

بررسی رابطه میزان مراجعه افراد به مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی ناجا با افزایش اعتماد آنها

تاریخ پذیرش: ۹۱/۵/۲۵

تاریخ دریافت: ۹۱/۲/۸

عزت اله سام آرام^۱، ابراهیم عبدالله صفت^۲

چکیده

اعتماد یکی از سازه‌های اصلی سرمایه اجتماعی است و عوامل متعددی از جمله ساختار تاریخی، عدم توجه به سازمان‌های مردم‌نهاد و تغییر رویکرد اقتصادی و سیاست نقدیس ساختاری در کاهش سطح اعتماد به سازمان‌ها و وارگان‌ها مؤثر هستند. هدف اصلی این تحقیق شناسایی و تبیین میزان تأثیرگذاری مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی ناجا بر اعتماد مراجعه کنندگان به این مراکز است. روش تحقیق پژوهش حاضر توصیفی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق، کلیه افراد مراجعه کننده به مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی ناجا است که به روش نمونه‌گیری در دسترس نمونه مورد مطالعه انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌های این تحقیق نیز پرسش‌نامه است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که رابطه معناداری بین میزان مراجعه کنندگان به مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی ناجا و اعتماد به خدمت آنها وجود دارد. به طوری که هر چه میزان مراجعه به این مراکز بیشتر شود به همان میزان نیز اعتماد به مراکز و به تبع آن اعتماد به سازمان نیروی انتظامی بیشتر می‌شود. همچنین این تحقیق نشان داد که این مراکز، قابلیت و توانایی لازم برای تأثیرگذاری بر میزان اعتماد افراد مراجعه کننده را دارد.

کلیدواژه‌ها

اعتماد انتزاعی، اعتماد متقابل، احساس امنیت، میزان مراجعه، اعتماد بنیادی، رضایت، مصرف رسانه ای، اطلاع رسانی

۱- استاد رفاه اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی

۲- کارشناس ارشد مددکاری اجتماعی

در دنیای پر تلاطم امروز، پیچیدگی فرایند زندگی و همچنین تغییرات سریع، گاهی اوقات باعث می شود افراد در اجرای نقش‌های خود دچار بحران یا به تعبیر دیگر دچار کژکارکردی و سر درگمی در نقش شوند، بنابراین تلاش برای اجتماعی شدن مجدد افراد^۱ و برگرداندن آنها به آغوش جامعه در طول زمان سبب شکل‌گیری سازمان‌ها و مراکزی برای راهنمایی و کمک به این افراد شده است. یکی از این مراکز که به صورت‌های مختلف خصوصی و دولتی در سطح جامعه در جهت خدمت‌رسانی به افراد تأسیس شده است، مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی است که مشابه این مراکز را در نیروی انتظامی می‌توان دید. از سویی اعتماد یکی از سازه‌های اصلی سرمایه اجتماعی است که وحدت را در نظام‌های اجتماعی ایجاد و حفظ می‌کند و ارزش‌های دموکراتیک را پرورش می‌دهد و بدین ترتیب مقبولیت و اثر بخشی نهادهای دموکراتیک را افزایش می‌دهد. همچنین بنا به ماهیت سازمان‌های ارائه‌دهنده خدمات (مانند مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی نیروی انتظامی) با این فرض که سازمان‌ها، سازه‌هایی اجتماعی‌اند که در تعامل گسترده با افراد و گروه‌های مختلف جامعه و در یک بستر فرهنگی، اجتماعی خاص ساخت یافته‌اند، باید انتظار داشت که بخشی از کارآیی و کارآمدی و موفقیت این سازمان‌ها به نحوی نیازمند اعتماد اولیه به کارایی این سازمان‌ها است. بنابر نظر برخی متفکران معاصر وضع اعتماد در جامعه، شرایط مناسبی ندارد و عوامل متعددی در پائین بودن سطح اعتماد خصوصاً در برخی سازمان‌ها و ارگان‌ها در ایران امروز دخیل هستند.

برخی از این عوامل عبارت‌اند از:

۱- به لحاظ تاریخی ساخت قدرت آمرانه و حکومت استبدادی علی‌رغم ورود عناصر تازه مثل قانون اساسی و پارلمان و نیز نظام‌های تخصصی خیلی تغییر نیافته و به قول بشیریه فضایی را به نام فرهنگ سیاسی تابعیت به وجود آورده که چنین فرهنگی توانایی افراد در همکاری و اعتماد متقابل را در آنان تضعیف می‌کند (بشیریه، ۱۳۷۵: ۷۸).

۲- عدم توجه به سازمان‌های مردم نهاد و داوطلبانه که نهادی میانجی بین دولت و مردم هستند، نیز این شکاف را تشدید کرده است و خود علت دیگری در عدم تبدیل نظارت دولتی به نظارت اجتماعی و در نتیجه عدم بهبود کارایی و عملکرد سازمان‌های اداری شده است.

۳- اگر به مجموعه عوامل فوق تغییر رویکردهای اقتصادی و سیاست تعدیل ساختاری را که در بعد از جنگ تحمیلی گزینه مطرح بوده است، اضافه کنیم به طور خلاصه می‌توان گفت عوامل کاهش اعتماد اجتماعی را برشمرده ایم. عامل اخیر از یک طرف باعث افزایش سطح نیازها و از طرف دیگر به دلیل محدودیت امکانات، دسترسی به اهداف و ارزش‌های مطرح شده باعث تضعیف ارزش‌های مذهبی می‌شود، زیرا همه افراد کم و بیش به دنبال دستیابی به ابزار مادی به هر وسیله‌ای سوق داده می‌شوند که این امر خود در کاهش سطح اعتماد عمومی مؤثر خواهد بود (رفیع پور، ۱۳۷۸: ۱۵۷).

