

## Research Paper

# The Role of Cultural Capital in Strengthening Social Trust in Iran



\*Abolfazl Karami<sup>1</sup> , Seyed Mohammad Sadeq Mahdavi<sup>2</sup> , Mostafa Azkia <sup>3</sup> 

1. PhD Candidate of Sociology, Islamic Azad University of Tehran, Tehran, Iran
2. Professor of Sociology, Islamic Azad University of Tehran, Tehran, Iran
3. Professor of Sociology, Islamic Azad University of Tehran, Tehran, Iran



**Citation:** Karami, A., Sadeq Mahdavi, S.M., & Azkia, M. (2021). [The Role of Cultural Capital in Strengthening Social Trust in Iran]. *Quarterly Journal of the Macro and Strategic Policies*, 8 (Special Issue), 74-88. <https://doi.org/10.30507/JMSP.2020.102466>

 <https://doi.org/10.30507/JMSP.2020.102466>



**Funding:** See Page 86

**Received:** 09/25/2018

**Accepted:** 04/25/2019

**Available Online:** 12/21/2020

**Article Type:** Research Paper

### Key words:

Social capital;  
generalized trust;  
cultural capital;  
inclusive cultural  
capital; objective  
cultural capital.

## ABSTRACT

This study investigates the role of cultural capital in strengthening social trust. Social trust is one of the main components of the social and modern development as well as social relations. Cultural capital is an index of cultural development, which can affect the social trust along with the composite index, individual psychological orientations towards consuming cultural products, the degree of using cultural products objectively, and the scientific and social university degrees. The current study employs a descriptive-causal approach and survey method, within a cross-sectional design. The population consists of men and women above 18 in Zanjan, of which 380 individuals were sampled. The findings show that there is a significant correlation between cultural capital and social trust. Moreover, the analysis of the regression indicates that the variables of cultural capital, income, and the respondent and parents' education, all in all determine 64% of the dependent variables; however, the ratio of the main variable, i.e. the cultural capital, is merely 33%.

### \* Corresponding Author:

**Abolfazl Karami, PhD**

**Address:** Tehran, Islamic Azad University

**Tel:** +98 (911) 2181672

**E-mail:** karami0001@yahoo.com

## نقش سرمایه فرهنگی در تقویت اعتماد اجتماعی در ایران

\* ابوالفضل کرمی<sup>۱</sup>، سیدمحمدصادق مهدوی<sup>۲</sup>، مصطفی ازکیا<sup>۳</sup>

۱. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، تهران، ایران
۲. استاد جامعه‌شناسی، دانشگاه علوم و تحقیقات تهران، تهران، ایران
۳. استاد جامعه‌شناسی، دانشگاه علوم و تحقیقات تهران، تهران، ایران

## چکیده

تاریخ دریافت: ۳ مهر ۱۳۹۷

تاریخ پذیرش: ۵ اردیبهشت ۱۳۹۸

تاریخ انتشار: ۱ دی ۱۳۹۹

نوع مقاله: علمی - پژوهشی

## کلیدواژه‌ها:

اعتماد اجتماعی، اعتماد  
تعمیم یافته، سرمایه  
فرهنگی، سرمایه  
فرهنگی تجسم یافته،  
سرمایه فرهنگی  
عینیت یافته.

در این مقاله، نقش سرمایه فرهنگی در تقویت اعتماد اجتماعی بررسی شده است. اعتماد اجتماعی یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های توسعه اجتماعی و گسترش مدرنیته و یکی از جنبه‌های مهم روابط اجتماعی است. سرمایه فرهنگی که شاخصی از توسعه فرهنگی است، با شاخص ترکیبی، گرایش‌های روانی فرد به مصرف کالاهای فرهنگی، میزان استفاده از کالاهای فرهنگی به‌طور عینی و مدارک و مدارج علمی و فرهنگی فرد، می‌تواند بر اعتماد اجتماعی اثرگذار باشد. رویکرد پژوهش، توصیفی - علی و روش پژوهش، پیمایشی است و به‌لحاظ زمانی، به‌صورت مقطعی انجام شده است. جامعه آماری تحقیق شامل زنان و مردان بیش از ۱۸ سال در زنجان می‌شود که حجم نمونه براساس آن به تعداد ۳۸۰ نفر انتخاب شده است. یافته‌های تحقیق نشان داد هم‌بستگی نسبتاً زیادی بین سرمایه فرهنگی و اعتماد اجتماعی مشاهده می‌شود و این هم‌بستگی از نظر آماری نیز معنادار است. همین‌طور نتایج تحلیل رگرسیونی بیانگر آن بود که متغیرهای سرمایه فرهنگی، درآمد و تحصیلات خود فرد و والدین فرد پاسخ‌گو، در مجموع ۶۴ درصد تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌کنند؛ لیکن سهم متغیر اصلی تحقیق، یعنی سرمایه فرهنگی، در این تبیین ۳۳ درصد است.

