

بررسی جهتگیریهای ارزشی نسل جوان و عوامل مؤثر بر آن

حسین اسکندری *

کاظم کاظمی **

پذیرش نهایی: ۹۳/۱۰/۱۷

دریافت مقاله: ۹۲/۱۲/۱۶

چکیده

مقاله پیش‌رو حاصل یک طرح پژوهشی استانی از نوع توصیفی و از انواع کمی آن است. هدف این تحقیق بررسی وضعیت جهتگیری ارزشی جوانان استان خراسان شمالی و عوامل مؤثر بر آن است. در این تحقیق تغییرات ارزشی در حوزه‌های دینی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی مورد مطالعه قرار گرفته است. جامعه آماری تحقیق عبارت است از کل جوانان ۱۵ تا ۲۴ سال استان خراسان شمالی در سال ۱۳۹۲ که به روش نمونه‌گیری تصادفی، بیش از ۴۵۰ نفر از آنها از دو جنس مرد و زن انتخاب شد. ابزار تحقیق پرسشنامه محقق ساخته‌ای است که جهتگیریهای مختلف ارزشی و عوامل مرتبط با آن را مورد سنجش قرار می‌داد. تحلیل داده‌ها نشان داد که جهتگیریهای ارزشی جوانان، در سه مقوله مذهبی - سیاسی، فرهنگی - اجتماعی و اقتصادی طبقه‌بندی می‌شود. میانگین کلی نمره ارزشی جوانان در مقیاس ۲۰، برابر با ۱۳/۴ است. در بررسی عوامل مؤثر غیرانسانی، یافته‌ها نشان داد که جهتگیری ارزشی جوانان با میزان استفاده از برنامه‌های صدا و سیما، و میزان مطالعه کتابها و مجلات غیر درسی رابطه مثبت معنادار دارد و از سوی دیگر با میزان استفاده از اینترنت و ماهواره قویاً رابطه منفی معنادار دارد. عوامل مؤثر انسانی به ترتیب درجه اهمیت عبارت است از: پدر و مادر، دوستان، برادران و خواهران، معلمان و استادان، همکاران. همچنین نمره جهتگیری ارزشی دختران در حد معناداری از پسران و ساکنان مناطق روستایی از مناطق شهری بیشتر است. از جمله پیشنهادها مهم این پژوهش می‌توان به این موارد اشاره کرد: تمرکز بر تربیت خانوادگی به جای تربیت فردی، توجه و تمرکز بر مهارت‌های دوست‌یابی و ارتباطی و احیای جایگاه مربیان و معلمان و تلاش برای از بین بردن گسست بین مربیان و متریان.

کلید واژه‌ها: تغییر ارزشها و ارزشهای دینی، تربیت اسلامی جوانان، جهتگیریهای ارزشی نسل جوان، عوامل مؤثر بر جهتگیریهای ارزشی نسل جوان.

* eskandari3@yahoo.com

** نویسنده مسئول: استادیار گروه علوم تربیتی دانشگاه بجنورد

kkazemi@uk.ac.ir

** استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه شهید باهنر کرمان

مقدمه

پاره‌ای از باورها و ارزشهای اجتماعی ممکن است صدها و بلکه هزاران سال در اجتماع بشری پابرجا بماند و پاره‌ای دیگر دستخوش تغییرات جزئی یا دگرگونیهای اساسی شود. جنگها، کشورگشاییها، بازرگانیهای بین‌المللی، ظهور پیامبران و مصلحان، اراده‌های فردی و اجتماعی و مانند آن به تغییرات و تحولات فرهنگی و ارزشی جوامع منجر شده است. جوامع بشری در قرون اخیر به‌طور کلی و دهه‌های اخیر به‌طور ویژه، تغییرات بیشتری را در این زمینه تجربه کرده‌اند. بسته به بسترهای فکری و فرهنگی، این تغییرات می‌تواند مطلوب یا نامطلوب ارزیابی شود. در هر صورت، بررسی، تحلیل و رصد روند تغییرات ارزشی جامعه از ضروریات اولیه در جهت شناسایی مسائل و برنامه‌ریزی راهبردی در حوزه‌های مختلف دینی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و تربیتی است.

به اعتقاد اینگلهارت و ولزل^۱ (۲۰۰۷) «ارزشها و اعتقادات بنیادین مردم در حال تغییر است؛ تغییری که بر رفتار سیاسی، جنسی، اقتصادی و مذهبی آنان تأثیر می‌گذارد» (به نقل از وثوقی و اکبری، ۱۳۸۹: ۱۲). جامعه ایران نیز از بستر تحولات بسیار عمیق و تأثیرگذار، همچون انقلاب اسلامی ۱۳۵۷ و جنگ تحمیلی هشت ساله عراق علیه ایران در لایه‌های اجتماعی خود شاهد شکل‌گیری کانونهای فرهنگی مختلف بوده است. اگر نظام فرهنگی را مجموعه‌ای متشکل از باورها، ارزشها و اخلاقیات بدانیم، شاید مهمترین عامل تأثیرگذار بر گروه‌های اجتماعی جهتگیریهای ارزشی آنها باشد. از این رو تمرکز نوین پژوهشهای جامعه‌شناختی بر عنصر سبکهای زندگی، که معرف عینی ارزشهای افراد در زندگی اجتماعی است، قرار گرفته است (ابادری و چاووشیان؛ ۱۳۸۱: ۳۲). در میان این گروه‌های اجتماعی، جوانان در ایران پیش و پس از انقلاب اسلامی ۱۳۵۷ نقشی تعیین‌کننده در مناسبات نظام اجتماعی داشته و دارند. با مشاهده تغییرات فضای ذهنی آنها و تغییر نظام تفسیری ایشان در برابر ارزشهای گوناگون زندگی معاصر (گودرزی، ۱۳۸۸)، تغییرات ارزشی و عوامل مؤثر بر آن در جامعه ایران نیز مطرح می‌شود.

بررسی نظام فرهنگی، ارزشها و تغییرات ارزشی از جمله مسائل و چالشهایی است که همواره مورد پیگیری و مطالعه جامعه‌شناسان، روانشناسان و علاقه‌مندان تربیت‌نسلهای آینده بوده و هست.

1 - Engelhart and Wells

تعریف فرهنگ^۱ را می‌توان به معنای وسیع آن "نظامی از باورها^۲، ارزشها، رسوم و رفتارهایی دانست که اعضای جامعه با به کار بستن آنها خود را با جهانشان و با یکدیگر سازگار می‌سازند و آن را از نسلی به نسل دیگر از طریق آموختن انتقال می‌دهند" (بیترس^۳، ۱۳۷۵: ۴۸). ارزشها^۴ یکی از گونه‌های تعیین‌کننده و تأثیرگذار بر هنجارهای فرهنگی هر گروه اجتماعی است (کوئن^۵، ۱۳۷۸: ۳۸). هیچ جامعه و گروه انسانی را حتی در ساده‌ترین شکل‌های زیستی و ابتدایی‌ترین مراحل تمدنی، نمی‌توان یافت که به فهرستی از ارزشهای تعیین‌یافته خویش معتقد نباشد. سامان‌یابی حیات جمعی و شکل‌گیری استقرار نظم و نظام اجتماعی بدون این زیرساخت فرهنگی عملاً غیرقابل تحقق است (شرف‌الدین، ۱۳۹۱: ۵۸-۵۹).

