

طرح یک استراتژی پژوهشی برای انجام تحقیقات راهبردی

بهاره آروین^۱

تاریخ دریافت: ۹۴/۰۱/۰۲ تاریخ تایید: ۹۴/۰۳/۰۵

چکیده

بخش عمده‌ای از تحقیقات اجتماعی در ایران با هدف کشف و ارائه راهبردهایی به منظور حل مسائل مختلف اجتماعی از سوی سازمان‌های دولتی به پژوهشگران حوزه‌ی علوم اجتماعی سفارش داده می‌شوند. این در حالی است که اغلب این پژوهش‌ها در ارائه‌ی راهبردهایی مشخص و عملیاتی به سیاست‌گذاران در حوزه‌ی مربوطه ناکام می‌مانند. از دیدگاه نویسنده یکی از علل این ناکامی عدم اتخاذ یک استراتژی پژوهشی است که مشخصاً مرتبط با انجام یک پژوهش راهبردی طراحی شده باشد. هدف اصلی این مقاله طرح یک استراتژی پژوهشی جایگزین است که در نتیجه‌ی به کارگیری آن در پژوهش‌های اجتماعی، ارائه‌ی راهبردهای مشخص و عملیاتی امکان‌پذیر شود. این استراتژی پژوهشی دارای سه ویژگی اصلی است که عبارتند از: توجه به متغیرهایی که امکان تغییر و دستکاری آن‌ها در حیطه‌ی امکانات و اختیارات مسئولین مربوطه قرار داشته باشد، سنجش میزان تاثیر متغیرها به شکل فرضیات رقیب و تمرکز بر رویکرد مقایسه‌ای به جای انجام پیمایش‌های عمومی. در این مقاله ضمن مرور انتقادی نمونه‌هایی از پژوهش‌های راهبردی انجام شده در یک حوزه‌ی پژوهشی خاص (حوزه‌ی ارتقاء اخلاق شهروندی در کلان‌شهرها)، نمونه‌ای از یک پژوهش راهبردی در همان حوزه‌ی پژوهشی نیز شرح داده شده است که با به کارگیری استراتژی پژوهشی پیشنهادی، به ارائه‌ی راهبردهایی متمایز و عملیاتی در آن حوزه‌ی پژوهشی منتهی شده است.

واژگان کلیدی: تحقیقات راهبردی، راهبرد، استراتژی پژوهشی، اخلاق شهروندی.

بیان مسئله

بخش زیادی از پژوهش‌های اجتماعی در ایران از سوی سازمان‌های دولتی سفارش داده می‌شوند که غالباً ارائه‌ی راهبردهای مشخص و قابل انجام برای حل مسائل مختلف در حوزه‌های اجتماعی را هدف اصلی این پژوهش‌های سفارش داده شده تعیین می‌کنند. این درحالی است که اغلب این پژوهش‌ها در دست‌یابی به این هدف تعیین شده از سوی کارفرما ناکام می‌مانند و این مساله خود به یکی از مسائل مورد تاکید در حوزه‌ی پژوهش‌های اجتماعی تبدیل شده است؛ مساله‌ای که مکرراً هم از سوی محققان علوم اجتماعی و هم از سوی مدیران و مسئولین سازمان‌های دولتی مورد تاکید قرار می‌گیرد (برای مثال نگاه کنید به مصاحبه‌های انجام شده با جامعه‌شناسان در همایش «علوم اجتماعی در ایران: دستاوردها و چالش‌ها»: ۱۳۸۹، همچنین برای مروری بر تحلیل محتوای این مصاحبه‌ها با تاکید خاص بر مساله‌مندی پژوهش‌های اجتماعی نگاه کنید به آروین: ۱۳۹۰: ۱۴۴-۱۳۸). از طرفی محققان علوم اجتماعی از بلااستفاده ماندن نتایج حاصل از انبوه پژوهش‌های اجتماعی گله‌مندند و از طرف دیگر مدیران و مسئولان ذیربط از کاربردی نبودن یافته‌های حاصل از پژوهش‌های اجتماعی در حل مسائل اجتماعی موجود در حوزه‌های مورد بررسی انتقاد می‌کنند.

این مقاله درصدد است با بررسی نمونه‌هایی از پژوهش‌های راهبردی انجام شده در یک حوزه‌ی پژوهشی خاص (حوزه‌ی ارتقاء اخلاق شهروندی در کلان‌شهرها)، نشان دهد که راهبردهای ارائه شده در این پژوهش‌ها اغلب تکراری و غیرعملی برای مسئولین ذیربط و مهم‌تر از همه نامرتب با یافته‌های حاصل از پژوهش انجام شده ارائه شده است. از دیدگاه نویسنده علت اصلی ناکامی این تحقیقات در ارائه‌ی راهبردهای عملی و موثر، عدم اتخاذ یک استراتژی پژوهشی است که مشخصاً مرتبط با انجام یک پژوهش راهبردی طراحی شده باشد. در ادامه نویسنده سعی کرده است با شرح نمونه‌ای از یک پژوهش راهبردی در همان حوزه‌ی پژوهشی خاص (حوزه‌ی اخلاق شهروندی)، استراتژی پژوهشی مناسب برای انجام یک پژوهش راهبردی را طرح کند.

مرور انتقادی نمونه‌هایی از تحقیقات راهبردی در یک حوزه پژوهشی

در سال ۱۳۹۱ انجام پژوهشی با عنوان «بررسی راهبردهای ارتقاء اخلاق شهروندی در شهر تهران» از سوی اداره کل پژوهش‌های اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران به نویسنده پیشنهاد شد. برای انجام این پژوهش اولین سوال قابل طرح این است که اساساً چگونه می‌توان راهبردهای ارتقاء اخلاق شهروندی را مورد بررسی قرار داد. در پاسخ به این سوال می‌توان گفت

قاعدتا هر پژوهشی که به نوعی وضعیت اخلاق شهروندی و عوامل مؤثر بر آن را مورد بررسی قرار می‌دهد، حاوی راهبردهایی بالقوه خواهد بود چرا که اگر ما عوامل مؤثر بر یک پدیده را شناسایی کنیم، علی‌القاعده می‌توانیم با دستکاری آن عوامل مؤثر، وضعیت پدیده مورد مطالعه را به وضع مطلوب نزدیک‌تر کنیم. اما مروری بر پژوهش‌های انجام شده نشان داد که این تحقیقات علی‌رغم شناسایی عوامل چندگانه‌ی مؤثر بر وضعیت اخلاق شهروندی، فاقد توانایی ارائه‌ی راهبرد، دست‌کم به مدیران شهری بودند، در ادامه مروری بر چند پژوهش انجام شده در حوزه‌ی اخلاق شهروندی نشان خواهد داد که مانع اصلی استنتاج راهبرد عملیاتی از نتایج این تحقیقات چه بوده است.

گودرزی (۱۳۹۰) در پژوهش خود با عنوان بررسی عوامل مؤثر بر رعایت اخلاق شهروندی در شهر تهران (با تاکید بر مناطق ۳، ۸ و ۱۰) تاثیر سه عامل فردگرایی (شامل ابعاد تعهد کاری، تعهد رابطه‌ای و نظام هنجاری)، پایگاه اجتماعی - اقتصادی (مشکل از شاخص‌های درآمد، وضعیت مسکن، شغل و تحصیلات) و سرمایه‌ی اجتماعی (شامل ابعاد اعتماد، مشارکت، آگاهی و رضایت) بر اخلاق شهروندی را مورد بررسی قرار داده است.

جامعه آماری این پژوهش، شهروندان تهرانی گروه سنی ۱۸ سال به بالا بوده است و پژوهشگر با بیان این‌که «انتخاب همه مناطق دشوار و زمانبر است، [...] بر طبق شاخص‌های توسعه‌یافتگی و تقسیم مناطق به سه منطقه بالا، متوسط و پایین، منطقه ۳ (نماینده منطقه بالای توسعه‌یافته)، منطقه ۱۰ (به عنوان منطقه متوسط مرکزی) و منطقه ۱۸ (به عنوان منطقه پایین و کمتر توسعه‌یافته)» را برای بررسی انتخاب کرده است. حجم نمونه در این تحقیق ۴۰۰ نفر و روش نمونه‌گیری، خوشه‌ای بوده است.

