

جایگاه سرمایه اجتماعی در ترسیم وضعیت فرهنگی کشور بر اساس سند چشم انداز ۱۴۰۴

محمدرضا دلوی اصفهان

استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان، اصفهان، ایران

m_dalvi53@yahoo.com (مسئول مکاتبات)

حسن قربانی

استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مبارکه، اصفهان، ایران

analysis_gh@yahoo.com

سید علیرضا موسوی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی (تحول) دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی

mousavi_sar@yahoo.com

چکیده

مقدمه و هدف پژوهش: هدف از تحقیق حاضر طراحی مدلی است که رابطه بین سرمایه اجتماعی و چشم انداز فرهنگی کشور را مورد بررسی قرار دهد.

روش پژوهش: در این تحقیق با استفاده از پرسشنامه ۳۷ سؤالی به بررسی یک نمونه ۶۰ تایی از اساتید حوزه و دانشگاه آزاد اسلامی منطقه چهار اصفهان پرداخته شد. در این راستا، بر اساس ادبیات تحقیق مدلی برای نشان دادن رابطه بین سرمایه اجتماعی و چشم انداز فرهنگی طراحی و با استفاده از نرم افزار لیزرل مدل مذکور مورد آزمون قرار گرفت.

یافته‌ها و نتیجه گیری: بر اساس نتایج حاصل از انجام تجزیه و تحلیل داده‌های پرسشنامه، مشخص شد که ابعاد سه‌گانه سرمایه اجتماعی به صورت مستقیم بر بهبود وضعیت فرهنگی کشور موثر می‌باشند. روایی این پرسش نامه‌ها توسط اساتید محترم بررسی و پس از اعمال نظر ایشان تایید گردید و پایایی از طریق آلفای کرونباخ برابر با ۰/۸۴ برآورد گردید در مدل مورد بررسی مقدار شاخص‌های برازش ($GFI = ۰/۹۲$ و $AGFI = ۰/۹۳$) نشان دهنده مناسب بودن مدل می‌باشد. در جمع بندی به این نتیجه می‌رسیم که افزایش سرمایه اجتماعی در ابعاد میزان مشارکت، اعتماد موجود و صداقت و مناسبات ارزشی می‌تواند با ایجاد بستر مناسب به تحقق سند چشم انداز فرهنگی کشور کمک کنند.

واژگان کلیدی: سرمایه اجتماعی، فرهنگ، سند چشم انداز ۱۴۰۴، اعتماد

مقدمه

سرمایه اجتماعی، رابطه اجتماعی گروهی از افراد و خانواده‌ها که پدید آورنده واحدی اجتماعی یا اجتماعی روستایی می‌باشند که مرکزیت منطقی آن مدرسه به شمار می‌رود. در ساختن اجتماعی محلی، مانند هر نوع کسب و کار و یا توسعه آن، قبل از آنکه فعالیت سازنده انجام گیرد، انباشت سرمایه لازم است. از سویی دیگر، فرهنگ مجموعه به هم پیوسته‌ای از شیوه‌های تفکر احساس و عمل است که کم و بیش مشخص است و به وسیله تعداد زیادی از افراد فراگرفته می‌شود و میان آن‌ها مشترک است و دو شیوه عینی و نمادین به کار گرفته می‌شود تا این اشخاص را به یک جمع خاص و متمایز مبدل کند. این تعریف از فرهنگ در ساخت شبکه‌های اجتماعی حاصل از تراکم سرمایه اجتماعی در میان مجموعه‌ها نیز کاربرد دارد. فرهنگ، روش یکپارچه زندگی انسان است که شامل تکنولوژی و ساخته‌های مادی زندگی اوست. در مرحله بعد، فرهنگ در تعامل میان انسان‌ها برای رفع نیازهای مادی و معنوی آن‌ها تعریف شد (اسویدلر ۱۹۸۶). سرمایه اجتماعی به عنوان یکی از مهم‌ترین، عمومی‌ترین و پرکارترین مفاهیم در حوزه مطالعات اجتماعی است. حوزه نفوذ سرمایه اجتماعی به حوزه‌های علمی مختلف گسترش یافته و زوایای نوینی برای حل و ریشه یابی مسائل اجتماعی و اقتصادی گشوده است، یکی از این مسائل اجتماعی-که به نظر می‌رسد سرمایه اجتماعی در رشد و توسعه آن نقش اساسی ایفا کند فرهنگ می‌باشد (شعبانی ۱۳۸۹). هدف این پژوهش آن است که با معرفی عوامل شکل دهنده سرمایه اجتماعی و جایگاه این سرمایه مهم در ترسیم وضعیت فرهنگی کشور زمینه را برای مطالعه این دو بعد جدایی ناپذیر فراهم کنیم.

