



راهبردهای مدیریتی جهت ارتقای فرهنگ عمومی شهروندان (مورد مطالعه: محلات شهرداری منطقه سه تهران)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۳/۴/۱۵ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۳/۶/۱۲

مهدی پورقاسم میانجی

کارشناس ارشد رشته مدیریت شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، ایران.
parsa_e65@yahoo.com (مسئول مکاتبات)

فاطمه عزیزآبادی فراهانی

استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، ایران.

مهديه اودرخانی

کارشناس ارشد رشته مدیریت شهری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، ایران.

چکیده

مقدمه و هدف پژوهش: متغیر فرهنگ عمومی شهروندی از شاخص‌های (فرهنگ تعامل، کسب و کار، ترافیک و همزیستی) بدست آمده است. در راستای این اهداف و سؤالات به شناسایی مفهوم فرهنگ عمومی شهروندی در ایران و جهان و بررسی مبانی نظری پژوهش اقدام نموده و نظرات و ایده‌های اندیشمندان دوره‌های مختلف تاریخی و مکاتبات مختلف بیان شده است.

روش پژوهش: به منظور اجرای پژوهش چهار فرضیه با استفاده از روش میدانی و تکنیک پرسشنامه با حجم ۴۴ سوال در نمونه‌ای به تعداد ۳۸۴ نفر از شهروندان تهران در شهرداری منطقه ۳ در نظر گرفته شده است.

یافته‌ها: به نظر می‌رسد میزان فرهنگ تعامل، کسب و کار، ترافیک و همزیستی شهروندان منطقه ۳ از سطح متوسط بالاتر است. اطلاعات جدول دو بعدی نشان می‌دهد که مردان در مقابل زنان منطقه ۳ از فرهنگ تعامل و همزیستی بالاتری برخوردارند (۷۴،۷ فرهنگ تعامل مردان در مقابل ۶۹،۶ فرهنگ تعامل زنان) (همچنین ۹۵،۱ فرهنگ همزیستی مردان در مقابل ۴۴،۸ درصد فرهنگ همزیستی زنان). اما در مقابل زنان فرهنگ ترافیک و کسب و کار بالاتری نسبت به مردان منطقه ۳ دارند (۸۱،۳ فرهنگ کسب و کار مردان در مقابل ۸۴،۵ درصد فرهنگ کسب و کار زنان و ۸۸،۹ درصد فرهنگ ترافیک مردان منطقه ۳ در مقابل ۹۲،۱ درصد فرهنگ ترافیک زنان این منطقه).

نتیجه گیری: فرهنگ تعامل، کسب و کار، ترافیک و همزیستی در میان شهروندان منطقه سه در سطح نسبتاً بالایی قرار دارد. همچنین مردان در مقابل زنان از فرهنگ تعامل و همزیستی بالاتر و در مقابل زنان؛ فرهنگ ترافیک و کسب و کار بالاتری نسبت به مردان منطقه ۳ دارند.

واژگان کلیدی: شهرداری - راهبردهای مدیریتی - فرهنگ شهروندی - فرهنگ عمومی

مقدمه

در کارهای روزنامه‌ای بکار می‌رود. در کتب علوم انسانی فرهنگ عام معادل فرهنگ عمومی است. اما معنای این ترکیب با فرهنگ عمومی متفاوت است.

بیان مسئله

فرهنگ عمومی افراد کل یک جامعه و کشور را از هر قشر اعم از تحصیل کرده و غیره شامل می‌شود. بنابراین می‌توان ترکیب "public culture" را معادل انگلیسی آن دانست. یعنی آن فرهنگی که نسبت به افراد جامعه عمومیت دارد. از این منظر فرهنگ عمومی به مجموعه‌ای از باورها و رفتارهای صحیح و غیرصحیح یک جامعه گفته می‌شود و عوامل متعدد و متنوعی، قدیمی و جدید در پیدایش و ماندگاری آن تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم دارد. برای این اساس، فرهنگ عمومی حوزه‌ای از نظام فرهنگی جامعه است که پشتوانه آن اجبار قانونی و رسمی نیست، بلکه تداوم آن در گروه اجبار اجتماعی اعمال شده از سوی آحاد جامعه و تشکلهای سازمانهای غیر دولتی (غیر رسمی) است. برخلاف حوزه فرهنگ رسمی، که در نهایت اجبار فیزیکی از آن حمایت می‌کند، حوزه فرهنگ عمومی عمدتاً بر پذیرش واقعات استوار است و عدم پایبندی به آن مجازات، به معنای حقوقی کلمه، را در پی ندارد. با توجه به نقش حکومت در جامعه که انسجام بخشی است، عدم تطبیق و همراهی فرهنگ عمومی با اهداف کلی نظام به عنوان «اصلاح فرهنگ عمومی» مورد توجه قرار می‌گیرد و حکومت با استفاده از مکانیزمهای مختلف تلاش می‌کند تا فرهنگ عمومی را با اهداف کلی هماهنگ سازد.

بنابراین به نظر می‌رسد که پرداختن به مسائل نظری فرهنگ عمومی جای آن دارد که مورد بحث و بررسی قرار گیرد تا و راهبردهای مدیریتی ارتقای آن نیز تجویز شود. بررسی شاخص‌های فرهنگ عمومی در شهر تهران و ارائه الگوی مدیریتی در راستای ارتقای این فرهنگ مهم‌ترین دغدغه نویسنده می‌باشد زیرا فرهنگ عمومی سازندگان و حاملان خاص خودش را دارد که بر بخشی از آنها از طریق بخشنامه میسر نیست. مصوبه قانونی برای فرهنگ عمومی گذاردن بدترین شکل برخورد می‌باشد که با ویژگی‌های فرهنگ عمومی مبنایت دارد، بلکه تدبیر مدیریتی لازم دارد که با ایجاد مکانیزم‌های مناسب آنرا تغییر داد.

شهری که فرهنگ شهروندی شهروندان آن در سطح قابل قبولی نباشد، آرام آرام، کارکرد ماهوی خود را که مهم‌ترین آن سکونت است، از دست می‌دهد و دیگر محل سکنی‌گزیدن نخواهد بود. چرا که سکونت و آرامش، نتیجه‌ی تعاملی پویا و نظام‌مند بین شهروندان با خدای هستی، خود و دیگر انسان‌ها، و نیز محیطی است که در آن زندگی می‌کنند. و چنانچه یکی از این ارتباطات دچار خدشه شود، اولین نتیجه‌ی آن، سلب آرامش روحی و روانی انسان است. از این رو اگر تمام شهروندان یک شهر به اصول زندگی در محیط‌های مشترک پایبند نباشند، و یا آداب زندگی در کنار یکدیگر را رعایت نکنند، ادامه‌ی با هم بودن غیرممکن خواهد بود؛ و برای انسانی که ذاتاً اجتماعی آفریده شده است، نبودن در کنار جمع، مساوی با مرگ است. به عبارت دیگر، بدون رعایت عمومی الزامات فرهنگی زندگی در شهر، شهرنشینی بسیار سخت، زجرآور و حتی مرگ‌بار می‌شود. و پرواضح است که فرایند هنجارسازی و درونی نمودن این مراعات‌ها، جز در آموزش فرهنگ شهروندی قابل تعریف نیست. از زاویه‌ی دیگر، بدون ارتقای فرهنگ شهروندی، حرکت به سوی توسعه‌ی همه‌جانبه‌ی شهرها غیرممکن است. جالب آن که نتایج تحقیقات علمی نشان می‌دهد که حتی با زیرساخت‌های فعلی، در صورت ارتقای فرهنگ شهروندی، ظرفیت سکونت در شهرها، به میزان قابل توجهی افزایش می‌یابد؛ و شاخص‌های رفاه شهروندان نیز به شدت رشد می‌کند. برای مثال، تنها با رعایت قوانین ترافیکی، ظرفیت اکثر معابر شهرها با همین زیرساخت‌های کنونی به طور محسوس افزایش می‌یابد و عبور و مرور در آنها به شکل چشمگیری متحول می‌شود.

