

بررسی تأثیر سرمایه فرهنگی بر اعتماد اجتماعی

(مطالعه موردی شهروندان ۱۸ سال و بالاتر شهر تهران)*

قربانعلی ابراهیمی^۱

حیدر جانعلیزاده چوببستی^۲

هادی رازقی مله^۳

چکیده

هدف اصلی مقاله حاضر بررسی تأثیر سرمایه فرهنگی بر اعتماد اجتماعی است. یکی از ابعاد اصلی سرمایه اجتماعی که نقش مهمی را در برقراری ارتباط بین افراد ایفا می‌کند، اعتماد اجتماعی است. اعتماد اجتماعی از عوامل مؤثر در ایجاد نظم در جامعه است که پیامد آن تقویت انسجام اجتماعی است. به نظر می‌رسد که سرمایه فرهنگی نقش مهمی را در تبیین اعتماد اجتماعی داشته باشد. لذا در تحقیق حاضر تلاش می‌شود تا نشان داده شود که سرمایه فرهنگی چه مقدار از تغییرات اعتماد اجتماعی را تبیین می‌کند. تحقیق حاضر به روش پیمایش اجرا شده و اطلاعات آن با استفاده از ابزار پرسشنامه جمع آوری شده است. جامعه آماری تحقیق شامل افراد ۱۸ سال و بالاتر شهر تهران می‌باشد. حجم نمونه نیز ۸۴۶ نفر را شامل می‌شود. شیوه نمونه‌گیری تحقیق حاضر نیز به روش خوشه‌ای چند مرحله‌ای متناسب با حجم می‌باشد. یافته‌های تحقیق حاضر نشان می‌دهد که در ابعاد مختلف اعتماد اجتماعی در شمال و جنوب شهر تفاوت معنادار وجود دارد و در تمامی ابعاد اعتماد اجتماعی، جنوب شهر (۳/۵۸) نسبت به شمال شهر (۲/۸۸) میانگین بالاتری را به خود اختصاص داده است. همچنین در ابعاد مختلف سرمایه فرهنگی در شمال و جنوب شهر تفاوت معنادار وجود دارد و در تمامی ابعاد سرمایه فرهنگی، شمال شهر (۳/۸۵) نسبت به جنوب شهر (۲/۹۰) میانگین بالاتری را به خود اختصاص داده است. رگرسیون خطی چند متغیره متغیرهای مستقل (سرمایه فرهنگی تجسم یافته، سرمایه فرهنگی عینیت یافته و سرمایه فرهنگی نهادینه شده) و متغیر وابسته (اعتماد اجتماعی) نشان می‌دهد که هر سه متغیر مستقل در مدل نهایی باقی مانده است و تأثیر هر سه بعد سرمایه فرهنگی بر متغیر اعتماد اجتماعی منفی است. مدل نهایی می‌تواند ۳۱/۱ درصد از تغییرات متغیر وابسته (اعتماد اجتماعی) را تبیین کند و در بین سه بعد سرمایه فرهنگی، تأثیر سرمایه فرهنگی عینیت یافته بر متغیر اعتماد اجتماعی بیشتر از دو بعد دیگر سرمایه فرهنگی (تجسم یافته و نهادینه شده) می‌باشد.

کلید واژه: اعتماد اجتماعی، سرمایه فرهنگی، سرمایه فرهنگی تجسم یافته، سرمایه فرهنگی عینیت یافته،

سرمایه فرهنگی نهادینه شده.

* تاریخ وصول: ۱۳۹۳/۵/۱۸ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۴/۴

۱- استادیار جامعه‌شناسی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

۲- دانشیار جامعه‌شناسی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

۳- گروه پژوهش علوم اجتماعی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران razeghi.hadi@gmail.com

۱- مقدمه و بیان مسأله

اعتماد اجتماعی یکی از مفاهیم بسیار مهم در حوزه علوم اجتماعی است. این مفهوم را می‌توان به عنوان مجموعه‌ای از انتظارات، تعهدات اکتسابی و به لحاظ اجتماعی تأیید شده در نظر گرفت که افراد نسبت به یکدیگر و نسبت به سازمان‌ها و نهادهای مربوط به زندگی اجتماعی‌شان دارند. از این رو می‌توان گفت که اعتماد اجتماعی ابعاد گوناگونی را در بر می‌گیرد که شامل اعتماد بین شخصی، اعتماد تعمیم یافته (اعتماد به غریبه‌ها)، اعتماد به نظام سیاسی، اعتماد به کنشگران سیاسی و اعتماد نهادی است.

به عقیده زتومکا در طی دو دهه گذشته شاهد موج جدیدی از مباحث مربوط به اعتماد در مفاهیم علوم اجتماعی به ویژه جامعه‌شناسی هستیم. وی دلایلی را مطرح می‌کند که سبب گردید این موج جدید علاقه جامعه‌شناختی به اعتماد به وجود آید. به اعتقاد وی اعتماد بعد مهمی از فرهنگ مدنی است. فرهنگ مدنی احساس وسیع و گسترده‌ای از کفایت سیاسی و اعتماد متقابل شهروندان می‌باشد. به نظر وی اعتماد سیاسی بازتابی از وجود جو گسترده اعتماد در جامعه است و اعتماد اجتماعی عمومی به اعتماد سیاسی مربوط تبدیل می‌گردد. به بیانی دیگر؛ وجود اعتماد اجتماعی عمومی پیش شرط ضروری برای وجود یک نظام سیاسی زنده و پویاست. وی همچنین اعتماد را به عنوان یکی از جنبه‌های مهمی از جامعه مدنی در نظر می‌گیرد و اظهار می‌دارد که اجتماع متجانس شهروندان معتمد و وفادار به اقتدار سیاسی، بدون اعتماد افقی به یکدیگر و نیز بدون اعتماد عمودی به نهادهای عمومی نمی‌تواند وجود داشته باشد (زتومکا، ۱۳۸۷: ۳۲-۳۱).

یکی از ابعاد اصلی سرمایه اجتماعی که نقش مهمی را در برقراری ارتباط بین افراد ایفا می‌کند، اعتماد اجتماعی است. «اعتماد اجتماعی را می‌توان حسن ظن فرد نسبت به سایر اعضای جامعه تعریف کرد که این امر موجب گسترش و تسهیل روابط اجتماعی فرد با آنها می‌شود» (اوجاقلو و زاهدی، ۱۳۸۴، ۱۰۹). از این رو، می‌توان ابعاد متفاوتی را برای آن برشمرد که از جمله آن می‌توان به اعتماد بین شخصی و اعتماد تعمیم یافته اشاره کرد. اگر چه در جوامع سنتی روابط اجتماعی، مبتنی بر اعتماد بین شخصی است اما در جوامع مدرن، اعتماد تعمیم یافته نقش مهم‌تری را بازی می‌کند. چرا که در جوامع مدرن، روابط اجتماعی رسمی بر روابط اجتماعی غیر رسمی غالب می‌شود. به این معنا که در جوامع مدرن، دامنه روابط اجتماعی رسمی افراد گسترده‌تر از دامنه روابط غیررسمی آنان است.

از سویی دیگر؛ اعتماد اجتماعی از عوامل مؤثر در ایجاد نظم در جامعه است که پیامد آن تقویت انسجام اجتماعی است. به بیانی دیگر؛ «حیات اجتماعی زمانی بقا و دوام می‌یابد که حداقل یکی از پیش فرض‌های اساسی آن یعنی اعتماد اجتماعی برقرار باشد» (قریشی و صداقت، ۱۳۸۸، ۷۶). زمانی که اعتماد

اجتماعی تحت تأثیر عوامل مختلف، دچار فرسایش شود، نظم و انسجام اجتماعی نیز با چالش‌هایی مواجه می‌گردد. زیمل، جامعه‌شناس آلمانی معتقد است که بدون وجود اعتماد در بین افراد جامعه، آن جامعه فرو می‌پاشد چرا که بسیاری از روابط میان آدمیان، بر عدم قطعیت بین آنها استوار است. به باور زیمل تعاملات انسانی، بیش از دلایل عقلانی و ملاحظات شخصی، از طریق اعتماد استمرار می‌یابد (منصوریان و قدرتی، ۱۳۸۸، ۱۹۰). اینگلهارت نیز معتقد است که در جوامع کنونی، زمانی پیشرفت و ترقی میسر خواهد بود که اعتماد متقابل در تعاملات اجتماعی افراد برقرار باشد. وی همچنین معتقد است که سطوح عالی اعتماد به یکدیگر با دموکراسی با ثبات نیز رابطه دارد و سطوح نسبتاً پایین انتشار رضایت و اعتماد موجب می‌شود که شخص به احتمال زیاد نظام سیاسی موجود را نپذیرد و از راست یا چپ افراطی حمایت کند (بابازاده بائی، ۱۳۸۹، ۶۵).

