بر گرایش بوده است تا ارزش. براساس نتایج تحقیق او، طی دوره زمانی مذکور، از مجموع پنج یا شش پژوهش موجود درباره گرایش، تنها یک پژوهش درباره ارزش انجام شده است. وی این امر را ناشی از اعتقاد بسیاری از پژوهشگران به این امر می‌داند که گرایش‌های فرد در مقایسه با ارزش‌های وی بیشترین اهمیت را در تعیین رفتار اجتماعی او دارد (همان، ۲۴). در حالی که ویژگی‌های خاص و قابل توجه ارزش‌ها، این مفهوم را از گرایش متمایز کرده است. در همین باره می‌توان به استدلال «روکیچ» در خصوص اهمیت بیشتر ارزش نسبت به گرایش، رجوع کرد:

۱- ارزش، مفهوم پویاتری است؛ زیرا این مفهوم در کنار سایر اجزای خود، یعنی جزء رفتاری، عاطفی و شناختی، دارای جزء انگیزشی قدرتمندی است.

۲- در شرایطی که در سطح وسیعی چنین فرض می‌شود که گرایش و ارزش، هر دو تعیین‌کننده‌های رفتار اجتماعی هستند، ارزش در عین آن‌که تعیین‌کننده رفتار است، گرایش را نیز تعیین می‌کند.

۳- تعداد ارزش‌های یک فرد، نسبت به گرایش‌ها، به‌طور قابل توجهی کمتر است، در این صورت مفهوم ارزش، برای شرح و توضیح شباهت‌ها و تفاوت‌های میان افراد، گروه‌ها، ملت‌ها و فرهنگ‌ها، ابزار تحلیل مناسب‌تری فراهم می‌کند.

۴- مفهوم ارزش نسبت به گرایش، در رشته‌های دانشگاهی و حوزه‌های تخصصی حضور گسترده‌تری دارد (Rokeach, 1957).

گسترده‌گی حوزه‌های توجه نظری به ارزش‌ها، خود موجب ابهام در به‌کارگیری این مفهوم شده، چنان‌که حتی در یک رشته تخصصی کاربردهای متفاوت یافته است. به این ترتیب تاکنون از مفهوم ارزش‌ها تعریف واحدی که مورد توافق و ملاک عمل همه پژوهشگران و اندیشه‌گران آن حوزه باشد، به دست نیامده است. مروری بر روش‌های مختلف سنجش ارزش‌ها نشان می‌دهد که هر پژوهشگر براساس دیدگاه و چارچوب نظری جداگانه‌ای اقدام به تعریف ارزش کرده و سپس با تکیه بر تعریف مفهومی خود، به انتخاب روش و معیاری خاص برای سنجش ارزش‌ها دست زده است. در این مقاله سعی شده مهم‌ترین روش‌های سنجش ارزش‌ها معرفی و تا حد ممکن، به نقد و بررسی آن‌ها پرداخته شود.

از آن‌جا که مبنای متدولوژی (روش‌شناسی) سنجش ارزش‌ها را پاسخ‌گویی به پرسش‌هایی

از قبیل چستی ارزش، و خصوصیات و کارکردهای آن تشکیل می‌دهد، لذا ابتدا به بررسی بُعد مفهومی و ابعاد نظری ارزش می‌پردازیم.

تعریف مفهومی ارزش

برای تعریف ارزش باید از هر دو دیدگاه روان‌شناختی و جامعه‌شناختی مدد جست، چه ملاحظات نظری دربارهٔ ارزش‌ها، در هر دو حوزه تخصصی یادشده پی گرفته شده است و این دو حوزه بحث‌های تحلیلی مفید و دقیقی را در مورد ماهیت ارزش‌ها و نظام ارزش‌ها شامل می‌شوند.

در حوزه روان‌شناسی، می‌توان از «روکیچ» نام برد که سهم نظری و تجربی قابل توجهی از مطالعات مربوط به ارزش‌ها را به خود اختصاص داده است. وی ارزش را چنین تعریف می‌کند:

«ارزش، باور پایداری است که فرد با تکیه بر آن، یک شیوه خاص رفتار یا حالت غایی را که

شخصی یا اجتماعی است، به یک شیوه رفتاری یا یک حالت غایی که در نقطه مقابل حالت

برگزیده قرار دارد، ترجیح می‌دهد» (Borgatta, 2223; Feather, 5)

در حوزه جامعه‌شناسی نیز تنها به تعریف «رفیع‌پور» از ارزش بسنده می‌کنیم:

«ارزش یک نوع درجه‌بندی، طبقه‌بندی و امتیازبندی پدیده‌ها (مثلاً کالاها)

است از خوب تا بد؛ یا از مثبت تا منفی» (رفیع‌پور، الف ۷۸، ۲۶۹).

با مرور تعاریف متعددی که روان‌شناسان و جامعه‌شناسان از ارزش ارائه کرده‌اند،^۱ می‌توان دریافت که بیشتر تعاریف، برداشت مثبتی از ارزش داشته و آن را پسندیده و مطلوب تلقی نموده و به‌طور ضمنی یا به‌وضوح به خصوصیت برتری آن اشاره کرده‌اند اما آنچه قابل تعمق است، وجود ارزش‌های منفی است که کمتر کسی بدان توجه نموده است. اگرچه «آلن بیرو» به‌طور گذرا و کم‌اهمیت به وجه منفی ارزش اشاره کرده، ولی هسته اصلی تعریف وی از ارزش را وجه پسندیده و مطلوب بودن ارزش تشکیل می‌دهد (بیرو، ۴۴۴). «روکیچ» نیز اگرچه در توضیحات خود از ارزش به هر دو وجه مثبت و منفی آن به‌مثابه ایده‌آل‌های انتزاعی و مجرد اشاره کرده (Rokeach, 124)، اما در فهرست ارزش‌های خود، ارزش منفی را جای نداده است. در این میان «رفیع‌پور» آشکارا در تعریف خود از ارزش، ارزیابی مثبت یا منفی را در کانون این مفهوم مطرح

کرده است.

در کنار مفهوم ارزش‌های مثبت و منفی، در ایران اصطلاح دیگری بنام «ضد ارزش‌ها» (Anti values) یا «ارزش‌های نکوهیده» نیز به کار گرفته شده است. «نیک‌گهر» آن‌جا که به طبقه‌بندی ارزش‌های اجتماعی می‌پردازد براساس «درجه الزام‌آور بودن»، پیوستاری از ارزش‌های اجتماعی متصور می‌شود که در یک قطب آن، ارزش‌های مثبت (از نظر اخلاقی نیرومند و درونی‌شده) و در قطب مخالف آن، ضد ارزش‌ها یا ارزش‌های نکوهیده قرار می‌گیرد. وی، همچنین براساس ملاک «کارکرد ارزش در تقویت انسجام جامعه»، پیوستاری از ارزش‌ها را در نظر می‌گیرد که در قطب مثبت آن، ارزش‌های متمایل به همکاری و همسازی، و در قطب مخالف آن، ارزش‌های منفی یا ضد اجتماعی، که بر ابهام موجود میان تکالیف شخصی و اجتماعی تأکید می‌گذارد، وجود دارد (نیک‌گهر، ۲۸۹-۲۲۹).

ظاهراً منظور «نیک‌گهر» از «ضد ارزش‌ها»، ارزش‌هایی است که کارکرد اجتماعی ندارند و یا از نظر اجتماع، غیر اخلاقی تلقی می‌شوند. تعبیر وی از ارزش منفی، که در جهت فرایندهای گسسته (تعارض، مخالفت، رقابت) عمل می‌کند، صحیح است و به نظر می‌رسد ارزش منفی بیشتر از بعد اجتماعی - اخلاقی آن مطرح شده باشد، همچنان‌که هنگامی که وی براساس ملاک «کارکرد ارزش در تقویت انسجام جامعه» به طبقه‌بندی ارزش‌ها می‌پردازد، ارزش‌های منفی را ارزش‌هایی تلقی می‌کند که بر ابهام موجود میان تکالیف شخصی و اجتماعی تأکید می‌گذارند.

بنابراین توضیح «نیک‌گهر» در خصوص ارزش منفی و محسوب کردن آن به مشابه ارزشی غیر اجتماعی و غیر اخلاقی، قابل قبول است، اما به نظر نمی‌رسد تاکنون محققان غیر ایرانی در حوزه ارزش‌ها اصطلاح ضد ارزش را به کار برده و معنا و مفهوم متمایزی برای آن در نظر گرفته باشند.^۲

مفهوم دیگری که در کنار ارزش مطرح می‌شود، «نظام ارزش‌ها» است که مهم‌ترین بعد و هسته اساسی این مفهوم را ویژگی سلسله‌مراتبی بودن ارزش‌ها تشکیل می‌دهد.

«رفیع‌پور» در تعریف نظام ارزشی چنین می‌گوید:

«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 را نشان می‌دهند

(رفیع‌پور، الف ۱۳۷۸، ۲۷۰).

بدین‌سان در مفهوم نظام ارزشی چند عنصر اساسی را می‌توان تشخیص داد:

- ۱- وجود مجموعه‌ای از ارزش‌های مثبت و منفی، ۲- حاکمیت روابط علی یا متقابل میان ارزش‌ها، و ۳- تقدم و تأخر میان ارزش‌ها.

ویژگی‌های ارزش‌ها

براساس دیدگاه صاحب‌نظران، ویژگی‌های اساسی ارزش‌ها را به شرح ذیل می‌توان مطرح

نمود:

۱- مرکزیت (Rokeach, 1957).

۲- رجحان و اولویت (انتخاب از میان شقوق مختلف، خصوصیت سلسله‌مراتبی ارزش‌ها)

(روشه، ۸۱، 6؛ Feather).

۳- بایدی بودن و جنبه دستوری داشتن (نیک‌گهر، ۲۹۱؛ عبداللطیف، ۷۴؛ Feather, 6).

۴- قرار داشتن در نظام آرمانی و نه در مسائل عینی و یا حوادث (ذهنی‌بودن ارزش‌ها)

(روشه، ۷۶؛ شرتزر، ۱۸۴).

۵- داشتن بار عاطفی (بذل جان و مال برای حفظ ارزش‌ها) (نیک‌گهر، ۲۸۱؛ روشه، ۸۰).

۶- نسبی بودن (روشه، ۸۰).

۷- پایداری در برابر تغییر (Feather, 4).

کارکردهای ارزش‌ها

ارزش‌ها، دارای کارکردهای فردی و اجتماعی مختلفی هستند که روان‌شناسان و جامعه‌شناسان برحسب رویکرد خود، به‌دسته‌ای از آن‌ها اشاره کرده‌اند. مشخص کردن کارکردهای ارزش‌ها و توجه به آن‌ها، دست‌کم دو نتیجه سودمند دربردارد:

نخست، به روشن‌شدن مرز میان مفهوم ارزش و سایر مفاهیم مشابه کمک می‌رساند. دوم، در سنجش ارزش‌ها، به‌مثابه خطوط راهنما عمل می‌کند.

شاید مهم‌ترین کارکرد فردی ارزش‌ها، فراهم آوردن استانداردها یا معیارهایی باشد که رفتار و افکار فرد را در جهات مختلف هدایت می‌کند (Feather, 8). از منظر جامعه‌شناختی، شاید مهم‌ترین کارکرد اجتماعی که برای ارزش‌ها ذکر می‌شود، نقش آن‌ها در تعیین شیوه‌های مطلوب

اندیشیدن و عمل کردن در فرهنگ و تحقق همبستگی اجتماعی باشد (نیک‌گهر، ۲۹۲).

