

ارزش‌های فرهنگی و تأثیرات آن بر نگرش اقتصادی و سیاسی شهروندان

محمودرضا رهبرقازی*

سید جواد امام‌جمعه‌زاده**، سوسن نوربخش***، مینا خاکی****

چکیده

هدف این پژوهش بررسی تأثیرات ارزش‌های فرهنگی بر نگرش سیاسی و اقتصادی شهروندان شهر اصفهان با استفاده از الگوی ارزش‌های بنیادین شوارتز می‌باشد. در این راستا به منظور تبیین اهمیت جایگاه ارزش‌های فرهنگی در توضیح نگرش‌های اقتصادی و سیاسی، سعی شد تا میزان واریانس تبیین‌شده نگرش سیاسی و اقتصادی توسط ارزش‌های فرهنگی با متغیرهای جمعیت‌شناختی مورد مقایسه قرار گیرد. در این راستا نتایج پژوهش که بر اساس حجم نمونه ۳۴۶ بدست آمده است نشان می‌دهد که اولاً ارزش‌های فرهنگی در مقایسه با متغیرهای جمعیت‌شناختی قدرت تبیین‌کنندگی بیشتری داشتند. ثانیاً با تقسیم ارزش‌های فرهنگی به ۴ بعد آمادگی برای تغییر، حفاظت، خودافزایی و تعالی بر اساس نظریات شوارتز، نتایج نشان می‌دهد که ارزش تعالی (شامل ارزش‌های جهان‌گرایی و خیرخواهی) باعث گرایش شهروندان به سمت تفکرات سوسیالیسم اقتصادی می‌شود و افرادی که از ارزش‌های تعالی ضعیف‌تری برخوردار هستند عمدتاً به سمت بازار آزاد در حوزه‌های اقتصادی گرایش پیدا می‌کنند. از سوی دیگر یافته‌ها در مورد نگرش‌های سیاسی نشان می‌دهد درحالی‌که ارزش‌های آمادگی برای تغییر، خودافزایی و تعالی افراد را به سمت گروه‌های سیاسی دموکراتیک سوق می‌دهد، اما ارزش حفاظت باعث گرایش افراد به گروه‌های سیاسی محافظه‌کار می‌شود.

* استادیار گروه علوم سیاسی، دانشگاه اصفهان (نویسنده مسئول)، m.rahbarghazi@ase.ui.ac.ir

** دانشیار گروه علوم سیاسی، دانشگاه اصفهان، javademam@yahoo.com

*** دانشجوی کارشناسی ارشد علوم سیاسی، دانشگاه اصفهان، susannurbakhsh@gmail.com

**** دانشجوی کارشناسی ارشد علوم سیاسی، دانشگاه اصفهان، mina_khaki92@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۹/۰۸، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۲/۲۵

کلیدواژه‌ها: تعالی فردی، خودافزایی، حفاظت، آمادگی برای تغییر، نگرش سیاسی، نگرش اقتصادی.

۱. مقدمه

برخی محققان استدلال می‌کنند که گروه‌های سیاسی هزینه زیادی را جهت جذب رای‌دهندگان نسبت به خود صرف می‌کنند، اما به نظر می‌رسد رهیافت‌های مبتنی بر رفتارهای عقلانی در تحلیل نگرش‌ها و رفتارهای رای‌دهندگان چندان موفق نبوده‌اند (میلر (Miller)، ۱۹۹۹). یکی از دلایل این امر به نظر می‌رسد آن است که شهروندان و رای‌دهندگان عمدتاً تحت تأثیر عوامل مختلفی از قبیل نیروهای روانشناختی، اجتماعی و فرهنگی قرار دارند (بالف و تودوروف (and Todorov Ballew)، ۲۰۰۷) که محققان رفتارهای عقلایی به آن توجه نکرده‌اند.

بسیاری از اندیشمندان استدلال می‌کنند که نزدیکترین راه به منظور فهم جهان آینده تعمق در گذشته است (ای.اچ.کار، ۱۳۴۹: ۸۲). ابراهیمی (Ibrahimi) (۱۹۷۳) در این زمینه استدلال می‌کند که: «دانستن این امر که انسان به کدام سوی روان است، همان قدر پرارزش است که بدانیم از کدام سوی می‌آید و در این راستا فرهنگ عاملی است که گذشته‌ها را به هم پیوند می‌دهد و جهش به سوی آینده را ممکن می‌سازد.» این سخنان به نقش و اهمیت فرهنگ و ارزش‌های فرهنگی در پیوند گذشته با حال اشاره دارند. چرا که فرهنگ به قول هرسکوویتس بنایی است که مبین تمامی باورها، رفتارها، دانش‌ها، ارزش‌ها و مقاصد است که شیوه زندگی هر ملت را مشخص می‌کند. از طریق فرهنگ است که اعضای جامعه می‌آموزند چگونه بیندیشند و چگونه عمل نمایند. پژوهشگران معتقدند که اعتلای هر جامعه به فرهنگ آن بستگی دارد، به طوری که حتی ما با یاری فرهنگ می‌توانیم مسیر حرکت حیات آن جامعه را بررسی و پیش‌بینی نماییم (ورجاوند، ۱۳۶۸: ۲۰).

به همین دلیل در سال‌های اخیر توجه به نقش عوامل فرهنگی در تحلیل پدیده‌های سیاسی نیز افزایش یافته است. علت این امر آن است که گاهی اوقات افراد در نظام‌های سیاسی گوناگون نه بر اساس منافع شخصی بلکه بر اساس نظام‌های ارزشی خود دست به فعالیت‌های سیاسی می‌زنند (لاکوف (Lakoff)، ۲۰۰۴).

