

رابطه عوامل فرهنگی مؤثر بر اخلاق شهروندی در شهر شاهین شهر رامین طهماسبی زاده،* سیدهاشم گلستانی،** رضا اسماعیلی***

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی میزان رابطه عوامل مؤثر فرهنگی با اخلاق شهروندی در شهر شاهین شهر انجام شد. جامعه آماری پژوهش حاضر را تمامی شهروندان این شهر تشکیل دادند که از میان ۱۴۳ هزار و ۳۰۸ شهروند، ۷۱ هزار و ۳۵۷ نفر مرد و ۷۱ هزار و ۹۵۱ نفر زن بودند. در این پژوهش حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۳ محاسبه و جامعه نمونه با روش نمونه گیری تصادفی، متناسب با حجم جامعه آماری انتخاب شد. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسش نامه محقق ساخته در چهار بُعد ارزش ها، هنجارها،

* دانشجوی کارشناسی ارشد برنامه ریزی امور فرهنگی.

Ramin.tahmasebi@yahoo.com.

** استاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان، خوراسگان.

*** استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان، خوراسگان.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۳/۲۵

تاریخ تأیید: ۱۳۹۴/۰۵/۲۰

باورهای فرهنگی و تعهدهای اخلاقی شهروندان بود که روایی ظاهری و محتوایی آن تأیید و روایی سازه آن توسط تحلیل عاملی انجام و پایایی ابزار برابر ۰/۹۶ برآورد شد. نتایج تحقیق نشان داد، ضریب همبستگی بین عوامل فرهنگی ($r=0/654$) با اخلاق شهروندی در شاهین شهر معنادار بوده است. یافته‌ها نشان داد، بین عوامل فرهنگی، یعنی ارزش‌ها و هنجارها و باورها، با اخلاق شهروندی به ترتیب ($r=0/421$) و ($r=0/621$) و ($r=0/634$) رابطه معنادار وجود دارد.

واژه‌های کلیدی

اخلاق، شهروندی، اخلاق شهروندی، ارزش‌ها، هنجارها، باورها

مقدمه

شهر و شهروندی از جمله موضوعات مهم و مطرح در حوزه مطالعات فرهنگی است. به این دلیل که حجم درخور توجهی از جمعیت کشور در شهرها سکونت دارند، توجه به موضوعات شهروندی ذهن بسیاری از پژوهشگران را به خود مشغول کرده است. امروزه شهروندی فراتر از بُعد قانونی، در قالب حق و حقوق شهروندی تعریف می‌شود. به انتظارات هر شهروند از دولت و سایر شهروندان نمی‌توان فقط از منظر قانونی توجه کرد؛ از این رو الزامی فراتر از الزام قانونی نیازمند تعریف و کنترل روابط میان فردی و شهروندی است و به نظر می‌رسد که این موضوع در چارچوب اخلاق تعریف پذیراست. موضوعات مربوط به شهروندی نه تنها در حوزه زیرساختی، بلکه در زمینه فعالیت‌های نرم و رفتاری، همچون فرهنگ و اخلاق نیز اهمیت زیادی دارد. نمی‌توان انکار کرد

که دستیابی به توسعه پایدار فرهنگی در شهرها، مستلزم توجه به موضوعات شهروندی به ویژه اخلاق شهروندی است. فصل حاضر در چند بخش، به بیان موضوع و اهمیت و ضرورت پرداختن به آن، هدفها، پرسش‌های پژوهش و تعریف‌های مفهومی و عملیاتی درخصوص اخلاق شهروندی می‌پردازد.

بیان موضوع

اخلاق^۱ و به ویژه اخلاق شهروندی^۲، به خصوص پس از شکل‌گیری دولت رفاه و ورود انسان به دنیای مدرن مفهومی گسترده و پراستفاده‌ای داشته است. اخلاق قلمروی مهم در زندگی اجتماعی و معرفتی هر فرد است و چه بسا پیش از هر چیز وسیله‌ای برای تنظیم روابط اجتماعی انسان‌ها تلقی شود. ضرورت توجه به اصلاح اخلاق شهروندی، ضمن لزوم دوچندان در سطح کارگزاری و تصمیم‌سازی، به بخش خاص یا قشر بخصوصی از جامعه منحصر نیست؛ بلکه بازسازی و اصلاح و تکمیل اخلاق موضوعی است که همه زوایای زندگی شهروندان و ساختار جامعه را دربرمی‌گیرد. توجه به این موضوع نمی‌تواند بدون در نظر گرفتن مؤلفه‌های فرهنگی در فضای شهری باشد. در واقع نمی‌توان اخلاق را موضوعی متفاوت از فرهنگ دانست؛ بلکه با رویکرد کل‌گرایانه به فرهنگ می‌توان حقوق و قانون و اخلاق را نیز موضوعی فرهنگی دانست.

