

## بررسی عوامل مؤثر بر افزایش اعتماد مردم نسبت به کوپ‌ها (از منظر فرماندهان و مدیران)

حسن کلاکی<sup>۱</sup>

محمد رضا ودیعت<sup>۲</sup>

تاریخ پذیرش: ۸۷/۹/۲۵

تاریخ وصول: ۸۸/۶/۱۰

### چکیده

اعتماد یکی از پدیده‌های اجتماعی محسوب می‌شود که از منظر جامعه‌شناسی در حوزه نظم اجتماعی مطرح شده است. اعتماد یکی از مؤلفه‌های اصلی سرمایه اجتماعی محسوب می‌شود که مسئولین و سیاستمداران را بر آن می‌دارد تا در جهت افزایش سرمایه اجتماعی و ایجاد نظم در جامعه، گام‌هایی اساسی بردارند. پلیس به عنوان یک نهاد اجرایی با هدف ایجاد نظم و امنیت در جامعه، نیازمند اعتماد مردم است تا در جهت نظارت بر اشکال-زندگی عمومی، بتواند نظم و امنیت را در جامعه حفظ کند.

اعتماد به کوپ‌ها یعنی کلانتری‌ها و پاسگاه‌ها به عنوان موضوع اصلی مقاله حاضر از منظر فرماندهان کوپ و مسئولین مورد بررسی قرار گرفته است. در این مقاله عوامل مؤثر بر افزایش اعتماد مردم نسبت به کوپ‌ها در مؤلفه‌های: ۱- رفتار اجتماعی مردم پسند ۲- حفظ شخصیت و منزلت شغلی حین انجام وظایف ۳- کمک‌رسانی و ایثارگری ۴- قانون‌گرایی و رعایت عدالت ۵- پای‌بندی به تعهدات دینی ۶- مدیریت در رفتار ۷- وجدان‌کاری و صحت عمل ۸- تلاش مؤثر، شناسایی شده است. نکته کلیدی و خط اصلی نتایج تحقیق در جمع‌بندی جدول‌نهایی، عوامل مؤثر بر اعتماد مردم نسبت به عملکرد کلانتری‌ها و پاسگاه-ها از منظر نخبگان (مسئولین و فرماندهان کوپ) بررسی شده و نشان می‌دهد که عوامل مؤثر بر افزایش اعتماد مردم نسبت به کوپ‌ها در این نکته اصلی یعنی «رعایت اصول و

۱- کارشناس ارشد مطالعات فرهنگی

۲- عضو هیأت علمی دانشگاه علوم انتظامی



ارزش‌های اجتماعی، دینی، قانونی و اخلاقی در جهت خدمت به مردم» نهفته است که رعایت این اصول سبب افزایش اعتماد مردم نسبت به کوپ‌ها خواهد شد. رعایت این مهم برای پلیس، هدفی برای حفظ و ایجاد نظم و امنیت در جامعه است.

**واژگان کلیدی:** کوپ (کلانتری و پاسگاه‌ها)، اعتماد، نظم اجتماعی، هنجارها و ارزش‌های اجتماعی.

### مقدمه

اعتماد، فقط یکی از پدیده‌های اجتماعی جالب و بغرنجی نیست که به تازگی پژوهش‌های گسترده‌ای درباره آن انجام گرفته باشد. علاقه‌ای که اخیراً نسبت به این پدیده و نسبت به پدیده‌های دیگری از قبیل سرمایه اجتماعی، احترام، شهرت، اطمینان، انجمن‌پذیری، انسجام اجتماعی و جامعه مدنی - که با این پدیده ارتباطی تنگاتنگ دارند - ابراز می‌شود، می‌تواند با تشخیص این که: «مشکل اصلی سیاست‌گذاری عمومی، برقراری، تداوم و هماهنگی اجتماعی چیست؟» ارتباط داشته باشد؛ هر چند این تشخیص می‌تواند تلوویچی باشد (اوفه، ۱۳۸۵: ۲۰۳).

اعتماد، نوعی اطمینان متقابل و مستمر میان دو کنش‌گر که یکی اعتمادکننده و دیگری امین است. و در تمامی شرایط منافع دو طرف به احتمال زیاد تأمین می‌شود. اصولاً در برقراری اعتماد متقابل وجود چند عنصر بنیادین ضروری است که عبارتند:

۱- وجود انگیزه‌های برقراری اعتماد.

۲- وجود تعهدات متقابل.

۳- وجود عوامل واسطه‌ای مطمئن (کلمن<sup>۱</sup>، ۱۹۹۰: ۲۰۷).

اعتماد را از جنبه‌های مختلف می‌توان بررسی کرد. از ترکیب دو گانه‌های توده-نخبه و افقی و عمودی چهار حوزه به دست می‌آید که روابط اعتماد در آن چهار حوزه خود را نشان می‌دهد. نخستین حوزه، اعتماد شهروندان به هم‌شهری‌های خود یا مقوله فرعی دنیای

1. Coleman

دیگران است. حوزه دوم، اعتماد به نخبگان سیاسی یا نخبگان سایر بخش‌ها از قبیل نمایندگان کلیساها، رسانه‌ها، پلیس، نظام دادگاه، ارتش یا پزشکان است. اعتماد نخبگان به یک‌دیگر و نخبگان دیگر بخش‌ها از قبیل نخبگان بخش‌های تجاری، کارگری، دینی، دانشگاهی و غیره سومین حوزه اعتماد را تشکیل می‌دهد. چهارمین حوزه، اعتماد سطوح بالا با پایین جامعه است که نخبگان درباره گرایش‌های رفتاری عناصر بخش‌های مختلف یا کل توده‌ها به باورهای دست می‌یابند (اوفه، ۱۳۸۵: ۲۰۶) بنابراین با توجه موضوع تحقیق، اعتماد مردم به نمایندگان پلیس یا نیروی انتظامی در سطح جامعه زیر مجموعه حوزه دوم اعتماد یعنی اعتماد مردم و شهروندان به نخبگان قرار می‌گیرد.

