



دانشگاه میام نور

دانشکده علوم اجتماعی

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد
در رشته جامعه‌شناسی

عنوان:

تبیین وضعیت اعتماد اجتماعی در شهر نوسود

مؤلف: سامان تمجیدی

استاد راهنما:

دکتر امیر ملکی

استاد مشاور:

دکتر غلامرضا غفاری

دانشگاه پیام نور

دانشکده علوم اجتماعی

پایان نامه:

برای دریافت درجه کارشناسی ارشد

در رشته جامعه شناسی

عنوان

تبیین وضعیت اعتماد اجتماعی در شهر نوسود

مؤلف

سامان تمجیدی

استاد راهنما

دکتر امیرملکی

استاد مشاور

دکتر غلامرضاغفاری

بهار ۸۸

تاریخ
شماره
پیوست



دانشگاه پیام نور
دانشگاه پیام نور استان تهران



جمهوری اسلامی ایران
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

((تصویب نامه))

بایان نامه تحت عنوان :

" تبیین وضعیت اعتماد اجتماعی شهر نوسود "

تاریخ دفاع: ۸۸/۱/۱۹ ساعت: ۱۴-۱۵ نمره: ۲۵، ۱۹ درجه: عالی

اعضای هیات داوران :

نام و نام خانوادگی	هیات داوران	مرتبه علمی	امضاء
۱- آقای دکتر امیرملکی	استاد راهنما		
۲- آقای دکتر غلامرضا غفاری	استاد مشاور		
۳- آقای دکتر پروانه دانش	استاد داور		
۴- آقای دکتر امیرملکی	نماینده گروه		

تهران، خیابان انقلاب،
خیابان استاد نجات اللهی،
نبش خیابان سپند،
پلاک ۲۳۳
تلفن: ۸۸۸۰۱۰۹۰
دورنگار: ۸۸۹۰۳۱۵۸
پست الکترونیکی:
info@Tehran.pnu.ac.ir
نشانی الکترونیکی:
http://www.Tehran.pnu.ac.ir

تشکر و سپاس بیکران از کلیه اساتید محترم و عزیزانی که
در این راه مرا یاری نمودند.

جناب آقای دکتر امیر ملکی

جناب آقای دکتر غلامرضا غفاری

سرکار خانم دکتر دانش

جناب آقای فریدون محمدی

و همسر سرکار خانم روشنا جلالی

فهرست مطالب

شماره صفحات

عنوان

۱.....	فصل اول: کلیات تحقیق
۲.....	۱-۱ مقدمه
۴.....	۲-۱ بیان مسأله
۷.....	۳-۱ اهمیت و ضرورت تحقیق
۱۰.....	۴-۱ اهداف تحقیق
۱۱.....	فصل دوم: مروری بر سوابق نظری و تجربی
۱۲.....	مقدمه
۱۲.....	بخش اول: سوابق تجربی
۱۳.....	۱- تحقیقات انجام شده خارجی
۲۲.....	۲- تحقیقات انجام شده داخلی
۳۶.....	بخش دوم: چهارچوب نظری تحقیق
۳۶.....	قسمت اول: نظریه های اعتماد
۳۶.....	مقدمه
۳۸.....	دیدگاه پیشگامان جامعه شناسی
۳۸.....	۱- توکویول
۳۹.....	۲- تونیس
۴۱.....	۳- دورکیم
۴۳.....	۴- ماکس وبر
۴۵.....	۵- تالکت پارسنز
۴۷.....	۶- پیتر بلا
۴۸.....	نظریه پردازان معاصر جامعه شناسی
۴۸.....	۱- گافمن
۴۹.....	۲- پاری
۵۱.....	۳- رابرت پوتنام
۵۵.....	۴- هچر

۵۶	۵- زتومکا.....
۵۹	۶- چلپی.....
۶۱	۷- آنتونی گیدنز.....
۶۶	۸- لوهمان.....
۶۸	۹- کلمن.....
۷۱	۱۰- راجرز.....
۷۴	۱۱- جانسون.....
۷۷	قسمت دوم: اولویت های ارزشی.....
۷۷	اینگلهارت.....
۸۵	قسمت سوم: مشارکت اجتماعی.....
۸۷	قسمت چهارم: مدل تحلیلی.....
۹۲	فصل سوم: روش تحقیق.....
۹۳	مقدمه.....
۹۳	روش تحقیق.....
۹۳	واحد و سطح تحلیل.....
۹۴	ابزار گردآوری اطلاعات.....
۹۵	جامعه آماری و حجم نمونه.....
۹۶	روش نمونه گیری.....
۹۷	تعیین اعتبار و روایی مقیاس سنجش.....
۹۸	تهیه مقیاس نهایی و اجرای آن.....
۹۹	تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرها.....
۱۱۱	روش های تجزیه و تحلیل اطلاعات.....
۱۱۲	فصل چهارم: یافته های تحقیق.....
۱۱۳	مقدمه.....
۱۱۴	بخش اول: سیمای نمونه آماری.....
۱۱۴	قسمت اول: ویژگی های اقتصادی - اجتماعی.....
۱۱۴	۱- جنسیت.....
۱۱۴	۲- وضعیت تأهل.....

