

عوامل موثر بر اعتماد به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه

دکتر نوروز هاشم زهی، استادیار جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق و رئیس مرکز پژوهش‌های اجتماعی کندوکاو زهرا جاه بین، دانش‌آموخته کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق
(نویسنده و عهده‌دار مکاتبات) Jahbinzahra@yahoo.com

چکیده:

مقاله حاضر به بررسی عوامل موثر بر اعتماد شهروندان تهرانی به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه می‌پردازد. متغیر اعتماد شهروندان تهرانی به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه با ابعاد صداقت، صراحت، سهیم کردن، تمایلات همکاری جویانه و اطمینان مورد سنجش قرار گرفته است. حجم نمونه ۴۰۰ نفر از شهروندان بالای ۲۰ سال ساکن مناطق ۱، ۶، ۹، ۱۴، ۲۰ تهران بود که تا سال ۱۳۹۱ حد اقل یک بار تجربه مراجعه به قوه قضائیه داشتند که به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شدند. این تحقیق به روش پیمایش و با ابزار پرسشنامه که در قالب مقیاس لیکرت سازماندهی شده، انجام پذیرفت. به منظور آزمون فرضیه‌های تحقیق از آزمون F، ضریب همبستگی پیرسون در سطح $P \leq 0,05$ و تجزیه رگرسیون و تحلیل مسیر استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار SPSS استفاده گردید. نتایج تحقیق حاکی از وجود رابطه معنی‌دار بین متغیرهای پایگاه اقتصادی اجتماعی، احساس امنیت، میزان رضایت از عملکرد قوه قضائیه با اعتماد به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه است و نیز تفاوت معنی‌داری در میزان اعتماد به عملکرد در بین دو گروه جنسیت زنان و مردان با میزان اعتماد به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه وجود نداشت. نتایج کلی تحقیق در قالب تجزیه رگرسیونی نشان داد که عمده‌ترین متغیرهای تأثیرگذار بر حسب میزان تأثیر بر اساس اولویت عبارتند از: رضایت از عملکرد قوه قضائیه با وزن بتای (۰,۲۴)؛ احساس امنیت با وزن بتای (۰,۱۷)؛ پایگاه اقتصادی اجتماعی با وزن بتای (۰,۰۶-)؛ در کل میزان ضریب همبستگی تصحیح شده برابر ۰,۵۰ می‌باشد که نشان‌گر تبیین ۵۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط مجموع متغیرهای مستقل می‌باشد. ضمن آنکه بر اساس مقدار ضریب همبستگی چندگانه با $R = 0,71$ ؛ همبستگی بالایی بین مجموع متغیرهای مستقل و متغیر وابسته وجود دارد.

واژگان کلیدی: اعتماد، احساس امنیت، رضایت، عملکرد روابط عمومی، پایگاه اقتصادی اجتماعی

مقدمه :

اعتماد مردم بزرگترین سرمایه ای است که هر سازمان دارد و این سرمایه بی بدیل به تدریج در گذر زمان و به سختی و با تلاش صادقانه اعضای سازمان و البته حمایت نهادهای نظارتی و فعالیتهای روابط عمومی ها به دست می آید. روزها و ماهها و سالها می گذرد تا اعتماد مردم نسبت به یک سازمان انباشته می شود و هنر مدیران و اعضای سازمان این است که در مسیر فعالیتهای با اصل قرارداد صدقت و تلاش مردم مدارانه از اعتمادی که سازمان به تدریج به دست می آورد به خوبی حراست و حفاظت کنند و برای توسعه و گسترش آن بکوشند. در صورتی که این روند وجود داشته باشد و همراه با عملکرد صادقانه، شعارهای مناسبی هم انتخاب و بر روی آن تبلیغ شود، می تواند آثار خوب و مثبتی بر حاصل کار داشته باشد و دستیابی سازمان را به اهداف خود تسهیل کرده و تسریع بخشد. تطابق نداشتن عملکردها و شعارهای انتخاب شده نه تنها موجب گسترش اعتماد عمومی نمی شود بلکه می تواند به عنوان ضدتبلیغ محسوب شده و آثار منفی آن در افواه روزبه روز لطمات جبران ناپذیری را به سازمان وارد سازد.

لذا یکی از بزرگترین وظایف نهادهای روابط عمومی و نظارتی در سازمان، پاسداری از اعتماد عمومی به روشهای مختلف است تا این سرمایه اجتماعی دستخوش آسیب و نابودی نشود. موضوع اختلاس سی هزار میلیارد ریالی در سال (۱۳۹۰)، افزون بر این که اعتماد مردم نسبت به نهادهای گوناگون عملیاتی و نظارتی و خدماتی و اجرایی را دچار آسیب جدی نموده، سرمایه های اجتماعی بانک ملی و صادرات که طی سالیان و همراه با خدماتی شایان توجه و تبلیغاتی که در اثر تکرار شعار «هرجا سخن از اعتماد است نام بانک ملی ایران می درخشد»! به دست آمده بود، اینک همه این سرمایه ها به هدر رفته و این شعار که روزی عامل گسترش اعتماد عمومی می توانست تلقی شود، با فرار مدیرعامل بانک ملی و برکناری مدیرعامل بانک صادرات وجود انگشت اتهام بر روی بانک ملی و بانک صادرات و رواج لطفیه های پیامکی و افواهی (هرجا سخن از اختلاس است نام بانک ملی یا بانک صادرات ایران می درخشد) به عاملی برای افشای این اتهام و از بین بردن سوابق مثبت بانک ملی و بانک صادرات تبدیل شد. بحرانی که روابط عمومی ها و نیز نهادهای نظارتی می توانستند در پیشگیری از بروز آن نقش آفرین باشند و اینک باید با تدبیر و مدیریت بحران و صداقت و پرهیز از گرایش به دروغ، امواج این بی اعتمادی را مهار نمایند. کاری که اگرچه دشوار است و جبران ناپذیر، ولی شدنی است. (امامی، ۱۳۹۰)

بیان مسأله :

در طی دهه گذشته مسأله اعتماد و اعتبار، یکی از پراهمیت ترین چالش هایی بوده است که سازمان ها در همه نقاط جهان با آن روبه رو بوده اند. برای پرداختن به این مسئله پیچیده و مهم، بسیاری از شرکت های موفق، برای گرفتن مشاوره و توصیه به روابط عمومی روی آورده اند. (رایت، ۸۲: ۸۷) نقش روابط عمومی و ارتباطات قوه قضائیه به عنوان مرجع اطلاع رسانی و اطلاع یابی از محاکم و دادسراهای رسیدگی کننده به پرونده های مطروحه و انعکاس منفی و یا مثبت از روند رسیدگی به برخی پرونده ها و مرکز ثقل دستگاه و افکار عمومی، بسیار مهم و اساسی است. (تقی آبادی، ۱۳۹۰/۷/۱۰)