در این پایان نامه تلاش بر این شد تا با تعریف واژه‌های مربوط به فرهنگ عمومی و فرهنگ شهروندی راه‌های مدیریتی مناسب جهت ارتقاء فرهنگ عمومی شهروندان با آسیب شناسی موضوع و نمونه قرار دادن بخشی از شهر تهران ارائه می‌گردد. امید است با تلاش بی‌شائبه‌ی ای که در این خصوص صورت گرفت گامی در جهت ارتقاء فرهنگ عمومی شهروندان در شهر تهران داشته و بتوانیم بیش از پیش اقدام بایسته‌ی ای در جهت آسایش شهروندان خود داشته باشیم. واژه فرهنگ عمومی واژه‌ای جدید است و دریافت معنی و مفهوم آن به سادگی میسر نیست. این اصطلاح با معنایی که امروزه از آن استفاده می‌شود کاربرد چندانی در علوم انسانی ندارد و به تازگی

اهمیت و ضرورت تحقیق

مفهوم فرهنگ عمومی در تقابل مردم - دولت (از لحاظ مفهومی) معنی پیدا می‌کند. هنگامی که دولت و حکومت با برنامه‌ریزی خود را برای دستیابی به اهدافی تلاش می‌کند و براساس ارزشهای مورد قبول عمل می‌کند، با حوزه‌ای از فرهنگ (در همه اشکال آن: نمادی، نهادی، درونی و...) مواجه می‌شود که با این اقدامات سازگار نیست. از طریق قانون و سایر ابزارهای اعمال قدرت هم قابل تغییر نیست در چنین حالتی حوزه فرهنگ عمومی منکشف می‌شود و خود را می‌نمایاند. انتظار می‌رود پس از شناخت تمامی ابعاد، مولفه‌ها و موانع فرهنگ عمومی در شهر تهران بتوان الگوی مدیریتی برای ارتقای فرهنگ عمومی حداقل در منطقه مورد مطالعه ارائه کرد. ارائه این الگوی می‌تواند ضرورت و انجام آن را جهت مطالعه بیشتر در سطوح منطقه‌ای و حتی ملی توجیه کند. ضمن آنکه شناخت و بیکردها، مدل‌ها و کاربردها و دیدگاه موجود در خصوص فرهنگ عمومی می‌تواند گامی موثر هر چند اندک در تحقیقاتی مشابه باشد. پژوهش حاضر از حیث عملی نیز دارای فواید زیادی می‌باشد. تهیه راهبردهای مدیریتی برای متولیان و سیاستگذاران فرهنگی که عمدتاً برنامه خاصی برای این گونه مسائل در کشور ندارند می‌تواند راهگشا باشد.

هدف تحقیق

هدف اصلی تحقیق ارتقای فرهنگ عمومی شهروندان در شهرداری منطقه ۳ تهران است.

سوالات تحقیق

هدف اصلی پژوهش به این نکته می‌پردازد که فرهنگ عمومی شهروندان چگونه ارتقا می‌یابد و راهبردهای مدیریتی جهت ارتقای فرهنگ عمومی شهروندان کدام است؟

فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اصلی: می‌توان فرهنگ عمومی شهروندان را ارتقا داد.

فرضیه‌های فرعی:

۱- فرهنگ تعامل در ارتقای فرهنگ عمومی شهروندان تاثیرگذار است.

۲- فرهنگ کسب و کار در ارتقای فرهنگ عمومی شهروندان تاثیرگذار است.

۳- فرهنگ ترافیک در ارتقای فرهنگ عمومی

شهروندان تاثیرگذار است.

۴- فرهنگ همزیستی در ارتقای فرهنگ عمومی شهروندان

تاثیرگذار است.

۵- ترسیم وضعیت موجود و مطلوب فرهنگ عمومی شهروندی در

ارتقای فرهنگ عمومی شهروندان تاثیرگذار است.

مفهوم فرهنگ

فرهنگ عبارتست از: «فرهنگ شیوه زندگی یک ملت است که الگوهای قراردادی از تفکر و رفتار را شامل ارزشها، عقاید، مقررات، سلوک، سازمانهای سیاسی، فعالیتهای اقتصادی و امثال اینها را که از طریق یادگیری نه توارث زیستی از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود، در بر می‌گیرد (Kupper, 1985: 176).

در تعریف عملیاتی فرهنگ می‌توان گفت: الگوهای مشخص از قوانین، اعتقادات، ارزش‌ها، باورها، نگرش، سنت‌های اجتماعی و سمبل‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد تا به زندگی گروهی معنی و مفهوم ببخشد.

فرهنگ شهروندی؛ اندیشه‌ها و نظریات

امروزه در ایران پدیده شهروندی در مطالعات علمی ما متأثر از جامعه مدنی (غرب) است و ما در تکامل فرهنگی شهروندی خود اشاره به تنظیم امور بر اساس فرهنگ غربی می‌کنیم و معتقدیم که رویکردها و ارزشهای فرهنگ شهروندی، ایرانی‌کهنه است و تکیه بر الگوها و ارزشهای جامعه غربی می‌کنیم. باید مبنای برنامه‌ریزی‌ها و استراتژی‌های توسعه و بسط فرهنگ شهروندی خود را با تاکید بر مبنای و معیارهای الگوی «ملی، منطقه‌ای و محلی» تدوین کنیم و در عین هويت ملی داشتن از تجارب سایر جوامع با استفاده از معیارهای فرهنگ شهروندی ملی به توانایی هدایت جامعه پرداخت و از لوازم کورکورانه الگوهای غربی پرهیز نمائیم. «پس به این ترتیب شناسایی اهدافی که فرهنگ و جهان بین ایرانی را برای فرهنگ شهروندی تعریف می‌نماید از اولیه‌ترین مراحل است که باید به انجام برسد تا بر اساس آن بتوان به تنظیم و تقنین قوانینی پرداخت که ضرورت بقا و دوام فرهنگ شهروندی جامعه را در پی دارد.

در گام بعدی برای بقا فرهنگ شهروندی در ایران باید وحدت هدف را برای شهروندان به وجود آورد، این

بدین سان مدیریت شهری عبارت از سازماندهی عوامل و منابع برای پاسخگویی به نیازهای ساکنان شهر است (صرافی و دیگران، ۱۳۷۹: ۷۰-۸۱) مدیریت شهری، شامل کارکردهای برنامه‌ریزی، اجرا، نظارت، کنترل و هدایت است و از این رو برای اعمال قدرت باید برآمده از اداره شهروندان و قراردادهای اجتماعی باشد. مترادف مفهوم مدیریت شهری، به رغم ماهیت آن، با مفهوم شهرداری به عنوان سازمان مدیریت شهری ما را ناگزیر می‌سازد تا مفهوم شهرداری را نیز بیان کنیم. شهرداری، عنصر سازمانی در نظام اداره امور شهرهای کشور است. در یک تعریف می‌توان گفت، شهرداری سازمانی است که شهرها با استفاده از حقوق طبیعی خود و اختیاری که قانون به آنها اعطا کرده است، به منظور ایجاد و اداره تاسیسات عمومی، وضع و اجرای نظامات شهری و تامین نیازمندیهای مشترک محلی به وجود می‌آورند و به آن اختیار و نمایندگی مدهند تا هزینه خدماتی را که بر عهده آن گذاشته شده است با اسلوبی منطقی و عادلانه بین ساکنان شهر و استفاده کنندگان توزیع و سرشکن نموده، از آنها وصل کند (هاشمی، ۱۳۷۱: ۶) برابر ماده ۵ قانون محاسبات عمومی کشور نیز شهرداری سازمانی است عمومی و غیر دولتی که دارای شخصیت و استقلال حقوقی بوده و زیر نظر شورای شهر، که منتخب مردم است و نظارت دولت از طریق وزارت کشور، برای انجام وظایف تصریح شده در قانون شهرداری ها تاسیس شده است. (اکبری، عبدالهی، ۱۳۸۴: ۱۸۷)

تعریف فرهنگ عمومی

فرهنگ عمومی (Public culture) را می‌توان به طور بسیار کلی و در زبانی که از لحاظ نظری باید آن را بر نظریه «سرمایه» پی‌یر بوردیو (۱۹۹۴) استوار کرد، سطحی از انباشت فرهنگی و ساختارهایی از عادت‌واره (habitus) های اجتماعی تعریف کرد که بیشترین گسترش را در یک جامعه مفروض در زمانی مشخص داشته باشد. فرهنگ عمومی بخشی از رفتارهای فرهنگی است که نسبت به افراد جامعه عمومیت داشته و در جمیع حوزه های زندگی اجتماعی از قبیل: خانواده، حکومت، اقتصاد، آموزش و پرورش و... جلوه می یابد(بهرروز گرانماه)^۸.

وحدت هم در بعد زندگی مادی و هم معنوی فرهنگ شهروندان باید ایجاد کرد؛ تحصیل این مسئله در پرتو یک زندگی اجتماعی میسر نیست؛ و قانونگذاری در جامعه از این طریق میسر می‌گردد و خارج از این هدف شهروندان جامعه با مشکلات و پیامدهای اجتماعی و فرهنگی که منجر به نابودی جامعه می‌گردد، روبرو خواهند شد. پس قانون‌مندی برای بقا فرهنگ شهروندی در جامعه مدنی امری ضروری و انکارناپذیر است. «(نقی-زاده، ۱۳۸۵: ش ۱۸۴)

اگر ارزشها را مفهوم و باور در نظر بگیریم، هنجارها راشکل، خطوط راهنما و روش و قواعد دستیابی به ارزشها می‌توان در نظر گرفت. ارزش ها و هنجارها، بخشی از عناصر غیر مادی فرهنگ‌اند. عناصر مادی و غیر مادی فرهنگ به گونه مداوم در حال تغییر هستند؛ اگر چه سرعت تغییرات عناصر مادی در طول زمان بیش‌تر است، اما تغییر دو عنصر بر یکدیگر اثر گذار است و در پی آن، مجموعه‌ها ۳ و حوزه‌های فرهنگی ۴ نیز تغییر می‌کند. هنجارها ۵ شکل عینی، بیرونی و محسوس ارزشها ۶ هستند در حالی که ارزشها مفهوم‌اند و نوعی درجه‌بندی ذهنی تلقی می‌شوند و انتزاع آن از هنجارها در واقع امکان ندارد و باعث بی معنایی هنجار در سطح جامعه می‌گردد (قلی زاده، ۱۳۸۸).