- ۳- سن افراد..... ۱۱۵
- ۴- میزان تحصیلات..... ۱۱۸
- ۵- وضعیت فعالیت..... ۱۱۹
- ۶- شغل..... ۱۲۰
- ۷- میزان درآمد..... ۱۲۱
- ۸- مشخصات والدین..... ۱۲۲
- ۹- تحصیلات پدر..... ۱۲۳
- ۱۰- درآمد پدر پاسخگویان..... ۱۲۴
- ۱۱- توزیع میزان درآمد پدر پاسخگویان..... ۱۲۴
- ۱۲- شغل مادر..... ۱۲۵
- ۱۳- تحصیلات مادر پاسخگویان..... ۱۲۶
- ۱۴- درآمد مادر پاسخگویان..... ۱۲۷
- ۱۵- طبقه اقتصادی - اجتماعی (ذهنی)..... ۱۲۸
- ۱۶- طبقه اقتصادی - اجتماعی (عینی)..... ۱۲۹
- قسمت دوم: اعتماد اجتماعی و ابعاد آن..... ۱۳۰
- ۱- اعتماد بین شخصی..... ۱۳۰
- ۲- اعتماد نهادی..... ۱۳۲
- ۳- اعتماد تعمیم یافته..... ۱۳۴
- ۴- اعتماد اجتماعی (کل)..... ۱۳۶
- قسمت سوم: مصرف رسانه ای..... ۱۳۸
- ۱- میزان ساعات استفاده از تلویزیون..... ۱۳۹
- ۲- میزان ساعات استفاده از رادیو..... ۱۴۱
- ۳- میزان استفاده از اینترنت..... ۱۴۵
- ۴- میزان استفاده از ماهواره..... ۱۴۷
- ۵- میزان استفاده از مجلات..... ۱۵۰
- ۶- میزان استفاده از روزنامه..... ۱۵۲
- ۷- مقیاس مصرف رسانه ای..... ۱۵۴
- قسمت چهارم: مشارکت اجتماعی..... ۱۵۶

قسمت پنجم: رضایت اجتماعی.....	۱۵۸
قسمت ششم: اولویت های ارزشی.....	۱۶۰
بخش دوم: آزمون فرضیات تحقیق.....	۱۶۱
قسمت اول: اعتماد بین شخصی.....	۱۶۱
۱- اعتماد بین شخصی و جنسیت.....	۱۶۱
۲- اعتماد بین شخصی و وضعیت تأهل.....	۱۶۲
۳- اعتماد بین شخصی و سن.....	۱۶۳
۴- اعتماد بین شخصی و طبقه اقتصادی- اجتماعی ذهنی.....	۱۶۵
۵- اعتماد بین شخصی و طبقه اقتصادی- اجتماعی عینی.....	۱۶۶
۶- اعتماد بین شخصی و مشارکت اجتماعی.....	۱۶۷
۷- اعتماد بین شخصی و مصرف رسانه ای.....	۱۶۸
۸- اعتماد بین شخصی و اولویت های ارزشی.....	۱۶۹
۹- اعتماد بین شخصی و رضایت اجتماعی.....	۱۷۰
قسمت دوم: اعتماد تعمیم یافته.....	۱۷۱
۱- اعتماد تعمیم یافته و جنسیت.....	۱۷۱
۲- اعتماد تعمیم یافته و وضعیت تأهل.....	۱۷۲
۳- اعتماد تعمیم یافته و سن.....	۱۷۳
۴- اعتماد تعمیم یافته و طبقه اقتصادی- اجتماعی ذهنی.....	۱۷۵
۵- اعتماد تعمیم یافته و طبقه اقتصادی- اجتماعی عینی.....	۱۷۶
۶- اعتماد تعمیم یافته و مشارکت اجتماعی.....	۱۷۷
۷- اعتماد تعمیم یافته و مصرف رسانه ای.....	۱۷۸
۸- اعتماد تعمیم یافته و اولویت های ارزشی.....	۱۷۹
۹- اعتماد تعمیم یافته و رضایت اجتماعی.....	۱۷۹
قسمت سوم: اعتماد نهادی.....	۱۸۰
۱- اعتماد نهادی و جنسیت.....	۱۸۰
۲- اعتماد نهادی و وضعیت تأهل.....	۱۸۰
۳- اعتماد نهادی و سن.....	۱۸۲
۴- اعتماد نهادی و طبقه اقتصادی- اجتماعی ذهنی.....	۱۸۴

