

مطالعه‌ی تجربی عوامل اجتماعی-فرهنگی مؤثر بر مسؤلیت‌پذیری اجتماعی شهروندان منطقه‌ی ۴ شهرداری تهران

مهران جورابلو^۱، مسعود جوابلو^۲، احمد جعفری^۳، توحید دادخواه جویباری^۴

چکیده

مطالعات نشان دادند که مسؤلیت‌پذیری اجتماعی شهروندان برای توسعه‌ی پایدار و افزایش کیفیت زندگی شهروندان ضروری است. از این رو مطالعه‌ی مسؤلیت‌پذیری اجتماعی شهروندان در فضاهای شهری و عوامل و ساز و کارهای مؤثر در آن به سنت جا افتاده‌ای در جامعه‌شناسی تبدیل شده است. در این مقاله عوامل اجتماعی-فرهنگی مؤثر بر مسؤلیت‌پذیری اجتماعی شهروندان منطقه‌ی ۴ تهران بررسی شده است. روش بکار رفته در این مقاله پیمایش بوده و داده‌ها به وسیله‌ی پرسشنامه‌ی محقق‌ساخته از ۴۰۰ نفر شهروند جمع‌آوری شده‌اند. یافته‌ها حاکی از آن هستند که میانگین مسؤلیت‌پذیری در بین پاسخگویان ۵۷ از ۱۰۰ است. همچنین نتایج تحلیل رگرسیون نشان دادند که متغیرهای رضایت‌مندی اجتماعی (بتا=۰/۲۸۱)، وضعیت شغلی (بتا=۰/۲۷۰)، آگاهی شهروندی (بتا=۰/۲۴۰)، دینداری (بتا=۰/۲۱۲)، سن (بتا=۰/۱۹۴)، و میزان استفاده از رسانه‌ی فراملی (بتا=۰/۱۱۰-) به ترتیب بر مسؤلیت‌پذیری اجتماعی اثر معنادار داشته و با توجه به مقدار ضریب تعیین تعدیل شده قادرند تا ۳۸ درصد از تغییرات آن را برآورد نمایند. در این تحقیق از نظریه‌های مختلف جامعه‌شناسی مثل نظریه‌ی دین

۱. دکتری جامعه‌شناسی و مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد پیشوا ورامین

m_jourablou@iauvaramin.ac.ir

mjourablou@yahoo.com

۲. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

jafari.course@gmail.com

۳ دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه خوارزمی (نویسنده مسؤل)

tohid.dadkhah@gmail.com

۴. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه خوارزمی

دورکیم، تعهد اجتماعی پاسونز، نظریه‌ی تبادل، نظریه‌ی شهروندی هابرماس و نظریه‌های رسانه برای تبیین یافته‌های تحقیق استفاده به عمل آمد.

کلید واژه‌ها: آگاهی، دین، شهروندی، رضایت‌مندی، رسانه.

مقدمه و طرح مسأله

مسئولیت‌پذیری شهروندان در قبال سرنوشت نظام اجتماعی شهر از دغدغه‌های مسئولان شهری و چگونگی شکل‌گیری، تضعیف یا تقویت آن مورد توجه پژوهشگران جامعه‌شناسی شهری است. نیم نگاهی به موقعیت کلانشهرها در عصر مدرن، اهمیت بررسی مسأله‌ی مسئولیت‌پذیری را بیشتر آشکار می‌سازد. به نظر بسیاری، کلانشهر مدرن بستر مناسبی برای رشد ایستارهای فرهنگی ویژه‌ای چون فردگرایی، انزوا، بی‌تفاوتی و ناشناختگی پدید می‌آورد. بسیاری از نظریه پردازان بر این نقطه اصرار می‌ورزند که کلانشهر به فردگرایی و بی‌تفاوتی و دزدگی دامن زده می‌شود. برای نمونه زیمل در تحلیل‌های خود تقویت روحیه حسابگری، خودآگاهی فردمحور و حاکمیت پول بر روابط بین فردی در کلانشهر را عاملی برای دزدگی و کاهش همبستگی اجتماعی در شهر می‌داند. علاوه بر این کلان شهرهای جدید موقعیت ویژه‌ای هم دارند. همانطور که مانوئل کاستلز ذکر می‌کند کلان شهرهای جدید از جایگاه ویژه‌ای در نظام جهانی اقتصاد و نظام اطلاعاتی برخوردارند که جلوه ویژه‌ای به آنها می‌دهد (مهدی‌زاده، ۱۳۸۳: ۲۸).

شهروند چنین شهری به قول گیدنز مجبور به برقراری ارتباط و اعتماد به نظام‌های انتزاعی است که در گستره‌ای جهانی نظام یافته‌اند. تعامل فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی با شبکه‌هایی که در گستره جهانی حضور دارند، در احساس مسئولیت‌پذیری فرد در اجتماع محلی بی‌تأثیر نیست. همچنین، همانطور که سوزان تامسون^۱ معتقد است؛ شهرهای جدید با ویژگی فرهنگی و هویتی چندگانه باز شناخته می‌شوند که ناشی از مهاجرت، تنوع قومی، دینی، زبانی و انواع سبک‌های زندگی است. شهر چند لایه از نظر فضایی - فرهنگی دارای تنوع، اختلاف، آشفتگی و نظم، جذابیت و هیجان، تساهل و

احساس تعلق است. (ربانی، ۱۳۸۷: ۲۱۴). شهرهای جدید بویژه در جهان سوم درگیر مسائل جمعیتی، اجتماعی و فرهنگی بسیار پیچیده‌ای مثل افزایش جمعیت، مهاجرت، افول ارزشهای دینی، آسیب‌های اجتماعی گوناگون، ارتباطات و فضای رسانه‌ای چندگانه و افزایش اندیشه بنیادگرایانه هستند. طبیعی است انتظار داشته باشیم در چنین فضایی، همان طور که افرادی مثل زیمل می‌گویند کمتر شاهد کنش‌های مسؤولانه و متعهدانه از سوی شهروندان باشیم. با وجود این، تحلیل‌گران دیگری هستند که معتقدند که رشد آگاهی فردی از هویت شهروندی در وضعیت کلان‌شهری جدید، خود مبنایی منحصر به فرد برای تقویت احساس تعلق و مسؤولیت‌پذیری اجتماعی فراهم می‌آورد.

بر پایه‌ی نظریه‌های اخیر گرچه تصور می‌شود وضعیت کلانشهری به کاهش مسؤولیت‌پذیری منجر می‌شود ولی ممکن است صورت‌های دیگری از کنش‌های مسؤولانه شکل بگیرد و حتی افزایش کنش‌های مسؤولانه‌ی شهروندان به کاهش ناملایمات کلانشهر و ارتقای کیفیت زندگی شهروندان منجر شود؛ به همین دلیل در مدیریت شهری جدید به مطالعه و تحلیل مسؤولیت‌پذیری و تعهد شهروندی توجه می‌شود.

در این بین به نظر می‌رسد بررسی جامعه‌شناختی مسؤولیت‌پذیری اجتماعی دربرگیرنده‌ی دلالت‌های مطلوبی برای تدوین برنامه‌ها و سیاست‌های کارآمد در اداره‌ی کلانشهرها باشد. تحقیق حاضر به کنکاش در این‌باره پرداخته و تلاش دارد با اتخاذ رویکردی جامعه‌شناختی، مسؤولیت‌پذیری اجتماعی را به عنوان پدیده‌ای اجتماعی در ارتباط با مسائل اجتماعی - فرهنگی مطالعه نماید.

شهر تهران به عنوان یکی از شهرهای جهان سومی که تجربه‌ی ناقصی از چالش سنت - مدرنیته را در یک زمینه‌ی تاریخی تجربه کرده، به شهادت مطالعات انجام شده، فقدان نوعی آگاهی وحدت‌بخش، شرایط ناعادلانه‌ی تقسیم کار و ضعف سازمان‌های دولتی در ایفای کارکرد معنابخشی، میزان همبستگی اجتماعی را در بین شهروندان تهرانی کاهش داده و به تبع آن بر میزان تنش و احساس تقسیم کار اجباری در بین ایشان افزوده است

(صفاری و توفیق، ۱۳۸۸: ۱۷۳).

با توجه به بحث به عمل آمده و اشاره‌هایی که به صورت اجمالی بر مسائل پیرامون موضوع مسؤولیت‌پذیری اجتماعی صورت گرفته، این تحقیق در نظر دارد که عوامل اجتماعی مؤثر بر مسؤولیت‌پذیری اجتماعی شهروندان منطقه‌ی ۴ تهران را با اتخاذ رویکردی جامعه‌شناسانه بررسی نماید. در این راستا، تأکید اصلی این تحقیق بر تأثیر پدیده‌هایی مثل شهروندی، دینداری، رضایت‌مندی اجتماعی و رسانه بر مسؤولیت‌پذیری اجتماعی شهروندان است. بر اساس ادبیات تجربی و نظری مرور شده و دغدغه‌ی پژوهشگران، مسأله‌ی اصلی تحقیق حاضر این است که چه عواملی با مسؤولیت‌پذیری اجتماعی شهروندان مرتبط هستند؟

پیشینه تحقیق

لاولر و یون^۱ (۱۹۹۳) تکرار و فراوانی مبادله و فشار قدرت حاصل از آن را بر روی میزان احساس مسؤولیت و تعهد در روابط متقابل درون یک شبکه‌ی مبادله‌ی کوچک بررسی کردند. آنها دریافتند که فراوانی مبادلات عامل ایجاد مسؤولیت، تعهد و انسجام در مبادله، بر افزایش آن مؤثر است.

