

## عوامل اجتماعی - فرهنگی موثر بر مسئولیت پذیری جوانان شهر تهران

منیر سادات میرمحمدی<sup>۱</sup>

منصور حقیقتیان<sup>۲</sup>

اسماعیل جهانبخش<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۱۱/۱۰

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۱۲/۲۲

مسئولیت پذیری به عنوان یک فرآیند مهم اجتماعی شدن در هر جامعه ای سهم بسزایی در توسعه پایدار جامعه **داشته دارد** و تقویت و رشد آن جز با شناسایی عوامل مؤثر بر رفتار مسئولانه امکان پذیر نخواهد بود. پژوهش حاضر با هدف بررسی **مسئولیت پذیری** اجتماعی جوانان و عوامل اجتماعی فرهنگی موثر بر آن در شهر تهران انجام شده است. مبانی نظری متغیرها و پارامترهای این پژوهش بر مبنای نظریات جیمسون، باومن، بودریار، گیدنز، دورکیم، بوردیو، اینگلهارت- و پاتنام تدوین شده است. روش تحقیق، پیمایش و ابزار گردآوری داده ها، پرسشنامه دارای قابلیت اعتبار و اعتماد می باشد. جامعه **آماریتحقیق**، جوانان (۱۸-**۲۹ساله**) شهر تهران می باشند. نمونه **آمار**ی با استفاده از روش نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای گرد آوری گردیده است و حجم نمونه مورد مطالعه ۳۸۴ نفر می باشد. روش اصلی در تحلیل داده ها رگرسیون و مدل سازی معادلات ساختاری است. نتایج حاصل از نرم افزارهای Spss و Amos نشان می دهد که چهار مولفه نگرش دینی (۰/۰۰۰۰۰۰۰۰)، فرانوگرایی (۰/۰۰۰۰۰۰۰۰)، رسانه (۰/۰۰۰۰۰۰۰۰) و اعتماد اجتماعی (۰/۰۰۰۰۰۰۰۰) بر مسئولیت پذیری تاثیر گذارند. بعد دینداری با مقدار (۳/۳۰۰۰۰۰) دارای بیشترین میانگین است. به این ترتیب، رگرسیون خطی فوق به میزان ۳۵ درصد واریانس مسئولیت پذیری را تبیین می کند و ۶۵ درصد به عوامل دیگر بستگی دارد.

واژگان کلیدی: مسئولیت پذیری، جوانان، جامعه، فرانوگرایی و پست مدرن

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری جامعه شناسی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران

<sup>۲</sup> دانشیار گروه جامعه شناسی، واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران (نویسنده مسئول)

## مقدمه

با توجه به اینکه امروزه، برخی از عناصر دوران فرانوگرایی که بیشتر از طریق نفوذ رسانه‌های ارتباط جمعی و فرایند جهانی شدن وارد شده اند، در جامعه ما قابل لمس است و این عناصر و مؤلفه‌ها بیشتر از طریق نفوذ رسانه‌های ارتباط جمعی و فرایند جهانی شدن وارد می‌شوند. این هستند و به نوبه می‌خود، به تغییر ارزشها ارزش‌های یک جامعه با نفوذ دراز طریق نسل جوان منجر می‌شود در پی دارند. با توجه به اینکه جامعه در حال پیشرفت، نیازمند افرادی مسئول و خودکفاست و جوان، آینده ساز کشور و مهم‌ترین قشر جامعه قشر اجتماع است، امروزه کم‌رنگ شدن عواطف، افزایش رفتارهای ضد انسانی و اجتماعی در روابط انسان‌ها، دور شدن از آداب و ارزش‌ها ارزش‌های ناب اسلامی و انسانی نشان دهنده افزایش بی مسئولیتی و مسئولیت‌گریزی جوانان در جامعه مسلمان اسلامی ماست. با توجه نظر به نظریات آرای پست مدرن‌هایی چون هاروی، پسامدرنیته انعطاف‌پذیر، یک فرهنگ پسامدرن خلق می‌کند. جستجوی بی‌پایان برای بازارهای جدید، تغییر سریع کالاها و دستکاری مداوم سلیقه و عقیده مردم از طریق تبلیغات باعث ایجاد فرهنگ پسامدرنی شده است. ویژگی این نوع فرهنگ، وجود ناپایداری و اندیشه‌های سطحی به جای معانی عمیق، کثرت گرایی و هرج و مرج به جای فراوایت‌های عقل و پیشرفت است (چینی چیان، ۱۳۸۹: ۵۰). همچنین، از آنجا که با این مشکل که نسل جوان بیش‌ترین روحیه می‌تأثیرپذیری را داراست و آسیب‌پذیرترین قشر جامعه نیز هست به شمار می‌آید، کاهش مسئولیت‌پذیری جوانان آسیب‌های اجتماعی فراوانی را با خود به همراه داشته است. بالارفتن سن ازدواج و افزایش طلاق، افزایش آمار کودکان بی سرپرست و افزایش جرم و جنایت و... نمونه‌ای از آنها آنها است.

در سال‌های اخیر، شیوه خطرناکی از مسئولیت‌گریزی در جوانان جامعه ما دیده می‌شود. در واقع، این ایده در اذهان جوانان جامعه ما ایرانی شکل گرفته است که با شانه خالی کردن از زیر بار مسئولیت، راحت‌تر می‌توان زندگی کرد. پذیرش مسئولیت دراز دیدگاه نظر جوانان امروزی، اسیر قید و بند شدن است؛ قید و بندهایی که به نظر آن‌ها دست و پا گیرند و باعث هدر رفتن انرژی آنان می‌شوند. مشکلاتی که به نظر می‌رسد محصول مدرنیته و فرانوگرایی حاصل از پسا مدرنیته باشد.

لذا بر این اساس با توجه به تعریف مسئولیت‌پذیری - که عبارت است از: حساس تعهد و رفتار مسئولانه‌ای که افراد به عنوان کنشگران اجتماعی در قالب کنش‌ها و نقش‌های خود در حوزه‌های

گوناگون بروز می دهند-- به بررسی عوامل اجتماعی- فرهنگی موثر بر مسئولیت- پذیری جوانان در شهر تهران با متغیرهای گرایش مذهبی با ابعاد (( "اعتقادی، پیامدی، مناسکی" --، " رسانه های جمعی)) با ابعاد "اینترنت، ماهواره و تلویزیون"--، فرانوگرایی فرهنگی با ابعاد (( "سیالیت روابط، بازاندیشی، زوال عاطفه و مصرف محوری"-- بر مسئولیت پذیری ((با ابعاد "فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و زیست محیطی"-- پرداخته می شود.

پژوهش حاضر با رویکرد و بیش تلفیقی و با ایمان به گفتگوی نابرابر عوامل و پیچیدگی و در هم تنیدگی ابعاد پدیده های اجتماعی به تبیین مسولیت پذیری اجتماعی جوانان در چارچوب نظری شامل مدل ترکیبی از طیف نظریه های فرانوگرایی (جیمسون، باومن، بودریار، گیدنز، بوردیو و اینگلهارت) می پردازد. **اهداف-هدف پژوهش، شامل** ((شناخت موانع مسئولیت پذیری جوانان)) می باشد. لذا بر مبنای تحقیق میدانی در اجتماع مورد مطالعه به دنبال پاسخ به این سوال است:

**که- مسئولیت پذیری جوانان در دوران معاصر از چه عواملی تاثیر پذیراست؟**

### **پیشینه پژوهش**

در ایران مطالعات متعددی در حوزه مسئولیت پذیری صورت گرفته است. خوشبین و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان "مسئولیت پذیری اجتماعی جوانان و عوامل اجتماعی و فرهنگی موثر بر آن" **که با هدف بررسی مسئولیت پذیری اجتماعی جوانان و عوامل فرهنگی و اجتماعی موثر بر آن انجام شده است.** جامعه آماری این پژوهش جوانان ۲۰-۲۹ ساله شهر همدان بود **و ه اند.** چارچوب نظری تحقیق آن مبتنی بر رویکرد تلفیقی و با استفاده از نظریه های وبر، دورکیم، پارسونز و بوردیو تدوین شده **است. یافته ها نشان می دهد، در یافتند که** مسئولیت پذیری اجتماعی جوانان همدان در حد متوسط بوده است. نتایج میزان مسئولیت پذیری اجتماعی جوانان را در ابعاد اقتصادی، سیاسی، **جامعه ای اجتماعی** و فرهنگی متفاوت نشان می دهد. همچنین، بین سطوح احساسی و رفتاری مسئولیت پذیری اجتماعی جوانان نیز تفاوت و شکاف وجود دارد. نتایج حاصله از آزمون فرضیه ها نشان می دهد که متغیر های مستقل اصلی در این پژوهش، عام گرایی، اعتماد اجتماعی، دینداری و قومیت مورد تایید واقع شده اند. نتایج تفسیری و تحلیلی رگرسیون چند متغیره و تحلیل مسیر نیز بر وجود رابطه معنادار بین این متغیرها دلالت دارد. در این بین، متغیر عام گرایی، بیشترین قدرت تبیین و اثرگذاری را بر متغیر وابسته داشته است.