۱۸۶	۵- اعتماد نهادی و طبقه اقتصادی- اجتماعی عینی
۱۸۶	۶- اعتماد نهادی و مشارکت اجتماعی
۱۸۷	۷- اعتماد نهادی و مصرف رسانه ای
۱۸۸	۸- اعتماد نهادی و اولویت های ارزشی
۱۸۹	۹- اعتماد نهادی و رضایت اجتماعی
۱۹۰	قسمت چهارم: اعتماد اجتماعی (کل)
۱۹۰	۱- اعتماد اجتماعی و جنسیت
۱۹۱	۲- اعتماد اجتماعی و وضعیت تأهل
۱۹۲	۳- اعتماد اجتماعی و سن
۱۹۴	۴- اعتماد اجتماعی و طبقه اقتصادی- اجتماعی ذهنی
۱۹۵	۵- اعتماد اجتماعی و طبقه اقتصادی- اجتماعی عینی
۱۹۶	۶- اعتماد اجتماعی و مشارکت اجتماعی
۱۹۷	۷- اعتماد اجتماعی و مصرف رسانه ای
۱۹۸	۸- اعتماد اجتماعی و اولویت های ارزشی
۱۹۹	۹- اعتماد اجتماعی و رضایت اجتماعی
۲۰۰	بخش سوم: پیش بینی اعتماد و مؤلفه های آن:
۲۰۰	۱- پیش بینی اعتماد بین شخصی
۲۰۲	۲- پیش بینی اعتماد تعمیم یافته
۲۰۴	۳- پیش بینی اعتماد نهادی
۲۰۶	۴- پیش بینی اعتماد اجتماعی
۲۰۸	فصل پنجم: بحث و نتیجه گیری
۲۰۹	خلاصه تحقیق:
۲۱۵	بحث و نتیجه گیری
۲۱۷	پیشنهادات
۲۱۸	محدودیت های تحقیق
۲۱۹	فهرست منابع
۲۲۴	پیوست ها

فهرست جداول و اشکال

عنوان

شماره صفحات

شکل شماره ۲-۱ تقسیم بندی اینگلهارت از ارزش ها.....	۷۸
دیاگرام شماره ۲-۲ مدل تحلیلی تحقیق.....	۹۰
جدول شماره ۳-۱ نحوه محاسبه اعتماد اجتماعی (اعتماد کل).....	۱۰۳
جدول شماره ۴-۱ توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب جنسیت.....	۱۱۴
جدول شماره ۴-۲ توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب وضعیت تأهل.....	۱۱۴
جدول شماره ۴-۳ آماره های توصیفی سن پاسخگویان.....	۱۱۵
بافتنگار شماره ۴-۱ توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سن.....	۱۱۵
جدول شماره ۴-۴ توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب گروه های سنی ۱۰ ساله.....	۱۱۶
جدول شماره ۴-۵ توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب گروه های سنی سه گانه.....	۱۱۷
بافتنگار شماره ۴-۲ توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب گروه های سه گانه.....	۱۱۷
جدول شماره ۴-۶ توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سطح تحصیلات.....	۱۱۸
جدول شماره ۴-۷ توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب وضعیت فعالیت.....	۱۱۹
جدول شماره ۴-۸ توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب شغل.....	۱۲۰
جدول شماره ۴-۹ آماره های توصیفی درآمد پاسخگویان.....	۱۲۱
جدول شماره ۴-۱۰ توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تقریبی درآمد ماهانه.....	۱۲۱
جدول شماره ۴-۱۱ توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب شغل پدر.....	۱۲۲
جدول شماره ۴-۱۲ توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تحصیلات پدر.....	۱۲۳
جدول شماره ۴-۱۳ آماره های توصیفی درآمد پدر پاسخگویان.....	۱۲۴
جدول شماره ۴-۱۴ توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تقریبی درآمد ماهانه پدر.....	۱۲۴
جدول شماره ۴-۱۵ توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب شغل مادر.....	۱۲۵
جدول شماره ۴-۱۶ توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تحصیلات مادر.....	۱۲۶
جدول شماره ۴-۱۷ آماره های توصیفی درآمد مادر پاسخگویان.....	۱۲۷
جدول شماره ۴-۱۸ توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تقریبی درآمد ماهانه مادر.....	۱۲۷
جدول شماره ۴-۱۹ توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب طبقه اقتصادی- اجتماعی.....	۱۲۸