تیلور و تیفنی^۲ (۱۹۹۷) در نتایج پژوهش خود اعلام کردند که نوجوانان مسؤولیت‌پذیر دارای قدرت تصمیم‌گیری بالا و استقلال و خودپنداره‌ی مثبت هستند، در حالی که نوجوانان مسؤولیت‌ناپذیر یا مسؤولیت‌گریز خود را در این زمینه ضعیف ارزیابی می‌کنند. چیکرینگ^۳ (۲۰۰۱) در پژوهشی با عنوان «ارتقای یادگیری مدنی و مسؤولیت اجتماعی» بیان می‌کند که دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی می‌توانند در آماده‌سازی افراد به عنوان شهروند اجتماعی مسؤول، نقشی کلیدی و مهم داشته باشند؛ همچنین نتایج این پژوهش آشکار ساخت که برای ارتقای یادگیری مدنی و مسؤولیت اجتماعی باید تغییرات اساسی در محتوای آموزشی و عملکرد نظام‌های آموزشی داده شود.

-
1. Lawler, Edvard J. Jeongkoo Yoon
 2. Taylor & Tiffany
 3. Checkering

جرارد و مک دونالد^۱ (۲۰۰۳، به نقل از ولی‌پور، ۱۳۸۶)، در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که آموزش شهروندی باید فراگیران را به دانش‌ها، نگرش‌ها، مهارت‌ها و حالت‌های رفتاری مناسب مجهز کند تا آنان قادر باشند به صورت فعال و آگاهانه با چالش‌های قرن ۲۱ مواجه شوند. در چارچوب آموزش شهروندی باید موضوعات اساسی‌ای از قبیل: درک هویت، حقوق و برخوردها، مسؤولیت‌ها و تکالیف و تعهدات، مشارکت و فعالیت در امور عمومی و ارزش‌های اجتماعی مورد توجه قرار گیرد.

راندولف^۲ (۲۰۰۸) در ضمن یک تحقیق دریافت که اکثر افراد اهداکننده‌ی خون سطوح بالایی از ویژگی‌های اصلی جامعه‌پسند (مثل نوع‌دوستی، همدلی و مسؤولیت اجتماعی) را دارا بودند که عموماً انگیزه‌های اصلی برای اهدای خون تصور می‌شوند.

در پژوهش سبحانی نژاد و فردانش (۱۳۷۹) در رابطه با "مسؤولیت‌پذیری اجتماعی در برنامه‌ی درسی کنونی دوره‌ی ابتدایی ایران" آشکار شد که توجه بسیار ناچیزی به مسؤولیت‌پذیری اجتماعی در برنامه‌ی درسی ایران شده است. به نظر وی، به بعد کنشی یا عملگری مسؤولیت‌پذیری اجتماعی هیچ توجهی در برنامه‌ی درسی ایران نشده است. سبحانی نژاد و آب نیکی (۱۳۹۱) نیز در تحلیل محتوای کتاب‌های درسی به نتایج مشابهی رسیدند. در این تحقیق مشخص شد حجم ناچیزی از کتاب‌های درسی به مسؤولیت‌پذیری اختصاص یافته است.

در پژوهشی که توسط فتحی و دیبا (۱۳۸۱) انجام گردیده، ویژگی‌های شهروند خوب، در سه قلمرو دانش مدنی، توانش مدنی و نگرش مدنی طبقه‌بندی می‌شود. نتایج تحقیق بیانگر آن است که در مراحل تدوین، اجرا و ارزشیابی برنامه‌های مدارس، توجه کمی به پرورش ارزش‌های شهروندی می‌شود و اصلاحات اساسی در این زمینه الزامی است.

کردلو (۱۳۸۷)، در تحقیقی عوامل مؤثر بر مسؤولیت‌پذیری در بین ۴۷۹ نفر از دانش‌آموزان دبیرستانی تهرانی را با روش پیمایش بررسی کرد. وی به این نتیجه دست یافت که مشارکت در محیط خانواده و مدرسه، احساس تعلق، عزت نفس و احساس امنیت

1. Gerard and McDonald

2. Randolph

رابطه معناداری با میزان مسؤولیت‌پذیری دارد. محقق در این تحقیق مشاهده نمود که جنسیت دانش‌آموزان تأثیر معناداری بر مسؤولیت‌پذیری آنان ندارد. در بین متغیرهای مستقل میزان مشارکت در خانواده و مدرسه بیشترین تأثیر مثبت را بر میزان مسؤولیت‌پذیری داشتند.

فاطمی نیا و حیدری (۱۳۸۷) عوامل مرتبط با تعهدات شهروندی را در بین ۴۰۰ نفر از شهروندان تهرانی بررسی نمودند. از مهمترین یافته‌ها می‌توان اثر مثبت و معنادار سرمایه‌ی اجتماعی و عام‌گرایی بر تعهدات شهروندی اشاره کرد. احساس ناامنی و آنومی اجتماعی نیز اثری منفی و معنادار بر تعهدات شهروندی دارند. زنان نسبت به مردان از احساس مسؤولیت بیشتری برخوردار هستند و با افزایش سن بر مسؤولیت‌پذیری شهروندی افزوده می‌شود. به نظر نویسندگان در سطح کلان، تعهد شهروندی با ساخت قدرت مرتبط است. استبداد و کاهش جو دموکراتیک تعهد شهروندی را تقلیل می‌دهد که پیامد آن عدم توسعه‌ی جامعه‌ی مدنی است.

در پژوهش ایزدی و عزیزی‌شماسی (۱۳۸۸) رابطه‌ی قدرتمندی بین دانش شهروندی با مسؤولیت‌پذیری اجتماعی مشاهده شد. نتایج نشان می‌دهد که دانشجویان از نظر دانش شهروندی و مسؤولیت‌پذیری اجتماعی وضعیت خوبی دارند ولی وضعیت دانشجویان پسر بهتر از دختران بود (ایزدی و عزیزی‌شماسی، ۱۳۸۸).

نتایج تحقیق ایمان و مرادی (۱۳۸۸) با ۴۰۰ نفر از جوانان شهر شیراز نشان داد که بین تعهد اجتماعی با رضایت اجتماعی، هویت ملی، وضعیت شغلی، وضعیت تأهل، جنسیت، سن و تحصیلات والدین رابطه‌ی معناداری وجود دارد. این متغیرها نزدیک به ۶۰٪ تغییرات متغیر وابسته را پیش‌بینی می‌کنند.

ایمان و همکاران (۱۳۸۹)، در تحقیقی با جوانان شهر مشهد به این نتیجه رسیدند که مسؤولیت‌پذیری اجتماعی و تعهد اجتماعی ارتباط معناداری با احساس امنیت اجتماعی دارد. از نظر این پژوهشگران هرچه مسؤولیت‌پذیری جوانان بیشتر باشد، زمینه‌ی رشد و شکوفایی جامعه و در نتیجه فراهم شدن امنیت اجتماعی بیشتر خواهد شد.

نتایج تحلیل ثانویه‌ی داده‌های مربوط به پیمایش انسجام اجتماعی توسط یوسفی و همکاران (۱۳۹۱) حاکی از آن است که نزدیک به ۶۵٪ ایرانیان تعهدپذیر اجتماعی هستند یعنی نفع جمعی را بر نفع شخصی ترجیح می‌دهند و انتظار جامعه را چنین می‌دانند و کمی بیش از ۱۷٪ از نظر اجتماعی تعهدناپذیرند. همچنین ۱۸/۱٪ ایرانیان از عمل مسؤولانه، تعریف شخصی داشته و بیشتر بر مبنای هنجارهای شخصی عمل می‌کنند. در کل به نظر پژوهشگران فشار وجدانی برای انجام عمل مسؤولانه در ایران بیشتر از فشار وجدانی برای ترک آن است.

مرور پژوهش‌های پیشین نشان از این امر مهم دارد که مسؤولیت‌پذیری به عنوان یک ضرورت زندگی شهری در جامعه‌ی مدرن با بسیاری از شاخص‌ها و مؤلفه‌های زندگی اجتماعی در تعامل است. همچنین مسؤولیت‌پذیری با تأثیر پذیرفتن از متغیرهای اجتماعی در فرایند جامعه‌پذیری شکل می‌گیرد. به عبارت دیگر می‌توان به واسطه‌ی فرایندها و عواملی مثل آموزش و پرورش و رسانه‌ها، عناصر مسؤولیت‌پذیری را به شهروندان آموخت. مسؤولیت‌پذیری شهروندان ضمن اینکه از متغیرهای سطح خرد تأثیر می‌پذیرد، تحت تأثیر متغیرهای سطح کلان مثل ساختارهای سیاسی (برای نمونه قوانین و نهادهای مدنی) و فرهنگی (دین و آموزش و پرورش) قرار می‌گیرد. تحقیق حاضر از پشتوانه‌ی تجربی ذکر شده الهام گرفته است و به عنوان نوآوری تلاش کرده که مسؤولیت‌پذیری اجتماعی را منحصراً در یک محیط شهری بررسی نماید. همچنین، تلاش محققان بر این بوده که اثر متغیرهای مختلف به صورت همزمان بر مسؤولیت‌پذیری بررسی شود. برای نمونه تأثیر متغیرهای عینی (مثل وضعیت شغلی، پایگاه و سن) و متغیرهای ذهنی (مثل آگاهی و رضایت) بر متغیر وابسته مطالعه شود. ضمن اینکه متغیرهای مستقل در پهنه‌های کلان و خرد اجتماعی جای می‌گیرند. این تحقیق، تأکید ویژه‌ای بر مطالعه‌ی مسؤولیت‌پذیری اجتماعی در فضای مدرن شهری داشته و به همین دلیل رابطه‌ی آگاهی شهروندی و رضایت‌مندی اجتماعی شهروند بر مسؤولیت‌پذیری بررسی می‌شود.

