

تغییر ارزشها و فراگرد توسعه

هاله اردبیلی^{۱*}

مردم جوامع مختلف به ارزشها و باورهای خود سخت پایبند بوده و به سادگی پذیرای تغییر آن نمی‌باشند. اما، توسعه فراگرد تغییر ارزشهای حاکم بر جامعه است. چه بسا تجربه کشورهای توسعه یافته‌ای مانند ژاپن، مؤید این نکته می‌باشد. آشنایی با شیوه‌های تولیدی جدید، موجب ایجاد تغییر در نحوه تفکر و زندگی افراد می‌شود، بدین طریق ارزشهای اجتماعی نیز تغییر می‌نماید؛ چرا که اساس ارزشها در اندیشه و باورهای انسان است.

هر فرهنگی، الگوهایی از انسان ارائه می‌دهد که فعالیت‌ها، موفقیت‌ها و وظایف اجتماعی افراد را مشخص می‌کند. افراد جامعه در قالب این الگوها و ارزشها، طرح زندگی خود را می‌ریزند. اما، در فراگرد توسعه، زمانی فرا می‌رسد که افراد باید درباره این الگوها، تأمل و تجدید نظر نمایند. زیرا در روند توسعه، روحیه تعقل نیز افزایش می‌یابد و ارزشهای خانوادگی، طبقاتی، نژادی و سنت‌های ناروای اجتماعی؛ اعتبار و استحکام خود را از دست می‌دهد و زنان حضور بیشتری در تمامی عرصه‌های اجتماعی پیدا می‌کنند.

مقاومت و عدم تغییر ارزشها و باورهای عمومی، مسائل تازه‌ای بر سر راه توسعه بوجود می‌آورد و آن را با موانع جدی روبرو می‌سازد. از این رو، شناخت، ترویج، تقویت، انتقال یا تضعیف و تغییر ارزشهای اجتماعی، اهمیت خاصی دارد که در بررسی‌های توسعه باید مورد توجه قرار گیرد. از جمله ارزشهای مثبت و مؤثر در توسعه می‌توان به افزایش سوادآموزی، کسب مهارت و تخصص، نوگرایی و نوآوری اشاره کرد.

بنابراین می‌توان گفت که تغییر ارزشها، اولین و سخت‌ترین گام در راه توسعه است که بیشترین تأثیر را در پیشبرد اهداف توسعه دارد. اما، باید با احتیاط در این راه گام گذاشت تا با مقاومت و واکنش منفی جامعه مواجه نگشت.

در جهان امروز، ارتباطات، مردم سراسر جهان را نسبت به وضع خود حساس و تأثیرپذیر کرده‌است. اکنون همه مردم، آمادگی بیشتری برای تغییرپذیری دارند. افراد از طریق رسانه‌های همگانی از شیوه زندگی سایر ملل آگاه می‌شوند و می‌کوشند ارزشها و سنتهایی را که مانع ارتقاء سطح زندگی‌شان است، کنار گذارند و یا تغییر دهند.

در مجموع، طرز فکر افراد بشر، تحت تأثیر فرهنگ و اعتقادات عمومی و ارزشهای اجتماعی حاکم بر آن است. در اروپا از قرون وسطی تا قرن هفدهم، فکر طرحهای بلندمدت و پیشرفت و عمران، بیهوده و بی‌حاصل می‌نمود. زیرا، تعالیم مذهبی حاکم بر اروپا، آینده‌ای از خرافات و تعصبات شدید فرقه‌ای بود که راه را بر هر گونه تفکر منطقی و عقلایی و پژوهشهای علمی، می‌بست. یکی از راههای مؤثر ایجاد تغییرات فردی و اجتماعی، تغییر ارزشها و باورهای نادرست مردم از طریق آشنا کردن آنان با روحیه و طرز فکر و شیوه زندگی بهتر است که شاید در نزد سایر ملل تجربه شده‌باشد. چه اینکه آشنایی با فرهنگ و شیوه زندگی کشورهای پیشرفته اروپایی، نقش بسیار حساسی در سرنوشت مردم کشورهای مختلف داشته و انگیزه رشد اقتصادی در این کشورها موجب تغییر ارزشهای فردی و اجتماعی آنان بوده‌است. فرضاً، می‌توان به ژاپن اشاره کرد:

در ماه ژوئن ۱۸۵۳، نیروی دریایی ایالات متحده آمریکا به سرزمین امپراتوری ژاپن تجاوز کرد و طی اولتیماتومی، خواهان گشوده‌شدن بنادر این کشور به روی آمریکاییان شد. به این ترتیب در فوریه ۱۸۵۴، نخستین پیمانی که دروازه‌های ژاپن را به روی غرب باز می‌کرد توسط ایالات متحده امضاء شد.

