

بررسی ارزش‌های اخلاقی جوانان شهری اصفهان

رسول ربانی، دانشیار جامعه‌شناسی شهری، دانشگاه اصفهان، ایران
سیامک شهابی، کارشناس ارشد تحقیقات اجتماعی، دانشگاه اصفهان، ایران*

چکیده

هدف: این مقاله به بررسی ارزش‌های اخلاقی جوانان شهری اصفهان، شامل صداقت و راستگویی، درستکاری، انصاف و عدالت، گذشت، پایبندی به قول و قرار، خیر خواهی و کمک به دیگران، امانتداری و یکرنگی و اخلاص می‌پردازد. روش: در انجام این پژوهش از روش پیمایشی (Survey) استفاده شد. برای جمع‌آوری داده‌های میدانی با ۳۰۰ جوان با استفاده از پرسشنامه مصاحبه شد. روش نمونه‌گیری این پژوهش، روش نمونه‌گیری دو مرحله‌ای است. نتایج: نتایج حاصل نشان می‌دهد ارزش‌های اخلاقی از اهمیت زیادی برای جوانان برخوردار نیستند. اکثر شاخص‌های اخلاقی کمتر از حد متوسط هستند. همچنین، بیشتر ارزش‌های اخلاقی کمتر مورد توجه اعضا قرار گرفته یا رعایت می‌شوند. وجود همگنی ارزشی بین جوانان باعث شده خصوصیات زمینه‌ای، شامل: جنسیت، سن، سطح تحصیلات، وضعیت تاهل و وضعیت اقتصادی بر چگونگی ارزش‌های اخلاقی جوانان تأثیری نداشته باشد.

واژه‌های کلیدی: ارزش‌های اخلاقی، صداقت و راستگویی، درستکاری، انصاف، گذشت، خیرخواهی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

۱- مقدمه

جامعه‌شناسان و مردم‌شناسان، تصدیق این حقیقت است که ارزش عبارت از نتیجه غایی اهداف و مقاصد کنش اجتماعی است.

ارزش‌ها چندان مربوط به اصول موجود نیستند بلکه مربوط به اصول آرمانی هستند؛ یعنی در حقیقت ارزش‌ها گویای احکام اخلاقی هستند. چنانکه برای مثال هنگامی که وبر اهمیت قناعت و رعایت امانت کامل در امور مالی و گذشت را برای بنیامین فرانکلین با توجه به تحقیقات دقیقش تأیید می‌کند، در حقیقت اصول اخلاقی فرانکلین را شرح می‌دهد. در عمل هر جنبه یک رابطه اجتماعی را می‌توان از لحاظ ارزشی بررسی نمود (اینکلس، ۱۳۵۷: ۱۱۴).

پاپکین^۶ و استرول^۷ اخلاق را عبارت از مجموعه‌ای از قواعد و اصول که آدمیان را در زندگی به کار می‌آیند، تعریف می‌کنند (پاپکین و استرول، ۱۳۶۰: ۸). ارزش اخلاقی نیز مربوط به علم اخلاق در سطح شخصی و اجتماعی است (بیرو، ۱۳۶۶: ۴۴۵). ارزش‌های اخلاقی، عبارت از قواعد و اصولی است که انسان‌ها در زندگی به کار می‌گیرند و رفتار آنان را نسبت به یکدیگر منظم می‌کند.

در این پژوهش، ارزش‌های اخلاقی در چهار بعد فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی بررسی شده‌اند. در بعد فرهنگی، ارزش‌های اخلاقی مورد بررسی عبارتند از:

صداقت و راستگویی و یکرنگی و اخلاص.

در بعد اجتماعی، سه ارزش اخلاقی شامل درستکاری، خیرخواهی و کمک به دیگران و گذشت

۱-۱- طرح مسأله

ارزش‌ها گونه‌ای از معیارهای فرهنگی به شمار می‌روند که بیانگر آن دسته از اهداف کلی هستند که در حیات اجتماعی مطلوب محسوب می‌شوند. ارزش‌ها تدارک‌کننده مفهوم و مشروعیت نهایی برای قواعد و ضوابط رفتارهای اجتماعی هستند (محسنی، ۱۳۷۹: ۳۶۲).

از نظر اولسون^۳ ارزش‌ها عبارتند از: مجموعه‌ای از پنداشت‌های اساسی نسبت به آنچه پسندیده است، که تجلی عمیق‌ترین احساسات مشترک نسبت به جهان در جامعه هستند (چلبی، ۱۳۷۵: ۶۰).

از نظر آلن بیرو^۴ ارزش عبارت از میزان توانایی یک شیء (چیز، اندیشه یا شخص) در ارضای یک میل، نیاز و تمنای انسان است. پس اساس ارزش را باید در اندیشه‌های انسانی جستجو کرد که نفع (ارزش) یک شیء خارجی را ارزیابی قرار می‌کند.

به طور کلی، زمانی که گفته می‌شود واقعیتی حایز ارزش است، به طور ضمنی پذیرفته شده است که هدفی مطلوب را تحقق می‌بخشد. اندیشیدن در باب ارزش به معنای اندیشه در باب آن چیزی است که مطلوب شناخته می‌شود، خواه در سطح سرنوشت جامعه، خواه در سطح سرنوشت فردی (بیرو، ۱۳۶۷: ۴۴۵).

اینکلس^۵ معتقد است که واژه ارزش مانند بسیاری از واژه‌های جامعه‌شناسی دارای معانی بسیاری است، ولی وجه مشترک تعریف ارزش، از سوی بسیاری از

ضریب همبستگی بین این دو آزمون ۰/۹۵ برآورد گردید که در سطح معناداری ۵ درصد ($\alpha = 5\%$) معنادار بود. همچنین برای ارزیابی سازگاری درونی سؤالهای مورد استفاده برای سنجش متغیرها از روش آلفای کرونباخ استفاده شد و مقدار آن برابر ۰/۸۴ بوده است.

در مرحله پایانی، داده‌های جمع‌آوری شده وارد رایانه شد و به وسیله نرم‌افزار SPSS تحلیل آماری در دو سطح توصیفی و تحلیلی انجام گرفت. آماره‌های مورد استفاده برای تحلیل آماری عبارت از فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار، آزمون t استودنت و تحلیل واریانس یک عاملی هستند.

۱-۴- محدوده پژوهش

جامعه آماری افراد ۱۸ تا ۳۰ ساله ساکن شهر اصفهان را شامل شده که براساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن در سال ۱۳۷۵، تعداد افرادی که در این مقطع سنی قرار دارند ۲۴۳۱۰۰ نفر می‌باشند (مرکز آمار ایران، ۱۳۷۶).