\* نویسنده مسئول:

ابوالفضل کرمی

نشانی: تهران، دانشگاه علوم و تحقیقات تهران

تلفن: ۲۱۸۱۶۷۳ (۹۱۱) ۹۸+

پست الکترونیک: karami0001@yahoo.com

## ۱. مقدمه

اعتماد<sup>۱</sup> عنصری اثرگذار است که می‌تواند بخش‌هایی از زندگی بشر را شکل دهد و زندگی اجتماعی را ممکن و آسان کند. اعتماد اجتماعی<sup>۲</sup> یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های توسعه اجتماعی<sup>۳</sup> و گسترش مدرنیته است. امروزه اعتماد، هم به‌عنوان ویژگی افراد، هم ویژگی ارتباطات اجتماعی و هم ویژگی نظام اجتماعی، با تأکید بر رفتار و تعاملات و سوگیری‌ها در سطح فردی مفهوم‌سازی شده است (اوجاقلو و زاهدی‌مازندرانی، ۱۳۸۴؛ کفاشی، ۱۳۸۹؛ ظهیری‌نیا و نیکخواه، ۱۳۹۴؛ کفاشی و آزاده، ۱۳۸۸). اعتماد تسهیل‌کننده مبادلات در فضای اجتماعی است که هزینه مبادلات و مذاکرات 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، ۱۳۸۰، صص. ۲۸۳؛ کفاشی، ۱۳۸۹؛ ظهیری‌نیا و نیکخواه، ۱۳۹۴؛ کفاشی و آزاده، ۱۳۸۸).

طبق یافته‌های تحقیقات پیشین (آزادارمکی و کمالی، ۱۳۸۳؛ شارع‌پور، ۱۳۸۰؛ طرح ملی پیمایش سرمایه اجتماعی، ۱۳۹۴؛ امیرکافی، ۱۳۷۵). سطح اعتماد اجتماعی به‌دلایلی کاهش یافته که این امر به باور بسیاری از اندیشمندان، در سطح خرد بر روابط و مناسبات اجتماعی شهروندان، در سطح میانی بر نهادهای اجتماعی‌ای همچون خانواده و در سطح کلان بر سیستم اجتماعی و سیاسی اثرگذار بوده است. گزارش یافته‌های طرح ملی سرمایه اجتماعی مربوط به استان زنجان (۱۳۹۴) نشان داد میزان سرمایه اجتماعی ۴۱ درصد از پاسخ‌دهندگان کم و خیلی کم و ۴۸ درصد هم متوسط بوده و فقط سرمایه اجتماعی ۱۰ درصد از پاسخ‌دهندگان زیاد است. بیش از ۷۰ درصد از میزان سرمایه اجتماعی سطح میانی متوسط است و فقط ۱۸ درصد از میزان سرمایه اجتماعی سطح میانی استان و ۱۴ درصد از سرمایه اجتماعی سطح خرد استان زیاد است. مقایسه وضعیت سطوح سرمایه اجتماعی در استان نشان می‌دهد سطح کلان و خرد سرمایه اجتماعی استان در وضعیت متوسط قرار داشته و فقط سطح میانی سرمایه اجتماعی با اختلاف بسیار کم وضعیت بهتری از دیگر سطوح سرمایه اجتماعی دارد. تحلیل سرمایه اجتماعی کل در استان نشان داد فقط ۱۰ درصد از پاسخ‌دهندگان سرمایه اجتماعی زیادی دارند. پاسخ‌دهندگان در مقایسه با گروه خانواده و همسایه‌ها و آشنایان، درقبال غریبه‌ها، احساس مسئولیت بسیار کمی دارند، اعتماد چندان‌ی به غریبه‌ها ندارند و تعامل و همکاری کمتری با این گروه دارند.

به‌نظر می‌رسد سیاست‌های جمعیتی و مهاجرتی طی سال‌های اخیر در استان، مانع

1. trust
2. social trust
3. social development

از مهاجرت روستاییان به شهر نشده و شهر به‌ناچار جمعیت اضافی از گروه‌های فرهنگی مختلف را در خود جای داده که در این میان فقدان فضاها و مکان‌های عمومی مناسب و کافی به‌منظور تعامل گروه‌های اجتماعی و فرهنگی، بی‌توجهی به نیازهای افراد و توزیع نابرابر امکانات و منابع شهری و حمایت نابرابر از همه گروه‌ها در جامعه، باعث کاهش سرمایه اجتماعی و اعتماد اجتماعی و افزایش آسیب‌های اجتماعی و شهری شده است. حال با توجه به چنین شرایطی، از سوی دیگر در جامعه شهری و در بین شهروندان، شاهد گرایش فزاینده‌ای به داشتن مدارک تحصیلی دانشگاهی و تاحدودی مصرف برخی کالاها و فرهنگی هستیم که بر اعتماد اجتماعی تأثیر می‌گذارد. سرمایه فرهنگی، به‌عنوان مؤلفه‌ای اساسی، بر اعتماد اجتماعی در سطح جامعه اثرگذار خواهد بود. سرمایه فرهنگی عبارت است از مهارت‌ها و شناخت‌هایی که جامعه در اختیار فرد قرار می‌دهد و میدان اجتماعی فرصت‌های برابری را برای همه اعضایش فراهم می‌کند و طی سال‌های اخیر، جامعه شهری ایران را خرده‌فرهنگ‌ها و گروه‌های قبیله‌ای و طایفه‌ای مختلفی دربرگرفته است که در طول چند دهه اخیر از روستاهای دور و نزدیک مهاجرت کرده و در شهر سکنا گزیده‌اند. این خرده‌فرهنگ‌ها و گروه‌های قبیله‌ای هرکدام حامل ارزش‌ها و هنجارهای خاص خودشان هستند و هریک الگوهای رفتاری و سبک زندگی<sup>۴</sup> و ویژه‌ای را برای خود برگزیده‌اند. این ترکیب زندگی سنتی و جدید، در شرایط فقدان برنامه‌ریزی منسجم اجتماعی، افزون‌بر تشدید رقابت‌های بین‌قبیله‌ای و بین‌گروهی و ایجاد فاصله گروهی، به تضعیف «ما»ی شهروندی و اعتماد جمعی منجر شده است (اوجاقلو و زاهدی‌مازندرانی، ۱۳۸۴؛ کفاشی، ۱۳۸۹؛ ظهیری‌نیا و نیکخواه، ۱۳۹۴؛ کفاشی و آزاده، ۱۳۸۸). با توجه به اهمیت سرمایه فرهنگی در زندگی معاصر و مخصوصاً نقش مهم آن در تعیین و افزایش اعتماد اجتماعی، هدف غایی پژوهش حاضر سنجش تأثیر سرمایه فرهنگی بر اعتماد اجتماعی است. به عبارت دیگر، هدف اصلی بررسی این مسئله است که آیا سرمایه فرهنگی، به‌عنوان آنچه شرایط جامعه شهری به‌واسطه افزایش سطح سواد و گرایش به داشتن مدارک تحصیلی عالی در بین شهروندان و مصرف کالاها و فرهنگی تعریف می‌شود، بر اعتماد اجتماعی شهروندان زنجانی نیز تأثیرگذار بوده است و کدام نوع سرمایه فرهنگی (ذهنیت‌یافته، عینیت‌یافته و نهادی) بیشترین نقش را در اعتماد اجتماعی دارد.