اطلاع رسانی در قوه قضائیه از یک سو دامنه بسیار وسیع و گوناگونی دارد و هم از حساسیت خاصی برخوردار است و به عنوان یکی از ابزارها و راهکارهای بسیار موثر در تحقق عدالت قضایی که همه جامعه از دستگاه قضایی انتظار دارند به شمار می رود. امروزه اهمیت اطلاع رسانی و نقش روابط عمومی بر کسی پوشیده نیست رای صادره از سوی یک دادگاه ممکن است تغییراتی را چه در اجزا و چه در کلیت جامعه و یا نظام ایجاد نماید و اثرات مطلوب و یا نامطلوبی را بر جای گذارد. این موضوع زمانی دو چندان دارای اهمیت می گردد که تشکیلات قضایی در اطلاع رسانی، خود را با سدی عظیم از موانع مانند رعایت قوانین و مقررات، آبرو و حیثیت افراد، بی طرفی و اصل تساوی حقوق مخاطبان روبه رو می بینند. لذا ضروری است روابط عمومی دستگاه قضایی در دو محور اساسی اطلاع رسانی و اطلاع یابی از مخاطبین

خود گام بر دارد و در فرآیند ارتباطی مسائل حقوقی و نظرات و انتقادات مفید مردم را نسبت به عملکرد و برنامه های دستگاه قضایی به سیاست گذاران انتقال دهد و آنان باید بدانند مخاطبین خود چگونه می اندیشند چه دیدگاهی دارند و چه میزان رضایت و اعتماد دارند؟ از سوی دیگر روابط عمومی باید توانایی و قابلیت انتقال پیام و خواسته ها را برای مخاطبین خود داشته باشد. دستگاه قضایی در اطلاع رسانی خود باید در مخاطب و مردم این اطمینان را ایجاد نماید که برای خود حرف نمی زند و نمی خواهد بگوید که حق با کیست؟ بلکه هدف او اطلاع رسانی به مردم و بیان این مطلب است که حق چیست؟ زیرا اطلاع رسانی قضایی همانند یک کار فرهنگی است که با برنامه ریزی تدریجی و توضیحی و ارائه نظریات حقوقی همگام با کار عملی قضایی با جامعه و نحوه رسیدگی به پرونده های مطروحه و مهم با جریان سازی حقوقی جامعه، دستگاه قضایی را به سیستمی تبدیل کند که هیچ کس نتواند نقش آن را در جامعه نادیده بگیرد. (تقی آبادی، ۱۳۹۰/۱۰/۷)

بر این اساس، تحقیق حاضر با توجه به اهمیت موضوع، به دنبال پاسخگویی به این مسئله است که: در حال حاضر میزان و عوامل اعتماد شهروندان تهرانی به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه (با تاکید بر عملکرد اطلاع رسانی روابط عمومی) چیست؟

ادبیات پژوهش:

تعاریف متعددی از روابط عمومی در نشریات و کتاب های مختلف ارائه شده است که هر یک به ابعاد خاصی از آن اشاره می کنند و نقش های متعددی مانند اطلاع رسانی، تبلیغ و نفوذ در افکار عمومی، ایجاد ارتباط، فرهنگ سازی و هماهنگی برای آن در نظر گرفته اند. اسکات. ام. کاتلیپ و آلن. اچ. سنتر^۲ (۱۹۴۸) در کتاب روابط عمومی موثر، روابط عمومی را «انتقال و تجزیه و تحلیل اطلاعات و نظرات مدیریت موسسه به مخاطبان آن و انتقال، تجزیه و تحلیل اطلاعات و نظریه های این گروه ها به مدیریت به منظور ایجاد همسوئی و هماهنگی در علایق و منافع می دانند» (هنر هشتم، ۱۳۷۵: ۷۸) به نظر جیمز گرونیک^۳ «روابط عمومی، مدیریت ارتباط میان یک سازمان و همگان هایی است که با آن سر و کار دارند.» (ویندال، ۱۳۷۶: ۱۵۹) «بایرون کولسیتان^۴ یکی از استادان معروف روابط عمومی در امریکا، روابط عمومی را چنین تعریف کرده است:

«کوشش مدبرانه برای ترغیب مردم یا نفوذ در افکار عمومی آنها به وسیله به کار بردن وسائل ارتباطی تا آنکه مردم نظر خوب نسبت به یک موسسه داشته باشند و آن را محترم شمارند و حمایت و پشتیبانی اش کنند و در نشیب و فرازها در کنار آن باقی بمانند» (میر سعید قاضی، ۱۳۸۵: ۱۲) ادوارد برنیز^۵ یکی از بنیان گذاران این رشته می گوید:

"روابط عمومی عبارت است از: دادن اطلاعات به مردم و انجام تلاش های ترغیبی به منظور تغییر گرایش ها و رفتار مردم و کوشش برای همبسته ساختن نگرش ها و اقدامات یک موسسه با مخاطبان خود و متقابلاً نگرش ها و اقدامات مخاطبان با موسسه" (همان)

تاریخچه روابط عمومی و اطلاع رسانی قوه قضائیه:

اداره کل روابط عمومی قوه قضائیه فعالیت خود را از سال ۱۳۸۰ آغاز کرد. بنا به گزارش عملکرد پنج ساله نخست برنامه توسعه قضائی «روابط عمومی، گفتمان میان سازمان و مخاطب به منظور رسیدن به تفاهم در موضوعات مختلف است که با بهره گیری از فنون و ابزارهای ارتباطی، نوشتاری، دیداری و شنیداری انجام می شود و یافتن زبان مشترک

^۲ Scott. M. Katlyp and Allen. H. Center

^۳ James Grvnyk

^۴ Byron Kvlstyntan

^۵ Edward Brnyz

و ایجاد پل ارتباطی میان قوه قضائیه و مخاطبان، همراه با صمیمیت و حفظ اصول و ضوابط سرلوحه اقدامهای مجموعه روابط عمومی از آغاز فعالیت بوده است.» (منشور توسعه قضائی، ۱۳۸۱: ۳۲)

عمده ترین عملکرد اداره کل روابط عمومی و اطلاع رسانی قوه قضائیه :

- ✓ انعکاس دیدار، بازدیدها و سفرهای رئیس قوه قضائیه از طریق رسانه های گروهی
- ✓ همکاری در تهیه و تولید فیلم های آموزش مفاهیم حقوقی در جهت پیشگیری از وقوع جرم و ارتقاء سطح آگاهی های حقوقی
- ✓ مطالعه جراید و مجلات و نشریات به منظور بهره برداری های لازم و گردآوری و تحلیل اخبار منتشره جهت انعکاس به مسئولین
- ✓ برنامه ریزی و هماهنگی برای انجام مصاحبه مسئولین قوه قضائیه با رسانه های گروهی
- ✓ تهیه و تدوین بریده جراید و بولتن های مرتبط با قوه قضائیه منعکس شده در پایگاههای مختلف اینترنتی و جراید
- ✓ پاسخگویی تلفنی به سؤالات حقوقی و ابهامات حاصله برای مردم از طریق حضور کارشناسان حقوقی در دفتر صدا و سیما
- ✓ انعکاس مسائل و مشکلات مردم به رئیس قوه قضائیه و مسئولین
- ✓ انتشار بیانیه ها، اطلاعیه ها و آگهی ها و تهیه بروشور، کاتولوگ و فولدرهای تبلیغاتی با هماهنگی مراجع ذیربط
- ✓ همکاری و هماهنگی برای برگزاری سمینارها؛ همایش داخلی و خارجی و برگزاری نمایشگاه
- ✓ ارسال اخبار ریاست قوه قضائیه و دیگر اخبار و اطلاعیه ها بر روی پایگاه قوه قضائیه