1. Morality.

2. Civic Morality.

اخلاق و عناصر فرهنگی در تربیت شهروندی، همچون رعایت اخلاق در حوزه شهروندی اهمیت دارد. اگر با رویکردی فرهنگی به عناصر مؤثر بر اخلاق شهروندی نگریسته شود؛ می‌توان براساس مدل ساختی فرهنگ، عناصر فرهنگی را در سه حوزه اعتقادی و ارزشی و هنجاری طبق شکل زیر با اخلاق شهروندی در رابطه مفروض دانست. براین اساس، فرض محقق آن است که توجه به سازه‌های اخلاقی و ارزشی، زمانی در میان شهروندان یک شهر می‌تواند تا حد زیادی مشکلات اجتماعی، مسائل زیست‌محیطی، ارتباطات درون خانوادگی، مسائل شهری و ... را حل کند که با رویکرد فرهنگی در قالب ارزش‌ها و هنجارها و باورها به موضوعات اجتماعی نگریسته شود. به نظر می‌رسد جدایی انسان امروز از اخلاق در شهر، سبب گمگشتگی و ناآرامی او شده، به نحوی که پیامدهای آن علاوه بر آسیب‌های اجتماعی، مانع توسعه درون‌زا و پایدار فرهنگی و اجتماعی نیز شده است. براین اساس، موضوع تحقیق حاضر پرداختن به رابطه عوامل فرهنگی در بهبود اخلاق شهروندی است. موضوعی که طی آن محقق تلاش می‌کند با رویکردی فرهنگی به موضوع اخلاق در شهر بپردازد. در این پژوهش از سه سطح اعتقادی و ارزشی و هنجاری برای دسته‌بندی عوامل فرهنگی استفاده خواهد شد.

چارچوب نظری

رشد جوامع انسانی، گسترش شهرنشینی، رشد فرهنگ عمومی و پیچیده‌تر شدن روزافزون سازوکارها و روابط انسانی باعث شده است افکار عمومی و اقبال گوناگون اجتماعی، کمتر به سیاست و سیاست‌مداری به صورت حرفه‌ای اشتغال داشته باشند و برعکس، بیشتر تمایل داشته باشند که سرعت چرخه‌های سیاسی و امکان مشارکت مستقیم خود را در اداره زندگی و سامان دادن به

وضعیت عمومی و زندگی روزمره خویش افزایش دهند. شروع این فرایند سال‌هاست نه فقط در کشورهای توسعه‌یافته، بلکه در کشورهای در حال توسعه مشهود است. این فرایند از خلال گسترش و تعمیق فعالیت سازمان‌های غیردولتی در همهٔ زمینه‌ها، به وجود آمدن سازمان‌های غیردولتی منطقه‌ای و بین‌المللی و تأثیرگذار شدن هرچه بیشتر آن‌ها در سیاست‌گذاری‌های ملی و جهانی شکل گرفته است. در این چشم‌انداز شهر و شهروندی نقشی اساسی دارند (فکوهی، ۱۳۸۸). به واسطهٔ کارکرد اخلاق است که اخلاق شهروندی در شهر اهمیت خاصی دارد.

مفهوم اخلاق شهروندی بیش از هر چیز به تعریف‌ها و نوع شهروندی در هر جامعه مرتبط است. در بیشتر تعریف‌ها از شهروند، بر جنبه‌های حقوقی شهروندی تأکید شده است که البته آن هم خارج از موضوع فرهنگ نیست؛ باین همه تجربهٔ شهروندی فقط به پایگاه حقوقی فرد بستگی ندارد؛ بلکه به روابط بین افراد و گروه‌های اجتماعی نیز متکی است (ذکایی، ۱۳۸۱). شهروند به کسی گفته می‌شود که آگاهانه و دلیل‌مند به عضویت در جمع درآید، دربارهٔ موضوعات عمومی آگاهی داشته باشد، نگرش‌هایی دربارهٔ فضیلت شهرنشینی به او القا شود، مجهز به مهارت‌هایی برای مشارکت در عرصهٔ سیاسی و اجتماعی باشد و در چهار قلمرو، یعنی قلمرو سیاسی شهروندی، شامل حق رأی و مشارکت سیاسی، قلمرو اجتماعی، رابطه‌ها و رفتارهای بین افراد در بافت اجتماعی، قلمرو فرهنگی، آگاهی از میراث فرهنگی مشترک، و قلمرو اقتصادی، رابطه فرد با کار و بازار مصرف و داشتن حق کار فعالیت کند (هاتر، ۱۹۹۹).

1. Hater.

اخلاق شهروندی مجموعه‌ای از قانون‌ها و عرف‌های اجتماعی است که می‌تواند در شهرهای بزرگ و متوسط، همچنین در شهرهای کوچک امکان زندگی مناسب و هماهنگ را بدون تنش چه با یکدیگر و چه با محیط زیست به وجود آورد. اخلاق شهروندی مجموعه‌ای از مبانی و معیارها، بایدها و نبایدها و هنجارهایی است که بر رفتار، اعمال، روابط و مناسبات اجتماعی شهروندان حاکم است و به لحاظ اهمیت، از موضوعات مهم زندگی شهروندان محسوب می‌شود که با گذشت زمان و در نتیجه پیشرفت علوم و فناوری‌های جدید، ترویج فرهنگ‌های گوناگون، رشد شهرنشینی و آشکار شدن نیازهای جدید مادی و معنوی انسان ضرورت آن بیشتر احساس می‌شود. در واقع اخلاق شهروندی اصولی است که سبب رعایت حقوق فردی و اجتماعی و تکلیف نسبت به دیگران، پیروی از قانون‌های اجتماعی، احساس مسئولیت نسبت به هم‌نوعان و ترجیح منافع جمعی بر منافع فردی در همهٔ صحنه‌های تلاش و فعالیت‌های گوناگون می‌شود و ملکهٔ نفسانی و صفت پایدار شهروند را تشکیل می‌دهد. بر این اساس اخلاق شهروندی در ابعاد موضوعی گوناگونی ظاهر می‌شود؛ از جمله اخلاق فردی، اخلاق اجتماعی، اخلاق اقتصادی، اخلاق سیاسی، اخلاق خانواده، اخلاق دولت‌مردان، اخلاق کارگزاران، اخلاق مدیران، اخلاق رسانه و مطبوعات و... (غلامی‌نیا، ۱۳۸۸).