«گامبتا» نشان می‌دهد که اعتماد از عوامل تعیین‌کننده راهبردی حل موفقیت‌آمیز مشکل است. به عنوان مثال، مشکل موردنظر مسئله ترافیک سنگین به همراه پیامدهای زیست محیطی و ناکارآمدی‌های مربوط به آن است. «گامبتا» از مثال زیر استفاده می‌کند:

«مشکل همگانی راه‌بندان در شهرها اغلب نشانه آن است که مردم به طرز خطرناکی ترجیح می‌دهند با وسایل نقلیه شخصی رفت و آمد کنند. برای پذیرش این که انگیزه همکاری (مثلاً استفاده از دوچرخه و وسایل نقلیه عمومی) وجود دارد، شواهد بسیاری موجود است. آنچه بدان نیاز داریم باور به همکاری دیگران است» (گامبتا، ۱۹۸۸: ۲۱۷-۲۱۶)

در خصوص این موارد می‌توان به طرح انضباط ترافیکی نیروی انتظامی نیز اشاره کرد که اگر اعتماد مردم نسبت به این نیرو بیش‌تر باشد؛ نیازی به هزینه‌های سنگین در اجرای طرح‌های پلیسی نیست؛ بلکه با تقویت اعتماد اجتماعی مردم نسبت به پلیس می‌توان در بسیاری از هزینه‌های غیرضروری جلوگیری کرد. به عنوان مثال؛ روندهای اداری اجرای این طرح‌ها، درونی و هنجارمند کردن این طرح‌ها در اذهان اجتماعی و توده مردم. بنابراین برای سهولت در اجرای طرح‌های پلیسی، نیازمند است پلیس که مردم نسبت به او اعتماد داشته باشند؛ در غیر این صورت شاید با هزینه‌های هنگفت هم نتوان به اهداف پلیسی دست یافت. از این رو، با توجه به موضوع، پرسش اصلی تحقیق این‌گونه طرح می‌شود که چگونه

می‌توان، اعتماد مردم را نسبت به کلانتری‌ها و پاسگاه‌ها - به عنوان یک نهاد پلیسی - افزایش داد؟

### مبانی نظری

در مبانی نظری، دیدگاه‌ها و نظریاتی مورد توجه قرار می‌گیرد که اولاً مرتبط به بحث اعتماد اجتماعی است و در ثانی به عوامل اثرگذار بر تقویت اعتماد اجتماعی، سخنی به میان آید. مباحث در خصوص اعتماد مردم نسبت به پلیس بسیار اندک است و نظریه پردازان جامعه‌شناسی به طور مستقیم به بحث اعتماد مردم نسبت به پلیس نپرداخته‌اند. لذا با استنباط نظریه پردازان جدید حوزه جامعه‌شناسی نظیر؛ «کلاوس اوفه»، «فوکویاما»، «گامبتا»، «اداورز» و «فولی» و «مک کلنن» به بحث اعتماد و اعتماد اجتماعی یا اعتماد مردم نسبت به نهادهای اجتماعی را از نظر می‌گذرانیم.

دور کیم، اعتماد را آرامشی می‌داند که حاصل زندگی مسالمت‌آمیز بشر در کنار هم‌نوعان خود در حالت صلح و به دور از هرگونه دشمنی و خصومت است (دور کیم، ۱۳۶۶: ۳۷۶). زیمل، اعتماد را نوعی ایمان و اعتقاد افراد نسبت به جامعه می‌داند (ترنر، ۱۳۸۲: ۶۵).

اعتماد از یک جنبه متضاد اطمینان است و این در حالی است که این دو واژه، اغلب مترادف محسوب می‌شوند. رابطه اطمینان با اعتماد، همچون رابطه واقعیت با اقدام است. اعتماد به فردی که معلوم می‌شود، قابل اعتماد نبوده، اشتباه من است. ... در مقابل، وقتی اطمینان به کسب نتیجه مورد دلخواه خود را از دست بدهم، این مسئله را ناشی از بدشانسی، تصادف یا مشیت الهی می‌دانم و خود را مقصر نمی‌دانم (اوفه، ۱۳۸۵: ۲۰۷).

اعتماد به معنای باور به عملی است که از دیگران انتظار می‌رود. این باور بر مبنای این احتمال است که دیگران کارهای به‌خصوصی را می‌دهند یا از انجام کارهای به‌خصوصی پرهیز می‌کنند که در هر صورت بر رفاه دیگران یا بر رفاه جمع اثر می‌گذارد. اعتماد به معنای این باور است که دیگران با اقدام یا خودداری از اقدام خود به رفاه ما کمک می‌کنند. این باور در اقدامات مختلفی جلوه‌گر است که به شاهدان و کسانی که



مستقیماً در این ارتباط شرکت دارند، ماهیت این باور و میزان اعتماد نهفته در آن را نشان می‌دهد. ماهیت باورها به گونه‌ای است که می‌توانند اشتباه باشند. از آنجا که اعتماد، باوری درباره تأثیرات کنش‌گران دیگر بر رفاه ماست، یک باور نادرست نه تنها با خطر اشتباه‌بودن روبه‌روست؛ بلکه خطر ملموس‌تر آسیب دیدن را نیز به همراه دارد (همان، ۲۱۱-۲۱۲).

شعاع اعتماد در فرهنگ‌های مختلف به گونه‌های متفاوتی مشاهده می‌شود. به طور مثال، در فرهنگ مردم چین و بیش‌تر ساکنان امریکای لاتین، سرمایه‌اجتماعی زیادی در بین خانواده‌ها و گروه‌های دوستانه شخصی وجود دارد. اما این گروه‌ها نسبت به افراد خارج از گروه، شدیداً کم اعتماد هستند. برای این گروه‌ها، اعتماد به افراد خارج از گروه بسیار مشکل و حتی غیر ممکن است. در چنین فرهنگ‌هایی، هر کسی خود را فقط متعلق به یک خانواده یا گروه می‌داند. در این فرهنگ‌ها، شرکت‌ها عمدتاً ماهیت خانوادگی داشته و به ندرت از محدوده اولیه خود بزرگ‌تر می‌شوند. این امر باعث می‌شود که فعالیت این شرکت‌ها محدود و به احتمال زیاد عمر آنها نیز کوتاه شود و در نسل‌های بعدی این خانواده‌ها از بین بروند. سرمایه‌اجتماعی و شعاع اعتماد موجود در روابط تجاری و تبادلات بین شبکه‌های اعتماد خانوادگی، نقش اصلی را در اقتصاد این کشورها بر عهده دارد (محمدی، ۱۳۸۴: ۸۶).

مقاله ادورز و فولی در کتاب زوال سرمایه‌اجتماعی در امریکا، چنین استدلال می‌کند که بی‌اعتمادی به حکومت یا دیگر نهادهای اجتماعی یا حتی گروه‌ها یا افراد، فی‌نفسه یا ضرورتاً نشانه ضعف جامعه یا دموکراسی نیست. در شرایط ویژه دموکراتیک، شاید عکس این مسئله صادق باشد. این بینش را می‌توان در تفسیر جالب دموکراسی با عنوان «نهاده‌ی نه‌ساز بی‌اعتمادی» در کار استرومکا و در فصل مربوط به کلاوس اوفه در کتاب حاضر مشاهده کرد. این بدان معناست که در نظام‌های دموکراتیک در جوامع بزرگ پیچیده که اکثر شهروندان آن غریبه هستند؛ دلیل چندانی برای اعتماد به نخبگان، مقامات حکومتی یا غریبه‌ها وجود ندارد، مگر این‌که راه کارهای نهاده‌ی وجود داشته باشد که مانع از



سیاست‌ها یا اقداماتی شود که هر فردی را با خطر مواجه سازد. تنها در این صورت می‌توان اعتماد موقت را ایجاد کرد (تاجبخش، ۱۳۸۵: ۳۶).

