

## رابطه میزان مراجعه به مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی ناجا با

### افزایش اعتماد به نیروی انتظامی

فریبا شایگان<sup>۱</sup>، ابراهیم عبدالله صفت<sup>۲</sup>

از صفحه ۱۲۳ تا ۱۴۸

تاریخ دریافت: ۹۳/۰۷/۱۲

تاریخ پذیرش: ۹۳/۰۹/۱۹

#### چکیده

مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی چند سالی است که برای ارائه خدمات مشاوره انتظامی به آحاد جامعه در نیروی انتظامی تأسیس شده و مراجعین زیادی هم دارد. مقاله حاضر که منتج از تحقیقی در همین زمینه است با هدف پاسخگویی به این سوال که به چه میزان مراجعات افراد به این مراکز در اعتماد آنها به نیروی انتظامی تاثیر دارد، نگاشته شده است. روش تحقیق پیمایشی و جامعه آماری ۱۴۳ نفر از مراجعین به ۵ مرکز مشاوره و مددکاری اجتماعی نیروی انتظامی می‌باشد که با تکمیل پرسشنامه محقق ساخته در راستای پنج فرضیه مستخرج از نظریات آنتونی گیدنز، جیمز کلمن وزیمل به سوالات پاسخ دادند.

نتایج تحقیق نشان دادند که این مراکز پتانسیل و توانایی لازم جهت تاثیر گذاری بر میزان اعتماد افراد مراجعه کننده را دارند و کلیه فرضیات تایید شدند به این نحو که اعتماد افرادی که مراجعه بیشتر به مراکز مشاوره داشته‌اند بیشتر بوده و هرچه میزان تجارب پیشین افراد از این مراجعه خوشایندتر بوده است، اعتمادشان هم به پلیس بیشتر است. فرضیات سوم مبنی بر اطلاع رسانی و اعتماد انتزاعی و میزان رضایت افراد از مراکز مشاوره و میزان مصرف رسانه ای و اعتماد آنها به پلیس هم تایید شدند.

نتایج تحلیل رگرسیون نیز نشان داد که اثر تجارب برخورد با پلیس و میزان رضایت از مراکز مشاوره از دیگر متغیرها بیشتر است.

#### کلید واژه‌ها

اعتماد، مراکز مشاوره ناجا، میزان رضایت، مصرف رسانه‌ای، اطلاع رسانی.

۱- دانشیار دانشگاه علوم انتظامی امین shayegon\_fa@yahoo.com

۲- کارشناسی ارشد مددکاری اجتماعی

## مقدمه:

در دنیای پر تلاطم امروز، پیچیدگی فرایند زندگی و همچنین تغییرات سریع گاهی اوقات باعث می‌شود افراد در اجرای نقش‌های خود دچار بحران یا به تعبیر دیگر دچار کژکارکردی و سر درگمی در نقش شوند، بنابراین تلاش برای اجتماعی‌شدن مجدد افراد و برگرداندن آنها به آغوش جامعه در طول زمان سبب شکل‌گیری سازمانها و مراکز و جهت‌رهنمایی و کمک به این افراد شده است. یکی از این مراکز که به صورت‌های مختلف خصوصی و دولتی در سطح جامعه در جهت خدمت‌رسانی به افراد تاسیس شده است، مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی می‌باشد که مشابه این مراکز را در نیروی انتظامی می‌توان دید که موضوع مقاله به نقش این مراکز برمی‌گردد.

## بیان مسئله

اعتماد یکی از وجوه سرمایه اجتماعی است که وحدت را در سیستم‌های اجتماعی ایجاد و حفظ نموده و ارزش‌های دموکراتیک را پرورش می‌دهد و بدین ترتیب مقبولیت و اثر بخشی نهادهای دموکراتیک را افزایش می‌دهد، همچنین بنا به ماهیت سازمانهای ارائه دهنده خدمات (مانند مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی نیروی انتظامی) با این فرض که سازمانها، سازهایی اجتماعی‌اند که در تعامل گسترده با افراد و گروه‌های مختلف جامعه و در یک بستر فرهنگی، اجتماعی خاص ساخت یافته‌اند، می‌بایست انتظار داشت که بخشی از کارآیی و کارآمدی و موفقیت این سازمانها به نحوی نیازمند اعتماد اولیه به کارایی این سازمانها باشد. نیروی انتظامی که مأموریت اصلی آن برقراری نظم و امنیت در سطح جامعه است و خود زیر مجموعه یکی از نهادهای اصلی جامعه به نام نهاد سیاست و قدرت است برای موفقیت در مأموریت‌های خود نیاز به جلب اعتماد و همکاری مردم دارد. لازم به ذکر است که این سازمان از طریق مجاری مختلفی در بطن جامعه با مردم ارتباط مستقیم دارد (کلانتری‌ها، راهنمایی و رانندگی، پلیس+۱۰ و...). یکی از این مجراوها مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی است که جهت ارائه خدمات مختلف مشاوره و مددکاری اجتماعی به جامعه راه اندازی شده است، همچنین با توجه به اینکه مراجعه فیزیکی افراد به مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی ناجا نیازمند اعتمادی هرچند به صورت مقدماتی و شاید نه چندان پایدار است می‌توان گفت در صورتی که فرد در مراجعات اولیه و

مراجعات بعدی خود اعتماد و اطمینان‌اش به مرکز بیشتر شده باشد، از این طریق می‌توان به بازسازی و شکل دهی ذهنیات و باورهایش هم درباره خود و هم جامعه پرداخت و از راه‌های مختلف افراد را جهت چاره جویی و حل مسائلشان به مراکز مشاوره دعوت نمود و با توجه به اینکه میزان اثربخشی و کارایی سازمانهای مختلف در جامعه مخصوصاً مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی ناجا که عموماً با افراد جامعه سروکار دارد، به وجود عناصر اعتماد متقابل و اعتماد نهادی بین افراد و سازمان وابسته است، می‌توان گفت رشد کارایی هرچه بیشتر مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی ناجا و حتی خود ناجا به میزان اعتماد افراد به آنها بستگی دارد چون به هر میزان اعتماد افراد به آنها پایین باشد میزان مراجعات آنها کمتر بوده و شاید اصلاً به این مراکز مراجعه ننمایند. با توجه به اینکه فلسفه تاسیس این مراکز که ارائه خدمات مختلف جهت حل مسائل و مشکلات افراد و تاثیر گذاری بر سبک زندگی و فکری افراد جامعه است و همه روزه و به صورت مستمر شمار زیادی مراجع پذیرش می‌کنند مقاله حاضر که نتیجه تحقیق میدانی است در صدد پاسخ به این سوال اصلی است که چه رابطه‌ای بین میزان مراجعه افراد به مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی ناجا با افزایش اعتماد آنها به نیروی انتظامی وجود دارد؟ علاوه بر آن سوالات فرعی زیر هم مطرح است:

### سوالات پژوهش:

مراجعه افراد به مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی ناجا به چه میزان موجب افزایش اعتماد به نیروی انتظامی می‌شود؟

تجارب پیشین افراد در مراجعه به مراکز مشاوره ناجا به چه میزان موجب افزایش اعتماد به نیروی انتظامی می‌شود؟

اطلاع رسانی ناجا نسبت به خدمات مشاوره ناجا به چه میزان موجب افزایش اعتماد به نیروی انتظامی می‌شود؟

رضایت از خدمات مراکز مشاوره به چه میزان موجب افزایش اعتماد به نیروی انتظامی می‌شود؟

میزان مصرف رسانه‌ای افراد به چه میزان موجب افزایش اعتماد به نیروی انتظامی می‌شود؟