در مجموع برای ارزشها چند ویژگی را می‌توان نام برد:

- ۱ - ارزشها عنصری معرفتی و بخشی از نظام فرهنگی هر جامعه است.
- ۲ - ارزشها در قالب کنشهای گروه‌های اجتماعی، تجلی و آثار عینی دارد.
- ۳ - در درون ارزشها و بین ارزشها و سایر عناصر فرهنگ و نظام اجتماعی ارتباط سلسله مراتبی و ساختاری وجود دارد.
- ۴ - ارزشها به لحاظ درجه اهمیت، موضوع، جنس و سطح پذیرش ارزش (به لحاظ فردی و اجتماعی) به انواع مختلف تقسیم می‌شود.
- ۵ - تعلق ارزشی تنها مقدار مطلق ندارد بلکه درجات مختلفی دارد. این ویژگی موجب سلسله مراتب تعلق به یک ارزش نزد افراد مختلف و سلسله مراتب ارزشی نزد یک فرد یا گروه در میان ارزشهای متعدد می‌گردد؛ یعنی ارزشهای جدید کمتر در جامعه ظاهر می‌شود. چیزی که غالباً روی می‌دهد تغییر در سلسله مراتب ارزشها نزد یک گروه و یا فرد است. به همین دلیل ما باید در تغییر ارزشها، تغییر در سلسله مراتب آنها را انتظار داشته باشیم که در فرایند آن ارزشهای مسلط بالا دست در مرتبه پایین می‌آیند و ارزشهای دیگر جای آن را می‌گیرد. لازم به یادآوری است، که افراد عضو گروه‌های اجتماعی بر اساس بستر فرهنگی، اجتماعی خود از منابع مختلف معرفتی از جمله

1 - Culture
 2 - Beliefs
 3 - Daniel Bates
 4 - Value
 5 - Bruce Cohen

آموزه‌های دینی، سنتها، آموزش رسمی و غیره به نظام ارزشی خاصی تعهد می‌یابند. در مورد عوامل مؤثر بر تغییر ارزشها نظریه‌های گوناگونی در شاخه‌های مختلف علوم انسانی و اجتماعی ارائه شده است که هر کدام یک عامل یا مجموعه‌ای از عوامل را برجسته کرده‌اند. به‌طور کلی دو دسته نظریه را می‌توان در ادبیات مربوط به تغییر ارزشها مشخص کرد: دسته اول نظریه سطح خرد است که عمدتاً به روانشناسی و روانشناسی اجتماعی مربوط است و دسته دوم نظریه‌های سطح کلان است که در حوزه جامعه‌شناسی قرار می‌گیرد. نظریه‌های دسته دوم، عوامل سطح کلان را مورد توجه قرار می‌دهد. همراستا با این پژوهش در ادامه به نظریه‌هایی اشاره شده است که از دسته اخیر به شمار می‌رود.

نظریه ناسازگاری شناختی^۱: بر اساس این نظریه هنگامی که فردی همزمان شناختهای ناسازگاری دارد با وضعیت ناهنجاری یا تضاد درونی روبه‌رو می‌شود. این تضاد درونی افراد را به تغییر شناختها، نگرشها یا ارزشها برای کاهش سطح تنش درونی تحریک می‌کند. نظریه ناسازگاری شناختی معتقد است که انسانها آگاهانه به انتخاب دست می‌زنند و ارزش جنبه‌های مطلوب را افزایش داده ارزش جنبه‌های دیگر را کاهش می‌دهند (فیرستون، ۲۰۰۳: ۵۷، به نقل از وثوقی و اکبری، ۱۳۸۹).

نظریه تغییر خودکار ارزشها^۲: بر اساس این نظریه، تغییر ارزشها روندی خودکار و ناآگاهانه دارد. لیبرمن و همکارانش (۲۰۰۱) در مقابل نظریه ناسازگاری شناختی، معتقدند که تغییر ارزشها، پاسخی خودکار به انتخابی اجباری است. نتایج تحقیقات لیبرمن و همکاران او نشان داد که منابع آگاهانه و هدفمند برای رخدادن تغییر ارزشها غیر ضروری است (فیرستون، ۲۰۰۳: ۲۷ و ۲۰، به نقل از وثوقی و اکبری، ۱۳۸۹).

نظریه یادگیری اجتماعی^۳: بر اساس این نظریه تغییر ارزشی ممکن است از طریق مشاهده دیگرانی ایجاد شود که الگوها و گروه‌های مرجع هستند (جانسون^۴، ۱۹۹۹: ۲۲۴، به نقل از وثوقی و اکبری، ۱۳۸۹). بر اساس این نظریه، ارزشهای دیگران مهم، با توجه به مطلوبیت به عنوان ملاک در نظر گرفته می‌شود و افراد سعی می‌کنند ارزشهای خود را مطابق با آنها تغییر دهند.

-
- 1 - Cognitive dissonance
 - 2 - Automatic values change
 - 3 - Social learning
 - 4 - Janson

نوسازی^۱ و تغییر ارزشها: مهمترین نظریه‌ها در باب تغییر ارزشها حول نظریه مدرنیزاسیون می‌چرخد و بیشتر نظریه‌های سطح کلان، مدرنیزاسیون را عامل اصلی تغییر ارزشها قلمداد کرده‌اند. ادعای اصلی این نظریه این است که توسعه اقتصادی با تغییرات منسجم و تا اندازه‌ای قابل پیش‌بینی در زندگی فرهنگی، اجتماعی، و سیاسی منطبق شده است. مدارک و بررسیهای مختلف از سراسر جهان نشان می‌دهد که توسعه اقتصادی، جوامع را به جهتی تقریباً قابل پیش‌بینی سوق می‌دهد. صنعتی شدن به تخصصی شدن مشاغل، افزایش سطح تحصیلات، افزایش سطوح درآمد و همچنین تغییرات پیش‌بینی نشده مانند تغییرات در نقشهای جنسیتی، نگرشها نسبت به اقتدار و هنجارهای جنسی، کاهش میزان باروری و گسترش مشارکت سیاسی منجر می‌شود (اینگلهارت و بیکر^۲، ۲۰۰۰: ۱۴۲، به نقل از وثوقی و اکبری، ۱۳۸۹).

الگوهای استخراج شده بر اساس هر یک از رویکردهای نظری یاد شده می‌تواند بخشی از تغییرات ارزشی در جوامع و گروه‌های اجتماعی را تبیین کند به گونه‌ای که نمی‌توان تغییرات جهتگیری ارزشی را به یک یا چند عامل خاص نسبت داد. چارچوب نظری برگزیده در این پژوهش تلفیقی از رویکرد یادگیری اجتماعی و مدرنیزاسیون است.