در این راستا، بسیاری از محققان معتقدند که ارزش‌ها به عنوان معیارهایی عمل می‌کنند که وظیفه هدایت افکار و رفتارهای افراد را بر عهده دارند (فیدر، ۱۹۷۹). برای مثال، روکاخ

(Rokeach) (۱۹۷۳) استدلال می‌کند که ارزش‌های فرهنگی معیارهای چند لایه‌ای هستند که به شیوه‌های مختلف رفتارهای انسان‌ها را هدایت می‌کنند. آنها باعث می‌شوند تا افراد در مورد مسائل اجتماعی و سیاسی رویکردهای خاصی را اتخاذ کنند. همچنین این ارزش‌ها انسان‌ها را به سمت ایدئولوژی‌های منطبق با این ارزش‌ها سوق می‌دهند. از سوی دیگر، این ارزش‌ها شیوه‌هایی برای ارزیابی و قضاوت در مورد خود ما، دیگران و همچنین گروه‌های سیاسی مختلف محسوب می‌شوند. همچنین در این ارتباط، فیدر (Feather) (۱۹۹۷) به بررسی رابطه بین الگوهای ارزشی و ایدئولوژی محافظه‌کاری پرداخته است. در این راستا، یافته‌های وی نشان می‌دهد که ارتباط معنی‌دار و مثبتی بین ارزش‌های اطاعت و جستجوی امنیت با گرایش به محافظه‌کاری وجود دارد. از سوی دیگر، میان محافظه‌کاری با ارزش‌هایی از قبیل آزادی، برابری، ذهنیت باز و قدرت تخیل ارتباط منفی وجود داشت. به نظر می‌رسد یکی از مهمترین نظریه‌پردازانی که به بررسی رابطه ارزش‌های فرهنگی و نگرش‌های سیاسی پرداخته است، شوارتز (Schwartz) (۱۹۹۲) است. هرچند مطالعات زیادی در حوزه علوم سیاسی در زمینه ارزش‌های فرهنگی و رابطه آن با نگرش‌ها، جهت‌گیری‌ها و قضاوت‌های افراد در حوزه‌های سیاسی صورت گرفته است، اما، شوارتز (۱۹۹۴) با توسعه نظریه روکاچ استدلال می‌کند که بسیاری از ارزش‌های سیاسی (از قبیل انسان‌گرایی، مدرنیسم، مادی‌گرایی و سنت‌گرایی) و همچنین ایدئولوژی‌های سیاسی می‌توانند در قالب الگوهای ارزش بنیادین (Basic Value Type) قابل تبیین باشند. شوارتز و همکاران وی (۲۰۱۰) استدلال می‌کنند که ایدئولوژی‌های سیاسی، عمدتاً با ارزش‌های بنیادین شخصی‌ای که مردم را در همه عرصه‌های زندگی هدایت می‌کنند، ارتباط دارد. در این ارتباط، بارن و شوارتز (Barnea and schwartz) (۱۹۹۸) به تمایز گروه‌های سیاسی بر اساس ابعاد ایدئولوژیک، ابتدا به تبیین مولفه‌های سوسیالیسم و لیبرالیسم اقتصادی و اجتماعی می‌پردازند و استدلال می‌کنند که ایدئولوژی‌های لیبرالیسم و سوسیالیسم اقتصادی عمدتاً با ارزش‌های خودافزایی و تعالی پیوند دارد. نتایج پژوهش آنان نشان می‌دهد که ارزش تعالی باعث حمایت افراد از گروه‌های سیاسی‌ای می‌شود که دغدغه برابری رفاه شهروندان را دارند. از طرف دیگر، احزاب با گرایش بازار آزاد برای افرادی که دارای ارزش‌های خودافزایی هستند جذاب‌تر می‌باشد زیرا این‌گونه احزاب از ارزش‌های سلسله‌مراتبی مبتنی بر پایگاه طبقاتی، ثروت و قدرت اقتصادی حمایت می‌کنند.

از سوی دیگر، بارن و شوارتز (۱۹۹۸) با بررسی بعد دوم ایدئولوژی‌های سیاسی یعنی محافظه‌کاری و لیبرالیسم اجتماعی و فرهنگی نشان می‌دهند که احزاب لیبرال که بر روی تساهل، گشودگی و استقلال شخصیتی تاکید می‌کنند بیشتر برای افرادی که بر ارزش‌های جهان‌گرایی، خودفرمانی و انگیزش تقدم قائل هستند، مطلوب می‌باشد. از طرف دیگر محافظه‌کاری بر روی کنترل، اقتدار، نظم اجتماعی و وفاداری تاکید می‌کند. به همین علت احزاب محافظه‌کار بیشتر از سوی افرادی مورد حمایت قرار می‌گیرد که اولویت بیشتری برای ارزش‌های قدرت، امنیت، سنت و هماهنگی قائل می‌شوند.

به طور کلی، ارزش‌های فرهنگی در نقاط مختلف جهان به عنوان کانونی برای تعیین گرایش‌های سیاسی عمل می‌کنند (کاپرارا و زیمباردو (Caprara and Zimbardo)، ۲۰۰۴). افراد از ارزش‌های فرهنگی به منظور سازماندهی و اولویت‌بندی باورها و احساسات خود در جهت موضوعات سیاسی، توجیه تصمیمات سیاسی و ارتباط با دنیای سیاست استفاده می‌کنند (شوارتز و همکاران، ۲۰۱۰). بنابراین محققان مختلف ارزش‌های فرهنگی را به عنوان مبانی و اصولی می‌بینند که ایدئولوژی‌های سیاسی بر روی آنها بنا شده است (روکاج، ۱۹۷۳).

در این راستا، پژوهش حاضر به بررسی نقش و تاثیر ارزش‌های فرهنگی بر جهت‌گیری‌های اقتصادی و سیاسی می‌پردازد. در این پژوهش دو جنبه از نقش ارزش‌ها مد نظر قرار گرفته است. اولاً در این پژوهش از نظریه ساختار ارزشی شوارتز استفاده می‌شود تا بخشی از عوامل تاثیرگذار بر جهت‌گیری‌های اقتصادی و سیاسی مشخص شود. محققان معتقد هستند که فهم بهتر روابط بین جهت‌گیری‌های اقتصادی و سیاسی با ویژگی‌های ارزشی مردم می‌تواند یکی از منابع مهم تاثیرگذار بر ایدئولوژی‌های سیاسی را آشکار کند. شوارتز (۱۹۹۴)، بر اساس نظریه راکبیچ (۱۹۷۳)، نظریه خود را درباره ارزش‌ها مطرح می‌کند و مقیاسی برای اندازه‌گیری ارزش‌های فرهنگی تهیه نموده است. بر اساس دیدگاه شوارتز، ارزش‌ها، اهداف فراموقعیتی و ذهنی هستند که به منزله اصول راهنما در خدمت زندگی فرد یا گروه قرار دارند. به عبارت دیگر، تلقی ارزش‌ها بعنوان کالای ذهنی، همان معتقد بودن به اهداف مطلوب و هدایت‌گر انسان در زندگی محسوب می‌شود و این امر سازه‌ای برای تبیین مسائل سیاسی را فراهم می‌آورد.

