

## تأثیر سرمایه‌ی فرهنگی بر اعتماد اجتماعی مورد مطالعه: شهروندان شهر زنجان

ابوالفضل کرمی<sup>۱</sup>، محمدصادق مهدوی<sup>۲</sup>، مصطفی ازکیا<sup>۳</sup>

### چکیده

در این مقاله تأثیر سرمایه‌ی فرهنگی بر اعتماد اجتماعی مورد بررسی قرار گرفته است. اعتماد اجتماعی یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های توسعه‌ی اجتماعی و گسترش مدرنیته بوده و یکی از جنبه‌های مهم روابط اجتماعی است، به طوری که زمینه‌ساز همیاری و مشارکت اجتماعی بین اعضای جامعه است. از سویی، سرمایه‌ی فرهنگی که شاخصی از توسعه‌ی فرهنگی است، با شاخص ترکیبی؛ تمایلات و گرایش‌های روانی فرد نسبت به استفاده از کالاهای فرهنگی و مدارک و مدارج علمی و فرهنگی فرد، می‌تواند بر اعتماد اجتماعی تأثیر گذار باشد. رویکرد پژوهش، توصیفی- علی و به روش پیمایشی و به لحاظ زمانی، به صورت مقطعی انجام یافته است. جامعه‌ی آماری شامل زنان و مردان بالای ۱۸ سال شهر زنجان است که حجم نمونه بر اساس آن به تعداد ۳۸۰ نفر انتخاب شده است. یافته‌های تحقیق نشان داد همبستگی نسبتاً بالایی بین سرمایه‌ی فرهنگی و اعتماد اجتماعی مشاهده گردید و این همبستگی از نظر آماری نیز معنا دار است. همچنین رابطه بین ابعاد سرمایه‌ی فرهنگی از جمله سرمایه‌ی فرهنگی تجسم‌یافته و عینیت یافته با اعتماد اجتماعی همبستگی قابل قبول و معنی داری است. بنابراین به نظر می‌رسد در تبیین اعتماد اجتماعی، سرمایه‌ی فرهنگی متغیر تأثیر گذاری است و چنانچه این نوع از سرمایه

۱- دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات karami0001@yahoo.com

۲- استاد جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات sms\_mahdavi@yahoo.com

۳- استاد جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات mostafa\_azkia@yahoo.com

در جامعه و در بین افراد تقویت گردد، می‌توان تقویت و بالا رفتن سطح اعتماد اجتماعی و اعتماد عمومی را در جامعه شاهد بود.

**کلیدواژه‌ها:** اعتماد اجتماعی، اعتماد تعمیم یافته، سرمایه‌ی فرهنگی، سرمایه‌ی فرهنگی تجسم یافته، سرمایه‌ی فرهنگی عینیت یافته

## بیان مسأله

اعتماد<sup>۱</sup> به عنوان عنصری تأثیرگذار، می‌تواند تمام جنبه‌های زندگی بشری را شکل داده و زندگی اجتماعی را ممکن و آسان سازد. اعتماد اجتماعی<sup>۲</sup>، یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های توسعه‌ی اجتماعی<sup>۳</sup> و گسترش مدرنیته است. امروزه اعتماد هم به عنوان ویژگی افراد، ویژگی ارتباطات اجتماعی و هم ویژگی نظام اجتماعی با تأکید بر رفتار و تعاملات و سوگیری‌ها در سطح فردی مفهوم‌سازی شده است. اعتماد تسهیل‌کننده‌ی مبادلات در فضای اجتماعی است که هزینه‌ی مبادلات و مذاکرت اجتماعی را به حداقل می‌رساند و برای حل مسائل مربوط به نظم اجتماعی نقش تعیین‌کننده‌ای دارد و عنصر پیش‌قراردادی و مقوم حیات اجتماعی است (ازکیا و غفاری، ۱۳۹۲: ۲۸۳).

طبق تحقیقات انجام یافته قبلی (آزاد ارمکی و کمالی ۱۳۸۳، آزاد ارمکی ۱۳۸۳، شارع پور ۱۳۸۰، طرح ملی پیمایش سرمایه‌ی اجتماعی ۱۳۹۴، امیرکافی ۱۳۷۵، رفیع پور ۱۳۷۸، اوجاقلو زاهدی مازندرانی ۱۳۸۴) سطح اعتماد اجتماعی به دلایلی کاهش یافته است که این امر به باور بسیاری از اندیشمندان، در سطح خرد بر روابط و مناسبات اجتماعی شهروندان، در سطح میانی بر نهادهای اجتماعی چون خانواده و در سطح کلان بر سیستم اجتماعی و سیاسی تأثیرگذار بوده است. گزارش یافته‌های طرح ملی سرمایه‌ی اجتماعی مربوط به استان زنجان (۱۳۹۴) نشان داد تنها ۱۰ درصد از پاسخگویان سرمایه‌ی اجتماعی بالایی دارند. پاسخگویان در مقایسه با گروه خانواده و همسایه‌ها و آشنایان، در قبال غریبه‌ها، احساس مسؤولیت بسیار کمی دارند، اعتماد چندانی با غریبه‌ها نداشته و تعامل و همکاری کمتری با این گروه دارند. به نظر می‌رسد سیاست‌های جمعیتی و مهاجرتی

1. Trust

2. Social trust

3. Social development

طی سال‌های اخیر در استان، مانع از مهاجرت روستاییان به شهر نشده و به ناچار شهر جمعیت اضافی از گروه‌های فرهنگی مختلف را در خود جای داده که در این میان فقدان فضاها و اماکن عمومی مناسب و کافی به منظور تعامل گروه‌های اجتماعی و فرهنگی، عدم توجه به نیازهای افراد و توزیع نابرابر امکانات و منابع شهری و حمایت نابرابر از همه گروه‌ها در جامعه، باعث کاهش سرمایه‌ی اجتماعی و اعتماد اجتماعی و افزایش آسیب‌های اجتماعی و شهری شده است. حال به توجه به چنین شرایطی، از سویی در جامعه‌ی شهری زنجان و در بین شهروندان، شاهدگرایی فزاینده‌ای به داشتن مدارک تحصیلی دانشگاهی و تا حدودی مصرف برخی کالاهای فرهنگی هستیم که می‌تواند بر اعتماد اجتماعی تأثیرگذار باشد. سرمایه‌ی فرهنگی به عنوان مؤلفه‌ی اساسی، بر روی اعتماد اجتماعی در سطح جامعه اثرگذار است. سرمایه‌ی فرهنگی عبارت است از مهارت‌ها و شناخت‌هایی که یک جامعه در اختیار فرد قرار می‌دهد و میدان اجتماعی فرصت‌های برابری را برای همه‌ی اعضای آن جامعه فراهم می‌کند (بوردیو، ۱۹۷۱). به اعتقاد بوردیو ساختار اجتماعی<sup>۱</sup> یک جامعه‌ی پیشرفته را نمی‌توان تنها با بیان سلسله‌مراتبی ساده‌ی درآمد و سرمایه‌ی اقتصادی تحلیل کرد بلکه ساختار اجتماعی چنین جوامعی، فضای اجتماعی پیچیده‌ای است که در آن سرمایه‌ها بر اساس موقعیت اجتماعی<sup>۲</sup> و گروه‌های اجتماعی<sup>۳</sup> توزیع شده است. از نظر بوردیو، هر نوع دارایی، منابع یا کالاهایی که در جامعه دارای ارزش باشد، می‌تواند نوعی سرمایه محسوب شود. بوردیو به سه نوع سرمایه اشاره می‌کند که عبارتند از: سرمایه‌ی اقتصادی (پول، دارایی)، سرمایه‌ی فرهنگی (دانش، مهارت، مدرک تحصیلی) و سرمایه‌ی اجتماعی (روابط و عضویت در یک گروه). طی سال‌های اخیر، شهر زنجان را خرده فرهنگ‌ها و گروه‌های قبیله‌ای و طایفه‌ای مختلفی در بر گرفته که در طول چند دهه‌ی اخیر از روستاهای دور و نزدیک مهاجرت کرده و در این شهر سکنی گزیده‌اند و این خرده فرهنگ‌ها و گروه‌های قبیله‌ای، هر کدام حامل ارزش‌ها و هنجارهای خاص خودشانند و هر کدام الگوهای

---

<sup>۱</sup>-Social structure

<sup>۲</sup>-Social status

<sup>۳</sup>-Social groups

رفتاری و سبک زندگی<sup>۱</sup> ویژه‌ای برای خود برگزیده‌اند. این ترکیب زندگی سنتی و جدید در شهر زنجان، در شرایط فقدان برنامه‌ریزی منسجم اجتماعی، افزون بر تشدید رقابت‌های بین قبیله‌ای و بین گروهی و ایجاد فاصله‌ی گروهی به تضعیف (ما)ی شهروندی و اعتماد جمعی منجر شده است. در مجموع گسترش شهرنشینی، ایجاد عرصه‌های جدید اشتغال، تغییرات جمعیتی شدید، دگرگونی ساختار طبقاتی و نیز تغییرات اقتصادی-اجتماعی<sup>۲</sup> وسیع و در نتیجه افزایش فزاینده‌ی تعامل با افرادی خارج از محورهای خویشاوندی و نظایر آن نیاز به اعتماد اجتماعی را در سطوح و ابعاد جدی‌تر ساخته است. بر این اساس و با توجه به اهمیت سرمایه‌ی فرهنگی در زندگی معاصر و مخصوصاً نقش مهم آن در تعیین و افزایش اعتماد اجتماعی، هدف غایی پژوهش حاضر سنجش اعتماد اجتماعی بر اساس سرمایه‌ی فرهنگی است؛ به عبارت دیگر هدف اصلی بررسی این مسأله است که آیا سرمایه‌ی فرهنگی، به عنوان آنچه شرایط جامعه‌ی شهری زنجان به واسطه‌ی افزایش سطح سواد و گرایش به داشتن مدارک تحصیلی بالا در بین شهروندان و مصرف کالاهای فرهنگی، تعریف می‌شود، بر اعتماد اجتماعی شهروندان نیز تأثیرگذار بوده است؟ و کدام نوع از سرمایه‌ی فرهنگی (ذهنیت یافته، عینیت یافته و نهادی) بیشترین تأثیر را بر اعتماد اجتماعی دارد؟

با امعان نظر به ویژگی جامعه‌ی شهری زنجان که دارای ساختار اجتماعی سنتی و مذهبی بوده و در حال طی مراحل گذار از جامعه‌ی سنتی به جامعه‌ی صنعتی و مدرن است، به نظر مسأله‌ی سرمایه‌ی فرهنگی و اعتماد اجتماعی بویژه اعتماد تعمیم یافته حائز اهمیت است. زیرا اصولاً مفهوم سرمایه‌ی فرهنگی و اعتماد تعمیم یافته در شرایط زندگی شهری و زیست شهری معنا پیدا می‌کند. در جامعه‌ی نسبتاً سنتی زنجان، لزوم توجه به اعتماد تعمیم یافته که ویژگی جوامع مدرن و پیچیده است کمتر احساس می‌شود، ولی با گذار از شرایط جامعه‌ی سنتی و شکل‌گیری برخی نشانه‌های جامعه‌ی صنعتی و مدرن از جمله گسترش فعالیت‌ها و مشاغل خدماتی، توجه به اعتماد تعمیم یافته بیش از پیش احساس شده و خواهد شد. زیرا اعتماد تعمیم یافته؛ پدیده‌ی نسبتاً جدیدی است که با شکل‌گیری

<sup>۱</sup>-Life style

<sup>۲</sup>-Social-Economic changes

دولت‌های مدرن یا دولت-ملت مطرح می‌شود. اعتماد تعمیم یافته لازمه همکاری و مشارکت میلیون‌ها شهروندی است که جوامع پیچیده و مدرن امروزی را تشکیل می‌دهند. در جامعه‌ی روستایی، نیاز چندانی به اعتماد تعمیم یافته نیست زیرا مرزهای مشخصی بین خودی و بیگانه و همچنین بین دوست و دشمن وجود دارد، اما در شهر، این نوع اعتماد جزء ضروری زندگی شهروندان است. بنابراین اعتماد تعمیم یافته به عنوان اصل اساسی روابط اجتماعی و گسترش مدرنیته، طی سال‌های آتی در شهر زنجان به شدت احساس خواهد شد. زیرا جامعه از وضعیت سنتی خارج و در حال تجربه‌ی شرایط زیست جدیدی است. از سویی سرمایه‌ی فرهنگی در شهر زنجان با توجه به استقرار دانشگاه‌ها و مراکز فرهنگی متعدد در آن در حال گسترش است. بنابراین ضرورت انجام این پژوهش برای توصیف و تحلیل رابطه بین دو متغیر نوظهور در جامعه‌ی شهری زنجان که هر دو می‌توانند منشأ تغییرات اساسی و بزرگی باشند، احساس می‌شود.