مفهوم مدیریت شهری

گسترده‌گی و پیچیدگی مسائل شهری و رشد و توسعه روزافزون شهرها، مدیریت امور شهر را به وظیفه-ای دشوار تبدیل کرده است. علاوه بر موضوعاتی همچون محیط زیست، حمل و نقل، ایمنی و برنامه‌ریزی شهری، یکی از عوامل مهمی که تاثیر فزاینده و تعیین کننده بر عوامل سازنده شهری دارد، مدیریت شهری است. اگر شهر همچون سازمانی در نظر گرفته شود، لازم است در راس آن عنصری برای برنامه‌ریزی آینده و اداره امور کنونی قرار گیرد. این عنصر را می‌توان مدیریت شهر نامید. مسائل بسیاری در شهرها وجود دارد که برای حل آنها و پاسخ به درخواستهای موجود در عرصه‌های زندگی جمعی، وجود مدیریت شهری ضروری است. این موضوع به ویژه در مسائل خدماتی و عمرانی عمومی جنبه خاص پیدا می‌کند. لذا در اموری مانند تامین بهداشت و نظافت محیط شهر، ایجاد و حفظ فضای سبز، تامین ایمنی شهر و شهروندان و... نیازمند وجود سازمانی با تشکیلات مشخص هستیم تا مدیریت شهر به نحو مطلوب صورت گیرد.

قرار دهد که تباین مفهومی هر کدام از این سه قید یا دیگری، روشن است و مورد تاکید. ظواهر و مظاهر از کیفیت فرهنگی جامعه، که در معرض عموم قرار می‌گیرد، «فرهنگ عمومی» است.

مفهوم فرهنگ عمومی

«فرهنگ عمومی»، عبارت است از مجموعه منسجم و نظام یافته‌ای از اهداف، ارزشها، عقاید، باورها، رسوم و هنجارهای مردم متعلق به یک جامعه بزرگ، قوم یا ملت» بنابراین فرهنگ عمومی، شامل تمامی فعالیتهای مبتنی بر اندیشه و عادت است که در جهت برآوردن نیازهای بشری بسته به انواع جوامع از نظر تاریخی، سیاسی، اقتصادی، مذهبی، رفتارهای عمومی مردم را شکل می‌دهد. همه انسانهایی که در گذشته‌های دور تا کنون در اقصی نقاط دنیا زندگی کرده‌اید؛ فرهنگ داشته‌اند. پس فرهنگ یک پدیده عام است و هیچ گروه یا فردی در جامعه انسانی نمی‌توان یافت که فرهنگ نداشته باشد؛ اما از آنجایی که اقوام و جوامع مختلف به نحو یکسانی در برآوردن نیازی خود و برخوردشان برای رفع نیازها یسکان بوده است، طبیعتاً فرهنگ خاص خود را ساخته و پرداخته اند و از این رو است که در الگوهای رفتاری هستند که گذشته از تکرر فرهنگی قومیت‌های مختلف جامعه، جنبه عام داشته، همگان آن را پذیرفته‌اند و در یک کل اجتماعی از آن پیروی می‌کنند. همین جنبه‌های عام در یک جامعه بزرگ یا ملت را به عنوان «فرهنگ عمومی» آن جامعه می‌توان مورد مطالعه و بررسی قرار داد. شخصیت اجتماعی مردم یک جامعه در فرهنگ عمومی آن خلاصه می‌شود و اهداف و کیفیت و مسیر حرکت به سوی تعالی با زوال و عقب افتادگی آن تحت تاثیر فرهنگ عمومی است.

لذا اهمیت شناخت و بررسی فرهنگ عمومی برای ارتقا و تحول آن در مسیر رشد و توسعه، آشکار می‌شود. بسیاری از پژوهشگران برای واکاوی فرهنگ عمومی و اصلاح و برنامه‌ریزی آن ابتدا به بررسی دقیق آن از طریق کارکردهای سطوح و لایه‌های مختلف فرهنگ می‌پردازند. زیرا فرهنگ از سطوح مختلفی مشتق شده است. برخی از این مشتقات در یک نظام فرهنگی، پایه‌ها و ریشه‌های فرهنگ عمومی را می‌سازند. این بخش را لایه زیرین مجموعه می‌نامند که دیگر سطوح و لایه‌ها بر آن قرار دارند، می‌توان گفت که جهان بینی ها و شناخت شناسی در این سح قرار دارد که ریشه بیاری از باورها، اعتقادات و ارزشها را به عنوان لایه بعدی فرهنگ تشکیل

برای تعریف فرهنگ عمومی ابتدا باید منظور از کلمه «عمومی» به کار رفته در این ترکیب مشخص شود. در مجموعه سه احتمال قابل تصور است:

۱- «عمومی» صفت برای فرهنگ می‌باشد، اما نه به عنوان تخصیص بلکه به عنوان وصف توضیحی. در این فرض فرهنگ عمومی یعنی فرهنگی که دارای وصف عمومیت است.

۲- «عمومی» مضاف‌الیه برای فرهنگ می‌باشد. مطابق این فرض، فرهنگ عمومی یعنی فرهنگی که متعلق به عموم مردم است و مترادف با فرهنگ عامه.

۳- «عمومی» وصف و قید مخصوص برای فرهنگ می‌باشد. در اینجا فرهنگ عمومی یعنی عرصه‌ای از فرهنگ که رابطه‌ای مستقیم با عموم مردم دارد و در برابر فرهنگ خاصه قرار می‌گیرد که بخش یا قلمرویی یا جنبه‌ای از فرهنگ قلمداد می‌شود که چندان رابطه مستقیمی با عموم ندارد.

از این سه احتمال، احتمال اول و دوم منتفی است. منظور از فرهنگ عمومی بیان یکی از ویژگیهای فرهنگ که تعلق آن به عموم مردم است نمی‌باشد. همچنین مراد این نیست که بخواهیم یکی از شئون عموم مردم را که همانا فرهنگ است بیان کرده باشیم، بلکه منظور از فرهنگ عمومی وجوه یا ابعاد یا قلمروهایی از فرهنگ است که با عامه مردم در ارتباط می‌باشد. در نتیجه آن جنبه‌ها یا وجوهی که مرتبط با بخشهای خاص، اختصاصی و تخصصی است، از مفهوم فرهنگ عمومی خارج است.

تعاریف قابل فرض «فرهنگ عمومی»

فرهنگ عمومی عبارت است از بخشی از فرهنگ که از شیوه رفتارهای عمومی مردم (یا عرف جامعه) ساخته می‌شود یا تاثیر مشهود می‌پذیرد. در برابر بخش دیگری از فرهنگ که توسط دستگاه‌های خاص یا اقشار خاص، شکل می‌گیرد. فرهنگ عمومی عناصری از فرهنگ است که عامه مردم در کیفیت آن نقش دارند. در برابر عناصری که اقشار خاصی در تکوین آن موثرند مانند علوم یا قوانین... اگر هر کدام از این عناصر و اجزای «از فرهنگ بدانیم»

فرهنگ عمومی، مولفه‌ها و ابعادی از فرهنگ است که شامل عمومی مردم می‌شود و همگان با آن سرو کار دارند؛ و یا عموم مردم نسبت به آن حساسیت و شناخت دارند؛ و یا زندگی عمومی مردم را مستقیماً تحت تاثیر

شهروندان است (Bloomfield and Bianchini 2001: 108). حق آموزش از جمله حق دسترسی به آموزش عالی نیز با توجه به این نکته از جمله حقوق فرهنگی شهروند محسوب می‌شود. ترنر استدلال می‌کند که بین دموکراتیزاسیون فرهنگ، یعنی همگانی کردن فرهنگ و در عین حال توجه به فرهنگ عامه مردم، و حق دسترسی به آموزش و آموزش عالی نسبتی وجود دارد. وی می‌نویسد: «دموکراتیزاسیون فرهنگ و شهروندی فرهنگی مستلزم جانشین کردن اخلاق اشرافی با اخلاق دموکراتیک از طریق پذیرش اصل برابری آموزش و دسترسی به آموزش عالی است. (Turner 2001: 16)» همچنین در نظریه ی پارسونز از نظام دانشگاهی، سطحی از شهروندی فرهنگی را عرضه می‌کند که در آن شهروندان می‌توانند از طریق نظام دانشگاهی در فرهنگ مشارکت کنند.

آشنایی با شهرداری تهران

شهرداری تهران، سازمانی است غیر دولتی که در سال ۱۲۸۶ تاسیس شد و اداره شهر تهران را به عهده گرفت. مسئولیت اداره شهرداری با شهردار تهران است. قبلاً شهردار با حکم وزیر کشور منصوب می‌شد اما پس از تشکیل شورای شهر از طریق آرای این شورا انتخاب می‌شود. شهرداری از نظر لغوی از دو کلمه «شهر» و «داری» تشکیل شده که «داری» به معنی اداره و مدیریت و «شهر» پس از ۱۳۶۲ به جایی که دارای شهرداری باشد اطلاق می‌گردد. بنابراین از نظر لغوی شهرداری را می‌توان سازمان اداره شهر دانست و در اصطلاح، شهرداری به واحدی گفته می‌شود که به منظور اداره امور محلی و ارائه خدمات عمومی مورد نیاز شهروندان در یک مرکز جمعیتی با خصایص شهری تشکیل می‌شود. شهرداری تهران، شامل ۲۲ منطقه است که اداره هر منطقه به عهده قائم مقام شهردار در آن منطقه می‌باشد.

