

## ارزش‌های فرهنگی غالب در سبک‌های زندگی (مطالعه موردی: شهر تهران)

ناهید موید حکمت\*

بیوک محمدی\*\*، مریم‌السادات هاشمی فشارکی\*\*\*

### چکیده

شناسایی ارزش‌های فرهنگی غالب در سبک‌های زندگی از آن منظر مهم است که ارزش‌ها، فضای ذهنی فرد، سلیقه‌ها و ترجیحات او را شکل می‌دهند و بر نحوه انتخاب‌های عملی او، آنچه «سبک زندگی» نامیده می‌شود، تأثیر می‌گذارند. براین مبنا هدف اصلی در این مقاله، شناسایی ارزش‌های غالب فرهنگی در سبک‌های زندگی در سطح شهر تهران است. مسئله محوری، شناسایی نسبت میان ارزش‌های موجود با ارزش‌های آرمانی، از منظر پاسخگویان است. روش تحقیق، کمی و شیوه گردآوری اطلاعات از یک سو مصاحبه با ۳۰ تن از افراد ناهمگن در سطح شهر تهران جهت شناسایی مفاهیم و از سوی دیگر، تکمیل پرسشنامه محقق ساخت است که در سال ۱۳۹۱ در میان ۳۰۰ پاسخگوی ناهمگون از نظر سن، جنس، میزان تحصیلات، شغل، میزان درآمد و محل سکونت، توزیع شده است. در این پژوهش، از آمارهای توصیفی و استنباطی خوشه استفاده شده است. یافته‌ها حاکی از آن است که میان ارزش‌های موجود در جامعه با ارزش‌های آرمانی، برای تعیین «فرد ارزشمند» تفاوت وجود دارد. به گونه‌ای که در مورد نخست، با حضور پررنگ

\* دکتری جامعه‌شناسی، دانشیار پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی (نویسنده مسئول)

nahidmoayedhekmat@yahoo.com

\*\* دکتری جامعه‌شناسی، استاد پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی buik@ihcs.ac.ir

\*\*\* کارشناس ارشد مطالعات زنان، کارشناس پژوهشی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

m.hashemi@ihcs.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۵/۱۴، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۸/۵

ارزشهای «ظاهرگرایانه» همچون چشم و هم چشمی، خود نمایی و دورویی، کم‌رنگی ارزشهای «دگرگرایانه» مانند همدلی و قدرشناسی، مواجه هستیم. این درحالی است که فرد ارزشمند، از نظر پاسخگویان، فردی خردورز و تحصیلکرده قلمداد شده است. همچنین، غالب ارزشهای پیش‌گفته بامتغیرهای مستقل این تحقیق از جمله جنس، سن، میزان تحصیلات، محل سکونت، درآمد و اشتغال، از تفاوت معناداری برخوردار نیستند و شاهد نوعی یکدستی در یافته‌های ارزشی هستیم. کلید واژه: ارزش، چشم و هم چشمی، دورویی، خودنمایی، همدلی، قدرشناسی، تناقض ارزشی.

## ۱. مقدمه و بیان مسئله

مطالعه مذکور در چارچوب جامعه‌شناسی فرهنگ قرار می‌گیرد که عموماً با این انتقاد روبرو بوده است که تلقی فرهنگ به مثابه متغیر وابسته، نگرشی غیر انتقادی و غیر تاریخی محسوب می‌شود و مولفه‌های فرهنگی مورد مطالعه را از متن اجتماعی و جامعه شناختی خود مفک می‌سازد. (ولف ۱۹۹۹ در ذکایی ۶: ۱۳۹۲). از این منظر هر زمان که درباره ارزشهای فرهنگی غالب در جامعه مان تحقیقی انجام شود، این امکان وجود دارد که نگارنده در معرض اتهام کلی‌گویی، تقلیل‌گرایی، یکدست‌انگاری و یا تغییر ناپذیری در باره خصوصیات بارز ایرانیان قرار گیرد. با این استدلال که وجه مشترکی میان یافته‌های تحقیقات ارزشی با صفات منفی منسوب به ایرانیان، در سفرنامه‌ها، و یا گزارشات سیاسی متأثر از تحقیقات شرق‌شناسانه، یافت می‌شود. (رجوع شود به پیوست شماره ۱). حال آنکه این تحقیقات از دو منظر کاملاً متفاوت به بستر فرهنگی جامعه مان می‌نگرند. نگاه اول نگاهی بیرونی و غالباً سوگیرانه و از بالاست و نگاه دوم، نگاهی درونی است که با اجتناب از شرق‌شناسی و اروانه، قصد بررسی وجهی از فرهنگ جامعه مان را دارد. مقاله حاضر بر مبنای نگاه دوم، و برگرفته از بخش ارزشی پژوهشی است که در سال ۱۳۹۱ در حوزه سبک زندگی در شهر تهران انجام شده است. (رجوع شود به پیوست شماره ۲).

حال این سوال مطرح می‌شود «چرا مطالعه ارزشها درشناسایی سبک‌های زندگی مهم است؟» نخست آنکه ارزش‌های فرهنگی، این عناصر مطلوب مشترک، در تعیین سبک‌های زندگی مهم هستند و رواج و یا عدم رواج آن‌ها را می‌توان به مثابه نمودی از سبک زندگی قلمداد کرد. دوم آنکه، ارزشها این عناصر غیر مادی فرهنگ، هنجارها یعنی الگوهای

عمل و نگرش‌ها یعنی پسند‌ها و بیزاری‌های ما را شکل می‌دهند و سبک زندگی به مفهوم انتخاب‌های عملی ما، پیوندی اجتناب‌ناپذیر با ارزشهای افراد دارد.

تفاوت این بررسی با دیگر تحقیقات در این است که اکثر آنها بیشتر مبتنی بر سنجش مصرف فرهنگی اند (رجوع شود به پیوست شماره ۳)، حال آنکه در این بررسی، فرهنگ در تجلیات گسترده تری، یعنی شناسایی ارزشها، مد نظر قرار می‌گیرد. در این مقاله، هدف اصلی، شناسایی ارزشهای فرهنگی غالب در سبکهای زندگی عاملان در سطح شهر تهران است. نه آن ارزشهایی که فرد شخصا، آنها را در زندگی سرلوحه عمل خویش قرار می‌دهد؛ بلکه آن ارزشهایی که از نظر او، در سبک‌های زندگی در جامعه کنونی ما در الویت قرار دارند. بر مبنای آنچه اشاره رفت یافتن پاسخ به سوالات زیر طرح می‌گردد:

- ارزشهای غالب فرهنگی در جامعه کنونی از منظر پاسخگویان کدامند؟
- فرد «ارزشمند» دارای چه ویژگی‌هایی است؟
- میان ارزشهای موجود و ارزشهای آرمانی چه نسبتی برقرار است؟

بر این مبنای در مقاله حاضر، نخست به ارائه ملاحظات نظری، سپس پیشینه تحقیق، پس از آن روش تحقیق، در مرحله بعد تحلیل یافته‌ها بر اساس ویژگی‌های بارز ارزشی و در نهایت بحث و نتیجه‌گیری ارائه می‌شود.

## ۲. ملاحظات نظری

امروزه با تاکید بر بعد فرهنگی در مطالعات اجتماعی، دسته‌ای از محققان رویکرد انتخاب عقلانی را به رویکرد تاثیر ارزشهای گروهی بر رفتارها، تغییر داده‌اند (رابرستون، ۱۳۸۲). در این راستا اهمیت مطالعه در حوزه فرهنگ توسط دیگر اندیشمندان نیز تاکید شده است. از جمله برک چنین تحلیل می‌کند که اگر محور مطالعات تا قرن ۱۹ م قدرت نظامی، پس از جنگ جهانی اول قدرت اقتصادی و در ۱۹۶۰ قدرت سیاسی بوده است، از آن پس با استناد به بورديو، نوبت به قدرت نمادین می‌رسد که در ویرای فرهنگ مستتر است (برک، ۱۳۹۰: ۱۳-۱۴).

مقاله حاضر به لحاظ ملاحظات نظری، برگرفته از بخش ارزشی تحقیقی است که در آن شناسایی سبک‌های زندگی «Style de vie» در شهر تهران بر مبنای رویکرد تمایز بورديو انجام شده است. بورديو در اثر تمایز ۱۹۷۹ نشان می‌دهد که چگونه در فرانسه دهه ۷۰ می

توان سه سبک زندگی را بر مبنای بخش درونی شده سرمایه فرهنگی یعنی عادتواره‌ها می‌توان از هم تفکیک کرد. سبک زندگی فرادست با ویژگی تشخیص (Distinction)، سبک زندگی میان‌مایه با ویژگی خوش‌نیتی فرهنگی (Bonne volonté culturelle) و سبک زندگی طبقه فرودست بر اساس نیاز (Necessite). در این میان بوردیو تمایزات اجتماعی را ازورای صور مادی و غیر مادی فرهنگ در مصرف از جمله مصرف خوراکی، پوشش، توجه به ظاهر، بدن و زبان بررسی می‌کند (بوردیو ۱۹۷۹). در این راستا، اگر با استناد به بوردیو بپذیریم که عادتواره‌ها (Habitus) این شاکله‌های ادراکی و عملی، نوعی تربیت یافتگی اجتماعی از نوعی سلیقه‌اند ک، روح قواعد، آداب، جهت‌ها، روند‌ها و ارزش‌ها را برای عامل اجتماعی در میدانی خاص تعیین می‌کنند (بوردیو ۱۶:۱۳۸۹)، مطالعه ارزشها در این مقاله معنای خود را می‌یابد. در این خصوص، بوردیو در اثر «تمایز» تاکید می‌ورزد تصادفی نیست که هر گروه معمولاً ارزش‌های مختص خود را در چیزی باز می‌شناسد که برای او ارزش و احترام به همراه داشته باشد (بوردیو ۱۹۷۹). در این زمینه بوردیو به «جوانمردی» نزد نجیب زادگان اشاره می‌کند که پیروی از ارزش پیش‌گفته، مبنای لیاقت نجیب‌زاده برای عضویت در گروه است؛ بر این مبنای او باید از حد اقلی از جوانمردی برخوردار باشد زیرا در فرایند جامعه‌پذیری، کودکان طبقه فرادست فرا می‌گیرند که فرهنگ طبقه خویش را محترم شمرند. (Taylor 1997:199-200). از این منظر، مطالعه ارزشها برای سنجش سبک زندگی در شهر تهران نیز مصداق می‌یابد، هر چند نگارنده قصد تعمیم یافته‌های این پژوهش را به کل جامعه ایران ندارد.

