

فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال هفتم، شماره سوم (پیاپی ۲۵)، پاییز ۱۳۹۷

شاپای چاپی ۲۳۲۲-۲۱۳۱ شاپای الکترونیکی ۴۷۶X-۲۵۸۸

<http://serd.khu.ac.ir>

صفحات ۱۰۱-۱۲۲

نوسازی فرهنگی روستا و شکست سیاست‌های کارآفرینی روستایی در استان ایلام

حیدر لطفی*؛ دانشیار گروه جغرافیا، واحد گرمسار، دانشگاه آزاد اسلامی، گرمسار، ایران.

پذیرش نهایی: ۱۳۹۷/۰۴/۱۶

دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۱۱/۲۹

چکیده

به طور کلی کارآفرینی روستایی در ایران با چالش‌های عمیق و برنامه‌ریزی نشده‌ای روبروست که یکی از عمده‌ترین این چالش‌ها پدیده‌ای است که در این مقاله از آن به نوسازی فرهنگی تعبیر می‌شود. نوسازی نظریه و اصطلاحی ریشه‌دار و با سابقه مفهومی عظیم در ادبیات توسعه است که ابعاد مختلف سیاسی و اقتصادی و روانی دارد. یکی از ترکیبات مضاف آن نوسازی فرهنگی است که ناظر به در هم شکستن و از نو ساختن بنیادهای فرهنگی مستقر کنونی یک جامعه و نشان دادن مجموعه دیگری از ارزش‌های فرهنگی به جای آن‌هاست. این مقاله مدعی است که نوسازی فرهنگی خواسته و یا ناخواسته در روستاهای ایران به وقوع پیوسته و هدف آن بررسی تأثیر آن بر شکست سیاست‌های کارآفرینی روستایی در ایران است. سؤال اصلی مقاله این است که نوسازی فرهنگی روستا و شکست سیاست‌های کارآفرینی روستایی در ایران چه رابطه‌ای با هم دارند؟ روش این مقاله پیمایشی - توصیفی است. جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز برای ادبیات نظری نوسازی با استفاده از روش اسنادی و برای بخش میدانی از روش پیمایشی استفاده شد. جامعه آماری این مقاله روستائیان استان ایلام هستند. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۳۶۵ نفر از جمعیت روستائین استان ایلام تعیین شد. این تعداد پرسشنامه بین سه نسل تقسیم و پاسخگویان به طریق نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند. فرضیه مقاله این است که به نظر می‌رسد بین نوسازی فرهنگی و سیاست‌های کارآفرینی روستایی رابطه معنا داری وجود دارد. نتایج این مقاله نشان می‌دهد که عواملی مانند عملکرد رسانه‌ها، نظام آموزشی، نظام اقتصادی و سیستم بوروکراسی کشور باعث تغییر سبک زندگی، انتظارات، نوع معیشت و فرهنگ اقتصادی و حتی تربیت اقتصادی و نیز وابستگی و عدم استقلال شهر از روستا و نهایتاً شکست سیاست‌های کارآفرینی روستایی در ایران شده است.

واژگان کلیدی: روستا، نوسازی فرهنگی، کارآفرینی روستایی، سیاست‌های کارآفرینی، استان ایلام.

* heidare.lotfi@gmail.com

(۱) مقدمه

مطابق آمار منتشر شده از طرف سازمان ملل تقریباً ۶۲ درصد از جمعیت کل دنیا را روستاییان تشکیل می‌دهند که در آسیا و آفریقا این نسبت گاهی به ۷۶ درصد می‌رسد (World Population Prospects, 2015: 8). بر طبق اعلام مرکز آمار ۲۶ میلیون و ۹۸۳ هزار و ۲۵۰ نفر از جمعیت فعال کشور در تابستان ۹۶ مشارکت اقتصادی داشته‌اند که معادل ۴۱ درصد جمعیت فعال کشور بوده است. این نرخ در بهار ۹۶ معادل ۴۰/۶ درصد بوده و در تابستان ۹۵ معادل ۴۰/۴ درصد بوده است. بیشترین اشتغال کشور در تابستان ۱۳۹۶ در بخش خدمات با ۱۱ میلیون و ۷۹۸ هزار و ۷۷ نفر معادل ۴۹/۵ درصد بوده است و پس از آن جمعیتی بالغ بر هفت میلیون و ۴۸۰ هزار و ۵۴۹ نفر معادل ۳۱/۴ درصد در بخش صنعت مشغول به کار بوده است. همچنین نرخ اشتغال در بخش کشاورزی ۱۹/۱ درصد با جمعیتی بالغ بر چهار میلیون و ۵۴۵ هزار و ۲۴۰ نفر را شامل می‌شود. یافته‌های مرکز آمار ایران نشان می‌دهد که نرخ مشارکت اقتصادی در میان زنان نسبت به مردان و در نقاط شهری نسبت به نقاط روستایی کمتر بوده است. همچنین بررسی روند تغییرات نرخ مشارکت اقتصادی کل کشور نشان می‌دهد که این شاخص، نسبت به فصل مشابه سال قبل، ۰/۶ درصد و نسبت به فصل بهار ۱۳۹۶ معادل ۰/۴ درصد افزایش یافته است (گزارش فصلی اقتصاد ایران، تابستان و بهار ۱۳۹۶: ۱۷ و ۲۳).

طبق گزارشات مرکز آمار ایران، بررسی نرخ بیکاری جمعیت ۱۰ ساله و بیشتر نشان می‌دهد که در تابستان ۱۳۹۶ معادل ۱۱/۷ درصد از جمعیت فعال کشور بیکار بوده‌اند. بر اساس این نتایج نرخ بیکاری در میان زنان نسبت به مردان و در نقاط شهری نسبت به نقاط روستایی بیشتر بوده است. بررسی روند تغییرات نرخ بیکاری کل کشور نیز نشان می‌دهد که این شاخص، نسبت به فصل مشابه سال قبل (تابستان ۹۵) یک درصد و نسبت به فصل بهار ۱۳۹۶ معادل ۰/۹ درصد کاهش یافته است. در تابستان ۹۶ معادل سه میلیون و ۱۵۶ هزار و ۸۲ نفر بیکار در کشور وجود داشته است. بررسی نرخ بیکاری جوانان ۱۵ تا ۲۴ ساله نشان می‌دهد که ۲۷/۳ درصد از جمعیت فعال این گروه سنی بیکار بوده‌اند. این شاخص در بین زنان نسبت به مردان و در نقاط شهری نسبت به نقاط روستایی بیشتر بوده است. بررسی روند تغییرات نرخ بیکاری جوانان ۱۵ تا ۲۴ ساله کل کشور نشان می‌دهد که این شاخص نسبت به فصل مشابه در سال گذشته ۲/۹ درصد و نسبت به فصل بهار ۱۳۹۶ معادل ۱/۵ درصد کاهش یافته است. همچنین نرخ بیکاری جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله نیز حاکی از آن است که ۲۴/۴ درصد از جمعیت فعال این گروه سنی بیکار بوده‌اند. بررسی روند تغییرات این شاخص نشان می‌دهد که آمار بیکاران در فصل تابستان ۹۶ نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۲/۳ درصد و نسبت به فصل بهار ۱۳۹۶ معادل دو درصد کاهش یافته است (گزارش فصلی اقتصاد ایران، تابستان و بهار ۱۳۹۶: ۱۷ و ۲۳).

بررسی آماری وضعیت بیکاری در مناطق روستایی کشور حاکی از آن است که از جمعیت فعال ۷ میلیون و ۱۹۱ هزار و ۹۷۸ نفری در روستاهای کشور ۵۳۳ هزار و ۳۴۱ نفر بیکار هستند که ۱۶٫۸ درصد از کل جمعیت بیکار کشور را در بر می‌گیرد. همچنین از کل جمعیت فعال، ۶ میلیون و ۶۵۸ هزار و ۶۳۷ نفر در مناطق روستایی کشور شاغل هستند که ۲۷/۹ درصد از کل جمعیت شاغل کشور را شامل می‌شود. اشتغال بیش از نیمی از جمعیت مناطق روستایی کشور در بخش کشاورزی است که ۵۲/۶ درصد از اشتغال این مناطق را به خود اختصاص داده؛ همچنین ۲۴/۷ درصد از روستانشینان در بخش صنعت و ۲۲/۶ درصد نیز در بخش خدمات اشتغال دارند. در بین جمعیت بیکار روستانشینان، ۵۳۲ هزار و ۶۹۳ نفر در گروه سنی ۱۵ سال به بالا هستند که ۳۱۹ هزار و ۹۷۸ نفر در گروه سنی ۱۵ تا ۲۹ سال قرار دارند و مابقی نیز بالای ۲۹ سال هستند.

با توجه به لزوم اجرای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی به منظور دستیابی به توسعه پایدار در مناطق مختلف کشور از جمله مناطق کم برخوردار و روستایی و با عنایت به اسناد بالا دستی و قوانین و مقررات ناظر بر نیل به اهداف سند چشم‌انداز ایران در افق ۱۴۰۴، قانون اجرای سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی، قانون الزام دولت به توسعه متوازن روستایی، قانون برنامه پنجم و... و با در نظر گرفتن اهمیت موضوع، دفتر سیاست‌گذاری و توسعه اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در طول اجرای برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه‌ای جمهوری اسلامی ایران، فارغ از تحولات سیاسی و دگرگونی‌های ناشی تغییر دولت‌ها، همواره موضوع اشتغال روستایی را در دستور کار خود قرار داده است (نتایج آمارگیری از هزینه و درآمد خانوارهای روستایی، ۱۳۹۵: ۱۲۱).

