

میزان شیوع ارزش های پست مدرن و عوامل مؤثر بر آن (مورد مطالعه: شهر کرمانشاه)

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۳/۱۰

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۵/۲۵

مریم منصوری^۱

منصور حقیقتیان^۲

محمدعلی چیت ساز^۳

چکیده

هدف این پژوهش بررسی میزان شیوع ارزش های پست مدرن و عوامل مؤثر بر آن بر اساس معادلات ساختاری می باشد. این تحقیق، توصیفی و از نوع علی بود. جامعه آماری مورد مطالعه، کلیه ی شهروندان در شهر کرمانشاه در سال ۱۳۹۷ بوده که ۶۲۵ نفر از بین آنها براساس فرمول کوکران و با روش نمونه گیری سهمیه ای انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند. ابزار جمع آوری اطلاعات پرسشنامه ی محقق ساخته با اقتباس از پرسشنامه های سایر تحقیقات بوده و تحلیل های آماری براساس معادله ساختاری و با استفاده از برنامه Spss و Amos انجام یافته است. مقادیر رگرسیونی مدل معادله ساختاری حاکی از آن است که شیوع ارزش های پست مدرن به میزان (۰/۷۲) بر زوال عاطفه، به میزان (۰/۶۶) بر مصرف گرایی، به میزان (۰/۵۴) بر سیالیت روابط، به میزان (۰/۳۱) بر نسبی گرایی، موثر است. یافته های پژوهش با نظریه های گیدنز، لیوتار، چارلز جنکس، نظریه ساختارشکنی، جیمسون، نیچه، کراک، کیت نش، بودریار، مارک سی تیلور، فوکو، دیوید هاروی همسو بوده و همخوانی دارد.

واژگان کلیدی: شیوع ارزش های پست مدرن، سیالیت روابط، مصرف گرایی، نسبی گرایی، زوال عاطفی.

^۱ دانشجوی دکتری رشته جامعه شناسی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران. Mariam13291329@gmail.com

^۲ دانشیار گروه جامعه شناسی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران. (نویسنده مسئول). mansour_haghighatian@yahoo.com

^۳ استادیار گروه جامعه شناسی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران. Mad3175@yahoo.com

مقدمه

پست مدرنیسم جنبشی فکری - فرهنگی است که بر تمامی مناسبات بشر مدرن تأثیر گذاشته است. آغاز این جریان، به زعم لیوتار^۱ یکی از پیشگامان این جنبش، به دهه ۵۰ قرن بیستم برمی گردد؛ هر چند بسیاری تاریخ آن را به کمی عقبتر، اواخر قرن نوزدهم و تفکرات نیچه ارجاع می دهند؛ زهانی که نیچه^۲ با به چالش کشیدن عقلانیت روشنگری و ترویج نوعی خردگریزی به نقد از بیرون مدرنیته پرداخت (حقیقی، ۱۳۸۱: ۲۵). عده ای از صاحب نظران با توجه به برخی تفاوت های اساسی که میان مدرنیسم و پست مدرنیسم وجود دارد، معتقدند که "پست مدرنیسم به معنای پسامدرنیسم" از جنبش های نوینی به حساب می آید که پس از مدرنیسم به وجود آمده و اشاره به مرحله بعد از آن دارد؛ زیرا در حالی که مدرنیسم بر ثبات واقعیت و کشف واقعیت ها تأکید داشت، پست مدرنیسم بر بی ثباتی همه چیز و خلق واقعیت ها اصرار می ورزد. مدرنیسم قائل به قطعیت، ضرورت، و فراروایت است؛ اما از نگاه پست مدرنیسم، به هیچ عنوان نمی توان و نباید از این مقوله ها یاد کرد. به خصوص در حوزه تعلیم و تربیت، ارزش ها، اخلاق، سیاست و غیره نباید از بنیادها و بنیان های نظری ثابت و جهان شمول سخن گفت. ارزش ها امور نسبی هستند که از فرهنگی به فرهنگ دیگر متفاوت هستند. بنابراین، جنبش پست مدرن در واقع مرحله پس از مدرنیسم و نوعی گذار از آن به حساب می آید. برخی طرفداران این قرائت از پست مدرنیسم بر این باورند که آغاز آن با نوشته های ریچارد رورتی^۳ بوده است (بابائی و حیدری، ۱۳۹۴: ۷۰).

مبانی نظری

اگرچه مطالعات اندکی در حوزه ارزش های پست مدرن انجام شده اما مطالعات بسیاری به طور ضمنی به آن اشاره داشته یا عناصری از آن را مطرح کرده اند. بخشی از این مطالعات به توصیف تغییرات ایجاد شده در حوزه خانواده و پیامدهای آن اختصاص داشته است که به اختصار به چند مورد از آن ها اشاره می شود. مدیری و مهدوی (۱۳۹۶)، در تحقیقی با عنوان «بررسی نسلی ارزش های پست مدرن خانوادگی و عوامل اثرگذار بر آن با تأکید بر نقش دین داری» پرداختند و به این نتیجه رسیدند که ارزش های پست مدرن خانوادگی در نسل اول در ۹/۱۹ درصد افراد و محدود به پذیرش سقط جنین و لذت فردی بوده، در نسل دوم در ۱۴/۴۹ درصد و در نسل سوم در ۲۱/۷۱ درصد مشاهده شده و به پذیرش تساهل و تسامح در امور جنسی نیز تسری یافته است. ارزش های پست مدرن خانوادگی در هر سه نسل متاثر از مجموعه ای از متغیرهای اقتصادی اجتماعی و دین داری بوده و در نسل سوم به طور معناداری متاثر از مصرف رسانه نیز هست. در هر سه نسل اگرچه دین داری اثرگذارترین عامل بوده و لیکن توان تبیین آن از نسل اول به سوم کاهش یافته است.