تحقیقات خارجی

"تفهیم رابطه اجتماعی مسئولیت پذیری و اعتماد در سازمان ها" عنوان تحقیقی است که توسط آمیترو داگلا^۶ (۲۰۰۴) در دانشگاه می سی سی پی انجام شده است. در این تحقیق، رابطه مسئولیت پذیری و اعتماد مورد بررسی قرار گرفت و برای انجام آن از مدل تئوری نقش مسئولیت پذیری استفاده گردید. نتایج نشان داد که میزان مسئولیت پذیری رابطه قوی با میزان اعتماد به سازمان ها دارد. (Ammeter, A.P & Douglas, 2004:47-65) تحقیقی با عنوان "بررسی ابعاد اعتماد به پلیس در بین جوانان شیکاگو" جهت تعیین میزان اعتماد جوانان شیکاگویی به پلیس توسط جیمز فلکسون^۷ (۲۰۰۹) بررسی شده است. در این تحقیق، رابطه بین اعتماد جوانان به پلیس، گرایش ها، عقاید، تجارب، رفتارها و پیش زمینه ها مورد ارزیابی قرار گرفته است. با تکیه بر نتایج تحقیق، اعتماد به پلیس یک مفهوم چند بعدی است و رابطه بین تجارب مختلف، اعتماد، شواهد منفی و نامتقارن بین پلیس و شهروندان مشاهده شده است. (Flexon, 2009:180-189) بررسی میزان مسئولیت پذیری و اعتماد به سازمان ها بر اساس برخی متغیر ها "عنوان تحقیقی است که توسط کورسون اقلی^۸ (۲۰۰۹) در شهر دنیزلی ترکیه به انجام رسانیده است هدف از این تحقیق، بررسی اعتماد به سازمان ها بر اساس برخی متغیر های زمینه ای در بین معلمان است نتایج نشان داد از نظر تجربه معلمان در میزان اعتماد به سازمان ها، تفاوت زیادی وجود دارد. (Kursunoglu, 2009:915- 920)

تحقیقات داخلی

"اعتماد به سازمان های دولتی و سطح رضایت مندی شهروندان" عنوان تحقیقی که توسط یوسف محمدی فر به روش پیمایشی با حجم نمونه ۸۳۵۲ نفر در ۵۱ دستگاه دولتی در کرمانشاه گردآوری شده و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. این بررسی شامل دو حوزه انتظاران مراجعان و برداشت ذهنی آنان از عملکرد سازمان ها بود و نتایج نشان

^۶- Ammeter & Dougla

^۷-Flexon

^۸-Kursunoglu

داد بین عملکرد و انتظار، اختلاف وجود دارد. فاصله مشاهده شده در تمامی متغیرها منفی است و بدان معناست که دستگاه‌های مورد مطالعه نتوانسته‌اند به صورت کامل، نیازهای مراجعان را پوشش دهند. بیشترین اختلاف در متغیر « اعتماد به رفع شکایت » و کمترین آن در متغیر « اعتماد به مهارت کارکنان » بوده است. از سوئی، آزمون آماری بین اعتماد (به عنوان متغیر پیش بین) و رضایتمندی (به عنوان متغیر ملاک) را تأیید می‌کند. همبستگی به دست آمده بین این دو متغیر ۰,۸۷ بوده است. تحقیقی تحت عنوان " اعتماد به دستگاه‌های اجرایی و عوامل موثر بر آن " توسط رضا اسلامی انجام شده، روش تحقیق پیمایشی است جامعه آماری این پژوهش، دانشجویان کارشناسی دانشگاه آزاد تبریز در سال ۸۷-۸۸ هستند که تعداد کل این دانشجویان بر اساس مرکز آمار دانشگاه ۱۸۷۴۳ نفر بوده که از این تعداد ۴۰۰ نفر به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای به عنوان نمونه نهایی انتخاب شده‌اند. بر اساس نتایج تحقیق، میانگین اعتماد به دستگاه‌های اجرایی در بین دانشجویان در حد متوسط به بالاست نتایج تحلیل مسیر انجام یافته نشان می‌دهد که توان متغیرهای مستقل در تبیین واریانس متغیر وابسته ۱۴ درصد بوده و در این میان متغیر کنترل اجتماعی بالاترین تأثیر و متغیر امنیت شغلی کمترین تأثیر را بر روی اعتماد به دستگاه‌های اجرایی داشته است.

مبانی نظری: پژوهش حاضر با هدف کلی سنجش عوامل موثر بر اعتماد شهروندان به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه انجام شده است به این منظور و با مراجعه به منابع نظری اعتماد، به شرح زیر قابل طرح است:

نظریه‌های تبیین‌کننده تأثیر ویژگی‌های فردی و پایگاه اقتصادی اجتماعی بر اعتماد: بر طبق رویکرد اجتماعی- روان شناختی که در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ در ایالات متحده توسعه یافت، منشأ اعتماد اجتماعی را باید در هسته شخصیت افراد جستجو کرد. اعتماد در کودکی آموخته می‌شود و در بقیه عمر تداوم می‌یابد و بر اثربخشی‌ها مختلف به کندی تغییر می‌کند. اعتماد ممکن است بر اثر تجربه‌ای تلخ به سرعت تنزل یابد اما با وقوع مکرر تجربیات خوشایند، به احتمال زیاد، بار دیگر به آهستگی افزایش خواهد یافت. مطابق نظر روان‌شناسان اجتماعی، اعتماد اجتماعی، بخشی از یک ویژگی گسترده‌تر خصوصیات شخصیتی است که شامل خوشبینی، اعتقاد به همکاری^۹ و اطمینان به این موضوع است که افراد می‌توانند اختلافاتشان را کنار بگذارند و با یکدیگر زندگی اجتماعی رضایت‌مندانده‌ای داشته باشند. اعتماد خوشبینی جزء جدایی‌ناپذیر همان تمایل عمومی به زندگی جمعی هستند. بر عکس، کسانی که به دیگران اعتماد نمی‌کنند انسان‌های بدبین^{۱۰} و منفی‌بافی هستند که قابلیت‌های همکاری اجتماعی و سیاسی را باور ندارند. این دیدگاه، فرآیند اجتماعی شدن در اوایل کودکی در مقایسه با تجربیات بعدی زندگی را کمتر مورد تأکید قرار می‌دهد. در این دیدگاه عنوان می‌شود افرادی که به دیگران اعتماد می‌کنند، در جامعه موفق‌تر هستند، نسبت به دیگران مرفه‌ترند، از آموزش بهتر و بیشتری برخوردارند و پایگاه اقتصادی، اجتماعی بالایی دارند. فرهنگ بی‌اعتمادی از میان گروه‌های تحصیل‌نکرده، فقر و حادثه دیده نشأت می‌گیرد که از محیط‌های توسعه نیافته برخاسته‌اند و خود را در یک محیط کاملاً جدید بیگانه می‌یابند. (وند نوروز، ۱۳۹۰) موفقیت افراد ثروتمند در زندگی، خوشبینی، اعتماد و چشم‌انداز روشن تری را در مقایسه با افراد فقیر به آنان می‌بخشد. اطلاعات جمع‌آوری شده در برخی از پیمایش‌ها از جمله «مطالعات جهانی ارزش‌ها»^{۱۱} و «پیمایش اجتماعی عمومی در آمریکا»^{۱۲} این دیدگاه را تأیید می‌کنند. این مطالعات نشان می‌دهند اعتماد در افراد موفق جامعه (یعنی افرادی که ثروت، پایگاه، شغل سطح بالا، رضایت از زندگی و رضایت خاطر درونی بیشتری دارند) بالاتر است. علاوه بر این، بی‌اعتمادی در بین کسانی که قربانی جرم یا خشونت^{۱۳} شده یا طلاق گرفته‌اند بیشتر دیده می‌شود. اعتماد با داشتن

