

DOI: 10.22111/jsse.2021.37619.1037

**Original Research**

## **Examining Social Trust and It's Affecting Factors Among Zahedan Residences**

**Alireza Eslam<sup>1</sup>, Seid Hasan Ghalibafan<sup>2</sup> & Ghader Seidzadeh<sup>3</sup>**

Received: January 24, 2019; Revised: May 21, 2020; Accepted: May 30, 2020

**Abstract**

This research had examined social trust through a survey method and a questionnaire. The statistical population of this study included all citizens aged 18 to 65 years in Zahedan, from which 384 people were selected by multi-stage cluster sampling and Cochran's formula as the sample. The theoretical framework of the research was taken from the theories of Putnam, Coleman and Giddens. Dependent variable, social trust and independent variables were: socialization style in the family, benefit from trust, use of social support networks, use of mass media, religiosity, membership in official groups, and socio-economic base. Findings indicated that there is a significant difference between social trust and contextual variables of gender, marital status, education and income. Also, a direct and significant relationship was observed between social trust and group membership. On the other hand, the findings showed that there is a negative and inverse relationship between the variables of age, socialization style in the family and the use of social support networks and social trust, but there was no significant relationship between the variable of mass media use and the dependent variable. Moreover, according to the research findings, there was no significant relationship between social trust and religiosity. The results of the model test in regression analysis of some variables showed that totally in about 38% of the changes in the independent variables selected in this study, there is a significant difference between social trust and the variables of gender, marital status, education and income level, which explain and predict the dependent variable.

**Keywords:** Social Capital, Social Trust, Zahedan City, Sociology, Robert Putnam.

---

1. Assistant Prof. in Sociology, University of Birjand; Birjand, Iran (Corresponding Author).  
Email: Alirezaeslam@birjand.ac.ir  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1974-4793>

2. Assistant Prof. in Sociology, University of Birjand; Birjand, Iran.  
Email: sh.ghalibafan1345@yahoo.com

3. M.S.C of Sociology, University of Birjand; Birjand, Iran.  
Email: ghader1371.1371@gmail.com  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3362-0498>

## بررسی اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در شهر زاهدان

علی‌رضا اسلام<sup>۱</sup>، سیدحسن قالیبافان<sup>۲</sup> و قادر سیدزاده<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۱/۰۴ تاریخ بازنگری: ۱۳۹۹/۰۳/۰۱ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۳/۱۰

### چکیده

این تحقیق به روش پیمایش و با ابزار پرسشنامه، اعتماد اجتماعی را مورد بررسی قرار داده بود. جامعه‌ی آماری این تحقیق، کلیه‌ی شهروندان ۱۸ تا ۶۵ سال شهر زاهدان را شامل شده بود که از میان آن‌ها ۳۸۴ نفر به شیوه‌ی نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای و از طریق فرمول کوکران به عنوان نمونه‌ی مورد بررسی انتخاب شده بودند. چارچوب نظری پژوهش، برگرفته از نظریه‌های پاتنام، کلمن و گیدنز بود. متغیر وابسته، اعتماد اجتماعی و متغیرهای مستقل، عبارت بوده‌اند از: شیوه‌ی جامعه‌پذیری در خانواده، سود حاصل از اعتماد، بهره‌مندی از شبکه‌های حمایت اجتماعی، استفاده از رسانه‌های همگانی، دین‌داری، عضویت در گروه‌های رسمی و پایگاه اقتصادی - اجتماعی. یافته‌های پژوهش نشان داد که تفاوت معناداری بین اعتماد اجتماعی با متغیرهای زمینه‌ای جنسیت، وضعیت تاهل، میزان تحصیلات و میزان درآمد وجود دارد. همچنین، بین اعتماد اجتماعی و میزان عضویت در گروه‌ها، رابطه‌ی مستقیم و معنادار مشاهده شده بود. از سوی دیگر، یافته‌ها نشان داد که بین متغیرهای سن، شیوه‌ی جامعه‌پذیری در خانواده و بهره‌مندی از شبکه‌های حمایت اجتماعی و اعتماد اجتماعی رابطه‌ی منفی و معکوس وجود دارد اما بین متغیر میزان استفاده از رسانه‌های گروهی و متغیر وابسته رابطه معناداری مشاهده نشده بود. همچنین طبق یافته‌های تحقیق رابطه‌ی معناداری بین اعتماد اجتماعی و دین‌داری وجود نداشت. نتایج آزمون مدل نیز در تحلیل رگرسیون چندمتغیر نشان داد که متغیرهای مستقل انتخاب شده در این تحقیق، در مجموع، حدود ۳۸ درصد از تغییرات متغیر وابسته، را تبیین و پیش‌بینی می‌کنند.

**واژگان کلیدی:** سرمایه اجتماعی، اعتماد اجتماعی، شهر زاهدان، جامعه‌شناسی، رابرت پاتنام.

۱. استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه بیرجند؛ بیرجند، ایران (نویسنده مسئول).

Email: alirezaeslam@birjand.ac.ir  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1974-4793>

۲. استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه بیرجند؛ بیرجند، ایران.  
Email: sh.ghalibafan1345@yahoo.com

۳. دانشجوی کارشناسی‌ارشد پژوهش اجتماعی دانشگاه بیرجند؛ بیرجند، ایران.

Email: gh.saydzadeh@birjand.ac.ir  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3362-0498>

## ۱. مقدمه و بیان مسأله

اعتماد یکی از جنبه‌های مهم در روابط انسانی و زمینه ساز مشارکت و همکاری بین افراد جامعه است. اعتماد مبادلات را در زمینه‌های مختلف اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی سرعت بخشیده و در فضای مبتنی بر اعتماد ابزارهایی مثل زور و اجبار برای تضمین داد و ستدها، کارایی خود را از دست می‌دهند. اعتماد بازار را رونق بخشیده و زمینه‌ساز جامعه‌ی مدنی که ویژگی اساسی آن پیوستن داوطلبانه‌ی افراد به اتحادیه‌ها، اصناف، احزاب و انجمن‌هاست می‌باشد. اعتماد تمایل افراد را برای همکاری با گروه‌ها افزایش می‌دهد و از این روش یک شبکه‌ی پر رونق و با نشاط از تجمع‌های داوطلبانه در بعدهای مختلف زندگی اجتماعی ایجاد می‌کند که مردم از این روش کارهای خود را اداره می‌کنند. اعتماد بنیان زندگی و بی‌اعتمادی، منشاء بسیاری از گرفتاری‌ها و نابسامانی‌هاست. بی‌ثباتی‌های سیاسی، نارضایتی‌های عمومی، رواج دروغ و تزویر و درکل رعایت نکردن اخلاق در جامعه نشأت گرفته از بی‌اعتمادی می‌باشد. اگر مردم به ورطه‌ی دورویی و چند شخصیتی شدن کشانده می‌شوند، به این دلیل است که اعتقاد و اعتماد عمومی پایین آمده است، افراد دچار سرخوردگی از مقوله‌ی اعتماد شده و مبادرت به انجام چنین کارهایی می‌نمایند.

در ادامه تعاریفی از اعتماد را که جامعه‌شناسان ذکر کرده‌اند ارائه می‌گردد. اعتماد این‌گونه تعریف شده است: عبارت است از تمایل فرد به قبول کردن یک ریسک یا خطر در یک موقعیت اجتماعی که این تمایل مبتنی بر احساس اطمینان به این می‌باشد که دیگران آن‌گونه که انتظار می‌رود عمل کرده و روشی حمایت کننده در پیش خواهند گرفت (شارع پور، ۱۳۸۳: ۷۲).

گیدنز اعتماد را به عنوان یک عامل احساس امنیت وجودی در نظر دارد که موجود انسانی گسسته را در نقل و انتقال‌ها، بحران‌ها و در حال و هوای پر از خطرهای احتمالی قوت قلب می‌بخشد و به پیش می‌برد (گیدنز، ۱۳۸۴: ۶۳). اعتماد به معنای اعتقاد به کاری می‌باشد که از دیگران انتظار می‌رود. این اعتقاد، بر مبنای این احتمال هست که گروه‌های به‌خصوصی از دیگران کارهای مخصوصی را انجام می‌دهند یا از انجام کارهای به‌خصوصی دوری می‌گزینند که در هر صورت بر رفاه دیگران یا بر رفاه یک جمع تاثیرگذار می‌باشند. اعتماد به معنای این اعتقاد یا باور می‌باشد که دیگران با اقدام یا برخورداری از اقدام خود به آسایش من یا ما کمک کرده و از آسیب و ضربه‌زدن به من یا ما خودداری می‌کنند (تاج‌بخش، ۱۳۸۴: ۲۰۸).

اعتماد یکی از ابزارهای اساسی برای توسعه می‌باشد، چرا که در کشورهای جهان سوم که ایران نیز یکی از آن کشورهاست جهت تقویت توسعه و ابزارهای آن تلاش فراوانی می‌گردد اما مسئولان به این نکته اشاره ندارند که تنها با پیشرفت اقتصادی و سرمایه‌گذاری‌های کلان در خارج از کشور و شبیه‌سازی نمی‌توان به توسعه دست یافت، دلیل آن هم این است که در کشور ما

اعتماد متقابل به یکدیگر می‌تواند موثرترین عامل در پیشرفت و توسعه باشد چرا که اعتماد زمینه را برای همکاری و مشارکت فراهم می‌سازد.