برنامه‌ریزی فرهنگی و اجتماعی در کشور زمانی اثرگذار و منطقی است که پشتوانه فکری و اطلاعاتی قوی داشته باشد. گردآوری داده‌های فرهنگی به منظور رفع کمبود اطلاعات موجود از فضاها، امکانات و موقعیت فرهنگی مناطق مختلف را می‌توان از متولیان امور فرهنگی انتظار داشت. سیاست‌گذاران فرهنگی و اجتماعی به دلیل کمبود این اطلاعات، دشواری‌های بسیاری داشته و در پی‌ریزی سیاست‌های کلان فرهنگی و به منظور برنامه‌ریزی در زمینه مهندسی فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و جغرافیایی با موانع جدی روبرو بوده‌اند. بی‌تردید مطالعات فرهنگی، به طرز جدایی ناپذیری به ساختار اجتماعی و معانی موجود در آن مربوط می‌شود و این مطالعات فقط در چارچوب آن ساختار و پیشینه توضیح پذیر است. تلقی مردم از فرهنگ، معانی فرهنگی مردم در یک جامعه و شیوه استفاده آنان از امکانات فرهنگی، انعکاس کوچکی از نگرش اجتماعی آنان است. به معنایی دیگر، مردم در بستر یک جامعه، با کالاها و پدیده‌های فرهنگی آن گونه مواجه می‌شوند که نگرش اجتماعی آن‌ها ایجاب می‌کند (مقصودی ۱۳۸۹).

برای بیان فضای مفهومی اصطلاح سرمایه اجتماعی از واژگان و تعابیر مختلفی چون انرژی اجتماعی، روحیه جماعتی، پیوستگی‌های اجتماعی، فضیلت مدنی، شبکه‌های محلی، لطافت اجتماعی، دوستی‌های گسترده، زندگی جماعتی، منابع اجتماعی، شبکه‌های رسمی و غیر رسمی، همسایگی خوب و چسب اجتماعی استفاده شده است (غفاری ۱۳۸۴). سرمایه اجتماعی یک مفهوم ساده و بسیط نیست، بلکه مجموعه‌ای از مفاهیم است که به طور کلی دارای دو شاخصه باشند: باید شامل وجوهی از ساختار اجتماعی باشند و از طرف دیگر فعالیت افرادی که در اجتماع زندگی می‌کنند را توجیه کنند (مونت گومری، ۲۰۰۰).

بیان مسئله

بر اساس مطالعات بانک جهانی، سرمایه اجتماعی به روابط شبکه‌ای و هنجارهایی باز می‌گردد که فعالیت مجموعه‌ای را مقدور می‌سازند یعنی نهادها، ارتباطات و هنجارهایی که کیفیت و کمیت تعاملات اجتماعی جوامع را نشان می‌دهند. سرمایه اجتماعی چیزی ملموس است که بیشترین آثار را در زندگی روزمره مردم دارد. حسن نیت، رفاقت، همدلی و معاشرت اجتماعی در بین افراد خانواده‌هاست که سازنده واحد اجتماعی‌اند. اگر کسی با همسایه‌اش و همسایه‌اش با همسایگان دیگر تماس داشته باشد، حجمی از سرمایه اجتماعی انباشته خواهد شد که ممکن است بلافاصله نیازهای اجتماعی را برآورده سازد و شاید حاصل ظرفیت اجتماعی بالقوه‌ای باشد که برای بهبود اساسی شرایط زندگی کل جامعه کفایت کند. واژه سرمایه اجتماعی به معنای دارایی‌های روزمره که در قالب وجود حسن تفاهم، دوستی و رفاقت، همدلی و روابط اجتماعی در بین افراد و خانواده‌ها ظهور می‌یابد، می‌باشد (سلیمانی ۱۳۸۷). سرمایه اجتماعی مفهومی است که افراد را وامی‌دارد که به منظور دفاع از علایق و خواسته‌های خود و به منظور پشتیبانی از نیازهای جمعی، در کنار یکدیگر جمع شوند، حکومت تشکیل دهند و مناسبات اجتماعی خود را تقویت کنند (فوکویاما ۲۰۰۲).