## ۲. پیشینه تحقیق

چلبی (۱۳۸۱) در پژوهشی با عنوان اعتماد و نظام شخصیت در ایران به این نتایج دست یافته است: ۱/۶۴ درصد افراد به اطرافیان و ۸۳ درصد به والدین خود اعتماد دارند؛ ۹/۷۳ درصد بیان کرده‌اند که به هیچ‌کس اعتماد ندارند؛ ۱/۶۷ درصد اذعان داشته‌اند که نباید

4. life style

به کسی اعتماد کرد؛ ۴/۵۵ درصد به دوستانشان اعتمادی ندارند. آزارمکی و کمالی (۱۳۸۳) در پژوهشی تطبیقی، اعتماد اجتماعی را در دو حوزه فرهنگ و سیاست در رابطه بین انواع اعتماد و احساس امنیت به‌موازات نو شدن زندگی اجتماعی و تأثیر شرایط اقتصادی - اجتماعی سطح کلان بر تغییر الگوها و مراتب اعتماد بررسی کرده است. فرضیات این محقق مبنی بر رابطه بین انواع اعتماد به احساس امنیت، به‌موازات نو شدن زندگی اجتماعی و تأثیر شرایط اقتصادی - اجتماعی سطح کلان (استانی) در تغییر الگوها و مراتب اعتماد تأیید شده است.

**اوجاقلو و زاهدی‌مازندرانی (۱۳۸۴)** اعتماد اجتماعی را در بین شهروندان شهر زنجان بررسی کرده و به این نتایج دست یافته‌اند: بین سنت‌گرایی و دو بُعد اعتماد، یعنی صراحت و صداقت، رابطه معنادار مستقیمی وجود دارد؛ بین پایگاه اجتماعی و اعتماد اجتماعی رابطه معناداری مشاهده نشد، فقط یک بُعد از پایگاه اجتماعی، یعنی منطقه سکونت، رابطه معنادار مستقیمی را با اعتماد اجتماعی نشان داد؛ اما بین تحصیلات پاسخ‌دهندگان و اعتماد اجتماعی رابطه معنادار و مستقیمی وجود داشت (اوجاقلو و زاهدی‌مازندرانی، ۱۳۸۴).

**ابراهیمی، جانعلی‌زاده و رزاقی‌مله (۱۳۹۵)** در مقاله «بررسی تأثیر سرمایه فرهنگی بر اعتماد اجتماعی» رابطه بین سرمایه فرهنگی و اعتماد اجتماعی را در بین حجم نمونه ۸۴۶ نفر از ساکنان تهران ارزیابی کرده و به این نتیجه رسیده‌اند که در ابعاد مختلف اعتماد اجتماعی، جنوب و شمال تهران اختلاف معناداری باهم دارند؛ به این ترتیب که در تمام ابعاد اعتماد اجتماعی، جنوب شهر میانگین بیشتری از شمال شهر را به خود اختصاص داده است و در تمام ابعاد سرمایه فرهنگی، شمال شهر میانگین بیشتری از جنوب شهر را داراست.

**فان (۲۰۱۴)** در تحقیقی تأثیر سرمایه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی در دسترسی خانواده‌های چینی به منابع آموزشی را تحلیل کرده است. براساس این تحقیق، پیش‌زمینه خانوادگی می‌تواند بر دسترسی افراد به منابع آموزشی مؤثر باشد. به‌طور معناداری، پیش‌زمینه خانوادگی غنی و قوی (به‌لحاظ داشتن انواع سرمایه) دسترسی افراد به منابع آموزشی را ارتقا می‌دهد.