^۹ a belief in co-operation

^{۱۰} cynical

^{۱۱} world values studies

^{۱۲} American General social survey

^{۱۳} victims of crime

خانواده سالم و قوی ارتباط دارد. زندگی خانوادگی از راه های مختلف اعتماد را ایجاد می کند. یکی از این راه ها این است که خانواده کانونی برای پیدایش انگیزه اعتماد در افراد یا «حسن نیت اولیه»^{۱۴} به شمار می رود، واضح است که خانواده، زمینه را برای سنجش صمیمیت و اعتماد عمیق افراد فراهم می کند. توانایی مالی خانواده در تصمیم به ازدواج و تشکیل خانواده جدید اهمیت بسیار دارد همچنین در پی سلب اعتماد، ناملایمات و دشواریهایی ایجاد می شود که یک خانواده سالم و قوی را وا می دارد از اعضای خود در بالاترین حد ممکن حمایت کند. یکی از دلایلی که بچه های متعلق به خانواده های گسسته یا تک والد در مقایسه با کسانی که پیوند هایشان را به طور کامل با خانواده حفظ کرده اند، سطح بالاتری از بی اعتمادی را نشان می دهند، فقدان حمایت اساسی یا پشتوانه های حمایتی از جانب خانواده است. (زئومکا، ۱۳۸۷: ۲۳۵) از دیدگاه کلاوس افه^{۱۵} هر چه فردی که اعتماد می کند راحت تر بتواند به منابع دیگر از جمله قدرت، پول، اطلاعات و غیره متوسل شود در برابر از میان رفتن رابطه اعتماد کمتر آسیب پذیر خواهد بود. در نتیجه ثروتمندان، قدرتمندان و کسانی که اطلاعات زیادی دارند می توانند هزینه های اعتماد را بپردازند چون به راحتی می توانند در هم شکستن اعتماد را تحمل کنند ولی اعتماد کنندگان یا معتمدین کم قدرت تر ممکن است از در هم شکستن رابطه اعتماد به شدت متضرر شوند. این دیدگاه نشان می دهد که اعتماد نظارت بر دیگر منابع اجتماعی تا حدی مکمل یکدیگر هستند و تنها جایگزین یکدیگر نمی شوند. هر چه یک فرد ثروتمندتر باشد راحت تر می تواند اعتماد کند و از اعتماد دیگران بهره مند شود و برعکس. (وئوقی، ۱۳۸۸: ۱۴۳)

نظریه تبیین کننده تأثیر احساس امنیت بر اعتماد: امنیت به معنای ایمن بودن و بی بیمی، آرامش و آسودگی است. احساس امنیت نیز عبارت از نوعی ذهنیت و جهت گیری روانی مثبت (رضایتبخش، قانع کننده و آرام بخش) شهروندان نسبت به عدم تأثیر گذاری حضور و بروز رویدادها و وقایع ضد امنیتی (تهدیدات) در شرایط فعلی و آتی است (حاجیانی، ۱۳۸۴: ۲۸) همچنین احساس امنیت به معنای فقدان هراس از اینکه ارزش های انسانی مورد حمله قرار گیرد یا به مخاطره نیفتد و به نبود هراس و بیم نسبت به حقوق و آزادی های مشروع؛ اطمینان و آرامش خاطر، ایمنی، آرامش قلب و خاطر جمع بودن است (نوروزی و فولادی سپهر، ۱۳۸۸: ۱۴۹) احساس امنیت در یک جامعه به احساس روانی شهروندان از میزان وجود یا عدم وجود امنیت در آن جامعه ناشی می شود و هر چه قدر میزان فراوانی جرم بالاتر باشد، احساس امنیت در آن جامعه پایین تر است (گروسی و همکاران، ۱۳۸۶: ۳۰) گیدنز اعتماد را به منزله اطمینان یا انکار بر یک ماهیت یا خاصیت شخصی یا چیزی یا صحت گفته ای می شناسد و این تعریف به نظر گیدنز نقطه شروع مفیدی را به وجود خواهد آورد. وی با دیدگاه لوهمان درباره اعتماد موافق نیست و میگوید: در واقع، اطمینان، نوع خاصی از اعتماد است و برخلاف برداشت لوهمان، هیچ ارتباط درونی و ذاتی بین اطمینان و ریسک وجود ندارد و در توجیه تفسیر خود، نکاتی را درباره اعتماد دخیل میداند اولاً شرط نخستین مقتضیات اعتماد، عدم قدرت نیست بلکه عدم آگاهی اجتماعی کلی است در مورد فرد که فعالیتهای او به صورت مستمر در معرض دید است و روند افکار او آشکار است؛ نیز در مورد نظامی که اعمال کنندگانش شناخته شده و قابل ادراک هستند، نیازی به اعتماد نیست. ثانیاً اعتماد به قابلیت اتکای فرد یا سیستم نیست، بلکه آن چیزی است که از آن اعتماد سرچشمه می گیرد. اعتماد دقیقاً خط اتصال بین اعتماد و اطمینان است. بنا به تعریف وی، اعتماد اجتماعی در واقع عاملی اساسی در احساس آرامش جسمانی و روانی و در نهایت امنیت اجتماعی در شرایط عادی زندگی روزمره است و علت اینکه ما اغلب در فعالیتهای جاری خود کمتر از آنچه واقعاً هستیم احساس ضعف و ناتوانی میکنیم به دلیل عدم وجود اعتماد بنیادین، در حالت کلان و عدم وجود اعتماد اجتماعی میباشد. گیدنز، جو دارای اعتماد را با اصطلاح «پیلۀ حفاظتی»

¹⁴ basic trustfulness

¹⁵ Claus offe

می آورد که در حقیقت، نوعی پوشش اطمینان بخش است که به حفظ و تداوم محیط پیرامونی ما کمک می کند. (گیدنز، ۱۳۸۳: ۱۸۱-۱۸۲)