### ۳. پیشینه تحقیق

در مروری بر ادبیات تحقیق به ویژه مقالات منتشر شده در حوزه ارزش‌ها و سبک زندگی می‌توان گفت از ۴۶ مقاله فصلنامه‌های علمی پژوهشی گوناگون و ۶۴ مقاله منتشر شده در همایش‌های سبک زندگی، مقاله‌ای با عنوان پژوهش حاضر یافت نشد. از این رو، پیشینه مقاله حاضر ناگزیر در برگیرنده طیف متنوعی از پژوهش‌هایی است که به نوعی به موضوع مرتبطند.

بر این مبنای، پیشینه تحقیق این مقاله در سه بخش تنظیم شده است. نخست پیشینه مربوط به تعریف ارزش، سپس پیشینه تحقیقات خارجی و داخلی در حوزه ارزش و در نهایت مروری بر مقالات علمی - پژوهشی داخلی مرتبط، ارائه می گردد.

### ۱.۳. تعاریف

در خصوص تعریف ارزشها می توان گفت: اندیشمندان مختلف از منظر های گوناگونی به تعریف ارزش ها پرداخته اند. از جمله گی روشه ۱۳۶۷، میلتنون روکیچ ۱۹۸۶، اسملسر ۱۹۷۵، اکلون ۱۹۹۴، بارون و برن ۱۳۸۸ و کریمی ۱۳۷۸، را می توان نام برد (رجوع شود به پیوست شماره ۴). اندیشمندان پیش گفته هر یک بر وجهی از ارزش ها متمرکز شده اند. از جمله اسملسر ۱۹۷۵ ارزش های فرهنگی و اجتماعی را مترادف می انگارد. از منظر او ارزش های اجتماعی از جمله معیارهای فرهنگی اند که اهداف کلی مطلوب برای زندگی اجتماعی سازمان یافته را مشخص و رفتارها را موجب می شوند. (Smelser 1975) بارون و بیرن ۲۰۰۷ و کریمی، بر وجه روانشناختی ارزش تاکید می ورزند و بر این نظرند که جامعه بنا به ضرورت حیات خود رفتارهای خاص و ارزش های ویژه ای را به عنوان رفتارها و ارزش های اخلاقی معین می کند (کریمی ۱۳۷۸: ۲۲-۲۳). از منظر جان بیٹی، روابط اجتماعی بدون وجود انتظارات و ارزش ها و یا هر آنچه بیانگر آنهاست قابل درک و توضیح نیست (محمدی ۱۳۷۰). گی روشه نیز ضمن اینکه ارزش ها را زمینه ساز الگوهای رفتاری می داند آنها را به سه گونه: غایی، واسط و خاص طبقه بندی می کند (روش ۱۳۶۷: ۷۹) (رجوع شود به پیوست شماره ۵). «میلتنون روکیچ» نیز، ارزش ها را به دو گروه ارزش های ابزاری و ارزش های غایی تفکیک می کند. مورد نخست ارزش هایی هستند که به شیوه رفتار مربوط می شوند و ارزش های غایی، ارزش هایی هستند که به یک هستی یا وجود نهایی معطوفند (روکیچ، ۱۹۸۶، ازین آبادی، ۱۳۷۷: ۱۲ و حمید رضا عربی ۱۳۹۱). در مجموع با استناد به کلون و همکاران می توان گفت که در اکثر جوامع، ارزش هایی همچون درستکاری، صداقت، قدر دانی، همدلی و جمع گرایی از جمله ارزش های مطلوب به شمار می روند. (Calhoun & Keller 1994) (برای اطلاع بیشتر رجوع شود به پیوست شماره ۶).

سبک زندگی نیز بنا بر نظر بوردیو عملی نظام مند است که بر اساس سلیقه‌های برگرفته از عادتواره‌ها در موقعیتی خاص، تعریف می‌شود (بوردیو ۱۹۷۰). بر این مبنا از منظر بوردیو، سبک زندگی مجموعه‌ای از سلیقه‌ها و سرمایه فرهنگی قلمداد می‌شود.

### ۲.۳. پیشینه تحقیقات

درباره تحقیقات خارجی عمومی در حوزه ارزش‌های فرهنگی می‌توان تحقیقات مک‌لند 1964 Macclelland در حوزه «ارزش‌های نهفته در ادبیات داستانی»؛ هافستد Hofstede ۱۹۶۷ و ۱۹۷۳ در زمینه تنوع فرهنگی در بررسی شخصیت‌های ملی؛ اینگلهارت Ingelhart 1987 در باره اهمیت ارزش‌ها در دگرگونی اجتماعی، شوارتز 1992 Schwartz درباره ارزش جهانشمول را نام برد. در خصوص ارزش‌ها و سبک زندگی با استناد به خادمیان می‌توان به تحقیق ویلیام لیزر در خصوص ارزش‌ها و انتظارات فردی، ولز Wells و تیگرت، Tigert ۱۹۷۹ که سبک زندگی را از طریق شاخص‌هایی چون فعالیت‌ها، علائق و عقاید ActivitiesTinterests and Opinions سنجیده‌اند، آلفرد آدلر که در بررسی سبک زندگی بر احساسات و افکار تأکید ورزیده و در نهایت داگلاس هالت که پژوهش سبک زندگی را بر اساس رویکردی کیفی ارزش‌ها و نگرش‌ها انجام داده است، اشاره کرد (هالت در خادمیان ۱۳۹۰: ۱۲۴).

در کشور ما نیز از جمله عمده‌ترین تحقیقات درباره ارزش‌ها و نگرش‌ها می‌توان به پژوهش‌های علی اسدی (۱۳۵۳) درباره شناخت نگرش‌های اجتماعی و گرایش‌های فرهنگی در ایران، منوچهر محسنی ۱۳۷۹، بررسی «آگاهی‌ها و رفتارهای اجتماعی فرهنگی در تهران»، فرامر رفیع پور ۱۳۷۶ درباره «تغییرات ارزشی»، آزاد ارمکی و غیاثوند ۱۳۸۳ در زمینه «تغییرات فرهنگی در ایران» و خادمیان ۱۳۹۰، اشاره کرد.

### ۳.۳. مقالات علمی - پژوهشی

مروری بر مقالات پژوهشی متاخر در حوزه ارزش‌ها و سبک زندگی حاکی از آنست که در مطالعه صد و ده مقاله در حوزه سبک زندگی و ارزش‌ها، مقاله مستقیمی در خصوص موضوع مورد بررسی، مشاهده نشد. مقالات موجود در حوزه سبک زندگی و ارزش‌ها را می‌توان در زمینه «رسانه و ارزش‌ها»، «تفاوت نسلی و ارزش‌ها» به ویژه

ارزش های جوانان و والدین، «ارزش ها و خانواده»، «ارزش ها و دینداری»، «ارزش ها و جنسیت» طبقه بندی نمود:

از آن جمله می توان در حوزه «رسانه» به نقش رسانه های جمعی در انتقال ارزش های اجتماعی ۱۳۹۱، ارزش های اخلاقی در تبلیغات ۱۳۹۱، نشانه شناسی بازنمایی خانواده در آگهی های بازرگانی تلویزیون ۱۳۹۰ و یادگیری پنهان دانشجویان در تعامل با اینترنت ۱۳۸۹ اشاره کرد. در حوزه «تفاوت نسلی» می توان به پژوهشی تحت عنوان «تغییرات ارزشی در میان جوانان» ۱۳۹۰، «عملکرد مدیریت آموزشی به عنوان مولفه ای از برنامه درسی پنهان در تربیت ارزشی دانش آموزان» ۱۳۸۹، همچنین بررسی ارزش های اخلاقی جوانان شهری اصفهان ۱۳۸۹، بررسی جامعه شناختی عوامل موثر بر تغییر ارزش ها در بین جوانان (مطالعه موردی شهرستان بابل) ۱۳۸۹، اشاره کرد. در حوزه «خانواده»، پژوهشی تحت عنوان «تعارض ارزشی و تاثیر آن بر ناسازگاری زوجین در مشهد» ۱۳۸۸، والدین، نوجوانان، ارزش های خانوادگی: ترجیح اطاعت یا استقلال» ۱۳۸۶؛ را یافت. در «حوزه دینداری»، پژوهشی تحت عنوان «فراغت و ارزش های فرهنگی» ۱۳۹۰ و «بررسی ارزش های مذهبی منعکس شده در مطبوعات» ۱۳۸۰ و در نهایت در زمینه «جنسیت» به به مقالات: «بررسی عوامل موثر در سرمایه اجتماعی ایرانیان با تاکید بر تفاوت های جنسیتی» ۱۳۹۲، «تبلی اجتماعی و عوامل موثر بر آن» ۱۳۹۱ و «دختران جوان و ارزشهای زنانگی - پژوهشی در میان دانش آموزان دوره متوسطه شهر تهران» ۱۳۸۶، اشاره کرد.