#### پیشینه‌ی تجربی تحقیق

بررسی ادبیات تجربی مربوط به اعتماد اجتماعی و سرمایه‌ی فرهنگی نشان می‌دهد تحقیقات تجربی جداگانه قابل قبولی در قالب تحقیقات میدانی، مقاله و رساله‌های دانشجویی قابل مشاهده است، ولی در باره‌ی رابطه بین این دو که تأثیر هر یک بر دیگری را سنجیده باشد، تحقیقات اندکی یافته شد. در اینجا به برخی تحقیقات انجام یافته در حوزه‌ی اعتماد اجتماعی، سرمایه‌ی فرهنگی و یا هر دو اشاره می‌شود.

فان<sup>۱</sup> (۲۰۱۴) در تحقیقی تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی بر دسترسی خانواده‌های چینی به منابع آموزشی را مورد بررسی قرار داده است. بر اساس تحقیق فان، پیش‌زمینه‌ی خانوادگی می‌تواند بر دسترسی افراد به منابع آموزشی مؤثر باشد. به طور معناداری، پیش‌زمینه‌ی خانوادگی غنی و قوی (به لحاظ دارا بودن انواع سرمایه) می‌تواند دسترسی افراد به منابع آموزشی را ارتقا دهد. این تحقیق در پی ساختن مدلی برای نشان دادن تأثیر سرمایه‌ی اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی خانواده‌های چینی بر روی عملکرد آموزشی و تحصیلی کودکانشان است. نتایج نشان داد که هر سه نوع سرمایه (اقتصادی،

<sup>1</sup> Jingbo Fan

اجتماعی و فرهنگی) بر عملکرد تحصیلی و آموزشی دانش‌آموزان و کودکان تأثیر دارند، اما سرمایه‌ی فرهنگی تأثیر بیشتری دارد. به علاوه اینکه پیش‌زمینه‌ی توانایی‌های پدر خانواده بیش از مادر خانواده بر آموزش کودکان تأثیرگذار است. (فان ۲۰۱۴)

در تحقیقی با عنوان «روندهای سرمایه‌ی اجتماعی در کانادا» تغییرات سرمایه‌ی اجتماعی، اعتماد، مشارکت مردم کانادا بین سال‌های ۲۰۰۳ تا ۲۰۱۳ مورد ارزیابی قرار گرفته است (تورکت: ۲۰۱۵) بر اساس مطالعه‌ی Gss<sup>1</sup> (پیمایش اجتماعی عمومی)، کانادایی‌ها، از ده سال قبل شبکه‌های اجتماعی گسترده‌ای از دوستان نزدیک دارند (ارتباطات و پیوندهای قوی) و همچنین دوستان دیگر که نزدیک نیستند (پیوندهای ضعیف). عمومیت سایت‌های شبکه‌های اجتماعی به احتمال زیاد نقش زیادی در رشد شبکه‌های اجتماعی داشته‌اند. (Gss:2015). نتایج تحقیقی با عنوان «کاهش اعتماد به دیگران و عدم اطمینان به نهادها در بین افراد بزرگسال و نوجوان آمریکا در بین سال‌های ۱۹۷۲ و ۲۰۱۲» نشان داد که بین سال‌های ۱۹۷۲ تا ۲۰۱۲ به طور معناداری، اعتماد آمریکایی‌ها به همدیگر کم شده و آنها اطمینان کمی به نهادهایی چون رسانه‌های خبری، نهادهای دینی، تجارت و بازرگانی، مؤسسات پزشکی، کنگره و ریاست جمهوری دارند. سطح اعتماد و اطمینان، به عنوان شاخص‌های کلیدی سرمایه‌ی اجتماعی، به صورت کامل و یا تقریباً کامل در سال ۲۰۱۲ به عنوان نماینده‌ی بزرگسالان و نظرسنجی از دانش‌آموزان درس تاریخ در بررسی عمومی به سطح پایینی رسیده است. تحلیل جداگانه‌ی مدل‌سازی اثرات نسل و دوره‌ی زمانی نشان می‌دهد که این کاهش در سرمایه‌ی اجتماعی، عمدتاً اثر یک دوره‌ی زمانی بوده است. سطح اعتماد، زمانی که نابرابری درآمد بیشتر می‌شود، پایین آمده است و سطح اطمینان به نهادها، زمانی که میزان فقر بالا بوده است، کم شده است. (توانج، کمبل، کارتر: ۲۰۱۴)

کنز (۲۰۰۸) در تحقیقی به بررسی میزان ارتباط علائق و سلائق مردم با توجه به سرمایه‌های فرهنگی آنان پرداخته است. شاخص‌های ارزیابی سرمایه‌ی فرهنگی در این طرح با توجه به دو فاکتور میزان مشارکت و نوع مصرف محصولات فرهنگی مورد توجه قرار گرفته است. او همچنین اثربخشی تحصیلات والدین، تحصیلات مخاطب و آداب و

<sup>1</sup>-General social survey

رسوم ایشان را نیز به عنوان عوامل مؤثر بر سرمایه‌ی فرهنگی افراد و تغییر ذائقه و سلائیق مورد تأکید قرار داده است. (کتر، ۲۰۰۸)

ال چاردوس (۲۰۰۷) در تحقیقی ارتباط نژادپرستی و سرمایه‌ی فرهنگی جوانان را مورد ارزیابی قرار داده است؛ او در این طرح سرمایه‌ی فرهنگی جوانان را متناسب با شاخص‌های الگوهای فرهنگی، سمبل‌های فرهنگی و هویت مورد توجه قرار داده است (چاردوس، ۲۰۰۷).

ابراهیمی و دیگران (۱۳۹۵) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی تأثیر سرمایه‌ی فرهنگی بر اعتماد اجتماعی» رابطه بین سرمایه‌ی فرهنگی و اعتماد اجتماعی را در بین حجم نمونه ۸۴۶ نفر از ساکنان شهر تهران مورد ارزیابی و سنجش قرار داده‌اند. آنها به این نتیجه رسیده‌اند که در ابعاد مختلف اعتماد اجتماعی در جنوب و شمال شهر تهران اختلاف معناداری وجود دارد و در تمامی ابعاد اعتماد اجتماعی، جنوب شهر نسبت به شمال شهر میانگین بالاتری را به خود اختصاص داده است و در تمامی ابعاد سرمایه‌ی فرهنگی، شمال شهر نسبت به جنوب شهر میانگین بالاتری را داشته است (ابراهیمی و دیگران، ۱۳۹۵).

حسن‌زاده (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان، بررسی جامعه‌شناختی اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن، که به شیوه‌ی پیمایشی در سال ۱۳۹۵ انجام شده است، به نتایج زیر دست یافته است که رابطه‌ی معناداری بین متغیر اعتماد اجتماعی و تحصیلات و شغل والدین و میزان آگاهی عمومی و احساس امنیت و استفاده از رسانه‌های جمعی وجود دارد (حسن‌زاده، ۱۳۹۵).

موحد، مظفری و علیزاده (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان «مطالعه‌ی رابطه‌ی سرمایه‌ی فرهنگی با اعتماد نهادی» به بررسی و ارزیابی رابطه بین سرمایه‌ی فرهنگی و اعتماد پرداخته‌اند. این تحقیق به روش کمی و پیمایشی و در بین ۳۸۴ نفر از جوانان ۱۴-۲۹ سال شهر شیراز انجام یافته است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد متغیر میزان تماشای تلویزیون رابطه‌ی مثبت و میزان تماشای ماهواره رابطه‌ی منفی‌ای با متغیر وابسته دارند (موحد، مظفری و علیزاده، ۱۳۹۱).

قهاری، کلانتری و قزلباش (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان «مطالعه‌ی وضعیت سرمایه‌ی اجتماعی در استان زنجان» که به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای، و با حجم نمونه به تعداد ۱۲۵۰ نفر براساس جمعیت شهرستان‌های استان و با استفاده از شیوه‌ی گردآوری اطلاعات به روش اسنادی و از طریق تکمیل پرسشنامه و مصاحبه انجام یافته است به نتایج زیر دست یافته اند: نتایج تحلیل عضویت جامعه‌ی مورد مطالعه در شبکه‌های اجتماعی بر نقش شبکه‌ی روابط غیررسمی در تشکیل سرمایه‌ی اجتماعی در استان زنجان تأکید می‌کند (قهاری، کلانتری و قزلباش، ۱۳۹۱).

مروری بر تحقیقات انجام یافته‌ی قبلی نشان داد، تحقیقات انجام یافته عمدتاً بررسی و مطالعه یکی از متغیرها را مورد توجه قرار داده و به ندرت رابطه‌ی بین دو متغیر مورد توجه آنان بوده است. بخشی از این تحقیقات، صرفاً به بررسی و سنجش اعتماد پرداخته‌اند و در نهایت نتیجه گرفته‌اند که وضعیت و نمره‌ی اعتماد در بین جامعه هدف تا چه اندازه بوده است و بخشی دیگر هم به بررسی صرف سرمایه‌ی فرهنگی و اقتصادی پرداخته و صرفاً مصرف فرهنگی و در نهایت میزان و سطح سرمایه‌ی فرهنگی حجم نمونه‌ی مطالعه شده را گزارش نموده‌اند. این تحقیق رابطه بین اعتماد اجتماعی و سرمایه‌ی فرهنگی را از طریق بررسی تأثیر سرمایه‌ی فرهنگی و سرمایه‌ی اقتصادی مورد توجه و تأکید قرار داده است. با توجه به اهمیت یافتن فرهنگ در زندگی اجتماعی و قرار گرفتن فرهنگ و سرمایه‌ی فرهنگی به عنوان پیش شرط تغییرات دیگر و پرداختن به تأثیر این دو نوع سرمایه (فرهنگی و اقتصادی) بر اعتماد اجتماعی، نوآوری و ابتکار تحقیق را نشان می‌دهد. به عبارتی جنبه‌ی نوآورانه‌ی تحقیق آن است تا نشان دهد چگونه در بستر سرمایه‌ی فرهنگی و اقتصادی اعتماد، به عنوان مبنای روابط اجتماعی می‌تواند شکل گیرد.