## اهمیت و ضرورت موضوع:

اعتماد به مفهوم عام آن عنصر اساسی سرمایه اجتماعی است، اعتماد به خویش، اعتماد به دیگران و اعتماد به نهادهای مدنی وجوه مختلفی از اعتماد می‌باشند که فقدان هر یک از آنها نوعی رفتار خاصی ایجاد می‌کند. تأکید بر مفهوم اعتماد به عنوان عامل استحکام تعهدات بین افراد و گروه‌ها و نیز مشارکت آنها در حیات اجتماعی نکته قابل توجهی است که ارتباطی گریز ناپذیر با برنامه‌های توسعه و رفاه دارد. اعتماد زیر ساختی ضروری برای ایجاد زیر ساختهای دموکراسی و نیز سازمانهای پیچیده ایست که فعالیت‌های کلان اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بر آن تکیه دارند. و با توجه به اینکه نیروی انتظامی به‌عنوان یکی از ارکان مهم در برقراری نظم و امنیت در جوامع می‌باشد، لازم می‌نماید که در میان جامعه و درازدهان جایگاه مناسب و شایسته‌ای داشته باشد تا برنامه‌ها و مأموریت‌های خویش را با تکیه بر نیروی عظیم مشارکت مردم و نهادهای سطح جامعه به خوبی پیش ببرد. و هراز چندگاهی باید این جایگاه در میان جامعه (اگرچه با شاخص‌ها و مؤلفه‌های مختلفی هم که باشد) مورد ارزیابی و سنجش قرار گیرد تا پیشرفت‌ها و فرایند رو به جلوی برنامه‌ها آشکار شده یا اگر کاستی‌هایی هم وجود داشته باشد با برنامه ریزی درست به‌همراه کارشناسان و متخصصین جامعه شناسی و مددکاری اجتماعی و سایر تخصص‌های مرتبط شناسایی و مرتفع گردد. از آنجا که درون مایه حرفه مقدس مددکاری اجتماعی ایجاد ارتباط اولیه با فرد بر پایه اعتماد متقابل در جهت کمک حرفه ای به افراد و بازسازی اعتماد آنها نسبت به جامعه و نیز توانمند سازی آنها جهت اعتماد مجدد جامعه به ایشان می‌باشد، به‌نظر میرسد مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی ناجا در زمینه جلب یا افزایش اعتماد افراد جامعه می‌توانند گامهای مهم و استواری بردارند و این مطالعه قصد دارد تا ضمن حفظ رویه علمی و برخورداری از واقع گرایی گامی در این جهت برداشته باشد.

## تحقیقات پیشین

با توجه به اینکه جهت یافتن تحقیقات قبلی در زمینه مراکز مشاوره به مراکز مختلفی همچون مرکز مشاوره دانشگاه صنعتی امیر کبیر و مرکز مشاوره دانشگاه تهران مراجعه شد و اقدام به تماس با تعدادی مراکز مشاوره خصوصی و نیمه خصوصی در سطح شهر نمود متأسفانه تحقیق مشابه یا موازی با موضوع پژوهش یا بررسی تاثیر عملکرد مراکز مشاوره بر جنبه‌های مختلف زندگی مراجعین شان یافت نشد، البته مقالاتی در زمینه تاثیر فرایند مشاوره بر بهبود عملکرد افراد مراجعه کننده وجود داشت که به صورت پژوهشی نبودند.

بررسی میزان اعتماد مردم به پلیس در شهر تهران در سال ۱۳۸۶ انجام شده است. این تحقیق که براساس نظر ۶۳۰ نفر از شهروندان تهرانی صورت گرفته نشان می‌دهد که نهاد پلیس در مقایسه با پنج نهاد (مجلس شورای اسلامی، مجلس خبرگان، شورای نگهبان، قوه قضاییه و قوه مجریه) اعتماد به آینده پلیس و اینکه بتواند مسائل مبتلا به جامعه مربوط به خود را حل کند بیش از سایر نهادها بود و رتبه اول را کسب کرده است. به طور کلی ۴۷ درصد اعتماد زیاد و ۳۵ درصد در حد متوسط از این نظرا اعتماد دارند که این میزان در حد مطلوب است. همچنین در مقایسه میزان اعتماد به نیروی انتظامی با شهرداری، مدارس و بیمارستانهای دولتی، نیروی انتظامی از وضعیت نسبتاً خوبی برخوردار است (شایگان، ۱۳۸۶).

بررسی عوامل موثر بر اعتماد اجتماعی مردم تبریز به نیروی انتظامی در سال ۱۳۹۰ انجام شده است. این تحقیق که براساس نظرات نمونه ۳۹۹ نفری مردم شهر تبریز به روش پیمایشی است، نشان می‌دهد که ۸۳ درصد پاسخگویان در حد متوسط به پلیس اعتماد دارند و ۱۳ درصد در حد کم به این نیرو اعتماد دارند. همچنین این تحقیق نشان داد که رابطه بین سطح تحصیلات و میزان اعتماد اجتماعی مستقیم و معنی دار است، به نحوی که هرچه سطح تحصیلات بالاتر می‌رود، میزان اعتماد به پلیس هم بیشتر می‌شود (ذوالقدر، ۱۳۹۰).

نقش رسانه‌های جمعی و ارتباطات پلیس در اعتماد به پلیس: رویکرد جدید به تحلیل رسانه‌های جمعی، در سال ۲۰۱۱ در دانشکده اقتصاد و علوم سیاسی لندن انجام شده است. این تحقیق به روش تحلیل محتوای گزارش‌های ارائه شده نسبت به پلیس را

در ۵ روزنامه انگلیس، از سال ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۰ به این نتیجه رسیده که رسانه‌ها با انعکاس اثربخشی وظایف پلیس در اعتماد عمومی شهروندان تأثیر دارند (Hohl, 2011).

تحقیقی راجع به اعتماد مردم چین و آمریکا به پلیس توسط در سال ۲۰۰۱ انجام شد، آنها با بکار بردن اطلاعاتی که توسط سازمان بررسی ارزش‌های جهان گردآوری شده بود، متوجه شدند که چینی‌ها نسبت به آمریکایی‌ها کمتر رفتار جزایی را قبول دارند، اعتماد بیشتری به سیستم اجتماعی دارند، از زندگیشان راضی‌ترند و اطمینان زیادتری به پلیس دارند (Cao & Hou:2001).

پژوهشی با عنوان میزان اعتماد اجتماعی و عوامل موثر بر آن در بین ساکنان شهر مشهد در سال ۸۷ انجام شده است که برای این منظور از آرای اندیشمندان همچون گیدنز، پاتنام، بوردیو، کلمن و... استفاده نموده است. که متغیرهای مستقل تحقیق سنت گرای، پایگاه اجتماعی، میزان تحصیلات، روابط اجتماعی افراد، میزان گرایش‌های مذهبی، اجتماع‌گرایی محلی و میزان مشارکت اجتماعی افراد بوده است که پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها مشخص گردید که بین متغیرهای تحصیلات و گرایش‌های مذهبی افراد با اعتماد اجتماعی رابطه معناداری وجود ندارد و بین سایر متغیرها با متغیر وابسته که اعتماد اجتماعی است رابطه معنادار بوده است و با تحلیل رگرسیون نیز مشخص گردید که متغیر مشارکت اجتماعی افراد و پایگاه اجتماعی آنها بیشترین تأثیر را بر اعتماد اجتماعی دارا هستند (جوان، ۱۳۸۷).

## مبانی نظری

اعتماد<sup>۱</sup> از مهم‌ترین مفاهیم حوزه علوم اجتماعی و به‌عنوان مهم‌ترین سازه سرمایه اجتماعی در چند دهه اخیر مورد توجه جامعه‌شناسان قرار گرفته است. اعتماد بعد مهمی از فرهنگ مدنی است که پیوند نزدیکی با اجتماع متجانس شهروندان، تعهد و وفاداری آنها به اقتدار سیاسی دارد، اعتماد شاخص مسلم سرمایه اجتماعی و فرهنگی است و با ارزش‌های فرا مادی پیوند دارد به گونه‌ای که کیفیت زندگی و بهزیستی روانی با اعتماد تعمیم یافته پیوستگی دارد (زومکا<sup>۲</sup>، ۱۹۹۸).

