

فرا ترکیب پژوهش اعتماد اجتماعی در ایران: ارائه چارچوب والگویی جامع و یکپارچه (بررسی کلیه مقالات ۲۰ ساله علمی پژوهشی طی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۴۰۰)

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۰۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۳/۱۸

کد مقاله: ۴۱۰۲۸

محمدعلی زکی^۱

چکیده

اعتماد اجتماعی از اجزای ضروری زندگی اجتماعی بوده و به منزله یکی از مفاهیم کانونی جامعه‌شناسی تلقی می‌شود. علایق جامعه‌شناسان در بررسی و تبیین اعتماد در طی دو دهه اخیر رشد سریع و فزاینده‌ای از خود نشان داده است. بدون انسجام اجتماعی و اعتماد، پایداری نظم اجتماعی امکان‌پذیر نیست. اعتماد اجتماعی تکیه‌گاه روابط اجتماعی و نیز اولین جزء اساسی نظریه‌های نوین سرمایه اجتماعی است. اعتماد اجتماعی را می‌توان به عنوان مجموعه‌ای از انتظارات، تعهدات اکتسابی و به لحاظ اجتماعی تأیید شده در نظر گرفت که افراد نسبت به یکدیگر و نسبت به سازمان‌ها و نهادهای مربوط به زندگی اجتماعی خود دارند. اعتماد اجتماعی به مثابه پدیده اجتماعی تلقی شده و اصول پنج‌گانه جامعه‌شناختی تحلیل دورکیمی آن عبارتند از: «ماهیت و چیستی»، «الگوهای اجتماعی»، «همبسته‌ها»، «پیشایندها» و «پسایندهای پدیده‌های اجتماعی». طی بیست سال گذشته، با توجه به اهمیت اعتماد اجتماعی در ایران، تحقیقات متعددی در این خصوص انجام شده است. با توجه به فراوانی و تنوع تحقیقات انجام‌شده، نیاز به انجام تحقیقات ترکیبی مثل فرا ترکیب در این حوزه احساس می‌شود. هدف اصلی پژوهش حاضر ارائه چارچوب و الگویی جامع و یکپارچه در خصوص اعتماد اجتماعی در ایران خواهد بود. تحقیق از نوع فرا ترکیب خواهد بود. اطلاعات تحقیق با استفاده از چهار منبع اینترنتی پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی (sid.ir)، پایگاه اطلاع‌رسانی نشریات علمی ایران (magiran.com)، پایگاه مجلات تخصصی نور (Noormags.ir)، پرتال جامع علوم انسانی (Ensani.ir) جمع‌آوری شده است. یافته‌های تحقیق حاضر حاکی از آن داشته که طی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۴۰۰ تعداد ۲۳۶ مقاله در موضوع اعتماد اجتماعی در ایران ثبت شده است. نتایج استفاده از روش فرا ترکیب تحقیق را قادر به ارائه چارچوب و الگویی جامع و یکپارچه تبیین اعتماد اجتماعی در ایران نموده است. بر اساس مدل پیشنهادی اعتماد اجتماعی قابل تفکیک و تبیین در چهار بخش به ترتیب فراوانی عبارتند از: پیشایندها (۴۶ درصد)، پسایندها (۳۸ درصد)، وضعیت (۱۱ درصد) و کلیات (۵ درصد) بوده است. بیشترین عوامل موثر بر اعتماد اجتماعی در ایران اختصاص به دینداری (۲۸ مقاله)، احساس امنیت اجتماعی (۲۷ مقاله)، طبقه اجتماعی (۱۹ مقاله)، دگرخواهی (نوع دوستی) و رسانه‌های جمعی (هر کدام ۱۱ مقاله)، تحصیلات و رضایت از زندگی (هر کدام ۹ مقاله) داشته‌اند. بیشترین اثرات اعتماد اجتماعی اختصاص به به دو متغیر مشارکت اجتماعی (۲۰ مقاله) و احساس امنیت اجتماعی (۱۳ مقاله) داشته است.

واژگان کلیدی: اعتماد اجتماعی، فرا ترکیب، مجلات علمی، مدل جامع.