بررسی تجربی ارزش‌ها

بررسی ارزش‌ها به روایتی از دهه ۱۹۳۰ (عبداللطیف، ۲۴) و به روایتی دیگر از دهه ۱۹۶۰ (آیکن، ۹۱ به نقل از نیکوگفتار، ۶۹) صبغه علمی یافت و به یکی از دل‌مشغولی‌های جدی روان‌شناسان اجتماعی و جامعه‌شناسان تبدیل شد. تاکنون، برای سنجش ارزش‌های شخصی و اجتماعی، روش‌ها و ابزارهای مختلفی به کار گرفته شده است که در ذیل، مهم‌ترین آن‌ها معرفی و بررسی می‌شود.

الف - مشاهده منظم

در این روش، سنجش ارزش‌ها از طریق مشاهده منظم رفتار صورت می‌گیرد. بدیهی است که پژوهشگر (مشاهده‌گر)، با تهیه مشاهده‌نامه‌ای که متشکل از مقولات مشخصی برای سنجش ارزش‌هاست، به ثبت رفتار می‌پردازد. ویژگی اساسی مشاهده آن است که ما را با رفتار طبیعی و غیرتصنعی افراد روبه‌رو می‌سازد. البته مناسب‌ترین گروه برای مشاهده، کودکان خردسال هستند که قادر به توصیف رفتار یا بیان ارزش‌های خود نیستند.

«هوکس» (Howkes) (۱۹۵۲) در مطالعه ارزش‌های شخصی گروه‌هایی از دانش‌آموزان ابتدایی روش مشاهده منظم رفتار را به کار گرفت و به موفقیت‌هایی نائل آمد و توانست کفایت این روش را در کنار آزمایش‌ها و پرسشنامه‌ها نشان دهد. وی بر این نکته تصریح می‌کند که علاوه بر روش اتاق بدون روزنه، رفتار کودکان را ضمن بازی گروهی آن‌ها می‌توان مشاهده کرد. البته وی توضیح می‌دهد که تکرار این مشاهده‌ها، در طی دوره‌های زمانی مختلف به قصد دستیابی به نتایج دقیق هم لازم است.

با این حال، امروزه از روش مشاهده برای شناخت و تعیین ارزش‌ها کمتر استفاده می‌شود. این امر دلایل متعددی دارد که مهم‌ترین آن، محدودیت روش مشاهده برای سنجش کمی پدیده‌ها (در این‌جا رفتار و ارزش) است. بنابراین پژوهشگران با به‌کارگیری روش‌های دیگری مانند پرسشنامه، آزمایش و مصاحبه، و با فراهم آوردن شرایط روایی (Validity) و اعتبار (Reliability) ابزار تحقیق، به سنجش کمی ارزش‌ها می‌پردازند. دلیل دیگر، به قابلیت اعتماد

سنجش ارزش‌ها از خلال رفتار بازمی‌گردد. دربارهٔ این‌که آیا از خلال رفتار فرد می‌توان به ارزش‌های وی پی برد، میان پژوهشگران و صاحب‌نظران توافق نظری وجود ندارد. در بعضی موارد، بر این امر تصریح و چنین توضیح داده شده است که ارزش‌ها تعیین‌کنندهٔ رفتار محسوب می‌شوند. فرد برحسب ارزش‌های خود دست به انتخاب می‌زند. لذا رفتار فرد بازتاب ارزش‌های اوست (عبداللطیف، ۶۷؛ نیکوگفتار، ۵۱).

در مقابل عده‌ای نیز معتقدند رابطهٔ میان ارزش‌ها و رفتار، رابطه‌ای مستقیم و بدون واسطه نیست، بلکه در حد فاصل این دو متغیر، متغیرهای دیگری وارد می‌شوند. به عبارتی، اگرچه ارزش‌ها، نقش مهمی در جهت‌گیری فرد و رفتار وی ایفا می‌کنند، اما عوامل دیگری در اقدام فرد به عمل (رفتار) دخالت دارند. شرایط و بستر اجتماعی که فرد تحت آن دست به عمل می‌زند، در کنش وی نقش تعیین‌کننده‌ای دارد و مطابق نظریهٔ ارزش - انتظار از «اتکینسن» (Atkinson) چنان‌چه پی آمده‌های یک ارزش، انتظار فرد را از کسب منفعت در دست‌یابی به موقعیتی خاص برآورده نماید و آن را تقویت کند، در آن صورت فرد از میان شقوق مختلف عمل (کنش یا رفتار) کنشی را بروز می‌دهد که معطوف به آن ارزش است (Feather, 12).

«فیش‌باین» و «آیزن» نیز بر این اعتقادند که رفتار در پی زنجیره‌ای از عوامل شکل می‌گیرد که حلقهٔ ماقبل بروز رفتار، قصد و نیت انجام آن رفتار است که خود تابع دو متغیر است: ۱- گرایش به سوی آن رفتار، و ۲- هنجار ذهنی (رفیع‌پور، ۱۳۷۲، ۹).

همان‌طور که «رفیع‌پور» و سایر صاحب‌نظران گفته‌اند، فرد قبل از انجام کاری، انگیزهٔ عمل به آن کار را درمی‌یابد و براساس آن چه «اوپنه‌ایم» در «طرح درختی»، نشان داده است (اوپنه‌ایم، ۱۲۸)، گرایش‌ها سطح نزدیک‌تر به رفتار را تشکیل می‌دهند و بعد انگیزشی در گرایش قوی‌تر از ارزش است؛ چه گرایش چیزی نیست جز واکنش‌های ارزیابی‌کننده در قبال پدیده‌ها و موقعیت‌ها که خود به علت رفتار و انگیزهٔ عمل به کاری تبدیل می‌شوند (همان، ۷).

به‌طور کلی، فن مشاهدهٔ منظم (چنان‌چه به شکل مناسب به کار گرفته شود)، ممکن است در حوزهٔ روان‌شناسی و جامعه‌شناسی، به نتایج دقیقی منجر شود. برای مثال، در صورت به‌کارگیری آن در حوزهٔ کشف ارزش‌ها، پژوهشگر ناگزیر است به دو پرسش اساسی پاسخ گوید:

الف - پژوهشگر چه ارزش‌هایی را در مرحلهٔ سنی خاصی، مد نظر دارد؟

ب - جلوه‌های این ارزش کدام‌اند؟ آیا ثابت‌اند یا متغیر؟ (عبداللطیف، ۸۱).

ب - فرافکنی به طریق مصاحبه

منظور از مصاحبه، مجموعه پرسش‌هایی است که برحسب طرحی مشخص برای دست‌یابی به اطلاعاتی در مورد آزمودنی (پاسخ‌گو) به‌صورت رودررو و حضوری پرسیده می‌شود.

در رشته روان‌شناسی، مصاحبه یا آزمایش در مقایسه با روش مشاهده رایج‌ترین شیوه پژوهش در حوزه سنجش ارزش‌ها و احکام اخلاقی است و عموماً برای شناسایی ارزش‌های کودکان و افرادی که قادر به بیان دیدگاه‌های خود نیستند، به‌کار گرفته می‌شود. در زیر به نمونه‌هایی از چگونگی به‌کارگیری این روش به‌هنگام سنجش ارزش‌ها در کودکان اشاره می‌شود:

قصه‌گویی؛ به شیوه‌ای که از کودک خواسته شود بقیه داستان را خودش تکمیل کند. «کیلبرگ» در بررسی داوری‌های اخلاقی، به تعریف تعدادی قصه پرداخت که هر یک دربرگیرنده نوعی تعارض یا نزاع بین دو ارزش اخلاقی بود. «نانسی آیزنبرگ» نیز به منظور بررسی داوری‌های اخلاقی در کودکان، به تعریف مجموعه‌ای از قصه‌های ناقص پرداخت که دربرگیرنده نوعی نزاع بین دو نیاز یا دو ارزش بود و از کودک خواست تا از دیدگاه خود راه مناسبی را برای حل آن انتخاب کند.

برخی از پژوهشگران، روش نقاشی را به‌مثابه روشی مناسب برای ارزیابی ارزش‌های افراد به‌کار گرفته‌اند. البته این روش، برای کودکانی سودمند است که توانایی بیان دیدگاهشان را ندارند، نظیر کودکانی که دارای مشکلات زبانی هستند یا از پرسشی که باید پاسخ دهند، شناخت و آگاهی کافی ندارند. فرض اساسی در روش مذکور این است که کودک با ترسیم شکل‌های مورد علاقه‌اش، ارزش‌ها و گرایش‌های خود را منعکس می‌نماید.

بعضی از پژوهشگران هم با ارائه مجموعه‌ای از تصویرها و نقاشی‌ها به کودکان، از آن‌ها می‌خواهند که به پرسش‌های موجود در پایین هر تصویر پاسخ گویند (عبداللطیف، ۸۳). البته این روش در جامعه‌شناسی کمتر در اولویت قرار دارد. یکی از مهم‌ترین دلایل آن، نیاز به صرف زمان، نیرو و امکانات مالی بسیار برای اجرای آن است. در جامعه‌شناسی، روش مصاحبه غالباً و به‌ویژه زمانی که پاسخ‌گویان، بی‌سواد باشند، با پرسشنامه همراه است.

ج - تحلیل محتوا

معمولاً پژوهشگران این روش را برای تشریح نظام‌مند، کمی و عینی محتوای آشکار پیام به کار می‌گیرند (برلسون، به نقل از بیکر، ۳۱۵). این روش از طریق تحلیل محتوای پیام شفاهی یا کتبی به کشف ارزش‌ها می‌پردازد. در روان‌شناسی غالباً از روش تحلیل محتوای شرح حال برای کشف ارزش‌ها و تعیین دقیق آن‌ها استفاده می‌شود. «الف وایت» (white) در سال ۱۹۴۸ از نخستین افرادی بود که این روش را به کار بست. در تعدادی از پژوهش‌ها، برای بررسی تطبیقی - فرهنگی ارزش‌های جوانان از این روش استفاده شده است. نمونه این تحقیق، پژوهش دکتر «کاظم» است. وی با کمک این روش به بررسی تطبیقی - فرهنگی ارزش‌های دانشجویان مصر و آمریکا پرداخته است. پژوهش‌های پیاپی وی از ارزش‌های گروهی از دانشجویان مصری طی سال‌های ۱۹۷۵ تا ۱۹۶۲ با استفاده از این روش صورت گرفته است. وی از دانشجویان خواست تا سیر زندگی انسان را بدون مقید بودن به مکان یا مدت نگارش آن، روی کاغذ بیاورند و برای این‌که حق آزادی بیان آن‌ها را حفظ کند، از آنان درخواست کرد نامشان را ننویسند و نوشته‌ها را طوری تحویل دهند که کسی نتواند نویسنده را بشناسد. میانگین مطالب حداکثر ۱۰ صفحه و حداقل ۶ صفحه تعیین شده بود. روش تحلیل محتوای شرح حال برای کشف ارزش‌ها و تعیین دقیق آن، توانایی زیادی دارد. با اجرای این روش در فواصل زمانی مختلف می‌توان تغییرات و تحولاتی را که در ارزش‌های افراد حاصل شده است، نشان داد.

برخی از پژوهشگران در بررسی نقش مجله‌های کودکان در رشد ارزش‌های اجتماعی آن‌ها، این روش را به کار برده‌اند. نمونه این تحقیق، بررسی نقش مجله‌های کودکان (دو مجله سمیر و میکی) در رشد ارزش‌های اجتماعی کودکان مصری در فاصله زمانی ۱۹۷۴ تا ۱۹۷۹ است (عبداللطیف، ۸۶-۸۵).