### چارچوب نظری تحقیق

از آنجایی که این مطالعه در پی بررسی تأثیر سرمایه‌ی فرهنگی بر اعتماد اجتماعی است، بنابراین ابتدا هر کدام از متغیرهای مورد اشاره به لحاظ مفهومی و نظری مورد ارزیابی



قرار گرفته و در نهایت رابطه‌ی این دو متغیر به لحاظ نظری با در نظر داشتن شرایط فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی جامعه‌ی شهری زنجان مطرح شده است:

### اعتماد اجتماعی

به نظر آمد تئوری گیدنز<sup>۱</sup> در پرداختن به بحث اعتماد و تقسیم‌بندی وی از اعتماد سنتی و مدرن یا اعتماد مدنی، نهادی و اعتماد به نهادها و نظام‌های انتزاعی و تخصصی، می‌تواند موضوع اعتماد اجتماعی را در جامعه‌ی شهری زنجان تحلیل و تبیین کند. گونه‌شناسی گیدنز از اعتماد اجتماعی با توجه به تئوری تلفیقی و ترکیبی ساختار-عاملیت با در نظر داشتن شرایط زمانی و مکانی، از اهمیت برخوردار است. با توجه به تغییرات دنیای مدرن و رشد سریع تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات، مفاهیم زمان و مکان و بی‌ریشگی و از جاکندگی در نظریه‌ی گیدنز از اهمیت زیادی برخوردار است. یکی از تغییرات عمده، تغییر در نوع اعتماد است که از سطح اعتماد متقابل و شخصی به اعتماد انتزاعی تغییر یافته است؛ در نتیجه انسان امروز چاره‌ای جز اعتماد به نمادها، مارک‌ها و تخصصها که ظواهر مدرنیته‌اند، ندارد. افراد می‌توانند درباره‌ی میزان ارزش اعتماد نسبت به نظام‌های انتزاعی نظیر نهادها نیز دارای باورهایی باشند. از این فرایند می‌توان با عنوان "سطح نهادی اعتماد (اعتماد به نظام‌های تخصصی)" نام برد. ممکن است کنش‌گر از فردی که اتومبیل یا خانه‌ی او را ساخته، شناختی نداشته باشد ولی نسبت به نظام استاندارد، تنظیم قواعد و قوانین، نظارت و کنترل کیفیت، دارای میزانی از اعتماد باشد (گیدنز، ۱۳۸۰: ۳۳).

گیدنز اعتماد را جزء ضروری و لاینفک زندگی اجتماعی در نظر گرفته می‌گوید خصلت از جا کندگی نظام‌های انتزاعی به معنای تداوم به معنای تداوم کنش متقابل با دیگران غایب است. (ارمکی، کمالی، ۱۳۸۳: ۱۱۲) از دیدگاه گیدنز اعتماد در نظام‌های ماقبل مدرنیته‌ی متأخر، اعتماد غیر شخصی و به دیگران ناشناس یا به عبارت دیگر «بی‌توجهی مدنی» جنبه‌های بنیادی روابط اعتماد بین فردی است که از ماهیت رشدیابنده‌ی نظام‌های

<sup>۱</sup> . Giddens

انتزاعی ریشه گرفته‌اند. در این شرایط جلب اعتماد به جای حفظ اعتماد در نظام‌های گذشته اهمیت اساسی دارد (گیدنز، ۱۳۸۰: ۱۴۴).

به نظر گیدنز منابع اصلی اعتماد در جوامع سنتی اهمیت خود را در جوامع صنعتی از دست داده‌اند. وابستگی‌های خویشاوندی در جوامع مدرن حامل پیوندهای اجتماعی سازمان‌یافته در طول زمان و مکان نیستند. در جوامع صنعتی و پیشرفته اعتماد به علائم و نشانه‌ها و همچنین اعتماد به دانش تخصصی ایجاد می‌گردد و پدیده‌ی از جاکندگی یا انتزاعی بخشی اتفاق می‌افتد. امروزه مردم به دنبال علائم و نشانه‌ها هستند؛ به مارک‌ها توجه می‌کنند، در حالی که نمی‌دانند وسایل و ابزارها را چه کسانی ساخته‌اند و کجا ساخته‌اند. در واقع محلیت از بین رفته است و اعتماد به انتزاعیات تقویت شده است (امیرکافی، ۱۳۸۰: ۱۲-۱۱) گیدنز همچنین معتقد است در عین حال ارتباط ناب منوط به اعتماد متقابل است و اعتماد متقابل نیز به نوبه‌ی خود رابطه‌ی نزدیکی با صمیمیت دارد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۴۱).

### سرمایه‌ی فرهنگی

سرمایه‌ی فرهنگی، یعنی قدرت شناخت و قابلیت استفاده از کالاهای فرهنگی در هر فرد و آن در برگیرنده‌ی تمایلات پایدار فرد است که در خلال اجتماعی شدن در فرد انباشته می‌شوند. سرمایه‌ی فرهنگی را می‌توان توانایی تصرف و استفاده از کالاهای فرهنگی و نیز توانایی‌های ادبی - گفتاری تعریف کرد. هایس اصطلاح سرمایه‌ی فرهنگی را بازنمای جمع نیروهای غیراقتصادی مثل زمینه‌ی خانوادگی، طبقه‌ی اجتماعی، سرمایه‌گذاری‌های گوناگون و تعهدات نسبت به تعلیم و تربیت، منابع مختلف و مانند آنها می‌داند که بر موفقیت آکادمیک (علمی یا تحصیلی) تأثیر می‌گذارد. سرمایه‌ی فرهنگی به عنوان صلاحیت در فرهنگ پایگاه‌ها، گرایش‌ها و ایده‌ها تعریف می‌شود که اغلب یک مکانیزم مهم در بازتولید سلسله‌مراتب اجتماعی در نظر گرفته می‌شود. تمرکز اصلی تئوری سرمایه‌ی فرهنگی این است که فرهنگ از طریق سیستم آموزشی که بازتاب فرهنگ طبقه‌ی حاکم است، انتقال یافته و تشویق می‌شود و نهایتاً موجب بازتولید همان فرهنگ خواهد شد. نظریه‌ی بوردیو در مورد سرمایه‌ی فرهنگی که منجر به بازتولید فرهنگ طبقه‌ی مسلط می‌شود، اشاره بر این امر دارد که چون طبقات مسلط دارای امکانات مادی بیشتری

هستند و دسترسی بیشتری به مثلاً انواع موسیقی‌ها، ورزش‌ها، غذاها و ... دارند، می‌توانند ذائقه‌های خود را شکل بخشند. به عبارت دیگر بورديو هر آنچه جزء علايق خاص طبقه‌ی مسلط است به عنوان معيار سنجش سرمایه‌ی فرهنگی در نظر می‌گیرد. سرمایه‌ی فرهنگی را می‌توانیم به عنوان یک دارایی تعریف کنیم که مجسم‌کننده، ذخیره‌کننده یا تأمین‌کننده‌ی ارزش فرهنگی علاوه بر هرگونه ارزش اقتصادی است که می‌تواند داشته باشد. موجودی سرمایه فرهنگی، به کمیت چنین سرمایه‌ای در یک زمان مفروض اشاره دارد و برحسب واحد شمارش مناسبی از قبیل کمیت‌های مادی یا یک ارزش‌گذاری تجمعی اندازه‌گیری می‌شود. این موجودی سرمایه‌های به مرور زمان منجر به ایجاد جریانی از خدمات می‌شود که ممکن است برای تولید کالاها و خدمات بیشتری مصرف یا استفاده شود. سرمایه‌ی فرهنگی به دو صورت وجود دارد: اولاً ممکن است ملموس باشد یعنی به شکل بناها، محل‌ها، اماکن، آثار هنری و مجسمه‌ها و به طور کلی سرمایه‌ی فرهنگی شامل و نه محدود به میراث فرهنگی ملموس است و ثانیاً سرمایه‌ی فرهنگی ممکن است ناملموس باشد یعنی به شکل سرمایه‌ی معنوی به صورت ایده‌ها، اعمال، عقاید و ارزشهایی باشد که در یک گروه مشترک است. (تراسبی، ۱۳۸۲؛ ۶۸-۷۰). البته اشکال سرمایه‌ی فرهنگی با ابعاد آن متفاوت است و آنچه مورد نظر است نه اشکال بلکه ابعاد است. از نظر بورديو سرمایه‌ی فرهنگی از سه بعد تشکیل یافته و هر کدام از ابعاد، از اشکالی ساخته شده است: ۱) تجسم‌یافته یا مجسم که ترتیبات دیرپای ذهن و بدن را شامل می‌شود، ۲) عینیت‌یافته که به صورت کالاهای فرهنگی چون تصاویر، کتب، کامپیوتر و هنر بروز می‌کند. ۳) حالت نهادی‌شده که از طریق مدارک واقعی و دیگر شواهد پایگاه فرهنگی بازنمایی می‌شود (بورديو، ۲۰۰۴؛ سوروکا، ۱۹۸۶: ۲۵۵ و تراسبی، ۱۳۸۲). با در نظر داشتن این ابعاد، مفهوم سرمایه‌ی فرهنگی مورد سنجش و ارزیابی قرار گرفته است.

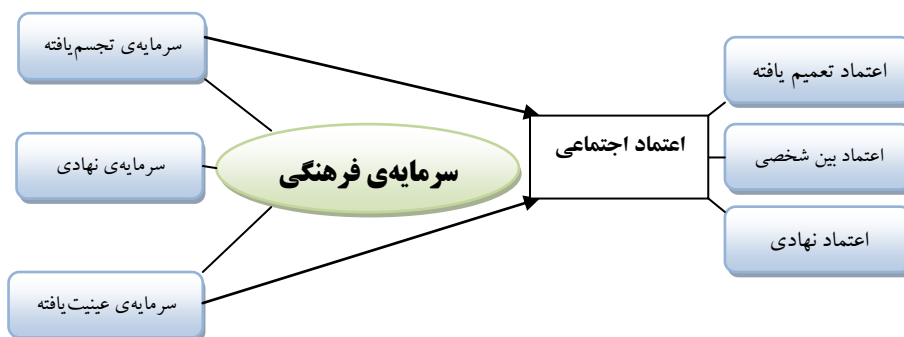
با در نظر داشتن ابعاد اعتماد اجتماعی و سرمایه‌ی فرهنگی، می‌توان گفت یکی از عوامل مهم و تأثیرگذار بر اعتماد اجتماعی و اعتماد بین فردی، سرمایه‌ی فرهنگی است. سرمایه‌ی فرهنگی بالا می‌تواند اعتماد اجتماعی ایجاد کند و اعتماد را در همه‌ی ابعاد آن (تعمیم یافته، بین فردی و نهادی) تقویت کند. زیرا پیش‌شرط داشتن سرمایه‌ی فرهنگی

بالا، گسترش فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی از طریق مناسبات اجتماعی است. بنابراین در این تحقیق فرض بر این است که سرمایه‌ی فرهنگی با داشتن ابعادی چون؛ سرمایه‌ی فرهنگی تجسم یافته، عینیت یافته و نهادی بر اعتماد اجتماعی تأثیر دارد.