سرشت انسان همواره به اعمال پسندیده میل دارد؛ بنابراین، شناخت صحیح حقیقت وجودی انسان باعث می‌شود، شهروند رفتار خود را به گونه‌ای تنظیم کند که با سرشت پاک او سازگار باشد و موجب سعادت و نیکبختی او شود. از آنجایی که اخلاق از ضروری‌ترین نیازهای جامعهٔ انسانی است و بسیاری از مشکلات فردی و

اجتماعی ریشهٔ اخلاقی دارد، می‌توان اصلاح اخلاق را زیربنای اصلاح جامعه دانست (غلامی‌نیا، ۱۳۸۸). از این رو محتوای ادیان بر پایهٔ ارزش‌ها و هنجارها و باورهای است که جوهرهٔ اصلی فرهنگ را تشکیل می‌دهند. عوامل فرهنگی را می‌توان در ابعاد گوناگونی دسته‌بندی کرد. برخی صاحب‌نظران ارزش‌ها و هنجارها را جوهرهٔ اساسی هر فرهنگی دانسته‌اند (قلی‌زاده، ۱۳۸۹؛ صالحی امیری، ۱۳۸۷). در واقع ارزش‌ها به‌عنوان عنصر اساسی هر فرهنگ از باورهای اساسی جامعه نشأت گرفته‌اند (فرهنگی و همکاران، ۱۳۸۷)؛ در این صورت می‌توان از سه عنصر ارزشی و اعتقادی و هنجاری به‌عنوان عنصرهای اصلی هر فرهنگ یاد کرد. این الگو برگرفته از مدل شاین در تبیین عناصر فرهنگ نیز است.

پیشینهٔ پژوهش

بررسی‌ها نشان می‌دهد حوزه‌های مشترک مطالعات شهروندی حول پنج محور اصلی و موضوعاتی شکل گرفته است که عبارت‌اند از: محورهای هویت، امکانات شهری، ارزش‌های اجتماعی و همچنین تعهدات و حقوق مسلم است (گروسمن، ۲۰۰۰) و موضوعاتی چون هنجارهای شهروندی (کافی و لیبی،^۱ ۲۰۰۹)، ارزش‌ها و مسؤولیت‌های اخلاقی (هاست،^۲ ۲۰۰۵)، امکانات شهری (کفاشی و کاوسی، ۱۳۸۷)، ارزش‌های زیست‌محیطی و فرایند جهانی‌شدن و شهروندی (فالکوئیست،^۳ ۲۰۰۸)، نهادها و عامل‌های مؤثر در تربیت شهروندی (شرفی و همکاران، ۱۳۸۷) ساختار حاکمیتی و سازمانی و فرهنگ شهروندی

1. Hilde Coffe´ Tanja van der Lippe.

2. Helen Haste.

3. Jessica Nihle´n Fahlquist.

(فاطمی نیا، ۱۳۸۶). شیانی (۱۳۸۱) معتقد است که با افزایش تحصیلات، به رشد آگاهی سیاسی و آگاهی نسبت به حقوق و اخلاق و وظایف شهروندی نیز افزوده شده است. به نظر نیکومرام و همکارانش (۱۳۹۰) بیشترین تأثیرپذیری از فرهنگ در حوزه اخلاق، در بخش تعهدهای اجتماعی است.

مهدوی و اسمی (۱۳۹۲) در تحقیقی با عنوان «نگاهی جامعه‌شناختی به عوامل اجتماعی مؤثر بر اخلاق شهروندی جوانان کاشان» نشان دادند که میان عرصه عمومی ۰.۴۸۱، خانواده ۰.۳۰۵، آشنایی با مفاهیم جدید ۰.۲۷۰، پایگاه اجتماعی ۰.۱۹۰، سن ۳.۳۸، جنس ۳.۳۴ و اخلاق شهروندی رابطه معناداری وجود دارد. نتیجه تحلیل رگرسیونی نشان می‌دهد که متغیرهای باقی مانده در معادله رگرسیون با توجه به ضریب تعیین تعدیل شده کلی با همدیگر ۳۱.۹ درصد از واریانس متغیر وابسته را تبیین می‌کنند. در پایان آمار، تحلیل عاملی روی ۱۴ گویه انجام شد و بعد از چرخش و حذف گویه‌هایی که بارهای عاملی کم داشتند، در نهایت این عوامل به چهار عامل کاهش یافتند که عبارت‌اند از: رعایت قانون، انجام وظایف از روی اراده، آشنایی با مفاهیم جدید و احساس تعهد و روابط خانوادگی.

جو کواک^۱ (۲۰۰۷) در مطالعه‌ای با عنوان «چالش‌هایی برای تعلیم ارزش‌ها»^۲ بیان می‌کند که در آموزش‌های شهروندی ضرورت توجه به ارزش‌هایی، همچون وفاداری، صداقت، ثبات قدم، اعتماد، قدرت تحمل، مسؤلیت‌های اجتماعی و اخلاقی و ادبیات سیاسی که جزء ویژگی‌های

1. Joo Kwak, Duck.

2. Challenges for values education.

شهروندی است، امروزه از اهمیت بیشتری دارد. گیسون^۱ (۲۰۰۹) در پژوهشی با عنوان «توسعه اخلاقی و آماده‌سازی دانش‌آموزان شهروند جهانی» با تصریح به توسعه اخلاقی ارزش‌هایی چون مهربانی و دوستی، اعتماد و صداقت را مبنایی برای توسعه سریع دانش و مهارت‌ها در قرن بیست‌ویکم و فرایند جهانی شدن را مبنایی برای رسیدن به شهروند جهانی معرفی می‌کند.

