

مدیریت شهری

شماره ۴۷ تابستان ۹۶

No.47 Summer 2017

۱۶۵-۱۷۸

زمان پذیرش نهایی: ۱۳۹۶/۲/۱۵

زمان دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۴/۷

بررسی رابطه میان میزان استفاده از رسانه های جمعی در شهرها و اعتماد سیاسی شهروندی؛ نمونه موردی: معلمین شهرستان سبزوار

امین کوشکی * - استادیار گروه علوم سیاسی دانشگاه حکیم سبزواری، ایران.

A Critical Review of Tendency towards the Western Architecture in Palaces of Qajar Era

Abstract

One of the issues that are important to the administration of a community is the issue of political trust. According to one definition, political trust has a positive attitude to the political system, political institutions and political actors or operators of authority in society. Under increasing political trust and backup support from the public authorities, compliance with laws and regulations by their political and social participation, self-government institutions and political legitimacy of the total increase. Including very influential people in all societies, people are teachers. To assess their views on the system, according to communication with students, can have a profound effect on their socialization. Among the factors influencing this political trust, the mass media are. This research survey of 390 residents of the city of Sabzevar and using the idea of planting, seeks to answer this question. What was the political confidence of citizens Sabzevar. And the influence of mass media on political trust is. The results show the negative relationship between satellite and media, such as Facebook and Twitter, and political trust teachers.

Key words: political trust citizens, the media, social media, social networks.

چکیده

امروزه یکی از مقولاتی که برای اداره کنندگان یک جامعه بسیار حائز اهمیت است، موضوع اعتماد سیاسی است. طبق یک تعریف، اعتماد سیاسی نگرش مثبت به نظام سیاسی، نهادهای سیاسی و کنشگران سیاسی یا متصدیان اقتدار در جامعه است. افزایش اعتماد سیاسی موجب حمایت و پشتیبانی مردم از مسئولان، رعایت قوانین و مقررات توسط آنها، افزایش مشارکت سیاسی و اجتماعی، اعتماد به سازمان‌ها و نهادهای دولتی و در کل موجب افزایش مشروعيت سیاسی نظام می‌شود. از جمله اقدامات بسیار تاثیرگذار در تمامی جوامع، قشر معلمین می‌باشد که سنجش دیدگاه‌های آنان در خصوص نظام، با توجه به ارتباطی که با دانش آموزان دارند، می‌تواند اثرات مهمی در جامعه پذیری آنها داشته باشد. از جمله عوامل موثر بر این اعتماد سیاسی، رسانه‌های جمعی می‌باشند. تحقیق حاضر به روش پیمایشی با نمونه ۳۹۰ نفر از شهروندان شهرستان سبزوار و با استفاده از نظریه کاشت، در پی پاسخ به این سوال بوده که اعتماد سیاسی شهروندان سبزوار به چه میزان بوده و تاثیر برخی رسانه جمعی بر اعتماد سیاسی چگونه است. نتایج حاکی از رابطه معکوس و منفی میان رسانه‌های مانند ماهواره و فیسبوک و توییتر و اعتماد سیاسی معلمان می‌باشد. واژگان کلیدی: اعتماد سیاسی شهروندی، رسانه، رسانه جمعی، شبکه‌های اجتماعی.

مقدمه

روابط ناشی از برخوردهای جزئی و خاص است. پدری که به فرزندش کمک می کند، انتظار حرف شنوی یا باری او در سنین پیری را دارد. در این وضعیت اعتماد انضمایی و عینی تحقق یافته است. در واقع اعتماد، رضایت را جایگزین سرکوب و زور می کند و حکومتی که به نحوی اعتماد مردم را جلب کرده باشد، نیازی به کاربرد خشونت ندارد و مردم نیز اعتماد خود را نزد حکومت سرمایه گذاری می نمایند. بنابر این اعتماد یک کالای عمومی است که در صورت مخدوش شدن آن جامعه به عنوان یک کل متضرر شده و رو به اضمحلال خواهد گذاشت. بنابر این افول اعتماد یکی از مشکلات و مسائل محوری در سیاست نوین حکومت‌ها و دولت‌ها در کشورهای مختلف است. در شرایطی که روابط افراد عمده‌تا به صورت سازمان یافته و نظام وار درآمده است، آنچه می‌تواند تضمین کننده عمل هر یک از افراد متناسب با هنجارها و ارزش‌های کلی نظام باشد، اعتماد متقابلي است که میان آنها وجود دارد. موضوع بحث در پژوهش حاضر، از جنس چنین اعتمادی است؛ چرا که به دنبال بررسی وضعیت اعتماد سیاسی معلمین در وضعیتی هستیم که بر مبنای انقلاب اسلامی، نظام سیاسی تازه‌ای در دهه های اخیر شکل گرفته و به تدریج نهادها و اجزای رسمی خود را یافته و افراد درون آنها مشغول فعالیت و تبادل کنش هستند. نظام سلطه از ابتدای تشکیل نظام مقدس جمهوری اسلامی تمام توان خود را برای متوقف نمودن حرکت رو به جلو این نظام بکار گرفت. جنگ تحملی ۸ ساله و سپس جنگ نرم از مصادیق برجسته تلاش نظام سلطه می‌باشد. در این میان امروز با راه اندازی قریب به ۱۶۳ شبکه فارسی زبان و... سعی دارد اعتماد سیاسی مردم را نسبت به نظام سیاسی کم رنگ نماید. در میان اشار خاص در بین مردم قشر معلمین، قشر بسیار مهم و تاثیر گذاری است. بالاخص با توجه به اینکه تمامی دانش آموزان، قسمت زیادی از وقت خود را با این قشر سپری می‌نمایند و قسمت مهمی از