مکانیسم تأثیر سرمایه‌ی فرهنگی بر اعتماد اجتماعی به نظر بیشتر در سطح اعتماد تعمیم یافته نمود بیشتری پیدا می‌کند. آنجا که هر دو مفهوم بر آمده از زندگی مدرن بوده و پدیده‌ی جدیدی‌اند. سرمایه‌ی فرهنگی اگر چنانچه همراه با افزایش آگاهی فرهنگی باشد ناخودآگاه زمینه‌ی افزایش پذیرش تنوع و تعدد فرهنگی در جامعه را موجب می‌شود و این خود زمینه‌ی شکل‌گیری اعتماد بویژه اعتماد تعمیم یافته خواهد بود.

اعتماد تعمیم‌یافته را می‌توان داشتن حسن ظن نسبت به اکثریت افراد جامعه جدا از تعلق آنها به گروه‌های قومی و قبیله‌ای تعریف نمود. اعتماد تعمیم‌یافته مبتنی بر تجارب شخصی افراد نیست بلکه بیشتر مبتنی بر نگاه افراد به جهان است که از والدین خود یاد گرفته و کاملاً باثبات و محکم است. موضوع این اعتماد به عنوان مهمترین عنصر نگرشی سرمایه‌ی اجتماعی قلمداد شده و از آن برای متمایز کردن جوامعی که دارای سرمایه‌ی اجتماعی سطح بالا هستند نسبت به جوامعی که دارای سطح پایین سرمایه‌ی اجتماعی هستند استفاده می‌شود. اعتماد تعمیم یافته تنها به افرادی که با هم تعامل دارند و میانشان روابط چهره به چهره برقرار است، محدود نمی‌شود. اعتماد تعمیم یافته، مرزهای خانوادگی، قومی و محلی را درمی‌نوردد و در سطح ملی گسترش می‌یابد. اعتماد تعمیم یافته حوزه‌ای از کسانی را که با ما تعامل دارند یا بالقوه می‌توانند داشته باشند را در برمی‌گیرد. اعتماد تعمیم یافته پدیده‌ی نسبتاً جدیدی است که با شکل‌گیری دولت‌های مدرن یا دولت-ملت مطرح می‌شود. اعتماد تعمیم یافته لازمه‌ی همکاری و مشارکت میلیون‌ها شهروندی است که جوامع پیچیده و مدرن امروزی را تشکیل می‌دهند. در جامعه‌ی سنتی نیاز چندانی به اعتماد تعمیم یافته نیست زیرا مرزهای مشخصی بین خودی و بیگانه و همچنین بین دوست و دشمن وجود دارد. بنابراین اعتماد تعمیم یافته به عنوان اصل اساسی روابط اجتماعی و گسترش مدرنیته، طی سال‌های آتی در شهر زنجان به شدت احساس خواهد شد. زیرا جامعه از وضعیت سنتی خارج و در حال

تجربیه‌ی شرایط زیسته‌ی جدیدی است. از سویی سرمایه‌ی فرهنگی در شهر زنجان با توجه به استقرار دانشگاه‌ها و مراکز فرهنگی متعدد در آن در حال گسترش است.



شکل ۱: مدل نظری و تحلیلی تحقیق

### فرضیه‌ها

- ۱- بین سرمایه‌ی فرهنگی و اعتماد اجتماعی رابطه وجود دارد.
- ۲- بین سرمایه‌ی فرهنگی تجسم یافته و اعتماد اجتماعی رابطه وجود دارد.
- ۳- بین سرمایه‌ی فرهنگی عینیت یافته و اعتماد اجتماعی رابطه وجود دارد.
- ۴- بین سرمایه‌ی فرهنگی نهادی شده و اعتماد اجتماعی رابطه وجود دارد.

### روش پژوهش

این تحقیق با رویکرد توصیفی- علی و با روش پیمایشی انجام یافته و به دنبال بررسی تأثیر سرمایه بر اعتماد اجتماعی در بین شهروندان شهر زنجان است. تحقیق از لحاظ معیار زمان، مقطعی است، زیرا در یک برهه از زمان یعنی سال ۹۶ انجام یافته است. جامعه‌ی آماری شامل زنان و مردان بالای ۱۸ سال شهر زنجان است. با در نظر داشتن جمعیت بالای ۱۸ سال شهر زنجان به تعداد ۳۱۰۱۱۳ نفر حجم نمونه بر اساس فرمول تعیین نمونه‌ی کوکران، ۳۸۰ نفر انتخاب شده است. روش نمونه‌گیری به صورت نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای و تصادفی ساده است. برای اینکه شانس افراد شهر در انتخاب شدن برابر باشد بلوک‌ها یا افراد ساکن در آنها با احتمال متناسب با حجم (PPS)<sup>۱</sup> انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه است که به شیوه‌ی

1. Probability Proportional to size

محقق ساخته و پس از انجام پیش‌آزمون و سنجش اعتبار و پایایی آن، قابلیت اجرایی پیدا کرد.

### اعتبار<sup>۱</sup> ابزار

در این مطالعه علاوه بر اعتبار صوری، از اعتبار سازه (تحلیل عاملی<sup>۲</sup>) نیز استفاده شده است. با توجه به اینکه، محقق از قبل بر اساس تئوری خاصی شاخص‌ها و عامل‌های هر یک از متغیرها را تنظیم و پیش‌بینی کرده است بنابراین تحلیل عاملی تأییدی<sup>۳</sup> بهتر از تحلیل عاملی اکتشافی<sup>۴</sup> که فرض را بر امکان ارتباط هر متغیر با هر عاملی می‌گذارد، می‌تواند اعتبار سازه (نظری) را اندازه‌گیری کند.

### اعتماد اجتماعی (تعمیم یافته)

بر اساس آزمون کیزر-میر-اوکلین (KMO) که برای سنجش شاخص کیفیت نمونه‌گیری به کار می‌رود، مقدار kmo به دست آمده، ۰/۸۱۵ است که این مقدار با توجه به مقدار بالا و نزدیک بودن به عدد ۱ بیانگر آن است که انجام تحلیل عاملی قابل انجام است. از سویی با توجه به آزمون بارتلت که در سطح خطای کمتر از ۰/۰۵ معنادار است، نتیجه حاصل می‌شود که ارتباط معناداری بین متغیرهای اعتماد تعمیم یافته وجود داشته و امکان کشف ساختار جدید از داده‌ها ممکن است. پس از اجرای تحلیل عاملی، بار عاملی متغیرها استخراج گردید و از آنجایی که برخی متغیرها از بار عاملی پایینی برخوردار بودند، از تحلیل خارج شدند.

### اعتماد اجتماعی (اعتماد بین شخصی)

بر اساس آزمون کیزر-میر-اوکلین (KMO) مقدار kmo به دست آمده، ۰/۷۶۶ است که این مقدار با توجه به مقدار بالا و نزدیک بودن به عدد ۱ بیانگر آن است که انجام تحلیل عاملی قابل انجام است. از سویی با توجه به آزمون بارتلت که در سطح خطای کمتر از ۰/۰۵ معنادار است، نتیجه حاصل می‌شود که ارتباط معناداری بین متغیرهای اعتماد بین

<sup>۱</sup>. Validity

<sup>۲</sup>. factor Analysis

<sup>۳</sup>. Confirmatory factor Analysis

<sup>۴</sup>. Exploratory factor Analysis

شخصی وجود دارد. پس از اجرای تحلیل عاملی، بار عاملی متغیرها استخراج گردید و متغیرهای دارای بار عاملی کمتر از ۰.۵۰ از تحلیل حذف گردیدند.

### سرمایه‌ی فرهنگی تجسم یافته

بر اساس آزمون کیزر- میر- اوکلین (KMO) مقدار kmo به دست آمده، ۰/۹۰۲ است که این مقدار با توجه به مقدار بالا و نزدیک بودن به عدد ۱ بیانگر آن است که انجام تحلیل عاملی قابل انجام است. از سویی با توجه به آزمون بارتلت که در سطح خطای کمتر از ۰/۰۵ معنادار است، نتیجه حاصل می‌شود که ارتباط معناداری بین متغیرهای سرمایه‌ی فرهنگی تجسم یافته وجود دارد. پس از اجرای تحلیل عاملی، بار عاملی متغیرها استخراج و متغیرهای دارای بار عاملی کمتر از ۰.۵۰ از تحلیل خارج شدند.

### سرمایه‌ی فرهنگی عینیت یافته

بر اساس آزمون کیزر- میر- اوکلین (KMO) مقدار kmo به دست آمده، ۰/۸۶۸ است که این مقدار با توجه به مقدار بالا و نزدیک بودن به عدد ۱ بیانگر آن است که انجام تحلیل عاملی قابل انجام است. از سویی با توجه به آزمون بارتلت که در سطح خطای کمتر از ۰/۰۵ معنادار است، نتیجه حاصل می‌شود که ارتباط معناداری بین متغیرهای سرمایه‌ی فرهنگی عینیت یافته وجود دارد.

### پایایی<sup>۱</sup> ابزار

برای سنجش پایایی ابزار گردآوری داده‌ها، ابتدا پیش‌آزمونی اجرا و از این طریق ضریب آلفای کرونباخ شاخص‌ها و مقیاس‌ها، تعیین گردید. بالا بودن ضریب آلفا (بالتر از ۰/۷۰) نشان داد که پرسشنامه قابلیت اجرایی دارد. به عبارتی گویه‌ها دارای انسجام درونی و همسازی داخلی هستند. در این تحقیق، آلفای کرونباخ که به بررسی همبستگی درونی گویه‌های متغیر می‌پردازد، به کارگرفته شده است. بنابراین پیش‌آزمونی از ۳۰ نفر از جامعه‌ی آماری تحقیق انجام شد و قبل از اجرای پرسشنامه بر روی جامعه‌ی نمونه، پایایی ابزار پرسشنامه بررسی و برخی ایرادات پرسشنامه مشخص و گویه‌ها و سؤالات

<sup>۱</sup> Reliability

ناهمساز و ناپایا از پرسشنامه حذف و پرسشنامه‌ی نهایی جهت اجرا به دست آمد. در جدول ۱ پایایی متغیرهای تحقیق (مقدار آلفای کرونباخ) به تفکیک متغیرها مشخص شده است.

جدول ۱: ضرایب آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق

ضریب آلفای کرونباخ		تعدادگویه‌ها و سؤال‌ها	ابعاد اصلی	متغیر
۰/۸۸	۰/۸۵	سؤال ۱۶	تعمیم یافته	اعتماد اجتماعی
	۰/۸۲	سؤال ۹	بین شخصی	
	۰/۷۹	سؤال ۱۹	نهادی	
۰/۹۲	۰/۹۰	سؤال ۱۵	تجسم یافته	سرمایه فرهنگی
	۰/۹۲	سؤال ۱۲	عینیت یافته	
	۰/۷۲	سؤال ۳	نهادینه شده	

### تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرها

#### متغیر وابسته: اعتماد اجتماعی

در تعریفی که جانسون از اعتماد می‌کند، اعتماد «ایجاد ارتباط با دیگری و درخواست پذیرش و حمایت آشکار از دیگران، خودتکمیلی در روابط و انطباق با انتظارات دیگران» است. جانسون عناصر تشکیل‌دهنده‌ی اعتماد را صراحت و باز بودن، سهم کردن، پذیرش، حمایت، تمایلات همکاری‌جویانه، را رفتار مبتنی بر اعتماد می‌داند. برای سنجش اعتماد اجتماعی در این تحقیق از سه بعد اعتماد تعمیم یافته، اعتماد بین شخصی و اعتماد نهادی استفاده شده است.