1 - Trust

2 - Sztompka



امیل دورکهایم با مبنای نظری انسجام گروههای مذهبی، اعتماد را احساس همبستگی گروه در دو سطح مکانیک و ارگانیک تعریف میکند و مبنای اعتماد را شباهت و تفاوت می‌داند. (دورکیم، ۱۳۷۱: ۸۷)

گئورگ زیمل با مبنای نظری مبادله، اعتماد را شکلی از اعتقاد و به مثابه وابستگی مطمئن به یک نفر یا یک اصل و صور انتزاعی مثل پول تعریف کرده و مبنای اعتماد را ارتباط دانسته است. (زیمل، ۱۳۷۱: ۱۱۸)

ماکس وبر با مبنای نظری صور کنش، اعتماد را پیش بینی رفتار کنشگران براساس نیت مندی و منافع متقابل و کارکردی تعریف می‌کند او مبنای اعتماد را منافع متقابل می‌داند. (ریتزر، ۱۳۷۴: ۳۸۶)

تالکوت پارسونز با مبنای نظری نظم اجتماعی، اعتماد را مدل دورنی شده ارزش‌ها و هنجارها و تمهیدات از طریق عام‌گرایی می‌داند و مبنای اعتماد را توافق در ارزش‌ها می‌داند. (میزتال، ۱۳۸۰: ۵۸)

فرانسیس فوکویاما با مبنای نظری جامعه‌شناسی اقتصادی و سرمایه اجتماعی، اعتماد را مشارکت در ارزش‌ها و هنجارهای غیر رسمی در میان اعضای گروهی که همکاری در بین شان مجاز است، می‌داند و مبنای اعتماد را همکاری و همیاری به منظور افزایش بهره‌وری اقتصادی می‌داند. (فوکویاما، ۱۳۷۹: ۲۳۱)

جیمز کلمن با مبنای سرمایه اجتماعی، اعتماد را قرار دادن منابع در اختیار طرف‌هایی می‌داند که آنها این منابع را برای استفاده خود، اعتماد کننده و یا هر دو بکار گیرند و مبنای اعتماد را به حداکثر رساندن سود در شرایط مخاطره می‌داند (کلمن، ۱۳۷۷: ۲۴۳). کلمن برای رسانه‌های همگانی نقش ویژه‌ای به‌عنوان منابع اطلاعاتی و نیز واسطه‌های اعتماد قائل است، به این معنی که با ظهور رسانه‌ها و فراهم شدن امکان ارتباط سریع و دسترسی به اطلاعات، اعتماد مبتنی بر احساس و اوهام در بین افراد کاهش می‌یابد. علاوه بر این، وسائل ارتباط جمعی نقش مهمی در اعتماد افراد به نهادهای اجتماعی دارند. رسانه‌ها می‌توانند با ارائه گزارش‌های انتقادی از جامعه، اعتماد به نهادهای رسمی و غیررسمی از جمله پلیس را کاهش دهند یا بالعکس موجب افزایش آن شوند.

آنتونی گیدنز با مبنای نظری مطالعه آثار مدرنیته در اعتماد بنیادی، اعتماد متقابل بین شخصی و اعتماد انتزاعی، اعتماد را انتظار برآورده شدن چشم‌داشت‌ها در مورد رویدادهای احتمالی و باور به تعهد و صمیمیت دیگران در کنش‌های متمرکز می‌داند و مبنای اعتماد را غیبت زمان و مکان، اطلاعات محدود و مخاطره می‌داند. (کسل، ۱۳۸۳: ۱۸۴)

زتومگا سه مبنا را برای اعتماد اولیه در نظر می‌گیرد. یکی وجهه یا اعتبار<sup>۱</sup>، دیگری نحوه اجرا یا عملکرد<sup>۲</sup> و سومی نمود یا طرز رفتار<sup>۳</sup> (زتومگا، ۱۳۸۴: ۸۲). در اینجا ضمن توضیح این سه مبنا نحوه کسب آنها توسط پلیس هم ذکر می‌شود:

وجهه یا اعتبار به سادگی به معنای ثبت اعمال گذشته است. اعتماد حاصل تجربه چند ساله‌ای است که کسب کرده‌ایم. ممکن است ما دارای تجربه برخورد مستقیم با برخی افراد بوده و بر پایه آن تجربیات، به آنها اعتماد کرده یا اعتماد خود را از دست بدهیم. گاهی اطلاعات دست اول در مورد رفتارهای برخی افراد نسبت به افراد دیگر در اختیار داریم و بر پایه آن می‌توانیم به آنها اعتماد کنیم. همچنین ممکن است اطلاعاتمان در مورد افراد مورد اعتماد، دست دوم باشد. یعنی بر پایه نقل قول‌ها، مدارک، ارزیابی‌ها یا معرفی‌نامه‌های دیگران (زتومگا، ۱۳۸۴: ۸۲).

جدا از ماهیت اعمال گذشته، یک‌ویژگی حیاتی وجود دارد که در ارزیابی اعتبار اهمیت دارد. این‌ویژگی عبارتست از آگاهی از اعمال گذشته، لذا هرچه آشنایی ما با افراد بهتر و بیشتر و ثبت رفتار قابل اعتماد آنها منظم‌تر باشد، تمایل ما به اعتماد بالاتر خواهد بود. این شناخت در مورد افراد آشنا و همسایگان یا مدرسه و دانشگاه محل تحصیل یا یک مارک خاصی به صورت اطلاعات دست اول است ولی در مورد کسانی که نمی‌شناسیم اطلاعات ما دست دوم است و مبتنی بر گزارشات و آمارها و لیست‌هایی است که ارائه می‌شود (همان: ۸۴).

در مورد اعتماد به پلیس براساس نظر زتومگا ممکن است برخی به دلیل مراجعه مستقیم و تعامل با پلیس و کسب اطلاعات دست اول به او اعتماد کنند یا اعتماد نکنند، ولی اکثر مردم وجهه و اعتبار پلیس را از طریق ارائه گزارشات و اخبار و آمارهایی

1- Reputation  
2- Performance  
3- Appearance



به دست می‌آورند که در این زمینه منتشر می‌شود و عملکرد پلیس را به اطلاع مردم می‌رساند.

دومین مبنای اعتماد عملکرد است. عملکرد به معنای اعمال واقعی است. یعنی رفتار کنونی که در حال حاضر نتایجی را به بار آورده است. تفاوتش با وجهه یا اعتبار در این است که وجهه نتیجه اعمال گذشته است ولی عملکرد نتیجه اعمال فعلی است. ارزیابی عملکرد با استفاده از روش‌های گوناگون انجام می‌گیرد. (همان: ۹۰). به نظر می‌رسد نیروی انتظامی با میزان جرائم در جامعه، سطح امنیت، احساس امنیت مردم و نظم اجتماعی مورد ارزیابی قرار می‌گیرد و تأثیرش را بر اعتماد به پلیس نشان دهد.

سومین شکل از نشانه‌هایی که برای برآورد قابلیت اعتماد دیگران مورد استفاده قرار می‌گیرد، عبارتست از نمود و طرز رفتار. نوع سوم از نشانه‌ها شامل فرهنگ، تمدن، عادات خوب و خویشتن‌داری در رفتار می‌باشد و کسانی که دارای این خصوصیات باشند، در امور مهم، قابل اعتماد به نظر می‌رسند (زومگا، ۱۳۸۴: ۹۱).

نشانه‌های ظاهری و آنچه در اینجا تحت عنوان نمود مطرح می‌شود می‌تواند تأثیر زیادی در اعتماد به پلیس داشته باشد. اونیفورم پلیس نمود ظاهری شخصیت و هویت اوست که هرچه زیباتر و جالب توجه‌تر باشد بیشتر بر اعتماد مردم تأثیرگذار است. همچنین تناسب ظاهری و پاکیزگی و آراستگی بدنی از ویژگی‌های مورد تأکید نیروی انتظامی برای پرسنل خود است تا با نمود ظاهری جسمی خود به جامعه اطمینان بدهند که توان بدنی مقابله با مجرمین را دارند و از سلامتی لازم برخوردارند. برخورد و رفتار متناسب با شأن پلیس و مورد پذیرش فرهنگ جامعه بخش دیگری از تأکیدات نیروی انتظامی است و آموزش‌های مداومی در این زمینه وجود دارد که نحوه تعامل اجتماعی متناسب با شخصیت طرف مقابل را به خوبی فرا گرفته و در برخوردها به آن توجه شود.