ادوارد مک کلنن سه رویکرد متمایز را برای ایجاد اعتماد اشاره می‌کند:

۱- شبکه‌های غیررسمی مراعات متقابل براساس دوستی، روابط خانوادگی یا خویشاوندی نزدیک یا پیوندهای فرهنگی.

۲- مجموعه‌ای رسمی از قواعد و مقررات حقوقی که نظارت بر حسن اجرای آنها را شخص ثالثی برعهده دارد. نظارت شخص ثالث مستلزم در دست داشتن قدرت تحقیقی، قضائی و اجرایی است. در این حالت رعایت هنجارهای درستکاری و پرهیز از تدلیس و ارتکاب اعمال سوء به مدد تدبیری بیرونی و از راه ایجاد انگیزه‌هایی تأمین می‌شود که تضمین می‌کنند افراد- به رغم استفاده‌های کوتامدت ناشی از عدم رعایت و پای‌بندی حتی‌الامکان دلیلی مصلحت‌جویانه برای رعایت و پای‌بندی داشته باشند.

۳- ضوابط اخلاقی غیررسمی که پشتوانه‌شان تعهدی درونی برای پای‌بندی به آن ضوابط است. طبق عقاید معمول، این مورد مستلزم ایدئولوژی یا هنجار فرهنگی است که افراد با عمل به آن هویت خود را باز می‌یابند. یعنی نوعی از ضمانت اجرا که پیش‌فرض جامعه‌شناسان است. این مورد، تعهد درونی نسبت به هنجارها و مقررات است. برای تحقق این وضعیت، اشخاص به طور ناخودآگاه خود را نسبت به مجموعه معینی از مقررات و قوانین متعهد می‌شمارند (مک کلنن، ۱۳۸۵: ۲۸۰-۲۷۸).

یکی از راه‌حل‌هایی که برای جلب اعتماد موفقیت‌آمیز وجود دارد، این است که اعتماد به نخبگان و دیگران را در صورتی می‌توان افزایش داد که نهادها و رویه‌ها از نظر حقیقت‌گویی، وفای به عهد، انصاف و همبستگی سابقه بی‌عیب و نقصی را فراهم کنند و بدین ترتیب، دلایل شک و بدبینی را باطل سازند. در این جا از این فرمول پیروی می‌شود که حکومت خوب و قوانین خوب، شهروندان خوبی را تربیت می‌کند. یعنی شهروندانی که حکومت را کاملاً مشروع و توانمند می‌دانند به رعایت و همکاری در اجرای سیاست‌های عمومی گرایش دارند. اگر نهادهای سیاسی، بی‌هیچ شکی شرایط اداره عادلانه



و صادقانه حکومت را ایجاد کنند؛ دلیل چندانی برای عدم رعایت این سیاست‌ها و تردید در اطاعت سایر شهروندان وجود ندارد (اوفه، ۱۳۸۵: ۲۷۰).

اگر کارگزارانی که در یک نهاد و برای آن فعالیت می‌کنند، همه یا برخی از این ارزش‌ها را نادیده بگیرند و در عملکرد آنها تجسم نیابد یا از ضمانت‌اجرایی مناسب برخوردار نباشد، توانایی آن نهاد به عنوان واسطه ایجاد اعتماد به شدت تضعیف می‌شود (همان، ۲۵۲).

در اینجا چند مورد زیر نشان می‌دهد که چگونه نهادها می‌توانند، اعتماد را در میان شهروندان افزایش دهند:

۱- نهادها اعتماد را تعمیم می‌دهند؛ چون اعضای خود را به فضیلت حقیقت‌گویی پای‌بند می‌سازند و نقض این هنجارها را (عمدی همچون دروغ‌گویی یا غیرعمدی همچون اشتباه کردن) به خوبی تشخیص می‌دهند. حقیقت، ارزش اعتمادساز اصلی در بسیاری از الگوهای نهادی است که از آزادی‌مطبوعات گرفته تا آزمون‌های دانشگاهی را شامل می‌شود.

۲- وفای به عهد و به ویژه فضیلت محترم‌شمردن قراردادهای، چیزی نیست مگر حقیقت را به طور جدی گفتن. در این جا نیز مجدداً نهادها و الگوهای نهادی متعددی به ذهن خطور می‌کند که کارگزاران را به وفای به عهد پای‌بند می‌سازد.

۳- نهادهایی که عملکردی منصفانه و بی‌طرفانه دارند نیز به تعمیم اعتماد کمک می‌کنند. برای گسترش اعتماد میان غریبه‌ها، نظامی که این غریبه‌ها تابع آن هستند، باید بی‌طرف و «فارغ از تعلقات گروهی» باشد، دارای ترجیحات و پیش‌دواری‌های درونی نباشد و دسترسی به آن برای همه به یکسان امکان‌پذیر باشد؛ چنین نظامی باید در برابر تفاوت‌های موجود در میان غریبه‌ها بی‌تفاوت باشد و از نظر حقوقی این تفاوت‌ها را بی‌ارزش بداند.

۴- حقوق اجتماعی که از برابری در پیشگاه قانون فراتر هستند و با شیوه‌های قانونی یا فراقانونی که از طریق توزیع مجدد و حمایت‌گزینشی میسر می‌گردد؛ دسترسی یکسان به فرصت‌های زندگی را امکان‌پذیر می‌کنند که سنگ بنای پتانسیل اعتمادآفرین، همبستگی است.



اگر نهادها از این معیارها تبعیت کنند و کارگزاران را نیز به همین کار ترغیب کنند و در صورتی که کارگزاران به وسوسه نقض این معیارها دچار شدند از قدرت تحمیل آنها برخوردار باشند؛ می‌توانند در میان غریبه‌ها اعتماد ایجاد کنند. برعکس از برخی شواهد چنین برمی‌آید که ناتوانی هر مجموعه نهادی در رعایت هر یک از این معیارها، دلیل اصلی بی‌اعتمادی یا سلب اعتماد مردم از کل یا یک بخش نهادی و در نهایت از همگان است (اوفه، ۱۳۸۵: ۲۵۵-۲۵۲).