همچنین در پاره ای تعریف‌ها از سرمایه اجتماعی به نهادهای سطح جامعه اشاره شده است و همان طور که می‌دانیم در جامعه چند نهاد اصلی تا کنون شناخته شده است: (الف) خانواده؛ (ب) آموزش و پرورش؛ (ج) اقتصاد؛ (د) سیاست (قدرت)؛ و (ه) دین.

با توجه به این نهادها در پژوهش حاضر از یک طرف مؤلفه ای به نام اعتماد و مهم تر از آن، این مؤلفه در سازمانی اجتماعی به نام نیروی انتظامی که مأموریت اصلی آن برقراری نظم و امنیت در سطح جامعه است و خود زیر مجموعه یکی از نهادهای اصلی جامعه به نام نهاد سیاست و قدرت است، مورد بررسی قرار می‌گیرد. باید یادآور شد که این سازمان از طریق حوزه‌های مختلفی در بطن جامعه با مردم ارتباط مستقیم دارد (کلانتری‌ها، راهنمایی و رانندگی، پلیس +۱۰ و...). یکی از این حوزه‌ها، مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی است که جهت ارائه خدمات مختلف مشاوره و مددکاری اجتماعی به جامعه راه اندازی شده است. همچنین با توجه به اینکه مراجعه فیزیکی افراد به مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی ناجا نیازمند اعتمادی هر چند مقدماتی و شاید نه چندان پایدار است، می‌توان گفت در صورتی که فرد در مراجعات اولیه و مراجعات بعدی خود اعتماد و اطمینان اش به مرکز بیشتر شده باشد، از این طریق می‌توان به بازسازی و شکل دهی ذهنیات و باورهایش هم درباره خود و هم جامعه پرداخت و از

راه‌های مختلف افراد را جهت چاره جویی و حل مسائشان به مراکز مشاوره دعوت کرد. از سویی با توجه به اینکه میزان اثربخشی و کارایی سازمان‌های مختلف در جامعه به ویژه مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی ناجا که عموماً با افراد جامعه سروکار دارد، به وجود عناصر اعتماد متقابل و اعتماد نهادی بین افراد و سازمان، وابسته است، می‌توان گفت لازمه رشد کارایی هرچه بیشتر مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی ناجا و حتی خود ناجا به میزان اعتماد افراد به آنها بستگی دارد؛ زیرا به هر میزان اعتماد افراد به آنها پایین باشد میزان مراجعات آنها کمتر بوده و شاید هرگز به این مراکز مراجعه نکنند. از طرف دیگر، از آنجا که فلسفه تأسیس این مراکز، ارائه خدمات مختلف برای حل مسائل و مشکلات افراد و تأثیر گذاری بر سبک زندگی و فکری افراد جامعه است، در گام اول این مراکز دچار سستی و شکاف بین اهداف و وضعیت موجود خود خواهند شد.

با این توصیف، این تحقیق به دنبال پاسخ گویی به این سؤال است که چه رابطه‌ای بین میزان مراجعه افراد به مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی ناجا با افزایش اعتماد آنها به مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی نیروی انتظامی وجود دارد؟

هدف اصلی پژوهش حاضر، شناخت میزان تأثیر گذاری مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی ناجا بر اعتماد مراجعان شان در مراجعات بعدی است. اهداف فرعی این پژوهش نیز عبارت اند از: شناسایی ویژگی‌های شخصی افراد و ارتباط آن با میزان اعتماد آنها، سنجش میزان اعتماد بنیادی کسانی که به این مراکز مراجعه می‌کنند، ارزیابی افراد از کارکنان مراکز مشاوره، ارزیابی آنها از ساختار سازمانی مرکز مشاوره، مقایسه میزان مراجعه زنان و مردان، همچنین کیفیت خدمات ارائه شده در این مراکز، میزان رضایت آنها از مراجعه به این مراکز و ارزیابی انتظارات آنها از نیروی انتظامی.

چارچوب نظری

واقعیت اجتماعی، واقعیتی پیچیده و دارای ابعادی متعدد است به گونه ای که کمتر می‌توان نظریه ای یافت که توان پوشش آن را در قالبی واحد داشته باشد. از این رو، به نوعی تمام دیدگاه‌های مطرح شده فاقد ویژگی اصل جامعیت هستند. بنابراین، این

دیدگاه‌ها هر یک از منظری ویژه اعتماد را مورد مطالعه قرار داده اند. مقایسه این آرا و بررسی ابعاد گوناگون آنها امکان انتخاب یک چارچوب نظری به مثابه ترسیم کننده مسیر شناخت، تحلیل واقعیت اجتماعی را امکان پذیر می کند. بخش عمده ای از این دیدگاه‌های مورد بررسی به سطح کلان تحلیل پرداخته اند. اما اکثر نظریه پردازان کلاسیک به سطح تحلیل کلان و در مقابل عده ای از معاصران (به غیر از فوکویاما) به سطح تحلیل خرد پرداخته اند. البته این در حالی است که گیدنز هر دو سطح تحلیل را ارائه داده است و اعتماد را تنها با کیفیت و ویژگی‌های فردی مرتبط ندانسته، بلکه آثار تحولات اجتماعی-اقتصادی را در آن مؤثر قلمداد کرده است. آرای نظریه پردازان کلاسیک نشان می دهد که آنان بیشتر از اعتماد به همبستگی توجه داشته اند و اعتماد تنها به صورتی کلی در دیدگاه‌های آنان مطرح شده است. اما در مقابل نظریه پردازان معاصر بخش‌هایی مجزا را به اعتماد اختصاص داده اند. رویکرد عمده هم در بررسی اعتماد، رویکرد جامعه شناختی است. البته به استثنای فوکویاما که با بُعد جامعه شناسی اقتصادی به قضیه توجه کرده است، اکثر دیدگاه‌های مورد بررسی به نوعی در چارچوب جامعه شناسی نظم قرار می گیرند. از میان دو دسته نظریه پردازان کلاسیک و معاصر، کلاسیک‌ها به ساخت و معاصران به روابط اجتماعی توجه دارند، که در اینجا بیشتر تلاش ما به استفاده تلفیقی از این دو برای چارچوب پژوهش است. نظریه‌های کلمن بیشتر در فضای سرمایه اجتماعی مطرح شده است؛ هر چند وی به ابعاد اعتماد شخصی و انتزاعی توجه داشته است، اما به طور کلی با شیوه ای روان شناختی، مبادله را مبنای تحلیل اش قرار داده است و بیشتر به بررسی بر روی گروه‌های کوچک پرداخته است که قواعد حاکم بر آنها به کلی یا در اکثر موارد با قواعد گروه‌های بزرگ تفاوت دارد. علاوه برداشتن سطح تحلیل خرد، نظریه‌ها کلمن تبیین مناسبی از اعتماد به دولت و سازمان‌ها ارائه داده است. در مقابل نظریه‌های گیدنز به دلیل توجه به وجوه اصلی دنیای مدرن و کاربرد سطوح خرد و کلان تحلیل، چارچوب مناسب تری به نظر می رسد، همچنین از آنجا که گیدنز انواع اعتماد را مورد توجه قرار می‌دهد، وجوه روان شناختی مورد توجه اریکسون و دیگر روان شناسان را به همراه وجوه جامعه شناختی توأمان به کار می برد. اعتماد در دیدگاه وی کیفیتی و وجهی از

