

تحلیل اجتماعی عوامل مؤثر بر اعتماد اجتماعی جوانان

(بررسی تجربی جوانان شهر گناب)

دکتر سیف ا...فرزانه^۱

فاطمه جویا^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۰/۱۲/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۱/۴/۲۷

چکیده

اعتماد اجتماعی را می‌توان یکی از ستون‌های اصلی هر جامعه ای دانست که نسل‌های مختلف را به نهادها و اعضای جامعه را به یکدیگر پیوند می‌دهد. هدف اصلی تحقیق حاضر بررسی اعتماد اجتماعی و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن در بین جوانان شهر گناب می‌باشد. روش تحقیق، پیمایشی و ابزار جمع آوری اطلاعات پرسشنامه بوده است که روایی^۳ متغیر وابسته آن ($\alpha=0/66$) و اعتبار^۴ آن از طریق اعتبار محتوا تأیید شده است. جامعه آماری تحقیق، متشکل از کلیه جوانان ۱۸-۲۹ سال شهر گناب بوده است. در مجموع ۳۱۵ نفر از این جوانان به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که رابطه معناداری بین اعتماد اجتماعی با متغیرهای از خود بیگانگی اجتماعی، دیگر خواهی، پایگاه اقتصادی - اجتماعی، مقبولیت اجتماعی، رضایت از زندگی، اعتقادات دینی، احساس امنیت، همبستگی اجتماعی، فضای مناسب اخلاق عمومی وجود داشته است. مجموع متغیرهای نه‌گانه تحقیق، ۶۳ درصد از نوسانات میزان اعتماد اجتماعی را تبیین نموده‌اند. از میان متغیرهای تحقیق نیز متغیر اعتقادات دینی با ضریب تأثیر رگرسیونی ($\beta=0/42$) و فضای مناسب اخلاق عمومی با ضریب استاندارد رگرسیونی ($\beta=0/36$) بیشترین تأثیر را بر اعتماد اجتماعی جوانان داشته‌اند.

واژگان کلیدی: سرمایه‌ی اجتماعی، اعتماد اجتماعی، نظرخواهی، امنیت اجتماعی، از خود بیگانگی، همبستگی اجتماعی.

^۱ - استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد بابل

^۲ - کارشناس ارشد جامعه شناسی

^۳ - Reliability

^۴ - Validity

بیان مسأله

با گسترش جوامع و پیشرفت‌های تکنولوژیکی، ارتباطات سریع‌تر و گسترده‌تر شده و افراد جهانی را پیش رو دارند که معنای جدید از اعتماد را برای آن‌ها فراهم می‌کند. افراد انسانی امروزه با دهکده جهانی مواجه هستند. جهانی که به خاطر پیشرفت و رشد به جهانی کوچک تبدیل شده است ولی در این دهکده وسیع جهانی افراد با یکدیگر مانند گذشته پیوندهای عمیق و آشنایی دیرینه ندارند. مردم در سطح فردی علاقه‌مند هستند که به یکدیگر اعتماد کنند و نسبت به سازمان‌ها دید مثبت داشته باشند چون معتقدند که داشتن اعتماد باعث شانس‌های زندگی و به دست آوردن شادی زندگی‌شان می‌شود و در سطوح اجتماعی هم الگوی مثبت مشابهی نسبت به اعتماد اجتماعی وجود دارد.

مردم قابل اعتماد در شهرها، حکومت‌ها، در سازمان‌های دموکراتیک بهتر کار می‌کنند و رشد شکوفایی اقتصاد بیشتر و جنایت و فساد کمتری خواهند داشت. اگر اعتماد اجتماعی به عنوان یک متغیر در جامعه حاصل نشود، آنگاه بی‌اعتمادی، شالوده‌های ارزشی در جامعه را دچار اختلال کرده و جامعه دچار آسیب می‌شود که به زعم دورکیم و مرتن آنومی می‌گوییم. اختلاف، تفرقه و پراکندگی یکی از عوامل اصلی تضعیف‌کننده اعتماد اجتماعی در جامعه است. در جوامعی که اختلافات فرهنگی، قومی، نژادی و مذهبی وجود دارد، تشدید این اختلافات باعث نابودی اعتماد در سطح جامعه می‌شود.

عدم وجود فقر در جامعه، توزیع عادلانه درآمد، ثروت و قدرت، عدم وجود برخی اختلافات مذهبی، اختلافات قومی و نژادی و در نهایت امنیت و نظم اجتماعی در جامعه از عوامل تأثیرگذار بر اعتماد اجتماعی هستند. این عوامل می‌توانند باعث ترویج ارزش‌های اجتماعی مانند مشارکت، همکاری، صداقت، ایثار و از خود گذشتگی، پابندی و تعهد، راست‌گویی، احترام به حقوق دیگران و غیره شوند. اما در صورتی که هر یک از عوامل درونی بی‌اعتمادی، در جامعه گسترش پیدا کند زمینه عدم تفاهم و بی‌اعتمادی در جامعه به وجود می‌آید و این امر منجر به تضعیف هویت جمعی شده و روابط اجتماعی بین گروه‌ها و اقوام را کم‌رنگ می‌کند. در نتیجه این امر باعث ناسازگاری در میزان اعتماد و انسجام اجتماعی می‌شود، تضادهای اجتماعی افزایش می‌یابد و نیز زمینه برای تضعیف اعتماد اجتماعی در سطوح خرد، میانی و کلان رخ می‌دهد و باعث از بین رفتن اعتماد درون‌گروهی و برون‌گروهی در جامعه می‌شود (حیدرآبادی، ۱۳۸۹: ۴۳-۴۱).

شهر گناب یکی از شهرهای استان مازندران است که جوانان بخش عظیمی از جمعیت آن را تشکیل می‌دهند. این جوانان هر روزه با نهادهای اجتماعی و با اجزای مختلف اجتماع سرو کار دارند. به علاوه، جوانان مذکور آفرینندگان نسل بعدی هستند و نگرش آنان به اجتماع می‌تواند مستقیماً بر نسل بعدی نیز اثر گذار باشد. این جوانان، نیروی اجتماعی عظیمی هستند که در صورت سرخوردگی می‌توانند پتانسیلی برای اعتراض و نابسامانی‌های اجتماع فراهم آورند. از این رو این تحقیق در پی آن است که جوانان این شهر را به عنوانی زیر ذره بین قرار دهد و از این طریق عوامل اجتماعی مؤثر بر اعتماد آنان را به نظاره بنشیند.

لذا در این تحقیق و پژوهش دو پرسش اساسی مطرح است: یکی اینکه میزان اعتماد جوانان به یکدیگر و نسبت به سازمان‌ها و نهادها تا چه حد است؟ و دیگر اینکه متغیرهای تأثیرگذار بر اعتماد کدامند؟ لذا مسأله اصلی در این تحقیق عبارت است از اینکه: تا چه حد در روابط و مناسبات اجتماعی جوانان اعتماد برقرار است و این اعتماد تابع چه متغیرهایی می‌باشد؟

اهداف پژوهش

تلاش برای شناخت عوامل اجتماعی - فرهنگی مؤثر بر میزان اعتماد اجتماعی در بین جوانان شهر گناب

توصیف میزان اعتماد اجتماعی جوانان شهر گناب بر حسب متغیرهای زمینه‌ای (نظیر سن، میزان سواد و ...).

تبیین عوامل اجتماعی مؤثر بر اعتماد اجتماعی جوانان در شهر گناب با توجه به متغیرهای مبتنی بر چارچوب نظری تحقیق.