بنابراین با توجه به موارد اشاره شده در مبانی نظری عوامل مؤثر بر تقویت اعتماد میان مردم را می‌توان چنین برشمرد. ۱- پای‌بندی به فضیلت حقیقت‌گویی، ۲- وفای به عهد، ۳- رعایت عدالت و انصاف، ۴- رعایت حقوق اجتماعی افراد، ۵- پای‌بندی و تعهد درونی افراد نسبت به هنجارهای اجتماعی، مقررات و قوانین. لذا با توجه به موارد فوق در جهت ایجاد نظم و امنیت در جامعه، کارکنان کلانتری‌ها و پاسگاه‌ها برای تقویت اعتماد مردم، باید اصول عدالت و انصاف، حقیقت‌گویی، وفای به عهد، رعایت قوانین و مقررات را سرلوحه کار خویش قرار دهند. از این رو، رعایت موارد فوق به افزایش اعتماد مردم نسبت به کوپ‌ها منجر می‌شود.

### روش‌شناسی تحقیق

روش تحقیق: روش تحقیق توصیفی و از نوع پیمایشی است.

جامعه‌آماري: جامعه‌آماري عبارتند: کلیه فرماندهان ۱- معاونت‌های نیروی انتظامی (ستاد عمومی). ۲- فرماندهی انتظامی استان‌ها. ۳- فرماندهی شهرستان‌ها. ۴- پاسگاه‌های انتظامی. ۵- پاسگاه‌های پلیس‌هوایمایی ۶- کلانتری‌ها. ۷- پاسگاه‌های راه‌آهن.

حجم نمونه: حجم نمونه تحقیق عبارت است: الف) معاونت‌های نیروی انتظامی و تعدادی از ادارات کل. ب) فرماندهی انتظامی: استان‌های خراسان- گیلان- آذربایجان غربی- اصفهان- تهران بزرگ- کرمانشاه- هرمزگان- ایلام و کردستان.



به طور کلی، تعداد حجم نمونه ۲۵۰ نفر انتخاب شده بودند که ۸۸ نفر آن را مسئولین و خبرنگاران و ۱۶۲ نفر آن را فرماندهان کوپ تشکیل دادند.

### روش نمونه‌گیری

روش نمونه‌گیری به صورت خوشه‌ای و انتخاب منظم انجام شده شامل: ۱- پاسگاه‌های انتظامی؛ سه پاسگاه در مرکز استان و پنج پاسگاه در شهرستان‌های تابعه. ۲- کلانتری‌های انتظامی؛ سه کلانتری در مرکز استان و پنج کلانتری در شهرستان‌های تابعه. (توضیح این که به جای پنج پاسگاه، پنج کلانتری منظور گردیده است). ۳- پاسگاه‌های پلیس راه آهن: ۲۵ کلانتری و پاسگاه‌های پلیس راه آهن. ۴- پاسگاه‌های پلیس هواپیمایی: ۲۵ یگان انتظامی هواپیمایی موجود در کشور. ۵- فرماندهی انتظامی شهرستان: ۲۸ فرمانده انتظامی شهرستان. ۶- فرماندهی انتظامی استان: ۹ فرماندهی انتظامی استان‌ها. ۷- همه معاونت‌های نیروی انتظامی و تعدادی از ادارات کل.

### روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS استفاده شده است. در این روش با استفاده درصدگیری و اولویت بندی ارزش شاخص‌ها، عوامل و ویژگی‌های اثرگذاری اعتماد شناسایی شدند. بنابراین روش استخراج عوامل اثرگذاری اعتماد با توجه به درصد اولویت هر شاخص به شیوه اکتشافی و تطبیقی، دسته‌بندی و عوامل آن تعریف شدند.

### تجزیه و تحلیل داده‌ها

در ارتباط با موضوع عوامل مؤثر بر افزایش اعتماد مردم نسبت به پلیس، نظر فرماندهان کوپ و مسئولین را مورد بررسی قرار دادیم. در این قسمت، به دو بخش که بخش اول آن نظر فرماندهان و بخش دوم آن، نظر مسئولین را در خصوص عوامل مؤثر بر اعتماد، از نظر می‌گذرانیم.



الف) نظر فرماندهان در خصوص عوامل مؤثر بر اعتماد مردم نسبت به کوپ‌ها. در ارتباط با بحث عوامل مؤثر بر اعتماد مردم نسبت به کوپ‌ها از نظر فرماندهان در سه جدول زیر به طور مجزا مورد بررسی قرار گرفت. این سه جدول از نظر فرماندهان در ارتباط با الف- کلانتری‌ها؛ ب- پاسگاه‌ها؛ ج- ویژگی‌های مشترک کلانتری‌ها و پاسگاه است.

الف) عوامل، خصوصیات و ویژگی‌های تأثیرگذار بر اعتماد مردم نسبت به کلانتری‌ها از منظر فرماندهان کوپ

با توجه به جدول زیر، از نظر فرماندهان کوپ شاخص‌های اثرگذار بر روی اعتماد مردم نسبت به کلانتری‌ها به ترتیب اولویت درصد گذاری شده است. شاخص‌های مشابهی که به ترتیب پشت سر هم آمده‌اند؛ بیان‌گر عواملی هستند که بر اعتماد مردم نسبت به کلانتری‌ها تأثیر گذار است.

جدول الف: عوامل، خصوصیات و ویژگی‌های تأثیرگذار بر اعتماد

مردم نسبت به کلانتری‌ها از منظر فرماندهان کوپ

ردیف	عوامل اصلی	عنوان شاخص‌ها	درصدها	اولویت‌ها
۱	وجدان کاری	صداقت و خلوص نیت	۴۹/۴	اول
۲		مسئولیت شناسی و انضباط	۴۴/۴	دوم
۳		وفاداری به مردم و کشور	۴۳/۳	سوم
۴		تخصص و مهارت	۴۳/۲	چهارم
۵	اخلاق مداری	ادب و اخلاق	۴۲/۶	پنجم
۶		کمک‌رسانی	۴۲	ششم
۷		مهربانی و احساس هم‌دردی	۳۸/۹	هفتم
۸		مدد کار بودن پلیس	۳۸/۱	هشتم
۹		نداشتن حب و بغض	۳۷/۷	نهم
۱۰	سازگاری مؤثر با محیط	مثل مردم فکر داشتن و گوش شنوا داشتن	۳۷	دهم
۱۱		استقامت و صبر و بردباری	۳۷	یازدهم
۱۲		ارائه‌ی کار مثبت	۳۵/۸	دوازدهم
۱۳		پشتکار در پی‌گیری کارها	۳۵/۲	سیزدهم
۱۴		رقابت سازنده	۳۲/۱	چهاردهم

عامل اول، وجدان کاری است. وجدان کاری یا پایبندی به تعهدات کاری، از مهم‌ترین عامل تأثیرگذار بر اعتماد مردم نسبت به کلانتری‌ها است. در ثانی توجه به اخلاق‌مداری و سازگاری مؤثر با محیط انسانی یا اجتماعی سبب می‌شود که اعتماد مردم نسبت به کلانتری‌ها افزایش یابد و این خود بر رضایت‌مندی مردم نسبت به پلیس کمک کند. بنابراین، سه عامل به ترتیب اولویت؛ وجدان کاری، اخلاق‌مداری و سازگاری مؤثر با محیط از ویژگی‌های مهم اثرگذار در اعتماد مردم نسبت به کلانتری است. پس برای این که اعتماد مردم نسبت به کلانتری‌ها افزایش یابد؛ کارکنان کلانتری‌ها باید اخلاق‌مدار، سازگار و دارای وجدان کاری باشند.