### ۳. چارچوب نظری

#### ۳-۱. اعتماد اجتماعی

به‌نظر می‌رسد تئوری گیدنز<sup>۵</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

5. Giddens

موضوع اعتماد اجتماعی را در جامعه شهری تحلیل و تبیین کند. گونه‌شناسی‌گیدنز از اعتماد اجتماعی، با توجه به تئوری تلفیقی و ترکیبی ساختار - عاملیت با در نظر گرفتن 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 بی‌ریزگی و ازجاکندگی در نظریه گیدنز اهمیت زیادی دارد. 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 ندارد جز اعتماد به نمادها، مارک‌ها و تخصص‌ها که ظواهر مدرنیته‌اند. افراد می‌توانند درباره میزان ارزش اعتماد به نظام‌های انتزاعی‌ای نظیر نهادها نیز باورهای داشته باشند. از این فرایند می‌توان تحت عنوان سطح نهادی اعتماد (اعتماد به نظام‌های تخصصی) نام برد. ممکن است کنشگر از فردی که اتومبیل یا خانه او را ساخته است، شناختی نداشته باشد، ولی به نظام استاندارد، تنظیم قواعد و قوانین، نظارت و کنترل کیفیت، تاحدی اعتماد داشته باشد (صالح‌آبادی و حیدرآبادی، ۱۳۹۱؛ میرفردی و احمدی‌قارنائی، ۱۳۹۵). از نظر گیدنز، پویایی مدرنیته سه سرچشمه مهم دارد: جدایی زمان و مکان، تحول مکانیسم‌های ازجاکندگی و تخصیص بازاندیشانه. در دیدگاه وی، نشانه‌های نمادین و نظام‌های تخصصی که دربرگیرنده اعتمادند، مکانیسم‌های اصلی ازجاکندگی هستند. منظور وی از نظام‌های تخصصی، نظام‌های انجام دادن کار فنی یا مهارت‌های تخصصی هستند که حوزه‌های وسیعی از محیط‌های مادی و اجتماعی زندگی کنونی ما را سازمان می‌دهند (گیدنز، ۱۳۸۰، ص. ۳۳؛ اوجاقلو و زاهدی‌مازندرانی، ۱۳۸۴؛ کفاشی، ۱۳۸۹؛ عدلی‌پور، سپهری، احمدی و حسنعلی‌زاده، ۱۳۹۲؛ میرفردی و احمدی‌قارنائی، ۱۳۹۵؛ کفاشی و آزاده، ۱۳۸۸؛ فهیم‌نیا و منطق، ۱۳۹۲).

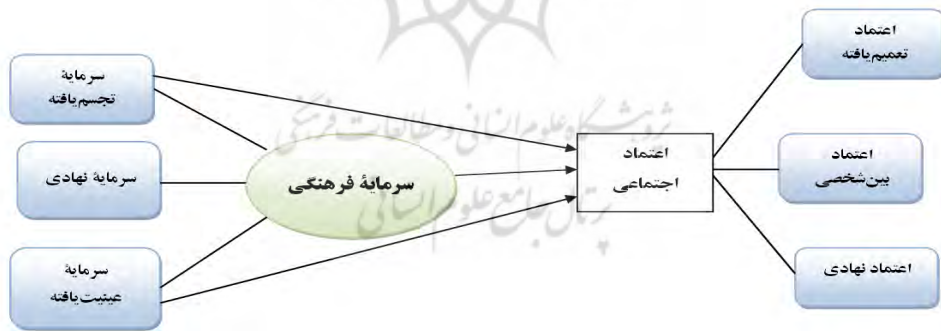
### ۲-۳. سرمایه فرهنگی

سرمایه فرهنگی<sup>۶</sup> یعنی قدرت شناخت و قابلیت استفاده از کالاهای فرهنگی در هر فرد، و آن دربرگیرنده تمایلات پایدار فرد است که در خلال اجتماعی شدن در فرد انباشته می‌شود (شهرام‌نیا، مرندي، سیستانی و محرابی کوشکی، ۱۳۹۴؛ حکمت و سیدی، ۱۳۹۳؛ قرونه، ۱۳۸۹). سرمایه فرهنگی را می‌توان توانایی تصرف و استفاده از کالاهای فرهنگی و نیز توانایی‌های ادبی - گفتاری تعریف کرد. هایس<sup>۷</sup> اصطلاح سرمایه فرهنگی را بازنمای جمع نیروهای غیراقتصادی، مثل زمینه خانواده‌گی، طبقه اجتماعی، سرمایه‌گذاری‌های گوناگون و تعهدات به تعلیم و تربیت، منابع مختلف و مانند آن‌ها، می‌داند که بر موفقیت آکادمیک (علمی یا تحصیلی) تأثیر می‌گذارند (شهرام‌نیا و دیگران، ۱۳۹۴؛ قرونه، ۱۳۸۹). سرمایه فرهنگی در واقع صلاحیت در فرهنگ پایگاه‌ها، گرایش‌ها و ایده‌ها تعریف می‌شود که اغلب مکانیسمی مهم در بازتولید