پیشینه تحقیق

کمالی (۱۳۸۲)، تحقیقی با عنوان «مطالعه تطبیقی اعتماد اجتماعی در دو حوزه فرهنگ و سیاست» (با تأکید بر سازمان‌های تخصصی) انجام داده است. این مطالعه به بررسی و شناسایی ابعاد، سطوح و عوامل مؤثر بر اعتماد، مقایسه‌ی اعتماد اجتماعی در حوزه‌های فرهنگ و سیاست، بررسی تأثیر فرآیندها و تأثیر

سطوح توسعه‌یافتگی استان‌های کشور بر ابعاد و میزان اعتماد اجتماعی می‌پردازد. همچنین با توجه به ضرورت بررسی تاریخی، به مطالعه تاریخ بی‌اعتمادی در ایران پرداخته است. با استفاده از چارچوب مفهومی گیدنز در باب اعتماد، مطالعه خود را انجام می‌دهد و با استفاده از دو معرف «صمیمیت» و «مورد اطمینان بودن» در قالب ۹ گویه «خانواده اصلی، همسر، خویشاوندان، دوستان، آشنایان، هم محلی‌ها، هم ایل و هم طایفه‌ها، همشهری‌ها، همکاران و همسایگان» به بررسی اعتماد متقابل بین شخصی می‌پردازد. همچنین با استفاده از تحلیل عاملی ابعاد اعتماد مقابل بین شخصی را در سه بعد «اعتماد خانوادگی، اعتماد به دیگران دور، و اعتماد به دیگران نزدیک» را استخراج می‌نماید و بر این اساس اعتماد به دیگران دو وجه مهم و عمده اعتماد متقابل بین شخصی محسوب می‌گردد. در ضمن میانگین کلی اعتماد متقابل بالاتر از سایر متغیرهای مطالعه بوده است و تأثیر عوامل زمینه‌ای نیز نشان می‌دهد که پایگاه اقتصادی اجتماعی بالاتر و تحصیلات و شغل بالاتر، روند معکوسی را نسبت به اعتماد نشان می‌دهد.

صفری شالی (۱۳۸۱)، تحقیقی با عنوان «بررسی میزان رضایتمندی شهروندان تهرانی و علل مؤثر بر آن» انجام داده است. در این تحقیق، اعتماد به عنوان یکی از متغیرهای مستقل مورد مطالعه قرار گرفته و در دو بُعد «اعتماد سیاسی و اعتماد اجتماعی» تقسیم شده است. حجم نمونه این تحقیق ۲۰۰۰ نفر می‌باشد که بر حسب روش نمونه‌گیری از ۲۲ منطقه شهر تهران انتخاب شده است. نتایج حاصل از این تحقیق نشان می‌دهد که حدود ۴۸ درصد از پاسخگویان ارزیابی پایینی از میزان اعتماد اجتماعی در سطح جامعه داشته و در مقابل تنها ۱۶ درصد دارای اعتماد بالایی بوده‌اند.

پاتنام (۱۹۹۳)، در پژوهش خود به بررسی تفاوت‌های شمال و جنوب ایتالیا پرداخته است و تلاش کرد تا به این سؤال اساسی پاسخ دهد که چرا شمال ایتالیا نسبت به جنوب آن از رشد اقتصادی و دموکراتیک بیشتری برخوردار بوده است. در صورتی که حکومت این مناطق از نظر ساختار سازمانی و قانونی یکسان و مشابه بوده‌اند؟ پاتنام که یافته‌های خود را به صورت کتابی تحت عنوان «دموکراسی و سنت‌های مدنی» در آورده است با تأکید بر میزان سازمان‌یافتگی شمال ایتالیا خاطر نشان می‌سازد که

سرمایه‌ی اجتماعی عامل تعیین کننده شکل گیری نهادهای مدنی در شمال ایتالیا، تحقق دموکراسی تکامل یافته تر و در نهایت توسعه‌یافتگی بیشتر آن ناحیه بوده است.

مبانی نظری

به نظر می‌رسد که از میان نظریه‌های مطرح شده، دیدگاه دیدنی به دلیل توجه به وجوه اصلی دنیای مدرن و کاربرد سطوح خرد و کلان که از نظر ساختار بندی وی نشأت می‌گیرد، چارچوب تحلیل مناسب‌تری باشد. به علاوه آرای وی موضوع مخاطره و تأثیر آن را بر انواع اعتماد به صورتی محوری مورد بررسی قرار می‌دهد و تعاریف خود را از اعتماد (و نیز بی اعتمادی) با این موضوع مرتبط می‌سازد. همچنین از آنجا که دیدنی انواع اعتماد را مورد توجه قرار می‌دهد، وجوه روان شناختی و جامعه شناختی به محوری توأمان در این نظریه به کار رفته است؛ لذا به نظر می‌رسد کار بحث نظریه‌های وی در شرایط فعلی جامعه ایران نه تنها نامتناسب نیست بلکه دارای مزیت‌های ویژه است. از این رو با توجه به آرای آنتونی دیدنی در حوزه اعتماد که مبنای اصلی طرح مفهومی این مطالعه می‌باشد ضروری است. اکنون بار دیگر به طور گذرا به مرور دیدگاه دیدنی چون موضوع اعتماد اجتماعی می‌پردازیم تا بتوانیم با استفاده از آن به طرح یک مدل مفهومی در باب اعتماد اجتماعی بپردازیم.

آنتونی دیدنی، اعتماد را مقدمه و شالوده‌ی زندگی اجتماعی می‌پندارد که بدون آن زندگی فردی و اجتماعی مشحون از نگرانی و اضطراب خواهد شد. او معتقد است اگرچه اعتماد از جایگاه مهمی در عرصه تعاملات اجتماعی برخوردار بوده است، اما زمینه‌ها و عوامل اعتمادآفرین در تمامی ادوار یگانه و واحد نبوده است. دیدنی مسأله اعتماد را با نگرش خود به مدرنیته و جهان ماقبل مدرنیته توضیح می‌دهد. درک چارچوب فکری دیدنی بدون توجه به این نگرش وی قابل استنباط نیست. مدرنیته دارای سه ویژگی می‌باشد:

۱- جدایی مکان و زمان

۲- توسعه مکانیسم جداکننده و واگرایی مجرد در فواصل زمانی و مکانی نامعین

۳- بازاندیشی دانش سبب تزايد اطمینان ما که به تداوم هویت فردی مان و محیط اجتماعی مان که در کنترل ما نیستند و دائماً ما را تهدید می‌کنند، سبب می‌گردند.

این سه ویژگی مدرنیته اعتماد را در ابعاد متعدد تحت تأثیر قرار می‌دهد مثل عوامل اعتماد آفرین (که در دوره مدرن، با دوران ماقبل مدرن متفاوت است) مدرن‌های ریسک و خطر (که می‌تواند امنیت وجودی در انسان که مقدمه اعتماد متقابل است را سبب شود) مکانیسم‌های اعتماد آفرین. مرجع‌های اعتماد در دوران ماقبل مدرن اعتماد بین شخصی است ولی در دوره مدرن بیشتر متوجه نظام‌های انتزاعی و نمادهای سمبولیک هستند.

دیدنی با اتکا به مدرنیته اعتماد را توضیح می‌دهد و تغییرات آن را به صورت موشکافانه مورد ارزیابی قرار می‌دهد. وی معتقد است که نیروهای سه‌گانه و پویای مدرنیته (سه عامل که به عنوان ویژگی‌های مدرنیته گفته شد) اشکال متفاوتی از روابط اعتماد آفرین را که از قید و بندهای محلی و منطقه ای جدا شده بند در اختیار بشر قرار می‌دهند. به همین دلیل عوامل اعتماد در جهان مدرن با عوامل اعتماد آفرین در دنیای ماقبل مدرن کاملاً متفاوت است. در جهان مدرن انسان باید خود را با واقعیت عینی که خود را به بشر تحمیل می‌کند وفق دهد و نمی‌تواند با اتکا به سنن و یا روابط خویشاوندی تعاملات خود با دیگران را شکل داده و از مخاطرات و تهدیدها که منشأ اضطراب‌های بسیاری است خود را رها کند.

اعتماد در جهان ماقبل مدرن نوعی اعتماد شخصی است که متأثر از چهار عامل خویشاوندی، اجتماع محلی، و مذهب و سنت است ولی در جامعه مدرن اعتماد بیش از هر عامل متکی به نظام‌های انتزاعی (اعتماد به سازمان‌ها و نهادها) است. بنابراین از نظر دیدنی اعتماد در جهان ماقبل مدرن و جهان مدرن تفاوت‌های بنیادینی با یکدیگر دارند (دیدنی، ۱۳۷۷: ۱۳۰-۹۴).