ژاپنی‌ها، به تدریج دریافتند که در مقابله با غرب و برای نجات خود از چنگال فقر و گرسنگی، راهی جز پیشرفت صنعتی ندارند. چنین کشفی مردم ژاپن را به اندازه‌ای تحت تأثیر قرارداد و چنان شور و هیجانی در آنها بوجود آورد که تصمیم گرفتند به

قیمت هر رنج و زحمت و فداکاری که باشد با این فنون آشنایی کامل پیدا کنند. شش سال پس از ورود سفیدپوستان غربی به این کشور، فنودالیسم ژاپن پایان یافت. روشهای اقتصادی و صنعتی جدید، همراه با سبک زندگی نوگسترش پیدا کرد. نتیجه آن، توسعه وسایل حمل و نقل و وسایل توزیع و توسعه بازرگانی داخلی بود، که همگی در تحول و پیشرفت ژاپن سهم فوق العاده‌ای داشت. همزمان با فراگیری معجزه تکنیک، این کشور دریافت که برای ادامه زندگی در چنین جهانی، باید به اندازه‌ای قوی شود که از حرص و آز اقتصادی کشورهای دیگر در امان بماند. برای نیل به این هدف، نخستین تلاش طراحان و برنامه‌ریزان این کشور و برانگیختن مردم به کار و کوشش بیشتر و گسترش ارزش کار در جامعه بود.^۱

امروزه درک این واقعیت که کشورهای توسعه نیافته در زمینه علم و تکنولوژی از کشورهای پیشرفته صنعتی، عقب افتاده‌اند، نباید موجب یأس و دلسردی و یا از خود بیگانگی فرهنگی در این کشورها شود. بلکه باید به صورت انگیزه‌ای نیرومند برای کوتاه کردن راه پیشرفت و برقراری «فرهنگ توسعه و سازندگی» براساس نیازها و ویژگیهای اجتماعی - اقتصادی درآید و به افراد برانگیخته‌ای که مایلند به وضع شخصی، خانوادگی و اجتماعی خود سر و سامان دهند و در مسئولیتهای توسعه، آگاهانه شرکت کنند، شکل داده شود و ارزشهای مطلوب و خلاقیت‌های سازنده رواج یابد.

توسعه چیست؟

در مورد تعریف توسعه، در میان صاحب نظران اتفاق نظر وجود ندارد. با مروری بر آثار و نظرات محققان توسعه، چند نکته بر ما روشن می‌شود. برخی از این نکات چنین است:

اول - توسعه پدیده‌ای چند بعدی است که ابعاد مختلف زندگی بشر اعم از جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی را در برمی‌گیرد و در نهادها و

ساختارهای جامعه، دگرگونی اساسی و بنیادی پدید می‌آورد. توسعه، در بسیاری موارد حتی عادات و رسوم و عقاید مردم را نیز در برمی‌گیرد.^۲

دوم - توسعه از نظر بسیاری از محققان، دارای بار ارزشی است و تقریباً مترادف با کلمه بهبود به کار می‌رود. برنشتاین می‌گوید: «تلاش برای ایجاد توسعه، بار ارزشی به همراه دارد که کمتر کسی با آن مخالف است.»^۳

گی روشر فرانسوی معتقد است که «به‌طور کلی صحبت از مفهوم نوسازی یا توسعه، قضاوتی ارزشی است که با ارزشهای معینی، ارتباط دارد. اقتصاددانان، این ارزش را در افزایش سطح زندگی به صورت کمی مورد ملاحظه قرار می‌دهند. در حالی که برای جامعه‌شناسان، این تمایل، با نظمی از ارزشها مرتبط می‌گردد که دارای کارکرد است. همه جوامع به یک اندازه به افزایش سطح زندگی، ارزش ندادند و اهمیت یکسانی در این مورد قائل نیستند.»^۴

سوم آنکه توسعه؛ به فراگرد تغییری اطلاق می‌شود. تصادفی یا ادواری نیست. بلکه متراکم، تکرارشونده و دارای جهت است.^۵

چهارم - ویژگی تکثر و پاره‌افزایی فراگرد توسعه است. این ویژگی در تعاریف برخی محققان از توسعه، تحت‌عنوان گسترش نظام اجتماعی آمده‌است.

اگر بخواهیم تعریفی کلی از توسعه ارائه کنیم، می‌توانیم بگوییم که توسعه، عبارت از فراگرد تحول نهادها و ساختارهای جامعه از وضع موجود به وضع مطلوب است؛ به نحوی که توان و ظرفیت بالقوه جامعه به صورت بالفعل درآید و استعدادها اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی آن از هر جهت بارور و شکوفا شود.

ارزش چیست؟

به‌طور کلی، ارزش عبارت است از بار معنایی خاص که انسان به برخی اعمال، حالتها و پدیده‌ها نسبت می‌دهد و برای آن در زندگی خود جایگاه و اهمیت ویژه‌ای قائل است. ادراک ارزشها از ادراک واقعیتها، متمایز است؛ یعنی ذهن انسان وقتی ارزش را

درک می‌کند، گویی به چیزی علاوه بر ادراک واقعیت‌ها آگاهی یافته، که بر اساس احساس‌ها، شناخت‌ها، نیازها، علاقه‌ها، اعتقادات و حتی فرهنگ‌های اجتماعی شکل گرفته و سپس به آن واقعیت نسبت داده شده است.^۶