**Formatted:** Font: Bold, Complex Script  
Font: B Titr, Bold

**Formatted:** Add space between paragraphs of the same style, Line spacing: single, No widow/orphan control

بحری‌پور و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان "میزان جمع‌گرایی در مسئولیت‌پذیری اجتماعی شهروندان شهر کاشان" به بررسی ~~چگونگی جمع‌گرایی در مسئولیت‌پذیری اجتماعی (مطالعه موردی شهروندان شهر کاشان)~~ تأثیر متغیرهای سرمایه اقتصادی، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و دینداری بر میزان جمع‌گرایی در مسئولیت‌پذیری اجتماعی شهروندان ~~منجمله شده است~~ ~~پراخته اند~~. یافته‌های تحقیق نشان داده است که در مجموع، جمع‌گرایی غالب شهروندان کاشان در مسئولیت‌پذیری اجتماعی در مجموع ضعیف می‌باشد. معناداری رابطه بین متغیرهای سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی و دینداری با میزان تأیید و رابطه بین متغیر سرمایه اقتصادی با میزان جمع‌گرایی در مسئولیت‌پذیری اجتماعی رد شده است.

نتایج پژوهش برزو و همکاران (۱۳۹۲) ~~در پژوهشی~~ با عنوان "فرزند پروری و مسئولیت‌پذیری در نوجوانان: نقش واسطه‌گری سبک‌های پردازش هویت" ~~با هدف بررسی نقش واسطه‌گری سبک‌های پردازش هویت در رابطه بین ابعاد فرزندپروری و مسئولیت‌پذیری در نوجوانان صورت پذیرفت~~. نتایج حاکی از روایی و پایایی قابل قبول آزمون‌ها بود. هم‌چنین، نتایج تحلیل مسیر نشان داد که سبک پردازش هویت هنجاری در رابطه ~~با~~ بین بعد فرزند پروری کنترل و مسئولیت‌پذیری نقش واسطه‌گری کامل ایفا می‌کند ~~و هم‌چنین~~ سبک‌های پردازش هویت اطلاعاتی، هنجاری و سردرگم اجتنابی نقش واسطه‌ای ~~مهمی~~ در ارتباط دارد.

هدایتی (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان "تأثیر شیوه‌های فرزندپروری (سبک‌های والدینی) بر میزان مسئولیت‌پذیری" ~~در صدد پاسخ به این سؤال است که آیا شیوه‌های فرزندپروری (سبک‌های والدینی) تأثیری بر میزان مسئولیت‌پذیری نوجوانان دارد یا خیر یافته‌های حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که پدر یافته است که شیوه‌های فرزندپروری بر میزان مسئولیت‌پذیری نوجوان مؤثر است~~.

دان و همکاران (۲۰۱۲) در تحقیق خود با عنوان "جامعه فرانوگرا و فرد: ویژگی ساختاری جامعه فرانوگرا"، به این نتیجه دست یافته‌اند که قرار گرفتن در معرض فناوری و عقاید مادی با کثرت و تعدد خود افراد در ارتباط است. ~~همچنین~~ تجارب روزمره زندگی در تصور از هویت خود در زندگی دوران مدرن مرتبط است.

پیک و پان (۲۰۰۴) در مطالعه‌ای با عنوان "گسترش مصرف‌گرایی جهانی، تأثیر رسانه‌های جمعی و تبلیغات بر ارزش‌های مصرف‌گرایانه در چین"، نتیجه ~~گرفته‌اند~~ گرفتند که قرار گرفتن در معرض محتوای رسانه‌های غربی و همچنین رسانه‌های حاوی مطالب مصرف‌گرایانه، موجب پذیرش ارزش مصرف‌گرایانه و توسعه نگرش‌های مثبت تر به تبلیغات می‌شود و به مصرف بیشتر منجر می‌گردد.

اکاس (۲۰۰۱) در تحقیق خود به این نتیجه دست یافت که زنان جوان در زمینه خرید **این نوع محصولات** مصرفی تمایل بیشتری دارند. این موضوع نشان می‌دهد که زنان بیشتر از مردان از لباس و ظاهر برای بیان اینکه چه کسی هستند و چه میزان پرستیژ دارند، استفاده می‌کنند. بنابراین میزان مصرف زنان بالاتر از مردان است.

اینگلهارت (۲۰۰۱) به جهانی‌شدن و ارزش‌های فرانوگرا و نقش‌دین در عصر جهان‌گرایی توجه کرده است و به این نکته اساسی اشاره دارد که جهان بینی فرانوگرایی با تقلیل پذیری هنجارهای سفت و سخت دینی ناظر بر مسائل جنسی، زاد و ولد و نیاز رو به زوال عقاید مطلق در ارتباط است. او همچنین بیان کرد که اگر چه نهادهای دینی در بسیاری از جوامع صنعتی توسعه یافته کاهش یافته است، اما در علائق معنوی زوال و کاهش صورت نگرفته، بلکه دگرگونی عمده بیشتر در سمت و سوی گرایش‌های معنوی رخ داده است. به طور کلی **می‌توان** از یافته **که جامعه ما نیز تحت‌تأثیر تحولات پیشین می‌توان** استنباط کرد که

**جامعه ما نیز تحت** تأثیر تحولات پرشتاب فناوری‌های نوین و جهانی‌شدن قرار گرفته است. در جریان این تأثیرگذاری، دگرگونی‌هایی در ارزش‌ها، رفتارها و کنش‌های مردم به خصوص جوانان ایجاد شده است. همچنین پیشینه تحقیق نشان می‌دهد که برخی از عناصر دوران فرانوگرایی در جامعه ما قابل لمس است. این عناصر و مؤلفه‌ها بیشتر از طریق نفوذ رسانه‌های ارتباط جمعی و فرایند جهانی‌شدن وارد می‌شوند. عمده مباحثی که در باب فرانوگرایی صورت گرفته است، ماهیت نظری دارند و تحقیق تجربی که به بررسی شاخص‌های فرانوگرایی به ویژه در ایران بپردازد، در دسترس نیست.

### **مبانی نظری پژوهش**

در مبانی نظری **این پژوهش** از نظریات دورکیم، تالکوت پارسونز، بوردیو، اینگلهارت، گلاک و استارک، مک لوگین، هانس پیر هورف، ویلن و پاتنام (۱۹۹۹) و **نظریات آرای** پست مدرن‌ها (فردریک جیمسون، رابرتسون، زیگمونت باومن، بودریار و گیدنز) و نظریات ارتباط جمعی استفاده گردید. با **توجه توجه** به **عنوان تحقیق و هدف تحقیق در راستای** بررسی مسئولیت پذیری جوانان و عوامل اجتماعی فرهنگی موثر بر آن در عصر کنونی **و با توجه به** تغییرات فرهنگی فرانوگرایانه جوانان نسبت به عصر سنتی در دو سطح خرد و کلان **بررسی مطالعه** گردید؛ **خرد** نگرها شکل گیری مسئولیت پذیری اجتماعی رابه عوامل فردی و موقعیت کنشگر نسبت می دهند، ولی کل نگرها مسئولیت پذیری اجتماعی را ناشی از عملکرد ساختارها می بینند. تغییر در کنش های جوانان با توجه به **نظریات زیر مورد بررسی قرارگرفت با توجه به** نظریه

**Formatted:** Font: Bold, Complex Script  
Font: B Titr, Bold

**Formatted:** Add space between paragraphs of the same style, Line spacing: single, No widow/orphan control

اندیشمندان فرانگرا **در قالب** چهار مؤلفه: مصرف-گرایی، بازانديشي، سياليت روابط و **زوال عاطفه** **بررسی** و برای تمایز جامعه فرانگرا از جامعه سنتی و مدرن بیان می‌شود.

**دیوید هاروی از نظریه پردازان پست مدرن، هاروی** فرانگرایي را به جهانی شدن مرتبط می‌داند و **دیوید هاروی از نظریه پردازان پست مدرن** کوچک شدن و قبض فضا در تمامی ابعاد فرهنگ، سیالیت روابط، جهانی شدن و فرانگرایي را مطرح نموده است (گل محمدی: ۹۷: ۱۳۸۱) به عقیده هاروی، جهانی شدن برای سرمایه داری پدیده جدیدی نیست. **از نظر او زوال عاطفه در پست مدرن، زوال تعهد و اخلاقیات** محسوب می‌شود (چینی چیان، ۱۳۸۹: ۴).

یان رابرتسون جامعه شناس، معتقد است که از اوایل قرن بیستم رشد و گسترش تدریجی رسانه های جمعی و وسایل ارتباطی چنان بر زندگی بشر سایه افکند که اثرات مثبت و منفی فراوانی بر زندگی بشر گذاشته است. از همه مهم تر اینکه در عصر کنونی با ظهور اینترنت و تکنولوژی های ارتباطات و اطلاعات **و به ویژه** اینترنت فضای ارتباطات و تأثیر گذاری آنها، توسعه زیادی یافته است (رابرتسون، ۱۹۹۲: ۴۶).