برخی از مطالعات نیز سرمایه اجتماعی را در قالب لایه‌های ساختاری، ارتباطی و شناختی مورد توجه قرار می‌دهند. لایه ساختاری، مربوط به قابلیت‌ها و توانمندی‌های فرد برای پدید آوردن ارتباط است. ابعاد ارتباطی به پیوند افراد با یکدیگر (تعامل، همکاری، اعتماد) مربوط است. همچنین مبادله اطلاعات، شناسایی موضوع، اداره امور و بحث از حل و فصل مشکلات و مسائل مورد نظر، بُعد دیگر سرمایه اجتماعی را پوشش می‌دهند (دادگر و همکاران ۱۳۸۵).

در واقع سرمایه اجتماعی به عنوان منبع حاصل از ایجاد شبکه‌های اجتماعی تعریف می‌شود. این سرمایه در نتیجه ارتباطات افراد در شبکه‌های اجتماعی به وجود می‌آید و می‌تواند در تبادل اطلاعات، دستیابی به منابع و کسب اعتبار در فضای کسب و کار موثر واقع شود (لین و همکاران ۲۰۰۸). سرمایه اجتماعی به تعامل میان ارزش‌هایی که افراد آن‌ها را پذیرفته‌اند می‌پردازد. ارزش‌های مشترک، می‌توانند منبع مناسب برای تولید سرمایه اجتماعی شمرده شوند؛ اما مشارکت در ارزش‌ها و هنجارها به خودی خود باعث تولید سرمایه اجتماعی نمی‌شوند، چرا که این ارزش‌ها ممکن است ارزش‌های منفی باشد. اساساً هنجارهایی که سرمایه اجتماعی تولید می‌کنند، باید شامل سجایایی از قبیل صداقت، ادای تعهدات و ارتباطات دو جانبه باشد. سرمایه اجتماعی به پیوندها و ارتباطات میان اعضای یک شبکه به عنوان منبع با ارزش اشاره دارد که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف اعضا می‌شود. سرمایه اجتماعی را به سادگی می‌توان به عنوان وجود مجموعه عینی از هنجارها یا ارزش‌های غیر رسمی تعریف کرد که اعضای گروهی که همکاری و تعاون میانشان مجاز است، در آن سهیم هستند. سرمایه اجتماعی، جمع منابع واقعی یا بالقوه‌ای است که حاصل از شبکه‌ای بادوام از روابط کمابیش نهادینه شده آشنایی و شناخت متقابل یا به بیان دیگر، با عضویت در یک گروه است. شبکه‌ای که هر یک از اعضای خود را از پشتیبانی سرمایه جمعی خود برخوردار می‌کند و آنان را مستحق اعتبار می‌سازد. تولید سرمایه اجتماعی از طریق کیمیای «قداست» انجام می‌گیرد، شاکله‌ای نمادین است که به وسیله نهاد اجتماعی، تولید شده و از طریق مبادله‌ای قوام بخش (مبادله‌ای هدایا، کلمات و ...) و مبتنی بر آگاهی و شناخت متقابل به نحوی پایانی باز تولید می‌شود (تاج‌بخش ۱۳۸۴).

مفهوم و تعاریف سرمایه اجتماعی

در سال‌های اخیر اهمیت سرمایه اجتماعی به مثابه یک دارایی نا مشهود سازمانی، مورد توجه علاقه‌مندان مباحث سازمان و مدیریت قرار گرفته است. پرداختن اغلب محققان سازمان به این مقوله و نیز شواهد کمی بیانگر نقش انکارناپذیر سرمایه اجتماعی در موفقیت سازمان‌هایی است که می‌خواهند در محیط‌های متلاطم امروزی به موجودیت خود ادامه دهند. مفهوم سرمایه اجتماعی در حال رواج یافتن در مطالعات سازمانی است. محققین با استفاده از مفاهیم مربوط به سرمایه اجتماعی تلاش دارند پدیده‌های موجود بین افراد در داخل یک سازمان، بین واحدهای فرعی درون سازمان و نیز بین سازمان‌ها را تشریح کنند. مفهوم سرمایه اجتماعی روشی ارایه می‌کند که پدیده‌های مختلفی که در قلب مطالعات سازمان‌ها اتفاق می‌افتد، از نظر تئوری دقیق‌تر بررسی کند و یکپارچه سازد. بخشی از مفهوم سرمایه اجتماعی در درون سازمان‌ها زیر عنوان سازمان غیررسمی و مفاهیم مربوط به آن مطالعه می‌شود. این موضوع احتمالاً ریشه در مطالعات هاتورن دارد که کارکنان را در قالب گروه‌ها سازماندهی کرده و اثر گروه‌ها را بر هنجارهای کاری و عملکرد بررسی کرد (روتلیزگر و دیکسون ۱۹۳۹).^۱ اصل و ریشه تحقیق در سرمایه اجتماعی بین سازمان‌ها، به مارشال^۲ با بحث نواحی صنعتی^۳ (مارشال ۱۹۱۹) و ماکاولی^۴ با بحث روابط غیر قراردادی در کسب و کار، منسوب است (ماکاولی ۱۹۶۳).