تحلیل یافته‌های این تحقیق نشان داد که همه فرضیات تحقیق، به جز رابطه بین محل سکونت و اخلاق شهروندی، تأیید شده‌اند؛ یعنی تفاوت معنی‌داری در ارتباط با میزان رعایت اخلاق شهروندی در بین شهروندان ساکن در این مناطق وجود نداشته است. و در نهایت به کمک تکنیک تحلیل مسیر به شناسایی عوامل مؤثر بر رعایت اخلاق شهروندی پرداخته شده که نتایج نشان داده است از مجموع تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر وابسته به ترتیب این متغیرها دارای بیشترین تأثیر بر رعایت اخلاق شهروندی بوده‌اند: سرمایه اجتماعی، فردگرایی، پایگاه اقتصادی اجتماعی.

در پژوهشی که توسط شیانی (۱۳۸۸) با عنوان «تحلیلی بر وضعیت شهروندی در شهر تهران: نگاهی بر مدیریت شهری» انجام شده است، پس از مرور تاریخی بر مفهوم شهروندی و جایگاه این مفهوم در نظام حقوقی و قانون اساسی ایران، «وضعیت شهروندی بر اساس مولفه‌ها و ابعاد اخذ شده از تعاریف و نظریه‌ها در منابع متعدد مفهوم‌سازی شده و بر مبنای مقیاس‌های یک

بعدی یا چند بعدی شامل آگاهی از حقوق شهروندی، آگاهی از وظایف شهروندی، برخورداری از حقوق شهروندی، عمل به وظایف شهروندی و احساس هویت شهروندی» مورد سنجش و اندازه‌گیری قرار گرفته است. بر مبنای یافته‌های این تحقیق، در زمینه مشارکت در امور مختلف جامعه، نگرش بی‌تفاوت و پس از آن منفی قالب بوده است و احساس اعتماد تعمیم یافته برای نسبت قابل توجهی از افراد متوسط و کم بوده است» همچنین بر مبنای یافته‌های این تحقیق، وضعیت شهروندی در شهر تهران متأثر از متغیرهای متعدد در بخش منابع (شامل آگاهی و شناخت دارای ۰,۰۹ سهم از پیش‌بینی تغییرات وضعیت شهروندی، مهارت سیاسی و اجتماعی دارای ۰,۰۶ سهم و وضعیت رفاهی دارای ۰,۱۷ سهم) نظام شخصیت (شامل عام‌گرایی با ۰,۲۱ سهم از پیش‌بینی تغییرات، نگرش به مشارکت با ۰,۱۷ سهم، ملیت‌گرایی با ۰,۱۱ سهم، ارزش‌های دموکراتیک با ۰,۲۵ سهم، آینده‌نگری با ۰,۱۰ سهم و اعتقاد به برنامه‌ریزی با ۰,۱۵ سهم از پیش‌بینی تغییرات وضعیت شهروندی) و فرصت‌های اجتماعی (شامل فرصت‌های اجتماعی مشارکت در فعالیت داوطلبانه با ۰,۰۵ سهم از پیش‌بینی تغییرات وضعیت شهروندی) در مجموع توانسته‌اند ۶۴ درصد از تغییرات وضعیت شهروندی را پیش‌بینی کنند. شیان «بخش باقیمانده از تغییرات را مربوط به متغیرهای سطح کلان به ویژه در بعد منابع و فرصت‌های اجتماعی دانسته که وارد تحلیل نشده‌اند.» با توجه به سهم بالای نظام شخصیت در تغییرات وضعیت شهروندی در پژوهش شیان، وی نتیجه می‌گیرد که برای افزایش آگاهی و عمل به حقوق و وظایف شهروندی بایستی به رشد آگاهی و شناخت افراد، تقویت مهارت‌ها، ایجاد امکانات رفاهی و دسترسی به امکانات توجه نمود. همچنین باید در ایجاد و تقویت نگرش‌های مثبت نسبت به مسایل جامعه و اعضای آن گام برداشت و زمینه را برای حضور و مشارکت بیشتر در عرصه‌ها و فعالیت‌های داوطلبانه فراهم کرد.

در پژوهش دیگری که هاشمیان فر و گنجی (۱۳۸۸) با عنوان «تحلیلی بر فرهنگ شهروندی در شهر اصفهان» انجام داده‌اند، به «بررسی وضعیت شهروندی و ابعاد مختلف آن در شهر اصفهان و میزان آن در بین شهروندان اصفهانی» پرداخته شده است. محققان در این تحقیق «برای شهروندی سه بعد مشارکت‌جویی، مسئولیت‌پذیری و رعایت قوانین را با وزن‌های مساوی در نظر گرفته‌اند و برای هر قسمت سوال و گویه‌هایی در قالب طیف لیکرت طرح گردیده و پاسخگویان به هر کدام پاسخ داده‌اند...[در بعد مشارکت، مشارکت در امور عمومی و خدماتی شهر و مشارکت در حل مشکلات محله، شهر و انتقاد از مسئولین شهری و همچنین مشارکت در جلسات اولیاء و مربیان و کمک مالی و فکری به این انجمن‌ها و بالاخره مشارکت انتخابات و پرس و جو راجع به کاندیداها و فعالیت‌های انتخاباتی و حضور فعال در جلسات انتخاباتی مورد بررسی و پرسش قرار گرفته است. ...] بر مبنای یافته‌های تحقیق بیشتر

پاسخگویان (۳،۳۹٪) به میزان متوسط در امور اجتماعی مشارکت می‌کنند و احساس مشارکت‌جویی دارند. [...] بعد رعایت قوانین در جامعه با مولفه‌های رعایت قوانین راهنمایی و رانندگی، قوانین محل کار، مقررات اجتماعی، رعایت حقوق همسایگان و شهروندان و اعضای خانواده مورد بررسی و پرسش قرار گرفته است. [...] یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که بیشتر پاسخگویان (۷،۳۸٪) در حد متوسط قوانین را رعایت می‌کنند. [...] بعد مسئولیت‌پذیری نیز با مولفه‌های مسئولیت در مقابل مشکلات خانواده، محله و اجتماع، عدم بی‌تفاوتی، مسئولیت در قبال رفتار اعضای خانواده، همشهریان، دوستان، خویشاوندان و مسئولیت در مقابل زمامداران حکومت سنجیده شده است [...] بر مبنای یافته‌های تحقیق مسئولیت‌پذیری بیشتر پاسخگویان (۴۲٪) در حد متوسط بوده است. با تلفیق این سه بعد، شاخص شهروندی ساخته شده که بر مبنای یافته‌های تحقیق ۳،۳۷ درصد از شهروندان دارای شهروندی در حد متوسط بوده‌اند، ۷،۴۴ درصد دارای شهروندی در حد زیاد یا بسیار زیاد و ۱۸ درصد دارای شهروندی در حد کم یا بسیار کم بوده‌اند. در این تحقیق نیز، محققان با بیان اینکه «تا شهروندان نگرش مثبتی به رعایت قانون و حس مسئولیت‌پذیری و فرهنگ مشارکت پیدا نکنند همواره آن را از دیگران طلب می‌کنند»، آموزش و آگاهی‌بخشی به شهروندان را راهکار کلیدی خود برای بهبود وضعیت شهروندی معرفی کرده‌اند.