بررسی پیشینه اقداماتی که در خلال سال‌های گذشته در زمینه توسعه روستایی انجام شده نشان می‌دهد که موضوع توسعه روستایی همواره به عنوان یکی از دغدغه‌های برنامه‌ریزان کشور مطرح و در قالب مجموعه جلسات و کارگروه‌های مختلف، توسط دستگاه‌های اجرایی ذی‌ربط مورد پیگیری واقع شده است. تشکیل کارگروه‌های متعدد طی شش سال اخیر برای موضوع توسعه اشتغال روستایی با عناوینی نظیر تشکیل کمیسیون تخصصی توسعه اشتغال روستایی در وزارت کار و امور اجتماعی وقت، تشکیل کارگروه جهاد اقتصادی در سازمان امور دهیاری‌های وزارت کشور، تشکیل کارگروه ساماندهی اشتغال روستایی و شهرهای زیر بیست هزار نفر در کمیته امداد امام خمینی (ره)، تشکیل ستاد هماهنگی توسعه اشتغال روستایی در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و تشکیل جلسات هماهنگی در مرکز توسعه روستایی و مناطق محروم ریاست جمهوری و... مبین گوشه‌ای از اقدامات دستگاه‌های اجرایی در این رابطه است. قوانین و مقررات بالادستی که به توسعه کارآفرینی روستایی پرداخته‌اند عبارت‌اند از:

مواد قانون برنامه پنجم توسعه شامل:

- ماده ۲۷ (نظام جامع تأمین اجتماعی - مساعدت‌های اجتماعی شامل خدمات حمایتی و توانمندسازی)

- ماده ۳۹ (طبقه‌بندی خدمات حمایتی و توانمندسازی افراد و گروه‌های نیازمند...)

- ماده ۸۰ (ایجاد اشتغال پایدار، توسعه کارآفرینی، کاهش عدم تعادل منطقه‌ای ...)

- ماده ۱۹۴ (بهبود وضعیت روستاها، ارتقاء سطح درآمد و کیفیت زندگی روستائیان و ...)

مصوبات شورای عالی اشتغال از جمله:

- بند ۱۲ مصوبات سی و ششمین جلسه شورای عالی اشتغال به تاریخ ۱۳۹۰/۱/۲۱

- بند ۲ مصوبات پنجاه و سوم جلسه شورای عالی اشتغال به تاریخ ۱۳۹۰/۱۲/۱۴

- بند ۳ مصوبات شصت و سومین جلسه شورای عالی اشتغال به تاریخ ۱۳۹۲/۲/۱۶

- بند ۳ مصوبات شصت و پنجم جلسه شورای عالی اشتغال به تاریخ ۱۳۹۲/۴/۲۶ (رضوانی، ۱۳۷۹: ۶۵-۷۸).

دستگاه‌های اجرایی از نظر پیگیری موضوعات مربوط به توسعه کارآفرینی روستایی در سه دسته مجزا قابل تقسیم بندی هستند. اول دستگاه‌های اجرایی که با تدوین برنامه‌های توسعه‌ای مشخص، به صورت تخصصی تمام و یا حداقل بخشی از توان خود را بر روی موضوع توسعه روستایی متمرکز نموده‌اند که شاخص‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از؛ سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و وزارت جهاد کشاورزی. دسته دوم دستگاه‌هایی را شامل می‌گردند که هر چند برنامه ویژه و مجزایی، خاص توسعه روستا ندارند، اما نتیجه فعالیت‌های عمومی و عمرانی آن‌ها تأثیر بسزایی در توسعه روستاهای کشور می‌گذارد. وزارت نیرو با حجم فعالیت‌های عمرانی گسترده به عنوان بارزترین مثال از این دسته قابل ذکر است و بالاخره دسته سوم که ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های فراوانی جهت ارائه خدمات در راستای اجرای برنامه‌های توسعه‌ای به سایر دستگاه‌ها را به عنوان همکار دارند مانند سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای.

این مقاله مدعی است که نوسازی فرهنگی خواسته و یا ناخواسته در روستاهای ایران به وقوع پیوسته و هدف آن بررسی تأثیر آن بر شکست سیاست‌های کارآفرینی روستایی در ایران است. سؤال اصلی مقاله این است که نوسازی فرهنگی روستا و شکست سیاست‌های کارآفرینی روستایی در ایران چه رابطه‌ای با هم دارند؟ روش این مقاله پیمایشی - توصیفی است. جامعه مورد مطالعه، ۳۶۵ نفر از جمعیت روستانشین استان ایلام می‌باشد.

(۲) مبانی نظری

اصطلاح لاتین مدرنیزاسیون^۱ در ادبیات فارسی، معادل‌هایی چون نوسازی، مدرن شدن، متجدد کردن و نوین‌سازی و... پیدا کرده است. این مفهوم از کلمه لاتین مُدْا به معنی همین حالا یا هم اکنون گرفته شده که بعد از جنگ جهانی دوم در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ میلادی به عنوان رویکردی غالب در ادبیات علوم اجتماعی مطرح شده است (ازکیا، ۱۳۸۱: ۷۸). فرض نظریه‌های نوسازی این است که دگرگونی اجتماعی یک

^۱ Modernization

^۲ Modo

فرایند خطی و شامل تبدیل جوامع کشاورزی سنتی به جوامع صنعتی مدرن است. روستا^۱ یک مدل اساساً سرمایه دارانه را مطرح کرد که بر این فرض قابل ملاحظه بنا گردیده بود که چنین مدلی به طور یکسان در دسترس هر جامعه‌ای قرار دارد. رویکرد روستو آشکارا ضد کمونیستی بود. او همچنین اعلام می‌کرد که اگر بتوان فرض کرد که جامعه فعالانه و به طور مؤثری به امکانات بالقوه رشد که در دسترسش است پاسخ خواهد داد در آن صورت رشد اقتصادی تنها یک فرایند خود به خودی خواهد بود و بنابراین یک جامعه سنتی جامعه‌ای تعریف می‌شود که نمی‌تواند یا نمی‌خواهد از توسعه تکنولوژیک استفاده کند. رشد اقتصادی قابل توجه و مستمر رخ نخواهد داد مگر اینکه یا تا زمانی که یک دوره دگرگونی - پیش شرط‌های جهش - رخ داده باشد. این دگرگونی شامل تغییرات در ارزش‌ها (به ویژه این اعتقاد که رشد اقتصادی نه تنها ممکن، بلکه مطلوب است)، در نهادهای اقتصادی (که به سرمایه‌گذاری بیشتر منجر می‌شود) و در بهره‌برداری از مواد خام و توسعه یک زیرساختار حمل و نقل و ارتباطات و همواره یک اقتدار سیاسی مؤثر و متمرکز است. تنها در آن هنگام است که می‌توان گفت جامعه به مرحله جهش رسیده است که به فاصله زمانی‌ای که در آن موانع و مقاومت‌های قدیمی در برابر رشد پیوسته سرانجام برطرف گردیده‌اند، تعریف می‌شود (Costa et al., 2016: 3).

پیشرفت منافاتی با سبک زندگی بومی و تداوم آن ندارد و می‌تواند در دل این سبک زندگی اتفاق افتد و در واقع این نوع پیشرفت نیز دوام و استمرار بیشتری خواهد داشت. در واقع اگر بعضی اقشار و طبقات اجتماعی و سبک زندگی و زیست آن‌ها به عنوان موانع پیشرفت نگریسته شوند و سعی شود از بالا و با برنامه‌ریزی حاکمیتی جایگزین شود و یا اینکه با فرهنگ‌ها و سبک‌های زندگی غربی مقایسه شوند و سپس گرا و نشانه عقب‌ماندگی نگریسته شوند در اینجا مسیر برای نفوذ فرهنگی و سایر ابعاد نفوذ فراهم می‌شود. ایران زمان رضاشاه نمونه برجسته این مسئله به شمار می‌رود.

نظریه نوسازی جدید^۲

کانون تحقیقات نظریه نوسازی جدید نیز جهان سوم است. عوامل داخلی چون ارزش‌های فرهنگی و نهادهای اجتماعی متغیرهای عمده‌اند و انجام نوسازی در این حوزه‌ها عملی مفید تلقی می‌شود. در مطالعات سنتی نوسازی، سنت مانع توسعه تلقی می‌شود؛ ولی در مطالعات جدید نوسازی، سنت عاملی مثبت در توسعه است. در مطالعات سنتی، مسیر توسعه یک طرفه به سمت الگوی آمریکایی است؛ ولی در مطالعات جدید مسیرهای متعدد و چند سویه توسعه وجود دارد. در مطالعات سنتی عوامل خارجی با غفلت نسبی مواجه‌اند؛ اما در مطالعات جدید، به عوامل خارجی و ستیز توجه بیشتر می‌شود (Reyes, 2001: 2).

به گفته دیویس، پیروان مکتب نوسازی در تبیین رابطه میان مذهب و توسعه دچار چندین اشتباه شده‌اند: مذهب منشأ حفاظتی است که در بخش‌های مختلف، تأثیر مثبت می‌گذارد. تمدن موجب دنیوی شدن همه

¹ Walt Whittman Rostow

² new modernisation theory

می‌شود و به عنوان مثال فرهنگ ژاپنی، عامل توسعه آن کشور است. دیویس نظریه جدیدی به نام حصارها ارائه می‌کند که عبارت است از: جوامع سنتی در مقابل پیشرفت خرد کننده ارزش‌های سرمایه‌داری، به برپا کردن حصارها می‌پردازند تا از آشفتگی در امان باشند و به پیشرفت برسند. دیویس معتقد است که مذهب ژاپنی، بر توسعه آن کشور، به صورت زیر تأثیر گذاشت. ۱- سلبی: مذهب ژاپنی هیچ محدودیتی در مقابل شغل، آمیزش با خارجی‌ان، توسعه شهرنشینی، تساهل با دیگران، دنیوی شدن مذهب و ایجاد امیدهای تازه پدید نیامد. ۲- ایجابی: مذهب ژاپنی به تقویت روحیه وفاداری، ترویج فرهنگ کار و رشد ناسیونالیسم ژاپنی کمک کرد (داد، ۱۳۶۹: ۸۴). هانتینگتون^۱ افزون بر ثروت، برابری و دموکراسی، عوامل دیگری چون ساخت اجتماعی، محیط خارجی و بستر فرهنگی را از عوامل رشد می‌داند. مراد وی از ساخت اجتماعی، گروه‌های نسبتاً مستقلی چون گروه‌های تجاری، حرفه‌ای، مذهبی و نژادی است و در توضیح محیط خارجی می‌گوید: رشد دموکراسی، بیش از آنکه نتیجه خود توسعه باشد، ناشی از کشورهای صاحب آن است. بستر فرهنگی شامل بررسی نقش مذهب در فرهنگ سیاسی است که طی آن شینتو^۲، مانعی برای دموکراسی پدید نیامد؛ برخلاف اسلام. وی توسعه را ناشی از دموکراسی خطی و دیالکتیکی و نه چرخشی می‌داند و حتی انقلاب را مایه تحقق دموکراسی نمی‌داند. او می‌افزاید آمریکا باید با گسترش ارزش‌های ناشی از دموکراسی، برای رشد جهان سوم به آنان کمک کند (امیری، ۱۳۷۴: ۲۱۹).