در کل مردم تمایل دارند به کسانی که شبیه خودشان هستند، اعتماد کنند و به کسانی که همانند خودشان نیستند، اعتماد نکنند یا کمتر اعتماد نمایند، از لحاظ سنی نوجوانان مایلند به نوجوانان دیگر اعتماد کنند و از لحاظ جنسی زنان به زنان اعتماد می‌کنند. علت احتمالی این امر این است که ما بهتر می‌توانیم رفتار افرادی همانند خودمان را پیش‌بینی کنیم. و در پیشگویی رفتار آنی کسانی که متفاوت از ما هستند

ناتوان هستیم و با سوءظن و عدم قطعیت به چنین افرادی عکس‌العمل نشان می‌دهیم. بیگانه‌هراسی و بی‌اعتمادی اولیه به آنها، می‌تواند مثالی روشن از این حالت باشد (زتومگا، ۱۳۸۴: ۹۲).

### تعریف مشاوره:

در تعریف مشاوره نظریات مختلف و متنوعی وجود دارد. در یکی از تعریف‌ها مشاوره فرایندی است که از طریق گفتگوی بین مشاور و مراجعه‌کننده، به فرد کمک می‌شود تا با استفاده از تجربیات، تواناییها، ظرفیتهای، استعدادها، شرایط وامکانات زندگی، به زندگی مطلوبتر، سالمتر و موثرتری دست پیدا کند. (شیخی، ۱۳۸۲: ۱۸۱) بارکلی دانشمند اجتماعی در این زمینه این‌طور نظر می‌دهد: مددکاران اجتماعی با مشاوره، برنامه ریزی و مراقبت اجتماعی خود این فرصت را به وجود می‌آورند تا تغییراتی در مددجویان به جا گذارند. مشاوره در برگیرنده رابطه، مهارت و انواعی از هدفهاست. مددکاران در جریان مشاوره وارد یک نوع بحران می‌شوند، با این امید که مسئله مددجو را حل کنند و این در گرو سرمایه گذاری زمانی فراوانی است، یعنی طی نشست‌ها و مصاحبه‌های مختلف، به عمق و چگونگی بحران پیدا شده همت گمارده و به کمک فرد سعی در حل و رفع آن می‌کنند. (همان، ۱۳۸۲: ۱۸۱) از نظر تئوریک، مشاوره مددکار می‌تواند جهت رفتاری و پویایی روانی داشته باشد و هر کدام از این جنبه‌ها را پاسخ دهد یعنی به این ترتیب می‌تواند مشکلات روحی و روانی افراد را اصلاح کند. به هر حال، هدف هرچه باشد، مهارت‌های مربوط به مشاهده، گوش دادن و پاسخ دادن به قوت خود باقی هستند، این جریانات مرکز ثقل هرگونه کمک‌رسانی به حساب می‌آیند. (شیخی، ۱۳۸۲: ۱۸۱)

## اهداف مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی:

الف) ایجاد رابطه نزدیک و صمیمی همراه با اعتماد بین مردم و پلیس

ب) شناسایی ریشه‌ها و زمینه‌های بروز رفتارهای ناهنجار و بزهکارانه

ج) کاهش مشکلات مردم و حل معضلات در زمان تنش و استرس در کلانتری‌ها و ارتقای سطح بهداشت روانی (بیگلری، ۱۳۹۱)

## فلسفه وجودی مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی ناجا:

این مراکز در معاونت اجتماعی ناجا برای پیشگیری از جرائم و نابهنجاری‌های اجتماعی به دستور فرماندهی همزمان با میلاد حضرت علی(ع) و مقارن با هفته ناجا با هدف ایجاد رابطه نزدیک و صمیمی و اعتماد آمیز پلیس با مردم، شناسایی ریشه‌ها و زمینه‌های رفتارهای ناهنجار و بزهکاری‌ها، تلاش در جهت از بین بردن ریشه‌های مشکلات اجتماعی و پیشگیری از آنها، آگاه سازی جامعه به منظور افزایش توانایی‌های مقابله‌ای و ایجاد فرهنگ مشاوره و مددکاری اجتماعی در بحران‌های زندگی در سال ۱۳۷۹ راه اندازی گردید. (بیگلری، ۱۳۹۱)

## چارچوب نظری پژوهش:

واقعیت اجتماعی پیچیده و دارای ابعاد متعددی است که کمتر یا هیچ نظریه ای یافت نمی‌شود که توان پوشش آنرا در قالبی واحد داشته باشد. از این‌رو از یک نظر تمام دیدگاه‌های مطرح شده فاقد ویژگی اصل جامعیت هستند. ولی این دیدگاه‌ها هریک از منظر ویژه اعتماد را مورد مطالعه قرار داده اند. مقایسه این آراء و بررسی ابعاد گوناگون آنها امکان انتخاب یک چارچوب نظری به مثابه ترسیم کننده مسیر شناخت، تحلیل واقعیت اجتماعی را امکانپذیر می‌سازد. بخش عمده‌ای از این دیدگاه‌های مورد بررسی به سطح کلان تحلیل پرداخته اند. اما اکثر نظریه پردازان کلاسیک به سطح تحلیل کلان و در مقابل عده ای از معاصرین (به غیر از فوکویاما) به سطح تحلیل خرد پرداخته‌اند. البته این در حالی است که آنتونی گیدنز هردو سطح تحلیل را ارائه داده است و اعتماد را تنها با کیفیات و ویژگی‌های فردی مرتبط ندانسته، بلکه آثار تحولات

اجتماعی-اقتصادی را در آن موثر قلمداد کرده است. (کسل، ۱۳۸۳: ۲۶۴) آرای نظریه پردازان کلاسیک نشان می‌دهد که آنان بیشتر از اعتماد به همبستگی توجه داشته‌اند و اعتماد تنها به صورتی کلی در دیدگاه‌های آنان مطرح شده است. ولی بخشهایی مجزا در کار نظریه پردازان معاصر مختص اعتماد است. رویکرد عمده هم در بررسی اعتماد، رویکرد جامعه شناختی است. البته به استثنای فوکویاما که با بعد جامعه‌شناسی اقتصادی به قضیه توجه کرده است، اکثر دیدگاه‌های مورد بررسی به نوعی در چارچوب جامعه‌شناسی نظم قرار می‌گیرند. (فوکویاما، ۱۳۷۹: ۳۱۱) از میان دو دسته نظریه پردازان کلاسیک و معاصر، کلاسیک‌ها به ساخت و معاصرین به روابط اجتماعی توجه دارند، که در اینجا بیشتر تلاش ما به استفاده تلفیقی از این دو برای چارچوب پژوهش می‌باشد. نظریات کلمن بیشتر در فضای سرمایه اجتماعی مطرح شده‌اند و اگرچه به ابعاد اعتماد شخصی و انتزاعی توجه داشته است، اما به‌طور کلی با شیوه‌ای روان شناختی، مبادله را مبنای تحلیل اش قرار داده است. و بیشتر به بررسی بر روی گروه‌های کوچک پرداخته است که قواعد حاکم بر آنها به کلی یا در اکثر موارد با قواعد گروه‌های بزرگ تفاوت دارد. علاوه برداشتن سطح تحلیل خرد، نظریات کلمن تبیین مناسبی از اعتماد به دولت و سازمان‌ها ارائه داده است. در مقابل نظریات گیدنز به دلیل توجه به وجوه اصلی دنیای مدرن و کاربرد سطوح خرد و کلان تحلیل، چارچوب مناسب‌تری به نظر می‌رسد، همچنین چون گیدنز انواع اعتماد را مورد توجه قرار می‌دهد، وجوه روانشناختی مورد توجه اریکسون و دیگر روانشناسان را به همراه وجوه جامعه شناختی توامان به کار می‌برد. اعتماد در دیدگاه وی نه کیفیتی و وجهی از همبستگی اجتماعی بلکه شیوه‌ای ضروری و اجتناب ناپذیر برای حیات اجتماعی به شمار می‌رود. (ریترز، ۱۳۷۴: ۳۳۶)

در مجموع با توجه به اینکه نظریات موجود که در زمینه اعتماد اجتماعی و سرمایه اجتماعی بحث کرده‌اند از تنوع و گستردگی بسیار زیادی برخوردارند، و همچنین گستردگی جوانب و سطوح اعتماد، می‌توان گفت که اعتماد در تمام سطوح فردی، خانوادگی و اجتماعی مد نظر پاتنام دارای ابعاد عینی و ذهنی است که این ابعاد در تعاریف و نظریات ارائه شده از سوی دانشمندان علوم اجتماعی قابل مشاهده است، به طور مثال امیل دورکهایم آن را احساس همبستگی (بعد ذهنی) می‌داند و یا نظریه زیمل آن

را وابستگی مطمئن به یک اصل و صور انتزاعی مثل پول می‌داند که بیشتر مسئله اطمینان (که همان بعد عینی اعتماد است) را مطرح می‌کند. (پاتنام، ۱۳۷۹: ۳۲۱)

اما هر کدام از نظریات تنها جنبه‌ها یا ابعادی از اعتماد را آن هم در یک سطح محدود مورد بررسی قرار داده‌اند و یک نظریه کامل و جامع که با توجه به آن بتوان تمام جوانب، سطوح و ابعاد اعتماد را مورد سنجش قرار داد در دسترس نیست، اما سعی بر آنست که حداقل بهترین نظریات که بتوانند بیشترین پوشش را بر مفهوم گسترده اعتماد بدهند انتخاب شود.