به عقیده برخی، ارزش در واقع میزان توانایی یک شیء (چیز، اندیشه یا شخص) در ارضای یک میل، یک نیاز و یا یک تمناى انسان است. پس، اساس ارزش را باید در اندیشه‌های انسان جستجو کرد که نفع (ارزش) شیء خارجی را مورد ارزیابی قرار می‌دهد.^۷

ارزشها را به انواع مختلف اقتصادی، حقوقی، اجتماعی، اخلاقی، سیاسی و فرهنگی تقسیم کرده‌اند. مثلاً ارزشهای اجتماعی، مدل‌های کلی رفتار احکام جمعی و هنجاری کرداری است که مورد پذیرش عمومی و خواست جامعه باشند. این نوع ارزش، شامل تمامی انواع ارزشهایی است که مردم با آن، حیات اجتماعی خود را می‌گذرانند و اعضای یک جامعه در برابر آن به نوعی وفاق رسیده‌اند.^۸ اما، ارزشهای اقتصادی، ارزشهایی هستند که زمانی با کار و وسایل مختلف به وجود می‌آیند. این ارزشها، امکان استفاده از کالاهایی را از طریق سلطه بر طبیعت، فراهم می‌کنند.^۹

از آنجا که ارزشها از ضمیر ناخودآگاه شخص سرچشمه می‌گیرند و بر رفتار او تأثیر می‌گذارند، نهادها و در نهایت محیط انسانها را شکل می‌دهند. هنگامی که مردم از طریق نهادها برای رسیدن به خواسته‌های با ارزش خود تلاش می‌کنند، نیازهای ملموس و مشخص آنها افزایش می‌یابد و تلاششان از صورت نمادین خارج می‌شود و به صورت عمل درمی‌آید. مجموعه این اعمال، تغییر اجتماعی را بوجود می‌آورد. یعنی تأثیر ارزشها، طیفی از واکنشهای تغییر فردی تا رفتار اجتماعی را تشکیل می‌دهد. نباید فراموش کرد که هرگونه تصمیم‌گیری در مورد «تغییر» به انگیزه‌ها و انتخابهای فردی بستگی دارد. تصمیمات فردی منجر به تغییرات متعدد در استانداردهای رفتاری تولید، سرمایه‌گذاریهای بخش خصوصی و تغییر فراگردها و واکنشهای دولت

۱۰. می‌شود و در مجموع، رفتارهای نهادی جدیدی را ایجاد می‌نماید.

خانواده، محیط اجتماعی، فرهنگ و تربیت، ارزشهای اجتماعی را به کودک انتقال می‌دهند و موجب تداوم ارزشها می‌شوند. به اعتقاد برخی از اندیشمندان، جوهر تربیت، انتقال ارزشهاست. ولی ارزشها به ما کمک نمی‌کنند که راه زندگی خود را برگزینیم. مگر آنکه جزئی از وجودمان شوند... یعنی بتوانیم با آنها فکر و احساس کنیم و نیز [ارزشها] تبدیل به ابزارهایی شوند که از طریق آنها بتوانیم دنیا را بنگریم و تجربه کنیم.^{۱۱}

فرهنگ هر قومی جوابگوی بسیاری از نیازهای مذهبی، روانی، اجتماعی و فلسفی آن قوم است. هر فرهنگی، الگوهایی از فرد دارد که هدف از فعالیتها، موفقیتها و وظایف اجتماعی وی را مشخص می‌سازد. افراد در قالب این الگوها و ارزشها، طرح زندگی خود را می‌ریزند. اگر این الگوها و ارزشها به «کار و کوشش» اهمیت دهد، مردم سخت‌کوش و پرتوان می‌شوند و اگر به «قضا و قدر و تقدیر» به مفهوم جبری آن بپردازد، نیروی کار و کوشش و تلاش برای دستیابی به آینده بهتر و رفاه بیشتر از مردم خواهد شد و گرایش‌های شبه عرفانی و گوشه‌نشینی رونق می‌یابد. از این روست که در فراگرد توسعه، شناخت، ترویج، تقویت، انتقال یا تضعیف و تغییر ارزشها، اهمیت بسیار دارد و می‌باید به گونه‌ای انجام پذیرد که لطمه‌ای به توسعه فردی و اجتماعی وارد نشود.

در تمامی جوامع، توسعه با تغییر ارزشها همراه است. زیرا، در فراگرد توسعه، روحیه تعقل افزایش می‌یابد. ارزشهای خانوادگی، طبقاتی، نژادی و سنتهای ناروای اجتماعی، اعتبار و استحکام خود را از دست می‌دهد. به این ترتیب، زندگی اجتماعی از تحرک و کشش بسیار برخوردار می‌شود. اصل تخصص، سبب پیچیدگی بیشتر شده و اقتصاد مبتنی بر بازار، جای اقتصاد مبتنی بر حداقل معیشت و خانواده را می‌گیرد. نیاز به ارتباط، سبب گسترش تفهیم و تفاهم‌ها می‌شود. روحیه زنان در اثر تماس با مسائل اجتماعی دگرگون می‌شود. رادیو و تلویزیون و اتومبیل و پست و روزنامه،

مردم دور افتاده‌ترین نقاط را با زندگی جدید آشنا می‌نماید و ارزشهای جدیدی را در جامعه رواج می‌دهد.