حمیدیه (۱۳۹۵)، در تحقیقی با عنوان «دینداری پست مدرن و از خود بیگانگی ملی» پرداخت و به این نتیجه رسید که در تحلیل دینداری پست مدرن، به ویژگی های می رسیم که برای احساس تعلق به هویت ملی، مضر و مخرب اند از آن جمله می توان به سطحی و روبنایی شدن دین، فرقه گرای شدید، مصرفی شدن دین، تبدیل دین به حالتی که از آن به «دین خویشتن» یاد می توان کرد و عرفی سازی جهان اشاره نمود. این ویژگی ها موجب محو الگوها و مرجعیت های اصیل، اهداف مشترک ملی، محرومیت

^۱ Lyotard

^۲ Nietzsche

^۳ Rorty

جامعه از کارکرد انسجام بخش دین، پلورالیسم و تضعیف جایگاه شعائر و مناسک دینی می گردند. این پیامدها منفی که دامنگیر هویت ملی می گردند، بر دامنه و شدت از خود بیگانگی می افزایند. دان و همکاران^۴ (۲۰۱۲) در تحقیق خود با عنوان «جامعه ی پست مدرن و فرد: ویژگی ساختاری جامعه ی پست مدرن»، به این نتیجه دست یافته اند که قرار گرفتن در معرض تکنولوژی و عقاید مادی با تکثر و تعدد خود افراد در ارتباط است. همچنین تجارب روزمره ی زندگی با تصور از هویت خود در زندگی دوران مدرن مرتبط است.

بر پایه ی پژوهش پیک و پان^۵ (۲۰۰۴)، تحت عنوان «گسترش مصرف گرایی جهانی: تأثیر رسانه های جمعی و تبلیغات بر ارزش های مصرف گرایانه در چین»، قرار گرفتن در معرض محتوای رسانه های غربی و نیز رسانه های حاوی مطالب مصرف گرایانه موجب پذیرش ارزش مصرف گرایانه، توسعه ی نگرش های مثبت تر نسبت به تبلیغات و در نهایت، مصرف بیشتر می شود.

این تحقیقات به نوعی نشان از تغییر ارزش ها و افزایش آزاداندیشی های پست مدرن دارد و چنین وضعیتی در جامعه ایرانی که همواره خانواده مداری از ویژگی های آن بوده سؤال برانگیز است و جای تامل دارد. به نظر می رسد تغییر در ارزش هاست که توانسته بسیاری از مسائل مربوط به حوزه خانواده از جمله شیوه های همسرگزینی، انتظارات زن و شوهر از یکدیگر و مناسبات بین آنها را تحت تاثیر قرار دهد و از آنجا که ارزش ها زیربنا و الگوی رفتار و اعمال به شمار می آیند و نقش اساسی در کنش های انسانی دارند، می توان نابسامانی های خانواده ایرانی را در تغییر ارزش های خانوادگی یا عواقب ناشی از تغییر ارزش های جامعه دانست. مضاف بر آن از آنجا که تغییر ارزش ها در نسل جوان شیوع بیشتری داشته باید به این نکته توجه داشت که با توجه به حجم بالای جمعیت جوان، جوانان در تغییر ارزش ها می توانند به عنوان کارگزار فرهنگی عمل کرده و تحولات فرهنگی را رقم بزنند و بنابراین بررسی نسلی تغییرات فرهنگی از اهمیت ویژه ای برخوردار است. از این رو، در این پژوهش، فرضیه های زیر ارزیابی می شود:

۱. زوال عاطفه بر شیوع ارزش های پست مدرن تاثیر دارد.
۲. سیالیت روابط شیوع ارزش های پست مدرن تاثیر دارد.
۳. بازاندیشی شیوع ارزش های پست مدرن تاثیر دارد.
۴. مصرف گرایی شیوع ارزش های پست مدرن تاثیر دارد.
۵. نسبی گرایی شیوع ارزش های پست مدرن تاثیر دارد.

پست مدرن

پست مدرنیسم جنبش اجتماعی و فرهنگی پیچیده ای است که مبتنی بر نقد باورداشت های معمول و مرتبط با عصر روشنگری است. اصول این رویکرد در شک گرایی آن به نقش محوری محول شده به خرد و اندیشه عقلانی انسان مدرن است. جنبشی که متکی به نقد داعیه های حقیقت شناسانه غیر قابل شک، ایمان فرا اعتمادی به علم و شیوه های متافیزیکی استدلال و عقلانیت، فقدان ارتباط بین رویکردها و حقیقت ها، و مبتنی بر کثرت گرایی اختلافی و نسبی گرایی فرهنگی، فکری است (مالپاس، ۲۰۰۵: ۲۳۶). این رویکرد که امروزه در حال تبدیل شدن به یک پارادایم گسترده است و حتی

^۴ Dunnat el

^۵ Paek&Pan

به عنوان پارادایم چهارم علوم اجتماعی بعد از اثبات‌گرایی، تفسیرگرایی، و انتقادگرایی مطرح است، با فروپاشی کمونیزم و پیروزی طبقه متوسط، مخصوصاً جنبش اعضای طبقه کارگر و نیز در پی فروپاشی تضاد قدیمی کارگران و کارفرمایان قوت گرفت (محمد پور، ۱۳۸۸: ۷۰). پست مدرنیسم به عنوان یکی از مهم‌ترین و بزرگ‌ترین اتفاقات در عرصه اندیشه و فلسفه از یک طرف و از طرفی به عنوان یک وضعیت، به شکل شیخ‌واری بر زندگی انسانی که در پایان قرن بیست و اوایل قرن بیست و یک زندگی می‌کند، حضور خود را اعلام می‌دارد. پست مدرنیسم دوره‌ی جدیدی است که همه‌ی مؤلفه‌های دوره‌ی مدرن و نیز دوران سنت را به نقد می‌کشد. فرهنگ پست مدرن فرهنگ رسانه‌ها و دنیای مجازی است که در آن، قطعیت فرهنگی از بین می‌رود و سطحی‌نگری رسانه‌ای، امکان تفکر و تعقل عمیق را از کنش‌گران اجتماعی می‌گیرد. نظریات پست مدرنیسم در بازار اندیشه‌ی جامعه‌ی ما به شدت در حال افزایش است (دهبانی پور و خرم پور، ۱۳۹۵: ۵۳). مشخصه پست مدرنیسم هم طرد عقلانیت افلاطونی، دکارتی، و هگلی است و هم رد بازگشت و ارتجاع‌گرایی امثال دیدرو^۶، دمایستر^۷، روسو^۸، هلویتیوس^۹، تونیس^{۱۰} و نیچه. هر چند عنصر نیچه‌ای در اندیشمندی پست مدرنیته لیوتار محوری و شاید جوهری است اما "جشن مرگ خداوند" آن منجر به فرا رفتن از اندیشه نیچه‌ای شده است. این نقد پست مدرنیستی غالباً مشتمل بر منتقدین فمینیستی و نژادی فرهنگ غرب و منتقدین مارکسیستی نیز شده است (الیوت و ترنر، ۲۰۰۱).