در این میان گمان می‌رود که نظریات آنتونی گیدنز (بعد ذهنی) با مبنای نظری مطالعه آثار مدرنیته که اعتماد را انتظار برآورده شدن چشم‌داشت‌ها در مورد رویدادهای احتمالی و باور به تعهد و صمیمیت دیگران در کنش‌های متمرکز دانسته و جورج زیمل با مبنای نظری مبادله (بعد عینی) اعتماد را شکلی از اعتقاد و به مثابه وابستگی مطمئن به یک نفر یا یک اصل و صور انتزاعی مانند پول تعریف کرده و معنای اعتماد را در ارتباط دانسته است، و همچنین استفاده از نظریات جیمز کلن می‌توانند چارچوب نظری کافی برای تحقیق مد نظر ما را فراهم آورند، بدین صورت که با توجه به نظریات فوق فرض بر اینست که ارتباط با یک فرد یا یک اصل و یا یک نهاد (مثلا در تحقیق ما ناجا) باعث ایجاد وابستگی مطمئن و یا همان اعتماد به آن شده و به قول گیدنز اعتماد یا همان انتظار برآورده شدن چشم‌داشت‌ها و باور به تعهد و صمیمیت دیگران را ایجاد می‌کند. همچنین از دیدگاه کلن در بحث اعتماد می‌توان متغیر دیگری را به نام تبادل آزادانه اطلاعات استخراج کرد. در خلاصه نظریات کلن آمده که او سه منبع متفاوت از اطلاعات را که بر اعتماد تاثیر می‌گذارند را معرفی کرده و بیان می‌کند که تبادل اطلاعات به افزایش آگاهی اعتماد کننده انجامیده و در تسهیل اعتماد او به امین (در اینجا ناجا و مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی) موثر است. (کلن، ۱۳۷۷: ۱۷۳).

براساس نظر زومگا سه مبنا برای جلب اعتماد مردم توسط پلیس مورد بحث قرار گرفت. یکی وجهه و اعتبار بود که نتیجه اعمال و رفتار گذشته پلیس و نگرشی است که در جامعه نسبت به خود ایجاد کرده است. دومین مبنای اعتماد از نظر زومگا عملکرد است، یعنی اعمال و رفتار کنونی پلیس که منجر به نتایجی در جامعه می‌شود. و سومین مبنای جلب اعتماد، طرز رفتار و نمود ظاهری فرد است. ظاهر مناسب، منظم و تمیز

پلیس می‌تواند در بیننده ایجاد اطمینان کند که این پلیس توانایی ایجاد نظم و امنیت را در جامعه دارد. براساس آنچه آمد، فرضیات زیر که از نظریات کلمن، گیدنز و زومگا استخراج شده است آورده می‌شود:

### فرضیات پژوهش:

- بین میزان مراجعه افراد به مراکز مشاوره با افزایش اعتماد آنها به ناجا رابطه وجود دارد.
- بین تجارب پیشین افراد از مراکز مشاوره ناجا و اعتماد آنها به ناجا رابطه وجود دارد.
- بین اطلاع رسانی نسبت به خدمات مشاوره ناجا و اعتماد افراد به ناجا رابطه وجود دارد.
- بین میزان رضایت از خدمات مراکز مشاوره و اعتماد آنها به ناجا رابطه وجود دارد.
- بین میزان مصرف رسانه ای افراد و اعتماد آنها به ناجا رابطه وجود دارد.

### تعریف مفاهیم:

**اعتماد به ناجا:** متغیر اعتماد به مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی ناجا از طریق ۱۴ گویه در مقیاس لیکرت سنجیده شده است. این متغیر در ابعاد ارزیابی از کارکنان مراکز، ارزیابی از ساختار سازمانی مراکز و مراجع محوری سنجیده شده است. متغیر وابسته میزان اعتماد در اینجا از میانگین مجموعه گویه‌های فوق برای هر فرد در مقیاس فاصله ای به دست می‌آید. دامنه امتیازات از ۴ تا ۲۰ در نوسان است. در ضمن گویه‌هایی که دارای بار ارزشی منفی هستند به صورت معکوس شماره گذاری شده‌اند. (خیلی زیاد=۱، خیلی کم = ۵) در ضمن متغیر اعتماد انتزاعی خود شامل دو متغیر دیگر بنام‌های تجارب پیشین و اطلاع رسانی است که هر کدام از این‌ها با یک گویه یا سوال در پرسشنامه آورده خواهد شد.

**ارزیابی از ساختار سازمانی:** باور افراد به وجود ضوابط معین و از پیش تعریف شده و امکانات متناسب در سازمان اداری است (الوانی، ۶۷، ۱۳۸۰). این متغیر در پرسشنامه با یک سوال ۳ قسمتی سنجیده شده است.

**ارزیابی از کارگزاران اداری:** باور به تعهد عمومی مسئولان و کارکنان و اعتقاد به عملکرد مثبت کارکنان و پایبندی آنها به ارزشها و اصول اخلاقی است (الوانی، ۱۳۸۰):

۶۸). این متغیر در پرسشنامه با یک سوال ۷ قسمتی سنجیده شده است. نمره ارزیابی هر فرد پاسخگو از میانگین مجموع قسمت‌های این سوال در سطح فاصله‌ای به‌دست می‌آید که دامنه آن بین ۷الی ۳۵ در نوسان است.

**تجارب پیشین:** به میزان تجربه‌های قبلی فرد در ارتباط با مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی ناجا اشاره دارد.

**میزان رضایت:** بیانگر رضایت کلی فرد در ارتباط با مرکز مشاوره و مددکاری اجتماعی می‌باشد.

**میزان مراجعه:** بیانگر تعداد مراجعات فرد به مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی ناجا می‌باشد.

**مصرف رسانه‌ای:** منظور میزان استفاده‌ای است که فرد پاسخگو از رسانه‌های ارتباطی دارند.

### روش پژوهش:

روش برگزیده شده در این پژوهش پیمایش است. از آنجا که موضوع پژوهش حاضر بررسی رابطه میزان مراجعه افراد به مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی ناجا با افزایش اعتمادشان به این نیروی انتظامی می‌باشد روش مناسب برای اینکار پیمایش می‌باشد. جامعه آماری افراد مراجعه کننده به مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی ناجا می‌باشد. روش نمونه گیری در این پژوهش به صورت نمونه گیری در دسترس می‌باشد. که با همکاری فرماندهی ناجا ۵ مرکز از میان مراکز که حداقل به صورت روزانه مراجع دارند معرفی شده و هماهنگی‌های لازم جهت همکاری انجام شد. جمع آوری داده‌ها به مدت یک ماه انجام شد که با احتساب روزهای تعطیل در حدود ۲۰ روز کاری به طول انجامید. و در این مدت ۱۴۳ پرسشنامه تکمیل شد.