6. Cultural capital

7. Hayes

سلسله‌مراتب اجتماعی در نظر گرفته می‌شود. تمرکز اصلی تئوری سرمایه فرهنگی این است که فرهنگ از طریق سیستم آموزشی که بازتاب فرهنگ طبقه حاکم است، انتقال می‌یابد و تشویق می‌شود و نهایتاً موجب بازتولید همان فرهنگ خواهد شد (شهرام‌نیا و دیگران، ۱۳۹۴). نظریه بورديو در مورد سرمایه فرهنگی که منجر به بازتولید فرهنگ طبقه مسلط می‌شود، اشاره به این دارد که چون طبقات مسلط دارای امکانات مادی بیشتری هستند و دسترسی بیشتری به انواع مثلاً موسیقی‌ها، ورزش‌ها، غذاها و... دارند، می‌توانند ذائقه‌های خود را شکل بخشند. به عبارت دیگر، بورديو هرآنچه را جزء علایق خاص طبقه مسلط است، معیار سنجش سرمایه فرهنگی می‌پندارد (حکمت و سیدی، ۱۳۹۳). سرمایه فرهنگی را می‌توان دارایی‌ای تعریف کرد که مجسم‌کننده، ذخیره‌کننده یا تأمین‌کننده ارزش فرهنگی علاوه‌بر هرگونه ارزش اقتصادی است که می‌تواند داشته باشد (قرونه، ۱۳۸۹). لذا با در نظر داشتن ابعاد اعتماد اجتماعی و سرمایه فرهنگی، می‌توان گفت یکی از عوامل مهم و اثرگذار بر اعتماد اجتماعی و اعتماد بین‌فردی، سرمایه فرهنگی است. سرمایه فرهنگی زیاد می‌تواند اعتماد اجتماعی پدید آورد و اعتماد را در همه ابعاد آن (تعمیم‌یافته، بین‌فردی و نهادی) تقویت کند؛ چراکه پیش شرط داشتن سرمایه فرهنگی بیشتر، گسترش فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی از طریق مناسبات اجتماعی است. لذا در این تحقیق، فرض بر این است که سرمایه فرهنگی با داشتن ابعادی همچون سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته، عینیت‌یافته و نهادی بر اعتماد اجتماعی تأثیر می‌گذارد.



### ۳-۳. فرضیه‌ها

به نظر می‌رسد بین سرمایه فرهنگی و اعتماد اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد.

- به نظر می‌رسد بین سرمایه فرهنگی تجسم یافته و اعتماد اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد.
- به نظر می‌رسد بین سرمایه فرهنگی عینیت یافته و اعتماد اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد.
- به نظر می‌رسد بین سرمایه فرهنگی نهادی شده و اعتماد اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد.

#### ۴. روش تحقیق

این تحقیق با رویکرد توصیفی - علی و با روش پیمایشی انجام شده و به دنبال بررسی تأثیر سرمایه بر اعتماد اجتماعی در بین شهروندان زنجان است. تحقیق از لحاظ معیار زمان، مقطعی و در سال ۱۳۹۶ صورت گرفته است. جامعه آماری شامل زنان و مردان بیش از ۱۸ سال است. حجم نمونه براساس فرمول تعیین نمونه کوکران، ۳۸۰ نفر انتخاب شده است که به پرسش‌نامه مورد نظر با ابعاد مختلف آن پاسخ داده‌اند. روش نمونه‌گیری به صورت نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای و تصادفی ساده است. ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه است که به شیوه محقق ساخته و پس از انجام پیش‌آزمون و سنجش اعتبار و پایایی آن، قابلیت اجرایی یافت. در این پژوهش، علاوه بر اعتبار صوری، از اعتبار سازه (تحلیل عاملی)<sup>۸</sup> نیز استفاده شده است. با توجه به اینکه محقق از قبل براساس تئوری خاصی شاخص‌ها و عامل‌های هریک از متغیرها را تنظیم و پیش‌بینی کرده است، تحلیل عاملی تأییدی<sup>۹</sup> بهتر از تحلیل عاملی اکتشافی<sup>۱۰</sup> که فرض را بر امکان ارتباط هر متغیر با هر عاملی می‌گذارد، می‌تواند اعتبار سازه (نظری) را اندازه‌گیری کند. نتایج آزمون کیزر - میر - اوکلین (KMO) نشان داد تحلیل عاملی را می‌توان انجام داد و از سویی با توجه به آزمون بارتلت که در سطح خطای کمتر از ۰/۰۵ معنادار است، این نتیجه حاصل شد که ارتباط معناداری بین اعتماد اجتماعی و سرمایه فرهنگی وجود دارد. برای سنجش پایایی ابزار گردآوری داده‌ها، ابتدا پیش‌آزمونی اجرا و از این طریق ضریب آلفای کرونباخ شاخص‌ها و مقیاس‌ها تعیین شد. بالا بودن ضریب آلفا (بالتر از ۷۰ درصد) نشان داد 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 کار گرفته شده است. لذا پیش‌آزمونی از ۳۰ نفر از جامعه آماری تحقیق گرفته شد و قبل از توزیع پرسش‌نامه در میان جامعه نمونه، پایایی ابزار پرسش‌نامه بررسی و برخی ایرادهای آن مشخص شد و گویه‌ها و سؤالات ناهم‌ساز و ناپایا از آن حذف گردید و پرسش‌نامه نهایی برای اجرا به دست آمد. متغیر وابسته اعتماد اجتماعی است که با سه بُعد اعتماد تعمیم یافته، اعتماد بین شخصی و اعتماد نهادی سنجیده شده و متغیر مستقل اصلی سرمایه فرهنگی