پست مدرنیسم دارای سه وجه سازنده یا بازنگرانه، مخرب و ساختارشکنان و آزادی‌خواه است. به علاوه پست مدرنیسم دارای خاستگاهی فراساختارگرایی است. براساس فراساختارگرایی، معانی برگرفته از زبان، مشخص، بدیهی و ثابت نیستند، بلکه از سوی سوژه‌های گوینده ساخته می‌شوند. از این رو، معنا بیشتر توسط منع، محروم‌سازی، یا حاشیه‌ای کردن برخی واژگان ایجاد می‌شود که بازتاب مستقیمی از خود حقیقت نیستند، لذا باید هرگونه متن و تفسیری شالوده‌شکنی شود. در این فرآیند، قدرت نقش مهمی از طریق ساختارهای اجتماعی بر معنا وارد می‌کند. در این رویکرد، معرفت و حقیقت ایده‌هایی هستند که می‌توانند به طور ریشه‌ای و ماهوی دگرگون شوند. به عنوان مثال حقایق علمی توسط دانشمندان برای تسخیر طبیعت، و از سوی کلیسا، در قالب دکترین، پیروان به کار می‌رود (محمدپور، ۱۳۸۸: ۴۴).

اصطلاح «پست مدرن» در حوزه‌های فکری و فرهنگی گوناگونی به کار می‌رود و متفکران و فیلسوفان متعددی زیر این عنوان قرار می‌گیرند مانند زان فرانسوا لیوتار، میشل فوکو، دریدا و ریچارد رورتی. در واقع پست مدرنیسم بیانگر فضای فرهنگی و فکری است با درون‌مایه‌ها، مفروضات فلسفی خاصی که بی‌تردید با فضای فرهنگی و فکری گذشته متفاوت است (حقیقی، ۱۳۷۹: ۱۰).

تاریخچه پست مدرنیسم

^۶ .diderot

^۷ . de meister

^۸ Roussau

^۹ Helvitius

^{۱۰} Tönnies

درباره ی تاریخچه ی پست مدرنیسم^{۱۱} بین اندیشمندان اختلاف نظر وجود دارد. به نظر برخی، از اواخر سده ی نوزدهم در حرکت عظیم مدرن سازی تردیدهایی پدیدار شد. نیچه نخستین متفکر بزرگی است که در مقابل همه ی ارزش ها و آرمان های مدرن ایستاده و از چند و چون آنها پرسیده و کوشیده است آنها را مورد نقد و بررسی قرار دهد. مفهوم پست مدرنیسم را نخستین بار فدریکودی انیس^{۱۲} در سال ۱۹۳۴ به کار برد و از آن در تشریح واکنش نسبت به نوگرایی استفاده کرد (کهن، ۱۳۸۵: ۳).

پست مدرنیسم اصطلاح بسیار مناقشه برانگیزی است که موجب واکنش های بسیار تندی در حوزه های فکری گوناگون، در ابعاد نظری و سیاسی شده است (اسمارت، ۱۹۹۳: ۱۱). هبدايگ^{۱۳} در پشتیبانی از همین دیدگاه، پست مدرنیسم را نه یک جنبش آگاهانه و هدفدار، بلکه یک وضعیت، گرفتاری و مخصصه ای می داند که در آن، اهداف، مقاصد، تعاریف و تأثیرهای معارض و رقیب و گرایش ها و نیروهای اجتماعی و فکری گوناگون، همگرایی و تصادم پیدا می کنند (هبدايگ، ۱۹۹۸: ۲۰۰). برخی دیگر، پست مدرنیسم را با نیهیلیسم^{۱۴} و آنارشیزم^{۱۵} برابر می دانند. برای گروهی دیگر، پست مدرنیسم فرهنگی است که در آن، ابتدال نمایش های تلویزیونی حاکمیت دارد و حضور فراگیر آن در جای جای زندگی انسان، تداعی گر مکدونالدی شدن مردم سراسر جهان است (مالپاس، ۱۳۸۶: ۱۱).

به نظر چارلز جنکس^{۱۶} زمینه ی به وجود آمدن پست مدرنیسم را می توان ایجاد بحران در مدرنیسم به سبب از بین رفتن عمق فرهنگ مدرن و خمودگی عاطفی در این دوره دانست. ماشینی شدن و مادی شدن نیز به این مسأله کمک کرده است (تفرشی، ۱۳۸۱: ۷۶).

به نظر جیمسون فرهنگ پست مدرنیسم، فرهنگی تقلیدی و سرهم بندی شده است که روند تجاری و کالایی شدن جامعه در سرمایه داری متأخر، عامل اصلی این فرهنگ تلقی می شود. او معتقد است در فرهنگ پست مدرنیسم هیچ تمایزی میان فرهنگ کلاسیک و فرهنگ توده ای وجود ندارد. جیمسون فقدان و اضمحلال سبک شخصی را از صفات اصلی فرهنگ پست مدرنیسم می داند و همواره بر این مسأله ی مهم تأکید دارد که فرهنگ پست مدرنیسم، فرهنگی سطحی است؛ فرهنگی که از تصاویر و سطوح عجین شده تا توده های مردم را وادار کند که آن را از روی انفعال و بی تمیزی بپذیرند (تاجیک، ۱۳۷۸: ۵۳).