مبانی نظری

مسئولیت‌پذیری در ادبیات جامعه‌شناسی: به طور کلی دو رویکرد نظری عمده در رابطه با مناسبات فرد و جامعه در عصر مدرن، در ادبیات علوم اجتماعی وجود دارد. رویکرد اول شامل نظریه‌هایی هستند که با نوعی نگرانی و انزجار سرنوشت افراد را در جامعه‌ی مدرن به صورت جزایر جدا از هم افتاده، با کمترین احساس تعلق اجتماعی و پیوندهای ضعیف در نظر می‌گیرند. برای مثال اندیشمندانی مثل تونیس، زیمل و تاحدی ماکس ویر معتقد به اصالت یافتن عقلانیت ابزاری و نفع فردی در دنیای مدرن به تحلیل رفتن انگیزش‌های جمع‌گرایانه و مسئولیت‌پذیرانه منجر می‌شود. در جبهه‌ی مقابل کسانی هستند که ضمن پذیرش این مهم که میزانی از فردگرایی برای توسعه و مدرن شدن لازم است، به این نکته اعتقاد دارند که عصر مدرن ماهیتاً ملازم با مرگ پیوندها، تعلق‌ها و احساسات اجتماعی نیست، بلکه صورت‌های نوینی از پیوندهای اجتماعی که بر اساس صمیمیت، آزادی و تفاهم شکل گرفته در جامعه‌ی مدرن نیز خواهد بود.

همچنین، دورکیم نیز که بر تقسیم کار فزاینده و فردگرایی در جامعه‌ی مدرن تأکید می‌کند، در اندیشه‌های متأخرش بر این نکته تأکید کرد که جوامع در پیشرفته‌ترین حالت خود نیز نیاز به مجموعه‌ای از ارزشها و باورهای جمعی دارند که افراد در برابر آنها احساس مسئولیت نمایند تا همبستگی اجتماعی تداوم یابد. به نظر وی، احساس تعهد، مسئولیت‌پذیری و نوع‌دوستی، همبستگی اجتماعی را در جامعه‌ی امروزی تقویت می‌کند. گیدنز نیز با همزاد پنداشتن انتخاب و رهایی با روح جامعه‌ی مدرن به این نتیجه می‌رسد که در جامعه‌ی مدرن ترکیبی از رهایی و نگرانی دائمی هویت‌های فردی را تهدید می‌کند و نوعی احساس مخاطره به واسطه‌ی ویژگی بازاندیشانه مدرنیته تقویت می‌شود (گیدنز، ۱۳۷۷: ۱۷۸). وی معتقد است هویت‌های فردی برای تسلط بر این وضعیت و حفاظت از هویت فردی در برابر تغییرات اجتماعی مداوم، به صورت خلاقانه، داوطلبانه و آزاد در جستجوی زمینه‌هایی هستند که هویت‌های جمعی (مثل گروه‌های داوطلبانه، انجمن‌های خیریه و سازمان‌های مردمی) در بین افراد بیافرینند. از

نظر‌گیدنز، جهت‌گیری افراد نسبت به این هویت‌های جمعی همراه با احساس مسئولیت است. هویت اجتماعی به دنبال خود مسئولیت‌پذیری را به بار می‌آورد. احساس تعلق افراد نسبت به گروه‌ها هویت فردی شان را مطمئن ساخته و ارتقا می‌دهد (برامر و همکاران، ۲۰۰۷).

این بحث به خوبی زمینه‌های ساختار یافته بروز احساسات جمعی در جوامع مدرن مثل مسئولیت‌پذیری اجتماعی را به تصویر کشید. آگاهی‌ها و جهت‌گیری‌های جمعی که در قالب احساس مسئولیت اجتماعی می‌توان به آنها پرداخت، نه تنها منبع هویت‌یابی در عصر مدرن و زندگی کلان‌شهری هستند، بلکه امروزه به عنوان یکی از دروندادهای سرنوشت‌ساز پدیده‌های مهمی چون توسعه‌ی پایدار، بهبود کیفیت زندگی، محیط زیست، رشد پایدار اقتصادی، موفقیت سازمانی، امنیت و اعتماد اجتماعی به حساب می‌آیند (زئیری و پیترز^۱، ۲۰۰۲).

از نظر‌گیدنز امروزه انسجام اجتماعی را نمی‌توان با اقدام از بالا به پایین دولت، یا با توسل به سنت تضمین کرد. ما ناچاریم زندگی را به شیوه‌ی فعال‌تری از آنچه در نسل‌های پیشین درست بود بسازیم و باید برای پیامدهای آنچه انجام می‌دهیم و عادت‌های شیوه‌ی زندگی که برگزیده‌ایم، فعالانه‌تر مسئولیت بپذیریم و باید برای این راه تعادل جدیدی بین مسئولیت‌های فردی و اجتماعی بیابیم (گیدنز، ۱۳۸۳: ۴۳).

با در نظر گرفتن اندیشه‌های ذکر شده می‌توان مسئولیت‌پذیری اجتماعی را نوعی احساس تعلق و پیوند به دیگران و کلیت جامعه و حساس بودن نسبت به سرنوشت آن در نظر گرفت. فردی که از چنین احساس و دانشی برخوردار است انتظار می‌رود در مقام عمل برای سازگاری با دیگران و تطابق با هنجارهای اجتماعی به شکلی آگاهانه تلاش نماید. همچنین چنین فردی با احساس تعهد نسبت به جامعه سعی دارد در موقعیت‌های گوناگون مشارکت فعالانه‌تری داشته باشد و از انزوای اجتماعی بپرهیزد. در کل، احساس مسئولیت اجتماعی موجب می‌شود فرد منافع خود را در گرو تأمین منافع اجتماعی

تصور نماید.

شهر مدرن و مسؤولیت‌پذیری اجتماعی: بسیاری از اندیشمندان معتقدند شهر مدرن علاوه بر آنکه از نظر فیزیکی، کالبدی و ساختاری دارای ویژگی‌های منحصر به فردی است که متفاوت از شهرهای دوران پیشامدرن است، از نظر فرهنگی و اجتماعی نیز شهرمدرن با ویژگی‌های خاصی مثل فردگرایی، دنیاگرایی، کاهش صمیمیت، ضعف اعتماد و تعهد اجتماعی شناخته می‌شود. به نظر جورج زیمل در کلان‌شهر پول فقط با آنچه مشترک بین همه است سروکار دارد و طالب ارزش مبادله است و تمام کیفیت فرد را به سؤال چقدر فرو می‌کاهد و تمام روابط افراد را که بر فردیت استوار است، از او سلب می‌کند (زیمل، ۱۳۷۲: ۵۳ به نقل از توسلی، ۱۳۸۳: ۱۸۷). با این وضعیت در نگاه اول فضایی برای مسؤولیت‌پذیری شهروندان نمی‌توان تصور نمود ولی مفهوم سازی‌ها با توجه به واقعیت‌های شهرهای مدرن به اینجا ختم نمی‌شود به نحوی که مفاهیم و نظریه‌های جدید اجازه می‌دهند مسأله‌ی مسؤولیت‌پذیری شهروندان در شهر مدرن مطرح شود.

هر چند در ادبیات پیشامدرن شهروندی می‌توان ردپایی از مسؤولیت‌پذیری را پیدا کرد، اما مسؤولیت‌پذیری به عنوان یک عنصر اساسی مفهوم شهروندی در دهه‌های اخیر مطرح شده است. در فلسفه‌ی سیاسی پیشامدرن شهروندی معادل با وظایف تلقی می‌گردید اما در فلسفه‌ی مدرن با یک گام به پیش، علاوه بر وظایف به حقوق شهروندی نیز تأکید شد. ولی باید به این حقیقت اعتراف نمود که چون پیش‌نیاز مفهوم شهروندی مدرن عضویت است، این مفهوم از خاص‌گرایی و نابرابرگرایی رنج می‌برد. به مرور با وارد شدن عنصر مشارکت مسؤولانه و فعالانه بر منظومه‌ی حقوق و وظایف شهروندی این مفهوم از ظرفیت‌های اجتماعی مناسبی برخوردار شد، لازمه‌ی چنین مشارکتی، طرح ایده‌ی آگاهی شهروندی شمول‌گراست. باید متذکر شد که مسؤولیت‌پذیری به عنوان عنصر جدید این نظام مفهومی، فراتر از دایره‌ی تنگ حقوق و وظایف شهروندی قرار می‌گرفت. در قالب گفتمان شهروند اجتماع‌گرا، شهروند در قبال مشارکت مسؤولیت‌پذیر

در نظر گرفته شده مسؤولیتی که فراتر از وظایف قانونی و شناخته شده است. اندیشمندان این گفتمان نشانه‌ی سلامت یک جامعه را توانایی آن برای اتکا بر مسؤولیت به جای وظایف، در حفظ لوازم جامعه می‌داند (فاطمی‌نیا و حیدری، ۱۳۸۷: ۳۸).