- بافتنگار شماره ۴-۳ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب طبقه اقتصادی - اجتماعی ذهنی..... ۱۲۸
- جدول شماره ۴-۲۰ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب طبقه اقتصادی - اجتماعی عینی ۱۲۹
- بافتنگار شماره ۴-۴ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب طبقه اقتصادی - اجتماعی عینی..... ۱۲۹
- جدول شماره ۴-۲۱ آماره های توصیفی اعتماد بین شخصی..... ۱۳۰
- بافتنگار شماره ۴-۵ توزیع فراوانی نمرات مقیاس اعتماد بین شخصی..... ۱۳۰
- جدول شماره ۴-۲۲ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب مقیاس اعتماد بین شخصی..... ۱۳۱
- بافتنگار شماره ۴-۶ توزیع فراوانی نمرات اعتماد بین شخصی در سطح ترتیبی..... ۱۳۱
- جدول شماره ۴-۲۳ آماره های توصیفی اعتماد نهادی..... ۱۳۲
- بافتنگار شماره ۴-۷ توزیع فراوانی نمرات مقیاس اعتماد نهادی..... ۱۳۲
- جدول شماره ۴-۲۴ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب مقیاس اعتماد نهادی ۱۳۳
- بافتنگار شماره ۴-۸ توزیع فراوانی نمرات اعتماد نهادی در سطح ترتیبی..... ۱۳۳
- جدول شماره ۴-۲۵ آماره های توصیفی اعتماد تعمیم یافته..... ۱۳۴
- بافتنگار شماره ۴-۹ توزیع نمرات مقیاس اعتماد تعمیم یافته..... ۱۳۴
- جدول شماره ۴-۲۶ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب مقیاس اعتماد تعمیم یافته..... ۱۳۵
- بافتنگار شماره ۴-۱۰ توزیع نمرات اعتماد تعمیم یافته در سطح ترتیبی..... ۱۳۵
- جدول شماره ۴-۲۷ آماره های توصیفی اعتماد اجتماعی..... ۱۳۶
- بافتنگار شماره ۴-۱۱ توزیع نمرات مقیاس اعتماد اجتماعی..... ۱۳۶
- جدول شماره ۴-۲۸ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب مقیاس اعتماد اجتماعی..... ۱۳۷
- بافتنگار شماره ۴-۱۲ توزیع فراوانی نمرات اعتماد اجتماعی در سطح ترتیبی..... ۱۳۷
- جدول شماره ۴-۲۹ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب استفاده آن ها از رسانه های مختلف..... ۱۳۸
- جدول شماره ۴-۳۰ آماره های توصیفی پاسخگویان در استفاده از تلویزیون..... ۱۳۹
- بافتنگار شماره ۴-۱۳ توزیع ساعات استفاده پاسخگویان از تلویزیون..... ۱۳۹
- جدول شماره ۴-۳۱ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان ساعات استفاده آن ها از تلویزیون..... ۱۴۰
- جدول شماره ۴-۳۲ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب نوع مصرف و استفاده از تلویزیون..... ۱۴۰
- جدول شماره ۴-۳۳ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان اعتماد به تلویزیون..... ۱۴۱
- جدول شماره ۴-۳۴ آماره های توصیفی پاسخگویان در استفاده از رادیو..... ۱۴۱
- بافتنگار شماره ۴-۱۴ توزیع ساعات استفاده پاسخگویان از رادیو ۱۴۱
- جدول شماره ۴-۳۵ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان ساعات استفاده از رادیو..... ۱۴۲

- جدول شماره ۴-۳۶ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب نوع استفاده از برنامه های رادیویی داخلی.....۱۴۲
- جدول شماره ۴-۳۷ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب نوع استفاده از برنامه های رادیویی خارجی.....۱۴۳
- جدول شماره ۴-۳۸ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب نوع استفاده از شبکه های رادیویی خارجی.....۱۴۳
- جدول شماره ۴-۳۹ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان اعتماد به رادیوهای داخلی.....۱۴۴
- جدول شماره ۴-۴۰ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان اعتماد به رادیوهای خارجی.....۱۴۴
- جدول شماره ۴-۴۱ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان استفاده از اینترنت.....۱۴۵
- جدول شماره ۴-۴۲ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب استفاده از برنامه های مختلف اینترنت.....۱۴۶
- جدول شماره ۴-۴۳ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان اعتماد به اینترنت.....۱۴۶
- جدول شماره ۴-۴۴ آماره های توصیفی پاسخگویان در استفاده از ماهواره.....۱۴۷
- بافتنگار شماره ۴-۱۵ توزیع میزان ساعات استفاده پاسخگویان از ماهواره.....۱۴۷
- جدول شماره ۴-۴۵ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان ساعات استفاده از ماهواره.....۱۴۸
- جدول شماره ۴-۴۶ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب نوع مصرف و استفاده از برنامه های از ماهواره.....۱۴۸
- جدول شماره ۴-۴۷ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان اعتماد به ماهواره.....۱۴۹
- جدول شماره ۴-۴۸ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان استفاده از مجلات.....۱۵۰
- جدول شماره ۴-۴۹ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب نوع استفاده از مجلات.....۱۵۱
- جدول شماره ۴-۵۰ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان اعتماد به مجلات.....۱۵۱
- جدول شماره ۴-۵۱ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان استفاده از روزنامه ها.....۱۵۲
- جدول شماره ۴-۵۲ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب نوع مصرف و استفاده از روزنامه.....۱۵۳
- جدول شماره ۴-۵۳ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان اعتماد به روزنامه ها.....۱۵۳
- جدول شماره ۴-۵۴ آماره های توصیفی مصرف رسانه ای.....۱۵۴
- بافتنگار شماره ۴-۱۶ توزیع نمرات مقیاس مصرف رسانه ای.....۱۵۴
- جدول شماره ۴-۵۵ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب مصرف رسانه ای.....۱۵۵
- بافتنگار شماره ۴-۱۷ توزیع نمرات مصرف رسانه ای در سطح ترتیبی.....۱۵۵
- جدول شماره ۴-۵۶ آماره های توصیفی مشارکت اجتماعی.....۱۵۶
- بافتنگار شماره ۴-۱۸ توزیع نمرات مقیاس مشارکت اجتماعی.....۱۵۶
- جدول شماره ۴-۵۷ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب مقیاس مشارکت اجتماعی.....۱۵۷
- جدول شماره ۴-۵۸ آماره های توصیفی رضایت اجتماعی.....۱۵۸
- بافتنگار شماره ۴-۱۹ توزیع فراوانی نمرات رضایت اجتماعی.....۱۵۸