اگرچه مبحث تغییرات ارزشی به عنوان مسئله‌ای اجتماعی در دهه سوم پس از انقلاب مطرح شد، پژوهشهای شاخصی که تغییرات ارزشی نسل سوم انقلاب را مورد توجه قرار داده باشد، یافت نشد. یکی از پژوهشهای پیشگام دهه ۷۰ در این زمینه، توسط رفیع‌پور (۱۳۷۵) تحت عنوان «وسایل ارتباط جمعی و تغییر ارزشهای اجتماعی» به انجام رسیده است. در این پژوهش با استفاده از روش تحلیل محتوا به بررسی تغییرات ارزشی فیلمهای دهه ۶۰ و ۷۰ پرداخته است. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که بین فیلمهای تحلیل شده، روند تغییر ارزشها از سال ۱۳۶۰ و ۱۳۶۵ به سالهای ۱۳۷۰ و ۱۳۷۲ به چشم می‌خورد. در پرفروشترین فیلمهای سالهای ۱۳۶۰ و ۱۳۶۵ ارزشهای ملی، مذهبی و انقلابی نمود می‌یابند و در پرفروشترین فیلمهای سال ۱۳۷۰، ارزشهای مادی، ثروت، نابرابری و سودجویی به عنوان ارزش مثبت و همچنین روحیه مصرف‌گرایی گسترش داده می‌شود. سریالهای سال ۶۵ در جهت ترویج و تثبیت ارزشهای انقلابی، مذهبی، کاهش نابرابری، وحدت و انسجام مردم تلاش کرده‌اند در صورتی که سریالهای تحلیل شده سال ۱۳۷۰ به بعد که در عین حال

1 - Modernization

2 - Backer

پربیننده‌ترین نیز بوده‌اند ارزشهای مادی و نابرابری را رواج داده‌اند. یکی از پژوهشهایی مرتبط با این پژوهش در دهه ۸۰، توسط گودرزی (۱۳۸۸) تحت عنوان «تغییر ارزشهای جوانان و عوامل مرتبط با آن» در استان همدان به انجام رسیده است. تقابل بین سنت و مدرنیته به عنوان نقطه آغاز بحران هویت و بحران ارزشی در جامعه ایرانی در نظر گرفته شده است. یافته‌های این پژوهش مشخص می‌کند که حدود ۵۶ درصد جوانان از ارزشهای التقاطی و حدود ۴۰ درصد از ارزشهای مادی برخوردارند. از سوی دیگر در بازه زمانی سالهای ۷۴ تا ۸۵، ارزشهای فرامادی پرسش‌شوندگان به ارزشهای مادی تغییر کرده است. بنا بر یافته این تحقیق، تغییرات ارزشی جامعه به سوی کرانه‌های مطلوب در حرکت نیست. در زمینه سنخ ارزشی پاسخگویان نتایج نشان می‌دهد که ۷۶.۳۲٪ درصد پاسخگویان در زمان گذشته التقاطی بوده‌اند، ۷.۱۱٪ فرامادی و ۱۶.۵۸٪ مادی بوده‌اند این در حالی است که در زمان تحقیق، ۵۵.۷۹٪ التقاطی، ۳.۶۸٪ فرامادی، ۴۰.۵۳٪ مادی بوده‌اند. در نتیجه سنخ ارزشی پاسخگویان از فرامادی به مادی تغییر کرده و به عبارت دیگر تنزل یافته است. به‌طور کلی در مورد تغییر ارزشهای یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد طی ده سال، ۲۱.۳۲٪ پاسخگویان تا حدودی ارزشهایشان تغییر کرده است این در حالی است که ۲۹.۲۱٪ پاسخگویان ارزشهایشان خیلی کم، ۳۲.۳۷٪ کم، و ۷۸.۹٪ زیاد تغییر کرده است؛ هم‌چنین ۹.۲۱٪ پاسخگویان هیچ‌گونه تغییری در ارزشهایشان به‌وجود نیامده است (همان: ۴۳۴).

اثر قابل ذکر دیگری که به قوت گرفتن جریانهای ارزشی و فرهنگی مغایر با ارزشهای غالب فرهنگی و دینی کشور اذعان داشته و در نقد و مقابله با آنها به مطالعه و تحقیق پرداخته، کتابی است تحت عنوان «جریان‌شناسی ضدفرهنگ‌ها» که توسط عبدالحسین خسروپناه (۱۳۸۹) تألیف شده است. در این اثر، موضوعاتی مانند فراماسونری، ابتذال فرهنگی، موسیقی گرایبی، معنویت‌های سکولار، فمینیسم و کثرت‌گرایی تحت عنوان گفتارهای جداگانه به تفصیل مورد بررسی قرار گرفته است.

وثوقی و اکبری (۱۳۸۹) نیز در تحقیقی تحت عنوان «روندها و عوامل مؤثر بر تغییر ارزشها، یک مطالعه تطبیقی» نشان داده‌اند که تغییرات اجتماعی باعث تغییر نظام ارزشی جوامع شده است. بر اساس این تحقیق تمام کشورها تغییرات ارزشی را تجربه می‌کنند اگرچه برای جریان این تغییر نمی‌توان الگوی عامی را تمییز داد؛ از جمله نتایج مهم این تحقیق این است که در میان ۳۳ کشور

مورد مطالعه، ۱۹ کشور تغییر به سوی ارزشهای سکولار را تجربه کرده و می‌کنند. بر اساس این تحقیق، هرگاه کشورها به لحاظ اقتصادی وضعیت باثباتی را تجربه، و افراد از این حیث امنیت بیشتری احساس می‌کنند، ارزشهای فرامادی رشد می‌کند. نکته مهم این تحقیق این است که الگوهای برخی نظریه پردازان غربی درباره تغییرات ارزشی جوامع را رد می‌کند و نشان می‌دهد که هر کشور از این حیث منحصر به فرد است.