اعتماد عمومی مردم از جمله مقومات مشروعیت بخش در عرصه عملی و عینی به نظام حاکم است. شاخص‌های اصلی چنین اعتمادی، در ابعاد اجتماعی و سیاسی قابل تحلیل می‌باشد. با توجه به وضعیت نظام سیاسی در ایران و تصریحات مندرج در اسناد فرادستی، چنین مقوله‌ای از اهمیت بیشتری برخوردار است. چرا که جمهوری اسلامی، نظامی سیاسی است که مبتنی بر اهداف مذهبی بنا شده و هدف آن مشارکت حداکثری مردم در ابعاد مختلف است. چنین مشارکتی بر مبنای اعتماد متقابل مردم و مسئولین بنا نهاده شده است. قانون اساسی حاوی گزاره‌ای است که بر اساس آن لازم است همه امکانات به منظور مشارکت عامه مردم در تعیین سرنوشت سیاسی و اجتماعی در حد قانون را فراهم سازد. اعتماد وضعیتی خاص تراز اطمینان یا اميد است و حاکی از موقعیتی است که به نحوی فعال، افراد با یکدیگر وارد رابطه می‌شوند. انواع اعتماد مبتنی بر وضعیت گروهی که افراد در آن قرار دارند متعدد می‌شود. گاهی اعتماد به افرادی است که با آنها دارای روابط چهره به چهره هستیم. در این گونه موقع، عمده‌تا میزان اعتماد تعییم یافته و دارای کارکردهای خاص است؛ در حالی که در روابط رسمی و سازمان یافته وضعیت اعتماد به نحوی انتزاعی و تجریدی است به گونه‌ای که افراد با واسطه مقولات اجتماعی است که به سازمان اعتماد می‌یابند. به عنوان نمونه، هنگامی که افراد به نظام قضایی در کشور اعتماد دارند، محصل نوع نگاه آنها به برابری، مساوات یا انصاف در حوزه قضایی است. ممکن است آنها هیچ گاه قضایی یا وکیلی را ندیده باشند یا عمل خلافی را از آنها نشنیده باشند، اما بر اثر انباشت خاطرات، عادات، تجربیات یا بازنمایی رسانه‌ها نسبت به مقولاتی مانند انصاف یا عدالت دچار بی اعتمادی شوند. وضعیت اعتماد ناشی از روابط چهره به چهره را می‌توان در روابط خانوادگی یا دوستی مشاهده کرد. اعتماد این افراد در این

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۱۶۷

داند (عباسیان، ۱۳۸۷، صص ۷۵-۱۱۳). سریع القلم یکی از ویژگی های فرهنگ سیاسی، ایران را بی اعتمادی شدید افراد نسبت به یکدیگر می داند و ریشه های این فرهنگ سیاسی را در نظام عشیره ای گذشته جستجو می کند (سریع القلم، ۱۳۸۴، صص ۳۴-۳۵).

شایگان (۱۳۸۷) با بررسی عوامل تأثیرگذار بر اعتماد سیاسی در بین ۴۴۱ نفر از شهرواندان بیست سال به بالای تهرانی دریافت که اعتماد سیاسی مردم در حد متوسطی است (۵۲ درصد) اعتماد سیاسی (بالا) و اعتماد به نظام سیاسی بالاتر از اعتماد به نهادها و کنشگران سیاسی است. از بین عوامل تأثیرگذار، وضعیت رفاهی، رضایت از زندگی و نگرش مردم نسبت به تلاش دولت در ایجاد رفاه اجتماعی اقتصادی مهمترین نقش را در اعتماد سیاسی پاسخگویان دارد. طالبی و همکاران (۱۳۷۸) اعتماد سیاسی را در بین ۳۸۰ نفر از دانشجویان دانشگاه صنعتی شریف بررسی کردند. نتایج تحقیق آنها حاکی از این است که متغیرهای میزان دینداری، ارزش های مادی و میزان استفاده از رسانه های داخلی با متغیر وابسته اعتماد سیاسی رابطه مستقیم دارند در حالی که متغیرهای ارزش های فرامادی و میزان استفاده از رسانه های خارجی با متغیر وابسته اعتماد سیاسی رابطه معکوس دارند.

شفیعی (۱۳۸۹) با بررسی جامعه شناختی تأثیر رسانه های جمعی بر اعتماد سیاسی و اجتماعی در بین ۳۸۵ نفر از شهروندان یزدی دریافت که میزان اعتماد اجتماعی ۶۲ درصد بالا، ۳۷/۵ درصد متوسط و ۵/۰ درصد پایین بود. میزان اعتماد سیاسی ۲۴/۷ درصد بالا، ۵۴/۴ درصد متوسط، و ۲۰/۸ درصد پایین بود.

مبانی نظری تحقیق تعريف اعتماد

اعتماد در زبان فارسی به معنای تکیه کردن، متکی شدن به کسی و کاری را بی گمان به او سپردن و واگذاردن کار به کسی است (عمید، ۱۳۶۹، ص

جامعه پذیری ایشان در همین ایام شکل می گیرد. لذا بررسی میزان اعتماد سیاسی معلمین می تواند در برنامه ریزی های آموزشی برای این قشر کمک شایان توجهی نماید. همچنین مدیران و مسئولین شهر می توانند با شناخت دقیق ضعف های موجود در حوزه اعتماد سیاسی و در بین معلمان، با برنامه ریزی دقیق نسبت به رفع مشکلات اهتمام داشته باشند.

تحقیقات پیشین

تحقیقات و مطالعات صورت گرفته در ایران، از سیر نزولی اعتماد سیاسی از اوایل انقلاب تاکنون حکایت دارد؛ به گونه ای که اعتماد سیاسی که در سال های ۱۳۶۵ به ۸۱ درصد رسیده بود، در سال ۱۳۸۳ به کمتر از نصف این میزان رسیده است. این کاهش، هم شامل اعتماد به کنشگران می شود و هم نهادهای سیاسی (صفدری، ۱۳۷۴، ص ۱۴۵؛ یوسفی، ۱۳۷۹، ص ۹۷؛ ملک پور، ۱۳۸۱، ص ۱۳۵؛ کوثری، ۱۳۸۱: ۱۵۶ و کمالی، ۱۳۸۳، ص ۳۹۱). تحقیقات نظری انجام شده در ایران نشان می دهد که بی اعتمادی یکی از شاخصه های فرهنگ سیاسی ایران در ارتباط با نظام های حاکم تا پیش از انقلاب اسلامی بوده است. گراهام فولر، در کتاب «قبله عالم، ژئوپلیتیک ایران» بی اعتمادی را یکی از عناصر فرهنگ سیاسی ایرانیان می داند (عباسیان، ۱۳۸۷، ص ۶۲). ماروین زونیس، بدینی سیاسی و بی اعتمادی شخصی را از جمله ویژگی های فرهنگ سیاسی نخبگان در ایران دوره پهلوی می داند. وی معتقد است که بدینی و بی اعتمادی با احساس بی قدرتی و ناتوانی سیاسی همراه اند و به ویژه قدرت و نحوه عملکرد نظام سیاسی، تعیین کننده نگرش بدینانه نسبت به زندگی سیاسی است (همان، ص ۶۲). عباسیان، بی اعتمادی و بدگمانی را یکی از شاخصه های فرهنگ سیاسی تبعی در ایران می داند. وی در تحقیق خود، منابع فرهنگ سیاسی ایران را شامل موقعیت طبیعی و جغرافیایی، موقعیت تاریخی، دین و زبان و ادبیات فارسی می

۲۰۱. در فرهنگ های انگلیسی زبان، اعتماد به شکل

های متفاوتی تعریف شده است. در فرهنگ انگلیسی آکسفورد، اعتماد به عنوان اتکا یا اطمینان به نوعی کیفیت یا صفت یک شخص یا یک چیز یا اطمینان

به حقیقت یک گفته آمده است (گیدنز، ۱۳۷۷، ص ۳۷).