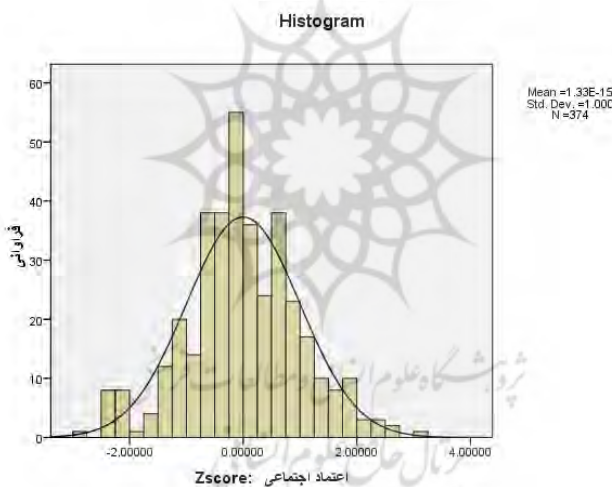
8. factor analysis
9. Confirmatory factor Analysis
10. Exploratory factor Analysis



است که با سه بُعد سرمایه فرهنگی تجسم یافته، سرمایه فرهنگی عینیت یافته و سرمایه فرهنگی نهادی مورد سنجش قرار گرفته است.

## ۵. یافته‌های تحقیق

براساس یافته‌های توصیفی تحقیق، میانگین اعتماد تعمیم یافته در بین ۲۸ درصد از پاسخ‌دهندگان زیاد، ۳۴ درصد کم و ۳۸ درصد متوسط است. همین‌طور میانگین اعتماد بین‌شخصی در بین ۴۸ درصد از پاسخ‌دهندگان زیاد، ۲۰ درصد کم و ۳۲ درصد متوسط است. میانگین اعتماد نهادی و سازمانی در بین ۳۵ درصد از پاسخ‌دهندگان زیاد، ۳۰ درصد کم و ۳۵ درصد متوسط است. نمودار هیستوگرام<sup>۱۱</sup> (نمودار توزیع نرمال نمرات) و آزمون کولموگروف برای سنجش نرمال بودن توزیع داده‌های متغیر اعتماد اجتماعی نشان دادند داده‌های اعتماد اجتماعی به صورت نرمال توزیع شده‌اند.



## شکل ۲. نمودار هیستوگرام و الگوی توزیع نمرات اعتماد اجتماعی

آماره‌های مربوط به برآورد توزیع نرمال نیز به خوبی بیان می‌کنند فرض صفر مربوط به الگوی توزیع مورد تأیید نبوده و داده‌ها به طور معناداری از توزیع نرمال دور نیستند. آزمون مورد استفاده در اینجا با توجه به حجم نمونه، آماره توزیع نرمال اسمیرنف کولموگروف است که در حجم‌های بیش از ۲۰۰ مورد، قابلیت کاربرد بیشتر دارد. لذا می‌توان با تأیید نرمال بودن توزیع نمرات اعتماد اجتماعی، از آزمون‌های پارامتریک استفاده کرد.

## 11. Histograms

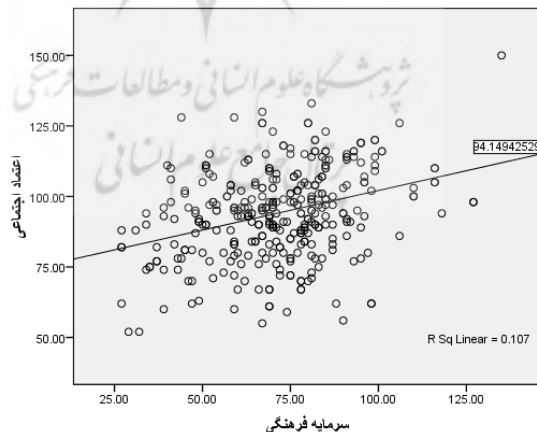
## ۱-۵. توزیع متغیر وابسته (اعتماد اجتماعی) در طبقات مختلف

متغیر وابسته اصلی که از سه بُعد تشکیل شده، اعتماد اجتماعی است. در بخش روش تحقیق در مورد چگونگی سنجش و برآورد این متغیر سخن گفته شد. پاسخ‌دهندگان از نظر اعتماد اجتماعی در سه طبقه کم، متوسط و زیاد طبقه‌بندی شده‌اند که نتایج آن در جدول ۱ آورده شده است. مشاهده می‌شود که برآورد اعتماد اجتماعی در مورد حدود ۲۳ درصد پاسخ‌دهندگان کم بوده و آن‌ها در مجموع اعتماد اجتماعی کمتری داشته‌اند. نکته جالب توجه در این جدول آن است که برآورد اعتماد اجتماعی در میانه طیف بوده و کسانی که در طبقه میانی قرار می‌گیرند، یعنی آن‌هایی که اعتماد اجتماعی در حد متوسط داشته‌اند، سهم بیش از ۷۰ درصدی را به خود اختصاص داده‌اند. در این میان، فقط حدود ۷ درصد پاسخ‌دهندگان اعتماد اجتماعی زیادی داشتند.