در مجموع، می توان گفت تحقیقات پیرامون ارزشها و سبک زندگی طی دهه گذشته، بیشتر با رویکردی کل نگر انجام شده است. این درحالیست که اهمیت و خلا موجود درخصوص شناسایی ارزش های بارز در سبک های زندگی در ایران، احساس می شود. مقاله حاضر در راستای پاسخگویی به خلا موجود در این زمینه، به ویژه توجه به ارزش های فرهنگی به مثابه عنصر غیر مادی فرهنگ در تعیین ملاک های افراد در سبک های زندگیشان در شهر تهران ارائه می شود.

#### ۴. روش تحقیق

تحقیق حاضر پیمایشی است که به دو پرسش «چستی» و «چرایی» وجود گزیده ای از ارزش های غالب در سبک زندگی عاملان، در شهر تهران پاسخ می دهد. از این منظر

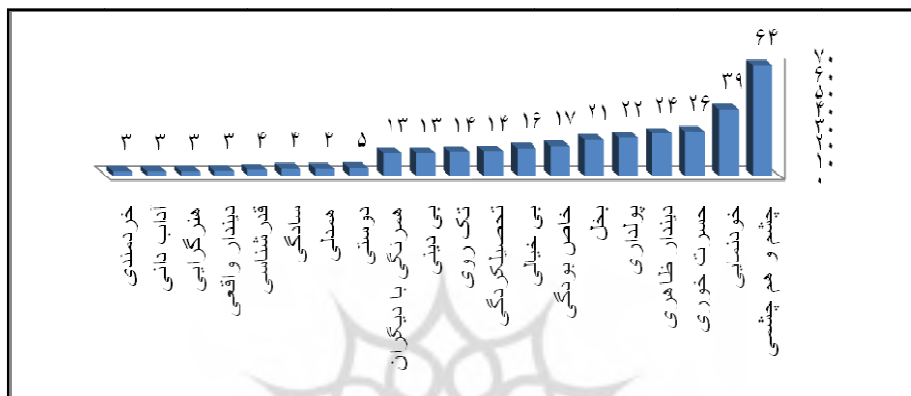
دو جنبه توصیفی و تحلیلی را در بر دارد. در این تحقیق اکتشافی، که داده‌های آن در تابستان و پاییز سال ۱۳۹۱ در شهر تهران گردآوری شده است، تعمیم یافته‌ها، مد نظر نیست. انجام تحقیق پیش رو، طی مراحل زیر را صورت گرفته است: نخست، پس از انجام ۳۰ مصاحبه مقدماتی نا همگون در سطح شهر تهران و مطالعه متون تخصصی، مفاهیم، یعنی ۲۵ گزینه ارزشی در خصوص ویژگی‌های ایرانیان، گردآوری و در سوالی تحت عنوان «از منظر شما کدامیک از ارزش‌های زیر در سبک زندگی غالب، در جامعه کنونی ما بیشتر به چشم می‌خورد؟» طرح شد. سپس سوالی دیگر در خصوص «فرد ارزشمند، از نظر شما کیست؟» در اختیار ۳۰۰ پاسخگوی ناهمگون قرار گرفت. پرسشنامه این تحقیق در فضاهای باز عمومی شهر، شامل: پارک‌ها، خیابان‌ها، ورودی مراکز خرید، ورودی متروها و فضای کار و حریم خصوصی خانه، تکمیل شد. در مرحله بعد تحلیل آماری داده‌ها با استفاده از نرم افزار EXCEL و SPSS انجام شد. در این زمینه، از آمارهای توصیفی مانند جداول توزیع فراوانی، نمودارها و جداول متقاطع، بر اساس متغیرهای جنس، سن، میزان تحصیلات، محل سکونت، میزان درآمد و شغل برای تحلیل پاسخ‌های عاملان بهره گرفته شد. سپس معناداری تفاوت‌ها در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد تاکید قرار گرفت. در مرحله بعد، آمار استنباطی خوشه، جهت خوشه بندی پاسخگویان بر اساس شباهت‌ها و شناسایی گروه‌های متمایز، به کار رفت. این روش آماری از آن رو برگزیده شد، که در ادبیات تحقیق، مواردی مانند: تحلیل عامل، تحلیل خوشه و تحلیل تناظر، به مثابه اصلی‌ترین فنون کمی سبک زندگی قلمداد شده‌اند. (Koch-Vesser:425 در محمد فاضلی ۱۳۸۰) شایان ذکر است که پاسخگویان می‌توانستند به طور همزمان چند گزینه ارزشی را انتخاب نمایند. ویژگی جامعه آماری، به تفضیل در پیوست آمده است. (برای اطلاع بیشتر رجوع شود به پیوست شماره ۷)

اعتبار این تحقیق، از نوع اعتبار صوری است. بدین معنا که پرسشنامه تحقیق توسط اساتید روش‌شناسی، ملاحظه و پس از انجام پیش‌آزمون و اصلاح نهایی، اعتبار آن تایید شده است. همچنین، در گردآوری اطلاعات با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی، رعایت اصل ناهمگونی از یکسو و مراجعه به اسناد مرتبط از سوی دیگر، لحاظ شده است.

## ۵. یافته‌ها و تحلیل آنها



یافته های این پیمایش در قالب سه مقوله، طبقه بندی شده اند. نخست ارزشهای ظاهرگرایانه، دوم ارزش های دگرگرایانه و درنهایت تناقض ارزشی .



نمودار شماره ۱: توزیع درصد فراوانی ارزشهای غالب در سبک زندگی در جامعه کنونی از منظر پاسخگویان

یافته های ارزشی تحقیق مزبور را می توان در سه طیف رده بندی کرد: طیف اول دربر گیرنده ارزشهایی است که از منظر پاسخگویان جزء بارزترین ارزش ها در سبک زندگی در جامعه ما هستند، شامل چشم و هم چشمی ۶۴ درصد، خود نمایی ۳۸.۵ درصد، دورویی ۳۳.۸ درصد، حسرت خوری ۲۵.۷ درصد، دیندار ظاهری ۲۴ درصد، زرنگی ۲۳ درصد، پولداری ۲۲ درصد و بخل ۲۰ درصد. طیف دوم در برگیرنده ارزشهایی میانی چون خاص بودگی ۱۷.۱ درصد، دمدمی مزاجی ۱۶ درصد، بی خیالی ۱۵ درصد، تحصیلکردگی ۱۴ درصد، تکروی ۱۳ درصد، هم رنگی با دیگران ۱۳ درصد و بی دینی ۱۳ درصد، می باشد، که به طور متوسط در جامعه به چشم می خورند.

طیف سوم ارزش هایی همچون دینداری واقعی ۶.۴ درصد، مسئولیت پذیری ۶ درصد، دوستی ۴.۷ درصد، همدلی ۴.۳ درصد، سادگی ۴.۳ درصد، اهل مطالعه ۴ درصد،

قدرشناسی درصد، دیندار واقعی ۳ درصد، آداب دانی ۲.۷ درصد، خردمندی ۲.۷ درصد و هنرگرایی ۲.۷ درصد را در بر می‌گیرد. که حضوری کم رنگ در جامعه تهرانی ها دارند.

نظر به اینکه تحلیل کلیه ارزش‌ها در اینجا مقذور نیست ، در این نوشتار، نخست بارزترین ارزشها در مقوله «ظاهر گرایی» و کمرنگ ترین آنها در مقوله «دگرگرایی» ارائه می‌شود، سپس آرای عاملان در خصوص ارزش‌های موجود و ارزش‌های آرمانی تحلیل می‌گردد.

### ۱.۵. ارزشهای ظاهر گرایی

در مرحله نخست مقوله «ظاهر گرایی» در بر گیرنده ارزشهایی چون «چشم و هم چشمی»، «دورویی» و «خود نمایی» است که به شرح زیر ارائه می‌شود:

#### ۱.۱.۵. چشم و هم چشمی

در این بررسی، «چشم و هم چشمی» بیشترین درصد (۶۴٪) به عنوان ارزش غالب در سبک زندگی در جامعه مورد مطالعه مطرح. این ارزش در تقاطع با هیچیک از متغیرهای مستقل تحقیق در سطح اطمینان ۹۵ درصد از تفاوت معنادار برخوردار نبوده است. به حضور چشم و هم چشمی در دیگر تحقیقات انجام شده توسط سایر محققان، به صورت غیر مستقیم اشاره شده است. از جمله علیخواه، در حوزه رسانه‌های جمعی چنین تحلیل می‌کند که بیشترین آگهی‌ها، تشویق‌کننده مخاطب به سوی مصرف کالای لوکس و تجملی‌اند. (علیخواه، ۱۳۹۲: ۷۱) در تحقیقات خارجی این مفهوم به صورت گسترده‌ای در یافته‌های ویلن و بوردیو مطرح شده است.

مفهوم چشم و هم چشمی برای اولین بار توسط تورستاین ویلن (۱۸۵۷-۱۹۲۹) در خصوص جامعه امریکای اول قرن بیستم در سال ۱۸۹۹. در کتاب «نظریه طبقه تن آسا» که نخستین و معروفترین اثر اوست، مطرح شد. (فرهنگ ارشاد ۱۳۹۲: ۱۷) در این زمینه ویلن با اشاره به مصرف چشمگیر، بحث‌هایی مشابه بوردیو را در حدود یک قرن پیش مطرح ساخت. (ممتاز فریده ۱۳۸۳: ۱۵۱). از نظر او تمایز بخشی طبقه تن آسا با سایر طبقات از طریق پدیده «چشم و هم چشمی» طی در دو فرایند صورت می‌گیرد نخست، همانند ساختن خود با دیگری و دوم، متمایز ساختن خود از دیگری (ویلن ۱۳۹۲: ۴۱-۴۰).