همبستگی اجتماعی نیست بلکه شیوه ای ضروری و اجتناب ناپذیر برای حیات اجتماعی به شمار می رود.

در مجموع با توجه به اینکه نظریه‌های موجودی که در زمینه اعتماد اجتماعی و سرمایه اجتماعی بحث کرده اند از تنوع و گستردگی بسیار زیادی برخوردارند، و همچنین با توجه به گستردگی جوانب و سطوح اعتماد، می توان گفت که اعتماد در تمام سطوح فردی، خانوادگی و اجتماعی مد نظر پاتنام دارای ابعاد عینی و ذهنی است که این ابعاد در تعاریف و نظریه‌ها ارائه شده از سوی دانشمندان علوم اجتماعی قابل مشاهده است؛ برای مثال دورکهایم آن را احساس همبستگی (بُعد ذهنی) می داند یا نظریه زیمل آن را وابستگی مطمئن به یک اصل و صور انتزاعی مثل پول می داند که بیشتر مسئله اطمینان (که همان بُعد عینی اعتماد است) را مطرح می کند.

همان گونه که اشاره شد، هر کدام از نظریه‌ها تنها جنبه‌ها یا ابعادی از اعتماد را آن هم در یک سطح محدود مورد بررسی قرار داده اند و یک نظریه کامل و جامع که با توجه به آن بتوان تمام جوانب، سطوح و ابعاد اعتماد را مورد سنجش قرار داد در دسترس نیست، با این همه، سعی بر آن است که حداقل بهترین نظریه‌هایی که بتوانند بیشترین پوشش را بر مفهوم گسترده اعتماد بدهند، انتخاب شود.

در این میان، گمان می رود که نظریه‌های گیدنز (بُعد ذهنی) با مبنای نظری مطالعه آثار مدرنیته که اعتماد را انتظار برآورده شدن چشم داشت‌ها در مورد رویدادهای احتمالی و باور به تعهد و صمیمیت دیگران در کنش‌های متمرکز دانسته است و نظریه‌های زیمل با مبنای نظری مبادله (بُعد عینی) که اعتماد را شکلی از اعتقاد و به مثابه وابستگی مطمئن به یک نفر یا یک اصل و صور انتزاعی مانند پول تعریف کرده و معنای اعتماد را در ارتباط دانسته است، و همچنین استفاده از نظریه‌های کلمن، می‌توانند چارچوب نظری کافی برای تحقیق مد نظر ما را فراهم آورند؛ بدین صورت که با توجه به نظریه‌های مذکور، فرض بر این است که ارتباط با یک فرد یا یک اصل یا یک نهاد (برای مثال، در تحقیق ما ناجا) باعث ایجاد وابستگی مطمئن یا همان اعتماد به آن شده و به قول گیدنز اعتماد یا همان انتظار برآورده شدن چشم داشت‌ها و باور به تعهد و صمیمیت دیگران را ایجاد می کند. همچنین بر اساس دیدگاه کلمن می توان

متغیر دیگری را به نام تبادل آزادانه اطلاعات استخراج کرد. کلمن، سه منبع متفاوت اطلاعات را که بر اعتماد تأثیر می گذارند، در بحث اعتماد معرفی کرده و بیان می کند که تبادل اطلاعات به افزایش آگاهی اعتماد کننده انجامیده و در تسهیل اعتماد او به امین (در اینجا ناجا و مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی) مؤثر است.

سؤال های تحقیق

- ۱- آیا بین میزان مراجعه افراد به مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی ناجا با افزایش اعتماد آنها به این مراکز رابطه وجود دارد؟
- ۲- آیا بین میزان اعتماد بنیادین افراد با افزایش اعتماد آنها به این مراکز رابطه وجود دارد؟
- ۳- آیا میان میزان احساس امنیت افراد با افزایش اعتماد آنها به این مراکز رابطه وجود دارد؟
- ۴- آیا میان میزان رضایت از خدمات مرکز افراد با افزایش اعتماد آنها به این مراکز رابطه وجود دارد؟
- ۵- آیا میان میزان اعتماد متقابل بین فردی افراد با افزایش اعتماد آنها به این مراکز رابطه وجود دارد؟
- ۶- آیا میان میزان مصرف رسانه ای افراد با افزایش اعتماد آنها به این مراکز رابطه وجود دارد؟
- ۷- آیا میان تجارب پیشین افراد با افزایش اعتماد آنها به این مراکز رابطه وجود دارد؟
- ۸- آیا میان اطلاع رسانی سازمان با افزایش اعتماد افراد به این مراکز رابطه وجود دارد؟

فرضیه های تحقیق

- ۱- بین میزان مراجعه افراد به مراکز مشاوره با افزایش اعتماد آنها به این مراکز رابطه معناداری وجود دارد.