۱-۵- جامعه نمونه و روش نمونه‌گیری

برای محاسبه حجم نمونه از فرمول کوکران^۱ استفاده شد.^۲ در این فرمول $N=243100$ ، $s^2 = 0/9$ و $d = 0/11$ است و بر اساس محاسبه به عمل آمده حجم نمونه ۲۸۵ می‌باشد. با توجه به

مورد سنجش قرار گرفته‌اند. در بعد اقتصادی به ارزش‌های امانتداری و پابندی به قول و قرار پرداخته شده و در بعد سیاسی، ارزش اخلاقی انصاف و عدالت بررسی شده‌اند.

۱-۲- اهداف تحقیق

- تعیین وضعیت ارزش‌های اخلاقی جوانان در شهر اصفهان؛
- تعیین تاثیر خصوصیات زمینه‌ای بر ارزش‌های اخلاقی جوانان در شهر اصفهان.

۱-۳- روش تحقیق

مقاله به بررسی ارزش‌های اخلاقی جوانان در شهر اصفهان می‌پردازد. در انجام این پژوهش از روش پیمایشی استفاده شده است. برای جمع‌آوری داده‌های میدانی مورد نیاز با ۳۰۰ جوان با استفاده از پرسشنامه مصاحبه شد. برای تدوین پرسشنامه منابع موجود بررسی شده و سؤالها و گویه‌های مناسب سنجش متغیرها انتخاب و متناسب با شرایط فرهنگی - اجتماعی جامعه مورد بررسی اصلاح شدند.

در مرحله بعد، این سؤالات و گویه‌ها در قالب یک پرسشنامه مقدماتی تنظیم شده و با انجام پیش‌آزمون و ارزیابی اعتبار و روایی آن، اصلاحات مورد نیاز در آن انجام شد و در پایان پرسشنامه نهایی تدوین گردید. به منظور سنجش روایی پرسشنامه با روش بازآزمایی، ابتدا تعداد ۲۰ پرسشنامه بین نمونه منتخب توزیع و سپس بعد از گذشت ۱۰ روز همان پرسشنامه بین همان نمونه توزیع گردید.

1- Cochran

است : $n = \frac{Nt^2s^2}{Nd^2 + t^2s^2}$

منشأ اخلاق و ارزش‌های مربوط به آن و چگونگی شکل‌گیری این ارزش‌ها در افراد جامعه، به ویژه در دوران کودکی تا جوانی، از موضوعهای مهمی است که مکاتب مختلف از دیدگاه‌های گوناگونی به آن پرداخته‌اند که به برخی از مهمترین آنها به طور مختصر اشاره می‌شود.

از منظر روانکاوی، انسان تحت تأثیر انگیزه‌هایی است که همواره به دنبال ارضای بدون قید و شرط آنهاست، ولی رشد ارزش‌های اخلاقی در کودکان در نتیجه فرآیندهای همانند سازی در ایجاد وجدان یا فراخود است (کریمی، ۱۳۷۸: ۲۰۵ تا ۲۰۹).

از دیدگاه رشد - شناختی فرد در بیشتر زمینه‌ها از جمله در مسأله اخلاق، تابع مراحل رشد عقلی خود است. به نظر پیاژه، درک فرد از قواعد اخلاقی و عرف اجتماعی با سطح رشد - شناختی همگام است.

از این رو، داشتن رفتار اخلاقی مستلزم توانایی انجام قضاوت آگاهانه نسبت به کیفیت اعمال است. طبیعی است که قضاوت آگاهانه وقتی امکان‌پذیر است که شخص به مرحله‌ای از رشد و تکامل عقلی رسیده باشد تا بتواند چنین قضاوت آگاهانه‌ای بکند (هیلگارد و دیگران، ۱۳۷۹: ۱۵۰ - ۱۶۵).

از دیدگاه یادگیری اجتماعی، از یک سو اخلاق امری نسبی است؛ یعنی ارزش‌های مطلق اخلاقی وجود ندارد و از سوی دیگر، ارزش‌های اخلاقی نیز طبق اصول یادگیری و از طریق پاداش و تنبیه یا سر مشق و الگو قرار دادن دیگران شکل می‌گیرد.

نامعلوم بودن واریانس جامعه آماری، از پیش برآورد واریانس ارزش‌های پاسخگویان که در مرحله تحقیق مقدماتی به دست آمده بود، برای تعیین حجم نمونه استفاده گردید.

روش نمونه‌گیری این پژوهش، روش نمونه‌گیری دو مرحله‌ای است که در آن در مرحله اول با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای ۳۰ خوشه از سطح شهر اصفهان به صورت نمونه انتخاب شده و در مرحله دوم در هر یک از این خوشه‌ها ۱۰ جوان به طور تصادفی انتخاب و با آنها مصاحبه به عمل آمد.

۱-۶- شاخص سازی ارزش‌های اخلاقی

ارزش‌های اخلاقی با استفاده از دو سؤال اساسی ارزیابی شده‌اند. در سؤال نخست پرسیده شد که «به نظر شما، خصوصیات اخلاقی زیر چقدر بین مردم رواج دارد؟» و در سؤال دوم این پرسش مطرح گردید که «به نظر شما، با این اوضاع و شرایط جامعه، آدم چقدر می‌تواند خصوصیات اخلاقی خوب را رعایت نموده، از خصوصیات اخلاقی بد پرهیز کند؟» پاسخگویان در قالب یک طیف هفت رتبه‌ای به این دو سؤال پاسخ داده‌اند. با ترکیب نتایج این دو سؤال شاخص ارزش‌های اخلاقی محاسبه شده است.

برای سهولت مقایسه آماره‌ها، مقیاس‌های ترتیبی به شیوه زیر کدگذاری شده‌اند:

اصلاً = ۱، بسیار کم = ۲، کم = ۳، متوسط = ۴، زیاد = ۵، بسیار زیاد = ۶، کاملاً = ۷

۲- دیدگاهها و مفاهیم

از نظر این دیدگاه، اخلاق طی مراحل مشخصی در فرد شکل نمی‌گیرد، بلکه مجموعه‌ای از رفتارها و عادات است که از سوی جامعه مورد پسند واقع شده است. ارزش‌های اخلاقی به تدریج از طریق مکانیسم‌های یادگیری به وسیله فرد کسب می‌شود و در این مسیر امکان هر گونه جهش از مراحل پایین به بالا و یا در صورت محدود بودن امکانات، عدم کسب ارزش‌های اخلاقی مراحل ابتدایی‌تر، امکان پذیر است. در این دیدگاه، بر مسأله نسبی و تابع فرهنگ بودن اخلاق تأکید شده و اخلاق به عنوان یک خصیصه یا ویژگی درونی که در طول زندگی شخص رشد می‌کند و شکوفا می‌شود، انکار شده است. اخلاق در این دیدگاه عبارت است از: مجموعه‌ای از اعمال و رفتار خاص مورد پذیرش جامعه که از طریق پاداش - که به دنبال آن اعمال و رفتار آمده است - فرا گرفته شده باشند. جامعه نیز بنا به ضرورت حیات خود، رفتارهای خاص و ارزش‌های ویژه‌ای را به عنوان رفتارها و ارزش‌های اخلاقی معین می‌کند (کریمی، ۱۳۷۸: ۲۲۳ - ۲۳۰).