در تعاریفی که از سرمایه‌ی اجتماعی مطرح شده، اعتماد اجتماعی یکی از مهم‌ترین شاخص‌هایی می‌باشد که به عنوان یکی از مهم‌ترین عنصر سازنده‌ی سرمایه‌ی اجتماعی در جامعه در نظر گرفته شده است. اعتماد اجتماعی، به عنوان یکی از شرایط اجباری عمده و کلیدی برای وجود هر جامعه محسوب می‌گردد و برای حل مسائل اجتماعی ضروری می‌باشد؛ به روشی که موجب پیدایش آرامش و امنیت روانی می‌شود و برای حرکت موفقیت آمیز اقتصادی و افزایش مشروعیت نظام و توسعه‌ی سیاسی و اجتماعی ضرورت دارد.

یکی از عوامل و زمینه‌های اصلی که موجب تضعیف اعتماد اجتماعی در جامعه می‌شود مربوط به اختلاف، تفرقه و پراکندگی می‌باشد. در جوامعی که اختلافات مذهبی، قومی، فرهنگی و نژادی تسلط دارد، تشدید این اختلاف‌ها منجر به نابودی اعتماد در سطح جامعه می‌گردد. با وجود این که اعتماد در میان اقوام و نژادها یک کار مهم راهبردی و باعث افزایش سرمایه‌ی اجتماعی است، باید ملاحظه نمود که چه شرایطی موجب بی‌اعتمادی و شکاف بین اقوام مختلف می‌شود. عدم وجود فقر در جامعه، توزیع عادلانه‌ی ثروت، قدرت، درآمد و عدم وجود برخی اختلاف‌های قومی، مذهبی و نژادی و در انتها امنیت و نظم اجتماعی در جامعه از عوامل تاثیرگذار بر اعتماد اجتماعی می‌باشند. این عوامل می‌توانند باعث رواج ارزش‌های اجتماعی از جمله مشارکت، همکاری، صداقت، ایثار و از خودگذشتگی، تعهد و پای‌بندی، راست‌گویی، احترام به حق و حقوق دیگران و غیره گردند. اما در صورتی که هر کدام از عوامل داخلی بی‌اعتمادی در جامعه افزایش پیدا کند، زمینه‌ی عدم تفاهم و بی‌اعتمادی و یا انفکاک اجتماعی در جامعه پدیدار می‌شود؛ در نتیجه، باعث تضعیف هویت جمعی می‌شود و روابط اجتماعی بین گروه‌ها و اقوام را کم‌رنگ می‌کند. این امر، منجر به مخدوش شدن و ناسازگاری در میزان اعتماد و انسجام اجتماعی می‌شود و تضادهای اجتماعی را افزایش می‌دهد. همچنین، شرایط را برای تضعیف اعتماد اجتماعی در سطح خرد، میانی و کلان به وجود آورده و منجر به از بین رفتن اعتماد درون‌گروهی و به ویژه اعتماد برون‌گروهی در جامعه می‌شود.

گیدنز با بررسی آثار اندیشمندان مختلف، به قسمت‌های مهم و ضروری اعتماد پرداخته است. او بر این باور می‌باشد که در جوامع معاصر، خصایص منحصر به فردی وجود دارد که باعث اهمیت و ضرورت یافتن مسئله‌ی اعتماد اجتماعی می‌شود؛ بررسی‌ها نشان می‌دهد که اعتماد اجتماعی در بسیاری از جوامع از یک وضعیت مطلوب برخوردار نیست. «در کشورهای صنعتی و غیرصنعتی، پژوهش‌ها مبین آن است که با کاهش اعتماد اجتماعی، بحران شخصیت و هویت افزایش می‌یابد» (گیدنز، ۱۳۸۴: ۲۵۴-۲۴۹).

مطالعه‌های انجام شده حکایت از آن دارد که در دوران معاصر در کشور ما ایران سطح اعتماد پایین بوده است. به عنوان مثال، در پژوهش‌هایی که در سال‌های اخیر انجام گرفته میزان‌هایی پایین‌تر از ۴۰٪ به دست آمده است. به عنوان مثال، چلبی رقم ۳۳/۸٪ و امیرکافی رقم ۳۷/۶٪ را گزارش کرده‌اند (امیرکافی، ۱۳۷۵). همچنین نتایج تحقیق از کیا با عنوان «نقش اعتماد اجتماعی در مشارکت مردم» در سال ۱۳۸۸ نشان می‌دهد که ۷۱ درصد مردم اعتماد اجتماعی‌شان در سطح پایینی قرار دارد. تحقیق افشانی و دیگران ۱۳۸۸ در شه‌ریزد نیز نشان می‌دهد که فقط ۹ درصد از افراد اعتماد اجتماعی بالایی داشتند و همچنین نتایج پژوهش ادیبی سده و دیگران تحت عنوان «سنجش اعتماد اجتماعی و عوامل موثر بر آن در شهرستان‌های چهارمحال و بختیاری» در سال ۱۳۸۹ بیان‌گر آن است ۶۲/۵ درصد از پاسخ‌گویان اعتمادشان در سطح پایینی می‌باشد.

بنابراین می‌توان گفت وجود اعتماد در هر جامعه‌ای می‌تواند موجب رشد و رونق اقتصادی و همچنین افزایش همبستگی اجتماعی در میان آحاد گوناگون مردم شود. از طرف دیگر، عدم اعتماد نیز می‌تواند وضعیت معکوسی را رقم زند. بر اساس مشاهده‌های نگارنده، و همچنین نتایج تحقیقات گذشته، بررسی اعتماد اجتماعی به عنوان یک مسأله در شهر زاهدان لازم و ضروری به نظر می‌رسد. دلیل دیگر این می‌باشد که مردم شهر زاهدان از لحاظ فرهنگی، نژادی، مذهبی و زبانی با مردم شهرهای دیگر کشور متفاوت‌اند و همچنین نیز این شهر، یکی از شهرهای محروم کشور از نظر امکانات رفاهی، آموزشی، اداری، تجاری و... است. افزون بر آن، وجود اختلافات قومی، تفرقه، بی‌عدالتی و تبعیض باعث تضعیف و کاهش اعتماد اجتماعی شده و این تأکیدی بر مسأله بودن این موضوع در شهر زاهدان است. بنابراین با توجه به مطالب ذکر شده می‌توان به بررسی مسئله‌ی اعتماد اجتماعی و عوامل تأثیرگذار آن در شهر زاهدان پرداخت.

## ۲. ادبیات و چهارچوب نظری

به‌طور کلی، مطالعه‌ی الگوی کنش یکی از مهم‌ترین موضوع‌های جامعه‌شناسی از دوره‌ی کلاسیک تا مدرن بوده است و هر کدام از جامعه‌شناسان کنش‌های فردی و اجتماعی را تأثیرپذیرفته از عواملی می‌دانند که در یک نگاه به سه سطح کلان، خرد و تلفیقی تقسیم می‌شوند. دیدگاه‌های سطح کلان پدیده‌های اجتماعی را در ارتباط با عوامل ساختاری، کارکردها و شرایط هنجاری مورد بررسی قرار می‌دهند. در این رابطه می‌توان به دورکیم، مارکس، زیمل و تونیس اشاره کرد. برای مثال، دورکیم وجدان جمعی را در جوامع سنتی و تقسیم کار اجتماعی و انسجام اجتماعی را در جوامع مدرن الگوی کنش معرفی می‌کند و مارکس شرایط و عوامل زندگی اجتماعی، یعنی نیروها و روابط تولید را عامل مؤثر در کنش‌های افراد و گروه‌ها در نظر می‌گیرد. در رابطه با اعتماد اجتماعی نیز، چنان‌که اشاره شد، عوامل زیادی دخالت دارند که در سه سطح کلان، خرد و تلفیقی دسته‌بندی می‌شوند (جعفری، ۱۳۹۲: ۴۹).

در سطح کلان، می‌توان اینگلههارت، فوکویاما، پاتنام و لومان را نام برد که در تحلیل اعتماد بر روی ساخت اجتماعی متمرکز شده‌اند و اعتماد را از ویژگی‌های روابط یا نظام اجتماعی دانسته‌اند (همان: ۴۹). به‌عنوان مثال، اینگلههارت معتقد است سطح‌های نسبتاً پایین انتشار رضایت و اعتماد از نپذیرفتن نظام یا ساختار موجود توسط کنش‌گر سرچشمه می‌گیرد؛ وضعیتی که فرد دچار حالت آنومی یا بیگانگی اجتماعی می‌شود. فوکویاما نیز اعتماد به شبکه‌ها و جامعه‌ی مدنی را نتیجه‌ی هنجارها و روابط رودرویی دانسته‌است که در نتیجه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی به‌وجود می‌آید (فوکویاما، ۱۳۸۴: ۷۴، به‌نقل از جعفری، ۱۳۹۲: ۵۰). به نظر او، مشارکت در روش‌ها و هنجارهای غیررسمی توسط گروهی از افراد که با هم همکاری می‌کنند باعث ایجاد اعتماد می‌شود. وی معتقد است که روابط مبتنی بر اعتماد از طریق هنجارهای غیررسمی و در درون شبکه‌های اجتماعی پیچیده‌ای جریان دارد. رابرت پاتنام نیز اعتماد اجتماعی را با سرمایه‌ی اجتماعی در ارتباط می‌داند و معتقد است که سرمایه‌ی اجتماعی از شبکه‌های مشارکت مدنی و ارتباط دوطرفه سرچشمه می‌گیرد. شبکه‌های مشارکت مدنی، هنجارهای معامله‌ی دوطرفه را تقویت کرده و ارتباطات را آسان می‌کند و جریان اطلاعات در مورد قابل اعتماد بودن افراد را بهبود می‌بخشد (پاتنام، ۱۳۸۴: ۹۶-۹۹، به‌نقل از همان). پاتنام معتقد است در مناطق مدنی زندگی اجتماعی با این‌تصور که دیگران هم احتمالاً از قانون پیروی خواهند کرد تسهیل می‌گردد. یعنی شهروندان مدنی اعتماد بیش‌تری را نسبت به شهروندان مناطق غیرمدنی در پیروی از قانون ابراز داشتند (پاتنام، ۱۳۸۰: ۱۹۴-۱۹۳).