روش تحلیل محتوا در جامعه‌شناسی غالباً برای شناخت ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی و دیدگاه‌های اجتماعی عمده که در رسانه‌ها عرضه می‌شود، به کار می‌رود (بیکر، ۳۲۳). این روش برای شناخت دقیق تغییرات اجتماعی مهم در جامعه، توانایی زیادی دارد. از جمله پژوهش‌هایی که در این خصوص در ایران صورت گرفته است، تحقیق «رفیع پور» تحت عنوان «وسایل ارتباط جمعی و تغییر ارزش‌های اجتماعی» است که در سال ۱۳۷۴ به قصد نشان دادن تأثیر وسایل ارتباط جمعی بر تغییرات ارزشی در ایران اجرا شد (رفیع پور، ب ۱۳۷۸، ۲).

د - پرسشنامه

استفاده از فن پرسشنامه جهت کشف و شناخت ارزش‌ها، رایج‌ترین روش سنجش ارزش‌هاست. از آن‌جا که پرسشنامه‌های سنجش ارزش‌ها بسیار متعدد و متنوع‌اند و مجال پرداختن به همه آن‌ها در این‌جا وجود ندارد، لذا سعی می‌شود رایج‌ترین و کاربردی‌ترین آن‌ها در سنجش ارزش‌ها معرفی گردد.

۱- پرسشنامه آلپورت، ورنون و لیندزی

یکی از معروف‌ترین پرسشنامه‌ها در مطالعه ارزش‌ها، پرسشنامه «آلپورت» است که به منزله یکی از نخستین کوشش‌ها در سنجش تجربی ارزش‌ها محسوب می‌شود. «آلپورت» و همکارانش در سال ۱۹۳۱ موفق به تهیه «آزمون بررسی ارزش‌ها» شدند.

«آلپورت»، ارزش‌ها را با علاقه مسلط یکی می‌داند و شخصیت را به مثابه آنچه علایق و گرایش‌ها آن را مشخص می‌کنند، در نظر می‌گیرد. به این اعتبار نظریه «آلپورت» را تیپ (گونه)‌های ارزشی - شخصیتی نیز نامیده‌اند. پرسشنامه «آلپورت» که با الهام از تیپ‌شناسی (گونه‌شناسی) «اسپرانگر» (۱۹۲۸) انسان را به شش گونه طبقه‌بندی می‌کند و به منظور سنجش شش سنخ اصلی رغبت‌ها، انگیزه‌ها یا نگرش‌های ارزشی تهیه شده است، نیر-مندی نسبی ارزش‌های فرد را در این شش سنخ نشان می‌دهد. این شش سنخ به شرح ذیل است:

- «نظری»، که به جنبه‌های حقیقت و شناخت مربوط است؛

- «اقتصادی»، که به جنبه‌های مادی و مالی مربوط می‌شود؛

- «زیباشناختی یا هنری»، که به شکل و هماهنگی اختصاص دارد؛

- «اجتماعی»، که به جنبه‌های اجتماعی و روابط بین افراد توجه دارد؛

- «سیاسی»، که به قدرت مربوط می‌شود؛

- «مذهبی»، که به باورها و رفتارهای دینی مربوط است (آناستازی، ۱۹۷۶).

شش سنخ مذکور در آزمون بررسی ارزش‌ها، در واقع ابعاد شش‌گانه نظام ارزش‌های فردی را تشکیل می‌دهند که در پرسشنامه این آزمون، به‌طور مستقیم با شاخص‌های مختلفی سنجیده شده‌اند. شاخص‌ها در این پرسشنامه، ماده‌ها یا گزینه‌های پاسخ را شامل می‌شوند که در قالب عبارات به‌صورت تصادفی در کتابچه آزمون بررسی ارزش‌ها تنظیم شده‌اند (همان، ۱۹۶۸).

این پرسشنامه از دو بخش تشکیل شده است: بخش اول، شامل ۳۰ پرسش دوگزینه‌ای است که پاسخ‌گو یا دادن نمره ۱ تا ۳ به هر گزینه، درجهٔ رجحان خود را به هریک از آن‌ها مشخص می‌کند. البته مجموع امتیازات هر دو گزینه نباید بیشتر از ۳ باشد. نمونه‌ای از پرسش‌ها و پاسخ‌های انتخابی این بخش به شرح ذیل است:

- هنگام حضور در یک مجلس بزرگ دینی، علمی، سیاسی، از چه چیزی متأثر می‌شوید؟

الف) از تزئینات و پرچم‌ها ب) از قدرت گروه و تأثیر آن

گزینهٔ اول، نمایانگر ارزش هنری یا زیباشناختی است و گزینهٔ دوم، ارزش سیاسی را نشان می‌دهد.

بخش دوم، شامل ۱۵ پرسش چهارگزینه‌ای است که پاسخ‌گو در هر پرسش، چهار گزینه را برحسب رجحان خود به ترتیب اهمیت از امتیاز ۴ تا ۱ رتبه‌بندی می‌کند. نکتهٔ مهم این است که پاسخ‌گو در این قسمت، از هر امتیاز ۴ تا ۱ نباید بیش از یک‌بار استفاده کند. به بیان دیگر، هیچ دو گزینه‌ای نباید به‌طور مساوی امتیاز بگیرند. نمونه‌ای از پرسش‌ها و پاسخ‌های انتخابی این بخش به شرح ذیل است:

- خوب است کسی که در طول هفته به کار مشغول است، روز تعطیلی‌اش را

الف) با مطالعهٔ کتاب‌های جدید، سپری کند و سطح دانش خود را افزایش دهد.

ب) به گردش و مسابقات ورزشی بپردازد.

ج) در مجالس و کنسرت‌های موسیقی شرکت کند.

د) به سخنرانی دینی گوش فرا دهد.

اشاره هریک از چهار گزینهٔ مذکور به ترتیب به ارزش‌های نظری، سیاسی، زیباشناختی و مذهبی است (عبداللطیف، ۸۸).

در بخش اول پرسشنامه «آپورت»، ۶۰ پاسخ (سی پرسش دوگزینه‌ای) و در قسمت دوم ۶۰ پاسخ (۱۵ پرسش ۴ گزینه‌ای) و در مجموع ۱۲۰ پاسخ وجود دارد که هر ۲۰ پاسخ اشاره به یکی از شش ارزش دارد. در پایان به روش مجموع نمرات عمل می‌شود و چون از ابتدا مشخص است که هر گزینه چه ارزشی را می‌سازد، لذا در پایان، مجموع امتیازات هر فرد در هر دسته از گزینه‌هایی که ارزش‌های خاصی را می‌سازد، با یکدیگر جمع می‌شود و نمرهٔ فرد را در هر یک از شش سنخ اصلی ارزش‌ها نشان می‌دهد. سپس این نمره‌های ارزشی که ماهیت نسبی دارند، به صورت یک نیمرخ

ترسیم می‌شوند تا نیرومندی ارزش‌های شخصی را نشان دهند (ملکی، ۱۵۸).

۲- پرسشنامه ارزش‌های شغلی سوپر

«سوپر» این پرسشنامه را برای هدف اختصاصی تری تهیه نمود و در واقع از نتایج آن برای راهنمایی تحصیلی و حرفه‌ای دانش‌آموزان دبیرستان‌ها و دانشجویان و نیز گزینش کارمندان بهره گرفت (آناستازی، ۱۹۸۶). وی در این پرسشنامه، پانزده ارزش از جمله: نوآوری، امنیت شغلی، جایگاه اجتماعی یا مقام، رابطه با دیگران و نوع دوستی، هوش و تحریک فکری، و منافع اقتصادی را مورد سنجش قرار داده است. بدین منظور ۴۵ جمله مربوط به ارزش‌های شغلی را در قالب پرسشنامه‌ای تنظیم نموده و از پاسخ‌گو خواسته است تا هر یک از جملات را روی مقیاسی ۵ درجه‌ای از لحاظ اهمیتی که برای وی دارد، ارزیابی کند. بدین ترتیب، «سوپر» برای هر یک از ۱۵ ارزش، سه ماده در قالب جملات منظور نموده است (همان، ۱۹۶۲). به عبارت دیگر، در این پرسشنامه، ارزش، پانزده بُعد یافته و برای سنجش هر بُعد یا هر نوع ارزش، سه شاخص به صورت عبارت یا جمله در نظر گرفته شده است. محتوای هر جمله در واقع محتوای عقیده فرد را درباره ارزش خاص مورد بررسی، اندازه‌گیری می‌کند.

۳- فهرست ارزش‌های شخصی

«هوکس» (۱۹۵۲) این پرسشنامه را برای سنجش ۱۰ ارزش ذیل تهیه کرده است:

زیباشناختی، راحتی و آسایش، صداقت، هیجان، زندگی خانوادگی، آزادی جسمانی، سیطره و حاکمیت، پیشرفت فردی، اعتراف، و تقدیر از جانب دیگران.

بدین منظور ۹۰ پرسش متشکل از ۳۰ مجموعه و هر مجموعه مشتمل بر ۳ بند طرح شده است. در این پرسشنامه از پاسخ‌گو خواسته شده است تا هر یک از بندها را برحسب اهمیت آن‌ها منظم کند. نمونه یکی از مجموعه‌ها به شرح زیر است:

- دوست دارم در جاهایی بنشینم که به من امکان حرکت و بازی می‌دهد.

- رنگ‌های جذاب را دوست دارم.

- دوست دارم به همراه دوستان باشم.

عنصر نخست این مجموعه بیانگر ارزش هیجان و آرامش، عنصر دوم بیانگر ارزش

زیباشناختی و عنصر سوم به ارزش دوستی اشاره دارد. اهمیت هر ارزش برای فرد، همان مجموعه درجه‌های این ارزش در جمع مجموعه‌هاست (عبداللطیف، ۹۰).

۴- فهرست بررسی انتخاب

این فهرست که «وودرووف» (Woodruff) آنرا تنظیم کرده متشکل از سه نکته یا موضوع مهم است. در زیر هر نکته یا موضوع، هشت گزینه پیشنهاد گردیده و از پاسخ‌گو خواسته شده است تا آن‌ها را برحسب اهمیت منظم کند. این فهرست، ارزش‌هایی همانند: زندگی خانوادگی، دینداری، صداقت، خدمت اجتماعی و فعالیت عقلی را دربردارد.

موضوع یا نکته دوم این پرسشنامه شامل گزینه‌های زیر است:

الف - تمرین فعالیت‌های گروهی در یادگان‌ها،

ب - تمرین فعالیت سیاسی،

ج - زندگی آرام و بی‌دردسر،

د - اهمیت گروه و جذابیت آن،

ه - اهمیت دین و تشویق سازمان‌های دینی،

و - زندگی هیجانی،

ز - مساوات و عدم تبعیض میان افراد،

ح - رقابت فکری،

پاسخ‌گو باید برحسب اهمیتی که برای هر یک از گزینه‌های مذکور درباره موضوع یا نکته

طرح‌شده قائل است، به منظم نمودن آن‌ها اقدام کند (عبداللطیف، ۸۹).

