

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

دانشگاه الزهراء  
دانشکده علوم اجتماعی و اقتصاد

پایان نامه  
جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد  
رشته جامعه‌شناسی

عنوان

بررسی عوامل اجتماعی - اقتصادی مؤثر بر باورهای فرهنگی  
بازاریان بازار مدرن و سنتی شهر اراک

استاد راهنما: دکتر محمد تقی شیخی

استاد مشاور: دکتر علی رجبلو

دانشجو: فرزانه قیطاسوند

تیرماه ۱۳۸۷

عنوان: بررسی عوامل اجتماعی - اقتصادی مؤثر بر باورهای فرهنگی بازاریان بازار مدرن  
وستنتی شهر اراک

نام و نام خانوادگی: فرزانه قیطاسوند

رشته تحصیلی: جامعه شناسی

استاد راهنما: دکتر محمد تقی شیخی

استاد مشاور: دکتر علی رجبلو

تاریخ دفاع: تیر ماه ۱۳۸۷

هدف این تحقیق، بررسی عوامل اجتماعی - اقتصادی مؤثر (سطح تحصیلات بازاری و اطرافیان، در معرض وسایل ارتباط جمعی قرار گرفتن، تکرر روابط، خاستگاه شهری و روستایی داشتن، وضعیت اقتصادی، سن) بر باورهای فرهنگی (تقدیرگرایی بعنوان باور منفی و اهمیت به کار و کوشش به عنوان باور مثبت) در بازار سرپوشیده (بازار سنتی) و پاساژ اسلامی (بازار مدرن) می باشد. در این تحقیق از نظریه نوسازی، شاخه مدل فرهنگی استفاده شده است. روش آن، به شیوه پیمایش است. داده ها، بوسیله پرسشنامه، از یک نمونه ۲۵۰ نفری از بازاریان گردآوری شده است. تجزیه و تحلیل داده ها، جهت آزمون فرضیات، به دو روش تجزیه و تحلیل دو متغیره و چند متغیره انجام شد، و نتایج زیر حاصل گردید. افرادی که عضو بازار سنتی هستند در مقایسه با افراد بازار مدرن، تقدیرگراتر هستند. افراد دو بازار مدرن وستنتی به اهمیت به کار و کوشش باور دارند. در صورتیکه بازاری و اطرافیانش از تحصیلات در حد پایین و متوسط برخوردار باشند، تقدیرگرایی بازاری افزایش می یابد. همچنین، در معرض وسایل ارتباط جمعی قرار گرفتن در حد متوسط و پایین، تقدیرگرایی آنها نیز افزایش می یابد. و در نهایت تکرر روابط زیاد، تقدیرگرایی بازاری را کاهش می دهد. در میان متغیرهای مستقل، خاستگاه شهری یا روستایی داشتن بازاری، سن بازاری به جهت اینکه در سطح معنی داری نبوده اند، وارد معادله رگرسیونی چند متغیره نشده اند. اما در آزمونهایی که بوسیله T تست و F تست به عمل آمد نیز معنی دار بودند. در رگرسیون چند متغیره، اهمیت به کار و کوشش، تنها وضعیت اقتصادی در سطح متوسط، وارد معادله شده است. به عبارت دیگر، بازاریانی که از وضعیت اقتصادی در سطح متوسط برخوردارند، به کار و کوشش کمتر اهمیت می دهند. در مجموع می توان گفت باورهای منفی و مثبت بر متغیرهای اجتماعی بستگی دارند. و در نظام های اجتماعی سنتی، باورهای منفی بیشتر بر باورهای مثبت رواج دارند.

## فهرست مطالب

<u>صفحه</u>	<u>عنوان</u>
.....	پیشگفتار.....
۱.....	فصل اول: مقدمه.....
۲.....	۱-۱- اهمیت و ضرورت پژوهش.....
۳.....	۲-۱- اهداف تحقیق.....
۴.....	فصل دوم: مروری بر تحقیقات پیشین.....
۵.....	۱-۲- پیشینه تاریخی نوسازی در ایران.....
۹.....	۲-۲- انعکاس باورهای فرهنگی در ادبیات و تاریخ.....
۱۴.....	۳-۲- دیدگاههای صاحب نظران داخلی در مورد باورهای فرهنگی مساعد و نامساعد فرهنگی در توسعه اقتصادی.....
۱۴.....	۲-۳-۱- عبدالکریم سروش.....
۱۴.....	۲-۳-۲- حسین عظیمی.....
۱۵.....	۲-۳-۳- جواد منصوری.....
۱۶.....	۲-۳-۴- محمدعلی اسلامی ندوشن.....
۱۶.....	۲-۳-۵- محمد توکل.....
۱۷.....	۲-۳-۶- محمود سریع القلم.....
۱۸.....	۲-۴- مروری بر تحقیقات تجربی داخلی.....
۲۳.....	۲-۵- مروری بر تحقیقات تجربی خارجی.....
۳۱.....	۲-۶- نتیجه گیری از تحقیقات پیشین.....