به طور کلی تغییر جهتگیری ارزشی در میان جوانان ایران بویژه در دوره معاصر پدیده‌هایی را رقم زده که خود به طرح مسئله‌های اجتماعی جدید منجر شده است. روی آوردن به سبکهای جدید تعامل بویژه در ارتباط با جنس مخالف، تفریحات و اوقات فراغت، دینداری و معنایابی، ازدواج و همسریابی را می‌توان از این مجموعه مسائل اجتماعی دانست (منادی، ۱۳۸۶؛ شریفی، ۱۳۸۵؛ نصرتی و ذوالفقاری، ۱۳۹۱). با این ملاحظیات دغدغه اصلی این پژوهش شناخت جهتگیریهای ارزشی جوانان و عوامل مؤثر بر آن است. بدون شک، مطالعه و پایش مستمر تغییرات ارزشی، همواره موضوع تازه و ضروری خواهد بود. با این وصف، هدف کلی این پژوهش، استخراج عناصر مهم ارزشی و تبیین عوامل مؤثر بر تغییرات ارزشها در نظام ارزشی جوانان است. هدفهای جزئی تر این پژوهش را می‌توان این گونه خلاصه بیان کرد:

- در بعد اکتشافی، استخراج عناصر اصلی نظام ارزشی جوانان
- در بعد توصیفی، رسیدن به الگوی توزیع عناصر استخراج شده بر حسب دیگر متغیرهای مرتبط با این گروه اجتماعی
- در بعد تبیینی، بررسی عوامل مؤثر بر تغییرات ارزشی جوانان
- در بعد راهکارها، ارائه شیوه‌های تأثیرگذاری و تغییر نظام معنایی جوانان به منظور رسیدن به دورنمای قطبهای مطلوب ارزشی در امور اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی
- در راستای دستیابی به این اهداف، مطالعه اخیر با هدف پاسخ به سؤالات زیر طراحی و اجرا شده است:
- جوانان چه جهتگیریهای ارزشی در ابعاد مختلف دینی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی دارند؟

- بین جهتگیریهای مختلف ارزشی جوانان چه روابط معنی‌داری مشاهده می‌شود؟

- جهتگیریهای ارزشی جوانان تحت تأثیر چه عواملی است؟

روش پژوهش

روش این پژوهش، پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش جوانان دختر و پسر بین ۱۵ تا ۲۴ سال استان خراسان شمالی هستند. تعداد کل جامعه آماری طبق آمار استانداری خراسان شمالی در سال ۹۲ بالغ بر ۱۸۶۵۹۰ نفر هستند. بنا به جدول مورگان برای این جامعه آماری نمونه ۳۸۴ نفری کافی است؛ با وجود این به منظور اطمینان بیشتر، حدود ۵۰۰ پرسشنامه بین جوانان توزیع شد که ۴۵۷ مورد سالم بازگردانده شد.

ابزار پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته‌ای است که با کمک چند تن از اعضای هیأت علمی دانشگاه بجنورد و دانشگاه شهید باهنر کرمان ساخته شد. در این راه تلاش شد، پرسشنامه جدید فاقد نقاط ضعف پرسشنامه‌های موجود از جمله گودرزی (۱۳۸۸) باشد. پژوهشگر بر اساس پیشینه پژوهشی پنج مقوله ارزشی «دینی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، و اقتصادی» را مبنای ساخت پرسشنامه قرار داد و برای هر یک از مقوله‌ها سه عبارت و در مجموع ۱۵ عبارت طراحی کرد. هر عبارت دارای چهار گویه است که از ۱ تا ۴ نمره گذاری شده است. نمره ۴ یعنی فرد ارزشهای مطلوب را در بالاترین حد آن پذیرفته است (مبنای مطلوبیت ارزشها در پنج مقوله مورد نظر، آموزه‌های دینی است). در انتهای هر یک از پرسشها از پرسش‌شوندگان سؤال شد که در مورد سؤال بالا، فکر می‌کنید کدام یک از افراد زیر بیشتر با شما هم عقیده هستند: پدر و مادر، برادران و خواهران، دوستان نزدیک، همکاران محل کار، معلمان یا استادان. بدیهی است که در کنار عوامل انسانی، عوامل دیگری نیز وجود داشته باشد که در جهتگیری ارزشی افراد دخیل باشد. از میان عوامل غیرانسانی، میزان استفاده از برنامه‌های صدا و سیما، ماهواره، اینترنت، نرم‌افزارهای چت، فیلترشکن، مجلات و کتابهای غیردرسی موضوع پرسشهای انتهایی پرسشنامه بود.

عبارتهای طرح شده مورد بررسی مکرر قرار گرفت تا عبارت پردازی آن متناسب با بافت فرهنگ اسلامی - ایرانی باشد. در نهایت و به منظور اطمینان بیشتر عبارتهای تدوین شده در اختیار تعدادی از دانشجویان قرار گرفت و با بررسی اولیه عبارتهای ناقص حذف شد. اعتبار ابزار در این پژوهش با محاسبه آلفای کرونباخ و ضریب دو نیمه کردن اسپیرمن براون مورد بررسی قرار گرفت که به ترتیب برابر است با ۰.۷۹ و ۰.۸۰. پس از گردآوری داده‌ها در مورد ۴۵۷ نفر، همبستگی میان نمره هر عبارت با نمره کل آزمون مورد بررسی قرار گرفت. در این تحلیل عبارت یا سؤال ۱۲

دارای ضریب تشخیص کم بود (کمتر از ۰/۲۵) و حذف شد. در این پژوهش از تحلیل عاملی اکتشافی با الگوی عوامل اصلی به منظور بررسی ساختار عاملی پرسشنامه استفاده شد. برای تحلیل عاملی، نتایج بررسی شاخص کفایت نمونه‌برداری^۱ و آزمون کرویت بارتلت^۲ نشان داد که با مقدار KMO برابر با ۰/۸۵ و رد فرض صفر در آزمون کرویت بارتلت ($\chi^2 = ۱۰۷/۲۳$ ، $P = ۰/۰۰۰۱$) تعداد نمونه و تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار الگوی عاملی مناسب است و با رد شدن فرض شناخته شده بودن ماتریس همبستگی شرایط برای تحلیل عاملی وجود دارد.

تحلیل عوامل اصلی با چرخشهای متعامد و متمایل و چندین بار تکرار شد. در نهایت به دلیل وضوح بیشتر عوامل استخراجی، نتایج چرخش واریماکس^۳ مبنای تحلیل نهایی قرار گرفت. تحلیل اولیه چهارده عامل با ارزش ویژه بیشتر از ۱ و واریانس تبیین شده برابر با ۴۶/۱۵ درصد در زیر سه عامل اصلی به دست می‌داد. نمودار اسکری از این الگو حمایت می‌کرد. تحلیل عوامل اصلی نشان از وجود سه عامل در ابزار سنجش ارزشها دارد. بررسی عاملها نشان می‌دهد که عامل اول با شش عبارت، ۲۸/۴۶ درصد واریانس کل را تبیین می‌کند. این عامل با توجه به مضمون عبارات به عنوان «ارزشهای مذهبی - سیاسی» نامگذاری شد. عامل دوم با سه عبارت و واریانس ۹/۴۳ درصد، «ارزشهای اقتصادی» نامیده شد. عوامل سوم با پنج عبارت و واریانسهای تبیین شده ۸/۲۵ «ارزشهای فرهنگی - اجتماعی»، نامیده شد.