در ایران برخی پژوهش‌های انجام شده تا حدودی نشان دهنده وضعیت ارزش‌های اخلاقی در جامعه ایرانی است. پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، طرحی است که توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در سال‌های ۱۳۷۹ و ۱۳۸۲ اجرایی شده و در آنها به سنجش ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی پرداخته شده است.

جامعه آماری این پیمایش، مجموعه افراد ۱۵ ساله و بالاتر خانوارهای معمولی ساکن ۲۸ مرکز استان کشور هستند. نتایج پیمایش ۱۳۸۲ نشان می‌دهد از نظر ۶/۶٪ درصد پاسخگویان، صداقت مهمترین صفت یک آدم خوب است. ایمان (۱۶/۳ درصد)، اخلاق خوب (۱۱ درصد)، انسانیت (۶/۷ درصد) و انصاف (۴/۳ درصد) از مهمترین خصوصیات دیگری هستند که پاسخگویان برای یک انسان خوب ذکر نموده‌اند (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۲: ۳۱۲).

مقایسه یافته‌های دو موج حاکی از کاهش ارزش‌های - اخلاقی ایرانیان از نظر پاسخگویان در گذر زمان است. در حالی که ۵/۵٪ درصد پاسخگویان در سال ۱۳۸۰ معتقد بودند که گذشت در میان مردم رواج کمی دارد، ۵۵/۷ درصد پاسخگویان در سال ۱۳۸۲ چنین اعتقادی دارند. همچنین، در مورد امانتداری این نسبت از ۳۸/۸ به ۴۱/۱، انصاف و عدالت از ۵۳/۷ به ۵۶/۲، خیرخواهی و کمک به دیگران از ۳۴/۳ به ۳۶/۵، صداقت از ۵۰/۷ به ۵۸/۶، پایبندی به قول و قرار از ۴۲/۱ به ۴۹/۱ افزایش می‌یابد.

در مقابل، نسبت کسانی که بر این عقیده هستند که دورویی و تظاهر در جامعه رواج بیشتری پیدا نموده، از ۶۴/۸ به ۶۸/۲ درصد، تقلب و کلاهبرداری از ۶۹ به ۷۴/۷ درصد و تملق و چاپلوسی از ۶۴/۶ به ۷۲/۸ درصد افزایش یافته است (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۰ و ۱۳۸۲).

خوب اخلاقی در آینده باور دارند (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۲: ۱۲۷).

نتایج پژوهش دیگری در رابطه با ارزش‌های اخلاقی جوانان روستایی در سطح استان اصفهان نشان می‌دهد از نظر ۲۱/۴ درصد این جوانان گذشت، ۳۳/۵ درصد امانتداری، ۱۸/۴ درصد انصاف و عدالت، ۲۵/۳ درصد خیرخواهی و کمک به دیگران، ۱۴/۸ درصد صداقت و راستگویی، ۲۷/۸ درصد پایبندی به قول و قرار، ۲۰/۵ درصد درستکاری و ۵۷/۰ درصد دورویی و تظاهر و ۵۸/۴ درصد تملق و چاپلوسی بین مردم رواج زیادی دارد. همچنین، مطابق با شاخص ارزش‌های اخلاقی محاسبه شده برای این جوانان، نسبت پاسخگویی که به ارزش‌های اخلاقی مورد بررسی گرایش زیادی داشته اند، به شرح زیر است:

گذشت (۴۰/۶ درصد)، امانتداری (۵۸/۰ درصد)، انصاف و عدالت (۴۰/۶ درصد)، خیرخواهی و کمک به دیگران (۴۶/۴ درصد)، صداقت و راستگویی (۳۴/۶ درصد)، پایبندی به قول و قرار (۴۷/۲ درصد)، درستکاری (۴۵/۹ درصد)، دورویی و تظاهر (۲۵/۵ درصد) و تملق و چاپلوسی (۵۲/۴ درصد) (شهابی، ۱۳۸۲).

۳- یافته‌ها

به طوری که در مقدمه نیز بحث شد، ارزش‌های اخلاقی با مفاهیم صداقت و راستگویی، درستکاری، خیرخواهی و کمک به دیگران، امانت داری، انصاف و

پیمایش ملی ارزش‌های جوانان طرح دیگری است که توسط سازمان ملی جوانان، بین جوانان ۱۵ تا ۳۰ ساله و با انتخاب ۱۵۶۵۰ نمونه در مراکز ۳۰ استان کشور اجرایی شده است. بر اساس یافته‌های این پیمایش در پاسخ به این سؤال که «وضعیت پایبندی به ارزش‌های اخلاقی کشور را چگونه ارزیابی می‌کنید؟» در مقابل ۲۴/۵ درصد جوانان شهر اصفهان وضعیت پایبندی به ارزش‌های اخلاقی در کشور را خوب ارزیابی نموده و ۳۶/۹ درصد آن را بد دانسته اند. این نسبت‌ها در سطح کشور ۳۷/۹ در مقابل ۲۴/۱ درصد بوده و حاکی از این است که جوانان شهر اصفهان در مقایسه با کل کشور، ارزیابی منفی تری نسبت به وضعیت اخلاقی جامعه دارند (پژوهشکده ملی مطالعات جوانان، ۱۳۸۳: ۱۲۴).

در پیمایش ۱۳۸۲ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نیز در رابطه با آینده وضعیت اخلاقی جامعه، دو پرسش مطرح شده است: «فکر می‌کنید رواج صفات بد (منفی) اخلاقی مثل دورویی، تظاهر، تقلب و کلاهبرداری بین مردم در پنج سال آینده بیشتر خواهد شد یا کمتر؟» و «فکر می‌کنید رواج صفات خوب (مثبت) اخلاقی مثل صداقت، راستگویی، گذشت و امانتداری بین مردم در پنج سال آینده بیشتر خواهد شد یا کمتر؟».

نتایج این پیمایش نشان می‌دهد در حالی که ۸۷/۴ درصد پاسخگویان بر این اعتقادند که در پنج سال آینده رواج صفات منفی بیشتر خواهد شد، ۱۵/۷ درصد در پاسخ به سوال دوم به رواج بیشتر صفات

عدالت، گذشت، پابندی به قول و قرار و یک رنگی و اخلاص مورد بررسی قرار گرفته است.