در این راستا، سه ویژگی مهم ارزش‌های فرهنگی از دیدگاه شوارتز عبارتند از: نخست، ارزش‌ها ممکن است در خدمت منافع فردی یا جمعی باشند. دوم،

ارزش‌ها به عنوان ابزار عمل می‌کنند. و سوم، ارزش‌ها برخاسته از سه نیاز اساسی بشر (یعنی نیازهای زیست‌شناختی، نیاز به تعامل اجتماعی و نیازهای رفاهی) است و در ده بعد انگیزشی شکل گرفته است (شوارتز، ۲۰۰۶). ده بعد انگیزشی ارزش‌ها بدین شرح است: خودفرمانی، انگیزش، رفاه‌طلبی، پیشرفت، قدرت، امنیت، هماهنگی، سنت، خیرخواهی و جهان‌گرایی (شوارتز، ۱۹۹۴: ۲۵).

ارزش خوداتکایی (Self-direction) مجموعه‌ای از ارزش‌ها، شامل خلاقیت، آزادی عمل، انتخاب اهداف شخصی، کنجکاوی و استقلال را بوجد# می‌آورد (شوارتز، ۱۹۹۲، ۷). انگیزش (Stimulation) ارزش‌هایی را دربرمی‌گیرد که از نیاز بنیادی فرد برای حفظ سطح بهینه فعالیت‌های ناشی می‌شوند. هدف این ارزش پیگیری مواردی چون هیجان، تازگی و روبرو شدن با چالش‌های زندگی را دربرمی‌گیرد. ارزش‌های ایجادکننده این مولفه عبارتند از؛ زندگی متنوع و مهیج و شهامت و جرات (شوارتز، ۱۹۹۲، ۷). ارزش رفاه‌طلبی (Hedonism) از رضایت اجتماعی و ارضای نیازهای فیزیولوژیک ناشی می‌شود. پیگیری رضایت یا کامرواسازی و لذت‌های شخصی هدف ارزش رفاه‌طلبی می‌باشد (شوارتز، ۱۹۹۲، ۸). هدف قابل تعریف برای پیشرفت (Achievement) عبارت است از اهتمام برای کسب موفقیت فردی از طریق تلاشی شایسته و مطابق با هنجارهای اجتماعی. ارزش پیشرفت دربردارنده بلندپروازی، موفقیت، قابلیت و بانفوذ بودن هستند (شوارتز، ۱۹۹۲، ۸). قدرت (Power) به هدف "دستیابی به جایگاه اجتماعی و کنترل یا تسلط بر مردم و منابع" بازمی‌گردد. طبق نظر شوارتز، مطلوبیت ارزش قدرت به دلیل "تفکیک مقام و جایگاه افراد" در نهادهای اجتماعی می‌باشد (شوارتز، ۱۹۹۲، ۹-۸). طبق نظر شوارتز ارزش امنیت (Security) باعث ایجاد "ایمنی، هماهنگی و ثبات اجتماعی" می‌گردد. هدف ارزش امنیت از نیاز انسان‌ها به محافظت از یکپارچگی گروه ناشی می‌شود (شوارتز، ۱۹۹۲، ۹). شوارتز توضیح می‌دهد که هدف ارزش هم‌رنگی (Conformity) "مهار اعمال، امیال و تکانه‌ها افراد" می‌باشد و به دنبال جلوگیری از بروز آن دسته از امیال شخصی است که باعث بروز مشکلات اجتماعی می‌شوند (شوارتز، ۱۹۹۲، ۱۰-۹). سنت (Tradition) یکی از ارزش‌هایی است که رابطه نزدیکی با ارزش هماهنگی دارد. طبق نظر شوارتز هدف ارزش سنت، احترام و تعهد به آداب و رسوم و عقاید نهادینه شده فرهنگی و مذهبی می‌باشد. سنت باعث تواضع، دینداری، مسئولیت‌پذیری و میانه‌روی در افراد می‌شود (شوارتز، ۱۹۹۲، ۱۰). هدف خیرخواهی (Benevolence) به علاقه‌مندی افراد به حفظ و ارتقای رفاه مردم باز می‌گردد. به عبارت دیگر، خیرخواهی از نیاز مردم به تعامل مثبت با دیگران به منظور ارتقا و

رشد# گروه‌ها نشات می‌گیرد (شوارتز، ۱۹۹۲، ۱۲-۱۱). و سرانجام، جهان‌گرایی (Universalism)، ارزش‌های روشن‌فکری، عدالت اجتماعی، کیفیت زندگی، صلح جهانی، و حفظ محیط زیست را ایجاد می‌نماید (شوارتز، ۱۹۹۲، ۱۲).

شوارتز (۱۹۹۴) بعدها با آزمودن دوباره این نوع از ارزش‌ها به دیدگاهی ساده‌تر و دوعده‌ای در مورد ساختار ارزش‌ها دست یافت. بر این اساس این ارزش‌های ده‌گانه دو محور دو قطبی را تشکیل می‌دهند: نخست، آمادگی برای تغییر در برابر حفظ وضع موجود و دوم، توجه به خودافزایی در برابر تعالی. بنابراین شوارتز این ده بعد ارزش را در به چهار بعد تقییل می‌دهد. در این راستا، تئوری ساختاری تنظیم چهار نوع ارزش منظم‌تر به صورت دوعده‌ای عبارت است از: آمادگی برای تغییر (openness to change) (شامل خوداتکایی و انگیزش)، حفاظت یا محافظه‌کاری (conservation) (شامل سنت، هماهنگی و امنیت)، خودافزایی یا توسعه فردی (self enhancement) (شامل قدرت، پیشرفت و رفاه طلبی) و تعالی فردی (self-transcendence) (شامل ارزش‌های جهان‌گرایی و خیرخواهی). در این راستا، شوارتز استدلال می‌کند درحالی‌که ارزش‌های مجاور در ساختار دایره‌ای باهمدیگر قابل مقایسه هستند، اما بین ارزش‌هایی که در مقابل یکدیگر قرار گرفته‌اند تضادهای روانشناسی و اجتماعی وجود دارد.