فرضیه‌های پژوهش

- میان عوامل فرهنگی با بهبود اخلاق شهروندی در شاهین‌شهر رابطه وجود دارد.
- میان ارزش‌های فرهنگی با بهبود اخلاق شهروندی در شاهین‌شهر رابطه وجود دارد.
- میان هنجارهای فرهنگی با بهبود اخلاق شهروندی در شاهین‌شهر رابطه وجود دارد.
- میان باورهای فرهنگی با بهبود اخلاق شهروندی در شاهین‌شهر رابطه وجود دارد.

روش پژوهش

روش پژوهش حاضر توصیفی و پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش تمام شهروندان شاهین‌شهر، یعنی ۱۴۳۳۰۸ نفر در آخرین سرشماری ۱۳۹۰ هستند که از این میان، ۷۱۳۵۷ نفر را مرد و ۷۱۹۵۱ نفر را زن تشکیل می‌دهند.

¹Gibson, Kay L.

حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۳ محاسبه و از طریق روش نمونه‌گیری تصادفی متناسب با حجم انتخاب شد. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسش‌نامه محقق‌ساخته در چهار بعد ارزش‌ها، هنجارها، باورهای فرهنگی و تعهدهای اخلاقی شهروندان بود که روایی صوری و محتوایی آن تأیید و روایی سازه آن توسط تحلیل عاملی انجام گرفت. همچنین، پایایی ابزار برابر با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۶ برآورد شد. نرخ بازگشت پرسش‌نامه در این پژوهش برابر ۹۵ درصد است که در واقع از بین ۳۸۸ پرسش‌نامه ۳۶۶ پرسش‌نامه بازگشت داده شد.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های این پژوهش در دو سطح توصیفی و استنباطی به شرح زیر تنظیم شده است:

یافته‌های توصیفی

در جدول ۱ تا ۷ یافته‌های توصیفی تحقیق شامل جنس، وضعیت تأهل، سن، میزان تحصیلات، شغل، وضعیت منزل و مدت اقامت نشان داده شده است.

جدول ۱: توزیع فراوانی گروه نمونه برحسب جنس

| درصد فراوانی | فراوانی | شخص‌های آماری / جنس |
|--------------|---------|---------------------|
| ۰/۵ | ۲ | بی پاسخ |
| ۴۸/۹ | ۱۷۹ | زن |
| ۵۰/۵ | ۱۸۵ | مرد |
| ۱۰۰ | ۳۶۶ | مجموع |

نتایج جدول ۱ نشان می‌دهد که ۴۸/۹ درصد از شرکت‌کنندگان در پژوهش، زن و ۵۰/۵ درصد مرد هستند.

جدول ۲: توزیع فراوانی گروه نمونه برحسب وضعیت تأهل

| درصد فراوانی | فراوانی | شخص‌های آماری / وضعیت تأهل |
|--------------|---------|----------------------------|
| ۵/۲ | ۱۹ | بی پاسخ |
| ۴۱/۸ | ۱۵۳ | مجرد |
| ۵۳ | ۱۹۴ | متأهل |
| ۱۰۰ | ۳۶۶ | مجموع |

نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد که ۴۱/۸ درصد از شرکت‌کنندگان در پژوهش، مجرد و ۵۳ درصد متأهل هستند.

جدول ۳: توزیع فراوانی گروه نمونه بر حسب سن

| درصد فراوانی | فراوانی | شاخص‌های آماری |
|--------------|---------|----------------|
| | | سن |
| ۰/۵ | ۲ | بی پاسخ |
| ۴/۹ | ۱۸ | ۱۵ تا ۱۸ سال |
| ۹ | ۳۳ | ۱۸ تا ۲۱ سال |
| ۱۷/۵ | ۶۴ | ۲۱ تا ۲۵ سال |
| ۲۳/۸ | ۸۷ | ۲۵ تا ۳۰ سال |
| ۲۷/۶ | ۱۰۱ | ۳۰ تا ۴۵ سال |
| ۱۱/۵ | ۴۲ | ۴۵ تا ۵۵ سال |
| ۳/۸ | ۱۴ | ۵۵ تا ۶۵ سال |
| ۱/۴ | ۵ | ۶۵ سال و بیشتر |
| ۱۰۰ | ۳۶۶ | مجموع |

نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد که سن ۲۷/۶ درصد از شرکت‌کنندگان در پژوهش، بین ۳۰ تا ۴۵ سال است.

جدول ۴: توزیع فراوانی گروه نمونه برحسب میزان تحصیلات

| میزان تحصیلات | شاخص‌های آماری | فراوانی | درصد فراوانی |
|----------------|----------------|---------|--------------|
| بی‌پاسخ | | ۴ | ۱/۱ |
| زیر دیپلم | | ۳۳ | ۹ |
| دیپلم | | ۱۰۸ | ۲۹/۵ |
| فوق دیپلم | | ۶۵ | ۱۷/۸ |
| لیسانس | | ۱۲۰ | ۳۲/۸ |
| فوق لیسانس | | ۲۳ | ۶/۳ |
| دکتری و بالاتر | | ۱۳ | ۳/۶ |
| مجموع | | ۳۶۶ | ۱۰۰ |

نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد که تحصیلات ۳۲/۸ درصد از شرکت‌کنندگان در پژوهش، لیسانس است.