به اعتقاد پاتنام، زندگی در انجمن‌ها باعث شکل‌گیری اعتماد بین شخصی و اعتماد بین شخصی نیز موجب اعتماد اجتماعی می‌شود و شخص را به این امر که دیگران نیز مانند او قانون و مقررات را رعایت می‌کنند مطمئن خواهد ساخت؛ یعنی حالتی از احساس امنیت را در شخص به وجود خواهد آورد. پاتنام، به اعتماد به عنوان یک ویژگی فردی نگاه می‌کند و میزان اعتماد افراد را با توجه به وضعیت پایگاه اجتماعی و تجارب شخصی آن‌ها می‌داند. در عین حال، او اعتماد را مهم‌ترین مؤلفه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی می‌شناسد و بر این اعتقاد است که همکاری و تعاون داوطلبانه در جایی که از سرمایه‌ی اجتماعی ذخیره‌ای اساسی در قالب قواعد مبادله و شبکه‌ها که در آن‌ها تعهد مدنی وجود داشته باشد، به آسانی صورت می‌گیرد (پاتنام، ۱۹۹۳، به‌نقل از مولایی و دیگران، ۱۳۹۵: ۱۱۱). در تبیین کاهش سرمایه‌ی اجتماعی در آمریکا نیز به عوامل مختلفی از جمله پیدایش خانواده‌های دو شغلی، حاشیه‌نشینی، تلویزیون (رسانه‌ها) و واسطه‌های الکترونیکی و تغییرهای نسلی اشاره می‌کند.

اگر چه در ارتباط با رسانه‌های خارجی می‌توان این تبیین را پذیرفت که از یک طرف سطح تعامل اجتماعی را کاهش داده و از طرف دیگر ارزش‌های مغایر با ارزش‌های جامعه را تبلیغ می‌

کنند، ولی در ارتباط با رسانه‌های داخلی این تبیین قابل قبول نیست؛ زیرا رسانه‌های داخلی علاوه بر کاهش سطح تعامل اجتماعی افراد می‌توانند با تبلیغ ارزش‌های هم‌جهت با اعتماد اجتماعی باعث افزایش آن در جامعه شوند (ابراهیمی و دیگران، ۱۳۹۴: ۳۵). بنابراین، بر اساس نظریه‌ی «پاتنام» می‌توان مفهوم «تعامل و ارتباط» را با مؤلفه‌های «عضویت در گروه‌ها»، «رسانه» و «مشارکت» و مفهوم «برخورداری از منابع» را با مؤلفه‌ی «پایگاه اقتصادی-اجتماعی» (درآمد، تحصیلات و مرتبه‌ی شغلی) به عنوان متغیرهای مستقل در نظر گرفت.

دیدگاه‌های سطح خرد، عوامل اجتماعی سطح خرد مانند عوامل زیستی-روانی، فردی و خرد را الگوی کنش می‌دانند و به دو دسته‌ی دیدگاه‌های ارگانیکسم‌گرا و نمادگرا تقسیم می‌شوند. دیدگاه‌های ارگانیکسم‌گرا، رفتار قابل مشاهده‌ی فرد را در رابطه با تمایل‌ها، انگیزه‌ها و احساس‌های انسان تحلیل می‌کنند. هومنز، نظریه‌پرداز عمده‌ی این دیدگاه، اعتقاد دارد افراد در روابط مبادله احساس لذت می‌کنند و همین احساس لذت آن‌ها را به مبادله‌ی بیشتر فرا می‌خواند. دیدگاه‌های نمادگرا، مانند دیدگاه کنش متقابل نمادین، در تحلیل کنش‌های اجتماعی بر روی عوامل ذهنی نمادین مانند باورها، ارزش‌ها و گرایش‌های افراد تأکید دارند. در این دیدگاه، کنش‌گر به‌طور نسبی آگاه، خود-مختار و سازنده‌ی کنش خود است و کنش‌ها به‌دنبال برداشت فرد از واقعیت‌ها در قالب نمادها هستند. وبر، مید و بلومر از این دسته هستند (جعفری، ۱۳۹۲: ۵۰). از جمله نظریه‌پردازان خردنگر که در رابطه با اعتماد مطالعات خاصی دارند می‌توان به افرادی چون اریکسون، جانسون، کلمن و پیتز بلاو اشاره نمود که در تحلیل اعتماد به عوامل فردی و خرد و سطح تحلیل کنش توجه دارند. به‌عنوان مثال، جانسون اعتماد اجتماعی را به‌عنوان جنبه‌ای از روابط اجتماعی که پیوسته در حال دگرگونی و پویایی است در نظر می‌گیرد و اعمال اجتماعی افراد را در افزایش یا کاهش و حفظ آن مؤثر می‌داند. به نظر اریکسون، اعتماد در سال‌های اولیه‌ی رشد از محیط اطراف تأثیر پذیرفته و در فرد شکل می‌گیرد که آن را «اعتماد بنیادی» می‌نامد (همان). به اعتقاد کلمن، اعتماد نوعی رابطه است که در آن حداقل دو طرف وجود دارند که رابطه‌ای هدفمند ایجاد می‌کنند و هر دو به دنبال تأمین منافع خود هستند (کلمن، ۱۳۹۰: ۵۴-۵۲، به نقل از جعفری، ۱۳۹۲: ۵۱-۵۰). اعتمادکننده باید تصمیم بگیرد که با دیگری وارد معامله شود یا نه (یعنی خطراً بپذیرد یا نه)؛ طرف دیگر (معتمد) هم باید بین حفظ اعتماد یا شکستن آن به انتخاب بپردازد (همان). بنابراین، کلمن اعتماد را تأثیر پذیرفته از روابط و تعاملاتی می‌داند که میان دو طرف مبادله ممکن است پیش‌آید و نیز رضایتی که طرفین از این مبادله به دست می‌آورند.

به اعتقاد جیمز کلمن، افراد از طریق سرمایه‌ی اجتماعی خود در روابط اجتماعی وارد می‌شوند و آن‌را شکل می‌دهند و از این منابع برای رسیدن به منافع خود استفاده می‌کنند. در این بین، میزان در خور اعتماد بودن محیط اجتماعی که پرداختن به تعهدها را مشخص می‌کند و میزان

تعهدهایی که برعهده گرفته شده‌اند در ارتباط با سرمایه‌ی اجتماعی اهمیت پیدا می‌کنند. کلمن معتقد است حتی اعتماد به ساختارهای کلان و مکانیسم‌های کلی‌تر، از چارچوب اعتماد دو طرفه سرچشمه می‌گیرد. بر این اساس، آسیب‌پذیری اعتمادهای انتزاعی را باید بر طبق آسیب‌های وارده به حدود اعتماد متقابل تعریف و بررسی کرد (کلمن، ۱۳۷۷: ۴۶۹-۴۶۸). به طور کلی، کلمن اعتماد را به عنوان یک کنش اجتماعی هدف-مند و دو طرفه در نظر می‌گیرد که افراد به این دلیل بیشتر به آن می‌پردازند که نیازهای خودشان را تأمین کنند و پایه‌ی شکل‌گیری این کنش بیشینه سازی سود برای طرفین کنش است. به عبارتی، وی پایه‌ی شکل‌گیری و تداوم اعتماد را حفظ و ارضاء سود و منفعت می‌داند. متغیر مستقل براساس این نظریه «سود حاصل از اعتماد» است.

دیدگاه‌های تلفیقی راجع به الگوی کنش و اعتماد اجتماعی، هم ساختارهای کلان و هم عوامل خرد را در ظهور کنش‌ها سهیم می‌دانند و از هرگونه تقلیل‌گرایی خرد یا کلان‌نگری در بررسی کنش‌ها خودداری می‌کنند. به عنوان مثال، پیوریو ساختار و عاملیت را در تحلیل خود به طور یکسان در نظر می‌گیرد و معتقد است افراد دارای سرمایه‌های کلی به یک پایگاه تعلق دارند و به دنبال آن افراد دارای پایگاه مشابه عادت‌واره و الگوی کنشی یکسانی دارند. گیدنز نیز ساختار و عاملیت، هر دو، یعنی نهادها و کنش‌گران، را سازنده‌ی کنش‌های انسانی می‌داند (جعفری، ۱۳۹۲: ۵۱). وی اعتماد را به سه دسته‌ی بنیادی، بین‌شخصی و اجتماعی یا اعتماد به نظام‌های انتزاعی تقسیم می‌کند و ریشه و بنیان هر نوع اعتمادی را در امنیت و آرامش خاطری می‌داند که محیط اطراف در دوران کودکی برای فرد فراهم می‌آورد؛ یعنی نوع روابط فرد با محیط در ایجاد اعتماد بین شخصی و اعتماد بین‌شخصی نیز در ایجاد و تقویت اعتماد اجتماعی و انتزاعی مؤثر است. از سوی دیگر، در شرایط مخاطره‌آمیز مدرنیته به خاطر کمبود اطلاعات و دانش کافی، ما ناگزیر به اعتماد به نظام‌های تخصصی هستیم؛ اعتمادی که امنیت‌خاطر را در پی دارد. به نظر گیدنز، اعتماد، اطمینان و احساس امنیت به هم مرتبط‌اند و از هم تأثیر می‌پذیرند و به طور هم‌زمان، هم در ساختارهای اجتماعی و هم در روابط فردی و بین‌شخصی وجود دارند (همان: ۵۱).