۳-۱- خصوصیات زمینه‌ای

۴۶/۷ درصد پاسخگویان مرد و ۵۳/۳ درصد زن هستند. ۵۱/۷ درصد ۱۸ تا ۲۱، ۲۹/۷ درصد ۲۲ تا ۲۵ و ۱۸/۷ درصد ۲۶ تا ۳۰ سال سن دارند. سطح تحصیلات ۲/۰ درصد ابتدایی، ۲۴/۱ درصد راهنمایی و متوسطه، ۳۷/۵ درصد دیپلم و ۳۶/۴ درصد دانشگاهی است. ۶۹/۲ درصد پاسخگویان مجرد و ۳۰/۸ درصد متأهل هستند. برای بررسی وضعیت اقتصادی پاسخگویان از هزینه سرانه به عنوان شاخص استفاده شد. بر اساس این شاخص وضعیت اقتصادی ۱۶/۱ درصد پاسخگویان پایین، ۵۷/۴ درصد متوسط و ۲۶/۵ درصد خوب قابل ارزیابی است.

۳-۲- صداقت و راستگویی

بر اساس جدول (۱) جوانان شهری در پاسخ به این سؤال که «به نظر شما چقدر صداقت و راستگویی در بین مردم رواج دارد؟» ۷۳/۳ درصد پاسخ داده‌اند که اصلاً صداقت و راستگویی رواج نداشته و یا این که در حد کم و بسیار کم می‌باشد. فقط ۸/۴ درصد در حد زیاد تا کاملاً را متذکر شده‌اند که شاهد رواج صداقت و راستگویی هستیم. در همین راستا، در پاسخ به سؤال دوم که «خود شما چقدر صداقت و راستگویی را رعایت می‌کنید؟» ۴۴/۱ درصد اشاره نموده‌اند که اصلاً رعایت نمی‌کنند و یا در حد کم و بسیار کم رعایت می‌کنند، در حالی که ۲۵/۳ درصد در

حد زیاد تا کاملاً، پاسخ به رعایت صداقت و راستگویی داده‌اند.

در اینجا، شایان ذکر است که وقتی به صورت کلی سؤال می‌شود، از لحاظ روانشناختی، پاسخگو نیز خود منتقد اجتماعی خواهد بود و او نیز به انتقاد می‌پردازد و حتی ممکن است چند حادثه یا رویداد ذهنیت او را تحت تأثیر قرار دهد، لذا ملاحظه می‌شود که ۷۳/۳ درصد منکر رواج صداقت و راستگویی هستند، ولی وقتی سؤال جزئی‌تر یا عملیاتی پرسش می‌شود، به گونه‌ای خود فرد نیز به عنوان عضوی از جامعه مورد پرسش و قضاوت قرار می‌گیرد.

ملاحظه می‌گردد، اعتدال بیشتری در پاسخ‌ها وجود دارد؛ به طوری که در مورد رعایت صداقت، وقتی پرسش می‌شود ۴۴/۱ درصد پاسخگویان مدعی عدم رعایت صداقت و راستگویی شده‌اند، در حالی که در مورد رواج آن حدود ۷۳/۳ درصد بر این امر تأکید ورزیده‌اند و یا این که در مورد رعایت صداقت ۲۵/۳ درصد شاهد رعایت آن هستند.

اما نکته اساسی این است که رواج و رعایت صداقت و راستگویی به دلیل ماشینی شدن زندگی، دستیابی به امکانات جامعه به هر طریق ممکن، دو شخصیتی شدن اعضای جامعه و فاصله شدید بین واقعیت‌ها و حقیقت‌ها و نظایر اینها، در جامعه شهری کم‌رنگ شده است. شاخص صداقت و راستگویی ۵۸/۷ درصد پاسخگویان در سطح کم است. میانگین شاخص نیز در حد کم (۳/۱) است.

جدول شماره ۱- توزیع فراوانی و آماره‌های صداقت و راستگویی

آماره‌ها		فراوانی و درصد									سؤالا و شاخص صداقت و راستگویی
تعداد	درصد	کاملاً	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	اصلاً			
۱/۳	۲/۸	۳۰۰	۵	۸	۱۲	۵۵	۷۰	۱۱۹	۳۱	فراوانی	رواج صداقت و راستگویی در بین مردم
		۱۰۰	۱/۷	۲/۷	۴	۱۸/۳	۲۳/۳	۳۹/۷	۱۰/۳	درصد	
۱/۵	۳/۷	۳۰۰	۱۶	۱۴	۴۶	۹۲	۵۶	۵۹	۱۷	فراوانی	رعایت صداقت و راستگویی
		۱۰۰	۵/۳	۴/۷	۱۵/۳	۳۰/۷	۱۸/۷	۱۹/۷	۵/۷	درصد	
۱/۴	۳/۱	۳۰۰	۶	۱۱	۳۱	۴۶	۱۰۲	۷۵	۲۹	فراوانی	شاخص صداقت و راستگویی
		۱۰۰	۲	۳/۷	۱۰/۳	۱۵/۳	۲۴	۲۵	۹/۷	درصد	

۳-۳- درستکاری

درستکاری به نسبت رعایت صداقت و راستگویی در جامعه بیشتر به چشم می‌خورد و علت این فعل اجتماعی، این است که ممکن است اعضای جامعه در صحبت‌های خود بیشتر بی‌پروایی از خود نشان دهند و سخنان نسنجیده‌ای را بر زبان جاری سازند، ولی به هنگام عمل یا تأمل و تفکر بیشتری عمل خواهند کرد و کارکردهای پنهان و نامناسب رفتار خود را می‌سنجند و بعداً عمل می‌کنند. از این جهت است که تفاوت سخن و عمل روشن می‌گردد، زیرا چون سخن به صورت شفاهی است و ثبت نمی‌گردد، لذا راحت‌تر ابراز می‌شود، ولی به موقع عمل مجموعه عوامل بررسی می‌شوند. مطابق با شاخص درستکاری، میانگین شاخص (۳/۴) پایین‌تر از حد متوسط است. همچنین، میزان درستکاری ۲۰/۳ درصد پاسخگویان زیاد است.