فصل سوم: چهارچوب نظری.....	۳۳
مفهوم چهارچوب نظری.....	۳۴
۱-۳- تعریف مفاهیم فرهنگ، باورهای فرهنگی و توسعه فرهنگی.....	۳۶
۱-۱-۳- ویژگیهای باورهای فرهنگی.....	۳۸
۲-۱-۳- توسعه فرهنگی.....	۳۹
۲-۳- نظریه های نوسازی.....	۴۰
۱-۲-۳- مدل روانشناختی.....	۴۲
۲-۲-۳- مدل فرهنگی.....	۴۶
۳-۲-۳- مدل فرایند.....	۵۰
۴-۲-۳- مدل ساختی.....	۵۱
۳-۳- نظریه ناهمسازی ادراکی.....	۵۳
۴-۳- برخی از رهیافتهای تغییرات اجتماعی.....	۵۴
۱-۴-۳- شرایط تغییر.....	۵۵
۲-۴-۳- موانع تغییرات اجتماعی.....	۵۵
۱-۲-۴-۳- موانع فرهنگی تغییرات اجتماعی.....	۵۶
۵-۳- بحثی پیرامون نظریات و بر گرفتن قضایای عمومی از آنها.....	۵۸
فصل چهارم: چهارچوب روش تحقیق.....	۶۱
۱-۴- مدل تحلیلی.....	۶۲
۲-۴- فرضیات تحقیق.....	۶۴
۱-۳-۴- تعاریف مفهومی.....	۶۵
۲-۳-۴- تعاریف عملیاتی.....	۶۷
۴-۴- تعیین متغیرها.....	۶۹
۵-۴- نوع تحقیق.....	۶۹
۱-۵-۴- جامعه آماری.....	۷۰
۲-۵-۴- نمونه گیری.....	۷۱
۶-۴- تعریف بازار.....	۷۲
۱-۶-۴- ویژگیهای اجتماعی- سیاسی بازار.....	۷۲

۴-۶-۲- تفاوت‌های بازار مدرن و سنتی از منظر اخلاقی.....	۷۳
۴-۶-۳- بازار سرپوشیده.....	۷۶
۴-۶-۴- پاساژ اسلامی.....	۷۸
۴-۷-۷- روش جمع آوری اطلاعات.....	۷۹
۴-۷-۱- آزمون قابلیت اعتماد پایایی داده ها.....	۷۹
۴-۸- روش‌های آماری پژوهش (روش تجزیه و تحلیل داده ها).....	۸۰
<b>فصل پنجم: تجزیه و تحلیل یافته ها.....</b>	<b>۸۱</b>
۵-۱- بررسی ویژگی‌های جامعه مورد مطالعه با آمار توصیفی.....	۸۲
۵-۱-۱- نتایج حاصل از بررسی توصیفی.....	۹۵
۵-۲- آزمون فرضیات تحقیق بوسیله آمار استنباطی.....	۹۷
۵-۲-۱- رابطه سن با تقدیر گرایی بعنوان دو متغیر فاصله ای.....	۹۷
۵-۲-۲- رابطه خاستگاه شهری یا روستایی داشتن با تقدیر گرایی در بازار مدرن و سنتی.....	۹۸
۵-۲-۳- رابطه خاستگاه شهری یا روستایی داشتن با اهمیت به کار و کوشش در بازار مدرن و سنتی.....	۹۸
۵-۲-۴- رابطه وضعیت اقتصادی با تقدیر گرایی در بازار مدرن و سنتی.....	۹۹
۵-۲-۵- رابطه وضعیت اقتصادی با اهمیت به کار و کوشش در بازار مدرن و سنتی.....	۱۰۲
۵-۲-۶- رابطه در معرض وسایل ارتباط جمعی بودن با تقدیر گرایی در بازار مدرن و سنتی.....	۱۰۴
۵-۲-۷- رابطه در معرض وسایل ارتباط جمعی بودن با اهمیت به کار و کوشش در بازار مدرن و سنتی.....	۱۰۵
۵-۲-۸- رابطه تحصیلات بازاری و اطرافیان با تقدیر گرایی در بازار مدرن و سنتی.....	۱۰۶
۵-۲-۹- رابطه تحصیلات بازاری و اطرافیان با اهمیت به کار و کوشش در بازار مدرن و سنتی.....	۱۰۷
۵-۲-۱۰- رابطه تکثر روابط با تقدیر گرایی در بازار مدرن و سنتی.....	۱۰۸
۵-۲-۱۱- رابطه تکثر روابط با اهمیت به کار و کوشش در بازار مدرن و سنتی.....	۱۰۹
۵-۳- رگرسیون چند متغیری.....	۱۱۰
۵-۳-۱- رگرسیون چند متغیری تقدیر گرایی.....	۱۱۰
۵-۳-۲- رگرسیون چند متغیر با اهمیت به کار و کوشش.....	۱۱۷
۵-۳-۳- نتایج حاصل از رگرسیون چند متغیری.....	۱۱۸
<b>فصل ششم: بحث و نتیجه گیری.....</b>	<b>۱۲۰</b>
نتیجه گیری.....	۱۲۱