به دلیل کاهش اعتماد اجتماعی در دهه‌های اخیر (آزاد ارمکی و کمالی ۱۳۸۳، آزاد ارمکی ۱۳۸۳، شارع‌پور ۱۳۸۰، رفیع‌پور ۱۳۷۸، امیرکافی ۱۳۷۵، عظیمی هاشمی ۱۳۷۳، بیات ۱۳۷۳، دفتر طرح‌های ملی ۱۳۸۱)، تحقیقات گوناگونی در کشور صورت گرفته است تا تأثیر عوامل گوناگون بر اعتماد اجتماعی مورد بررسی قرار گیرد. در این تحقیقات تأثیر متغیرهای سن، تحصیلات، ارتباطات انسانی، جامعه‌پذیری، جنسیت، وضعیت تاهل، فقر فرهنگی، اعتقادات دینی و... بر اعتماد اجتماعی مورد تأیید قرار گرفته است. از میان متغیرهای مطرح شده، به نظر می‌رسد که سرمایه فرهنگی نقش مهمی را در تبیین اعتماد اجتماعی داشته باشد. لذا هدف مقاله حاضر این است که تأثیراتی که سرمایه فرهنگی (تجسم یافته، عینیت یافته و نهادینه شده) بر اعتماد اجتماعی بر جای می‌گذارد را مطالعه نماید. به عبارتی دیگر، در تحقیق حاضر تلاش می‌شود تا نشان داده شود که سرمایه فرهنگی چه مقدار از تغییرات اعتماد اجتماعی را تبیین می‌کند.

۲- پیشینه تجربی پژوهش

- قریشی و صداقت (۱۳۸۸) در پژوهشی تحت عنوان «بررسی عوامل فرهنگی- اجتماعی مرتبط بر شکل‌گیری اعتماد اجتماعی شهروندان تبریز» ۳۹۵ نفر از شهروندان ۱۸ سال به بالای شهر تبریز را مورد پیمایش قرار داده‌اند. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که بین متغیرهای سطح شهروندی، نگرش دینی، مشارکت اجتماعی، پایگاه اقتصادی- اجتماعی، فقر فرهنگی، جنسیت، وضعیت تاهل، تحصیلات، سن، شغل با اعتماد اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.

- کتابی و دیگران (۱۳۸۹) در پژوهشی تحت عنوان «سنجش اعتماد اجتماعی و عوامل موثر بر آن در مراکز شهرستان‌های چهارمحال و بختیاری» به بررسی تأثیر متغیرهای احساس امنیت، دینداری، عملکرد دولت، قانون‌گرایی، پنداشت از میزان دینداری مردم، احساس عدالت و ارزش‌های اخلاقی بر اعتماد

اجتماعی پرداخته‌اند. حجم نمونه آن ۶۱۲ و شیوه نمونه‌گیری، مطابق متناسب بوده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که میزان اعتماد بنیادی، سازمانی، سیاسی و اعتماد به مناصب و مشاغل در حد متوسط و پایین‌تر از حد متوسط بوده است و متغیرهای ارزش‌های اخلاقی، عملکرد دولت و قانونگرایی دارای بیشترین همبستگی با اعتماد اجتماعی بوده است. متغیرهای دینداری، احساس امنیت و پنداشت از میزان دینداری مردم در جامعه نیز با اعتماد اجتماعی رابطه معناداری دارند.

- حیدرآبادی (۱۳۸۹) پژوهشی تحت عنوان «اعتماد اجتماعی و عوامل اجتماعی- فرهنگی مؤثر بر آن: مطالعه موردی جوانان ۲۰ تا ۲۹ ساله استان مازندران» انجام داده است که چارچوب نظری آن تئوری نظام اجتماعی در قالب نظریه کنش تالکوت پارسونز و همچنین تئوری ساختار- عاملیت آنتونی گیدنز می‌باشد. جامعه آماری مورد مطالعه جوانان ۲۰ تا ۲۹ ساله شهرهای ساری و بابل بوده که تعداد ۲۸۰ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که میزان اعتماد بنیادین در بین جوانان بیشتر و بالاتر از سایر گونه‌های اعتماد (تعمیم یافته و انتزاعی) است. اعتماد درون گروهی در جامعه نیز بیشتر از اعتماد برون گروهی است. نتایج همچنین نشان می‌دهد که میزان تحصیلات و طبقه اجتماعی رابطه منفی با اعتماد اجتماعی دارد اما ارتباطات انسانی، جامعه‌پذیری خانوادگی و اعتقادات دینی با اعتماد اجتماعی رابطه مثبت و مستقیمی دارد. مجموع این متغیرها ۴۳/۲ درصد از تغییرات میزان اعتماد اجتماعی را تبیین می‌کنند. مقایسه بتاها حاکی از آن است که متغیرهای ارتباطات انسانی و جامعه‌پذیری خانوادگی به ترتیب بیشترین تأثیر را بر اعتماد اجتماعی جوانان دارند.

- تامیلینا^۱ (۲۰۰۶) در بخشی از مقاله خود تحت عنوان «تأثیر توسعه وضعیت رفاهی بر ایجاد اعتماد اجتماعی: یک تحقیق تجربی» به بررسی تأثیر جنسیت، سن، تحصیل، اشتغال، درآمد و دینداری بر دو بعد اعتماد اجتماعی (بین شخصی، نهادی) پرداخته است. منبع اصلی داده‌های مقاله، داده‌های «پیمایش ارزش‌های جهانی^۲» درباره ۱۸ کشور (استرالیا، اتریش، بلژیک، کانادا، دانمارک، فنلاند، فرانسه، آلمان، بریتانیای بزرگ، ایرلند، ایتالیا، ژاپن، هلند، نیوزیلند، نروژ، سوئد، سوئیس، ایالات متحده آمریکا) می‌باشد. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که تأثیر تمامی متغیرهای مطرح شده فوق بر دو نوع اعتماد بین شخصی و اعتماد نهادی معنادار می‌باشد.

- گراوس و دیگران (۲۰۰۴) در پژوهش خود، تحت عنوان «بررسی تأثیرات رسانه‌ها بر اعتماد اجتماعی و سیاسی بعد از واقعه ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱»، به بررسی رابطه بین مصرف رسانه‌ای و اعتماد سیاسی،

1. Larysa tamilina
2. The World Values Survey

اعتماد اجتماعی و اعتماد به نهادهای حکومتی در سال‌های بعد از واقعه ۱۱ سپتامبر در آمریکا پرداختند. آنها دریافتند که استفاده از شبکه‌های تلویزیونی با سطح بالای اعتماد به حکومت و اعتماد به نهادها در طول دوره بی‌ثباتی شدیدی که حمله تروریستی ایجاد کرد، رابطه دارد. تغییر در سطح فردی اعتماد و اطمینان را نیز می‌توان به استفاده از رسانه‌ها یا تغییر در استفاده از آنها نسبت داد. در مورد اعتماد اجتماعی نیز یافته‌ها حاکی از آن است که استفاده از روزنامه‌ها و شبکه‌های تلویزیونی (خبری) با اعتماد اجتماعی در دوره بلافصل بعد از واقعه ۱۱ سپتامبر ارتباط ندارد. اما با تغییر سطح فردی اعتماد اجتماعی در سرتاسر دوره سال بعد در ارتباط است. خصوصاً کسانی که شبکه‌های خبری را نگاه می‌کردند اعتمادشان کاهش یافت. و آنهایی که روزنامه می‌خواندند اعتماد اجتماعی شان بین پائیز ۲۰۰۱ تا تابستان ۲۰۰۲ افزایش یافت.

- ناتالیا لتکی^۱ (۲۰۰۳) در مقاله خود تحت عنوان «تبیین مشارکت سیاسی در اروپای شرقی - مرکزی: سرمایه اجتماعی، دموکراسی و جوامع مابعد کمونیستی» تلاش نمود تا تأثیر اعتماد اجتماعی، ویژگی‌های اقتصادی - اجتماعی و ... بر انواع مشارکت سیاسی (شرکت در بحث‌های سیاسی، عضویت حزبی، هواداری حزبی، رأی دادن) را بررسی نماید. تحلیل رگرسیونی در این پژوهش نتایج با ارزشی را نشان می‌دهد که از جمله آن می‌توان به معنادار بودن تأثیر اعتماد اجتماعی بر متغیرهای شرکت در بحث‌های سیاسی، هواداری احزاب، رأی دادن و معنادار نبودن تأثیر آن بر متغیر عضویت در احزاب سیاسی اشاره کرد.