ب) عوامل، خصوصیات و ویژگی‌های تأثیرگذار بر اعتماد مردم نسبت به کارکنان پاسگاه‌ها از منظر فرماندهان کوپ بر اساس اولویت  
 نظر فرماندهان کوپ در خصوص شاخص‌های اثرگذار بر روی اعتماد مردم نسبت به پاسگاه‌ها، به ترتیب اولویت درصد‌گذاری شده است. از منظر فرماندهان کوپ عامل‌های اثرگذار بر روی اعتماد مردم نسبت به پاسگاه‌ها متفاوت از کلانتری‌ها است.

جدول ب: عوامل، خصوصیات و ویژگی‌های تأثیرگذار بر اعتماد مردم

نسبت به کارکنان پاسگاه‌ها از منظر فرماندهان کوپ

ردیف	عوامل اصلی	خصوصیات و ویژگی‌های مؤثر بر اعتماد مردم نسبت به پاسگاه‌ها	درصدها	اولویت‌ها
۱	وجدان	صداقت و خلوص نیت	۳۰/۲	اول
۲	کاری	ادب و اخلاق	۲۷/۲	دوم
۳		وفاداری به مردم و کشور	۲۶/۵	سوم
۴		مسئولیت‌شناسی و انضباط	۲۵/۲۳	چهارم
۵		ایثارگری	کمک‌رسانی	۲۵/۲
۶		مهربانی و احساس‌همدردی	۲۳/۵	ششم
۷		مدد کار بودن پلیس	۲۲/۸	هفتم
۸		استقامت و صبر و بردباری	۲۲/۳	هشتم
۹		نداشتن حب و بغض	۲۲/۲	نهم
۱۰		تخصص و مهارت	۲۱/۶	دهم
۱۱		پشتکار در پی‌گیری کارها	۲۱/۶	یازدهم



دوازدهم	۲۱	ارائه‌ی کار مثبت	تلاش سازنده	۱۲
سیزدهم	۱۸/۵	مثل مردم فکر داشتن و گوش شنوا داشتن		۱۳
چهاردهم	۱۸/۵	رقابت سازنده		۱۴

در پاسگاه‌ها نیز همانند کلانتری‌ها، عامل اصلی اثرگذار بر اعتماد مردم نسبت به کوپ‌ها، وجدان کاری است. مفهوم اعتماد بیش‌تر با مردمی و اجتماعی بودن، معنا پیدا می‌کند. در ثانی ایثارگری یا کمک کردن و حس هم‌دردی و مددجویی نسبت به مردم عامل تقویت اعتماد شهروندان نسبت به پاسگاه‌ها خواهد بود. سوم آن‌که، تلاش سازنده در انجام کارها یا به عبارتی، مفید بودن برای مردم و اثربخشی در زندگی مردم، باعث می‌شود که اعتماد مردم نسبت به پاسگاه‌ها افزایش یابد. لذا در یک حالت مقایسه‌ای می‌توان گفت که اعتماد نسبت به کلانتری‌ها و پاسگاه‌ها دارای ویژگی‌های مشترکی است. این ویژگی‌ها عبارتند: وجدان کاری، رعایت اصول اخلاقی و داشتن روحیه ایثارگری و گذشت و در نهایت مؤثر و مفید بودن برای مردم حین سازگاری با آنها.

ج) عوامل، خصوصیات و ویژگی‌های تاثیرگذار بر اعتماد مردم نسبت به کلانتری‌ها و پاسگاه‌ها از منظر فرماندهان کوپ

در جدول زیر، عوامل اصلی مؤثر بر اعتماد مردم نسبت به کوپ‌ها، شامل دو بعد اصلی رفتاری (مردم‌پسند، اجتماعی، تربیت‌شده و مدیریتی) و پای‌بندی (تعهدات دینی، رعایت قانون و داشتن منزلت‌شغلی) می‌باشد.

به طور کلی، عوامل مؤثر بر اعتماد مردم نسبت به کوپ، مبتنی بر این خط اصلی داستان، یعنی رفتارهای مبتنی بر پای‌بندی به اصول و ارزش‌ها در کلانتری‌ها و پاسگاه‌ها می‌باشد که لازمه‌ی آن آموزش صحیح رفتارها و نحوه‌ی برخورد عادلانه و منصفانه با مردم در جهت ارزش‌های مبتنی بر حفظ شئون دینی، انسانی، قانونی و عرفی در کلانتری‌ها و پاسگاه‌هاست. انجام این رویکرد در دستگاه‌های اجرایی کوپ، باعث بهبود در کیفیت عملکرد آنان در سطح جامعه می‌شود که به نوبه خود عامل افزایش رضایتمندی مردم از رفتار و عملکرد کارکنان کلانتری‌ها و پاسگاه‌ها در سطح کشور خواهد شد.



جدول ج: عوامل، خصوصیات و ویژگی‌های تأثیرگذار بر اعتماد مردم نسبت به کلانتری‌ها و پاسگاه‌ها از منظر فرماندهان کوپ

اولویت‌ها	تأثیر موارد زیر در اعتماد مردم نسبت به کوپ از منظر فرماندهان کوپ
اول	تعهدات
دوم	دینی
سوم	دینی
چهارم	رفتار مردم
پنجم	پسند
ششم	پسند
هشتم	داشتن منزلت
هفتم	شغلی
نهم	شغلی
دهم	رعایت قانون
یازدهم	رعایت احترام به سلسله مراتب کاری به ویژه در انظار عمومی
دوازدهم	فراهم کردن تسهیلات لازم برای مراجعه کنندگان
سیزدهم	اجرای قوانین و مقررات
چهاردهم	آشنایی به مسائل و امور محلی
پانزدهم	ابزار هم دردی با مالباخته و پی‌گیری از طریق مسئولین کوپ
شزدهم	رفتارهای
هفدهم	اجتماعی
هجدهم	اجتماعی
نوزدهم	حفظ شئون
بیستم	در هنگام
بیست و دوم	برخوردها
بیست و یکم	برخوردها
بیست و سوم	نحوه رفتار
بیست و پنجم	مدیریتی
بیست و چهارم	مدیریتی



ب) نظر مسئولین در خصوص عوامل مؤثر بر اعتماد مردم نسبت به کوپ‌ها در ارتباط با بحث عوامل مؤثر بر اعتماد مردم نسبت به کوپ‌ها از نظر مسئولین در سه جدول زیر به طور مجزا مورد بررسی قرار گرفت. این سه جدول از نظر مسئولین در ارتباط با الف - کلاتری‌ها؛ ب - پاسگاه‌ها؛ ج - ویژگی‌های مشترک کلاتری‌ها و پاسگاه است.