منطقه ۳ شهرداری تهران با مساحتی بالغ بر ۳ هزار هکتار، در پهنه شمال شرقی شهر تهران واقع شده است و یکی از بزرگترین مناطق شهری تهران است. این منطقه از شمال به بزرگراه شهید چمران، بزرگراه شهید مدرس و بزرگراه آیت الله صدر و از شرق به خیابان پاسداران و بخشی از خیابان شریعتی و از جنوب به بزرگراه رسالت و بزرگراه همت و از غرب به بزرگراه شهید چمران محدود می‌شود. منطقه ۳ شهرداری دارای ۶ ناحیه و ۱۱ محله است. بسیاری از کاربری‌های موجود در

می‌دهند. سطح بعد، آئین‌ها، هنر و ادبیات است که لایه بعدی را تشکیل می‌دهند و بر پایه باورها، اعتقادات و ارزشهای یک جامعه استوارند. لایه بعدی که بیرونی‌ترین و آشکار ترین سطح است، هنجارها و الگوهای رفتاری و معیارهای اجتماعی در یک جامعه مورد مشاهده و بررسی است. یکی از جامعه شناسان به نام اولسون، فرهنگ را دارای چهار مولفه، هنجار، باور، ارزش و تکنولوژی می‌داند. در هنجار به دنبال این هستیم که چه چیز در فرهنگ مردم وجود دارد و در ارزش به دنبال این هستیم که چه باید باشد. در حقیقت نگرش آرمانی به آنچه که در فرهنگ عمومی انتظار داریم، ارزش است و در تکنولوژی، به چگونگی انجام امور توجه داریم. (مرعشی، ۱۳۷۶، ص ۵۹ الی ۷۳)

تحول فرهنگ عمومی در جهان و ایران

کشور ایران که یک کشور اسلامی است و از دیر باز دارای تمدن غنی ایرانی و ارزشهای اصیل می‌باشد، اهمیت خاصی به مقوله فرهنگ و تعامل افراد با یکدیگر نه تنها به عنوان اعضای یک جامعه، بلکه به عنوان یک فرهنگ ویژه و شناخته شده جامعه اسلامی، می‌دهد. فرهنگ عمومی در کشور ایران مبتنی بر اصول و معارف اسلامی است. در دین مقدس اسلام غیر از اینکه افراد به یک سلسله مبانی فردی از نظر مسائل اخلاقی و فرهنگی معتقد هستند، یک سلسله قوانین و برنامه‌هایی وجود دارد که بر اساس روابط اجتماعی افراد را به یکدیگر پایبند می‌سازد.

بدیهی است که در چنین دینی، فرهنگ عمومی نیز بر پایه همزیستی، مودت، محبت، همکاری، همیاری و کمک و دستگیری از یکدیگر است. مهرورزی و عدالت اجتماعی و ظلم ستیزی از محوری ترین اصول اسلام در فرهنگ عمومی جامعه است. در غرب وقتی فرهنگ عمومی تعریف می‌شود، رفتارهای عرفی مبنا قرار می‌گیرد. اما در جامعه اسلامی ایران همانطور که در بخش قبل سطوح مختلف فرهنگ را تشریح کردیم، الگوهای رفتاری جامعه اسلامی منبعث از لایه‌های زیرین است که همانا اندیشه‌های دینی بر آن حاکمند. در جامعه ایران وقتی از دین صحبت می‌شود، کلیه سطوح یعنی باورها، ارزشها، هنجارها، رفتار، عرف و شئون اجتماعی که عناصر فرهنگ عمومی هستند، بر اساس تعالیم اسلامی شکل گرفته‌اند.

مشارکت در فرهنگ عمومی جامعه و داشتن فرصت برای تغییر آن یکی دیگر از ابعاد مهم حقوق فرهنگی

در مجموع با استفاده از تعاریف و مفاهیم مختلف و نظر نخبگان و صاحبانظران عرصه فرهنگ مدل نظری پژوهش بصورت زیر تکمیل می‌شود. (صالحی امیری، ۱۳۹۱)

از آنجائی که این تحقیق در شهرداری منطقه سه صورت گرفت، لذا نیاز به در اختیار داشتن آمار مربوط به مناطق ونواحی شهرداری منطقه سه وجود داشت که این آمار از طریق اداره کل امور اداری این واحد و دفتر روابط عمومی شهرداری منطقه سه جمع آوری شد.

روش تحقیق

این پژوهش از حیث هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی است. برای تعیین حجم نمونه در تحقیقات از روشهای مختلفی استفاده می شود. دو روش متداول برای این کار استفاده از فرمول شارل کوکران و جدول مورگان است. که ما در این تحقیق از روش کوکران استفاده نمودیم. در این تحقیق از روش نمونه گیری تصادفی طبقه بندی شده به صورت اختصاص متناسب به کار گرفته می‌شود. روش کار بدین صورت می‌باشد که منطقه ۳ به ۱۲ محله تقسیم و سپس متناسب با حجم جامعه آماری در هر محله نسبت به کل منطقه پرسشنامه‌های تحقیق توزیع گردید. نمونه آماری پس از محاسبه کل شهروندان منطقه که ۳۰۰۰۰۰ نفر می‌باشند با فرمول کوکران محاسبه شد و حجم نمونه مورد مطالعه ۳۸۴ نفر محاسبه گردید

برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شده همچنین برای ضریب قابلیت اعتماد از روش ضریب آلفای کرونباخ است. پرسشنامه مورد استفاده در این تحقیق حاوی دو نوع سؤال می‌باشد. سئوالاتی در خصوص اطلاعات کلی شهروندان و سئوالاتی که با هدف

• فرهنگ تعامل: روابط اخلاقی و اجتماعی میان افراد جامعه نقش متغیرهای تحقیق و فرضیات تحقیق تهیه شده است مانند رعایت حقوق دیگران، احترام به دیگر شهروندان. این پرسشنامه شامل ۴۴ سؤال می‌باشد. که در آن همیاری و همکاری اعضای جامعه و مشارکت افراد، حس اعتماد فرهنگ عمومی به شرح ذیل تقسیم بندی شد. و در پرسشنامه (بر اساس طیف لیکرت پنج گزینه ای)

• فرهنگ کسب و کار: فرهنگ کسب و کار در موارد زیر کاربردهای گویه‌های زیر خلاصه شد.

دارد مانند وجدان کاری، تعهد کاری، حفظ منافع دیگران، جداول تهیه شده از مرحله قبل با استفاده از نرم مسئولیت پذیری.

• فرهنگ ترافیک: مجموعه ای از عوامل موثر بر آن از جمله گرفتند و سپس آزمون فرضیه ها بر روی پاسخهای انضباط ترافیکی (مهندسی ترافیک، اجرای مقررات، آموزش) مربوط به متغیرهای مستقل تحقیق صورت گرفت و پذیرش حقوق دیگران است.

• فرهنگ همزیستی: مواردی چون همزیستی مسالمت آمیز شهروندان تهیه شد. قلمرو تحقیق از لحاظ موضوعی، حفظ سلامت و نظافت شهر را شامل می‌شود.

زمانی و مکانی به صورت زیر تعریف می‌گردد: این تحقیق در فاصله زمانی آبان ۹۱ تا فروردین ۹۲ صورت گرفته و

منطقه ۳ عملکرد شهری دارند، مانند: امامزاده اسماعیل (ع)، بوستان ملت، ساختمان‌های تشریفاتی، دولتی، سفارتخانه‌ها، دانشگاه‌ها، ساختمان‌های تجاری. به دلیل وجود چنین کاربری‌هایی، حجم تردد و مسافرت درون شهری به منطقه ۳ بسیار زیاد است.

از گردشگاه‌های مهم این منطقه می‌توان از پارک ملت نام برد. این منطقه به مساحت ۳۲ کیلومتر مربع می‌باشد و از مناطق فرهنگی آن می‌توان فرهنگسرای ارسباران و کتابخانه علامه امینی و کتابخانه استاد شهریار و باغ موزه آب واقع در خیابان یخچال را نام برد. همچنین مجموعه ورزشی انقلاب جنب پارک ملت در این منطقه قرار دارد.