- ۲- بین میزان اعتماد بنیادی افراد و اعتماد آنها به مراکز مشاوره رابطه معنا داری وجود دارد.
- ۳- بین میزان احساس امنیت افراد و اعتماد آنها به مراکز مشاوره رابطه معنا داری وجود دارد.
- ۴- بین میزان رضایت از خدمات مرکز و اعتماد آنها به مراکز مشاوره رابطه معنا داری وجود دارد.
- ۵- بین میزان اعتماد متقابل افراد و اعتماد آنها به مراکز مشاوره رابطه معناداری وجود دارد.
- ۶- بین میزان مصرف رسانه ای افراد و اعتماد آنها به مراکز رابطه معناداری وجود دارد.
- ۷- بین تجارب پیشین افراد با مراکز مشاوره و اعتماد آنها به این مراکز رابطه معناداری وجود دارد.
- ۸- بین اطلاع رسانی سازمان و اعتماد افراد به مراکز مشاوره رابطه معناداری وجود دارد.

روش شناسی تحقیق

تحقیق حاضر از نظر ماهیت، کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها توصیفی از نوع پیمایشی است. پیمایش، روشی در تحقیق است که فراتر از یک فن خاص در گردآوری اطلاعات است و هدف آن اکتشاف، توصیف و تبیین است. پژوهش پیمایشی عبارت است از: مطالعه منظم و جامع یک اجتماع معین با هدف تحلیل یک مسئله اجتماعی از طریق سؤال‌های هدفمند که در آن نمونه ای از یک جمعیت آماری در رابطه با موضوع مشخص و در یک پرسش نامه مورد بررسی قرار می گیرد. از آنجا که موضوع پژوهش حاضر بررسی رابطه میزان مراجعه افراد به مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی ناجا با افزایش اعتمادشان به این مراکز می باشد، روش مناسب برای این کار، روش پیمایشی است. جامعه آماری این تحقیق را کلیه افراد مراجعه کنند به مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی نیروی انتظامی تشکیل می دهند.

روش نمونه گیری در این پژوهش به صورت نمونه گیری در دسترس است. با توجه به اینکه در جمع‌آوری اطلاعات به دیگر شیوه‌های نمونه گیری محدودیت‌هایی، به

ناچار از شیوه نمونه گیری در دسترس استفاده شد. به این منظور با همکاری فرماندهی ناجا وجود داشت، ۵ مرکز از میان مراکز که حداقل به صورت روزانه مراجعه داشته اند معرفی و هماهنگی های لازم برای همکاری انجام شد. جمع آوری داده ها به مدت یک ماه انجام شد که با احتساب روزهای تعطیل در حدود ۲۰ روز کاری به طول انجامید و در این مدت ۱۴۳ پرسش نامه تکمیل شد.

در این پژوهش با استفاده از گویه های منظم و پرسش نامه نهایی اقدام به جمع آوری داده ها شد.

یافته ها

جدول ۱: نتایج شاخص های آماری متغیرهای مستقل تحقیق

متغیرها	شاخص آماری	میانگین	انحراف معیار	حداقل نمره	حداکثر نمره
مصرف رسانه ای	۶/۴۲	۳/۰۵	۴	۱۶	
احساس امنیت	۱۲/۵۹	۳/۳۰	۴	۱۹	
اعتماد متقابل	۱۵/۷۸	۴/۳۳	۵	۲۴	
اعتماد بنیادی	۱۸/۹۱	۴۰/۴۰	۶	۳۰	
تجارب پیشین	۳/۴۷	۱/۱۰	۱	۵	
اطلاع رسانی	۳/۴۳	۱/۰۴	۱	۵	
رضایت	۳/۰۹	۱/۰۸	۱	۵	
میزان مراجعه	۲/۳۲	۱/۲۱	۱	۴	

همان طور که ملاحظه می شود میزان میانگین مصرف رسانه ای با توجه به حداقل و حداکثر نمرات، نمره آن برابر با ۶/۴۲ است که کمترین میانگین را به خود اختصاص داده است. با توجه به اینکه میزان تحصیلات و میانگین سنی افراد پاسخ گو در سطح قابل قبولی جهت استفاده از رسانه های موجود جامعه بوده است این مقدار مطلوب نیست و همین اندازه میانگین هم که به دست آمده است مقدار زیادی از آن را استفاده از تلویزیون تشکیل می دهد. همچنین بیشترین میانگین مربوط به تجارب فرد با مرکز مشاوره و مددکاری اجتماعی به مقدار ۳/۴۷ است.

جدول ۲: توصیف اعتماد انتزاعی و ابعاد آن

متغیرها	شاخص آماری			
	میانگین	انحراف معیار	حداقل نمره	حداکثر نمره
اعتماد انتزاعی (کل)	۵۱/۶۰	۱۱/۲۶	۱۴	۶۶
بعد ارزیابی سازمان	۱۱/۳۰	۲/۷۵	۳	۱۵
بعد ارزیابی کارکنان	۲۳/۹۱	۵/۵۰	۷	۳۴
بعد مراجع محوری	۱۶/۵۱	۴/۱۸	۴	۲۰

همان‌طور که مشاهده می‌شود میانگین نمره پاسخ‌گویان در اعتماد انتزاعی ۵۱/۶۰ است که بیش از نصف حداکثر نمره (۳۵) می‌باشد. این بدین معناست که پاسخ‌گویان به مرکز مشاوره اعتماد دارند. در مجموع داده‌ها از ۴۷ مرد و ۷۶ زن جمع‌آوری شدند.

فرضیه اول: بین مصرف رسانه‌ای و اعتماد انتزاعی رابطه وجود دارد.