گفتمان شهروندی اجتماع‌گرا با نقد فردگرایی لیبرال آغاز شده و شهروند وضعیت‌مند را مطرح می‌کند. شهروندی که در دل اجتماع خود قرار داشته و از طریق تعلقات و فهم مشترکی که دارد زندگی اجتماعی‌اش را شکل می‌دهد. چنین شهروندی با آگاهی از حقوق و مسؤولیت‌هایش و از سر رضایت خود را در اهداف و مقاصد جامعه‌ی خود درگیر می‌کند. مفهوم شهروند اجتماع‌گرا یا مشارکت‌جو در اندیشه‌ی هابرماس به گونه‌ی منحصر بفردی با محوریت دو مؤلفه‌ی اصلی حق و وظیفه، به شکلی تکوین یافته که در مقابل سایر دیدگاه‌ها از شمول‌گرایی و برابرگرایی بیشتری برخوردار باشد. هابرماس با مبنا قرار دادن حق و وظیفه‌ی شهروندی برابرگرا و شمول‌گرا به سمت و سوی شهروندی کامل‌تر مبتنی بر حقوق بشر، حق فرمانروایی عمومی، قانون مدارتر، اصالت دادن به حق انتخاب و تفاهم و توافق، اخلاقی‌تر نمودن شأن و پایگاه حقوقی، اجتماعی و سیاسی شهروندی و در نهایت تلفیق آن در فلسفه‌ی سیاسی، اخلاقی و اجتماعی شهروندی، در یک دستگاه تحلیلی هنجاری مدون‌تر حرکت کرده است. ایده‌ی شهروندی هابرماس سه فرض اساسی دارد: یک) صفت و جنس حق شهروندی، حق سیاسی حقوقی است؛ دو) صفت و جنس وظیفه‌ی شهروندی وظیفه و مسؤولیت اخلاقی است و سه) صفت و جنس شهروندی نیز شهروندی گفت‌وگویی است. در بطن این نظریه می‌توان یک خود آگاه، آزاد و وضعیت‌مند را دید که توان درک، تفاهم و توافق با دیگری را دارد. به نظر هابرماس این ملاحظه‌ی خود/دیگری بیش از هر چیز با شناسایی رسمی دوسویه، احترام به کرامت انسانی، احساس مسؤولیت خود در برابر دیگری و دغدغه‌ی ایفای تعهدات در قبال دیگری پیوند می‌خورد. این استدلال نیز می‌تواند مبین این معنا باشد که هابرماس می‌خواهد بگوید که رگه‌های اولیه‌ی شهروندی گفت‌وگویی یا گفتمانی را باید در ملاحظات اخلاقی جستجو کنیم که مستلزم رعایت بینادهنی خود/دیگری است و مشتمل

است بر: الف) حرمت‌گذاری به تشخص و کرامت انسانی ب) حس مسؤولیت نسبت به همدیگر پ) دغدغه‌ی ایفای تعهدات در قبال همدیگر. بنابراین می‌توان اینگونه استنباط نمود که بنا به استدلال هابرماس، شهروندی گفت‌وگویی ماهیتاً در بردارنده‌ی حرمت‌گذاری، حس مسؤولیت‌پذیری و دغدغه‌ی ایفای تعهدات به صورت دو سویه میان خود / دیگری است. در شهروندی گفت‌وگویی هابرماس رویه‌ی اخلاق گفت‌وگویی ناظر به فراهم نمودن تمهیدات لازم برای ایفای وظیفه و مسؤولیت اخلاقی الزام‌آور است. این موضوع به وساطت محمل‌هایی مانند بلوغ اخلاقی، گفت‌مان اخلاقی، وجدان پس‌اقراردادی و نهایتاً اجتماع اخلاقی (متشکل از کنشگران و کارگزاران اخلاقی که مشارکت‌کننده‌ی گفت‌وگویی‌اند)، بدست می‌آید. در کل شهروند تیپ ایده‌آل هابرماسی با عقلانیت ارتباطی، مسؤولیت‌پذیری و اخلاق گفت‌وگویی یا گفت‌مانی تعریف، باز تعریف و باز تولید می‌شود.

مسؤولیت‌پذیری اجتماعی شهروندان: مسؤولیت‌پذیری اجتماعی شهروندان به معنی وجود شهروندانی است که نسبت به موقعیت اجتماعی (حقوق و مسؤولیت‌ها) خود به عنوان شهروند آگاه بوده و از پیامدهای فردی و اجتماعی کنش‌های خود اطلاع دارد. این شهروندان جامعه‌گرا بوده؛ در شبکه‌های اجتماعی مختلف عضویت دارند؛ احساس تعلق عاطفی مثبت به دیگران و جامعه دارند و نوعی التزام عملی به ارزش‌ها و هنجارهای جامعه به صورت داوطلبانه احساس می‌کند. همچنین، سرنوشت جامعه برای این شهروندان مهم است و فراتر از وظایف قانونی و مدنی خود نوعی حس مسؤولیت نسبت به جامعه دارند و برای همین سعی می‌کنند در عرصه‌های مختلف اجتماعی مشارکت فعال داشته باشند.

از منظر پورتا و همکاران (۲۰۰۱) مسؤولیت‌پذیری اجتماعی سه بعد (شناختی، احساسی و رفتاری) دارد. بر این پایه در بسیاری از پژوهش‌های داخلی نیز مسؤولیت‌پذیری اجتماعی پدیده‌ای چندبعدی در نظر گرفته شده است.

بعد شناختی: بعد شناختی به میزان و عمق آگاهی‌ها و شناخت فرد از روابط و مناسباتش

در محیط اجتماعی‌اش بر می‌گردد. آگاهی از ماهیت جامعه و رسالت‌های شهروندان نسبت به آن که ممکن است در قوانین وجود نداشته باشد، به معنای شکل‌گیری اولین مبنای پذیرش مسؤولیت‌های اجتماعی است.

بعد احساسی و عاطفی: به معنای ایجاد ایجاد انگیزه، نگرش و عواطف مثبت نسبت به انواع مسؤولیت‌های اجتماعی است، به طوری که فرد نسبت به پذیرش انواع مسؤولیت‌های اجتماعی و ایفای نقش فعالانه در آنها در صحنه‌ی جامعه برانگیخته می‌شود.

بعد عملکردی یا کنشی: همانطور که گفته شد مسؤولیت‌پذیری اجتماعی یک کنش اجتماعی است. کنش با اینکه جنبه‌های ذهنی و عاطفی دارد در نهایت باید قابل مشاهده باشد. کسب شناخت و افزایش انگیزه‌ها به کنش‌های مسؤولانه منجر می‌شود. همچنین، تمرین عملی فعالیت‌های شهروندی و مشارکت در اجتماع در قالب‌هایی مثل همکاری، همراهی، کمک و احترام به حقوق دیگران، به مسؤولیت‌پذیری بیشتر شهروندان منجر می‌شود. در حقیقت، خلق فرصت‌ها و زمینه‌های مشارکتی موجب شکل‌گیری احساس پیوستگی، نیاز تعلق و اتکای متقابل اعضای جامعه در راه رسیدن به اهداف و مقاصد مشترک خواهد شد.

برای تبیین اثر میزان دینداری بر مسؤولیت‌پذیری اجتماعی چنین به نظر می‌رسد دلالت نظریه‌ی دورکیم از کارآمدی مناسبی برخوردار باشد. دورکیم عقیده دارد که همبستگی اجتماعی در یک گروه نوعی احساس مسؤولیت متقابل در افراد به وجود می‌آورد، به طوری که افراد جامعه دیگر نمی‌توانند نسبت به خواست‌ها و نیازهای یکدیگر بی‌تفاوت باشند. دورکیم در جامعه‌شناسی معروف خود، دین را یکی از نیروهایی می‌داند که در درون افراد، به هواداری از خواست‌های جامعه احساس الزام اخلاقی ایجاد می‌کند (کوزر، ۱۳۸۲: ۱۹۸). این نظریه قدرت آن را دارد که رابطه‌ی ارزش‌های دینی با مسؤولیت‌پذیری اجتماعی را بویژه در جامعه‌ی دینی ایران توضیح دهد.

از دلالت‌هایی که در توضیح مفهوم شهروندی بویژه از نظر هابرماس به گفتمان شهروندی معاصر آورده شد در زمینه‌ی تبیین رابطه‌ی آگاهی شهروندی و

مسئولیت‌پذیری استفاده می‌شود.