- جدول شماره ۴-۵۹ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب مقیاس رضایت اجتماعی.....۱۵۹
- بافتنگار شماره ۴-۲۰ توزیع نمرات رضایت اجتماعی در سطح ترتیبی.....۱۵۹
- جدول شماره ۴-۶۰ توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب اولویت های ارزشی.....۱۶۰
- بافتنگار شماره ۴-۲۱ توزیع فراوانی نمرات اولویت های ارزشی.....۱۶۰
- جدول شماره ۴-۶۱ آزمون تفاوت میانگین اعتماد بین شخصی برحسب جنسیت.....۱۶۱
- جدول شماره ۴-۶۲ میانگین نمره اعتماد بین شخصی برحسب وضعیت تأهل.....۱۶۲
- جدول شماره ۴-۶۳ آزمون تحلیل واریانس اعتماد بین شخصی برحسب وضعیت تأهل.....۱۶۲
- جدول شماره ۴-۶۴ آزمون تحلیل واریانس اعتماد بین شخصی برحسب رده های مختلف سنی.....۱۶۳
- جدول شماره ۴-۶۵ آماره های توصیفی تحلیل واریانس اعتماد بین شخصی برحسب گروه های مختلف سنی...۱۶۴
- جدول شماره ۴-۶۶ میانگین نمره اعتماد بین شخصی برحسب طبقه های مختلف اقتصادی- اجتماعی...۱۶۵
- جدول شماره ۴-۶۷ آزمون تحلیل واریانس اعتماد بین شخصی برحسب طبقه های مختلف اقتصادی- اجتماعی...۱۶۵
- جدول شماره ۴-۶۸ ضریب همبستگی اعتماد بین شخصی و پایگاه اقتصادی- اجتماعی (عینی).....۱۶۶
- جدول شماره ۴-۶۹ ضریب همبستگی اعتماد بین شخصی و مشارکت اجتماعی.....۱۶۷
- جدول شماره ۴-۷۰ ضریب رگرسیونی اعتماد بین شخصی و مشارکت اجتماعی.....۱۶۷
- جدول شماره ۴-۷۱ ضریب همبستگی اعتماد بین شخصی و مصرف رسانه ای.....۱۶۸
- جدول شماره ۴-۷۲ ضریب رگرسیونی اعتماد بین شخصی و مصرف رسانه ای.....۱۶۸
- جدول شماره ۴-۷۳ ضریب همبستگی اعتماد بین شخصی و اولویت های ارزشی.....۱۶۹
- جدول شماره ۴-۷۴ ضریب همبستگی اعتماد اجتماعی و رضایت اجتماعی.....۱۷۰
- جدول شماره ۴-۷۵ ضریب رگرسیونی اعتماد بین شخصی و رضایت اجتماعی.....۱۷۰
- جدول شماره ۴-۷۶ آزمون تفاوت میانگین اعتماد تعمیم یافته برحسب جنسیت.....۱۷۱
- جدول شماره ۴-۷۷ آزمون تحلیل واریانس اعتماد تعمیم یافته برحسب وضعیت تأهل.....۱۷۲
- جدول شماره ۴-۷۸ آزمون مقایسه میانگین شاخص اعتماد تعمیم یافته با وضعیت تأهل.....۱۷۳
- جدول شماره ۴-۷۹ آزمون تحلیل واریانس اعتماد تعمیم یافته برحسب رده های مختلف سنی.....۱۷۳
- جدول شماره ۴-۸۰ آزمون مقایسه میانگین شاخص اعتماد تعمیم یافته با گروه های مختلف سنی.....۱۷۴
- جدول شماره ۴-۸۱ میانگین نمره اعتماد تعمیم یافته برحسب طبقه های مختلف اقتصادی- اجتماعی.....۱۷۵
- جدول شماره ۴-۸۲ آزمون تحلیل واریانس اعتماد تعمیم یافته برحسب طبقه های مختلف اقتصادی- اجتماعی...۱۷۵
- جدول شماره ۴-۸۳ ضریب همبستگی اعتماد تعمیم یافته و پایگاه اقتصادی- اجتماعی (عینی).....۱۷۶
- جدول شماره ۴-۸۴ ضریب رگرسیونی اعتماد تعمیم یافته و پایگاه اقتصادی- اجتماعی.....۱۷۶