از این رو دیدنی، اعتماد را به دو سطح متمایز از یکدیگر تفکیک می‌کند. «اعتماد به اشخاص» و «اعتماد به نظام‌های انتزاعی و سازمان‌های بزرگ» اما دیدنی این اعتماد را نیز مورد تأکید قرار می‌دهد که در روابط متقابل و نیز در اعتماد ثانویه مؤثر می‌افتد که این دو اعتماد عبارت است از: «اعتماد پایه و بنیادی» و «اعتماد اولیه». دیدنی، معتقد است اعتماد پایه مرتبط است با ایجاد امنیت وجودی ما (یعنی اطمینان ما به تداوم هویت شخصی مان)، در حالی که اعتماد اولیه به قابل پیش بینی بودن برخوردهای روزمره مربوط می‌گردد یعنی ما در برخوردهای خودمان با انسان‌های دیگر در سطح جامعه نیاز به یک

اعتماد مقدماتی داریم در غیر این صورت امکان ایجاد رابطه با دیگران را نداشتیم. اعتماد اولیه لازمه آغاز هر برخوردی است و غالباً بر اثر احساسی مبتنی بر «قابل اعتماد بودن پایدار» دیگران و یا بر اثر تداوم سنت‌های پایدار به وجود می‌آید که رفتارهای دیگران را برای ما قابل پیش بینی می‌کند (همان: ۱۵۰-۱۳۴).

اینکه چگونه این اعتماد اولیه ایجاد می‌شود، تمایل دیدنی به نظریه‌ی گافمن نزدیک می‌شود. گافمن، تأکید کرد در جامعه مدرن نوعی «بی توجهی مدنی»^۵ وجود دارد. یعنی من در برخوردهای روزانه خودم با صدها نفر، این اطمینان را دارم که دیگری بر من نظر سوء ندارد. منظورم از بی توجهی مدنی، بی تفاوتی نسبت به جمع نیست بلکه به تعبیر دیدنی «هوشیاری عملی را شامل می‌شود که وسیله حفاظتی دائمی، در مقابل نگرانی‌هایی است که در برخورد تصادفی با دیگران می‌باشد». بنابراین بی توجهی به معنای بی تفاوتی نیست بلکه نمایش دقیقاً حساب شده همان چیزی است که می‌توان آن را «مدیریت مؤدبانه» نامید. بنابراین اعتماد می‌تواند ابعاد متفاوت و متعددی داشته باشد.

از آنجایی که اعتماد اجتماعی از عناصر اصلی سرمایه‌ی اجتماعی است از این رو باید در فکر گسترش این بعد از سرمایه‌ی اجتماعی بود. به عبارتی سرمایه‌ی اجتماعی به مجموعه منابع بالفعل و بالقوه‌ای که با عضویت در شبکه‌های اجتماعی کنش‌گران به وجود می‌آید اطلاق می‌شود (بورديو، ۱۹۸۶: ۲۴۸).

فوکویاما، معتقد است سرمایه‌ی اجتماعی اساساً در خارج از بخش دولتی به وجود می‌آید یعنی یا از طریق فرآیندی خود انگیخته یا از طریق آنچه که به آن تولید برون‌زا می‌گویند و با توجه به اینکه سرمایه‌ی اجتماعی از جهتی یک کالای عمومی است و منافع آن به طور وسیعی توزیع می‌شود و قابل تخصیص به عامل ایجاد کننده آن نیست لذا دولت و سازمان‌های خصوصی نیز باید در رواج سرمایه اجتماعی سهیم باشند (شارع پور، ۱۳۸۰: ۲۳-۲۲).

یکی از مشکلات مربوط به آثار نظری پیشین در مورد سرمایه‌ی اجتماعی این است که اغلب پژوهشگران بر این فرض بودند که این سرمایه همیشه دارای اثر مثبت است ولی توجه به این واقعیت که سرمایه‌ی اجتماعی می‌تواند در سطوح مختلفی وجود داشته باشد، می‌تواند به فهم این امر کمک

• Civil inattention

کند که سرمایه‌ی اجتماعی همیشه برای تمام اعضای یک جامعه حاوی تأثیرات مثبت نیست. به عبارتی سرمایه‌ی اجتماعی در درون گروه خاص نتایج مثبتی برای اعضای آن گروه داشته است. این مطلب الزاماً به معنی امتیازی برای کل آن اجتماع نیست. به عنوان مثال، یک گروه قومی جدایی طلب ممکن است در بین اعضای گروه خود دارای سرمایه‌ی اجتماعی زیادی باشد ولی به واسطه فقدان ارتباط با افراد سایر گروه‌ها یا پایین بودن میزان اعتماد به سایر افراد، سرمایه‌ی اجتماعی در کل جامعه را کاهش می‌دهد؛ لذا پیوند بین گروه‌ها برای افزایش سرمایه‌ی اجتماعی در جامعه ضروری است. وقتی اعتماد بین گروه‌ها، اندک ولی اعتماد درون گروهی زیاد باشد، انتظار می‌رود که سرمایه‌ی اجتماعی در جامعه پایین بوده و این امر تأثیر منفی بر سطح کل اجتماع داشته باشد. سرمایه‌ی اجتماعی در سطح جامعه زمانی بالا خواهد بود که بین افراد در گروه‌های مختلف پیوندهای مثبت بر اساس اعتماد وجود داشته باشد (همان، ۱۰۶).

بر اساس چارچوب نظری، هسته اساسی، مدل تحلیلی را روابط اجتماعی تشکیل می‌دهد، چرا که اعتماد بین شخصی در روابط اجتماعی شکل می‌گیرد و در طول زمان تقویت می‌شود. بنابراین کم و کیف روابط و آرایش آن‌ها در این زمینه مهم است؛ لذا با توجه به مطرح بودن متغیرهایی چون نظرخواهی (نوع دوستی) بیگانگی اجتماعی، احساس امنیت، اعتقادات دینی، فضای مناسب اخلاق عمومی، همبستگی اجتماعی، رضایتمندی، مقبولیت اجتماعی، پایگاه‌های اقتصادی و اجتماعی و تأثیر آن‌ها بر اعتماد اجتماعی می‌توان مدل تحلیلی و فرضیه‌ها را بیان نمود.

فرضیه‌های تحقیق

به نظر می‌رسد بین میزان نظرخواهی و اعتماد اجتماعی جوانان ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد. به نظر می‌رسد بین میزان بیگانگی اجتماعی و اعتماد اجتماعی جوانان ارتباط معکوس و معناداری وجود دارد.

به نظر می‌رسد بین میزان احساس امنیت و اعتماد اجتماعی جوانان ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد.

به نظر می‌رسد بین میزان اعتقادات دینی و اعتماد اجتماعی جوانان رابطه‌ی مستقیم و معناداری وجود دارد.

به نظر می‌رسد بین فضای مناسب اخلاق عمومی و اعتماد اجتماعی رابطه‌ی مستقیم و معناداری وجود دارد.

به نظر می‌رسد بین میزان همبستگی اجتماعی و اعتماد اجتماعی جوانان ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد.

به نظر می‌رسد بین میزان رضایت از زندگی و اعتماد اجتماعی جوانان ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد.

به نظر می‌رسد بین مقبولیت اجتماعی و اعتماد اجتماعی ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد.
به نظر می‌رسد بین پایگاه اقتصادی - اجتماعی و میزان اعتماد اجتماعی جوانان ارتباط معکوس و معناداری وجود دارد.

مدل تحلیلی تحقیق

مدل تحلیلی تحقیق برآمده از چهار چوب نظری بدین قرار است:



شکل شماره ۱- مدل تحلیلی اعتماد اجتماعی

روش شناسی

روش تحقیق از نوع پیمایشی عرضی- مقطعی بوده است که در آن گرد آوری داده‌ها از تکنیک پرسشنامه استفاده شده است. جامعه‌ی آماری این تحقیق متشکل از کلیه جوانان ۱۸-۲۹ ساله شهر گناباد بوده است. نمونه آماری تحقیق به صورت نمونه‌گیری تصادفی برابر با ۳۱۵ نفر بوده است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات جمع آوری شده، با استفاده از نرم افزار اس پی اس از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی استفاده شده است.

اعتبار و روایی ابزار سنجش

منظور از اعتبار یک تحقیق، میزان دقت شاخص‌ها و معیارهایی است که در راه سنجش پدیده مورد نظر تهیه شده‌اند (ساروخانی، ۱۳۸۱: ۲۸۶). برای بررسی اعتبار پرسش نامه تحقیق از روش اعتبار محتوا استفاده شده است. در این رویکرد به ارزیابی اعتبار تأکید بر این امر است که معرف‌ها تا چه میزان وجوه مختلف مفهوم را می‌سنجند. توافق بر سر اعتبار محتوایی یک سنجه نهایتاً به نحوه تعریف مفهومی بستگی دارد که برای آزمودن آن طراحی شده است. توجه به عدم توافق درباره محتوای بسیاری از مفاهیم علوم اجتماعی ساختن سنجه‌هایی که در مورد اعتبار آن‌ها توافق وجود داشته باشد کار دشواری است. نهایتاً اعتبار محتوای سنجه باید با تعریف اسمی مفهوم مورد استفاده پیوند داشته باشد (دواس، ۱۳۸۵: ۶۴).