## عنوان

## صفحه

۱۲۸.....	۱-۶- محدودیت های پژوهش.....
۱۲۹.....	۲-۶- پیشنهادات.....
۱۳۱.....	پیوستها.....
۱۳۲.....	پرسشنامه.....
۱۳۵.....	نرمال بودن.....
۱۳۸.....	تصاویر بازار سرپوشیده.....
۱۴۲.....	فهرست منابع.....
.....	چکیده به زبان انگلیسی.....
.....	صفحه عنوان به زبان انگلیسی.....

## فهرست جداول

عنوان	صفحه
جدول شماره (۵-۱-). توزیع بازاریان بر حسب وضعیت سنی در بازار مدرن و سنتی.....	۸۲
جدول شماره (۵-۲-). توزیع بازاریان بر حسب وضعیت تاهل در بازار مدرن و سنتی.....	۸۳
جدول شماره (۵-۳-). توزیع بازاریان بر حسب وضعیت خاستگاه شهری یا روستایی داشتن در بازار مدرن و سنتی.....	۸۴
جدول شماره (۵-۴-). توزیع بازاریان بر حسب چگونگی میزان سواد در بازار مدرن و سنتی.....	۸۵
جدول شماره (۵-۵-). توزیع بازاریان بر حسب سطح تحصیلات بازاری و اطرافیان در بازار مدرن و سنتی.....	۸۶
جدول شماره (۵-۶-). توزیع بازاریان بر حسب مسافرت به خارج از کشور در بازار مدرن و سنتی.....	۸۷
جدول شماره (۵-۷-). توزیع بازاریان بر حسب تکرر روابط در بازار مدرن و سنتی.....	۸۸
جدول شماره (۵-۸-). توزیع بازاریان بر حسب در معرض وسایل ارتباط جمعی قرار گرفتن در بازار مدرن و سنتی.....	۸۹
جدول شماره (۵-۹-). توزیع بازاریان بر حسب وضعیت اقتصادی در بازار مدرن و سنتی.....	۹۰
جدول شماره (۵-۱۰-). توزیع بازاریان بر حسب اهمیت به کار و کوشش در بازار مدرن و سنتی.....	۹۱
جدول شماره (۵-۱۱-). توزیع بازاریان بر حسب تقدیر گرایی در بازار مدرن و سنتی.....	۹۲
جدول شماره (۵-۱۲-). توزیع بازاریان بر حسب اعتقاد به جغد در بازار مدرن و سنتی.....	۹۳
جدول شماره (۵-۱۳-). توزیع بازاریان بر حسب اعتقاد به شماره سیزده در بازار مدرن و سنتی.....	۹۴
جدول شماره (۵-۱۴-). تغییر مشترک مستقل سن با تقدیر گرایی در بازار مدرن و سنتی.....	۹۷
جدول شماره (۵-۱۵-). آزمون تفاوت میانگین تقدیر گرایی بر حسب خاستگاه شهری یا روستایی داشتن در بازار مدرن و سنتی.....	۹۸
جدول شماره (۵-۱۶-). آزمون تفاوت میانگین وضعیت اقتصادی بر حسب تقدیر گرایی در بازار سنتی.....	۱۰۰
جدول شماره (۵-۱۷-). آزمون تفاوت میانگین وضعیت اقتصادی بر حسب تقدیر گرایی در بازار (مدرن و سنتی).....	۱۰۱