#### اعتماد تعمیم یافته

در سطح میانی، اعتماد عام و تعمیم یافته به عموم مردم و به گروه‌های واسطه و سازمان‌ها و مؤسسات کوچک مورد بررسی قرار می‌گیرد. بقاء و تداوم جوامع و گروه‌های انسانی وابسته به کنش‌ها و روابط اعضای آن‌ها است. سطح و عمق کنش‌های انسانی در یک گروه، نشان‌دهنده‌ی پیوستگی، انسجام، همدلی و تعلق میان اعضاست. عمق کنش‌ها نیز بستگی به اعتماد و عواطف افراد نسبت به یکدیگر دارد. این سطح از اعتماد تأثیر



بسیار مهمی بر روابط و تعاملات اجتماعی داشته و توانایی تنظیم‌کنندگی ارتباطات و مناسبات اجتماعی را دارد. این اعتماد می‌تواند در صورت ضعف و ناتوانی در سطح سوم اعتماد، جایگزین آن شود. برای سنجش این بعد از اعتماد از شاخص‌هایی چون؛ اعتماد به مردم، صداقت مردم، قرض دادن به دیگران، کمک به فرد غریبه در شب و ... استفاده شده است که شرح مبسوط تعاریف عملیاتی در جدول ماتریس تعریف عملیاتی متغیرها آمده است.

### اعتماد بین شخصی

اعتماد بین فردی مبتنی بر تجربیاتی است که افراد در ارتباط با یکدیگر در فرآیند تعاملات مکرر طی یک دوره‌ی زمانی طولانی به دست می‌آورند. روابط شخصی در ایجاد اعتماد بین فردی نقش اساسی دارد.

اعتماد بین شخصی در روابط مستقیم و چهره به چهره بین اشخاص یافت می‌شود. همزیستی مستقیم بین تعامل‌کنندگان از ویژگی‌هایی است که اعتماد بین شخصی را از دیگر شکل‌های اعتماد جدا می‌کند. اعتماد بین شخصی را می‌توان در تعامل و ارتباط میان همسایگان، دوستان، همکاران، مشتری / فروشنده، سرکارگر / کارگر، رئیس / کارمند، و دیگر موارد مشابه مشاهده کرد (غفاری، ۱۳۸۳). در اعتماد بین شخصی هر دو نوع اعتماد عمودی، یعنی اعتماد زبردست به بالادست و برعکس، و اعتماد افقی، یعنی اعتماد به هم‌ردیفان وجود دارد. این نوع اعتماد با دیگر انواع اعتماد تفاوت چندانی ندارد، فقط موضوع آن عینی‌تر و سطح آن خردتر است. به طوری که زتومکا بیان می‌کند، حضور همزمان کنشگران در یک مکان، ویژگی‌های منحصر به فردی را پدید می‌آورد که اعتماد بین شخصی را از دیگر شکل‌های اعتماد متمایز می‌کند (زتومکا، ۱۳۸۶). برای سنجش این بعد از اعتماد از شاخص‌هایی چون؛ اعتماد به خانواده، دوستان و همسایه‌ها استفاده شده است.

### اعتماد نهادی

اعتماد نهادی، حالت انتزاعی اعتماد به نهادها و سازمان‌هاست؛ نهادها و سازمان‌هایی نظیر مدرسه، ارتش، دانشگاه، دادگاه، نیروی انتظامی و مانند آن. میزان اعتمادی که مردم به

نهادهای گوناگون دارند، در بین جوامع متفاوت است و در طی زمان دستخوش تغییر می‌شود. همچنین نوعی از اعتماد به نهادها وجود دارد که اعتماد رویه‌ای نامیده می‌شود. اعتمادی که در اعمال یا رویه‌های نهادی شده بر مبنای این اعتقاد وجود دارد که اگر از این رویه‌ها و اعمال پیروی شود، بهترین نتایج حاصل خواهد شد؛ مانند اعتماد به شیوه‌های مردم سالارانه (انتخابات، نمایندگی، اکثریت آرا و...) به عنوان بهترین شیوه برای تأمین منافع بزرگترین بخش از جمعیت و کسب مستدل‌ترین توافقیها در میان منافع متعارض، یا اعتماد به درستی فرآیندهای قانونی به عنوان بهترین ابزار نیل به داوری موجه و عادلانه. البته بی‌اعتمادی نیز ممکن است به چنین رویه‌هایی معطوف شود. مانند واگذاری امتیازات دولتی به مؤسسات صنعتی که متضمن بی‌اعتمادی است، زیرا بروز فساد مالی را تسهیل می‌کند (زتومکا، ۱۳۸۶: ۸۳). برای سنجش این بعد از اعتماد از شاخص‌هایی چون؛ اعتماد به نهادهای اقتصادی، مذهبی، سیاسی و آموزشی استفاده شده است. سنجش اعتماد اجتماعی و ابعاد آن با استفاده از طیف لیکرت و در قالب پنج درجه‌ای (خیلی زیاد، زیاد، تا حدودی/ متوسط، کم و خیلی کم) صورت گرفته است.

جدول ۲: ماتریس تعریف عملیاتی متغیر وابسته (اعتماد اجتماعی)

مفهوم / متغیر	ابعاد	زیر ابعاد / مؤلفه	شاخص‌ها
اعتماد	اعتماد	صداقت	اعتماد به مردم، صداقت مردم، سوار کردن فرد غریبه
	تعمیم یافته	صراحت تمایلات همکاری جویانه	در شب، شراکت در فعالیت اقتصادی، قرض دادن، اعتماد به گروه‌های شغلی (معلمان، پزشکان، استادان دانشگاه، روحانیون، بازاریان، مأموران نیروی انتظامی، نیروهای مسلح، نمایندگان مجلس)
	بین شخصی	اعتماد عمومی اطمینان	اعتماد به خانواده، خویشاوندان، دوستان، همکاران، همسایه‌ها، غریبه‌ها و شهروندان، سپردن مراقبت از بچه‌ها به همسایه‌ها
	نهادهای	سیاسی	اعتماد به دولت، دادگستری، مجلس، نیروی انتظامی، شورای اسلامی شهر، دستگاه‌های اجرایی و ادارات، ارتش، سپاه پاسداران، بسیج و صدا و سیما

اعتماد به دانشگاه‌ها، مدارس، مؤسسات آموزشی، کلاس‌های قرآنی	آموزشی		
اعتماد به افراد روحانی، هیأت‌های مذهبی، حوزه‌های علمیه، تبلیغات مذهبی	مذهبی		
اعتماد به بانک‌ها، بازار و بازاریان، بورس، شراکت اقتصادی	اقتصادی		
اعتماد به انجمن‌های داوطلبانه، خیریه، انجمن حمایت از بیماران، انجمن‌های حمایت از خانواده‌های بی سرپرست و بد سرپرست، انجمن‌های طرفدار محیط زیست	اجتماعی		

(منبع: برگرفته از گیدنز، ۱۳۷۷)

### سرمایه‌ی فرهنگی

از دیدگاه بوردیو، سرمایه‌ی فرهنگی عبارت است از شناخت و ادراک فرهنگ و هنرهای متعالی، داشتن ذائقه خوب و شیوه‌های عمل متناسب (فاضلی، ۱۳۸۶: ۴۷). مفهوم سرمایه‌ی فرهنگی از نظر بوردیو، به مجموعه‌ای از توانمندی‌ها و عادات‌ها (۱۴) و طبع‌های فرهنگی شامل: دانش، زبان، سلیقه یا ذوق و سبک زندگی، دلالت می‌کند. از دیدگاه بوردیو سرمایه‌ی فرهنگی در سه شکل نمایان می‌شود: ۱. سرمایه‌ی فرهنگی تجسم‌یافته، ۲. سرمایه‌ی فرهنگی عینیت‌یافته و ۳. سرمایه‌ی فرهنگی نهادی

### سرمایه‌ی فرهنگی تجسم‌یافته

این سرمایه با شخصی که در آن تجسم می‌یابد ارتباط نزدیک دارد. در واقع، نوعی ثروت بیرونی است که به عنوان بخش جدایی‌ناپذیری از فرد درآمدی است. این همان بخشی است که بوردیو آن را بعد سرمایه‌ی فرهنگی همراه با تولد می‌نامد که نمی‌توان آن را از راه هدیه، خرید یا مبادله به دیگری منتقل کرد. این نوع سرمایه‌ی فرهنگی به صورت آمادگی مداوم جسم و ذهن تجلی می‌یابد (شارع پور و خوش فر، ۱۳۸۱: ۱۳۷).

### سرمایه‌ی فرهنگی عینیت یافته

این بعد از سرمایه‌ی فرهنگی که بیشتر در کالاهای مادی تجسم می‌یابد، از آشکارترین ابعاد سرمایه‌ی فرهنگی است که افراد جامعه می‌توانند از آن بهره‌مند شوند. از ویژگی‌های بارز آن قابل انتقال بودن آن است. به تمامی کالاهای فرهنگی، سرمایه‌ی فرهنگی عینی گفته می‌شود که اثر آموزشی بر دارندگان آن می‌گذارد (همان).

### سرمایه‌ی فرهنگی نهادی

این نوع سرمایه‌ی فرهنگی به افراد با صلاحیت و مستعد برای کسب انواع مدارک تحصیلی و دانشگاهی اشاره دارد. از طرف دیگر وجود نهادهای رسمی است که این مدارک را صادر و مشروعیت می‌بخشند. این نوع از سرمایه‌ی فرهنگی به دارندگان خود اعتبار و پایگاه اجتماعی خاصی می‌بخشد (نوغانی، ۱۳۸۳: ۱۳۷). تعریف عملیاتی و نحوه‌ی سنجش هر کدام از این ابعاد سرمایه‌ی فرهنگی در جدول زیر آمده است. پس از تجمیع و امتیازدهی این سه بعد، سنجش متغیر سرمایه‌ی فرهنگی به دست آمده است. پرسش‌ها در قالب طیف لیکرت است.