رابطه‌ی رضایت‌مندی اجتماعی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی را می‌توان در قالب نظریه‌ی تبادل تحلیل نمود. در این نظریه به اثر مبادله و دریافت پاداش‌ها و نیز تکرار مبادله توجه شده است. همچنین ترکیب نظریه‌ی تعاملی و نظریه‌ی تبادل در کار لاولر و یون نیز در تبیین یافته‌ها سودمند به نظر می‌رسد. البته در تحلیل رابطه‌ی رضایت‌مندی با مسئولیت اجتماعی می‌توان به دلالت‌هایی از نظریه‌ی دو راهی اجتماعی (نیازهای فردی یا جمعی) نیز اشاره نمود.

در تبیین رابطه‌ی رسانه با مسئولیت‌پذیری اجتماعی از نظریه‌های مطرح شده در حوزه‌ی رسانه استفاده می‌شود. بویژه رویکردهای برساخت‌گرا و نظریه‌ی استفاده و رضامندی در این زمینه مناسبتر به نظر می‌رسند.

در مجموع چارچوب‌های مفهومی ارائه شده در این تحقیق، ظرفیت‌های مناسبی برای تحلیل روابط و یافته‌های آن دارند. تا آنجا که در حوصله‌ی تحقیق باشد و محدودیت‌های آن اجازه بدهد سعی خواهد شد در تبیین یافته‌ها به بحث‌های نظری رجوع شود.

روش تحقیق

با توجه به ماهیت متغیرهای تحقیق، روش مناسب برای سنجش میزان ارتباط موجود در بین متغیرهای مستقل و وابسته (مسئولیت‌پذیری اجتماعی)، روش پیمایش می‌باشد. با استفاده از روش پیمایش بهتر می‌توان به اهداف تحقیق (توصیف، تبیین و تعمیم یافته‌ها و روابط مشاهده شده) دست یافت. واحد مشاهده و تحلیل این پژوهش فرد می‌باشد. بدین معنا که هریک از اعضای نمونه‌ی آماری به عنوان واحد مشاهده در نظر گرفته می‌شوند.

تعریف متغیرها

متغیر وابسته: مسئولیت‌پذیری اجتماعی شهروندان

در این تحقیق مسئولیت‌پذیری اجتماعی شهروندان شامل سه بعد شناختی، عاطفی و کنشی است. این مفهوم با توجه به مؤلفه‌های آن (همچون آگاهی از پیامدهای کنش،

جامعه‌گرایی، عضویت در شبکه‌های اجتماعی و مشارکت فعالانه) تعریف شده است. در این تحقیق منظور از مسؤولیت‌پذیری اجتماعی نمره‌ای است که هر یک از پاسخ‌گویان در سنجه‌ی مربوط به آن به دست می‌آورند. در این تحقیق، مسؤولیت‌پذیری اجتماعی توسط گویه‌های زیر عملیاتی شده است که طی آن‌ها، پاسخگویان باید میزان موافقت خود با گویه‌ها را در قالب طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای و پیوستاری از کاملاً موافقم (با کد ۵) تا کاملاً مخالفم (با کد ۱) بیان نمایند. بیشترین نمره در این شاخص ۱۲۵ و کمترین نمره ۲۵ است. میزان آلفای کرونباخ برای بررسی پایایی این شاخص ۸۴ برآورد شد.

تعریف متغیرهای مستقل

آگاهی یا دانش شهروندی: آگاهی شهروندی مستلزم فراهم آوردن اطلاعاتی درباره‌ی ساختار حکومت و مردم و همچنین شامل برخی قابلیت‌ها و توانایی‌های فکری و شناختی است. مهمترین مؤلفه‌های دانش شهروندی عبارتند از: آگاهی از نحوه‌ی کسب اطلاعات، آگاهی از عقاید و دیدگاه‌های احزاب سیاسی عمده‌ی کشور، آگاهی از حوادث و رویدادهای جامعه، آگاهی از قوانین و مقررات اجتماعی و آگاهی از حقوق شخصی و بین‌المللی (فتحی و اجارگاه، ۱۳۸۱). در این تحقیق آگاهی یا دانش شهروندی توسط شاخصی متشکل از ۱۶ گویه در قالب طیف لیکرت (پنج‌گزینه‌ای) پیوستاری از کاملاً موافقم (با کد ۵) تا کاملاً مخالفم (با کد ۱) بیان نمایند. بنابراین بیشترین نمره در این شاخص ۸۰ و کمترین نمره‌ی ۱۶ است. میزان آلفای کرونباخ برای برآورد پایایی این شاخص ۰/۸۳ محاسبه شد.

دینداری: در این تحقیق دینداری توسط شاخصی متشکل از ۸ گویه در قالب طیف لیکرت سنجیده می‌شود. این شاخص شکل خلاصه شده‌ای از مدل معروف گلاک و استارک برای سنجش دینداری است (سراج زاده، ۱۳۸۴: ۶۴). بنابراین بیشترین نمره در این شاخص ۴۰ و کمترین نمره‌ی ۸ است. میزان آلفای کرونباخ برای برآورد پایایی این شاخص ۰/۸۸ محاسبه شد.

رضایت‌مندی اجتماعی: در تعریف رضایت‌مندی تعاریف گوناگونی بیان گردیده اما در بررسی این تعاریف مؤلفه‌های زیر برجسته‌تر هستند: یک وضعیت روانشناختی یا حالت و شرایطی است که با ارزیابی و انتظار هر فرد از ارضاء نیاز، انتظارات، آرزوها و امیال خود روی می‌دهد (سیمون، ۱۹۸۲؛ نادری، ۱۳۸۳؛ میلان و استبان، ۲۰۰۴). در این تحقیق رضایت‌مندی اجتماعی توسط شاخصی متشکل از ۱۰ گویه در قالب طیف لیکرت سنجیده می‌شود. این شاخص ابعاد مختلف رضایت‌مندی اجتماعی مثل رضایت از زندگی در جامعه، اعتماد اجتماعی، احساس امنیت اجتماعی، احساس تعلق اجتماعی را در بر می‌گیرد. بیشترین نمره در این شاخص ۵۰ و کمترین نمره ۱۰ است. میزان آلفای کرونباخ برای برآورد پایایی این شاخص ۰/۷۹ محاسبه شد.

میزان استفاده از رسانه‌های جمعی: رسانه وسیله‌ای است که پیام را منتقل می‌کند. رادیو، تلویزیون، اینترنت، مطبوعات، کتاب، سینما، وسایلی هستند که پیام را از سازنده پیام به مخاطب منتقل می‌کنند و خود رسانه پیام را می‌داند (دادگران، ۱۳۷۴: ۲۱). رسانه‌ها گرچه انواع متفاوتی دارند ولی در این تحقیق به دو گروه بزرگ رسانه‌های ملی و فراملی تقسیم می‌شوند. منظور از رسانه‌ی ملی رسانه‌ای است که حالت دولتی دارد مثل صداوسیما جمهوری اسلامی ایران و منظور از رسانه‌های فراملی آن دسته از رسانه‌هایی است که محل فعالیت آنها در داخل کشور نیست مثل کانال‌های ماهواره‌ای. برای سنجش میزان استفاده از هر یک از گروه‌های رسانه‌ای از یک شاخص با دو پرسش (در طول طیف لیکرت؛ پیوستاری از خیلی زیاد با کد ۵ و اصلاً با کد صفر) استفاده شده است. بیشترین نمره برای پاسخگو در شاخص استفاده از رسانه‌ی ملی یا فراملی ۱۰ و کمترین صفر می‌تواند باشد. میزان آلفای کرونباخ برای آزمون پایایی این شاخص ۷۳ به دست آمد.

پایگاه اجتماعی-اقتصادی: پایگاه اجتماعی به تفاوت‌های میان گروه‌های اجتماعی از نظر احترام یا اعتبار اجتماعی که دیگران برای آنها قائل هستند گفته می‌شود (گیدنز، ۱۳۸۳: ۲۴۵). در این تحقیق نیز همانند دیگر پژوهش‌های اجتماعی از مؤلفه‌های درآمد، تحصیلات و شغل برای برآورد پایگاه اجتماعی-اقتصادی بهره برده شد.

جمعیت و نمونه‌ی تحقیق

جمعیت این تحقیق کلیه‌ی شهروندان بالای ۱۸ سال منطقه ۴ شهرداری تهران در سال ۱۳۹۳ است که بر اساس آمارهای موجود در سایت مرکز آمار ایران تعداد این افراد ۸۶۱۲۸۰ است. برای برآورد حجم نمونه از فرمول نمونه‌گیری کوکران استفاده شد که بر این اساس و با در نظر گرفتن بیشترین میزان ناهمگنی و امکانات تحقیق حجم نمونه، ۴۰۰ نفر محاسبه شد. برای نمونه‌گیری از روش خوشه‌ای چند مرحله‌ای استفاده شد. در مرحله‌ی اول، از میان ۹ ناحیه‌ی شهرداری منطقه‌ی چهار شهرداری تهران، ۴ ناحیه انتخاب شد. در مرحله‌ی دوم، از هر ناحیه دو محله انتخاب شد. در مرحله‌ی سوم، از هر محله یک خیابان و از هر خیابان سه کوچه برای نمونه‌گیری به شیوه‌ی تصادفی انتخاب شدند. در مرحله‌ی آخر، پرسشگری با مراجعه به در منازل انجام گرفت. پس از مراجعه‌ی پرسشگران به درب منازل اولین شخص بالای ۱۸ سال که حاضر به همکاری بود برای پرسشگری انتخاب می‌شد.