بسیج توده‌ای از پایین برای نیل به نوسازی، که اغلب هم در کشاکش با دولت‌های بی‌تحرک و محافظه‌کار است، می‌رود تا در کانون توجه قرار گیرد. در واقع این جنبش‌های اجتماعی خود انگیزه و ظهور رهبران فرهمند هستند که کارگزاران اصلی نوسازی‌اند. نوسازی بازتاب آرمان مشترک و خودانگیزه جامعه است که با اثر نمایی فراوان ثروت غرب، آزادی و سبک زندگی مدرن آن گونه که از طریق امکانات وسیعاً موجود رسانه‌های جمعی و تماس‌های شخصی درک می‌شود، همراه است.

نقش عوامل خارجی مانند تعادل ژئوپلیتیکی، دسترسی به اقتصاد و حمایت مالی خارجی، باز بودن بازارهای جهانی و بالاخره منابع ایدئولوژیک متقاعد کننده شامل دکترین‌های سیاسی یا اجتماعی یا نظریه‌های مشوق تلاش‌های نوسازی همراه با تصریح ارزش‌های تجدد (مثل فردگرایی، انضباط، اخلاق کار، اتکا به نفس، احساس مسئولیت، خرد، علم، پیشرفت و آزادی) مورد توجه قرار می‌گیرد. به جای مدل مجرد و منحصر به فرد تجدد مورد سرمشق جوامع عقب مانده (در نظریه کلاسیک غالباً مدل ایالات متحده آمریکا)، ایده کانون‌های متحرک تجدد و پیامد قهری آن، جایگزین ایده جوامع مرجع معرفی می‌شود (Przeworski & Limongi, 1997: 28).

1. Samuel P. Huntington

2. Shinto also called kami-no-michi is the ethnic religion of the people of Japan. It focuses on ritual practices to be carried out diligently, to establish a connection between present-day Japan and its ancient past.

در نظریه جدید نوسازی به جای روند یکنواخت نوسازی، تصویری متنوع‌تر پیشنهاد و عنوان می‌شود که در حوزه‌های مختلف زندگی اجتماعی، نوسازی دارای شتاب، آهنگ و مراحل مختلفی است. در نتیجه، ناهمزمانی در تلاش‌های نوسازی به وفور اتفاق می‌افتد. رالف دارندورف^۱ درباره دردسر سه زمان که جوامع پساکمونستی با آن مواجه‌اند هشدار داده و اظهار می‌دارد در حالی که ممکن است برای اصلاحات در حوزه قانون اساسی شش ماه وقت کافی باشد، در قلمرو اقتصاد شش سال زمان اندکی محسوب می‌شود. در سطح لایه‌های نهانی شیوه‌های زندگی، نگرش‌ها، ارزش‌هایی که جامعه مدنی را می‌سازند و نوسازی آن چند نسل به طول می‌انجامد. در نظریه نوسازی جدید توجه بسیار زیادی به ارزش‌های انسانی، نگرش‌ها، معانی نمادین، قالب‌های فرهنگی و به‌طور خلاصه امور غیر محسوس و غیرقابل پیش‌بینی به عنوان شروط لازم نوسازی موفقیت‌آمیز می‌شود (Tittenbrun, 2013: 120).

نوسازی فرهنگی اشاره به نوعی تحرک روانی یا ذهنی دارد که در آن افراد ویژگی‌های روانی، ارزشی، انگیزشی و اعتقادی تازه‌ای را کسب می‌کنند. بر اساس این چشم‌انداز، ایجاد سلسله تغییراتی مطلوب در ساخت شخصیت افراد ممکن است زیربنای فرایند نوسازی نظامی معین باشد. در اینجا تأکید الگوهای تغییر در نظام اعتقادات و خصوصیات شخصیتی است.

دانیل لرنر^۲، الکس اینکلس^۳، دیوید اسمیت^۴، دیوید مک‌کله‌لنده^۵، اورت هیگن^۶ و اورت راجرز^۷ از نظریه‌پردازان حوزه نوسازی فرهنگی هستند. لرنر مطالعه خود را در شش کشور خاورمیانه: ایران، ترکیه، سوریه، مصر، لبنان و اردن انجام داد. حاصل آن کتابی به نام گذار از جامعه سنتی نوسازی و خاورمیانه بود. او معتقد است ک به واسطه نشر و بسط عناصر فرهنگی کشورهای غربی در جهان، نوسازی و تجدد به وقوع می‌پیوندد. نظریه اشاعه فرهنگی از اوست. مهم‌ترین عواملی که برای آمادگی روانی انسان‌ها برای نوسازی مفید است را اینگونه برمی‌شمارد: ۱- بسط و گسترش رسانه‌های گروهی ۲- سوادآموزی و ارتقا تحصیلات ۳- شهرنشینی ۴- مشارکت. لرنر به این نتیجه می‌رسد که همراه با ورود تسهیلات شهری، نگرش و باورهای انسان‌های جهان سوم تغییر می‌کند و اندیشه آنان نیز مدرن می‌شود (Inglehart & Welzel, 2005: 48).

بحث اینکلس و اسمیت انسان متجدد است. سؤال اصلی آنان این است که آیا وقتی مردم جهان سوم در معرض تأثیرات تجدد غربی قرار گیرند، نگرش‌های آنان نسبت به گذشته نوگرایانه تر می‌شود؟ بدین‌سان مطالعه تطبیقی در آرژانتین، اسرائیل، هند، شیلی، نیجریه و پاکستان انجام دادند و نتیجه اینکه سه متغیر

1. Ralf Gustav Dahrendorf, Baron Dahrendorf, KBE, FBA, PhD was a German-British sociologist, philosopher, political scientist and liberal politician

2. Daniel Lerner

3. Alex Inkeles

4. David H. Smith

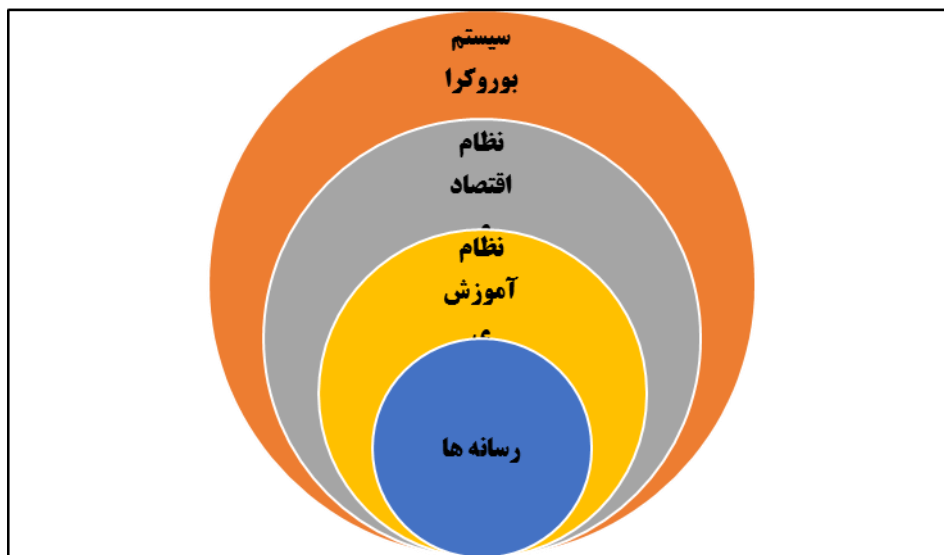
5. David McClelland

6. Everett E. Hagen

7. Everett M. Rogers

آموزش و پرورش، وسایل ارتباط جمعی و کار در کارخانه در فرایند نوسازی بیشترین اهمیت را دارند (Inkeles & Smith, 1974). مک کله لند با تئوری میل و نیاز به پیشرفت به مقوله نوسازی می‌نگرد و عوامل ذهنی و فرهنگی را در توسعه بسیار مؤثر می‌داند. راجرز با تأکید بر متغیرهای فردی و شخصیتی افراد در قالب خرده فرهنگ روستایی به فرایند نوگرایی روستاییان پرداخته است. او عواملی را مانع نوسازی در روستاها می‌داند: ۱- تقدیرگرایی ۲- فقدان همدلی ۳- عدم اعتماد متقابل در روابط شخصی ۴- پایین بودن سطح آرزوها ۵- عدم چشم پوشی از منافع آنی به خاطر منافع آتی ۶- وابستگی به قدرت دولت ۷- خانواده گرایی ۸- محلی گرایی ۹- فقدان نوآوری ۱۰- عدم توجه به عنصر زمان (McClelland, 1988: 590).

منظور از نوسازی فرهنگ روستا در این مقاله عوض کردن ماهیت روستا و تبدیل آن به یک حومه شهری که معنی آن کم رنگ شدن اقتدار سنتی و گذار به سمت ارزش‌های عرفی - عقلانی است. این تحول در اثر فعالیت کارگزارانی به وقوع پیوسته است.