یکی از مسائلی که در ارزشیابی ابزار تحقیق اهمیت دارد، روایی آن است. از میان همه روش‌های ممکن برای آزمون روایی استفاده از مشخصه‌های آماری پرسش‌های یک مجموعه که مستلزم تنها یک بار اجرای آزمون است، استفاده از روش رایج برآورد ضریب روایی است. ضرایبی که از این طریق به دست می‌آیند چون بستگی به میزان هماهنگی کارکرد آزمودنی‌ها از یک پرسش به پرسش دیگر دارند، شاخص ثبات یا هماهنگی درونی مواد آزمون و در واقع معرف میزان هم پوشی پرسش‌های مختلف آن از لحاظ سنجش یک ویژگی مشترک است (همان: ۶۵). برای سنجش روایی ابزار تحقیق از ضریب

آلفای کرونباخ استفاده شده است. در ادامه گویه های مربوط به متغیرهای مطرح شده در پژوهش و آلفای به دست آمده در جریان مطالعه مقدماتی آمده است.

جدول ۱- نتایج تحلیل روابی متغیرهای اصلی تحقیق

مقیاس / ابعاد	تعداد گویه	آلفای کرونباخ
پایگاه اقتصادی- اجتماعی	۵	۰/۷۱
احساس امنیت	۷	۰/۹۱
مقبولیت اجتماعی	۴	۰/۷۲
رضایت زندگی	۵	۰/۷۸
نظرخواهی	۴	۰/۷۰
اخلاق عمومی	۶	۰/۷۰
همبستگی اجتماعی	۴	۰/۸۳
اعتقادات مذهبی	۶	۰/۷۵
بیگانه‌گی اجتماعی	۴	۰/۷۰
اعتماد اجتماعی	۳۰	۰/۹۰

تعریف نظری و عملیاتی مفاهیم

متغیر وابسته

در زبان فارسی عباراتی چون اطمینان نمودن، اتکا کردن، پذیرش اعتبار، ایمان و اعتقاد، وثوق، درستی و وفاداری و داشتن انتظارات مطمئن را مترادف با مفهوم اعتماد دانسته بند. به نظر دیدنی اعتماد ابزار اطمینان نسبت به اشخاص یا نظام‌های مجرد، بر اساس نوعی جهش به ایمان که معمولاً مشکل نادانی و بی اطلاعی را برطرف می‌سازد، می‌باشد (دیدنی، ۱۳۷۸: ۳۲۳). از نظر کلمن، اعتماد در روابط بین انسان‌ها و کنش‌های آن‌ها نمود پیدا می‌کند به خصوص در آن دسته از کنش‌هایی که جهت‌گیری معطوف به آینده دارند و آن نوعی رابطه کیفی است که به تعبیر کلمن «قدرت عمل کردن را تسهیل می‌کند» (کلمن، ۱۳۷۷: ۲۷). در این تحقیق، متغیر وابسته، اعتماد اجتماعی است که از سه بُعد مورد بررسی قرار گرفته و تعریف عملیاتی شده است. این سه بُعد عبارت است از: ۱- اعتماد به عموم مردم (اعتماد به نزدیکان و سایر مردم)، ۲- اعتماد به اصناف و اقشار مختلف، ۳- اعتماد به سازمان‌ها که هر یک از ابعاد به وسیله معرف‌های متعددی تعریف عملیاتی شده بند.

متغیرهای مستقل

-نظرخواهی (نوع دوستی)

عبارت است از اینکه فرد بالاتر از تعهداتش عمل کند، به طوری که منافع دیگران را بر منافع خود ترجیح دهد. زمانی که این مفهوم در زبان محاوره به کار گرفته می‌شود معنای آمادگی به خدمت برای دیگران بدون توقع پاداش را می‌رساند، آمادگی که از آن میل به خوبی کردن، خواست دیگران را در نظر گرفتن، نیازهای آنان را برآوردن و به یاری آنان شتافتن، بر می‌آید. بدین قرار نظرخواهی در برابر خودخواهی قرار می‌گیرد و مستلزم نوعی ایثار است (آلن بیرو، ۱۳۷۶: ۱۲). برای سنجش این متغیر از معرف‌های زیر استفاده شده است: کمک به یکدیگر در مواقع ضروری، چشم پوشی از منافع خود به جهت منافع دیگران، همکاری در طرح‌های عمرانی از لحاظ پولی و زمانی، کمک به همسایه‌ها در مواقع ضروری و اتفاقات ناگوار.

-بیگانگی اجتماعی

یعنی بیگانه شدن افراد با خودشان و یا با دیگران. به بیان دیگر از خود بیگانگی^۸ به وضعیتی گفته می‌شود که مردم در آن اختیار خود را که در دنیای اجتماعی به دست آورده بند از دست می‌دهند و در نتیجه آن، خود را در یک محیط اجتماعی خصمانه، بیگانه می‌یابند (ستوده، ۱۳۷۸: ۵۲). معرف‌هایی که این متغیر را می‌سنجد عبارت است از: ارزیابی از تمایل افراد به ارتباطات و رفت و آمد، ارزیابی از مراجعه به مسئولین برای بیان مشکلات، ارزیابی از توجه افراد به نیازهای آنی و عدم توجه به آینده نگری، ارزیابی از توجه عموم به کارهای عام‌المنفعه.

-احساس امنیت

بیانگر آسودگی خاطر فرد است که نیازهایش در طول زمان ارضا می‌شود و به رهایی فرد از ترس و نگرانی حفظ خود در حال و آینده مربوط می‌گردد. امنیت هستی‌شناسی نوعی احساس تداوم نظم در رویدادها، حتی آن‌هایی که به طور مستقیم در حوزه ادراک شخصی قرار ندارند، می‌باشد (دیدنی، ۱۳۷۸: ۲۲۳). این متغیر به وسیله معرف‌های ذیل تعریف عملیاتی و سنجیده شده است: ارزیابی از میزان افزایش

^۸ - Alienation

یا کاهش خشونت و درگیری نسبت به پنج سال گذشته، احساس امنیت نسبت به دزدی و یا وقوع جرم و جنایت در منزل، احساس امنیت در شهر بعد از تاریکی هوا، نگرانی از سوار شدن اعضای خانواده در اتومبیل‌های شخصی داخل شهر، نگرانی در مواقع مسافرت در خصوص دزدی اموال منزل، ارزیابی از وجود امنیت در داخل شهر، ارزیابی از وجود امنیت در کشور.

- اعتقادات دینی

باورهای دینی ترجمان تجربه مستقیمی هستند درباره ساختار غایی عالم، مراکز اقتدار و سرنوشت این ساختار. این تجربه‌ها همواره به کمک مفاهیم فوق طبیعی ادراک می‌شوند. می‌توان گفت که دین متضمن نوعی اخلاق است. اعتقادات دینی یکی دیگر از متغیرهایی است که رابطه معنی داری با اعتماد اجتماعی دارد (دیدنی، ۱۳۷۸: ۳۲۵). این متغیر توسط معرف‌های ذیل عملیاتی و سنجیده شده است: اعتقاد به دنیای پس از مرگ، احساس آرامش به وسیله راز و نیاز با خدا، موفقیت و عفت و پاکی به وسیله دین، پاسخ دین به همه نیازهای انسان امروزی، اداره جامعه به وسیله احکام دینی، حل مشکلات اخلاقی و فرهنگی جامعه به وسیله دین.

- فضای مناسب اخلاق عمومی

فضای اخلاق عمومی به معنی رعایت ارزش‌های اخلاقی توسط اعضای جامعه است. این ارزش‌ها شامل راست‌گویی و صداقت، وفای به عهد، عدم چابلوسی، عدم دورویی، توجه به منافع دیگران، خوش رفتاری و برخورد مهربان با دیگران، احترام به دیگران، انصاف و... می‌شود (محمدی شکیبیا، ۱۳۷۵: ۹۱). این متغیر به وسیله معرف‌های زیر عملیاتی و سنجیده شده است: یکرنگی و عدم دورویی، راست‌گویی و صداقت، وفای به عهد، انصاف، چابلوسی، توجه به منافع دیگران.