روش پژوهش

پژوهش حاضر توصیفی- پیمایشی و از نوع کاربردی است. در این پژوهش، ابتدا از طریق مطالعه کتابخانه ای و استفاده از مقاله های داخلی و خارجی، مفهوم ارزش های پست مدرن و عوامل مؤثر بر آن، بررسی شد. سپس پرسشنامه استاندارد براساس متغیرهای مستقل و وابسته تدوین شد و با استفاده از ابزار پرسشنامه، به صورت طیف لیکرت (از کاملاً مخالفم با نمره ۱ تا کاملاً موافقم با نمره ۵) به بررسی و تحلیل متغیرهای (زوال عاطفه: ۴ سوال، سیالیت روابط: ۶ سوال، بازاندیشی: ۵ سوال، مصرف گرایی: ۶ سوال و نسبی گرایی: ۵ سوال) بر اساس عوامل مؤثر بر ارزش های پست مدرن پرداخته شد. و با استفاده از پرسشنامه های آزمون شده قبلی در پژوهش های مشابه، نظرخواهی از اساتید راهنما و مشاور، روایی آن

^{۱۱} Postmodernism

^{۱۲} Federico Di Avnys

^{۱۳} Hebdige

^{۱۴} Nihilism

^{۱۵} Anarchism

^{۱۶} Charles Jencks

تأیید شد. برای بررسی پایایی، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد و مقدار آن بیش از ۷۰ درصد به دست آمد که قابل قبول است. جامعه آماری پژوهش حاضر، کلیه شهروندان شهرستان کرمانشاه هستند. بدین منظور با استفاده از نمونه گیری کوکران، نمونه ای با حجم ۶۲۵ از افراد با استفاده از نمونه گیری سهمیه ای انتخاب شدند. جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش معادلات ساختاری استفاده شده است. و برای این کار از نرم افزارهای Amos و Spss استفاده شده است.

بحث و یافته ها

یافته های توصیفی

در مجموع، از ۶۲۵ نفر پاسخگویان، ۲۵۲ مرد و ۳۷۳ زن پرسشنامه را تکمیل کردند. از منظر سنی، ۱۲/۸ درصد پاسخگویان کمتر از ۳۰ سال، ۱۵ درصد بین ۳۱ تا ۴۰ سال، ۳۱/۸ درصد بین ۴۱ تا ۵۰ سال، ۲۹/۱ درصد بین ۵۱ تا ۶۰ سال و ۱۱/۲ درصد بالای ۶۰ سال سن دارند. بیشتر شهروندان ۴۱ تا ۵۰ سال سن دارند. ۱۶ درصد پاسخگویان مجرد، ۶۱/۱ درصد متأهل، ۱۰/۱ درصد مطلق، ۶/۴ درصد زن شوهرمرد، ۶/۴ درصد مرد زن مرده هستند. بیشتر شهروندان متأهل دارند. ۵۸/۴ درصد صاحب خانه ملکی و ۲۲/۴ درصد خانه پدری و ۱۹/۲ درصد صاحب خانه اجاره ای و رهن هستند. ۹/۴ درصد دارای تحصیلات نهضت و ابتدایی، ۳۳/۶ درصد راهنمایی یا سیکل، ۳۱ درصد متوسطه و دیپلم، ۲۳ درصد فوق دیپلم و لیسانس و ۳ درصد فوق لیسانس و بالاتر می باشد. بیشتر شهروندان راهنمایی یا سیکل می باشند. ۲۷/۲ درصد شهروندان بیکار، ۵۳/۱ درصد شاغل، ۱۹/۷ درصد بازنشسته بودند. بیشتر شهروندان شاغل هستند.

یافته های استنباطی

فرضیات به دنبال شیوع ارزش های پست مدرن بر زوال عاطفه، سیالیت روابط، بازاندیشی، مصرف گرایی، نسبی گرایی می باشد. باز برای آزمون نرمال بودن داده‌های آزمون گلو موگروف اسمیرنوف برای تک تک متغیرها صورت گرفته است که نتایج آن در جدول (۱) آمده است.

جدول ۱: مربوط به آزمون کلاماوا اسمیرنوف جهت مشخص کردن نرمال بودن داده‌ها

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	مقدار Z	سطح معنی داری sig
ارزش های پست مدرن	۲۶/۸	۳/۸	۰/۰۲۳	۰/۱۲ = نرمال
زوال عاطفه	۱۷/۷	۳/۳	۰/۰۳۳	۰/۲ = نرمال
سیالیت روابط	۱۸/۹	۲/۷	۰/۰۲۷	۰/۱۳ = نرمال
بازاندیشی	۱۵/۵	۲/۳	۰/۰۲۸	۰/۰۸ = نرمال
مصرف گرایی	۲۲/۸	۲/۴	۰/۰۲۴	۰/۱۱ = نرمال
نسبی گرایی	۱۸/۲	۲/۵	۰/۰۴۴	۰/۰۸ = نرمال

داده های مربوط شیوع ارزش های پست مدرن، زوال عاطفه، سیالیت روابط، بازاندیشی، مصرف گرایی، نسبی گرایی نرمال می باشند چون سطح معنی داری متغیرهای پژوهشی در آزمون کلاماوا اسمیرنوف بزرگتر از ۰/۰۵ است.

فرضیه اول: زوال عاطفه بر شیوع ارزش های پست مدرن تاثیر دارد.