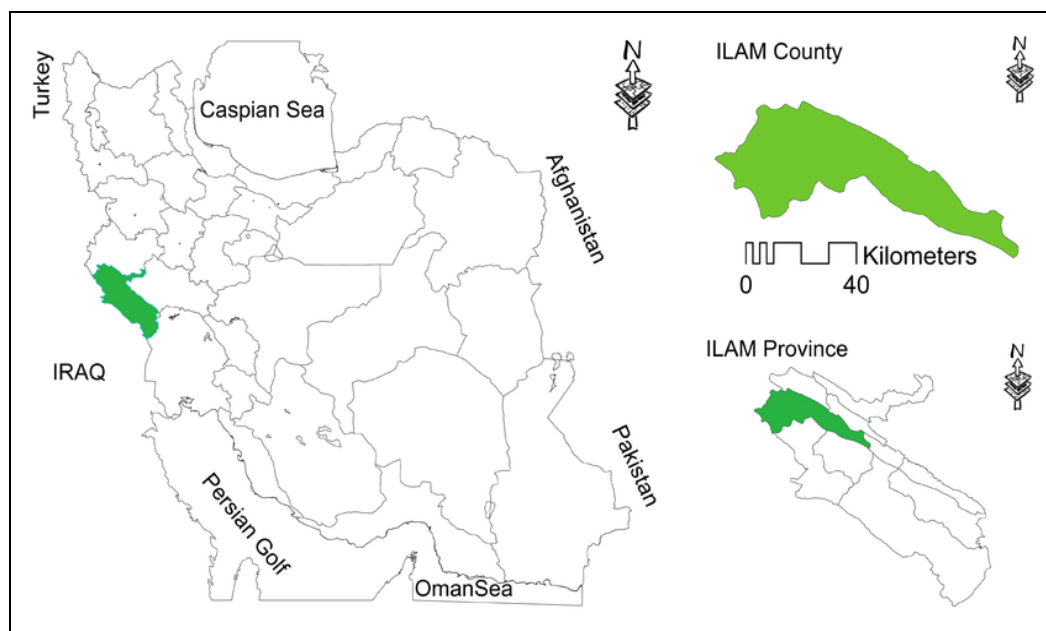
شکل شماره (۱) کارگزاران نوسازی فرهنگ روستا (یافته‌های پژوهش)

۳ روش تحقیق

جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز برای ادبیات نظری نوسازی با استفاده از روش اسنادی و برای بخش میدانی از روش پیمایشی استفاده شد. جامعه‌ی آماری این مقاله روستائیان استان ایلام هستند. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۳۶۵ نفر تعیین شد. این تعداد پرسشنامه بین سه نسل تقسیم و پاسخگویان به طریق نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند. در این مقاله از رهیافت کمی و کیفی برای دستیابی به هدف تحقیق استفاده شده است. برای سنجش نوسازی فرهنگی در جامعه روستایی مورد مطالعه از برخی تکنیک‌ها و فنون

مربوط به روش ارزیابی سریع روستایی و ارزیابی مشارکتی روستایی مانند مصاحبه نیمه سازمان یافته مشاهده - مشارکتی و غیر مشارکتی، رسم نقشه مشارکتی، استفاده از برگه‌های یادداشت روزانه، ترسیم تقویم زمانی وقایع روستا، نیمرخ تاریخی، و در روش پیمایشی از تکنیک پرسشنامه استفاده شد. برای تدوین گویه‌ها و شاخص‌های مورد نیاز برای سنجش نوسازی فرهنگی جامعه روستایی، به مصاحبه با نسل‌های مختلف ساکن در روستا مبادرت نموده شد. با تحلیل مصاحبه‌ها و منابع اسنادی موجود متغیرهای لازم برای سنجش نوسازی فرهنگی روستائیان به دست آمد. قبل از فرایند پیمایش، پرسشنامه اولیه مورد پیش‌آزمون قرار گرفت، با بهره‌گیری از نتایج به دست آمده، نقایص پرسشنامه موجود برطرف و بدین ترتیب پرسشنامه نهایی تدوین گردید. با تکمیل پرسشنامه و ورود داده‌ها در نرم افزار SPSS و تجزیه و تحلیل داده‌ها، نتایج به صورت جداول آماری استخراج شد.

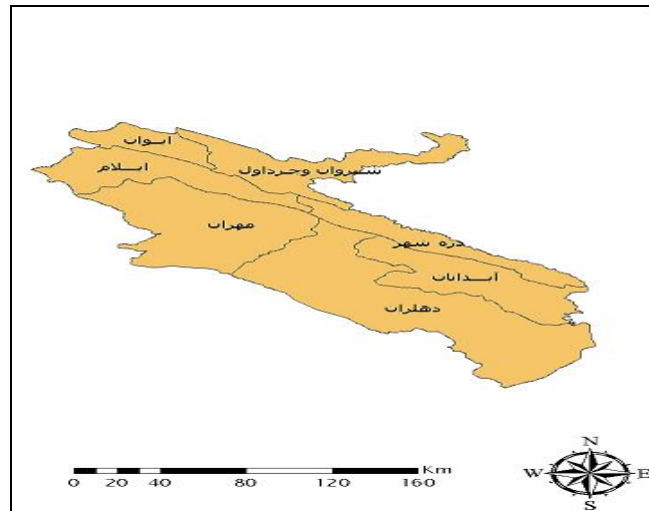
استان ایلام با مساحتی برابر با ۱۹۰۴۵ کیلومتر مربع در جنوب غربی کشور واقع شده که ۱/۲ درصد مساحت کل کشور را تشکیل می‌دهد. این استان در غرب و جنوب غربی کشور در میان رشته کوه‌های کبیر کوه از سلسله جبال زاگرس قرار دارد و از شمال به کرمانشاه، از جنوب به خوزستان، از شرق به لرستان و از غرب به کشور عراق محدود شده است (حسین زاده دلیر و ملکی، ۱۳۸۵: ۶).



شکل شماره (۲) موقعیت استان ایلام (ResearchGate)

مهم‌ترین شهرستان‌های این استان ایلام، ایوان، دهلران، مهران و شیروان است. مرکز این استان شهر ایلام است که به علت زیبایی‌های طبیعی فراوانی که دارد، عروس زاگرس نام گرفته است. استان ایلام دارای ۱۰

شهرستان می‌باشد. شهرستان ایلام پرجمعیت‌ترین شهرستان استان است. این استان در سال ۱۳۹۵ دارای ۵۸۰۱۵۸ نفر جمعیت بوده است (شماعی و جمهوری، ۱۳۹۳: ۴۵).



شکل شماره (۳) تقسیمات سیاسی استان ایلام (<http://sppl.ui.ac.ir>)

جدول شماره (۱) شهرستان‌های استان ایلام و جمعیت آن‌ها بر پایه سرشماری سال ۱۳۹۵

جمعیت سال ۱۳۹۵	مرکز	شهرستان
۲۳۵۱۴۴	ایلام	ایلام
۶۵۶۳۰	دهلران	دهلران
۵۷۳۸۱	سرابله	چرداول
۴۹۴۹۱	ایوان	ایوان
۴۷۸۵۱	آبدانان	آبدانان
۴۳۷۰۸	دره‌شهر	دره‌شهر
۲۹۷۹۷	مهران	مهران
۲۱۱۳۸	ارکواز	ملکشاهی
۱۵۶۱۴	بدره	بدره
۱۴۴۰۴	لومار	سیروان

منبع: مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵

از مجموع جمعیت استان ۲۹۵ هزار و ۱۹۹ نفر معادل ۵۰/۹ درصد مرد و ۲۸۴ هزار و ۹۵۹ نفر معادل ۴۹/۱ درصد جمعیت استان زن هستند. نرخ رشد جمعیت در این استان در دوره سرشماری (۹۵ - ۱۳۹۰) هشت دهم درصد بود که نسبت به نرخ رشد جمعیت کشور در این دوره با ۱/۲۴ درصد کمتر است. نرخ پایین زاد و ولد و نرخ بالای مهاجرت علت اصلی پایین بودن نرخ رشد جمعیت این استان است. تعداد خانوارهای این

استان بر اساس نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۵۹/۹۵ هزار و ۳۱۰ خانوار است که نسبت به سال ۹۰ با ۱۳۵ هزار و ۷۶۹ خانوار بیش از ۱۷ درصد افزایش یافته است (مرکز آمار، نتایج سرشماری ۱۳۹۵: ۴۶). ۶۸ درصد جمعیت استان ایلام معادل ۳۹۵ هزار و ۲۶۳ نفر در مناطق شهری و ۳۲ درصد از جمعیت این استان معادل ۱۸۴ هزار و ۴۴۴ نفر نیز در مناطق روستایی ساکن هستند. نسبت جمعیت شهری به کل جمعیت استان در سال ۱۳۹۵ سه درصد بیشتر از سال ۱۳۹۰ است که علت افزایش جمعیت شهری نسبت به جمعیت روستایی، مهاجرت از روستاها به شهرها و تبدیل برخی روستاها به شهر است. اساس نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن ۱۳۹۵ میزان باسوادی در این استان به حدود ۸۵ درصد رسیده است که نسبت به سال ۱۳۹۰، سه درصد افزایش یافته است. شهرستان ایلام با ۲۳۵ هزار و ۱۴۴ نفر معادل ۴۰/۵ درصد جمعیت و شهرستان سیروان با ۱۴ هزار و ۴۴۰ نفر معادل ۲/۵ درصد جمعیت، به ترتیب بیشترین و کمترین جمعیت را در بین شهرستان‌های استان دارند (نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن، ۱۳۹۵: ر.ک. www.amar.org.ir).

در سال ۱۳۹۴ نرخ مشارکت اقتصادی در استان ایلام معادل ۳۶/۵ درصد بوده که از متوسط کشوری ۱/۷ درصد کمتر بوده است. نرخ بیکاری در استان در سال ۱۳۹۴ معادل ۱۱/۶ درصد بوده که ۶ واحد درصد از متوسط کشوری بیشتر و نسبت به سال ۱۳۹۴ معادل ۵ واحد درصد رشد داشته است. در سال ۱۳۹۵ بالاترین نرخ بیکاری استان مربوط به فصل تابستان (۶/۱۲ درصد) و کمترین مربوط به فصل زمستان (۱/۱۰ درصد) بوده است. در این سال معادل ۴۸/۶ درصد از شاغلین در بخش خدمات، ۲۶/۷ درصد در بخش صنعت و ۲۴/۷ درصد در بخش کشاورزی مشغول به فعالیت بودند. نسبت به سال ۱۳۹۴ شاهد کاهش سهم بخش کشاورزی به میزان ۳/۴ درصد و افزایش سهم بخش صنعت و خدمات از اشتغال استان بودیم. با توجه به بارندگی‌های مناسب در چند سال گذشته، کاهش سهم بخش کشاورزی قابل تأمل است (همان، ۱۳۹۵: ر.ک. www.amar.org.ir).