جدول ۳: ماتریس تعریف عملیاتی سرمایه‌ی فرهنگی

مفهوم / متغیر	ابعاد	مؤلفه	شاخص‌ها
	تجسم یافته	آگاهی فرهنگی	آگاهی سینمایی، آگاهی موسیقایی، آگاهی از اندیشمندان و علما، آگاهی از وظایف نهادهای فرهنگی، شناخت ادبیات و شاعران، شناخت فیلم و فیلم‌سازان، شناخت خوانندگان، شناخت کتاب‌ها، شناخت اهل هنر
			فعالیت‌های بصری (نواختن سازهای موسیقی - سینما رفتن - رفتن به تئاتر کنسر رفتن - گوش دادن به موسیقی کلاسیک - اخبار، ایستگاه‌های رادیویی عکاسی، فیلمبرداری) تفریح، سرگرمی (بازدید از موزه‌ها، بناهای تاریخی بازدید از گالری‌های هنری جمع کردن تمبر، کلاس‌های شبانه) فعالیت‌های مطالعاتی (مطالعه کتاب

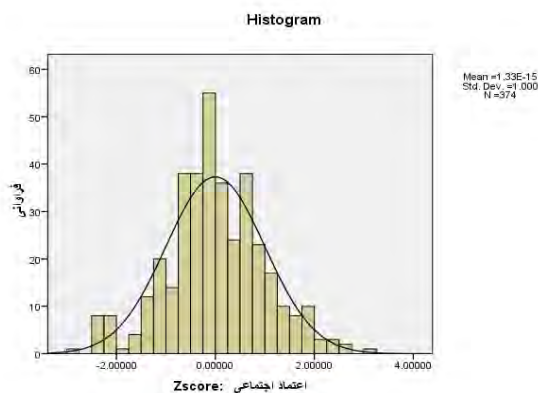
عضویت در کتابخانه - خرید کتاب)			
تابلو نقاشی، تابلو هنری، داشتن کتاب و کتابخانه در منزل، داشتن آلات موسیقی، داشتن اینترنت، دسترسی به رسانه‌ها	تملك كالاهاى فرهنگى	عينيت يافته	سرمایه فرهنگی
نسخه‌های خطی قرآن، کتاب‌های قدیمی از شاعران و نویسندگان، داشتن نمادهای فرهنگی	تملك اشياء فرهنگى		
مصرف کتاب، مصرف موسیقی، مصرف فیلم، مصرف روزنامه و مجله، مصرف	مصرف فرهنگى		
عضویت در گروه‌های کتاب، جشنواره‌های فرهنگی و هنری، شرکت در همایش‌های فرهنگی، عضویت در کتابخانه‌ها	فعاليت فرهنگى	نهادى	
مدرک تحصیلی فرد و والدین	مدارك تحصيلى		
دوره‌های آموزشی غیر رسمی و خارج از دانشگاه، گواهینامه‌های فرهنگی و هنری	مدارك هنرى و آموزشى		

(منبع: برگرفته از بوردیو، ۱۹۸۶)

### یافته‌های تحقیق

یافته‌های توصیفی تحقیق نشان داد که میانگین اعتماد تعمیم یافته در بین ۲۸ درصد از پاسخگویان در حد زیاد و ۳۴ درصد در حد کم و ۳۸ درصد در حد متوسط است. همین‌طور میانگین اعتماد بین شخصی در بین ۴۸ درصد از پاسخگویان در حد زیاد و ۲۰ درصد در حد کم و ۳۲ درصد در حد متوسط است. میانگین اعتماد نهادی و سازمانی در بین ۳۵ درصد از پاسخگویان در حد زیاد و ۳۰ درصد در حد کم و ۳۵ درصد در حد متوسط است.

نمودار هیستوگرام<sup>۱</sup> (نمودار توزیع نرمال نمرات) و آزمون کولموگروف برای سنجش نرمال بودن توزیع داده‌های متغیر اعتماد اجتماعی نشان داد داده‌های اعتماد اجتماعی به صورت نرمال توزیع شده‌اند.



شکل ۲: نمودار هیستوگرام و الگوی توزیع نمرات اعتماد اجتماعی

آمارهای مربوط به برآورد توزیع نرمال نیز به خوبی نشان می‌دهد که فرض صفر مربوط به الگوی توزیع مورد تأیید و داده‌ها به طور معناداری از توزیع نرمال، دور نیستند. آزمون مورد استفاده در این جا با توجه به حجم نمونه، آماره توزیع نرمال اسمیرنف کولموگروف است که در حجم‌های بیش از ۲۰۰ مورد، قابلیت کاربرد بیشتر دارد. با توجه به مقدار  $Z(0.977)$  و سطح معناداری که بزرگتر از ۵ صدم بوده و معنادار نیست، بنابراین می‌توان با تأیید نرمال بودن توزیع نمرات اعتماد اجتماعی، از آزمون‌های پارامتریک استفاده کرد.

آزمون رابطه‌ی متغیر مستقل اصلی با متغیر وابسته (اعتماد اجتماعی)

همان‌گونه که آزمون توزیع داده‌های هر دو متغیر اعتماد اجتماعی و سرمایه‌ی فرهنگی نشان داد داده‌ها از توزیع نرمال برخوردار بوده و بنابراین برای اندازه‌گیری رابطه بین این دو متغیر، می‌توان از آزمون‌های پارامتریک استفاده کرد.

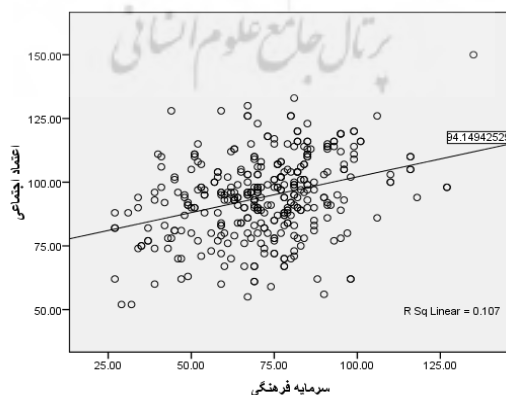
<sup>۱</sup>. Histograms

جدول ۴: آزمون رابطه بین سرمایه فرهنگی و اعتماد اجتماعی

متغیرهای مستقل	متغیر وابسته	نوع آزمون	مقدار همبستگی / کمیت آماره	سطح معناداری
سرمایه‌ی فرهنگی	اعتماد اجتماعی	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۳۳	۰/۰۰۰
سرمایه‌ی فرهنگی تجسم یافته	اعتماد اجتماعی	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۳۲	۰/۰۰۰
سرمایه‌ی فرهنگی عینیت یافته	اعتماد اجتماعی	ضریب همبستگی پیرسون	۰/۳۰	۰/۰۰۰
سرمایه‌ی فرهنگی نهادی	اعتماد اجتماعی	آزمون F	۵/۰۱	۰/۰۰۱

با توجه به سطح سنجش فاصله‌ای همه‌ی متغیرهایی که در این قسمت بررسی می‌شوند و توزیع نرمال آنها که در بخش‌های قبلی به آن اشاره شد، برای بررسی روابط بین آنها از ضریب همبستگی گشتاوری یا همان ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌کنیم. جدول ۵ همبستگی بین مؤلفه‌های سرمایه‌ی فرهنگی و اعتماد اجتماعی را نشان می‌دهد. متغیر سرمایه‌ی فرهنگی پس از بررسی اعتبار سازه، از ترکیب ۳ مؤلفه‌ی تجسم یافته، عینیت یافته و نهادی ایجاد شده است. در مقابل متغیر اعتماد اجتماعی نیز پس از بررسی اعتبار سازه، از حاصل ترکیب متغیرهای تعمیم یافته، بین شخصی و نهادی ایجاد شده است. مقدار ضریب همبستگی بین سرمایه‌ی فرهنگی و اعتماد اجتماعی (۰/۳۲) است که نشان می‌دهد بین این دو متغیر همبستگی معناداری وجود دارد. به عبارتی، با افزایش سطح سرمایه‌ی فرهنگی افراد، افزایش سطح اعتماد اجتماعی فراهم می‌گردد. شدت این همبستگی متوسط ارزیابی می‌گردد که در سطح ۹۹ درصد اطمینان معنادار است. یعنی با اطمینان بالایی می‌توان مدعی شد که سطح بالاتر سرمایه‌ی فرهنگی با سطح بالاتر اعتماد اجتماعی در ارتباط است و این رابطه در سطح جامعه‌ی آماری قابل تعمیم است. همچنین نتایج بیانگر آن است بین ابعاد و مؤلفه‌های سرمایه‌ی فرهنگی و اعتماد اجتماعی نیز نوعی همبستگی قابل مشاهده است. مقدار ضریب همبستگی بین سرمایه‌ی فرهنگی تجسم یافته و اعتماد اجتماعی (۰/۳۲) نشان می‌دهد که بین این دو متغیر همبستگی

معناداری وجود دارد. به عبارتی، با افزایش سرمایه‌ی فرهنگی تجسم یافته‌ی شهروندان، اعتماد اجتماعی آنان نیز افزایش می‌یابد. شدت این همبستگی متوسط ارزیابی می‌گردد که در سطح ۹۹ درصد اطمینان معنادار است. همچنین مقدار ضریب همبستگی بین سرمایه فرهنگی عینیت یافته و اعتماد اجتماعی (۰/۳۱) و مقدار کمیت آماره بین سرمایه‌ی فرهنگی نهادی و اعتماد اجتماعی با (۵۰۱) است که نشان می‌دهد بین سرمایه‌های فرهنگی عینیت یافته و نهادی با اعتماد اجتماعی در سطح اطمینان ۹۹ درصد رابطه‌ی معناداری برقرار است. نموداری که در ادامه مشاهده می‌شود برای نشان دادن تصویری رابطه بین دو متغیر سرمایه‌ی فرهنگی و اعتماد اجتماعی مورد استفاده واقع شده است. در این نمودار پراکنش می‌توان مشاهده کرده که بین نمرات رابطه قابل درک است اما همانطور که ضریب پیرسون هم نشان داد، این رابطه خیلی قوی نیست زیرا تجمع نقاط بر روی یک خط فشرده نیست. این نمودار به خوبی نشان می‌دهد که استفاده از رابطه‌ی خطی بین دو متغیر کاملاً بجا و مناسب است و به همین علت از ضریب همبستگی پیرسون که یک ضریب مختص روابط خطی است استفاده شده است. همچنین در نمودار رابطه‌ی مستقیم یا مثبت دیده می‌شود، چرا که نمرات بالاتر سرمایه‌ی فرهنگی با نمرات بالاتر اعتماد اجتماعی همخوان است. البته انحراف از این الگو هم به مقدار کمی قابل رویت است اما روند کلی اینگونه نیست. نمرات پرت یا دورافتاده‌ای که تأثیر مهمی بر ضریب و رابطه‌ی همبستگی بین دو متغیر وارد کند وجود ندارد؛ بنابراین ضریب به دست آمده با تورش و انحراف زیادی مواجه نیست و به خوبی از پس تلخیص رابطه‌ی دو متغیر برآمده است.