- همبستگی اجتماعی

این اصطلاح در میان جامعه‌شناسان برای اشاره به صف بندی نزدیک اجزای یک جمع و به موازات اصطلاح رایج‌تر «یگانگی» به کار می‌رود. احساس مسؤولیت متقابل بین چند نفر یا چند گروه است که از آگاهی و اراده برخوردار باشند. همچنین همبستگی می‌تواند شامل پیوندهای انسانی و برادری بین انسان‌ها به طور کلی یا حتی وابستگی متقابل حیات و منافع بین آنان باشد. به زبان جامعه‌شناسی،

همبستگی اجتماعی پدیده ای را می‌رساند که بر پایه آن در سطح یک گروه یا یک جامعه اعضاء به یکدیگر وابسته بند و به طور متقابل نیازمند یکدیگر. به زعم آگوست کنت، توزیع دائمی کارهای گوناگون انسان‌هاست که همبستگی اجتماعی را پدید می‌آورد (آلن بیرو، ۱۳۷۶: ۴۰۰). این متغیر به وسیله معرف‌های زیر عملیاتی و سنجیده شده است: کمک و یاری به همدیگر در مواقع نیاز، کمک و یاری به سیل و زلزله زدگان، شرکت در جشن‌ها، راهپیمایی‌ها و تظاهرات، همکاری با پلیس و نیروی انتظامی در برقراری امنیت و کنترل شهر.

-رضایتمندی

احساس رضایت از بازتاب توازن میان آرزوهای شخصی و وضعیت عینی فردی به وجود می‌آید (اینگلهارت، ۱۳۷۳: ۲۴۱). این متغیر توسط معرف‌های زیر عملیاتی و سنجیده شده است: از زندگی کردن در این شهر، از امنیت موجود در این شهر، از نظر کنترل بی بند و باری در سطح شهر، به طور کلی از وضعیت فعلی جامعه و رضایت از زندگی.

-مقبولیت اجتماعی

مقبولیت اجتماعی بیانگر ارزش، احترام و منزلتی است که برای یک فرد از سوی جامعه در نظر گرفته می‌شود. این متغیر توسط معرف‌های زیر عملیاتی و سنجیده شده است: اعتبار داشتن برای قرض گرفتن پول از دیگران در مواقع نیاز، مورد افتخار آشنایان و نزدیکان بودن، مورد قبول نزدیکان و خویشان بودن، مورد قبول واقع شدن ضمانت و یا وساطت کسی را نمودن.

-پایگاه اقتصادی - اجتماعی

پایگاه اجتماعی عبارت است «از یک سازه ذهنی و ارزیابی آن با کاربرد معیارهای ارزشی - اجتماعی و رایج در جامعه صورت می‌گیرد. سن، جنس، وضع اجتماعی - حرفه ای و محیط اولیه، تعیین کننده پایگاه‌های متفاوت هستند» (آلن بیرو، ۱۳۷۵: ۳۸۱). به علاوه پایگاه اقتصادی که مشخصه آن ماهیت درآمد و حجم آن است، در تعریف پایگاه اجتماعی کافی نیست و معمولاً عواملی چون خاندان، فرهنگ، نژاد، دین و... موجبات تفویض اعتباری به رسمیت شناخته شده از طرف جامعه را فراهم می‌سازند (

تحلیل اجتماعی عوامل مؤثر بر اعتماد اجتماعی جوانان

همان: ۲۸۴)، این تحقیق ترکیب شناخته شده این دو متغیر با نام پایگاه اجتماعی- اقتصادی^۹ را به کار می‌گیرد. این متغیر با پرسش از میزان درآمد ماهیانه، سطح تحصیلات و وضعیت اشتغال هر فرد مورد سنجش قرار گرفته است. درآمد هر فرد بر حسب واحد پولی رایج کشور مورد پرسش قرار گرفته است. میزان تحصیلات پاسخگو نیز بر اساس تعداد کلاس (سال‌هایی که درس خوانده) سنجش شده است که از رقم صفر برای افراد بی‌سواد تا رقم ۲۲ برای افراد دارای مدرک دکترا متغیر بوده است. از سوی دیگر برای سنجش متغیر اشتغال از پاسخگو خواسته شده تا شغل خود را ذکر کند سپس با استفاده از جدول تبیین قشربندی اجتماعی (نایی و عبداللہیان، ۱۳۸۱) برای هر یک از مشاغل نمره پرستیژ شغلی در نظر گرفته شده است.

یافته‌های پژوهش:

جدول ۲ - توزیع گویه به گویه اعتماد اجتماعی

نهاد- اشخاص	خیلی زیاد	زیاد	تا حدی	کم	خیلی کم
بازاری‌ها و مغازه داران	۴/۱	۱۴/۳	۴۰/۶	۳۷/۶	۱۳/۳
راندگان	۴/۱	۱۴/۰	۴۳/۲	۲۹/۲	۹/۵
معلمان	۱۹/۰	۴۷/۶	۲۶/۰	۶/۰	۱/۳
دانشگاهیان	۱۱/۴	۳۲/۱	۳۸/۷	۱۱/۴	۶/۳
روحانیون	۱۱/۱	۱۴/۹	۲۷/۶	۱۷/۵	۲۸/۹
کارمندان دولت	۷/۳	۱۸/۱	۴۵/۴	۱۹/۰	۱۰/۲
پزشکان	۱۴/۹	۳۶/۸	۳۵/۹	۷/۶	۴/۸
شهرداری	۳/۵	۱۴/۰	۳۸/۴	۲۰/۳	۲۳/۸
فرمانداری	۵/۴	۸/۳	۴۴/۸	۲۷/۳	۱۴/۳
نیروی انتظامی و پلیس	۱۶/۸	۳۰/۸	۳۰/۲	۱۴/۰	۸/۳
دادگاهها	۵/۱	۱۷/۸	۳۶/۲	۴۲/۹	۱۸/۱
شوراها	۵/۱	۱۲/۴	۳۳/۰	۲۹/۵	۲۰/۰
تأمین اجتماعی	۷/۰	۳۹/۵	۴۴/۴	۱۴/۰	۵/۱
بیمارستان‌ها	۹/۸	۲۸/۹	۴۲/۵	۱۱/۷	۷/۰
آموزش و پرورش	۱۱/۴	۳۴/۰	۴۰/۳	۹/۲	۵/۱
دانشگاه آزاد اسلامی	۶/۳	۱۵/۹	۳۸/۱	۲۲/۹	۱۶/۸
دانشگاه پیام نور	۸/۳	۲۵/۷	۳۸/۱	۲۱/۳	۶/۷
صدا و سیما	۸/۹	۲۵/۴	۳۷/۵	۱۶/۲	۱۲/۱
اداره مخابرات	۸/۶	۳۴/۴	۳۹/۰	۱۸/۴	۹/۵
اداره برق	۸/۹	۲۷/۳	۳۸/۷	۱۹/۵	۹/۲
اداره آب و فاضلاب	۸/۳	۲۷/۰	۳۴/۹	۱۶/۲	۱۳/۷

^۹-Socioeconomic Status

از داده های جدول می توان دریافت که بیشترین میزان اعتماد پاسخگویان نسبت به معلمان (۱۹ درصد) ابراز شده است. پس از معلمان، نیروی انتظامی و پلیس با ۱۶/۸ درصد در رتبه بعدی جای گرفته است و پس از آن پزشکان با ۱۴/۹ درصد در رتبه بعدی جای گرفته است. کمترین میزان اعتماد پاسخگویان نیز مربوط به شهرداری بوده است که تنها ۳/۵ درصد از پاسخگویان اعتماد خود به این نهاد را در حد خیلی زیاد ابراز داشته اند. همین نهاد با تجمع ۲۳/۸ درصد از پاسخگویان در بخش خیلی کم بیشترین میزان عدم اعتماد را به خود اختصاص داده است. در ستون زیاد نیز معلمان، پزشکان و آموزش و پرورش به ترتیب با ۴۷/۶، ۳۶/۸ و ۳۴ درصد بیشترین میزان تجمع را داشته اند. شهرداری و رانندگان نیز با ۱۴ درصد فراوانی کمترین میزان فراوانی در این بخش را دارا بوده بند. در ستون متوسط، بیشترین میزان فراوانی متعلق به کارمندان دولت و تأمین اجتماعی و فرمانداری بوده است. بر این اساس، این دو نهاد به ترتیب با ۴۵/۴ و ۴۴/۴ و ۴۴/۸ درصد بیشترین میزان فراوانی را در بخش متوسط به خود اختصاص داده بند. در ستون کم نیز شوراها، رانندگان و بازاریها به ترتیب با ۲۹/۵، ۲۹/۲ و ۲۷/۶ درصد بیشترین فراوانی را داشته اند. اختصاص کمترین میزان فراوانی در این بخش برای معلمان نیز کاملاً منطقی به نظر می رسد.