همان‌طور که مشاهده می‌کنید ضریب همبستگی پیرسون (r) بین مصرف رسانه‌ای و اعتماد انتزاعی ۰/۴۱۱ است. بنابراین فرضیه اول تأیید می‌شود. همچنین نتایج حاصل از همبستگی بین مصرف رسانه‌ای و ابعاد اعتماد نشان می‌دهد که مصرف رسانه‌ای با بُعد مراجع محوری همبستگی معناداری نشان نمی‌دهد، اگرچه به معناداری نزدیک است؛ اما با دو بُعد دیگر رابطه معنادار دارد.

جدول ۳: نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین مصرف رسانه‌ای و اعتماد انتزاعی همراه با ابعاد آن

مصرف رسانه‌ای		متغیرها
سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	
۰/۰۰	۰/۴۱۱**	اعتماد انتزاعی
۰/۰۴	۰/۲۵۷**	ارزیابی از ساختار سازمانی
۰/۰۰	۰/۴۷۹**	ارزیابی از کارکنان
۰/۰۶	۰/۱۸۷*	مراجع محوری

** همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است؛ * همبستگی در سطح ۰/۰۵ معنادار است.

فرضیه دوم: بین احساس امنیت و اعتماد انتزاعی رابطه وجود دارد.

جدول ۴ نشان می‌دهد که بین این دو متغیر رابطه معناداری وجود دارد. همچنین احساس امنیت با اعتماد انتزاعی و ابعاد آن همبستگی مثبت و معناداری دارد؛ بدین

معنا که با بالا رفتن احساس امنیت میزان اعتماد انتزاعی و همچنین ابعاد مربوط به آن بالا می رود.

جدول ۴: نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین احساس امنیت و اعتماد انتزاعی همراه با ابعاد آن

احساس امنیت		متغیرها
سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	
۰/۰۰	۰/۵۲**	اعتماد انتزاعی
۰/۰۰	۰/۵۴**	ارزیابی از ساختار سازمانی
۰/۰۰	۰/۴۸**	ارزیابی از کارکنان
۰/۰۰	۰/۴۳**	مراجعه محوری

** همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است. * همبستگی در سطح ۰/۰۵ معنادار است.

فرضیه سوم: بین اعتماد متقابل و اعتماد انتزاعی رابطه وجود دارد.

جدول ۵ نشان می دهد که بین این دو متغیر رابطه معناداری وجود دارد. همچنین اعتماد متقابل با اعتماد انتزاعی و ابعاد آن همبستگی مثبت و معناداری دارد؛ بدین معنا که با بالا رفتن اعتماد متقابل میزان اعتماد انتزاعی و همچنین ابعاد مربوط به آن نیز بالا می رود.

جدول ۵: نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین اعتماد متقابل و اعتماد انتزاعی همراه با ابعاد آن

اعتماد متقابل		متغیرها
سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	
۰/۰۰	۰/۴۴**	اعتماد انتزاعی
۰/۰۰	۰/۳۳**	ارزیابی از ساختار سازمانی
۰/۰۰	۰/۴۹**	ارزیابی از کارکنان
۰/۰۰	۰/۲۹**	مراجعه محوری

** همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است. * همبستگی در سطح ۰/۰۵ معنادار است.

فرضیه چهارم: بین اعتماد بنیادی و اعتماد انتزاعی رابطه وجود دارد.

جدول ۶ نشان می‌دهد که بین اعتماد بنیادی و انتزاعی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین اعتماد بنیادی با اعتماد انتزاعی و ابعاد آن همبستگی مثبت و معناداری دارد؛ بدین معنا که با بالا رفتن اعتماد بنیادی میزان اعتماد انتزاعی و همچنین ابعاد مربوط به آن (ارزیابی سازمانی، کارکنان و مراجع محوری) بالا می‌رود.

**جدول ۶: نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون
بین اعتماد بنیادی و اعتماد انتزاعی همراه با ابعاد آن**

اعتماد بنیادی		متغیرها
سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	
۰/۰۰	۰/۶۰**	اعتماد انتزاعی
۰/۰۰	۰/۴۸**	ارزیابی از ساختار سازمانی
۰/۰۰	۰/۵۹**	ارزیابی از کارکنان
۰/۰۰	۰/۴۸**	مراجع محوری

** همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است. * همبستگی در سطح ۰/۰۵ معنادار است.

فرضیه پنجم: بین تجارب پیشین و اعتماد انتزاعی رابطه وجود دارد.

جدول ۷ نشان می‌دهد که بین این دو متغیر رابطه معنادار وجود دارد. همچنین تجارب پیشین با اعتماد انتزاعی و ابعاد آن همبستگی مثبت و معنادار دارد؛ بدین معنا که با بالا رفتن تجارب پیشین میزان اعتماد انتزاعی و همچنین ابعاد مربوط به آن بالا می‌رود.

**جدول ۷: نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین تجارب پیشین
و اعتماد انتزاعی همراه با ابعاد آن**

تجارب پیشین		متغیرها
سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	
۰/۰۰	۰/۸۰**	اعتماد انتزاعی
۰/۰۰	۰/۷۴**	ارزیابی از ساختار سازمانی
۰/۰۰	۰/۷۸**	ارزیابی از کارکنان
۰/۰۰	۰/۵۸**	مراجع محوری

** همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است. * همبستگی در سطح ۰/۰۵ معنادار است.

فرضیه ششم: بین اطلاع رسانی و اعتماد انتزاعی رابطه وجود دارد.

جدول ۸ نشان می‌دهد که بین این دو متغیر رابطه معنادار وجود دارد. همچنین اطلاع‌رسانی با اعتماد انتزاعی و ابعاد آن همبستگی مثبت و معنادار دارد؛ بدین معنا که با بالا رفتن اطلاع رسانی میزان اعتماد انتزاعی و همچنین ابعاد مربوط به آن بالا می‌رود.