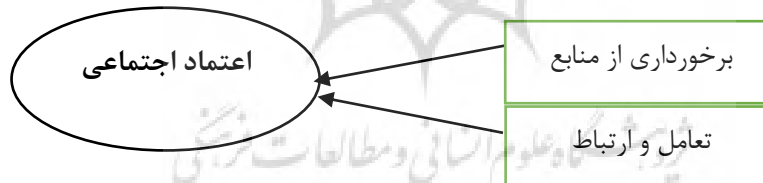
گیدنز معتقد است که باورهای مذهبی می‌توانند زمینه‌ی اعتماد را فراهم کنند. به نظر وی، دین‌ها می‌توانند میانجی‌گر و سازمان‌بخش اعتماد باشند. مهم‌ترین کار باورداشت‌های مذهبی این است که به تجربه‌ی رویدادها و موقعیت‌ها اعتماد تزریق نموده و چارچوبی فراهم آورند که این رویدادها و موقعیت‌ها را بتوان تبیین کرد و در برابر آن‌ها نیز واکنش نشان داد (گیدنز، ۱۳۷۸: ۱۲۲).

گونه‌شناسی گیدنز از اعتماد اجتماعی برای زمان و مکان خاص او با توجه به تئوری ترکیبی و تلفیقی ساختار-عاملیت دارای اهمیت است. بر این اساس، با در نظر گرفتن شرایط زمانی و مکانی مورد مطالعه و وضعیت اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی یک جامعه باید به بررسی اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن پرداخت. وی به اشکال اعتماد اشاره کرده است که عبارت‌اند از: اعتماد متقابل



بین‌شخصی، اعتماد بنیادی و اعتماد انتزاعی؛ که به نظر او نوع سوم مهم‌ترین نوع اعتماد در جوامع مدرن و پیشرفته است. با در نظر گرفتن ارتباط دوسطح فرد و نظام، گیدنز اعتماد را به دو گونه تقسیم می‌کند: او اولین نوع اعتماد را میان افرادی داند. نوع دوم اعتماد که او از آن یاد می‌کند اعتماد به نهادها (نظام‌های انتزاعی) است. در اعتماد نهادی نیازی به روبه‌رویی با مسئولان نظام‌ها وجود ندارد، اما او این را در نظر می‌گیرد که در خیلی از موارد کنش‌گران غیرمتخصص با مسئولان نظام‌ها رو به رو می‌شوند. او این رویارویی‌ها (ارتباط و برخورد مردم با فعالان در نظام) را نقاط دسترسی می‌نامد. نقاط دسترسی نظام‌های انتزاعی زمینه‌ی برخورد کنش‌گران نام‌ونشان‌دار و بی‌نام‌ونشان را فراهم می‌کنند. به عبارت دیگر، کنش‌گران غیر متخصص در نقاط دسترسی با متخصصان آن نهاد رو به رو می‌شوند. گیدنز اساس نظریه‌اش را در خصوص ماهیت نهادهای مدرن، به سازوکارهای اعتماد به نظام‌های انتزاعی به ویژه نظام‌های تخصصی در ارتباط می‌داند و معتقد است که خصلت آینده‌گرایانه‌نوسازی بیشتر از طریق اعتماد به نظام‌های انتزاعی شکل می‌گیرد. یعنی کنش‌گران غیرمتخصص به نظام‌های تخصصی اعتماد می‌ورزند. گیدنز رویکردهای اعتماد یا بی‌اعتمادی به نظام‌های خاص را تحت تأثیر شدید تجربه‌های افراد از نقاط دسترسی و همین‌طور دانش‌هایی می‌داند که از طریق رسانه‌های ارتباطی و دیگر منابع در دسترس افراد قرار می‌گیرند (گیدنز، ۱۳۸۰ به نقل از شارع‌پور و دیگران: ۱۳۸۸).

### ۳. مدل نظری تحقیق



شکل ۱. مدل نظری پژوهش

#### ۴. مدل تجربی تحقیق



شکل ۲. مدل تجربی پژوهش

#### ۵. روش تحقیق

این تحقیق به روش پیمایش و با ابزار پرسشنامه، اعتماد اجتماعی را مورد بررسی قرار داده بود. شیوه‌ی نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای استفاده شده بود. جامعه‌ی آماری این تحقیق شامل افراد ۱۸ تا ۶۵ سال ساکن شهر زاهدان اعم از زن و مرد بود. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۴ نفر انتخاب گردیده بود. واحد تحلیل در این تحقیق فرد بود. پرسشنامه‌ی پژوهش بر مبنای مقیاس لیکرت طراحی گشته بود. شایان ذکر است که پرسشنامه با استفاده از منابع موجود و نظرخواهی از افراد متخصص (اعتبارصوری) تدوین گردید. پایایی سوال‌های پرسشنامه نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ مشخص شده بود.

جدول ۱. ضرایب آلفای کرونباخ بدست آمده برای متغیرهای مستقل و وابسته پژوهش

ضریب آلفای کرونباخ	تعداد گویه‌ها	متغیر	ردیف
۰/۸۸	۴۲	اعتماد اجتماعی	۱
۰/۷۶	۳	بهره‌مندی از شبکه‌های حمایت اجتماعی	۲
۰/۸۳	۲۶	دین‌داری	۳
۰/۷۱	۵	شیوه‌ی جامعه‌پذیری در خانواده	۴
۰/۶۸	۵	سود حاصل از اعتماد	۵
۰/۷۸	۵	عضویت در گروه‌ها	۶

#### ۶. یافته‌های تحقیق

##### الف) آزمون فرضیه‌ها:

برای پیش‌بینی و تبیین متغیر وابسته از طریق متغیرهای مستقل به طور هم‌زمان، از «رگرسیون چندگانه» به طریق «سلسله‌مراتبی»<sup>۱</sup> استفاده شده بود. دلیل استفاده از «رگرسیون سلسله‌مراتبی» این بود که محقق قصد داشت تغییرهای متغیر وابسته را از طریق کل متغیرهای مستقل از جمله متغیرهای زمینه‌ای که سطح سنجش بعضی از آنها اسمی یا رتبه‌ای است، برآورد کند. در جدول زیر نتایج آزمون فرضیه‌ها ذکر شده است.

جدول ۲. خلاصه نتایج آزمون‌های آماری سنجش رابطه‌ی اعتماد اجتماعی با متغیرهای مستقل

آزمون‌های آماری		متغیرهای مستقل	ردیف
سطح معنی‌داری	ضریب همبستگی		
۰/۰۰۰	-۰/۱۸۲	سن	۱
۰/۰۸۵	-۰/۰۸۸	پایگاه اقتصادی-اجتماعی	۲
۰/۱۸	۰/۰۶۷	سود حاصل از اعتماد	۳
۰/۰۰۰	-۰/۲۹۰	شیوه‌ی جامعه‌پذیری در خانواده	۴
۰/۶۷	۰/۰۲۲	میزان استفاده از رسانه‌های همگانی	۵

آزمون‌های آماری		متغیرهای مستقل	ردیف
ضریب همبستگی	سطح معنی داری		
-۰/۱۱۳	۰/۰۲	میزان بهره‌مندی از شبکه‌های حمایت اجتماعی	۶
۰/۱۳۹	۰/۰۰۶	میزان عضویت در گروه‌ها	۷
۰/۰۷۵	۰/۱۴	میزان دین‌داری	۸
آزمون T مستقل		متغیر مستقل	ردیف
مقدار T	سطح معنی داری		
-۱/۲۱۴	۰/۰۵	جنسیت	۱
تحلیل واریانس یک‌طرفه		متغیرهای مستقل	ردیف
مقدار F	سطح معنی داری		
۲/۳۱۳	۰/۰۳	میزان درآمد ماهیانه	۱
۱/۸۲۴	۰/۰۵	میزان تحصیلات	۲
۲/۲۲۹	۰/۰۵	وضعیت تأهل	۳

همان‌گونه که ارقام جدول ۲ نشان می‌دهد، با توجه به نتایج آزمون همبستگی پیرسون، رابطه بین سن و اعتماد اجتماعی در سطح اطمینان ۰/۹۹ سنجش شده است. سطح معناداری برابر است با  $sig = ۰/۰۰۰$  که نشان دهنده‌ی رابطه‌ی معنی‌دار بین سن و اعتماد اجتماعی است. همچنین، میزان همبستگی پیرسون برابر است با ۰/۱۸۲- که نشان‌دهنده‌ی رابطه‌ی منفی و معکوس بین متغیرهاست؛ یعنی با افزایش سن افراد میزان اعتماد اجتماعی آن‌ها کاهش می‌یابد.

در خصوص رابطه‌ی میان پایگاه اقتصادی-اجتماعی و اعتماد اجتماعی، نتایج آزمون همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که این آزمون در سطح اطمینان ۰/۹۵ سنجش شده است. سطح معناداری برابر است با  $sig = ۰/۰۸۵$  که از سطح مورد نظر یعنی ۰/۰۵ بیشتر و نشان دهنده‌ی عدم وجود رابطه‌ی معنی‌دار بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی و اعتماد اجتماعی است. بنابراین، این فرضیه رد شده و پایگاه اقتصادی-اجتماعی شهروندان زاهدان تأثیری بر میزان اعتماد اجتماعی آن‌ها ندارد.