جدول ۳- توزیع پاسخگویان بر حسب اعتماد اجتماعی

اعتماد اجتماعی	تعداد	درصد	درصد تجمعی
کم	۱۱۴	۳۶/۲	۳۶/۲
متوسط	۱۴۲	۴۵/۱	۸۱/۳
زیاد	۵۹	۱۸/۲	۱۰۰/۰
جمع	۳۱۵	۱۰۰/۰	

داده های جدول فوق گویای آن است که اعتماد اجتماعی ۱۱۴ نفر (۳۶/۲ درصد) از پاسخگویان در حد کم ارزیابی شده است. این میزان در مورد ۱۴۲ نفر (۴۵/۱ درصد) در حد متوسط و برای ۵۹ نفر (۱۸/۲ درصد) در حد زیاد برآورد شده است. بنابراین، بخش اعظم پاسخگویان از اعتماد اجتماعی متوسطی برخوردار بوده بند

تحلیل های رگرسیونی برای تبیین اعتماد اجتماعی

مهم ترین روش آماری در تحلیل های علی روش رگرسیون می باشد. رگرسیون برای به دست آوردن معادله ای است که با استفاده از آن به پیش بینی متغیر وابسته پرداخته می شود (عبیدی، ۱۳۷۰: ۴۵). یک متغیر

وقتی که در یک تحلیل رگرسیونی ساده با یک متغیر مستقل وارد معادله می‌شود، در مقایسه با موقعی که به همراه متغیرهای دیگر وارد تحلیل رگرسیون شود، کاملاً متفاوت عمل می‌کند. این امر ناشی از این واقعیت است که متغیرهای مستقل معمولاً هم بسته‌اند و موجب پیچیدگی تفسیر می‌شوند. رگرسیون چند متغیره می‌تواند به طور همزمان روابط چندین متغیر مستقل با متغیر وابسته را تبیین کند تا سهم هر متغیر مستقل در توضیح متغیر وابسته مشخص شود. به عبارتی دیگر، رگرسیون چند متغیره ترتیب و شدت تأثیر یکایک متغیرهای مستقل را هم‌زمان و در رابطه با هم تعیین می‌کند (طالبان، ۱۳۸۰: ۱۳۱). برای سنجش اثر متغیرهای مستقل تحقیق روش‌های مختلفی وجود دارد که یکی از آن‌ها روش جبری^۱ می‌باشد. در روش جبری، تمامی متغیرهای تحقیق به یکباره وارد معادله می‌شوند تا تأثیر همه آن‌ها بر روی متغیر مستقل مورد سنجش قرار گیرد. در این روش بر خلاف روش‌های پس روند یا پیش رونده متغیرها به صورت پلکانی به متغیرهای دیگر اضافه یا کم نمی‌شوند بلکه تأثیر آن‌ها به طور همزمان مورد محاسبه قرار می‌گیرد. در این تحقیق برای تعیین اثر متغیرهای مستقل از روش رگرسیون چند متغیره جبری (همزمان) استفاده شده است که در آن تمامی متغیرهای مستقل تحقیق (شامل بیگانگی اجتماعی، نظرخواهی، احساس امنیت، اعتقادات دینی، فضای مناسب اخلاق عمومی، همبستگی اجتماعی، رضایت از زندگی، مقبولیت اجتماعی، پایگاه اقتصادی-اجتماعی) به طور همزمان وارد معادله می‌شوند.

جدول ۴- ضریب تأثیر مدل تبیین کننده میزان اعتماد اجتماعی

متغیر	وزن رگرسیونی (B)	بتا (Beta)	آزمون T	سطح معنی داری
اعتقادات دینی	۰/۵۹	۰/۴۲	۷/۶	۰/۰۰۰
فضای مناسب اخلاق عمومی	۰/۴۲	۰/۳۶	۶/۴	۰/۰۰۰
بیگانگی اجتماعی	-۰/۴۰	-۰/۲۷	-۶/۲	۰/۰۰۰
رضایت از زندگی	۰/۲۰	۰/۱۸	۲/۳	۰/۰۴
همبستگی اجتماعی	۰/۱۸	۰/۱۶	۳/۷	۰/۰۰۰
امنیت اجتماعی	۰/۱۷	۰/۱۴	۱/۸	۰/۰۵
مقبولیت اجتماعی	-۰/۱۶	۰/۱۳	۷/۳	۰/۰۰۰
نظرخواهی	۰/۱۵	۰/۱۱	۱/۱۸	۰/۰۳
پایگاه اجتماعی اقتصادی	-۰/۱۴	-۰/۱۰	-۱/۶	۰/۰۲
Sig=۰/۰۰۰	Adjusted R Square =۰/۶۲	R= ۰/۷۹		Rsquare = ۰/۶۳

^۱-Enter

بر اساس داده های جدول نشان می دهد که ضریب همبستگی چندگانه (R) معادل $0/79$ محاسبه شده که بیانگر این مطلب است که ۹ متغیر بیگانگی اجتماعی، نظرخواهی، احساس امنیت، اعتقادات دینی، فضای مناسب اخلاق عمومی، همبستگی اجتماعی، رضایت از زندگی، مقبولیت اجتماعی و پایگاه اقتصادی- اجتماعی به طور همزمان $0/79$ با اعتماد ارتباط و همبستگی دارند. ضریب تعیین (R^2) معادل $0/63$ محاسبه شده است، یعنی حدود ۶۳ درصد از تغییرات اعتماد اجتماعی از طریق متغیر های ۹ گانه مذکور توضیح داده می شود و ۳۷ درصد باقی مانده متعلق به عوامل دیگری می باشد که خارج از این بررسی هستند. نسبت F مشاهده شده مبنی بر آزمون معنی داری ضریب تعیین معادل $60/03$ محاسبه شده است که به لحاظ آماری معنی دار است ($\text{sig} = 0/000$).

ضرایب تأثیر استاندارد موجود در جدول نشان می دهد که متغیر اعتقادات دینی، با ضریب تأثیر رگرسیونی ($\beta = 0/42$)، قوی ترین پیش بینی کننده اعتماد اجتماعی می باشد. که نسبت به هشت متغیر دیگر مؤثرترین متغیر محسوب می شود. در رتبه دوم، متغیر فضای مناسب اخلاق عمومی با ضریب استاندارد رگرسیونی ($\beta = 0/36$)، قرار دارد که نسبت به دیگر متغیرها قدرت پیش بینی بیشتری دارد. در رتبه سوم نیز متغیر بیگانگی اجتماعی قرار دارد که با ضریب تأثیر استاندارد رگرسیونی ($0/27$) - نسبت به متغیرهای دیگر قدرت پیش بینی بهتری دارد. رتبه چهارم از آن رضایت از زندگی با ضریب تأثیر استاندارد رگرسیونی ($\beta = 0/18$) می باشد که نسبت به متغیرهای دیگر یعنی نظرخواهی، پایگاه اجتماعی اقتصادی، مقبولیت اجتماعی، همبستگی اجتماعی و امنیت اجتماعی دارای قدرت پیش بینی بهتری می باشد. رتبه پنجم از آن همبستگی اجتماعی است که با ضریب تأثیر استاندارد رگرسیونی ($\beta = 0/16$) نسبت به متغیرهای دیگر یعنی نظرخواهی، پایگاه اقتصادی- اجتماعی، مقبولیت اجتماعی و امنیت اجتماعی دارای قدرت پیش بینی بهتری می باشد. متغیر امنیت اجتماعی با ضریب تأثیر استاندارد رگرسیونی ($\beta = 0/14$) نسبت به متغیرهای دیگر یعنی نظرخواهی، پایگاه اقتصادی و مقبولیت اجتماعی دارای قدرت پیش بینی بهتری می باشد. رتبه هفتم متعلق به مقبولیت اجتماعی است که با ضریب تأثیر استاندارد رگرسیونی ($\beta = 0/13$) نسبت به متغیرهای دیگر یعنی نظرخواهی و پایگاه اقتصادی- اجتماعی دارای قدرت پیش بینی بهتری می باشد. در رتبه هشتم متغیر نظرخواهی با ضریب

تأثیر استاندارد رگرسیونی ($\beta = 0/11$) و در آخر نیز پایگاه اجتماعی اقتصادی با ضریب تأثیر استاندارد رگرسیونی ($\beta = -0/10$) قرار دارد.