در مقاله‌ای با عنوان «شهر بی‌انضباط و محدودیت‌های ظهور شهروندی در ایران» (کازمی و رضایی: ۱۳۸۸) که به نظر می‌رسد دارای رویکردی متفاوت از رویکرد پژوهش‌های قبلی است، نویسندگان با تحلیل ثانویه داده‌های خام تحقیقی در جهت بررسی میزان قانون‌گریزی کارمندان شاغل در ساختمان‌های اصلی وزارتخانه‌ها (اعم از زن و مرد) این فرضیه‌ی تبیینی را طرح کرده‌اند که بی‌انضباطی در شهر محصول وضعیتی است که مانع شکل‌گیری اخلاق شهروندی می‌شود. تصور نویسندگان مقاله این بوده است که «شکل‌گیری اخلاق شهروندی صرفاً در نتیجه‌ی آموزش و آگاهی‌بخشی به شهروندان ممکن نمی‌شود؛ بلکه پیش از آن نیازمند جامعه‌ای است که از ویژگی‌های مهم آن احساس نظارت شدید و احساس کنترل اجتماعی و اعتماد به نهادهای کنترل‌کننده است.» از نظر نویسندگان «عقلانیت فردی خودکامه زندگی روزمره مهم‌ترین منبع اخلاق شهروندی شده است. از این‌رو، این اخلاق از جنبه‌های جمع‌گرایانه خود خالی است.» نویسندگان در این مقاله صراحتاً راهبردهایی در جهت افزایش پایبندی به اخلاق شهروندی ارائه نکرده‌اند اما با توجه به نتیجه‌گیری انتهایی، می‌توان راهبردهای قابل استنتاج از این پژوهش را افزایش احساس نظارت شدید و احساس کنترل اجتماعی از سوی شهروندان و نیز افزایش اعتماد شهروندان به نهادهای کنترل‌کننده تلقی کرد.

ذکایی در پژوهشی قدیمی‌تر (ذکایی: ۱۳۸۰) با عنوان «اخلاق شهروندی: رابطه هویت‌یابی و ارزش‌های دیگرخواهانه» از طریق مصاحبه با ۳۳۰ نفر از ساکنان مناطق روستایی و نواحی پایدار و ناپایدار شهری در تهران نشان می‌دهد که تداول و شدت ارزش‌های نوع‌خواهانه با زمینه‌های ساختاری (مکان زندگی) مرتبط است، اما متغیر هویت جمعی بر آن تاثیر می‌گذارد. هویت جمعی همبستگی مثبتی را با دیگرخواهی نشان می‌دهد. در واقع در پژوهش ذکایی، سطوح بالاتر دیگرخواهی ابتدا در مناطق روستایی و سپس در جمعیت ناپایدار شهری به چشم می‌خورد. البته ذکایی این نتیجه را این‌گونه توضیح می‌دهد که «سطوح بالاتر دیگرخواهی در جمعیت روستایی غالباً مبتنی بر قومیت، مکان مشترک، خویشاوندی و دیگر عناصری است که افراد را در چارچوبی از روابط متقابل درگیر و متعهد می‌کند و تا حدودی بر اصل بده و بستان مبتنی است» از نظر ذکایی «توازن در این نوع دیگرخواهی آشکارا به سود احساسات است. این ضعف نسبی در قلمرو شناختی ساخت‌های روستایی، ظرفیت بازاندیشی را که مشخص‌کننده دیگرخواهی عام‌گرایانه‌تر است، فراهم نمی‌سازد. نگرش عام‌گرایانه‌تر این فرصت را به افراد می‌دهد که نفع شخصی را از نفع جمعی جدا کنند و آن‌ها را از تاثیر اعمال‌شان بر خیر جمعی آگاه می‌سازد. این آگاهی مستلزم چشم‌انداز، توانایی و فهمی است که گاه از آن با عنوان هویت دو نیمه‌ای یاد می‌شود. هویت دو نیمه‌ای، داشتن یک هویت به عنوان یک فرد خصوصی و هویتی دیگر به عنوان فردی عمومی است.» هویتی که گویا بر مبنای یافته‌های ذکایی در هیچ‌یک از گروه‌های مورد مطالعه‌ی او به خصوص در گروه ساکن در نواحی پایدار شهری که ضرورت شکل‌گیری چنین هویتی در آن‌ها وجود دارد، مشاهده نشده است.

حال پس از مروری اجمالی بر پژوهش‌های انجام شده در حوزه‌ی اخلاق شهروندی و عوامل موثر بر آن می‌توان پرسش ابتدای این قسمت را مجدداً طرح کرد که با توجه به یافته‌های به دست آمده در این پژوهش‌ها، چه راهبردهایی را می‌توان برای ارتقای وضعیت اخلاق شهروندی پیشنهاد داد. برخی راهبردهای قابل استنتاج از نتایج حاصل از پژوهش‌های پیشین عبارتند از:

- توجه به رشد آگاهی و شناخت افراد، تقویت مهارت‌ها، ایجاد امکانات رفاهی و دسترسی به امکانات به منظور افزایش آگاهی و عمل به حقوق و وظایف شهروندی؛ ایجاد و تقویت نگرش‌های مثبت نسبت به مسایل جامعه و اعضای آن؛ فراهم کردن زمینه برای حضور و مشارکت بیشتر در عرصه‌ها و فعالیت‌های داوطلبانه
- افزایش احساس نظارت شدید و احساس کنترل اجتماعی از سوی شهروندان و نیز افزایش اعتماد شهروندان به نهادهای کنترل‌کننده
- افزایش سرمایه‌ی اجتماعی به معنای افزایش اعتماد، مشارکت و آگاهی اجتماعی و رضایت از زندگی

- افزایش درآمد، تحصیلات و بهبود وضعیت مسکن و اشتغال
 - افزایش فردگرایی به معنای افزایش پایبندی به نظام هنجارین جامعه، تعهد رابطه‌ای و تعهد کاری
- به نظر می‌رسد تمرکز بر استراتژی به کار گرفته شده در پژوهش‌های پیشین و راهبردهای قابل استنتاج از یافته‌های آن‌ها چند نکته را برجسته می‌سازد:
۱. در بسیاری از این تحقیقات، متغیرهای مورد بررسی در سطح فرد اندازه‌گیری شده است، متغیرهایی از قبیل نظام شخصیت، فردگرایی، سرمایه اجتماعی، پایگاه اجتماعی - اقتصادی و مانند آن که به نظر می‌رسد تغییر و دستکاری این متغیرها به سختی در حیطه‌ی اختیارات و امکانات مدیر شهری قرار می‌گیرد.
 ۲. در بسیاری از تحقیقات انجام شده، تاثیر متغیرها بر یکدیگر در قالب یک پیمایش عمومی در سطح شهر یا بخش‌هایی از آن مورد سنجش قرار گرفته است، این متغیرها نه فقط چنان‌که گفته شد، بدون توجه به حیطه‌ی امکانات و اختیارات مدیر شهری برای تغییر و دستکاری انتخاب شده‌اند بلکه مهم‌تر از آن، سنجش تاثیرات این متغیرها در کمتر موردی به شکل فرضیات رقیب انجام شده است. سنجش تاثیر متغیرها نه به شکل صرفا توصیفی و گزارش میزان تاثیر، بلکه به صورت آزمون فرضیات رقیب این مزیت را در برخواهد داشت که محدودیت منابع و امکانات برای سرمایه‌گذاری روی تغییر یک متغیر را مدنظر قرار داده و به جای ارائه‌ی لیستی بلند بالا از متغیرهای تاثیرگذار، به ترجیح دسته‌ای از راهبردهای ناظر به متغیر تاثیرگذارتر نسبت به راهبردهای ناظر بر متغیر کمتر تاثیرگذار منتهی خواهد شد.
 ۳. در بسیاری از این تحقیقات، شهروندی عمدتا معادل سیتیزن شپ^۱ قرار داده شده که در ادبیات نظری موجود به معنای عضویت در یک دولت- ملت است تا شهروندی در معنای خاص‌تر شهرنشینی در یک کلانشهر. همین معادل‌گذاری نه چندان مرتبط باعث شده است که شاخص‌های عملیاتی سنجش‌گر متغیرها چندان مرتبط با مسائل مبتلا به زندگی در کلانشهرها نباشد و به جای تمرکز بر مسائلی مانند روابط با همسایگان، اخلاق زیست‌محیطی، رعایت قوانین راهنمایی و رانندگی و مشارکت‌های محلی بر سنجش مشارکت سیاسی با شاخص‌های عملیاتی مرتبط آن از قبیل مشارکت در انتخابات و پرس و جو راجع به کاندیداها و فعالیت‌های انتخاباتی و حضور

1. citizenship

فعال در جلسات انتخاباتی مشارکت در انتخابات، پرس و جو راجع به کاندیداها و فعالیت‌های انتخاباتی و حضور فعال در جلسات انتخاباتی پرداخته شده است.