باومن به سیالیت روابط پرداخته است. **از نظر او در دوران فرانگرایي روابط بین انسان ها سرد و بر اساس سود و منفعت طلبی مادی **باشند** است** و احساس همدردی که باعث آرامش درونی می شود از بین می رود. این دوران را دوران بازانديشي می داند (باومن: ۱۳۸۴، ۱۰). هویت‌ها و سبک‌های زندگی مصرفی ناپایداری خارق‌العاده ای به پیوندهای انسانی می دهد و احساس ناامنی از این ناپایداری بوجود می آید. باومن نیز در نظریه خود اخلاق دوران پست مدرن را اخلاق نسبی می‌داند و اصول و قوانین عام اخلاقی و کلیت بخش را مورد تردید قرار می دهد (سیدمن، ۱۳۹۱: ۲۵۷- ۲۵۲). باید افزود انسان پست مدرن اندیشه های گذشته اش را طبق آموزه های عصر پست مدرن و منافعش مورد بازبینی قرار داده **و است** **که** این منافع در بسیاری از مواقع باز اندیشی منافع و فرار از تعهد است. **و اخلاق نسبی نیز اخلاقی** سوداگر است که حق افراد، طبیعت و محیط زیست و اجتماع را که فرد در قبالش تعهد دارد، تضییع می کند.

گیدنز به هویت بازانديشانه (بازتابی) و هویت مدرن ناشی از آن می پردازد. او معتقد است که بازانديشي، خود وارد مرحله بدن نیز می شود و با این رویکرد، بدن دیگر شیء نمی شود، بلکه بخشی از یک نظام کنشی است؛ فاعل و سوژه، به طور مرتب برفرايندهای جسمی خود نظارت دارد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۱۴) و تغییر سبک زندگی و اعتماد به افراد یا نظام های انتزاعی را مطرح می کند (گیدنز، ۱۳۷۷:

۴۷-۴۴) لذا در دوران پست مدرن توجه جوانان به بدن، مد، عمل های جراحی زیبایی و... جایگزین تعهدات اصلی زندگی آنها در مقایسه با دوران سنتی شده است.

ژان بودریار فرانوگرایی را با رایانه‌ای شدن، پردازش اطلاعات، رسانه‌ها و سیستم های کنترل سیبرنتیکی شبیه سازی، حاکمیت الگوها، رمزگان و سیبرنتیک بازاندیشی نسبی‌گرایی سیالیت روابط زوال عاطفه مصرف‌گرایی توضیح می‌دهد. بودریار در نظریه خود بیان می‌کند که برخلاف نظر مارکسیست‌ها که مدعی بودند مهم ترین عامل اقتصادی همان فراگرد تولید است، جامعه بر پایه اصل مصرف شکل می‌گیرد. باید افزود انسان پست مدرن وقت انرژی و هزینه اش را به سمت مصرف‌گرایی که سمت و سوی متضاد با الزامات و تعهداتش است می‌برد (بودریار، ۱۳۸۹: ۱۸۰).

فردریک جیمسون زوال عاطفه و فاجعه در کنار پیشرفت را مطرح می‌کند. یکی دیگر از مؤلفه‌هایی که جیمسون نیز همانند دیگر متفکران پست مدرن اشاره می‌کند، این است که جامعه و انسان فرانوگرا جامعه و انسانی است که مصرف محوری شدید در آن ترویج می‌شود و انسان‌ها برده کالاهای تجاری و لوکس می‌شوند (ریترز: ۱۳۸۹، ۷۷۱).

بورديو به تغییر سبک زندگی - عادت واره‌ها، منش خاص و وبلن به تغییر الگوهای رفتار جمعی و سبک زندگی خود نمایانه و نمایشی و اینگلهارت به دگرگونی ارزش های بین نسلی و تغییر سبک زندگی می‌پردازد. لذا سبک زندگی مسئولانه سنتی در دوران پست مدرن تغییر می‌یابد و از نظر بورديو، افراد درون طبقه و پایگاه اقتصادی اجتماعی خود به تدریج عادت واره‌هایی به دست می‌آورند که هر یک از آنها بر سبک زندگی و نوع خوراک، پوشاک، علایق و سلیق بر نحوه نگرش، تصمیم‌گیری و عملکرد آنها تاثیر می‌گذارد (بورديو، ۱۹۸۶). به نظر می‌رسد میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی در طبقات گوناگون و طبق سرمایه متفاوت باشد.

پارسونز با تاکید بر جمع‌گرایی و عام‌گرایی، آن را یکی از عوامل اجتماعی موثر در افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی کنشگران می‌داند. عام‌گرایی یکی از عناصر ساختاری نظام کنش در فرایند انتخاب‌های دوتایی است که کنشگران در موقعیت انجام عمل باید بر اساس استانداردهای عام نقش با دیگران بر خورد کنند. این نوع عمل و تصمیم‌گیری نقطه مقابل خاص‌گرایی و فرد‌گرایی خواهد بود که در آن دامنه قضاوت و عمل محدود به کنشگران آشنا می‌باشد (استونز، ۱۳۸۸: ۱۵۷، روشه ۱۳۶۶: ۷۰). به نظر پارسونز در صورتی که افراد دامنه تصمیم‌گیری و قضاوت اجتماعی را به کل نظام گسترش دهند، شاهد

افزایش توجه به منافع جمعی و ارزش ها و نوع دوستی و به طور کلی مسئولیت پذیری اجتماعی در جامعه خواهیم بود. این عامل در جوامعی که دارای تنوع قومی می باشند بسیار دارای اهمیت است. به عقیده دورکیم (۱۳۶۹) آن چه که افراد یک جامعه را گرد هم می آورد و موجب پیوند میان آن ها می شود یک اخلاق مشترک نیرومند و قوی یا همان وجدان جمعی است که شیرازه جوامع ابتدایی تا نوین است - (ریتزر، ۱۳۷۴: ۵۷). دورکیم بر عوامل ساختاری و لزوم کنترل و الزام های درونی نیز تأکید داشت. او این مهم را از طریق بسط نظام های اعتقادی و دینی در جامعه ممکن می دانست. هر چند بر نیروهای حرفه ای و تخصصی برای جذب افراد در خود در دوران مدرن نیز تأکید داشت. به زعم دورکیم، کاهش در اعتقادات و دینداری افراد، زمینه بی هنجاری اجتماعی را فراهم می سازد (توسلی، ۱۳۸۵: ۶۶).

گلاک و استارک در تلاش برای فهم و تبیین دین در امریکا بودند. بحث ابعاد التزام دینی را در این کشور زنده کردند و به شرح و بسط الگوی جدیدی از دینداری پرداختند. هدف اصلی آنها، عموماً درک شیوه های گوناگونی بود که مردم با توسل به آن، خود را مذهبی تلقی می کردند. گلاک و استارک بر این عقیده بودند که به رغم آنکه ادیان جهانی در **جریبات جزئیات** بسیار متفاوت اند، اما دارای حوزه های کلی هستند که دینداری در آن حوزه ها و یا ابعاد دیگر جلوه گر می شود. الگوهای دینداری با ابعاد (رفتاری، مناسکی و پیامدی) را ارائه داده اند که از نخستین الگوهایی است که بسیاری از الگوهای دینداری بعدی، ابعاد خود را از آن وام گرفته اند (گلاک و استارک، ۱۹۶۵).

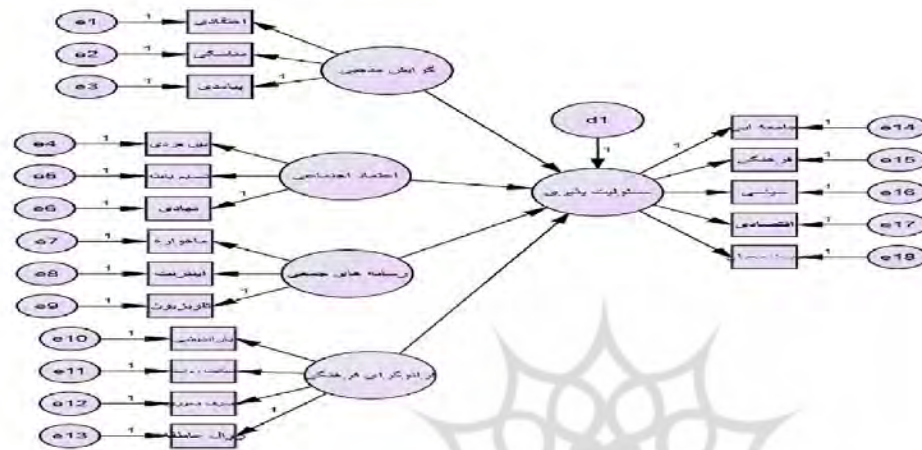
اینگلهارت معتقد است که اشاعه رسانه های جمعی منجر به تغییر ارزش ها شده است؛ به طوری که در عصر کنونی، جهانی شدن ارتباطات و رسانه ها بر شکاف ارزش های نسلی تأثیر گذاشته است (اینگلهارت: ۱۳۷۳، ۴۰). لباس های متحدالشکل جوانان، موسیقی پاپ و... از نمودهای تأثیر رسانه بر تغییر رفتارها و ارزش های نسل کنونی و عدم پای بندی به سنت های فرهنگی خود است (یوسفی، ۱۳۸۳: ۴۲).