شکل ۱. مدل ارزش‌های فرهنگی شوارتز

حال هدف اول این پژوهش بررسی رابطه ارزش‌های فرهنگی با نگرش سیاسی و اقتصادی می‌باشد. البته لازم به ذکر است که نگرش سیاسی و اقتصادی می‌تواند معانی متفاوتی داشته باشد (نوتسن، ۱۹۹۷). در این راستا در این پژوهش از مدل ایوانس و همکاران (۱۹۹۶) برای سنجش نگرش سیاسی و اقتصادی استفاده شده است. ثانیاً در این پژوهش به بررسی اهمیت نسبی هر یک از متغیرهای ارزش‌های فرهنگی (آمادگی برای تغییر، محافظه‌کاری، تعالی فردی و توسعه فردی) و متغیرهای جمعیت‌شناختی (از قبیل؛ شکاف‌های سنی، تحصیلاتی، قومی، جنسیتی، مذهبی، سطح درآمد و شهری/روستایی) به عنوان عوامل تعیین‌کننده بر نگرش سیاسی و اقتصادی پرداخته خواهد شد. برخی از محققان معتقدند که در عصر جدید، ارزش‌های فرهنگی جایگزین ساختارهای اجتماعی در تبیین نگرش‌های سیاسی و اقتصادی شده‌اند (شوارتز و همکاران، ۲۰۱۰). این محققان معتقدند که الگوهای فرهنگی، در مقایسه با متغیرهای جمعیت‌شناختی، قدرت بیشتری برای تبیین تمایلات و گرایش‌های سیاسی شهروندان دارند. در این راستا، سوالات مورد بررسی در این پژوهش عبارتند از:

۱. متغیرهای جمعیت‌شناختی چه میزان از واریانس نگرش‌های سیاسی و اقتصادی شهروندان را می‌توانند مورد تبیین قرار دهد؟
۲. ارزش‌های فرهنگی چه میزان از واریانس نگرش‌های سیاسی و اقتصادی شهروندان را می‌توانند مورد تبیین قرار دهد؟
۳. مولفه‌های مختلف ارزش‌های فرهنگی چه تاثیری بر روی نگرش اقتصادی شهروندان دارد؟
۴. مولفه‌های مختلف ارزش‌های فرهنگی چه تاثیری بر روی نگرش سیاسی شهروندان دارد؟

۲. روش پژوهش

۱.۲ جامعه آماری و روش نمونه‌گیری

پژوهش حاضر از نظر کنترل شرایط پژوهش، یک بررسی پیمایشی است و از نظر هدف، یک بررسی کاربردی است. برای تعیین حجم نمونه از نرم افزار اس.پی.اس.اس سمپل‌پاور (Spss Sample power) استفاده شد که با حجم اثر ۰/۰۸، حجم نمونه ۳۴۶ نفر با توان ۰/۸۰

کافی به نظر می‌رسید. در این راستا تعداد ۳۷۰ پرسشنامه در شهر اصفهان به شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای پخش شد که به دلیل زایل شدن پاره‌ای از پرسش‌نامه‌ها هنگام گردآوری داده‌ها، در راستای حجم نمونه لازم برای پژوهش تنها ۳۴۶ پرسش‌نامه قابل قبول مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

۲.۲ ابزارهای تحقیق

در این پژوهش از دو سنجه ارزش‌های شوارتز و پرسشنامه جهت‌گیری ایدئولوژیک ایوانس استفاده شد:

۱.۲.۲ پرسش‌نامه ارزش‌های شوارتز (Portrait Values Questionnaire) (PVQ)

یکی از ابزارهای مهم در کارهای پیمایشی در سطح جهانی است که حتی در داده‌های پیمایش ارزش‌های جهانی (WVS) نیز از برخی از گویه‌های آن استفاده شده است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات در این تحقیق نسخه فارسی پرسشنامه ارزشی شوارتز شامل ۴۰ سوال است. روایی این پرسشنامه در ۵۲ کشور مورد استفاده قرار گرفته است که مورد تایید واقع شده است. در خصوص پایایی این آزمون نیز که توسط شوارتز در شش کشور اجرا گردید، آلفای به دست آمده در خرده مقیاس‌های مختلف آن قابل قبول بود (شوارتز، ۲۰۰۳). در ایران نیز در پژوهش دلخمش (۲۰۰۶) قابلیت اعتماد پرسشنامه مذکور از طریق روش بازآزمون به فاصله دو هفته مورد تایید قرار گرفت. در این پژوهش نیز میزان همسانی درونی پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ برای ریخت‌های ارزشی، در اغلب مقیاس‌ها بالای ۰/۷۰ بدست آمد.

۲.۲.۲ پرسش‌نامه نگرش سیاسی و اقتصادی

ابزار دیگر مورد استفاده در این پژوهش پرسشنامه نگرش سیاسی و اقتصادی بود. در این راستا، برای سنجش این متغیرها از پرسشنامه ایوانس (Evans) (۱۹۹۶) استفاده شد. این پرسشنامه با بهره‌گیری از مقیاس لیکرت دارای ۱۳ سوال است که البته دو سوال مربوط به نگرش سیاسی به دلیل عدم انطباق با شرایط بومی ایران حذف شد. ضریب پایایی پرسشنامه برای متغیر نگرش اقتصادی ۰/۶۹ و برای متغیر نگرش سیاسی ۰/۷۲ بدست آمد. این مقیاس ابزاری برای سنجش نگرش اقتصادی و سیاسی افراد است که نمره‌گذاری هر سوال

بر روی یک پیوستار از ۱ (کاملاً مخالفم) تا ۵ (کاملاً موافقم) می باشد. برخی از گویه‌های نگرش سیاسی عبارتند از: به منظور حمایت از اصول اخلاقی، سانسور کردن برخی فیلم‌ها و فیلتر کردن برخی سایت‌های اینترنتی امری ضروری است، برای برخی از جرائم مجازات اعدام مناسب‌ترین تنبیه است و غیره. همچنین تعدادی از سوالات نگرش اقتصادی شامل این گویه‌ها بودند: دولت باید درآمدها را از ثروتمندان به سمت فقرا بازتوزیع کند، کارگران و افراد عادی سهم واقعی خود از ثروت ملی را به دست نمی‌آورند و غیره.

۳. یافته‌های پژوهش

در این قسمت به تحلیل و آزمون داده‌های پژوهش پرداخته شده است. ابتدا آماره‌های توصیفی مربوط به متغیرهای مستقل و وابسته ارائه شده و سپس نتایج آزمون ضریب تعیین متغیرهای مورد نظر پژوهش و ارتباط بین متغیرها آمده است.