مجموع ویژگی‌های فوق ناظر بر این واقعیت است که بسیاری از تحقیقات انجام شده در حوزه اخلاق شهروندی اساساً معطوف به ارائه راهبردهای مشخص و عملیاتی سامان داده نشده‌اند و دقیقاً به همین دلیل است که عمده‌ترین راهبرد قابل استنتاج از یافته‌های این پژوهش‌ها فارغ از این‌که هر کدام بر کدام یک از عوامل موثر تاکید و اشاره کرده باشند، غالباً راهبردهای مبتنی بر آموزش و افزایش آگاهی شهروندان بوده‌اند. این درحالی است که راهبرد آموزش نه فقط پیش از انجام هر پژوهشی قابل توصیه به مدیران و سیاست‌گذاران است و بدین معنا ارتباط خاص و معناداری با یافته‌های به دست آمده در تحقیقات با متغیرهای مختلف مورد بررسی ندارد، بلکه مهم‌تر از آن هیچ تضمینی وجود ندارد که افزایش آگاهی افراد در یک حوزه به رفتار و کنش متناسب با افزایش آگاهی هم منجر شود، چنان‌که یافته‌های پژوهش کاشانی در حوزه ارزیابی آموزش‌های شهروندی ناظر بر چنین ناکارایی قابل انتظاری در حوزه راهبردهای مبتنی بر آموزش و افزایش آگاهی است. کاشانی در تحقیق خود به ارزیابی تأثیر آموزش‌های ارائه شده توسط ایستگاه‌های سیار آموزش شهروندی در شهر تهران پرداخته و به این نتیجه رسیده است که «آموزش‌های داده شده [در این ایستگاه‌ها] در برابر آموزش‌های رسانه‌ای و عمومی جامعه کم اثر و حتی در برخی از زمینه‌ها کاملاً بی‌اثر بوده است. یافته‌ها حاکی از آن است کسانی که در معرض آموزش قرار گرفته‌اند نسبت به کسانی که هیچ‌گونه آموزش مستقیمی از ایستگاه‌های سیار نگرفته‌اند، مشارکت سازمانی بیشتری داشته‌اند، در حالی که آموزش دیدن [در این ایستگاه‌ها] با مشارکت دینی و تربیتی، مشارکت مدنی، مشارکت محلی و مشارکت در حمل و نقل عمومی رابطه معنادار وجود نداشته است. به بیان صریح‌تر آموزش دیدن افراد تأثیری بر مشارکت دینی و مانند آن نداشته و بیشترین کارکرد این آموزش‌ها آشنایی شهروندان با سازمان‌ها و مراکز تابعه شهرداری بوده است» (کاشانی: ۱۳۹۰).

در عین حال در بسیاری از پژوهش‌ها عدم سامان‌دهی ساختاری پژوهش معطوف به ارائه راهبرد به ارائه راهبردهایی مبتنی بر نظر شخصی محقق یا طوفان‌های فکری تعدادی از دست‌اندرکاران مربوطه و مانند آن منتهی می‌شود به گونه‌ای ارتباط بسیار کمی بین پژوهش انجام شده و یافته‌های حاصل از آن و راهبردهای پیشنهادی انتهایی پژوهش وجود دارد؛ این بی‌ارتباطی به گونه‌ای است که می‌توان گفت بدون انجام پژوهش نیز می‌شد از همان ابتدا راهبردهای مربوطه را بر مبنای خلاقیت‌های ذهنی محقق ارائه کرد. در همه این موارد حتی اگر راهبردهای ارائه شده، خلاقانه و راهبردی و موثر نیز باشند، مسأله اصلی این است که بر مبنای یافته‌های پژوهشی ارائه نشده‌اند و در واقع صرف هزینه‌ی پژوهشی برای ارائه راهبرد

چندان بهینه و کارساز نبوده است و در واقع محقق می‌توانست بدون انجام پژوهش نیز راهبردهای شخصی و مبتنی بر تاملات شخصی یا در گفت و گو با دست‌اندرکاران امر را ارائه دهد.

استراتژی پژوهشی جایگزین

اما هر نقدی به وضع موجود تنها زمانی ارزش و قابلیت توجه دارد که با پیشنهادی برای وضعیت جایگزین همراه باشد چراکه در غیر این صورت وضع موجود با این استدلال که علی‌رغم همه‌ی معایب و ناکارایی‌هایش تنها گزینه‌ی قابل تحقق است، پایدار خواهد ماند. بر این مبنا در ادامه‌ی این گفتار، استراتژی پژوهشی جایگزین که مشخصاً یک پژوهش را معطوف به ارائه‌ی راهکارهای عملیاتی سامان می‌دهد بیان خواهد شد و سپس برای روشن‌تر شدن این استراتژی، نمونه‌ای از پژوهش در حوزه‌ی اخلاق شهروندی که بر مبنای این استراتژی پژوهشی انجام شده است، شرح داده خواهد شد.

بر مبنای نتیجه‌گیری انتهایی قسمت قبل می‌توان ویژگی‌های استراتژی پژوهشی جایگزین را به شرح زیر برشمرد:

۱. توجه به متغیرهایی که امکان تغییر و دستکاری آن‌ها در حیطه‌ی امکانات و اختیارات مسئولین مربوطه قرار داشته باشد.
۲. سنجش میزان تاثیر متغیرها به شکل فرضیات رقیب که بر مبنای هر یک از فرضیات دسته‌ای از راهبردهای متمایز قابل ارائه باشد و یافته‌های پژوهش ناظر بر ترجیح یک دسته از راهبردها بر دسته‌ی دیگری از راهبردها باشد.
۳. تمرکز بر رویکرد مقایسه‌ای به جای انجام پیمایش‌های عمومی.
۴. تطبیق استراتژی پژوهشی جایگزین در یک نمونه پژوهش انجام شده در این بخش با شرح نمونه پژوهش انجام شده در حوزه‌ی پژوهشی مورد بررسی (اخلاق شهروندی) نشان داده خواهد شد که چگونه هر یک ویژگی‌های استراتژی پژوهشی جایگزین در سامان‌دهی پژوهش «بررسی راهبردهای ارتقاء اخلاق شهروندی در تهران» لحاظ شده است.

توجه به متغیرهای قابل تغییر از سوی سیاست‌گذاران

اولین ویژگی استراتژی پژوهشی جایگزین در قالب طرح سوالات تحقیق مورد توجه قرار گرفته است؛ بدین معنا که پژوهش «بررسی راهبردهای ارتقاء اخلاق شهروندی در تهران» با محوریت پاسخ به سه سوال زیر سامان داده شد:

۱. مهمترین متغیرهای شهری موثر بر اخلاق شهروندی چیست؟

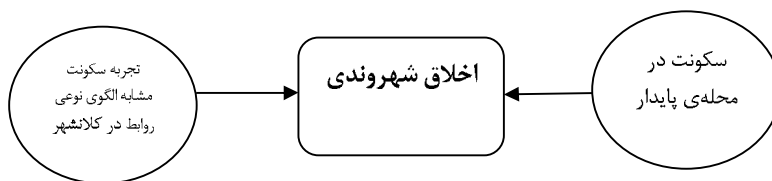
۲. میزان تاثیر متغیرهای شهری موثر بر اخلاق شهروندی چقدر است؟
۳. بر مبنای پاسخ به دو سوال پیشین، مهمترین راهبردهای اجرایی قابل ارائه به منظور ارتقاء اخلاق شهروندی شهروندان تهرانی چیست؟