**نظریه** پژوهش حاضر با رویکرد و بینش دیالکتیکی و با ایمان به گفتگوی نابرابر عوامل و پیچیدگی و در هم تنیدگی ابعاد پدیده های اجتماعی به تبیین مسولیت پذیری اجتماعی جوانان می پردازد. لذا چارچوب نظری شامل مدل ترکیبی از طیف نظریه های فرانگرایبی (جیمسون، باومن، بودریار، گیدنز بوردیو و اینگلهارت) (همچنین نظریه های ارتباط جمعی (جورج گرینر با بیان تئوری کاشت - و مک کامبز و شاول با نظریه برجسته سازی، و ملوین دیفلور با نظریه وابستگی مخاطب رسانه و نظریه میمی های کاپلا و دیوید رایزمن و لرنر) می باشد که **همگیه بالاتفاق** به قدرت رسانه و تغییرات ارزشی ناشی از آن در عصر مدرن می پردازد. می توان گفت بسیاری از ارزش های سنتی تعهد و التزام با **الف** از سوی رسانه، جای خود را به



ارزش های مصرف گرای دوران پست مدرن داده است. **هدف پژوهش شامل** ((شناخت موانع مسئولیت پذیری جوانان)) می باشد.

### مدل نظری پژوهش



### فرضیه های پژوهش

فرضیه های تحقیق که از مبانی نظری و تجربی و مطالعات میدانی شکل گرفته اند، به قرار زیر **اندست** مطابق **ذیل می باشد**:

- ۱- میزان استفاده از رسانه (وسایل ارتباط جمعی نوپدید مانند ماهواره، اینترنت و شبکه های مجازی) بر مسئولیت پذیری جوانان موثر است. (طیف نظریه های ارتباط جمعی)
- ۲- میزان گرایش مذهبی بر مسئولیت پذیری جوانان موثر است. (دورکیم و.....)
- ۳- فرانوگرایی فرهنگی بر مسئولیت پذیری جوانان موثر است. (طیف نظریه فرانوگرایی)
- ۴- میزان اعتماد اجتماعی بر مسئولیت پذیری جوانان موثر است. (گیدنز، زتومکا و پاتنام)

### روش شناسی پژوهش

روش تحقیق در این پژوهش، **شیوه پیمایشی**<sup>۱</sup> است و اطلاعات آن بر اساس پرسشنامه جمع‌آوری گردیده است. ابتدا پرسشنامه اولیه تنظیم و پس از آزمون آن (pre-test)، پرسشنامه نهایی تدوین شد. سپس با بکارگیری پرسشگران مجرب از طریق مراجعه به شهروندان واقع در جمعیت نمونه، پرسشنامه‌های مربوطه با تکنیک مصاحبه حضوری، تکمیل **شده** و اطلاعات به دست آمده با استفاده از برنامه نرم‌افزارهای Spss و Amos در قالب جداول توصیفی بررسی شدند. لذا **از طریق** روش گردآوری اطلاعات از دو روش اسنادی (کتابخانه‌ای) و روش میدانی (پیمایشی و مصاحبه) سود برده خواهد **شده** است. در روش اسنادی جهت تدوین چارچوب نظری تحقیق، **از** پیشینه و مطالعات انجام گرفته قبلی و نظریه‌های جامعه‌شناسی و روان‌شناسی جهت تحلیل موضوع **بررسی** استفاده خواهد شد. و پس از ارزیابی تحقیقات پیشین و نظریه‌های مرتبط با موضوع و شناخت وضعیت فعلی جامعه، تدوین شاخص‌ها و متغیرهای تحقیق انجام خواهد **گرفته پذیرفت**. و در نهایت، با استفاده از گویه سازی پرسشنامه تحقیق ساخته می‌شود.

## تعریف نظری و عملیاتی مفاهیم

### مسئولیت پذیری

الف) تعریف مفهومی: "مسئولیت پذیری اجتماعی" به احساس تعهد و رفتار مسئولانه **ای** که افراد به عنوان کنشگران اجتماعی (جوانان) در قالب نقش‌های خود (شهروندان) نسبت به جامعه و ارزش‌های جمعی آن در ابعاد گوناگون اقتصادی، سیاسی، زیست محیطی، فرهنگی و اجتماعی داشته **یا** دارند، دلالت می‌کند. **.. (طالبی، ۱۳۹۰: ۲۲۳).**

ب) تعریف عملیاتی: برای سنجش متغیر مسئولیت پذیری از پنج بعد: **جامعه‌ای اجتماعی**، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و زیست محیطی، **که** سوالات **بصورت** محقق ساخته **می‌باشد** طراحی و **سوالات** هر مولفه بر اساس طیف لیکرت **طراحی** **نمره گذاری** شد.

### گرایش مذهبی (دینداری)

الف) تعریف مفهومی: با بررسی عناصر مشترک تعاریف مربوط به دین، می‌توان دین را مجموعه‌ای از اعتقادات، احساسات و اعمال فردی و جمعی که به یک حقیقت متعالی (خدا) مرتبط است تعریف نمود. دینداری یا التزام دینی نیز مفهومی است که به پذیرش این اعتقادات و انجام اعمال خاص و به طور کلی تبعیت از دستورهای دین و مجری آنها بودن اشاره دارد. در واقع، اطلاق لفظ دینداری هنگامی صورت

می-گیرد که مردم یا گروهی از افراد، تمام یا بخشی از تعالیم و دستورهای دینی را پذیرفته باشند. بنابراین می توان گفت که دینداری عبارت است از: التزام فرد به دین مورد پذیرش خویش. این التزام در مجموعه ای از اعتقادات، احساسات و اعمال فردی و جمعی که حول خداوند و رابطه ایمانی با او دور می زند سازمان می پذیرد(شایسته، ۱۳۶: ۱۳۸۶).

ب)تعریف عملیاتی: برای سنجش متغیر دینداری از سه بعد: اعتقادی، مناسکی و پیامدی **که با** سوالات **بصورت** محقق ساخته و استاندارد **می باشد استفاده شد**. دینداری در این تحقیق بر مبنای مقیاس گلاک و استارک مورد سنجش قرار گرفته است **که شامل سه بعد می باشد**.

### اعتماد اجتماعی

الف) تعریف مفهومی: اعتماد اجتماعی دلالت بر انتظارات و تعهدهای اکتسابی و تایید شده به لحاظ اجتماعی **دارد** که افراد نسبت به یکدیگر و نسبت به سازمان ها و نهادهای مربوط به زندگی اجتماعی شان دارند و قرین با روابط متقابل تعمیم یافته است. آنتونی گیدنز، اعتماد را عامل احساس امنیت وجودی می داند که موجود انسانی منفرد را در نقل و انتقال ها در بحران ها و در حال و هوایی آکنده از خطرهای احتمالی قوت قلب می بخشد(گیدنز، ۱۳۷۸: ۶۳).

ب) تعریف عملیاتی: برای سنجش اعتماد اجتماعی از سه مولفه **اعتماد بین شخصی**، اعتماد تعمیم یافته یا اعتماد به غریبه ها، اعتماد به نهادها یا سازمان های دولتی) استفاده شده است.

### رسانه های جمعی

الف) تعریف مفهومی: رسانه های جمعی یا گروهی عبارت اند از: شکل های ارتباط **مانند** روزنامه ها، مجلات، رادیو یا تلویزیون که به منظور رساندن پیام به پیام گیرندگان انبوه طرح ریزی شده اند. (گیدنز، ۱۳۷۶: ۸۰۵) **رسانه های جمعی** یا وسایل ارتباط جمعی **ای از** به مجموعه **ای از** وسایل غیرشخصی اطلاق می شود که انتقال پیام سمعی، بصری و یا هر دو را به سوی مردمی بسیار و در مناطق دور دست موجب می شوند. شاخص این وسایل، ارتباط با جمع است. بدین سان رسانه های همگانی، وسایل و ابزاری هستند که بین جمع و جمع، یا فرد و جمع ایجاد ارتباط می کنند (ساروخانی، ۱۳۷۰، ۲۹-۴۲۸). به نظر بیرو، رسانه های جمعی **مجموع فنون، ابزار و وسایلی را می رساند که از توانایی انتقال پیام های ارتباط حسی و یا اندیشه ای در یک زمان به شماری بسیار از افراد **و به** خصوصاً در فواصل زیاد برخوردار باشد**". (بیرو، ۱۳۶۶: ۲۱۸).

Formatted: Superscript

ب) تعریف عملیاتی: برای مبنای سنجش متغیر وسایل ارتباط جمعی در این تحقیق، روزنامه و مجلات (مطبوعات) رادیوی ایران، تلویزیون ایران، رایوهای خارجی، تلویزیون خارجی، ماهواره و اینترنت می‌باشند که میزان استفاده از آنها شامل شش متغیر با سطح سنجش رتبه‌ای بود.