ابعاد فرهنگ عمومی طبق نظریات اندیشمندان و صاحبانظران این حوزه در شاخص‌های زیر استخراج شد و با گویه‌های مرتبط مورد سوال قرار گرفت. بنابراین طبق مفهوم و تعریف فرهنگ عمومی و تطبیق آن با موضوع شهروندان جهت کاربردی کردن مفاهیم و استفاده از آن در چارچوب نظری تحقیق می‌توان جمع بندی کلی از تلفیق مفاهیم را به این صورت شرح داد که "فرهنگ عمومی" مجموعه ارزشها، هنجارها و رفتارهای تعمیم یافته میان آحاد جامعه به نحوی که تداوم آن را ضروری و فقدان آن را زیانبار بدانند. رفتار در فرایند زمان هنجار تولید می‌کند و هنجارها نیز از ارزشهای اجتماعی تبعیت دارند. تعاملات اجتماعی، کسب و کار، ترافیک و همزیستی شهروندان و ... مجموعه به هم پیوسته و منسجمی از رفتارها و ارزشهای نهادینه شده را در بر می‌گیرد که منجر به فرهنگ عمومی شهروندان و افراد یک جامعه می‌شود. فرهنگ عمومی به سطوح مختلفی تقسیم می‌شود، مناسبترین سطوح در حوزه شهر و شهروندان به شرح زیر است:



فرهنگ تعامل (رعایت حقوق دیگران، مشارکت و همکاری، اعتماد)
فرهنگ کسب و کار (وجدان کاری، تعهدکاری، مسئولیت پذیری، حفظ منافع دیگران)
فرهنگ ترافیک (انضباط ترافیکی، پذیرش حقوق دیگران)
فرهنگ همزیستی (همزیستی مسالمت آمیز، حفظ سلامت شهر)

با توجه به نتایج بخش دوم پرسشنامه (ویژگی های جمعیت شناختی)، اطلاعات زیر به طور خلاصه در مورد مشخصات نمونه آماری مورد نظر ارائه می شود. در قسمت امار توصیفی ۳۲،۷ درصد از پاسخگویان مرد و ۶۴،۳ درصد آنان زن بوده اند. در مجموع پرسشنامه بر روی نمونه ۳۹۸ نفری اجرا شده است.

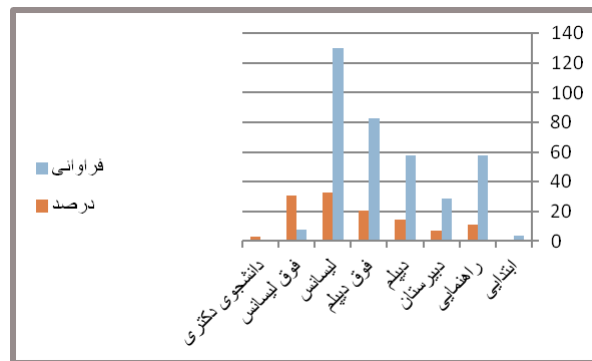
یافته های تحقیق

بر اساس اطلاعات جدول فراوانی، بیشترین توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تحصیلات مربوط به لیسانس با تعداد ۱۳۰ نفر (۳۳،۷ درصد) و فوق دیپلم با تعداد ۸۳ نفر (۱۴/۶ درصد) می باشد. کمترین میزان توزیع پاسخگویان در گروه تحصیلی دکترا با ۸ و ابتدایی با ۱ درصد می باشد.

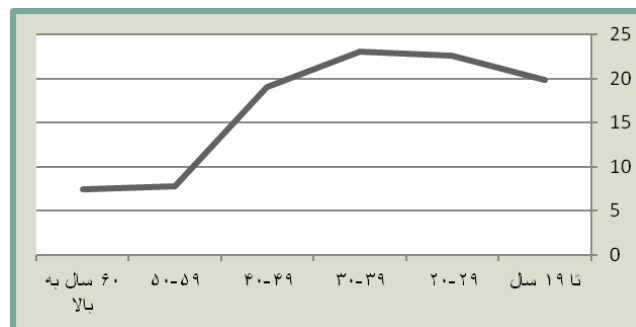
در میان شهروندان ساکن در منطقه ۳ شهر تهران که حداقل ۳ سال سابقه سکونت در این منطقه را دارند انجام شده است. از آنجائی که این تحقیق در شهرداری منطقه سه صورت گرفت، لذا نیاز به در اختیار داشتن آمار مربوط به مناطق ونواحی شهرداری منطقه سه وجود داشت که این آمار از طریق اداره کل امور اداری این واحد و دفتر روابط عمومی شهرداری منطقه سه جمع آوری شد.

توصیف داده ها

توصیف آماری داده ها، گامی در جهت تشخیص الگوی حاکم بر آن ها و پایه ای برای تبیین روابط بین متغیرهایی است که در پژوهش به کار می رود (خورشیدی و قریشی، ۱۳۸۱، ۲۵۴). در این تحقیق که در آن ابعاد فرهنگ عمومی (فرهنگ تعامل، فرهنگ کسب و کار، فرهنگ ترافیک، فرهنگ همزیستی) تقسیم بندی شد و در پرسشنامه (بر اساس طیف لیکرت پنج گزینه ای) زیر خلاصه شد و شاخص های فرهنگ عمومی در قالب گویه های زیر به شهروندان جهت پاسخگویی ارائه شد:



نمودار شماره ۱: توزیع پاسخگویان بر حسب تحصیلات



نمودار شماره ۲: توزیع سنی پاسخگویان

آزمون فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اول: فرهنگ تعامل (از طریق رعایت حقوق دیگران، مشارکت و همکاری، اعتماد) در ارتقای فرهنگ عمومی شهروندان منطقه ۳ تهران نقش دارد.

در آزمون این فرض باقیمانده طبقات کم و خیلی کم باید نسبت به باقیمانده طبقات زیاد و خیلی زیاد مثبت باشد. در اینجا باقیمانده طبقات خیلی کم و کم برابر با ۶۳،۲- و ۴۲،۲- و باقیمانده طبقات زیاد و خیلی زیاد برابر با ۷۶،۸ و ۳۱،۸ است. بنابراین در منطقه ۳ تهران، فرهنگ تعامل شهروندان بالا است.

جدول شماره ۱: توزیع فراوانی در خصوص فرهنگ تعامل شهروندان در منطقه ۳

فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
بسیار کم	۵	۱/۵	۱/۵
کم	۲۶	۷/۶	۹/۱
متوسط	۶۵	۱۹/۱	۲۸/۲
زیاد	۱۴۵	۴۲/۵	۷۰/۷
بسیار زیاد	۱۰۰	۲۹/۳	۱۰۰
میسینگ	۵۷	۱۴/۳	
جمع	۳۹۸	۱۰۰	

شهروندان منطقه ۳، ۹۰،۱ درصدشان دارای فرهنگ تعامل پایین، ۱۹،۱ درصد متوسط و ۷۱،۸ درصد فرهنگ تعامل بالایی دارند.

آزمون فرضیه دوم: فرهنگ کسب و کار (از طریق وجدان کاری، تعهدکاری، مسئولیت پذیری، حفظ منافع دیگران) در ارتقای فرهنگ عمومی شهروندان منطقه ۳ تهران نقش دارد.

در آزمون این فرض باقیمانده طبقات کم و خیلی کم باید نسبت به باقیمانده طبقات زیاد و خیلی زیاد مثبت باشد. در اینجا باقیمانده طبقات خیلی کم و کم برابر با ۶۷،۶- و ۶۵،۶- و باقیمانده طبقه خیلی زیاد برابر با ۵۸،۴ و ۱۰۴،۴ است. بنابراین شهروندان منطقه ۳ تهران از فرهنگ کسب و کار بالا برخوردار هستند.

بنا به اظهار شهروندان منطقه ۳، ۴،۳ درصد از آنان فرهنگ کسب و کار پایینی دارند و ۱۶،۴ درصد در این خصوص دارای فرهنگ متوسط و ۸۳،۷ درصد فرهنگ کسب و کار بالایی دارند.

جدول شماره ۲: توزیع فراوانی در خصوص فرهنگ کسب و کار شهروندان در منطقه ۳

فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
بسیار کم	۷	۱/۸	۱/۹
کم	۹	۲/۳	۴/۳
متوسط	۴۵	۱۱/۳	۱۶/۴
زیاد	۱۳۳	۳۳/۴	۵۲
بسیار زیاد	۱۷۹	۴۵/۰	۱۰۰
میسینگ	۲۵	۶/۳	
جمع	۳۹۸	۱۰۰	

آزمون فرضیه سوم: فرهنگ ترافیک (از طریق انضباط ترافیکی، پذیرش حقوق دیگران) در ارتقای فرهنگ عمومی شهروندان منطقه ۳ تهران نقش دارد.

در آزمون این فرض باقیمانده طبقات کم و خیلی کم باید نسبت به باقیمانده طبقات زیاد و خیلی زیاد مثبت باشد. در اینجا باقیمانده طبقات خیلی کم و کم برابر با ۶۷،۶- و ۶۲،۶- و باقیمانده طبقه خیلی زیاد برابر با ۳۱،۴ و ۱۴۴،۴ است. بنابراین شهروندان منطقه ۳ تهران از فرهنگ ترافیک بالا برخوردار هستند. درخصوص بررسی فرهنگ ترافیک شهروندان منطقه ۳ تهران، شهروندان در پاسخ به سؤالاتی که رعایت فرهنگ ترافیک را می‌سنجید، تنها ۲ درصد اظهار داشته اند که آنرا رعایت نمیکنند. در حالی که ۵۴،۳ درصد به رعایت آن مدعی بودند. مطابق با جدول اطلاعات فراوانی بالا، کلیه گویه ها نمره بالاتر از میانگین (۳) کسب کرده اند. به عبارتی درخصوص سؤالات مربوط به فرهنگ ترافیک، پاسخگویان به کلیه سؤالات نمره ای بالاتر از متوسط داده اند. یعنی فرهنگ ترافیک را رعایت می‌کنند.

