

بررسی وضعیت فرهنگ آماری استان زنجان و ارائه راهکارهای اجرایی برای ارتقای آن

(ویراست یکم)

محمدباقر تاج‌الدین
فرشید خان‌زاده
ستار صفری
مجید صیوتی
ابراهیم معظمی‌گودرزی
جواد ناصریان



پژوهشکده‌ی آمار

گروه پژوهشی پردازش داده‌ها و اطلاع‌رسانی

پاییز ۱۳۹۱

به نام خداوند جان و خرد

پیش‌گفتار

ارتقای سطح کیفی داده‌های گردآوری شده در سرشماری‌ها و آمارگیری‌ها به منظور افزایش دقت و کارایی برنامه‌ریزی‌های مبتنی بر آمارهای رسمی، همواره یکی از دغدغه‌های متولیان آمار در کشور بوده است. گذشته از عوامل فنی و تخصصی (مانند طرح نمونه‌گیری و طراحی پرسش‌نامه)، بعضی از عوامل مؤثر بر کیفیت این داده‌ها مربوط به جنبه‌های فرهنگی و رویکردهای اجتماعی به آمار هستند که به ویژه رابطه‌ی مستقیمی با نحوه‌ی پاسخ‌گویی مردم در آمارگیری‌ها و به‌کارگیری آمار در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌ها دارند. از این رو لازم است رویکردی جامعه‌شناختی به موضوع کیفیت داده‌ها نیز مورد توجه نظام آماری کشور قرار گیرد.

پژوهشکده‌ی آمار با توجه به رسالت خود در زمینه‌ی اجرای طرح‌های پژوهشی برای پاسخ‌گویی به نیازهای پژوهشی نظام آماری کشور، اجرای طرح پژوهشی «بررسی وضعیت فرهنگ آماری استان زنجان و ارائه‌ی راهکارهای اجرایی برای ارتقای آن» را در دستور کار خود قرار داد. هدف این طرح پژوهشی، شناسایی مؤلفه‌ها و شاخص‌های فرهنگ آماری است تا ضمن ارزیابی وضعیت فرهنگ آماری در سطح استان زنجان، به ارتقای کیفیت تولید آمار و بهبود مدیریت آن کمک کند. این مطالعه سعی دارد تا ضمن دستیابی به اهداف اصلی طرح، مدلی پیشنهادی از فرهنگ آماری را به‌گونه‌ای ارائه کند که در شرایطی با محدودیت‌های مشابه، سنجش شاخص‌ها و شناسایی مؤلفه‌های اصلی فرهنگ آماری، امکان‌پذیر باشد. این پژوهش در گروه پژوهشی پردازش داده‌ها و اطلاع‌رسانی پژوهشکده‌ی آمار با همکاری آقایان دکتر محمدباقر تاج‌الدین، فرشید خان‌زاده، ستار صفری، مجید صیوتی، ابراهیم معظمی‌گودرزی و جواد ناصریان به انجام رسیده است، که از آنان صمیمانه تشکر و قدردانی می‌شود.

گروه پژوهشی پردازش داده‌ها و اطلاع‌رسانی

پژوهشکده‌ی آمار

فهرست

۱	مقدمه و بیان مسئله	۱
۱-۱	مقدمه	۱
۲-۱	پیشینه‌ی موضوع	۲
۱-۲-۱	مطالعات مرکز آمار ایران	۳
۲-۲-۱	مطالعات خارجی	۶
۳-۲-۱	مطالعات داخلی	۷
۳-۱	نقد و بررسی مطالعات پیشین	۱۰
۱-۳-۱	نقاط قوت	۱۰
۲-۳-۱	نقاط ضعف	۱۱
۴-۱	مبانی نظری	۱۱
۱-۴-۱	دیدگاه جیمز کلین	۱۳
۲-۴-۱	دیدگاه پی‌یر بوردیو	۱۴
۳-۴-۱	دیدگاه آنتونی گیدنز	۱۵
۴-۴-۱	دیدگاه پیوتر زتومکا	۱۶
۵-۱	چارچوب نظری	۱۷
۶-۱	بیان مسئله	۱۸
۷-۱	اهداف پژوهش	۱۹
۱-۷-۱	اهداف جزئی	۱۹
۲-۷-۱	هدف فرعی	۲۰
۸-۱	ضرورت و اهمیت پژوهش	۲۰

و بررسی وضعیت فرهنگ آماری استان زنجان ...