### پایایی ابزار تحقیق:

آلفای کرونباخ میزان همسازی درونی گویه‌ها را نشان می‌دهد. از این جهت برای اندازه گیری پایایی، نتایج حاصل از گویه‌هایی طیف لیکرت بسیار مناسب است. در این پژوهش گویه‌هایی که با هم همسازي داشتند باقی ماندند و گویه‌های ناهمسان حذف

شدند. ضریب آلفای نهایی متغیرهای تحقیق عبارت بودند از: اعتماد به نیروی انتظامی (۷/۱۱)، ارزیابی از کارگزاران اداری (۷/۴۵)، ارزیابی از ساختار سازمانی (۷/۱۲)، معمولاً در تحقیقات ضریب آلفای قابل قبول ۰/۷۰. و بالاتر می‌باشد که متغیرهای تحقیق حاضر که واجد شرایط آلفای کرونباخ بوده‌اند این شرایط را دارا هستند.

### روایی ابزار تحقیق:

در این پژوهش از اعتبار صوری استفاده کرده‌ایم. فایده این روش آنست که تحقیق به شاخص‌های درستی دست یابد که تا حد امکان فارغ از ارزشهای خاص محقق است و واقعیت را آن‌طور که هست سنجش و ارزیابی می‌کند (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۱۳۹). همچنین جهت تایید روایی ابزار پژوهش، در وهله اول به چند تن از اساتید حوزه روش شناسی و جامعه شناسی ارائه و نیز مورد ارزیابی تعدادی از دانشجویان و فارغ التحصیلان رشته مددکاری اجتماعی در دانشگاه علامه طباطبایی قرار گرفت.

### یافته‌های تحقیق :

در مجموع داده‌ها از ۴۷ مرد و ۷۶ زن جمع آوری شدند. ۲۵ نفر زیر دیپلم، ۵۷ نفر دیپلم، ۴۰ نفر لیسانس بودند. ۳۵ نفر مجرد و ۷۵ نفر متاهل و میانگین سنی پاسخگویان ۳۲/۷۵ سال با انحراف معیار ۹/۷۶ بودند.

### یافته‌های توصیفی

جدول ۱: میانگین، انحراف معیار، حداقل و حداکثر نمره‌های آزمودنی‌ها در متغیرهای مستقل پژوهش

متغیرها	شاخص آماری	میانگین	انحراف معیار	حداقل نمره	حداکثر نمره
مصرف رسانه ای	۶/۴۲	۳/۰۵	۴	۱۶	
تجارب پیشین	۳/۴۷	۱/۱۰	۱	۵	
اطلاع رسانی	۳/۴۳	۱/۰۴	۱	۵	
رضایت	۳/۰۹	۱/۰۸	۱	۵	
میزان مراجعه	۲/۳۲	۱/۲۱	۱	۴	



پژوهش حاضر شامل ۵ متغیر مستقل می‌باشد. که پس از بررسی اطلاعات جمع‌آوری شده نتایج توصیفی به صورت ذکر شده در جدول بالا مورد مشاهده می‌باشد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود میزان میانگین مصرف رسانه‌ای با توجه به حداقل و حداکثر نمرات، نمره آن برابر با ۶/۴۲ می‌باشد که کمترین میانگین را به خود اختصاص داده است و با توجه به اینکه میزان تحصیلات و میانگین سنی افراد پاسخگو در سطح قابل قبول جهت استفاده از رسانه‌های سطح جامعه است این مقدار مطلوب نیست و همین اندازه هم میانگین به دست آمده می‌باشد که مقدار زیادی از آن را استفاده از تلویزیون تشکیل می‌دهد. و همچنین بیشترین میانگین مربوط به تجارب فرد با مرکز مشاوره و مددکاری اجتماعی به مقدار ۳/۴۷ می‌باشد.

جدول ۲: توصیف متغیر وابسته پژوهش (اعتماد به ناچا و ابعاد آن)

متغیرها	شاخص آماری	میانگین	انحراف معیار	حداقل نمره	حداکثر نمره
اعتماد انتزاعی (کل)	۴۵/۲۴	۸/۴۰	۱۴	۶۹	
بعد ارزیابی از سازمان	۱۰/۵۶	۲/۶۲	۳	۱۵	
بعد ارزیابی از کارکنان	۲۳/۲۸	۵/۱۶	۷	۳۵	
بعد مراجع محوری	۱۱/۶۴	۳/۳۲	۴	۴۰	

برای سنجش متغیر وابسته مقیاسی روی طیف لیکرت متشکل از ۱۴ گویه استفاده شد. ۳ گویه برای بعد ارزیابی از سازمان ۷ گویه برای بعد ارزیابی از کارکنان و ۴ گویه برای مراجع محوری، بنابراین دامنه تغییرات نمرات بین ۱۴ تا ۷۰ می‌باشد. همان‌طور که مشاهده می‌شود میانگین نمره پاسخگویان در اعتماد انتزاعی ۴۵/۲۴ می‌باشد که بیش از نصف حداکثر نمره (۳۵) می‌باشد. این بدین معناست که پاسخ‌گویان به نیروی انتظامی اعتماد دارند.

### آزمون فرضیه‌های پژوهش

- بین میزان مراجعه و اعتماد انتزاعی به نیروی انتظامی رابطه وجود دارد.
- بین مراجعه و ارزیابی از ساختار سازمانی رابطه وجود دارد.
- بین مراجعه و ارزیابی از کارکنان رابطه وجود دارد.

- بین مراجعه و مراجع محوری رابطه وجود دارد.

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

میزان مراجعه		نام متغیر
ضریب همبستگی پیرسون	سطح معنی داری	
۰/۳۴۳**	۰/۰۰	اعتماد انتزاعی به نیروی انتظامی
۰/۲۰۷*	۰/۰۲	ارزیابی از ساختار سازمانی
۰/۲۷۲**	۰/۰۰	ارزیابی از کارکنان
۰/۲۳۲*	۰/۰۱۶	مراجع محوری

داده‌ها نشان می‌دهد که بین این دو متغیر رابطه معنادار وجود دارد. بدین معنا که با بالا رفتن میزان مراجعه، میزان اعتماد انتزاعی بالا می‌رود. میزان مراجعه با هر سه بعد اعتماد انتزاعی نیز رابطه معناداری نشان میدهد.

- بین تجارب پیشین و اعتماد انتزاعی به نیروی انتظامی رابطه وجود دارد.
- بین تجارب پیشین و ارزیابی از ساختار سازمانی رابطه وجود دارد.
- بین تجارب پیشین و ارزیابی از کارکنان رابطه وجود دارد.
- بین تجارب پیشین و مراجع محوری رابطه وجود دارد.

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

تجارب پیشین		نام متغیر
ضریب همبستگی پیرسون	سطح معنی داری	
۰/۵۸۲**	۰/۰۰	اعتماد انتزاعی به نیروی انتظامی
۰/۶۰۷**	۰/۰۰	ارزیابی از ساختار سازمانی
۰/۵۶۸**	۰/۰۰	ارزیابی از کارکنان
۰/۱۵۶	۰/۱۰	مراجع محوری

جدول فوق نشان می‌دهد که بین این دو متغیر رابطه معنادار وجود دارد همچنین تجارب پیشین با اعتماد انتزاعی و ابعاد آن همبستگی مثبت و معنادار دارد بدین معنا که با بالا رفتن تجارب پیشین میزان اعتماد انتزاعی و همچنین ابعاد ارزیابی از ساختار سازمانی و ارزیابی از کارکنان بالا می‌رود. اما با بعد مراجع محوری همبستگی معناداری مشاهده نمی‌شود اگرچه جهت رابطه مورد انتظار است و نزدیک به معناداری می‌باشد.



- بین اطلاع رسانی و اعتماد انتزاعی به نیروی انتظامی رابطه وجود دارد.
- بین اطلاع رسانی و ارزیابی از ساختار سازمانی رابطه وجود دارد.
- بین اطلاع رسانی و ارزیابی از کارکنان رابطه وجود دارد.
- بین اطلاع رسانی و مراجع محوری رابطه وجود دارد.