۳- چارچوب نظری

- سرمایه فرهنگی

مفهوم سرمایه فرهنگی مربوط به تحلیل بوردیو از نظام آموزشی فرانسه است. او راز بقای سلسله مراتب اجتماعی، نابرابری‌های مشهود، گرایش‌های نخبه‌گرایانه را به رغم وجود اشکال دموکراتیک و مساوات‌گرایانه سازمان اجتماعی بررسی کرده است. بوردیو کلید این بقا را در سطح پنهان فرهنگی پیدا کرده است. سرمایه فرهنگی به صورت نهادی شده یعنی با نشانه‌های فرهنگی بلند مرتبه (گرایش‌ها، رجحان‌ها، معرفت، رفتارها، کالاها و اعتبارات) تعریف شده که برای طرد فرهنگی و اجتماعی استفاده می‌شوند (زتومکا، ۱۳۸۷: ۲۰)

در نظر بوردیو سرمایه فرهنگی عبارت است از شناخت و ادراک فرهنگ و هنرهای متعالی، داشتن ذائقه خوب و شیوه‌های عمل متناسب (فاضلی، ۱۳۸۶: ۴۷). سرمایه فرهنگی شامل سلیقه‌های خوب،

1. Natalia Letki

شیوه و راه و رسم پسندیده، پیچیدگی شناختی و شناختن و توانایی پذیرش محصولات مشروع از قبیل هنر، موسیقی کلاسیک، تئاتر و ادبیات و تسلط یافتن بر هر نوع از نظام نمادین است (فاضلی، ۱۳۸۲: ۳۸).

مفهوم سرمایه فرهنگی نزدیک به مفهوم وبری سبک زندگی است که شامل مهارت‌های خاص، سلیقه، نحوه سخن گفتن، مدارک تحصیلی، و شیوه‌هایی می‌گردد که فرد از طریق آن خود را از دیگران متمایز می‌کند (ممتاز، ۱۳۸۳). همچنین، سرمایه فرهنگی مجموعه‌ای از ثروت‌های نمادین است که از یک سو به معلومات کسب شده‌ای برمی‌گردد که به شکل رغبت‌های پایدار ارگانیک، حالت درونی شده به خود می‌گیرند (در فلان زمینه دانش داشتن، با فرهنگ بودن، به زبان و نحوه بیان تسلط داشتن، جهان اجتماعی و رمزگان آن را شناختن و خود را در این جهان آشنا دیدن) از سوی دیگر، به صورت موفقیت‌های مادی، سرمایه به حالت عینیت یافته، میراث فرهنگی به شکل اموال (تابلوها، کتاب‌ها، واژه‌نامه‌ها، ابزارها و ماشین‌ها) جلوه می‌کند؛ و سرانجام سرمایه فرهنگی می‌تواند به حالت نهادینه شده در جامعه به صورت عناوین، مدارک تحصیلی، موفقیت در مسابقات ورودی و غیره که به استعدادهای فرد عینیت می‌بخشد؛ جامعه (یا بیشتر اوقات دولت) که این بازشناسی را اعلام می‌دارد، آن را نهادینه می‌کند و اغلب برای آن پایگاه قائل می‌شود و جایگاه تعیین می‌کند (معلم، استاد، قاضی، کارمند دولت). سرمایه فرهنگی بدون کوشش شخصی کسب نمی‌شود و به ارث برده نمی‌شود، بلکه از جانب عامل کار طولانی، مداوم و پیگیر یادگیری و فرهنگ‌پذیری را می‌طلبد و با هدف جزئی از خود کردن، از آن خود کردن، آن را به قالب خود کشیدن، به عنوان چیزی که وجود اجتماعی او را تحول می‌بخشد: سرمایه فرهنگی داشتنی است که بودن شده است، ملکی است درونی شده و جزء لاینفک شخص گردیده، خصلت او شده است. کسب سرمایه فرهنگی زمان می‌خواهد و بنابراین به امکانات مادی، اساساً مالی، نیاز دارد تا زمان بدست بیاید. سرمایه فرهنگی، از این بابت به نحوی تنگاتنگ به سرمایه اقتصادی گره خورده و به شکل دیگر آن درآمده است (شویره، ۱۳۸۵: ۹۷).

در نظر بوردیو، سرمایه فرهنگی به سه صورت تجلی می‌یابد:

- حالت تجسم یافته (ذهنی)

می‌توان اکثر ویژگی‌های سرمایه فرهنگی را از این واقعیت استنباط کرد که این سرمایه با شخصی که در آن تجسم می‌یابد ارتباط نزدیک دارد. سرمایه تجسم یافته، نوعی ثروت بیرونی است که به عنوان بخش جدایی‌ناپذیری از فرد درآمده است. این همان بخشی است که بوردیو آن را ابعاد سرمایه فرهنگی همراه با

تولد می‌نامد که نمی‌توان آن را از طریق هدیه، خرید یا مبادله به دیگری منتقل نمود. این نوع سرمایه به صورت آمادگی‌های مداوم ذهن و جسم تجلی می‌یابد (شارع‌پور و خوشفر، ۱۳۸۱: ۱۳۷).

- حالت عینیت‌یافته (عینی)

یکی از بدیهی‌ترین و عینی‌ترین اشکال سرمایه فرهنگی، مصرف کالاهای مختلف فرهنگی در میان اقشار مختلف جامعه است که خود می‌تواند تابعی از متغیرهای گوناگون فردی و اجتماعی قرار گیرد. سرمایه فرهنگی عینیت‌یافته در اشیای مادی، رسانه‌ها، نظیر نوشتار، نقاشی، ابزار و نظایر آن و بطور کلی در مادیت آن، قابل انتقال است. لذا کالاهای فرهنگی را می‌توان بصورت مادی تخصیص داد (که منجر به سرمایه اقتصادی می‌شود) و هم به صورت نمادی (که منجر به سرمایه فرهنگی می‌شود) (شارع‌پور و خوشفر، ۱۳۸۱: ۱۳۷). بنابراین، این سرمایه به نوعی در شکل اقتصادی هم مطرح می‌باشد و نیز می‌تواند جنبه نمادی آن حفظ شود؛ با این حال آن را نباید صرفاً یک شیء مادی نظیر اتومبیل یا مسکن پنداشت. این نوع از سرمایه پیوند تنگاتنگی با سرمایه فرهنگی درونی‌شده دارد. به طور خلاصه، به تمامی اشیاء و کالاهای فرهنگی، سرمایه فرهنگی عینی می‌گویند؛ اما خصلت اساسی این سرمایه در این است که اثر آموزشی بر دارندگان آن می‌گذارد (بورديو، ۱۳۸۴: ۱۴۳).

بورديو معتقد است که اشیاء نیز می‌توانند به عنوان شکلی از سرمایه فرهنگی عمل نمایند که استفاده و مصرف آن‌ها مستلزم داشتن میزان مشخصی از سرمایه فرهنگی است. برای نمونه یک متن فلسفی صورتی عینیت‌یافته از سرمایه فرهنگی است، زیرا فهم آن لازمه آموزش‌های قبلی در زمینه فلسفه است (وینینگر و لاریو، ۲۰۰۵؛ به نقل از ابراهیمی و مسلمی پطرودی، ۱۳۸۹: ۳۳). به طور خلاصه سرمایه فرهنگی به تمامی اشیاء و کالاهای فرهنگی، سرمایه فرهنگی عینی می‌گویند که از ویژگی‌های بارز آن، قابل انتقال بودن آن است (محسنی، ۱۳۶۷: ۱۸۱).

- حالت نهادی‌شده

این حالت نوعی رسمیت‌بخشیدن نهادی به سرمایه فرهنگی فرد است. مدارک تحصیلی و آکادمیک نمونه‌ای از این حالت است. این مدارک، نوعی نرخ تبدیل بین سرمایه فرهنگی و سرمایه اقتصادی برقرار می‌سازند و این کار را از طریق تضمین ارزش مادی برای یک سرمایه تحصیلی معین انجام می‌دهند. از آنجایی که منافع مادی و نمادی مدارک تحصیلی، بستگی به کمیابی آنها دارد، سرمایه‌گذاری صورت گرفته (از لحاظ زمان، تلاش و پول) ممکن است به اندازه‌ای که پیش‌بینی می‌شوند، سودمند نباشد (شارع‌پور و خوشفر، ۱۳۸۱: ۱۳۷). لازمه سرمایه نهادی قبل از هر چیز، وجود افراد با صلاحیت و مستعد در جهت

کسب انواع مدارک تحصیلی و دانشگاهی است. از طرف دیگر مستلزم وجود نهادهای رسمی که این مدارک تحصیلی را صادر و به آن رسمیت بخشند، می‌باشد. از ویژگی‌های بارز سرمایه فرهنگی نهادینه‌شده، این است که به شکل پوی میان اقتصاد و فرهنگ عمل می‌کند و این توانایی را دارد که سرمایه فرهنگی را از طریق کاربرد آن به طرق معقول و رسمی، به نوعی سرمایه اقتصادی تبدیل نماید. سرمایه فرهنگی نهادینه‌شده برای دارنده آن پایگاه اجتماعی ایجاد می‌کند و به کمک ضوابط اجتماعی و به دست آوردن عنوان‌هایی مانند مدارک تحصیلی و تصدیق حرفه و کار، کسب موقعیت می‌کند. این سرمایه قابل انتقال و واگذاری نیست و به دست آوردن آن برای افراد به شرایط معینی بستگی دارد (بورديو، ۱۹۸۶: ۲۴۶؛ به نقل از ابراهیمی و ضیاءپور، ۱۳۸۹: ۷۶).