جدول ۸: نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین اطلاع رسانی و اعتماد انتزاعی همراه با ابعاد آن

اطلاع رسانی		متغیرها
سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	
۰/۰۰	۰/۶۱**	اعتماد انتزاعی
۰/۰۰	۰/۵۶**	ارزیابی از ساختار سازمانی
۰/۰۰	۰/۵۴**	ارزیابی از کارکنان
۰/۰۰	۰/۴۸*	مراجع محوری

** همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است. * همبستگی در سطح ۰/۰۵ معنادار است.

فرضیه هفتم: بین رضایت و اعتماد انتزاعی رابطه وجود دارد.

جدول ۹ نشان می‌دهد که بین رضایت و اعتماد انتزاعی رابطه معنادار وجود دارد. همچنین رضایت، با اعتماد انتزاعی و ابعاد آن همبستگی مثبت و معنادار دارد؛ بدین معنا که با بالا رفتن رضایت میزان اعتماد انتزاعی و ابعاد آن بالا می‌رود.

جدول ۹: نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین رضایت و اعتماد انتزاعی همراه با ابعاد آن

رضایت		متغیرها
سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	
۰/۰۰	۰/۷۸**	اعتماد انتزاعی
۰/۰۰	۰/۶۱**	ارزیابی از ساختار سازمانی
۰/۰۰	۰/۷۳**	ارزیابی از کارکنان
۰/۰۰	۰/۶۴**	مراجع محوری

** همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است. * همبستگی در سطح ۰/۰۵ معنادار است.

فرضیه هشتم: بین میزان مراجعه و اعتماد انتزاعی رابطه وجود دارد. جدول ۱۰ نشان می‌دهد که بین این دو متغیر رابطه معناداری وجود دارد؛ یعنی با بالا رفتن میزان مراجعه، میزان اعتماد انتزاعی بالا می‌رود. میزان مراجعه با هر سه بعد اعتماد انتزاعی نیز رابطه معناداری نشان می‌دهد.

جدول ۱۰: نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین میزان مراجعه و اعتماد انتزاعی همراه با ابعاد آن

میزان مراجعه		متغیرها
سطح معناداری	ضریب همبستگی پیرسون	
۰/۰۰	۰/۴۲۸**	اعتماد انتزاعی
۰/۰۰	۰/۲۸۵**	ارزیابی از ساختار سازمانی
۰/۰۰	۰/۵۰۲**	ارزیابی از کارکنان
۰/۰۰	۰/۲۴۸**	مراجع محوری

تحلیل رگرسیونی به منظور مشخص کردن سهم تأثیر هر یک از متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته بدون لحاظ کردن تقدم و تأخر در بین آنها استفاده می‌شود. برای تعیین ضریب همبستگی چندگانه بین متغیرهای مستقل و اعتماد انتزاعی از رگرسیون خطی با روش ورود مکرر استفاده کردیم. نتایج جدول ۱۱ نشان می‌دهند که فرضیه ما مبنی بر وجود رابطه چندگانه بین متغیرهای مستقل با اعتماد متقابل، معنادار است. ضریب همبستگی چندگانه (MR) بین متغیرهای مستقل مذکور با اعتماد انتزاعی $MR = ۰/۸۸$ و ضریب تعیین $RS = ۰/۷۸$ است. بدین معنا که با ورود کل متغیرهای مستقل به معادله رگرسیون $۰/۷۸$ درصد از واریانس متغیر وابسته تبیین می‌شود که در سطح $۰/۰۱$ معنادار است. نتایج تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد که تنها اثر تجارب و رضایت معنادار است و اثر سایر متغیرها قابل چشم پوشی است.

جدول ۱۱: نتایج تحلیل رگرسیون

Sig.	t	ضرایب غیر استاندارد		Beta	Std. Error	B
		ضرایب استاندارد				
۰/۰۱۵	۲/۴۸۳				۳/۵۰۳	۸/۶۹۸
۰/۰۰۱	۳/۵۶۶	۰/۳۱۶	۰/۹۰۰			۳/۲۰۹
۰/۰۶۹	۱/۸۴۸	۰/۱۳۸	۰/۸۸۱			۱/۶۲۹
۰/۹۰۹	-/۱۱۵	۰/۰۱۰	۰/۲۳۱			۰/۰۲۷
۰/۲۱۸	۱/۲۴۴	۰/۱۱۱	۰/۲۲۳			۰/۲۷۸
۰/۰۶۴	۱/۸۸۱	۰/۱۳۷	۰/۲۵۷			۰/۴۸۳
۰/۶۶۵	-/۴۳۴	۰/۰۳۴	۰/۲۶۲			۰/۱۱۴
۰/۰۵۷	۱/۹۳۵	۰/۱۳۵	۰/۶۲۳			۱/۲۰۷
۰/۰۰۰	۴/۲۵۶	۰/۳۵۵	۰/۹۱۳			۳/۸۸۴
۰/۵۷۶	-/۵۶۱	-/۰۳۴	۰/۰۶۷			-/۰۳۸

نتیجه گیری

سازمان‌هایی که در بطن جامعه قرار دارند و به طور مستقیم با عامه مردم ارتباط دارند نقش حساسی در شکل‌گیری نگرش و باورهای مردم درباره سازمان‌ها و در سطح کلان دولت دارند. یکی از این سازمان‌ها، نیروی انتظامی است که با مردم ارتباط مستقیم دارد. این سازمان برای ارائه خدمات بیشتر در سطح جامعه اقدام به راه‌اندازی مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی کرده است. همان‌طور که می‌دانیم مراجعه افراد به مکان‌هایی مانند مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی که اغلب به صورت خود‌انگیزی و داوطلبانه است، نیازمند اعتماد به سازمان مذکور می‌باشد. در این میان، مراجعات بعدی افراد در صورتی تکرار می‌شود که این اعتماد بیشتر شده باشد یا حداقل کم نشده باشد. در پژوهش حاضر، این مقوله مورد بررسی واقع شد که آیا با افزایش میزان مراجعه افراد، اعتماد آنها به مراکز مشاوره و مددکاری نیروی انتظامی خواهد شد؟ متغیرهای مورد نظر برای سنجش این مقوله از نظریه‌های گیدنز، کلمن و زیمل انتخاب شد و در نهایت گویه‌های مورد نظر انتخاب و پرسش‌نامه تدوین شد. با جمع‌آوری اطلاعات و تجزیه و تحلیل آنها فرضیه‌های مورد نظر تأیید شدند؛ بدین معنا که هرچه