عدم تغییر ارزشها و باورهای عمومی، مسائل جدی را بر سر راه توسعه بوجود می‌آورد. به‌عنوان مثال؛ می‌توان به مسائل کارگری اشاره کرد. در کشورهای توسعه‌نیافته، کارگران تازه وارد بخش نوپای صنعت، معمولاً از جوامع بسته طبقاتی فئودالی، تأمین می‌شوند. جامعه‌ای که تصور جابجایی طبقاتی در آن برای مردم بسیار مشکل و خواسته مردم محدود و اندک است. به همین دلیل، کارگران تمایل کمتری به کار و فعالیت دارند. با آمدن به شهر و کار کردن در صنایع، افق دید کارگران، بلافاصله گسترش پیدا نمی‌کند و نیازهای جدید برای آنها، ایجاد نمی‌شود. بنابراین یکی از مهمترین مسائل کارگری در فراگرد رشد و توسعه اقتصادی، این است که کارگران را متقاعد کنند که راه برای پیشرفت باز است و سود کار بهتر و بیشتر تنها عاید او و خانواده‌اش می‌شود. به این ترتیب، تمایل به کاهش کار از بین می‌رود و انگیزه دستیابی به زندگی بهتر در کارگران، تقویت می‌شود.

در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، علاوه بر پایین بودن استاندارد زندگی و نبود انگیزه پیشرفت، نه تنها «رفاه» و «کار و کوشش» ارزشی ندارد، بلکه مذموم نیز می‌باشد. مثلاً کشاورز هندی، بنابر معتقدات و باورهای خود، از تولید، فقط انتظار مقدار معینی دارد و بیش از آن را با روحیه قناعتی که دارد، تجملی و نوعی گناه می‌داند. از این رو تولید بیشتر برای او ارزشی ندارد. همچنان که شیوخ ثروتمند عرب نیز دست زدن به کارهای تولیدی و بازرگانی را دون شأن خود می‌دانند، در فرهنگ و باور آنان این کارها بی‌ارزش است.

امروزه در ایران، شاهد گسترش روزافزون مشاغل کاذب، دلالی و واسطه‌گری که با سود بادآورده همراه است، هستیم. کار تولیدی و خلاقیت که مستلزم صرف وقت، انرژی و فکر است، ارزشی ندارد. به همین دلیل، برای گام نهادن در راه توسعه، می‌باید علاوه بر افزایش اشتغال، کار مفید و مولد، دارای ارزش شود و در جوانان نیز انگیزه

این نوع از اشتغال بوجود می‌آید. چرا که ارزش، می‌تواند تغییر کند، برای رسیدن به توسعه باید هم تغییر کند. مردم باید باور کنند که توسعه، فردای بهتری را به ارمغان می‌آورد. اما، برای رسیدن به فردای بهتر، باید امروز کار کرد، از روشها و افکار جدید استقبال کرد و در توسعه از آنها بهره گرفت.

در فراگرد توسعه، هر طرح و فکر جدید و کشف و اختراع وسایلی که موجب برطرف شدن نیاز یا تسهیل کارها شود، مورد استقبال قرار می‌گیرد. در این شرایط، انتظار می‌رود که مردم به بهبود روشهای انجام کار، افزایش تولید، کاهش ضایعات و بهره‌برداری بهتر از فرصتها و امکانات بیندیشند. هرگونه نوآوری و ابداع در این زمینه، باید مورد تشویق قرار گیرد. در صنایع مدرن، کسانی که کورکورانه و ماشینی‌وار، فقط کار محوله را انجام دهند و حس ابتکار و خلاقیت نداشته باشند، جایی ندارند. بنابراین، شهروندان باید ارزشهایی تازه، که ظرفیت پویایی، برای تغییر بیشتر را ایجاد نماید، بیابند.^{۱۲}

دگرگونی ارزشهای اجتماعی به دنبال تغییر رفتار و کردار ظاهر می‌شود. آلبرت هیرشمن، معتقد است که وقتی میان کردارها و ارزشهای مردم گسستگی وجود داشته باشد، غالباً ارزشها تغییر می‌کند نه کردارها. به عقیده وی، وقتی افراد و ادار به عمل در راهی شوند که موجبات تسریع رشد فراهم شود مانند شرکت در جنگ برای دفاع از کشور با سرمایه‌گذاری در بخش خاص) ارزشها و کردارها تغییر می‌کند.^{۱۳}

ارزش و آگاهی

وسیله پرورش استعداد انسان، اطلاعات است. در حقیقت، بشر جز در لحظه‌هایی که بنابر احتیاجات خود از روی عادت یا جبر رفتار می‌نماید، براساس دانسته‌هایش عمل می‌کند. حتی بسیاری از عاداتها هم از دانسته‌های انسان ناشی می‌شود. اطلاعاتی که انسان در حوزه نفوذ آن قرار دارد، در مغز به داوریهها و اعتقادات و باورها تبدیل می‌شود. این ارزشها و اعتقادات، بخشی از مکانیسمی است که اعمال و

انسان به وسیله اطلاعاتی که در دسترسش قرار می‌گیرد، از امکانات و شرایط محیط آگاه می‌شود. به این ترتیب در فراگرد توسعه، ارزشها و آداب و رسوم و سنن ناروا را مورد سؤال قرار می‌دهد. البته، نتایجی که برای تغییر رفتار، اعمال، اعتقادات و آرزوهای مردم مورد انتظار است، بلافاصله ایجاد نمی‌شود. مثلاً، کشاورز در طی زمان برانگیخته می‌شود که دهقان آزاد باشد و فرزند دهقان به قلمرو علم و دانش سوق داده می‌شود، تا کاری صنعتی بیابد.