- اعتماد

پاتنام در کتاب «دموکراسی و سنت‌های مدنی» اعتماد اجتماعی را به عنوان یکی از ابعاد سرمایه اجتماعی مورد بحث قرار می‌دهد. وی معتقد است که شایع‌ترین شکل سرمایه اجتماعی، اعتماد است که تحت عنوان «منابع اخلاقی» شناخته می‌شود. منابعی که ذخیره‌شان در حین استفاده به جای کاهش، افزایش می‌یابد و در صورت عدم استفاده کاهش می‌یابد. به زعم وی هر چه دو نفر بیش‌تر به یکدیگر اعتماد کنند، اعتماد متقابل‌شان فزونی می‌یابد (پاتنام و دیگران، ۱۳۸۰، ۲۹۰).

به نظر پاتنام اعتماد اجتماعی در جوامع مدرن از دو منبع مرتبط یعنی هنجارهای معامله متقابل و شبکه‌های مشارکت مدنی ناشی می‌شود. هنجارهایی که اعتماد را تقویت می‌کنند، توسعه می‌یابند. چرا که هزینه‌های معاملات را کاهش داده و همکاری را تسهیل می‌کند.

مهمترین این هنجارها، هنجارهای معامله متقابل است. معامله متقابل دو نوع می‌باشد: نوع اول مبادله متوازن خوانده می‌شود که در این نوع مبادله چیزهای با ارزش به طور همزمان مبادله می‌شوند. مانند موقعی که همکاران روزهای تعطیل‌شان را با هم عوض می‌کنند. اما معامله متقابل عمومی به رابطه تبادلی مداومی اشاره دارد که در همه حال یک طرفه و غیر متوازن است. اما انتظارات متقابلی ایجاد می‌کند مبنی بر این که سودی که اکنون اعطاء شده، باید در آینده پرداخت شود. برای مثال دوستی اغلب به معامله متقابل عمومی تبدیل می‌شود. هر فردی که در نظام معامله متقابل عمل می‌کند معمولاً ترکیبی از دو انگیزه را دارا می‌باشد: دوستی کوتاه مدت و حفظ منافع خود در بلند مدت. به عقیده پاتنام یک هنجار موثر مبتنی بر معامله متقابل عمومی احتمالاً با شبکه‌های انبوهی از مبادلات اجتماعی مرتبط است.

در جوامعی که در آنها مردم می‌توانند مطمئن باشند که اعتماد مورد سوء استفاده قرار نمی‌گیرد بلکه جبران می‌شود، احتمال زیادتری برای انجام مبادلات وجود دارد. مبادلات مکرر در طی یک دوره زمانی نیز به نوبه خود توسعه یک هنجار معامله متقابل عمومی را به دنبال دارد. از سویی دیگر روابط اجتماعی مداوم نیز می‌تواند انگیزه‌هایی را برای قابل اعتماد بودن ایجاد کند. هر جامعه‌ای از طریق شبکه‌های رسمی و غیر رسمی ارتباطات و مبادلات بین افراد شناخته می‌شود. بعضی از این شبکه‌ها اساساً افقی هستند و شهروندان برخوردار از وضعیت و قدرت برابر را دور هم جمع می‌کنند. اما بعضی دیگر شبکه‌های عمودی می‌باشند که شهروندان نابرابر را به وسیله روابط نابرابر مبتنی بر سلسله مراتب و وابستگی به هم پیوند می‌دهند. البته در جهان واقعی تقریباً همه شبکه‌ها مخلوطی از عمودی و افقی هستند.

به نظر وی شبکه‌های مشارکت مدنی از جمله انجمن‌های همسایگی، کانون‌های سرود خوانی، تعاونی‌ها، باشگاه‌های ورزشی، احزاب توده‌ای و... کنش افقی شدید را به نمایش می‌گذارند. هر چه این شبکه‌ها در جامعه‌ای متراکم‌تر باشند احتمال پیش‌تری وجود دارد که شهروندان بتوانند در جهت منافع متقابل همکاری کنند (پاتنام و دیگران، ۱۳۸۰، ۲۹۸-۲۹۳) که نتیجه آن افزایش میزان اعتماد در جامعه است.

۴- روش تحقیق

تحقیق حاضر به روش پیمایش اجرا شده است. جامعه آماری شامل کلیه افراد ۱۸ سال و بالاتر شهر تهران می‌باشد. شیوه نمونه‌گیری، خوشه‌ای چند مرحله‌ای متناسب با حجم است. ابتدا مناطق شهری بر اساس نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای و سپس حجم نمونه هر منطقه (منطقه ۱ و ۱۶)، بر حسب جمعیت ۱۵ سال و بالاتر آن از طریق نرم افزار PASS ۸۰۰ نفر برآورد گردید. از آنجا که این امکان وجود داشت که برخی از پرسشنامه‌ها به دلیل ناقص بودن حذف شود، حجم نمونه به ۸۵۰ مورد افزایش یافت که در نهایت ۸۴۶ پرسشنامه مورد تحلیل قرار گرفته است.

۵- تعریف عملی متغیرها

۵-۱- سرمایه فرهنگی

در تعریف عملیاتی سرمایه فرهنگی از سه بعد سرمایه فرهنگی تجسم یافته، سرمایه فرهنگی عینیت یافته و سرمایه فرهنگی نهادینه شده استفاده شده است که فرایند شاخص سازی آن در جدول شماره ۱ ارائه شده است.

جدول شماره ۱: فرایند شاخص‌سازی مفهوم سرمایه فرهنگی

متغیر	ابعاد اصلی	گویه‌ها
سرمایه فرهنگی	سرمایه فرهنگی تجسم یافته	تا چه حد موسیقی گوش می‌کنید؟ تا چه حد به موسیقی علاقه مندید؟ تا چه حد در فعالیت‌های هنری شرکت می‌کنید؟ تا چه حد خطاطی نقاشی می‌کنید؟ تا چه اندازه ورزش می‌کنید؟ تا چه اندازه هنر پیشه‌ها و خوانندگان را می‌شناسید؟ تا چه اندازه قهرمانان ورزشی را می‌شناسید؟ تا چه اندازه علما و دانشمندان را می‌شناسید؟ تا چه اندازه نویسندگان و شاعران را می‌شناسید؟ تا چه حد در برنامه‌ها و کلاس‌های زبان شرکت می‌کنید؟ تا چه حد با زبان خارجی آشنایی دارند؟
	سرمایه فرهنگی فرهنگی عینیت یافته	تا چه اندازه کتاب مطالعه می‌کنید؟ تا چه اندازه از میلان در منزل خود استفاده می‌کنید؟ تا چه اندازه از صنایع دستی در منزل خود استفاده می‌کنید؟ تا چه اندازه از تابلو فرش در منزل خود استفاده می‌کنید؟ تا چه اندازه از کلکسیون‌ها در منزل خود استفاده می‌کنید؟ تا چه اندازه از کتاب امانت می‌گیرید؟ تا چه حد در خانه از کامپیوتر یا لپ تاپ استفاده می‌کنید؟ تا چه حد به کافی‌نت می‌روید؟ تا چه حد از موبایل استفاده می‌کنید؟ تا چه حد از دوربین استفاده می‌کنید؟ تا چه اندازه ماهواره تماشا می‌کنید؟ تا چه اندازه مجله‌ها و نشریات را می‌خوانید؟ تا چه اندازه روزنامه می‌خوانید؟ تا چه اندازه تلوزیون تماشا می‌کنید؟ تا چه اندازه در خانه از خط اینترنت استفاده می‌کنید؟ تا چه اندازه رادیو گوش می‌دهید؟ تا چه اندازه به کافی‌شاپ می‌روید؟ تا چه اندازه به تئاتر می‌روید؟ تا چه اندازه به سینما می‌روید؟
سرمایه فرهنگی نهادینه شده	سرمایه فرهنگی	سطح تحصیلات (چند کلاس / سال تحصیل نموده‌اند). سطح تحصیلات پدر (چند کلاس / سال تحصیل نموده‌اند). سطح تحصیلات مادر (چند کلاس / سال تحصیل نموده‌اند). تا چه حد در کلاس‌هایی که مدرک یا گواهینامه صادر می‌کنند شرکت کرده‌اید؟ به غیر از آموزش رسمی مدرسه‌ای تا چه اندازه دوره‌های آموزش فنی و حرفه‌ای (کامپیوتر، نقاشی، خطاطی، زبان خارجی، آرایشگری، نقشه‌کشی و ...) را گذرانده‌اید که برای آن مدرک یا گواهینامه صادر کرده‌اند؟