۵- فهرست ارزش‌های اسپیندلر (Spindler)

«جرج اسپیندلر» (۱۹۵۵) براساس مطالعات مردم‌شناسانه خود درباره فرهنگ امریکایی، که به‌زعم وی فرهنگی در حال انتقال از مرحله عقاید سنتی به اعتقادات جدید بوده است، به دسته‌بندی ارزش‌ها به دو دسته ارزش‌های سنتی و ارزش‌های پدیدآینده (جدید) اقدام و برخی از این ارزش‌ها را از یکدیگر تفکیک نموده است. سپس فهرستی از این ارزش‌ها به همراه توضیحی مختصر برای هر ارزش، تهیه کرده که خلاصه‌ای از آن به شرح ذیل است:

جدول ۱- طبقه‌بندی اسپیندلر از ارزش‌ها*

ارزش‌های سنتی	ارزش‌های پدید آینده (Emergent V.) یا جدید
<p>۱- اصول اخلاقی پیوریتن شایستگی یا احترام، صرفه‌جویی، از خود گذشتگی و محدودیت امور جنسی از جمله خصوصیات عمده‌ای هستند که شخص باید دارا باشد.</p> <p>۲- اصل توفیق - کاری مردم سخت کار می‌کنند تا موفق شوند. هرکس چنانچه بکوشد می‌تواند به اوج کامیابی برسد. آن‌ها که نمی‌رسند، کودن یا تنبل اند. مردم کار می‌کنند تا خویششان را به ارزش خود متقاعد سازند.</p> <p>۳- اصالت فرد (Individualism) فرد از گروه مهم‌تر است. در شکل افراطی، این ارزش، مصلحت را تشویق نموده، به حقوق افراد دیگر اهمیت نمی‌دهد. اما در شکل سالم، استقلال و اصالت را تشویق می‌کند.</p> <p>۴- توفیق - محوری (Achievement orientation) پیروزی، هدفی مستمر است. بر افتخارات گذشته نمی‌توان تکیه زد. اگر کسی امسال ۹۰۰۰ دلار درآمد دارد، سال آینده باید ۱۰۰۰۰ دلار درآمد داشته باشد. این ارزش مردم را در جنبش و هیجان نگه می‌دارد.</p> <p>۵- آینده - محوری (Future - time orientation) آینده بسیار اهمیت دارد، نه گذشته یا حتی حال، وقت پربهاست و نباید تلف شود. نیازهای کنونی باید به خاطر رضایتی که در آینده حاصل می‌شود نادیده گرفته شوند.</p>	<p>۱- اجتماعی بودن یا قابلیت معاشرت (Sociability) توانایی سازش و خوب کنار آمدن با مردم و دوست داشتن آن‌ها اهمیت بیشتری دارد. انجام هر کاری به تنهایی مشکوک است.</p> <p>۲- نسبی بودن اخلاق صحت یا سقم مطلق قابل تردید است، اخلاق آن چیزی است که مردم صحیح یا غلط می‌پندارند.</p> <p>۳- رعایت دیگران هرکاری که فرد می‌کند باید با توجه به دیگران و احساسات آن‌ها باشد. فرد یک رادار (گیرنده) درونی دارد که او را در برابر احساسات دیگران هوشیار می‌سازد.</p> <p>۴- اصل اصالت لذت و خوشی، حال - محوری (Hedonistic, Present - time orientation) هیچ‌کس نمی‌داند آینده چه خواهد شد، بنابراین شخص باید از حال لذت ببرد، اما با رعایت تعادل کامل میان منافع شخص و گروه‌ها.</p> <p>۵- مطابقت با گروه هرچیز رابطه‌ی نسبی با گروه دارد. هماهنگی گروهی مهم‌ترین هدف است.</p>

۶- فهرست ارزش‌های تفاضلی

«پرینس» براساس تقسیم ارزش‌ها به ارزش‌های سنتی و ارزش‌های نو این پرسشنامه را تهیه نموده است. این پرسشنامه از ۶۴ پرسش تشکیل شده و هر پرسش شامل دو عبارت است که پاسخ‌دهنده باید یکی از آن‌ها را انتخاب کند. عبارت نخست، نمایانگر ارزش سنتی از قبیل، ارزش اخلاقی، میل به موفقیت، دستیابی به قدرت و برنامه‌ریزی برای آینده است، و عبارت دوم، نمایانگر ارزش نو از قبیل: همگامی و توجه به وضع کنونی، صداقت و خوشبختی است.

جدول ۲- طبقه‌بندی پرینس از ارزش‌ها*

ارزش‌های سنتی	ارزش‌های نو
۲ ب: باید به کارهایی بپردازم که عادی نیست	۲ الف: باید به کارهایی بپردازم که بیشتر مردم آن را انجام می‌دهند.
۳ الف: باید دربارهٔ سیاست و دین، نظریه‌هایی داشته باشم.	۳ ب: باید تلاش کنم که با نظر دیگران موافق باشم.
۵ الف: باید به موقعیت برتر از موقعیت پدرم دست یابم.	۵ الف: باید از خوشی‌های زندگی بیش از پدرم بهره‌مند شوم.
۷ ب: باید بدانم که تحمل درد و رنج به خاطر آینده‌ام، امر مهمی است.	۷ الف: باید بدانم که مهم‌ترین چیز برایم در زندگی خوشبختی است.
۹ الف: باید بدانم، وظیفه‌ام این است که بیش از اندازه قناعت کنم.	۹ ب: باید بدانم که اقتصاد خوب است، ولی نه تا حد محروم شدن از همهٔ لذت‌های موجود.
۱۳ الف: باید بدانم، مهم این است که برای آینده زندگی کنم.	۱۳ ب: باید بدانم که امروز مهم است و هرروز را تا حد نهایت سپری کنم.
۱۴ ب: می‌دانم که باید دربارهٔ آنچه درست یا نادرست است باورهای قوی داشته باشم.	۱۴ الف: باید بدانم که درست و غلط، کلماتی نسبی هستند.
۱۷ الف: باید بدانم که کار مهم است و بازی مهم نیست.	۱۷ ب: باید بدانم که خیلی کار کردن و بازی نکردن شخص را کودن می‌کند.
۲۰ ب: باید آمادهٔ فداکاری برای دنیای برتر باشم.	۲۰ الف: باید بیشترین روابط اجتماعی را داشته باشم.

۷- سنجه دوازده ارزشی اینگلهارت

یکی از معروف‌ترین کارها در حوزه سنجش ارزش‌ها، مربوط به «اینگلهارت» است. «اینگلهارت» (۱۹۷۰) در معرفی نظریه خود تحت عنوان «دگرگونی ارزش‌ها»، ارزش‌ها را به دو دسته مادی و فرامادی تقسیم کرده و در خصوص سنجش ارزش‌ها چنین توضیح داده که اگرچه سنجش و اندازه‌گیری مستقیم ارزش‌ها مشکل است، لیکن وجودشان از طریق تأکید پیوسته بر انواع معینی از اهداف قابل استنباط است. وی اضافه کرده است که خواسته‌ها یا اهداف ممکن است در سه سطح فردی، میانه، و کلان مطرح شوند (اینگلهارت، ۱۵۰).

از آن‌جا که «اینگلهارت» به تحلیل ثانویه داده‌های حاصل از مجموع مشاهدات زمانی مشخص (۸۸-۱۹۷۰) در سطح کشورهای اروپای غربی پرداخته، شاخص‌های کلان در سطح اجتماعی - اقتصادی را که قابلیت دارند به‌مثابه اهداف کلان نمونه‌های هرگروه سنی مطرح باشند، به‌منزله شاخص‌های مقیاس ارزش‌ها در مطالعه خود انتخاب نموده است. مقیاس ارزش‌های وی شامل سنجه‌ای دوازده ارزشی است که خواسته‌های زیر را دربرمی‌گیرد:

- الف - حفظ نظم کشور،
 - ب - اعطای حق بیشتر به مردم در تصمیم‌گیری‌های دولت،
 - ج - مبارزه علیه افزایش قیمت‌ها،
 - د - دفاع از آزادی بیان،
 - ه - حفظ آهنگ سریع رشد اقتصادی،
 - و - اطمینان از قدرت نیروی دفاعی کشور،
 - ز - اعطای حق بیشتر به مردم در تصمیم‌گیری‌های مربوط به کار و اجتماعشان،
 - ح - کوشش در جهت زیباتر سازی شهرها،
 - ط - حفظ اقتصاد باثبات،
 - ی - مبارزه با تبهکاری،
 - ک - حرکت به سوی جامعه‌ای دوستانه‌تر و انسانی‌تر،
 - ل - حرکت به سوی جامعه‌ای که ارزش اندیشه‌ها در آن بیش از پول است (همان، ۸۳).
- شکل و ساختار سنجه دوازده ارزشی بدین صورت است که از پاسخ‌گو پرسیده می‌شود:

اگر از شما خواسته شود که بگویید در برنامه پنج‌سائنه آینده، چه هدفی باید بیشتر مدنظر قرار گیرد، کدام یک از اهداف زیر را انتخاب می‌کنید؟

سپس سه دسته پاسخ چهارگزینه‌ای که سنجۀ دوازده ارزشی «اینگلهارت» را تشکیل می‌دهند به‌طور جداگانه در اختیار پاسخ‌گو قرار می‌گیرند و او باید دو پاسخ را که از نظر او مهم‌تر است، به ترتیب اولویت اول و دوم مشخص نماید. در پایان، باردیگر از پاسخ‌گو خواسته می‌شود تا از مجموع سه دسته پاسخ چهارگزینه‌ای مهم‌ترین خواسته‌های خویش را به ترتیب به‌صورت اولویت‌های اول و دوم مشخص نماید و سپس به کم‌اهمیت‌ترین خواسته خویش از مجموع دوازده خواسته اشاره کند (همان، ۱۵).

«اینگلهارت» برای آزمون فرضیات خود، هریک از ارزش (خواسته)ها را به منزله یک متغیر مجزا با کد ۱ تا ۶ مشخص کرده و به ارزش مفروضی که به‌مثابه دلخواه‌ترین ارزش از میان دوازده ارزش انتخاب شده، کد ۱ و به ارزشی که در مرتبۀ دوم قرار داشته، کد ۲ و به ارزشی که آخر از همه قرار گرفته، کد ۶ داده است. همچنین در صورتی که گزینه در میان چهار ارزش مجموعه خویش اولویت اول را داشته، کد ۳ و اگر در مرتبۀ دوم از مجموع چهار ارزش جای گرفته، کد ۴ و چنانچه ترتیب انتخاب آن ارزش، نه در پایین و نه در بالا بوده، کد ۵ داده است. «اینگلهارت» تأکید کرده است که متغیرها بر مبنای مراتب نسبی هستند نه براساس نمره‌های مطلق. به این معنا، ارزش‌ها مستقل تلقی نمی‌شوند و تحلیل عوامل تنها با دسته کوچکی از ارزش‌ها قابل اجرا نیست.

شش‌گزینه شهرها و طبیعت زیبا، احترام به عقاید، آزادی بیان، جامعه‌ای انسانی‌تر، حق ابراز نظر درباره کار و اجتماع و سهم بیشتر در حکومت، متناظر با نیازهای اجتماعی و خودشکوفایی در سلسله مراتب نیازهای «مازلو» هستند و براساس دسته‌بندی «اینگلهارت»، جزو ارزش‌های فرامادی محسوب می‌شوند.

شش‌گزینه باقیمانده شامل: نیروهای دفاعی قوی، مبارزه با جرم و جنایت، حفظ نظم، اقتصاد ثابت، رشد اقتصادی و مبارزه با افزایش قیمت‌ها، تبلور نیازهای طبیعی بشر هستند و جزو ارزش‌های مادی به‌شمار می‌روند.

«اینگلهارت» با جمع نمرات مربوط به ارزش‌های مادی و فرامادی به‌طور جداگانه برای هریک از گروه‌های سنی موجود در نمونه تحقیق، به این نتیجه رسیده است که افراد را بر حسب

نمراتی که کسب کرده‌اند می‌توان به سه دسته فرامادیون، مادیون و التقاطیون طبقه‌بندی کرد. دسته التقاطیون اشاره به آن دسته از پاسخ‌گویانی دارد که تقریباً در میانه مادیون و فرامادیون قرار می‌گیرند. به نظر «اینگلهارت»، ظاهراً التقاطیون گروه تحت فشاری هستند که امکان دارد به هر دو سو بچرخند. التقاطیون در هر گروه سنی، حدود نیمی از نمونه را تشکیل می‌دادند (همان، ۸۵).