بورديو نیز در تحلیل سبک زندگی در دهه ۱۹۷۰ در جامعه فرانسه با طرح مفهوم «تمایز» در مصرف، نظریه ای منحصر به فردی را ارائه کرد. نخستین تاثیر پذیری او از وبلن را می توان از منظر حس تمایز خواهی طبقه فرادست که در پدیده مُد منعکس است، مشاهده کرد. به گونه ای که او نیز مانند وبلن بر این امر تاکید می ورزد که طبقات بالا برای حفظ موقعیت اجتماعی خود، تنوعی از الگوهای مصرف، از جمله مد را برای تمایز بخشی خود از دیگران، اختیار می کنند. (رجوع شود به پیوست شماره ۸). این امر در سطح جامعه توسعه می یابد و از سوی طبقات پایین تقلید می شود. (اباذری، چاووشیان از طبقه اجتماعی تا ۱۵: ۱۳۸۱).

لازم به ذکر است که در هر دو تحقیق پیش گفته حضور چشم و هم چشمی در خصوص اقشار بالایی طبقه متوسط در جوامع مزبور، مطرح شده است. حال آنکه در تحقیق حاضر کلیه پاسخگویان علیرغم اینکه به کدامیک از اقشار تعلق داشته باشند حضور چشم و هم چشمی را در میان کلیه اقشار جامعه پر رنگ قلمداد کرده اند. میزان درآمد، شغل، میزان تحصیلات و محل سکونت، هیچیک تمایز معناداری را در این یافته ایجاد نکرده اند.

#### ۲.۱.۵. دورویی

دورویی پس از چشم و هم چشمی دومین مقوله ارزشی ظاهر گرایسی است که ۳۸.۵ درصد را به خود اختصاص می دهد. یافته های این تحقیق حاکی از آن است که دورویی، از جمله ارزش هایی است که در خوشه بندی در سطح ۹۵ درصد معنادار است. پاسخگویان بر اساس این ویژگی در دو خوشه جایگزین می شوند. بدین معنا که خوشه اول با اختصاص ۶۷.۹ درصد دربرگیرنده افرادی است که دورویی را به عنوان ارزش غالب در سبک زندگی جامعه مورد مطالعه تلقی می کنند و خوشه دوم با اختصاص ۳۲.۱ درصد شامل افرادی است که دورویی را در جامعه کنونی ارزش غالب نمی دانند. بر دورویی در سایر تحقیقات انجام شده در این زمینه نیز تاکید شده است: از جمله در «پیمایش ملی ارزشها و نگرش های ایرانیان» طی سالهای ۱۳۷۹ و ۱۳۸۲، نسبت کسانی که بر این عقیده اند دورویی و تظاهر در جامعه رواج بیشتری یافته به نحوی که از ۶۴.۸ به ۶۸.۲ درصد رسیده تاکید شده است. تقلب و کلاهبرداری نیز از ۶۹ به ۷۴.۷ درصد و تملق و چاپلوسی از ۶۴.۶ درصد به ۷۲.۸ درصد افزایش یافته است. رفیع پور ۱۳۷۶ نیز در کتاب توسعه و

تضاد بر این امر تاکید می‌ورزد که ارزش‌هایی مانند افزایش تفاخر، تجمل‌گرایی و بی‌اعتمادی پس از سال‌های جنگ دچار دگرگونی شده است (رفیع پور ۱۳۷۶). در تحقیق دیگری درخصوص ارزش‌های اخلاقی جوانان شهری اصفهان نیز آمده است که ۷۳.۳ درصد پاسخ داده اند که صداقت و راستگویی در حد ناچیز، کم و بسیار کم در جامعه رواج دارد. (ربانی ۱۳۸۹)

### ۳.۱.۵. خود نمایی

خودنمایی سومین مقوله ارزشی ظاهرگرایی است که در این بررسی ۳۳.۸ درصد را به خود اختصاص داده است. در تحلیل این پدیده با استناد به ویلن می‌توان گفت در جوامع مدرن، مصرف چشمگیر، متظاهرانه و سبک زندگی مبتنی بر رفاه و فراغت، سراسر ساختار اجتماعی را فراگرفته است. (ویلن ۱۳۸۳ : ۱۲۴ فاضلی ۱۳۸۲ : ۲۲) ضمن اینکه تقلید و حس تمایز خواهی فردی، انگیزه اصلی کنش اجتماعی است و مردم غالباً سلیقه خود را در چگونگی به نمایش گذاردن ثروت به کار می‌بندند. (Lambert, 2005 در خادمیان ۱۳۹۰: ۱۰۴) این خودنمایی از منظر ویلن از سوی زنان طبقه مرفه انجام می‌شود. همچنین دغدغه توجه به ظاهر از جمله مفاهیمی است که بوردیو نیز در اثر تمایز «به مثابه ارزش‌های فرهنگی طبقه متوسط» بر آن تاکید می‌ورزد. زیرا او معتقد است این طبقه، نسبت به سایر طبقات به ظاهر خود اهمیت بیشتری می‌دهد. بوردیو ریشه اصلی خود نمایی را متأثر از سرمایه فرهنگی و «عادتواره»های این قشر اجتماعی می‌داند. (بوردیو ۱۳۹۰: ۴۳۸/ بوردیو ۱۹۷۹: p366). او در تحلیل شاخص نحوه پوشش طبقه متوسط با توجه به اهمیت بیش از حد آنها به ظاهر شان می‌آورد:

«این امر به ویژه در خصوص زنان این طبقه صادق است زیرا، آنها شغل‌هایی دارند که مستلزم نمایش و بازنمایی است.» (بوردیو ۱۳۹۰: ۲۸۰/ بوردیو ۱۹۷۹: p227)، دبور نیز در «جامعه نمایش» ایده جامعه را به مثابه مکانی برای بروز نمایش سرمایه‌داری در عرصه فرهنگ ترسیم می‌کند. (لادن رهبری و محمود شارع‌پور، صفحه ۶۳۸ دبور ۱۳۸۲). بوردیاریار ۱۳۷۴ نیز بر این نظر است که دوره ما دوره «مصرف نشانه‌هاست». از این منظر کارکرد لباس تنها «پوشاندن» نیست و مصرف لباس‌های مارک‌دار، فریادی برای نمایش دادن هویت تعریف شده مصرف کننده است. (بوردیاریار، ۱۳۷۴: ۸۵).

در خصوص جامعه ایران نیز دست کم می توان به دو بررسی در حوزه استفاده از تلفن همراه اشاره کرد. در تحقیق ذکایی و همکاران ۱۳۸۸ در خصوص فرهنگ جوانان و تلفن همراه و صالحی ۱۳۹۳، در مقوله بندی مصرف تلفن همراه، به وجه نمایشی آن، پرداخته اند.

## ۲.۵. ارزشهای دگر گرایانه

در مرحله دوم در مقابل مقوله ارزشی «ظاهر گرایی» که حضوری پررنگ در جامعه ما داشته است، ارزشهایی دگرگرایانه همچون همدلی و قدر شناسی در طیف کم رنگ ترین ارزشها قرار می گیرند که در زیر به ارائه اجمالی آنان پرداخته شود.

### ۱.۲.۵. همدلی

در این تحقیق همدلی اولین مفهوم ارزشی مقوله دگرگرایی است که با اختصاص ۴.۳ درصد از آرای عاملان پاسخگو را به خود اختصاص داده است. یافته های تحقیق حاضر هم سو با نتایج تحقیقی است که در سال ۱۳۸۱ در خصوص «سنجش نگرش های گروهی از صاحب نظران درباره برخی عوامل فرهنگی موثر در توسعه ایران» در پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی صورت گرفته است. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که ۸۹ درصد از صاحب نظران در پاسخ به این گویه نگرشی «در ایران مردم سعی می کنند اول گلیم خود را از آب بیرون بکشند» پاسخ موافق داده اند و تنها ۸ درصد از آنان با گویه فوق مخالف بوده اند. (محمدی و همکاران، ۱۳۸۱: ۵۲). علی دینی نیز در مقاله ای تحت عنوان افول سرمایه اجتماعی در ایران (۱۳۸۹) نتیجه گیری می نماید که سرمایه اجتماعی طی سالهای بعد از انقلاب کاهش یافته است. او در این مقاله به فیلم سینمایی شب های زاینده رود محسن مخملباف (۱۳۶۹) که تحولات جامعه ایران را بر مبنای یکی از شاخص های سرمایه اجتماعی یعنی همیاری مردمی، در سه مقطع پیش از انقلاب، زمان وقوع انقلاب و سالهای بعد از انقلاب به تصویر کشیده است، استناد می کند. (رجوع شود به پیوست ۹) در تحقیقات خارجی نیز به همدلی به مثابه فرایندی شناختی یا احساسی شناختی emotional- cognitive اشاره شده است که بر احساس خالصانه نسبی فرد که خود را در یک وضعیت احساسی، بجای دیگری قرار می دهد، تأکید می شود. Ezra, Stotland 1989: (247). به نظر هانری مندراس نیز همدلی قابلیت فرد در قرار دادن خویش به جای دیگری

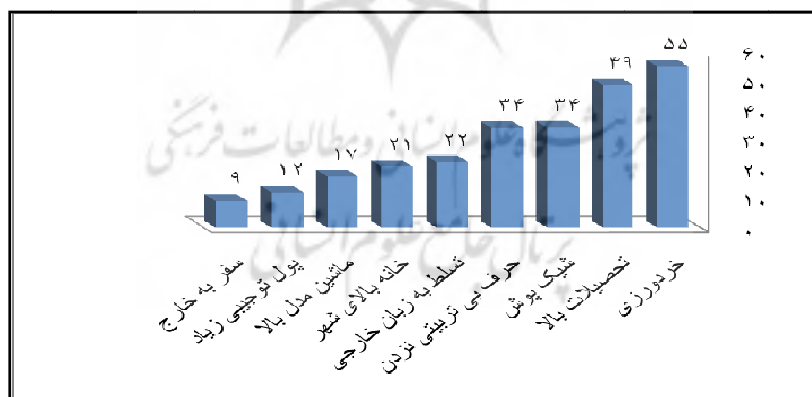
است. از منظر او در جامعه سنتی، همدلی موردی ندارد اما در یک جامعه پیچیده این مسئله از اهمیت بسیاری برخوردار است، به گونه ای که افراد می توانند با اتکا به برخی از خصوصیات ناشی از نقش اجتماعی یک فرد دیگر، وضع او را درک کنند (مندراس و گورویچ، ۱۳۵۴) لرنر نیز بر این عقیده است که در جوامع مدرن بیشتر افراد توانایی بالایی در همدلی نسبت به جوامع سنتی از خود نشان می دهند (Learner 1969: 51).