دانشمندان علوم اجتماعی تعاریفی متعدد از سرمایه اجتماعی را ارایه کرده‌اند. این تعاریف را می‌توان بر مبنای تمرکزشان بر خارج، داخل یا هر دو (داخل و خارج)، در سه گروه طبقه بندی کرد:

گروه اول، سرمایه اجتماعی را به مثابه منبعی که کارها را از طریق یک کنشگر مرکزی تسهیل می‌کند، تأکید دارد. دیدگاه مذکور با این ایده شروع می‌شود که

کارها و اعمال افراد از طریق ارتباطات مستقیم و غیرمستقیم با سایر کنشگران در شبکه‌های اجتماعی تسهیل می‌شود. از این دیدگاه، سرمایه اجتماعی می‌تواند موفقیت‌های مختلف افراد و گروه‌ها را در یک هم‌اورد رقابتی^۵ بیان کند. تحقیقات سرمایه اجتماعی با رویکرد جامعه‌شناختی^۶ قویاً از تئوریسین‌های شبکه تأثیر پذیرفته است. این دیدگاه از سرمایه اجتماعی، در متغیر فرد محوری^۷ از تجزیه تحلیل شبکه رخ می‌نماید (برت ۱۹۹۲؛ لین ۱۹۹۸). منظور از متغیر فرد محوری کنش‌گری بیرونی است که می‌تواند نقشی اساسی در موفقیت یا شکست شبکه اجتماعی داشته باشد. به بیانی ساده‌تر در این دیدگاه از تعریف سرمایه اجتماعی، عمدتاً به شکل‌گیری سرمایه اجتماعی در یک گروه از طریق ارتباطات خارجی با سایر گروه‌ها پرداخته می‌شود و به تعبیر فوکویاما^۸ شعاع اعتماد خارجی را مورد تأکید قرار می‌دهد (فوکویاما ۱۹۹۹).

در مقابل این دیدگاه که سرمایه اجتماعی را منبعی می‌داند که این منبع در ارتباطات خارجی با یک کنشگر اصلی نهفته است. گروه دیگری از تحقیقات سرمایه اجتماعی، آن را نتیجه ساختاری ارتباطی بین افراد و بین گروه‌ها در درون اجتماعات (برای مثال گروه‌ها، سازمان‌ها، جوامع، مناطق، ملت‌ها و ...) می‌دانند که به طور خاص به این اجتماعات انسجام بخشیده و از مزایای ارتباطی بهره‌مند می‌سازد. این دیدگاه بر تسهیل و تعقیب هدف‌های جمعی و نیز بر جمع محوری^۹ و کلیت شبکه تأکید می‌ورزد. به بیانی ساده‌تر در این دیدگاه عمدتاً به شکل‌گیری سرمایه اجتماعی از طریق روابط داخل گروه تأکید می‌شود و به نوعی می‌توان گفت نگاه سیستم‌های بسته را به شکل‌گیری سرمایه اجتماعی متجلی می‌سازد. از نظریه‌پردازان معروف این گروه می‌توان به کلمن^{۱۰} و پوتنام^{۱۱} اشاره کرد.

گروه دیگری از محققین سرمایه اجتماعی (گروه سوم)، نگاه دو سویه و متعادلی نسبت به ابعاد داخلی و

اشاره دارد» (پاتنام ۱۹۹۵). پاتنام در تعریف خود به کارکرد سرمایه اجتماعی و اثر آن بر کارایی جامعه با تسهیل فعالیت‌های هماهنگ اشاره می‌کند. او مفهوم سرمایه اجتماعی را فراتر از سطح فردی به کار می‌گیرد و به چگونگی کارکرد سرمایه اجتماعی در سطح منطقه‌ای و ملی و نوع تأثیرات آن بر نهادهای دموکراتیک و در نهایت توسعه اقتصادی علاقمند است (توسلی و موسوی، ۱۳۸۴).