- جدول شماره ۴-۸۵ ضریب همبستگی اعتماد تعمیم یافته و مشارکت اجتماعی.....۱۷۷
- جدول شماره ۴-۸۶ ضریب همبستگی اعتماد تعمیم یافته و مصرف رسانه ای.....۱۷۸
- جدول شماره ۴-۸۷ ضریب رگرسیونی اعتماد تعمیم یافته و مصرف رسانه ای.....۱۷۸
- جدول شماره ۴-۸۸ ضریب همبستگی اعتماد تعمیم یافته و اولویت های ارزشی.....۱۷۹
- جدول شماره ۴-۸۹ ضریب همبستگی اعتماد تعمیم یافته و رضایت اجتماعی.....۱۷۹
- جدول شماره ۴-۹۰ آزمون تفاوت میانگین اعتماد نهادی برحسب جنسیت.....۱۸۰
- جدول شماره ۴-۹۱ آزمون تحلیل واریانس اعتماد نهادی برحسب وضعیت تأهل.....۱۸۰
- جدول شماره ۴-۹۲ آزمون مقایسه میانگین شاخص اعتماد نهادی با وضعیت تأهل.....۱۸۱
- جدول شماره ۴-۹۳ آزمون تحلیل واریانس اعتماد نهادی برحسب رده های مختلف سنی.....۱۸۲
- جدول شماره ۴-۹۴ میانگین نمره اعتماد نهادی برحسب طبقه های مختلف اقتصادی- اجتماعی.....۱۸۳
- جدول شماره ۴-۹۵ آزمون تحلیل واریانس اعتماد نهادی برحسب طبقه های مختلف اقتصادی اجتماعی.....۱۸۴
- جدول شماره ۴-۹۶ آزمون مقایسه میانگین شاخص اعتماد نهادی با وضعیت تأهل.....۱۸۵
- جدول شماره ۴-۹۷ ضریب همبستگی اعتماد نهادی و پایگاه اقتصادی- اجتماعی عینی.....۱۸۶
- جدول شماره ۴-۹۸ ضریب همبستگی اعتماد نهادی و مشارکت اجتماعی.....۱۸۶
- جدول شماره ۴-۹۹ ضریب همبستگی اعتماد نهادی و مصرف رسانه ای.....۱۸۷
- جدول شماره ۴-۱۰۰ ضریب رگرسیونی اعتماد نهادی و مصرف رسانه ای.....۱۸۷
- جدول شماره ۴-۱۰۱ ضریب همبستگی اعتماد نهادی و اولویت های ارزشی.....۱۸۸
- جدول شماره ۴-۱۰۲ ضریب رگرسیونی اعتماد نهادی و اولویت های ارزشی.....۱۸۸
- جدول شماره ۴-۱۰۳ ضریب همبستگی اعتماد نهادی و رضایت اجتماعی.....۱۸۹
- جدول شماره ۴-۱۰۴ ضریب رگرسیونی اعتماد نهادی و رضایت اجتماعی.....۱۸۹
- جدول شماره ۴-۱۰۵ آزمون تفاوت میانگین اعتماد اجتماعی برحسب جنسیت.....۱۹۰
- جدول شماره ۴-۱۰۶ آزمون تحلیل واریانس اعتماد اجتماعی برحسب وضعیت تأهل.....۱۹۱
- جدول شماره ۴-۱۰۷ آزمون مقایسه میانگین شاخص اعتماد اجتماعی با وضعیت تأهل.....۱۹۲
- جدول شماره ۴-۱۰۸ آزمون تحلیل واریانس اعتماد اجتماعی برحسب گروه های مختلف سنی.....۱۹۳
- جدول شماره ۴-۱۰۹ آزمون مقایسه میانگین شاخص اعتماد اجتماعی با گروه های سنی.....۱۹۳
- جدول شماره ۴-۱۱۰ میانگین نمره اعتماد اجتماعی برحسب طبقه های مختلف اقتصادی- اجتماعی.....۱۹۴
- جدول شماره ۴-۱۱۱ آزمون تحلیل واریانس اعتماد اجتماعی برحسب طبقه های مختلف اقتصادی- اجتماعی.....۱۹۴
- جدول شماره ۴-۱۱۲ ضریب همبستگی اعتماد اجتماعی و پایگاه اقتصادی- اجتماعی (عینی).....۱۹۵