در این فرضیه دنبال تاثیر زوال عاطفه بر شیوع ارزش های پست مدرن بوده و هر دو متغیر فاصله ای و نرمال بوده لذا تایید و رد فرضیه از ضریب رگرسیون استفاده شده که نتایج آن در جدول (۲) آمده است.
جدول (۲): نتایج حاصل از آزمون رگرسیون بین زوال عاطفه و شیوع ارزش های پست مدرن

۰/۷۲۱	ضریب رگرسیون
۰/۰۰۰۱	سطح معنی داری (دودامنه)
۶۲۵	تعداد نمونه
۹/۱	عرض از مبدا
٪۵۱/۹	شدت همبستگی r^2

همانطور که در جدول (۲) مشاهده می شود تاثیر زوال عاطفه بر شیوع ارزش های پست مدرن معنی دار است. چون سطح معنی داری ($p=0.001$) آزمون کوچکتر از 0.05 می باشد و شدت همبستگی بین زوال عاطفه و شیوع ارزش های پست مدرن $r^2=0.519$ درصد است. مثبت بودن مقدار آزمون نشانگر تاثیر مستقیم و مثبت، زوال عاطفه و شیوع ارزش های پست مدرن می باشد. یعنی هرچه زوال عاطفه بیشتر، شیوع ارزش های پست مدرن نیز بیشتر می شود. به این ترتیب معادله رگرسیونی زوال عاطفه به صورت زیر خواهد بود:

$$\text{(شیوع ارزش های پست مدرن } 0.721) + 9.1 = \text{زوال عاطفه}$$

فرضیه دوم: سیالیت روابط شیوع ارزش های پست مدرن تاثیر دارد.

در این فرضیه دنبال تاثیر سیالیت روابط بر شیوع ارزش های پست مدرن بوده و هر دو متغیر فاصله ای و نرمال بوده لذا تایید و رد فرضیه از ضریب رگرسیون استفاده شده که نتایج آن در جدول (۳) آمده است.

جدول (۳): نتایج آزمون رگرسیون بین سیالیت روابط و شیوع ارزش های پست مدرن

۰/۵۴۱	ضریب رگرسیون
۰/۰۰۰۱	سطح معنی داری (دودامنه)
۶۲۵	تعداد نمونه
۱۱/۲	عرض از مبدا
٪۲۹/۲	شدت همبستگی r^2

تاثیر سیالیت روابط بر شیوع ارزش های پست مدرن معنی دار است. چون سطح معنی داری ($p=0.001$) آزمون کوچکتر از 0.05 می باشد و شدت همبستگی بین سیالیت روابط و شیوع ارزش های پست مدرن $r^2=0.292$ درصد است. مثبت بودن مقدار آزمون نشانگر تاثیر مستقیم و مثبت، سیالیت روابط بر شیوع ارزش های پست مدرن می باشد. یعنی هرچه سیالیت روابط بیشتر شیوع ارزش های پست مدرن نیز بیشتر می شود. به این ترتیب معادله رگرسیونی سیالیت روابط به صورت زیر خواهد بود:

(شیوع ارزش های پست مدرن $0/541 + 11/2 =$ سیالیت روابط

فرضیه سوم : بازاندیشی بر شیوع ارزش های پست مدرن تاثیر دارد.

در این فرضیه دنبال تاثیر بازاندیشی بر شیوع ارزش های پست مدرن بوده و هردو متغیر فاصله ای و نرمال بوده لذا تایید و رد فرضیه از ضریب رگرسیون استفاده شده که نتایج آن در جدول (۴) آمده است.

جدول (۴): نتایج حاصل از آزمون رگرسیون بین بازاندیشی و شیوع ارزش های پست مدرن

۰/۰۸	ضریب رگرسیون
۰/۶۲	سطح معنی داری (دودامنه)
۶۲۵	تعداد نمونه
---	عرض از مبدا
---	شدت همبستگی r^2

همانطور که در جدول (۴) مشاهده می شود تاثیر بازاندیشی بر شیوع ارزش های پست مدرن معنی دار نیست. چون سطح معنی داری ($p=0.00$) آزمون بزرگتر از $0/05$ می باشد.

فرضیه چهارم : مصرف گرایی بر شیوع ارزش های پست مدرن تاثیر دارد.

در این فرضیه دنبال تاثیر مصرف گرایی بر شیوع ارزش های پست مدرن بوده و هردو متغیر فاصله ای و نرمال بوده لذا تایید و رد فرضیه از ضریب رگرسیون استفاده شده که نتایج آن در جدول (۵) آمده است.

جدول (۵): نتایج حاصل از آزمون رگرسیون بین مصرف گرایی و شیوع ارزش های پست مدرن

۰/۶۶۷	ضریب رگرسیون
۰/۰۰۰۱	سطح معنی داری (دودامنه)
۶۲۵	تعداد نمونه
۱۲/۵	عرض از مبدا
٪۴۴/۶	شدت همبستگی r^2

تاثیر مصرف گرایی و شیوع ارزش های پست مدرن معنی دار است. چون سطح معنی داری ($p=0.00$) آزمون کوچکتر از $0/05$ می باشد و شدت همبستگی بین مصرف گرایی و شیوع ارزش های پست مدرن $۴۴/۶ = r^2$ درصد است. مثبت بودن مقدار آزمون نشانگر تاثیر مستقیم و مثبت، مصرف گرایی و شیوع ارزش های پست مدرن می باشد. یعنی هرچه مصرف گرایی بیشتر، میزان شیوع ارزش های پست مدرن نیز بیشتر می شود. به این ترتیب معادله رگرسیونی مصرف گرایی به صورت زیر خواهد بود :

(شیوع ارزش های پست مدرن $0/667 + 12/5 =$ مصرف گرایی

فرضیه پنجم : نسبی گرایی بر شیوع ارزش های پست مدرن تاثیر دارد.

در این فرضیه دنبال تاثیر نسبی گرایی و شیوع ارزش های پست مدرن بوده و هردو متغیر فاصله ای و نرمال بوده لذا تایید و رد فرضیه از ضریب رگرسیون استفاده شده که نتایج آن در جدول (۶) آمده است.