اندیشمندان انتقادگر جهان سوم معتقدند که برای مقابله با عوارض تبعیض‌آمیز جوامع توسعه‌نیافته، نظام اجتماعی باید به گونه‌ای سازماندهی شود که تمام اقشار جامعه از حداقل رفاه برخوردار شود. برای دست یافتن به این مهم، آگاه شدن مردم به حقوق اجتماعی و تواناییهای جمعی خود، ضروری است. هشجاری مدرم از انتشار عقاید و اندیشه‌های سازنده، ناشی می‌شود.

طی، مدت‌های طولانی، بی‌سوادی مانع انتشار افکار و عقاید نو بود. زیرا، تنها وسیله انتقال وسیع اندیشه‌ها، نوشتار بود که فقط اقلیتی معدود به آن دسترسی داشتند. اما امروزه افکار و اندیشه‌ها به مدد وسایل دیداری و شنیداری، با سرعت زیادی از چهار گوشه جهان در اختیار تمام مردم قرار می‌گیرد و شوق رسیدن به توسعه را در آنها بوجود می‌آورد. این شوقها، اگر درست سازماندهی شود، انگیزه‌های مناسب را برای تغییر و تحول در مردم ایجاد می‌کند و به توسعه می‌انجامد. برای رسیدن به توسعه، قبل از هر چیز مردم باید توسعه را بشناسند و اطلاعات و اندیشه‌های جدید را به دست آورند. آنها باید لزوم تغییرات را دریابند و در مورد راههای مختلف ایجاد تغییر، اطلاعات لازم را داشته باشند. به عبارت دیگر، لازم است که ابتدا ارزشهای اجتماعی تغییر کند و سطح آرمانها و آرزوهای مردم بالا رود و افراد برای خود و کشورشان بهتر و بیشتر بخواهند و درک کنند که در جامعه‌ای عقب مانده، هیچ‌کس به معنای واقعی کلمه سعادتمند نیست. در مرحله بعد، باید



فرصتها و امکانات مناسب در اختیار مردم قرار گیرد تا بتوانند به ندراسسته‌هایشان برسند. برای انجام چنین رفتاری، آموزش مهارتها و ارزشهای مطلوب مثل - از بین بردن بیسوادی، آموزش رویهای جدید تولید کشاورزی و ایجاد مهارتهای جدید در کارگران - ضروری است.

رسانه‌های همگانی، آموزش و پرورش و برنامه‌های دولتی توسعه بر ارزشها، تأثیر می‌گذارند. آنها را به نظمی نو در می‌آورند و نسبت به آنها، واکنش نشان می‌دهند. تغییر رفتارهای نهادی ناشی از تغییر ارزشها، هدف نهایی این ارگانهاست. بنابراین، این وسایل و ارگانها باید اقداماتی به عمل آورند که هزارها یا میلیونها تصمیم‌گیرنده فردی، دنباله‌روی آنها باشد و با کشف ارزشهای تازه و انگیزه‌های مختلف، در راه توسعه گام گذارند. یک راه کشف انگیزه‌های مختلف «تغییر» این است که ببینیم چگونه فردی می‌تواند با شرکت در نوسازی و نوآوری در بخشهای ضروری توسعه، منزلت و ارزش خود را بالا ببرد.^{۱۵}

ارزشهای مطلوب در فراگرد توسعه

در هر فرهنگی، مفاهیمی دارای ارزش است که در فرهنگ‌های دیگر ارزشی ندارد. حال باید دید چه ارزشهایی به توسعه کمک می‌کند و کدامیک مانعی در راه توسعه ایجاد می‌کنند؟ در تمام فرهنگ‌ها، می‌باید ارزش‌های موافق توسعه، تحکیم شده و تداوم یابند و ارزشهای مخالف توسعه، تغییر نماید و ارزشهای جدیدی جای آنها را بگیرد.

عده‌ای از اندیشمندان، طبقه‌بندی‌هایی از ارزشها، ارائه داده‌اند. این طبقه‌بندی‌ها، رسانه‌های همگانی و مسئولان دولتی را در ایجاد فرصت‌ها و انگیزه‌های جدید برای مشارکت مردم در نوسازی، راهنمایی می‌کنند.