در فرهنگ وبستر اعتماد به عنوان اعتقاد یا اطمینان راسخ به صداقت، درستی، شوق و عدالت یک شخص، گروه یا کلیت جامعه آمده است (اسکناستر، ۱۹۸۹، ص ۱۵۲). الیسون و فایرستون

اعتماد را واگذاری منابع به دیگران می دانند؛ با این انتظار آنها به گونه ای عمل خواهند کرد که نتایج

منفی به حداقل ممکن کاهش یابد و دستیابی به اهداف میسر گردد (امیرکافی، ۱۳۸۰، ص ۱۱). زیمل

اعتماد را صورتی از ایمان و اعتقاد به افراد جامعه می داند. اعتماد از نظر زیمل بیان کننده این احساس است که بین تصور ما از یک موجود و خود

آن پیوند و وحدت معینی وجود دارد و ادراک ما از

آن موجود از تداوم معینی برخوردار است (گیدنز،

۱۳۷۷، ص ۳۳). اینگلهارت معتقد است: «اعتماد این انتظار است که رفتار دیگری به طرز قابل پیش

بینی دوستانه خواهد بود و عدم اعتماد این انتظار است که رفتار دیگری موزیانه یا غیر قابل اعتماد

است» (اینگلهارت، ۱۳۷۳، ص ۴۴۷).

اعتماد یک احتمال عقلانی است که بر اساس آن یک کنش گر در ارتباط با دیگر گروه ها و کارگزاران،

رفتار آنها را قبل از وقوع آن پیش بینی و فعالیت

خود را بر اساس آن طراحی می کند (لارسون، ۲۰۰۷، ص ۲۰۲). به نظر مارچ و السن، ایده محوری

اعتماد بر نوعی انتظار استوار است (مارچ و اولسون، ۱۹۸۹، ص ۲۷). تخطی از این انتظارات، اعتماد را

مخدوش می سازد. اما ضرورتاً بی اعتمادی ایجاد

نمی کند. به اعتقاد زاکر بی اعتمادی وقتی ایجاد

می شود که بدگمانی بروز می کند و در نتیجه بی

توجهی به برخی انتظارات در یک مبادله دو طرفه، احتمالاً به دیگر مبادلات تعمیم داده می شود (ذاکر

، ۱۹۸۹، ص ۵۹).

انواع اعتماد

تقسیم بندی های متفاوتی از اعتماد صورت گرفته از جمله: اعتماد بنیادی، اعتماد بین شخصی و اعتماد تعمیم یافته.

۱. اعتماد بنیادی: نگرشی است نسبت به خود و دنیای پیرامون که رفتار و اعمال ما را متأثر می سازد و موجب تقویت تفکری می گردد که افراد و امور جهان قابل اعتماد هستند و بر استمرار و ثبات آن صحه می گذارد. اریکسون معتقد است اعتماد بنیادی در مراحل اولیه زندگی انسان شکل می گیرد (امیرکافی، ۱۳۸۰، ص ۱۳).

۲. اعتماد بین شخصی: که در روابط چهره به چهره خود را نشان می دهد. این نوع از اعتماد مowanع ارتباطی را مرتفع می سازد و با کاستن از حالت دفاعی بسیاری از تعاملات موثر را موجب می شود. اعتماد بین شخصی در روابط و تعاملات اجتماعی معنا پیدا می کند، توسعه می یابد و تقویت می شود (همان، ص ۱۴).

* اعتماد تعمیم یافته یا عام، یعنی داشتن حسن ظن نسبت به افراد جامعه جدای از تعلق آنها به گروه های قومی و قبیله ای و ویژگی های آن عبارتند از: ۱. به افرادی که با هم تعامل دارند یا روابط چهره به چهره دارند محدود نمی شود. ۲. حوزه ای از کسانی را که با ما تعامل دارند یا بالقوه می توانند تعامل داشته باشند را دربرمی گیرد. ۳. مرزهای خانوادگی، قومی و محلی را در می نوردد و در سطح ملی گسترش می یابد. ۴. پدیده نسبتاً جدیدی است که همراه با شکل گیری دولت های مدرن- ملت مطرح می شود. ۵. لازمه همکاری و مشارکت میلیون ها شهروندی است که جوامع

پیچیده و مدرن امروزی را تشکیل می دهند. آن-tonی گیدنز علاوه بر انواع اعتماد یاد شده، یعنی اعتماد بنیادی و اعتماد بین شخصی، اعتماد انتزاعی و اعتماد فعالانه را هم مطرح می کند. وی می گوید در شرایط مدرنیت، بیشتر افراد در وضعیتی زندگی می کنند که نهادهای از جا کنده شده ای

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۱۶۹

سیاسی. وی می‌گوید: «امروز جدایی کامل از نظام حکومتی غیر ممکن است و اگر افراد به دلیل بی اعتمادی و تجرب بدی که کسب می‌کنند بخواهند از یک نظام سیاسی جدا شوند، مجبورند به نظام سیاسی دیگری پناه ببرند. از دید وی حکومت‌های مدرن به رشتہ پیچیده‌ای از روابط میان رهبران سیاسی و عامه مردم وابسته‌اند. در این عصر حکومت‌ها برای نخستین بار در همان محیط‌های اطلاع رسانی قرار دارند که شهروندانشان هستند. شهروندان از فساد معاملات پشت پرده و امثال آن که مسئولان حکومتی انجام می‌دهند باخبر می‌شوند و نمی‌توانند آن را تحمل کنند. وقتی هر کس از همان اطلاعاتی برخوردار است که حکومتش، همه این چیزها که زمانی قابل قبول بود، اکنون دیگر کمتر قابل قبول است. لذا حکومت باید شیوه رفتار با شهروندان را تغییر دهدن (گیدنر، ۱۳۸۰، ص ۵۲).

نظر کلی گیدنر درباره اعتماد سیاسی این است که شرایط جامعه مدرن با جوامع سنتی فرق کرده است و به همین دلیل دولت‌های مدرن برای کسب اعتماد سیاسی باید به گونه‌ای متفاوت از قبل عمل نمایند. دیگر نمی‌توان اقتدار را به وسیله نهادهای سنتی یا با گفتن اینکه «همیشه اینگونه بوده است» مشروعیت بخشید (گیدنر، ۱۳۸۲، ص ۸۲).