سرمایه اجتماعی به نهادها، روابط و هنجارهایی اشاره دارد که کمیت و کیفیت تعاملات اجتماعی یک جامعه را شکل می‌دهند. سرمایه اجتماعی فقط جمع ساده نهادهایی نیست که جامعه را در برمی‌گیرد؛ بلکه چسبی است که این نهادها را به یکدیگر پیوند می‌دهد (بانک جهانی ۱۹۹۹).

سازمان همکاری اقتصادی و توسعه، نیز سرمایه اجتماعی را در قالب «نهادها، روابط و هنجارها، شبکه‌های توأم با هنجارها، ارزش‌ها و درک مشترکی که تعاون و همکاری را در درون و میان گروه‌ها تسهیل می‌کنند» تعریف کرده است (سازمان همکاری اقتصادی و توسعه ۲۰۰۲).

از دیدگاه زتومکا سرمایه اجتماعی رابطه‌ای است در ابعاد سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی برای یک موضع یا پایگاه اجتماعی در شبکه تعاملی جامعه (زتومکا ۱۹۹۶).

استیگلیتز سرمایه اجتماعی را از نظر ماهوی در چهار بعد بررسی می‌کند که در تحلیل رابطه بین سرمایه اجتماعی و فساد کاربرد فراوان دارد:

۱) سرمایه اجتماعی نوعی دانش تلویحی است. این دانش تلویحی بخشی از چسب اجتماعی است که موجب همبستگی اجتماعی می‌شود و همچنین مجموعه‌ای از قابلیت‌ها و توانایی‌های شناختی است که ارتباط میان افراد یک گروه یا جامعه را تسهیل می‌کند.

خارجی دارند. این دسته از تحقیقات بر این اعتقادند که کنشگر جمعی (مانند یک شرکت) هم از ارتباطات خارجی با سایر شرکت‌ها و مؤسسات و هم از ساختار ارتباطات درونی بین افراد شرکت، تأثیر می‌پذیرد و اثربخشی عملکرد شرکت تابعی از هر دو است. به عبارتی ساده‌تر، این دیدگاه عمدتاً با نگرش سیستم‌های باز به شکل‌گیری سرمایه اجتماعی می‌پردازد که ضمن حفظ و نگهداری روابط درونی سیستم به تعامل سازنده با محیط نیز تأکید می‌ورزد و با ایجاد ارتباطات سازنده در بعد خارجی، «نهاد شوندگی» کنشگر جمعی را دنبال می‌کند. فوکویاما با بحث شعاع اعتماد داخلی و خارجی در رأس این گروه از نظریه‌پردازان قرار دارد.

سرمایه اجتماعی دربردارنده ویژگی‌های اساسی سازمان‌های اجتماعی از جمله شبکه‌ها، تعاملات، نرم‌ها و اعتماد است. برای بیان فضای مفهومی این اصطلاح از واژگان و تعبیر مختلفی مانند انرژی اجتماعی، روحیه جماعتی، پیوستگی‌های اجتماعی، گسترده، زندگی جماعتی، منابع اجتماعی، شبکه‌های رسمی و غیر رسمی، همسایگی خوب و چسب اجتماعی استفاده می‌شود (غفاری ۱۳۸۴).

در نگاه کلمن سرمایه اجتماعی جنبه‌هایی از ساختار اجتماعی است که به تحقق اهداف (فردی و جمعی) کمک کرده و کنش‌های خاصی از کنش‌گران را در درون ساختارهای اجتماعی تسهیل می‌کند. او سرمایه اجتماعی را به عنوان منبع مفید و قابل دسترس برای یک کنشگر تعریف می‌کند (کلمن ۱۹۹۸).

از نظر پونتام سرمایه اجتماعی عبارت است از: «ویژگی‌های حیات اجتماعی-شبکه‌ها، هنجارها و اعتماد-که مشارکت کنندگان را قادر می‌سازد تا به صورت مشترک عمل کنند و به صورت مؤثرتر و کارا تر اهداف مشترک خود را محقق سازند. به عبارت دیگر سرمایه اجتماعی و هنجارها و اعتماد ملازم با آن

سرمایه اجتماعی در یک سازمان عبارت است از روابط مبتنی بر اعتماد در چهار بعد زیر:

۱) بین همه کارکنان (همه کنش گران) سازمان (که باعث افزایش رضایت شغلی و مشارکت در مهارت‌ها می‌شود و زمینه ساز سازمان یادگیرنده است).