جدول شماره ۳: توزیع فراوانی در خصوص فرهنگ ترافیک شهروندان در منطقه ۳

فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
بسیار کم	۱	۳	۳
کم	۶	۱/۷	۲
متوسط	۲۳	۵/۸	۸/۷
زیاد	۱۰۰	۲۵/۱	۳۷/۹
بسیار زیاد	۲۱۳	۵۳/۵	۱۰۰
میسینگ	۵۵	۱۳/۸	

آزمون فرضیه چهارم: فرهنگ همزیستی (از طریق همزیستی مسالمت آمیز، حفظ سلامت شهر) در ارتقای فرهنگ عمومی شهروندان منطقه ۳ تهران نقش دارد.

در آزمون این فرض باقیمانده طبقات کم و خیلی کم باید نسبت به باقیمانده طبقات زیاد و خیلی زیاد مثبت باشد. در اینجا باقیمانده طبقات خیلی کم و کم برابر با ۶۷،۶- و ۶۵،۶- و باقیمانده طبقه خیلی زیاد برابر با ۵۸،۴ و ۱۰۴،۴ است. بنابراین شهروندان منطقه ۳ تهران از فرهنگ کسب و کار بالا برخوردار هستند.

فرهنگ تعامل مردان در مقابل ۶۹،۶ فرهنگ تعامل زنان (همچنین ۹۵،۱ فرهنگ همزیستی مردان در مقابل ۴۴،۸ درصد فرهنگ همزیستی زنان). اما در مقابل زنان فرهنگ ترافیک و کسب و کار بالاتری نسبت به مردان منطقه ۳ دارند (۸۱،۳) فرهنگ کسب و کار مردان در مقابل ۸۴،۵ درصد فرهنگ کسب و کار زنان و ۸۸،۹ درصد فرهنگ ترافیک مردان منطقه ۳ در مقابل ۹۲،۱ درصد فرهنگ ترافیک زنان این منطقه). بنابراین در منطقه ۳ تهران، فرهنگ تعامل شهروندان بالا است. مردان در مقابل زنان منطقه ۳ از فرهنگ تعامل و همزیستی بالاتری برخوردارند. با توجه به گویه‌های مطرح شده نشان می‌دهد که شهروندان منطقه ۳ بیشترین توجه را به علائم راهنمایی و رانندگی و رعایت قوانین آن دارند. ولی از وسایل عمومی شهرداری به میزان کمتری در رفت و آمد به محل کار خود استفاده می‌کنند. در بین شاخص‌های مطرح شده در بین سوالات شهروندان منطقه ۳ شهرداری تهران به نظر می‌رسد که شاخص فرهنگ همزیستی در بین ساکنان منطقه ۳ شهرداری تهران از بین شاخص‌های مورد نظر دارای اهمیت بیشتری است.

با توجه به نتایج آماری به دست آمده، شهروندان ۴۹-۴۰ سال منطقه ۳ به طور معنی داری فرهنگ همزیستی بیشتری نسبت به گروه سنی تا ۱۹ سال دارند. همچنین، گروه سنی ۴۹-۴۰ سال نسبت به دو گروه سنی تا ۱۹ سال و ۲۹-۲۰ سال به طور معنی داری فرهنگ تعامل بالاتری دارد.

جمع بندی و نتیجه گیری

در ایران اسلامی به دلیل حاکمیت ارزشهای اسلام، رعایت عدالت اجتماعی و توجه به معنویات در پیشرفت و توسعه مادی جامعه و ترویج روحیه جمع گرایی و اعتقاد به اینکه دستیابی به حد اکثر منافع شخصی از طریق حداکثر شدن منافع جمعی امکان پذیر است، از اولویتهای اصلاح فرهنگ عمومی است. در ایران نیز با ایجاد شورای عالی فرهنگی عمومی مورد توجه قرار گرفت. شورای فرهنگ عمومی، مصوب عالیترین تصمیم‌گیری در مسائل فرهنگی کشور یعنی شورای عالی انقلاب فرهنگی است و وظیفه سیاست گذاری، هدایت و نظارت فرهنگ عمومی کشور را به منظور تحقق اهداف و اجرای سیاست‌های فرهنگی به عهده دارد. به نظر می‌رسد در تلاش برای جبران خلا ایجاد شده در

کم باید نسبت به باقیمانده طبقات زیاد و خیلی زیاد مثبت باشد. در اینجا باقیمانده طبقات خیلی کم و کم برابر با ۶۹،۸- و ۷۱،۸- و باقیمانده طبقه خیلی زیاد برابر با ۶۳،۲ و ۱۳۰،۲ است. بنابراین شهروندان منطقه ۳ تهران از فرهنگ همزیستی بالایی برخوردار هستند. سوال اول تحقیق مربوط به آن بوده است که فرهنگ همزیستی شهروندان شهرداری در منطقه ۳ چگونه است؟ این سوال از ادغام ۱۵ گویه بدست آمده است. چنانچه جدول شماره ۱۱ نشان می‌دهد تنها ۱،۱ درصد پاسخگویان در این خصوص نمره کم و بسیار کم گرفتند و ۸۵،۲ درصد در این خصوص نمره زیاد و خیلی زیاد گرفتند.

جدول شماره ۴: توزیع فراوانی در خصوص فرهنگ

همزیستی شهروندان در منطقه ۳				
فراوانی درصد در صد معتبر درصد تجمعی				
بسیار کم	۳	۸	۸	۸
کم	۱	۳	۳	۱۰،۱
متوسط	۲۱	۵/۳	۵/۸	۶/۹
زیاد	۱۳۶	۳۴/۲	۳۷/۴	۴۴/۲
بسیار زیاد	۲۰۳	۵۱	۵۵/۸	۱۰۰
میسینگ	۳۴	۸/۵		
جمع	۳۹۸	۱۰۰		

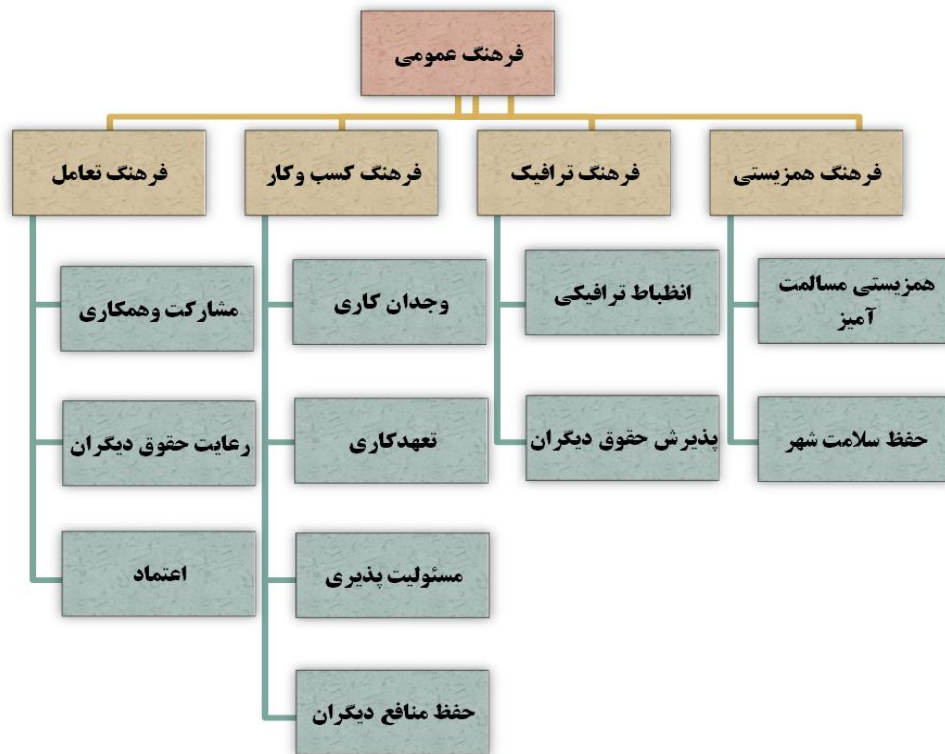
همچنین از بین گویه‌های مطرح شده رعایت حقوق اقلیت‌های دینی در بین شهروندان دارای بالاترین امتیاز و توجه شهروندان و رعایت آنها در این مسئله است.