یافته‌ها

در ادامه برخی از مهمترین سؤالات پژوهش و یافته‌های آن آورده شده است:
سؤال ۱: آیا در میزان جهتگیری ارزشی و عوامل آن بر اساس جنسیت (مرد و زن) تفاوت آماری معناداری هست؟

1 - Kaiser Meyer Olkin (KMO)
2 - Bartlett's test of sphericity
3 - Varimax

جدول ۱: مقایسه جهتگیری ارزشی و عوامل آن در دو جنس مرد و زن

سطح معناداری	df	T	انحراف استاندارد	میانگین	تعداد	جنسیت	
۰.۰۰۰۱	۴۰۵	-۴.۷۱	۸.۱۲	۳۴.۸۳	۱۴۵	مرد	جهتگیری کلی
			۸.۳۳	۳۸.۸۶	۲۶۲	زن	
۰.۰۰۰۱	۴۱۶	-۵.۵۴	۴.۳۶	۱۵.۵۹	۱۴۹	مرد	مذهبی - سیاسی
			۴.۰۶	۱۷.۹۵	۲۶۹	زن	
۰.۰۷۳	۴۴۸	-۱.۸۰	۲.۴۴	۷.۴۳	۱۵۹	مرد	اقتصادی
			۲.۲۴	۷.۸۴	۲۹۱	زن	
۰.۰۱۵	۴۴۳	-۲.۴۵	۳.۴۸	۱۱.۸۷	۱۵۷	مرد	فرهنگی - اجتماعی
			۴.۳۵	۱۲.۸۶	۲۸۸	زن	

همان گونه که نتایج جدول ۱ نشان می‌دهد، میانگین و انحراف استاندارد نمره جهتگیری کلی مردان برابر با 34.83 ± 8.12 و در زنان برابر با 38.86 ± 8.33 است؛ به علاوه همان گونه که مقدار احتمال آزمون تی نشان می‌دهد ($p < 0.0001$) اختلاف آماری معناداری در میانگین جهتگیری کلی مردان و زنان وجود دارد به گونه‌ای که میانگین جهتگیری کلی زنان به طور معناداری از مردان بیشتر است.

هم چنین بر اساس نتایج جدول، میانگین نمره جهتگیری مذهبی - سیاسی در مردان برابر با 15.59 با انحراف استاندارد 4.36 و در زنان برابر با 17.95 با انحراف استاندارد 4.06 است؛ به علاوه همان گونه که مقدار احتمال آزمون تی نشان می‌دهد ($p < 0.0001$) اختلاف آماری معناداری در میانگین جهتگیری مذهبی - سیاسی مردان و زنان وجود دارد به گونه‌ای که میانگین جهتگیری مذهبی - سیاسی زنان به طور معناداری از مردان بیشتر است؛ هم چنین بر اساس نتایج جدول ۱، میانگین نمره جهتگیری فرهنگی اجتماعی در مردان برابر با 11.87 با انحراف استاندارد 3.48 و در زنان برابر با 12.86 با انحراف استاندارد 4.35 است؛ به علاوه همان گونه که مقدار احتمال آزمون تی نشان می‌دهد ($p < 0.05$) اختلاف آماری معناداری در میانگین جهتگیری فرهنگی اجتماعی مردان و زنان وجود دارد به گونه‌ای که میانگین جهتگیری فرهنگی اجتماعی زنان به طور معناداری از مردان بیشتر است.

بر اساس داده‌های جدول ۱، و مقدار احتمال آزمون تی ($p > 0.073$) در جهتگیری اقتصادی اختلاف معناداری بین میانگین زنان و مردان مشاهده نمی‌شود.

سؤال ۲: آیا در میزان جهتگیری ارزشی و عوامل آن بر اساس منطقه مسکونی (شهری - روستایی) تفاوت آماری معناداری هست؟

جدول ۲: داده‌های توصیفی و نتایج آزمون تی مستقل

سطح معناداری	df	t	انحراف استاندارد	میانگین	تعداد	محل سکونت	
۰.۰۱	۴۰۵	۲.۳۶	۸.۶۳	۴۰.۴۲	۴۰	روستایی	جهتگیری کلی
			۸.۴۰	۳۷.۱۰	۳۶۷	شهری	
۰.۰۶۵	۴۱۶	۱.۸۵	۴.۱۹	۱۸.۲۹	۴۱	روستایی	مذهبی - سیاسی
			۴.۳۱	۱۶.۹۶	۳۷۷	شهری	
۰.۱۱	۴۴۸	۱.۵۹	۲.۶۱	۸.۲۲	۴۵	روستایی	اقتصادی
			۲.۲۸	۷.۶۴	۴۰۵	شهری	
۰.۷۳	۴۴۳	۱.۷۹	۳.۵۶	۱۳.۵۵	۴۵	روستایی	فرهنگی - اجتماعی
			۴.۱۳	۱۲.۴۰	۴۰۰	شهری	

همان‌گونه که نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد، میانگین نمره جهتگیری کلی در ساکنان مناطق روستایی، ۴۰.۴۲ با انحراف استاندارد ۸.۶۳ و در ساکنان مناطق شهری برابر ۳۷.۱۰ با انحراف استاندارد ۸.۴۰ است؛ به علاوه همان‌گونه که مقدار احتمال آزمون تی نشان می‌دهد ($p < 0.05$) اختلاف آماری معناداری در میانگین جهتگیری کلی ساکنان مناطق روستایی و شهری وجود دارد به گونه‌ای که میانگین جهتگیری کلی ساکنان مناطق روستایی به‌طور معناداری از مناطق شهری بیشتر است.

بر اساس داده‌های جدول ۲ و مقدار احتمال آزمون تی در جهتگیری مذهبی - سیاسی ($p > 0.065$) و جهتگیری اقتصادی ($p > 0.11$)، و جهتگیری فرهنگی - اجتماعی ($p > 0.073$) اختلاف معناداری بین میانگین مناطق روستایی و شهری مشاهده نمی‌شود.

سؤال ۳: آیا بین متغیرهای مختلف تحقیق همبستگی معناداری هست؟

جدول ۳: همبستگی پیرسون و رابطه مثبت و منفی معنادار بین متغیرهای مختلف تحقیق

میزان مطالعه مجلات، ... غیردرسی		میزان استفاده از ماهواره، اینترنت،...		میزان استفاده از برنامه‌های صدا و سیما		فرهنگی اجتماعی		اقتصادی		مذهبی سیاسی		
<i>p</i>	<i>r</i>	<i>p</i>	<i>r</i>	<i>p</i>	<i>r</i>	<i>P</i>	<i>r</i>	<i>p</i>	<i>r</i>	<i>P</i>	<i>r</i>	
۰.۰	۰.۱	۰.۰۰	۰.۴۹	۰.۰۰	۰.۳	۰.۰۰	۰.۷	۰.۰۰	۰.۶	۰.۰۰	۰.۸	جهتگیری کلی
۰.۵	۳۹	۰.۱	-۸	۰.۱	۷۶	۰.۱	۹۴	۰.۱	۶۹	۰.۱	۴۱	
+		-		+		+		+		+		
۰.۰	۰.۱	۰.۰۰	۰.۴۰	۰.۰۰	۰.۴	۰.۰۰	۰.۴	۰.۰۰	۰.۴			مذهبی سیاسی
۱	۲۵	۰.۱	-۷	۰.۱	۴۶	۰.۱	۱۷	۰.۱	۵۲			
+		-		+		+		+				
۰.۳	۰.۰	۰.۰۰	۰.۳۰	۰.۰۰	۰.۱	۰.۰۰	۰.۳			اقتصادی		
۶۰	۴۴	۰.۱	-۳	۱	۹۱	۰.۱	۲۷					
		-		+		+						
۰.۰	۰.۰	۰.۰۰	۰.۳۳	۰.۰۰	۰.۲			فرهنگی اجتماعی				
۴۴	۹۶	۰.۱	-۱	۰.۱	۰۰							
+		-		+								