جدول الف: عوامل، خصوصیات و ویژگی‌های تاثیرگذار بر اعتماد مردم نسبت به کلاتری‌ها از منظر مسئولین

نظر مسئولین در خصوص شاخص‌های اثرگذار بر اعتماد مردم نسبت به کلاتری‌ها، به ترتیب اولویت درصدگذاری شده است. از نظر مسئولین، کارکنان کلاتری‌ها در درجه اول باید، طینت و درونی خوب، پاک و راست کردار باشند. در صورت امکان نسبت به مردم، ایثار و گذشت داشته باشند و در نهایت تلاش و کوشش در حین انجام وظایف خود، مدافع حقوق و منافع ملت نیز باشند. مسئولین معتقدند با انجام این روند، اعتماد مردم نسبت به کلاتری‌ها افزایش خواهد یافت.

جدول الف: عوامل، خصوصیات و ویژگی‌های تاثیرگذار بر اعتماد مردم نسبت به کلاتری‌ها از منظر مسئولین

ردیف	عوامل	شاخص‌ها	درصد	اولویت
۱	خوش طینتی	صداقت و خلوص نیت	۷۹/۵	اول
۲		ادب و اخلاق	۶۸/۲	دوم
۳		وفاداری به مردم و کشور	۶۸/۲	سوم
۴	انضباط - کاری	تخصص و مهارت	۶۳/۶	چهارم
۵		ارائه‌ی راه کار مثبت	۶۱/۲	پنجم
۶		مسئولیت شناسی و انضباط	۶۰/۲	ششم
۷	ایثارگری	مهربانی و احساس همدردی	۶۰/۲	هفتم
۸		مدد کار بودن پلیس	۵۹/۱	هشتم
۹		نداشتن حب و بغض	۵۶/۸	نهم
۱۰		کمک رسانی	۵۵/۷	دهم
۱۱	تلاش سازنده	استقامت و صبر و بردباری	۵۲/۳	یازدهم
۱۲		پشتکار در پی گیری کارها	۵۲/۲	دوازدهم
۱۳		مثل مردم فکر داشتن و گوش شنوا داشتن	۵۱/۳	سیزدهم
۱۴		رقابت سازنده	۴۴/۳	چهاردهم



تفاوت نگرش فرماندهان کوپ و مسئولین در خصوص عوامل تأثیرگذار بر اعتماد مردم نسبت به کلانتری‌ها، بیان‌گر این موضوع است که فرماندهان کوپ و مسئولین تقریباً دارای نگرش‌های مشترکی هستند. ایشارگری و مفید بودن برای مردم در نگرش هر دو گروه، مشترک است. منتها از نظر مسئولین - علاوه بر ویژگی‌های درونی - عوامل خوش‌طینتی و انضباط کاری، می‌بایست در عملکرد کارکنان کوپ‌ها تقویت شود تا اعتماد مردم را نسبت به خود افزایش دهند.

جدول ب: عوامل، خصوصیات و ویژگی‌های تأثیرگذار بر اعتماد مردم نسبت به پاسگاه‌ها از منظر مسئولین

در این قسمت، عواملی که سبب افزایش اعتماد مردم نسبت به پاسگاه‌ها می‌باشد را از نظر مسئولین مد نظر قرار می‌دهیم.

جدول ب: عوامل، خصوصیات و ویژگی‌های تأثیرگذار بر اعتماد مردم نسبت به پاسگاه‌ها از منظر مسئولین

ردیف	عوامل	شاخص‌ها	اولویت‌ها	درصد اولویت‌ها
۱	وجدان کاری	صداقت و خلوص نیت	اول	۶۹/۳
۲		تخصص و مهارت	دوم	۶۰/۲
۳		رعایت ادب و اخلاق	سوم	۵۹/۱
۴		مسئولیت‌شناسی و انضباط	چهارم	۵۵/۷
۵	مددکاری	ارائه‌ی راه‌کار مثبت	پنجم	۵۵/۷
۶		وفاداری به مردم و کشور	ششم	۵۵/۷
۷		مدد کار بودن پلیس	هفتم	۵۴/۵
۸		مهربانی و احساس همدردی	هشتم	۵۳/۴
۹		کمک‌رسانی	نهم	۵۱/۱
۱۰	سازگاری	نداشتن حب و بغض	دهم	۵۳/۴
۱۱	مؤثر با محیط	استقامت و صبر و بردباری	یازدهم	۴۷/۷
۱۲		پشتکار در پی‌گیری کارها	دوازدهم	۴۷/۷
۱۳		مثل مردم فکر داشتن و گوش شنوا داشتن	سیزدهم	۴۴/۳
۱۴		رقابت سازنده	چهاردهم	۴۰/۹



داشتن ویژگی‌هایی نظیر وجدان کاری، مددکاری و سازگاری موثر میان پاسگاه‌ها از منظر مسئولین دقیقاً همان عوامل و خصوصیات بودند که از منظر فرماندهان باید در کلانتری‌ها وجود داشته باشد. لذا دیدگاه‌های این دو گروه نخبه یعنی فرماندهان و مسئولین، تفاوت‌چندانی را نشان نمی‌دهد. بنابراین ویژگی‌هایی نظیر مؤثر بودن، مددکار بودن و رعایت اخلاق کاری و وجدان کاری از منظر فرماندهان و مسئولین از عوامل مشترکی هستند که در تقویت اعتماد مردم نسبت به کوپ‌ها اثرگذار خواهد بود.

جدول ج: عوامل، خصوصیات و ویژگی‌های تأثیرگذار بر اعتماد مردم نسبت به کلانتری‌ها و پاسگاه‌ها از منظر مسئولین

در جدول زیرین، چهار مفهوم مورد استنتاج قرار گرفت که این چهار مفهوم شامل؛ تعهدات دینی، حفظ شئون پلیسی در انجام وظایف، رفتار اجتماعی مناسب، مدیریت صحیح در تعامل با مردم و کارکنان می‌باشد. چهار مفهوم ذکر شده در جدول زیر، مفهوم بزرگتری با نام اقتدار در رفتار و عملکرد کارکنان را با خود به همراه دارد که حاصل این رفتار مبتنی بر قانون، شأن اجتماعی و تعهدات دینی پلیسی، تولید اقتدار در سطح کلانتری‌ها و پاسگاه‌ها می‌باشد.