شکل ۳: پراکنش مربوط به روابط دو متغیره بین سرمایه فرهنگی و اعتماد اجتماعی



## تحلیل چندمتغیره (رگرسیونی) متغیر وابسته

جدول ۵: تحلیل چندمتغیره (رگرسیون چندمتغیره) اعتماد اجتماعی

مدل ۲			مدل ۱				
سطح معنی داری	آماره T	ضریب استاندارد	سطح معنی داری	آماره T	ضریب استاندارد		
۰/۰۰۰	۵.۴	۰/۳۲	۰/۰۰۰	۵.۴۱	۰/۳۱	سرمایه‌ی فرهنگی	متغیرهای مستقل
۰.۳۶	۲.۱۰	-۰.۱۲	۰/۰۳۶	-۲.۱۰	-۰.۱۲	درآمد خانواده	
۰/۳۹			۰/۳۳			ضریب همبستگی چندگانه	ویژگی‌های مدل رگرسیونی
۰/۱۵			۰/۱			ضریب تبیین	
۰/۱۴			۰/۱			ضریب تبیین تعدیل شده	
۱۵.۷۸			۱۵.۸۹			خطای استاندارد برآورد	

نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد اولین متغیری که در مدل لحاظ شده و در واقع بیشترین همبستگی را با اعتماد اجتماعی داشته است، متغیر مستقل اصلی تحقیق یعنی سرمایه‌ی فرهنگی است. ضریب بتای مربوطه بیانگر آن است که یک واحد افزایش در سرمایه‌ی فرهنگی فرد، ۰/۳۱ افزایش در اعتماد اجتماعی وی را در برخواهد داشت. در این مرحله، سرمایه‌ی فرهنگی به تنهایی حدود ۱۰ درصد از تغییرات اعتماد اجتماعی را تبیین می‌نماید که سهم نسبتاً قابل توجهی است. دومین متغیری که با اعتماد اجتماعی همبستگی داشته است، وضعیت درآمد فرد بوده که در مدل دوم وارد تحلیل شده است. ورود این متغیر، سهم سرمایه‌ی فرهنگی را نسبت به مرحله‌ی قبل تا حد کمی تغییر داده است و ضریب بتای آن با دو واحد افزایش مواجه شده است. ضریب بتای درآمد به مقدار -۰.۱۲ و به صورت منفی است که می‌دانیم تفسیر این علامت بر اساس نوع کدگذاری متغیر باید صورت پذیرد. این متغیر یک متغیر دوجهبی یا دوارزشی است که از این بابت مشکلی در ورود آن به رگرسیون چندگانه وجود ندارد. افراد بدون درآمد با

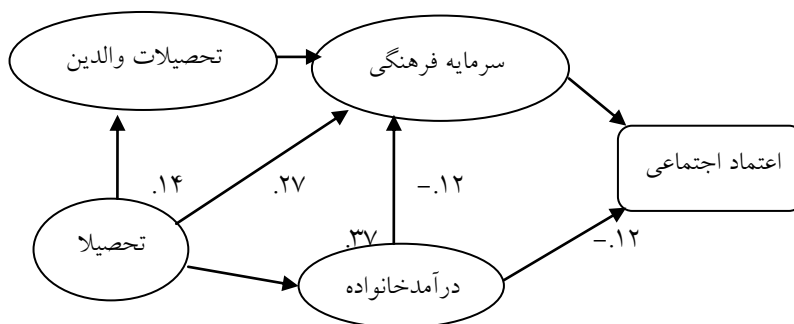
کد ۰ و افراد دارای درآمد با کد ۱ در رگرسیون وارد تحلیل شده‌اند. با توجه به آماره‌های مربوط به ضریب تعیین، ملاحظه می‌شود که این متغیر هم در حدود ۵ درصد به میزان قدرت تبیین مدل می‌افزاید.

در جدول بالا، بحث در مورد ضرایب بتا و مدل‌های مختلف ارائه شده بود. نکته‌ی دیگری که باید در مورد مدل‌ها مد نظر داشت آن است که آیا مدل‌های ارائه شده از قدرت یا نیکویی برازش مناسبی برخوردار هستند یا خیر. در قسمت‌های قبل در مورد ارزیابی هر مدل با توجه به کمیت  $F$  صحبت کردیم که نتایج آن در جدول ۶ ارائه شده است. در اینجا، برای هر مدل یک آزمون تحلیل واریانس انجام شده و سطح معناداری مربوط ارائه شده است. نتایج بیانگر آن است که مدل‌های ارائه شده، از معناداری در سطح ۹۹ درصد اطمینان برخوردار بوده و مدل‌های موجود قابل قبول هستند. به بیان دیگر، نتایج نشان می‌دهد که در هر مرحله، ویژگی‌های ارائه شده به طور معناداری در مدل رگرسیونی سهمیم هستند.

جدول ۶: برآورد نیکویی برازش مدل‌های ارائه شده رگرسیونی در مورد اعتماد اجتماعی

سطح معناداری	کمیت F	میانگین مجذورات	درجه آزادی	مجموع مجذورات		
□□□□ □	□□□□ □□	□□□□ □□□□	□	□□□□ □□□□	رگرسیون	مدل ۱
		□□□□ □□□□	□□□□	□□□□ □□□□	باقی مانده	
			□□□□	□□□□ □□□□ □	کل	
□□□□ □	□□□□ □□	□□□□ □□□□	□	□□□□ □□□□	رگرسیون	مدل ۲
		□□□□ □□□□	□□□□	□□□□ □□□□ □	باقی مانده	
			□□□□	□□□□ □□□□ □	کل	

## تحلیل مسیر



شکل ۴: نمودار و ضرایب مسیر متغیرهای مستقل اثرگذار بر اعتماد اجتماعی

مسیرهای تأثیرگذاری متغیرهای مستقل بر اعتماد اجتماعی در نمودار ۴ نشان داده شده است. از بین متغیرهای وارد شده در معادلات رگرسیونی، ۴ متغیر چه به صورت مستقیم و چه به صورت غیرمستقیم بر اعتماد اجتماعی اثر داشته‌اند. همانگونه که در تحلیل‌های چندمتغیره ملاحظه شد ۲ متغیر (سرمایه فرهنگی و وضعیت درآمد خانواده) اثر مستقیم داشتند بنابراین، ۲ متغیر دیگر صرفاً به صورت غیرمستقیم بر اعتماد اجتماعی اثرگذار هستند. ضرایب مربوط در قسمت تحلیل رگرسیونی و نیز در جدول شماره ۷ که مسیرهای مستقیم و غیرمستقیم محاسبه شده، قابل مشاهده‌اند. با توجه به مفروضات تحقیق و مبانی نظری ارایه شده، سرمایه فرهنگی و درآمد به عنوان متغیرهای وابسته میانی در نظر گرفته شده‌اند. سرمایه فرهنگی به عنوان متغیر مستقل اصلی این تحقیق اثر مستقیم و مثبتی بر متغیر وابسته دارد. در بین متغیرها هم همان گونه که پیدا است بیشترین تأثیر را بر اعتماد اجتماعی داشته است. متغیر دیگری که اثر مستقیم بر متغیر وابسته دارد، درآمد خانواده است. البته تأثیر متغیر درآمد کمتر از سرمایه فرهنگی است و تأثیرش هم منفی و معکوس است. یعنی افزایش درآمد باعث افزایش اعتماد اجتماعی نشده است. از سویی خود متغیر درآمد با تأثیر بر سرمایه فرهنگی بصورت منفی و معکوس، بصورت غیر مستقیم بر متغیر وابسته تأثیر گذاشته است.

دو متغیر دیگر که تأثیر غیر مستقیمی بر اعتماد اجتماعی دارند، تحصیلات خود فرد و تحصیلات والدین فرد است. تحصیلات فرد هم با تأثیر بر سرمایه فرهنگی و هم بر درآمد، تأثیر غیر مستقیم بر اعتماد اجتماعی دارد و تحصیلات والدین هم با تأثیر بر

سرمایه فرهنگی، بر اعتماد اجتماعی تأثیر مستقیم داشته است. مقدار و میزان تأثیرهای مستقیم و غیر مستقیم در جدول شماره ۷ آمده است.

جدول ۷: میزان تأثیر مستقیم، غیر مستقیم و کل متغیرهای مستقیم بر متغیر وابسته‌ی اعتماد اجتماعی

متغیرها	انواع تأثیر	
	مستقیم	غیر مستقیم
سرمایه‌ی فرهنگی	۰.۳۲	-
درآمد خانواده	-۰.۱۲	-۰.۰۳۸
تحصیلات فرد	-	۰.۱۳
تحصیلات والدین	-	۰.۰۴۸

آنچه از مجموع روابط و مدل‌های ارائه شده بر می‌آید آن است که متغیرهای تأثیرگذار بر اعتماد اجتماعی متفاوت و متعدد هستند که تعدادی از آنها در این مطالعه مورد نظر قرار گرفتند. در بررسی انجام گرفته، متغیرهای مستقل شامل سرمایه‌ی فرهنگی، درآمد خانواده و تحصیلات وارد معادلات مربوطه شدند، اما نتایج نشان داد که از متغیرهای سطح فردی تنها دو مورد تأثیر داشت و یکی از آن درآمد خانواده بود که تأثیر منفی‌ای بر اعتماد داشت و دیگری سطح تحصیلات خود فرد و تحصیلات والدین بود که تأثیر مثبتی بر اعتماد داشت. سرمایه‌ی فرهنگی متغیر بسیار مهمی در افزایش اعتماد اجتماعی بود و نتایج تحلیل‌ها هم نشان داد که از بین کل متغیرهای پیش‌بین اعتماد اجتماعی، سرمایه‌ی فرهنگی بیشترین سهم و اثرگذاری را دارد و این اثر با وجود کنترل همه‌ی متغیرهای دیگر است. یافته‌ها نشان می‌دهد که فرضیه‌ی اصلی تحقیق تأیید می‌گردد. در تفسیر آن نیز می‌توان گفت که به ازای یک واحد (انحراف استاندارد) تغییر در متغیر سرمایه فرهنگی، می‌توان انتظار داشت میزان اعتماد اجتماعی در بین شهروندان ۰.۳۲ واحد تغییر (افزایش) خواهد یافت. فرضیه‌های دیگر از جمله تأثیر درآمد و تحصیلات بر اعتماد مورد تأیید قرار گرفتند یعنی به یک واحد تغییر در درآمد شهروندان، می‌توان انتظار داشت میزان اعتماد اجتماعی ۰.۱۵- واحد تغییر خواهد کرد. در مورد تحصیلات هم می‌توان گفت که به ازای یک واحد تغییر در تحصیلات، می‌توان انتظار داشت ۰.۱۳ واحد در میزان اعتماد اجتماعی تغییر اتفاق خواهد افتاد. در مورد بحث و تحلیل بیشتر در فصل

آتی که فصل پایانی این تحقیق است، بحث خواهد شد اما بی‌مناسبت نیست باز هم تأکید شود که هنوز بخش بسیار زیادی از تغییرات یا واریانس اعتماد اجتماعی همچنان تبیین نشده باقی مانده‌اند و لازم است که در بررسی‌های دیگری به آن پرداخته شود.