۲) بین کارکنان و واحدهای سازمانی (که مقاومت برای چرخش شغلی و نیز مقاومت در برابر تغییر را کاهش می‌دهد).

۳) بین واحدهای سازمانی با هم (که باعث افزایش اثربخشی تیم‌های ویژه کار می‌شود).

۴) بین خود سازمان به عنوان کنشگر جمعی با سایر سازمان‌هایی (ذی‌نفعان بیرونی) که می‌توانند در روند حرکتی آن مؤثر باشند. (که نرخ انحلال شرکت‌ها را کاهش داده یادگیری بین سازمانی را افزایش می‌دهد و به طور کلی زمینه نهاد شدن سازمان را فراهم می‌سازد. شرکت را در استفاده از راهبردهای توسعه حمایت می‌کند. به عنوان مثال تأمین مالی برای توسعه محصول جدید به خاطر روابط خوب با بازار پول به راحتی انجام می‌شود و شرکت راحت‌تر از راهبردهای تهاجمی استفاده می‌کند). این بعد سرمایه اجتماعی در ارزیابی قیمت سهام شرکت اثر فوق‌العاده‌ای دارد (سرشت ۱۳۸۶).

سرمایه اجتماعی و اعتماد

در مورد ارتباط این دو مفهوم ابهاماتی وجود دارد، برخی محققان مانند فوکویاما اعتماد را با سرمایه اجتماعی مترادف می‌داند. پونتام^{۱۵} اعتماد را به عنوان منبع سرمایه اجتماعی مطرح می‌سازد (پونتام ۱۹۹۳). کلمن^{۱۶} آن را نوع یا فرمی از سرمایه اجتماعی به حساب می‌آورد (کلمن ۱۹۹۸). لاین^{۱۷} اعتماد را یک دارایی جمعی می‌داند که از سرمایه اجتماعی که خود

سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از شبکه‌هاست که در قابل گروه‌های اجتماعی خود را نشان می‌دهد.

۳) سرمایه اجتماعی انباشتی از وجهه، شهرت و نیز شیوه‌ای برای تنظیم این وجهه و شهرت است. افراد برای کسب وجهه، سرمایه گذاری می‌کنند، زیرا هزینه مبادلات را کاهش می‌دهد و موانع ورود به روابط متنوع تولید و مبادله را برطرف می‌نماید.

۴) سرمایه اجتماعی، سرمایه سازمانی است که به واسطه آن مدیران شیوه‌های اعمال مدیریت خود را بسط می‌دهند (استیگلیتز ۲۰۰۰، ۶۰۲).

بورديو^{۱۲} سرمایه اجتماعی را منبعی حقیقی یا مجازی به حساب می‌آورد که فرد یا گروه به واسطه موقعیتش در یک ارتباطی که دارای روابط دیرینه و تا حدودی نهادی شده است، بدست می‌آورد. به علاوه وی سرمایه اجتماعی را مقدمه شکل‌گیری سرمایه اقتصادی به حساب می‌آورد (بورديو ۱۹۸۵).

از دیدگاه برت^{۱۳} سرمایه اجتماعی عبارت از دوستان و همکاران و ارتباطات عمومی است که فرصت‌های لازم برای استفاده از سرمایه انسانی و مالی را فراهم می‌آورد. وی در تعریفی دیگر، از سرمایه اجتماعی به عنوان یک فرصت واسطه‌ای در شبکه ارتباطی، یاد می‌کند (برت ۱۹۹۲).

از دیدگاه پورترز^{۱۴} سرمایه اجتماعی عبارت از توانایی کنش گران برای تأمین منافع خود از طریق عضویت در شبکه‌های اجتماعی است. از دیدگاه فوکویاما سرمایه اجتماعی، عبارت از توانایی افراد جهت همکاری با دیگران برای مقاصد مشترک در گروه‌ها و سازمان‌ها است. وی در تعریفی دیگر سرمایه اجتماعی را به عنوان وجود یک مجموعه‌ای از ارزش‌های غیر رسمی یا هنجارهای مشترک میان اعضای یک گروه می‌داند که همکاری میان آن‌ها را تسهیل می‌کند (پورترز ۱۹۹۶).