چنان که دیده می‌شود از میان انبوه متغیرهای تاثیرگذار بر اخلاق شهروندی، پژوهش مذکور به کشف و سنجش میزان تاثیر متغیرهایی محدود شده است که اصطلاحاً متغیرهای شهری نامیده شده و منظور از آن‌ها متغیرهایی است که تغییر و دستکاری آن‌ها در حیطه‌ی امکانات و اختیارات مدیر شهری قرار دارد. چنان‌که گفته شد متغیرهایی مانند سطح تحصیلات یا پایگاه اجتماعی - اقتصادی شهروندان حتی اگر به عنوان متغیرهای موثر بر میزان پایبندی افراد به اخلاق شهروندی شناسایی شوند، راهبردهای معطوف به تغییر وضعیت آن‌ها راهبردهای قابل اجرا برای مدیر شهری نخواهد بود، چرا که تغییر سطح این نوع متغیرها، نه فقط منوط به اجرای سیاست‌های کلان مملکتی است، بلکه اساساً تغییر وضعیت این نوع متغیرها در دستور کار سازمان‌ها و نهادهای دیگری غیر از شهرداری تهران است. در عین حال راهبردهای معطوف به آموزش اصول و هنجارهای اخلاق شهروندی در قالب برگزاری کلاس‌ها و کارگاه‌های آموزش شهروندی، توزیع کتابچه‌ها و بروشورهای آموزشی و مانند آن نیز پیش از این در دستور کار سازمان‌های ذیربط در مجموعه‌ی شهرداری تهران بوده است. بر این مبنای، سامان پژوهش به گونه‌ای که به تکرار راهبردهای آموزشی منتهی شود، چندان توجیهی نخواهد داشت.

سنجش میزان تاثیر متغیرها به شکل فرضیات رقیب

دومین ویژگی از ویژگی‌های استراتژی پژوهشی جایگزین، سنجش میزان تاثیر متغیرها به شکل فرضیات رقیب است به گونه‌ای که بر مبنای هر یک از فرضیات، دسته‌ای از راهبردهای متمایز قابل ارائه باشد و یافته‌های پژوهش ناظر بر ترجیح یک دسته از راهبردها بر دسته‌ی دیگری از راهبردها باشد. در پژوهش «بررسی راهبردهای ارتقاء اخلاق شهروندی در تهران»، سنت نظری مطالعات شهری به گونه‌ای مورد استفاده قرار گرفته است که دو ویژگی انتخاب متغیرهای قابل تغییر برای مدیران شهری همزمان با انتخاب متغیرها به صورت رقیب در نظر گرفته شود. بدین منظور دو متغیر میزان پایداری محله و میزان تعامل با دیگری ناشناس از دو سنت نظری رقیب در مطالعات شهری استنتاج شده است. توضیح آن‌که بر مبنای سنت نظری غالب در مطالعات شهری، روابط متعدد و غیرشخصی و به تبع امکان ناشناس ماندن افراد در کلانشهرها، بر خلاف تعاملات نزدیک و روابط چهره به چهره در روستا، منشاء اصلی آسیب‌ها و معضلات شهری و به یک معنا شکل‌دهنده به تجربه‌ی شهرنشینی به طور کلی است. راه‌حلی که در سال‌های اخیر برای تعدیل این وجه اجتناب‌ناپذیر زندگی شهری مورد تاکید قرار گرفته است، محله محوری یا

به عبارتی تلاش برای بازتولید یا ایجاد محلات پایدار بوده است. از این منظر، شاخص‌های پایداری محله یکی از عوامل موثر احتمالی در میزان پایبندی ساکنان محله‌های پایدار به اخلاق شهروندی، در مقایسه با محله‌های ناپایدار قلمداد می‌شود. با این حال، این فرضیه، علی‌رغم همه‌ی پشتوانه‌ی نظری خود در مطالعات جامعه‌شناختی شهر، یک فرضیه رقیب جدی نیز دارا است و آن فرضیه چیزی غیر از فرضیه‌ی صفر ناظر به عدم ارتباط دو متغیر است. آن فرضیه درست در نقطه‌ی مقابل تاثیر پایداری محله بر میزان اخلاق شهروندی طرح می‌شود به این معناکه روابط اجتماعی افراد در محله‌های پایدار بیش از آن که به الگوی نوعی روابط اجتماعی در کلانشهرها شبیه باشد به تعاملات اجتماعی نزدیک و چهره به چهره از نوع روستا شبیه است، از این منظر ممکن است سکونت در محله‌های پایدار شهری لزوماً به کسب توانایی و مهارت لازم برای انتزاع یک دیگری عام منجر نشود؛ چون نوع تجربه‌ی زیسته در محلات پایدار لزوماً نیازمند آموختن و کاربرد چنین مهارت‌هایی نیست. در مقابل، تجربه‌ی زیسته‌ای که به الگوی نوعی تجربه‌ی زندگی در کلان‌شهر نزدیک‌تر باشد، مانند تجربه‌ی سکونت در مجتمع‌های آپارتمانی پرواحد در مقابل تجربه‌ی سکونت در خانه‌های ویلایی یا آپارتمان‌های کم واحد، «ممکن است» بیشتر به آموختن نگرش‌ها و رفتارهای اخلاقی در مقابل یک دیگری ناشناس و انتزاعی یاری رساند. سنت نظری اخیر در قالب متغیر میزان تعامل با دیگری ناشناس مورد آزمون قرار گرفته است.



نمودار شماره ۱: سنجش متغیرهای موثر بر اخلاق شهروندی به صورت فرضیات رقیب
استنتاج شده از دو سنت نظری در مطالعات شهری

۱. بر مبنای آنچه گفته شد، دو فرضیه‌ی اصلی مورد آزمون در پژوهش مذکور عبارت بوده‌اند از:
 ۱. میزان پایبندی افراد به اخلاق شهروندی در دو محله با میزان فضای ارتباطی متفاوت، تفاوت معنادار دارد.
 ۲. میزان تعامل با دیگری ناشناس بر میزان پایبندی افراد به اخلاق شهروندی موثر است.

آشکار است که تایید یا رد هر یک از این دو فرضیه، تفاوت معناداری را در راهبردهای پیشنهادی به منظور ارتقاء اخلاق شهروندی اعمال می‌کند.

لازم به تاکید است که مرتبط با اولین ویژگی از ویژگی‌های سه گانه‌ی استراتژی پژوهشی جایگزین، متغیرهای ناظر بر ویژگی‌های پایداری محله از جمله افزایش فضای ارتباطی میان ساکنان و به تبع افزایش احساس امنیت، افزایش حس هویت و تعلق محله‌ای در میان ساکنان از جمله متغیرهای خاص در حوزه‌ی اختیارات مدیریت شهری است. همچنین سیاست‌های تراکم مجتمع‌های مسکونی تا حدی در حوزه‌ی اختیارات مدیر شهری است و اگر میزان تاثیر تجربه‌ی سکونت در مجتمع‌های پر واحد نسبت به آپارتمان‌های کم واحد زمینه‌ساز آموختن تدریجی رفتار مناسب با دیگری‌های ناشناس و عام باشد، گذشته از یافته‌ای ارزشمند به لحاظ علمی و به چالش کشنده‌ی بسیاری از فرضیات رایج در مطالعات شهری، ضرورت انجام پژوهش‌هایی را در مورد حد بهینه‌ی تراکم ساختمان‌ها در کلان‌شهرها نه به لحاظ کالبدی و فضای شهری، بلکه به لحاظ اجتماعی نشان خواهد داد.