### بحث و نتیجه‌گیری

در این مطالعه بررسی تأثیر سرمایه‌ی فرهنگی بر اعتماد اجتماعی مورد نظر بوده است. اعتماد اجتماعی به عنوان متغیر وابسته این تحقیق با سه بعد اعتماد تعمیم یافته، بین شخصی و نهادی مورد سنجش قرار گرفته است. متغیر مستقل اصلی سرمایه‌ی فرهنگی است که از سه بعد؛ سرمایه‌ی فرهنگی تجسم یافته، سرمایه‌ی فرهنگی عینیت یافته و سرمایه‌ی فرهنگی نهادی تشکیل شده است. نتایج نشان داد برآورد اعتماد اجتماعی در مورد حدود ۲۳ درصد پاسخگویان کم ۷۰ درصد متوسط و حدود ۷ درصد زیاد بوده است، این نشان می‌دهد وضعیت اعتماد اجتماعی در شهر زنجان هر چند وضعیت مطلوب و قابل قبولی ندارد، ولی عمده‌ی پاسخگویان در توزیع اعتماد اجتماعی در حد میانی و متوسط قرار دارند. در تأیید تحقیقات قبلی این تحقیق نیز نشان داد اعتماد به افراد و اعضای خانواده و خویشاوندان در حد بالایی قرار دارد اما اعتماد به غریبه‌ها و خارج از گروه‌های قومی و خانوادگی، در حد پایینی است. همچنین در تأیید تحقیقات قبلی، این تحقیق رابطه‌ی بین تحصیلات و اعتماد اجتماعی را تأیید کرد و نشان داد هر چه سطح تحصیلات افراد و والدین آنها بالا بوده، اعتماد اجتماعی بیشتری نیز داشته‌اند. درآمد خانواده‌ها تأثیر منفی‌ای بر اعتماد اجتماعی داشت و هرچه قدر درآمد افزایش یافت، اعتماد اجتماعی هم کاهش داشت. شاید مهم‌ترین یافته‌ی این تحقیق که تأیید فرضیه‌ی اصلی نیز بود، تأیید همبستگی بین سرمایه‌ی فرهنگی و اعتماد اجتماعی است. بین این دو متغیر رابطه معناداری مشاهده گردید، البته ابعاد تجسم یافته و عینیت یافته‌ی سرمایه‌ی فرهنگی نیز بر اعتماد تأثیر داشتند. در مجموع می‌توان نتیجه گرفت هدف این تحقیق که کشف رابطه و تأثیر سرمایه‌ی فرهنگی بر اعتماد اجتماعی بود، محقق گردید اما در تفسیر و تبیین این نتایج در جامعه‌ی شهری زنجان می‌توان گفت که به نظر می‌رسد جامعه‌ی شهری زنجان در حال تجربه‌ی یک فضای زیسته‌ی متفاوتی دوره‌های سنتی پیشین خود

است که مهم‌ترین مشخصه آن میل به فعالیت‌های فرهنگی است. این سبک زندگی جدید البته در کنار حفظ برخی شیوه‌های زندگی سنتی، نیازمند گسترش فضای اعتماد در روابط و مناسبات اجتماعی است. طبق آنچه بوردیو می‌گوید «سرمایه‌ی فرهنگی می‌تواند بر حفظ و نگهداری موقعیت یا تغییر موقعیت افراد در سلسله‌مراتب ساختارهای اجتماعی کند و سبک زندگی آن‌ها را تحت تأثیر قرار دهد» تقویت آن در بین شهروندان و در سطح جامعه در کنار دیگر انواع سرمایه، موجب فراهم شدن فضای اعتماد در بین شهروندان نیز می‌شود. اگر فضای زیسته مبتنی بر اعتماد بویژه اعتماد مدنی و اجتماعی و اعتماد به «نظام‌های تخصصی و انتزاعی» که به نظر گیدنز و ویژگی مناسبات اجتماعی دوره‌ی مدرن است را به عنوان سبک زندگی جدید تلقی کنیم، آن وقت نقش سرمایه‌ی فرهنگی و مصرف کالاهای فرهنگی در گسترش این نوع از سبک زندگی نمایان می‌شود. سرمایه‌ی فرهنگی باعث فهم انتقادی مردم از وضعیت اجتماعی خود شده و طبقه‌ی پایین، به‌وسیله‌ی این نوع سرمایه‌ی فرهنگی، نگاه مثبتی به هویت اجتماعی خود پیدا می‌کند و خود را از ساختار سلطه جدا می‌سازد. این طبقه، در روندهای مورد علاقه‌ی خود مشارکت می‌کنند و از این طریق، زندگی خود را لذت‌بخش می‌نمایند. البته تأثیر سرمایه‌ی فرهنگی در شرایطی بهتر خواهد بود که دسترسی بدان برای همه برابر باشد. سرمایه‌ی فرهنگی از طریق آنچه ری اولدنبرگ «مکان‌های سوم» از آن یاد می‌کند می‌تواند بر گسترش فضای اعتماد در جامعه کمک کند. از دید ری اولدنبرگ<sup>۱</sup>، مکان‌های سوم، نه مکان اول (خانه) و نه مکان دوم (محیط کار) بلکه نوعی فضای مدنی است که افراد در آنجا از اخبار و حوادث روزمره مطلع می‌شوند. مکان‌های سوم جایی است که شهروندان برای گفتگو و برقراری روابط صمیمانه در آنجا جمع می‌شوند. کتابفروشی‌ها، سینماها، سالن‌های موسیقی، کتابخانه‌ها و سالن‌های مطالعه، همایش‌های فرهنگی و هنری، سالن‌ها و مکان‌های اجرای نمایش و تئاتر و مکان‌های ورزشی نمونه‌هایی از فضاهای عمومی‌اند. به نظر می‌رسد فقدان این مکان‌های سوم یا همان فضاهای عمومی در شهر زنجان، با وجود سایر نیروهای کنترل‌کننده چون دین و مناسک مذهبی، توانسته فشار روانی و ناکامی و تضاد فرهنگی و بدبینی در روابط

---

<sup>۱</sup> . Ray oldenburg

اجتماعی را به وجود آورد. در فقدان این فضاها، افراد مجال و فرصت و امکان اعتماد به غریبه ها و افراد خارج از مکان اول و دوم را پیدا نکرده اند. از این رو اعتماد به عنوان شاکله‌ی سرمایه‌ی اجتماعی، در چنین فضاهایی شکل می‌گیرد. کارکرد مهم فضاهای عمومی بر خلاف فضاهای مجازی ( که البته بخشی از ارتباطات ناگزیر از این گونه است) این است که تعهد و تعلق اجتماعی ساکنان شهر را بالا می‌برد و شهروندان در یک ارتباط چهره به چهره، تعلق خود به یک امر جمعی و اجتماع شهری را بالا برده و تعهد خود را افزایش می‌دهند.

### منابع

- ابراهیمی، قربانعلی؛ جانعلی‌زاده، حیدر و رازقی مله، هادی. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر سرمایه‌ی فرهنگی بر اعتماد اجتماعی (مطالعه‌ی موردی: شهروندان ۱۸ سال و بالاتر شهر تهران)، *مجله‌ی مطالعات جامعه‌شناختی جوانان*، سال ششم، شماره‌ی بیست و یک، ص ۴۴-۲۵.
- آزاد ارمکی، تقی و کمالی، افسانه. (۱۳۸۳). «اعتماد، اجتماع، جنسیت»، *مجله‌ی جامعه‌شناسی ایران*، شماره‌ی ۲: ص ۱۰۰-۱۳۲.
- ازکیا، مصطفی و غلامرضا غفاری. (۱۳۸۰). بررسی رابطه‌ی بین اعتماد و مشارکت. *نامه‌ی علوم اجتماعی*، شماره‌ی ۱۷.
- امیر کافی، مهدی. (۱۳۸۰). «اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن»، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشکده‌ی علوم اجتماعی، دانشگاه شهید بهشتی تهران.
- امیر کافی، مهدی. (۱۳۸۰). «اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن»، *نمایه‌ی پژوهشی*، شماره‌ی ۱۸، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی: ص ۳۹-۴۰.
- تراسبی، دیوید. (۱۳۸۲). «اقتصاد و فرهنگ، ترجمه‌ی کاظم فرهادی، تهران: نشر نی
- حسن‌زاده، زهرا. (۱۳۹۵). «بررسی جامعه‌شناختی اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن»، پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد واحد بابل.
- زتومکا، پیتر. (۱۳۸۶). «اعتماد: نظریه‌ی جامعه‌شناختی، ترجمه‌ی غلامرضا غفاری، تهران: نشر شیرازه
- شارع پور، محمود و خوش‌فر، غلامرضا. (۱۳۸۱). «رابطه‌ی سرمایه‌ی فرهنگی با هویت اجتماعی جوانان» (مطالعه‌ی موردی: شهر تهران)، *نامه‌ی علوم اجتماعی*، دوره‌ی ۱۰، شماره‌ی پیاپی ۲۰.

- شارع پور، محمود. (۱۳۹۵). *جامعه‌شناسی شهری*، تهران: انتشارات سمت.
- طرح ملی سنجش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان. (۱۳۹۴). موج سوم
- طرح ملی پیمایش سرمایه‌ی اجتماعی کشور: استان زنجان. (۱۳۹۴)
- غفاری، غلامرضا. (۱۳۸۰). «*تعیین ویژگی‌های اجتماعی - فرهنگی در مشارکت سازمان‌یافته‌ی اجتماعی - اقتصادی روستاییان*»، رساله‌ی دکتری دانشگاه تهران، استاد راهنما: دکتر مصطفی ازکیا.
- فاضلی، محمد. (۱۳۸۲). *مصرف و سبک زندگی*، قم: انتشارات صبح صادق.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۸). *تجدد و تشخیص*، ترجمه‌ی ناصر موفقیان، تهران، نشرنی.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۰). *معنای مدرنیته*، ترجمه‌ی علی اصغر سعیدی، تهران، انتشارات کویر.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۷). *پیامدهای مدرنیته*، ترجمه‌ی محسن ثلاثی، تهران، نشر مرکز.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۷). *پیامدهای مدرنیته*، ترجمه‌ی محسن ثلاثی، تهران، نشر مرکز.
- موحد، مجید؛ مظفری، روح‌الله و علیزاده، سمانه. (۱۳۹۱). *مطالعه‌ی رابطه‌ی سرمایه‌ی فرهنگی با اعتماد نهادی، فصلنامه‌ی مطالعات توسعه‌ی اجتماعی-فرهنگی*، سال اول، شماره‌ی سوم.
- میزتال، باربارا. (۱۳۸۰). *اعتماد در جوامع مدرن، کنکاشی در اصول نظم - اجتماعی*، ترجمه‌ی ناصرالدین غراب، *نمایه‌ی پژوهش*، شماره‌ی ۱۸
- نوغانی، محسن (۱۳۸۳) *آموزش و پرورش و بازتولید فرهنگی، مجله‌ی رشد علوم اجتماعی*، دوره‌ی جدید، شماره‌ی ۳.
- ین شویره، کریستی و فونتن، اولیویه؛ *واژگان بوردیو*، مرتضی کتبی، ۱۳۸۵، تهران: نی چاپ اول.
- Bourdieu, Pierre (1986b). The forms of capital. In J. C Richardson (Ed.)
- Fan, Jingbo (2014) *The Impact of Economic Capital, Soc Capital and Cultural Capital: Chinese Families' Access to Educational Resources*. School of Public Administration, University of International Business and Economics Beijing, Chinese. 22-24.37, 79-97.
- Bourdieu, Pierre (1986a). The form of capital. In *Education: Culture, economy*.
- Denzler, S. (2011) *Family Background Effects on the Choices of Higher Education Institution*. *Swiss Journal of Sociology*,



- Gross, Ki. & Aday, S. & Brewer, P. (2004). A panel study of media effects on political and social trust after September 11, 2001. The Harvard International Journal of Press/Politics, 9, 4, 49-73.
- Tamilina, L. (2006). The Impact of Welfare State Development on Social Trust Formation: an Empirical Investigation. Electronic Journal of Knowledge Management, 7, 4, 501 -508, available online at www.ejkm.com.
- Throsby, David & Anita Zednik (2014), The Economic and Cultural Value of Paintings: Some Empirical Evidence, In David Throsby & Victor A. Ginsburgh, Handbook of the Economics of Art and Culture, Vol 2. North-Holland: Elsevier. Multiple Indicator Assessment, Ajs. vol.105. no1.
- Wang, C. (2012). Study on the Relationship between Family Background, Self-Efficacy and Academic Attitude Empirical Wells, 46-58. Oxford: Oxford University Press.
- Yang, D. (2012). Empirical Investigation with Family Background and the Equalization of Opportunities for Higher Education.
- Yang, Q. (2011). The Impact of Family Background on Higher Education Opportunities. Modern Education Management.