بریتزر با نقد تعریف نوریس، به تعریف اعتماد سیاسی می‌پردازد و آن را شامل اعتماد در سه سطح جامعه، اعتماد به نهادهای سیاسی و اعتماد به کنشگران می‌داند (همان، ص ۷). هشینگتن معتقد است اعتماد سیاسی عبارتست از درجه‌ای از انتظارات شهروندان از توانایی و موفقیت حاکمان که متناسب با انتظارات آنها باشد. از نظر ارتباط تنگاتنگی از یک سو، بین اعتماد اجتماعی (اعتماد مردم به یکدیگر) و سیاسی (اعتماد به نخبگان خود) و از سوی دیگر بین تجرب سیاسی افراد و برداشت آنها از کارامدی دولت وجود دارد. در این تعریف، عنصر مهم و کلیدی در تلقی و ادراک شهروندان از کارامدی دولت نهفته است و نه واقعیت مربوط

که عملکردهای محلی را به روابط اجتماعی جهانی مرتبط می‌سازند، جنبه‌های عمده زندگی روزانه را سازمان می‌دهند. به نظر وی نشانه‌های نمادین نظری پول و نظام‌های تخصصی عمده ترین نظام‌های انتزاعی می‌باشد. اعتماد فعالانه نوع دیگری از اعتماد است که خاص جوامع پسا سنتی است. جامعه پسا سنتی از نظر گیدنر جامعه‌ای نیست که در آن سنت‌ها دیگر وجود نداشته باشند. بلکه در این جامعه فشارهایی برای حفظ یا بازگشت سنت‌ها در کارند با سنت‌ها در این جامعه تغییر منزلت یافته‌اند، سنت‌ها پیوسته در تماس با یکدیگر قرار می‌گیرند و ناچارند که خودشان را اعلام کنند. در این عصر مسئله مهم ایجاد اعتماد فعالانه است، یعنی اعتماد به دیگران یا نهادها که باید آن را فعالانه تولید کرد و به بحث کشید (گیدنر، ۱۳۸۲، ص ۱۵۱).

اعتماد سیاسی

استون اعتماد سیاسی را مجموعه‌ای از نگرش‌های مثبت نسبت به موضوعات سیاسی می‌داند که هم به رژیم سیاسی و متصدیان اقتدار در جامعه بر می‌گردند. در واقع اعتماد سیاسی شکلی از حمایت از رژیم سیاسی و صاحبان اقتدار سیاسی است (گابریل، ۱۹۵۵، ص ۳۶۰). نوریس هم در تعریف اعتماد سیاسی به پنج شاخصه پرداخته که عبارتند از:

- ۱- حمایت از اجتماع سیاسی مثل ملت، کشور (حمایت از کشور در زمان جنگ)؛
- ۲- حمایت از قانون اساسی کشور؛
- ۳- حمایت از امور اجرایی رژیم مثل دموکراسی و امثال آن؛
- ۴- حمایت از نهادهای رژیم مثل دولت، پارلمان، قوه قضائیه، پلیس، سیستم احزاب سیاسی و غیره؛
- ۵- حمایت از کنشگران سیاسی و اجرایی (بریتزر، ۲۰۰۲، ص ۶).

گیدنر اعتماد سیاسی را جزء اعتماد انتزاعی به حساب می‌آورد؛ یعنی اعتماد به حکومت و نهادهای

عوامل تبیین کننده اعتماد سیاسی

زتومکا معتقد است که سه دسته از عوامل برای شکل گیری فرهنگ اعتماد در یک جامعه دخیل اند که عبارتند از:

متغیرهای زمینه‌ای (مثل سنت تاریخی اعتماد با بی اعتمادی)، متغیرهای مستقل (مثل شرایط ساختاری برای تجربیات مثبت یا منفی تأمین با اعتماد که شامل وحدت هنجاری، ثبات نظام سیاسی، شفافیت سازمان اجتماعی، آشتیابی با محیط اجتماعی و پاسخگو بودن افراد و نهادها است؛ متغیرهای میانی (مثل خلقيات اجتماعی که شامل انگیزه اعتماد کردن، عملگرایی، خوش بینی، گرایش به آینده، تمایل زیاد کسب موقفيت است و سرمایه اجتماعی که شامل ثروت و دارایی، امنیت شغلی، تعدد نقش‌ها، قدرت، تحصیلات، شبکه‌های روابط اجتماعی، خانواده سالم و اعتقادات دینی) است (زتومکا، ۱۳۸۴، صص ۱۵۵-۱۵۴). در نظر رنی، جامعه پذیری یکی از عوامل مؤثر بر اعتماد است وی کارگزاران جامعه پذیری را شامل، خانواده، مدرسه، گروه همسالان (دوستان و گروه‌های سنی، هم درسان و گروه‌های آموزشی)، رسانه‌های جمعی، گروه‌های قومی، جماعت‌ها و گروه‌های مذهبی، همکاران و گروه‌های شغلی، همسایگان، گروه‌های هم درآمد و طبقات اجتماعی می‌داند (رنی، ۱۳۷۴، صص ۹۲-۹۳).

در نظر اینگلهارت اعتماد سیاسی متأثر از عوامل متعددی شکل می‌گیرد. بر اساس نظریه وی توسعه اقتصادی اجتماعی می‌تواند بر میزان اعتماد سیاسی جوامع تأثیراتی را بگذارد. دین معنا که اینگلهارت، توسعه اقتصادی اجتماعی را در دو سطح فردی و جمعی بیان می‌کند. در سطح فردی میزان درآمد فرد مدد نظر است و در سطح جمعی آن، پیشرفت در تکنولوژی‌های ارتباطی چون ماهواره و اینترنت و همچنین افزایش تحرک اجتماعی و افزایش عضویت فرد در شبکه‌های اجتماعی و تعاملاتی یا به عبارت کلی تر میزان سرمایه اجتماعی افراد مورد توجه است. در واقع می‌توان گفت که با گسترش صنعتی

به موقفيت‌ها و موقعیت‌های دولت (هترینگتون، ۱۹۹۸، ص ۷۹۸). گیدنر اعتماد سیاسی را جزء اعتماد انتزاعی به حساب می‌آورد؛ یعنی اعتماد به حکومت و نهادهای سیاسی. وی می‌گوید: «امروز جدایی کامل از نظام حکومتی غیر ممکن است و اگر افراد به دلیل بی اعتمادی و تجارب بدی که کسب می‌کنند بخواهند از یک نظام سیاسی جدا شوند، مجبورند به نظام سیاسی دیگری پناه ببرند. از دید وی حکومت‌های مدرن به رشتہ پیچیده‌ای از روابط میان رهبران سیاسی و عامه مردم وابسته اند. در این عصر حکومت‌ها برای نخستین بار در همان محیط‌های اطلاع‌رسانی قرار دارند که شهروندانشان هستند. شهروندان از فساد معاملات پشت پرده و امثال آن که مسئولان حکومتی انجام می‌دهند باخبر می‌شوند و نمی‌توانند آن را تحمل کنند. وقتی هر کس از همان اطلاعاتی برخوردار است که حکومتش، همه این چیزها که زمانی قابل قبول بود، اکنون دیگر کمتر قابل قبول است. لذا حکومت باید شیوه رفتار با شهروندان را تغییر دهند» (گیدنر، ۱۳۸۰، ص ۵۲).