جدول (۶): نتایج حاصل از آزمون رگرسیون بین نسبی گرایی و شیوع ارزش های پست مدرن

۰/۳۱۵	ضریب رگرسیون
۰/۰۰۰۱	سطح معنی داری (دودامنه)
۶۲۵	تعداد نمونه
۱۲/۴	عرض از مبدا
٪۹/۹	شدت همبستگی r^2

تاثیر نسبی گرایی بر شیوع ارزش های پست مدرن معنی دار است. چون سطح معنی داری ($p=0.000$) آزمون کوچکتر از ۰/۰۵ می باشد و شدت همبستگی بین نسبی گرایی و شیوع ارزش های پست مدرن $r^2=0.09$ درصد است. مثبت بودن مقدار آزمون نشانگر تاثیر مستقیم و مثبت، نسبی گرایی و شیوع ارزش های پست مدرن می باشد. یعنی هرچه نسبی گرایی بیشتر، میزان شیوع ارزش های پست مدرن نیز بیشتر می شود. به این ترتیب معادله رگرسیونی نسبی گرایی به صورت زیر خواهد بود:

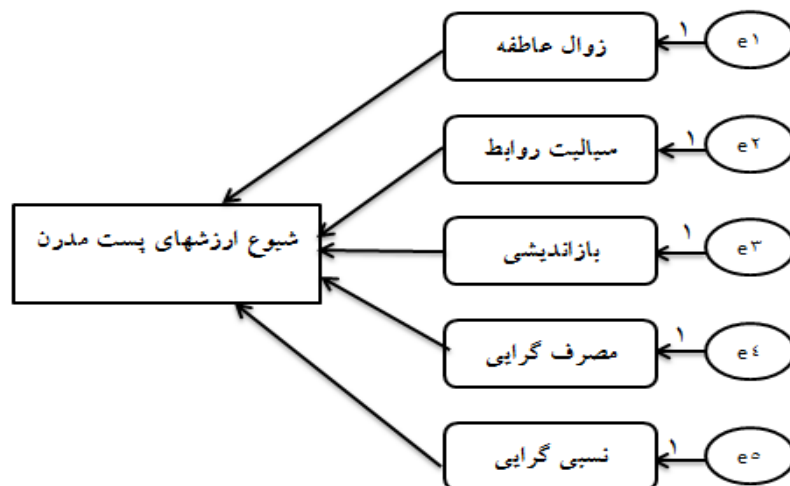
$$\text{شیوع ارزش های پست مدرن} = 0.315 + 0.0001 \times \text{نسبی گرایی}$$

مدل تبیین ساختاری میزان شیوع ارزش های پست مدرن

در این قسمت از تحقیق تاثیر متغیر شیوع ارزش های پست مدرن بر زوال عاطفه، سیالیت روابط، بازاندیشی، مصرف گرایی، نسبی گرایی، از طریق آزمون رگرسیون (مدل مسیر) از طریق نرم افزار $Amos^{17}$ با مدل یابی معادلات ساختاری^{۱۸} مورد بررسی قرار گرفته است.

شکل شماره (۱) مدل نظری پژوهش را نشان می دهد که در برنامه $Amos$ بر اساس فرضیه ها طراحی شده است که در آن تاثیر شیوع ارزش های پست مدرن بر زوال عاطفه، سیالیت روابط، بازاندیشی، مصرف گرایی، نسبی گرایی، سنجیده شده است.

شکل (۴-۱): مربوط مدل نظری تحقیق:



¹⁷ Analysis Of Moment Structures

¹⁸ SEM: Structural Equation Modeling

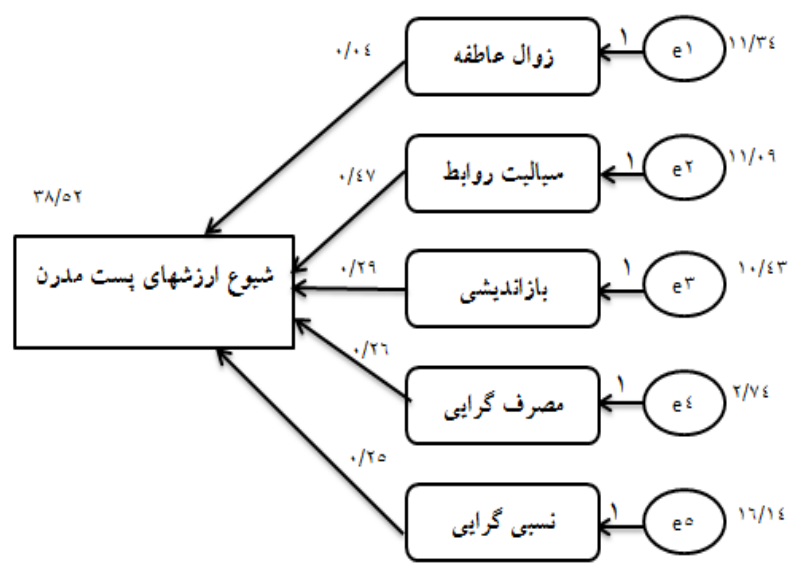
جدول (۷) مربوط به واریانس متغیرهای بررسی شده

مدل	شرح	مقادیر	S.E.	C.R.	P
مدل ساختاری	واریانس متغیر شیوع ارزش های پست مدرن	۳۸/۵	۲/۲	۱۷/۶۶	***
	واریانس متغیر خطای ساختاری E ^۱ (مربوط به زوال عاطفه)	۱۱/۱	۰/۶۲	۱۷/۶۶	***
	واریانس متغیر خطای ساختاری E ^۲ (مربوط به سیالیت روابط)	۱۰/۴	۰/۵۹	۱۷/۶۶	***
	واریانس متغیر خطای ساختاری E ^۳ (مربوط به بازاندیشی)	۲/۷	۰/۱۵	۱۷/۶۶	***
	واریانس متغیر خطای ساختاری E ^۴ (مربوط به مصرف گرایی)	۱۶/۱	۰/۹۱	۱۷/۶۶	***
	واریانس متغیر خطای ساختاری E ^۵ (مربوط به نسبی گرایی)	۳۵/۸	۲	۱۷/۶۶	***