در مورد مفهوم درستکاری سؤال شده است که «به نظر شما چقدر درستکاری در بین مردم رواج دارد؟»، مطابق با جدول (۲) در پاسخ به این سؤال ۶۷/۷ درصد بین «اصلاً تا کم» اشاره نموده‌اند که درستکاری در جامعه بسیار کم‌رنگ شده است، فقط ۸/۳ درصد در حد زیاد تا کاملاً معتقد بودند که درستکاری تحت تأثیر شرایط نامساعد اجتماعی قرار گرفته است. در سؤال دیگر که «خود شما چقدر درستکاری را رعایت می‌کنید؟» پاسخ‌ها نسبتاً از اعتدال بیشتری برخوردار است؛ به طوری که در مقابل ۶۷/۷ درصد پاسخگویان فوق که در حد اصلاً تا کم قرار می‌گرفتند، فقط ۳۸/۴ درصد متذکر شده‌اند که درستکاری را رعایت نمی‌کنند، در حالی که ۲۹/۴ درصد اعتقاد راسخ بر رعایت درستکاری دارند. شایان ذکر است که رعایت

جدول شماره ۲- توزیع فراوانی و آماره‌های درستکاری

آماره‌ها		فراوانی و درصد									سؤالها و شاخص درستکاری
تفریق معیار	میانگین	کم	کاملاً	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	اصلاً		
۱/۲	۳/۰	۳۰۰	۴	۸	۱۳	۷۲	۱۰۱	۸۱	۲۱	فراوانی	رواج درستکاری در بین مردم
		۱۰۰	۱/۳	۲/۷	۴/۳	۲۴	۳۳/۷	۲۷	۷	درصد	
۱/۴	۳/۹	۳۰۰	۱۲	۲۰	۵۹	۹۴	۶۵	۲۸	۱۲	فراوانی	رعایت درستکاری
		۱۰۰	۴	۶/۷	۱۹/۷	۳۱/۳	۲۱/۷	۱۲/۷	۴	درصد	
۱/۳	۳/۴	۳۰۰	۴	۱۳	۴۴	۶۱	۱۰۴	۵۷	۱۷	فراوانی	شاخص درستکاری
		۱۰۰	۱/۳	۴/۳	۱۴/۷	۲۰/۳	۳۴/۷	۱۹	۵/۷	درصد	

۳-۴- خیر خواهی و کمک به دیگران

گفته‌اند که خیرخواهی را رعایت نمی‌کنند و یا در حد کم رعایت می‌کنند و ۳۲/۶ درصد اشاره به حد بالای رعایت آن دارند. شاخص محاسبه شده نیز حاکی از بالا نبودن میزان خیرخواهی و کمک به دیگران است. میزان خیرخواهی ۲۷/۶ درصد پاسخگویان در حد بالا و ۵۱/۳ درصد در حد پایین است.

در مورد رواج خیرخواهی و کمک به دیگران در جدول (۳) ملاحظه می‌کنیم که ۴۸/۷ درصد جوانان مورد پرسش اظهار داشته‌اند که رواج خیرخواهی و کمک به دیگران در میان مردم کم تا اصلاً است، درحالی که ۱۲ درصد به حد زیاد تا کاملاً اشاره نموده‌اند. در مورد رعایت خیرخواهی ۳۵/۳ درصد

جدول شماره ۳- توزیع فراوانی و آماره‌های خیرخواهی و کمک به دیگران

آماره‌ها		فراوانی و درصد									سؤالها و شاخص خیرخواهی
تفریق معیار	میانگین	کم	کاملاً	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	اصلاً		
۱/۲	۳/۴	۳۰۰	۴	۵	۲۷	۱۱۸	۶۸	۶۵	۱۳	فراوانی	رواج خیرخواهی و کمک به دیگران در بین مردم
		۱۰۰	۱/۳	۱/۷	۹	۳۹/۳	۲۲/۷	۲۱/۷	۴/۳	درصد	
۱/۴	۳/۹	۳۰۰	۱۶	۱۹	۶۳	۹۶	۵۲	۳۸	۱۶	فراوانی	رعایت خیرخواهی و کمک به دیگران
		۱۰۰	۵/۳	۶/۳	۲۱	۳۲	۱۷/۳	۱۲/۷	۵/۳	درصد	
۱/۳	۳/۶	۳۰۰	۴	۱۵	۶۴	۶۳	۹۷	۴۳	۱۴	فراوانی	شاخص خیرخواهی
		۱۰۰	۱/۳	۵	۲۱/۳	۲۱	۳۲/۳	۱۴/۳	۴/۷	درصد	

۳-۵- امانتداری

در رابطه با امانت داری جدول (۴) نشان می‌دهد ۴۳/۰ درصد جوانان به عدم رواج امانتداری و یا میزان کم آن در جامعه اشاره کرده‌اند. در مورد رعایت امانتداری تا حدودی درصدها متفاوت است؛ به طوری که حد «متوسط» از ۳۹/۰ درصد به ۲۷/۰ درصد تقلیل یافته و به حد اصلاً تا کم و زیاد تا کاملاً اضافه می‌شود. از این رو، ۲۹/۳ درصد به عدم رعایت

امانتداری تأکید داشته، یا اظهار می‌دارند در حد کم رعایت می‌کنند، در حالی که ۴۳/۷ درصد اعتقاد دارند که امانتداری را در حد زیاد تا کاملاً رعایت می‌کنند. بر اساس شاخص امانت داری، ۳۸/۷ درصد پاسخگویان پایبندی زیادی به امانتداری از خود نشان داده‌اند. میانگین این شاخص (۳/۹) در حد متوسط است.

جدول شماره ۴- توزیع فراوانی و آماره‌های امانتداری

آماره‌ها	فراوانی و درصد										
	تخلف معیار	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	اصلاً	سؤالا و شاخص امانتداری			
۱/۳	۳/۶	۳۰۰	۱۰	۱۰	۳۴	۱۱۷	۷۸	۳۶	۱۵	فراوانی	رواج امانتداری در بین مردم
		۱۰۰	۳/۳	۳/۳	۱۱/۳	۳۹	۲۶	۱۲	۵	درصد	
۱/۶	۴/۳	۳۰۰	۳۸	۲۵	۶۸	۸۱	۴۳	۲۹	۱۶	فراوانی	رعایت امانتداری
		۱۰۰	۱۲/۷	۸/۳	۲۲/۷	۲۷	۱۴/۳	۹/۷	۵/۳	درصد	
۱/۴	۳/۹	۳۰۰	۹	۳۰	۷۷	۶۳	۷۷	۳۲	۱۲	فراوانی	شاخص امانتداری
		۱۰۰	۳	۱۰	۲۵/۷	۲۱	۲۵/۷	۱۰/۷	۴	درصد	

۳-۶- انصاف و عدالت

۷۰/۷ درصد پاسخگویان بر این باورند که شاهد رواج انصاف در حد کمی در جامعه هستیم. ۱۸ درصد در حد متوسط به رواج انصاف اعتقاد دارند و فقط ۱۱ درصد اشاره به سطح بالای رواج انصاف داشته‌اند (جدول ۵). در زمینه رعایت انصاف و عدالت

۳۶ درصد به رعایت نکردن آن گرایش داشته‌اند و ۳۱ درصد در حد بالا به رعایت آن اشاره نموده‌اند. شاخص محاسبه شده گویای التزام ۲۰/۰ درصد پاسخگویان به رعایت انصاف و عدالت است. میانگین گرایش به این ارزش اخلاقی (۳/۲) کم است.