### فرانوگرایی فرهنگی

الف) تعریف مفهومی: فرانوگرایی را می‌توان با حرکت به سمت مصرف گرایی، دگرگونی سریع و بی‌وقفه، تأکید بر ظواهر و تصاویر، عدم قطعیت، پیش بینی ناپذیری، تردید در واقعیت و حتی پایان امر اجتماعی تعریف کرد (کراک و دیگران، ۱۹۹۸؛ الش و اوری، ۱۹۹۹؛ لایون، ۱۹۹۹-۱۹۹۹ و اسمارت، ۱۹۹۳).

ب) تعریف عملیاتی: برای سنجش فرانوگرایی فرهنگی، از ترکیب پنج بعد مورد تأکید در تعاریف و نظریه های مختلف (سیالیت روابط، بازاندیشی، نسبی گرایی فرهنگی و زوال عاطفه) استفاده شد که سؤالات در قالب طیف لیکرت نمره گذاری شد گردید.

### بازاندیشی

الف) تعریف مفهومی: فرایندی مداوم و فراگیر که طی آن، فرد در فواصل زمانی منظم، برحسب اتفاقی که افتاده است به نوعی بازپرسی از خود می‌پردازد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۱۳).

ب) تعریف عملیاتی: برای عملیاتی کردن این متغیر با توجه به نظریات گیدنز و بک، گویه هایی در مورد آزادی افراد در تغییر ظاهر خود، نگرش افراد به تعیین سرنوشت فرد به دست خود، گویه هایی در مورد تجربه می شخصی و همچنین گویه هایی در مورد کم اهمیت دادن به سنت در کنش های روزمره فرد طراحی شد.

### سیالیت روابط

الف) تعریف مفهومی: "بر اساس تعریف میلبراث و گوئل، آن دسته از اعمال شهروندان است فرمی که سعی دارند سیاست و حکومت را تحت تاثیر یا پشتیبانی قرار دهند" (وان دث، ۲۰۰۱: ۴). مایکل راش "مسئولیت پذیری سیاسی را درگیر شدن فرد در سطوح مختلف فعالیت در نظام سیاسی از عدم درگیری تا داشتن مقام رسمی سیاسی را گویند تعریف می کند" (راش، ۱۳۷۷: ۱۲۳).

ب) تعریف عملیاتی: برای سنجش این متغیر گویه هایی در مورد دوستی های زودگذر، اعتقاد به تکراری شدن دوستان و آشنایان، اعتقاد نداشتن به ازدواج های دائم و روابط سرد در نظر گرفته شد.

### مصرف محوری

الف) تعریف مفهومی: "مصرف محوری عبارت است از اصالت دادن به مصرف و هدف قرار دادن رفاه و با خرید دارایی‌های مادی و مصرف گرایانه" (همان منبع).

ب) تعریف عملیاتی: برای عملیاتی کردن این متغیر گویه‌هایی با این مضمون تهیه شد.

### زوال عاطفه

الف) تعریف مفهومی: "زوال عاطفه به معنای بی تفاوتی به مشکلات، رنج‌ها و نیازهای دیگران است."

ب) تعریف عملیاتی: برای عملیاتی کردن این متغیر گویه‌هایی در قالب طیف لیکرت (کاملاً مخالف، کاملاً موافق) طراحی شد. تعداد گویه‌های این بعد نیز شش گویه و سطح سنجش آن فاصله‌ای است.

### اعتبار و روایی ابزار اندازه‌گیری

در این پژوهش به جهت برآورد اعتبار سوالات پرسشنامه از اعتبار محتوایی استفاده شده است. اعتبار محتوایی به معنی شناسایی اعتبار شاخص‌ها با معرف‌های پژوهش از طریق مراجعه به داوران می‌باشد. بدین ترتیب، در پژوهش حاضر پژوهشگران از طریق بررسی ادبیات موضوع و نظر خبرگان این حوزه به این نتیجه رسیدند که شاخص گنجانده شده در سوالات، معرف حوزه معنایی مفاهیم مورد مطالعه هستند. همچنین، برای حصول اطمینان از پایایی ابزار سنجش، پرسشنامه مورد پیش‌آزمون قرار گرفت؛ به این صورت که تعداد ۳۰ نفر از پاسخگویان پرسشنامه را تکمیل نمودند. پس از تکمیل، پرسشنامه مذکور کدگذاری و در نرم افزار SPSS پایایی آنها به وسیله آلفای کرونباخ ارزیابی گردید. مقدار آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۷۰ شده و گویای این واقعیت می‌باشد که سوالات پرسشنامه از انسجام درونی مناسبی برخوردار هستند.

جدول ۱: ضریب آلفای کرونباخ مقیاس‌های تحقیق

ضریب آلفای کرونباخ		تعداد	متغیرهای پنهان	
مقیاس	خرده مقیاس		خرده مقیاس	مقیاس
۰/۷۶	۰/۶۷	۳	جامعه‌ای	مسئولیت‌پذیری اجتماعی
	۰/۷۳	۳	سیاسی	
	۰/۷۹	۴	فرهنگی	
	۰/۶۹	۳	اقتصادی	
	۰/۶۵	۳	زیست محیطی	
۰/۸۹	۰/۸۴	۴	اعتماد بین شخصی	اعتماد اجتماعی

Formatted: Complex Script Font: B Lotus, (Complex) Persian

Formatted: Complex Script Font: B Lotus, (Complex) Persian

	۰/۷۶	۷	اعتماد تعمیم یافته	
	۰/۸۷	۱۰	اعتماد نهادی	
۰/۸۳	۰/۷۷	۴	داخلی	رسانه های جمعی
	۰/۶۸	۴	خارجی	
۰/۷۸	۰/۶۹	۵	بازاندیشی	فرانواگرای فرهنگی
	۰/۷۱	۴	زوال عاطفه	
	۰/۶۹	۴	مصرف محوری	
	۰/۸۵	۵	سیالیت روابط	
۰/۸۶	۰/۸۹	۷	اعتقادی	دینداری
	۰/۷۸	۹	مناسکی	
	۰/۸۱	۳	تجربی	
	۰/۷۵	۵	پیامدی	

جامعه ، نمونه آماری ، استراتژی نمونه گیری و تعیین حجم نمونه

در این پژوهش با توجه به حجم جامعه آماری (گروه مغنی ۲۹ سنی ۱۸-۲۹ سال)، با استفاده از فرمول زیر استفاده شد:

که در آن حد مطلوب اطمینان در این پژوهش ۰/۹۵ در نظر گرفته شده شد. در نتیجه، سطح احتمال مورد نظر (d) برابر با ۰/۰۵ و اندازه متغیر در توزیع طبیعی یا ضریب اطمینان (t) برابر با ۱/۹۶ است. برای تعیین واریانس، می توان از پیش برآورد استفاده کرد گردد. بزرگترین نمونه لازم برای پاسخ گویی به سوالات یک تحقیق وقتی به دست می آید که احتمال دارا بودن صفت یا قرار گرفتن در نمونه (p) برابر ۰/۵ باشد. در این صورت، اشتباه استاندارد کمترین مقدار را به خود می گیرد. همچنین، بر اساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۰ جامعه آماری (N) افراد ۱۸-۲۹ سال ساکن در شهر تهران بزرگ برابر با ۲۲۱۹۶۵۳ است. نهایتاً با توجه به داده های بالا و فرمول کوکران حجم نمونه (n) برابر با ۳۸۴ نفر خواهد بود: که این مقدار را برای کاهش خطای ناشی از نمونه گیری و احتمال ناقص بودن برخی از پرسشنامه ها به ۴۰۰ نفر افزایش داده شد. شده است.

روش تجزیه و تحلیل داده ها

$$n = \frac{1}{Nd^2}$$

تجزیه و تحلیل داده ها در چند مرحله و با استفاده از نرم افزار اس پی اس<sup>۱</sup> انجام شده و به تناسب سئوالات و فرضیات تحقیق از روش توصیفی یا تبیینی استفاده گردید. در بخش آمار توصیفی با توجه به سطوح سنجش متغیرها، از آماره های میانگین و انحراف استاندارد استفاده **گردید** و برای ایجاد مفاهیم مورد نظر **زمانی** که سطوح سنجش گویه ها و سئوالات با هم متفاوت بودند- از طریق استاندارد سازی امکان جمع آوری آنها فراهم آمد. در تحلیل دو متغیری نیز بنا به سطح سنجش متغیرها از آزمون های مقایسه میانگین ها<sup>۲</sup>، تحلیل واریانس<sup>۳</sup> و آزمون پیرسون استفاده گردید. به منظور انجام تحلیل چند متغیری و مشخص کردن سهم هر یک از متغیرها در تبیین تغییرات متغیر وابسته، تحلیل رگرسیون چند متغیری انجام شد.