میان محققان نویسنده‌گان داخلی هم در زمینه ابعاد اعتماد سیاسی توافق وجود ندارد. چلبی اعتماد سیاسی را به معنای تایید بازیگران یا متصدیان دولتی دانسته و برای ارزیابی آن چهار بعد سختی، ظرفیت اجرا، تعهد عمومی و هویت فردی را مدنظر قرار می‌دهد (چلبی، ۱۳۷۵، ص ۲۴۰). یوسفی هم در تحقیق مشروعیت سیاسی خود با تأسی از چلبی می‌نویسد: اگر نظام سیاسی را به یک میدان بازی تشبیه کنیم که قواعد آن را قانون اساسی کشور و بازیگران آن را متصدیان دولتی تشکیل می‌دهند، در این‌صورت، مشروعیت سیاسی به معنای تایید جمعی قواعد بازی و اعتماد سیاسی در مفهوم تایید بازیگران یا متصدیان، متنضم این معناست که بازیگر خوب بازی می‌کند و وظایف خود را به درستی انجام می‌دهد (یوسفی، ۱۳۷۹، ص ۳۱).

عوامل تبیین کننده اعتماد سیاسی

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۱۷۱

که قرار گرفتن در معرض رسانه‌ها، تا چه حد می‌تواند به باورها و تلقی عموم از واقعیت خارجی، شکل دهد؟ نظریه کاشت یا اشاعه برای ارائه الگویی از تحلیل، تبیین شده است؛ تا نشان‌دهنده تأثیر بلندمدت رسانه‌هایی باشد، که اساساً در سطح برداشت اجتماعی، عمل می‌کنند (گونتر، ۱۳۸۴، ص ۳۱۰). گرینر عقیده دارد که تلویزیون به لحاظ عمق و نفوذ قابل ملاحظه‌اش، نیروی فرهنگی قدرتمندی است. وی تلویزیون را ابزاری در دست نظم ثبت‌شده صنعتی اجتماعی می‌داند، که بجای تغییر، تهدید یا تضعیف نظام سنتی باورها، ارزشها و رفتارها، در خدمت حفظ، ثبیت یا تقویت آنهاست. او که اثر اصلی تلویزیون را جامعه‌پذیری یعنی اشاعه ثبات و پذیرش وضعیت موجود می‌داند، معتقد است که تلویزیون تغییرات را به تنها یابه حداقل نمی‌رساند؛ بلکه این امر با همانگی دیگر نهادهای عمدۀ فرهنگی محقق می‌شود (همان).

این نظریه معتقد است که تلویزیون در بلندمدت موجب تأثیر در جهان‌بینی و نظام ارزشی بینندگان پرصرف خود می‌شود و به آنها نگرش تلویزیونی واحد در مورد واقعیات می‌بخشد. در واقع نظریه گرینر با تفاوت قائل شدن بین مخاطب عادی و پرصرف، تأثیر زیاد تلویزیون بر مخاطب پرصرف را ثابت می‌کند. گرینر می‌گوید: از نظر تماس‌گران پرصرف، تلویزیون عملاً، دیگر منابع اطلاعات، افکار و آگاهی‌ها را به انحصار درآورده و یک کاسه می‌کند. اثر این مواجهه با پیام‌های مشابه، چیزی را تولید می‌کند که وی آنرا کاشت یا آموزش جهان‌بینی رایج، نقش‌های رایج و ارزش‌های رایج، می‌نامد (سورین و تانکارد، ۱۳۸۹، ص ۳۹۰). گرینر عقیده دارد که پیام تلویزیون از چندین جنبه اساسی از واقعیات فاصله دارد؛ اما به جهت تکرار دائمی اش، نهایتاً به عنوان دیدگاه مورد وفاق جامعه، پذیرفته می‌شود و تماس ممتد با جهان تلویزیون، می‌تواند نهایتاً به قبول دیدگاه تلویزیون، که همواره واقعیت را به درستی منعکس نمی‌کند، درباره جهان واقعی

شدن و تکنولوژی‌های ارتباطی چون اینترنت که از نشانه‌های توسعه اقتصادی اجتماعی است، تحرک اجتماعی مردم بیشتر می‌شود و این خودمنجر به تغییر در نوع تعاملات و شبکه‌های ارتباطی افراد شده است (اینگلهارت و ولزل، ۲۰۱۰). مثلاً گسترش استفاده از اینترنت به افراد امکان عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی را داده است که این شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توانند پیام‌ها و معانی سیاسی را به افراد منتقل کنند که بر میزان اعتماد سیاسی آنها تأثیرگذار است. از جانب دیگر، در نظر اینگلهارت عضویت افراد در این شبکه‌های اجتماعی باعث می‌شود تا افراد به ابراز خود پردازنند و این می‌تواند بر رضایتمندی فرد و احسان خوشبختی وی تأثیر بگذارد. در واقع با افزایش سرمایه اجتماعی فرد، میزان رضایتمندی وی از زندگی نیز بیشتر می‌شود (اینگلهارت، ۱۳۷۳، ص ۱۹۷).

نظریه کاشت

در میان نظریاتی که به آثار درازمدت رسانه‌ها پرداخته‌اند، حق تقدیم با نظریه کاشت می‌باشد. این نظریه عبارتست از اینکه تلویزیون در میان رسانه‌های مدرن چنان جایگاه محوری در زندگی روزمره ما پیدا کرده است که منجر به غلبه آن بر «محیط نمادین» شده و پیام‌هایش در مورد واقعیت، جای تجربه شخصی و سایر وسائل شناخت جهان را گرفته است (مک کوایل، ۱۳۸۵، ص ۳۹۹). جورج گرینر (۱۹۶۹) و تعداد دیگری از پژوهشگران مدرسه ارتباطات دانشگاه پنسیلوانیا با استفاده از تحقیقی که احتمالاً طولانی‌ترین و گستردگرین برنامه پژوهش اثرهای تلویزیون است، نظریه «کاشت باورها» را ارائه دادند (سورین و تانکارد، ۱۳۸۹، ص ۳۹۰). شاهد اصلی گرینر برای این نظریه، از تحلیل محتوای سیستماتیک تلویزیون آمریکا طی چندین سال متوالی بدست آمده است (مک کوایل، ۱۳۸۵، ص ۳۹۹). این نظریه یکی از اشکال اثر رسانه‌ها در سطح شناختی بوده و مربوط به این موضوع است