میزان مراجعه افراد به مراکز مشاوره بیشتر می‌شود، اعتماد آنها به این مراکز بیشتر خواهد شد. در نتایج توصیفی، بیشترین میانگین به متغیر اعتماد متقابل به میزان ۱۵/۷۸ و با انحراف معیار ۴/۳۳ بود و پس از آن متغیر مصرف رسانه ای افراد با میانگین ۶/۴۲ و انحراف معیار ۳/۰۵ و با حداکثر نمره ۱۶ شامل کمترین میانگین در میان سایر متغیرها بود؛ البته باید یادآور شد که میزان زیادی از مقدار میانگین به دست آمده مربوط به استفاده افراد از تلویزیون است و سایر گویه‌ها مانند مطالعه کتاب یا مطبوعات در کمترین حد گزارش شده است و به نظر می‌رسد آن هم به دلیل در دسترس بودن تلویزیون است و اینکه بیشتر افراد مراجعه کننده را زنان (که اغلب نیز خانه دار هستند) تشکیل می‌دهند. میانگین سایر نتایج به دست آمده در تحقیقات موجود، بر میانگین مطالعه بسیار کم افراد جامعه دلالت دارد.

همچنین در نتایج توصیفی متغیر وابسته یعنی اعتماد انتزاعی به مراکز مشاوره میانگین به دست آمده ۵۱/۶۰ با انحراف معیار ۱۱/۲۶ بود که حداکثر نمره به دست آمده نیز ۶۴ بود. نشانگر آن است که افراد مراجعه کننده به مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی ناجا اعتماد دارند و همچنین در میان ابعاد متغیر وابسته بیشترین میانگین برای بعد مراجع محوری به میزان ۱۶/۵۱ با حداکثر نمره ۲۰ و انحراف معیار ۴/۱۸ است. قابل ذکر است که میانگین به دست آمده ۳۲/۷۵ سال بود که این امر نشان می‌دهد دامنه سنی مراجعان بین ۱۳ تا ۶۳ سال بوده است. همچنین از میان پاسخ گویان ۷۶ نفر زن و ۴۷ نفر مرد بودند و این امر مؤید این مطلب است که زنان بیشتر از مردان به مراکز مشاوره مراجعه می‌کنند.

نکته قابل ذکر دیگر اینکه بیشترین تعداد افراد یعنی ۴۳ نفر معادل ۳۵ درصد فقط یکبار به مرکز مراجعه و ۳۴ نفر معادل ۲۷/۶ درصد بیشتر از سه بار به مرکز مراجعه کرده اند و ۳۱ نفر معادل ۲۵/۲ درصد دوبار به مرکز مراجعه داشته اند و در نهایت کمترین تعداد یعنی ۱۵ نفر معادل ۱۲/۲ درصد سه بار به مرکز مشاوره مراجعه داشته اند. در بررسی تکمیلی فرضیه‌های تحقیق، همه مورد تأیید واقع شدند. به طوری که رابطه مصرف رسانه ای افراد با اعتماد آنها به مراکز مشاوره با مقدار ۰/۴۱۱ و در سطح ۰/۱ مورد تأیید واقع شد؛ به این معنا که هرچه مصرف رسانه ای افراد بیشتر باشد،

احتمالاً اعتماد آنها به مرکز مشاوره بیشتر خواهد شد. همچنین رابطه بین احساس امنیت و اعتماد افراد به مرکز مشاوره که مقدار به دست آمده ۰/۵۲ بود که این فرضیه هم در سطح ۰/۱ معنادار است؛ بدین معنا که با افزایش احساس امنیت افراد در جامعه نیز میزان اعتماد آنها بیشتر خواهد شد. بررسی رابطه بین اعتماد متقابل و اعتماد افراد نشان می دهد که فرضیه مورد نظر نیز با مقدار ۰/۴۴ مورد تأیید واقع شد؛ بدین معنا که هرچه اعتماد متقابل افراد در جامعه بیشتر باشد اعتماد آنها به سازمان های موجود در جامعه مانند مرکز مشاوره و مددکاری بیشتر خواهد شد. رابطه میان اعتماد بنیادی با اعتماد افراد نیز با مقدار ۰/۶۰ نشان می دهد: میان اعتماد بنیادی افراد با اعتماد افراد و اعتماد آنها به مرکز مشاوره رابطه معنادار وجود دارد؛ بدین معنا که با افزایش اعتماد بنیادی افراد میزان اعتماد به مرکز مشاوره نیز بیشتر می شود. نتایج بررسی رابطه میان تجارب پیشین افراد با افزایش اعتمادشان به مرکز مشاوره با مقدار ۰/۸۰ مورد تأیید واقع شد؛ بدین معنا که تجارب پیشین افراد با افزایش اعتماد آنها رابطه معنادار دارد و در فرضیه بعدی که بررسی رابطه میان اطلاع رسانی سازمان و افزایش اعتماد آنها به مرکز بود، مقدار به دست آمده ۰/۶۱ است که رابطه را معنادار نشان می دهد که به این معناست هرچه میزان اطلاع رسانی سازمان بیشتر باشد، اعتماد افراد به مرکز بیشتر خواهد شد.