۹-۱ تعریف مفاهیم ۲۱

۱۰-۱ سؤالات پژوهش ۲۳

۲ روش‌شناسی پژوهش ۲۵

۱-۲ روش پژوهش ۲۵

۲-۲ جامعه آماری ۲۵

۱-۲-۲ جامعه آماری ارزیابی فرهنگ آماری شهروندان ۲۵

۲-۲-۲ جامعه آماری ارزیابی فرهنگ آماری مدیران دستگاه‌های اجرایی ۲۵

۳-۲ نمونه و روش آمارگیری ۲۶

۱-۳-۲ چارچوب نمونه‌گیری در ارزیابی فرهنگ آماری شهروندان ۲۶

۲-۳-۲ واحد نمونه‌گیری ۲۶

۳-۳-۲ واحد آماری ۲۶

۴-۳-۲ روش نمونه‌گیری ۲۶

۵-۳-۲ اندازه‌ی نمونه ۲۶

۶-۳-۲ روش انتخاب واحدهای آماری ۲۷

۴-۲ فرمول‌های برآورد ۲۷

۵-۲ ابزارهای اندازه‌گیری ۲۷

۶-۲ تعریف عملی متغیرها ۲۸

۷-۲ سطح سنجش متغیرها ۲۹

۸-۲ چارچوب سؤال‌های طراحی شده برای ارزیابی فرهنگ آماری پاسخگویان ۳۰

۱-۸-۲ متغیرهای زمینه‌ای (مشخصات عمومی پاسخگو) ۳۰

۲-۸-۲ سؤالات مربوط به سنجش آگاهی عمومی ۳۰

۳-۸-۲ سؤالات مربوط به اعتماد عمومی به سازمان آماری و آمار منتشر شده ۳۰

۴-۸-۲ سؤالات مربوط به مشارکت ۳۰

۹-۲ روایی و پایایی پرسش‌نامه ۳۱

۱۰-۲ روش تحلیل داده‌ها ۳۲

۳ یافته‌های پژوهش ۳۵

۱-۳ توصیف داده‌ها ۳۵

۱-۱-۳ ویژگی‌های فردی پاسخگویان (متغیرهای زمینه‌ای) ۳۵

۳۸	متغیرهای اصلی	۲-۱-۳
۴۹	تحلیل داده‌ها	۲-۳
۴۹	بررسی رابطه بین ترجیح روش پاسخگویی در طرح آمارگیری با آگاهی پاسخگویان	۱-۲-۳
۵۰	بررسی رابطه بین ترجیح روش پاسخگویی در طرح آمارگیری با مشارکت پاسخگویان	۲-۲-۳
۵۱	بررسی رابطه بین ترجیح روش پاسخگویی در طرح آمارگیری با اعتماد	۳-۲-۳
۵۱	بررسی رابطه بین شغل پاسخگویان و آگاهی آنان	۴-۲-۳
۵۲	بررسی رابطه بین شغل پاسخگویان و مشارکت آنان	۵-۲-۳
۵۳	بررسی رابطه بین شغل پاسخگویان و اعتماد آنان	۶-۲-۳
۵۴	بررسی رابطه بین تحصیلات پاسخگویان و آگاهی آنان	۷-۲-۳
۵۴	بررسی رابطه بین سطح تحصیلات پاسخگویان و مشارکت آنان	۸-۲-۳
۵۵	بررسی رابطه بین سطح تحصیلات پاسخگویان و اعتماد آنان	۹-۲-۳
۵۶	بررسی رابطه بین وضعیت تأهل پاسخگویان و آگاهی آنان	۱۰-۲-۳
۵۷	بررسی رابطه بین وضعیت تأهل پاسخگویان و مشارکت آنان	۱۱-۲-۳
۵۷	بررسی رابطه بین وضعیت تأهل پاسخگویان و اعتماد آنان	۱۲-۲-۳
۵۷	بررسی رابطه بین جنسیت پاسخگویان و آگاهی آنان	۱۳-۲-۳
۵۸	بررسی ارتباط بین جنسیت پاسخگویان و مشارکت آنان	۱۴-۲-۳
۵۸	بررسی ارتباط بین جنسیت پاسخگویان و اعتماد آنان	۱۵-۲-۳
۵۹	بررسی رابطه بین سواد پاسخگویان با آگاهی آنان	۱۶-۲-۳
۵۹	بررسی رابطه بین وضعیت سواد پاسخگویان با مشارکت آنان	۱۷-۲-۳
۶۰	بررسی رابطه بین وضعیت سواد پاسخگویان با اعتماد آنان	۱۸-۲-۳
۶۱	نتیجه‌گیری و پیشنهاد	۴
۶۱	نتیجه‌گیری	۱-۴
۶۴	رابطه بین شغل پاسخگویان و میزان آگاهی، اعتماد و مشارکت آنان	۱-۱-۴
۶۵	رابطه بین سطح تحصیلات پاسخگویان و میزان آگاهی، اعتماد و مشارکت آنان	۲-۱-۴
۶۵	رابطه بین وضعیت تأهل پاسخگویان و میزان آگاهی، اعتماد و مشارکت آنان	۳-۱-۴
۶۵	رابطه بین جنسیت پاسخگویان و میزان آگاهی، اعتماد و مشارکت آنان	۴-۱-۴
۶۵	رابطه بین سواد پاسخگویان و میزان آگاهی، اعتماد و مشارکت آنان	۵-۱-۴
۶۶	ارائه راهکارها	۲-۴
۷۱	مرجع‌ها	