جمع بندی یافته‌های تحقیق

نمونه آماری پس از محاسبه کل شهروندان منطقه که ۳۰۰۰۰۰ نفر می‌باشند با فرمول کوکران محاسبه شد و حجم نمونه مورد مطالعه ۳۸۴ نفر محاسبه گردید. شاخص‌های فرهنگ عمومی (فرهنگ تعامل، فرهنگ کسب و کار، فرهنگ ترافیک، فرهنگ همزیستی) در شهروندان مورد پرسش واقع شد و در پرسشنامه طیف لیکرت بصورت پنج گزینه ای بین شهروندان منطقه سه شهرداری تهران اجرا و جمع آوری شد. همچنین گروه سنی ۳۹-۳۰ سال دارای بیشترین فراوانی بوده است. کمترین فراوانی مربوط به گروه‌های سنی ۵۹-۵۰ و ۶۰ سال به بالا می‌باشد. اطلاعات جدول دو بعدی نشان می‌دهد که مردان در مقابل زنان منطقه ۳ از فرهنگ تعامل و همزیستی بالاتری برخوردارند (۷۴،۷)

جدول شماره ۵: اطلاعات نهایی جمع بندی و خلاصه یافته‌های تحقیق در پاسخ به فرضیات

ردیف	عنوان فرضیه	توضیحات
۱	فرضیه اول: میزان فرهنگ تعامل شهروندان منطقه ۳ تهران بالا است.	- مردان در مقابل زنان منطقه ۳ از فرهنگ تعامل بالاتری برخوردارند. ۷۴٫۷ فرهنگ تعامل مردان در مقابل ۶۹٫۶ فرهنگ تعامل زنان - فرهنگ تعامل شهروندان منطقه ۳ بالا است.
۲	فرضیه دوم: میزان فرهنگ کسب و کار شهروندان منطقه ۳ بالا است.	- زنان فرهنگ کسب و کار بالاتری نسبت به مردان منطقه ۳ دارند. - ۸۱٫۳ فرهنگ کسب و کار مردان در مقابل ۸۴٫۵ درصد فرهنگ کسب و کار زنان - شهروندان منطقه ۳ شهرداری تهران میزان تعهد درونی از امتیاز بالاتر برخوردار است و شهروندان میزان تعهد بیشتری به کارهای محوله خود دارند
۳	فرضیه سوم: میزان فرهنگ ترافیک شهروندان منطقه ۳ بالا است.	- زنان فرهنگ ترافیک بالاتری نسبت به مردان منطقه ۳ دارند. ۸۸٫۹ درصد فرهنگ ترافیک مردان منطقه ۳ در مقابل ۹۲٫۱ درصد فرهنگ ترافیک زنان - شهروندان منطقه ۳ بیشترین توجه را به علائم راهنمایی و رانندگی و رعایت قوانین آن دارند. ولی از وسایل عمومی شهرداری به میزان کمتری در رفت و آمد به محل کار خود استفاده می‌کنند.
۴	فرضیه چهارم: میزان فرهنگ همزیستی شهروندان منطقه ۳ بالا است.	- مردان در مقابل زنان منطقه ۳ از فرهنگ همزیستی بالاتری برخوردارند. ۹۵٫۱ فرهنگ همزیستی مردان در مقابل ۴۴٫۸ درصد فرهنگ همزیستی زنان. - بنابراین شهروندان منطقه ۳ تهران از فرهنگ همزیستی بالایی برخوردار هستند. - شاخص فرهنگ همزیستی در بین ساکنان منطقه ۳ شهرداری تهران از بین شاخص‌های مورد نظر دارای اهمیت بیشتری است،



مدل نهایی پژوهش: شاخص ها و مولفه‌های فرهنگ عمومی

۴- با توجه به اینکه یافته‌ها حاکی از فرهنگ همزیستی کمتر بین جوانان (حدود ۱۹ سال) دارد، لذا شهرداری با اجرای برنامه‌های تفریحی و آموزشی سالم می‌تواند با تقویت روحیه همکاری جوانان فرهنگ همزیستی را در بین آنها ارتقا دهد.

۵- لزوم توجه به جوانان در جهان امروز از ضروریات جامعه محسوب می‌شود، با توجه به این مورد شهرداری با حمایت و جلب توجه جوانان در برنامه‌های خود استفاده از قوای فکری و نیروی فعال آنها به تقویت همکاری آنها با یکدیگر کمک کرده و از این طریق نیز به توسعه فرهنگ دینی در بین جوانان کمک کند. از طرفی باورهای دینی و مذهبی نقش موثری در دیدگاه‌های افراد و جوانان در روحیه همزیستی و مشارکت آنها خواهد داشت.

۶- با توجه به اینکه بر اساس یافته‌های بدست آمده شهروندان منطقه ۳ شهرداری تهران از وسایل نقلیه شخصی خود بیشتر برای عبور و مرور استفاده می‌کنند، پیشنهاد می‌گردد سازمان اتوبوسرانی شهرداری تهران تمهیداتی را جهت استفاده سریع تر و آسان تر برای شهروندان در نظر گیرد، که از تمهیدات مورد نظر می‌توان به رفع ترافیک در اوایل ساعت شروع کاری اشاره کرد.

- با توجه به اینکه القای فرهنگ امری زمان بر بوده فرهنگ پذیرترین قشر جامعه گروه هدف برنامه ریزی (نونه‌الان و نوجوانان) برای چند سال آینده گردد

- القای فرهنگ عمومی با بسیج همه امکانات در بعد کوتاه مدت در درصدی‌های پایین امکان پذیر بوده لذا پیشنهاد می‌گردد از اهرم‌های اجرایی و رسانه ملی برای رسیدن به این درصد ها در کوتاه مدت اقدام گردد

- سندبالادستی بلند مدتی توسط عالی ترین دستگاه القای فرهنگ، تهیه و تدوین و کلیه ی دستگاه‌های اجرای از جمله شهرداری ها ملزم به اجرای دقیقاً گردد.

- با توجه به وجود نظامنامه ای در قالب آموزش‌های فرهنگی برای شهروندان مصوب سال ۱۳۸۶ که توسط شهرداری تهران در حال اجرا می‌باشد، موارد ذیل با عنوان پیشنهاد جهت هرچه بهتر اجرایی شدن این نظامنامه ارائه می‌گردد.

فرهنگ بر اثر نفوذ فرهنگی بیگانگان در سال‌های اخیر نیاز به تبیین و اصلاح اهداف فرهنگی بیش از پیش احساس می‌شود. بنابراین فرهنگ عمومی ما ریشه در مذهب و رفتارهای فرهنگی ما دارد و از جامعه ای به جامعه دیگر این رفتار دارای سطوح متفاوت می‌شود. لذا بر اساس تعاریف اسلامی مذهب نقش اساسی در فرهنگ عمومی ایفا می‌کند.

- فرهنگ تعامل، کسب و کار، ترافیک و همزیستی در میان شهروندان منطقه سه در سطح نسبتاً بالایی قرار دارد.

- زنان منطقه سه بیشترین توجه به علائم راهنمایی و رانندگی و رعایت قوانین آن را دارند.

- زنان منطقه سه از تعهد درونی بالاتری برخوردارند و میزان تعهد بیشتری به کارهای محوله خود دارند
- مردان منطقه سه بیشتر از زنان، حقوق اقلیت‌های دینی شهروندان را رعایت می‌کنند.

- زنان منطقه ۳ نسبت به مردان آن منطقه، بیشترین توجه را به علائم راهنمایی و رانندگی و رعایت قوانین آن دارند

- شهروندان منطقه سه از وسایل عمومی شهرداری به میزان کمتری در رفت و آمد به محل کار خود استفاده می‌کنند.

- در مجموع از میان شاخص‌های مورد نظر شاخص همزیستی در میان شهروندان منطقه سه از اهمیت و امتیاز بالاتری برخوردار است.

پیشنهادات و راهکارها

۱- با توجه به اینکه فرهنگ همزیستی در بین ساکنان منطقه ۳ شهرداری تهران از بین شاخص‌های مورد نظر دارای فراوانی بیشتری است لذا در عین اینکه این شاخص باید در بین افراد منطقه تقویت شود، لازم است شاخص‌های دیگر جهت ارتقای فرهنگ عمومی شهروندان مورد بررسی قرار گیرد.

۲- شهرداری تهران در منطقه سه می‌تواند با اجرای برنامه آموزشی به ارتقای فرهنگ عمومی شهروندان کمک کند.

۳- یافته‌ها نشان می‌داند که مردان در مقابل زنان منطقه ۳ از فرهنگ تعامل و همزیستی بالاتری برخوردارند، لذا نتیجه می‌شود برای تقویت و موازی بودن فرهنگ تعامل و همزیستی برنامه‌های شهرداری در جهت تقویت این مورد در مردان باید مدنظر قرار گیرد.