- جدول شماره (۵-۱۸). آزمون تفاوت میانگین وضعیت اقتصادی بر حسب اهمیت به کار و کوشش در بازار مدرن..... ۱۰۲
- جدول شماره (۵-۱۹). آزمون تفاوت میانگین وضعیت اقتصادی بر حسب اهمیت به کار و کوشش در بازار (مدرن و سنتی)..... ۱۰۳
- جدول شماره (۵-۲۰). آزمون تفاوت میانگین در معرض وسایل ارتباط جمعی قرار گرفتن با تقدیرگرایی در بازار سنتی..... ۱۰۴
- جدول شماره (۵-۲۱). آزمون تفاوت میانگین در معرض وسایل ارتباط جمعی قرار گرفتن با تقدیرگرایی در بازار (مدرن و سنتی)..... ۱۰۵
- جدول شماره (۵-۲۲). آزمون تفاوت میانگین تحصیلات بازاری و اطرافیان با تقدیرگرایی در بازار سنتی..... ۱۰۶
- جدول شماره (۵-۲۳). آزمون تفاوت میانگین میانگین تحصیلات بازاری و اطرافیان با تقدیرگرایی در بازار (مدرن و سنتی)..... ۱۰۷
- جدول شماره (۵-۲۲۴). آزمون تفاوت میانگین تکرر روابط با تقدیرگرایی در بازار سنتی..... ۱۰۸
- جدول شماره (۵-۲۵). آزمون تفاوت میانگین تکرر روابط با تقدیرگرایی در بازار (مدرن و سنتی)..... ۱۰۹
- جدول شماره (۵-۲۶). بررسی رگرسیون چند متغیری مرحله اول..... ۱۱۱
- جدول شماره (۵-۲۷). بررسی رگرسیون چند متغیری مرحله دوم..... ۱۱۲
- جدول شماره (۵-۲۸). بررسی رگرسیون چند متغیری مرحله سوم..... ۱۱۳
- جدول شماره (۵-۲۹). بررسی رگرسیون چند متغیری مرحله چهارم..... ۱۱۴
- جدول شماره (۵-۳۰). بررسی رگرسیون چند متغیری مرحله پنجم..... ۱۱۵
- جدول شماره (۵-۳۱). بررسی رگرسیون چند متغیری مرحله ششم..... ۱۱۶
- جدول شماره (۵-۳۲). بررسی رگرسیون چند متغیری مرحله اول..... ۱۱۷
- جدول شماره (۶-۳۳). ویژگیهای گونه های آرمانی بازار سنتی و مدرن با توجه به بررسیهای توصیفی..... ۱۲۳

## فهرست اشکال

<u>صفحه</u>	<u>عنوان</u>
۳۵.....	شکل شماره (۳-۱-). چهارچوب نظریات تحقیق.....
۵۸.....	شکل شماره (۳-۲-). تأثیر و تأثر سه خرده نظام.....
۵۹.....	شکل شماره (۳-۳-). عوامل اجتماعی - اقتصادی بعنوان متغیر واسطه.....
۶۴.....	شکل شماره (۴-۴-). بازار سنتی ومدرن(نظام اجتماعی).....

## پیشگفتار

در جامعه ایران واژه‌های پیشرفت، رشد، توسعه، نوگرایی، تجدد، نوسازی، مدرن بودن، فکر نو داشتن و... سال‌هاست بین اندیشمندان و روشنفکران رشته‌های مختلف به صورت تحلیلی یا مکتبی مورد بحث و گفت‌وگو قرار گرفته است. وجه اشتراک این مباحث و گفت‌وگوها در نگاهی به گذشته، چگونه بوده‌ایم، در نگاهی به حال، چگونه هستیم و در نگاهی به آینده چگونه باید باشیم، است. در نگاه به شرایط جدید طیفی از تقابل بین آنچه در گذشته بوده (سنت) و آنچه نو (مدرن) است، دیده می‌شود. «آلن تورن» کشور ایران را جامعه‌ای می‌داند که مدت زیادی است که در فرایند نوسازی قرار دارد. به نظر وی ایران دیگر جامعه‌ای صرفاً مذهبی نیست. (تورن، ۱۳۸۲: ۴۲)

هدف ما نیز در این پژوهش تاکید بر عوامل اجتماعی - اقتصادی مؤثر بر باورهای فرهنگی می‌باشد. در این پژوهش، مطالعه موردی را بازاریان (بازار مدرن و سنتی) قرار داده‌ایم. از این رو بازار مدرن و سنتی را انتخاب کردیم که همیشه این سؤال در ذهن من نقش بسته بود که آیا سنتی بودن فقط در معماری بازار سنتی تجلی می‌کند و یا در اندیشه‌های بازاریان هم، این سنتی و مدرن بودن نیز وجود دارد.

پژوهش حاضر در شش فصل تنظیم شده است. فصل اول مربوطه به اهداف و ضرورت تحقیق و در واقع توضیح مختصری در باره آنچه که ما در این پژوهش به دنبال آن هستیم، بیان شده است.