تمرکز بر رویکرد مقایسه‌ای

مرتبط با سومین ویژگی استراتژی پیشنهادی پژوهشی، پژوهش «بررسی راهبردهای ارتقاء اخلاق شهروندی در تهران» به صورت پیمایش مقایسه‌ای انجام شده است. انجام پیمایش به صورت مقایسه‌ای و در دو محله‌ی منتخب از آن رو ضروری بوده است که در صورت انجام پیمایش عمومی در سطح شهر به دلیل توزیع گسترده تعداد افراد نمونه در محلات مختلف به صورت تصادفی آزمون دقیق فرضیات ناظر به تاثیر متغیرهای مستقل دشوار می‌بود. این در حالی است که با انتخاب دو محله‌ای که از نظر ویژگی‌های بالقوه تاثیرگذار مشابه و تنها از نظر متغیرهای مورد بررسی در سطح محله یعنی میزان فضای ارتباطی ساکنان و میزان تعامل با دیگری ناشناس متفاوت باشند، آزمون فرضیات با دقت بیشتری قابل انجام است. در ادامه شیوه‌ی انتخاب محلات مورد بررسی در پژوهش مذکور و حجم نمونه و شیوه‌ی نمونه‌گیری در انطباق با الگوی انجام یک پیمایش مقایسه‌ای شرح داده شده است.

شیوه‌ی انتخاب محلات در پژوهش مذکور بدین صورت بوده است که ابتدا ۳۷۲ محله‌ی موجود در تهران در قالب خوشه‌بندی ده‌گانه‌ی انجام شده از سوی دفتر مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران در نظر گرفته شده است. به منظور کمرنگ کردن تاثیر احتمالی تحصیلات و پایگاه اجتماعی - اقتصادی بالا و متوسط، از میان ده خوشه‌ی موجود محلات، خوشه‌ی اول با شاخص بی‌سوادی بالا، سطح اقتصادی پایین و مهاجرت کم به عنوان خوشه‌ی منتخب برای بررسی انتخاب شده است. از میان محلات خوشه‌ی اول، محله‌ی نازی‌آباد در منطقه‌ی ۱۶ به عنوان محله‌ای با ویژگی‌های محله‌ی پایدار به خصوص با فضای ارتباطی بالا میان ساکنان

انتخاب شد. به ویژه که این محله هم به لحاظ قدمت و هم به لحاظ ساخت محله، پیش از این نیز در تحقیقات به عنوان محله‌ای با پتانسیل بالای پایداری در جنوب شهر تهران مورد بررسی قرار گرفته بود (مخلصیان: ۱۳۹۱). در مقابل، محله‌ی خان‌آباد نو جنوبی، در عین این‌که از نظر برخی ویژگی‌های بالقوه تاثیرگذار مانند میزان تراکم و قیمت زمین تفاوت خیلی زیادی با محله‌ی نازی‌آباد نداشت اما از نظر متغیر مورد بررسی یعنی میزان فضای ارتباطی تفاوت محسوسی با محله‌ی نازی‌آباد داشت.

چنان‌که دیده می‌شود، در پژوهش مذکور با انتخاب دو محله که از لحاظ ویژگی‌های بالقوه تاثیرگذار مشابه و از لحاظ متغیر مورد بررسی (میزان پایداری محله با شاخص میزان فضای ارتباطی) متفاوت بودند، پیمایش انجام شده نه به صورت عمومی و در سطح شهر بلکه به صورت مقایسه‌ای بوده است. سنجش در سطح محله و با در نظر گرفتن متغیرهای عینی مانند سطح پایداری محله و تعداد واحدهای محل سکونت (به عنوان عامل متغیر و موثر بر میزان تعامل با دیگری ناشناس)، نقطه‌ی تمایز دیگر پژوهش مذکور با دیگر تحقیقات انجام شده در حوزه‌ی اخلاق شهروندی به شمار می‌رود چراکه نوع سنجش با شاخص‌های عینی به جای سنجش در سطح فرد به محقق این امکان را می‌دهد به جای آن‌که راهبردهای نهایی را در سطح تغییر نگرش‌های افراد از طریق آموزش و مانند آن ارائه کند، راهبردهایی مشخصا در حوزه‌ی امکانات و اختیارات مدیر شهری مانند تغییر در فضای کالبدی (با هدف افزایش فضای ارتباطی) یا تصویب سیاست‌هایی در مورد حد بهینه‌ی تعداد واحدهای مسکونی (با هدف افزایش میزان تعامل با دیگری ناشناس) ارائه دهد.

نتیجه‌ی تطبیق استراتژی پژوهشی پیشنهادی در نمونه پژوهش انجام شده (راهبردهای قابل استنتاج)

بر مبنای نتایج حاصل از پژوهش «راهبردهای ارتقاء اخلاق شهروندی در شهر تهران»، از میان دو متغیر رقیب، تاثیر متغیر میزان تعامل با دیگری ناشناس بر متغیر اخلاق شهروندی مورد تایید قرار گرفت و در مقابل تاثیر میزان فضای ارتباطی بر میزان پایبندی به اخلاق شهروندی مورد تایید شواهد تجربی قرار نگرفت.

رگرسیون دو متغیره میان این دو متغیر نشان می‌دهد، ضریب همبستگی میان دو متغیر برابر با ۰,۱۲۵ بوده و نسبت واریانس کل متغیر اخلاق شهروندی که توسط میزان تعامل با دیگری ناشناس توضیح داده می‌شود، ۰,۰۱۶ است. این رابطه از لحاظ آماری در سطح ۹۵ درصد اطمینان معنی‌دار است. معادله‌ی رگرسیونی میان این دو متغیر عبارت است از:

$$y = 0.482 + 0.061x$$

(تعامل با دیگری ناشناس)

بر این مبنا، میزان عرض از مبدا در این معادله برابر با ۰,۴۸ است که بدین معناست که میزان اخلاق شهروندی (Y) هنگامی که تعامل با دیگری ناشناس (X) صفر است، معادل ۰,۴۸ است. در واقع اگر هیچ تغییری در میزان تعامل با دیگری ناشناس وجود نداشته باشد، میزان اخلاق شهروندی ۰,۴۸ است. ضریب رگرسیون نیز معادل ۰,۰۶۱ می‌باشد. این بدان معناست که اگر میزان تعامل با دیگری ناشناس به میزان یک واحد افزایش یابد، انتظار می‌رود میزان اخلاق شهروندی به میزان ۰,۰۶۱ واحد افزایش یابد.

بر این مبنا، اگر فرض را بر پایداری یافته‌های حاصل از پژوهش مذکور قرار دهیم، راهبرد اصلی قابل استنتاج از این پژوهش، افزایش میزان تعامل با دیگری ناشناس است. این راهبرد می‌تواند از طریق قایل شدن مزیت و تسهیلات خاص در ارائه خدمات مختلف به گروهها (در مقایسه با ارائه خدمات به صورت فردی) محقق شود.

با توجه به شاخص‌سازی انجام شده برای میزان تعامل و همزیستی با دیگری ناشناس در پژوهش مذکور، گروهها می‌توانند دو دسته باشند: یک دسته جمع‌های داوطلبانه‌ای است که اعضای آن نه بنابر آشنایی قبلی بلکه به منظور حل یک مسأله‌ی مشترک یا دست‌یابی به یک هدف مشترک شکل گرفته‌اند. عضویت در جمع‌های داوطلبانه که اعضای آن خویشاوندان، همکاران یا دوستان صمیمی پاسخگو نبوده‌اند یکی از شاخص‌های میزان تعامل با دیگری ناشناس بوده است که همبستگی معناداری را با میزان پایبندی افراد به شاخص‌های معرف اخلاق شهروندی نشان داده است. بر این مبنا تشویق شکل‌گیری و عضویت داوطلبانه در جمع‌هایی که افراد لزوماً آشنایی قبلی با دیگر اعضای آن ندارند، یکی از راهبردهای پیشنهادی بر مبنای یافته‌های این پژوهش است. اما شهرداری یا یک مدیر شهری چگونه می‌تواند شکل‌گیری و عضویت داوطلبانه‌ی افراد را در چنین جمع‌هایی تقویت کند؟ به نظر می‌رسد قائل شدن تسهیلات در ارائه خدمات به جمع‌های داوطلبانه یکی از راهبردهای قابل اجرا است.