جدول ۱. توزیع برآورد اعتماد اجتماعی در طبقات مختلف

نام متغیر	طبقه‌بندی	فراوانی	فراوانی نسبی
اعتماد اجتماعی	کم	۸۵	۲۲٫۸
	متوسط	۲۶۱	۷۰٫۲
	زیاد	۲۶	۷
	کل	۳۷۲	۱۰۰

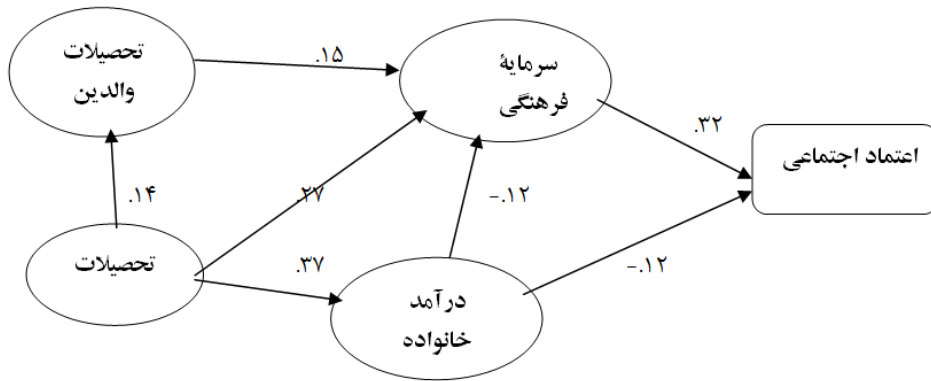
فصلنامه سیاست‌های راهبردی و کلان



فصلنامه سیاست‌های راهبردی و کلان

شکل ۳. پراکنش مربوط به روابط دومتغیره بین سرمایه فرهنگی و اعتماد اجتماعی

## ۵-۲. تحلیل مسیر



فصلنامه سیاست‌های راهبردی و کلان

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

با توجه به اینکه تحلیل مسیر با نرم‌افزار به‌روزشده SPSS انجام شده است، مسیریهای اثرگذاری متغیرهای مستقل بر اعتماد اجتماعی در شکل ۴ نشان داده شده است. از بین متغیرهای واردشده در معادلات رگرسیونی، چهار متغیر، چه به‌صورت مستقیم و چه غیرمستقیم، بر اعتماد اجتماعی اثر داشته است. همان‌گونه که در تحلیل‌های چندمتغیره ملاحظه شد، دو متغیر (سرمایه فرهنگی و وضعیت درآمد خانواده) اثر مستقیم داشتند؛ بنابراین دو متغیر دیگر صرفاً به‌صورت غیرمستقیم بر اعتماد اجتماعی اثر گذارند.

## ۶. بحث و نتیجه‌گیری

اعتماد اجتماعی به‌عنوان متغیر وابسته این تحقیق در سه بُعد اعتماد تعمیم‌یافته، بین‌شخصی و نهادی سنجیده شده است. متغیر مستقل اصلی سرمایه فرهنگی است که از سه بُعد سرمایه فرهنگی تجسم‌یافته، سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته و سرمایه فرهنگی نهادی تشکیل شده است. نتایج نشان داد وضعیت اعتماد اجتماعی در شهر زنجان هرچند مطلوب و مقبول نیست، عمده پاسخ‌دهندگان در توزیع اعتماد اجتماعی در حد متوسط قرار دارند. در تأیید تحقیقات قبلی، این تحقیق نیز نشان داد اعتماد به افراد و اعضای خانواده و خویشاوندان زیاد است؛ اما اعتماد به غریبه‌ها و خارج از گروه‌های قومی و خانوادگی کم است. همین‌طور در تأیید پژوهش‌های پیشین، این تحقیق رابطه بین تحصیلات و اعتماد اجتماعی را تأیید کرد و نشان داد هر قدر سطح تحصیلات افراد و والدین آن‌ها بالا بوده است، اعتماد اجتماعی بیشتری نیز داشته‌اند. درآمد خانواده‌ها

تأثیر منفی بر اعتماد اجتماعی داشت و هر قدر درآمد افزایش یافته، اعتماد اجتماعی هم کاهش یافته است. شاید مهم‌ترین یافته این تحقیق که تأیید فرضیه اصلی نیز بود، تأیید هم‌بستگی بین سرمایه فرهنگی و اعتماد اجتماعی است. بین این دو متغیر رابطه معناداری مشاهده شد؛ البته ابعاد تجسم یافته و عینیت یافته سرمایه فرهنگی نیز بر اعتماد اثرگذار بودند. جامعه شهری در حال تجربه فضای زیسته متفاوتی با 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 سخن بوردیو که می‌گوید «سرمایه فرهنگی می‌تواند بر حفظ و نگهداری موقعیت یا تغییر موقعیت افراد در سلسله مراتب ساختارهای اجتماعی مؤثر باشد 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، به‌ویژه اعتماد مدنی و اجتماعی و اعتماد به «نظام‌های تخصصی و انتزاعی» را که از نظر گیدنز ویژگی مناسبات اجتماعی دوره مدرن است، سبک زندگی جدید تلقی کنیم، آن وقت نقش سرمایه فرهنگی و مصرف کالاهای فرهنگی در گسترش این نوع از سبک زندگی نمایان می‌شود. سرمایه فرهنگی باعث فهم انتقادی مردم از وضعیت اجتماعی خود می‌گردد و طبقه پایین، به‌وسیله این نوع سرمایه فرهنگی، نگاه مثبت به هویت اجتماعی خود می‌یابد و خود را از ساختار سلطه جدا می‌کند. این طبقه در روندهای مورد علاقه خود مشارکت می‌کنند و از این طریق، زندگی خود را لذت‌بخش می‌نمایند. سرمایه فرهنگی از طریق آنچه ری اولدنبرگ<sup>۱۲</sup> «مکان‌های سوم» می‌نامد، می‌تواند به گسترش فضای اعتماد در جامعه کمک کند. از دید ری اولدنبرگ، 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 گفت‌وگو 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. به‌نظر می‌رسد فقدان این مکان‌های سوم یا همان فضاهای عمومی در زنگان، به‌رغم وجود سایر نیروهای کنترل‌کننده همچون دین و مناسک مذهبی، توانسته فشار روانی و ناکامی و تضاد فرهنگی و بدبینی در روابط اجتماعی را به‌وجود آورد. در فقدان این فضاها، افراد مجال و امکان اعتماد به غریبه‌ها و افراد خارج از مکان اول و دوم را پیدا نکرده‌اند.