تعريف عملياتي متغيرهای پژوهش

رسانه های جمعی: از نظر پاتر تفاوت رسانه های جمعی و غیر جمعی ربط چندانی به تعداد مخاطبان ندارد- گرچه اغلب مردم جمع را چنین تعریف می کنند- علاوه بر این با نوع تجربه مخاطبان در هنگام دریافت پیام هم ربطی ندارد، اگر چه از مدت ها پیش این ملاک اصلی برای تعریف مخاطبان جمعی بوده است. در مقابل جمع با نگیزه فرستنده مرتبط است. رسانه ای رسانه جمعی است که قصد اصلی فرستنده اش عادت دادن مخاطبان به روشه ثابت برای عرضه محتوا باشد. یعنی رسانه های جمعی چندان تمایل ندارند که مردم را به قرار گرفتن در معرض پیام های شان ترغیب کنند بلکه بیشتر مایلند آنها را در موقعیتی قرار دهنند که به طور معمول در معرض پیام ها باشند. رسانه های جمعی با آسان کردن درک پیام های شان برای مخاطبان (و از این رو، پایین نگه داشتن هزینه ذهنی) و در عین حال با بازده بالایی که عرضه می کنند (و

منجر شود (گونتر، ۱۳۸۴، ص ۳۱۰). هر چند این نظریه بیشتر در خصوص تلویزیون ارائه شده است، لیکن به علت اینکه در زمان ارائه آن، رسانه های دیگر به ندرت وجود داشته است؛ می توان این نظریه را به دیگر رسانه های نیز تعمیم داد. لذا در این پژوهش سعی شده تاثیر بلند مدت رسانه های مختلف بر اعتماد سیاسی افراد با توجه به همین نظریه تبیین گردد.

روش تحقیق

جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه معلمین شهرستان سبزوار است که این تعداد تا پایان سال ۱۳۹۴، به میزان ۴۵۰۰ نفر بوده است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران و جدول نمونه گیری با سطح معناداری ۹۵٪ تعداد ۳۹۵ نفر به دست آمد که در نهایت برای اطمینان بیشتر حجم نمونه به ۴۰۰ نفر ارتقا یافت. در این پژوهش از روش نمونه گیری تصادفی طبقه بندی شده استفاده شده است.

به این ترتیب ارزش مخاطب را افزایش می دهد آنها را شرطی می کنند. وقتی هزینه اندک و ارزش زیاد باشد، مخاطبان، قرار گرفتن در معرض رسانه را استفاده کارامد از زمان تلقی می کنند و این تلقی باعث می شود که افراد بخواهند همچنان در معرض رسانه قرار گیرند. وقتی مخاطبان برای این که در معرض رسانه قرار گیرند دائماً به آن رجوع کنند، رسانه مخاطبانی وفادار را شرطی کرده است که می تواند آنها را به تبلیغ کنندگان اجاره دهد. رسانه های جمعی ابزارهایی به وجود می اورند تا پیام خود را از طریق رسانه به مخاطبان مورد نظرشان منتقل نمایند (پاتر، ۱۳۸۵، ص ۸).

از نظر «کازنو» منظور از وسائل ارتباط جمعی، آن دسته از وسائلی است که در تمدن های جدید به وجود آمده و مورد استفاده اند و ویژگی اصلی آنان، قدرت و توانایی زیاد و شعاع عمل وسیع است (کازنو، ۱۳۸۱، ص ۴) و از نظر بیرون وسائل ارتباط جمعی، مجموع فنون، ابزار و وسائلی را می رساند که از توانایی انتقال پیام های ارتباطی حسی و یا اندیشه ای در یک زمان به شمار بسیاری از افراد و مخصوصاً در فواصل زیاد برخوردارند (بیرون، ۱۳۸۰، ص ۲۱۹). با توجه به گسترش رسانه های جدید، در این تحقیق رسانه هایی مانند: تلویزیون، روزنامه و مجلات، نرم افزارهای شبکه اجتماعی تلفن همراه، سایت های خبری داخلی، شبکه های خبری ماهواره ای.

اعتماد سیاسی

«برترز» اعتماد سیاسی را نگرش حامیانه و مثبت مردم نسبت به نهاد های سیاسی، اجتماع سیاسی (نظام سیاسی) و کنش گران سیاسی در جامعه می داند (برترز ۲۰۰۷: ۷ به نقل از جهانگیری و ابوترابی ۱۳۹۱، ص ۱۵)؛ لذا در این تحقیق با ۷ سوال میزان اعتماد معلمین به نهادهای سیاسی نظام مورد سنجش واقع شده است. همچنین با ۵ سوال اعتماد به کلیت نظام سیاسی و با ۱۰ سوال میزان اعتماد به مسئولین مورد سنجش قرار گرفته است.

جدول ۱. آمار توصیفی

Std. Deviation	Mean	Maximum	Minimum	N	
۶,۳۰۷۱۱	۱۵,۶۱۶۰	۳۵,۰۰	۷,۰۰	۳۹۰	اعتماد به نهادهای نظام
۳,۳۲۷۹۲	۱۱,۷۰۸۰	۲۰,۰۰	۵,۰۰	۳۹۰	اعتماد به کلیت نظام
۸,۹۴۹۰۹	۲۶,۴۳۶۰	۴۹,۰۰	۱۰,۰۰	۳۹۰	اعتماد به مسئولین
۱۵,۹۰۷۰۶	۲۵,۷۶۰۰	۹۶,۰۰	۲۲,۰۰	۳۹۰	اعتماد سیاسی مردم

جدول ۲. همبستگی میان میزان استفاده از رسانه های مختلف و بعد اعتماد به نهادهای نظام

شبکه های خبری ماهواره	فیس بوک و توییتر	سایت های خبری و تحلیلی داخل کشور	نرم افزارهای تلفن همراه	روزنامه و مجله	رسانه ملی	
-.۲۱۱	-.۱۰۳	.۲۱۹	-.۰۲۹	.۳۰۱	.۳۵۹	ضریب همبستگی
۰۰۰	.۰۵۲	.۰۰۰	.۳۲۳	.۰۰۰	.۰۰۰	ضریب تاثیر
۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	تعداد

جدول ۳. همبستگی میان میزان استفاده از رسانه های مختلف و بعد اعتماد به کلیت نظام

شبکه های خبری ماهواره	فیس بوک و توییتر	سایت های خبری و تحلیلی داخل کشور	نرم افزارهای تلفن همراه	روزنامه و مجله	رسانه ملی	
-.۲۶۵	-.۲۲۶	.۰۰۰	-.۱۶۰	.۱۲۴	.۱۴۵	ضریب همبستگی
۰۰۰	.۰۰۰	.۴۹۹	.۰۰۶	.۰۲۵	.۰۱۱	ضریب تاثیر
۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	تعداد

تجزیه و تحلیل داده ها

بررسی همبستگی میزان استفاده از رسانه های مختلف و ابعاد اعتماد سیاسی شهرنشان بر اساس جدول شماره ۱، و همچنین بر اساس تعداد سوالات (۲۲ سوال)، نمره اعتماد سیاسی معلمین نزدیک به ۵۳ می باشد. که با توجه به همه رسانه ها به غیر از نرم افزارهای شبکه اجتماعی تلفن همراه با اعتماد به نهادهای سیاسی همبستگی

داده های توصیفی

بر اساس جدول شماره ۱، و همچنین بر اساس تعداد سوالات (۲۲ سوال)، نمره اعتماد سیاسی نمره کل که ۱۱۰ است؛ نمره اعتماد سیاسی متوسط ارزیابی می شود.