جدول ۵: توزیع فراوانی گروه نمونه برحسب شغل

| شغل | شاخص‌های آماری | فراوانی | درصد فراوانی |
|-----------|----------------|---------|--------------|
| بی‌پاسخ | | ۹ | ۲/۵ |
| شاغل | | ۱۷۶ | ۴۸/۱ |
| بی‌کار | | ۲۷ | ۷/۴ |
| بازنشسته | | ۱۳ | ۳/۶ |
| دانش آموز | | ۲۵ | ۶/۸ |
| دانشجو | | ۵۷ | ۱۵/۶ |
| خانه‌دار | | ۵۹ | ۱۶/۱ |
| مجموع | | ۳۶۶ | ۱۰۰ |

نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد که ۴۸/۱ درصد از شرکت‌کنندگان در پژوهش شاغل هستند.

جدول ۶: توزیع فراوانی گروه نمونه برحسب وضعیت منزل

| وضعیت منزل | شاخص‌های آماری | فراوانی | درصد فراوانی |
|----------------|----------------|---------|--------------|
| بی‌بایس | | ۷ | ۱/۹ |
| شخصی | | ۲۲۸ | ۶۲/۳ |
| رهن و اجاره | | ۱۰۱ | ۲۷/۶ |
| سازمانی | | ۷ | ۱/۹ |
| متعلق به اقوام | | ۱۵ | ۴/۱ |
| سایر | | ۸ | ۲/۲ |
| مجموع | | ۳۶۶ | ۱۰۰ |

نتایج جدول ۶ نشان می‌دهد که ۶۲/۳ درصد از شرکت‌کنندگان در پژوهش در منازل شخصی زندگی می‌کنند.

جدول ۷: توزیع فراوانی گروه نمونه برحسب مدت اقامت

| مدت اقامت | شاخص‌های آماری | فراوانی | درصد فراوانی |
|-----------------|----------------|---------|--------------|
| بی‌بایس | | ۵ | ۱/۴ |
| کمتر از ۵ سال | | ۴۱ | ۱۱/۲ |
| ۵ تا ۱۰ سال | | ۱۰۱ | ۲۷/۶ |
| ۱۰ تا ۲۰ سال | | ۱۰۸ | ۲۹/۵ |
| بیشتر از ۲۰ سال | | ۱۱۱ | ۳۰/۳ |
| مجموع | | ۳۶۶ | ۱۰۰ |

نتایج جدول ۷ نشان می‌دهد که ۳۰/۳ درصد از شرکت‌کنندگان در پژوهش بیشتر از ۲۰ سال در شاهین شهر اقامت دارند.

یافته‌های استنباطی

«بین عوامل فرهنگی با اخلاق شهروندی در شاهین شهر رابطه وجود دارد.» یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد، همبستگی بین عوامل فرهنگی با اخلاق شهروندی در شاهین شهر معنی دار است؛ بنابراین، فرضیه اصلی مبنی بر اینکه میان عوامل فرهنگی با اخلاق شهروندی در شاهین شهر رابطه وجود دارد، تأیید می‌شود. جزئیات این معناداری در جدول ۸ تا ۱۰ نشان داده شده است. میان بُعد ارزش‌های فرهنگی از عوامل فرهنگی با اخلاق شهروندی در شاهین شهر رابطه وجود دارد.

جدول ۸: ضریب همبستگی میان ارزش‌های فرهنگی از عوامل فرهنگی با اخلاق شهروندی

| متغیر ملاک اخلاق شهروندی | | | شاخص آماری |
|--------------------------|--------------------|--------------|--------------------------------|
| سطح معناداری | مجذور ضریب همبستگی | ضریب همبستگی | |
| ۰/۰۰۱ | ۰/۱۷۷ | ۰/۴۲۱** | متغیر پیش میان ارزش‌های فرهنگی |

$p < 0/01$

یافته‌های جدول ۸ نشان می‌دهد که ضریب همبستگی میان ارزش‌های فرهنگی از عوامل فرهنگی با اخلاق شهروندی معنی دار است؛ یعنی میان ارزش‌های فرهنگی از عوامل فرهنگی با اخلاق شهروندی ($r = 0/421$) رابطه معنی دار وجود دارد. براساس ضریب تعیین ($r^2 = 0/177$) ۱۷/۷ درصد واریانس

ارزش‌های فرهنگی از عوامل فرهنگی با اخلاق شهروندی مشترک بوده است. بنابراین، فرضیه اول مبنی بر اینکه بین ارزش‌های فرهنگی از عوامل فرهنگی با اخلاق شهروندی رابطه وجود دارد، تأیید می‌شود.

«میان بُعد هنجارهای فرهنگی از عوامل فرهنگی با اخلاق شهروندی در شاهین شهر رابطه وجود دارد.»

جدول ۹: ضریب همبستگی میان هنجارهای فرهنگی از عوامل فرهنگی با اخلاق شهروندی

| متغیر ملاک اخلاق شهروندی | | | شاخص آماری |
|--------------------------|--------------------|--------------|--------------------------------|
| سطح معناداری | مجدور ضریب همبستگی | ضریب همبستگی | |
| ۰/۰۱ | ۰/۴۰۲ | ۰/۶۳۴** | متغیر پیش میان هنجارهای فرهنگی |

$p < 0/01$

یافته‌های جدول ۹ نشان می‌دهد که ضریب همبستگی میان هنجارهای فرهنگی از عوامل فرهنگی با اخلاق شهروندی معنی‌دار است؛ یعنی میان هنجارهای فرهنگی از عوامل فرهنگی با اخلاق شهروندی ($r = 0/634$) رابطه معنی‌دار وجود دارد. براساس ضریب تعیین (r^2) ۴۰/۲ درصد واریانس هنجارهای فرهنگی از عوامل فرهنگی با اخلاق شهروندی مشترک بوده است. بنابراین، فرضیه دوم مبنی بر اینکه میان هنجارهای فرهنگی از عوامل فرهنگی با اخلاق شهروندی رابطه وجود دارد، تأیید می‌شود.