بحث و نتیجه گیری

به منظور آزمون فرضیه های پژوهش، متغیر اعتماد اجتماعی به عنوان متغیر وابسته در ارتباط با متغیرهای بیگانگی اجتماعی، نظرخواهی، احساس امنیت، اعتقادات دینی، فضای مناسب اخلاق عمومی، همبستگی اجتماعی، رضایت از زندگی، مقبولیت اجتماعی، پایگاه اقتصادی-اجتماعی قرار گرفت. از تجزیه و تحلیل یافته‌ها در قالب روش‌های آماری فوق، نتایج زیر به دست آمده است.

۱- فرضیه اول: بین فضای مناسب اخلاق عمومی و اعتماد اجتماعی رابطه وجود دارد. با توجه به آزمون فرضیه می‌توان گفت که بین دو متغیر فضای مناسب اخلاق عمومی و اعتماد اجتماعی رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد. زتومکا با طرح این موضوع که دیدگاه فرهنگ گرا، جامعه بالقوه و پویا را با اتحاد و جمع منافع تقلیل نمی‌دهد بلکه آن را به عنوان یک اجتماع اخلاقی مورد توجه قرار می‌دهد عنوان می‌کند: «اجتماع اخلاقی» کمتر با سازمان رسمی سر و کار دارد و بیشتر با احساس تعلق، اعتماد و مسئولیت و احساس وظیفه نسبت به دیگرانی که با آن‌ها ارزش‌ها، منافع و اهداف مشترک دارند سر و کار دارد. اجتماع اخلاقی شیوه خاصی از ارتباط داشتن با دیگران است که آن را به صورت «ما» تعریف کرده‌اند. مقوله ما به سه الزام اخلاقی اعتماد، وفاداری و اشتراک مساعی با دیگران تعریف می‌شود. انسان پابندی به اصول اخلاقی را در ارتباط و تعامل با دیگران می‌یابد و به آن گردن می‌نهد. این الزامات با انتخاب فردی همراه است و فرد خود این اصول را با اختیار پذیرا می‌شود، حضور جامعه این اصول اخلاقی امری بدیهی است و عموم مردم اصول اخلاقی مشابهی را پذیرا می‌شوند و آن را به عنوان اصول اخلاقی خود تلقی می‌کنند؛ لذا با توجه به عقاید توسکا، می‌توان نتیجه گرفت که جامعه از طریق فراهم نمودن فضای مناسب اخلاق عمومی می‌تواند در افزایش اعتماد اجتماعی نقش داشته باشد. پس در جامعه مورد مطالعه، هر چه فضای اخلاق عمومی مناسب‌تر باشد، میزان اعتماد اجتماعی نیز در سطح بالاتر و قوی‌تر افزایش می‌یابد.

۲-فرضیه دوم بیانگر این است که بین میزان نظرخواهی و اعتماد اجتماعی رابطه وجود دارد. با توجه به نتایج حاصل از آزمون فرضیه، ارتباط بین این دو متغیر مستقیم و معنادار بوده است پس می‌توان گفت هر چه روحیه نظرخواهی در بین مردم بیشتر باشد، میزان اعتماد اجتماعی آن‌ها نیز بالاتر خواهد رفت؛ و به عبارت دیگر با بالا رفتن روحیه نظرخواهی میزان اعتماد اجتماعی افزایش خواهد یافت. برخی از جامعه‌شناسان درصدد هستند تا فرآیند شکل‌گیری اعتماد را در درون «ما» یا «اجتماع» تبیین کنند که پایه‌های آن بر احساسات جمعی یا به سخن دیگر بر نظرخواهی استوار است. چلبی، اظهار می‌دارد با شکل‌گیری «ما» بُعد عاطفی عمده می‌گردد، افراد نسبت به هم نوعی دلبستگی عاطفی پیدا می‌کنند، آن‌ها دیگر هموعان خود را دشمن و رقیب نمی‌پندارند و این خود اعتماد میان آن‌ها را تقویت می‌کند. نمی‌توان «مایی» پیدا کرد که در آن دوستی، برادری، نظرخواهی و جز این‌ها نباشد. هنگامی که «ما» شکل می‌گیرد انسان‌ها اخلاقی می‌شوند، یعنی دگر خواه می‌شوند، و نسبت به جمع احساس تکلیف می‌کنند.

۳-فرضیه سوم درباره ارتباط بین میزان احساس امنیت و اعتماد اجتماعی صحبت می‌نماید. نتایج حاصل از آزمون فرضیه نشان می‌دهد که ارتباط مثبت و معناداری بین این دو متغیر وجود داشته است. اعتماد بنیادی ما را به مفهومی رهنمون می‌سازد که دیدنی از آن تحت عنوان امنیت هستی‌شناختی یاد می‌کند. به اعتقاد او، امنیت هستی‌شناختی یک پدیده شناختی نیست بلکه یک پدیده احساسی است که ریشه در ناخودآگاه دارد. اکثر نظریه‌پردازان بر رابطه احساس امنیت و اعتماد اجتماعی تأکید داشتند. دیدنی، در این رابطه اظهار می‌دارد اعتماد، امنیت وجودی و احساس تداوم چیزها و اشخاص در شخصیت بزرگ‌سالی سخت به هم وابسته باقی می‌مانند. جان کلام دیدنی درباره رابطه اعتماد و امنیت هستی‌شناختی در همین عبارت نهفته است. انسان نیاز به احساسی دارد که او را به تداوم وجودی خویش اطمینان دهد. اطمینان داشتن از قابل اعتماد بودن یا صداقت دیگران نوعی عادت عاطفی است که با تجربه‌ی محیط‌های آشنای اجتماعی و مادی همراه است. بنابراین، اعتماد بنیادین مبتنی بر اعتماد اولیه است که فرد در تعامل با دیگران کسب می‌کند. در یک بیان کلی، فرد برای اینکه از آرامش برخوردار باشد نیازمند به برخورداری از تأمین است. این تأمین به معنای دوام زندگی خویش و محیط

پیرامون و چیزهایی است که فرد را در برمی‌گیرد. احساس امنیت و تأمین امنیت، فرد را از نگرانی‌ها و اضطراب‌ها نجات می‌دهد و به او حس اعتماد می‌بخشد. این فرآیند اتفاق نمی‌افتد مگر اینکه فرد از تداوم برخوردهای دوستانه یا غیردشمنانه دیگران (اعتماد اولیه) اطمینان داشته باشد. بنابراین، در اعتماد شخصی امنیت هستی‌شناسانه نقش قابل توجهی دارد.

۴- بر اساس فرضیه چهارم، بین میزان اعتقادات دینی و اعتماد اجتماعی رابطه وجود دارد. با توجه به نتایج حاصل از آزمون فرضیه می‌توان گفت بین این دو متغیر رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. از نظر دیدنی، اطمینان و اعتماد تا اندازه‌ای با مفهوم «ایمان» که توسط زیمل اشاره شده، در ارتباط است. به عقیده دیدنی، مذاهب ارائه دهنده اصول و تفسیرهای اخلاقی و عملی از زندگی هستند که پیروان از طریق پذیرش، ایمان و علاقه به آن‌ها، به سوی پیوند با دیگران سوق می‌یابند. این شرایط مؤمنان را به سوی اعتماد، تأمین امنیت و حمایت متقابل سوق می‌دهد. دیدنی، اظهار می‌دارد که باورهای مذهبی مهم‌ترین کارشان این است که معمولاً به رویدادها و موفقیت‌های اجتماعی اعتقاد تزریق می‌کنند و چارچوبی را فراهم می‌آورند که رویدادها و موقعیت‌های اجتماعی را می‌توان تبیین کرد و در برابر آن‌ها واکنش نشان داد. بین اعتماد و ایمان و اطمینان نزدیکی‌ها و قرابت‌های بسیاری است. این نوع اعتماد در تمام عقاید مذهبی به چشم می‌خورد. زیرا اعتماد به خدا به عنوان سرچشمه رستگاری، اساس تمامی مذاهب است.