در خصوص رابطه‌ی بین سود حاصل از اعتماد و اعتماد اجتماعی نتایج آزمون همبستگی پیرسون نشان می‌دهد این آزمون در فاصله‌ی اطمینان ۰/۹۵ سنجش شده و سطح معنی‌داری آن نیز برابر است با  $sig = ۰/۱۸$  که از سطح مورد نظر بیشتر و نشان دهنده‌ی این است که رابطه‌ی معناداری بین اعتماد اجتماعی و سود حاصل از اعتماد وجود ندارد. بنابراین، این فرضیه رد شده

یعنی سود حاصل از اعتماد شهروندان زاهدان تأثیری بر میزان اعتماد اجتماعی آن‌ها نداشته است.

درباره‌ی رابطه‌ی بین اعتماد اجتماعی و شیوه‌ی جامعه‌پذیری در خانواده آزمون همبستگی پیرسون نشان می‌دهد این آزمون در سطح اطمینان ۰/۹۹ و با سطح معنی‌داری برابر ۰/۰۰۰  $\text{sig} =$  سنجش شده که نشان دهنده‌ی رابطه‌ی معنادار بین اعتماد اجتماعی و شیوه‌ی جامعه‌پذیری در خانواده است. همچنین، میزان همبستگی پیرسون برابر با ۰/۲۹۰- است که نشان دهنده‌ی شدت رابطه‌ی متوسط و معکوس بین متغیرهاست یعنی شیوه‌ی جامعه‌پذیری در خانواده بر میزان اعتماد اجتماعی تأثیر می‌گذارد و هر چقدر شیوه‌ی جامعه‌پذیری در خانواده دموکراتیک‌تر باشد میزان اعتماد اجتماعی کاهش می‌یابد و بالعکس هرچه شیوه‌ی جامعه‌پذیری در خانواده استبدادی‌تر باشد میزان اعتماد اجتماعی افزایش می‌یابد.

در خصوص رابطه‌ی بین اعتماد اجتماعی و میزان استفاده از رسانه‌ها آزمون همبستگی پیرسون نشان می‌دهد این آزمون در فاصله‌ی اطمینان ۰/۹۵ سنجش شده و دارای سطح معنی‌داری  $\text{sig} = ۰/۶۷$  است که از سطح مورد نظر بیشتر بوده و نشان دهنده‌ی عدم وجود رابطه‌ی معنادار بین اعتماد اجتماعی و میزان استفاده از رسانه‌هاست. بنابراین، این فرضیه رد می‌شود یعنی میزان استفاده از رسانه‌ها توسط شهروندان زاهدان تأثیری بر میزان اعتماد اجتماعی آن‌ها ندارد.

درباره‌ی رابطه‌ی بین بهره‌مندی از شبکه‌های حمایت اجتماعی و اعتماد اجتماعی آزمون همبستگی پیرسون نشان می‌دهد این آزمون در فاصله‌ی اطمینان ۰/۹۵ سنجش شده است. سطح معنی‌داری برابر با  $\text{sig} = ۰/۰۰۲$  است که نشان دهنده‌ی رابطه‌ی معنادار بین اعتماد اجتماعی و بهره‌مندی از شبکه‌های حمایت اجتماعی می‌باشد و همچنین میزان همبستگی پیرسون برابر با ۰/۱۱۳- است که نشان دهنده‌ی رابطه‌ی ضعیف و معکوس بین متغیرهاست یعنی بهره‌مندی از شبکه‌های حمایت اجتماعی بر میزان اعتماد اجتماعی تأثیر می‌گذارد و هر چه بهره‌مندی از شبکه‌های حمایت اجتماعی بالاتر باشد میزان اعتماد اجتماعی کاهش می‌یابد و بالعکس.

در خصوص رابطه‌ی بین میزان عضویت در گروه‌ها و اعتماد اجتماعی، آزمون همبستگی پیرسون نشان می‌دهد این آزمون در سطح اطمینان ۰/۹۵ و سطح معنی‌داری  $\text{sig} = ۰/۰۰۶$  سنجش شده که نشان دهنده‌ی رابطه‌ی معنادار بین میزان عضویت در گروه‌ها و اعتماد اجتماعی است. همچنین، میزان همبستگی پیرسون برابر با ۰/۱۳۹ است که نشان دهنده‌ی رابطه‌ی مثبت و مستقیم بین متغیرهاست یعنی میزان عضویت در گروه‌ها بر میزان اعتماد اجتماعی تأثیر می‌گذارد: هرچه میزان عضویت در گروه‌ها بیشتر باشد، میزان اعتماد اجتماعی نیز افزایش می‌یابد و بالعکس.

درباره‌ی رابطه‌ی بین اعتماد اجتماعی و دینداری آزمون همبستگی پیرسون نشان می‌دهد این آزمون در فاصله‌ی اطمینان ۰/۹۵ و سطح معنی‌داری برابر با  $\text{sig} = ۰/۱۴$  قرار دارد که از سطح

مورد نظر بیشتر و نشان دهنده‌ی عدم وجود رابطه‌ی معنادار بین اعتماد اجتماعی و دینداری است. با توجه به نتایج آزمون در شهر زاهدان این فرضیه رد می‌شود یعنی میزان دینداری شهروندان زاهدان تاثیری بر میزان اعتماد اجتماعی آن‌ها نداشته است. در مورد رابطه‌ی بین دو گروه زنان و مردان و اعتماد اجتماعی سطح معنی‌داری برابر با ۰/۰۵ است و نشان از وجود تفاوت معنادار بین دو گروه زنان و مردان و میزان اعتماد اجتماعی دارد.

در رابطه‌ی بین متغیر میزان درآمد و اعتماد اجتماعی سطح معنی‌داری برابر با  $\text{sig} = ۰/۰۳$  است که مقایسه‌ی واریانس درون گروهی و بین گروهی متغیر «اعتماد اجتماعی» و متغیر «میزان درآمد» را نشان می‌دهد. همان‌طور که در جدول مشخص شده است، تفاوت‌های مشاهده شده در میانگین اعتماد اجتماعی با میزان درآمد افراد با توجه به سطح معناداری تأیید می‌شود.

در رابطه‌ی بین متغیر میزان تحصیلات و اعتماد اجتماعی سطح معنی‌داری برابر با ۰/۰۵  $\text{sig} =$  است که مقایسه‌ی واریانس درون گروهی و بین گروهی متغیر «اعتماد اجتماعی» و متغیر «میزان تحصیلات» را نشان می‌دهد. تفاوت‌های مشاهده شده در میانگین اعتماد اجتماعی با میزان تحصیلات افراد با توجه به سطح معناداری تأیید می‌شود. در رابطه‌ی بین متغیر وضعیت تأهل و اعتماد اجتماعی سطح معنی‌داری برابر با  $\text{sig} = ۰/۰۵$  محاسبه شده است که مقایسه‌ی واریانس درون گروهی و بین گروهی متغیر «اعتماد اجتماعی» و متغیر «وضعیت تأهل» را نشان می‌دهد. همان‌طور که در جدول مشخص شده است، تفاوت‌های مشاهده شده در میانگین اعتماد اجتماعی و وضعیت تأهل افراد با توجه به سطح معناداری تأیید می‌شود.

### ب) آزمون مدل:

برای آن که بتوانیم با استفاده از متغیرهای مستقل به پیش‌بینی و تبیین متغیر وابسته بپردازیم از ضریب تعیین رگرسیون استفاده شده است:

جدول ۳: آزمون رگرسیون

مدل	(R)	ضریب تعیین رگرسیون ( $R^2$ )	ضریب تعیین تعدیل شده رگرسیون	سطح معنی‌داری
۱	۰/۶۲۱	۰/۳۸۵	۰/۳۶۸	۰/۰۰۰

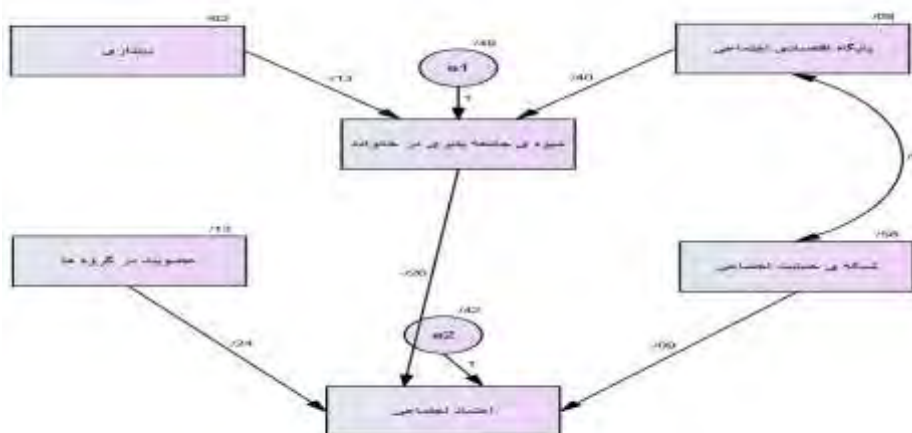
با توجه به اطلاعات جدول ۳، ضریب تعیین رگرسیون برابر است با  $R^2 = ۰/۳۸۵$  یعنی می‌توان به میزان ۰/۳۸۵ به پیش‌بینی و تبیین متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل پرداخت. به عبارت دیگر، ۳۸ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل پژوهش تبیین و پیش‌بینی شده‌اند. با توجه به اطلاعات جدول ۴ نیز برای بدست آوردن ضریب تاثیر استاندارد شده عامل‌های مستقیم با سطح اعتماد اجتماعی، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که عامل‌های سن، میزان تحصیلات، جنسیت، شیوه‌ی جامعه‌پذیری در خانواده، عضویت در گروه‌ها و بهره‌مندی از

شبکه‌های حمایت اجتماعی رابطه‌ای در حد متوسط، قوی، مستقیم و معنادار با اعتماد اجتماعی دارند و سایر عوامل یا رابطه‌ای ندارند و یا رابطه‌ی آن‌ها در حد بسیار ضعیفی است.