- جدول شماره ۴-۱۱۳ ضریب همبستگی اعتماد اجتماعی و مشارکت اجتماعی..... ۱۹۶
- جدول شماره ۴-۱۱۴ ضریب رگرسیونی اعتماد اجتماعی و مشارکت اجتماعی..... ۱۹۶
- جدول شماره ۴-۱۱۵ ضریب همبستگی اعتماد اجتماعی و مصرف رسانه ای..... ۱۹۷
- جدول شماره ۴-۱۱۶ ضریب رگرسیونی اعتماد اجتماعی و مصرف رسانه ای..... ۱۹۷
- جدول شماره ۴-۱۱۷ ضریب همبستگی اعتماد اجتماعی و اولویت های ارزشی..... ۱۹۸
- جدول شماره ۴-۱۱۸ ضریب همبستگی اعتماد اجتماعی و رضایت اجتماعی..... ۱۹۹
- جدول شماره ۴-۱۱۹ ضریب رگرسیونی اعتماد اجتماعی و رضایت اجتماعی..... ۱۹۹
- جدول شماره ۴-۱۲۰ ضرایب همبستگی ساده متغیرهای مستقل و اعتماد بین شخصی..... ۲۰۰
- جدول شماره ۴-۱۲۱ ضرایب رگرسیونی متغیرهای مستقل مؤثر بر اعتماد بین شخصی..... ۲۰۱
- جدول شماره ۴-۱۲۲ ضرایب همبستگی ساده متغیرهای مستقل و اعتماد تعمیم یافته..... ۲۰۲
- جدول شماره ۴-۱۲۳ ضرایب رگرسیونی متغیرهای مستقل مؤثر بر اعتماد تعمیم یافته..... ۲۰۳
- جدول شماره ۴-۱۲۴ ضرایب همبستگی ساده متغیرهای مستقل و اعتماد نهادی..... ۲۰۴
- جدول شماره ۴-۱۲۵ ضرایب رگرسیونی متغیرهای مستقل مؤثر بر اعتماد نهادی..... ۲۰۵
- جدول شماره ۴-۱۲۶ ضرایب همبستگی ساده متغیرهای مستقل و اعتماد اجتماعی..... ۲۰۶
- جدول شماره ۴-۱۲۷ ضرایب رگرسیونی متغیرهای مستقل مؤثر بر اعتماد اجتماعی..... ۲۰۷

چکیده:

اعتماد اجتماعی یکی از عناصر اصلی جامعه مدنی است و از شاخص های مهم برای برقراری تعامل و همکاری، رضایت اجتماعی و کاهش بی نظمی ها و نابسامانی ها می باشد و می تواند زمینه را برای حضور آحاد مختلف مردم در مشارکت اجتماعی و افزایش اعتماد بین مردم و ارکان دولت فراهم سازد.. با توجه به اهمیت اعتماد اجتماعی تحقیق حاضر به مطالعه و بررسی اعتماد اجتماعی در سطح شهر نوسود می پردازد. این پژوهش از نوع پیمایشی می باشد و از پرسشنامه برای گردآوری داده ها استفاده شده است که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۳۲۷ نفر به عنوان نمونه آماری برآورده شده و از شیوه نمونه گیری طبقه بندی متناسب استفاده شده است. در نهایت داده های جمع آوری شده با استفاده از نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

یافته های پژوهش نشان می دهد که بین اعتماد اجتماعی و وضعیت تأهل و گروه های مختلف سنی تفاوت معنی داری وجود دارد و بین جنسیت و پایگاه اقتصادی- اجتماعی (ذهنی) تفاوت معنی داری وجود ندارد. همچنین نتایج تحقیق نشان می دهد که بین اعتماد اجتماعی و متغیرهای مستقل مشارکت، مصرف رسانه ای و رضایت اجتماعی رابطه معنی داری وجود دارد و بین متغیرهای پایگاه اقتصادی- اجتماعی عینی و اولویت های ارزشی رابطه معنی داری وجود ندارد.

میزان اعتماد اجتماعی تحت تأثیر متغیرهای مستقل (رضایت اجتماعی، مشارکت، مصرف رسانه ای و پایگاه اقتصادی- اجتماعی) قرار دارد، و با توجه به این که میزان اعتماد اجتماعی در سطح متوسطی قرار دارد، توجه به اعتماد و ابعاد آن ضروری می باشد.

کلید واژه ها: اعتماد اجتماعی، پایگاه اقتصادی- اجتماعی، مشارکت اجتماعی، مصرف رسانه ای، اولویت های ارزشی، رضایت اجتماعی.

فصل اول

طرح تحقیق / کلیات



انسان موجودی اجتماعی است و برای تداوم زندگی در جامعه به ارتباط با موجودات انسانی دیگر نیاز دارد و یکی از شروط اساسی و سر آغاز هر ارتباط انسانی نیاز به احساس اعتماد و قابلیت اتکاء به دیگری است. لزوم این عنصر حیاتی (اعتماد) در تمامی تعاملات و روابط اجتماعی در سطوح مختلف امری اجتناب ناپذیر است. اعتماد به این که آیا نیاز من به طرف مقابل پذیرفته خواهد شد؟ آیا فرد مقابل قادر به پاسخگویی به خواسته و ارتباط من می باشد؟ آیا ابراز صراحت من مورد سوء استفاده قرار نخواهد گرفت؟ این ها همه سؤالاتی هستند که انسان ها بطور خودآگاه یا ناخودآگاه در برخورد با اشخاص، اشیاء و امور به عنوان پیش شرط هر ارتباطی در ذهن خود مطرح می سازند.