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

اطلاع رسانی		نام متغیر
سطح معنی داری	ضریب همبستگی پیرسون	
۰/۰۰	۰/۶۷۹***	اعتماد انتزاعی به نیروی انتظامی
۰/۰۰	۰/۷۲۷**	ارزیابی از ساختار سازمانی
۰/۰۰	۰/۶۶۷**	ارزیابی از کارکنان
۰/۲۱	۰/۱۲۰	مراجع محوری

داده‌ها نشان می‌دهد که بین این دو متغیر رابطه معنادار وجود دارد همچنین اطلاع رسانی با اعتماد انتزاعی و ابعاد آن همبستگی مثبت و معنادار دارد. همچنین همبستگی معناداری با ابعاد ارزیابی از ساختار سازمانی و ارزیابی از کارکنان نشان می‌دهد اما با بعد مراجع محوری همبستگی معناداری نشان نمی‌دهد اگرچه جهت رابطه مورد انتظار و نزدیک به معناداری است.

- بین رضایت و اعتماد انتزاعی به نیروی انتظامی رابطه وجود دارد.
- بین رضایت و ارزیابی از ساختار سازمانی رابطه وجود دارد.
- بین رضایت و ارزیابی از کارکنان رابطه وجود دارد.
- بین رضایت و مراجع محوری رابطه وجود دارد.

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

رضایت		نام متغیر
سطح معنی داری	ضریب همبستگی پیرسون	
۰/۰۰	۰/۷۰۹**	اعتماد انتزاعی به نیروی انتظامی
۰/۰۰	۰/۶۹۹**	ارزیابی از ساختار سازمانی
۰/۰۰	۰/۷۱۹**	ارزیابی از کارکنان
۰/۰۵۲	۰/۱۸۸	مراجع محوری

جدول فوق نشان می‌دهد که بین این دو متغیر رابطه معنادار وجود دارد همچنین رضایت با اعتماد انتزاعی و ابعاد آن همبستگی مثبت و معنادار دارد. همچنین همبستگی معناداری با ابعاد ارزیابی سازمانی و ارزیابی از کارکنان نشان می‌دهد اما با بعد مراجع محوری همبستگی معناداری نشان نمی‌دهد اگرچه جهت رابطه مورد انتظار و نزدیک به معناداری است.

- بین مصرف رسانه ای و اعتماد به نیروی انتظامی رابطه وجود دارد.
- بین مصرف رسانه ای و ارزیابی از ساختار سازمانی رابطه وجود دارد.
- بین مصرف رسانه ای و ارزیابی از کارکنان رابطه وجود دارد.
- بین مصرف رسانه ای و مراجع محوری رابطه وجود دارد.

جدول ۷: نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین مصرف رسانه ای و اعتماد انتزاعی همراه با ابعاد آن

مصرف رسانه ای		نام متغیر
سطح معنی داری	ضریب همبستگی پیرسون	
۰/۰۰	۰/۲۹۳**	اعتماد انتزاعی به نیروی انتظامی
۰/۲۸	۰/۱۰۶	ارزیابی از ساختار سازمانی
۰/۰۱	۰/۲۴۶*	ارزیابی از کارکنان
۰/۲۱	۰/۱۱۵*	مراجع محوری

همان‌طور که مشاهده می‌شود ضریب همبستگی پیرسون (I) بین مصرف رسانه‌ای و اعتماد انتزاعی ۰/۲۹۳ است. بنابراین فرضیه‌ی اول ما تایید می‌شود. همچنین نتایج حاصل از همبستگی بین مصرف رسانه‌ای و ابعاد اعتماد نشان می‌دهد که مصرف

رسانه‌ای با بعدارزیابی از کارکنان و مراجع محوری همبستگی معناداری نشان می‌دهد اما با ارزیابی از ساختار سازمانی رابطه معناداری ندارد.

### تحلیل رگرسیون

برای تعیین ضریب همبستگی چندگانه بین متغیرهای مستقل و اعتماد انتزاعی از رگرسیون خطی با روش ورود مکرر استفاده کردیم نتایج جدول نشان می‌دهند که فرضیه ما مبنی بر وجود رابطه‌ی چندگانه بین متغیرهای مستقل با اعتماد متقابل معنادار است. ضریب همبستگی چندگانه (MR) بین متغیرهای مستقل مذکور با احساس اعتماد متقابل  $MR = 0/86$  و ضریب تعیین  $RS = 0/73$  است. بدین معنا که با ورود کل متغیرهای مستقل به معادله‌ی رگرسیون  $0/73$  درصد از واریانس متغیر وابسته تبیین می‌شود که در سطح  $0/01$  معنادار است. نتایج تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد که تنها اثر اطلاعات و رضایت معنادار است و اثر سایر متغیرها قابل چشم پوشی است.

جدول ۸: نتایج رگرسیون خطی با روش ورود مکرر

Sig.	T	ضرایب استاندارد نشده		
		Beta	Std. Error	
				(ثابت)
۰.۰۰۰	۶.۰۳۹		۲.۵۸۸	۱۵.۶۳۰
۰.۵۸۰	۰.۵۵۵	۰.۰۵۶	۰.۶۸۰	۰.۳۸۰
۰.۰۰۱	۳.۳۱۸	۰.۳۲۵	۰.۸۶۹	۲.۸۸۳
۰.۷۰۴	۰.۳۸۲	۰.۳۱	۰.۱۷۰	۰.۰۶۵
۰.۲۳۹	۱.۱۸۸	۰.۰۸۱	۰.۴۶۵	۰.۵۵۲
۰.۰۰۰	۴.۱۰۷	۰.۳۸۳	۰.۷۲۵	۲.۹۷۹

### خلاصه نتایج تبیینی:

آزمون اولین فرضیه نشان داد که بین میزان مراجعه افراد و اعتماد انتزاعی آنها به سازمان رابطه معناداری وجود دارد بدین معنا که هرچه میزان مراجعه افراد به سازمان بیشتر باشد اعتماد آنها به سازمان بیشتر خواهد شد.

در آزمون فرضیه دوم نیز معلوم شد که میان تجارب پیشین افراد و اعتماد انتزاعی آنها به سازمان رابطه معناداری وجود دارد، بدین معنا که هرچه میزان تجارب پیشین افراد خوشایندتر باشد اعتماد آنها به سازمان بیشتر خواهد شد.

آزمون فرضیه سوم نیز نشان داد که بین اطلاع رسانی و اعتماد انتزاعی رابطه وجود دارد بدین معنی که هرچه میزان اطلاع رسانی سازمان بیشتر باشد اعتماد انتزاعی به سازمان بیشتر خواهد شد.

در آزمون فرضیه چهارم معلوم شد که بین میزان رضایت افراد و اعتماد آنها به سازمان رابطه معناداری وجود دارد بدین معنا که هرچه میزان رضایت افراد از سازمان بیشتر باشد اعتماد آنها به سازمان بیشتر خواهد شد.

آزمون فرضیه آخر نشان داد که بین مصرف رسانه‌ای و اعتماد به سازمان رابطه معناداری وجود دارد به این معنی که هرچه میزان مصرف رسانه‌ای افراد بالاتر برود میزان اعتماد آنها به سازمان بیشتر خواهد شد.

نتایج تحلیل رگرسیون نیز نشان داد که تنها اثر تجارب و میزان رضایت معنادار است و دیگر متغیرها اثرشان قابل چشم پوشی است.

### نتیجه گیری:

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

توصیفی بیشترین میانگین به متغیر مصرف رسانه ای افراد با میانگین  $6/70$  و انحراف معیار  $3/89$  و با حداکثر نمره  $20$  شامل کمترین میانگین در میان سایر متغیرها بود، البته لازم به ذکر است که میزان زیادی از مقدار میانگین به دست آمده مربوط به استفاده افراد از تلویزیون می باشد و سایر گویه ها مانند مطالعه کتاب یا مطبوعات در کمترین حد گزارش شده است و به نظر می رسد آن هم به دلیل در دسترس بودن تلویزیون و اینکه بیشتر افراد مراجعه کننده را زنان (که اغلب نیز خانه دار هستند) تشکیل می دهند، باشد و میانگین به دست آمده موید سایر نتایج به دست آمده در تحقیقات موجود مبنی بر میانگین مطالعه بسیار کم افراد جامعه ما می باشد.