فصل دوم را اختصاص به تحقیقات پیشین داده‌ایم. پیشینه تاریخی نوسازی در ایران و همچنین انعکاس باورهای فرهنگی در ادبیات و تاریخ، و بررسی تحقیقات صاحب‌نظران داخلی و خارجی چه در حوزه نظری و چه تجربی مباحث این فصل را تشکیل می‌دهند.

فصل سوم، چهارچوب نظری را شامل می‌شود. در این فصل از نظریات نوسازی استفاده کرده‌ایم که متناسب این پژوهش می‌باشد. در این بخش، ما توضیحی در مورد شاخه‌های نظریه نوسازی داده‌ایم. (مدل روانشناختی، مدل فرآیند و مدل ساختی، و مدل

فرهنگی) که تمرکز ما، مدل فرهنگی بوده است. که در شکل شماره (۳-۱) نشان داده شده است.

فصل چهارم نیز چهارچوب روش تحقیق ما را شامل می شود. تعاریف مفهومی و عملیاتی، متغیرهای مستقل و وابسته، فرضیات تحقیق، جامعه آماری، نمونه گیری و سیمای جامعه مورد مطالعه و روشهای آماری (توصیفی و استنباطی) بطور کامل تشریح شده است.

فصل پنجم، اختصاص به تجزیه و تحلیل داده ها دارد. در این پژوهش همانطوریکه در فصل چهارم توضیح داده شده است، روش جمع آوری اطلاعات ما پرسشنامه است. که باید در بازار مدرن (پاساژاسلامی) ۵۰ عدد پرسشنامه و در بازار سنتی (سرپوشیده) ۲۰۷ عدد تکمیل شود، ما برای این که با پرسشنامه های بی جواب و ناقص کمتر برخورد کنیم، ۲۳۵ عدد پرسشنامه در بازار سنتی، و ۶۵ عدد در بازار مدرن توزیع کردیم. از این میان در بازار سنتی از ۲۳۵ عدد، ۲۰۰ پرسشنامه، و در پاساژاسلامی از ۶۵ عدد، ۵۰ پرسشنامه که بطور صحیح و کامل تکمیل شده بود، جمع آوری و برای تجزیه و تحلیل داده ها گردآوری شد. داده ها بوسیله نرم افزار SPSS در دو سطح توصیفی و استنباطی پردازش شد که در همین فصل (پنجم) بطور کامل بیان شده است.

و در نهایت فصل ششم را اختصاص به نتیجه گیری، پیشنهادات، محدودیت هایی که ما در این پژوهش با آن روبرو بودیم، داده ایم. و صفحات پایانی ما را فهرست مطالب، پیوستها، چکیده به زبان انگلیسی، تشکیل داده است. در خاتمه امیداوریم که این پژوهش، هر چند عاری از خطا و لغزش نیست، ولی مورد توجه پژوهشگران قرار بگیرد.

## مقدمه

در میان مباحث متعددی که در چند دهه اخیر در حوزه علوم اجتماعی مطرح شده، بحث توسعه بوده است، که در میان صاحب نظران رشته های مختلف علوم اجتماعی چون اقتصاد، جامعه شناسی، سیاست، مردم شناسی، علوم تربیتی، روانشناسی، به ویژه روانشناسی اجتماعی، از اهمیت چشمگیری برخوردار بوده است.

تک سونگریها در زمینه عوامل «اندیشه» یا «سرمایه» در توسعه کشورها، نهایتاً نظریات توسعه را به دو گروه گسترده، تقسیم بندی کرده است. گروه اول، اندیشمندانی که به تحلیل نقش سرمایه یا شاخص های اقتصادی در توسعه یافتگی مبادرت می کنند.

گروه دوم از نظریه پردازان، مطالعات خود را معطوف به «اندیشه» یا به عبارت دیگر، «فرهنگ» نموده اند. آنها توجه خود را بیشتر به ساخت اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی داخل کشورهای توسعه نیافته معطوف ساخته اند و برداشتهای خود را در قالب نظریه نوسازی انسجام بخشیده اند.

این گروه از محققان به جای شاخص های اقتصادی توسعه، بیشتر عوامل فرهنگی و روانی مؤثر در نوسازی جامعه را می جویند و به نقش خصوصیات فرهنگی و شخصیتی انسانها اهمیت می دهند. از دیدگاه این گروه توسعه قبل از هر چیزی، محتاج باورهای فرهنگی مساعدی است که بعنوان «پیش نیاز» یا «پیش شرط» توسعه محسوب می شود.