۵-۲- اعتماد اجتماعی

اعتماد اجتماعی شامل مجموعه‌ای از انتظارات، تعهدات اکتسابی و به لحاظ اجتماعی تایید شده می‌باشد که افراد نسبت به یکدیگر و نسبت به سازمان‌ها و نهادهای مربوط به زندگی اجتماعی شان دارند. این تعریف در این پژوهش مدنظر قرار خواهد گرفت. در تعریف عملیاتی مفهوم اعتماد اجتماعی پنج بعد آن مدنظر قرار گرفته است که تمامی این ابعاد و گویه‌های مربوط به آنها در جدول زیر ارائه شده است.

جدول شماره ۲: تعریف عملیاتی متغیر اعتماد اجتماعی

ابعاد اعتماد	گویه ها
اعتماد تعمیم یافته	اعتماد به مردم، صداقت مردم، برگرداندن کیف گم شده توسط مردم، سوار کردن غریبه در شب، کمک به فرد غریبه در شب، دادن موبایل به فرد غریبه برای استفاده، قرض دادن پول به فرد غریبه، یکی بودن ظاهر و باطن افراد، ضایع کردن حق توسط دیگران
اعتماد بین شخصی	اعتماد به به خانواده، اعتماد به خویشاوندان، اعتماد به دوستان، اعتماد به همسایگان
اعتماد نهادی	اعتماد به شورای نگهبان، بسیج، سپاه پاسداران، ارتش، احزاب سیاسی، دولت، دادگستری، مجلس شورای اسلامی، مجمع تشخیص مصلحت نظام، نیروی انتظامی، شورای اسلامی شهر و روستا، صدا و سیما، مطبوعات داخلی
	اعتماد به دانشگاه ها و مرکز آموزش عالی، اعتماد به مدارس
	اعتماد به روحانیت، هیئت های مذهبی، انجمن های اسلامی، حوزه های علمیه، ستادهای امر به معروف و نهی از منکر، اوقاف
	اعتماد به بانک ها، کارخانه های تولیدی، بازار، صندوقهای قرض الحسنه، بازار بورس

تمامی گویه های مربوط به اعتماد اجتماعی و اکثر گویه های سرمایه فرهنگی بر اساس طیف لیکرت تنظیم گردیده است که برای هر گویه ۵ پاسخ (خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم، خیلی کم) در نظر گرفته شده است.

نمره کسب شده افراد در تمامی گویه های مطرح شده در جدول نشان دهنده میزان اعتماد اجتماعی فرد می باشد.

۶- اعتبار^۱ تحقیق

در این تحقیق برای تعیین اعتبار ابزار تحقیق (پرسشنامه) از روش اعتبار صوری و سازه^۲ استفاده شده است. اعتبار سازه «عبارت است از ایجاد ارتباط بین ابزار سنجش (سنجه ها) با چارچوب نظری کلی بدان منظور که مشخص شود آیا ابزار تحقیق با مفاهیم و پیش فرض های نظری^۳ رابطه دارد یا ندارد؟» (دواس، ۱۳۷۶: ۶۴).

1. Validity
2. Construct Validity
3. Theoretical Assumption

در اعتبار سازه، مفهوم و مقیاس با سازه‌ای تحقق می‌یابد که با روابط مورد نظر در تئوری‌ها یا تحقیقات انجام گرفته قبلی هماهنگی داشته باشد. اگر مفهوم مقیاس یا سازه تحقیق روابط یا جهت‌های پیش بینی شده در تحقیقات انجام گرفته قبلی را نشان دهد بر اساس اعتبار سازه، آن مفهوم و مقیاس مورد نظر از اعتبار برخوردار است. همچنین شایان ذکر است که برای تدوین پرسشنامه، علاوه بر استفاده از تحقیقات گذشته، از مبانی نظری تحقیق استفاده شده است.

در اعتبار صوری نیز از نظر متخصصان و صاحب نظران در حوزه موضوع مورد مطالعه در مورد انطباق پرسشنامه با ویژگی‌های مورد انتظار بهره گرفته شده است.

۷- پایایی^۱ تحقیق

یکی از مسائلی که در ارزشیابی ابزار تحقیق اهمیت دارد، پایایی آن است. هر وسیله یا ابزاری که پایایی آن پایین باشد، چیزی جز عوامل تصادفی را منعکس نمی‌سازد. چنین ابزاری نه با خودش همبستگی دارد نه با چیز دیگری. پایایی این است که اگر چیزی را به طور مکرر بسنجیم، نتیجه یکسان باشد.

از میان همه روش‌های ممکن برای آزمون پایایی استفاده از مشخصه‌های آماری پرسش‌های یک مجموعه که مستلزم تنها یک بار اجرای آزمون است، استفاده از روش رایج برآورد ضریب روایی است. ضرابی که از این طریق به دست می‌آیند چون بستگی به میزان هماهنگی آزمون‌ها از یک پرسش به پرسش دیگر دارند، شاخص ثبات یا هماهنگی درونی مواد آزمون و در واقع معرف میزان همپوشی پرسش‌های مختلف آن از لحاظ سنجش یک ویژگی مشترک است.

در تحقیق حاضر برای سنجش پایایی ابزار تحقیق از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است که نتایج آن در جدول شمار ۳ ارائه شده است.

1 Reliability

جدول شماره ۳: ضرایب آلفای کرونباخ ابزار تحقیق

متغیر	ابعاد اصلی	ابعاد فرعی	تعداد گویه ها	ضریب آلفای کرونباخ	
اعتماد اجتماعی	تعمیم یافته	-	۳	۰/۸۷	
	بین شخصی	-	۲	۰/۰۸۶	
	نهادی یا مدنی	سیاسی	۰/۹۲	۳	۰/۹۳
		آموزشی	۰/۸۸	۲	
		مذهبی	۰/۹۳	۴	
		اقتصادی	۰/۹۳	۳	
سرمایه فرهنگی	سرمایه فرهنگی تجسم یافته	مصرف کالاها	۰/۹۵	۹	۰/۹۳
		کالاهای فرهنگی	۰/۸۶	۲	
	سرمایه فرهنگی عینیت یافته	مصرف کالاها	۰/۹۴	۱۸	۰/۹۲
		کالاهای فرهنگی	۰/۸۷	۲	
	سرمایه فرهنگی نهادینه شده	مصرف کالاها	۰/۹۱	۲	۰/۸۹
		کالاهای فرهنگی	۰/۸۹	۲	