۲.۲.۵. قدر شناسی

قدرشناسی به مثابه دومین مفهوم ارزشی مقوله دگرگرایی، در این بررسی به مانند همدلی رقم ناچیزی ۳.۷ درصد را به خود اختصاص داد. در این زمینه فرخ ترکمان در مقاله خود، ضمن اشاره به اسمیت ۱۹۷۶ و زمیل، احساسات اخلاقی تقدیر از دیگران یعنی قدردانی را به بحث می گذارد و تحلیل می نماید که قدردانی احساسی است که باعث ترغیب رفتارهای اجتماعی «مدارامحور» می شود. (استتس و ترنر، ۲۰۰۶، در ترکمان، فرخ، ۱۳۹۲: ۳۸۲)

### ۳.۵ تناقض ارزشی:

در نهایت تناقض ارزشی سومین مرحله تحلیل یافته های مقاله حاضر را دربردارد.



نمودار شماره ۲: توزیع درصد فراوانی خصوصیات «فرد ارزشمند» از منظر پاسخگویان

با استناد به یافته های نمودار فوق و در پاسخگویی به سوال محوری مقاله که میان ارزش های موجود و ارزش های آرمانی چه نسبتی وجود دارد، می توان گفت نتایج پیش گفته مربوط به ارزشهای موجود در تقابل با نتایج مربوط به ارزشهای آرمانی از منظر پاسخگویان است؛ به گونه ای که اکثریت قریب به اتفاق آنان بر این نظرند که «فرد ارزشمند» فردی است، خردورز، ۵۴.۹ درصد برخوردار از تحصیلات بالا ۴۸.۵ درصد و موبد ۳۴ درصد. در حالی که در مقابل تنها ۱۷.۴ درصد ماشین مدل بالا، ۱۲ درصد پول توجیبی زیاد و تعداد اندکی از پاسخگویان، ۹ درصد، سفر به خارج را معیاری برای «باکلاس بودن» بر می شمردند. یافته های مزبور در تناقض با ارزشهایی (Value Contradictions) است که از نظر پاسخگویان، در جامعه کنونی رواج دارد. نتیجه مزبور، هم راستا با سایر تحقیقات در حوزه ارزشی است. از جمله محمدی در مقاله ای با عنوان «الگوهای فرهنگی خاموش» می آورد که انسانها پیوسته تحت فشارند تا رفتارشان را با الگوهای فرهنگی موجود هماهنگ سازند و الگوهای رفتاری عملی را که اغلب به زبان آورده نمی شوند را می توان جزو الگوهای خاموش به شمار آورد. همچنین تعارض میان الگوهای آرمانی و عملی (آشکار و خاموش)، خود منشأ تنش در فرهنگ است (محمدی ۱۳۷۳: ۳۰۵). البته این فاصله بین آرمان ها و واقعیت ها، مختص جامعه ایران نیست و از نظر جامعه شناسان به مثابه یکی از معیارهای اصلی مسایل اجتماعی تحلیل می شود زیرا گاهی میان فرهنگ واقعی و فرهنگ آرمانی تفاوت وجود دارد. (Robertson, 1980: 4) در این رابطه نیز ترنر نیز معتقد است که اگر تفاهم ارزشی وجود نداشته باشد، افراد بر سر اینکه چه چیزی باید انجام گیرد، چه چیزی منصفانه است و کدام رفتار در موقعیت مناسب است تفهم نخواهند داشت. (ترنر ۱۳۷۸: ۸۰-۸۱) چلبی نیز بر این نظر است، چنانچه ارزش ها و باورهای مشابهی میان اعضای سازمان اجتماعی وجود نداشته باشد، انتظاراتشان از یک موقعیت و به عبارت دیگر هنجارهای مورد قبولشان، درباره یک امر معین به احتمال زیاد ناهماهنگ خواهند بود. (چلبی ۱۳۷۵: ۱۱۴)

## ۶. بحث و نتیجه گیری

همانگونه که اشاره شد، شناسایی ارزشهای فرهنگی غالب در جامعه ما از آن منظر مهم است که در واقع مطالعه بخشی از فرهنگ محسوب می شود. از این منظر که ارزش ها، این

عناصر غیر مادی فرهنگ، ملاک رفتارهای افراد در جامعه اند و با شناسایی آنها می توان به الگوهای احتمالی رفتاری غالب در جوامع و انتخابهای افراد، در سبک های زندگیشان پی برد.

در این مقاله، نخست گزیده ای از ارزشهای فرهنگی غالب در سبک زندگی، در شهر تهران، از منظر پاسخگویان ارائه شد. در مرحله دوم بر اساس بسامدها، این ارزش ها طیف بندی و ارزشهای برخوردار از بیشترین و کمترین فراوانی ها طبقه بندی و تحلیل شدند. نتایج نشان داد که از یک سو، بارزترین ارزشها در سبک زندگی در جامعه ما، ارزشهای مربوط به ظاهر گرایی، شامل: چشم و هم چشمی ۶۴ درصد، خودنمایی ۳۸.۵ درصد، دورویی ۳۳.۸ درصد، بوده و در مقابل ارزشهای دگرگرایانه، کم رنگ ترین ارزشها هستند. از جمله همدلی با ۴.۳ درصد و قدرشناسی با ۳.۸ درصد را می توان ذکر نمود.

در مرحله سوم، در پاسخ به سوال محوری تحقیق: "نسبت میان ارزش های موجود از یکسو، و فرد ارزشمند از سوی دیگر"، می توان گفت که با نوعی تناقض ارزشی روبرو هستیم. زیرا از نظر پاسخگویان، فرد ارزشمند، فردی خردمند ۵۴.۹ درصد، تحصیلکرده ۴۸.۵ درصد و مودب ۳۴ درصد است که با نتایج بدست آمده در بخش ارزشهای فرهنگی غالب در تناقض است.

اکنون این سوال مطرح می شود که دلایل حضور بارز ارزشهای ظاهرگرایانه از یک سو، کم رنگی ارزش های دگرگرایانه از سوی دیگر و همچنین تناقض ارزشی میان ارزشهای مطلوب و ارزشهای واقعی را چگونه می توان تحلیل نمود؟ با استناد به ادبیات موجود، می توان از یک سو تحلیل های مثبت نگر، مانند «آبروداری» و از سوی دیگر، مواردی شامل «بی اعتمادی» و «احساس نا امنی» را از زمره دلایل رواج این ارزشها بر شمرد:

آبروداری: در تحلیل مثبت نگر، آبروداری، به عنوان ملاکی برای ظاهر گرایی و به مثابه نوعی همنوایی ظاهری تعبیر می شود. به گونه ای که افراد به وجه اجتماعی خود حساسیت زیادی نشان می دهند و پیوسته با این اندیشه که در انظار، چگونه جلوه کنند، دلمشغولند. در این خصوص محمدی ۱۳۹۱ با استناد به فوستر می افزاید بهتر است که این گونه افراد را خجول به شمار آورد تا متظاهر، زیرا بر اثر فشار قیود، دادن جواب رد برای آنها کاری مشکل است. (محمدی ۱۳۹۱: ۱۵۵ - ۱۵۳). فاضلی ۱۳۹۲ نیز در تحلیل سنخ های مختلف خانواده ایرانی به موضوع حفظ آبرو می پردازد (فاضلی نعمت الله، ۱۳۹۲: ۳۷۳)



بی اعتمادی: از منظر برخی از اندیشمندان بی اعتمادی یکی از خاستگاه‌های حضور تناقض ارزشی فوق است. با مروری بر ادبیات تحقیق می‌توان گفت که عمده‌ترین محور بحث در این مفهوم، پیرامون اعتماد نسبت به افراد خودی و بی اعتمادی نسبت به دیگران است. در این زمینه می‌توان به قادری (۱۳۹۲) استناد کرد که از منظر او در شرایط غیر اضطراری در ایران، مفهوم همکاری گروهی و سرمایه اجتماعی، شناخته شده نیست و مردم به یکدیگر اعتماد ندارند. اما در زمان جنگ، انقلاب، زلزله و شرایط بحرانی، میزان اعتماد افزایش می‌یابد. (قادری، ۱۳۹۲: ۴) فاضلی نیز بر این نظر است که خانواده همچنان از نظر اجتماعی و فرهنگی یکی از اصلی‌ترین و تعیین‌کننده‌ترین مؤلفه‌های ساختار زندگی در تهران است. (فاضلی، ۱۳۹۳: ۴۱۶). محمدی نیز در مقاله‌ای تحت عنوان «خویشاوند گرایی در ایران»، به تحلیل کم‌توجهی یا بی‌توجهی اکثریت مردم به درخواست دولت به عنوان یک مرجع رسمی برای رعایت حال شهر وندان، در مقابل حساسیت آنان در قبال وضع خویشاوندان و دوستان نزدیک می‌پردازد. (بیوک محمدی، ۱۳۷۴: ۳۴) در همین راستا، مطالعه میدانی رفیع پور (۱۳۷۸) نشان می‌دهد که اعتماد مردم به مسئولان در چهار مقطع ۱۳۷۳، ۱۳۷۱، ۱۳۶۵، ۱۳۵۶ ابتدا (از مقطع اول به دوم) افزایش و سپس به شدت کاهش یافته است. مطالعه میدانی دیگری با عنوان طرح همایش ملی ارزشها و نگرش‌ها (۱۳۷۹) با ۱۶۸۲۴ نمونه در ۲۸ استان کشور، نشانگر گسترش شاخص‌های بی‌اعتمادی در کشور است. (بشیریه، ۱۳۸۵: ۱۰۰) در علی دینی (۱۳۸۹). فر استخواه (۱۳۸۶) نیز بر این نظر است که در «عادتواره» ایرانیان گفتگو بسیار ضعیف است و از همین رو در جامعه ما بی‌اعتمادی، بدبینی و ترس از دسیسه و پنهان‌کاری به چشم می‌خورد (فر استخواه ۱۳۸۶).