اورت راجرز به ۱۰ ویژگی از خرده فرهنگ دهقانی اشاره کرده‌است که می‌توان آنها را ویژگیها و ارزشهای فرهنگ سنتی دانست که تأثیری منفی بر توسعه دارند. این

ده ویژگی (ارزش منفی) عبارتند از: ۱- عدم اعتماد متقابل در روابط شخصی^{۱۵} - فقدان نوآوری ۳- تقدیرگرایی ۴- پایین بودن سطح آرزوها و تمایلات ۵- عدم توانایی در چشم‌پوشی از منافع آنی به خاطر کسب منافع آتی بیشتر ۶- کم‌اهمیت دادن به عامل زمان ۷- خانواده‌گرایی ۸- وابستگی به قدرت دولت ۹- محل‌گرایی ۱۰- فقدان همدلی^{۱۶} هارولد لاسول، جامعه‌شناس آمریکایی در طبقه‌بندی خود، از ۸ ارزش نام برده‌است که عبارتند از: ثروت، قدرت، مهارت، مهر و محبت، جلب احترام دیگران، تحصیلات عالی، رفاه و بهزیستی، صداقت و درستکاری. او این ارزشها را در بخش‌های مختلف اقتصادی کشورهای سنتی و در حال گذار، صنعتی و فوق صنعتی بررسی کرده و جدولی ارائه داده‌است. در این جدول، بخش خدمات فقط از دو جنبه آموزش و بهداشت و درمان بررسی شده‌است:^{۱۷}

نوع جوامع	ارزشهای مؤثر در صنعت	ارزشهای مؤثر در کشاورزی	ارزشهای مؤثر در آموزش، بهداشت و درمان
سنتی و در حال توسعه	مهارت، قدرت و ثروت	احترام، مهارت و ثروت	مهارت، رفاه و بهزیستی و ثروت
صنعتی و فوق‌صنعتی	قدرت، احترام و رفاه و بهزیستی	علم، ثروت، رفاه و بهزیستی	علم، ثروت، بهزیستی و جلب احترام دیگران

باتوجه به جدول فوق، مشخص می‌شود که «ثروت» در کشورهای در حال توسعه، ارزش زیادی دارد. در حالی که در جوامع صنعتی، «رفاه بهزیستی» بالاترین ارزش جامعه محسوب می‌شود.

بطور کلی، برای توسعه وجود ارزشهایی لازم و ضروری است. نبود این ارزشها، مانعی بزرگ بر سر راه توسعه است. تأیید و تشویق ارزشهای ضد توسعه، لطمه‌ای جبران‌ناپذیر بر جامعه وارد می‌کند و رسیدن به توسعه را مشکل و حتی گاه

کشورهای در حال توسعه، باید به ارزشهای پویا و سازنده، بها دهند. یکی از این ارزشها، «سواد آموزی» است. سوادآموزی، از عوامل اصلی تغییر است. به گفته دانیل لرنر «سواد به منزله سلسله جنبان نوساختگی و دگرگونی در هر منظری از زندگی است... و قابلیت است که مراحل متوالی نوساختگی را پی می‌افکند»^{۱۸} در فراگرد توسعه، سواد چنان ارزشی پیدا می‌کند که بی‌سوادان، در توصیف هموطنان با سواد خود می‌گویند: «آنها در دنیای دیگری زندگی می‌کنند»^{۱۹} این جمله را در مورد سایر ارزشهای مؤثر در توسعه نیز می‌توان به کار برد.

کسب مهارت و تخصص نیز از ارزشهای مثبت است. پیشرفت صنعت و پیچیدگی فعالیت‌های تولیدی و خدماتی؛ ارزش مهارت و تخصص را در جامعه بیش از پیش بالا می‌برد. از نظر فردی نیز مقام و منزلت افراد در محیط کار و جامعه به میزان مهارت و تخصص آنها بستگی پیدا می‌کند.

از ارزشهایی که باید بیشتر به آن پرداخت «نوگرایی» و «نوآوری» است. اگر شرایط جامعه، به گونه‌ای باشد که پذیرش پدیده‌های نود در آن وجود نداشته‌باشد، یعنی نوگرایی و نوآوری در آن جامعه، ارزشی نداشته باشد، ایجاد تغییر در آن جامعه دشوار خواهد بود و مدت زمان زیادی به طول خواهد انجامید.

امروزه، نوآوری نقش مهمی در پیشرفت و توسعه اجتماعی - اقتصادی کشورها دارد. کشورهای توسعه نیافته، نتوانسته‌اند نوآوری را به‌عنوان استعدادی بالقوه در همه افراد پرورش دهند. زیرا، بنیان‌های آموزشی و فرهنگ علم و تکنولوژی در این کشورها، ضعیف است. این امر باعث شده که این کشورها، نتوانند تکنولوژی مورد نیاز را در داخل کشور خود تهیه نمایند.