نظریه تبیین کننده تأثیر میزان رضایت از عملکرد قوه قضائیه بر اعتماد: به اعتقاد اندیشمندان علوم سیاسی و اداری، اگر دولت ها و حکومت ها نتوانند نیازها و خواسته های مادی و معنوی و رضایت شهروندان را برآورده سازند، بحران های مختلفی از قبیل بحران اعتماد عمومی، مشروعیت، مشارکت عمومی و همگرایی در جامعه ایجاد می شود که ضمن تقلیل گرایی و اثر بخشی نظام سیاسی و اداری، موجب بروز گسست در فرآیند توسعه خواهد شد (کازمی، ۱۳۷۹: ۲۲۷) ضرورت کسب رضایت مراجعان باعث شده است سازمانها از طریق شناسائی نیازمندی های مخاطبین، سعی در عرضه خدمات یا کالای متناسب نمایند. میزان برآورده سازی این خواسته ها را کیفیت تعریف می کنند. کیفیت وضعیتی پویاست که با تولید، ارائه خدمات، کارکنان، فرآیندها و محیط ارتباط داشته و می تواند به سطح انتظارات مشتریان و یا حتی فراتر از آن هم برسد (دیویس، ۱۳۸۰). در سازمان های دولتی رضایت مندی یکی از معیارهای مهم سنجش عملکرد سازمانی است و آن را ادراک مراجعان از عملکرد سازمان (خدمات دریافت شده) یا احساسی می دانند که از برآورده شدن خواسته ها و انتظاراتشان ایجاد می شود. (محمدی فر و دیگران، ۱۳۸۹: ۱۰۵) ژوران^{۱۶} رضایت را حالتی می داند که مشتری احساس می کند، ویژگی های محصول منطبق بر انتظارات اوست و عدم رضایت یا ناخرسندی مشتری را نیز حالتی می داند که در آن نواقص و معایب محصول یا خدمت، موجب ناخشنودی، شکایت و انتقاد او می شود. (کاوسی، ۱۳۸۵: ۳۹۰) امروزه مشتری مداری در رأس برنامه های سازمان های دولتی قرار گرفته و این مفهوم در این حوزه به اصطلاح تکریم ارباب رجوع شناخته شده و اهمیت یافته است و از سال ها پیش مطالعاتی در حوزه رضایت صورت گرفته است اما پاراسورمان^{۱۷}، زیتامل^{۱۸} و بری^{۱۹} پژوهش های جدی را درباره کیفیت خدمت آغاز کردند، در حالی که بررسی رضایت مندی از کالا، سابقه طولانی تری دارد. این گروه پس از مطالعات میدانی گسترده، ابزاری را برای اندازه گیری کیفیت خدمات به نام «سروکوال»^{۲۰} ارائه دادند. (کاوسی، ۱۳۸۵: ۴۵۰). سروکوال ابزاری است که برای اندازه گیری رضایت مشتری در پنج بعد اصلی شامل قابلیت اطمینان به خدمت، مسئولیت پذیری، ضمانت و تضمین، برخورد مناسب و ابعاد فیزیکی طراحی شده است؛ هر چند کرانتین و تیلور ابزار جایگزینی را برای سروکوال پیشنهاد داده اند و معتقدند عملکرد فعلی سازمان مهم ترین مبنای ارزیابی کیفیت خدمات است و انتظارات مراجعان را نباید در مفهوم کیفیت خدمات دخیل دانست. (آسوبنتنگ و مک کلری^{۲۱} به نقل از محمدی فر، ۱۳۸۹: ۱۰۶) شاخص های رضایت مندی در بخش عمومی، می تواند ابعاد مختلف داشته باشد و این ابعاد فراتر از نگرشی است که مشتری در بخش خصوصی به یک کالا یا خدمت دارد (ریاحی، ۱۳۸۱). در بخش دولتی و در مورد بعد اصلی که رضایت ارباب رجوع را در بر دارد می توان به اعتماد ارباب رجوع اشاره کرد. این اعتماد وابسته به عواملی نظیر تخصص و مهارت کارکنان، مسئولیت پذیری کارکنان، نظم و انضباط آنان و مولفه های دیگری است که در شاخص سازی به آنها اشاره شده است. به زعم دایر^{۲۲}، اعتماد به سازمان یکی از عوامل اصلی رضایت است. رضایت و اعتماد به سازمان، ارتباط مستقیمی با یکدیگر دارند، به ویژه تأثیر اعتماد بر روابط بلند مدت و عمق رضایت از سازمان بسیار قوی تر از هر متغیر دیگری است. (انریک^{۲۳} به نقل از محمدی فر، ۱۳۸۹: ۱۱۰)

¹⁶ Juran

¹⁷ Parasuraman

¹⁸ Zeithaml

¹⁹ Berry

²⁰ Servqual

²¹ Asubonteng & McCleary

²² Dyer

²³ Enrique

اهداف تحقیق:

- ۱- بررسی رابطه میان پایگاه اقتصادی اجتماعی شهروندان و اعتماد آنان به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه
- ۲- بررسی رابطه میان احساس امنیت شهروندان و اعتماد آنان به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه
- ۳- بررسی رابطه بین میزان رضایت شهروندان از عملکرد قوه قضائیه و اعتماد آنان به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه
- ۴- بررسی تفاوت اعتماد در بین زنان و مردان نسبت به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه

روش تحقیق و جامعه آماری: در این تحقیق، به اقتضای موضوع و باتوجه به امکانات، روش پیمایشی به منزله مناسبترین روش برای گردآوری اطلاعات مدنظر قرار گرفته است. با توجه به گستردگی کلان شهر تهران و وجود تفاوت های بارز اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بین کلیه مناطق تهران، بر این مبنا جامعه آماری این پژوهش را تمامی شهروندان (اعم از زنان و مردان) بالای ۲۰ سال را شامل می شوند که تا نیمه دوم سال ۱۳۹۱ حد اقل یک بار به قوه قضائیه مراجعه کردند.

ابزار گرد آوری داده ها: ابزار سنجش در این تحقیق پرسشنامه است که مبتنی بر طیف لیکرت طراحی شده است. **حجم نمونه و روش نمونه گیری:** حجم نمونه از فرمول کوکران بدست آمد:

$$n = \frac{N}{Nd^2}$$

در این پژوهش به منظور کاستن از خطای نمونه گیری و اطمینان بیشتر حجم نمونه به ۴۰۰ نفر افزایش یافت. برای انجام این تحقیق از روش نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای استفاده شده است ابتدا از میان مناطق مختلف همگن در شهر تهران بر اساس ویژگی های اقتصادی و اجتماعی پنج منطقه (از شمال منطقه یک، از جنوب منطقه ۲۰، شرق منطقه ۱۴، غرب منطقه ۹ و از مرکز تهران منطقه ۶) که هر یک نمایان گر هر گروه از مناطق همگن می باشد انتخاب و سپس در هر منطقه چند محله انتخاب شد و در آخر در هر محله به چند بلوک مراجعه گردید.

یافته های توصیفی: یافته های توصیفی شامل دو بخش است که در بخش اول ویژگی های جمعیت مورد مطالعه عنوان شده و در بخش دوم ارزیابی پاسخگویان از میزان (اعتماد به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه، احساس امنیت، رضایت از عملکرد قوه قضائیه) توضیح داده شده است.