همچنین در نتایج توصیفی متغیر وابسته یعنی اعتماد انتزاعی به ناجا میانگین به دست آمده  $45/24$  با انحراف معیار  $8/40$  بود که حداکثر نمره به دست آمده نیز  $69$  بود که نشانگر آنست که افراد مراجعه کننده به مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی ناجا به ناجا اعتماد دارند و همچنین در میان ابعاد متغیر وابسته بیشترین میانگین برای بعد ارزیابی از کارکنان به میزان  $23/28$  با حداکثر نمره  $35$  و انحراف معیار  $5/16$  می باشد. قابل ذکر است که میانگین به دست آمده  $32/75$  سال بود که دامنه سنی مراجعین بین  $13$  تا  $63$  سال بود و از میان پاسخگویان  $76$  نفر زن و  $47$  نفر مرد بودند و این موید این مطلب است که زنان بیشتر از مردان به مراکز مشاوره مراجعه می کنند.

قابل ذکر است که بیشترین تعداد افراد یعنی  $43$  نفر معادل  $35\%$  فقط یکبار به مرکز مراجعه داشته و  $34$  نفر معادل  $27/6\%$  بیشتر از سه بار به مرکز مراجعه کرده و  $31$  نفر معادل  $25/2\%$  دوبار به مرکز مراجعه داشته اند و در نهایت کمترین تعداد یعنی  $15$  نفر معادل  $12/2\%$  سه بار به مرکز مشاوره مراجعه داشته اند. در بررسی فرضیه های تحقیق همه فرضیه های تحقیق مورد تایید واقع شدند

در مجموع با توجه به اینکه تحقیق حاضر از نگاهی دیگر یک تحقیق درون سازمانی به نظر می رسد، معمولاً در پژوهش های درون سازمانی بررسی به قصد تایید فرضیات صورت می گیرد و مانند تحقیقات بنیادی تمایل خاصی به رد کردن فرضیات تحقیق ندارند و همچنین می توان گفت که تحقیق حاضر تا اندازه ای به اهداف و خواسته های خود رسیده است به این معنی که هدف اولیه در این پژوهش بررسی تاثیر گذاری مراکز مشاوره و مددکاری اجتماعی ناجا بر مراجعین بود که نتایج نشان می دهد که این مراکز

پتانسیل و توانایی لازم جهت تاثیر گذاری بر میزان اعتماد افراد مراجعه کننده را دارند و همچنین با توجه به اینکه یکی از اهداف ذکر شده در میان اهداف عنوان شده جهت تاسیس این مراکز توسط نیروی انتظامی " ایجاد رابطه صمیمی با مردم همراه با اعتماد متقابل مردم و پلیس می باشد، به نظر می رسد نیروی انتظامی تا اندازه ای در دستیابی به این هدف خود موفق عمل نموده است. و نیز همان گونه که در مطالب پیشین نیز گوشه اشاره ای شده است می توان از طرق مختلف این مراکز یا مراکز مشابه را در سطوح گسترده تری راه اندازی کرد و به شیوه های مختلف افراد را جهت حل مسائل خویش به این مراکز دعوت نمود و بنابر نتیجه تحقیق که مشخص کرد افراد به این مراکز اعتماد دارند، می توان از طریق سرمایه گذاری بیشتر بر روی این اعتماد مبنایی زمینه را برای تاثیر گذاری بیشتر بر ابعاد مختلف فرد از جمله سبک زندگی و سبک فکری و غیره فراهم نمود و از این طریق بتوان بر شمار زیادی از افراد که به صورت خود انگیزشی به این مراکز مراجعه می کنند تاثیر مثبت گذاشت و لازم به ذکر است که انجام چنین امری با برنامه ریزی دقیق به همراه کارشناسان ذیربط مانند جامعه شناسان و مددکاران اجتماعی و...و نیز تخصیص امکانات و نیروهای متخصص امکانپذیر می باشد که به نظر در مدتی نه چندان طولانی اثرات آنرا بتوان دید.

### پیشنهادات:

- ۱- گسترش مراکز خدمات مشاوره و مددکاری اجتماعی در بیشتر سازمانهای دولتی و غیر دولتی
- ۲- بها دادن بیشتر به حرفه های خدمت رسانی همچون مددکاری اجتماعی و مشاوره در سطح کلان و خرد سیاستگذاری های اجتماعی
- ۳- تجهیز مراکز به امکانات و نیروهای متخصص در زمینه های مورد نیاز
- ۴- ترغیب افراد به استفاده از خدمات مراکز مشاوره در سطح کشور به وسیله تبلیغات و اطلاع رسانی
- ۵- در نظر گرفتن وقت های مشاوره اختصاصی توسط مراکز برای خانواده های کارکنان هر سازمان (در اینجا نیروی انتظامی)



## منابع

- بشیریه، حسین (۱۳۷۵) ایثولوژی و فرهنگ سیاسی حاکم، فصلنامه نقد و نظر
- بیگلری، حمیدرضا. (۱۳۹۱) آشنایی با اداره کل مشاوره و مددکاری ناجا. برگرفته از سایت کلینیک مددکاری اجتماعی روزنه امید. <http://www.socialworker.blogfa.com/post-54.aspx>
- پاتنام، رابرت (۱۳۷۹) دمکراسی و سنتهای مدنی، ترجمه محمد تقی دلفروز
- جوان، قاسم. (۱۳۸۷) بررسی میزان اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در بین ساکنان شهر مشهد. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علامه طباطبایی.
- دورکیم، امیل (۱۳۷۱) خودکشی، ترجمه نادر سالارزاده، دانشگاه علامه طباطبایی
- ذوالقدر، علی. (۱۳۹۰). بررسی عوامل مؤثر بر اعتماد اجتماعی مردم شهر تبریز به نیروی انتظامی، فصلنامه دانش انتظامی آذربایجان غربی سال اول، شماره دوم.
- زتومکا، پیوتر، (۱۹۹۸). اعتماد نظریه جامعه شناختی، ترجمه غلامرضا غفاری (۱۳۸۷)، تهران: تیرازه، چاپ اول.
- زیمل، جورج (۱۳۷۲) کلان شهر و حیات ذهنی، ترجمه یوسف ابادری، نامه علوم اجتماعی، ش ۱۴۷- صفحات ۵۳ تا ۶۶
- ریترز، جورج (۱۳۷۴) نظریه‌های جامعه شناسی دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، نشرنی
- رفیع پور، فرامرز (۱۳۷۸) توسعه و تضاد، شرکت سهامی انتشار
- شایگان، فریبا. (۱۳۸۶) بررسی میزان اعتماد مردم به پلیس (مطالعه موردی شهر تهران، فصلنامه دانش انتظامی، سال دهم، شماره دوم، تهران: دانشگاه علوم انتظامی - صفحات ۳۹ تا ۵۹.
- شیخی، محمد تقی (۱۳۸۲) جامعه شناسی مسائل اجتماعی و مددکاری اجتماعی، تهران، حریر
- ساروخانی، باقر (۱۳۷۰) روش تحقیق در علوم اجتماعی، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. (جلد اول)
- فوکویاما، فرانسیس (۱۳۷۹) پایان نظم و سرمایه اجتماعی، ترجمه غلامعباس توسلی، تهران: ایرانیان
- کسل، فیلیپ (۱۳۸۳) چکیده آثار آنتونی گیدنز، ترجمه حسن چاوشیان، تهران، نشر نی
- کلمن، جیمز (۱۳۷۷) بنیادهای نظریه اجتماعی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران، نشر نی
- میزتال، باربارا (۱۳۸۰) اعتماد در نظریه‌های جامعه شناسی کلاسیک، ترجمه ناصرالدین غراب، نمایه پژوهش. شماره ۱۸- ۵۵ تا ۶۹.

- Cao, L, & Hou, C. (2001) A comparison of confidence in the police in China and the United States. Journal of Criminal Justice, 29, 87-99
- Crow.M(2002)"World ENGLISH dictionary"mak grow hill,New York"
- Hohl, K., Bradford, B. and Stanko, E. 2010. Influencing trust and confidence in the Metropolitan Police: results from an experiment testing the effect of leaflet-drops on
- Yuning Wu & Sun. Ivan Y. (2009) Citizen Trust in Police The Case of china, University of Delaware, Police quarterly, Volum 12 Number 2 pp 170-191.