جدول ۴. خلاصه نتایج آزمون رگرسیون چندگانه‌ی سنجش اعتماد اجتماعی با متغیرهای تحقیق

ردیف	نام متغیر	ضریب تأثیر استاندارد نشده	ضریب تأثیر استاندارد شده	سطح معناداری
۱	مقدار ثابت	۳/۰۰۸	-	۰/۰۰۰
۲	سن	-۰/۰۰۸	-۰/۱۲۰	۰/۰۳۲
۳	میزان تحصیلات	-۰/۰۱۷	-۰/۱۱۲	۰/۰۵۴
۴	جنسیت	۰/۱۳۳	۰/۱۹۹	۰/۰۱۳
۵	شیوه‌ی جامعه‌پذیری در خانواده	-۰/۲۳۴	-۰/۲۴۵	۰/۰۰۰
۶	عضویت در گروه‌ها	۰/۰۹۴	۰/۱۰۱	۰/۰۴۳
۷	بهره‌مندی از شبکه‌های حمایت اجتماعی	-۰/۱۵۲	-۰/۱۵۸	۰/۰۲۶

بر این اساس، همان‌گونه که در جدول ۴ ملاحظه می‌شود عامل‌های مؤثر بر اعتماد اجتماعی که تأثیر مستقیم بر آن می‌گذارند عبارت‌اند از: سن با بتای  $-۰/۱۲۰$ ، میزان تحصیلات با بتای  $-۰/۱۱۲$ ، جنسیت با بتای  $۰/۱۹۹$ ، شیوه‌ی جامعه‌پذیری در خانواده با بتای  $-۰/۲۴۵$ ، عضویت در گروه‌ها با بتای  $۰/۱۰۱$  و بهره‌مندی از شبکه‌های حمایت اجتماعی با بتای  $-۰/۱۵۸$ . همچنین، در این تحقیق از تحلیل مسیر برای دستیابی به ضرایب هر کدام از متغیرهای مستقل استفاده شده است. در این روش، ابتدا متغیرهای مستقل اصلی (غیرزمینه‌ای) مانند (شیوه‌ی جامعه‌پذیری در خانواده، عضویت در گروه‌ها، بهره‌مندی از شبکه‌های حمایت اجتماعی، پایگاه اقتصادی-اجتماعی، دینداری، سود حاصل از اعتماد و میزان استفاده از رسانه‌های گروهی) وارد مدل شده و رگرسیون چندگانه می‌گیریم و با توجه به داده‌های جدول ۲ ضرایب متغیرهای مستقل را که معنادار نشده‌اند شناسایی و حذف می‌کنیم و مجدداً بدون آن متغیرهای غیرمعنادار رگرسیون می‌گیریم. در ادامه مرحله دوم، مجدداً متغیرهای غیرمعنادار را وارد می‌کنیم؛ زیرا ممکن است برخی از متغیرها بعنوان متغیرهای میانجی قرار گیرند و متغیرهای غیرمعنادار از واسطه‌ی آن‌ها بر متغیر وابسته تأثیرگذار باشند.



نمودار ۱. تحلیل مسیر

جدول ۵. نتایج برآورد اثرات استاندارد شده مستقیم و غیرمستقیم مسیره‌های مدل

ردیف	مسیر	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر کل
۱	شبکه‌ی حمایت اجتماعی ---> اعتماد اجتماعی	-۰/۱۰۰	۰	-۰/۱۰۰
۲	عضویت در گروه‌ها ---> اعتماد اجتماعی	۰/۱۳۰	۰	۰/۱۳۰
۳	دین‌داری ---> شیوه‌ی جامعه‌پذیری در خانواده	-۰/۱۴۷	۰	-۰/۱۴۷
۴	دین‌داری ---> اعتماد اجتماعی	۰	۰/۰۴۰	۰/۰۴۰
۵	پایگاه اقتصادی اجتماعی ---> شیوه‌ی جامعه‌پذیری در خانواده	۰/۱۶۱	۰	۰/۱۶۱
۶	پایگاه اقتصادی اجتماعی ---> اعتماد اجتماعی	۰	-۰/۰۴۴	-۰/۰۴۴
۷	شیوه‌ی جامعه‌پذیری در خانواده ---> اعتماد اجتماعی	-۰/۲۷۵	۰	-۰/۲۷۵

با توجه به تحلیل رگرسیون چندمتغیره‌ی فرضیه‌های تحقیق، در ابتدا دو متغیر سود حاصل از اعتماد و میزان استفاده از رسانه‌ها که هیچ تأثیری بر متغیر وابسته نداشتند حذف شدند. در ادامه، بر اساس توضیحات داده شده، مدل تحلیلی پژوهش و تحلیل مسیرمتغیرها مورد آزمون قرار گرفت. مدل نشان می‌دهد که متغیرهای پژوهش از طریق تحلیل مسیر چگونه بر اعتماد اجتماعی تأثیرگذارند. با توجه به مدل اصلاح شده، متغیر مستقل شیوه‌ی جامعه‌پذیری در خانواده با تأثیرگذاری ۲۷۵٪- درصد، بهره‌مندی از شبکه‌های حمایت اجتماعی با ۱۰۰٪- درصد و عضویت در گروه‌ها با



۰/۱۳۰ درصد متغیرهایی هستند که به صورت مستقیم بر اعتماد اجتماعی تأثیرگذار بوده‌اند. همچنین، متغیرهای دینداری و پایگاه اقتصادی-اجتماعی تأثیر غیرمستقیم بر اعتماد اجتماعی دارند.

## ۷. بحث و نتیجه‌گیری

براساس نتایج به‌دست‌آمده، عوامل مختلفی بر اعتماد اجتماعی مردم شهر زاهدان تأثیرگذار بوده‌اند. یکی از این عوامل سن افراد است. ما در پژوهش خود به رابطه‌ی معکوس سن بر اعتماد اجتماعی دست یافته‌ایم، یعنی هرچه سن افراد بالاتر می‌رود، اعتماد اجتماعی آن‌ها نیز بیشتر می‌شود. اما ظهیری نیا و نیک‌خواه (۱۳۹۴) در تحقیقی که انجام داده‌اند به رابطه‌ی مثبت بین این دو متغیر دست یافته‌اند. یا در تحقیقی دیگر که توسط حیدرآبادی (۱۳۸۹) انجام گرفته هیچگونه رابطه‌ی بین سن و اعتماد اجتماعی وجود ندارد. یکی دیگر از متغیرهای زمینه‌ای، جنسیت افراد است. ما در این تحقیق به تفاوت معنادار و مثبت بین جنسیت و اعتماد اجتماعی دست یافته‌ایم، یعنی اعتماد اجتماعی زنان نسبت به مردان بالاتر است. در تحقیقی که حیدرآبادی (۱۳۸۹) در مازندران انجام داده است هیچ تفاوت معناداری بین جنسیت و اعتماد اجتماعی دیده نمی‌شود. متغیر بعدی خاستگاه اجتماعی است. بر اساس نتایج هیچ رابطه‌ی بین خاستگاه اجتماعی و اعتماد اجتماعی وجود نداشت. اما در تحقیقی که کیانی‌نژاد (۱۳۹۲) در دانشگاه تهران و اجاقلو و زاهدی (۱۳۸۴) در زنجان به انجام رسانده‌اند به خلاف نتیجه‌ی تحقیق ما دست یافته‌اند یعنی بین خاستگاه اجتماعی و اعتماد اجتماعی رابطه وجود داشته است که این رابطه به صورت منفی و معکوس بوده است. متغیر زمینه‌ای دیگر میزان درآمد است، براساس نتایج تحقیق بین میزان درآمد افراد و اعتماد اجتماعی رابطه‌ی مثبتی وجود داشت. اما در تحقیقی که کتابی و دیگران (۱۳۸۹) در چهارمحال و بختیاری به انجام رسانده‌اند به خلاف نتیجه‌ی تحقیق ما دست یافته‌اند یعنی بین میزان درآمد و اعتماد اجتماعی هیچ رابطه‌ی وجود نداشته است. متغیر زمینه‌ای دیگر میزان تحصیلات می‌باشد، طبق نتایج تحقیق بین میزان تحصیلات و اعتماد اجتماعی رابطه‌ی معنادار و مستقیمی وجود داشت. کفاشی و آزاده (۱۳۸۸) در پژوهشی که در دانشگاه آزاد واحد رودهن به انجام رسانده‌اند به رابطه‌ی معنادار و مستقیم بین میزان تحصیلات و اعتماد اجتماعی دست یافته‌اند. در پژوهشی دیگر نیز که اجاقلو و زاهدی (۱۳۸۴) در شهر زنجان انجام داده‌اند به رابطه‌ی مثبت و مستقیم بین دو متغیر دست یافته‌اند، به طوری که هرچه تحصیلات پاسخ‌گویان بالاتر می‌رفت اعتماد آن‌ها هم سیر صعودی پیدا می‌کرد. متغیر دیگر در این پژوهش وضعیت تاهل می‌باشد. بر اساس نتایج پژوهش بین وضعیت تاهل و اعتماد اجتماعی رابطه‌ی معنادار و مستقیم وجود داشت. یعنی میزان اعتماد اجتماعی افراد متاهل بیش‌تر از افراد مجرد می‌باشد. در تحقیقی

که ظهیری‌نیا و نیک‌خواه (۱۳۹۴) به انجام رسانده‌اند نیز به رابطه‌ی معنی‌دار بین دو متغیر دست پیدا کرده‌اند یعنی میزان اعتماد اجتماعی‌کسانی که متاهل‌اند بیش‌تر از مجردهاست. متغیر زمینه‌ای دیگر وضعیت اشتغال می‌باشد. معمولاً افراد شاغل اعتماد اجتماعی بیشتری دارند نسبت به کسانی که شغلی ندارند. در تحقیق ما بین دو متغیر هیچ رابطه‌ای وجود نداشت یعنی شاغل یا بیکار بودن عاملی برای بالا رفتن میزان اعتماد اجتماعی نیست. در پژوهشی که ظهیری‌نیا و نیک‌خواه (۱۳۹۴) در بندرعباس به انجام رسانده‌اند به نتیجه‌ی مشابه تحقیق ما دست یافته‌اند یعنی هیچ رابطه‌ای بین وضعیت شغلی و اعتماد اجتماعی وجود نداشت.