همان‌طور که در جدول ۳ نشان داده شده است و با توجه به مقدار $p < 0.0001$ و $p < 0.0005$ رابطه همبستگی در جهتگیری کلی ارزشی با جهتگیری مذهبی سیاسی، اقتصادی، فرهنگی - اجتماعی، میزان استفاده از برنامه‌های صدا و سیما، استفاده از ماهواره، اینترنت، فیلترشکن، و نرم‌افزارهای چت (همچون، یاهو مسنجر، گوگل تاک) و میزان مطالعه مجلات و کتابهای غیردرسی در حد معنادار است. با توجه به مقدار مثبت یا منفی همبستگی مشخص می‌شود که رابطه جهتگیری کلی ارزشی با همه متغیرها مثبت است بجز میزان استفاده از برنامه‌های ماهواره، اینترنت، نرم‌افزارهای فیلترشکن و نرم‌افزارهای چت؛ بدین معنا که هرچه میزان استفاده پرسش‌شوندگان از ماهواره، اینترنت، چت و ... بیشتر بوده، نمره جهتگیری ارزشی آنها کمتر بوده است.

همان‌طور که جدول نشان می‌دهد و با توجه به مقدار $p < 0.0001$ و $p < 0.05$ رابطه همبستگی در جهتگیری مذهبی - سیاسی با جهتگیریهای اقتصادی، فرهنگی - اجتماعی، میزان استفاده از

برنامه‌های صدا و سیما و میزان مطالعه مجلات و کتابهای غیردرسی مثبت و در حد معنادار است در حالی که رابطه همبستگی جهتگیری مذهبی - سیاسی با استفاده از ماهواره، اینترنت، فیلترشکن، و نرم‌افزارهای چت (همچون، یاهومسنجر، گوگل تاک) منفی و معنادار است؛ بدین معنا که هرچه میزان استفاده پرسش‌شوندگان از ماهواره، اینترنت، چت و ... بیشتر بوده، نمره جهتگیری مذهبی - سیاسی آنها کمتر بوده است.

همان‌طور که جدول ۳ نشان می‌دهد و با توجه به مقدار $p < 0.0001$ رابطه همبستگی مثبت و معنادار، بین جهتگیری اقتصادی با جهتگیریهای فرهنگی - اجتماعی و میزان استفاده از برنامه‌های صدا و سیما وجود دارد. در حالی که رابطه همبستگی منفی (معکوس) و معنادار بین جهتگیری اقتصادی و میزان استفاده از ماهواره، اینترنت، فیلترشکن، و نرم‌افزارهای چت (همچون، یاهومسنجر، گوگل تاک) وجود دارد. بر اساس همین جدول بین جهتگیری اقتصادی و میزان مطالعه مجلات و کتابهای غیردرسی رابطه معناداری مشاهده نمی‌شود.

سؤال ۴: عوامل عمده و مؤثر بر تغییرات ارزشی کدام است؟

جدول ۴: عوامل انسانی تأثیرگذار و مجموع فراوانی عاملها

مقدار احتمال	خی دو	درصد	فراوانی	عامل‌ها
۰.۰۰۰۱	۴۵۰۰.۲۳	۴۷.۳۰	۲۸۷۲	پدر و مادر
		۱۶.۴۳	۹۹۸	برادران و خواهران
		۳۰.۹۰	۱۸۷۶	دوستان
		۱.۰۷	۶۵	همکاران
		۴.۲۸	۲۶۰	معلمان و استادان
			۶۰۷۱	مجموع

بر اساس جدول ۴، تفاوت مجموع فراوانیها بر اساس آزمون خی دو معنادار است؛ به عبارتی پدر و مادر عامل اول، دوستان عامل دوم، برادران و خواهران عامل سوم، معلمان و استادان عامل چهارم و همکاران به عنوان عامل پنجم در اثرگذاری بر جهتگیری ارزشهای جوانان شناخته می‌شوند.

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش مبتنی بر سه پیش‌فرض عمده شکل گرفته است: (۱) ارزشهای جامعه امروز ایران در حال تغییر است، (۲) جهت این تغییرات مطلوب نیست. (۳) عوامل انسانی و غیرانسانی در این امر دخیل است. به‌طور کلی نتایج تحقیق نشان داد که این سه پیش‌فرض درست بوده است. بر اساس تحلیل یافته‌های پژوهش، جوانان به لحاظ ارزشی، تمیزی بین مسائل مذهبی و سیاسی قائل نیستند. هم‌چنین تحلیلها نشان داد که پرسش‌شوندگان، مقوله‌های فرهنگی - اجتماعی را نیز در یک جهتگیری واحد طبقه‌بندی می‌کنند؛ به عبارت دیگر، جهتگیریهای ارزشی جوانان در سه طبقه مذهبی - سیاسی، فرهنگی - اجتماعی و اقتصادی جای می‌گیرد.

در تحلیل عوامل انسانی مؤثر بر جهتگیری ارزشی جوانان (جدول ۴) مشخص شد که این عوامل به لحاظ تأثیر از بیشترین به کمترین عبارت است از: (۱) پدر و مادر (۲) دوستان (۳) برادران و خواهران (۴) معلمان و استادان (۵) همکاران. همان‌طور که قبلاً نیز نشان داده شد، تفاوت آماری معناداری بین میزان تأثیرگذاری این عوامل مشاهده می‌شود. از نکات مهم اینکه معلمان و استادان در جهتگیریهای ارزشی جوانان نقش چندانی ندارند و این گواه روشنی از ناکارآمدی نظام آموزشی کشور است.