«اینگلهارت» پس از به دست آوردن جمع نمرات ارزش‌های مادی و فرامادی به‌طور جداگانه برای هریک از گروه‌های سنی، درصد آن را محاسبه نموده و موقعیت هر گروه سنی را در یک نقطه زمانی معین، از طریق تفریق درصد مادیون در آن گروه سنی از درصد فرامادیون، تشخیص داده است (همان، ۹۴). بنابراین تحلیل گروه سنی براساس شاخص درصد تفاوت‌ها صورت گرفته، نه براساس میانگین نمره‌های ارزشی برای هر گروه سنی (همان، ۹۷).

۸- پیمایش ارزشی روکیچ

«روکیچ» (۱۹۷۵) نیز با طبقه‌بندی ارزش‌ها به دو دسته غایی و ابزاری - به‌منزله ابعاد کلی و دوگانه ارزش - طرح پیمایش ارزشی خود را بنیان نهاد. وی برای سنجش هریک از این دو دسته مذکور، فهرستی مشتمل بر ۱۸ ارزش در اختیار آزمودنی قرار داد. در کنار هریک از ارزش‌های این فهرست، که براساس حروف الفبا تنظیم گردیده، عبارات توصیفی کوتاهی داخل پرانتز آمده و از آزمودنی خواسته شده است تا ارزش‌ها را به‌مثابه اصول راهنما در زندگی خویش برحسب میزان اهمیت از شماره ۱ (مهم‌ترین) تا ۱۸ (کم‌اهمیت‌ترین) رتبه‌بندی کند (Feather, 19-21).

«روکیچ» به مقایسه اولویت‌های ارزشی اعضای خانواده (شامل مادر، پدر، دختر و پسر) از مهم‌ترین مرتبه تا کم‌اهمیت‌ترین آن و نیز تحلیل ارزش‌های منفرد اقدام کرد. وی ابتدا حدمیانه (Median) را در نظام ارزش‌های گروه‌های سنی مزبور به دست آورد و سپس ارزش‌ها را برحسب اهمیت آن‌ها از کم تا زیاد رتبه‌بندی کرد و در پایان به مقایسه شباهت‌ها و تفاوت‌های ارزشی آن‌ها پرداخت.

جدول ۳- طبقه‌بندی روکیچ از ارزش‌ها*

فهرست ارزش‌های غایی	فهرست ارزش‌های ابزاری
۱- زندگی آسوده (زندگی پررونق)	۱- بلندپروازی یا جاه‌طلبی (کار سنگین کردن و آرزو داشتن)
۲- زندگی پرهیجان (زندگی فعال و پرشور)	۲- وسعت نظر (باز بودن ذهن)
۳- احساس رضایت از کار (موفقیت در کار)	۳- توانایی (لیاقت و کفایت)
۴- صلح جهانی (رهایی از جنگ و برخورد)	۴- شادی (سرزندگی)
۵- جهانی زیبا (زیبایی طبیعت و هنرها)	۵- نظافت (پاکیزگی، نظم)
۶- برابری (برادری و فرصت‌های برابر برای همه)	۶- شجاعت (بر اعتقاد خود مصمم بودن)
۷- امنیت خانواده (فراهم کردن امنیت برای افراد مورد علاقه)	۷- بخشندگی (تمایل به بخشیدن دیگران)
۸- آزادی (استقلال و انتخاب آزادانه)	۸- باری‌رسانی (کارکردن برای رفاه دیگران)
۹- خوشبختی (رضایت)	۹- صداقت (درستی و بی‌ریایی)
۱۰- هماهنگی درونی (رهایی از ستیزه و کشمکش داخلی)	۱۰- خیال‌پردازی (اخلاقیت، جرأت داشتن)
۱۱- عشق کامل (دلبستگی جنسی یا روحی)	۱۱- استقلال (خودکفایی، خوداتکایی)
۱۲- امنیت ملی (حراست در برابر حمله)	۱۲- خردمندی یا اندیشه‌گری (هوش، تأمل)
۱۳- لذت (زندگی آسوده و لذت‌بخش)	۱۳- منطقی بودن (عدم تناقض، رفتار عقلانی)
۱۴- رستگاری (زندگی جاودانه و سعادت‌مند)	۱۴- مهربان بودن (دلباختگی)
۱۵- احترام به خویش (عزت نفس)	۱۵- اطاعت (وظیفه‌شناسی)
۱۶- تأیید اجتماعی (تحسین و احترام)	۱۶- مؤدب بودن (باادب بودن و خوش‌رفتاری)
۱۷- دوستی واقعی (مصاحبت صمیمانه)	۱۷- مسئولیت (قابل اعتماد و اطمینان بودن)
۱۸- خرد (فهم بالقوه‌ای از زندگی)	۱۸- خویش‌داری (کنترل داشتن بر خود و خودانضباط بودن)

۹- ساختار چرخشی ارزش‌ها

«شوارتز» (Schwartz) نظریه ساختار چرخشی ارزش‌های خود را در سال ۱۹۹۰ معرفی کرد. نقطه شروع کار وی پیمایش ارزشی «روکیچ» و تقسیم‌بندی او از ارزش‌ها بود. کاری که او انجام داد، تصفیه و اصلاح ۳۶ ارزش غایی و ابزاری «روکیچ» و افزایش آن به ۵۷ ارزش غایی و ابزاری، مشتمل بر ۳۰ ارزش غایی و ۲۷ ارزش ابزاری بود (Borgatta, 2226).

ارزش‌های غایی و ابزاری به شرح زیر است.

جدول ۴- فهرست ارزش‌های شوارتز*

ارزش‌های ابزاری	ارزش‌های غایی
استقلال (انکا به خود، خودکفایی)	برابری (فرصت‌های یکسان برای همه)
میان‌روی (پرهیز از اعمال و احساسات افراطی)	هماهنگی درونی (با خود در صلح و صفا بودن)
وفاداری (وفاداری به دوستان و گروه خود)	قدرت اجتماعی (توان کنترل دیگران، تسلط داشتن)
بلندپروازی (سخت‌کوشی، هدفمند بودن)	لذت (ارضای امیال)
آزاداندیشی، روشنفکری (تحمل عقاید مختلف و نظرهای دیگران)	آزادی (آزادی عمل و اندیشه)
تواضع (فروتنی)	زندگی معنوی داشتن (تأکید بر موضوعات معنوی نه مادی)
باجرات بودن (حادثة‌جویی، خود را به مخاطره افکندن)	احساس تعلق داشتن (احساس این‌که دیگران به فکر من هستند)
حفظ محیط‌زیست (محافظت از طبیعت)	نظم اجتماعی (ثبات جامعه)
بانفوذ بودن (در مردم و جریانات نفوذ داشتن)	زندگی هیجان‌انگیز (تجارب جالب)
گرامی داشتن والدین و بزرگ‌ترها (احترام گذاشتن)	معناداری زندگی (هدف داشتن در زندگی)
انتخاب اهداف شخصی (گزینش مقاصد شخصی)	مؤدب بودن (ادب داشتن، آداب‌دانی)
سلامت (بیمار نبودن از نظر بدنی و روانی)	ثروت (تملک مادی، پول)
توانایی (مهارت، مؤثر بودن، کارآیی)	امنیت ملی (حفاظت از کشور در برابر دشمن)
پذیرفتن سرنوشت در زندگی (تسلیم‌شدن در برابر شرایط زندگی)	احترام به خویشان (اعتقاد به ارزشمند بودن خود)

<p>شرافت (اصالت، نجابت)</p> <p>حفظ وجهت خود در میان جمع (حفظ ظاهر)</p> <p>اطاعت (وظیفه‌شناسی)</p> <p>باهوش بودن (منطقی و متفکر بودن)</p> <p>یاری‌رسانی (برای آسایش دیگران کارکردن)</p> <p>لذت بردن از زندگی (لذت از غذا، روابط جنسی، تفریحات و...)</p> <p>مذهبی بودن (اعتقاد به عقاید مذهبی)</p> <p>مسئولیت (قابل اعتماد و اتکا بودن)</p> <p>کسب‌کار و علاقه‌مندی به همه چیز</p> <p>(جست‌وجوگری)</p> <p>بخشنده‌گی (آمادگی برای بخشیدن دیگران)</p> <p>موفقیت (موفقیت از نظر نیل به اهداف)</p> <p>تمیزی (پاکیزگی و مرتب بودن)</p> <p>تسلیم خوش‌گذرانی‌ها شدن (انجام کارهای لذت‌بخش)</p>	<p>جبران لطف دیگران (پرهیز از مدیون بودن)</p> <p>خلاصیت (منحصر به فرد بودن، تخیل)</p> <p>صلح در دنیا (دنیایی بدون جنگ و ستیز)</p> <p>احترام به سنت (حفظ آداب و رسوم متداول)</p> <p>عشق کامل و بالغ (صمیمیت عمیق عاطفی و معنوی)</p> <p>خوب‌بستن‌داری (خودداری و مقاومت در برابر لغزش‌ها و وسوسه‌ها)</p> <p>رعایت حریم شخصی (حق برخورداری از حریم خصوصی)</p> <p>امنیت خانواده (فراهم کردن امنیت برای افراد مورد علاقه)</p> <p>اعتبار اجتماعی (مورد احترام و تأیید دیگران قرار گرفتن)</p> <p>وحدت با طبیعت (هماهنگی و تناسب با طبیعت)</p> <p>زندگی متنوع (مملو از چالش، نوآوری و دگرگونی)</p> <p>فهم و دانش (درک پخته و بالغ از زندگی)</p> <p>اقتدار (حق رهبری و دستور دادن)</p> <p>دوستی حقیقی (داشتن دوستان حامی و صمیمی)</p> <p>جهان‌زیبایی‌ها (زیبایی طبیعت و هنر)</p> <p>عدالت اجتماعی (اصلاح بی‌عدالتی‌ها، توجه به ضعیفان)</p>
---	---

#: منبع: (Schwartz, Internet, 1992).

«شوارتز» هر ارزش را روی طیفی از ۱- تا ۷ درجه‌بندی کرده و از افراد خواسته است تا میزان اهمیت هر ارزش را به مثابه یک اصل راهنما در زندگی خویش ارزیابی کنند و بدان‌ها نمره دهند.

روش نمره‌دهی براساس مقیاس به شرح ذیل است:

- (۱-) برای ارزیابی ارزشی که با اصول و خط‌مشی زندگی شما کاملاً مخالف است. (صفر) بدین معناست که مفهوم مورد نظر (به‌مثابه یک ارزش) برای شما فاقد اهمیت است و در تعیین اصول و خط‌مشی زندگی شما اهمیت ندارد.
 - (۳) بدین معناست که ارزش مورد نظر مهم است.
 - (۶) بدین معناست که ارزش مورد نظر بسیار مهم است.
 - (۷) بیانگر ارزشی است که در تعیین اصول و خط‌مشی زندگی شما اهمیت بیش از اندازه‌ای دارد. معمولاً تعداد این نوع ارزش‌ها بیشتر از دو تا نیست.
- علاوه بر دستورالعمل فوق، به پاسخ‌گو توضیح داده شده است که هرچه عدد بزرگ‌تر باشد، به این معناست که ارزش مورد نظر، نقش مهم‌تری در تعیین اصول و خط‌مشی زندگی وی دارد. بر این نکته نیز تأکید گردیده است که تا حد امکان از همه اعداد (والبته از هر عدد فقط یک‌بار) برای مشخص کردن حداکثر تفاوت بین ارزش‌ها استفاده شود. (Borgatta, 2226)

۱۰- مطالعات رفیع‌پور در خصوص تغییر ارزشی

در میان تحقیقات داخلی، با توجه به تمرکز رفیع‌پور بر مبحث ارزش‌ها و تغییرات آن، به مطالعات وی در خصوص تغییر ارزش‌ها در سال ۷۱ اشاره می‌شود. «رفیع‌پور» برای سنجش تغییر ارزش‌های جامعه ایران طی سه مقطع زمانی ۵۶، ۶۵ و ۷۱، ارزش‌ها را به دو دسته مادی و مذهبی طبقه‌بندی کرده و پس از مشخص نمودن ابعاد ارزش، برای سنجش تغییر ارزش‌های مذهبی از چهار مؤلفه زیر سود جسته است:

اعتقاد به دین، علاقه به روحانیت، رعایت حجاب و احترام به خانم‌های چادری.