این باورها یا عناصر فرهنگی مساعد (چنانکه از ادیبان نوسازی بر می آید) شامل اهمیت به کار و کوشش، وقت شناسی، نظم اجتماعی، اهمیت دادن به علم، فقدان تقدیرگرایی ... می شود. که از ویژگیهای «جوامع مدرن» و «انسانهای نو» محسوب می شود.

به اعتقاد آلن پوشکین<sup>۱</sup> و رونالد کوهن<sup>۲</sup> ارزشها و عناصر نوسازی بایستی با متغیرهای مستقل و زمینه ای نظیر سن، جنس، سکونت در شهر یا روستا، سالهای آموزش رسمی در غرب، زمینه اجتماعی و اقتصادی، قبیله، دین و ... در ارتباط گذاشته شوند تا با اطمینان بتوان عواملی که به انتخاب ارزشهای نوسازی گرایش نشان می دهند شاخص بندی کرد و نظام ارزشی جامعه را به پذیرش وسیع از این ارزشها ارتقا بخشید. (pertti J. pelto And john

(J.poggie,JR. ۱۹۷۴:۱۱۱)

<sup>۱</sup>Allen Poshkin

<sup>۲</sup>Ronald cohen

در تحقیق حاضر نیز، با جهت گیری از نظریه نوسازی، در صدد هستیم تا میزان ارتباط عوامل اجتماعی - اقتصادی نظیر، سن، بعد خانوار، در معرض وسایل ارتباط جمعی قرار گرفتن، تکثر روابط، میزان تحصیلات را ... با باورهای فرهنگی (تقدیرگرایی، اهمیت به کار و کوشش) در میان افراد بازار سر پوشیده و یکی از پاساژهای موجود (پاساژاسلامی) در شهر اراک را مورد بررسی قرار دهیم.

در این راستا، نخست با الهام از تحقیقات انجام شده قبلی در داخل و خارج از کشور و سپس با بررسی نظریات نوسازی در عرصه جامعه شناسی توسعه به مدل تحلیلی نائل آمده ایم که به نظر می رسد برای چارچوب نظری تحقیق مناسب و کافی باشد.

#### ۱-۱- اهمیت و ضرورت پژوهش:

بحث فرهنگ بطور عام و باورهای فرهنگی بطور خاص و رابطه آن با توسعه جوامع، در محافل علمی و دانشگاهی دنیا، بخصوص در ارتباط با کشورهای جهان سوم در قالب، یا مباحث علمی و یا استراتژیهای علمی نمود بیشتری پیدا کرده است. انسانشناسان و جامعه شناسان پا به پای اقتصاددانان توسعه، در تلاش برای تنظیم چهارچوبهای نظری منسجم، برای طرح مسأله توسعه هستند. بازتاب این تلاطم و دغدغه های فکری، محققان و اندیشمندان داخل کشور را به اشتیاق و حساسیت بیشتری واداشته است. توجه بسیاری از سمینارها، سخنرانی ها، کتابها و مجلات تخصصی و تحقیقات دانشگاهی معطوف به بحث توسعه فرهنگی یا به عبارت دیگر فرهنگ توسعه بوده است. با این حال بزرگترین حامیان داخلی این مسأله و طراحان تئوری نوسازی در ایران کمتر به مطالعات و تحقیقات تجربی مبادرت کرده اند، شاید به جز، چندین مطالعه تجربی داخلی، صندوق غبار گرفته تحقیق همچنان در بسته مانده است و محققان مبتدی دست بسته تر، با این ملاحظات، تحقیق حاضر، دریچه تازه اما پر خطا و لغزش را گشوده است.

## ۱-۲- اهداف تحقیق:

همانطوریکه از عنوان تحقیق بر می آید، هدف اصلی این پژوهش بررسی عوامل اجتماعی - اقتصادی مؤثر بر باورهای فرهنگی (تقدیرگرایی - اهمیت دادن به کار و کوشش) در بازار سر پوشیده و پاساژ اسلامی شهر اراک می باشد، و می توان اهداف فرعی زیر را به پژوهش حاضر مترتب دانست.