جدول شماره ۵- توزیع فراوانی و آماره‌های انصاف و عدالت

آماره‌ها		فراوانی و درصد									سؤالا و شاخص انصاف و عدالت
تفریق معیار	میانگین	جمع	کاملاً	بسیار زیاد	زیاد	معتدل	کم	بسیار کم	کمتر		
۱/۶	۳/۸	۳۰۰	۵	۱۰	۱۹	۵۴	۷۷	۸۱	۵۴	فراوانی	رواج انصاف و عدالت در بین مردم
		۱۰۰	۱/۷	۳/۳	۶/۳	۱۸	۲۵/۷	۲۷	۱۸	درصد	
۱/۶	۳/۸	۳۰۰	۲۶	۱۸	۴۹	۱۳	۴۸	۳۸	۲۸	فراوانی	رعایت انصاف و عدالت
		۱۰۰	۸/۷	۶	۱۶/۳	۳۱	۱۶	۱۲/۷	۹/۳	درصد	
۱/۴	۳/۲	۳۰۰	۴	۱۸	۳۸	۴۹	۱۰۴	۵۶	۳۱	فراوانی	شاخص انصاف و عدالت
		۱۰۰	۱/۳	۶	۱۲/۷	۱۶/۳	۳۴/۷	۱۸/۷	۱۰/۳	درصد	

۷-۳- گذشت

می‌شویم؛ به طوری که ۳۹ درصد اظهار داشته اند که گذشت را رعایت نمی‌کنند و ۲۸/۲ درصد بر این تصورند که گذشت را کاملاً رعایت می‌کنند. مطابق با شاخص گذشت برای ۶۳/۷ درصد پاسخگویان گذشت به عنوان یک ارزش اخلاقی مطرح است. میانگین شاخص (۳/۲) در حد کم است.

در رابطه با گذشت جدول (۶) حاکی است ۶۶/۶ درصد معتقدند میزان گذشت در جامعه کم بوده ، یا اصلاً وجود ندارد و در مقابل ۱۱/۷ درصد به وجود مؤثر گذشت در جامعه اشاره داشته‌اند. در زمینه رعایت گذشت با درصدهای اعتدالی تری مواجه

جدول شماره ۶- توزیع فراوانی و آماره‌های گذشت

آماره‌ها		فراوانی و درصد									سؤالا و شاخص گذشت
تفریق معیار	میانگین	جمع	کاملاً	بسیار زیاد	زیاد	معتدل	کم	بسیار کم	کمتر		
۱/۴	۲/۹	۳۰۰	۵	۷	۲۳	۶۵	۷۰	۸۴	۴۵	فراوانی	رواج گذشت در بین مردم
		۱۰۰	۱/۷	۲/۳	۷/۷	۲۱/۷	۲۳/۴	۲۸/۱	۱۵/۱	درصد	
۱/۵	۳/۸	۳۰۰	۱۴	۲۲	۴۸	۹۵	۵۵	۴۸	۱۶	فراوانی	رعایت گذشت
		۱۰۰	۴/۷	۷/۴	۱۶/۱	۳۷/۹	۱۸/۵	۱۶/۱	۵/۴	درصد	
۱/۳	۳/۲	۳۰۰	۶	۸	۴۰	۵۴	۱۰۵	۵۶	۲۸	فراوانی	شاخص گذشت
		۱۰۰	۲	۲/۷	۱۳/۵	۱۸/۲	۳۵/۴	۱۸/۹	۹/۴	درصد	

۳-۸- پایبندی به قول و قرار

روبه رو می‌شود؛ به طوری که در مورد ۳۲/۳ درصد پاسخگویان شاهد کم‌رنگ شدن این نوع ارزش اخلاقی هستیم و ۳۹/۹ درصد نیز به رعایت بیشتر آن توجه داشته‌اند. مطابق با شاخص این ارزش اخلاقی، ۳۱/۶ درصد پاسخگویان پایبندی زیادی به قول و قرار دارند. میانگین شاخص (۳/۸) نزدیک به حد متوسط است.

جدول (۷) نشان می‌دهد که ۴/۸۱ درصد در حد کم، ۳/۳۴ درصد در حد متوسط و ۴/۱۶ درصد در حد زیاد اشاره به رواج پایبندی به قول و قرار در جامعه داشته‌اند؛ به گونه‌ای که اکثریت خاطر نشان کرده‌اند که این نوع پایبندی در جامعه در حد کم وجود دارد، ولی مانند دیگر شاخص‌ها رعایت پایبندی به قول و قرار با اعتدال بیشتری از نظر پاسخگویان

جدول شماره ۷- توزیع فراوانی و آماره‌های پایبندی به قول و قرار

آماره‌ها	فراوانی و درصد									سؤالا و شاخص پایبندی به قول و قرار	
	تعداد	نسبت	کدام	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	اجلا		
۱/۳	۳/۵	۳۰۰	۹	۱۱	۲۹	۱۰۳	۷۸	۴۷	۲۳	فراوانی	رواج پایبندی به قول و قرار در بین مردم
		۱۰۰	۳	۳/۷	۹/۷	۳۴/۳	۲۶	۱۵/۷	۷/۷	درصد	
۱/۵	۴/۱	۳۰۰	۲۶	۲۶	۶۷	۸۳	۵۳	۳۰	۱۳	فراوانی	رعایت پایبندی به قول و قرار
		۱۰۰	۸/۷	۸/۷	۲۲/۵	۲۷/۹	۱۷/۸	۱۰/۱	۴/۴	درصد	
۱/۵	۳/۸	۳۰۰	۶	۲۴	۶۴	۶۸	۸۶	۳۶	۱۴	فراوانی	شاخص پایبندی به قول و قرار
		۱۰۰	۲	۸/۱	۲۱/۵	۲۲/۸	۲۸/۹	۱۲/۱	۴/۷	درصد	

یک‌رنگی و اخلاص را رعایت می‌کنند. درصد پایبندی از پاسخگویان با توجه به شاخص در سطح بالایی از نظر یک‌رنگی (۱۷/۵ درصد) قرار می‌گیرند. میانگین شاخص (۳/۱) نیز در حد کم است.