دلیل انتخاب منطقه‌ی چهار برای اجرای این تحقیق این بود که منطقه‌ی چهار یکی از مناطق وسیع شهر تهران است به طوری که شامل برخی از مناطق شمالی، شمال شرقی و مرکزی شهر می‌شود. همچنین، پراکندگی اقتصادی و اجتماعی در این منطقه مناسب است و می‌توان به انتخاب نمونه از سطوح مختلف اقتصادی اجتماعی دست زد.

یافته‌ها

بافت زمینه‌ای پاسخگویان: یافته‌ها نشان می‌دهند که ۵۸ درصد یعنی ۲۳۲ نفر از اعضای نمونه مرد هستند. میانگین سنی نمونه ۳۷ سال بوده، مسن‌ترین پاسخگو ۶۰ و کوچکترین پاسخگو ۱۸ سال دارد. بیشتر پاسخگویان بین ۲۵ تا ۴۵ سال داشتند. بیش از ۶۵ درصد اعضای نمونه مجرد بودند. بالغ بر ۴۵ درصد اعضای نمونه دارای مدرک تحصیلی دیپلم یا زیردیپلم بوده و ۲۷ درصد ایشان مدرک کارشناسی دارند. از نظر پایگاه اجتماعی اقتصادی ۸ درصد نمونه (۳۲ نفر) در سطح بالا، ۶۵ درصد در سطح متوسط و ۲۴ درصد در سطح پایین قرار دارند.

یافته‌های توصیفی متغیرهای اصلی: آماره‌های توصیفی (گرایش به مرکز و پراکندگی)

هریک از شاخص‌های اصلی تحقیق در جدول زیر گزارش شده است

جدول ۱: شاخص‌های توصیفی متغیرهای اصلی تحقیق

متغیر	میانگین	میانگین استاندارد	انحراف معیار	درصد سطوح ترتیبی			بی جواب
				زیاد	متوسط	کم	
شاخص کلی مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۸۶/۵	۶۱/۵	۸/۷	۱۳/۳	۷۳/۵	۱۱/۳	۲
بعد شناختی مسئولیت‌پذیری	۲۴/۴	۶۲/۱	۳/۱	۱۳	۷۷	۷	۳
بعد عاطفی مسئولیت‌پذیری	۲۹/۸	۶۷/۱	۲/۲	۲۷/۳	۵۳/۵	۱۷/۲	۲
بعد کنشی مسئولیت‌پذیری	۳۳/۳	۵۸/۲۵	۴/۳	۲۰	۶۶/۵	۱۱/۵	۲
آگاهی یا دانش شهروندی	۴۶/۹	۴۷/۵	۶/۴	۸	۶۹	۲۰	۳
دینداری	۲۷	۶۰	۵/۳	۴۶	۴۸	۵	۱
رضایت‌مندی اجتماعی	۲۸	۴۲	۵/۵	۱۱	۷۲	۱۵	۲
میزان استفاده از رسانه‌ی ملی	۴/۲۴	۲۸	۲/۳	۲۴/۳	۳۳	۴۱	۱/۷
میزان استفاده از رسانه‌ی فراملی	۶/۱	۵۱/۲	۵/۲	۴۱	۳۱	۲۴	۴

بیشترین میانگین در بین متغیرهای تحقیق مربوط به مسئولیت‌پذیری اجتماعی شهروندان با میانگین ۶۱/۵ (بویژه بعد عاطفی مسئولیت‌پذیری) بوده و کمترین میانگین مربوط به میزان استفاده از رسانه‌ی ملی با میانگین ۲۸ است. در کل متغیرهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی و دینداری از نظر میانگین در سطح بالا، متغیرهای میزان استفاده از رسانه‌ی فراملی، آگاهی شهروندی و رضایت‌مندی در سطح متوسط و متغیر میزان استفاده از رسانه‌ی ملی از این حیث در سطح پایین قرار دارند.

یافته‌های تبیینی دومتغیره:

با توجه به فاصله‌ای بودن سطح سنجش و طبیعی بودن توزیع متغیرهای مسئولیت‌پذیری اجتماعی، آگاهی شهروندی، دینداری، رضایت‌مندی و میزان استفاده از رسانه از آزمون

همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه بین آنها استفاده شد. در جدول زیر میزان، جهت و سطح معنای ضریب همبستگی پیرسون برای رابطه هر یک از متغیرهای مستقل با مسؤولیت‌پذیری اجتماعی گزارش شده است.

جدول ۲: نتایج آزمون همبستگی پیرسون برای رابطه‌ی متغیرهای مستقل و وابسته

مقدار	جهت	میزان همبستگی	متغیر وابسته	متغیر مستقل
۰/۰۰۰	مثبت	۰/۲۷**		آگاهی شهروندی
۰/۰۰۰	مثبت	۰/۳۴**		دینداری
۰/۰۰۰	مثبت	۰/۳۷**	مسؤولیت‌پذیری	رضایت‌مندی اجتماعی
۰/۱۵۲	مثبت	۰/۰۶	اجتماعی	میزان استفاده از رسانه‌ی ملی
۰/۰۰۸	منفی	۰/۱۴*		میزان استفاده از رسانه‌ی فراملی
۰/۰۰۰	مثبت	۰/۲۵**		سن

بررسی روابط دو متغیره با آزمون همبستگی پیرسون آشکار می‌سازد که در بین متغیرهای تحقیق، رضایت‌مندی اجتماعی بیشترین میزان همبستگی مثبت و معنادار (به مقدار ۰/۳۷) را با مسؤولیت‌پذیری اجتماعی دارد. در بین متغیرهای تحقیق کمترین میزان همبستگی معناداری مربوط به میزان استفاده از رسانه‌ی فراملی با مسؤولیت‌پذیری اجتماعی است که جهت آن نیز بر خلاف سایر متغیرها معکوس است. همچنین میزان استفاده از رسانه‌ی ملی همبستگی معناداری با مسؤولیت‌پذیری اجتماعی ندارد. به طور کلی افزایش در مقدار متغیرهای رضایت‌مندی اجتماعی، دینداری، آگاهی شهروندی و سن به ترتیب موجب افزایش در مقدار نمرات مسؤولیت‌پذیری شهروندان شده و افزایش در میزان استفاده از رسانه‌های فراملی موجب کاهش نسبی در آن می‌شود.

برای مقایسه میزان مسؤولیت‌پذیری اجتماعی شهروندان شاغل و بیکار از آزمون t -test مقایسه میانگین‌های مستقل استفاده شد. نتایج نشان داد میزان مسؤولیت‌پذیری افراد شاغل با میانگین (۶۰/۷) از افراد بیکار با میانگین (۵۳/۴) به طور معناداری بیشتر است. مقدار $t=7.4$ مشاهده شده در سطح ۰/۰۰۱ به لحاظ آماری معنادار است.

اطلاعات به دست آمده از آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه حاکی از وجود اختلاف بین

سطوح مختلف سه‌گانه‌ی پایگاه اجتماعی-اقتصادی (بالا، متوسط و پایین) در میانگین مسؤولیت‌پذیری اجتماعی است. مقدار $F=19$ مشاهده شده در سطح $0/99$ معنادار است. آماره‌های توصیفی نشان می‌دهند که بیشترین میانگین مسؤولیت‌پذیری اجتماعی مربوط به شهروندان پایگاه اجتماعی متوسط و کمترین از آن شهروندان با پایگاه اجتماعی پایین است. نتایج آزمون تعقیبی توکی نشان داد که در بین سطوح مختلف پایگاه اجتماعی، اختلاف بین سطح پایین با میانگین $(05/2)$ با سطح متوسط با میانگین $(63/2)$ و سطح بالا با میانگین $(60/3)$ در سطح 95 درصد معنادار بوده ولی اختلاف معناداری بین سطح متوسط و بالا مشاهده نشد.

در این تحقیق اختلاف معناداری بین میانگین مسؤولیت‌پذیری شهروندان زن و مرد مشاهده نشد.

آزمون روابط چندمتغیره با تحلیل رگرسیون چندگانه

در این بخش روابط بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته پس از بررسی روابط بین متغیرها به صورت جداگانه در طی آزمون‌های دو متغیره و اطمینان از معناداری روابط آنها، از مدل تحلیل رگرسیون برای برآورد دقیق‌تر و پیش‌بینی پراکندگی متغیر وابسته استفاده شد.