۱

مقدمه و بیان مسئله

۱-۱ مقدمه

فرهنگ از جمله مفاهیم و موضوعات پرکاربرد در حوزه علوم اجتماعی است که در یک تعریف ساده به مجموعه دستاوردهای مادی و غیرمادی بشر اشاره دارد. همچنین، بنا بر یک تقسیم‌بندی مشهور، فرهنگ به دو بخش فرهنگ مادی (ابزارها، فناوری‌ها، و ...) و غیرمادی (ارزش‌ها، هنجارها، آیین‌ها، باورها، مقررات، قوانین و ...) تقسیم می‌شود. فرهنگ آماری نیز بنا به تعریف عبارت‌اند از مجموعه ابزارها، امکانات، سرمایه‌های انسانی، فرهنگی و اجتماعی، قوانین و مقررات، باورها و ارزش‌ها و نگرش‌هایی که به منظور سیاست‌گذاری، تولید و استفاده آمار در جامعه به کار می‌رود. بر این اساس، فرهنگ آماری را نیز می‌توان در قالب این دو بخش واکاوی نمود که بخش مادی فرهنگ آماری، ابزارها و وسایلی است که برای تولید داده‌های آماری به کار می‌رود، نظیر کلیه ابزارها و امکانات مادی‌ای که در اختیار مراکز آماری و از جمله مرکز آمار ایران قرار دارد. بخش غیرمادی فرهنگ آماری هم عبارت‌اند از: قوانین، مقررات، بخش نامه‌ها، ارزش‌ها و هنجارهای حاکم بر تولید آمار در کشور. در بخش غیرمادی فرهنگ آماری یک بخش نرم افزاری بسیار مهم و البته دارای کارکرد اساسی به چشم می‌خورد و آن وجود سرمایه‌های انسانی و اجتماعی در حوزه تولید آمار هم در بخش دولتی و هم در بخش غیر دولتی (جامعه، بخش خصوصی و ...) است. در واقع، توجه و عدم توجه به این بخش نرم افزاری نتایج و پیامدهای مثبت و منفی ویژه خود را در پی خواهد داشت. ضمن اینکه امروزه و به دنبال توجه جامعه‌شناسان به موضوعاتی چون سرمایه اجتماعی و اعتماد اجتماعی به عنوان یکی از شاخص‌های پایه‌ای آن، می‌توان فرهنگ آماری را در قالب سرمایه اجتماعی مورد بررسی قرار داد. البته نباید از نظر دور داشت که پرداختن به همه ابعاد فرهنگ آماری، به ویژه بخش غیرمادی آن کاری وسیع و طولانی است که از عهده یک پژوهش در مدتی کوتاه

برآمدنی نخواهد بود. لذا، در پژوهش حاضر سعی شده است یکی از ابعاد فرهنگ آماری غیرمادی یعنی بخش نرم افزاری آن که سرمایه اجتماعی باشد مورد بررسی قرار گیرد.

یکی از اقدامات مهم برای برنامه‌ریزی در حوزه‌های گوناگون اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی بدون تردید دسترسی به آمار و اطلاعات صحیح و با کیفیت می‌باشد، لذا ارتقای کیفیت آمار و اطلاعات گردآوری شده از نظر صحت، دقت و کاربرد مناسب آن‌ها در برنامه‌ریزی‌ها همواره یکی از دغدغه‌های تولیدکنندگان آماری کشور بوده است. شناسایی عوامل مؤثر در کیفیت آمار و اطلاعات مبنای انجام تحقیقات و مطالعات متنوع و گسترده‌ای شده است که زمینه شناخت بهتر مؤلفه‌ها و متغیرهای درگیر و اثرگذار در این حوزه را نشان می‌دهد. فرهنگ آماری نقش مهمی در تحکیم و گسترش کاربرد آمار در زندگی روزمره تا تدوین برنامه‌های توسعه کشور دارد. شکی نیست که تعمیق این فرهنگ، به اثربخشی و بهره‌وری فعالیت‌های آماری کمک می‌کند. از این رو، سازگاری هر چه بیشتر فرهنگ آماری با اهداف نظام آماری (که دقت، صحت و سرعت از اجزای آن است) اعتماد به آمارهای تولیدی را افزایش خواهد داد. اگر اعتقاد بر آن باشد که فرهنگ موجود آماری دچار ضعف‌ها و نقص‌هایی است و تناسب لازم را با اهداف و فعالیت‌های نظام آماری ندارد، لازم است که برای سوق‌دهی این فرهنگ به سمت فرهنگ مناسب آماری تلاش شود.

اعتماد مردم به نظام آماری یکی از سرمایه‌های اصلی هر نظام آماری است که خدشه در آن، موجب افت شدید کیفیت در گردآوری و کاربرد آمار در جامعه می‌شود. ریشه‌یابی علل عدم همکاری‌ها از سوی برخی از پاسخگویان در طرح‌های آماری و سرشماری‌ها، انتقادهای کارشناسان به برخی از سیاست‌های آماری کشور، صراحت قانونی به رعایت حفظ محرمانگی اطلاعات پاسخگویان، و موارد متعددی از این نوع گزینه‌ها، مدیران نظام آماری را به یافتن پاسخ‌های مناسب و صحیح هدایت می‌کند. بدیهی است که کارکردهای اجتماعی و فرهنگی آمار، و به تعبیر کامل‌تر، رویکرد جامعه‌شناختی آمار، نباید مورد غفلت کارشناسان آماری قرار گیرد. شناخت و ارزیابی این کارکردها نقش مهمی در بازیابی اهداف و رویه‌های آماری فراروی مسئولین ذی‌ربط می‌نهد که در نهایت به بهبود مستمر نظام تولید و انتشار آمار کمک می‌کند.

با توجه به اهمیت فراوان موضوع، معاونت برنامه‌ریزی استانداری زنجان، شناسایی مؤلفه‌ها و شاخص‌های فرهنگ آماری را در دستور کار سازمانی خود قرار داده تا با انجام این پروژه، ضمن ارزیابی وضعیت فرهنگ آماری در سطح استان به ارتقای کیفیت تولید آمار و بهبود مدیریت آن کمک نماید. این مطالعه از آنجا که در نوع خود بی‌سابقه و فاقد پیشینه ادبیات غنی و مرتبط است، به رغم محدودیت‌های منابع مالی و تحقیقاتی، سعی دارد ضمن دستیابی به اهداف اصلی طرح، مدلی پیشنهادی از فرهنگ آماری را به گونه‌ای ارائه دهد تا در شرایط محدودیت‌های مشابه، شناسایی و سنجش شاخص‌ها و مؤلفه‌های کلیدی فرهنگ آماری را فراهم نماید.