در مقوله عوامل غیرانسانی، جهتگیری کلی ارزشی جوانان با میزان استفاده از برنامه‌های صدا و سیما و هم‌چنین میزان مطالعه مجلات و کتابهای غیردرسی، همبستگی مثبت معنادار وجود دارد و برعکس با میزان استفاده از برنامه‌های ماهواره، تارنماهای اینترنتی، فیلترشکن، و نرم‌افزارهای چت، همبستگی منفی معنادار وجود دارد. با عنایت به داده‌های تفصیلی جدول ۳ می‌توان گفت که هرچه میزان استفاده از برنامه‌های ماهواره، اینترنت، نرم‌افزارهای فیلترشکن، نرم‌افزارهای چت مثل یاهومسنجر، گوگل تاک و مانند آن بیشتر باشد، میانگین نمره جهتگیری ارزشی به‌طور معناداری پایین می‌آید؛ به عبارت دیگر عوامل اخیر را قویاً می‌توان عوامل منفی در تغییر ارزشها قلمداد کرد. به‌طور خلاصه مهمترین یافته‌های پژوهش را می‌توان این‌گونه خلاصه کرد:

- نمره کلی جهتگیری ارزشی جوانان استان در مقیاس ۲۰، برابر است با ۱۳.۴ که اگرچه از متوسط بیشتر است، چندان مطلوب به نظر نمی‌رسد.

- نمره جهتگیری ارزشی زنان به نسبت از مردان بهتر است.

- نمره جهتگیری ارزشی ساکنان مناطق روستایی به نسبت از مناطق شهری بهتر است.
- جهتگیریهای ارزشی جوانان در ابعاد مختلف مذهبی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی از انسجام بسیار زیادی برخوردار است (جدول ۳).

- جوانان استان ارزشهای مذهبی و سیاسی را در یک مقوله طبقه‌بندی می‌کنند.
- جوانان استان ارزشهای فرهنگی و اجتماعی را در یک مقوله طبقه‌بندی می‌کنند.
- پدر و مادر و دوستان از مهمترین عوامل شکل‌گیری نظام ارزشی جوانان به شمار می‌روند.
- معلمان و استادان (و به عبارتی نظام آموزشی) نقش چندانی در شکل‌گیری نظام ارزشی جوانان ندارند.

- قویاً استفاده از ماهواره و اینترنت با اتخاذ ارزشهای منفی از سوی نسل جوان رابطه مستقیم دارد.

- استفاده از برنامه‌های صدا و سیما با اتخاذ ارزشهای مثبت از سوی نسل جوان رابطه مستقیم دارد.

- میزان مطالعه مجلات و کتابهای غیردرسی با اتخاذ ارزشهای مثبت از سوی نسل جوان رابطه مستقیم دارد.

نتایج پژوهش، در بسیاری جهات با یافته‌های دیگر پژوهشهایی که در زمینه‌های مشترک به انجام رسیده، همسو است. این یافته با کلیت یافته‌های گودرزی (۱۳۸۸) با عنوان تغییر ارزشهای جوانان و عوامل مرتبط با آن، رفیع‌پور (۱۳۷۵) در خصوص تغییر ارزشهای جوانان، مسعودی‌فر (۱۳۷۲) در خصوص افکار اعتقادی نوجوانان و والدین آنها و گرایش نوجوانان به فرهنگ بیگانه، مردان‌پور (۱۳۸۱) در خصوص مشکلات دانش‌آموزان دبیرستانهای شهر تهران در خصوص هویت و احمدی (۱۳۸۴) در خصوص آسیب‌شناسی فرهنگی خانواده‌های یکی از سازمانها، همخوان است.

از دیگر نتایج مهم این تحقیق، نشان دادن اهمیت نقش کلیدی خانواده بویژه پدر و مادر در شکل‌گیری ارزشها است. این نتیجه مهم با نتایج تحقیق آزاد مرزآبادی (۱۳۸۷) همراستاست. نتیجه مهم بعدی در زمینه تأثیرات زیانبار و سوء استفاده از پدیده اینترنت است. این تحقیق نشان داد که بین میزان استفاده از برنامه‌های ماهواره و اینترنت و جهتگیریهای ارزشی، رابطه معکوس معنادار وجود دارد. شاید از همین رو باشد که میانگین نمره ارزشی جوانان ساکنان مناطق روستایی که

میزان نفوذ اینترنت در آنجا کمتر است از مناطق شهری بیشتر است. درباره تأثیرات منفی اینترنت در سطح جهان و ایران پژوهشهای متعددی صورت گرفته که برخی از آنها مؤید این گونه تأثیرات است. مک کینن^۱ (۲۰۱۲) از صاحب‌نظران معروف اینترنت، معتقد است که اینترنت جهان را به صرف وجود خود و به نحو معجزه‌آسا نمی‌تواند به جایی بهتر تبدیل کند. اینترنت هم ابزار است و هم سلاح ... (مک کینن، ۲۰۱۲ ترجمه محمدپور، ۱۳۹۲: ۱۴). نتایج تحقیق با مطالعه مینوچین در خصوص بررسی اثر تهاجم فرهنگی از طریق وسایل ارتباط جمعی در خانواده‌های فیلیپینی همراستا است (آزاد مرزآبادی، ۱۳۸۷: ۱۲۳).

این یافته مهم با یافته‌های رفیع‌پور (۱۳۷۵) درباره گسترش ویدئو در دهه ۷۰ شمسی و پیامدهای آن از جمله کاهش گرایشها و پایبندیهای دینی، کاملاً همسو است. یافته‌های پژوهش آشکارا نشان داد که جوانان ما بشدت تحت تأثیر ماهواره و اینترنت هستند. بدیهی است که این امر الزاماً نمی‌تواند به نفی فناوریهای نوین بینجامد؛ چراکه این کار نه ممکن است و نه مطلوب؛ بلکه این واقعیت بیشتر بیانگر ناکارآمدی رویکردها و روشهای سنتی ما در تربیت نسلهای جدید است. یافته دیگر این پژوهش، نقش ضعیف و کم‌رنگ معلمان و استادان در شکل‌دهی به نظام ارزشی جوانان است که شاهد دیگری بر ناکارآمدی نظام تعلیم و تربیت ماست. پرواضح است که جوانان ما یا فاقد مهارت استفاده از فناوریهای نوین، یا شیفته آزادیهای دنیای مجازی هستند. گزارشها حاکی است که ایرانیان غالباً در فضای مجازی به دنبال فقره‌هایی هستند که در دنیای واقعی در رابطه با آنها محدودیتهایی وجود دارد؛ برای نمونه در میان کلمات پر جستجو در ایران در سال ۲۰۱۳ میلادی، ده کلمه‌ای که بیشترین جستجو را به خود اختصاص داده، عبارت است از: دانلود، عکس، بازی، دانلود آهنگ، فیلم، چت یا هو، گوگل، دانلود فیلم، اس ام اس. گفتنی است بخش قابل توجهی از دانلودها، عکسها و فیلمهای جستجو شده به مضامین غیراخلاقی و جنسی مربوط است. در جستجوهای "گوگل ایمیج" (گوگل تصویر) نیز ده کلمه پر جستجوی ایرانیان برای دیدن تصاویر در سال ۲۰۱۳ عبارت بود از: عکس دختر، زن، girl, hot، لباس، تصویر، لخت، فیلم و عروس^(۱). در چنین وضعیتی جوامع سنتی و به‌طور ویژه تربیت دینی با چالشهای جدی روبه‌رو است. فناوری جدید مفاهیم دور / نزدیک و مجاز / ممنوع را به هم ریخته است (باقری، ۱۳۸۷) به گونه‌ای که دیگر نمی‌توان به دلیل تربیت قرنطینه‌ای و هم‌چنین با تقوای پرهیز و گریز جوانان را از

1 - Rebecca MacKinnon

محیطهای آلوده دور داشت. سالم‌سازی فضای مجازی از طریق فیلتر کردن، اگرچه یکی از راهکارهاست (تقوای پرهیز) به هیچ وجه کافی نیست. از اینرو راهبرد اصلی تربیت دینی در عصر حاضر باید از روشهای تلقینی و تحمیلی دور شود و بر روشهای عقلانی تکیه کند؛ بدین معنا که تربی بدون نظارت‌های بیرونی و در عین حالی که در فضای پرآسیب زندگی می‌کند، بتواند از خود مراقبت، و مرزهای اخلاقی را رعایت کند.