اعتماد پیش شرط عمده و کلیدی برای موجودیت هر جامعه ای محسوب می شود و برای حل مسائل مربوط به نظم اجتماعی نقش تعیین کننده ای دارد. اعتماد عنصر پیش قراردادی و مقوم حیات اجتماعی است که در متن کنش های انسانی نمود پیدا می کند. اهمیت اعتماد در روابط و تعاملات اجتماعی و کارکردهایی که برای جامعه ایفا می نماید امری بدیهی می باشد به طوری که با فقدان اعتماد پیوندهای مشترک میان افراد از بین می رود و احساس ناامنی و مخاطره بین افراد بوجود می آید، به بیان دیگر اعتماد شالوده زندگی اجتماعی و یکی از مفاهیم کلیدی جامعه شناسی است. در محیطی که اعتماد وجود دارد تعرض ها و ستیزها کاهش می یابد و میزان بردباری افراد به یکدیگر افزایش پیدا می کند، در صورتی که کاهش اعتماد می تواند زمینه را برای رشد نابسامانی ها و بی نظمی ها و رشد جرائم و انحرافات در جامعه فراهم سازد.

اعتماد یکی از عناصر جامعه مدنی است و می تواند به عنوان عاملی در جهت تعامل بین افراد جامعه و ارکان دولت تلقی گردد. حضور آحاد مختلف مردم در همکاری و مشارکت در امور، به میزان اعتماد متقابل

بین آن‌ها و ارکان مختلف حکومتی بستگی دارد. بنابراین اعتماد امری است که می‌تواند نقش مؤثری در توسعه و پیشرفت یک کشور ایفا نماید.

بر این اساس اعتماد در حوزه روابط اجتماعی و انسانی می‌تواند تمامی ابعاد زندگی را در بر گرفته و به عنوان یک مکانیسم جامعه‌شناختی کارکردهای متعددی در زمینه‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و... در پی داشته باشد. در بعد فردی اعتماد در کنار احساس امنیت و دارا بودن حسن ظن، زمینه‌ساز رشد شخصیت سالم و تضمین‌کننده سلامت روانی در افراد می‌باشد. در خانواده‌ها هر زن و شوهری در صدد جلب هر چه بیشتر اعتماد دیگری بوده و هر پدر و مادری سعی دارد در رابطه با فرزندش جو اعتماد ایجاد کند. در مدرسه هر معلمی دوست دارد همکارانش گفته‌ها و رفتار او را بپذیرند و به صحت گفته‌هایش اعتماد کنند. در حوزه اقتصادی نیز مبادلات اقتصادی در سایه اعتماد با سهولت بیشتری صورت می‌پذیرد. به گفته لوهمان اعتماد را باید در رابطه نزدیک با مخاطره در نظر گرفت یعنی همان اصطلاحی که تنها در دوره مدرن پدیدار شده است

بنا به گفته هنسلین^۱ (۱۹۶۸) گرچه اعتماد پدیده‌ای عمومی‌ت یافته در جامعه است (یعنی در سراسر جامعه یافت می‌شود) یکی از عناصر بنیادین تعامل اجتماعی می‌باشد، عنصری که بدون آن اکثر تعاملاتی که ما می‌شناسیم نمی‌توانست وجود داشته باشد و بدون آن جهان کاملاً به گونه‌ای دیگر بود.

در یک اجتماع سنتی کمتر تمایز یافته، اعتماد محدود به پیوندهای خانوادگی، خویشاوندی و محلی است. در مقابل در جوامعی که در آن تمایز اجتماعی به شدت گسترش یافته است، نظم نوینی بایستی حاکم باشد، در چنین نظمی، اعتماد متقابل به گونه ای دیگر است که با جوامع سنتی متفاوت می باشد. در جوامع تمایز یافته، اعتماد افراد تنها محدود به خانواده، خویشان و آشنایان نیست بلکه لازمه زندگی در این اجتماعات وجود اعتماد از نوع عام و تعمیم یافته است. در این پایان نامه با توجه به این که شهر نوسود از جمله شهرهایی می باشد که در آن مناسبات اجتماعی سنتی (هرچند با سرعت کم) اما در حال جایگزینی به مناسبات اجتماعی جدید می باشند لذا سؤال اساسی این پژوهش را می توان چنین مطرح کرد که تا چه حد مناسبات اجتماعی جدید پذیرفته شده و آن ها از مشروعیت لازم برخوردارند، یا به عبارت دیگر میزان اعتماد مردم به یکدیگر (اعتماد به نزدیکان و سایر مردم) و همچنین به سازمان ها و نهادها تا چه اندازه است؟ و از طرف دیگر متغیرهای تأثیر گذار بر اعتماد کدامند؟

با توجه به سؤالات بالا در بیان مسئله تحقیق می توان موارد زیر را به عنوان عوامل اصلی بررسی اعتماد اجتماعی در شهر نوسود ذکر کرد:

۱- قرار گرفتن این شهر در نقطه صفر مرزی و آسان بودن ارتباط مردم با کشور همسایه (عراق) که می تواند در کاهش یا افزایش اعتماد اجتماعی در بین مردم مؤثر باشد.

۲- آسان بودن دسترسی مردم به ماهواره و سایر وسایل ارتباط جمعی خارجی که در سنجش اعتماد مردم به وسایل ارتباط جمعی داخلی نقش مؤثری دارد.

۳- با توجه به این که اکثر جمعیت نوسود را دو قشر جوانان و افراد مسن تشکیل می دهند ضرورت بررسی اعتماد، در بین آن ها مشهود می باشد.