۸- یافته‌های تحقیق

جدول شماره ۴: توزیع درصدی پاسخگویان بر حسب متغیر اعتماد اجتماعی

منطقه شهری	متغیر		خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین	انحراف استاندارد	
	اعتماد تعمیم یافته	اعتماد بین شخصی								
منطقه ۱	---	---	۲۳/۰	۲۸/۵	۲۵/۶	۱۲/۳	۱۰/۶	۲/۹۱	۰/۸۶	
	---	---	۲۴/۵	۲۵/۹	۲۲/۳	۱۶/۲	۱۱/۱	۲/۹۹	۰/۹۷	
	اعتماد اجتماعی	سیاسی	اعتماد نهادی	۲۷/۷	۲۵/۰	۲۲/۲	۱۶/۳	۸/۸	۲/۵۹	۰/۶۹
		آموزشی		۲۳/۵	۲۱/۱	۲۲/۹	۲۰/۱	۱۲/۴	۳/۱۱	۰/۷۸
		مذهبی		۱۹/۸	۲۲/۴	۲۲/۶	۲۱/۷	۱۳/۵	۳/۲۳	۰/۹۱
		اقتصادی		۲۶/۹	۲۷/۷	۲۳/۴	۱۱/۹	۱۰/۱	۲/۵۳	۰/۹۴
		کل		۲۳/۸	۲۴/۶	۲۲/۸	۱۷/۲	۱۱/۶	۳/۰۹	۰/۸۳
		کل		۲۴/۱	۲۵/۱	۲۳/۰	۱۶/۵	۱۱/۳	۲/۸۸	۰/۸۸
منطقه ۱۶	---	---	۱۳/۴	۱۵/۹	۲۳/۹	۲۶/۷	۲۰/۱	۳/۵۴	۰/۹۲	
	---	---	۱۳/۱	۱۳/۲	۲۴/۷	۲۷/۶	۲۱/۴	۳/۶۱	۰/۹۳	
	اعتماد اجتماعی	سیاسی	اعتماد نهادی	۱۳/۷	۱۸/۶	۲۳/۱	۲۴/۴	۲۰/۲	۳/۴۴	۰/۸۶
		آموزشی		۱۳/۵	۱۸/۵	۲۰/۱	۲۰/۲	۲۷/۷	۳/۵۷	۰/۸۱
		مذهبی		۱۴/۸	۱۹/۶	۲۲/۶	۲۱/۳	۲۱/۷	۳/۴۰	۰/۸۹
		اقتصادی		۱۳/۲	۱۳/۰	۲۵/۶	۲۸/۶	۱۹/۶	۳/۵۵	۰/۹۵
		کل		۱۳/۸	۱۶/۳	۲۳/۶	۲۴/۷	۲۱/۶	۳/۵۱	۰/۷۶
		کل		۱۳/۳	۱۶/۳	۲۳/۷	۲۵/۰	۲۱/۷	۳/۵۸	۰/۹۲

۱. میانگین از ۵ محاسبه شده است.

با توجه به یافته‌های جدول فوق، توزیع میانگین‌های ابعاد اعتماد اجتماعی در شمال تهران (منطقه ۱) و جنوب تهران (منطقه ۱۶) به شرح زیر می‌باشد: میزان میانگین اعتماد تعمیم‌یافته در شمال تهران ۲/۹۱ و در جنوب تهران ۳/۵۴ می‌باشد. میانگین اعتماد بین شخصی در منطقه ۱، ۲/۹۹ می‌باشد در صورتی که در منطقه ۱۶ این مقدار ۳/۶۱ بوده است. یکی از ابعاد اعتماد نهادی، بعد سیاست است که میانگین این بعد در شمال تهران ۲/۵۹ و در جنوب تهران ۳/۴۴ می‌باشد. همچنین میانگین بعد آموزشی در شمال تهران ۳/۱۱ است اما این رقم در جنوب تهران ۳/۵۷ می‌باشد. در منطقه ۱ میانگین بعد مذهبی ۳/۲۳ و در منطقه ۱۶، ۳/۴۰ بوده و نیز میانگین بعد اقتصادی در شمال تهران ۲/۵۳ بوده اما در جنوب تهران این مقدار ۳/۵۵ بوده است. میانگین اعتماد نهادی در شمال تهران ۳/۰۹ است اما این رقم در جنوب تهران ۳/۵۱ می‌باشد. بر اساس اطلاعات جدول فوق به طور کلی می‌توان بیان کرد که میزان اعتماد اجتماعی پاسخگویان ساکن در شمال تهران (۲/۸۸) کم‌تر از پاسخگویان ساکن در جنوب تهران (۳/۵۸) می‌باشد.

جدول شماره ۵: توزیع درصدی پاسخگویان بر حسب متغیر سرمایه فرهنگی

منطقه شهری	متغیر	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین	انحراف استاندارد
منطقه ۱	تجسم یافته	۱۲/۶	۱۷/۷	۲۲/۲	۲۷/۷	۲۰/۲	۳/۹۷	۰/۹۸
	عینیت یافته	۱۲/۸	۱۸/۶	۲۰/۸	۲۰/۲	۲۷/۹	۳/۸۹	۰/۸۷
	نهادینه شده	۱۳/۵	۱۸/۵	۲۱/۷	۲۱/۳	۲۴/۹	۳/۶۹	۰/۹۲
	کل	۱۲/۹	۱۸/۳	۲۱/۵	۲۳/۱	۲۴/۲	۳/۸۵	۰/۹۳
منطقه ۱۶	تجسم یافته	۲۵/۹	۲۷/۲	۲۱/۵	۱۷/۴	۸/۰	۲/۶۱	۰/۷۲
	عینیت یافته	۲۴/۶	۲۲/۴	۲۳/۷	۲۲/۲	۷/۱	۳/۰۸	۰/۸۸
	نهادینه شده	۱۸/۲	۲۳/۹	۲۳/۷	۲۲/۷	۱۱/۵	۳/۲۱	۰/۹۵
	کل	۲۲/۸	۲۴/۶	۲۲/۹	۲۰/۸	۸/۹	۲/۹۰	۰/۸۹

جدول فوق نشان‌دهنده توزیع درصدی پاسخگویان بر حسب سرمایه فرهنگی و ابعاد آن در منطقه ۱ (شمال تهران) و منطقه ۱۶ (جنوب تهران) می‌باشد. نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که میانگین سرمایه فرهنگی تجسم یافته در شمال تهران ۳/۹۷ و در جنوب تهران ۲/۶۱ می‌باشد. همچنین میانگین سرمایه فرهنگی عینیت یافته در منطقه ۱، ۳/۸۹ بوده اما این میزان در منطقه ۱۶، ۳/۰۸ می‌باشد. میزان سرمایه فرهنگی نهادینه شده در شمال تهران ۳/۶۹ است؛ در صورتی که میزان این بعد از سرمایه فرهنگی در جنوب تهران ۳/۲۱ می‌باشد. به طور کلی می‌توان بیان کرد که میزان سرمایه فرهنگی در بین پاسخگویان ساکن در شمال تهران (۳/۸۵) بیشتر از پاسخگویان ساکن در جنوب تهران (۲/۹۰) می‌باشد.

جدول شماره ۶: مقایسه میزان اعتماد اجتماعی پاسخگویان بر حسب منطقه شهری

متغیر	منطقه شهری	تعداد	میانگین	T	sig
اعتماد تعمیم یافته	شمال (منطقه ۱)	۴۲۳	۲/۹۱	-۲۵/۹۸۱	۰/۰۰۰
	جنوب (منطقه ۱۶)	۴۲۳	۳/۵۴		
اعتماد بین شخصی	شمال (منطقه ۱)	۴۲۳	۲/۹۹	-۲۵/۲۳۷	۰/۰۰۰
	جنوب (منطقه ۱۶)	۴۲۳	۳/۶۱		
اعتماد نهادی	شمال (منطقه ۱)	۴۲۳	۳/۰۹	-۲۱/۱۷۹	۰/۰۰۰
	جنوب (منطقه ۱۶)	۴۲۳	۳/۵۱		
اعتماد (کل)	شمال (منطقه ۱)	۴۲۳	۲/۸۸	-۲۸/۵۸۵	۰/۰۰۰
	جنوب (منطقه ۱۶)	۴۲۳	۳/۵۸		

جدول فوق نشان دهنده مقایسه میزان ابعاد اعتماد اجتماعی پاسخگویان بر منطقه شهری (شمال و جنوب) می باشد. نتایج حاصل از آزمون T نشان دهنده آن است که در میانگین ابعاد مختلف اعتماد اجتماعی در شمال و جنوب شهر تفاوت وجود دارد و با توجه به سطح معنی داری، تفاوت های مشاهده شده از نظر آماری معنادار می باشد. در تمامی ابعاد اعتماد اجتماعی، جنوب شهر نسبت به شمال شهر، میانگین بالاتری را به خود اختصاص داده است.

جدول شماره ۷: مقایسه میزان ابعاد سرمایه فرهنگی پاسخگویان بر حسب منطقه شهری

متغیر	منطقه شهری	تعداد	میانگین	T	sig
سرمایه فرهنگی تجسم یافته	شمال (منطقه ۱)	۴۲۳	۳/۹۷	-۲۵/۱۲۴	۰/۰۰۰
	جنوب (منطقه ۱۶)	۴۲۳	۲/۶۱		
سرمایه فرهنگی عینیت یافته	شمال (منطقه ۱)	۴۲۳	۳/۸۹	-۱۷/۵۴۲	۰/۰۰۰
	جنوب (منطقه ۱۶)	۴۲۳	۳/۰۸		
سرمایه فرهنگی نهادینه شده	شمال (منطقه ۱)	۴۲۳	۳/۶۹	-۱۲/۳۷۴	۰/۰۰۰
	جنوب (منطقه ۱۶)	۴۲۳	۳/۲۱		
سرمایه فرهنگی (کل)	شمال (منطقه ۱)	۴۲۳	۳/۸۵	-۲۶/۴۱۲	۰/۰۰۰
	جنوب (منطقه ۱۶)	۴۲۳	۲/۹۰		

جدول فوق نشان دهنده مقایسه میزان ابعاد سرمایه فرهنگی پاسخگویان بر منطقه شهری (شمال و جنوب) می باشد. نتایج حاصل از آزمون T نشان دهنده آن است که در میانگین ابعاد مختلف سرمایه فرهنگی در شمال و جنوب شهر تفاوت وجود دارد و با توجه به سطح معنی داری، تفاوت های مشاهده شده از نظر آماری معنادار می باشد. در تمامی ابعاد سرمایه فرهنگی، شمال شهر نسبت به جنوب شهر، میانگین بالاتری را به خود اختصاص داده است.