احساس ناامنی: سومین محور بحث در رابطه با تناقض ارزشی فوق است. ای یافته در سایر تحقیقات نیز تایید شده است. از جمله فر استخواه در تحلیل احساس ناامنی به محیط منطقه ای و ژئوپولیتیک ایران اشاره دارد. او با استناد به پیران می‌آورد: بر حسب یک شمارش حدود ۱۲۰۰ جنگ با مقیاس بزرگ و هزاران جنگ منطقه ای و محلی در تاریخ ایران رخ داده است و الگوی زیست اجتماعی ما به دلیل پر حادثه بودن شرایط، غالباً «انسان کوچنده» trans-human است (پیران، ۱۳۸۵). چنانچه جان فوران (۱۳۷۷) نیز می‌آورد که در دوران قاجار فقط در ۴۱ سال اول سلطنت ناصرالدین شاه (۱۲۲۷-۱۲۶۷) حدود ۱۶۹ شورش و ناامنی به وقوع پیوسته است (فوران، ۱۳۷۷: ۲۳۸) همچنین داده‌های به دست آمده از مطالعه میدانی ساروخانی و نوید نیا نیز ۱۳۸۵ نشان می‌دهد که احساس ناامنی

جانی، مالی و اخلاقی در جامعه بسیار بالاست. استفاده روز افزون از حفاظ‌های فلزی برای در و پنجره‌های منازل و هم‌بطن‌ها استفاده از دیوارهای بلند و محکم به جای دیوارهای کوتاه را می‌توان تاییدی بر احساس وجود ناامنی شدید در جامعه دانست. (همان، ۱۳۸۹: ۵). کاتوزیان نیز ایران را جامعه‌ای کوتاه مدت و کلنگی قلمداد می‌کند. (کاتوزیان، همایون، ۱۳۹۰ Short Term Society). آندرو وست وود نیز بر این نظر است که «فرهنگ بی‌اعتمادی» نه تنها مخالفان را چند دسته نموده است بلکه این زمینه را در ذهن مردم به وجود آورده که سیاستمداران را افرادی «فاسد»، «دروغگو» و دارای «ارتباط با بیگانه» تلقی نمایند. همین امر موجب شده است که توهم توطئه شکل گیرد و در افسانه‌های باستانی ایران متجلی شود. شاهنامه فردوسی سرشار از توهم توطئه «انیران» بر علیه «ایران» است. (احمد اشرف، ۱۳۹۲).

دسته‌ای از جامعه شناسان به تناقض میان ارزش‌های موجود و ارزش‌های مطلوب اشاره می‌کنند. از جمله رابرتسون بیان می‌کند که اگر عده قابل ملاحظه‌ای از افراد جامعه، از ارزشی پیروی نکنند آنگاه می‌توان گفت این ارزش راهنمای رفتار مردم نیست هرچند از نظر آرمانی در جامعه‌ای پذیرفته شده باشد. اگر چه ارزش‌های متفاوت اغلب همدیگر را تقویت می‌کنند اما ممکن است که در شرایطی، ارزش‌های موجود با یکدیگر متناقض باشند. این تناقض می‌تواند در نظام ارزشی فردی، گروهی و یا اجتماعی نمود یابد. (رابرتسون ۴: ۱۹۸۰). از سوی دیگر شکاف میان آرمان‌ها و واقعیتهای اجتماعی معیاری بر ای «مسئله بودن» موضوعی به حساب می‌آید که در مطالعات مسائل اجتماعی به آن توجه خاصی معطوف می‌شود. ضمن اینکه میزان شکاف بین واقعیت و آرمان‌ها، بیانی از میزان شدت مسئله است. هر چه این شکاف بیش تر باشد، مسئله نیز عمیق تر است. در سخن آخر می‌توان گفت با سوالی در خصوص شناسایی ارزش‌های فرهنگی غالب در سبک‌های زندگی حرکت را آغاز نمودیم و به تناقض ارزشی، به مثابه مساله اجتماعی رسیدیم. از جمله مسایل اجتماعی امروز جامعه ما، همین شکاف میان ارزش‌های روی کاغذ و ارزش‌های موجود است. بسیاری از ارزش‌ها مانند خردمندی، دانش محوری و ادب، در منظومه ارزش‌های مکتوب جامعه وجود دارند اما در رفتارهای روزمره، معیار و راهنمای عمل افراد نیستند. یافته‌های این پژوهش که در سطح تهران و بدون ادعای تعمیم پذیری ارائه می‌گردد، می‌تواند زمینه ساز تحقیقات آتی، در حوزه مطالعات ارزشی نوینی در سطح گسترده‌تر گردد.

## پی‌نوشت‌ها

- I در خصوص این دست از تحقیقات می‌توان با استناد به فراستخواه موارد زیر را بر شمرد: سیاحت نامه شاردن در باره سستی و تنبلی ایرانیان در عصر صفوی ( فریر، ۱۳۸۴، گوبینو، ۱۳۶۷، در دوره قاجار و اورسل، ۱۳۵۲، درباره دلایل صفت ایرانیان و زونیس، ۱۹۷۶، به رفتار نخبگان در اواخر دوره پهلوی اشاره کرده است) همچنین به زین العابدین مراغه‌ای، ۱۳۵۳، در سیاحت نامه ابراهیم بیگ، جمالزاده ۱۳۴۵ در باره خلیقات ایرانیان، مهدی بازرگان ۱۳۵۷ در باره سازگاری ایرانی، رضا قلی ۱۳۸۳ در باره نخبه‌کشی در جامعه ایران، قاضی مرادی ۱۳۷۸ در باره خودمداری، قانع‌ی راد ۱۳۷۹ در باره علل توسعه نیافتگی جامعه ایران با تاکید بر فردگرایی ایرانی، نراقی ۱۳۸۰ در باره جامعه‌شناسی خودمانی، چلبی ۱۳۸۱ در باره نظام شخصیت در ایران، رفیع پور ۱۳۸۱، سریع‌القلم ۱۳۸۶ در باره فرهنگ سیاسی بی‌قاعدۀ ایرانیان بحث کرده‌اند. (فراستخواه، ۱۳۸۹: ۴۱)
- II طرح تحقیقاتی "درآمدی بر شناسایی سبک‌های زندگی در شهر تهران" در پژوهشکده مطالعات اجتماعی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی در طی سالهای ۱۳۹۱-۱۳۹۲ انجام و هم‌اکنون در دست داوری داخلی است.
- III از جمله مصارف مادی شامل خوراک، لباس، پوشاک، و مصارف فرهنگی شامل مطالعه انواع کتاب، گوش دادن به موسیقی، تماشای رسانه‌های دیداری از جمله سینما، تئاتر، فعالیت در فضای مجازی، و تعاملات اجتماعی از جمله شرکت در مراسم مذهبی، تعامل با دوستان و یا خانواده‌ها می‌توان نام برد.
- IV از نظر گی‌روشه، ارزشها زمینه‌الگوهای رفتاری هستند و می‌توان گفت بسیاری از الگوها هنجارهای رفتاری‌اند که در شرایط خاص و مشخص زمانی و مکانی نقش راهنما را ایفا می‌کنند (روشه ۱۳۶۷: ۷۹)
- او در حوزه ویژگی‌های ارزش چهار ویژگی زیر را بر می‌شمرد: ۱. ارزش در نظام آرمانی قرار دارد نه در مسایل عینی یا حوادث، ۲. ارزش به مثابه ارمان (ایده آل) مستلزم تصور وجود یا کیفیتی بهتر از آنچه مدعی آن هستند یا از آن الهام می‌گیرند است، ۳. نسبییت ارزشها یکی از ویژگی‌های مهم آنهاست ارزشها همیشه خاص یک جامعه هستند

و متعلق به یک مقطع تاریخی زیرا ارزشها به نسبت زمان متغیرند، ۴. بار عاطفی ارزشهاست. (روشه، گی، ۱۳۶۷: ۷۶).

میلتون روکیچ نیز در ساخت پرسشنامه ارزش خود به تفکیک دو جنبه توصیفی و تجویزی ارزشها همت گماشت که شامل ارزشهای ابزاری و ارزشهای غایی است. ارزشهای ابزاری ارزشهایی هستند که به سبک‌های رفتاری اشاره می‌کنند و منعکس کننده رفتارهایی هستند که از لحاظ اجتماعی مطلوب هستند و شامل دو دسته ارزشهای اخلاقی و ارزشهای شایستگی هستند. در مقابل ارزشهای نهایی به حالات غایی وجود یا به سبک زندگی تجویز شده اشاره می‌کنند و در کل شامل دو دسته ارزشهای اجتماعی و ارزشهای شخصی می‌گردند. (حمید رضا عریضی ۱۳۹۱) از نظر "میلتون روکیچ" ارزشها به دو گروه تقسیم می‌شوند: ۱. ارزشهای ابزاری، ۲. ارزشهای غایی. ارزشهایی که به شیوه رفتار مربوط می‌شوند ارزشهای ابزاری و ارزشهایی که به یک هستی یا وجود نهایی مربوط می‌شوند ارزشهای غایی نامیده می‌شوند (روکیچ، ۱۹۸۶، زین‌آبادی، ۱۳۷۷: ۱۲). به نظر روکیچ ارزش عقیده یا باور نسبتاً پایداری است که فرد با تکیه بر آن یک شیوه رفتاری خاص یا یک حالت غایی را که شخصی یا اجتماعی است به یک شیوه خاص یا یک حالت غایی که در نقطه مقابل حالت برگزیده قرار دارد ترجیح می‌دهد (روکیچ، ۱۹۸۶).