راهکارهای مدیریتی ذیل به نظر اجرایی و کاربردی‌تر خواهد بود:

- ۱- اتخاذ تدابیر و تصمیمات مدیریتی قابل اجرا به دور از مسائل دور از ذهن و غیر واقعی
- ۲- استفاده از کارشناسان مرتبط با موضوع شهر و فرهنگ شهری و مدیران مشارکت جو و راهبردی
- ۳- بررسی کامل مسائل و مشکلات واقعی شهر به صورت ملموس جهت ارائه راهکارهای مناسب و ارائه شاخصه‌های درگیر موضوع
- ۴- نگاه واقع بینانه برای دریافت اصل مشکلات و تدوین راهکارهای مناسب و اجرایی که از این واقع بینی حاصل می‌گردد.
- ۵- پذیرش مشکلات موجود توسط مسئولین و دوری از هرگونه تنش در مقابل انتقادها که خود باعث پذیرش راهکارهای ارائه شده می‌گردد.
- ۶- بسیج کلیه امکانات خصوصاً امکانات سخت افزاری در جهت رسیدن به هدف اصلی که همان برقراری فرهنگ مناسب شهروندی و عمومی است.
- ۷- استفاده از رسانه‌ها خصوصاً رسانه ملی با عنوان تاثیر پذیرترین رسانه در جهت کمک به مدیریت اجرایی تصمیمات اخذ شده
- ۸- برگزاری همایش‌ها و تجمع‌های اجتماعی جهت به مشارکت گرفتن شهروندان دال بر واقعی شدن تصمیمات
- ۹- استفاده از مشاوران خبره در قالب القاء شاخصه‌ها و گویه‌های نظامنامه جدید و به روز شده
- ۱۰- و در نهایت استفاده از مجریان مناسب در جهت اجرایی نمودن تصمیمات که حاصل آن جاری شدن فرهنگی مناسب در قالب همزیستی شهروندان در سطح شهر

فهرست منابع

- (۱) ایمان، محمدتقی، مرادی، گلرادی (۱۳۹۰). روش شناسی نظریه اجتماعی گافمن، فصلنامه علمی پژوهشی جامعه زنان، سال دوم، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۰. تهران
- (۲) لطف آبادی، حسین (۱۳۸۷)، آموزش حقوق انسانی و مصوبه‌های اصلی ملل متحد در باره حقوق بشر، انتشار محدود: دانشگاه فردوسی.
- (۳) شهروندی و رفاه اجتماعی، فصلنامه رفاه اجتماعی، سال اول، شماره ۴، تابستان، ۱۳۸۱، دکتر ملیحه شیانی

بحث فرهنگ و القاء آن خصوصاً در قالب فرهنگ عمومی شهر تهران نیازمند برنامه ریزی جامع تر و منسجم تر و در نهایت به روزتر می‌باشد. لذا پیشنهاد می‌گردد با توجه به وجود قالب‌های مختلف آموزش شهروندی که در نهایت به القاء فرهنگ عمومی منتج می‌گردد و با شاخصه‌هایی چون فرهنگ ترافیک، فرهنگ تعامل، فرهنگ همزیستی و فرهنگ کسب و کار درگیر بوده، نظامنامه‌ای منظم در جهت تکمیل آموزش‌ها در قالب دیدگاه آموزش پذیر شهروندی و از طریق نهادهای ذیربط خصوصاً شهرداری تدوین گردد. مواردی چون:

- ۱- الزام کلیه نهادهای ذیربط با تولی گری یک سازمان که همان شهرداری است جهت ارائه پیشنهادات
 - ۲- استفاده از کارشناسان شهری و فرهنگی در جهت ارائه راهکارهای مناسب در قالب القاء فرهنگ عمومی
 - ۳- بررسی مجدد شاخصه‌های تشکیل دهنده فرهنگ عمومی با گویه‌های مختلف هر شهر بر اساس فیزیک آن شهر
 - ۴- استفاده از مردم یک شهر در قالب نظام یافته جهت برگزاری هرچه بهتر آموزش‌ها توسط نهادهای مختلف
- در نهایت تدوین نظامنامه‌ای به روز و جدید در تکمیل روش‌های گذشته و با هدف ایجاد فرهنگی عمومی و مناسب در راستای هنجارهای موجود در شهر که حالتی کارشناسی و کاربردی داشته و سطح شهر چه در قالب فیزیک و چه در قالب روح شهر از آن منتفع گردد.
- استفاده از بخش آموزش و پرورش با تشکیل کتب درسی و بحث‌های آموزشی فرهنگی از جمله فرهنگ شهر نشینی که شامل مسائلی چون آپارتمان نشینی، رعایت حقوق همشهریان، فرهنگ ترافیک و در نهایت فرهنگ همزیستی.
 - استفاده از اهرمهای تشویقی حتی تنبیهی در خصوص مراعات کنندگان مصادیق فرهنگ شهر و شهر نشینی (به عنوان مثال تشویقات شهرداری در خصوص شهروندان نمونه)
 - استفاده از رادیو و تلویزیون در افزایش فرهنگ
 - امروزه در قالب اجرایی شدن هر نظامنامه‌ای نیازمند راهکارهای اجرایی و قابل انجام و در نهایت کاربردی مطابق با شرایط محیط هستیم، به نحوی که در جهت اجرای نظامنامه مناسب القاء فرهنگ عمومی

- (۱۷) خاکی، غلام رضا (۱۳۷۸) روش تحقیق با رو یکردی به پایان نامه نویسی، چاپ دوم، تهران، انتشارات بازتاب.
- (۱۸) خورشیدی، عباس؛ قریشی سید حمید رضا. راهنمای تدوین رساله و پایان نامه تحصیلی (از نظریه تا عمل). تهران؛ نشر یسطرون، ۱۳۸۱
- 1) -Unesco (2010a)culture, culturaldiversity,available from http://portal.unesco.org/culture/en/ev.phpURL_ID=35030&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.Html[Accessend 2010-03-17 10:35 am
- 2) http://portal.unesco.org/education/tlsf/TLSF/theme_b/mod07/mod07task03/appendix.htm[Accessend 2010-01-27 4:42 pm
- 3) Turner. B.S (1993) "Contemporary problems in the theory of Citizenship" in turner(Ed) Citizenship and Social theory, sage, chap
- 4) Sharon,Jeannottee. (2008)Cultural Citizenship in a North American Conntext CONFERENCE,Montreal,Quebec
- 5) Bourdieu ,Pierre,(1989) , La Noblesse d'etat: grandes ecoles at esprit du corps,Paris: Minuit.
- 6) <http://www.maarefquran.org/index.php/page,viewArticle/LinkID,3250>
- 7) <http://www.terror-victims.com/fa/index.php?Page=definition&UID=1532270>
- (۴) صالحی امیری، س.ر. ۱۳۸۸. انسجام ملی و تنوع فرهنگی. تهران: انتشارات مجمع تشخیص مصلحت نظام، مرکز تحقیقات استراتژیک.
- (۵) صالحی امیری، سیدرضا و عظیمی دولت آبادی، امیر، ۱۳۸۷، مبانی سیاستگذاری و برنامه ریزی فرهنگی، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام.
- (۶) آشوری، داریوش (۱۳۸۰) تعریف ها و مفهوم فرهنگ، چاپ اول، تهران، انتشارات آگاه
- (۷) رضا عاملی، س. ۱۳۸۰. تعامل جهانی شدن، شهروندی و دین. فصلنامه علوم اجتماعی، ۱۸: صص ۱۶۷-۲۰۰.
- (۸) قلی زاده، آذر. (۱۳۸۸) جامعه شناسی فرهنگی، انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان
- (۹) لطف آبادی، حسین. (۱۳۸۵). آموزش شهروندی ملی و جهانی همراه با تحکیم هویت و نظام ارزشی دانش آموزان. فصلنامه نوآوری‌های آموزشی شماره ۱۷ ی
- (۱۰) صالحی امیری، سیدرضا. (۱۳۸۸). انسجام ملی و تنوع فرهنگی، تهران، انتشارات مجمع تشخیص مصلحت نظام، مرکز تحقیقات استراتژیک.
- (۱۱) نجاتی حسینی، سید محمود (۱۳۸۰) بررسی جایگاه مفهوم شهروندی در قانون شهرداری ایران، تهران: انتشارات سازمان شهرداری کشور.
- (۱۲) صراف، مظفر و دیگران. (۱۳۷۹). مفهوم، مبانی و چالش‌های مدیریت شهری، فصلنامه مدیریت شهری، شماره صص ۷۰-۸۱
- (۱۳) هاشمی، فضل اله (۱۳۷۱)، حقوق شهری و قوانین شهرسازی، وزارت مسکن و شهرسازی، مرکز مطالعات و تحقیقات شهرسازی و معماری ایران، تهران
- (۱۴) عبدالهی، مجید و غضنفر اکبری (۱۳۸۴) مجموعه قوانین و مقررات ده و دهیاری، انتشارات قلمستان، چاپ اول، تهران
- (۱۵) مرعشی، سید جعفر و دیگران پیرامون فرهنگ عمومی کشور، تهران، سازمان مدیریت صنعتی، چاپ اول، ۱۳۷۶، ص ۵۹ تا ص ۶۲ و ص ۷۱ تا ص ۷۳.
- (۱۶) عبداللهی، محمد با قانون گرای و فرهنگ عمومی [ویژه گرد همایی قانون گرای و فرهنگ عمومی] تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، چاپ اول ۱۳۷۸، ص ۳۹ تا ص ۴۸ و ص ۹۳ تا ص ۱۰۰.

یادداشت‌ها

¹ <http://daneshha.akairan.com/maghalat-persia/etlatoomoomi/omome1.html>

² <http://www.rasekhoon.net/article/show-30931.aspx>

³ Collections

⁴ Cultural area

⁵ Norms

⁶ Values

⁷ Secession

⁸ <http://database.irandoc.ac.ir/articles/499228>