جدول (۸) مربوط به وزنهای رگرسیونی متغیرهای بررسی شده

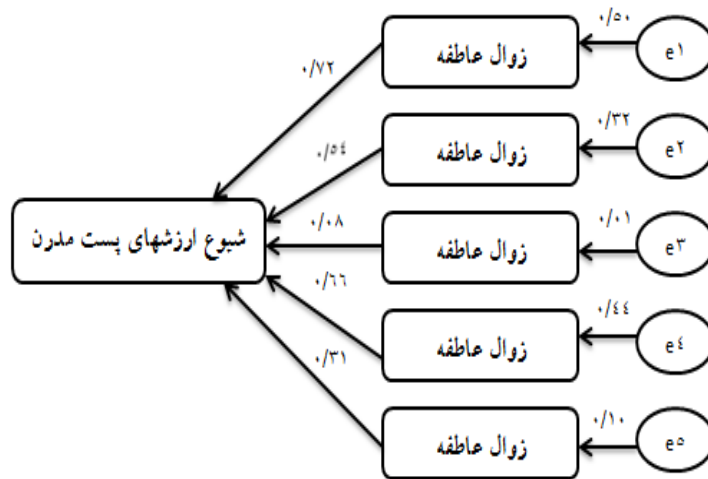
متغیر مستقل	تأثیر	متغیر وابسته	برآورد	S.E.	C.R.	P
ارزشهای پست مدرن	←	زوال عاطفه	-۰/۰۴۴	۰/۰۲۲	-۲/۰۳۸	۰/۰۶
ارزشهای پست مدرن	←	سیالیت روابط	۰/۲۹۳	۰/۰۲۱	۱۴	***
ارزشهای پست مدرن	←	بازاندیشی	۰/۲۶۲	۰/۰۱۱	۲۴/۵	***
ارزشهای پست مدرن	←	مصرف گرایی	۰/۴۷۱	۰/۰۲۱	۲۱/۹	***
ارزشهای پست مدرن	←	نسبی گرایی	۰/۱۷۹	۰/۰۲۲	۸/۳	***

شکل (۲): مدل تجربی با مقادیر وزن های رگرسیونی تحقیق



شکل (۳): مدل تجربی با مقادیر وزن های رگرسیونی استاندارد شده تحقیق

ماهنامه علمی (مقاله علمی-پژوهشی) جامعه‌شناسی سیاسی ایران، سال سوم، شماره چهارم، زمستان ۱۳۹۹



مقادیر رگرسیونی مدل حاکی از آن است که متغیر بازاندیشی بر شیوع ارزش های پست مدرن تاثیری ندارد چون سطح معنی داری (p) آنها بزرگتر از ۰/۰۵ می باشد. همچنین زوال عاطفه به میزان (۰/۷۲)، سیالیت روابط به میزان (۰/۵۴)، مصرف گرایی به میزان (۰/۶۶)، نسبی اندیشی به میزان (۰/۳۱) بر شیوع ارزش های پست مدرن موثر است. چون سطح معنی داری (p) آنها کوچکتر از ۰/۰۵ می باشد.

جدول (۹) مربوط به وزنه‌های رگرسیونی متغیرها استاندارد شده به ترتیب اثر

شرح	مقادیر استاندارد شده
اثر زوال عاطفه بر شیوع ارزش های پست مدرن	۰/۷۲
اثر مصرف گرایی بر شیوع ارزش های پست مدرن	۰/۶۶
اثر سیالیت روابط بر شیوع ارزش های پست مدرن	۰/۵۴
اثر نسبی گرایی بر شیوع ارزش های پست مدرن	۰/۳۱

برازش و نیکویی مدل:

برای الگوی معادله ساختاری برازش یافته، کای اسکوئر برابر با ۲۶۶/۷، نسبت کای اسکوئر به درجه آزادی برابر با ۵۵، شاخص های برازش هنجار شده ۰/۸۹، برازش افزایشی ۰/۹۱ و نیکویی برازش به ترتیب ۰/۹، ریشه میانگین مربعات باقی مانده ۰/۴۷ و ریشه میانگین مربعات خطای برآورد ۰/۲۶ به دست آمده است. کلیه شاخص های برازش الگوی نهایی، از برازش کاملاً رضایت بخش مدل حکایت دارد.

جدول (۱۰) مربوط به شاخص های نیکویی برازش مدل ساختاری

شاخص	مقادیر مدل	مقادیر لازم برای برازش و نیکویی مدل
درجه آزادی	۵۵	--
کای اسکوئر	۲۶۶/۷	--
سطح معنی داری	۰۰۰	کوچکتر از ۰/۰۵ باشد
GFI	۰/۹۲	بزرگتر از ۰/۹ نزدیک به یک باشد
AGFI	۰/۹۱	بزرگتر از ۰/۹ نزدیک به یک باشد

کوچکتر از ۰/۹ نزدیک به صفر باشد	۰/۴۷	RMR	تطبیقی
بزرگتر از ۰/۹ نزدیک به یک باشد	۰/۹	TLI	
بزرگتر از ۰/۹ نزدیک به یک باشد	۰/۹۵	CFI	
بزرگتر از ۰/۹ نزدیک به یک باشد	۰/۸۹	NFI	
کوچکتر از ۰/۸ نزدیک به یک باشد	۰/۲۶	RMSEA	اقتصادی
بین ۳-۵ باشد	۴/۴	Cmin/DF	
۰/۵ - ۰/۶	۰/۵۳	PNFI	