«میان بُعد باورهای فرهنگی از عوامل فرهنگی با اخلاق شهروندی در شاهین شهر رابطه وجود دارد.»

جدول ۱۰: ضریب همبستگی میان باورهای فرهنگی از عوامل فرهنگی با اخلاق شهروندی

| متغیر ملاک اخلاق شهروندی | | | شاخص آماری |
|--------------------------|--------------------|--------------|-------------------------------|
| سطح معناداری | مجذور ضریب همبستگی | ضریب همبستگی | |
| ۰/۰۰۱ | ۰/۳۸۶ | ۰/۶۲۱** | متغیر پیش میان باورهای فرهنگی |

$p < 0/01$

یافته‌های جدول ۱۰ نشان می‌دهد که ضریب همبستگی میان باورهای فرهنگی از عوامل فرهنگی با اخلاق شهروندی معنی‌دار است؛ یعنی میان باورهای فرهنگی از عوامل فرهنگی با اخلاق شهروندی ($r = 0/621$) رابطه معنی‌دار وجود دارد. براساس ضریب تعیین (r^2) ۳۸/۶ درصد واریانس باورهای فرهنگی از عوامل فرهنگی با اخلاق شهروندی مشترک بوده است. بنابراین، فرضیه سوم مبنی بر اینکه میان باورهای فرهنگی از عوامل فرهنگی با اخلاق شهروندی رابطه وجود دارد، تأیید می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

زندگی شهری نوعی زندگی جمعی است و برای موفقیت در این نوع زندگی باید فردگرایی و منفعت‌طلبی تا حدودی مهار شود و اخلاق جمعی رواج یابد. شهروند کسی است که هم منافع خویش را بنگرد و هم منافع دیگران را و در سایه همکاری و همراهی با دیگران و پذیرش مسئولیت‌ها موقعیت بهتری را برای خود و دیگران فراهم سازد. می‌توان شهروندی را مفهومی به‌هم پیوسته از حقوق و وظایف مدنی و سیاسی و اجتماعی دانست که در آن همانند نوعی پایگاه، تمامی افراد جامعه شأن و عضویت اجتماعی دارند و همگان فارغ از

وابستگی‌های طبقاتی، نژادی، قومی، مذهبی و اقتصادی یکسان و برابر و واجد حق برخورداری از تمامی امتیازها و منابع و مزایای حاصل از جامعه‌اند و در نهایت موظف به مشارکت در جامعه‌ای هستند که در آن زندگی می‌کنند.

نتیجه‌های این پژوهش نشان داد، از جمله ارزش‌های تأثیرگذار بر اخلاق شهروندی عبارت است از: مؤدب‌بودن، رعایت صداقت، آراستگی، ارجح بودن مصالح جمعی، فروتنی و تواضع، احترام، اجتناب از تمسخر دیگران، پایبندی به قول و قرار، صلۀ رحم، دعوت به کار خیر، احترام به جایگاه زن، پرهیز از غیبت و احترام به والدین و بزرگان. پژوهشگران در حوزه مطالعات شهروندی به ارزش‌های فردی (آشتیانی و همکاران، ۱۳۸۵) ارزش‌های شهری و اجتماعی (فتحی و همکاران، ۱۳۸۵) ارزش‌های جهانی (لطف‌آبادی، ۱۳۸۵) و ارزش‌های ملی (صالحی امیری، ۱۳۸۸) پرداخته‌اند. ارزش‌هایی مثل وطن‌پرستی^۱ در مطالعات شهروندی (پرایموراز، ۲۰۰۹)^۲، ارزش‌های دموکراتیک و پذیرش فرهنگ اقلیت‌ها و احترام به آن و درک تفاوت‌های فرهنگی و مهاجرت (بابوک، ۲۰۰۷)^۳ از جمله این ارزش‌هاست.

در جهانی که ما در آن زندگی می‌کنیم، همه چیز پیوسته در حال تغییر است، به طوری که ما هر روز شاهد پیشرفت یا تکمیل روش‌ها و اختراع‌ها و اکتشاف‌های جدیدی هستیم؛ ولی این به معنای آن نیست که اساساً ارزش‌های مطلق وجود ندارد؛ زیرا هر تغییری بر محوری ثابت و بر مبنای اصولی مسلم استوار است، وگرنه هیچ چیز قابل درک و تبیین نخواهد بود. به دیگر سخن، ما

1. Patriotism.

2. Igor Primoratz.

3. Rainer Bauböck.

برای درک دگرگونی‌ها نیازمند قاعده‌ها و ملاک‌ها و معیارهایی هستیم تا به اتکای آن‌ها دگرگونی‌ها را توجیه و تبیین عقلی کنیم و آن‌ها را دریابیم. در دنیا مفاهیمی از قبیل اصول مسلم عقلی، یعنی حق و حقیقت و خیر و نیکی، ارزش‌هایی مطلق هستند؛ گرچه مصداق‌های آن‌ها در دنیای محسوس، نسبی و تغییرپذیر است و به نوع جامعه و ارزش‌های مطلوب آن بستگی دارد. عوامل مؤثر بر ارزش‌ها عبارت‌اند از: طبقه‌های اجتماعی و اقتصادی، سیاست، تاریخ، نوع تعلیم و تربیت، خانواده، سن و سال، زمان، مکان و نقش فردی که بر یکدیگر تأثیر دارند. در واقع ارزش‌ها معنایی خاصی دارد که انسان به برخی اعمال و پاره‌ای از حالت‌ها و بعضی از پدیده‌ها نسبت می‌دهد. ارزش‌ها جوهره و شیرازه فرهنگ هستند و به زندگی فرد قصد و معنا می‌دهند و نسبی و تابع موقعیت فرهنگی‌اند.