برای گسترش نوآوری، همچون دیگر ارزشها، انگیزه لازم است. انگیزه‌های ایجادکننده نوآوری؛ اراده پیش‌ساخته‌ای است برای تغییر عاداتها و رسوم، تعدیل شکاف بین اهداف و عملکرد روزانه نظام، تعریف و تبیین مجدد مسایل، شناخت مسائل

شایان ذکر است که نوآوری با اختراع و خلاقیت، تفاوت دارد. اختراع بیشتر بر علوم پایه و پژوهش‌های بنیادی، بنا شده‌است. در حالی که اساس نوآوری، علوم کاربردی و پژوهش‌های توسعه است.^{۲۱} خلاقیت به معنای استعداد و توان خلق چیزی تازه است. ولی نوآوری، فعالیت ذهنی است که به خلق ایده یا روش تازه‌ای منجر می‌شود و در نهایت به صورت کالا، خدمات، روش، فرایند، نظام و یا هر چیزی که بتواند تغییری در جهت مثبت ایجاد نماید^{۲۲}، ارائه می‌شود.

از آنجا که نوآوری، جنبه کاربردی دارد، تحولی بنیادی در جامعه ایجاد می‌کند. رابطه فرهنگ و نوآوری، رابطه‌ای دو سویه است. نوآوری به فرهنگ و ارزش‌های اجتماعی وابسته است و در عین حال، آن را تحت تأثیر قرار می‌دهد. برای ایجاد یک نوآوری باید زمینه آن از قبل، در فرهنگ وجود داشته باشد. از سوی دیگر، وقتی انسان احساس نیاز به عنصری نو می‌کند که فرهنگ جامعه چنین اقتضاء کند.^{۲۳}

اشاعه نوآوری در کشورهای مختلف، اثرات متفاوتی داشته‌است. گاه موجب فشار و تضاد و تنش شده و گاه توسعه را به دنبال آورده‌است. از این رو، توجه دقیق‌تر به خواسته‌های ملی در مراحل مختلف توسعه، ضروری است. نوآوری را همچون دیگر ارزشها می‌باید با برنامه‌دراست و اصولی رواج داد که در این صورت اثرات مثبت فراوانی به همراه خواهد داشت و در تمامی زمینه‌های تکنولوژی، تولید، باورها و ارزش‌های فرهنگی و جنبش‌های اجتماعی، تأثیر می‌گذارد.

نتیجه

توسعه، فراگرد تغییر و تحول است. تغییر و تحولی که با تغییر ارزشها و باورها، آغاز می‌شود. در فرهنگ‌های سنتی، آمال و آرزوهای مردم، محدود و خواسته‌هایشان، اندک است. مردم، در چارچوب باورهای تنگ‌نظرانه به زندگی

را به غیر از آنچه هست، نمی‌شناسند و حتی غیر از آن را تجملی و گناه‌آلود می‌دانند. از این‌رو، تحرک اجتماعی و انگیزه کار و تلاش برای دست یافتن به سطح زندگی بالاتر برای آنان، ارزشی ندارد. چنین مردمی، هرچیز (اندیشه، برنامه، نحوه زندگی، شیء و...) بالاخره «نویی» را غیراخلاقی و مذموم می‌شمرند و حاضر به پذیرش آن نیستند و بیشترین سعی را برای از بین بردن و نفی آن به کار می‌برند. از ویژگی‌های مردم چنین جوامعی، احساس بیچارگی و نارضایتی از کار فردی، جزم‌اندیشی و اقتدارگرایی در ایدئولوژی سیاسی، دیدگاه‌های بنیادگرایانه و همچنین گرایش به اعمال جادویی و دستیابی محدود به مایحتاج زندگی و تلاش اندک برای تأمین منافع شخصی است.

در چنین جوامعی، برنامه‌های توسعه با موانع جدید برخورد می‌کند. به بیان دیگر نمی‌توان هر برنامه‌ای را در هر مقطع زمانی - گرچه مورد تأیید و سنجش علمی، اقتصادی باشد به جوامع توسعه‌نیافته، تحمیل کرد و در صورت ناآشنایی، مردم آشکار و پنهان در برابر آن مقاومت خواهند کرد. عدم پذیرش و همراهی و هماهنگی، با شکست برنامه همراه خواهد بود و جذب برنامه‌ها با موانع و قدرت دفع‌کننده جامعه رو به رو خواهد گشت، بنابراین سطح بهینه برنامه‌ها، نزول خواهد کرد. پس برنامه‌های جدید ابتدا باید در ابعاد روانشناسی مورد سنجش قرار گیرد و بعد به مرحله عمل درآید.

به‌عنوان مثال؛ می‌توان به فعالیتهای صنعتی دهه ۱۳۴۰ در ایران اشاره کرد. این برنامه که زیر نفوذ شرکتهای فراملیتی و در عرصه صنایع بزرگ از قبیل اتومبیل، الکترونیک، دارو و پتروشیمی آغاز شده بود، به تحول همه جانبه‌ای تبدیل نشد. چنین روندی نه تنها فرهنگ ابتکار و نوجویی و رقابت علمی و فنی را به دنبال نیاورد، بلکه برعکس راه و رسم زد و بند و رشوه‌خواری و عدم اتکاء به نفس را اشاعه داد. در نتیجه یأس اجتماعی ناشی از این شرایط، زمینه هر نوع تفکر و نظم علمی و نوجویی را از میان برد.