۲-۱- پیشینه‌ی موضوع

مفهوم «فرهنگ آماری» مختص ما ایرانیان است و نزدیک‌ترین مفهومی که در کشورهای دیگر و به‌ویژه در کشورهای توسعه‌یافته مورد بررسی قرار گرفته، مفهوم «سواد آماری» است که تفاوت بسیاری با مفهوم مورد نظر ما (فرهنگ آماری) دارد. با این حال، متأسفانه تا کنون در ایران هم مطالعات چندانی در زمینه‌ی فرهنگ آماری صورت نگرفته و یگانه مطالعه‌ی قابل توجه در این زمینه را مرکز آمار ایران انجام داده است.

۱-۲-۱ مطالعات مرکز آمار ایران

کمیته ارتقای فرهنگ آماری، مستقر در مرکز آمار ایران، نتیجه بررسی‌های خود را در قالب شش گزارش به شرح جدول ۱-۱ منتشر کرده است، که گزارش‌های یکم و دوم اختصاص به بررسی نظری و مطالعه متون دارند و گزارش‌های سوم تا ششم به ارائه نتایج نظرخواهی‌های صورت‌گرفته پرداخته است که شرح هر یک از آن‌ها در قالب جدول زیر ارائه شده است:

جدول ۱-۱. عنوان و تاریخ انتشار گزارش‌های کمیته ارتقای فرهنگ آماری، مرکز آمار ایران

شماره گزارش	عنوان گزارش	تاریخ انتشار
گزارش یکم	طرح موضوع و تعریف فرهنگ آماری	بهمن ۱۳۸۲
گزارش دوم	شناخت وضع موجود: سامان‌دهی اطلاعات مکتوب موجود در کشور	بهمن ۱۳۸۲
گزارش سوم	فرهنگ آماری تولیدکنندگان آمار: ضعف‌ها، مشکل‌ها، علت‌ها و راه‌حل‌ها (نظرسنجی)	خرداد ۱۳۸۳
گزارش چهارم	فرهنگ آماری کاربران: ضعف‌ها، مشکل‌ها، علت‌ها و راه‌حل‌ها	خرداد ۱۳۸۳
گزارش پنجم	فرهنگ آماری پاسخگویان: ضعف‌ها، مشکل‌ها، علت‌ها و راه‌حل‌ها	خرداد ۱۳۸۳
گزارش ششم	فرهنگ آماری سیاست‌گذاران: ضعف‌ها، مشکل‌ها، علت‌ها و راه‌حل‌ها	خرداد ۱۳۸۳

۱-۱-۲-۱ گزارش یکم: طرح موضوع و تعریف فرهنگ آماری

بخش عمده گزارش یکم کمیته ارتقای فرهنگ آماری، موارد مهمی مطرح شده است. در این گزارش، برای بیان کردن اهداف طرح ارتقای فرهنگ آماری، آمده است: «... ارتقای فرهنگ آماری مستلزم فرایند فعالیت‌هایی خواهد بود که کمیته ارتقای فرهنگ آماری این

فعالیت‌ها را به عنوان طرح کلی تحقیق به صورت زیر پیش‌بینی کرده است:

- تعریف فرهنگ آماری و تبیین اقشار مرتبط با آن در جامعه
 - شناخت وضع موجود فرهنگ آماری کشور و اقشار مرتبط با آن در جامعه
 - ریشه‌یابی ضعف‌ها و قوت‌های فرهنگ آماری کشور (سبب‌شناسی)
 - ارائه راهکارها برای نایل آمدن به فرهنگ آماری مناسب
 - طراحی شاخص‌ها و نظام ارزیابی برای سنجش اثربخشی راهکارها
- در این گزارش، «فرهنگ آماری» به صورت زیر تعریف شده است:
- «فرهنگ آماری را مجموعه نگرش و باور عمومی از آمار، چگونگی تولید، نشر، دستیابی و به‌کارگیری آمار در جامعه تعریف می‌کنیم.»

و بر اساس این تعریف، موضوع مهمی مطرح شده است، که آن را می‌توان «تقسیم‌بندی گروه‌های اجتماعی مرتبط با فرهنگ آماری» نامید:

«از تعریف فوق چهار گروه اجتماعی قابل استنباط است:

- مجموعه نگرش و باور عمومی از آمار، ناظر بر منابع اطلاعاتی و پاسخگویان است.
- چگونگی تولید، ناظر بر تولیدکنندگان و دست‌اندرکاران آماری است.
- به‌کارگیری، ناظر بر استفاده‌کنندگان و کاربران است.

• گروه چهارم که بر هر سه گروه مؤثر می‌باشد گروه سیاست‌گذاران است. هر چند این چهار گروه بدون فصل مشترک نمی‌باشند اما تفکیک آن به لحاظ تشخیص اثرات متفاوت آن‌ها در فرهنگ آماری قابل اهمیت است.

گروه چهارم بیشتر ناظر بر حوزه‌هایی است که بنیان ترجیحات و خطوط کلی و اصلی و آرمان‌های فرهنگی جامعه را تبیین، تعیین و متأثر می‌نمایند، هر چند که ممکن است نقش مستقیمی را در برنامه‌ریزی و اجرای فعالیت‌های آماری عهده‌دار نباشند.»