ارزش‌ها ریشه‌دارترین عنصر فرهنگی هستند و از سنت‌ها و مبانی اخلاقی و به‌ویژه از ایدئولوژی حاکم بر جامعه تغذیه می‌کنند. در گذشته به دلیل کنندی روند دگرگونی‌ها نظام ارزشی چندان تغییری نمی‌کرد و از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شد؛ ولی امروزه شتاب تحول‌ها و پیشرفت‌های علمی فنی جهان به‌ویژه در حوزه ارتباطات از یک سو راه را برای آموزش فرهنگ‌ها باز کرده است و از سوی دیگر باعث شده است که نظام ارزشی، مانند دیگر بنیان‌های جامعه یکپارچگی خود را از دست بدهد و جوامع و خانواده‌ها با بحران ارزشی و در پی آن با بحران‌های فرهنگی و اجتماعی مواجه شوند؛ در حالی که استمرار و بقای هر جامعه‌ای مستلزم آن است که مجموعه باورها و نگرش‌ها و مهارت‌های آن به نسل‌های جدید منتقل شود.

ارزش‌ها نقش اساسی در تبیین، کنترل، هدایت، نظارت و پیش‌بینی کنش دارند. در دیدگاه‌های اندیشمندان کلاسیک و مدرن، گاه این عنصر را به‌عنوان

اصلی مقدم بر تغییر و تحول اجتماعی یا به صورت نتیجه تغییر و تحول اجتماعی می توان مشاهده کرد. به علاوه ناکامی برنامه ریزی های اقتصادی در زمینه توسعه در کشورهای در حال توسعه سبب تقویت این ایده می شود که فرهنگ به همراه ارزش و ایدئال های اجتماعی اساس و بنیان توسعه در هر جامعه است؛ از این رو، صحبت کردن در زمینه ارزش های فرهنگی به عنوان عوامل خیزش جوامع به سمت توسعه شدت می گیرد. ارزش های که سطح فرهنگی هر جامعه ای را تعریف می کنند، به طور مستقیم مشهود نیستند؛ بلکه از محصولات فرهنگی گوناگون استنباط می شوند. همچنین، ارزش های رایج تأکید شده در جوامع را می توان از میانگین گیری ارزش های فردی اعضای جامعه استنباط کرد. در این شیوه ارزش های فردی تا حدی محصول فرهنگی مشترک و تا حدی محصول تجربه های منحصر به فرد افراد است. میانگین اولویت های ارزشی اعضای جامعه نشان دهنده اشتراک در اجتماعی شدن عمدی یا غیر عمدی ارزش ها یا اشتراک در فرهنگ پذیری است. پراکندگی های فردی حول این میانگین نشان دهنده شخصیت و تجربه منحصر به فرد افراد است.

نتیجه های این پژوهش نشان داد، از جمله ارزش ها و مهارت ها و باورهای فرهنگی تأثیرگذار بر اخلاق شهروندی عبارت اند از: آراستگی، ارجح بودن مصالح جمعی، مؤدب بودن، فروتنی و تواضع، احترام، اجتناب از تمسخر دیگران، رعایت نظافت عمومی و قاعده های راهنمایی و رانندگی، عضویت در نهادهای شهری، همچون فرهنگ سراها، کتابخانه ها و... همکاری با نهادهای شهری، مانند شهرداری، پلیس و... مراقبت از مبلمان شهری، یعنی تلفن ها، چراغ برق، صندلی پارک ها و... رعایت صداقت، اعتقاد به نظارت الهی،

خدمت به مردم، اطاعت از قانون مشارکت در کارهایی سود همگانی دارد، پابندی به قول و قرار، صلۀ رحم، دعوت به کار خیر، احترام به جایگاه زن، پرهیز از غیبت، احترام به والدین و بزرگان.

خانواده و رسانه‌ها یکی از منابع بسیار مهمی هستند که در کنار نهادهای شهری و فرهنگ‌سراها ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی را به افراد منتقل می‌کنند. برای اینکه والدین در انتقال ارزش‌های فرهنگی و هنجارهای اجتماعی موفق شوند، باید انسان کامل جامعه را که ریشه در منابع غنی فرهنگی، چون مذهب و ادبیات دارد، به جوانان شناسانند و خود نیز به ارزش‌های اخلاقی و فرهنگی پایبند باشند. صداقت یکی از ارزش‌های مهم شناسایی شده در دسته‌بندی‌های ارزش‌های شهروندی در این مطالعه است. صداقت نه تنها زمینه‌ی ایجاد مهم‌ترین عامل در سرمایه‌ی اجتماعی، یعنی اعتماد متقابل را فراهم می‌کند، بلکه بستر انجام رفتارهای مبتنی بر امانت‌داری و حسن ظن را که تقویت‌کننده‌ی سرمایه‌ی اجتماعی و در پی آن تقویت شالوده‌های فرهنگ شهروندی است، فراهم می‌کند. جو کواک^۱ (۲۰۰۷) ارزش‌هایی همچون وفاداری، صداقت، ثبات قدم، اعتماد، قدرت تحمل، مسئولیت‌پذیری‌های اجتماعی و اخلاقی را از ویژگی‌های شهروندی می‌داند. همچنین، گیبسون^۲ (۲۰۰۹) بسط اخلاقی ارزش‌هایی، چون مهربانی و دوستی، اعتماد و صداقت را به عنوان مبنایی برای توسعه‌ی سریع دانش و مهارت‌ها در قرن بیست و یکم و فرایند جهانی شدن می‌داند.