- شناسایی تفاوت‌های بازاریان به لحاظ اجتماعی - اقتصادی در دو بازار مدرن و سنتی
- شناسایی تفاوت‌های این دو گروه بازاری به لحاظ باورهای فرهنگی
- تعیین این مسئله که کدامیک از عوامل اجتماعی و اقتصادی بیشترین تأثیر را بر باورهای فرهنگی دارد.
- مشخص نمودن مشتریان این دو بازار به لحاظ شهری و روستایی بودن

فصل دوم:

مروری بر تحقیقات پیشین



## مروری بر تحقیقات پیشین

### ۲-۱- پیشینه تاریخی نوسازی در ایران

مطالعات تاریخی نشان می‌دهد جامعه ایران دیر زمانی است که با مدرنیته و نوسازی روبه‌رو شده است و این رویارویی اگرچه در ابتدا بسیار کند بوده اما همواره به شکل دیالکتیکی بین سنت و تجدد در جامعه، جریان داشته است. با مروری مختصر، عوامل مؤثر بر نوسازی در چهار دوره تاریخی قاجار، پهلوی اول، پهلوی دوم و جمهوری اسلامی در ایران سعی می‌شود که ویژگی‌های این دوران در رابطه با نوسازی جامعه مشخص شود. تشکیل دولت متمرکز قاجار در سال ۱۱۶۵ هجری شمسی (۱۷۸۹ م) با دوره‌ای که انقلاب صنعتی در انگلستان آغاز شده بود و انقلاب سال ۱۷۸۹ فرانسه به وقوع پیوسته بود مصادف بود. در همین زمان بود که مبادله فرهنگی در سطوح خواص میان ایران و اروپا به تدریج افزایش یافت. (کاظمی، ۱۳۷۶: ۲۴).

ارتباط با غرب در آن زمان یعنی ارتباط با فرهنگ مادی و غیرمادی جدیدی که به زودی جامعه را متأثر می‌سازد. در دوره قاجار دیدگاه‌های سنتی و استبدادی بر جامعه حاکم بوده است، با این حال برآیند تغییرات و تحولات این دوره، شرایطی است که مولود نگرش‌هایی نو می‌باشد، که تأثیر آن را در خواست‌های روشنفکران آن دوره به وضوح دیده می‌شود. حکومت قانون، قانون اساسی، ضرورت ایجاد مجلس، آزادی بیان و عقیده، آزادی مطبوعات، ضرورت آموزش به شیوه‌های جدید، اصلاحات اداری و... از خواست‌های روشنفکران در این دوره بود. بروز چنین خواست‌هایی خود نشان‌دهنده میزانی از کشش جامعه به سوی نوسازی و نوگرایی است. با این حال، جامعه دارای ضعف‌هایی در عوامل

پیشبرنده توسعه مانند شهرنشینی، صنعت، میزان باسوادی، وسایل ارتباطی، نهادها و سازمان‌های جدید و... می‌باشد.

مؤلفه‌های مؤثر بر نوسازی و ایجاد شخصیت مدرن در دوره پهلوی اول نسبت به دوره قاجار از رشد قابل توجهی برخوردار است. در مجموع رشد جمعیت، رشد میزان شهرنشینی، رشد رسانه‌های اطلاعاتی، ایجاد سازمان‌های مختلف کشوری و اداری، ایجاد مراکز آموزشی در مقاطع و سطح‌های مختلف، ایجاد دانشگاه‌ها (دانشکده علوم، دانشکده کشاورزی، دانشکده ادبیات، دانشکده حقوق، مدرسه طب، دارالمعلمین و مرکز تربیت معلمین تهران)، راه آهن، بانک، نظام اداری جدید، ایجاد مقدار زیادی راه‌های شوسه، رشد تعداد وسایل نقلیه، رشد مجلات و هفته‌نامه‌ها، سینما، ایجاد کارخانجات و صنایع جدید، ارتباط بیشتر با جوامع غربی و... از جمله فعالیت‌هایی است که اگرچه برخی از قبل آغاز شده بوده، اما در این دوره رشد و گسترش کمی و کیفی می‌یابد (افضلی، ۳۷۶: ۷۹-۷۲).

در دوره پهلوی دوم شاهد رشد شاخص‌های توسعه مانند میزان شهرنشینی، میزان باسوادی، رشد وسایل ارتباطی و ارتباط جمعی، رشد تحصیل کردگان دانشگاهی و... هستیم. رشد شهرنشینی در فاصله سال‌های ۱۳۳۵ تا ۱۳۵۵ از ۳۱ درصد به ۳/۴۷ ارتقا می‌یابد. سوادآموزی در فاصله سال‌های ۱۳۳۵ تا ۱۳۵۵ به سه برابر افزایش یافت و فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها از ۱۷۲۵۰ نفر در سال ۱۳۵۰-۱۳۴۹ به حدود ۴۵ هزار نفر در سال تحصیلی ۱۳۵۶-۱۳۵۵ رسید. (رزاقی، ۱۳۶۷: ۵۲۷).