۷. با استناد به گی روشه می‌توان گفت که ارزشهای غایی ارزشهایی هستند که در دکترین عقیدتی جامعه پذیرفته شده‌اند و هسته نظام ارزشی جامعه را تشکیل می‌دهند. ارزشهای واسطه ارزشهایی هستند که مبنای ارزیابی اعمال و رفتارهای واقعی افراد به شمار می‌روند. ارزشها خاص معیارهایی هستند که بر مبنای آنها گروه یا جامعه اهمیت اشخاص و الگوهای رفتاری و دیگر اشیای فرهنگی را ارزیابی می‌کنند.

۶. لازم به ذکر است که ارزشها، این مفاهیم انتزاعی از طریق هنجارها در جامعه اعمال می‌شوند. هنجارها شیوه‌های رفتاری هستند که بر اساس ارزشها تعیین می‌شوند و با رعایت آنها مردم می‌آموزند که چگونه در شرایط معین در یک جامعه خاص باید رفتار کنند. به بیان دیگر می‌توان گفت هنجارها از طریق وجوه سه گانه "یوه‌های قومی"، "آداب و رسوم" و "قوانین" در فرایند جامعه‌پذیری در فرد درونی، و سپس در انتخاب‌های او در سبک‌های زندگی تاثیر می‌گذارند.

۷. در خصوص ویژگی جامعه آماری می‌توان گفت که از نظر سنی ۵۷.۹ درصد از جمعیت را جوانان (۱۸ تا ۳۹ سال) ۳۴.۲ درصد از افراد میانسال (۴۰ تا ۶۴ سال) و ۷.۹

درصد را افراد مسن ( ۶۵ سال به بالا) تشکیل می دهد. از نظر میزان درآمد، ۶۳.۷ درصد درآمد بسیار پایین (کمتر از ده میلیون ریال ماهیانه)، ۹.۱۸ درصد درآمد پایین (ده تا ۲۰ میلیون ریال)، ۸.۱ درصد درآمد متوسط (بیست تا سی میلیون ریال) و ۹.۳ درصد درآمد بالا (سی میلیون ریال به بالا) داشته اند. از نظر تحصیلی نیز چهار رده منظور شده است: ۱۵.۳ درصد تحصیلات عالی (کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری)، ۳۸.۸ درصد تحصیلات متوسط (دیپلم و کاردانی) و ۳۸ درصد تحصیلات پایین (از ۷ تا ۱۱ سال تحصیل) و ۷.۸ درصد کم سواد (صفر تا ۶ سال) طبقه بندی شده است. شغل ۲۶.۴ درصد از نمونه مورد مطالعه را کارمندان معمولی، ۲۰.۷ درصد را افراد خانه دار، ۹ درصد را کارمندان عالی رتبه، ۷.۴ درصد را دانشجویان، ۶ درصد را شغل آزاد، ۵ درصد را کارگران، ۳.۷ درصد را صاحبان حرف و ۲ درصد را افراد بیکار تشکیل می دهد. شایان ذکر است که ۱۹.۷ درصد از پاسخگویی در خصوص شغل خود امتناع ورزیده اند. لازم به ذکر است که افراد بازنشسته، براساس شغل سابق خود طبقه بندی شده اند. در خصوص جنس، دو جنس زن و مرد و در خصوص محل سکونت، سه منطقه "فرا دست"، "میانی" و "فرو دست"، هر یک، در دوی بخش "سستی" و "مدرن"، به شرح زیر در نظر گرفته شده است:

به طور کلی مشاهده می گردد، منطقه سکونت فعلی فرد پاسخگو، در میان (23.0 درصد) از کل پاسخگویان در منطقه مدرن متوسط (آریا شهر، شهر آرا، توحید، رسالت، مجیدیه، نظام آباد، سبلان، نارمک، تهرانپارس، گلبرگ، شهران، تهرانسر، مدنی، مرزداران، تهران نو، سید خندان، شهرک المپیک، پیروزی، شهرک شهید بهشتی، بهشت) بوده است و پس از آن به ترتیب در بین (16.3 درصد) از پاسخگویان، منطقه سستی پایین (میدان خراسان، چهارراه لشکر، خواجه نظام، میدان قزوین، رازی، قیام، خزانه، نواب، راه آهن، منطقه ۱۲، مختاری، وحدت، سلطان زاده)، در بین (14.7 درصد) از پاسخگویان منطقه سستی بالا (مناطق یک و سه شامل: شمیران، فرماتیه، دربند، دروس، بلوار افریقا، ونک و ...) و در بین (12.0 درصد) از پاسخگویان منطقه سستی متوسط (میدان خراسان، چهارراه لشکر، خواجه نظام، میدان قزوین، رازی، قیام، خزانه، نواب، راه آهن، منطقه ۱۲، مختاری، وحدت، سلطان زاده) و در میان (11.0 درصد) از آنان منطقه مدرن پایین (قلعه حسن خان، اسلامشهر، شهرک آتی شهر، افسریه، طوس، سرآسیاب، قلعه مرغی) و در میان (۷.۷

۱۴۰ ارزش‌های فرهنگی غالب در سبک‌های زندگی (مطالعه موردی: شهر تهران)

درصد) از آنان، منطقه مُدرن بالا(شهرک غرب، سعادت آباد، گیشا، شهرک امید،...) بوده است.

VIII. وبلن در تبیین پدیده مُد، بر این امر تاکید می‌ورزد که طبقه تن آسا از نظر اعتبار در بالاترین مرتبه ساخت اجتماعی قرار دارد و از این رو آداب زندگی و معیارهای ارزشی این طبقه، هنجار اعتبار و شهرت را تعیین می‌نماید. (Patterson 2006 در پرنیا زسی پور ۱۳۹۲: ۲۸)

IX. بر اساس فیلم "شب‌های زاینده رود" محسن مخملباف: در دوره اول (پیش از انقلاب) اتومبیلی در خیابان با عابری برخورد می‌کند، سر نشین اتومبیل به جای توقف و کمک به عابر، فرار را بر قرار ترجیح می‌دهد. در دوره دوم، (زمان وقوع انقلاب)، مردم به قیمت جانشان به نجات مجروحان و تیرخوردگان می‌شتابند. در دوره سوم، (بعد از انقلاب) همان حادثه دوره اول تکرار می‌شود.

## فهرست منابع

- آزاد ارمکی، تقی و احمد غیاثوند، جامعه شناسی تغییرات فرهنگی در ایران، تهران: انتشارات آن، ۱۳۸۳.
- ابراهامیان، پروانه، مترجم فتاحی، محمد ابراهیم، پارانوید در سیاست ایران، ۱۳۹۲.
- احمد، امیدعلی، زنان، سبک‌های فراغتی و خانواده در شهر تهران، ۱۳۹۲.
- اشرف، احمد، موانع تاریخی رشد سرمایه داری در ایران، تهران، ۱۳۵۸.
- بارون، رابرت دان بیرن و نایلاب برنسکامب، روانشناسی اجتماعی، ترجمه یوسف کریمی تهران نشر روان، ۱۳۸۸.
- برک، پیترو، تاریخ فرهنگی چیست؟، نعمت الله فاضلی، مرتضی قلیچ، پژوهشکده تاریخ اسلام، تهران، ۱۳۹۰.
- بروجردی علوی، مهدخت، مطالعات فرهنگ - ارتباطات (نامه پژوهش فرهنگی سابق)، ارزشهای اخلاقی در تبلیغات، سال سیزدهم بهار ۱۳۹۱ شماره ۱۷.
- بیرو، آلن، فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه باقر ساروخانی، تهران، انتشارات تبیان، ۱۳۶۶.
- پهلوان، منوچهر، بررسی جامعه شناختی عوامل موثر بر تغییر ارزشها در بین جوانان مطالعه موردی شهرستان بابل، ۱۳۸۹.
- پیران، پرویز، هویت ملی جامعه ایران، در گفتگو با نشریه چشم انداز ایران، ش ۴۰-۴۱، ۱۳۸۵.
- ترکمان، فرخ و سیده مرضیه عابدی، شناسایی عوامل موثر در رضایت شغلی دبیران، فصلنامه تحقیقات روانشناختی، زمستان ۱۳۸۸، دوره ۱، سال ۱۳۹۲: ص ۳۸۲.