بخش اول: ویژگی های جمعیت مورد مطالعه

مشخصات پاسخگویان از لحاظ جنسیت، سن، میزان تحصیلات، وضعیت تأهل، میزان هزینه های خانوار بررسی شده است. از بین نمونه مورد بررسی ۷۳،۵ درصد مرد و ۲۶،۵ درصد از زن بودند، میانگین سنی افراد مورد بررسی ۳۷،۳۶ با حداقل سن ۲۱ و حداکثر ۸۸ سال بودند بیشترین درصد فراوانی مربوط به گروه سنی ۲۱ تا ۳۱ سال بود که ۳۸ درصد نمونه آماری را شامل می شدند. از میان نمونه بررسی ۲،۸ درصد دارای تحصیلات ابتدائی، ۳،۲ درصد راهنمایی، ۳ درصد دبیرستانی، ۲۱،۸ درصد دیپلم، ۱۴،۵ درصد فوق دیپلم، ۳۶،۲ درصد لیسانس؛ ۱۳،۵ درصد فوق لیسانس و ۵ درصد تحصیلات دکتری داشتند. ۲۹،۲ درصد از افراد مورد بررسی مجرد، ۶۷،۲ درصد متأهل و ۱۲،۲ درصد طلاق گرفته و ۱،۲ درصد همسر فوت کرده بودند. ۲۰،۸ درصد از شهروندان میزان مخارج ماهیانه خانوارشان زیر ۶۰۰ تومان بود و ۴۴،۲ درصد مخارجشان بین ۶۰۱ هزار تومان تا یک میلیون و دویست هزار تومان و ۱۰،۲ درصد مخارج خانوارشان در ماه بین یک میلیون و دویست و یک تا یک میلیون و هشتصد هزار تومان و ۹،۵ درصد بین یک میلیون و هشتصد و

یک تا دو میلیون و چهارصد هزار تومان و ۴ درصد میزان مخارجشان بین دومیلیون و چهارصد تا پنج میلیون تومان بود و ۱۱,۲ درصد به این سوال پاسخی نداده بودند.

بخش دوم: ارزیابی پاسخگویان

الف: ارزیابی میزان اعتماد به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه

آماره های توصیفی «میزان اعتماد به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه»

تعداد	میانگین	خطای انحراف معیار	میانه	نما	انحراف استاندارد	دامنه تغییرات	حداقل	حداکثر
۴۰۰	۲۰,۵۵۷۵	۰,۲۸۱۱۴	۲۰,۰۰۰۰	۱۶,۰۰۰	۵,۶۲۲۷۹	۲۸,۰۰۰	۸,۰۰۰	۳۶,۰۰۰

همانطور که ملاحظه می شود پایین ترین نمره «اعتماد به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه» ۸ و حداکثر نمره ۳۶ از ۴۰ نمره است. بنابراین دامنه توزیع نمرات برابر با ۲۸ نمره می باشد. بیشترین نمره ای که در ارزیابی پاسخگویان تکرار شده نمره ۱۶ است. نمره اعتماد نیمی از پاسخگویان مساوی یا کمتر از ۲۰ و نیمی دیگر بیش از آن نمره می باشد. متوسط نمره «اعتماد به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه» نمونه آماری برابر با ۲۰ می باشد. با توجه به مقدار خطای معیار میانگین توزیع این متغیر که برابر با ۰,۲۸ می باشد، می توان متوسط نمره «اعتماد به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه» ۹۵ درصد از شهروندان را مساوی یا بزرگتر از ۲۰,۲۷ و کوچکتر یا مساوی با ۲۰,۸۳ برآورد کرد. نمره های «اعتماد به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه» در حدود ۵,۶۲ در اطراف میانگین پراکنده شده اند. بنابراین نمره های «اعتماد به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه» ۹۵ درصد از شهروندان را می توان مساوی یا بزرگتر از ۱۴,۹۳ و کوچکتر یا مساوی ۲۶,۱۷ برآورد کرد. با توجه به توضیحات فوق، میانگین نمره اعتماد شهروندان به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه از ۲۰ نمره ۱۰,۲۷ می باشد.

ب: ارزیابی میزان رضایت از عملکرد قوه قضائیه

آماره های توصیفی «میزان رضایت از عملکرد قوه قضائیه»

تعداد	میانگین	خطای انحراف معیار	میانه	نما	انحراف استاندارد	دامنه تغییرات	حداقل	حداکثر
۴۰۰	۱۷,۲۰۲۵	۰,۲۲۹۴۲	۱۷,۰۰۰۰	۱۷,۰۰۰	۴,۵۸۸۴۸	۲۴,۰۰۰	۶,۰۰۰	۳۰,۰۰۰

با توجه به جدول فوق، پایین ترین نمره «رضایت از عملکرد قوه قضائیه» ۶ و بالاترین نمره ۳۰ است. بنابراین دامنه توزیع نمرات برابر با ۲۴ نمره می باشد. نمره رضایت از عملکرد قوه قضائیه بیشترین افراد برابر با ۱۷ می باشد. میانگین نمره رضایت شهروندان از عملکرد قوه قضائیه از ۲۰ نمره ۱۱,۴۶ می باشد.

ج: ارزیابی میزان احساس امنیت

آماره های توصیفی «احساس امنیت»

تعداد	میانگین	خطای انحراف معیار	میانه	نما	انحراف استاندارد	دامنه تغییرات	حداقل	حداکثر
۴۰۰	۱۳,۶۵۰	۰,۲۰۲۴۷	۱۳,۰۰۰	۱۰,۰۰۰	۴,۰۴۹۴۲	۱۹,۰۰۰	۶,۰۰۰	۲۵,۰۰۰

با توجه به جدول فوق، کمترین نمره «احساس امنیت» نمره ۶ و بالاترین نمره ۲۵ از ۳۰ نمره است. بنابراین دامنه توزیع نمرات برابر با ۱۹ نمره می باشد. بیشترین نمره ای که در ارزیابی پاسخگویان تکرار شده ۱۰ می باشد. میانگین احساس امنیت شهروندان از ۲۰ نمره ۹,۱ می باشد.

یافته های تحلیلی: یافته های تحلیلی شامل آزمون فرضیه تفاوتی، آزمون فرضیه های همبستگی، آزمون رگرسیون و تحلیل مسیر می باشد که در ذیل مورد استفاده قرار گرفته اند.

آزمون فرضیه تفاوتی

- به نظر می رسد تفاوت معناداری بین میزان اعتماد به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه در بین زنان و مردان وجود دارد.

تفاوت میزان اعتماد به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه به تفکیک جنسیت

جنس	تعداد	میانگین	F	معناداری	اتا	مجذور اتا
مرد	۲۹۴	۲۰,۶۸۳۷	۰,۵۵۸	۰,۴۵۵	۰,۰۳۷	۰,۰۰۱
زن	۱۰۶	۲۰,۲۰۷۵				

با توجه به فرضیه تحقیق که از نوع فرضیه تفاوتی است و سطح معنی داری دو دامنه (۰,۴۵۵) که بالای ۰,۰۵ است ($p \leq 0,05$) حکایت از عدم تفاوت اعتماد به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه در بین مردان با اعتماد. به عملکرد روابط عمومی در بین زنان دارد به عبارت دیگر میانگین اعتماد زنان در مقام قیاس با اعتماد مردان تفاوت ناچیزی را نشان می دهد.

آزمون فرضیه های همبستگی:

- به نظر می رسد بین پایگاه اقتصادی اجتماعی و اعتماد شهروندان به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه رابطه وجود دارد.

آزمون پیرسون بین پایگاه اقتصادی اجتماعی و اعتماد

ضریب همبستگی پیرسون	حجم نمونه	مقدار	سطح معنی داری
	۴۰۰	-۰,۲۵۱	۰,۰۰۰

سطح معنی داری ارائه شده در جدول فوق به دلیل اینکه زیر ۰,۰۵ است پس بین پایگاه اقتصادی اجتماعی و اعتماد شهروندان به روابط عمومی قوه قضائیه رابطه معناداری وجود دارد و این رابطه بدست آمده قابل تعمیم به جمعیت اصلی است. میزان رابطه ضعیف است (۰,۲۵). جهت رابطه معکوس و منفی است. یعنی با بالا رفتن پایگاه اقتصادی اجتماعی شهروندان اعتماد به عملکرد روابط عمومی کاهش پیدا می کند و بالعکس.