جدول ۴. همبستگی میان میزان استفاده از رسانه های مختلف و بعد اعتماد به مسئولین نظام

شبکه های خبری ماهواره	فیس بوک و توییتر	سایت های خبری و تحلیلی داخل کشور	نرم افزارهای تلفن همراه	روزنامه و مجله	رسانه ملی	
-۰۱۲۹	-۰۱۰۶	.۰۴۷	-۰۰۷۷	.۱۵۲	.۱۲۷	ضریب همبستگی
.۰۲۱	.۰۴۷	.۲۲۹	.۱۱۴	.۰۰۸	.۰۲۲	ضریب تاثیر
۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	تعداد

جدول ۵. همبستگی میان میزان استفاده از رسانه های مختلف و اعتماد سیاسی

شبکه های خبری ماهواره	فیس بوک و توییتر	سایت های خبری و تحلیلی داخل کشور	نرم افزارهای تلفن همراه	روزنامه و مجله	رسانه ملی	
-۰۲۱۲	-۰۱۴۸	.۱۱۴	-۰۰۸۸	.۲۳۱	.۲۴۴	ضریب همبستگی
.۰۰۰	.۰۱۰	.۰۰۳۶	.۰۰۸۲	.۰۰۰	.۰۰۰	ضریب تاثیر
۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	۳۹۰	تعداد

دریس شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۱۷۴

از همه رسانه ها به غیر از سایت های خبری و تحلیلی داخل کشور و نرم افزارهای تلفن همراه با اعتماد به مسئولین نظام همبستگی وجود دارد. در این میان این همبستگی برای فیس بوک و توییتر و شبکه های خبری ماهواره ای به صورت منفی و برای رسانه های دیگر مثبت است. یعنی اعتماد به مسئولین نظام در میان افرادی که بیشتر از فیس بوک، توییتر و شبکه های خبری ماهواره ای استفاده می نمایند؛ پایین تر است.

بر اساس جدول شماره ۵ میان میزان استفاده از همه رسانه ها به غیر از نرم افزارهای تلفن همراه با اعتماد سیاسی به صورت کلی همبستگی وجود دارد. در این میان این همبستگی برای فیس بوک و توییتر و شبکه های خبری ماهواره ای به صورت منفی و برای رسانه های دیگر مثبت است. یعنی اعتماد به کلیت نظام در میان افرادی که بیشتر از نرم افزارهای تلفن همراه، فیس بوک، توییتر و شبکه های خبری ماهواره ای استفاده می نمایند؛ پایین تر است.

بر اساس جدول شماره ۴ میان میزان استفاده

وجود دارد. در این میان این همبستگی برای فیس بوک و توییتر و شبکه های خبری ماهواره ای به صورت منفی و برای رسانه های دیگر مثبت است. یعنی اعتماد به نهادهای سیاسی در میان افرادی که بیشتر از فیس بوک، توییتر و شبکه های خبری ماهواره ای استفاده می نمایند پایین تر است.

بر اساس جدول شماره ۳ میان میزان استفاده از همه رسانه ها به غیر از سایت های خبری و تحلیلی داخل کشور با اعتماد به کلیت نظام همبستگی وجود دارد. در این میان این همبستگی برای نرم افزارهای تلفن همراه، فیس بوک و توییتر و شبکه های خبری ماهواره ای به صورت منفی و برای رسانه های دیگر مثبت است. یعنی اعتماد به کلیت نظام در میان افرادی که بیشتر از نرم افزارهای تلفن همراه، فیس بوک، توییتر و شبکه های خبری ماهواره ای استفاده می نمایند؛ پایین تر است.

بر اساس جدول شماره ۴ میان میزان استفاده

استفاده می نمایند؛ پایین تر است.

نتیجه گیری و جمعبندی

در دنیای امروزی رسانه های متعدد، نقش بسیار مهمی در جهت دادن به عقاید و دیدگاه های مردم در موضوعات مختلف دارند. این نقش ها می تواند مثبت یا منفی باشد. بالاخص با توجه به زیرساخت ها و سرمایه گذاری فراوانی که کشورهای بزرگی مانند امریکا در این خصوص داشته اند؛ روند تاثیر گذاری بیشتر یک سویه و در راستای تاثیر گذاری بیشتر رسانه های غربی بر فرهنگ مردم در کشورهای در حال توسعه می باشد. امروزه بر اساس بسیاری از تحقیقات جهان سوم با مسئله امپریالیسم رسانه ای مواجه است که مراد از ان همان جریان یک سویه اطلاعات به سمت کشورهای جهان سوم است. همچنین امروزه در ایران با گسترش فزاینده استفاده از رسانه های جمعی مواجه هستیم که در برخی موارد به صورت سازماندهی شده مبانی انقلاب و اسلام به چالش کشیده می شود. در این تحقیق سعی شد همبستگی میان میزان استفاده از رسانه های جمعی معلمین شهرستان سبزوار بررسی نماییم. بر اساس داده ها، فرضیه تحقیق اثبات شد که بین استفاده از رسانه های مختلف و اعتماد سیاسی معلمین رابطه وجود دارد. به این ترتیب، جهت رابطه در رسانه هایی مانند فیس بوک و توییتر و شبکه های ماهواره ای در تمامی ابعاد اعتماد سیاسی، منفی است. یعنی به هر میزان افراد بیشتر از این رسانه ها استفاده نموده اند اعتماد سیاسی پایین تری داشته اند. همچنین افرادی که بیشتر از رسانه ملی و نشریات و مجلات داخلی استفاده می کرده اند؛ اعتماد سیاسی بیشتری داشته اند. به نظر می رسد با توجه به تاثیر گذاری زیاد فشر معلمین در بین دانش آموزان. سطح اعتماد متوسط معلمین شهرستان سبزوار، می تواند تاثیرات نامطلوبی هم بر تدریس و هم بر جامعه پذیری دانش آموزان داشته باشد. این سطح اعتماد می تواند هم ناشی از عملکرد ضعیف برخی مدیران و هم ناشی از بزرگ

نمایی برخی ضعف ها و کاستی های کشور توسط رسانه ها باشد. لذا مسئولین و مدیران شهر و کشور می بایست با رصد دقیق میزان اعتماد معلمین در راستای رفع مشکلات و کاستی ها اقدام نمایند. همچنین یکی از وظایف مدیریت شهری افزایش سطح سود رسانه ای معلمین می باشد که به این طریق سطح تاثیر گذاری رسانه های مختلف کاهش یابد و این رسانه ها نتوانند با بزرگ نمایی صرف مشکلات و نپرداختن به موقوفیت ها و دستاوردهای نظام بر میزان اعتماد این قشر بسیار مهم و تاثیر گذار جامعه، تاثیر بگذارند.