## ناهید موید حکمت و دیگران ۱۴۱

- ترنر، جاناتان، مفاهیم و کاربرد های جامعه شناسی، ترجمه محمد فولادی و محمد عزیز بختیاری، قم، موسسه آموزش و پژوهش‌ها مام خمینی ره، ۱۳۷۸.
- جمالزاده، محمد علی، خلیقات ما ایرانیان، آلمان، نشر نوید، ۱۳۴۵.
- جوادی یگانه، بررسی ارزشهای مذهبی منعکس شده در مطبوعات، نامه پژوهشی، ۱۳۸۰، ش ۲۰ و ۲۱.
- جوادی یگانه و فولادیان، تنبلی اجتماعی و عوامل موثر بر آن، جامعه شناسی ایران، ۱۳۹۱.
- چلبی، مسعود، نظم اجتماعی، تهران، نشر نی، ۱۳۹۱.
- خادمیان، طلیعه، تغییرات ارزشی در میان جوانان، فصلنامه تحقیقات روانشناختی زمستان ۱۳۸۸، دوره اول.
- خدایی، ابراهیم، معدنی پور، علی، نقدی، وحید، والدین، نوجوانان، ارزش های خانوادگی: ترجیح اطاعت یا استقلال، ۱۳۸۶.
- دینی ترکمانی، علی، «تبیین افول سرمایه اجتماعی»، فصلنامه رفاه اجتماعی، زمستان ۱۳۸۵، دوره ۶، شماره ۲۳، از ۱۴۷ تا ۱۷۱.
- ذکایی، محمد سعید و وحید ولی زاده، فرهنگ جوانان و تلفن همراه، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره دوم، شماره ۷، ۱۳۸۸، ص ۱۱۹ تا ۱۵۲.
- رابرستون، یان، درآمدی بر جامعه، ترجمه حسین بهروان، مشهد، آستان قدس رضوی، ۱۳۷۲.
- ربانی، رسول و شهابی، سیامک، بررسی ارزش های اخلاقی جوانان شهری اصفهان، مطالعات و پژوهش های شهری منطقه ای سال دوم تابستان ۱۳۸۹ شماره ۴، ۱۳۸۹.
- رضا قلی، علی، جامعه شناسی نخبه کشی، تهران، نشر نی، ۱۳۸۳.
- رفیع پور، فرامرز، وسائل ارتباط جمعی و تغییر ارزشهای اجتماعی ویژگی اثر: پژوهشی درباره تاثیر فیلمهای سینمایی، سریالها تلویزیونی، ویدئو، روزنامه و تبلیغات. چاپ اول تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد ۱۳۷۵ و چاپ دوم تهران: نشر فر، ۱۳۷۸.
- رفیع پور فرامرز، نظریه جامعه شناسی در دوران معاصر، محسن ثلاثی، تهران، علمی، ۱۳۸۱.
- رفیع پور، فرامرز، توسعه و تضاد: کوششی در جهت تحلیل علل پیدایش انقلاب اسلامی و مسایل اجتماعی ایران، دانشگاه شهید بهشتی، تهران: شرکت سهامی انتشار، چاپ چهارم، ۱۳۷۹.
- رهبری، لادن و محمود شارع پور، مطالعه کیفی رفتارهای نمایشی دختران در مراکز خرید، مجموعه مقالات تحولات سبک زندگی در ایران، جلد سوم، ۱۳۹۲، صفحه ۶۳۸.
- سریع القلم، محمود، فرهنگ سیاسی ایران، تهران، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی، ۱۳۸۶.
- صالحی امیر حسین، برساخت اجتماعی - فنی هویت مربوط به علم فناوریهای اینترنت محور: پژوهشی انسان شناختی درباره هویت صورت بندی شده حول محور علم فناوری های IPhone و iPad در شهر تهران، پایان نامه، دانشگاه تهران، شهریور ۱۳۹۳.
- علیخواه، فردین، رسانه، هدف و سبک زندگی و خوانش انتقادی چندآگهی صدا و سیما، همایش سبک زندگی: ۱۳۹۲: ۷۱.
- فاضلی، نعمت الله، تاریخ فرهنگی ایران مدرن، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ۱۳۹۳.

## ۱۴۲ ارزش‌های فرهنگی غالب در سبک‌های زندگی (مطالعه موردی: شهر تهران)

- فاضلی، نعمت‌الله، فرهنگ و شهر، چرخش فرهنگی در گفتمان‌های شهری، انتشارات تیسرا، ۱۳۹۲.
- فراستخواه، مقصود، هم‌اندیشی در مورد روحيات و خلق و خوی ایرانیان سلسله بحث‌های ماهانه بنیاد فرهنگی مهندس مهدی بازرگان تهران، حسینیه ارشاد، ۱۳۸۰.
- فراستخواه، مقصود، درباره نیمرخ رفتار ایرانی، جامعه‌شناسی ایران، ۱۳۸۹.
- فریر، رونالد، برگزیده و شرح سفرنامه شاردن، ترجمه حسد اسدی و حسین هژبریان، تهران، فرزانه روز، ۱۳۸۴.
- قادری، طاهره؛ سیدکریمی، مریم‌السادات؛ دین‌داری و شیوه مصرف جوانان طبقه فرودست، ۱۳۹۲: ۵۴ تا ۷۳. قاراخانی، معصومه، دختران جوان و ارزش‌های زنانگی پژوهشی در میان دانش‌آموزان دوره متوسطه شهر بررسی عوامل موثر در سرمایه اجتماعی ایرانیان با تأکید بر تفاوت‌های جنسیتی، ۱۳۹۲.
- قاضی‌مرادی، حسن، در پیرامون خود‌مداری ایرانیان، تهران، اختران، ۱۳۷۱.
- کاتوزیان، محمد علی، همایون، ایران، جامعه کوتاه مدت، ترجمه عبدا... کوثری، نشر نی، ۱۳۹۰.
- کاتوزیان، محمد علی، دولت و جامعه در ایران: انقراض قاجار و استقرار پهلوی، ترجمه حسن افشار، تهران، نشر مرکز، ۱۳۷۹.
- کاتوزیان، همایون، محمد علی، اقتصاد سیاسی ایران، ترجمه محمد رضا نفیسی و کامبیز نفیسی، تهران، پایرووس، ۱۳۳۸.
- کشتی‌آرای، نرگس و اکرم اکبریان، «یادگیری پنهان دانشجویان در تعامل با اینترنت، مطالعات برنامه‌درسی آموزش عالی»، سال اول، پاییز و زمستان، ۱۳۸۹.
- گوبینو، آرتور، سه سال در آسیا، ترجمه عبدالرضا هوشنگ‌صدری، تهران، کتابسرا، ۱۳۶۷.
- لادن رهبری و محمود شارع‌پور، مطالعه کیفی رفتارهای نمایشی دختران در مراکز خرید، ۱۳۹۲: صفحه ۶۳۷. لیتل، دانیل، تبیین در علوم اجتماعی، ترجمه عبدالکریم سروش، تهران، انتشارات صراط، ۱۳۷۳.
- محسنی، منوچهر، بررسی آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی - فرهنگی در ایران، دبیرخانه شورای فرهنگی عمومی کشور، چاپ اول، ۱۳۷۹.
- محمدی، بیوک و همکاران، «سنجش نگرش‌های گروهی از صاحب‌نظران درباره برخی عوامل فرهنگی موثر در توسعه ایران»، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ۱۳۸۱.
- محمدی، بیوک، مقاله مردم‌نگاری معناشناختی از الگوی فرهنگی "ابرو" معانی، مصادیق و کارکردها، مجله انسان‌شناسی، سال دهم، شماره ۱۷، ۱۳۹۱: صص ۱۳۲-۱۶۲.
- محمدی، سید بیوک، الگوهای فرهنگی، ویژه‌نامه علوم اجتماعی، کتاب نهم، فرهنگ، تابستان ۱۳۷۳.
- محمدی، سید بیوک، فرهنگ توسعه، خویشاوندگرایی در ایران، شماره ۲۱، ۱۳۷۰.
- مراغه‌ای، زین‌العابدین، سیاحت‌نامه ابراهیم بیک یا بلای تعصب او، باقر مومنی، تهران، اندیشه، ۱۳۵۳.
- ممتاز، فریده، «معرفی مفهوم طبقه از دیدگاه بوردیو»، مجله علمی - پژوهشی شناخت، بهار و تابستان شماره ۴۱ و ۴۲، ۱۳۸۳، از صفحه ۱۴۹ تا ۱۶۰.
- مندراس، هانری و گورویچ، ژرژ، مبانی جامعه‌شناسی، مترجم: باقر پرهام، مؤسسه انتشارات امیر کبیر، ۱۳۵۴.



نراقی، حسن، جامعه شناسی خودمانی (نفس ما در آینه) تهران، اختران، ۱۳۸۰.  
نقادان، منصور، مفاهیم کلیدی جامعه شناسی، تهران، انتشارات آوای نور، ۱۳۷۶.  
وبلن، تورستین، ترجمه فرهاک ارشاد، نظریه طبقه تن آسا، تهران، نشر نی، ۱۳۹۲.

- A. Westwood, "The Politics of Distrust in Iran", *Annals of the American Academy of Political and Social Science* 358, Mar. 1965, pp. 123-35.
- Bourdieu, Pierre, 1986, *Questions de Sociologie Et Minur*, Poires.
- Calhoun, Craig & Donald Keller (1994). *Sociology*, 6th ed, NY: Mc Grow Hill.
- Foster, G.M. 1973, *Traditional Societies and Technological Change*. (2nd ed.) Harper and Row Publishers. New York, Pp 82-104.
- Hoenselaars Ton & Joep Leerssen, 2009. *Rehtoric of Nationa Character*, *European Journal of English Studies*, v. 13 No. 3, Dec. 2009, Pp 251-255.
- Esmer, Y (2004), Inglehart, Ronald; Basanez, Miguel; Diez-Medrano, Jaime; Halman, Loek; Luijkx, Ruud, eds., *Human Beliefs and Values: A cross-cultural sourcebook based on the 1999-2002 values surveys*. Learner 1969: 51.
- Mc Illand, D. 1969. *Motivating Economic Achievement*. The Free Press. New York.
- Robertson, I. 1980. *Social Problems*. Random House, New York, 1980, P.4.
- Schwartz, S. H. (1992). *Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries*. In M. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 25) (pp. 1-65). New York: Academic Press.
- Smelser Neil 1966 "The modernization of Social Relations" Weiner Myron T. *Modernization* TNY. Basic Books.
- mith, K. D., Keating, J. P., & Stotland, E. (1989). *Altruism revisited: The effect of denying feedback on a victim's status to empathic witness*. *Journal of Personality and Social Psychology*: 247.
- Wolf, J. 1999. "Cultural Studies and the Sociology of culture Invisible culyure :An Electronic Journal for visual culture", retrieved from [Http://WWW.rochester.edu/invisible\\_culture\\_issue1/Wolff](http://WWW.rochester.edu/invisible_culture_issue1/Wolff).