جدول ج: عوامل، خصوصیات و ویژگی‌های تأثیرگذار بر اعتماد مردم نسبت به

کلانتری‌ها و پاسگاه‌ها از منظر مسئولین

ردیف	عوامل	تأثیر موارد زیر در اعتماد مردم نسبت به کوپ از منظر فرماندهان کوپ	اولویت‌ها	درصد
۱	تعهدات دینی	داشتن توکل و اعتقاد به خدا	اول	۶۷
۲		رشوه نگرفتن و سوء استفاده نکردن	دوم	۶۷
۳		عدم تبعیض در برخوردها و اجرای عدالت	سوم	۶۴/۸
۴	حفظ شئون پلیسی در تعامل با مردم و کارکنان	شخصیت پرسنل	چهارم	۶۳/۶
۵		احساس مسئولیت و سرعت عمل نسبت به مردم	پنجم	۶۱/۴
۶		داشتن تجربه‌ی خدمتی در کار کوپ	ششم	۵۸
۷		پاسخگویی درست و به موقع به مردم	هفتم	۵۶/۸
۸		اجرای قوانین و مقررات	هشتم	۵۶/۸
۹		سوء استفاده نکردن از شغل و لباس	نهم	۵۵/۵
۱۰		طرز لباس پوشیدن و انضباط و آراستگی ظاهری	دهم	۵۴/۵
۱۱		ابراز همدردی با مالباخته و پی‌گیری از طریق مسئولین کوپ	یازدهم	۵۲/۳





۵۱/۱	دوازدهم	رفتار اجتماعی	رفتار اجتماعی مناسب	۱۲
۵۰	سیزدهم	رعایت احترام به سلسله مراتب کاری به ویژه در انتظار عمومی	رفتار اجتماعی مناسب	۱۳
۵۰	چهاردهم	رسیدگی به شکایات و خواسته‌های مردم		۱۴
۵۰	پانزدهم	رفتار مناسب در برخورد با مجرمین		۱۵
۴۶/۶	شانزدهم	نحوه‌ی انتخاب و انتصاب کارکنان		۱۶
۴۵/۵	هفدهم	حضور معقول و منطقی در مجامع	مدیریت صحیح در تعامل با مردم و کارکنان	۱۷
۴۵/۵	هجدهم	رفتار کارکنان در محیط کوپ		۱۸
۴۴/۳	نوزدهم	آشنایی به مسائل و امور محلی		۱۹
۴۳/۳	بیستم	انعطاف‌پذیری نسبت به افرادی که عمدا مرتکب خطا نمی‌شوند		۲۰
۴۴/۳	بیست و یکم	توجه به مقام و موقعیت هر فرد به مقام انسانی در برخوردها		۲۱
۴۴/۳	بیست و دوم	تبلیغات صحیح و درست در مورد عملکرد کوپ		۲۲
۴۴/۳	بیست و سوم	ایجاد درک و استنباط در مردم که کارکنان با آنها روراست هستند.		۲۳
۴۲/۲	بیست و چهارم	فراهم کردن تسهیلات لازم برای مراجعه کنندگان		۲۴
۳۴/۱	بیست و پنجم	سهیم کردن مردم در تصمیم‌گیری‌ها و امور مربوط		۲۵

در بخش تجزیه و تحلیل داده‌ها از منظر فرماندهان کوپ و مسئولین در ارتباط با موضوع مذکور، شش جدول تشکیل شد. در دو جدول، نظرات فرماندهان کوپ و مسئولین، نسبت به کلانتری‌ها و در دو جدول دیگر نسبت به پاسگاه‌ها مورد بررسی قرار گرفت. در دو جدول‌نهایی نظرات فرماندهان کوپ و مسئولین در خصوص ویژگی‌های مشترک کلانتری‌ها و پاسگاه‌ها ارزیابی شد. مفاهیم استخراج شده به شیوه تطبیقی با توجه به درصد اولویت در جدول‌نهایی زیر، مورد طبقه‌بندی اطلاعات قرار گرفت تا نگارنده حاضر بتواند با استفاده از آن به مفهوم بزرگتر که ارتباط بین عوامل باشد؛ دسترسی پیدا کند.



جدول نهایی: طبقه‌بندی عوامل مؤثر بر اعتماد مردم نسبت به عملکرد کلاتری‌ها و پاسگاه‌ها از منظر نخبگان (مسئولین و فرماندهان کوپ).

جمع‌بندی	عوامل مؤثر بر اعتماد مردم نسبت به پاسگاه‌ها و کلاتری‌ها		عوامل مؤثر بر اعتماد مردم نسبت به کلاتری‌ها		عوامل مؤثر بر اعتماد مردم نسبت به پاسگاه‌ها		تأثیرگذار نظرات نخبگان
	نظر مسئولین	نظر فرماندهان کوپ	نظر مسئولین	نظر فرماندهان کوپ	نظر مسئولین	نظر فرماندهان کوپ	
رفتار اجتماعی مردم پسند	رفتار اجتماعی مناسب	رفتار مردم پسند رفتار اجتماعی		مردمی بودن (اجتماعی بودن)	-	خدمت به مردم (اجتماعی بودن)	۱
حفظ منزلت شغلی و شخصیت مثبت	حفظ شئون در انجام وظایف	داشتن منزلت شغلی	خوش طینت بودن	-	داشتن ویژگی‌های مثبت	-	۲
کمک رسانی و ایثارگری	-	-	ایثارگری	حس انسان دوستی	مددکاری	ایثار کردن (عمل انسانی)	۳
قانون‌گرایی	-	رعایت قانون	-	وظیفه شناسی (قانون‌گرایی)	-	-	۴
پای‌بندی به تعهدات دینی	تعهدات دینی	تعهدات دینی	-	-	-	-	۵
مدیریت در رفتار	مدیریت صحیح در تعامل با مردم و کارکنان	رفتار مدیریتی	-	-	-	-	۶
صحت عمل	-	رفتار مناسب تربیت شده	درست- کاری	وجدان کاری	وجدان کاری	-	۷
تلاش مؤثر	-	-	تلاش و کوشش	-	-	مفید بودن (اثربخش بودن)	۸
رعایت هنجارهای مبتنی بر اصول ارزش- هالی اجتماعی، دینی، قانونی و اخلاقی) در جهت خدمت به مردم	حفظ شئون اجتماعی و دینی در تعامل با دیگران	رفتار مناسب شغلی در جهت خدمت به مردم	تلاش درست در جهت ایثارگری	کمک به مردم با رعایت قانون	خدمت خالصانه	کمک مؤثر به مردم	جمع- بندی

جدول صفحه قبل شامل چهار ستون اصلی می‌باشد که ستون اول با عنوان عوامل مؤثر بر اعتماد مردم نسبت به پاسگاه‌ها، ستون دوم با عنوان عوامل مؤثر بر اعتماد مردم نسبت به کلاتری‌ها، ستون سوم با عنوان عوامل مؤثر بر اعتماد مردم نسبت به پاسگاه‌ها و کلاتری‌هاست. در ستون نهایی نیز با توجه به شباهت‌های مفهومی، مفهوم بزرگتری در