جدول شماره ۸: آزمون ضریب همبستگی بین سرمایه فرهنگی و اعتماد اجتماعی

سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	متغیر	
۰/۰۰۰	-۰/۲۴۶	اعتماد تعمیم یافته	سرمایه فرهنگی تجسم یافته
۰/۰۰۰	-۰/۳۱۱	اعتماد بین شخصی	سرمایه فرهنگی تجسم یافته
۰/۰۰۰	-۰/۲۹۸	اعتماد نهادی	سرمایه فرهنگی تجسم یافته
۰/۰۰۰	-۰/۱۹۹	اعتماد تعمیم یافته	سرمایه فرهنگی عینیت یافته
۰/۰۰۰	-۰/۳۶۵	اعتماد بین شخصی	سرمایه فرهنگی عینیت یافته
۰/۰۰۰	-۰/۳۶۰	اعتماد نهادی	سرمایه فرهنگی عینیت یافته
۰/۰۰۰	-۰/۳۷۵	اعتماد تعمیم یافته	سرمایه فرهنگی نهادینه شده
۰/۰۰۰	-۰/۳۱۷	اعتماد بین شخصی	سرمایه فرهنگی نهادینه شده
۰/۰۰۰	-۰/۲۴۸	اعتماد نهادی	سرمایه فرهنگی نهادینه شده
۰/۰۰۰	-۰/۳۴۵	اعتماد اجتماعی (کل)	سرمایه فرهنگی (کل)

جدول فوق نشان دهنده ضریب همبستگی میان ابعاد سرمایه فرهنگی و ابعاد اعتماد اجتماعی می باشد. یافته های حاصل از آزمون پیرسون حاکی از آن است که بین تمام ابعاد سرمایه فرهنگی و ابعاد اعتماد اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. لازم به ذکر است که بین تمامی ابعاد سرمایه فرهنگی و ابعاد اعتماد اجتماعی، رابطه از نوع منفی می باشد. به این معنی که با افزایش یک متغیر، متغیر دیگر کاهش می یابد و به عکس.

۹- تحلیل رگرسیونی عوامل موثر بر اعتماد اجتماعی

جدول شماره ۹: تحلیل رگرسیونی سرمایه فرهنگی برای اعتماد اجتماعی

سطح معنی داری (Sig)	(Constant) B	ضریب بتا (β)	ضریب تعیین (R Square)	ضریب همبستگی (R)	سرمایه فرهنگی و اعتماد اجتماعی
۰/۰۰۰	۹/۶۰۵ -۰/۵۵۲	-۰/۵۳۱	۰/۳۱۱	۰/۵۳۱	

یافته‌ها نشان می‌دهد که تأثیر متغیر مستقل سرمایه فرهنگی بر اعتماد اجتماعی معنادار است و می‌تواند ۳۱/۱ درصد از تغییرات متغیر وابسته مذکور را تبیین کند. ضریب بتا حاکی از آن است که تأثیر خالص متغیر سرمایه فرهنگی بر اعتماد اجتماعی برابر با (-۰/۵۳۱) است و جهت تأثیرگذاری نیز منفی

می‌باشد. بدین معنا که افزایش میزان سرمایه فرهنگی سبب کاهش میزان اعتماد اجتماعی می‌شود و به عکس.

جهت بررسی بهتر تأثیر ابعاد سرمایه فرهنگی بر اعتماد اجتماعی، سه بعد سرمایه فرهنگی به طور مستقل وارد معادله رگرسیون خطی چند متغیره (به شیوه گام به گام) شده‌اند که نتایج آن در جدول زیر آمده است.

جدول شماره ۱۰: ضرایب تأثیر مدل نهایی ابعاد سرمایه فرهنگی برای اعتماد اجتماعی

Sig	T-value	ضریب رگرسیونی استاندارد (Beta)	Std.error	ضریب- رگرسیونی غیر استاندارد (B)	متغیرها
۰/۰۰۰	۴۹/۵۴۹		۰/۰۳۶	۹/۶۰۵	مقدار ثابت
۰/۰۰۰	-۳۰/۶۵۸	-۰/۳۵۸	۰/۰۳۳	-۰/۳۷۰	سرمایه فرهنگی تجسم یافته
۰/۰۰۰	-۳۹/۴۷۸	-۰/۴۹۲	۰/۰۵۰	-۰/۵۰۶	سرمایه فرهنگی عینیت یافته
۰/۰۰۰	-۲۵/۴۶۸	-۰/۱۹۷	۰/۰۲۱	-۰/۲۰۵	سرمایه فرهنگی نهادینه شده

یافته‌های جدول مذکور حاکی از آن است که هر سه متغیر مستقل در مدل نهایی باقی مانده و تأثیر هر سه بعد بر متغیر وابسته اعتماد اجتماعی، منفی است. اما ضریب بتا نشان می‌دهد که تأثیر متغیر سرمایه فرهنگی عینیت یافته بر متغیر وابسته بیشتر از دو بعد دیگر می‌باشد. همچنین تأثیر متغیر سرمایه فرهنگی تجسم یافته بر متغیر وابسته اعتماد اجتماعی بیشتر از سرمایه فرهنگی نهادینه شده است.

۱۰- نتیجه گیری

در تحقیق حاضر تأثیر سرمایه فرهنگی بر اعتماد اجتماعی در محلات شهر تهران مورد بررسی قرار گرفته است و همچنین به بررسی تطبیقی سرمایه فرهنگی و اعتماد اجتماعی در شمال (منطقه ۱) و جنوب شهر (منطقه ۱۶) پرداخته شده است. روش مطالعه از نوع پیمایش و تکنیک جمع‌آوری اطلاعات، پرسشنامه بوده است. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه افراد ۱۸ سال و بالاتر ساکن در شهر تهران می‌باشد. حجم نمونه تحقیق ۸۴۶ نفر را شامل می‌شود.

یافته‌ها نشان می‌دهد که میانگین اعتماد اجتماعی پاسخگویان ساکن در شمال تهران (۲/۸۸) کم‌تر از پاسخگویان ساکن در جنوب تهران (۳/۵۸) بوده است. همچنین میانگین سرمایه فرهنگی در بین پاسخگویان ساکن در شمال تهران (۳/۸۵) بیشتر از پاسخگویان ساکن در جنوب تهران (۲/۹۰) می‌باشد. به طور کلی می‌توان گفت که اعتماد اجتماعی در منطقه ۱ (شمال تهران) نسبت به منطقه ۱۶ (جنوب تهران)

کم‌تر بوده در صورتی که سرمایه فرهنگی پاسخگویان ساکن در ناحیه شمال تهران بیشتر از پاسخگویان ساکن در ناحیه جنوب تهران می‌باشد.

نتایج حاصل از آزمون T نشان دهنده این مهم می‌باشد که میانگین ابعاد مختلف اعتماد اجتماعی در شمال و جنوب شهر تفاوت معنادار وجود دارد و در تمامی ابعاد اعتماد اجتماعی، جنوب شهر (۳/۵۸) نسبت به شمال شهر (۲/۸۸) میانگین بالاتری را به خود اختصاص داده است. همچنین نتایج آزمون T نشان داده است که تفاوت مشاهده شده در میانگین ابعاد مختلف سرمایه فرهنگی در شمال و جنوب شهر معنادار بوده است. در تمامی ابعاد سرمایه فرهنگی، شمال شهر نسبت به جنوب شهر میانگین بالاتری را به خود اختصاص داده است. یافته‌های حاصل از آزمون پیرسون میان ابعاد سرمایه فرهنگی و ابعاد اعتماد اجتماعی حاکی از آن است که بین تمام ابعاد سرمایه فرهنگی و ابعاد اعتماد اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد و این رابطه از نوع منفی می‌باشد.