### یافته های توصیفی متغیرهای پژوهش

جدول ۲: آماره های پراکندگی مرتبط با ابعاد و مولفه های مسئولیت پذیری

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	ماکسیمم	مینیمم	دامنه تغییرات	تعداد
مسئولیت پذیری جامعه ای	۳/۳۵	٪۴۶۳	۵	۱	۴	۳۹۰
مسئولیت پذیری فرهنگی	۳/۱۷	٪۷۴۰	۵	۱	۴	۳۹۰
مسئولیت پذیری سیاسی	۲/۸۷	٪۵۰۷	۵	۱	۴	۳۹۰
مسئولیت پذیری اقتصادی	۳/۲۴	٪۶۰۷	۵	۱	۴	۳۹۰
مسئولیت پذیری زیست محیطی	۲/۴۵	٪۶۲۱	۵	۱	۴	۳۹۰
شاخص مسئولیت پذیری	۳/۱۶	٪۵۷۴	۵	۱	۴	۳۹۰

داده های جدول فوق نشان می دهد که میزان احساس مسئولیت پذیری در ابعاد گوناگون آن متفاوت است؛ **به طوری** که میانگین احساس مسئولیت پذیری جوانان شهر تهران در بعد سیاسی ۲/۸۷ و بعد زیست محیطی آن برابر با ۲/۴۵ در مقایسه با سایر ابعاد پایین تر بوده است. **در این راستا نیز** بیشترین درصد مسئولیت پذیری مربوط به بعد **جامعه ای-اجتماعی** با میانگین ۳/۳۵، **و بعد** اقتصادی با میانگین ۳/۲۴ و

<sup>۱</sup> spss

<sup>۲</sup> T-test

بعد فرهنگی با میانگین ۳/۱۷ بوده است. با توجه به داده های حاصله می توان اظهار داشت که جوانان شهر تهران از نظر احساس مسئولیت در ابعاد ~~جامعه ای~~ اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی از وضعیت مطلوب و بالایی برخوردار می باشند، اما در بعد سیاسی و زیست محیطی مسئولیت پذیری آنها در حد پایینی قرار دارد. ~~و~~ در کل میانگین احساس مسئولیت پذیری در جامعه مورد مطالعه ۳/۱۶ بوده که با توجه به اینکه حداقل و حداکثر نمره به ترتیب ۱ و ۵ می باشد نشان می دهد که میزان احساس مسئولیت پذیری در بین جوانان تقریباً در حد متوسط می باشد.

جدول ۳: آماره های توصیفی متغیرهای موثر بر مسئولیت پذیری

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	ماکسیمم	مینیمم	دامنه تغییرات	تعداد
شاخص دینداری	۳,۴۵	٪۷۹۸	۵	۱	۴	۳۹۰
شاخص فرانوگرایی فرهنگی	۲,۹۳	٪۶۷۱	۵	۱	۴	۳۹۰
اعتماد اجتماعی	۳,۲۱	۰,۶۲۳	۵	۱	۴	۳۹۰
شاخص رسانه های داخلی و خارجی در کل	۲,۷۱	۰,۷۸۳	۵	۱	۴	۳۹۰

نتایج حاصل از جدول نشان می دهد که شاخص دینداری با میانگین ۳/۴۵ بالاترین میانگین و شاخص تاثیر رسانه با میانگین ۲/۷۱ کمترین میانگین را داراست، ولی همه متغیرهای مستقل دارای تاثیر در حدود متوسط ~~بر متغیر~~ وابسته می باشند. به منظور بررسی فرضیه های پژوهش در ابتدا به بررسی نرمال بودن توزیع نمرات می پردازیم. بدین ترتیب از آزمون کالموگروف - اسمیرنوف استفاده شده است که نتایج آن در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۴: نتایج آزمون کالموگروف - اسمیرنوف جهت بررسی نرمال بودن توزیع نمرات

متغیرهای پژوهش	آماره کالموگروف اسمیرنوف	سطح معنی داری
شاخص دینداری	۰/۷۴۶	۰/۶۳
شاخص فرانوگرایی فرهنگی	۱/۰۴	۰/۲۲
اعتماد اجتماعی	۰/۹۳۱	۰/۳۵
شاخص رسانه های داخلی و خارجی در کل	۰/۸۵	۰/۴۵

**Formatted:** Space After: 10 pt, Don't add space between paragraphs of the same style, Line spacing: Multiple 1.15 li



مسئولیت پذیری	۰/۷۴۶	۰/۶۳
---------------	-------	------

بر اساس نتایج مندرج، سطح معناداری آماره محاسبه شده برای تمامی متغیرها بزرگتر از ۰/۰۵ می باشد. بنابراین فرض نرمال بودن توزیع نمرات متغیرهای پژوهش پذیرفته می شود.

### آزمون فرضیه چند متغیره: آزمون رگرسیون چندگانه

جدول ۵: ضرایب آزمون تحلیل رگرسیون برای عوامل موثر بر مسئولیت پذیری

عنوان متغیر	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد	
	B	اشتباه استاندارد	Beta	مقدار T
عدد ثابت (Constant)	۲/۰۹۶	۱/۳۵۵	-	۱/۵۴۸
اعتماد اجتماعی	۰/۵۲۰	۰/۱۳۸	۰/۳۲۹	۳/۷۶
فرانوغرایبی فرهنگی	۰/۳۳۵	۰/۱۳۰	۰/۲۱۵	۲/۵۸
دینداری	۰/۶۲۳	۰/۱۰۹	۰/۴۹۰	۵/۶۹
رسانه های جمعی	۰/۴۵۷	۰/۱۴۹	۰/۲۱۷	۳/۴۲

همانطور که در جدول فوق مشاهده می شود مقدار ضریب تعیین برابر است با:  $R^2 = ۰/۳۵$  به این معنی که متغیرهای موجود در این تحقیق می توانند تا ۳۵ درصد میزان مسئولیت پذیری جوانان را توضیح دهند یا تبیین کنند و ۶۵ درصد نیز به عوامل دیگری وابسته است که در این تحقیق نیامده است. همچنین جدول فوق بیانگر مقادیر ضریب رگرسیون و باقیمانده است و از آنجایی که مقدار رگرسیون معنادار شده است می توان به بررسی تاثیر هر یک از متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته پرداخت. در معادله رگرسیونی به شیوه Enter، نخست کلیه متغیرهای مستقل تاثیرگذار بر متغیر وابسته وارد معادله رگرسیونی می شوند. سپس آن دسته از متغیرهایی که با متغیر وابسته رابطه معنادار ندارند و سطح معناداری شان بیش از ۰/۰۵ است، از معادله خارج می شوند. در این پژوهش نیز پس از ورود کلیه متغیرهای مستقل به معادله رگرسیونی، متغیرهای اعتماد اجتماعی، فرانوغرایبی فرهنگی، دینداری و رسانه بر مسئولیت پذیری جوانان تاثیر داشتند و سایر متغیرها از معادله خارج شدند. به این ترتیب معادله رگرسیونی پژوهش عبارت است از:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5$$

دینداری ۶۲۳٪ + فرانوغرایبی فرهنگی ۳۳۵٪ + اعتماد اجتماعی ۵۲۰٪ + مقدار ثابت (۲,۰۹۷) = مسئولیت

پذیری جوانان

پایگاه اقتصادی - اجتماعی ۰۲۹٪ + میزان استفاده از رسانه های جمعی ۴۵۷٪ +

به این ترتیب، رگرسیون خطی فوق به میزان ۳۵ درصد می تواند مقدار  $\gamma$  (میزان مسئولیت پذیری جوانان) را پیش بینی کند.