همچنین رابطه میان میزان رضایت افراد با اعتماد افراد به مرکز مشاوره مورد تأیید واقع شد و مقدار به دست آمده ۰/۷۸ نشان دهنده رابطه معنادار میان متغیرهاست؛ بدین معنا که هرچه میزان رضایت افراد از مرکز مشاوره بیشتر باشد، افزایش اعتماد آنها را به دنبال خواهد داشت. همچنین رابطه میان میزان مراجعه و اعتماد به مراکز مشاوره و مددکاری ناجا با ۰/۴۲۸ در سطح ۰/۱ رابطه معناداری را نشان می دهد؛ به این معنا که هرچه میزان مراجعه افراد به مراکز مشاوره بیشتر می شود، به همان نسبت اعتماد آنها نیز به مرکز افزایش می یابد. در مجموع با توجه به اینکه تحقیق حاضر نوعی تحقیق درون سازمانی به نظر می رسد، معمولاً در پژوهش های درون سازمانی، بررسی به قصد تأیید فرضیه ها صورت می گیرد و مانند تحقیقات بنیادی تمایل خاصی به رد کردن فرضیه های تحقیق ندارند. همچنین می توان گفت تحقیق حاضر تا اندازه ای به

اهداف و خواسته‌های خود رسیده است به این معنا که هدف اولیه در این پژوهش بررسی تأثیر گذاری مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی ناجا بود که نتایج نشان می‌دهد که این مراکز قابلیت و توانایی لازم برای تأثیر گذاری بر میزان اعتماد افراد مراجعه کننده را دارند. همچنین با توجه به اینکه یکی از اهداف تأسیس این مراکز توسط نیروی انتظامی " ایجاد رابطه صمیمی با مردم همراه با اعتماد متقابل مردم و پلیس است." به نظر می‌رسد نیروی انتظامی تا اندازه ای در دستیابی به این هدف خود موفق عمل کرده است. همان گونه که می‌توان از طرق مختلف این مراکز یا مراکز مشابه را در سطوح گسترده تری راه اندازی کرد و به شیوه‌های مختلف افراد را جهت حل مسائل خویش به این مراکز دعوت کرد و بنابر نتیجه تحقیق که مشخص کرد افراد به این مراکز اعتماد دارند، می‌توان از طریق سرمایه گذاری بیشتر بر روی این اعتماد مبنایی، زمینه را برای تأثیر گذاری بیشتر بر ابعاد مختلف فرد از جمله سبک زندگی و سبک فکری و... فراهم کرد و از این طریق بتوان بر شمار زیادی از افراد که به صورت خود انگیزشی به این مراکز مراجعه می‌کنند تأثیر مثبت گذاشت در پایان این مطلب را باید یادآور شویم که انجام چنین امری با برنامه ریزی دقیق به همراه کارشناسان ذی ربط مانند جامعه شناسان و مددکاران اجتماعی و... نیز تخصیص امکانات و نیروهای متخصص امکان پذیر است تا بتوان در مدتی نه چندان طولانی آثار آن را مشاهده کرد.

منابع

- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۷۴). «نظریه‌های جامعه شناسی»، تهران.
- امیرکافی، مهدی (۱۳۷۴). «اعتماد و عوامل موثر بر آن»، رساله کارشناسی ارشد، تهران، دانشگاه بهشتی.
- امیری، مجتبی (۱۳۷۴). «پایان تاریخ و بحران اعتماد»، ماهنامه سیاسی اقتصادی شماره ۹۸.
- بشیری، حسین (۱۳۷۵). «ایدئولوژی و فرهنگ سیاسی حاکم»، فصلنامه نقد و نظر.

- پاتنام، رابرت (۱۳۷۹). «دمکراسی و سنتهای مدنی»، ترجمه محمد تقی دلفروز.
- تاجبخش، کیان (۱۳۸۴). «سرمایه اجتماعی: اعتماد، دمکراسی و توسعه»، نوشته رابرت پاتنام.
- دورکیم، امیل (۱۳۷۱). «خودکشی»، ترجمه نادر سالارزاده، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
- زیمل، جورج (۱۳۷۲). «کلان شهر و حیات ذهنی»، ترجمه یوسف ابادری، نامه علوم اجتماعی، ش ۱۴۷.
- ریتزر، جورج (۱۳۷۴). «نظریه‌های جامعه دوران معاصر»، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشرنی.
- رفیع پور، فرامرز (۱۳۷۸). «توسعه و تضاد»، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- ساروخانی، باقر (۱۳۷۰). «روش تحقیق در علوم اجتماعی»، جلد اول.
- شارع پور، محمد (۱۳۸۳). «فرسایش سرمایه اجتماعی»، نامه انجمن جامعه شناسی، سال اول شماره ۲.
- شیخی، محمد تقی (۱۳۸۲). «جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی و مددکاری اجتماعی»، تهران: انتشارات حریر.
- فوکویاما، فرانسیس (۱۳۷۹). «پایان نظم و سرمایه اجتماعی»، ترجمه غلامعباس توسلی، تهران: جامعه ایرانیان.
- کسل، فیلیپ (۱۳۸۳). «چکیده آثار آنتونی گیدنز»، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
- کلمن، جیمز (۱۳۷۷). «بنیادهای نظریه اجتماعی»، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
- میستال، لوی (۱۳۸۲). «اعتماد در نظریه‌های جامعه‌شناسی کلاسیک»، ترجمه حسن پویا، تهران: نمایه پژوهش.
- الوانی، مهدی (۱۳۸۰). «مفاهیم و نظریه‌های سرمایه اجتماعی»، فصلنامه مطالعات مدیری.

- Cris Beckett(2006)"Essential Theory for Social work practice"London.
- Karen Healy(2005)"Social work Theories in context" creating frame works for practice "New York".
- Crow.M(2002)"World ENGLISH dictionary"mak grow hill,New York".
- Nissbett,R,(1996)" contemporary social problem,INC,NEW YORK"
- Putnam,R,(1993)" social capital"American prospect, spring
- Durkhiem, E(1961)" moral education" Glen"

- پایگاه اطلاع رسانی سازمان بهزیستی کشور
- پایگاه اطلاع رسانی نیروی انتظامی کشور(www.POLISE .IR)

Archive of SID