منابع و مأخذ

امیرکافی، مهدی (۱۳۸۰). «اعتماد اجتماعی و عوامل موثر بر آن»، مجله نمایه پژوهش، سال پنجم.

اینگلستان، رونالد (۱۳۷۳)، «تحول فرهنگی در جامعه پیشرفت‌های صنعتی»، ترجمه مریم وتر، تهران، انتشارات روزنه

چلبی، مسعود (۱۳۷۵)، «جامعه شناسی نظم»، تهران، نشر نی

جهانگیری، جهانگیر و ابوترابی زارچی، فاطمه (۱۳۹۱)، «تحلیل عوامل مرتبط با اعتماد سیاسی دانشجویان: پیمایش در میان دانشجویان دانشگاه شیراز»، فصلنامه دانش سیاسی، شماره ۱۶، ص ۵

۲۶

رنی، آستین (۱۳۷۴)، «حکومت، آشنایی با علم سیاست»، ترجمه لیلا سازگار، تهران، مرکز نشر دانشگاهی

زتمکا، پیوتر (۱۳۸۴)، «اعتماد یک نظریه جامعه شناختی»، ترجمه فاطمه گلابی، تبریز، انتشارات مترجم

دانایی فرد حسن و سیدمهدی الونی (۱۳۸۰). «مدیریت دولتی و اعتماد عمومی»، فصلنامه دانش مدیریت، شماره ۵۵، ص ۵-۲۲

سردار نیا، خلیل الله و قادری، حسین، اسلام، علیرضا (۱۳۸۸)، «تاثیر حکمرانی خوب و سرمایه اجتماعی بر اعتماد سیاسی: مطالعه موردی،

- گیدنژ، آنتونی (۱۳۷۷). «پیامدهای مدرنیت»، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، نشر مرکز گونتر، بری (۱۳۸۴)، «روش‌های تحقیق رسانه‌ای»، ترجمه مینو نیکو، تهران، اداره کل پژوهش‌های سیما مصلی نژاد، عباس (۱۳۸۶)، «فرهنگ سیاسی در ایران»، تهران، فرهنگ صبا ملک پور، علی (۱۳۸۱) «تعارض فرهنگی دولت و مردم در ایران»، تهران، نشر ازاداندیشان. مک‌کوایل، دنیس (۱۳۸۵) «نظریه ارتباطات جمعی»، ترجمه پرویز اجلالی، تهران، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- بوسفی، علی (۱۳۷۹). بررسی تطبیقی مشروعیت سیاسی جمهوری اسلامی در سه شهر تهران، مشهد و یزد»، پایان نامه دکترا جامعه شناسی، دانشگاه تربیت مدرس.
- Alesina, Alberto, and Romain Wacziarg, (2000), The Economics of Civic Trust, In Disaffected Democracies. What's Troubling the Trilateral Countries? Edited by S. J. Pharr and R. D. Putnam. New Jersey: Princeton University Press
- Almond, Gabriel and Sidney Verba, (1963), The Civic culture: Political Attitude and Democracy in Five Nations, Newbury Park: Sage Publication
- Anderson, Christopher J., and Christine A. Guillory. (1997), Political Institutions and Satisfaction with Democracy: A Cross-National Analysis of Consensus and Majoritarian Systems. American Political Science Review 91 (1): 66-81
- Bretzer, Ylva Noren(2002)."How Can institutions better explain political trust than social capital do? www.google.com
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. Psychometrika. 16, 297-334.
- Gabial O.W(1955). Political Efficacy&Trust. شهرهای مشهد و سبزوار»، مجله پژوهشنامه علوم سیاسی، سال ۵، شماره ۱ سریع القلم، محمود (۱۳۸۴) «فرهنگ سیاسی ایران»، تهران، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی شایگان، فربا (۱۳۸۷) «بررسی عوامل تاثیرگذار بر اعتماد سیاسی»، فصلنامه دانش سیاسی، سال ۴، ش ۱ شفیعی، سمیه (۱۳۸۹) «بررسی جامعه شناختیاتیر رسانه‌های جمعی بر اعتماد سیاسی و اجتماعی: مطالعه موردی شهر یزد»، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه یزد صدری، سلمان (۱۳۷۴) «رضایت اجتماعی و عوامل موثر بر آن»، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
- عباسیان، علی اکبر (۱۳۸۷)، «فرهنگ سیاسی در امثال و حکم فارسی: مولفه‌های فرهنگ سیاسی مردم ایران در آینه امثال و حکم»، تهران، اختران عمید، حسن (۱۳۵۹). «فرهنگ فارسی عمید»، تهران، چاپ چهاردهم، انتشارات امیرکبیر طالبی، ابوتراب و حیدری، سیامک و فاطمی نیا، سیاوش (۱۳۸۷)، «عوامل موثر در اعتماد سیاسی: پیمایشی میان دانشجویان دانشگاه صنعتی شریف»، مجله پژوهشنامه علوم سیاسی، سال ۳، شماره ۴ کمالی، افسانه (۱۳۸۳). مطالعه تطبیقی اعتماد اجتماعی در دو حوزه فرهنگی و سیاسی». پایان نامه دوره دکتری جامعه شناسی، دانشگاه تهران. کوثری، مسعود (۱۳۸۱). بررسی عوامل موثر بر احساس بی هنجاری سیاسی در شهروندان تهرانی»، پایان نامه دوره دکتری جامعه شناسی، دانشگاه تربیت مدرس.
- گیدنژ، آنتونی (۱۳۸۰). «۱۹۸۹ پایان قرن بیستم بود»، گفتگو با آنتونی گیدنژ، ترجمه نیکو سرخوش، کتاب ماه علوم اجتماعی، شماره ۴۷-۴۸
- گیدنژ، آنتونی (۱۳۸۲)، «تجدد و تشخص»، ترجمه ناصر موقیان، تهران چاپ دوم، نشر نی

Oxford:Oxford University Press
Inglehart, Ronald & Welzel, Christian (2010),
"Changing mass priorities: the link between modernization and democracy", perspectives on politics, Vol.
8, Issue. 2
Larson,larsake(2007). Public Trust in The PR Industry and Its Actors,Jurnal of Commuinication Management, Vol. 11, No. 3,pp 224-234
March,J.G&J.P Olson(1989). Rediscovering Institution: the Organization Basis of Politics, New York:
Free Press
Sabine T. Kkoeszegi(2004). trust-building Strategies in Interorganization Negotiation Jornal of Managerial Psychology, Vol.19, pp640-660
Zucker.L.G(1989). Production of Trust: Institutional Resources of Economic Structure, research in organization Behavior,8, 53-111



فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

مدیریت شهری

فصلنامه مدیریت شهری
Urban Management
شماره ۴۷ تابستان ۹۶
No.47 Summer 2017

۱۷۸