### مدلسازی معادلات ساختاری (کاربرد آموس)

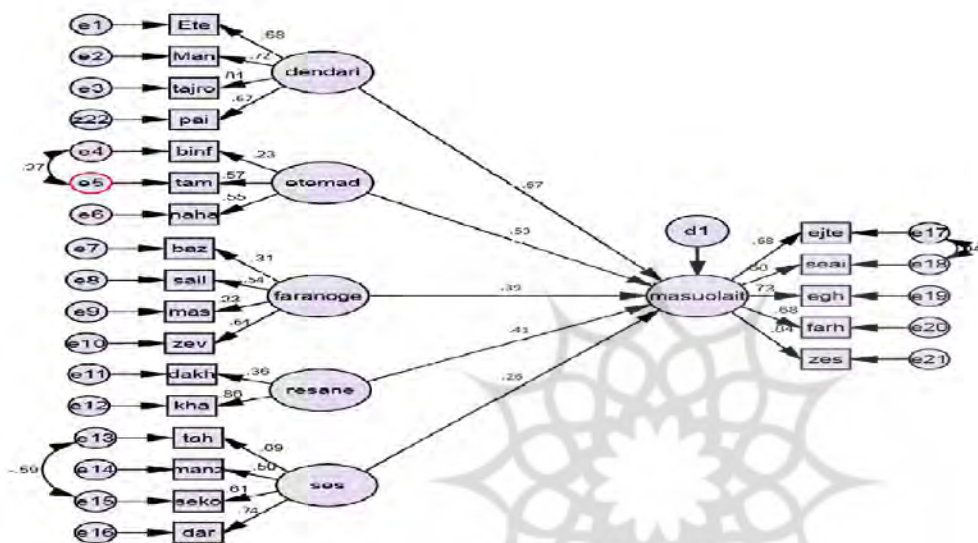
Formatted: Superscript

مدل های معادله ساختاری از جمله روش های آماری محسوب می شوند که براساس آنها می توان به طور همزمان مجموعه ای از متغیرهای آشکار و پنهان، درونی و بیرونی، مستقل و وابسته را در ارتباط یکسویه و دو سویه با یکدیگر ملاحظه کرد و مدل های تدوین شده بر مبنای چارچوب نظری را آزمود، نقاط ضعف و قوت آنها را یافت، اصلاحشان کرد و با تکرار مطالعات در جهت پایدار کردن مدل های نظری و یافته های علمی گام برداشت. همچنین این امکان را به پژوهشگر می دهد که ساخت ذهنی خود را در ارتباط با یک **مسئله** پژوهشی به آزمون گذارد؛ ساختی که بر گرفته از نظریه های علمی، مطالعات پیشین تجربی و ایده ها و باورهای خود در **رابطه** **بامورد** یک **مسئله** پژوهشی را **شکل گرفته** **داده** و در قالب فرضیه یا فرضیه ها بیان شده است. بنابراین می توان چنین گفت که مدلسازی معادله ساختاری به منزله روشی برای برآورد پارامترهای تعریف شده در این مدل ها، مسیر را برای آزمون، اصلاح و در نهایت باز تدوین آنها هموارتر از گذشته کرده است. در این قسمت به آزمون اعتبار سازه ای وسیله **ت** اندازه گیری و آزمون نیکویی برازش ساختار **مورد** نظر با استفاده از نرم افزار آموس با در اختیار داشتن داده های مربوط به متغیرهای برگرفته شده از فرضیه ها **می** پردازیم.

شکل زیر تصویر کلی آزمون مدل نظری تحقیق را نشان می دهد. در این شکل یافته ها حاکی از آن است که بین ماتریس واریانس نمونه ای و مشاهده شده تفاوتی وجود ندارد و شاخص های برازش مدل **ت**  $GFI = 0/93$  ،  $TLI = 0/97$  ،  $CFI = 0/98$  ،  $NFI = 0/97$  ،  $chi - square = 185/8$  ،  $df = 58$  - نشان دهنده برازش **نسبتا** **نسبت** مناسب مدل هستند. همچنین مقدار  $RMSEA = 0/05$  می باشد که برازش **به** نسبتا خوبی را نشان می دهد. شاخص های مدل آزمون نیکویی برازش ساختار نظری مطرح شده با داده های مشاهده شده و اعتبار سازه ای وسیله **ت** اندازه گیری وسیله مورد بحث را نشان می دهد. کلیه **ت** شاخص های تطبیقی مدل، نیز مقادیری نزدیک به محدوده **ت** پذیرش را نشان می دهند که به معنای توان نسبی مدل برای فاصله گرفتن از یک مدل استقلال و نزدیک شدن به یک مدل اشباع شده بر مبنای

معیارهای تعریف شده برای آنها است. با توجه به درجه آزادی مدل، مدل فرا مشخص می باشد. درصدی باشد.

### شاخص های برازندگی مدل معادلات ساختاری



Chi-square = 298/68, df = 73, NFI=0/91, CFI=0/95, GFI=0/92, RMSEA=0/038

مدل نهایی برآزش شده بر اساس تکنیک تجزیه و تحلیل معادلات ساختاری برای پیش بینی عوامل موثر بر تغییرات خانواده

### بحث و نتیجه گیری

در بررسی مسئولیت پذیری جوانان ایرانی و عوامل اجتماعی فرهنگی موثر بر آن باید گفت در جامعه‌ای همچون ایران که هنوز مدرنیته را به صورت کامل تجربه نکرده است، سخن گفتن از جامعه فرانوگرا گیج کننده به نظر می رسد. با وجود این نمی توان انکار کرد که برخی از مؤلفه‌های فرانوگرایی به جامعه ایران وارد شده و جامعه ما عناصری از سنت، نوگرایی و فرانوگرایی را در خود جای داده است و این عوامل در تعهدات جوانان ایرانی دینداری، میزان اعتماد و میزان مسئولیت پذیری آنها تاثیر گذاشته است. عناصر فرانوگرایی از طریق نیروهای جهانی شدن در بخش‌هایی از جامعه به صورت آشکار و پنهان وارد شده است. این عناصر در معماری و نوع پوشش و مراکز خرید و نوع رفتار و افکار

جوانان به صورت آشکار و در برخی رفتارها و روندهای اجتماعی و فرهنگی به صورت پنهان قابل پیگیری است. پژوهش حاضر اثبات کرد یکی از مواردی که در کاهش مسئولیت پذیری جوانان نقش دارد، وزیدن نسیم فرانوگرایی در جامعه و فرهنگ ایران و رسوخ نیروهای جهان گرایی در آنهاست. در بررسی مسئولیت پذیری ناشی از ابعاد فرانوگرایی، میانگین مصرف گرایی عدد بالایی را نشان می دهد که حاصل جهانی شدن و کم رنگ شدن مرزهای فرهنگی جوامع در دوران حاضر است. این به نوبه خود باعث نفوذ عناصر نظام سرمایه داری به جامعه ما شده است و رسانه ها به عنوان یکی از مهم ترین نیروهای جهانی شدن، به نیازهای مصرفی کنشگران اجتماعی دامن می زند و آن را تقویت می کند. همچنین گسترده شدن بازارهای جهانی و نفوذ آن به قلمرو کشور ایران، با تبلیغات زیاد و پر هزینه باعث ایجاد موجی از تغییرات فرهنگی در جهت تشویق به مصرف می شود. عوامل دیگری که در این میان نقش دارند، رسانه های ارتباطی و شبکه های اجتماعی هستند. این شبکه ها، فرصت بحث و اظهار نظر و همچنین دریافت بازخورد این اظهار نظرها را فراهم می کنند و افراد در هر جای دنیا می توانند به صورت مساوی و با استفاده از امکان برابر در این بحث ها شرکت کنند. این موضوع روحیه تساهل در جوانان را پرورش می دهد.

میانگین بعد بااندیشی از میانگین مورد انتظار بیشتر است. پس می توان گفت که کنشگران ما زندگی روزمره خود، با توجه به شرایط و موقعیت ها خود را مورد بااندیشی قرار می دهند. یکی از عناصر عمده جهانی شدن، عنصر ذهنی آن است. عنصر ذهنی همان باز اندیشی در جایگاه اجتماعی و هویت و آگاهی افراد است. آن گونه که برخی از اندیشمندان معتقدند فناوری هایی از قبیل اینترنت و شبکه های اجتماعی مجازی همچون سوپر مارکتی فرهنگی عمل می کنند و در این فضا، کنشگران در معرض کالاهای فرهنگی سایر نقاط جهان قرار می گیرند و در مورد آن تعمق می کنند. استفاده از فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی باعث می شود که جوانان بیشتر در هویت خویش باز اندیشی کنند و هویت خود را با باز اندیشی به شکل جدیدی در آورند. گیدنز نیز با تاکید **اطلاعات چهارم** نقش این **پدیده اطلاعات**، به نقش این پدیده در تجدید نظر اساسی در عرف و سنت ها اشاره دارد.

نتایج حاصل از پژوهش حاکی از آن است که استفاده از رسانه بر مسئولیت پذیری اجتماعی جوانان موثر است ( $P = 0/000$ ). با توجه به نتایج به دست آمده می توان گفت که با اطمینان ۹۹ درصد و سطح خطای کوچک تر از ۰/۰۵ استفاده از رسانه بر مسئولیت پذیری اجتماعی جوانان موثر می باشد. از طرفی ضریب تاثیر رگرسیونی معادل ۰/۲۱۷ می باشد که نشان دهنده میزان تاثیر گذاری رسانه بر متغیر وابسته می

باشد. این فرض تایید نظریه گربنر یا نظریه کاشت و تحقیق پیک و پان (۲۰۰۴) است که مبنی بر تاثیر رسانه های جمعی در جامعه پذیری و افزایش مسئولیت پذیری اجتماعی جوانان می باشد.

همچنین نتایج پژوهش حاکی از آن است که اعتماد اجتماعی بر مسئولیت پذیری اجتماعی جوانان موثر می باشد ( $P = 0/000$ ) با توجه به نتایج به دست آمده از جدول، می توان گفت که با اطمینان ۹۹ درصد و سطح خطای کوچک تر از ۰/۰۵ استفاده از رسانه بر مسئولیت پذیری اجتماعی جوانان موثر است. از طرف دیگر، ضریب تاثیر رگرسیونی معادل ۰/۳۲۹ می باشد که نشان دهنده میزان تاثیر گذاری اعتماد اجتماعی بر متغیر وابسته می باشد. فرض حاضر تایید نظریه دورکیم و تایید تحقیق خوشبین و همکاران (۱۳۹۰) است که مبنی بر اینکه پیوند اجتماعی افراد و دارا بودن اعتماد اجتماعی عمیقاً در مناسبات اجتماعی به خصوص مسئولیت پذیری اجتماعی موثر می باشد.