جدول ۳: نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه بین متغیرهای مستقل با میزان مسؤولیت‌پذیری اجتماعی

متغیرهای مستقل	ضریب بتا	مقدار t	سطح معناداری	مؤلفه‌های اساسی مدل
رضایت‌مندی اجتماعی	0/281	6/7	0/000	
وضعیت شغلی (شاغل=1، بیکار=0)	0/270	5/7	0/009	
آگاهی شهروندی	0/240	6/7	0/000	
دینداری	0/212	4/903	0/000	
سن	0/194	4/7	0/000	
استفاده از رسانه‌ی فراملی	-0/11	-2/4	0/018	
استفاده از رسانه‌ی ملی	0/033	0/8	0/42	
پایگاه اجتماعی-اقتصادی	0/026	0/6	0/58	

Method: Enter
F=31
R=64
R square= 41
Adj R: 39
Sig= 0.000
Std. Error: 6.85

نتایج تحلیل رگرسیون چندمتغیره با روش همزمان^۱ که در جدول بالا آمده است به این صورت تحلیل می‌گردد: میزان آماره‌ی F و معنادار بودن آن در سطح خطای کوچکتر از ۰/۰۰۱ نشان از معناداری مدل رگرسیونی انتخاب شده با متغیرهای مستقل و متغیر وابسته است. ضریب همبستگی چندگانه ($R=64$) نشان‌دهنده‌ی همبستگی بالا بین کلیه‌ی متغیرهای مستقل وارد شده در مدل و مسؤولیت‌پذیری اجتماعی است. مقدار ضریب تعیین خبر از این می‌دهد که متغیرهای مستقل وارد شده در مدل توانسته‌اند بالغ بر ۴۱ درصد پراکندگی متغیر وابسته را تبیین نمایند. همچنین میزان خطای استاندارد برآورد نشان می‌دهد که پراکندگی نمرات حول محور رگرسیون در سطح خوبی است و مدل از قدرت تبیین بالایی برخوردار است. کنترل رابطه‌ی متغیرهای مستقل با متغیر وابسته توسط مدل رگرسیون آشکار ساخت که در بین متغیرهای مستقل انتخاب شده تحقیق به ترتیب متغیرهای رضایت مندی اجتماعی، وضعیت شغلی، آگاهی یا دانش شهروندی، دینداری، سن و استفاده از رسانه‌ی فراملی بیشترین سهم معناداری را در تبیین پراکندگی تغییرات نمرات شاخص مسؤولیت‌پذیری اجتماعی دارند. در این بین اثر همه‌ی متغیرها مثبت و تنها اثر میزان استفاده از رسانه‌ی فراملی منفی بود.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

یافته‌ها نشان دادند میزان مسؤولیت‌پذیری در بین پاسخگویان این تحقیق در حد متوسط است. برخی از پژوهش‌های پیشین نیز نشان داده‌اند که میزان مسؤولیت‌پذیری ایرانیان در عرصه‌های اجتماعی در همین حدود است (برای نمونه ایزدی و عزیزی شمایی، ۱۳۸۸؛ ایمان و همکاران، ۱۳۸۹ و یوسفی و همکاران، ۱۳۹۱).

نتایج تحقیق تا حدود زیادی از دلالت‌های نظری مطرح شده در بخش نظری حمایت می‌کنند. این نظریه‌ها معتقدند که مسؤولیت‌پذیری اجتماعی به عنوان یک پدیده‌ی اجتماعی از عوامل اجتماعی-فرهنگی متنوعی تأثیر می‌پذیرد. برخی از عوامل مربوط به آگاهی و شناخت افراد هستند. بسیاری از نظریه‌پردازان معتقد هستند برای بروز کنش‌های

مسئولانه، وجود آگاهی لازم و ضروری است. بر خلاف دنیای سنت که بسیاری از کنش‌ها ریشه در سنت‌ها و کشش‌های عاطفی مربوط به آنها داشت، در عصر مدرن کنش‌های مسئولانه از آگاهی و شناخت افراد سرچشمه می‌گیرند. آنچنان که گیدنز (۱۳۷۷) می‌گوید: خصلت بازاندیشانه‌ی مدرنیته موجب بازاندیشی در مناسبات اجتماعی و روابط فرد با جامعه می‌شود؛ این خود به رشد آگاهی اجتماعی افراد و در نتیجه پذیرش برخی مسئولیت‌ها منجر شده و به شکل‌گیری هویت مشترک واحدی می‌انجامد که تسهیل‌کننده‌ی روابط خالص، انگیزش‌های خیرخواهانه و جهت‌یافته به سوی مشارکت مسئولانه است. در مجموع ترکیب مبانی شناختی و عقلانی با ابعاد ذهنی، هویت‌های جمعی را برای ارزش‌ها و اخلاق مسئولیت در یک حوزه‌ی عمومی انتزاعی تقویت می‌کند و به لحاظ اجتماعی - روانی به شکل‌گیری جامعه‌ی اخلاقی و مسئولیت‌پذیر یاری می‌رساند. تأثیر عنصر آگاهی در مسئولیت‌پذیر شدن شهروندان در نظریه‌ی شهروندی هابرماس نیز به گونه‌ای دیگر مورد بحث قرار گرفته است که قبلاً به طور مفصل در مورد آن بحث شد. آگاهی شهروندان به حقوق و وظایف خود برای اقدامات مسئولانه ضروری است ولی در این چارچوب کنش‌های مسئولانه نیازمند آگاهی از ضرورت‌ها و الزاماتی است که در مجموعه وظایف شهروندی اشاره‌ای به آنها نشده است و یا اینکه مسئولیت‌پذیری در این چارچوب بیشتر در موقعیت‌هایی مطرح است که قوانین و هنجارهای موجود جامعه و یا نظام کنترل اجتماعی آنها را پوشش نمی‌دهد. تأثیر مثبت آگاهی یا دانش شهروندی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی شهروندان در این تحقیق از این نظریه حمایت می‌کند که مبنای مسئولیت‌پذیری شهروندان در شهرهای مدرن، آگاهی آنان به عناصری مثل حقوق، امتیازها، وظایفشان به عنوان یک شهروند است. ضمن اینکه وجود نوعی دانش و آگاهی اجتماعی که فراتر از آگاهی‌های تصریح شده در قوانین و مقررات است، برای اقدامات مسئولانه و مشارکت فعال در عرصه‌های اجتماعی ضروری به نظر می‌رسد. علم شهروندان به اهمیت مشارکت و مسئولیت‌پذیری‌شان در بهبود وضعیت زندگی در شهر و توسعه‌ی شهری شاید در

قوانین و مقررات به عنوان وظایف و مسؤولیت‌های شهروندان تصریح نشده است اما از منظر جامعه‌شناختی امری لازم و ضروری است. به این مهم به گونه‌ای دیگر در برخی پژوهش‌های مرور شده نیز اشاره شده است. پژوهش‌ها نشان داده‌اند که آموزش مؤلفه‌های شهروندی (مثل حقوق، امتیازها و مشارکت شهروندی) و مسؤولیت‌پذیری به افزایش فراوانی کنش‌های مسؤولانه در بین شهروندان می‌انجامد.

علاوه بر عوامل شناختی در این تحقیق رابطه‌ی قدرتمندی بین رضایت‌مندی اجتماعی و مسؤولیت‌پذیری اجتماعی مشاهده شد. این یافته از دلالت‌های نظریه‌ی رضایت‌مندی و نظریه‌ی تبادل حمایت می‌کند. در این نظریه‌ها تصریح شده است که تکرار مبادله‌هایی به دریافت پاداش، به کنش‌های مسؤولیت‌پذیر و مشارکت می‌انجامد و همزمان موجب می‌گردد انسان‌ها در دوراهی‌های اجتماعی، بیشتر گزینه‌های جمع‌گرایانه را انتخاب نمایند. از یک منظر عقلانی انسان‌ها وقتی درگیر کنش‌های اجتماعی بویژه پذیرش مسؤولیت می‌شوند که از تجربیات خود نتیجه بگیرند؛ درگیر شدن در این کنش‌ها و پذیرش مسؤولیت‌های مذکور به نفع آنهاست. البته ممکن است بر اساس نظریه‌ی دوراهی اجتماعی کنش‌گران چنان از لحاظ اجتماعی رشد یافته باشند که نفع خود را در نفع جمع و خیر اجتماعی تعریف نمایند. این امر به تأثیر فرایند اجتماعی شدن در مسؤولیت‌پذیری اشاره دارد که در نظریه‌ی شخصیت پیشرفته در مورد آن بحث شده است. پذیرش مسؤولیت‌های اجتماعی در این رویکرد مستلزم رشد شخصیت‌های پیشرفته اجتماعی است که بین نیازهای شخصی و نیازهای جامعه توازن و تعادل منحصر به فردی ایجاد کرده‌اند.

یکی دیگر از عوامل مؤثر بر افزایش مسؤولیت‌پذیری اجتماعی شهروندان دینداری است. بر اساس نظریه‌ی پارسونز، وجود کنش‌های مسؤولانه و در کل تعهد اجتماعی علاوه بر وجود عنصر آگاهی و منفعت، مستلزم وجود علاقه‌ی اجتماعی و گرایش فرد به دیگران است. در یک جامعه‌ی دینی مثل ایران دین به عنوان یک نظام ارزشی کلان می‌تواند ذهنیت‌های افراد را متأثر سازد و در قالب جامعه‌پذیری دینی ارزش‌های دینی را در افراد

یا پیروان خود درونی نماید. دورکیم دین را یکی از نیروهای می‌داند که در درون افراد، به هواداری از خواست‌های جامعه احساس الزام اخلاقی ایجاد می‌کند. بر این اساس تأثیرپذیری اکثریبت افراد از ارزش‌های مشترک دینی موجب می‌شود آنان به سمت کنش‌های مسؤولانه حرکت نمایند. پس نمی‌توان عوامل شناختی یا عوامل عقلانی را تنها عوامل مؤثر در مسؤولیت‌پذیری افراد دانست. به طور مسلم ارزش‌های دینی نیز علاوه بر آگاهی‌های دینی به طور ناخودآگاه می‌توانند افراد را به سمت اقدامات جامعه‌گرایانه و مسؤولانه در قبال اجتماع دینی سوق دهند، خصوصاً که افراد جامعه را متشکل از هم‌کیشان خود بدانند.