۵- فرضیه پنجم درباره رابطه بین میزان بیگانگی اجتماعی و اعتماد اجتماعی مطرح شد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه خبر از وجود رابطه معکوس و معنادار بین این دو متغیر می‌دهد. اعتماد به دیگران موجب افزایش و بسط تعامل اجتماعی با دیگران می‌شود و از اضطراب، تعلل و پایدن و مراقب یکدیگر بودن و در نهایت از بیگانگی اجتماعی می‌کاهد. در سطح فردی، اعتماد مشارکت با دیگران را در قالب انجمن‌ها و نهادهای جمعی که به تقویت شبکه و پیوندهای بین شخصی و محلی می‌انجامد، بسط می‌دهد و زمینه را برای ارتقای سرمایه‌ی اجتماعی فراهم می‌کند و از غلظت و بی‌اعتنایی جمعی که مانع کنش‌های جمعی است می‌کاهد. پیوستگی جمعی را که مانع بیگانگی اجتماعی گسترش می‌دهد و فرصت تعاون و همکاری را افزایش می‌دهد و هزینه انجام کنش‌های جمعی را به حداقل

می‌رساند. در نتیجه، هر چه بیگانگی بیشتر باشد، اعتماد کاهش می‌یابد. بنابراین با آزمون این فرضیه مشاهده می‌شود که هر چه میزان بیگانگی اجتماعی در بین مردم بیشتر باشد، میزان اعتماد اجتماعی در بین مردم به نسبت کاسته خواهد شد و برعکس با کاهش میزان بیگانگی افراد، میزان اعتماد اجتماعی در بین افراد افزایش می‌یابد.

۶- بر اساس فرضیه ششم بین میزان همبستگی اجتماعی و اعتماد اجتماعی رابطه وجود دارد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه حاکی از آن است که رابطه مستقیم و معناداری بین این دو متغیر وجود دارد. اگر تعاملات اظهاری و سرمایه‌ی اجتماعی در جامعه به گونه‌ای رشد کند که احساس تعلق خاطر جمعی و همبستگی اجتماعی در بالاترین سطح خود قرار گیرد، می‌توان انتظار داشت که افراد در روابط خود با سایر اعضای جامعه با سطح اعتماد بالا عمل کنند.

۷- فرضیه هفتم رابطه بین میزان رضایت از زندگی و اعتماد اجتماعی را مورد بحث قرار می‌دهد. بر اساس نتایج حاصل از آزمون فرضیه، بین این دو متغیر رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. در یک تعبیر کلی می‌توان بر این امر تأکید کرد که اعتماد موجب آرامش، که خود باعث رضایتمندی است، می‌شود و اگر در جامعه اعتماد نتواند چنین کارکردی داشته باشد و یا افراد جامعه نتوانند عدم تضاد و ایجاد رابطه خوب و مسالمت آمیز را موجب آرامش بدانند، اعتماد نمی‌تواند عنصر و پدیده ارزشمند تلقی شود. همچنین رضایتمندی از زندگی، خود سبب افزایش سطح اعتماد اجتماعی می‌شود.

۸- فرضیه هشتم نشان می‌دهد که بین میزان مقبولیت اجتماعی و اعتماد اجتماعی رابطه وجود دارد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه حاکی از آن است که بین دو متغیر رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد یعنی با بالا رفتن احساس مقبولیت در نزد دیگران، اعتماد اجتماعی نیز بالا می‌رود و برعکس با کاهش احساس مقبولیت در نزد افراد، اعتماد اجتماعی نیز بین افراد کاهش می‌یابد. اینگهارت اظهار می‌دارد: زمانی که فرهنگ اعتماد ظهور می‌یابد و در نظام هنجاری یک جامعه ریشه می‌دواند به نیروی توانمند و مؤثری برای تصمیم گرفتن به اعتماد کردن و اعتماد متقابل در نقش‌ها و موقعیت‌های مختلف اجتماعی تبدیل می‌شود که زمینه را برای تقویت فرآیندهایی چون عام‌گرایی، و گسترش طراوت، مقبولیت اجتماعی و توسعه اجتماعی فراهم می‌کند.

۹- فرضیه نهم نشان می‌دهد که بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی و اعتماد اجتماعی رابطه وجود دارد. بر اساس نتایج به دست آمده از آزمون فرضیه می‌توان دریافت که بین دو متغیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی و اعتماد اجتماعی رابطه معکوس و معنادار وجود دارد. یعنی جوانانی که از پایگاه اقتصادی و اجتماعی بالایی برخوردارند از اعتماد اجتماعی کمتر برخوردارند و برعکس جوانانی که از پایگاه اقتصادی و اجتماعی پایین‌تری برخوردارند از اعتماد اجتماعی بالاتری برخوردار خواهند بود؛ لذا با توجه به نتایج آزمون جوانانی که از پایگاه اقتصادی- اجتماعی بالاتری برخوردار باشند، اعتماد اجتماعی آن‌ها کمتر از جوانانی است که در پایگاه پایین‌تری قرار دارند.

منابع

منابع فارسی

- انگلیهارت، ر. (۱۳۷۳)، تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی، ت: م. وقر، انتشارات کویر.
بیرو، الف. (۱۳۷۶)، فرهنگ علوم اجتماعی، ت: ب. ساروخانی، تهران، انتشارات کیان.
دواس، دی. ای. (۱۳۷۶)، پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ت: ه. نایی، تهران: نشر نی.
ریتزر، ج. (۱۳۸۰)، نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ت: م. ثلاثی، انتشارات علمی، تهران، چاپ پنجم.
توسکا، ب. (۱۳۸۴)، اعتماد یک نظریه جامعه‌شناختی، ت: ف. گلایی، انتشارات ستوده، تبریز.
ساروخانی، ب. (۱۳۷۲)، روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
ساروخانی، ب. (۱۳۷۵)، مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی خانواده، تهران: سروش.
ستوده. (۱۳۷۸)، اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در بین مردم شهر کرمان، ت: ع. ابراهیمی، دانشگاه پیام نور مرکز تهران، پاییز ۱۳۷۸: ۷۱.
شارع پور، م. (۱۳۸۰)، فرسایش سرمایه‌ی اجتماعی و پیامدهای آن، فصلنامه انجمن جامعه‌شناسی، سال اول، شماره یک.
ضری شالی، ر. (۱۳۸۱)، بررسی میزان رضایتمندی شهروندان تهرانی و علل مؤثر بر آن، مؤسسه پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی فرد، صفحات ۴۸-۴۰.
کرلینجر، فرد، ان. (۱۳۷۶)، مبانی پژوهش در علوم رفتاری، جلد دوم، ت: ح. باشا شریفی و ج. نجفی زند، تهران: نشر آوای نور.
کلمن، ج. (۱۳۷۷)، بنیادهای نظریه اجتماعی، ت: م. صبوری، تهران نشر نی.
کمالی، الف. (۱۳۸۲)، «مطالعه تطبیقی اعتماد اجتماعی در دو حوزه فرهنگ و سیاست» با تأکید بر سازمان‌های تخصصی، پایان نامه دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه تهران.
دیدنی، الف. (۱۳۷۷)، پیامدهای مدرنیت، ت: م. ثلاثی، نشر مرکز.
دیدنی، الف. (۱۳۷۸)، تجدد و تشخیص، ت: ن. موفقیان، نشر نی.
دیدنی، الف. (۱۳۸۰)، معنای مدرنیت، ت: ح. الف. سعیدی، تهران، انتشارات کویر.

منابع لاتین

- Bourdieu, P.(1986), *The forms of capital in Hand book of theory and Reserch for the sociology of education*, Newyork, greenwood Press.
Sztomka, P.(1999) *Trust a sociological Theory*. Cambridge university Press.



شروېشگاه علوم انساني و مطالعات فرهنگي
پرتال جامع علوم انساني