نتیجه گیری

همانطور که پیشتر بیان شد، پست مدرنیسم، دربرگیرنده ی شقاق و چندپارگی، خودمرجعی، بینامتنی، لودگی، تقلید، مونتاژ و اختلاط اشکال است و در این ارزش ها، همه چیز را می توان شوخی تلقی کرد. در این پژوهش، شیوع ارزش های پست مدرن با تأکید بر پنج مؤلفه اصلی و مهم (زوال عاطفه، سیالیت روابط، بازاندیشی، مصرف گرایی و نسبی گرایی) بررسی شد. نتایج و یافته های آمار توصیفی را می توان راهنمایی مؤثر برای تصمیم گیری در بهبود روابط در خانواده و جامعه، به ویژه قشر آسیب پذیر جوانان و در نظر گرفتن اولویت ها و نیازهای آنان دانست. بر اساس اطلاعات بدست آمده، داده های مربوط به میزان شیوع ارزش های پست مدرن و زوال عاطفه، سیالیت روابط، بازاندیشی، مصرف گرایی، نسبی گرایی، نرمال می باشند چون سطح معنی داری متغیرهای پژوهشی در آزمون کلاماوا اسمیرنوف بزرگتر از ۰/۰۵ است. هرچه میزان شیوع ارزش های پست مدرن بیشتر، میزان سیالیت روابط نیز بیشتر می شود. این یافته از پژوهش با نظریه های باومن، جیمسون، نیچه هم خوانی دارد. همچنین این یافته با یافته های دهبانی پور و خرم پور (۱۳۹۵) همخوانی ندارد. تاثیر شیوع ارزش های پست مدرن بر بازاندیشی معنی دار نیست. چون سطح معنی داری ($p=0.000$) آزمون بزرگتر از ۰/۰۵ می باشد. به نظر چارلز جنکس^{۱۹} زمینه ی به وجود آمدن پست مدرنیسم را می توان ایجاد بحران در مدرنیسم به سبب از بین رفتن عمق فرهنگ مدرن و خمودگی عاطفی در این دوره دانست. ماشینی شدن و مادی شدن نیز به این مسأله کمک کرده است. این یافته با یافته های دهبانی پور و خرم پور (۱۳۹۵) همخوانی دارد. هرچه در میزان شیوع ارزش های پست مدرن بیشتر، میزان زوال عاطفی نیز بیشتر می شود. این یافته از پژوهش با یافته های دهبانی پور و خرم پور (۱۳۹۵)، رجبلو و اصغری (۱۳۸۹)، همخوانی دارد. هرچه میزان شیوع ارزش های پست مدرن بیشتر، میزان مصرف گرایی نیز بیشتر می شود. این یافته از پژوهش با نظریه ی کراک، کیت نش، بودریار همسو بوده است. همچنین این یافته با یافته های دهبانی پور و خرم پور (۱۳۹۵)، کاس^{۲۰} (۲۰۰۱)، آماتو^{۲۱} (۱۹۹۵) همخوانی دارد. هرچه میزان شیوع ارزش های پست مدرن بیشتر، میزان نسبی گرایی نیز بیشتر می شود. همچنین این یافته با یافته های دهبانی پور و خرم پور (۱۳۹۵)، نادری (۱۳۹۱)، همخوانی دارد.

پیشنهادهای کاربردی:

اقدام عمومی خانواده و کلیه نهادها و مراکز مسئول اعم از بخشهای فرهنگی، نهادهای مذهبی، حکومتی و رسانه ها در جهت تقویت اعتقادات دینی و جریان یافتن خداوند در زندگی مردم، از مهمترین اولویت ها در این زمینه است. علاوه بر آن، همگان در این باره مسئول اند و باید نقش خود را ایفا نمایند.

منابع

^{۱۹} Charles Jencks

^{۲۰} O'Cass

^{۲۱} Amato

- بابائی، کبرا؛ حیدری، غلامرضا (۱۳۹۵)، پست مدرنیسم و فراهم آوری و مدیریت مجموعه. مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات، ۲۷(۱)، ۶۳-۸۱.
- تفرشی، حیدر (۱۳۸۱)، نگرشی نوین به نظریات سازمان و مدیریت در جهان امروز، تهران: فراشناختی اندیشه.
- تاجیک، محمدرضا (۱۳۷۸)، بحران معرفت شناختی در عصر جهانی شدن»، مجموعه مقالات جهانی شدن، فرصت ها و چالش های نظام آموزش و پرورش جمهوری اسلامی ایران، تهران: پژوهشکده ی مطالعات راهبردی سازمان آموزش و پرورش شهر تهران.
- حقیقی، شاهرخ (۱۳۸۱)، گذار از مدرنیته؟ نیچه، فوکو، لیوتار، دریدا. تهران: نشر آگه.
- حقیقی، شاهرخ (۱۳۷۹)، گذار از مدرنیته، آگه .
- دهبانی پور، رضا؛ خرم پور، یاسین (۱۳۹۵)، بررسی مؤلفه های پست مدرنیسم و عوامل مرتبط با آن (مطالعه ی موردی: جوانان شهر یزد)، فصلنامه ی مطالعات توسعه ی اجتماعی- فرهنگی، دوره ی چهارم، شماره ی ۴، بهار، صفحات ۵۳-۷۷.
- کهن، لارنس (۱۳۸۵)، از مدرنیسم تا پستمدرنیسم، ترجمه ی عبدالکریم رشیدیان، تهران: نی.
- مدیری، فاطمه؛ مهدوی، محمد صادق (۱۳۹۶)، بررسی نسلی ارزش های پست مدرن خانوادگی و عوامل اثر گذار بر آن با تاکید بر نقش دین داری، جامعه شناسی نهادهای اجتماعی ۴ (۹)، صص ۱۵۵-۱۸۷.
- محمدپور، احمد (۱۳۸۸)، ژان فرانسوا لیوتار و پیدایش علوم اجتماعی پست مدرن: خاستگاه نظری و مبانی پارادایمیک، مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد، سال پنجم. صص ۳۹-۸۲.

-Hebdige, Dick (۱۹۸۸) Light the in hiding routledge. London: Things and images.

-Smart, B (۱۹۹۳) Postmodernity, London: Routledge.