«رفیع‌پور» با استفاده از فن هنجار ذهنی به سنجش تغییرات ارزشی افراد پرداخته و نظر پاسخ‌گویان را در مورد نگرش مردم به متغیرهای نامبرده در سه مقطع زمانی جویا شده است. وی با اعتقاد به این مسئله که پرسش‌های مستقیم در پرسشنامه عموماً (جز در مواردی خاص) قابل اعتماد (Reliable) نیستند (رفیع‌پور، ۱۳۷۲، ۳۰)، مزیت استفاده از این روش را در عدم نگرانی فرد از ابزار نظر شخصی، بدون ترس از مجازات ذکر کرده است (همان، ۹).

پرسش‌های تحقیق «رفیع‌پور» برای سنجش تغییرات ارزشی در ایران، به شرح ذیل است:

- ۱- اعتقاد مردم به دین در سال ۶۵ (اوج جنگ) بیشتر بوده یا اکنون (سال ۷۱)؟
پیش از انقلاب یعنی در سال ۵۶ چگونه بوده است؟
- ۲- علاقه مردم به روحانیت در سال ۶۵ در مقایسه با سال ۵۶ و ۷۱ تا چه حد بوده است؟
- ۳- اگر خانمی حجاب را رعایت نکند سال ۵۶ بیشتر عیب شمرده می‌شد یا اکنون (سال ۷۱) یا پیش از انقلاب؟
- ۴- احترام به خانم‌های باحجاب در سال ۶۵ بیشتر بود یا اکنون (سال ۷۱) یا پیش از انقلاب یعنی سال ۵۶؟

- ۵- اگر حساب دین و خدا باشد یا پول، مردم پیش از این (سال ۶۵) کدام را ترجیح می‌دادند؛ دین و خدا یا پول را؟ اکنون (سال ۷۱) چگونه؟ پیش از انقلاب چگونه؟ (رفیع پور، ۱۳۷۷، ۱۶۸ و ۱۶۴).
- پاسخ به پرسش‌های فوق براساس سه طیف هفت قسمتی به شکل زیر همزمان در سه زمان مختلف (۵۶، ۶۵ و ۷۱) بررسی شده است (همان، ۱۶۰):
- خیلی خیلی کم متوسط خیلی خیلی زیاد



حال پس از مروری بر پرسشنامه‌های معروف سنجش ارزش‌ها، ضروری است نگاهی انتقادی به ابزارهای اندازه‌گیری ارزش‌ها بیفکنیم.

نقد و بررسی روش پرسشنامه

مقیاس‌ها و پرسشنامه‌های تهیه‌شده در این حوزه را به صورت‌های مختلف می‌توان طبقه‌بندی نمود. در این جا سه نوع طبقه‌بندی مطرح می‌شود:

۱- طبقه‌بندی براساس نوع گزینه ارائه‌شده در پرسشنامه

- الف - پرسشنامه‌هایی که در آن‌ها ارزش‌های مورد بررسی با ذکر عبارات توصیفی در داخل پراتز، در اختیار پاسخگو قرار می‌گیرند، مثل پرسشنامه «روکیج» و «شوارتز».
- ب - پرسشنامه‌هایی که در آن‌ها ارزش‌های مورد بررسی پس از تبدیل به مؤلفه‌های سنجش،

در قالب مقیاسی مشتمل بر گویه‌ها یا عبارات ارائه می‌گردند. مثل پرسشنامه‌های «آپورت»، «پرینس»، «سوپر».

۲- طبقه‌بندی پرسشنامه‌ها برحسب انتخاب گزینه‌ها

الف - پرسشنامه‌هایی که در آن‌ها پاسخ‌گو باید از میان گزینه‌های موجود، یک یا چند گزینه را انتخاب کند، مثل سنجۀ ارزش‌های «اینگلهارت» و پرسشنامه «پرینس».

ب - پرسشنامه‌هایی که پاسخ‌گو موظف است به تمام گزینه‌ها یا گویه‌ها رتبه دهد، مثل پرسشنامه «روکیچ» و «آپورت».

۳- طبقه‌بندی پرسشنامه‌ها برحسب نحوه رتبه‌دهی (نمره‌دهی)

الف - پرسشنامه‌هایی که پاسخ‌گو باید تمام گزینه‌ها را با در نظر گرفتن ارتباط آن‌ها با یکدیگر رتبه دهد، مثل پرسشنامه «روکیچ» و «شوارتز».

ب - پرسشنامه‌هایی که پاسخ‌گو باید در هر پرسش یا مجموعه، گزینه‌های طرح‌شده را در مقایسه با هم رتبه دهد، مثل پرسشنامه «آپورت».

براساس طبقه‌بندی‌های فوق اکنون نوبت به نقد و بررسی مهم‌ترین مقیاس‌ها و پرسشنامه‌های معرفی‌شده است. پرسشنامه «آپورت» را به‌مثابه شاخص پرسشنامه‌هایی که ارزش‌ها را به مؤلفه‌های سنجش تبدیل می‌کند و گویه‌ها یا عباراتی در پرسشنامه می‌گنجاند، بررسی می‌کنیم:

پرسشنامه «آپورت» به‌رغم آن‌که با فراهم نمودن شرایط انتخاب از میان شقوق مختلف و ایجاد شرایط مقایسه‌ای، زمینه مناسب‌تری را برای تعیین ارزش‌های فرد ایجاد می‌کند، اما یکی از محدودیت‌های آن عبارت است از این‌که تمام احتمالات ارزشی را که پاسخ‌گو ممکن است داشته باشد، گردآوری نکرده است، به‌گونه‌ای که برخی معتقدند پرسشنامه مذکور تنها برای سنجش گرایش‌ها یا تمایلات شغلی که مقولاتی متفاوت از مفهوم ارزش هستند، صلاحیت دارد (عبداللطیف، ۹۲).

از دیگر محدودیت‌های هر یک از مجموعه پرسش‌های مطرح‌شده، محدودیتی است که پاسخ‌گو هنگام انتخاب گزینه خاص خود با آن روبه‌روست. به‌عبارتی، ممکن است پاسخ‌گو

هنگام پاسخ‌گویی به یک مجموعه از پرسش‌ها، مقایسه میان دو گزینه‌ای را که به دو ارزش خاص اشاره دارد، مناسب تشخیص ندهد و قادر به تعیین میزان اهمیت آن دو نباشد. در مواردی نیز ممکن است پاسخ‌گو هیچ‌یک از گزینه‌ها را بااهمیت نیابد. در حالی که روش رتبه‌دهی (نمره‌دهی) تعیین‌شده، محدودیت‌هایی را از این حیث بر او تحمیل می‌کند. در مجموع، به نظر می‌رسد جمع‌گزینه‌های خاص در هر پرسش یا مجموعه پرسش‌های این پرسشنامه، قابلیت کافی برای شناخت تمایلات ارزشی پاسخ‌گو را نداشته باشد.

براساس طبقه‌بندی نوع دوم و سوم، طرح پیمایش ارزشی «روکیچ» را به‌مثابه شاخص پرسشنامه‌هایی که نوع ارزش مورد بررسی را در پیش روی پاسخ‌گو قرار می‌دهد و روش رتبه‌دهی آن به‌گونه‌ای است که پاسخ‌گو باید تمام گزینه‌ها را با در نظر گرفتن ارتباط آن‌ها با یکدیگر رتبه دهد، بررسی می‌کنیم:

از جمله انتقاداتی که به فهرست ارزش‌های «روکیچ» وارد است، عبارتست از این‌که این فهرست برخلاف آنچه «روکیچ» معتقد است، جامع و کامل نیست و برخی ارزش‌ها، از جمله قدرت را شامل نمی‌شود. این نکته‌ای است که «شوارتز» هم بر آن صحنه می‌گذارد (Schwartz, 1992). وی ارزش‌ها را به چندین حوزه یا قلمرو اصلی طبقه‌بندی می‌کند و معتقد است روش وی مقرون به‌صرفه‌تر از روش «روکیچ» است. همچنین به تعبیر برخی، فهرست ارزش‌های ابزاری و غایی وی بیشتر به سمت ارزش‌های طبقه متوسط امریکایی میل می‌کند و از این حیث نیز جامع و کامل نیست. لذا برخلاف ادعای «روکیچ» نمی‌توان آن را در بررسی‌های تطبیقی بین فرهنگ‌ها به کار گرفت، به‌ویژه کفایت این فهرست برای آزمون در کشورهای در حال توسعه و غیرغربی زیر سؤال است. علاوه بر این‌ها، عده‌ای معتقدند که در فهرست مذکور، ارزش‌های منفی وجود ندارد و فقط شامل ارزش‌های مثبت است، حال آن‌که ارزش‌ها دارای دو بعد مثبت و منفی هستند (Feather, 23).

«گیبینز» (Gibbins) و «واکر» (Walker) چنین ادعا می‌کنند که پیمایش ارزشی «روکیچ» هریک از ارزش‌ها را به شیوه‌ای کاملاً نامناسب می‌سنجد. براساس مطالعات این افراد، تعبیر پاسخ‌گویان از ارزش‌های «روکیچ» بسیار متفاوت است، آن‌ها به دلایلی که در ادامه خواهد آمد، پیمایش ارزشی «روکیچ» را بی‌کفایت تلقی می‌کنند. «روکیچ» به‌رغم آن‌که در نظریه ارزشی خود، ۱۸ ارزش غایی را در برابر تعداد بسیار بیشتری ارزش ابزاری قرار می‌دهد ولی در فهرست ارزش‌های

خویش، ۱۸ ارزش غایی و ۱۸ ارزش ابزاری را مطرح کرده است. علاوه بر آن، واژه‌هایی که در پیمایش ارزشی «روکیچ» استفاده می‌شود، نزد افراد مختلف معنای واحدی ندارد، یعنی افراد گوناگون و فرهنگ‌های متفاوت، از هریک از واژه‌ها ممکن است معانی متعددی استنباط کنند که به یک ارزش واحد بازنمی‌گردد. بنابراین از آن‌جا که قابلیت اعتماد مقیاس یا سنجه «روکیچ» مورد تردید است، می‌توان به این نتیجه رسید که این پیمایش، نشان‌دهنده مجموعه‌ای اساسی از ارزش‌ها نیست و این احتمال قابل بررسی است که تعدادی ارزش‌های بنیادی‌تر، زیربنای ارزش‌های ابزاری را تشکیل دهند (Gibbins & Walker, 797-799).

«عبداللطیف» نیز در نقد و بررسی مقیاس ارزش «روکیچ»، بر نکات فوق صحنه می‌گذارد:

«ارزش‌هایی که این فهرست، به‌طور کلی و نامحدود دربردارد، بیشتر منمکن‌کننده تفاوت‌ها در به‌کارگیری الگوهای زبانی است تا تنوع در ساختارهای روان‌شناختی و معنا و مدلول آن، و از فرهنگی به فرهنگ دیگر متفاوت است. فیدر نیز که بیش از همه معیار روکیچ را در پژوهش‌های خود به‌کار بسته، معتقد است ارزش‌ها دربردارنده دلالت‌ها و معناهای متفاوتی نسبت به افراد می‌باشند. اشکال دیگر آن این است که معیارهای روشنی، برای تفکیک ارزش‌های غایی و ابزاری نمی‌دهد» (عبداللطیف، ۹۴-۹۳).