۲-۱-۲-۱ گزارش دوم: شناخت وضع موجود: سامان‌دهی اطلاعات مکتوب موجود کشور

چنان‌که در بخش قبل گفته شد، یکی از اهداف کمیته ارتقای فرهنگ آماری، «شناخت وضع موجود فرهنگ آماری کشور و اقشار مرتبط با آن در جامعه» بوده است. کمیته مذکور برای دستیابی به این هدف، فعالیت خود را در سه مرحله به شرح زیر اجرا کرد:

- سامان‌دهی اطلاعات موجود
 - نظرخواهی از صاحب‌نظران و دست‌اندرکاران
 - اجرای طرح عملیاتی (سنجش اعتبار صفت‌های به دست آمده از مراحل قبلی)
- دومین گزارش این کمیته، با عنوان «شناخت وضع موجود: سامان‌دهی اطلاعات مکتوب موجود در کشور»، نتیجه اجرای مرحله نخست است. هدف این گزارش، سامان‌دهی اطلاعات مکتوب موجود در کشور [در زمینه آمار رسمی و نظام آماری] برای شناسایی ضعف‌ها و مشکلات فرهنگ آماری در گروه‌های اجتماعی مرتبط با آن بیان شده است؛ اما به نظر می‌رسد عنوان گزارش، بسیار عظیم‌تر از محتوای آن است و شاید عنوانی مانند «بررسی متون مرتبط با آمار رسمی و نظام آماری کشور» برای آن مناسب‌تر باشد؛ زیرا نه می‌توان گفت متونی که بررسی شده‌اند، همه اطلاعات مکتوب موجود در کشور را (حتی در زمینه آمار رسمی و نظام آماری) شامل می‌شوند و نه این که اقداماتی را که انجام گرفته، می‌توان «سامان‌دهی» نامید.

فعالیت‌هایی که برای تهیه این گزارش انجام گرفته‌اند، عبارت‌اند از:

- جستجوی منابع و مدارک موجود در زمینه آمار رسمی و نظام آماری کشور
 - یادداشت‌برداری از منابع یافته‌شده
 - دسته‌بندی یادداشت‌ها بر اساس اهداف «طرح ارتقای فرهنگ آماری» و نیز بر اساس گروه‌های اجتماعی مرتبط با فرهنگ آماری
 - تلخیص و جمع‌بندی یادداشت‌ها
- یادداشت‌های گردآوری شده، بر اساس «گروه‌های اجتماعی مرتبط با فرهنگ آماری» به چهار دسته تفکیک شده‌اند و بر اساس اهداف «طرح ارتقای فرهنگ آماری» نیز به چهار دسته زیر تقسیم شده‌اند:
- ضعف‌ها و نارسایی‌ها و مشکلات موجود
 - علل ضعف‌ها و مشکلات
 - راه‌های مرتفع کردن ضعف‌ها و مشکلات و
 - شاخص‌های ارزیابی

گزارش دوم کمیته ارتقای فرهنگ آماری (و مستندات آن که به پیوست گزارش آمده‌اند) به شکل موجود نیز دارای اطلاعات ارزشمندی است. به ویژه از آنچه به عنوان علل ضعف‌ها و مشکلات فرهنگ آماری «پاسخگویان» ارائه شده است، می‌توان استنباط کرد که برای ارزیابی وضعیت فرهنگ آماری پاسخگویان باید آنان را از سه جنبه «آگاهی و اعتماد و مشارکت» مورد بررسی قرار داد. در طرح حاضر نیز از این نکته و سایر اطلاعات موجود در گزارش مذکور برای تهیه پرسش‌نامه‌های مربوط به ارزیابی وضعیت فرهنگ آماری استان زنجان استفاده شده است.

۱-۲-۱-۳ گزارش‌های سوم تا ششم: نظرخواهی از دست‌اندرکاران نظام آماری

«کمیته ارتقای فرهنگ آماری» در ادامه فعالیت‌های خود برای دستیابی به هدف «شناخت وضع موجود فرهنگ آماری کشور و اquisition مرتبط با آن در جامعه»، پرسش‌نامه‌هایی برای نظرخواهی از صاحب‌نظران و دست‌اندرکاران نظام آماری کشور تهیه و به ۶۱۵ نفر منتخب ارسال کرد، که از این تعداد، ۱۸۷ پرسش‌نامه تکمیل شده بازگردانده شد. پرسش‌نامه‌ها بر اساس «گروه‌های اجتماعی مرتبط با فرهنگ آماری»، در چهار نوع (تولیدکنندگان، کاربران، پاسخگویان، سیاست‌گذاران) تدوین شده بودند، که هر یک شامل چهار پرسش باز در مورد فرهنگ آماری گروه اجتماعی مورد نظر بود. پرسش‌های مربوط به گروه‌های مختلف، مشابه و تقریباً به صورت زیر بودند، که در آن‌ها به جای واژه «گروه»، عنوان گروه اجتماعی مورد نظر قرار گرفته بود:

- به نظر جنابعالی، ضعف‌ها، نارسایی‌ها و مشکلات فرهنگ آماری «گروه» چیست؟
- چه عواملی سبب ایجاد این ضعف‌ها و مشکلات شده است؟
- آیا راه‌حلی نیز برای رفع ضعف‌ها و مشکلات مذکور پیشنهاد می‌کنید؟
- آیا می‌توان معیارهایی برای سنجش و ارزیابی فرهنگ آماری «گروه» ارائه داد؟

نتایج این نظرخواهی‌ها در هر یک از چهار گروه مذکور، به ترتیب در گزارش‌های سوم تا ششم «کمیته ارتقای فرهنگ آماری» منتشر شده است.

گزارش‌های کمیته ارتقای فرهنگ آماری به عنوان یک منبع اولیه که گروه‌های هدف را تفکیک کرده و وضع موجود را از طریق بررسی کتابخانه‌ای و مصاحبه با صاحب‌نظران بوده است، مورد توجه محققان فرهنگ آماری خواهد بود.