پاتنام بر مفهوم اعتماد تاکید دارد و همین مورد را عاملی در نظرمی‌گیرد که می‌تواند با جلب اعتماد میان مردم و دولت‌مردان و نخبگان سیاسی، باعث توسعه‌ی سیاسی شود. بنابراین اعتماد یک منبع با ارزش محسوب می‌گردد که اگر در یک حکومتی اعتماد به میزان زیاد وجود داشته باشد به همان میزان «رشدسیاسی» و «توسعه‌ی اجتماعی» بیشتر می‌شود. به اعتقاد پاتنام، عدم اعتماد در میان افرادی که تحصیلات، منزلت و درآمد پایینی دارند یا اعضای گروه‌های اقلیت و کسانی که از زندگی خود ناراضی هستند، آشکارتر است. افزون بر این، بی‌اعتمادی در میان افرادی که قربانی جرم و خشونت هستند و یا افراد مطلقه بیشتر دیده می‌شود. پاتنام بیان می‌کند، افرادی که زندگی موفقیت آمیزی دارند نسبت به کسانی که از فقر، بی‌کاری، تبعیض، محرومیت اجتماعی رنج می‌برند، اعتماد بالاتری دارند. افرادی را که از جهت‌های مهمی مانند قومیت، جنسیت، سن، طبقه‌ی اجتماعی و مانند این‌ها شبیه به هم‌اند، به یکدیگر پیوند می‌دهد. از نظر پاتنام در اکثر جوامع، اعتماد به ثروتمندان بیش از فقراست؛ شاید بخاطر این که دیگران با افرادی که از منابع و ثروت زیادتری برخوردارند با صداقت و احترام بیشتری رفتار می‌کنند. یکی از متغیرهایی که از مفهوم برخورداری از منابع در این تحقیق استخراج شده متغیر مستقل «سود حاصل از اعتماد» می‌باشد. این متغیر بر اعتماد اجتماعی تاثیرگذار نمی‌باشد. متغیر سود حاصل از اعتماد طبق آراء کلمن در چارچوب نظری پژوهش حاضر صادق نبوده همچنین مطابق با تحقیقی که کیانی‌نژاد (۱۳۹۲) انجام داده است متغیر سود حاصل از اعتماد با اعتماد اجتماعی رابطه‌ی معناداری نداشته است و به نتیجه‌ی خلاف نظریه‌ی کلمن دست یافته است. متغیر دیگری که از این مفهوم استخراج شده است «بهره‌مندی از شبکه‌های حمایت اجتماعی» می‌باشد. این متغیر رابطه‌ای معنادار، مستقیم و منفی با اعتماد اجتماعی دارد. دین‌داری متغیر دیگری می‌باشد که ذیل مفهوم برخورداری از منابع قرار دارد. طبق نتایج به دست آمده میان دین‌داری و اعتماد اجتماعی رابطه‌ای وجود ندارد. همچنین ضریب مسیر این متغیر در آزمون مدل ۰/۰۲۹ می‌باشد که نشان می‌دهد که تاثیر دین‌داری بر اعتماد اجتماعی بسیار ضعیف است. اما دو بعد پیامدی و مناسکی از ابعاد چهارگانه‌ی دین‌داری دارای رابطه با اعتماد اجتماعی می‌باشند. در

آزمون مدل نیز رابطه‌ی میان «دین‌داری» و اعتماد اجتماعی از طریق متغیر «شیوه‌ی جامعه‌پذیری در خانواده» مورد بررسی قرار می‌گیرد، این رابطه‌ی غیر مستقیم بر اساس نتایج «آزمون سوبل» و مقدار  $p$  برای هر مسیر معنی‌دار بوده و مورد تایید می‌باشد که مقدار آن  $0/040$  می‌باشد و این بدان معناست که به ازای یک واحد افزایش در پایگاه اقتصادی-اجتماعی به میزان  $0/040$  واحد به صورت غیرمستقیم به اعتماد اجتماعی افزوده می‌شود. بر اساس آراء گیدنز در چارچوب نظری پژوهش که در واقع دین را عاملی برای به وجود آمدن حس اعتماد در افراد می‌داند این دیدگاه در تحقیق ما صادق نبوده است. اما در تحقیقاتی که ظهیری‌نیا و نیک‌خواه (۱۳۹۴)، کیانی‌نژاد (۱۳۹۲)، حیدرآبادی (۱۳۸۹)، بختیاری (۱۳۸۹) و کتابی و همکاران (۱۳۸۹) به انجام رسانده‌اند به رابطه‌ی بین دین‌داری و اعتماد اجتماعی دست یافته‌اند. متغیردیگری که ذیل مفهوم برخورداری از منابع قرارداد «پایگاه اقتصادی-اجتماعی» است. این متغیر با اعتماد اجتماعی ارتباطی ندارد. اما دو تا از شاخص‌های پایگاه اقتصادی-اجتماعی یعنی میزان تحصیلات و میزان درآمد با اعتماد اجتماعی رابطه‌ی مستقیمی داشته‌اند. در آزمون مدل نیز که رابطه‌ی بین «پایگاه اقتصادی-اجتماعی» و اعتماد اجتماعی از طریق متغیر «شیوه‌ی جامعه‌پذیری در خانواده» مورد بررسی قرار می‌گیرد، این رابطه‌ی غیرمستقیم بر اساس نتایج «آزمون سوبل» و مقدار  $p$  برای هر مسیر معنی‌دار بوده و تایید می‌گردد که مقدار آن  $0/161$  می‌باشد و این بدان معناست که به میزان یک واحد افزایش در پایگاه اقتصادی-اجتماعی به میزان  $0/161$  واحد به صورت غیر مستقیم به اعتماد اجتماعی افزوده می‌شود. در پژوهش‌هایی که کفاشی و آزاده (۱۳۸۸)، و ظهیری‌نیا و نیک‌خواه (۱۳۹۴) انجام داده‌اند به وجود رابطه بین این دو متغیر دست پیدا کرده‌اند. همچنین در تحقیقی که اجاقلو و زاهدی (۱۳۸۴) انجام داده‌اند بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی و اعتماد اجتماعی مطابق با نتیجه‌ی تحقیق ما دست یافته‌اند یعنی آن‌ها نیز هیچ رابطه‌ای بین دو متغیر مشاهده نکرده‌اند.

پاتنام بیان می‌کند که یک هنجار مؤثر مبتنی بر معامله‌ی دو طرفه‌ی عمومی، شاید با شبکه‌های پر حجمی از مبادله‌های اجتماعی در ارتباط باشد. در جوامعی که مردم معتقدند که اعتمادشان مورد سوء استفاده قرار نمی‌گیرد بیشتر به مبادله می‌پردازند و این مبادله‌ها خودشان به توسعه‌ی هنجار متقابل عمومی منتهی می‌شوند (پاتنام، ۱۳۸۰: ۲۹۵-۲۹۱). یکی از متغیرهایی که ذیل مفهوم تعامل و ارتباط قرارداد متغیر «عضویت در گروه‌ها» می‌باشد. این متغیر با اعتماد اجتماعی رابطه‌ی مستقیم و مثبتی دارد. از دیدگاه پاتنام می‌توان این رابطه را تبیین کرد. پاتنام در انتزاعی‌ترین سطح، تعامل و ارتباط افراد را عامل بوجود آورنده‌ی اعتماد می‌داند. به همین دلیل او عضویت در شبکه‌های افقی را که باعث تعامل بیشتر افراد می‌شود ایجاد کننده‌ی اعتماد می‌داند. بنابراین طبق این دیدگاه پاتنام می‌توان گفت عضویت در گروه‌ها باعث

افزایش میزان اعتماد اجتماعی آن‌ها می‌شود یافته‌های پژوهش حاضر نیز تایید کننده‌ی این دیدگاه می‌باشند. متغیر دیگری که ذیل مفهوم تعامل و ارتباط است، «شیوه جامع‌پذیری در خانواده» می‌باشد. این متغیر با متغیر وابسته اعتماد اجتماعی رابطه‌ی منفی و معکوس دارد بر اساس پژوهشی که حیدرآبادی (۱۳۸۹) در مازندران انجام داده است به رابطه‌ی معنادار، مستقیم و مثبت دست یافته است.