1. Joo Kwak, Duck.
2. Gibson, Kay L.

شهروند بنا بر تعابیر گذشته، پایهٔ جامعهٔ مدنی مبتنی بر مشارکت را شکل می‌دهد؛ از این رو به نظر می‌رسد، به دلیل حاکم شدن نوعی احساس نگرانی و بی‌اعتمادی در روابط میان فردی در تعامل‌های اجتماعی عصر حاضر، تقویت آموزه‌هایی چون صداقت در شهروندان و ترویج این آموزه‌ها میان آن‌ها ضروری است. ترجیح منافع جمعی بر منافع فردی یکی دیگر از ارزش‌های مطرح در این مطالعه است. فردگرایی و جمع‌گرایی از گرایش‌های تعیین‌کننده‌ای است که در تحلیل کنش‌ها و نگرش‌های اجتماعی نقشی اساسی دارند و فرد را بر سر دوراهی اجتماعی قرار می‌دهند که نوع خاصی از تعارض میان مصلحت جمعی و نفع فردی است و در آن برای هر فرد، صرف نظر از انتخاب دیگران، بهترین گزینه انتخاب نفع فردی است.

ملاک کلی ارزش اخلاقی، مصلحت عمومی فرد و جامعه و مصلحت واقعی انسان است. مصلحت، یعنی هر چیزی که موجب کمال و صلاح واقعی انسان شود، نه چیزی که دلخواه افراد و خوشایند آن‌هاست. عنوان‌ها و ملاک‌های کلی از قبیل کمال انسان، عدالت و... تغییرناپذیرند؛ اما مصادیق آن‌ها بر حسب زمان و مکان و فرهنگ‌ها متفاوت است. در اصل، اصول اخلاقی مطلق و ثابت هستند؛ اما از جهت مصادیق، انعطاف‌پذیر و وابسته به زمان و مکان‌اند؛ مثلاً به‌طور کلی صداقت ارزشمند است؛ اما میزان ارزشمندی یا بی‌ارزشی مصادیق آن متفاوت است. راست‌گفتن تا آنجا که به صلاح فرد و جامعه است، با ارزش است؛ اما اگر همین عمل برخلاف مصالح فرد و جامعه بود؛ مثلاً جان انسانی را در معرض خطر و هلاکت قرار داد، ضد ارزش می‌شود.

منابع

۱. شرفی، ح، «سلوک فردی شهروندان در آرمانشهر رضوی»، مجموعه مقالات شهر بهشت، ۱۳۸۷..
۲. شیانی، م، «تحلیلی جامعه‌شناختی از وضعیت شهروندی در لرستان»، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره ۴، ۳، ۱۳۸۱، ص ۶۰ تا ۸۰.
۳. دو مهدوی، محمدصادق و زهرا اسمی جوشقانی، «نگاهی جامعه‌شناختی به عوامل اجتماعی مؤثر بر اخلاق شهروندی جوانان کاشان؛ مطالعات جامعه‌شناختی شهری (مطالعات شهری)»، ۳(۸) تا ۳۰، ۴، ۳، ۱۳۹۲، ص ۶۰ تا ۸۰.
۴. صالحی امیری، سیدرضا و فرزانه چاوش‌باشی، «چالش‌های فرهنگی شهرنشینی در ایران، پژوهشنامه مدیریت برنامه‌ریزی شهری؛ مرکز مطالعات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام، ش ۳، ۱۳۸۷، ص ۹ تا ۳۷.
۵. غلامی‌نیا، ع، «تأثیر انسان‌شناسی بر اخلاق شهروندی»، دوره ۶، ش ۲۱، زمستان ۱۳۸۸، ص ۱۶۱ تا ۱۷۱.
۶. فاطمی‌نیا، س، فرهنگ شهروندی محصول و محمل حاکمیت خوب، سازمان کارا و شهروند فعال»، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، س ۷، ش ۲۶، ۱۳۸۶، ص ۳۵ تا ۵۸.
۷. فکوهی، ن، «تقویت اخلاق شهروندی؛ راهی برای گذر به مردم‌سالاری مشارکتی»، مطالعات اجتماعی ایران، س ۳، ش ۲، ۱۳۸۸.
۸. قلی‌زاده، آ، جامعه‌شناسی فرهنگی، اصفهان: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان، ۱۳۸۸.
۹. نیکومرام، ه و دیگران، «نقش مهندسی فرهنگی در توسعه اخلاق شهروندی»، مطالعات مدیریت شهری، ۳(۵)، ص ۷۱ تا ۸۷.

10. Coffe H, Lippe T. 2009. Citizenship norms in Eastern Europe. Published online; 28 May 2009. Springerlink.
11. Fahlquist J.N. 2009. Moral responsibility for environmental problems-individual or institutional?. Published By Springer 22 :109-124
12. Gibson KL. 2009. Moral development in preparing gifted students for global citizenship. Morality, Ethics, and Gifted Minds Springer US, 1-12.
13. Grossman D. 2000. The global and the local in partnership: Innovative approaches to citizenship education. paper presented at the sixth Unesco-Aceid, international conference on education, Bangkok, Thailand.
14. Haste H. 2005. Moral responsibility and citizenship education, education, arts & morality, editor, Doris B, Wallace Springer US, 143-167.
15. Heater, Derek . (1999) . Citizenship : The civic Ideal in world history , Politics and Education . London : Longman .
16. Joo Kwak. 2007. Challenges for values education today: In Search of a humanistic approach for the cultivation of the virtue of private citizenship, values education and lifelong learning, konkuk university, Seoul, Korea ,147-159.