جدول شماره (۲) ضریب توسعه یافتگی و رتبه بندی شهرستان‌های استان ایلام از نظر شاخص‌های توسعه

رتبه	ضریب توسعه یافتگی	شهرستان
۵	۴۳/۱۰	آبدانان
۱	۶۳/۲۱	ایلام
۴	۴۹/۳۸	ایوان
۲	۵۵/۸۶	دره شهر
۷	۳۹/۳۵	دهلران
۳	۴۹/۹۴	سیروان چرداول
۶	۴۰/۹۱	مهران

منبع: <http://sppl.ui.ac.ir>

(۴) یافته‌های تحقیق

به نظر می‌رسد که عواملی مانند عملکرد رسانه‌ها، نظام آموزشی، نظام اقتصادی و سیستم بوروکراسی کشور باعث تغییر سبک زندگی، انتظارات، نوع معیشت و فرهنگ اقتصادی و حتی تربیت اقتصادی و نیز وابستگی و عدم استقلال شهر از روستا شده است که در نتیجه این وضعیت سیاست‌های کارآفرینی روستایی را با چالش مواجهه ساخته است. برای آزمون این فرض، از آزمون کای اسکوئر و ضریب فی استفاده شده است.

جدول شماره (۲) شاخص‌های مورد بررسی نوسازی فرهنگی روستاها (یافته‌های پژوهش)

آماره‌های استنباطی				پاسخگویان			مؤلفه‌ها	شاخص‌های نوسازی فرهنگی	
sig	Phi	Sig	Chi-Squar	۲۹-۱۵ سال	۳۰-۵۵ سال	۶۴-۵۶ سال			
...	۰/۵۷	...	۵۸/۴۵	۳۲/۹۱	۷۷/۲۷	۸۴/۰۹	سنتی	اوقات فراغت پوشاک بهداشت لهجه تغذیه	سبک زندگی
				۷۶/۰۸	۲۲/۷۲	۱۵/۹	مدرن		
.۰۰۰	۰/۳۱۸	.۰۰۰	۱۸/۱۵	۳۴/۷۸	۶۱/۳۶	۷۰/۴۵	سنتی	درآمد شغل ازدواج تفریح	انتظارات
				۶۵/۲۱	۳۸/۶۳	۲۹/۵۴	مدرن		
۰/۰۰۵	۰/۲۴۲	۰/۰۰۵	۱۰/۵۵	۱۳/۳۳	۱۵/۹	۴۷/۲۲	سنتی	مسکن ایاب و ذهاب اثاثیه منزل مراسمات	نوع معیشت
				۳۸/۰۴	۸۴/۰۹	۵۲/۲۷	مدرن		
.۰۰۰	۰/۳۱۲	.۰۰۰	۱۷/۵۱	۲۷/۱۷	۵۶/۸۱	۵۹/۰۹	سنتی	مصرف پس انداز دخل و خرج اداره منزل	فرهنگ اقتصادی
				۷۲/۸۲	۴۳/۱۸	۴۰/۹	مدرن		
.۰۰۰	۰/۶۲۵	.۰۰۰	۷۰/۳۲	۱۹/۵۶	۵۴/۵۴	۹۵/۴۵	سنتی	اقتصاد شهری تکنولوژی آموزش اهمیت بوروکراسی رفاه و راحتی	تربیت اقتصادی
				۸۰/۴۳	۵۴/۵۴	۴/۵۴	مدرن		

نوسازی فرهنگی در سبک زندگی

برای بررسی رابطه میان متغیر سبک زندگی به عنوان یکی از متغیرهای نوسازی فرهنگی با شکست سیاست‌های کارآفرینی روستایی از آزمون کای اسکوئر و فی استفاده شد. همان‌طور که در جدول شماره ۲ مشاهده می‌شود کای اسکوئر به دست آمده سطح معناداری کم‌تر از $0/05$ است. بنابراین فرض H_1 یا عدم رابطه بین متغیر سبک زندگی به عنوان یکی از متغیرهای نوسازی فرهنگی با شکست سیاست‌های کارآفرینی روستایی ابطال و فرض H_1 به معنای وجود رابطه معنادار تأیید می‌شود.

نوسازی فرهنگی در انتظارات

برای بررسی رابطه میان متغیر انتظارات به عنوان یکی از متغیرهای نوسازی فرهنگی با شکست سیاست‌های کارآفرینی روستایی از آزمون کای اسکوئر و فی استفاده شد. همان‌طور که در جدول شماره ۲ مشاهده می‌شود کای اسکوئر به دست آمده سطح معناداری کم‌تر از $0/05$ است. بنابراین فرض H_1 به معنای عدم رابطه بین متغیر انتظارات و شکست سیاست‌های کارآفرینی روستایی ابطال و فرض H_1 به معنای وجود رابطه معنادار تأیید می‌شود.

نوسازی فرهنگی در نوع معیشت

برای بررسی رابطه میان متغیر نوع معیشت به عنوان یکی از متغیرهای نوسازی فرهنگی با شکست سیاست‌های کارآفرینی روستایی از آزمون کای اسکوئر و فی استفاده شد. همان‌طور که در جدول شماره ۲ مشاهده می‌شود کای اسکوئر به دست آمده سطح معناداری کم‌تر از $0/05$ است. بنابراین فرض H_1 به معنای عدم رابطه بین متغیر نوع معیشت و شکست سیاست‌های کارآفرینی روستایی ابطال و فرض H_1 به معنای وجود رابطه معنادار تأیید می‌شود.

نوسازی فرهنگی در فرهنگ اقتصادی

برای بررسی رابطه میان متغیر فرهنگ اقتصادی به عنوان یکی از متغیرهای نوسازی فرهنگی با شکست سیاست‌های کارآفرینی روستایی از آزمون کای اسکوئر و فی استفاده شد. همان‌طور که در جدول شماره ۲ مشاهده می‌شود کای اسکوئر به دست آمده سطح معناداری کم‌تر از $0/05$ است. بنابراین فرض H_1 به معنای عدم رابطه بین متغیر فرهنگ اقتصادی و شکست سیاست‌های کارآفرینی روستایی ابطال و فرض H_1 به معنای وجود رابطه معنادار تأیید می‌شود.

نوسازی فرهنگی در تربیت اقتصادی

برای بررسی رابطه میان متغیر تربیت اقتصادی به عنوان یکی از متغیرهای نوسازی فرهنگی با شکست سیاست‌های کارآفرینی روستایی از آزمون کای اسکوئر و فی استفاده شد. همان‌طور که در جدول شماره ۲ مشاهده می‌شود کای اسکوئر به دست آمده سطح معناداری کم‌تر از ۰/۰۵ است. بنابراین فرض H_0 به معنای عدم رابطه بین متغیر تربیت اقتصادی و شکست سیاست‌های کارآفرینی روستایی ابطال و فرض H_1 به معنای وجود رابطه معنادار تأیید می‌شود.

رابطه نوسازی فرهنگ روستا و شکست سیاست‌های کارآفرینی روستایی

تعاریف بسیار مختلفی از کارآفرینی وجود دارد؛ بعضی آن را به معنای نوآوری، بعضی معادل مخاطره‌پذیری، برخی به عنوان نیروی ثبات دهنده و متعادل‌کننده بازار و تعدادی نیز آن را مترادف با ایجاد یک کسب‌وکار جدید (یا ایجاد یک کسب‌وکار بر مبنای یک ایده جدید) یا توسعه کسب‌وکار موجود می‌دانند. قدمت واژه‌ی کارآفرین به سال ۱۷۰۹ میلادی برمی‌گردد. سی^۱، اقتصاددان قرن هجدهم، کارآفرین را فردی تعریف کرد که منابع اقتصادی را از حوزه‌ای با بهره‌وری پایین‌تر بیرون می‌کشد و آن‌ها را به حوزه‌ای با بهره‌وری و سود بیشتر منتقل می‌کند (فیضی و مقدسی، ۱۳۸۲: ۱۲۵).

در نیمه اول قرن بیستم، شومپیتر^۲، اقتصاددان و نظریه‌پرداز اجتماعی، مطالب گسترده‌ای پیرامون کارآفرینی و تأثیر آن بر اقتصاد نوشت. تز شومپیتر این بود که کارآفرینان نوآور موجب نوعی عدم تعادل پویا در اقتصاد می‌شوند. وی، فرد کارآفرین را یک تخریب‌گر خلاق قلمداد می‌کرد که با تجاری‌سازی نوآوری و جا انداختن آن در محیطی که قبلاً فاقد آن بوده، تعادل اقتصادی را بر هم می‌زند (عادل رستخیز، ۱۳۹۶: ۶۸).

کارآفرینی روستایی اساساً تفاوتی با کارآفرینی در شهر ندارد جز اینکه باید آن را در فضای روستا تصور نمود. پترین (۱۹۹۴) کارآفرینی روستایی را مجموع سه گزاره ذیل تعریف می‌نماید:

۱. نیرویی که سایر منابع را برای پاسخگویی به یک تقاضای بازار بسیج می‌کند

۲. توانایی خلق و ایجاد چیزی از هیچ

۳. فرآیند خلق ارزش به وسیله امتزاج مجموعه واحدی از منابع در راستای بهره‌گیری از یک

فرصت (استادزاد و دیگران، ۱۳۹۵: ۱۵).