متغیر دیگر که از مفهوم تعامل و ارتباط استخراج شده و آخرین متغیر مستقل این پژوهش می‌باشد متغیر «میزان استفاده از رسانه‌ها» است. این متغیر رابطه‌ی معناداری با اعتماد اجتماعی نشان نداد. همچنین مطابق با تحقیق بختیاری (۱۳۸۹) که در شهر قم انجام داده است بین دو متغیر هیچ رابطه‌ی مشاهده نشده است. پس از تفکیک رسانه‌های داخلی و خارجی از یکدیگر، این رابطه درباره‌ی رسانه‌های داخلی و خارجی معنی‌دار نبوده است. در انتها، در تحلیل مسیر نیز به دلیل عدم معنی‌داری رابطه‌ی این متغیر با دیگر متغیرها، محقق آن را از مدل حذف کرده است. پاتنام، نظریه‌پردازی می‌باشد که نسبت به رسانه‌های جمعی بخصوص تلویزیون نگاهی منفی دارد. او بر این نظر می‌باشد که رسانه‌های جمعی با کاهش مشارکت اجتماعی موجب کاهش اعتماد اجتماعی می‌گردند. در اصل، پاتنام معتقد است که تلویزیون و گسترش دامنه‌ی استفاده از آن در خانواده‌ها باعث کاهش دامنه‌ی زندگی اجتماعی و مدنی شده است و افراد کمتر وقت خود را صرف دوستان و حتی خانواده می‌کنند و در سازمان‌های اجتماعی و کارهای عمومی به میزان کمتری مشارکت دارند. بنابراین، تلویزیون یک عامل تخریب‌گرانه در جهت توسعه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی محسوب می‌گردد (جعفری نیا، ۱۳۸۹: ۱۴۹). یافته‌های این پژوهش در مورد ارتباط بین رسانه‌های دیجیتال و غیردیجیتالی با اعتماد اجتماعی، نشان می‌دهد که بین هیچ‌کدام از آن‌ها رابطه‌ای با متغیر وابسته مشاهده نشد، دلیل ایجاد شدن اینچنین نتیجه‌ای می‌تواند این باشد که کشور ما از نظر سرانه‌ی مطالعه در رتبه‌ی پایینی قرار داشته و میزان مطالعه در آن کم است. با توجه به مشغله‌ها و وضعیت موجود مردم کمتر فرصت پیدا می‌کنند به مطالعه‌ی روزنامه و مخصوصاً کتاب بپردازند.

بنابراین، مواقعی که بالای ۵۰ درصد از اعضای نمونه استفاده‌ی کمی از رسانه‌های گروهی نشان می‌دهند و جامعه‌ی آماری مورد بررسی از نظر میزان استفاده از رسانه‌های گروهی یک‌دست بوده و شبیه به هم باشد، مطابق با علم آمار رابطه نمی‌تواند معنادار باشد. طبق نظریه‌ی پاتنام، رابطه‌ی افراد از طریق روابط اینترنت می‌تواند خیلی اتفاقی و بدون بازخوردهایی باشد که در رابطه‌های چهره به چهره، افراد می‌توانند به دست بیاورند. بنابراین، طبق این نظریه، صرف وجود ارتباط بین افراد و همچنین ایجاد شبکه‌های ارتباطی در میان آن‌ها نمی‌تواند موجب به وجود آوردن اعتماد اجتماعی باشد، بلکه نوع این رابطه‌ها و شبکه‌های ارتباطی نیز اهمیت دارد. شبکه‌های ارتباطی‌ای

که در بین افراد از طریق رسانه‌ها و بخصوص رسانه‌های اینترنتی شکل می‌گیرد، به دلیل عدم رابطه‌ی دوطرفه و همچنین امکان دروغ و فریب در آن‌ها که بی‌اعتمادی اعضا به یکدیگر را در پی دارد و اعتماد اجتماعی را تضعیف می‌سازد، راه مناسبی برای تبادل درست اطلاعات و دسترسی مناسب به دانش سازمانی نبوده و می‌تواند باعث عدم معنی‌داری رابطه‌ی بین «استفاده از رسانه‌های گروهی» و «اعتماد اجتماعی» در این تحقیق شود.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

## منابع

- ابراهیمی، قربانعلی؛ علی بابازاده‌بایی؛ و سیداحمد میرمحمدتبار (۱۳۹۴). «اعتماد اجتماعی و تشکل‌های دانشجویی: تبیین تجربی اعتماد اجتماعی دانشجویان عضو و غیرعضو تشکل‌های دانشجویی دانشگاه مازندران». *مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد*، ۱۲ (۲): ۲۷-۵۱.
- اجاقلو، سجاد؛ و زاهدی، محمدجواد (۱۳۸۴). «بررسی اعتماد اجتماعی و عوامل موثر بر آن در بین ساکنان شهر زنجان». *مجله جامعه‌شناسی ایران*، ۶ (۴): ۹۲-۱۲۵.
- امیرکافی، مهدی (۱۳۷۵). *اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن*، (پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی)، دانشگاه شهید بهشتی؛ تهران، ایران.
- بختیاری، مهدی (۱۳۸۹). *بررسی اعتماد اجتماعی و برخی عوامل مؤثر بر آن (مطالعه‌ی موردی شهر قم)*. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشکده ادبیات و علوم انسانی، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه اصفهان؛ اصفهان، ایران.
- پاتنام، رابرت (۱۳۸۰). «دموکراسی و سنت‌های مدنی» (ترجمه‌ی محمدتقی دلفروز). تهران: نشر غدیر.
- پاتنام، رابرت (۱۳۸۴). *جامعه‌ی برخوردار، سرمایه‌ی اجتماعی در زندگی عمومی* (به کوشش کیان تاجبخش، ترجمه‌ی، افشین خاک‌باز و حسن پویان). تهران: انتشارات شیرازه.
- تاجبخش، کیان (۱۳۸۴). *سرمایه‌ی اجتماعی: اعتماد، دموکراسی، توسعه* (ترجمه‌ی افشین خاک‌باز و حسین پویان). تهران: انتشارات شیرازه.
- جعفری، محمدمیرزا (۱۳۹۲). *بررسی اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در بین معلمان شهر سنندج* (پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد). دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه کردستان؛ کردستان، ایران.
- جعفری‌نیا، غلامرضا (۱۳۸۹). «رابطه‌ی استفاده از رسانه‌های جمعی با سرمایه‌ی اجتماعی سرپرستان خانوار در شهرستان خورموج». *مجله علمی-پژوهشی رفاه اجتماعی*، ۱۰ (۳۸): ۱۴۱-۱۶۹.
- چلبی، مسعود (۱۳۷۵). «جامعه‌شناسی نظم». تهران: نشر نی، چاپ اول.
- حیدرآبادی، ابوالقاسم (۱۳۸۹). «اعتماد اجتماعی و عوامل اجتماعی-فرهنگی مؤثر بر آن (مطالعه‌ی موردی: جوانان ۲۰ تا ۲۹ ساله مازندران)». *مجله‌ی جامعه‌شناسی*، ۱ (۱): ۳۹-۶۶.
- شارع‌پور، محمود؛ رزاقی، نادر؛ و غلامزاده، خلیل (۱۳۸۹). «بررسی رابطه‌ی انواع اعتماد با اعتماد اجتماعی در بین دانشجویان دانشگاه مازندران». *مجله مطالعات اجتماعی ایران*، ۴ (۳): ۴۰-۵۳.
- شارع‌پور، محمود (۱۳۸۳). *ابعاد و کارکردهای سرمایه‌ی اجتماعی و پیامدهای حاصل از فرسایش آن در بررسی مسائل اجتماعی*، (نوشته‌ی گروه مؤلفان)، تهران: انتشارات دانشگاه پیام‌نور.
- شارع‌پور، محمود (۱۳۸۰). *فرسایش سرمایه اجتماعی و پیامدهای آن*. *مجله انجمن جامعه‌شناسی ایران*، ۳.

- ظهیری‌نیا، مصطفی؛ و نیک‌خواه، هدایت‌الله (۱۳۹۴). «سنجش اعتماد اجتماعی بین ساکنان شهر بندر عباس و عوامل موثر در آن». *جامعه پژوهی فرهنگی، پژوهش‌گاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی*، ۶(۱): ۸۹-۶۷.
- کتابی، محمود؛ ادیبی، مهدی؛ قاسمی، وحید؛ و ده چشمه، ستاره (۱۳۸۹). «سنجش اعتماد اجتماعی و عوامل موثر بر آن در مراکز شهرستان‌های چهارمحال و بختیاری»، *مجله جامعه‌شناسی کاربردی*، ۲۱(۴): ۹۷-۱۲۲.
- کفاشی، مجید؛ و آزاده، نادر (۱۳۸۸). «عوامل اجتماعی موثر بر میزان اعتماد اجتماعی در بین اعضای هیئت علمی». *پژوهش‌نامه علوم اجتماعی*، ۳(۱): ۸۹-۱۱۶.
- کلمن، جیمز سمیوئل (۱۳۷۷). *بنیادهای نظریه‌ی اجتماعی* (مترجم: منوچهر صبوری کاشانی). تهران: نشر نی.
- کیانی‌نژاد، امین (۱۳۹۲). *عوامل موثر بر اعتماد اجتماعی دانشجویان به نهادهای جامعه‌پذیری سیاسی دانشگاهی* (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، پژوهشکده‌ی امام خمینی و انقلاب اسلامی؛ تهران، ایران.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸). *تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید* (مترجم: ناصر موفقیان). تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۷). *پیامدهای مدرنیت* (مترجم: محسن ثلاثی). تهران: نشر مرکز.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۴). *چشم‌اندازهای جهانی* (مترجم: حمیدرضا جلالی پور). تهران: انتشارات طرح نو.
- مولایی، جابر؛ رنجبران، علی؛ سیدی، سیدعلی؛ و سیدعلی‌اکبر حسینی (۱۳۹۴). بررسی عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر میزان اعتماد اجتماعی؛ مورد مطالعه: دانشجویان دختر دانشگاه پیام نور شهر آبدانان. *مجله توسعه اجتماعی*، ۱۰(۴): ۱۰۵-۱۲۲.