- به نظر می رسد بین احساس امنیت و اعتماد شهروندان به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه رابطه وجود دارد.

آزمون پیرسون بین احساس امنیت و اعتماد

ضریب همبستگی پیرسون	حجم نمونه	مقدار	سطح معنی داری
	۴۰۰	۰,۴۴۹	۰,۰۰۰

بین احساس امنیت و اعتماد شهروندان به روابط عمومی قوه قضائیه رابطه معناداری وجود دارد میزان رابطه ضعیف تا متوسط (۰,۴۴) و جهت رابطه مستقیم و مثبت است.

- به نظر می رسد بین میزان رضایت از عملکرد قوه قضائیه و اعتماد شهروندان به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه رابطه وجود دارد.

آزمون پیرسون بین میزان رضایت از عملکرد قوه قضائیه و اعتماد

ضریب همبستگی پیرسون	حجم نمونه	مقدار	سطح معنی داری
	۴۰۰	۰,۵۵۱	۰,۰۰۰

بین میزان رضایت از عملکرد قوه قضائیه و اعتماد شهروندان به روابط عمومی قوه قضائیه رابطه معناداری وجود دارد و این رابطه بدست آمده قابل تعمیم به جمعیت اصلی است. میزان رابطه متوسط (۰,۵۵) و جهت رابطه مستقیم و مثبت است.

نتایج حاصل از تحلیل رگرسیونی عوامل موثر بر اعتماد شهروندان به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه:

با توجه به اینکه در آزمون های همبستگی، متغیرهای مستقل از هم و به صورت دو متغیری، رابطه هایشان بررسی شده است. به منظور خلاصه کردن نتایج تحقیق از رگرسیون چند گانه استفاده گردید تا بتوان تأثیر متغیر های مختلف بر تغییر اعتماد شهروندان به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه را بررسی شود. در این تحلیل رگرسیون، ابتدا قویترین متغیر های مستقل، یک به یک وارد معادله شدند و تا زمانی این کار ادامه یافت که میزان خطای آزمون آماری به ۵ درصد برسد. بنابراین سایر متغیر هایی که میزان خطای آزمونشان بیشتر از ۵ درصد بوده اند، وارد معادله رگرسیون نشده اند.

ضریب رگرسیون و ضریب تعیین

ضریب همبستگی	مجذور ضریب همبستگی	مجذور ضریب همبستگی تعدیل شده	خطای معیار برآورد
۰,۷۱۳	۰,۵۰۹	۰,۵۰۰	۳,۹۶۵۶۳

جدول بالا ضریب همبستگی، مجذور ضریب همبستگی یا ضریب تعیین را نشان می دهد به گونه ای که میزان همبستگی بین متغیرهای فوق ۰,۷۱۳ و در سطح بالا می باشد. همچنین ضریب تعیین بیانگر این است که ۵۱ درصد از تغییرات متغیر وابسته اعتماد شهروندان به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه توسط مجموعه ای از متغیر های مستقل پوشش داده می شود.

تجزیه واریانس نتایج رگرسیونی متغیر های مستقل موثر بر اعتماد به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه

مجموع مجذورات	درجه آزادی	مجذور میانگین	F	سطح معنی داری
۵۶۶۶,۵۴۳	۶	۹۴۴,۴۲۴	۶۰,۰۵۴	۰,۰۰۰
۵۴۷۲,۷۳۶	۳۴۸	۱۵,۷۲۶		
۱۱۱۳۹,۲۷۹	۳۵۴			
جمع				

سطح معنی داری ارائه شده در جدول فوق به دلیل اینکه زیر ۰,۰۵ است اجازه تحلیل معادله رگرسیون را فراهم ساخته است.

ضرایب رگرسیونی و ضریب تعیین متغیر های مستقل موثر بر اعتماد شهروندان به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه

سطح معنی داری	T	ضریب استاندارد نشده		متغیر مستقل
		B	Beta	
۰,۰۰۰	۵,۶۶۳	۵,۸۳۵	۱,۰۳۰	مقدار ثابت
۰,۰۰۰	۵,۴۵۴	۰,۲۹۸	۰,۰۵۵	رضایت از عملکرد قوه قضائیه
۰,۰۸۶	-۱,۷۲۳	-۰,۱۷۴	۰,۱۰۱	پایگاه اقتصادی اجتماعی
۰,۰۰۰	۴,۰۹۹	۰,۲۴۳	۰,۰۵۹	احساس امنیت

بر این اساس، عمده ترین متغیر های تأثیر گذار بر حسب میزان همبستگی بر اساس اولویت عبارتند از: رضایت از عملکرد قوه قضائیه با وزن بتای (۰,۲۴)؛ احساس امنیت با وزن بتای (۰,۱۷)؛ پایگاه اقتصادی اجتماعی با وزن بتای (۰,۰۶)؛ که در کل با توجه به میزان ضریب همبستگی تصحیح شده Adjusted R Square برابر ۰,۵۰ می باشد که نشان گر تبیین ۵۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته (اعتماد به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه) توسط مجموع متغیر های مستقل می باشد. ضمن آنکه بر اساس مقدار ضریب همبستگی چند گانه با $R = ۰,۷۱$ ؛ همبستگی بالایی

بین مجموع متغیرهای مستقل و متغیر وابسته وجود دارد. نتایج حاصل از تجزیه رگرسیون در کل نشان می‌دهد که از میان متغیرهای مستقل، ۲ متغیر (رضایت از عملکرد قوه قضائیه، احساس امنیت) تأثیر معنی‌داری بر متغیر وابسته (اعتماد به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه) دارند و با توجه به ضریب تغییرات ۵۰ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیرهای معنی‌دار مذکور تبیین می‌گردد که با توجه به همبستگی بالای متغیرهای مستقل با متغیر وابسته تحقیق، چندان هم دور از ذهن نیست.