آنچه در مجموع می‌توان برای تعریف مقوله کارآفرینی روستایی بکار برد عبارت است از: به‌کارگیری نوآورانه منابع و امکانات روستا در راستای شکار فرصت‌های کسب‌وکاری. بنا به مستندات مرکز آمار ایران، در سال ۱۳۳۵ جمعیت کل کشور حدود ۱۹ میلیون نفر بوده که از این تعداد ۱۳ میلیون نفر آن یعنی چیزی معادل ۶۸ درصد جمعیت روستانشین بودند. این نسبت تنها در ۵۵ سال بعد معکوس شده و مطابق با آخرین

^۱ . Jean-Baptiste Say

^۲ . Joseph Schumpeter

سرشماری عمومی نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۰ نسبت شهرنشینان به ۷۱ درصد و روستانشینان به ۲۹ درصد رسیده است. یکی از دلایل اصلی مهاجرت روستاییان، بیکاری و نداشتن درآمد کافی می‌باشد. بنابراین، کارآفرینی می‌تواند با توجه به اثرات مثبت خود، در زمینه حل این مشکل نیز نقش مهمی ایفا نماید. به طور کلی کارآفرینی روستایی در ایران با چالش‌های عمیق و برنامه‌ریزی نشده‌ای روبروست که یکی از عمده‌ترین این چالش‌ها پدیده‌ای است که در این مقاله از آن به نوسازی فرهنگی تعبیر می‌شود. نوسازی نظریه و اصطلاحی ریشه‌دار و با سابقه مفهومی عظیم در ادبیات توسعه است که ابعاد مختلف سیاسی و اقتصادی و روانی دارد. یکی از ترکیبات مضاف آن نوسازی فرهنگی است که ناظر به در هم شکستن و از نو ساختن بنیادهای فرهنگی مستقر کنونی یک جامعه و نشان دادن مجموعه دیگری از ارزش‌های فرهنگی به جای آن‌هاست. این مقاله مدعی است که نوسازی فرهنگی خواسته و یا ناخواسته در روستاهای ایران به وقوع پیوسته و هدف آن بررسی تأثیر آن بر شکست سیاست‌های کارآفرینی روستایی در ایران است (طوسی و دیگران، ۱۳۹۳: ۸).

به طور کلی، قوانین و مقررات بوروکراسی اداری در ایران مشوق راه اندازی و توسعه کسب و کار، به ویژه در نواحی روستایی نیستند. بسیاری از قوانین موجود نظیر قوانین و مقررات بانکی، قوانین مالیاتی، قانون کار، قوانین و مقررات صادرات و واردات، قانون و مقررات ورشکستگی و قوانین ثبت شرکت‌ها، آن‌چنان که باید و شاید مشوق کارآفرینی نیستند.

جامعه به طور کلی نسبت به کارآفرینی و داشتن شغل آزاد در مقایسه با مشاغل دولتی و یا کارمند بودن، نگرش منفی دارد. داشتن یک کسب و کار شخصی دارای جایگاه و موقعیت اجتماعی بالایی نیست و به همین دلیل گزینه شغلی اول بسیاری از افراد مشاغل دولتی می‌باشد. نتایج مطالعات مختلف هم حاکی از آن است که یکی از عمده‌ترین موانع توسعه کسب و کار روستایی در ایران، محدودیت‌ها و موانع اجتماعی-فرهنگی می‌باشد و این محدودیت به ویژه برای زنان کارآفرین شدیدتر و حادتر است.

بررسی درآمد هر فرد شهری نسبت به هر فرد روستایی نشان می‌دهد در بازه زمانی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۳ درآمد هر فرد شهری حدوداً ۹۰ درصد بیشتر از هر فرد روستایی بوده است. این در حالی است که در کشورهای مانند چین کاهش شکاف درآمد میان روستانشینان و شهرنشینان از سیاست‌های عمده دولت برای توسعه روستایی و کاهش مهاجرت روستاییان به شهرهاست. در مقایسه با شهرنشینان درآمد روستاییان با نرخ نسبتاً کندتری افزایش می‌یابد. در حال حاضر درآمد شهرنشینان به طور میانگین ۲/۶ برابر درآمد کشاورزان است. از سال ۱۹۸۵ تا ۱۹۹۹ درآمد سرانه روستاییان تنها ۳/۲ درصد افزایش داشته، در حالی که به تولید ناخالص داخلی طی همین مدت ۹/۷ درصد افزوده شده است. در سال ۱۹۹۹ میانگین درآمد سالیانه کشاورزان نزدیک به ۲۲۱۰ یوان باقی مانده است (خداداد کاشی و حیدری، ۱۳۸۳: ۴۵).

آموزش نیز نقش بسیار زیادی در نوسازی فرهنگ روستا و شکست سیاست‌های کارآفرینی روستایی در ایران ایفا نموده است. گسترش فعالیت‌های غیرکشاورزی و مبتنی بر فناوری‌های جدید، نیازمند نیروی انسانی ماهر و کارآمد است و این در حالی است که در اثر پدیده مهاجرت، تعداد زیادی از جوانان مستعد از روستا به شهر مهاجرت می‌کنند. یکی از سیاست‌های عمده در روستاهای آمریکا، افزایش سطح استانداردهای آموزشی در مدارس است. علاوه بر این برگزاری دوره‌های آموزشی، جذب نیروی انسانی ماهر و ایجاد محیط مناسبی برای کار و زندگی روستاییان، تأثیر زیادی در تربیت روستاییان ماهر و کارآمد دارد.

این در حالی است که در ایران بخش جدید و در حال رشدی از معضل بیکاری جامعه روستایی به گسترش بی حساب و کتاب و برنامه‌ریزی نشده آموزش عالی مربوط می‌شود. یعنی روز به روز تعداد جوانان تحصیل کرده روستایی در رشته‌های غیر مرتبط با محیط روستا در حال افزایش است که به دلیل این که آموزش و مهارت متناسب و کاربردی را طی نکرده‌اند و عمدتاً در دانشگاه‌ها مشغول فراگیری دانش‌های نظری بوده‌اند نمی‌توانند در روستا کارآفرینی کنند. طبق آمار رسمی ارائه شده سالانه حدود ۹۰۰ هزار دانشجو فارغ التحصیل می‌شود که حدود ۶۵۰ هزار نفر از این تعداد متقاضی جدید کار هستند. علاوه بر این طی ۵ سال آینده، سالانه حدود ۲۵۰ هزار نفر افراد فاقد تحصیلات دانشگاهی به جمعیت جویای کار اضافه می‌شوند. روی دیگر سکه عدم انگیزه جوانان خلاق برای کارآفرینی است که این عدم انگیزه را می‌توان در آمارهای بین‌المللی جستجو کرد. آمارهای بین‌المللی نشان از آن دارد که شاخص کارآفرینی ایران در بین کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا در قعر جدول قرارداد و رتبه کشورمان در این بخش چهاردهم در بین ۱۵ کشور است.

همچنین رسانه‌ها و عملکرد آن‌ها نیز نقش بسیار زیادی در نوسازی فرهنگ روستا و شکست سیاست‌های کارآفرینی روستایی در ایران ایفا نموده است. از رسانه‌های جمعی تعاریف گوناگونی ارائه شده است فرید اینگلس در کتاب نظریه رسانه‌ها^۱ در این باره می‌نویسد: یک رسانه عبارت است از هر ابزاری برای برقراری ارتباطات. رسانه حامل یا واسطه پیام است؛ او به نام خود صحبت نمی‌کند؛ از طریق او صحبت می‌شود. از این تعریف چنین به نظر می‌رسد که رسانه‌ها تنها به انتقال محتوای نمادین پیام‌ها می‌پردازند و نقشی فراتر از این را نمی‌توانند به عهده بگیرند؛ اما در مقابل، دانشمندانی دیگر، از واسطه بودن صرف رسانه‌ها در حمل و انتقال پیام فراتر رفته و مانند مک لوهان رسانه را معادل پیام می‌دانند. مک لوهان^۲ باین بیان این جمله که وسیله همان پیام است، معتقد است که جوامع بیشتر در اثر ماهیت وسایل ارتباطی شکل گرفته‌اند تا در نتیجه محتوی پیام خود؛ به عبارت دیگر، وسایل ارتباط جمعی مظهر و پیام یک عصر است که تحت تأثیر آن، دنیایی دیگر و انسان‌هایی دیگر پدید می‌آیند.

^۱ - Media Theory: An Introduction by Fred Inglis

^۲ - McLuhan

نکته مهمی که می‌توان راجع به نقش و اهمیت رسانه‌ها در اینجا ذکر کرد، مسئله مهم فن‌آوری‌های نوین رسانه‌ای است که به طور مشخص از اختراع ماشین چاپ توسط گوتنبرگ^۱ آغاز و به شبکه‌های جهانی و دنیای مجازی کشیده شده است. فن‌آوری‌هایی که بسیاری از مبانی اساسی جامعه را دستخوش تغییر و تحول نموده، تغییرات جدیدی را نوید داده و هم‌چنان این عقیده که تأثیرهای حاصل از خود رسانه، مهم‌تر از تأثیرهای حاصل از محتوای آن است را تقویت می‌نماید.

رسانه‌های جمعی نوین، امکان برقراری ارتباطات جمعی را با پشت سر قرار دادن دو عامل و مانع مهم زمان و مکان در دنیایی که امروز دهکده جهانی^۲ نامیده می‌شود، به سادگی فراهم آورده است. رسانه با داشتن قدرت تکثیر انواع واقعیت و توان بالای انتشار، مرزهای سنتی دولت - ملت‌ها را به چالش کشیده و با خلق نهادهای ویژه و گرد هم آوردن گروه‌های تخصصی از فنون گوناگون (تلویزیون، رادیو...) محتوی نمادین تولید شده را برای مردمی بسیار و غیر همگن و پراکنده ارسال می‌نمایند.

رسانه‌های جمعی، انتقال و هدایت دامنه گسترده‌ای از نمادها، هنجارها، ارزش‌ها، عقاید، پیام‌ها و افکار را امروزه درون جوامع به عهده گرفته‌اند تا جایی که برخی از صاحب‌نظران معتقدند کل زندگی فرهنگی و اجتماعی به‌وسیله رسانه‌های گروهی دگرگون می‌شود. از جمله سازه‌های مهم اجتماعی امنیت و احساس امنیت اجتماعی می‌باشند که پرداختن بدان‌ها، از جمله کارکردهای مهم رسانه‌ای به حساب می‌آید.