همان‌گونه که در مقدمه‌ی این فصل آمده است، در پژوهش حاضر موضوع فرهنگ آماری در قالب سرمایه اجتماعی واکاوی شده است. به عبارت دیگر، یکی از بخش‌های غیر مادی فرهنگ آماری سرمایه اجتماعی می‌باشد و طی آن شاخص‌های مهمی چون اعتماد، آگاهی و مشارکت - که به منظور تولید و دسترسی به آمار و اطلاعات دقیق و صحیح از اهمیت فراوانی برخوردار است - مورد سنجش قرار گرفته است. بر این اساس برای آگاهی از پیشینه تجربی در این زمینه تعدادی از مهم‌ترین پژوهش‌های انجام گرفته به شرح زیر ارائه شده است.

۲-۲-۱ مطالعات خارجی

۱-۲-۲-۱ کریستین^۱، نارایان^۲، جونز^۳ و ولکاک^۴ (۲۰۰۴)، سنجش سرمایه اجتماعی: ارائه یک پرسش‌نامه استاندارد

در این تحقیق هدف اساسی، ارائه پرسش‌نامه‌ای منسجم برای سنجش سرمایه اجتماعی ذکر شده است. بر این اساس، سرمایه اجتماعی در ۶ بعد در نظر گرفته شد: گروه‌ها و شبکه‌ها، اعتماد و اتحاد، کنش جمعی و همکاری، اطلاعات و ارتباطات، انسجام اجتماعی و حمایت اجتماعی و کنش سیاسی. این تحقیق محققان را در زمینه گردآوری داده‌ها و نمونه‌گیری هدایت می‌کند. ابزار مورد نظر به صورت مقدماتی در آلبانی و نیجریه آزمون شده است.

۲-۲-۲-۱ پورتس^۵ (۱۹۹۵)، مقایسه‌ی گروه‌های مختلف اجتماعی از نظر میزان کلی ذخیره‌ی سرمایه‌ی اجتماعی

پورتس در این مطالعه از سطح محله فرا تر رفته و به مقایسه‌ی گروه‌های مختلف به لحاظ میزان کلی ذخیره اجتماعی و تأثیر آن بر موقعیت اقتصادی - اجتماعی‌شان پرداخته است. برای مثال، مقایسه‌ای میان چهار گروه مهاجر در ایالات متحده - ویتنامی‌ها، کوبایی‌ها، مکزیکی‌ها و هائیتی‌ها - به عمل آورده و نشان داد که میزان سرمایه اجتماعی در میان دو گروه اول بسیار بیشتر بوده و به همان نسبت دستاوردهای آموزشی کودکان متعلق به این دو گروه نیز به طور قابل توجهی بالاتر از دو گروه دوم است. استحکام این رابطه حتی پس از کنترل آماری تمامی متغیرهای فردی مربوطه همچنان پابرجا می‌ماند. قابل ذکر است که دسته‌ای دیگر از مطالعات سطح میانی، سنجش سرمایه اجتماعی در گروه‌ها و اجتماعات گوناگون و مقایسه الگوهای متفاوت سرمایه اجتماعی در آن‌ها عوامل و شرایط مؤثر بر انواع و سطوح سرمایه اجتماعی را مورد بحث قرار داده‌اند.

۳-۲-۲-۱ شریفیان ثانی (۱۳۸۰) به نقل از بولن^۶ و انیکس^۷ (۱۹۹۹)، هشت مؤلفه‌ی مهم سرمایه‌ی اجتماعی

۱- مشارکت در اجتماع، ۲- کنش‌گرایی در یک موقعیت اجتماعی، ۳- احساس اعتماد و امنیت، ۴- پیوندهای همسایگی، ۵- ظرفیت پذیرش تفاوت‌ها، ۶- بها دادن به زندگی، ۷- پیوندهای کاری، ۸- پیوندهای دولتی و خانوادگی (شریفیان ثانی، ۱۳۸۰: ۹، به نقل از غفاری، ۱۳۸۴: ۱۲).

^۱ Crystian

^۲ Narayan

^۳ Joonz

^۴ Wolkack

^۵ Portes

^۶ Bulen

^۷ Enicks

استون^۸ و هیوز^۹ سرمایه‌ی اجتماعی را در قالب شبکه‌های اعتماد، روابط متقابل و ویژگی‌های شبکه و نیز تعیین‌کننده‌ها و پیامدهای سرمایه‌ی اجتماعی را نیز مورد توجه قرار داده و در نتیجه سنج‌های محوری سرمایه‌ی اجتماعی و تعیین‌کننده‌ها و پیامدهای آن را مطرح نموده‌اند. (غفاری، ۱۳۸۴: ۱۵)

۱-۲-۲-۴ اداره آمارهای ملی بریتانیا (۲۰۰۱)، شاخص‌های سرمایه اجتماعی (کنش متقابل اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی و حمایت اجتماعی)

اداره آمارهای ملی بریتانیا شاخص‌های سرمایه اجتماعی (کنش متقابل اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی و حمایت اجتماعی) را به شرح زیر ارائه کرده است:

- مجاورت با دوستان/اقوام
- تماس با دوستان/خانواده/همسایگان: کمیت یا کیفیت
- عمق شبکه‌های جامعه پذیری
- عمق شبکه‌های جامعه پذیری، به ویژه اوقات فراغت
- روابط اجتماعی کار (اداره آمارهای ملی بریتانیا، ۲۰۰۱: ۴۰)