بین سال‌های ۱۳۴۵-۱۳۵۵، درصد گیرنده‌های تلویزیون از ۳/۸ درصد به ۶۹ درصد و تعداد مسافرین سالیانه به خارج از کشور از حدود ۱۰۰ هزار نفر به نزدیک ۵۵۰ هزار نفر رسید. (رفیع پور، ۱۳۷۷: ۷۲).

می‌توان گفت حکومت پهلوی به یک حساب و در گونه‌شناسی دولت‌ها، دولتی غرب‌گرا و مدرن بود که حاکمیت رسمی تحولات و فرایندهایی را طی چند دهه نمایندگی می‌کرد. این تحولات را می‌توان با نام «رشد با الگوی مدرنیته غربی» دانست. در دهه اول تا پنجاه و به ویژه دو دهه پایانی، ایران در عرصه نهادهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی روندی از پیشرفت و نوسازی را طی کرد که حتی موجب خروج کشور از موقعیت کاملاً حاشیه‌ای شد. (فراستخواه، ۱۳۷۹: ۸).

گسترش پرشتاب عرضه و تقاضای علم، تکنولوژی و آموزش عالی فرایندهای رشد و توسعه‌ای هستند که بر جامعه سخت تأثیر گذاشته‌اند و حوزه اجتماعی حضور زنان و مردان را وسعت می‌دهند. وسعت تحولات (جمعیت، شهرنشینی، گسترش وسایل ارتباط جمعی، گسترش سازمان‌های مدرن و...) در بعد زمان و مکان تا حدی خارج از تحمل فرهنگی جامعه و در تضاد با ارزش‌های سنتی می‌باشد.

بنو عزیزی که انقلاب ایران را بررسی کرده است بر این اعتقاد است که ایران در دهه ۱۹۷۰ تجربه یک نوسازی گسترده مشتمل بر صنایع بزرگ، رشد شهرنشینی، گسترش آموزش‌های رسمی و رشد وسایل ارتباط جمعی را پشت سر گذارده است (سو، ۱۳۸۰: ۹۷). بعد از پیروزی انقلاب، به عنوان یک پدیده اجتماعی در هم شکننده ساختارهای اجتماعی، پیامدهای جنگ، وضعیت اقتصادی ناشی از شرایط جهانی و منطقه‌ای، تحریم‌ها، رشد فزاینده جمعیت ۳/۹ درصد در دهه شصت، افزایش بی‌رویه شهرنشینی، فرهنگ با تقابل ارزشی به وجود آمده به نفع سنت کنار آمد.

از جمله تحولات مثبت نهادی در دهه دوم جمهوری اسلامی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: رشد شاخص‌های توسعه‌ای از قبیل امید به زندگی (از ۶/۶۱ سال در ۱۳۶۷ به ۷۰/۶ در سال ۱۳۷۶ رسید)، رشد میزان باسوادی به ویژه برای زنان (از ۴۶/۳ درصد در سال ۱۳۶۷ به ۶۷ درصد در سال ۱۳۷۶ رسید)، رشد کتابخانه‌های عمومی (از ۴۸۶ واحد در ۱۳۶۷ به ۱۱۴۷ واحد در ۱۳۷۶). (فراستخواه، ۱۳۷۹: ۲۹).

عدم توازن رشد شاخص‌ها در سطح ملی، بی‌رویه بودن نرخ رشد شهرنشینی تا حد بالای ۶۰ درصد، تداوم سهم اندک نرخ فعالیت اقتصادی زنان (۱۴/۳ درصد)، عدم توازن برخورداری استان‌ها از محصول نهایی رشد، نهادی نشدن ثبات در سیاست‌گذاری و اجرا و عدم تحقق پیش‌بینی‌های برنامه‌ای، عدم درک نهادین تحولات ساختار جمعیتی، فرهنگی و سیاسی و مشارکت‌جویی‌های آن، عدم توجه نهادین و موزون به مقتضیات توسعه تدریجی و قانون‌مندی سیاسی و فرهنگی پا به پای توسعه اقتصادی - اجتماعی را در این دوره می‌توان از جمله تحولات منفی دانست. (همان، ۲۹)

جامعه ایران در فرایند نوسازی از دوران قاجار (۱۵۰ سال اخیر) تاکنون فراز و نشیب‌هایی را تجربه کرده است که در برخی مؤلفه‌های اساسی نوسازی مانند آموزش

موفقیت های چشمگیری کسب کرده است ولی در برخی مؤلفه های دیگر مانند فعالیت اقتصادی زنان در بازار کار رشد نداشته است. در حقیقت جامعه ایران شاهد عدم توازن در رشد شاخص های نوسازی در این دوران بوده است .