راه توسعه است. این تغییرات، در طول زمان به وقوع خواهند پیوست و یکباره انجام نمی‌شود. اما، بیشترین تأثیر را در پیشبرد اهداف توسعه دارند. تغییر ارزشها، باید با احتیاط صورت گیرد تا با مقاومت و واکنش منفی جامعه روبرو نشود. برای توسعه، تحرک اجتماعی لازم است. تحرک اجتماعی، تغییر در موقعیت اجتماعی است. تحرک اجتماعی مثبت، حرکت به سوی پیشرفت و تکامل است. پیشرفت به معنای صعود از نردبان کیفیت ارزشهاست. کیفیت ارزشی، دارای ابعاد مادی و معنوی است و متأثر از ریشه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و نیز ویژگی‌های جوامع بین‌المللی می‌باشد. تحرک اجتماعی در جوامع سنتی، تحت تأثیر ارزشها و روند غالب آن، در مقاطع زمانی است. بنابراین، برای ایجاد تحرک اجتماعی باید سطح آمال و آرزوهای جامعه گسترش یابد، سپس شرایط دست یافتن به زندگی بهتر و بالاتر فراهم شود تا مردم دچار سرخوردگی و یأس نشوند و به ارزشها توسعه نیز، خللی وارد نیاید. در پایان لازم است اشاره شود که شناخت ارزشهای حاکم بر جامعه و تضعیف یا تقویت آن؛ نیاز به بررسیهای همه جانبه علمی دارد و جستجو در آن، یافتن راههای مناسب برای دستیابی به حرکتی مبتنی بر توسعه است.

- ۱- خوزه دوکاسترو، انسان گرسنه، ترجمه منیر حزنی، چاپ پنجم، (تهران، امیرکبیر، ۱۳۵۴)، ص ۳۱۵.
- ۲- مصطفی ازکیا، «نامه علوم اجتماعی»، دوره جدید، شماره ۱ (پاییز ۱۳۶۷)، ص ۱۸۳.
- ۳- «بحران جهان سوم، توسعه و بازسازی»، مجله اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران، شماره دوم (۱۳۶۱)، ص ۱۰.
- ۴- گی روشه، تغییرات اجتماعی، ترجمه منصور وثوقی، چاپ دوم، (تهران، نشر نی: ۱۳۶۸)، ص ۲۱۳.
- ۵- بحران جهان سوم، توسعه و بازسازی، پیشین.
- ۶- سیدمحمدرضا جمشیدی، «ارزش و ارزش‌شناسی»، تهران، فرهنگ کتاب چهارم و پنجم، (بهار و پاییز ۱۳۶۸)، ص ۳۹۱.
- ۷- آلن بیرو، فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه باقر ساروخانی، چاپ اول، (تهران، انتشارات کیهان: ۱۳۶۶)، صص ۴۴۴-۴۴۵.
- ۸- همان، ص ۳۸۶.
- ۹- همان، صص ۱۱۲-۱۱۳.
- 10- Jhon D.Montgomery, *Values and Development, Apprising Asian Experience*, MIT, Press U.S.A, pp.1-17.
- ۱۱- فردریش شوماخر، کوچک زیباست، ترجمه علی رامین، (انتشارات سروش: ۱۳۶۰).
- 12- Jhon D. Montgomery, Loc.Cit.
- ۱۳- مایرول وینر، نوسازی جامعه، ترجمه مقدم مراغه‌ای، چاپ سوم، (تهران، کتابهای جیبی: ۱۳۵۵)، ص ۱۴.
- ۱۴- ارنست راونر، چگونه انسان برده می‌شود، ترجمه نسرين بصیری، چاپ اول، (انتشارات توس، ۱۳۶۱)، صص ۳-۵.
- 15- Jhon D. Montgomery, Loc.Cit.
- ۱۶- مصطفی ازکیا، مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی توسعه روستایی، چاپ اول، (انتشارات اطلاعات: ۱۳۶۴).
- 17- Jhon D. Montgomery, Loc.Cit.
- ۱۸- ویلبر شرام، «نقش وسایل ارتباط جمعی»، ترجمه محمود عنایت، نگین، شماره ۴۹ (خرداد ۱۳۴۸)، صص ۱۹-۲۰.
- ۱۹- همان.
- ۲۰- ناصر موفقیان، چند گزارش در زمینه تکنولوژی آموزشی، چاپ اول، (مؤسسه انتشارات فرانکلین: ۱۳۵۳)، صص ۴۳-۴۴.
- ۲۱- «مفهومها و تعریفها»، هفته‌نامه اتاق بازرگانی و صنایع و معادن ایران، شماره ۱۲ (۱۳۶۷)، ص ۳۴.
- ۲۲- همان.
- ۲۳- آکبرن ونیم‌کف، زمینه جامعه‌شناسی، ترجمه آریانبور، چاپ چهارم، (انتشارات دهخدا: ۱۳۴۹)، ص ۳۷۹.
- ۲۴- «برنامه‌ریزی فیوضات، توسعه صنعتی و موانع آن در ایران»، چاپ اول، (انتشارات چاپخش: ۱۳۷۴)، ص ۲۳.