۱-۲-۳ مطالعات داخلی

۱-۳-۲-۱ طرح ملی پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان (۱۳۸۰)، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

این طرح تحت سرپرستی دفتر طرح‌های ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در ۲۸ استان کشور صورت گرفت. یافته‌های پیمایش شامل ۱۰ بخش است که در بخش اول مبانی پژوهش، در بخش دوم موضوع ارزش‌های اجتماعی، در بخش سوم احساس عدالت، بخش چهارم احساس آزادی و امنیت، بخش پنجم احساس آسایش و احترام، بخش ششم دین‌داری، بخش هفتم باورهای سیاسی، بخش نهم احساس دوستی و همبستگی اجتماعی و در بخش دهم موضوع هنجارهای اجتماعی مورد بررسی قرار گرفته است. داده‌های پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌ها بر اساس مصاحبه حضوری با ۱۶۸۲۴ نفر افراد ۱۵ ساله و بالاتر ساکن ۲۸ استان کشور که به روشی کاملاً تصادفی برگزیده شده‌اند، به دست آمده است. ۴۹/۳ درصد پاسخگویان را مردان و ۵۰/۷ درصد آنان را زنان تشکیل می‌دادند. میانگین سنی پاسخگویان ۳۳/۱ سال است. تحصیلات ۶۲/۱ درصد آن‌ها کمتر از دیپلم است و ۳۷/۹ درصد آن‌ها دارای دیپلم یا تحصیلات بالاتر هستند. از لحاظ وضع فعالیت نیز ۳۲/۴ درصد شاغل، ۱۱/۶ درصد خانه‌دار و ۱۸/۹ درصد محصل و دانشجو هستند. در بین شاغلین ۸۴ درصد را مردان و ۱۶ درصد را زنان تشکیل می‌دهند. از لحاظ وضع تأهل ۳۵/۸ درصد پاسخگویان مجرد و ۶۴/۲ درصد متأهل هستند. به علاوه از لحاظ قومی ۵۶/۶ درصد فارس، ۱۸/۸ درصد آذری، ۱۰ درصد کرد، ۸/۲ لر و بقیه سایر اقوام هستند. همچنین، ۹۳/۹ درصد پاسخگویان شیعه و ۵/۵ درصد سنی هستند. اگر چه در

این طرح از موضوع سرمایه اجتماعی به طور مستقیم سخنی به میان نیامده است، اما گویه‌های به کار گرفته شده حکایت از آن دارد که شاخص‌های سرمایه اجتماعی نظیر آگاهی، اعتماد، مشارکت مورد سنجش قرار گرفته است.

(آ) آگاهی: بر اساس یافته‌های این پژوهش، در زمینه آگاهی سه پرسش اساسی انتخاب شده است. پرسش اول این است که «مردم واقعاً نمی‌دانند چه کسی دلسوز ملت و کشور است و چه کسی به فکر مال و مقام»؟. ۶۵/۱ درصد از پاسخ دهندگان با این گزاره موافق یا کاملاً موافق بوده‌اند و ۲۲/۹ مخالف یا کاملاً مخالف؛ در پاسخ پرسش دوم که «مردم نمی‌دانند بالاخره باید قانون را رعایت کنند یا اینکه کارشان با پارتی بازی پیش می‌رود؟»؛ ۶۰/۷ درصد موافق یا کاملاً موافق و ۲۷/۵ درصد مخالف یا کاملاً مخالف بوده‌اند؛ و بالاخره در پاسخ به این سؤال که «دین‌دار واقعی کیست و آدم متظاهر و ریاکار کدام»؟ ۷۰ درصد پاسخ دهندگان موافق و تنها ۱۷/۸ درصد مخالف یا کاملاً مخالف بوده‌اند.

(ب) اعتماد: در این زمینه ۸۸/۴ درصد از مردم اعضای خانواده خود را به درجات مختلف قابل اعتماد می‌دانستند و در برابر ۱/۸ درصد به اعضای خانواده‌شان به درجات مختلف اعتماد نداشته‌اند؛ همچنین ۴۹ درصد اقوام و خویشان را زیاد یا خیلی زیاد قابل اعتماد دانسته و در برابر ۱۷/۵ درصد آنان را اصلاً یا خیلی کم قابل اعتماد می‌دانستند؛ در ارتباط با دوستان نیز ۴۴/۴ درصد از پاسخگویان دوستان خود را زیاد و خیلی زیاد قابل اعتماد دانسته و ۲۰/۱ اصلاً یا خیلی کم. علاوه بر این دسته از پرسش‌ها که برای سنجش میزان اعتماد در کشور به کار رفته است، در پاسخ به پرسش‌هایی نظیر به نظر شما تا چه اندازه خصوصیات «صداقت و پابندی به قول و قرار» در بین مردم ما رواج دارد؟ ۵۰/۷ درصد از پاسخ‌گویان در مورد رواج صداقت پاسخ کم و خیلی کم و تنها ۱۸/۱ درصد از پاسخ‌گویان پاسخ زیاد یا خیلی زیاد دادند و در مورد رواج پابندی به قول و قرار نیز ۴۲/۱ درصد پاسخ کم و خیلی کم و تنها ۲۰/۷ درصد پاسخ زیاد و خیلی زیاد دادند. این ارقام و ارقام دیگری که در باره ارزش‌های مثبت و منفی چون تلاش و جدیت، گذشت، امانت‌داری، انصاف، خیرخواهی، صداقت، دورویی، تقلب، کلاهبرداری و ... ارائه شده است نشان از نگرش منفی شهروندان به ارزش‌های حاکم بر جامعه دارد. بر این اساس می‌توان گفت که سطح اعتماد در کشور از سطح نازلی برخوردار است.