ستون جمع‌بندی، عنوان‌گذاری شده است. همچنین در حالت افقی جدول با توجه به وجوه شباهت مفهومی، نیز همانند جدول ستونی مورد تطبیق قرار گرفت. با مقایسه رویکردهای مشترک بین ۲۵۰ نفر نخبگان، یعنی مسئولین، خبرگان و فرماندهان کلانتری‌ها و پاسگاه‌ها نسبت به بهبود عملکرد کوپ‌ها، این موضوع استنباط می‌شود که کارکنان کلانتری‌ها و پاسگاه‌ها باید دارای هشت ویژگی زیر باشند که عبارتند: ۱- رفتار اجتماعی مردم پسند ۲- حفظ شخصیت و منزلت شغلی در حین انجام دادن وظایف ۳- کمک‌رسانی و ایثارگری ۴- قانون‌گرایی و رعایت عدالت ۵- پای‌بندی به تعهدات دینی ۶- مدیریت در رفتار ۷- وجدان کاری و صحت عمل ۸- تلاش مؤثر. در پایان برای رسیدن به خط اصلی مفهوم بنیادی تحقیق، به مفهوم بزرگتری در تقاطع دو جمع‌بندی ستونی و افقی، رسیدیم که آن عبارت است از رعایت هنجارهای مبتنی بر اصول ارزش‌های (اجتماعی، دینی، قانونی و اخلاقی) در جهت خدمت به مردم؛ لذا با رعایت عوامل فوق می‌توان اعتماد مردم را نسبت به کوپ‌ها تقویت کرد.

### نتیجه‌گیری

مقاله حاضر به دنبال شناسایی عوامل مؤثر در تقویت اعتماد مردم نسبت به کوپ‌ها از منظر فرماندهان و مدیران بوده است؛ لذا با استفاده از تکنیک تطبیقی و استقرایی، عوامل مؤثر بر این موضوع را شناسایی کردیم.

از وجوه مشترک نظرهای مسئولین، خبرگان و فرماندهان کلانتری‌ها و پاسگاه‌ها نسبت به بهبود عملکرد کوپ‌ها، این موضوع استنباط می‌شود که کارکنان کلانتری‌ها و پاسگاه‌ها باید دارای هشت ویژگی زیر باشند. ۱- رفتار اجتماعی مردم پسند ۲- حفظ شئون پلیسی حین انجام دادن وظایف ۳- کمک‌رسانی و ایثارگری ۴- قانون‌گرایی و رعایت عدالت ۵- پای‌بندی به تعهدات دینی ۶- مدیریت در رفتار ۷- وجدان کاری و صحت عمل ۸- تلاش مؤثر.

از این رو، می‌توان اذعان داشت که رفتارهای کارکنان کلانتری‌ها و پاسگاه‌ها باید مبتنی بر کمک مؤثر، خالصانه همراه با حفظ شئون اخلاقی، دینی و قانونی در جهت خدمت



به مردم باشد. در این صورت است که عملکرد کوپ‌ها بهبود خواهد یافت و مردم نسبت کوپ‌ها بیش‌تر اعتماد خواهند یافت. بنابراین بهبود عملکرد کوپ‌ها باید بر پایه‌ی پای‌بندی به ارزش‌ها و هنجارها در جهت خدمت به مردم باشد.

در جمع‌بندی جدول‌نهایی، عوامل مؤثر بر اعتماد مردم نسبت به عملکرد کلانتری‌ها و پاسگاه‌ها از منظر نخبگان (مسئولین و فرماندهان کوپ) استنتاج شده است. نتایج تحقیق نیز همسو با رویکردهای نظری تحقیق، به این اصل تکیه دارند که اساس تقویت اعتماد مردم نسبت به کوپ‌ها بر پای‌بندی به تعهدات، رعایت عدالت و انصاف و حقوق و مقررات، حقیقت‌جویی و دوری‌گزیدن از اشتباه و انحراف استوار است. لذا نکته کلیدی و یافته‌های تحقیق در خصوص اعتماد مردم نسبت به کلانتری‌ها و پاسگاه‌ها در این نکته یعنی «رعایت هنجارهای مبتنی بر اصول و ارزش‌های (اجتماعی، دینی، قانونی و اخلاقی) در جهت خدمت به مردم» نهفته است که رعایت آن سبب افزایش اعتماد مردم نسبت به کوپ‌ها خواهد شد. این نکته یک بحث کلیدی نظریه‌پردازان جامعه‌شناسی در حوزه نظم-اجتماعی است؛ آنها این نکته کلیدی را درک و به طور ضمنی به آن اشاره می‌کنند. آنان، هنجارها و ارزش‌ها را دو مفهوم اصلی برای رویکرد نظم اجتماعی در نظر می‌گیرند و معتقدند که برای رسیدن به نظم اجتماعی در جامعه، باید منطبق با ارزش‌های حاکم بر جامعه، رفتارها یا هنجارهای اجتماعی مناسبی برگزید و به عنوان الگوی اجتماعی به جامعه معرفی و آن را درون ذهن کرد.



### منابع فارسی

- اوفه، کلاوس (۱۳۸۵)، چگونه می‌توان به شهروندان اعتماد داشت؟، ترجمه افشین خاکباز و حسین پویان. تهران: نشر شیرازه.
- تاجبخش، کیان (۱۳۸۵)، سرمایه اجتماعی، اعتماد و دموکراسی. تهران: نشر شیرازه.
- ترنر، جاناتان. اج. (۱۳۸۲). ساخت نظریه‌های جامعه‌شناسی، ترجمه عبدالعلی لهسایی زاده، شیراز: نشر نوید.
- دورکیم، امیل (۱۳۶۶)، تربیت و جامعه‌شناسی، ترجمه علی محمد کاردان. تهران: دانشگاه تهران.
- فوکویاما، فرانسیس (۱۳۷۹)، پایان نظم، غلام‌عباس توسلی، تهران: نشر جامعه.
- محمدی، علی (۱۳۸۴)، سرمایه اجتماعی و سنجش آن. تهران: دانشگاه علوم بهزیستی و توان‌بخشی.
- مک کلنن، ادوارد (۱۳۸۵)، اعتماد و مبادله بازاری، ترجمه افشین خاکباز و حسین پویان. تهران: نشر شیرازه.

### منابع لاتین

- Coleman. J. (1990). Foundation Of Social Theory, Cambridge: Harvard University.
- Gambetta, Diego. (1988). Can We Trust Trust? In: Idem Trust. Making And Breaking Cooperative Relations, NY: Blackwell.
- Sztompka, Pieter .(1996).Trust And Emerging Democracy. International Sociology 11, No. 1.