تأثیر خصوصیات زمینه‌ای بر ارزش‌های اخلاقی به طور کلی، بین خصوصیات زمینه‌ای پاسخگویان شامل جنسیت، سن، سطح تحصیلات، وضعیت تاهل و وضعیت اقتصادی و ارزش‌های اخلاقی پاسخگویان

۳-۹- یک‌رنگی و اخلاص

در مورد رواج یک‌رنگی در جدول (۸) ملاحظه می‌کنیم که ۷۳ درصد پاسخگویان معتقدند که یک‌رنگی اصلاً وجود نداشته یا کم است و در مقابل فقط ۹/۱ درصد فکر می‌کنند که یک رنگی در جامعه رواج دارد و در مورد رعایت یک‌رنگی ملاحظه می‌شود که ۹/۴۶ درصد پاسخگویان اظهار داشته‌اند که یک‌رنگی را کمتر رعایت می‌کنند و ۲/۳۰ درصد متذکر شده‌اند که

لحاظ خصوصیات زمینه‌ای، درخصوص ارزش‌های اخلاقی همگن بوده، اختلاف نظر اساسی بین آنها وجود ندارد.

رابطه آماری معناداری وجود ندارد. با توجه به تعداد زیاد متغیرهای مورد بررسی و معنادار نبودن روابط از آوردن جداول خودداری گردید. این موضوع نشان می‌دهد جوانان شهر اصفهان با وجود متفاوت بودن از

جدول شماره ۸- توزیع فراوانی و آماره‌های یک رنگی و اخلاص

آماره‌ها		فراوانی و درصد									سؤالا و شاخص یک‌رنگی
تعداد	وزن	تعداد	کلاس	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	اصلا		
۱/۶	۳/۷	۳۰۰	۸	۸	۱۱	۵۴	۶۶	۹۵	۵۸	فراوانی	رواج یک‌رنگی و اخلاص در بین مردم
		۱۰۰	۲/۷	۲/۷	۳/۷	۱۸	۲۲	۳۱/۷	۱۹/۳	درصد	
۱/۶	۳/۷	۳۰۰	۲۵	۱۷	۴۸	۷۱	۶۶	۴۳	۲۸	فراوانی	رعایت یک‌رنگی و اخلاص
		۱۰۰	۸/۴	۵/۷	۱۶/۱	۲۳/۸	۲۲/۱	۱۴/۴	۹/۴	درصد	
۱/۲	۳/۱	۳۰۰	۵	۱۴	۳۳	۵۱	۸۵	۷۶	۳۴	فراوانی	شاخص یک‌رنگی
		۱۰۰	۱/۷	۴/۷	۱۱/۱	۱۷/۱	۲۸/۵	۲۵/۵	۱۱/۴	درصد	

۴- نتیجه گیری

ارزش‌های اخلاقی نزد جوانان شهری از اهمیت و اولویت کمتری نسبت به کلیت جامعه شهری برخوردار هستند. همچنین میانگین شاخص‌های جوانان روستایی در مورد کلیه ارزش‌های اخلاقی بالاتر بوده، نشان دهنده بیشتر بودن اهمیت ارزش‌های اخلاقی نزد جوانان روستایی است.

ارزش‌های اخلاقی از مهمترین ابزارهای جامعه برای برقراری انتظام اجتماعی هستند. این ارزش‌ها، شیوه‌های مطلوبی هستند که برای افراد مشخص می‌کنند در موقعیت‌ها و زمان‌های مختلف چگونه باید رفتار کنند تا مقبول جامعه واقع شوند. ارزش‌های اخلاقی همراه با مجموعه سایر ارزش‌های مورد قبول افراد، نظام ارزشی جامعه را تشکیل می‌دهند و این نظام ارزشی به عنوان وسیله کنترل و فشار اجتماعی عمل می‌کند.

در حالی که پیمایش ۱۳۷۹ وزارت ارشاد و فرهنگ اسلامی ۱۸/۱ درصد پاسخگویان و ۱۴/۸ درصد جوانان روستایی در استان اصفهان به رواج صداقت و راستگویی بین مردم اذعان داشته اند، این نسبت برای جوانان شهر اصفهان به ۸/۴ درصد تنزل

می‌کند. همچنین شاخص صداقت و راستگویی ۱۶/۰ درصد جوانان شهری در حد زیاد است، در حالی که ۳۴/۶ درصد جوانان روستایی در این سطح قرار دارند. به همین ترتیب، میانگین شاخص درستکاری جوانان شهری (۳/۴) کمتر از جوانان روستایی (۴/۲) است. در رابطه با رعایت خیرخواهی و کمک به دیگران، توزیع پاسخگویان در سه حد اصلاً تا کم، متوسط و زیاد تا کاملاً به طور مساوی تقسیم شده است. ریشه این موضوع را می‌توان در فرهنگ ایرانیان یافت؛ به طوری که همکاری، همیاری و تعاون در بین مردم بیشتر جنبه مذهبی و فرهنگی دارد، در حالی که عدم رواج صداقت و راستگویی نیز ریشه در فرهنگ دارد؛ یعنی به گونه‌ای که در صحبت و کلام نکات اخلاقی رعایت نمی‌شود، ولی به هنگام عمل و در صورت رویدادهای انسانی همیاری و تعاون مردم را شاهد خواهیم بود، بهترین نمونه‌های این تعاون و همیاری را می‌توان در صورت رخدادهایی مثل زلزله مشاهده نمود. با وجود این، اهمیتی که جوانان شهر اصفهان به این ارزش اخلاقی می‌دهند، زیاد نیست. در سطح کشور ۲۵/۵ درصد و در میان جوانان روستایی ۲۵/۳ درصد معتقد به وجود خیرخواهی در جامعه هستند. این نسبت برای جوانان شهر اصفهان ۱۲/۰ درصد است. مطابق با شاخص خیرخواهی، در مقابل ۴۶/۴ درصد جوانان روستایی، ۲۷/۶ درصد جوانان شهری در حد بالایی از نظر این شاخص قرار می‌گیرند.

امانتداری ارزشی است که بیش از سایر ارزش‌های اخلاقی نگرش مثبت جوانان را به خود معطوف داشته است، زیرا از لحاظ فرهنگی امانتداری جزو مردانگی و فتوت برای جوانان محسوب می‌شود که گاه حتی در شرایط بحرانی که ممکن است خطرات جانی نیز آنها را تهدید کند، با این حال حاضر نباشند در امانت خیانت کنند. به نظر می‌رسد به جز فرهنگی بودن امانتداری در بین مردم، می‌توان آن را در یک خرده فرهنگ جوانی نیز تلقی کرد. با وجود شرایط حاکم، ۴۳/۷ درصد پاسخگویان معتقد به این هستند که انسان می‌تواند در سطح بالایی این ارزش را رعایت کند. البته، این نسبت برای جوانان روستایی در صدر است؛ به طوری که شاخص امانت داری برای ۴۶/۴ درصد جوانان روستایی و ۲۵/۵ درصد جوانان شهری در حد زیاد است.