شکل‌گیری و تغییر ارزشها، پیچیده و چند وجهی است و عوامل آشکار و پنهان زیادی در آن دخیل است؛ با وجود این، شناخت نقاط آسیب و همچنین تعیین و تذکر نقش برخی عوامل کلیدی، می‌تواند سرآغازی باشد بر برنامه‌ریزیهای درازمدت. پژوهشگر با عنایت به جمیع یافته‌های پژوهش، پیشنهادها را بر مبنای برنامه‌ریزان و سیاستگذاران ارائه می‌کند: تمرکز بر تربیت خانوادگی به جای تربیت فردی، توجه و تمرکز بر مهارت‌های دوست‌یابی و ارتباطی، از بین بردن گسست بین مربی و متربی، ایجاد تقوای حضور در کنار تقوای پرهیز و گریز، آموزش والدین درباره تأثیرات مثبت و منفی فناوریهای نوین و ترغیب آنها برای کنترل و نظارت خردمندانه بر فعالیتهای دنیای مجازی فرزندان، آموزش جوانان و توانمندسازی آنها برای بهره‌برداری مؤثر و مطلوب از فضای مجازی (مثلاً از طریق افزایش وبلاگ‌نویسی، تقویت شبکه‌های اجتماعی سالم و نظارت‌پذیر، و...)، کنترل و نظارت خردمندانه دستگاه‌های نظارتی بر فضای مجازی به موازات تقویت نرم‌افزارهای بومی (برای نمونه تالارهای گفتگوی فارسی)، تقویت برنامه‌های صدا و سیما در مقابل برنامه‌های ماهواره، برنامه‌ریزی و تلاش مداوم در راستای افزایش فرهنگ مطالعه.

تشکر و قدردانی

این پژوهش با حمایت مالی و معنوی و همچنین نظارت استانداری استان خراسان شمالی و معاونت پژوهشی دانشگاه بجنورد به انجام رسیده است. بدیهی است پژوهشگران مراتب سپاس و تشکر خود را از این هر دو نهاد اعلام می‌کنند.

یادداشت

۱ - ایرانیها در سال گذشته در گوگل چه جستجو کردند (تاریخ دریافت ۹۲/۱۱/۱۷)

<http://www.tabnak.ir/fa/news/370553>

منابع

- آزاد مرزآبادی، اسفندیار (۱۳۸۷). بررسی رابطه ارزشی خانواده با ارزشهای جوانان، *مجله علوم رفتاری*. دوره ۲، ش ۲. تابستان ۱۳۸۷.
- اباذری یوسفعلی؛ حسن چاووشیان (۱۳۸۱). از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی رویکردهای نوین در تحلیل جامعه شناختی هویت اجتماعی. *نامه علوم اجتماعی*. ش ۲۰.
- احمدی، خدابخش (۱۳۸۴). آسیب شناسی فرهنگی خانواده‌های گروهی از کارکنان نظامی. گزارش تحقیق. تهران: دانشگاه علوم پزشکی بقیه الله، مرکز تحقیقات علوم رفتاری.
- اینگلهارت، رونالد (۱۳۷۳). تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی. ترجمه مریم وتر. تهران: نشر کویر.
- باقری، خسرو (۱۳۸۷). *نگاهی دوباره به تربیت اسلامی*. تهران: انتشارات مدرسه.
- بیتس، دانیل (۱۳۷۵). *انسان‌شناسی فرهنگی*. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: انتشارات علمی.
- خسروپناه، عبدالحسین (۱۳۸۹). *جریان‌شناسی ضدفرهنگ‌ها*. قم: انتشارات تعلیم و تربیت اسلامی.
- رفیع پور، فرامرز (۱۳۷۵). *وسایل ارتباط جمعی و تغییر ارزشهای اجتماعی: پژوهشی در مورد چند فیلم سینمایی و سریال تلویزیونی، ویدئو، روزنامه و تبلیغات*. تهران: معاونت پژوهشی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- شرف‌الدین، سید حسن (۱۳۹۱). نقش رسانه‌های اجتماعی در انتقال ارزشهای اجتماعی با تأکید بر رسانه ملی. *مجله معرفت*. س بیست و یکم. ش ۱۷۹، آبان ۱۳۹۱: ۵۷ تا ۷۸.
- کوئن، بروس (۱۳۷۸). *درآمدی به مبانی جامعه‌شناسی*. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: نشر توتیا.
- گودرزی، سعید (۱۳۸۹). تغییر ارزشهای جوانان و عوامل مرتبط بر آن. *فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی*. س دهم. ش ۳۹.
- مردانیپور، ناصر (۱۳۸۱). *بحران هویت و انقطاع فرهنگی*. قم: پژوهشکده تحقیقات اسلامی.
- مسعودی فر، احمد رضا (۱۳۷۲). بررسی گرایش نوجوانان ۱۵ - ۱۸ ساله دبیرستانهای مشهد به فرهنگ بیگانه. تهران دانشگاه تربیت معلم، مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران.
- مک‌کینن، ربکا (۲۰۱۲). *رضایت و بستان*. ترجمه داریوش محمدپور. نشر الکترونیکی توانا. ۱۳۹۲.
- منادی، مرتضی (۱۳۸۶). اوقات فراغت و چالش‌های جهانی شدن مقایسه دو نسل. *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*. ۳(۸): ۱۳۱ تا ۱۶۵.
- نصرتی، شیما و ابوالفضل ذوالفقاری (۱۳۹۱). تاثیر میزان دینداری بر سبک زندگی جوانان تهرانی. *پژوهش اجتماعی*. ۵(۱۴): ۱۰۱ تا ۱۱۷.
- وثوقی، منصور؛ اکبری، حسین (۱۳۸۹). روندها و عوامل مؤثر بر تغییر ارزشها، یک مطالعه تطبیقی، *مجله علمی-پژوهشی علوم اجتماعی*. تحلیل اجتماعی نظم و نابرابری اجتماعی. ش ۴/۵۹: ۹۳ تا ۱۲۸.