جدول ۱. آمار توصیفی متغیرهای مستقل و وابسته پژوهش

| متغیرهای مستقل | میانگین | انحراف استاندارد | متغیرهای وابسته | میانگین | انحراف استاندارد |
|----------------------|---------|------------------|-------------------|---------|------------------|
| آمادگی برای تغییر | ۴/۳۳ | ۰/۸۳ | چپ گرایی اقتصادی | ۳/۸۱ | ۰/۶۴ |
| حفاظت | ۴/۳۱ | ۰/۶۶ | محافظه کاری سیاسی | ۲/۶۶ | ۰/۶۴ |
| توسعه فردی/خودافزایی | ۴/۱۹ | ۰/۸۰ | | | |
| تعالی فردی | ۴/۵۴ | ۰/۷۴ | | | |

میانگین و انحراف معیار زیر مقیاس‌های ارزش‌های فرهنگی به تفکیک در جدول ۱ ارائه شده است. برای مقایسه بهتر وضعیت ارزش‌های فرهنگی شهروندان تمامی نمرات در دامنه ۱ تا ۶ محاسبه شدند. میانگین نمره متغیرهای ارزش‌های فرهنگی محاسبه شده برای تمامی افراد شرکت کننده در این پژوهش بین ۴/۱۹ تا ۴/۵۴ بود. حال اگر نمره متوسط برای ارزش‌های فرهنگی را ۳/۵ و نمره بالا برای ارزش‌های فرهنگی را ۶ در نظر بگیریم می‌توان گفت میزان ارزش‌های فرهنگی شرکت‌کنندگان این پژوهش اندکی بالاتر از متوسط بوده است. در رابطه با ابعاد مختلف ارزش‌های فرهنگی به ترتیب بعد تعالی فردی با میانگین ۴/۵۴، و بعد آمادگی برای تغییر با میانگین ۴/۳۳ بالاترین

میانگین‌ها را به خود اختصاص داده‌اند. از سوی دیگر کمترین میانگین‌ها بعد خودافزایی یا همان توسعه فردی با میانگین ۴/۱۹ و بعد حفاظت با میانگین ۴/۳۱ می‌باشد.

بدین ترتیب تعالی فردی در برابر خودافزایی به عنوان یک محور دو قطبی از اولویت برخوردار است و تعالی فردی در مرتبه اول قرار داشته است. بنابراین در این محور جهان‌گرایی و خیرخواهی در نزد شهروندان از اولویت بیشتر برخوردار بوده است. به عبارتی ارتقا و حفاظت از رفاه و آسایش درون گروهی (صداقت، بخشش، وفاداری، مفید بودن...) و برون گروهی (حفاظت و آسایش برای همه انسانها و طبیعت) نزد شهروندان از اهمیت بیشتری برخوردار است، و در مقابل، ارزش خودافزایی برای شهروندان (قدرت، پیشرفت، رفاه طلبی) از اولویت کمتری در مقایسه با ارزش تعالی برخوردار می‌باشد.

از سوی دیگر، محور دو قطبی حفاظت و آمادگی برای تغییر نیز مورد بررسی قرار گرفت. در این محور آمادگی برای تغییر در اولویت بیشتری قرار دارد و شهروندان برای تغییرات آمادگی بیشتری دارند به عبارت دیگر شهروندان مورد بررسی در امور فردی و اجتماعی با نوحواهی، هیجان و تنوع، شهامت، خلاقیت و کنش مستقل بیشتری رفتار می‌کنند و امنیت برای آنها اهمیت کمتری دارد. انگیزش و خوداتکایی که از عناصر مهم در توسعه و سازندگی یک کشور است برای شهروندان مورد مطالعه از اهمیتی بیشتر برخوردار است و شهروندان کمتر به دنبال سنت‌ها و انضباط فردی و اجتماعی هستند.

سرانجام میانگین و انحراف معیار نگرش اقتصادی و سیاسی نیز به تفکیک در جدول ۱ ارائه شده است. برای مقایسه بهتر وضعیت نگرش سیاسی در شهروندان تمامی نمرات در محدوده ۱ تا ۵ محاسبه شدند. میانگین نمره متغیر نگرش اقتصادی محاسبه شده برای تمامی افراد شرکت کننده در این پژوهش ۳/۸۱ بود. حال اگر نمره متوسط برای نگرش چپ‌گرایی اقتصادی را ۳ و نمره بالا برای آن را ۵ در نظر بگیریم می‌توانیم بگویم که گرایش شهروندان به نگرش چپ بیشتر از راست اقتصادی می‌باشد. بنابراین می‌توان استدلال کرد که شهروندان مورد بررسی به ارزش‌های برابری اقتصادی بیشتر اهمیت داده و بنابراین تفکر سوسیالیسم اقتصادی بیشتر از بازار آزاد در اندیشه آنان ریشه دوانده است. از سوی دیگر، یافته‌ها در مورد نگرش سیاسی نیز نشان می‌دهد که شهروندان مورد مطالعه در حوزه‌های سیاسی و اجتماعی از تفکرات دموکراتیک بیشتر حمایت می‌کنند و اعتقاد کمی

به سانسور، حکم اعدام، اطاعت بی‌چون و چرا از نهادهای دولتی و مواردی از این قبیل دارند.

جدول ۲. رگرسیون سلسله‌مراتبی میزان واریانس نگرش اقتصادی بر حسب متغیرهای جمعیت‌شناختی و ارزش‌های فرهنگی

| سطح معنی داری (در مدل دوم) | مدل دوم (ضرایب استاندارد و میزان t) | مدل اول (ضرایب استاندارد و میزان t) |
|----------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| ۰/۰۰** | (۵/۰۳) | (۸/۸۴) |
| ۰/۷۰ | -۰/۰۲ (-۰/۳۸) | -۰/۰۰ (-۰/۰۴) |
| ۰/۵۹ | -۰/۰۲ (-۰/۵۳) | -۰/۰۱ (-۰/۲۶) |
| ۰/۴۷ | -۰/۰۴ (-۰/۷۱) | -۰/۰۴ (-۰/۷۶) |
| ۰/۰۰** | -۰/۱۴ (-۲/۶۲) | -۰/۰۷ (-۱/۳۶) |
| ۰/۰۰** | ۰/۱۶ (۲/۹۹) | ۰/۱۳ (۲/۴۰) |
| ۰/۸۳ | ۰/۰۱ (۰/۲۰) | -۰/۰۰ (-۰/۰۱) |
| ۰/۵۴ | ۰/۰۳ (۰/۶۰) | ۰/۰۱ (۰/۳۴) |
| ۰/۱۷ | ۰/۱۰ (۱/۳۶) | |
| ۰/۴۵ | ۰/۰۵ (۰/۷۵) | |
| ۰/۴۶ | -۰/۰۵ (-۰/۷۲) | |
| ۰/۰۰** | ۰/۲۵ (۳/۳۷) | |
| | ۰/۳۶ | ۰/۱۶ |
| | ۰/۱۳ | ۰/۰۳ |
| | ۴/۳۹ | ۱/۳۴ |
| | ۰/۰۰ | ۰/۲۳ |