انصاف و عدالت علاوه بر یک خرده فرهنگ بودن، تابع شرایط اقتصادی - اجتماعی جامعه نیز هست و بحران‌های اقتصادی و اجتماعی می‌تواند بر پدیده ارزشی انصاف اثرگذار باشد. از نظر ۱۶/۶ درصد پاسخگویان پیمایش ۱۳۷۹ و ۱۸/۴ درصد جوانان روستایی، انصاف و عدالت در جامعه زیاد رایج نیست، ولی ۱۱/۳ درصد جوانان شهری چنین عقیده‌ای دارند. بعلاوه، مقایسه میانگین شاخص انصاف و عدالت جوانان شهری (۳/۲) و روستایی (۴/۱) نیز نشان دهنده توجه کم جوانان شهر اصفهان به این ارزش اخلاقی است.

مردم به میزان زیادی به رعایت قول و قرار پایبند هستند، این نسبت شامل ۱۱/۴ درصد جوانان شهری می‌شود.

یک‌رنگی یکی از ارزش‌های فردی است که گاهی تحت شرایط اجتماعی جامعه نیز قرار می‌گیرد. یک‌رنگی در روابط اجتماعی خود را نشان می‌دهد و در تعامل‌های اجتماعی بیشتر اعتبار خود را نشان می‌دهد. بر اساس یافته‌های پیمایش ۱۳۸۲ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از نظر ۶۸/۲ درصد پاسخگویان دورویی و تظاهر در حد زیادی در جامعه رواج دارد. ۵۷/۰ درصد جوانان روستایی نیز چنین اعتقادی داشته‌اند. در همین راستا ۶۵/۴ درصد پاسخگویان جوان شهر اصفهان می‌گویند یک‌رنگی و اخلاص در جامعه به کمترین مقدار خود رسیده است. میانگین شاخص یک‌رنگی و اخلاص برای این جوانان در حد کم (۳/۱) و شاخص دورویی و تظاهر برای جوانان روستایی بالاتر از حد متوسط (۴/۴) است.

۵- پیشنهادها

با توجه به داده‌های آماری لازم است توجه جدی به جوانان شهری بشود، در غیر این صورت، ارزش‌های اخلاقی جامعه روز به روز کمرنگ‌تر خواهد شد. اشاره شد که ریشه این کمرنگی‌ها نیز در وضعیت اقتصادی و شرایط زندگی شهری، افزایش سطح توقعات، روابط اجتماعی گسترده و انتقال تجارب شهری دیگران به افراد و افزایش سطح

در پیمایش ۱۳۸۲ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ۵۵/۷ درصد پاسخگویان معتقد بودند که میزان گذشت در جامعه کم است. این نسبت در رابطه با جوانان روستایی به ۴۹/۸ درصد کاهش می‌یابد، ولی میزان گذشت از نظر درصد بیشتری از جوانان شهر اصفهان کم است. ۶۶/۷ درصد جوانان شهری چنین عقیده‌ای دارند. مقایسه شاخص گذشت نشان می‌دهد که اهمیت این ارزش اخلاقی برای جوانان شهری کمتر از جوانان روستایی است. میانگین شاخص جوانان روستایی ۴/۱ و جوانان شهری ۳/۲ است.

به طور کلی، میزان پایبندی به قول و قرار را می‌توان در ارتباط با جوانی، سن، ارزش قول و قرار و وعده در نظر جوانان، ارزش زمان و وقت برای جوانان شهری، تحصیلات، ارزش یافتن زمان، نظم و انضباط شهری و رابطه زمان و کار و غیره دانست. درونی شدن ارزش‌های شهری در جامعه شهری موجب می‌شود تا ارزش زمان و توجه به قول و قراردادهای فردی افزایش یابد. با اینکه پای بندی به قول و قرار، از جمله ارزش‌های اخلاقی است که بیشتر از سایر ارزش‌ها مورد توجه جوانان بوده، ولی در مقایسه با سایر گروه‌ها از اهمیت کمتری برخوردار بوده است. مطابق با شاخص محاسبه شده، در مقابل ۴۷/۲ درصد جوانان روستایی، ۳۱/۶ درصد جوانان شهر اصفهان، به این ارزش اخلاقی گرایش نشان داده‌اند. همچنین، در حالی که در پیمایش ۱۳۷۹ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ۲۰/۷ درصد پاسخگویان اظهار داشته‌اند که

۸- محسنی، منوچهر. (۱۳۷۹). بررسی آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی - فرهنگی در ایران، دبیرخانه فرهنگ عمومی کشور.
 ۹- مرکز آمار ایران. (۱۳۷۶). سرشماری عمومی نفوس و مسکن - ۱۳۷۵.

۱۰- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. (۱۳۸۰). ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، موج اول، تهران: دفتر طرح‌های ملی.
 ۱۱- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. (۱۳۸۲). ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان، موج دوم، تهران: دفتر طرح‌های ملی.
 ۱۲- هیلگارد، ارنست ب و اتکینسون، ریتا ال ب و اتکینسون، ریچارد س. (۱۳۷۹). زمینه روانشناسی، ترجمه محمدتقی براهنی، تهران: انتشارات رشد.

انتظارات آنان است که توجه به وضعیت اقتصادی خانواده‌ها و فراهم نمودن شرایط زندگی مناسبتر می‌تواند نگرش منفی جوانان را تا حدودی مثبت نماید و از این نیروهای فعال جامعه بیشتر بهره‌مند شود.

منابع

۱- اینکلس، الکس. (۱۳۵۷). جامعه‌شناسی چیست، ترجمه مشفق همدانی، تهران: انتشارات کتاب‌های سیمرغ.
 ۲- بیرو، آلن. (۱۳۶۶). فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه باقر ساروخانی، تهران: انتشارات کیهان.
 ۳- پاپکین، ریچارد و استرول، آروم. (۱۳۶۰). کلیات فلسفه، ترجمه سید جلال‌الدین مجتبی، تهران: انتشارات حکمت.
 ۴- پژوهشکده ملی مطالعات جوانان. (۱۳۸۳). پیمایش ملی ارزش‌های جوانان، تهران: معاونت مطالعات و تحقیقات، سازمان ملی جوانان.
 ۵- چلبی، مسعود. (۱۳۷۵). جامعه‌شناسی نظم، تهران: نشر نی.
 ۶- شهابی، سیامک. (۱۳۸۲). بررسی اولویت‌های ارزشی جوانان روستایی و عوامل موثر بر آن در استان اصفهان، مرکز تحقیقات کشاورزی و منابع طبیعی استان اصفهان.
 ۷- کریمی، یوسف. (۱۳۸۷). روانشناسی اجتماعی: نظریه‌ها، مفاهیم و کاربردها، تهران: نشر ارسباران، چاپ ششم.