رسانه نیز یکی از عوامل مؤثر بر مسؤولیت‌پذیری افراد است. این یافته از تأثیر رسانه در شکل دادن به نگرش‌ها و ارزش‌های افراد حمایت می‌کند، که در نظریه‌های مربوط به رسانه به اشکال گوناگون به این مهم اشاره نموده‌اند.

با الهام از یافته‌های این تحقیق می‌توان پیشنهادهایی را به صورت کاربردی و علمی مطرح کرد:

- ۱) بر اساس رابطه‌ی قدرتمند رضایت‌مندی اجتماعی با مسؤولیت‌پذیری اجتماعی باید به این نکته اشاره کرد که تلاش مدیریت شهری برای افزایش رضایت شهروندان از فضای کالبدی و غیرکالبدی شهر و رفاه شهروندان، می‌تواند به افزایش مسؤولیت‌پذیری و در نتیجه مشارکت بیشتر آنان در توسعه‌ی شهری منجر شود.
- ۲) تأثیر مثبت آگاهی شهروندی بر مسؤولیت‌پذیری شهروندان توجه به این نکته را ضروری می‌سازد که باید به افزایش اطلاعات، دانش و آگاهی‌های شهروندان از موقعیت خودشان به عنوان شهروند و فضای اجتماعی شهر توجه شود. در این راستا توجه به آموزش شهروندی ضروری به نظر می‌رسد.
- ۳) با مدیریت مناسب اطلاعات در رسانه‌ها مدیریت شهری می‌تواند تعامل مناسب و سازنده‌ای با شهروندان برقرار نماید. همچنین از ظرفیت‌های رسانه‌های محلی می‌توان برای افزایش آگاهی شهروندی و آموزش حقوق و مسؤولیت‌های شهروندی

استفاده کرد.

۴) تأثیر مثبت اشتغال و دینداری در افزایش مسؤولیت‌پذیری نشان می‌دهد که همبستگی‌ها و تعلقات می‌تواند به افزایش مسؤولیت‌پذیری افراد منجر شود. از این رو، اهتمام به ایجاد اشتغال پایدار و تعمیق باورهای دینی می‌تواند نقش مثبتی در این زمینه داشته باشد.

منابع

- ایزدی، صمد و مصطفی عزیزی شمامی. (۱۳۸۸). ضرورت برخورداری دانشجویان از دانش شهروندی و مسؤولیت‌پذیری اجتماعی در فرآیند جهانی شدن، فصلنامه‌ی مطالعات برنامه درسی، سال چهارم، شماره‌ی ۱۵.
- ایمان، محمد تقی و همکاران. (۱۳۸۹). بررسی ارتباط بین مسؤولیت اجتماعی جوانان و احساس امنیت اجتماعی در شهر مشهد، فصلنامه‌ی مطالعات امنیت اجتماعی، شماره‌ی بیست و چهارم، ۱۴۰-۱۱۷.
- دادگران، محمد. (۱۳۷۴). مبانی ارتباط جمعی، تهران: انتشارات فیروزه.
- ربانی، رسول. (۱۳۸۷). جامعه‌شناسی شهری، چاپ سوم، اصفهان: انتشارات دانشگاه اصفهان.
- ریترز، جورج. (۱۳۸۴). نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه‌ی محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.
- سبحان نژاد، مهدی و زهرا آب نیکی. (۱۳۹۱). بررسی میزان توجه به مؤلفه‌های مسؤولیت‌پذیری اجتماعی در محتوای برنامه درسی دوره‌ی متوسطه‌ی نظری ایران در سال ۹۰-۱۳۸۹، اندیشه‌های نوی تربیتی، دانشکده‌ی علوم تربیتی دانشگاه الزهراء، دوره‌ی ۸، شماره‌ی ۱: ۱۰۶-۵۹.
- سبحانی نژاد، مهدی و هاشم فردانش. (۱۳۷۹). مسؤولیت‌پذیری اجتماعی در برنامه‌ی درسی ابتدایی کنونی ایران، فصلنامه‌ی مدرسه، دوره‌ی ۴، شماره‌ی ۱: ۱۱۴-۹۵.
- سراج زاده، سید حسین. (۱۳۸۴). چالشهای دین و مدرنیته، تهران: انتشارات طرح نو.
- شجاعی زند، علیرضا. (۱۳۸۴). مدلی برای سنجش دینداری در ایران، مجله‌ی جامعه‌شناسی، ایران، دوره‌ی ششم، شماره‌ی ۱: ۶۶-۳۴.
- صفاری، حسام الدین و ابراهیم توفیق. (۱۳۸۸). بررسی بازانديشانه‌ی تأثیر صور نابهنجار بر شدت همبستگی مکانیکی در دوران مدرن بر اساس تئوری دورکیم، مطالعه‌ی موردی شهر تهران، مجله‌ی جامعه‌شناسی ایران، دوره‌ی دهم، شماره‌ی ۲: ۱۳۶-۱۷۷.
- فاطمی‌نیا، سیاوش و سیامک حیدری. (۱۳۸۷). عوامل مرتبط با تعهدات شهروندی، رفاه اجتماعی، سال دهم، شماره‌ی ۳۸: ۶۴-۴۱.

- فتحی، کوروش و دیبا طلعت. (۱۳۸۱). بررسی شهروند خوب برای جامعه‌ی ایران و میزان انطباق برنامه‌های درسی مدارس با این ویژگی، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
- فتی و اجارگاه، کوروش و معصومه اسلامی. (۱۳۸۷). بررسی میزان توجه به آموزش صلح در برنامه‌ی درسی دوره‌ی ابتدایی از دیدگاه متخصصان تعلیم و تربیت کارشناسان برنامه‌ریزی درسی و معلمان دوره‌ی ابتدایی شهر تهران، نوآوری‌های آموزشی، شماره‌ی ۲۵، سال هفتم: ۷۵-۴۹.
- کردلو، منیره. (۱۳۸۷). بررسی عوامل مؤثر بر مسؤلیت‌پذیری نوجوانان دبیرستانی در خانه و مدرسه، مشاور مدرسه، دوره‌ی ۴، شماره‌ی ۱: ۱۲-۴.
- کوزر، لوئیس. (۱۳۸۲). زندگی و اندیشه‌ی بزرگان جامعه‌شناسی، ترجمه‌ی محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۷). پیامدهای مدرنیت، ترجمه‌ی محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز.
- _____ . (۱۳۸۲). تجدد و تشخیص، ترجمه‌ی ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- _____ . (۱۳۸۳). جامعه‌شناسی، ترجمه‌ی منوچهر صبوری، تهران: نشر نی
- مهدیزاده، جواد. (۱۳۸۳). نظریه‌های جامعه‌شناختی در مطالعات شهری (نظریه‌های جدید اقتصادی - اجتماعی در مطالعات شهری - بحث سوم)، فصلنامه‌ی جستارهای شهرسازی، شماره‌ی ۹: ۲۱-۳۱.
- نادری عباس‌آباد، حمدالله. (۱۳۸۳). بررسی مشارکت مردم اردبیل در خصوصی‌سازی فعالیت‌های فرهنگی و هنری و عوامل مؤثر بر آن، اداره‌ی کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اردبیل.
- ولی پور، رقیه. (۱۳۸۶). بررسی حیطه‌های شهروندی در نظام آموزش عالی از دیدگاه استادان و دانشجویان (مطالعه‌ی موردی دانشگاه مازندران)، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشگاه مازندران.
- یوسفی، علی، مارینا فرهودی زاده و مرضیه لشکری. (۱۳۹۱). فشار هنجار تعهد اجتماعی در ایران، جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست و سوم، شماره‌ی ۲: ۱۹۲-۱۷۹.
- Brammer, S., Millington, A., Rayton, B. (2007): "The Contribution of Corporate Social Responsibility to Organizational Commitment",

- University of Bath, school of management, Working Paper Series: 20.
- Chickering, Arthur, (2001). Maximizing Civic Learning and Social Responsibility, New England Resource Center for Higher Education,, Pp:1- 8.
 - Lawler, Edvard J. Jeongkoo Yoon (1998) Power and emergence of commitment Behavior inNegotiated Exchange, American Sociological Review, Vol. 58. No. 4.
 - Purta, Judith Torney, Rainer Lehmann, Hans Oswald, Wolfram Schulz (2001). International association for the evaluation of educational achievement(IEA), Amsterdam, the Netherlands, pp.237.
 - Randolph, S, (2008). The Role of Altruistic Behavior, Empathetic and social Responsibility Motivation in Blood Donation Behavior. Transfusion, Vol 48,pp. 43-54.
 - Simon, Schuster(1982) “Webster new dictionary” USA, western corporation, seventh edition
 - Taylor, S. G & Tiffany, A.W,(1997). Adolescence perception of family's responsibility-taking, decision making and mental health. Journal of adolescence. 1(2). 122-246.
 - Zairi, M. and Peters, J. (2002): “the Impact of Social Responsibility on Business Performance”, Managerial Auditing Journal, Vol. 17, No. 4, pp: 174-178.