## 12. Ray Oldenburg

## ملاحظات اخلاقی

### حامی مالی

این مقاله حامی مالی ندارد.

### مشارکت نویسندگان

تمام نویسندگان در آماده سازی این مقاله مشارکت کرده اند.

### تعارض منافع

بنا به اظهار نویسندگان، در این مقاله هیچ گونه تعارض منافی وجود ندارد.

### تعهد کپی رایت

طبق تعهد نویسندگان، حق کپی رایت (CC) رعایت شده است.



## References

- Adlipoor, S., Asieh, S., Ezatallah, A., & Hosseinalizadeh, M. (2013). "The relationship between media consumption and social trust among young people of Tabriz". *Communication Research*, 76, 87-112. (Persian)
- Amirkafi, M. (1996). *Social trust and its factors*. MA Thesis in Social Sciences. Shahid Beheshti University, Tehran. (Persian)
- Azadarmaki, T., & Kamali, A. (2004). "Trust, community, gender". *Iranian Sociological Association*, 2, 100-132. (Persian)
- Azkiya, M., & Ghafari, Gh. (2001). "Analyzing the relationship between trust and contribution in rural areas of Kashan". *Journal of Social Sciences Letter*, 17(17), 3-31. (Persian)
- Bourdieu, P. (1986). *The Form of capital*. Westport, CT: Greenwood.
- Ebrahimi, Gh., Janalizadeh, H., & Razaghimaleh, H. (2016). "Analyzing the effect of cultural capital on social trust: The case of Tehranians above 18". *Sociological Studies of Youth*, 6(21), 25-44. (Persian)
- Fahimnia, F., & Mantegh, H. (2013). "Analyzing the role of service quality of the university libraries in increasing the students' trust to them: The case of central library and the office of documents in Tehran University". *Journal of Academic Librarianship and Information Research*, 74(2), 117-137. (Persian)
- Fan, J. (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*, 4(4), 79-97.
- Ghafari, Gh. (2001). *The sociocultural features of organized socio-economic contribution of rural people*. PhD Dissertation in Sociology, Tehran University, Tehran. (Persian)
- Ghoroonch, H. (2010). "The reflection of cultural capital in organization". *Tadbir*, 216, 39-43. (Persian)
- Giddens, A. (1998). *The consequences of modernity* (translated into Farsi by Mohsen Salasi). Tehran: Markaz Publication. (Persian)
- (1999). *Modernity and self-identity* (translated into Farsi by Naser Movafaghian). Tehran: Ney Publication. (Persian)
- (2001). *The consequences of modernity* (translated into Farsi by Aliasghar Saidi). Tehran: Kavir. (Persian)

- Gross, K., Sean, A., & 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.
- Hekmat, Sh., & Seyedi, F. (2014). "A sociological study on the social factors of cultural capital among young people of Arak in 2013". *Quarterly Journal of Intercultural Studies*, 23, 107-132. (Persian)
- Kafashi, M. (2010). "The reliability of analyzing social trust in Azad Islamic University". *Journal of Social Research*, 3(8), 61-84. (Persian)
- Kafashi, M., & Azadeh, N. (2009). "The social factors of social trust among faculty members". *Quarterly Journal of Social Sciences*, 3(1), 89-115. (Persian)
- Mirfardi, A., & Ahmadi Gharnayi, H. (2016). "Analyzing the relationship between interpersonal attitudes and social trust in interpersonal relationship: the case of people above 18 in Sanandaj". *Journal of Applied Sociology*, 27(64), 27-46. (Persian)
- Ojaghloo, S., & Zahedi Mazandarani, M. (2005). "Analyzing social trust and its related factors among people of Zanjan". *Iranian Sociological Association*, 6(4), 92-125. (Persian)
- Saleh Abadi, E., & Heidarabadi, A. (2012). "Typology of social trust and its related factors in Sari". *Iranian Social Development Studies*, 4(3), 115-129. (Persian)
- Shahramnia, A., Marandi, Z., Sistani, M., & Mehrabi Kooshki, R. (2015). "The relationship between media consumption and cultural capital". *Social Welfare Quarterly*, 15(59), 189-221. (Persian)
- 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. Retrieved from: [ejkm.com/main.html](http://ejkm.com/main.html).
- The National Survey on Social Capital. (2015). *The report from Zanhan province*. The Office of National Schemes of Ministry of Cultural and Islamic Guidance, The Center of Social Supervision of Ministry of Interior.
- Zahirinia, M., & Nikkhab, H. (2015). "Measuring the degree of social trust among people of Bandarabas and its related factors". *Sociological Cultural Studies*, 6(1), 125-162. (Persian)