«عبداللطیف»، نکته سوم را در نقد مقیاس ارزش‌های «روکیچ» به شرح زیر مطرح می‌کند:

«روکیچ، ارزش‌ها را از دیدگاه کلی و ذهنی بررسی می‌کند، به‌طوری که ارزش‌ها را با نام‌های کلی آن‌ها از خلال بیان صریح و بی‌واسطه و تکیه بر صرف مرتب نمودن فهرست ارزش‌ها توسط فرد که دربردارنده گروهی از ارزش‌هاست، مورد بررسی قرار می‌دهد و پیداست که خلطی میان مفهوم «فهرست ارزش‌ها» و مفهوم «نظام ارزش‌ها» صورت گرفته است. واژه اول به مرتب نمودن ارزش‌ها توسط فرد با توجه به اهمیت آن‌ها اشاره دارد و مراد از دومی، نظم‌بخشی یا ساختار کلی ارزش‌های فرد و رابطه هر یک با دیگری است (همان، ۱۵۰).

... به‌عبارتی، نزاع میان ارزش‌های فرد را نشان می‌دهد. اگر شخصی ارزش مشخصی را در بالای فهرست قرار دهد، به‌ضرورت منجر به این خواهد شد که ارزش‌های دیگری را در موضع پایین‌تری قرار دهد. به همین جهت، روکیچ معمولاً از میانه به جای میانگین استفاده می‌کند» (همان، ۹۴).

براساس طبقه‌بندی نوع دوم از پرسشنامه‌های سنجش ارزش‌ها، آن‌جا که پاسخ‌گو باید از میان گزینه‌های موجود، یک یا چند گزینه را انتخاب کند، به نقد و بررسی سنجه دوازده ارزشی «اینگلهارت» به مثابه کاربردی‌ترین شاخص این طبقه می‌پردازیم:

«اینگلهارت» مدعی است در اروپای غربی گرایش معنادار به سوی ارزش‌های فرامادی وجود دارد و این گرایش عمدتاً از طریق فرایندهای معمول جای‌گزینی نسلی ظهور می‌یابد.

«کلارک» (Clarke) و «دات» (Dutt) و «راپکین» (Ropkin) در نقد نظریه «اینگلهارت» ایراد اصلی را متوجه روش‌شناسی تحقیق وی می‌دانند. آن‌ها معتقدند، ضعف روشی مسئله‌ای است که در مقیاس ارزشی «اینگلهارت» نادیده گرفته شده و تعبیر و تفسیر وی از نتایج تحلیل داده‌ها را تحت‌الشعاع قرار داده است. به عبارتی، آن‌ها معتقدند معناداری گرایش به سوی ارزش‌های فرامادی، محصول روش‌شناسی طرح مقیاس یا سنجه چهارگزینه‌ای ارزش‌های مادی / فرامادی وی است. آن‌ها ادعا می‌کنند از آن‌جا که این سنجه، فاقد پرسشی درباره بیکاری است، در دوره‌هایی که سطح بیکاری بالاست، ممکن است پاسخ‌گویی که در میان گزینه‌های مطرح شده، گزینه‌ای دال بر مبارزه با بیکاری در مقیاس ارزش‌های مادی / فرامادی نیافته‌اند، به ناچار گزینه‌های نزدیک‌تر به این مفهوم را که در مقوله ارزش‌های فرامادی به‌شمار می‌آیند، انتخاب کنند. به بیان دیگر، پاسخ‌گویان به انتخاب اهداف فرامادی گرایش می‌یابند. در نتیجه، گرایش طولانی‌مدت به سوی ارزش‌های فرامادی در اروپای غربی، ناشی از سطوح فزاینده بیکاری در طول دو دهه گذشته است^۳ (Abramson & Inglehart, 41).

و سرانجام، براساس طبقه‌بندی نوع اول از پرسشنامه‌ها، آن‌جا که ارزش‌ها به معرف‌ها و مؤلفه‌های سنجش تبدیل می‌شوند، در سطح مطالعات داخلی، به نقد و بررسی مطالعه «رفیع‌پور» در خصوص سنجش تغییرات ارزشی می‌پردازیم:

برخی از پژوهشگران روش هنجار ذهنی را به مثابه روشی برای نشان دادن تغییرات ارزشی زیر سؤال برده‌اند. از جمله پژوهشگران داخلی (ایرانی) که نگاه انتقادی به این مطالعه داشته است، از «موسوی» می‌توان نام برد. وی معتقد است، پرسش درباره تغییر یک ارزش و اندازه‌گیری آن از نظر ذهنی، اعتبار و روایی لازم را به مثابه تغییر عینی آن ارزش ندارد. وی برای روشن‌تر شدن موضوع مثالی می‌زند: در پژوهشی که در سال ۱۳۷۳ درباره مردم ایران انجام شد،^۴ از مردم پرسیده شده بود که «مردم کشور ما در قدیم (پنج‌سال پیش) بیشتر عمر

می‌کردند یا در حال حاضر؟ پاسخ‌ها نشان داد حدود ۷۹ درصد افراد گزینه «قدیم» را برگزیدند بودند، در حالی‌که فقط ۱۴ درصد گزینه «در حال حاضر» را پاسخ داده بودند (محسنی، ۴۳۸). این نسبت‌ها درباره افرادی که تحصیلات آن‌ها لیسانس و بالاتر بود، به ترتیب ۶۹ و ۲۵ درصد بود. در حالی‌که واقعیات موجود، از افزایش طول عمر مردم ما نسبت به نیم قرن قبل حکایت می‌کند. «موسوی» با این استدلال متذکر شده است که با روش‌هایی از این دست نمی‌توان درباره پاسخ‌های افراد و این‌که آیا عقاید آنان دقیقاً منعکس‌کننده تحولات جامعه است، قضاوت عینی نمود (موسوی، ۱۶۱).

آن‌چه تاکنون گفته شد، بیشتر به قصد آشنایی با شیوه‌ها، روش‌ها و ابزارهای معروف سنجش ارزش‌ها بود، اما چون این شناخت به تنهایی در رساندن ما به سرمنزل مقصود کافی نیست، لازم است علاوه بر آن، درباره نموده‌های ارزش‌ها نیز به نگرش عمیق و دقیقی دست یابیم. به عبارتی، باید بدانیم با چه مؤلفه‌هایی می‌توانیم به ارزش‌های فرد پی ببریم؟ همچنین این پرسش نیز قابل طرح است که ارزش‌های فرد چه نموده‌هایی دارند و در چه چیزهایی مستجلی می‌شوند؟

نموده‌های ارزش‌ها

مطالعه مباحث نظری درباره مفهوم ارزش و سرور مهم‌ترین و کاربردی‌ترین روش‌های سنجش ارزش‌ها، نموده‌های اساسی ارزش‌ها را به ما بازمی‌نمایاند. به‌طور کلی، ارزش‌ها را از طریق زیر می‌توان کشف نمود:

- ۱- اهداف،
- ۲- آرزوها،
- ۳- ایده‌آل‌ها و ترجیحات،
- ۴- گرایش‌ها،
- ۵- رفتار (تأحدی)،
- ۶- میل،
- ۷- نیاز،

۱- اهداف

«اینگلهارت» برای شناسایی و سنجش ارزش‌ها، وجود آن‌ها را از طریق تأکید پیوسته بر انواع معینی از «اهداف» استنباط نموده است. خواسته‌ها یا اهداف ممکن است در سه سطح فردی، میانه و کلان مطرح شوند. «اینگلهارت» اهداف را در سطح کلان در نظر گرفته است (اینگلهارت، ۸۴).

«شرتزر» نیز بر این نکته صحنه گذاشته است که «ارزش‌ها، اهداف افراد را مشخص می‌سازند و هدف‌های یک شخص و هویت وی را تبیین می‌کنند» (شرتزر، ۱۸۴).

«عبداللطیف» نیز در معرفی نمونه‌ای از پژوهش‌های انجام‌گرفته در حوزه سنجش ارزش‌ها، آن‌جا که در جست‌وجوی یافتن نمادهای ارزش‌ها برآمده، از اهداف فرد سخن رانده است. وی اشاره کرده است که ارزش‌های فرد را از طریق اهداف وی می‌توان بازیافت (عبداللطیف، ۱۷۹).

۳ و ۲- آرزوها، ایده‌آل‌ها و ترجیحات

«رفیع‌پور» در یکی از تحقیقات خود، ارزش‌های روستاییان را از طریق طرح پرسش‌های باز در مورد آرزوها، ایده‌آل‌های خانوادگی و چگونگی مصرف پول سنجیده است. در این میان، مصرف پول، بیان‌کننده انواع ارزش‌ها (مذهبی، اقتصادی، سیاسی و...) به‌شمار رفته است. ایده‌آل‌های خانوادگی نظیر ایده‌آل‌هایی درباره آینده فرزندان، تحصیلات، شغل، تشکیل خانواده و انتخاب همسر است. برای مثال پرسش مربوط به مصرف پول در این تحقیق او به‌صورت زیر آمده است:

«اگر خداوند (... هزار تومان) برای شما جور می‌کرد (به شما می‌داد) شما با آن

چه کار می‌کردید؟ (رفیع‌پور، ۱۳۷۲، ۱۳۵ و ۱۳۸).

«عبداللطیف» نیز در بیان نمادهای ارزش‌ها، علاوه بر اهداف فرد؛ آرزوها، ترجیحات و صفات مورد علاقه و مطلوب وی را که در اشیا و سایر افراد می‌یابد، به‌مثابه شیوه‌های ظهور و تجلی ارزش‌های فرد نام برده است (عبداللطیف، ۱۸۰).

۴- گرایش‌ها

همان‌طور که «روکیچ» توضیح داده است، می‌توان ارزش‌ها را از طریق گرایش‌های فرد

سنجید. همه گرایش‌های فرد به‌مثابه بیانی برای ارزش‌ها تلقی می‌شوند و همه ارزش‌های شخص در جهت حفظ و تقویت تمایل به خودبینی قرار دارند (Feather, 9).

سایر پژوهشگران از جمله پژوهشگران ایرانی همچون «رفیعی‌پور» نیز معتقدند که برای سنجش ارزش‌های فرد، می‌توان از طریق سنجش گرایش‌های وی اقدام نمود. همان‌طور که پیش از این گفته شد ارزش‌ها و گرایش‌ها دو لایه نزدیک به هم در نظام شخصیت فرد هستند و ارزش‌ها به‌منزله لایه زیرین گرایش‌ها نقش مرکزی تری در نظام شخصیت یا باورهای فرد ایفا می‌کنند.

۵- رفتار

«روکیچ» معتقد است، ارزش‌های شخص (اعم از این‌که بدان‌ها وقوف داشته باشد یا نداشته باشد)، باید از آنچه شخص می‌گوید یا انجام می‌دهد، استنتاج شوند (Rokeach, 124).

برخی از پژوهشگران از جمله پژوهشگران ایرانی همچون «توسلی» نیز بر این نکته صحه گذاشته‌اند که ارزش‌ها را از طریق رفتار می‌توان سنجید، اما برای سنجش ارزش‌ها از طریق رفتار لازم است بیشتر احتیاط شود. اگرچه پژوهشگران، متفقاً ارزش‌ها را به‌مثابه یکی از برانگیزاننده‌های رفتار تلقی می‌کنند، اما نکته مهم‌تر این است که پیش از این‌که ارزش به رفتار (عمل) بینجامد، ابتدا به گرایش تبدیل می‌شود که در این مرحله بعد انگیزش فرد برای اقدام به عمل افزایش می‌یابد. در این مرحله متغیرهایی وارد می‌شوند که براساس آن‌ها فرد دست به عمل می‌زند (برای توضیحات بیشتر در این خصوص رجوع کنید به بررسی تجربی ارزش‌ها، بخش الف: مشاهده منظم در همین مقاله).