جدول شماره ۲ به دنبال بررسی میزان تاثیر جداگانه متغیرهای جمعیت‌شناختی (سن، تحصیلات، قومیت، جنسیت، مذهب، درآمد و شهری/روستایی) و همچنین متغیرهای ارزش‌های فرهنگی (آمادگی برای تغییر، حفاظت، خودافزایی و تعالی) بر روی نگرش اقتصادی در بین شهروندان مورد بررسی می‌باشد. در ابتدا هدف این جدول مقایسه واریانس کلی تبیین شده توسط مدل ارزش‌های فرهنگی با واریانس تبیین شده توسط مدلی است که از طریق متغیرهای جمعیت‌شناختی به دست می‌آید. این مقایسه اهمیت نسبی این دو نوع از متغیرها را آشکار می‌کند. همانطور که نتایج نشان می‌دهد متغیرهای

دموگرافیک تنها چیزی در حدود ۳٪ از واریانس نگرش اقتصادی را در بین شهروندان تبیین می‌نماید. اما هنگامی که متغیرهای ارزش‌های فرهنگی به مدل مذکور افزوده می‌شود، ضریب تعیین مدل یا همان واریانس تبیین شده در مدل به میزان ۱۰٪ افزایش پیدا کرده و می‌تواند ۱۳ درصد از واریانس مدل را مورد تبیین قرار دهد که این امر جایگاه بهتر ارزش‌های فرهنگی در تبیین و توضیح مدل را نشان می‌دهد.

از سوی دیگر مقدار ضرایب بتا و t نشان می‌دهد که در در مدل اول که تنها متغیرهای جمعیت‌شناختی وارد مدل شده بودند، تنها متغیر قومیت با ضریب استاندارد ۰/۱۳ تاثیر معنی‌داری بر نگرش اقتصادی افراد داشته است. اما زمانی که در مدل دوم ارزش‌های فرهنگی نیز به مدل مذکور اضافه شد یافته‌های تحقیق نشان داد که سه متغیر تحصیلات، قومیت و ارزش تعالی می‌توانند به شکلی معنی‌دار نگرش اقتصادی شهروندان را مورد تبیین قرار دهند. در این راستا نتایج نهایی پژوهش در مدل دوم نشان می‌دهد درحالی‌که بالا رفتن تحصیلات باعث گرایش به راست اقتصادی یا همان بازار آزاد در بین افراد می‌شود اما با افزایش میزان ارزش تعالی گرایش شهروندان به چپ‌گرایی اقتصادی یا همان نوعی سوسیالیسم دولتی افزایش می‌یابد. همچنین نتایج نشان می‌دهد که اقلیت‌های قومی بیش از دیگران دارای نگرش اقتصادی چپ می‌باشند.

جدول ۳. رگرسیون سلسله‌مراتبی میزان واریانس نگرش سیاسی بر حسب متغیرهای جمعیت‌شناختی و ارزش‌های فرهنگی

| | مدل اول (ضرایب استاندارد و میزان t) | مدل دوم (ضرایب استاندارد و میزان t) | سطح معنی‌داری (در مدل دوم) |
|-------------------|--|--|-------------------------------|
| عرض از مبدا | (۷/۱۵) | (۶/۰۰) | ۰/۰۰** |
| جنسیت | ۰/۰۴ (۰/۸۷) | ۰/۰۰ (۰/۱۲) | ۰/۹۰ |
| مذهب | -۰/۰۵ (-۱/۰۰) | -۰/۰۳ (-۰/۷۰) | ۰/۴۸ |
| سن | ۰/۱۱ (۲/۰۸) | -۰/۰۴ (-۰/۸۸) | ۰/۳۷ |
| سطح تحصیلات | -۰/۰۵ (-۰/۸۹) | -۰/۱۱ (-۲/۲۵) | ۰/۰۲* |
| قومیت | -۰/۱۵ (-۲/۸۶) | -۰/۱۰ (-۲/۱۳) | ۰/۰۳* |
| سطح درآمد | -۰/۱۵ (-۲/۷۹) | -۰/۰۸ (-۱/۶۰) | ۰/۱۱ |
| محل سکونت | ۰/۰۰ (۰/۱۵) | ۰/۰۰ (۰/۰۵) | ۰/۹۵ |
| آمادگی برای تغییر | | -۰/۱۷ (-۲/۵۶) | ۰/۰۱** |
| حفاظت | | ۰/۵۲ (۷/۹۱) | ۰/۰۰** |

| | | |
|----------------------|---------------|--------|
| خودافزایی/توسعه فردی | -۰/۱۵ (-۲/۴۵) | ۰/۰۱** |
| تعالی | -۰/۱۴ (-۲/۱۳) | ۰/۰۳* |
| همبستگی چندگانه | ۰/۲۵ | ۰/۵۱ |
| ضریب تعیین | ۰/۰۶ | ۰/۲۶ |
| F | ۳/۳۲ | ۱۰/۶۴ |
| سطح معنی داری F | ۰/۰۰ | ۰/۰۰ |

جدول شماره ۳ به دنبال بررسی میزان تاثیر جداگانه متغیرهای جمعیت‌شناختی (سن، تحصیلات، قومیت، جنسیت، مذهب، درآمد و شهری/روستایی) و همچنین متغیرهای ارزش‌های فرهنگی (آمادگی برای تغییر، حفاظت، خودافزایی و تعالی) بر روی نگرش سیاسی در بین شهروندان مورد بررسی می‌باشد. در این جدول نیز هدف اول آن مقایسه واریانس کلی تبیین شده توسط مدل ارزش‌های فرهنگی با واریانس تبیین شده توسط مدلی است که از طریق متغیرهای جمعیت‌شناختی به دست می‌آید. همانطور که نتایج نشان می‌دهد متغیرهای دموگرافیک تنها چیزی در حدود ۶٪ از واریانس نگرش سیاسی را در بین شهروندان تبیین می‌نماید. اما هنگامی که متغیرهای ارزش‌های فرهنگی به مدل مذکور افزوده می‌شود، ضریب تعیین مدل یا همان واریانس تبیین شده در مدل به میزان ۲۶٪ افزایش پیدا کرده و می‌تواند ۲۶ درصد از واریانس مدل را مورد تبیین قرار دهد که این امر نیز جایگاه بهتر ارزش‌های فرهنگی در تبیین و توضیح مدل را نشان می‌دهد.