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل حاکی از آن است که فرانوگرایی فرهنگی بر مسئولیت پذیری اجتماعی جوانان موثر است ( $P = 0/001$ ) با توجه به نتایج به دست آمده از جدول، می توان گفت که با اطمینان ۹۹ درصد و سطح خطای کوچک تر از ۰/۰۵ فرانوگرایی فرهنگی بر مسئولیت پذیری اجتماعی جوانان موثر می باشد. از طرفی ضریب تاثیر رگرسیونی معادل ۰/۲۱۵ می باشد که نشان دهنده میزان تاثیر گذاری فرانوگرایی فرهنگی بر متغیر وابسته می باشد. فرض حاضر در جهت تایید نظریات طیف فرانوگرایی و تحقیق دان و همکاران (۲۰۱۲) گام برداشته است.

نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل حاکی از آن است که میزان دینداری بر مسئولیت پذیری اجتماعی جوانان موثر می باشد ( $P = 0/000$ ) با توجه به نتایج به دست آمده می توان گفت که با اطمینان ۹۹ درصد و سطح خطای کوچک تر از ۰/۰۵ بین دینداری و مسئولیت پذیری اجتماعی جوانان رابطه وجود دارد. از طرف دیگر، ضریب تاثیر رگرسیونی معادل ۰/۴۹۰ می باشد که بیشترین تاثیر را بر مسئولیت پذیری اجتماعی جوانان شهر تهران داشته است. بنابراین این عدد نشان دهنده میزان تاثیر گذاری دینداری بر متغیر وابسته می باشد. این فرض تایید نظریه دورکیم و گلارک و استارک و تحقیق اینگلههارت (۲۰۰۱) می باشد که معتقد بودند دینداری و اعتقادات مذهبی در بالا بردن مسئولیت پذیری اجتماعی تاثیر مثبت دارد.

## منابع

- استونز، راب. (۱۳۸۸). *متفکران بزرگ جامعه‌شناسی*. مهرداد میردامادی. تهران: نشر مرکز
- اینگلهارت، رونالد. (۱۳۷۳). *تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی*. مریم وتر. تهران: انتشارات کویر
- بودریار، ژان. (۱۳۸۹). *جامعه مصرفی*. پیروز ایزدی. تهران: نشر ثالث
- باومن، زیگمونت. (۱۳۸۴). *عشق سیال (در باب پیوندهای انسانی)*. عرفان ثابتی. تهران: نشر ققنوس
- گلاک و استارک. (۱۹۶۵). *پرسشنامه دینداری*.
- توسلی، غلامعباس. (۱۳۸۵). *نظریه‌های جامعه‌شناسی*. تهران: انتشارات سمت
- خوشبین، یوسف. (۱۳۹۰). "بررسی مسئولیت‌پذیری اجتماعی جوانان و عوامل اجتماعی و فرهنگی موثر بر آن". پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده علوم اجتماعی و ارتباطات.
- ساروخانی، باقر. (۱۳۷۸). *روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی*. جلد دوم، تهران: موسسه مطالعات و تحقیقات فرهنگی
- سیدمن، استیون. (۱۳۹۱). *کشاکش آرا در جامعه‌شناسی*. هادی جلیلی. تهران: نشر نی
- دورکیم، امیل. (۱۳۶۹). *تقسیم کار اجتماعی*. باقر پرهام. بابل: انتشارات نقش جهان
- رابرتسون، یان. (۱۳۷۴). *درآمدی بر جامعه (با تأکید بر نظریه‌های کارکردگرایی، ستیز و کنش متقابل نمادی)*. حسین بهروان. چاپ دوم، مشهد: نشر آستان قدس رضوی
- روشه، گی. (۱۳۶۶). *تغییرات اجتماعی*. منصور وثوقی. تهران: نشر نی
- طالبی، ابوتراب و خوشبین، یوسف. (۱۳۹۱). "مسئولیت‌پذیری اجتماعی جوانان". فصلنامه علوم اجتماعی. شماره ۵۹.
- ریتزر، جورج. (۱۳۸۹). *مبانی نظریه‌های جامعه‌شناختی*. محسن ثلاثی. تهران: انتشارات علمی
- ریتزر، ج. (۱۳۷۴). *نظریه جامعه‌شناسی دوران معاصر*. م، ثلاثی. نشر علمی
- کریمی، یوسف. (۱۳۸۵). *روانشناسی اجتماعی*. تهران: انتشارات ارسباران

• گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۸). *تجدد و تشخیص، جامعه و هویت شخص در عصر جدید*. ناصر موفیان.

تهران: نی

- Giddens, Anthony. (1995). **Politics, Sociology and Social Theory: Encounters with Classical and Contemporary Social Thought**. Cambridge: Polity
- Inglehart, Ronald. (1999). **"World Values Survey"**. Institute for Social Research. The University of Michigan .
- Bourdieu, P. (1986). **"The forms of capital"**. In Richardson, ed. *Handbook of theory and research for the sociology*.
- Dunn, T. & Castro, A. (2012). **"Postmodern society and the individual: The structural characteristics of postmodern society and How they Shape who we Think we Are"**. Social Science Journal. 5, 298.
- O'Cass, A. (2001). **"Consumer self-monitoring, materialism and involvement in fashion clothing"**. Australasian Marketing Journal. 9 (1), 46-60.
- Adams, M. (2006). **"Hybridizing habitus and reflexivity: Towards an understanding of contemporary identity?"**. Sociology, 40 (3), 511-528. Hebdige,
- Dick. (1988). **Light the in hiding: Things and images**. Routledge. London
- Robertson, R. (1992). **Globalization, social theory and global culture**. London: sage
- Lyon, D. (1994). **Postmodernism**. London: Open University Press.
- West, D. & Heath, D. (2011). **"Theoretical pathways to the future: globalization, ICT and social work theory and practice"**. Journal of Social Work. 11 (2), 209- 221.
- Fitz, P. T. (2001). **Welfare theory: An introduction**. London: Palgrave.
- Lash, S. & Urry, J. (1994). **Economies of signs and space**. London: Sage.
- Smart, B. (1993). **Postmodernity**. London: Routledge.
- Kroker, A. & David C. (1998). **The Postmodern scene: Excremental culture and hyper-aesthetics**. London: Macmillan.
- Beuman, Z. (1992). **Legislators and interpreters: On modernity and intellectuals**. Cambridge: Polity Press
- Inglehart, R. (2001). **"Globalization and Postmodern Values"**. The Washington Quarterly. The Center for Strategic and International Studies and the Massachusetts institute of technology. 23(1), 215- 228.
- Paek, H. & Pan, Z. (2004). **"Spreading global consumerism: effects of mass media and advertising on consumerist values in China**. Mass

- Ross, K & Nightingale, V. (2008). **Media and Audiences**. London: McGraw Hill.
- Walsh, F. (2006). **Strengthening family resilience**. New York: Guilford Press
- Baker, Anna. (2010). **Factor which influence pro-social behavior**. [www.myfreearticle.com](http://www.myfreearticle.com).
- Putnam, Robert, D. (1999). **"The Prosperous Community: Social Capital and Public Life"**. The American Prospect, Inc.





## **A Study on Socio-Cultural Factors Affecting the Youth Responsibility in Tehran**

**Monir Sadat Mir Mohammadi**

Ph.D. Student in Sociology, Dehaghan Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran  
**Mansour Haghghatian**

Ph.D., Associate Professor of Sociology Department, Dehaghan Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran  
**Esmacil Jahanbakhsh**

Ph.D., Assistant Professor of Sociology Department, Dehaghan Branch, Islamic Azad University, Isfahan, Iran

*Received: 29 Jan. 2017*  
*Accepted: 12 Mar. 2017*

Social responsibility as an important process in each community contributes to the sustainable development of society and strengthening and growth but will not be possible to identify the factors responsible behavior. The present study to investigate the causes and socio-cultural social responsibility and its effective youth was conducted in Tehran. In order to achieve this goal through a various of factors and variables that responsibility affects young people influential young religious attitude-, higher modernism-, media-, social trust is used as independent variables theoretical foundations of variables and parameters of the study opinions on Jameson, Bauman, Giddens, Durkym, Parsons, Bourdieu, Inglehart, Ztvarka, has been developed. In this study, significant independent variable dependent variable responsibility examined. Research, survey and data collection and questionnaire has validity and reliability is .Statistical society is about the population of young people (18 to 29) in Tehran. Multi – stage cluster sampling method used for statistical residence is Compiled, and a sample size of 385 results and the results of the software SPSS and Amos show that the five components of religious attitude and higher modernism -and trust social and media and the socioeconomic status affect the responsibility. (Methods in regression analysis and structural equation modeling). Religiosity with the highest average value is 3.45. Multiple regression analysis showed that the variables of social trust and cultural higher modernism and religious and the mass media and the socio-economic status have a significant relationship with the youth responsibility. The linear regression responsibility to explain the variance in rates of 35% and 65% depend on other factors.

**Keywords:** Responsibility, Community, Higher Modernism, Youth and Post Modern