بنابراین ماموریت سازمان‌های زیرمجموعه‌ی شهرداری در سطح محلات بیش از آن که ارائه خدمات به افراد تعریف شود، شناسایی افراد مشارکت‌جو در هر محله تعریف می‌شود که توانایی تشکیل یک جمع داوطلبانه پیرامون یک مسأله‌ی مبتلا به دیگر ساکنان در آن محله را داشته باشد. مثلاً همه‌ی مادرانی که فرزندان در سنین مشابه دارند و به همین دلیل در میان گذاشتن تجربیات و مسائل‌شان در ارتباط با فرزندان‌شان با یکدیگر برای‌شان انگیزه‌ای بالقوه برای تشکیل یک جمع داوطلبانه است، می‌تواند در دستور کار مجموعه‌های ذیربط در شهرداری تهران قرار گیرد تا ارائه خدمات مرتبط با مسائل آن گروه سنی خاص فرزندان در ارتباط با این جمع داوطلبانه و اعضای آن ارائه شود. شاید اشاره به تجربه‌ی موفق عضویت در جمع‌های داوطلبانه‌ای که اعضای آن همگی به مسأله‌ای مشابه دچار بوده و برای حل آن مسأله در کنار

یکدیگر جمع می‌شوند، بتواند امکان موفقیت راهبرد پیشنهادی این تحقیق در شکل‌دهی به جمع‌های داوطلبانه را نشان دهد. منظور از این تجربه‌ی موفق، تجربه‌ی گروه‌های موسوم به معتادان گمنام (NA) است که موفقیت خود در حل معضل اعتیاد اعضا را بسیار بیشتر از راهبردهای ناظر به کلینیک‌های تخصصی و پرهزینه نشان داده‌اند. این گروه‌ها درحالی‌که ترک اعتیاد پایدار اعضای داوطلبشان موفقیت‌های مکرر و چشم‌گیر کسب کرده‌اند که سال‌ها انواع روش‌های درمانی و پزشکی ترک اعتیاد تجربه‌ای شکست خورده و مایوس‌کننده در ترک پایدار سوء مصرف مواد مخدر را به نمایش گذاشته بودند.

اما عضویت در جمع‌های داوطلبانه تنها یک بعد از متغیر میزان تعامل با دیگری ناشناس است که سیاست‌های راهبردی ناظر بر تشویق شکل‌گیری و عضویت شهروندان در آن‌ها می‌تواند به افزایش میزان تعامل با دیگری ناشناس و به تبع افزایش پایبندی به اخلاق شهروندی کمک کند، ابعاد دیگر این متغیر شامل تجربه‌ی سکونت در ساختمان‌های پر واحد به همراه وجود مدیر در ساختمان، برگزاری منظم انتخابات هیات مدیره و شرکت در گردهمایی‌ها میان اعضای ساختمان به عنوان دیگر معرف‌های این متغیر در نظر گرفته شده بودند. بر این اساس، دسته‌ی دوم گروه‌هایی که می‌تواند تسهیلات در دریافت خدمات را تجربه کنند، ساکنان ساختمان‌هایی در یک محله هستند که دارای مدیر ساختمان هستند و ضمن تنظیم صورت جلسات برگزار شده میان اعضا در فواصل زمانی منظم، انتخابات مدیر یا هیات مدیره نیز با حضور اکثریت اعضا و به صورت منظم ثبت شده است. به نظر می‌رسد ارائه‌ی تسهیلات در دریافت خدمات شهری به ساکنان این نوع ساختمان‌ها که دریافت خدمات شهری را نه به صورت فردی بلکه از طریق مدیریت ساختمان پیگیری می‌کنند، می‌تواند به افزایش میزان تعامل ساکنان مجتمع‌های پر واحد با یکدیگر منجر شود که بنابر یافته‌های پژوهش «راهبردهای ارتقاء اخلاق شهروندی در شهر تهران»، این افزایش میزان تعامل با دیگری‌های ناشناس می‌تواند در میان‌مدت و بلندمدت به افزایش میزان پایبندی افراد به اخلاق شهروندی منجر شود.

چنان‌که مشاهده می‌شود راهبردهای ارائه شده در پژوهش «راهبردهای ارتقاء اخلاق شهروندی در شهر تهران» بیش از آن‌که ناظر به آموزش و افزایش آگاهی شهروندان باشد، ناظر به بسترسازی برای انواعی از تجربه است که دارا بودن این تجربیات همبستگی معناداری را با میزان پایبندی به اخلاق شهروندی نشان داده است.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

چنان‌که گفته شد بخش زیادی از تحقیقات اجتماعی در ایران با هدف ارائه‌ی راهبردهایی به منظور حل مسائل اجتماعی در حوزه‌های مختلف انجام می‌شوند اما در اغلب موارد در

دستیابی به این هدف ناکام می‌مانند. از دیدگاه نویسنده علت اصلی این ناکامی در ارائه‌ی راهبردهای مشخص و عملیاتی این است که این پژوهش‌ها از ابتدا برای ارائه‌ی راهبردهای عملیاتی طراحی نشده‌اند. در بخش دوم مقاله، شواهد این مدعا با بررسی تعدادی از تحقیقات انجام شده در یک حوزه‌ی پژوهشی خاص (حوزه‌ی پژوهشی ارتقاء اخلاق شهروندی در کلانشهرها) ارائه شده است. مروری بر یافته‌های این تحقیقات و راهبردهای قابل استنتاج از آن‌ها نشان داد که عمده‌ترین راهبرد قابل استنتاج از یافته‌های این پژوهش‌ها فارغ از این‌که هر کدام بر کدام یک از عوامل موثر تاکید و اشاره کرده باشند، غالباً راهبردهای مبتنی بر آموزش و افزایش آگاهی شهروندان بوده‌اند.

پیشنهاد نویسنده برای حل مسأله‌ی مورد بحث، سامان‌دهی پژوهش‌های راهبردی بر مبنای یک استراتژی پژوهشی جایگزین است که دارای سه ویژگی اصلی به شرح ذیل است:

۱. توجه به متغیرهایی که امکان تغییر و دستکاری آن‌ها در حیطه‌ی امکانات و اختیارات مسئولین مربوطه قرار داشته باشد.
۲. سنجش میزان تاثیر متغیرها به شکل فرضیات رقیب که بر مبنای هر یک از فرضیات دسته‌ای از راهبردهای متمایز قابل ارائه باشد و یافته‌های پژوهش ناظر بر ترجیح یک دسته از راهبردها بر دسته‌ی دیگری از راهبردها باشد.
۳. تمرکز بر رویکرد مقایسه‌ای به جای انجام پیمایش‌های عمومی.

در چهارمین بخش از مقاله‌ی حاضر، به کارگیری استراتژی پژوهشی پیش‌گفته در یک پژوهش در حوزه‌ی پژوهشی مورد بررسی (حوزه‌ی اخلاق شهروندی) شرح داده شد. اولین ویژگی استراتژی پژوهشی جایگزین در قالب پرسش‌های تحقیق مدنظر قرار گرفت. بدین معنا که پرسش محوری پژوهش «راهبردهای ارتقاء اخلاق شهروندی» بدین شکل صورت‌بندی شده است که «مهمترین متغیرهای شهری موثر بر اخلاق شهروندی چیست؟» چنان‌که دیده می‌شود از میان انبوه متغیرهای تاثیرگذار بر اخلاق شهروندی، پژوهش مذکور به کشف و سنجش میزان تاثیر متغیرهایی محدود شده است که اصطلاحاً متغیرهای شهری نامیده شده و منظور از آن‌ها متغیرهایی است که تغییر و دستکاری آن‌ها در حیطه‌ی امکانات و اختیارات مدیر شهری قرار دارد.