از سوی دیگر مقدار ضرایب بتا و t نشان می‌دهد که در در مدل اول که تنها متغیرهای جمعیت‌شناختی وارد مدل شده بودند، تنها متغیرهای سن، قومیت و سطح درآمد تاثیر معنی‌داری بر نگرش سیاسی افراد داشته است. اما زمانی که در مدل دوم ارزش‌های فرهنگی نیز به مدل مذکور اضافه شد یافته‌های تحقیق نشان داد که شش متغیر قومیت، تحصیلات و تمامی متغیرهای ارزش‌های فرهنگی می‌توانند به شکلی معنی‌دار نگرش سیاسی شهروندان را مورد تبیین قرار دهند. در این راستا یافته‌های نهایی پژوهش در مدل دوم حاکی از آن است که از یک سو بالا رفتن تحصیلات باعث گرایش به گروه‌های سیاسی دموکراتیک‌تر می‌شود و از سوی دیگر میزان گرایش اقلیت‌های قومی به گروه‌های سیاسی دموکراتیک بیشتر از دیگران بوده است. همچنین در متغیرهای ارزش‌های فرهنگی تنها متغیر حفاظت باعث گرایش افراد به محافظه‌کاری سیاسی می‌شود و بالا رفتن میزان سایر ابعاد متغیرهای

فرهنگی آمادگی برای تغییر، خودافزایی و تعالی منجر به تمایل افراد به گروه‌های سیاسی دموکراتیک می‌گردد.

۴. نتیجه‌گیری

سنجش تأثیر فرهنگ بر زوایای مختلف زندگی فردی و اجتماعی مشکل است، زیرا هنوز داده‌های کافی در این مورد وجود ندارد. اما بدون شک نفوذ عوامل فرهنگی بر رفتار انسان قطعی است. ارزش‌های فرهنگی ضرورتاً اگرچه به خودی خود تعیین‌کننده نیستند، اما یک مؤلفه از نظام پیچیده عوامل علی هستند که می‌توانند عامل برانگیزاننده مهمی در بلندمدت باشند. به همین دلیل به نظر می‌رسد حیطه‌های مختلف علوم رفتاری و انسانی به مساله ارزش‌ها توجه خاص نشان داده و نظریه‌پردازان متعددی در این زمینه به بسط نظریه خود پرداخته‌اند. برای مثال، در حیطه جامعه‌شناسی دورکیم، پارسونز، وبر، مارکس و هابرماس، در حیطه علوم سیاسی اینگلهارت و در حیطه روانشناسی آلپورت و روکیچ توجه خاصی به بحث ارزش‌ها داشته‌اند و در این زمینه نظریه خود را بسط داده‌اند.

در این راستا، همانطور که قبلاً نیز اشاره شد یکی از اندیشمندان دیگری که در سال‌های اخیر به مساله ارزش‌های فرهنگی پرداخته است، شوراتز می‌باشد. شوراتز با بسط نظریه روکیچ کوشید تا نظریه‌ای جامع و جهانی ارائه کند که علاوه بر دور بودن از انتقاداتی که بر نظریه‌های موجود در این زمینه وارد شده بود، از توان تبیین بیشتری در حوزه‌های مختلف و مخصوصاً حوزه‌های سیاسی برخوردار باشد. در این راستا، در این پژوهش سعی شد تا با استفاده از نظریه شوراتز به تأثیر ارزش‌های مختلف بر روی نگرش اقتصادی و سیاسی شهروندان پرداخته شود. در این زمینه نتایج پژوهش در مورد سوال اول و دوم تحقیق نشان می‌دهد که ارزش‌های فرهنگی، به عنوان به عنوان یکی از عوامل تأثیرگذار بر روی نگرش‌های سیاسی و اقتصادی، از اهمیت نسبی بالاتری در مقایسه با متغیرهای جمعیت‌شناختی (شکاف‌های سنی، تحصیلاتی، قومیتی، جنسیتی، مذهبی، درآمدی و محل سکونت) دارند. در این راستا، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که متغیرهای جمعیت‌شناختی تنها ۳ درصد از واریانس نگرش اقتصادی شهروندان را تبیین می‌کردند اما زمانی که مولفه‌های ارزش‌های فرهنگی به مدل مذکور اضافه شد، میزان واریانس قابل تبیین به ۱۳ درصد افزایش یافت. همچنین نتایج تحقیق در مورد نگرش‌های سیاسی نیز حاکی از آن است که درحالی‌که متغیرهای جمعیت‌شناختی ۶ درصد از واریانس نگرش سیاسی را

توضیح می‌داد اما زمانی که متغیرهای ارزش‌های فرهنگی به مدل اضافه شد، میزان واریانس قابل تبیین به ۲۶ درصد افزایش یافت که این امر کاملاً در راستای نظریات شوارتز در مورد اهمیت یافتن متغیر ارزش‌ها در مقابل متغیرهای ساختاری در سال‌های اخیر می‌باشد.

شوارتز (۲۰۰۵) معتقد است این امر شاید بدین دلیل است که ارزش‌ها به لحاظ معرفتی انگیزه‌هایی را در افراد ایجاد می‌کنند که باعث می‌شود تا اهداف و مقاصد مطلوب در آنها شکل گیرد و این امر پیگیری آگاهانه این اهداف را تسهیل می‌سازد. شوارتز معتقد است که ارزش‌های شخصی باید بهتر و قویتر از متغیرهای ساختاری بتوانند گزینش‌های سیاسی افراد را پیش بینی کنند، زیرا چنین انتخاب‌ها و گزینش‌هایی از سوی شهروندان عمدتاً بر اساس فرایندهای تفکر و اندیشیدن شکل می‌گیرد. مردم آلترناتیوها و انتخاب‌های سیاسی خود را بر اساس استانداردها و معیارهای شخصی‌ای که رفتارهای آنها را هدایت می‌کند، برمی‌گزینند و به همین دلیل ارزش‌ها بیشتر از متغیرهای ساختاری اهمیت دارند. بدین ترتیب انتظار می‌رود تا ارزش‌ها در بین افرادی که از سطوح معرفتی و شناختی بالاتری برخوردار هستند بیشتر از افراد دیگر تاثیرگذار باشد. بدین ترتیب احتمالاً گسترش فرصت‌های خودمختاری افراد (خارج شدن هویت آنان از فضاها بسته و ساختارها و حرکت آنان به سمت کارگزاری) در سال‌های اخیر در کشور، باعث شده است تا افراد بیش از آن‌که تحت تاثیر متغیرهای ساختاری باشند، با توجه به ارزش‌های فرهنگی خود حرکت نمایند.