جدول شماره (۳) دلایل مطرح شدن نقش رسانه‌های جمعی در مبحث امنیت اجتماعی

ردیف	شرح دلایل
۱	رسانه‌ها ابزاری مناسب برای آموزش گروه‌های بزرگ جمعیتی هستند.
۲	تمام افراد جامعه را پوشش می‌دهند.
۳	بر هنجارهای اجتماعی و فرهنگی تأثیر می‌گذارند.
۴	به مردم در تغییر رفتار کمک می‌کنند (با تقلید از الگوهای نشان داده شده در رسانه‌ها).
۵	به مردم منافع ناشی از تغییر رفتار را می‌آموزند.
۶	در افزایش آگاهی و تغییر نگرش و عملکرد فردی و اجتماعی مؤثرند.
۷	در آموزش مهارت‌ها و تشویق اعتماد به نفس مؤثر می‌باشند.

انقلاب فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی به ویژه پیدایش رسانه‌های الکترونیکی جدید تمام شئون زندگی انسان‌ها را تحت تأثیر قرار داده است. امروزه وسایل ارتباط جمعی از طریق انتقال اطلاعات و مبادله افکار نقش عمده‌ای را در شکل‌گیری افکار عمومی جهان و برقراری نظم و امنیت اجتماعی بازی می‌کنند. بر این اساس می‌توان گفت که انسان‌ها اکنون محصور ارتباطات و اطلاعاتی هستند که از طریق ابزار وسایل گوناگون ذهن

^۱ - Gothenburg

^۲ - Global Village

آن‌ها را در راستای اهداف از پیش تعیین شده خود حرکت می‌دهند. بنابراین رعایت نکات و مسائل اخلاقی و انسانی در این راستا بسیار مهم و حائز اهمیت است. فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی در حوزه عملیات روانی نیز کاربرد فراوانی یافته‌اند. در واقع عملیات روانی و یا به تعبیر دیگر تأثیر و نفوذ در افکار و رفتار سایر دول و ملل که کارگزاران آن را در جهت اهداف و مقاصد خود پی‌ریزی می‌کنند، امروزه از طریق فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی به خصوص رسانه‌های نوین رو به گسترش نهاده است. ارتباطات در معنای عام یعنی: فن انتقال اطلاعات، افکار و رفتارهای انسانی از یک شخص به شخص دیگر (دومین امری)، همچنین چارلز کولی^۱ نیز ارتباط را سازوکاری می‌داند که از خلال آن روابط انسان‌ها برقرار شده و گسترش می‌یابد. بنابراین ارتباطات انتقال پیام به دیگری و اساس شکل‌گیری جامعه انسانی است که ماهیت جوامع فعلی بر پایه آن تعریف می‌شود. روابط انسان بر اساس ارتباط پدید می‌آید و تمامی مظاهر فکری و ابزار انتقال آن در مکان و زمان بر پایه این سازوکار توسعه می‌یابد. میکی اسمیت^۲ نیز به طور مفید و مختصر ارتباطات را این گونه تعریف می‌کند: فرایند انتقال اطلاعات، احساسات، حافظه و افکار در میان مردم. به طور کلی ارتباطات، در برگزیده روند مبادله اطلاعات به مفهوم عام و یا به عبارتی به مثابه پیوند و اجتماع ابزارها و تکنیک‌ها جهت انتقال اطلاعات تلقی می‌شود. پس از انقلاب صنعتی^۳ و رشد روزافزون فناوری، حوزه عملکرد و مفهوم ارتباطات نیز متنوع گردید. چنانکه در پایان قرن بیستم، انقلاب فناوری در حوزه ارتباطات و اطلاعات گسترده دسترسی افراد جامعه به اطلاعات آن هم به شیوه‌ای انقلابی و بی‌سابقه زمینه‌ساز ظهور رسانه‌های الکترونیکی در سطح جهانی شد. به واسطه پیشرفت‌های فنی ارتباطات و افزایش فرصت‌ها برای تعامل اطلاعات، کالاها و اندیشه‌ها بیشتر و سریع‌تر و با هزینه کمتر مبادله می‌شوند. بنابراین توانمندی‌های مردم برای برقراری ارتباطات اقتصادی، سیاسی و اجتماعی گسترش یافته است.

جدول شماره چهار نشان دهنده تفاوت معنادار بین گروه‌های سنی مختلف از نظر میانگین تماشای تلویزیون در هر روز است. طبق جدول، جوانان (۱۵ تا ۲۹ ساله) روزانه به طور متوسط ۲۱۷ دقیقه تلویزیون تماشا می‌کنند. این میزان در افراد میان‌سال (۳۰ تا ۴۹) به ۱۸۰ دقیقه افزایش می‌یابد و در بین بزرگ سالان (۵۰ تا ۶۴ ساله) مجدداً به حدود ۱۲۳ دقیقه در روز می‌رسد. در مجموع، افراد جوان بیش از دیگر گروه‌های سنی تلویزیون تماشا می‌کنند.

¹ - Charles Horton Cooley was an American sociologist and the son of Thomas M. Cooley. He studied and went on to teach economics and sociology at the University of Michigan

² - Mickey Smith is an American photographer and conceptual artist working in Auckland, New Zealand.

³ - The Industrial Revolution was the transition to new manufacturing processes in the period from about 1760 to sometime between 1820 and 1840

جدول شماره (۴) میانگین تماشای تلویزیون در جامعه روستایی مورد مطالعه

انحراف معیار	میانگین	درصد به کل	تعداد	سن
۸۵/۶۳۱	۲۱۶/۶۲	۴۲/۵	۱۹۸	جوان (۱۵-۲۹ ساله)
۱۳۳/۳۰۲	۱۸۰/۹	۳۴/۵	۱۶۱	میان سال (۳۰ تا ۴۹ ساله)
۱۱۴/۷۹۹	۱۲۳/۴۴	۲۳	۱۰۷	بزرگ سال (۵۰-۶۴ ساله)
۱۴۵/۱۸۳	۱۸۲/۸۸	۱۰۰	۴۶۶	جمع

به طور خلاصه می‌توان گفت که در روستاها، استفاده از تلویزیون به شکل فراگیری گسترش پیدا کرده و در کنار آن استفاده از ویدیو به سرعت در حال گسترش است. بررسی‌های این مقاله نشان می‌دهد که استفاده از تلویزیون و ویدئو در نگرش مثبت روستاییان به زندگی شهری، تمایل به مهاجرت و در نتیجه شکست سیاست‌های کارآفرینی روستایی مؤثر است. نتایج نشان داد افرادی که بیشتر از دیگران تلویزیون و ویدئو تماشا می‌کنند، نگرش بهتری به زندگی شهری دارند. شکل‌گیری این نگرش مثبت نسبت به شهر از عوامل و متغیرهای مهم و اساسی در تمایل به مهاجرت و شکست سیاست‌های کارآفرینی روستایی است. ضمن آن که استفاده از ویدئو و تماشای تلویزیون‌های خارجی در روستاهای مرزنشین ایلام مستقیماً بر شکست سیاست‌های کارآفرینی روستایی مؤثر است. این تحلیل بیانگر آن است که رسانه‌ها در تغییرات نگرشی و رفتاری استفاده‌کنندگان خود مؤثرند و این تأثیر در تعامل با دیگر متغیرها شکل می‌گیرد. در این فرآیند رسانه ماهواره به عنوان رسانه‌ای که در روستاها رواج قابل توجهی پیدا کرده نقش مؤثری دارد.

(۵) نتیجه‌گیری

این مقاله مدعی است که نوسازی فرهنگی خواسته و یا ناخواسته در روستاهای ایران به وقوع پیوسته و هدف آن بررسی تأثیر آن بر شکست سیاست‌های کارآفرینی روستایی در ایران است. سؤال اصلی مقاله این است که نوسازی فرهنگی روستا و شکست سیاست‌های کارآفرینی روستایی در ایران چه رابطه‌ای با هم دارند؟ نوسازی فرهنگی اشاره به نوعی تحرک روانی یا ذهنی دارد که در آن افراد ویژگی‌های روانی، ارزشی، انگیزشی و اعتقادی تازه‌ای را کسب می‌کنند. بر اساس این چشم‌انداز، ایجاد سلسله تغییراتی مطلوب در ساخت شخصیت افراد ممکن است زیربنای فرایند نوسازی نظامی معین باشد. نوسازی فرهنگی به معنای نوسازی در این حیطه‌هاست: ۱- تقدیرگرایی ۲- فقدان همدلی ۳- عدم اعتماد متقابل در روابط شخصی ۴- پایین بودن سطح آرزوها ۵- عدم چشم‌پوشی از منافع آتی به خاطر منافع آتی ۶- عدم وابستگی به قدرت دولت ۷- خانواده‌گرایی ۸- محلی‌گرایی ۹- فقدان نوآوری ۱۰- عدم توجه به عنصر زمان.

نوسازی فرهنگی اشاره به نوعی تحرک روانی یا ذهنی دارد که در آن افراد ویژگی‌های روانی، ارزشی، انگیزشی و اعتقادی تازه‌ای را کسب می‌کنند. بر اساس این چشم‌انداز، ایجاد سلسله تغییراتی مطلوب در

ساخت شخصیت افراد ممکن است زیربنای فرایند نوسازی نظامی معین باشد. مهم‌ترین عواملی که برای آمادگی روانی انسان‌ها برای نوسازی مفید است را اینگونه برمی‌شمارد: ۱- بسط و گسترش رسانه‌های گروهی ۲- سوادآموزی و ارتقا تحصیلات ۳- شهرنشینی ۴- مشارکت.