۶- میل (Interest)

برخی از پژوهشگران معتقدند، مفهوم ارزش و میل با هم مطابقت می‌کنند. «پری» ارزش شیء را با میلی که به آن توجه کرده است، برابر می‌داند.

پژوهشگران موافق با این رویکرد، همگی از دیدگاه «آپورت» و «ورنون» در تعریف ارزش و سنجش آن متأثر هستند. «آپورت» در آزمون خود تحت عنوان «بررسی ارزش‌ها» به سنجش ارزش‌ها از طریق میل‌ها پرداخته است.

همان‌طور که در انتقادات وارد بر آزمون «آپورت» ملاحظه کردیم، در این خصوص نیز باید

با احتیاط عمل نمود؛ زیرا ارزش‌ها و میل‌ها یکی نیستند و نمی‌توان از تفاوت‌های میان میل و ارزش غافل بود. «عبداللطیف» این تفاوت‌ها را به شرح زیر توضیح داده است:

۱- میل، یکی از جلوه‌های متعدد ارزش قلمداد می‌شود و ظهور میل‌های مشخص در فرد، از ظهور ارزش‌های خاصی که در ارتباط با این میل‌هاست، پرده برمی‌دارد.

۲- میل، مفهومی محدودتر از ارزش است. میل، معمولاً با ترجیحات شغلی که مستلزم وجوب یا الزام است، ارتباط دارد، در حالی که ارزش با گونه‌ای از گونه‌های رفتار ایده‌آلی - به مثابه یک هدف - در ارتباط است و مستلزم وجوب است (عبداللطیف، ۵۵-۵۸).

۷- نیاز

گروهی از پژوهشگران، از جمله پژوهشگران ایرانی همچون «رفیع پور» به رابطه دو سویه نیاز و ارزش توجه کرده‌اند. به عبارتی، همچنان‌که نیازها، ارزش‌ها را شکل می‌دهند، ارزش‌ها نیز در به وجود آمدن نیازها مؤثر هستند. به زعم «رفیع پور»، مهم‌ترین منشأ ارزش‌ها (حتی برای انسان‌های مسن) نیازها هستند. ارضای یک نیاز اساسی، زنجیره‌ای از وسایل لازم را به همراه دارد که هر حلقه از این زنجیره برای حلقه پیش از خود ارزش به‌شمار می‌رود و برای حلقه پس از خود، نیاز. بنابراین، هر نیاز در عین حال ارزش نیز محسوب می‌شود (رفیع پور، الف ۱۳۷۸، ۲۷۰).

ممکن است برخی با این توضیحات نظری - مفهومی چنین تصور کنند که از طریق نیازهای فرد مستقیماً به استنباط ارزش‌ها می‌توان پرداخت.

«روکیچ» برای روشن شدن این ابهام توضیحی داده است؛ به زعم وی، در تغییر شکل نیازها به ارزش، بُعد مطلوبیت اجتماعی نهفته است، لذا نیازها به‌طور دقیق پرده از ارزش‌های فرد بر نمی‌دارند؛ زیرا شخص مایل است عنصر مطلوبیت آن نیاز را نزد جامعه حفظ نماید. به عبارتی، هنجارهای جامعه را رعایت و براساس مطلوبیت‌های اجتماع رفتار کنند. «روکیچ» در این باره مثالی می‌زند: نیاز فرد به پرخاشگری و سلطه‌جویی ممکن است به ارزش‌هایی درباره بلندپروازی، زندگی مهیج، امنیت ملی و مانند آن، تغییر شکل دهد (Feather, 1).

کلام آخر

همان‌طور که ملاحظه شد ارزش‌ها چه در سطح مفهومی و چه در سطح سنجش، با تعداد و تنوع نظرها و دیدگاه‌ها روبه‌رو هستند. به گونه‌ای که نظریه‌های مختلف ارزش‌ها، هر یک تعریف خاصی از ارزش‌ها و دسته‌بندی‌های متفاوتی از انواع ارزش‌ها به دست داده‌اند و طبعاً همین تفاوت در چارچوب نظری، رویکرد پژوهشگران به سنجش ارزش‌ها را متفاوت نموده است.

یکی از نتایج و پی‌آمدهای متفاوت در به‌کارگیری ابزارهای سنجش ارزش‌ها، نتایج غیرهمسو و گاه متضادی است که تحقیقات و مطالعات در حوزه ارزش‌ها به دست داده است. برای مثال روان‌شناسان با به‌کارگیری ابزارهای متفاوت در کشف و شناسایی ارزش‌های دوره‌های سنی مختلف؛ کودکی، نوجوانی و جوانی، به نتایج یکسانی دست نیافته‌اند و هر یک، ارزش‌های خاصی را برای هر دوره شناسایی نموده‌اند. همچنین در شناسایی تفاوت‌ها و شباهت‌های ارزشی دو نسل والدین و فرزندان، نتایج به دست آمده از مطالعات جامعه‌شناسان و روان‌شناسان حاکی از وجود تعارض است. بخشی از این تعارض‌ها به ابزارها و شیوه‌های مختلف سنجش بازمی‌گردد و بخشی نیز به محدودیت‌های سنجش. چنان‌که در بحث شکاف و تضاد بین‌نسلی، تمیزگذاری آماری میان «تفاوت» (Difference)، «تضاد» (Conflict) و «شکاف» (Gap) برحسب تعاریف مفهومی ارائه‌شده، بسیار حساس و مشکل است. به عبارتی، هنوز به‌صراحت و دقت مشخص نشده است که چه ملاک‌ها و ضوابطی برای روشن نمودن مرز میان دو پدیده «تفاوت بین‌نسلی» و «شکاف بین‌نسلی» وجود دارد و غالباً تفاوت‌ها را همان شکاف‌ها محسوب می‌کنند و برحسب میزان تفاوت میان نمره دو نسل والدین و فرزندان، به تعبیر و تفسیر شکاف بین‌نسلی می‌پردازند. بنابراین لازم است موضوع تحقیق براساس توانایی‌های آماری شناخته‌شده جهت سنجش موضوع، تجدید و تعیین گردد و در استفاده از واژه‌ها و تعریف نظری آن‌ها، به تعاریف عملیاتی واژه‌های تحقیق اهمیت ویژه‌ای داده شود.

بحث در خصوص ابزارها و شیوه‌های مختلف سنجش ارزش‌ها در ادبیات تحقیق این حوزه، هنوز نیازمند مطالعات بیشتری است. در این مقاله، سعی شده است مقدمه و درآمدی بر فصل نوین سنجش ارزش‌ها گشوده شود.

پی‌نوشت

- ۱- در این‌باره رجوع کنید به: توکلی، ۱۳۷۸، ۱۰-۱۲.
- ۲- نگارنده، در میان تعاریفی که صاحب‌نظران و مؤلفان خارجی از ارزش‌ها ارائه داده‌اند، با تعبیر «ضد ارزش» روبه‌رو نشده است.
- ۳- برای مطالعه بیشتر در این‌باره به مقاله فرحناز توکلی تحت عنوان «سنجش تغییر ارزش‌ها در جوامع صنعتی غرب: تأثیر بیکاری»، مندرج در همین شماره فصلنامه مراجعه کنید.
- ۴- مشخصات پژوهش مورد نظر به شرح زیر است:
- محسنی، منوچهر. «بررسی آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی - فرهنگی در ایران»، مرکز پژوهش‌های بنیادی، ۱۳۷۵.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع و مآخذ

الف - منابع فارسی

- آناستازی، ا. روان‌آزمایی، ترجمه محمدتقی براهنی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۷۱، چاپ سوم.
- اوپنهایم، ا. ان. طرح پرسشنامه و سنجش نگرش‌ها، ترجمه مرضیه کریم‌نیا، تهران: مؤسسه چاپ و انتشارات آستان قدس رضوی، ۱۳۷۵، چاپ دوم.
- اینگلهارت، رونالد. تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی، ترجمه مریم وتر، تهران: انتشارات کویر، ۱۳۷۳، چاپ اول.
- بیرو، آلن. فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه باقر ساروخانی، تهران: انتشارات کیهان، ۱۳۶۶.
- بیکر، ترز، ال. نحوه انجام تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ نایبی، تهران: انتشارات سروش، ۱۳۷۷.
- توسلی، غلامعباس. نظریه‌های جامعه‌شناسی، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی، ۱۳۶۹.
- رفیع‌پور، فرامرز. آناتومی جامعه، تهران: شرکت سهامی انتشار، الف ۱۳۷۸، چاپ اول.
- رفیع‌پور، فرامرز. توسعه و تضاد، تهران: شرکت سهامی انتشار، ۱۳۷۷، چاپ دوم.
- رفیع‌پور، فرامرز. سنجش گرایش روستاییان نسبت به جهاد سازندگی، تهران: نشر ارغنون، ۱۳۷۲.
- رفیع‌پور، فرامرز. وسایل ارتباط جمعی و تغییر ارزش‌های اجتماعی، تهران: نشر کتاب‌سرا، ب ۱۳۷۸، چاپ اول.
- ریشه، گی. کنش اجتماعی، ترجمه هما زنجانی‌زاده، مشهد: انتشارات دانشگاه فردوسی، ۱۳۷۰.
- شرتزر، بروس‌تی. بررسی و برنامه‌ریزی زندگی تحصیلی و شغلی، ترجمه طیبه زندی‌پور، تهران: انتشارات فردوس، ۱۳۶۹، چاپ دوم.

- عبداللطیف، محمد خلیفه. *بررسی روان‌شناختی تحول ارزش‌ها*، ترجمه سیدحسین سیدی، تهران: انتشارات آستان قدس رضوی، ۱۳۷۸، چاپ اول.
- کیوی، ریمون و لوک دال کامپنهود. *روش تحقیق در علوم اجتماعی*، ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر، انتشارات توتیا، تهران: ۱۳۷۷، چاپ سوم.
- محسنی، منوچهر. «بررسی آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی - فرهنگی در ایران»، مرکز پژوهش‌های بنیادی، ۱۳۷۵.
- ملکی، امیر. «بررسی رابطه پایگاه اقتصادی و اجتماعی خانواده با گرایش‌های ارزشی نوجوانان»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جامعه‌شناسی، دانشگاه تربیت مدرس، ۱۳۷۵.
- موسوی، سیدسجاد. «توسعه و تضاد یا مجموعه‌ای از تأملات»، *مجله فرهنگ عمومی*، شماره ۱۹-۱۸، بهار و تابستان ۷۸، تاریخ انتشار: بهار ۷۹.
- نیک‌گهر، عبدالحسین. *مبانی جامعه‌شناسی*، تهران: انتشارات رایزن، ۱۳۷۱.
- نیکوگفتار، منصوره. «بررسی رابطه بین سلسله‌مراتب ارزش‌ها و سلامت روان در مقطع سنی ۱۸ تا ۳۰ سال»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته روان‌شناسی، دانشگاه اصفهان، ۱۳۷۷.

ب - منابع انگلیسی

- Borgatta, Edgar & Marriell. *Encyclopedia of Sociology*, New York: Macmillan Publishing Company, 1992.
- Feather, Norman. *Value in Education and Society*, 1975.
- Gibbins, Keith & Jain Walker. "Multiple interpretations of the Rokeach Value Survey", *The Journal or Social Psychology*, 133(6), 1993, pp. 797.
- Inglehart, R & Abramson, PR, Abstract of *Economic Security and Value Change*, American Political Science Review, 1994, Vol 88. 1552, pp. 336.
- Internet, 1999, Schwartz.
- Rokeach, Milton. *Beliefs, Attitudes and Values*, Jossey Bass Publishers, 1968.