یافته‌های حاصل از رگرسیون خطی چند متغیره نشان می‌دهد که تأثیر متغیر مستقل سرمایه فرهنگی بر اعتماد اجتماعی معنادار است و متغیر سرمایه فرهنگی می‌تواند ۳۱/۱ درصد از تغییرات متغیر اعتماد اجتماعی را تبیین کند و قابل ذکر است که تأثیر خالص متغیر سرمایه فرهنگی بر اعتماد اجتماعی برابر با ۰/۵۳۱- است و جهت تأثیر گذاری نیز منفی می‌باشد، بدین معنا که، افزایش میزان سرمایه فرهنگی سبب کاهش میزان اعتماد اجتماعی می‌شود و به عکس. معادله رگرسیون خطی چند متغیره حاکی از آن است که هر سه بعد متغیر مستقل سرمایه فرهنگی در مدل نهایی باقی مانده و تأثیر هر سه بعد بر متغیر وابسته اعتماد اجتماعی منفی است. اما با توجه به ضریب بتا، می‌توان دریافت که تأثیر متغیر سرمایه فرهنگی عینیت یافته، سرمایه فرهنگی تجسم یافته و سرمایه فرهنگی نهادینه شده بر اعتماد اجتماعی به ترتیب از بیشتر به کمتر می‌باشد.

یافته‌های تحقیق حاضر با برخی از نتایج تحقیقات قریشی و صداقت (۱۳۸۸) و گراوس و دیگران (۲۰۰۴) همسو می‌باشد. از لحاظ نظری، بر اساس نظریات بوردیو، سرمایه فرهنگی مجموعه‌ای از ثروت‌های نمادین است که از یک سو به معلومات کسب شده‌ای بر می‌گردد که به شکل رغبت‌های پایدار ارگانیک، حالت درونی شده به خود می‌گیرند (در زمینه خاصی دانش دوست بودن، با فرهنگ بودن، به زبان و نحو بیان تسلط داشتن، جهان اجتماعی و رمزگان آن را شناختن و خود را در این جهان آشنا دیدن و ...)؛ از سوی دیگر، به صورت موفقیت‌های مادی، سرمایه به حالت عینیت یافته (تابلوها، کتاب‌ها و ...) جلوه می‌کند؛ در نهایت سرمایه فرهنگی می‌تواند به حالت نهادینه شده در جامعه به صورت عناوین و مدارک تحصیلی به استعدادهای فرد عینیت ببخشد. جامعه‌ای که چنین بازشناسی را اعلام می‌نماید، آن را نهادینه می‌کند و برایش جایگاه تعیین می‌نماید. سرمایه فرهنگی بدون کوشش شخصی کسب نمی‌شود و

به ارث برده نمی شود بلکه از جانب عامل کار طولانی، مداوم و پیگیری و فرهنگ پذیری را می طلبد که با هدف جزئی از خود کردن، از آن خود کردن آن را به قالب خود کشیدن، به عنوان چیزی که وجود اجتماعی او را تحول می بخشد. بوردیو می گوید: «سرمایه فرهنگی، داشتنی است که بودن شده است، ملکی است درونی شده و جزء جدایی ناپذیر شخصیت گردیده است و خصلت فرد شده است» (شویره و فونتن، ۱۳۸۵: ۹۸). بوردیو در مباحث نظری خود در خصوص میدان، از انتقال، تبدیل و تأثیر سرمایه ها بر یکدیگر سخن می گوید. همچنین بوردیو بیان می کند که وجود مختلف سرمایه ها، به وجود آورنده نوع خاصی از شخصیت می باشد. بر اساس نتایج تحقیق حاضر، سرمایه فرهنگی در بین شهروندان تهرانی توانسته است موجب شکل گیری سطوح مختلفی از اعتماد شود. البته قابل به ذکر است که سرمایه فرهنگی تنها تبیین کننده و شکل دهنده اعتماد اجتماعی نخواهد بود. اما با توجه به یافته ها، سرمایه فرهنگی توانسته است ۳۱/۱ درصد از تغییرات اعتماد اجتماعی را تبیین نماید.

فهرست منابع

۱. آزاد ارمکی، تقی و کمالی، افسانه، (۱۳۸۳)، اعتماد، اجتماع و جنسیت: بررسی تطبیقی اعتماد متقابل در بین دو جنس، مجله جامعه‌شناسی ایران، سال پنجم، شماره ۲، صص ۱۰۰-۱۳۲.
۲. اوجاقلو، سجاد و زاهدی، محمد جواد، (۱۳۸۴)، بررسی اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در بین ساکنان شهر زنجان، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره ششم، شماره ۴، صص ۹۲-۱۲۵.
۳. بابازاده بایی، علی، (۱۳۸۹)، بررسی تأثیر اعتماد اجتماعی بر مشارکت سیاسی: مطالعه موردی افراد ۲۰ سال و بالاتر شهر بابل، پایان‌نامه مقطع کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه مازندران.
۴. پوتنام، روبرت و لئوناردی، روبرت و نانتی، رافائلا، (۱۳۸۰)، دموکراسی و سنت‌های مدنی: تجربه ایتالیا و درس‌هایی برای کشورهای در حال گذر، ترجمه محمد تقی دلفروز، نشر روزنامه سلام، تهران.
۵. حیدرآبادی، ابوالقاسم، (۱۳۸۹)، اعتماد اجتماعی و عوامل اجتماعی- فرهنگی مؤثر بر آن: مطالعه موردی جوانان ۲۰ تا ۲۹ ساله استان مازندران، مجله تخصصی جامعه‌شناسی، سال اول، پیش شماره اول، صص ۳۹-۶۶.
۶. دواس، دی، ای، (۱۳۷۶)، روش پیمایش در تحقیق اجتماعی، ترجمه مریم رفعت و رخساره کاظم، مرکز مطالعات و سنجش افکار، تهران.
۷. زتومکا، پیوتر، (۱۳۸۷)، اعتماد، نظریه جامعه‌شناختی، ترجمه غلامرضا غفاری، انتشارات شیرازه، تهران، چاپ دوم.

۸. شارع‌پور، محمود؛ خوشفر، غلامرضا، (۱۳۸۱)، رابطه سرمایه فرهنگی با هویت اجتماعی جوانان «مالع» موردی شهر تهران»، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۰، صص ۱۴۷-۱۳۳.
۹. شویره، کریستی ین، فونتین، اولیویه، (۱۳۸۵)، واژگان بوردیو، ترجمه مرتضی کتبی، نی، تهران، چاپ دوم.
۱۰. ضیاءپور، آرش، (۱۳۸۹)، بررسی تأثیر سرمایه فرهنگی بر مدیریت بدن جوانان: مطالعه موردی جوانان شهر گیلانغرب، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه مازندران.
۱۱. فاضلی، محمد (۱۳۸۲)، مصرف و سبک زندگی، قم: انتشارات صبح صادق.
۱۲. قریشی، فخرالسادات و صداقت، کامران، (۱۳۸۸)، بررسی نقش عوامل فرهنگی- اجتماعی مرتبط بر شکل‌گیری اعتماد اجتماعی شهروندان تبریز، جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیستم، شماره پیاپی ۳۶- شماره ۴، صص ۱۰۲-۷۵.
۱۳. کتابی، محمود و ادیبی سده، مهدی و قاسمی، وحید و صادقی ده چشمه، ستار، (۱۳۸۹)، سنجش اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در مراکز شهرستان‌های چهارمحال و بختیاری، جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست و یکم، شماره پیاپی ۴۰- شماره ۴، صص ۱۲۲-۹۷.
۱۴. مسلمی بطرودی، رقیه، (۱۳۸۹)، بررسی تأثیر سرمایه فرهنگی بر اوقات فراغت: مطالعه موردی شهرستان جویبار، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه مازندران.
۱۵. ممتاز، فریده، (۱۳۸۳)، مفهوم طبقه از دیدگاه بوردیو، پژوهشنامه علوم انسانی، شماره ۴۱-۴۲، صص ۱۴۹-۱۶۰.
۱۶. منصوریان، کریم و قدرتی، حسین، (۱۳۸۸) اعتماد اجتماعی و تعیین‌کننده‌ی آن: رهیافت نهادمحور یا رهیافت جامعه‌محور؟، جامعه‌شناسی کاربردی، شماره ۲، صص: ۲۱۵-۱۸۹.
17. Gross, Ki. & Aday, S. & Brewer, P. (2004). A panel study of media effects on political and social trust after September 11, 2001. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 9, 4, 49-73.
18. Letki, N. (2003). *Explaining political participation in east-central Europe: social capital, democracy and the communist past*. www.allacademic.com/meta/p64195_index.html
19. Tamilina, L. (2006). The Impact of Welfare State Development on Social Trust Formation: an Empirical Investigation. *Electronic Journal of Knowledge Management*, 7, 4, 501-508, available online at www.ejkm.com.