نتایج تحلیل رگرسیون سلسله‌مراتبی در مورد سوال دوم تحقیق نشان می‌دهد که تنها ارزش تعالی فردی بود که بر روی نگرش اقتصادی تاثیر معنی‌داری داشت. به عبارت دیگر یافته‌های این پژوهش همسو با نظریه بارن و شوارتز (۱۹۹۸) نشان می‌دهد که ارزش تعالی فردی (بوجود آمده از ارزش‌های جهان‌گرایی و خیرخواهی) باعث گرایش شهروندان به سمت تفکرات چپ اقتصادی در بین افراد جامعه می‌شود به طوری که افراد با ارزش‌های تعالی فردی بالاتر بیش از دیگران از برابری‌ها و عدالت اقتصادی حمایت می‌کنند. از سوی دیگر افرادی که از ارزش‌های تعالی کمتر و ضعیف‌تری برخوردار هستند عمدتاً به سمت گرایش‌های راست اقتصادی حرکت می‌کنند و در مسائل اقتصادی از نظام بازار آزاد هواداری می‌نمایند. از سوی دیگر، در این پژوهش برخلاف نظریه شوارتز میان ارزش خودافزایی و گرایش به لیبرالیسم اقتصادی رابطه معنی‌داری مشاهده نشد که این امر

نشان می‌دهد ارزش‌های قدرت‌طلبی، تمایل به پیشرفت و رفاه‌طلبی در افراد تأثیر چندانی بر گرایش‌های اقتصادی آنان نداشته است.

سرانجام یافته‌های این پژوهش در مورد سوال سوم پژوهش، همسو با نظریات پورکو، شوارتز و دیویدوف (۲۰۱۱) نشان می‌دهد که ارزش‌های آمادگی برای تغییر و حفاظت، بنیان اصلی نگرش‌های سیاسی افراد را تشکیل می‌دهد. در این راستا، نتایج نشان می‌دهد که اجتناب از تغییرات گسترده، کنترل تهدیدات، و تلاش برای غلبه بر اضطراب‌های موجود که در ارزش حفاظت تجلی پیدا می‌کند، به شکلی آشکار باعث گرایش افراد به سمت گروه‌ها و برنامه‌های سیاسی محافظه‌کاری می‌شود، اما زمانی که نگرانی افراد در مورد زندگی و سرنوشت سایر انسان‌ها و حتی محیط زیست افزایش می‌یابد باعث می‌شود تا شهروندان به سمت احزاب دموکراتیک‌تر تمایل یابند. به نظر می‌رسد بر اساس نظریات شوارتز، یکی از دلایل منازعه موجود در کشورها بین حامیان محافظه‌کاری با طرفداران احزاب دموکراتیک ناشی از تفاوت در میزان همین انگیزه‌ها و ارزش‌ها باشد که در بین افراد مختلف به شکلی متفاوت نهادینه شده است.

کتاب‌نامه

۱. ای. اچ. کار (۱۳۴۹) تاریخ چیست، ترجمه حسن کامشاد، انتشارات خوارزمی.
۲. ورجاوند. پرویز (۱۳۶۸) پیشرفت و توسعه بر بنیاد هویت فرهنگی، تهران، نشر انتشار.
3. Ballew, C. C., and Todorov, A. (2007). Predicting political elections from rapid and unreflective face judgments. *Proceedings of the National Academy of Sciences, USA*, 104, 17948–17953
4. Barnea, M., and Schwartz, S. H. (1998). Values and voting. *Political Psychology*, 19, 17–40.
5. Caprara, G. V., and Zimbardo, P. H. (2004). Personalizing politics: A congruency model of political preferences. *American Psychologist*, 29, 581–594.
6. Delkhamosh, M. T. (2006). Iranian Student's Hierarchy of Values. *Journal of Iranian Psychologists*, 2(8), 299-318.
7. Evans, G, Heath, M, Lalljee, M. Measuring. (1996). Left-Right and Libertarian-Authoritarian Values in the British Electorate, *The British Journal of Sociology*, 47, 93-112
8. Feather, N. T. (1979). Value correlates of conservatism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 1617–1630
9. Ibrahim, A. T. (1973). Déclaration du Ministre de l'Information et de la Culture à l'ouverture du séminaire. *Algérie actualité*, 384.

10. Knutsen, O. (1997). The partisan and the value-based component of the left-right self-placement: A comparative study. *International Political Science Review*, 18, 191–225.
11. Lakoff, G. (2004). *Don't think of an elephant! Know your values and frame the debate: The essential guide for progressives*. White River Junction, VT: Chelsea Green.
12. Miller, D. T. (1999). The norm of self-interest. *American Psychologist*, 54, 1053–1060.
13. Piurko, Y., Schwartz, S. H. and Davidov, E. (2011). Basic Personal Values and the Meaning of Left-Right Political Orientations in 20 Countries, *Political Psychology*, 32, 537-561.
14. Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: Free Press.
15. Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, 25 (pp. 1–65). New York: Academic Press.
16. Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, 25 (pp. 1–65). New York: Academic Press.
17. Schwartz, S. H. (1994). Are there universal aspects in the content and structure of values? *Journal of Social Issues*, 50, 19–45.
18. Schwartz, S. H. (2003). Value orientations. *European Social Survey Core Questionnaire Development*, Chapter 07.
19. Schwartz, S. H. (2006). A theory of cultural value orientations: Explication and applications. *Comparative Sociology*, 5, 137–182.
20. Schwartz, S. H., Caprara, G. V., and Vecchione, M. (2010). Basic personal values, core political values and voting: A longitudinal analysis. *Political Psychology*, 31, 421–452.
21. Schwartz, S. H. (2005). *Basic Human Values: Their Content and Structure across Cultures*. Jerusalem. A. Tamayo & JB Porto (Eds.).