(پ) مشارکت: در زمینه مشارکت اعداد و ارقامی چندانی در این تحقیق ارائه نشده است که این موضوع قضاوت را در این زمینه سخت خواهد نمود. تنها یک پرسش مستقیم در باره مشارکت آمده است که پاسخ‌های ارائه شده بر میزان بسیار پایین اهمیت مشارکت در نزد مردم حکایت می‌کند.

در مجموع بر اساس داده‌های ارائه شده می‌توان این‌گونه به قضاوت پرداخت که میزان سرمایه اجتماعی در جامعه ایران در مقطع زمانی مورد نظر در سطح پایین و نگران‌کننده‌ای قرار دارد. (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۰: ۲۴-۳۴)

۱-۲-۳-۲ دانشگاه علوم بهزیستی و توان‌بخشی (۱۳۸۴)، طرح ملی بررسی و سنجش سرمایه اجتماعی در ایران

طرح حاضر با مشارکت و مشاوره علمی پرویز پیران، محمد عبداللهی، ملیحه شیانی و میر طاهر موسوی در ۳۰ استان کشور انجام شده است. مهم‌ترین اهداف طرح حاضر عبارت بودند از:

- توصیف وضعیت سرمایه اجتماعی (ابعاد، گونه‌ها، میزان و خاستگاه آن) در ایران؛

- تحلیل وضعیت سرمایه اجتماعی و شناخت علل و عوامل مؤثر بر کم و کیف آن در ایران؛
 - توصیف و تحلیل پیامدهای سرمایه اجتماعی در ایران؛
 - ترسیم دورنمای آینده سرمایه اجتماعی با تأکید بر وضعیت مطلوب آن در ایران؛
 - امکان‌شناسی گذار از وضعیت موجود به وضعیت مطلوب و ارائه راهبردهای مبتنی بر یافته‌های پژوهشی در جهت تقویت کم و کیف سرمایه اجتماعی و پیامدهای مثبت آن در ایران.
- جامعه‌آماری در این طرح کلیه افراد ۱۵ سال به بالای ساکن در مراکز ۳۰ استان کشور، روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای و اندازه نمونه ۱۲۰۰۰ نفر بوده است.
- نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی در ایران، پایین رو به متوسط است. همچنین، سرمایه اجتماعی درون گروهی یا قدیم بیشتر از سرمایه اجتماعی برون گروهی یا جدید است. هر چه از سطح خانواده به سطوح بالاتر یعنی خویشاوندان، دوستان، همکاران، همسایگان، هم‌قومان و هم‌شهریان و هم‌وطنان حرکت کنیم میزان سرمایه اجتماعی کمتر می‌شود. در واقع، بیشترین میزان سرمایه اجتماعی را می‌توان در سطح خانواده و کم‌ترین آن را در سطح ملی مشاهده نمود.

۱-۲-۳- وزارت کشور (۱۳۸۴)، پیمایش ملی سرمایه‌ی اجتماعی در ایران

در اجرای این طرح تعدادی از استادان و محققان دانشگاه‌های تهران، شهید بهشتی و علامه طباطبایی مشارکت داشتند که از جمله می‌توان به کسانی چون مسعود چلبی و غلام‌رضا غفاری اشاره نمود. طرح حاضر در ۳۰ استان کشور با تعداد تقریباً ۱۶۰۰۰ پرسش‌نامه اجرا شد و مواردی چون روابط خانوادگی، روابط دوستانه، روابط همسایگی، حضور در مجامع دینی و مذهب، اعتماد شخصی، اعتماد نهادی، مشارکت اجتماعی و ... مورد بررسی قرار گرفت و نتایج مربوط به آن نشان می‌دهد که اگر چه به طور کلی در اثر تغییرات اجتماعی و فرهنگی به وجود آمده در جامعه ایران تا حدود زیادی سرمایه اجتماعی کاهش یافته است، اما کماکان مواردی چون روابط خانوادگی، روابط دوستانه، روابط همسایگی و ... دارای وضعیت مناسبی هستند و توجه و تأکید بر این موارد می‌تواند موجب تقویت هر چه بیشتر سرمایه اجتماعی شود.

۱-۲-۳-۴ موسوی خامنه، مرضیه (۱۳۸۴)، سرمایه‌ی اجتماعی و سلوک اجتماعی، رساله‌ی دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده‌ی علوم اجتماعی، دانشگاه تهران

در این رساله، سرمایه اجتماعی در سطح مدارس متوسطه مورد سنجش قرار گرفته و تأثیر آن بر رفتارها و نگرش‌های مدنی دانش‌آموزان بررسی گردید. انتخاب مدارس به عنوان مبنای بررسی از آن جهت است که در مباحث سرمایه اجتماعی، مدرسه پس از خانواده از اولین مکان‌هایی است که سرمایه اجتماعی در آن توسعه می‌یابد. بر این اساس از جمله اهداف مهم تحقیق حاضر به این شرح است:

- بررسی شبکه‌های اجتماعی موجود در مدارس با سطوح و انواع اعتماد در میان دانش‌آموزان؛
- بررسی شبکه‌های اجتماعی موجود در مدارس در زمینه عضویت‌های انجمنی و گروهی و فعالیت‌های جمعی؛
- بررسی رابطه شبکه‌های اجتماعی موجود در مدارس با انواع هنجارهای همیاری در میان دانش‌آموزان؛