وقوع نوسازی فرهنگی در جامعه مورد مطالعه پژوهش پدیده‌های مکانیکی نبوده است بلکه کارگزارانی داشته است که عبارتند از: سیستم بوروکراسی، نظام اقتصادی، نظام آموزشی و رسانه‌ها. محیط مورد مطالعه این پژوهش استان ایلام و جامعه آماری پژوهش روستانشینان و حجم نمونه نیز ۳۶۵ نفر از ساکنین روستاهای این استان بوده است. فرضیه مقاله این است که به نظر می‌رسد بین نوسازی فرهنگی و سیاست‌های کارآفرینی روستایی رابطه معناداری وجود دارد.

۶۸ درصد جمعیت استان ایلام معادل ۳۹۵ هزار و ۲۶۳ نفر در مناطق شهری و ۳۲ درصد از جمعیت این استان معادل ۱۸۴ هزار و ۴۴۴ نفر نیز در مناطق روستایی ساکن هستند. نسبت جمعیت شهری به کل جمعیت استان در سال ۱۳۹۵ سه درصد بیشتر از سال ۱۳۹۰ است که علت افزایش جمعیت شهری نسبت به جمعیت روستایی، مهاجرت از روستاها به شهرها و تبدیل برخی روستاها به شهر است.

در سال ۱۳۹۴ نرخ مشارکت اقتصادی در استان ایلام معادل ۳۶/۵ درصد بوده که از متوسط کشوری ۱/۷ درصد کمتر بوده است. نرخ بیکاری در استان در سال ۱۳۹۴ معادل ۱۱/۶ درصد بوده که ۶ واحد درصد از متوسط کشوری بیشتر و نسبت به سال ۱۳۹۴ معادل ۵ واحد درصد رشد داشته است. در سال ۱۳۹۴ بالاترین نرخ بیکاری استان مربوط به فصل تابستان (۶/۱۲ درصد) و کمترین مربوط به فصل زمستان (۱/۱۰ درصد) بوده است. در این سال معادل ۴۸/۶ درصد از شاغلین در بخش خدمات، ۲۶/۷ درصد در بخش صنعت و ۲۴/۷ درصد در بخش کشاورزی مشغول به فعالیت بودند. نسبت به سال ۱۳۹۴ شاهد کاهش سهم بخش کشاورزی به میزان ۳/۴ درصد و افزایش سهم بخش صنعت و خدمات از اشتغال استان بودیم.

عواملی مانند عملکرد رسانه‌ها، نظام آموزشی، نظام اقتصادی و سیستم بوروکراسی کشور باعث تغییر سبک زندگی، انتظارات، نوع معیشت و فرهنگ اقتصادی و حتی تربیت اقتصادی و نیز وابستگی و عدم استقلال شهر از روستا شده است که در نتیجه این وضعیت سیاست‌های کارآفرینی روستایی را با چالش مواجهه ساخته است. برای آزمون این فرض، از آزمون کای اسکور و ضریب فی استفاده شده است.

پس از آن که شاخص‌های مورد بررسی نوسازی فرهنگی روستاها دسته بندی شد و مولفه‌های آن‌ها استخراج گردید به بررسی رابطه آن‌ها با شکست سیاست‌های کارآفرینی روستایی در جامعه مورد مطالعه پژوهش پرداخته شد. نتایج تحلیلی داده‌ها رابطه بین متغیرهای نوسازی فرهنگی یعنی سبک زندگی، انتظارات، نوع معیشت، فرهنگ اقتصادی و تربیت اقتصادی را تأیید کرد. به طور کلی، قوانین و مقررات بوروکراسی اداری در ایران مشوق راه اندازی و توسعه کسب و کار، به ویژه در نواحی روستایی نیستند. بسیاری از

قوانین موجود نظیر قوانین و مقررات بانکی، قوانین مالیاتی، قانون کار، قوانین و مقررات صادرات و واردات، قانون و مقررات ورشکستگی و قوانین ثبت شرکت‌ها، آن‌چنان که باید و شاید مشوق کارآفرینی نیستند.

بررسی درآمد هر فرد شهری نسبت به هر فرد روستایی نشان می‌دهد در بازه زمانی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۳ درآمد هر فرد شهری حدوداً ۹۰ درصد بیشتر از هر فرد روستایی بوده است. این در حالی است که در کشورهای مانند چین کاهش شکاف درآمد میان روستانشینان و شهرنشینان از سیاست‌های عمده دولت برای توسعه روستایی و کاهش مهاجرت روستاییان به شهرهاست.

در ایران بخش جدید و در حال رشدی از معضل بیکاری جامعه روستایی به گسترش بی حساب و کتاب و برنامه‌ریزی نشده آموزش عالی مربوط می‌شود. یعنی روز به روز تعداد جوانان تحصیل کرده روستایی در رشته‌های غیر مرتبط با محیط روستا در حال افزایش است که به دلیل این که آموزش و مهارت متناسب و کاربردی را طی نکرده‌اند و عمدتاً در دانشگاه‌ها مشغول فراگیری دانش‌های نظری بوده‌اند نمی‌توانند در روستا کارآفرینی کنند.

همچنین رسانه‌ها و عملکرد آن‌ها نیز نقش بسیار زیادی در نوسازی فرهنگ روستا و شکست سیاست‌های کارآفرینی روستایی در ایران ایفا نموده است. بررسی‌های این مقاله نشان می‌دهد که استفاده از تلویزیون و ویدئو در نگرش مثبت روستاییان به زندگی شهری، تمایل به مهاجرت و در نتیجه شکست سیاست‌های کارآفرینی روستایی مؤثر است. نتایج نشان داد افرادی که بیشتر از دیگران تلویزیون و ویدئو تماشا می‌کنند، نگرش بهتری به زندگی شهری دارند. شکل‌گیری این نگرش مثبت نسبت به شهر از عوامل و متغیرهای مهم و اساسی در تمایل به مهاجرت و شکست سیاست‌های کارآفرینی روستایی است.

۶ منابع

- ازکیا، مصطفی. (۱۳۸۱). *جامعه‌شناسی توسعه*، تهران، نشر کلمه، چاپ چهارم ۱۳۸۱، ص ۸۷.
- استادزاد، علی حسین؛ ابراهیم هادیان، کریم اسلاملوئیان و احمد صدراپی جواهری. (۱۳۹۵). *برآورد سری زمانی شاخص دانش در اقتصاد ایران با روش لوینسون و پترین*، فصلنامه تحقیقات مدل سازی اقتصادی، شماره ۲۳.
- حسین زاده دلیر، کریم و سعید ملکی. (۱۳۸۵). *بررسی وضعیت شاخص های توسعه‌ی انسانی در استان ایلام*، فصلنامه جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، شماره ۶، صفحه ۱ تا ۲۶.
- خداداد کاشی، فرهاد و خلیل حیدری. (۱۳۸۳). *ارزیابی نقش اقلام یارانه ای خوراکی در سبد مصرفی خانوارهای شهری و روستایی*، فصلنامه پژوهش نامه بازرگانی، شماره ۳۲.
- شماعی، علی و علی محمد جمهوری. (۱۳۹۳). *بررسی و تحلیل روند تحولات نظام شهری استان ایلام طی سال‌های ۱۳۴۵ تا ۱۳۸۵*، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، شماره ۱۴.
- طوسی، رمضان، علی رضا جمشیدی و احمد تقدیسی. (۱۳۹۳). *کارآفرینی روستایی و تعیین عوامل مؤثر بر آن؛ مطالعه ی موردی: روستاهای شهرستان مینودشت*، فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی روستایی، شماره ۸.

- عادل رستخیز، سیده الهه. (۱۳۹۶). **فلسفه کارآفرینی در نظریات اقتصادی**، فصلنامه راهبرد توسعه، شماره ۴۹، از صفحه ۶۱ - ۷۷.
- فیضی، کامران، علی رضا مقدسی. (۱۳۸۲). **پژوهشی در مفاهیم، کارکردها و دوره های آموزشی کارآفرینی**، فصلنامه مطالعات مدیریت صنعتی، شماره ۳، صفحه ۱۲۵ تا ۱۴۶.
- گزارش فصلی اقتصاد ایران، تابستان و بهار ۱۳۹۶: ر.ک. <http://www.amar.org.ir>: ص ۱۷ و ۲۳
- نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن، ۱۳۹۵: ر.ک. www.amar.org.ir
- نتایج آمارگیری از هزینه و درآمد خانوارهای روستایی، ۱۳۹۵: ر.ک. www.amar.org.ir: ص ۲۱
- Costa, D. & J. Kehoe, T. & Raveendranathan, G. (2016). **A General Framework and Taking Off into Growth**, <https://www.minneapolisfed.org>
- <http://sppl.ui.ac.ir>
- <http://sppl.ui.ac.ir>
- <https://www.amar.org.ir>
- Inglehart, R. & Welzel, Ch. (2005). **Modernization, Cultural Change, and Democracy: The Human Development**, Cambridge University Press 0521846951 p. 48
- Inkeles, A. & Smith, DH. (1974). **Becoming Modern: Individual Change in Six Developing Countries**, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- McClelland, D.C.(1988). **Human Motivation**, Cambridge University Press 978-0-521-36951-0 - www.cambridge.org
- Przeworski, A. & Limongi Reviewed, F.(1997). **Modernization: Theories and Facts World Politics**, Vol. 49, No. 2 (Jan., 1997), pp. 155-183 Published by: Cambridge University Press Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/25053996>.
- ResearchGate
- Reyes, G. E., (2011). **four major theories of development: modernization, dependency, world- systems and globalization**, University of Pittsburgh, USA Publicación asociada a la Revista Nomads. Mediterranean Perspectives | ISSN 1889-7231.
- Rostow, Walt W.(1960). **The Stages of Economic Growth: A Non-Communist Manifesto**, Cambridge University Press
- Tittenbrun, J.(2013). **ralph dahrendorf's conflict theory of social differentiation and elite theory**, Innovative Issues and Approaches in Social Sciences, Vol. 6, No. 3.p.120
- World Population Prospects, Key Findings and Advance Tables, Department of Economic and Social Affairs Population Division World Population Prospects, the 2015 Revision, United Nations New York, 2015:p.8.