دومین ویژگی استراتژی پژوهشی جایگزین در قالب استنتاج فرضیات تحقیق از دو سنت نظری رقیب در مطالعات شهری مدنظر قرار گرفت. بدین منظور دو متغیر میزان پایداری محله و میزان تعامل با دیگری ناشناس از دو سنت نظری رقیب در مطالعات شهری استنتاج شده است. بر این مبنای دو فرضیه‌ی رقیب مبتنی بر تاثیر هر یک از متغیرهای پایداری محله و میزان تعامل

با دیگری ناشناس مورد آزمون قرار گرفت که رد یا تایید هریک از آنها به ارائه‌ی راهبردهای متفاوتی در حوزه‌ی ارتقاء اخلاق شهروندی منتهی می‌شد.

در نهایت سومین ویژگی استراتژی پژوهشی جایگزین در قالب روش تحقیق خاص مورد استفاده در پژوهش «راهبردهای ارتقاء اخلاق شهروندی در شهر تهران» مدنظر قرار گرفته است. این ویژگی تمرکز بر رویکرد مقایسه‌ای به جای انجام پیمایش‌های عمومی است که به صورت انتخاب دو محله با حداکثر تشابه در ویژگی‌های بالقوه تاثیرگذار روی اخلاق شهروندی و تنها تفاوت در میزان فضای ارتباطی محله به عنوان شاخص پایداری محله انجام شده است.

بر مبنای یافته‌های حاصل از پژوهش «راهبردهای ارتقاء اخلاق شهروندی» تاثیر متغیر میزان تعامل با دیگری ناشناس مورد تایید قرار گرفت. در آخرین بخش از مقاله‌ی حاضر نشان داده شد که چگونه این یافته می‌تواند به راهبردهایی متمایز از راهبرد آموزش و ارتقاء آگاهی شهروندان منتهی شود. راهبردهایی که بر مبنای افزایش میزان تعامل افراد با دیگری ناشناس و مشخصاً بر مبنای ارائه‌ی خدمات شهری به گروه‌ها به جای ارائه‌ی خدمات به افراد طرح شده است. این راهبردها بر مبنای شاخص‌سازی انجام شده برای متغیر میزان تعامل با دیگری ناشناس شکل مشخص‌تری در قالب ارائه‌ی خدمات به جمع‌های داوطلبانه در محلات و نیز ارائه‌ی تسهیلات به ساختمان‌های دارای مدیر ساختمان و صورت جلسات منظم تشکیل هیأت مدیره و مواردی از این قبیل به خود گرفته است.

کوتاه آن‌که یک پژوهش راهبردی تنها زمانی می‌تواند به با انجام پژوهشی واقعی و نه بر مبنای نظرات شخصی محقق یا طوفان فکری برخی افراد درگیر در حوزه‌ی مورد بررسی به ارائه‌ی راهبردهایی مشخص و عملیاتی برای سیاست‌گذار مربوطه منتهی شود که از ابتدا به شکلی راهبردی سامان داده شود. هدف اصلی این مقاله این بود که این سامان‌دهی پژوهش بر مبنای یک استراتژی پژوهشی جایگزین به منظور ارائه‌ی راهبرد را با ذکر نمونه‌ای مشخص از یک حوزه‌ی پژوهشی بیان کند.

منابع

- آروین، بهاره (۱۳۹۰) «بررسی انتقادی فرآیندهای تولید علوم اجتماعی در ایران (با تاکید بر رشته‌ی جامعه‌شناسی)»، پایان‌نامه‌ی دکتری، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- افشارکهن، جواد، ربانی، رسول (۱۳۸۶) «بحران شهرنشینی در ایران؛ درآمدی جامعه‌شناختی بر آسیب‌شناسی مسائل جامعه شهری در ایران، مطالعه موردی: شهر اصفهان»، *مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی فردوسی مشهد*، سال چهارم، شماره اول، صص ۵۷-۳۵.
- تاجبخش، کیان (۱۳۸۷) آرمان شهر: فضا، هویت و قدرت در اندیشه اجتماعی معاصر، ترجمه افشین خاکباز، تهران: نشر نی.
- ذکایی، سعید (۱۳۸۱) «اخلاق شهروندی: رابطه هویت‌یابی و ارزش‌های دیگرخواهانه» *نامه انجمن جامعه‌شناسی ایران*، شماره ۴، صص ۷۸-۶۰.
- زهتاب‌یزدی، یاسر (۱۳۸۹) «بررسی میزان آگاهی، نگرش و رفتار زیست محیطی اساتید دانشگاه‌های شهر تهران»، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور.
- سوندرز، پیتر (۱۳۹۲) *نظریه اجتماعی و مسئله شهری*، ترجمه محمود شارع‌پور، تهران: انتشارات تپسا.
- شکوئی، حسن (۱۳۶۹) *جغرافیای اجتماعی شهرها، اکولوژی اجتماعی شهر*، تهران: انتشارات دفتر مرکزی جهاد دانشگاهی.
- شیانی، ملیحه (۱۳۸۸) «تحلیلی بر وضعیت شهروندی در شهر تهران: نگاهی بر مدیریت شهری»، *مجله مطالعات اجتماعی ایران*، دوره سوم، شماره ۲ (پیاپی ۶)، صص ۵۳-۳۸.
- صالحی عمران، ابراهیم، آقامحمدی، علی (۱۳۸۷) «بررسی دانش، نگرش و مهارت‌های زیست‌محیطی معلمان آموزش دوره ابتدایی استان مازندران»، *فصلنامه تعلیم و تربیت*، دوره جدید، شماره ۹۵، صص ۱۱۸-۹۱.
- فنی، زهره (۱۳۸۸) «بررسی ابعادی از تحولات جغرافیای فرهنگی شهر (مطالعه موردی: مناطق او ۱۲ شهر تهران)»، *مجله پژوهش‌های جغرافیای انسانی*، شماره ۶۸، صص ۵۴-۳۷.
- فیالکوف، یانکل (۱۳۸۳) *جامعه‌شناسی شهر*، ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر، تهران: نشر آگه.
- کاشانی، مجید (۱۳۹۰) «میزان اثربخشی ایستگاه‌های آموزش شهروندی بر شهروندان تهران»، طرح پژوهشی، *معاونت امور اجتماعی و فرهنگی اداره کل مطالعات اجتماعی و فرهنگی شهرداری تهران*.
- کاظمی، عباس، رضایی، محمد (۱۳۸۸) «شهر بی‌انضباط و محدودیت‌های ظهور شهروندی در ایران»، *مجله مطالعات اجتماعی ایران*، دوره سوم، شماره ۲ (پیاپی ۶)، صص ۳۷-۲۳.

- (۱۳۸۵) « شهر بی‌انضباط و محدودیت‌های ظهور شهروندی با تاکید بر فرهنگ ترافیک در تهران»، مجموعه مقالات نخستین همایش انسان‌شناسی فرهنگی و اخلاق شهروندی.
- کوثری، مسعود و سید محمود نجاتی حسینی (۱۳۹۰) محله و توسعه فرهنگی، تهران: موسسه نشر شهر.
- کوثری، مسعود، سید محمود نجاتی حسینی، حسین ایمانی جاجرمی، علی گلی (۱۳۸۷) « توسعه فرهنگی تهران (برنامه‌ریزی محله‌ای)»، به سفارش مرکز مطالعات فرهنگی شهر تهران، سازمان فرهنگی و هنری شهرداری تهران، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- گودرزی، نسرين (۱۳۹۰) « بررسی عوامل موثر بر رعایت اخلاق شهروندی در شهر تهران (با تاکید بر مناطق ۳، ۸، ۱۰)»، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکز.
- مخلصیان (۱۳۹۱) «بررسی امکان‌سنجی محلات پایدار شهری (نمونه: محله نازی آباد تهران)»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی.
- معصومی، سلمان (۱۳۹۰) توسعه محله‌ای در راستای پایداری کلانشهر تهران، تهران: انتشارات جامعه و فرهنگ.
- ممتاز، فریده (۱۳۸۱) جامعه‌شناسی شهر، تهران: انتشار.
- هاشمیان‌فر، گنجی (۱۳۸۸) «تحلیلی بر فرهنگ شهروندی در شهر اصفهان»، جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیستم، شماره ۱، (شماره پیاپی ۳۳)، صص ۴۴-۲۵.