نمودار تحلیل مسیر: (مدل تحلیلی عوامل موثر بر اعتماد شهروندان به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه)



نتایج تحقیق و پیشنهادها:

بین پایگاه اقتصادی و اجتماعی و اعتماد به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه رابطه معکوس و معناداری وجود دارد در واقع با بالا رفتن پایگاه اقتصادی اجتماعی شهروندان کاهش پیدا می‌کند. بین احساس امنیت و اعتماد به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد این امر بیانگر آن است که هر چقدر آرامش و امنیت در جامعه برقرار باشد میزان اعتماد شهروندان به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه بیشتر خواهد داشت این واقعیت با نظریه گیدنز همخوانی دارد. بین میزان رضایت از عملکرد قوه قضائیه و اعتماد به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد هر چقدر میزان رضایت شهروندان از عملکرد قوه قضائیه بیشتر باشد اعتماد شان به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه بیشتر خواهد شد. این واقعیت با دیدگاه زیتامل همخوانی دارد. تفاوت معناداری بین اعتماد به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه در بین زنان و مردان وجود ندارد. این فرضیه که تفاوت معنادار در اعتماد زنان و مردان به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه وجود دارد رد شد. همانطور که قبلاً اشاره شد از عوامل موثر بر اعتماد به عملکرد روابط عمومی قوه قضائیه، میزان رضایت شهروندان از عملکرد قوه قضائیه است رفتار کسانی که در قوه قضائیه مشغول به کارند و در تماس همیشگی با شهروندان می‌باشند، کسانی که در ساختارهای بی طرف جامعه معاصر کار می‌کنند یعنی مقامات قضائی و اداری، کارمندان دفتری، کارمندان روابط عمومی قوه قضائیه، مأمور ابلاغ، روحانیون در دادگاهها و... گرایش اینها نسبت به ارباب رجوع می‌بایست مبتنی بر مهربانی، تفاهم، کمک و تعاون باشد موقعی که آنها تخصص در کار، جدیت، صلاحیت و مسئولیت پذیری، توجه به دیگران و آمادگی به کمک کردن را از خود به نمایش بگذارند، طرز برخورد و رفتار آنها می‌تواند اعتماد پذیری را اشاعه دهد. مردم آنچه که از یک قاضی خوب انتظار دارند عبارتند از صداقت اخلاقی، شرافت، بی طرفی که عمدتاً ویژگی‌های ارزشی هستند. وقتی مردم از خدمات و عملکرد قوه قضائیه رضایت داشته باشند اعتماد به روابط عمومی قوه قضائیه هم خواهند داشت پیشنهاد می‌شود که آموزش‌های لازم از جمله کلاس‌های توجیهی برای کلیه پرسنل قوه قضائیه به خصوص کارمندان روابط عمومی قوه قضائیه در زمینه (نحوه صحبت کردن، نحوه برخورد با ارباب رجوع، نحوه آرایش ظاهر، به روز بودن اطلاعات، احترام به حقوق دیگران، تسلط کافی بر قوانین) برگزار شود، چرا که افراد با گذراندن این آموزش‌ها و به کار بستن آنها می‌توانند اعتماد مردم را در سطح بالایی بدست آورند. با توجه به اینکه امنیت لازمه توسعه پایدار در تمام زمینه‌ها (اعم از اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی) است و در فضای مبتنی بر امنیت میزان اعتماد نیز افزایش می‌یابد، توصیه می‌شود که قوه قضائیه از طریق ضابطین خود نیروهای پلیس هر چه بیشتر و بهتر امنیت را برای مردم فراهم کنند تا میزان اعتماد مردم به عملکرد قوه قضائیه و روابط عمومی قوه قضائیه افزایش یابد.

فهرست منابع :

- اسلامی، رضا. (۱۳۹۰) "اعتماد به دستگاههای اجرایی و عوامل موثر بر آن" جامعه شناسی کاربردی، سال بیست و دوم، شماره پیاپی ۴۱، شماره اول.
- امامی، محمد. ۱۳۹۰ / ۱۰ / ۷ " هر جا سخن از اعتماد است...؟؟" در سایه <http://www.pryzd.blogfa.com>
- الوانی، سید مهدی. و دانائی فرد، حسن. (۱۳۸۰) "مدیریت دولتی و اعتماد عمومی"، مجله دانش مدیریت، سال چهارم، شماره ۵۵.
- بیانات مقام معظم رهبری در هفته قوه قضائیه. (۱۳۸۲) "منشور توسعه قضائی"، مرکز مطبوعات و انتشارات قوه قضائیه.
- تقی آبادی، رضا. ۱۳۹۰ / ۷ / ۱۰ "روابط عمومی و ارتباط با رسانه های جمعی در دستگاه قضائی" روزنامه جوان، تهران
- حاجیانی، ابراهیم. (۱۳۸۴) "چارچوب روش شناختی برای بررسی احساس امنیت"، فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی، تهران: انتشارات معاونت اجتماعی ناجا، چاپ اول.
- دیویس، اس و دیوید، ک. (۱۳۸۰) "مدیریت کیفیت فراگیر نظریه ها، الگوی اجرایی"، مترجم: شهرام مقصود، چاپ اول، تهران انتشارات اندیشه.
- رایت، دونالدک. (۱۳۸۲) "هنر هشتم" ترجمه خواجه نوری، نسترن؛ شماره اول و دوم، بهار و تابستان.
- ریاحی، بهروز. (۱۳۸۱) "مدیریت کیفیت جامع در بخش عمومی"، مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران، چاپ اول
- زتومکا، پیوتر. (۱۳۸۷) "اعتماد نظریه جامعه شناسی"، ترجمه غلامرضا غفاری، نشر و پژوهش شیرازه.
- فصل نامه هنر هشتم (۱۳۷۵)، زمستان، شماره ۲.
- کاظمی، سید علی اصغر. (۱۳۷۹) "مدیریت سیاسی و خط مشی دولتی"، تهران دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- کاوسی، سید محمد رضا. سقائی، عباس. (۱۳۸۵) "روش های اندازه گیری رضایت مشتری"، تهران انتشارات صحاب.
- گروسی، سعیده؛ میرزائی، جلال؛ شاهرخی، احسان (۱۳۸۶) "بررسی رابطه اعتماد اجتماعی و احساس امنیت"، فصلنامه دانش انتظامی، سال نهم، شماره دوم.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۳) "تجدد و تشخص" ترجمه ناصر موفقیان. تهران: نشر نی.
- میر سعید قاضی، علی. (۱۳۸۵) "تئوری و عمل در روابط عمومی و ارتباطات"، انتشارات مبتکران، ویرایش سوم.
- محمدی فر، یوسف؛ احمدی، محمد؛ هاشمی، سی دادوش. (۱۳۸۹) "اعتماد به سازمان های دولتی و سطح رضایتمندی شهروندان" فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره سوم، شماره ۳.
- نوروزی، فیض اله. فولادی سپهر، سارا (۱۳۸۸). "بررسی احساس امنیت اجتماعی زنان ۱۵-۲۹ ساله شهر تهران و عوامل موثر بر آن"، راهبرد، سال هیجدهم، ۵۳.
- ویندال، سون. "کاربرد نظریه ارتباطات (۱۳۷۶)"، ترجمه علیرضا دهقان، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها، چاپ اول.
- وثوقی، منصور. (۱۳۸۸) "بررسی اعتماد اجتماعی و عوامل موثر بر آن در شهر خلخال"، پژوهش نامه علوم اجتماعی، سال سوم، شماره ۳.

-
- وند نوروز، جواد (۱۳۹۰) "مقاله برگزیده چهارمین جشنواره بین‌المللی تعامل اقوام، ادیان، مطبوعات و رسانه‌ها". قابل دسترس در سایت www.taamoleaghvam.ir/index.php?option=com_content
 - Ammeter, A.P & Douglas, C.(2004), A social relationship conceptualization of trust and accountability in organizations, *Journal Human Resource Management Review*: 47 – 65.
 - Flexon, J. L, Lurigio A.J.(2009), Exploring the dimensions of trust in the police among Chicago juveniles, *Journal of Criminal Justice*, Volume 37, Issue 2, pp 180-189
 - Kursunoglu, A.(2009), An investigation of organizational trust level of teachers according to some variables, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, pp 915 –920, www.Science direct.com

Archive of SID