مقابل، فرقه گرایی مذاهب مخصوصاً در جوامع چند مذهبی، موجب زایل شدن سرمایه اجتماعی شده و آن را تبدیل به یک محدودیت یا بدهی اجتماعی می‌کند. طبیعی است که سیاست‌گذاران حکومتی می‌توانند نقش مهمی در این زمینه ایفا کنند. تبلیغ یک مذهب علیه مذهب دیگر یا حتی تبلیغ یک قومیت بر علیه قومیتی دیگر را می‌توان دشمن شماره یک سرمایه اجتماعی خصوصاً در جوامع چند مذهبی و چند قومیتی به شمار آورد (فوکویاما ۱۹۹۹).

فرهنگ نیز همچون سرمایه اجتماعی مفهومی چند بُعدی است و معانی مختلفی را در بر می‌گیرد. فرهنگ به «الگوی فروض اساسی که نوآوری می‌شوند، کشف می‌شوند و یا به وسیله یک گروه به منظور تطبیق بر مسائل و مشکلات توسعه داده می‌شوند» تعبیر شده است که به خوبی پاسخ‌گوی مشکلات این گروه بوده و برای اندیشیدن، احساس کردن و حل مشکلات، به وسیله آنان به سایرین آموخته می‌شود. از طرف دیگر نقش اساسی فرهنگ ایجاد یک نظام واکنشی صحیح از عقاید و ارزش‌هاست که بر رفتار افراد در سازمان‌ها تأثیر می‌گذارد. در سطوح بیرونی، تجلیات فرهنگ قابل مشاهده هستند که این تجلیات، در بسیاری از موارد بُعد اجتماعی مفهوم فرهنگ را تشکیل می‌دهند. فرهنگ بر ابعاد مختلف اجتماع همچون ملیت‌ها، سازمان‌ها، گروه‌های مذهبی و مانند این‌ها اثرگذار است (لیو، ۲۰۱۰). مفهوم فرهنگ، به طور فزاینده‌ای با مطالعات درباره سازمان‌ها و اجتماعات مرتبط است. مباحثی چون دورنمای فرهنگی سازمان‌ها در این راستا مطرح می‌شوند (اسمیرسیچ ۱۹۸۳).

در فرهنگ، مجموع حیات اجتماعی افراد، از زیربنای فنی و نهادی تا اشکال و صور بیان حیات روانی مدنظر قرار می‌گیرند و تمام آنان همچون یک نظم ارزشی تلقی می‌شوند و به گروه، نوعی کیفیت و

نوعی دارایی رابطه‌ای است ناشی می‌شود. به طور خلاصه، می‌توان گفت که مقدمتاً، این اعتماد است که، سرمایه اجتماعی را شکل می‌دهد و سپس سرمایه اجتماعی با ضریب تکاثری بالا منجر به افزایش اعتماد می‌شود. به عبارتی هر دو از هم تأثیر می‌پذیرند (لاین ۱۹۹۹).

سرمایه اجتماعی و فرهنگ

به تعبیر فوکویاما (۱۹۹۹) شعاع اعتمادی در فرهنگ‌های مختلف، یکسان نیست. در فرهنگ مردم چین و بیشتر آمریکای لاتین در بین خانواده‌ها و گروه‌های دوستانه شخصی، سرمایه اجتماعی بالایی وجود دارد (شعاع اعتماد داخلی بالاست) ولی این گروه‌ها به شدت دارای اعتماد کمی نسبت به افراد خارج گروه خود هستند (شعاع اعتماد خارجی ناچیز است) برای این گروه‌ها اعتماد به افراد خارج گروه بسیار سخت و گاه غیرممکن است. به همین خاطر در این چنین فرهنگ‌هایی، شرکت‌ها عمدتاً ماهیت خانوادگی داشته و از استراتژی‌های توسعه کمتر استفاده نموده و به احتمال زیاد عمرشان کوتاه‌تر بوده و سریع‌تر به دوره افول و انحلال خود برسند. به طور خلاصه نقش اصلی در اقتصاد این فرهنگ‌ها اعتماد داخلی بین شبکه‌های خانوادگی است تا اعتماد بیرونی.

ادیان، مذاهب، قومیت‌ها و سرمایه اجتماعی

فوکویاما (۱۹۹۹) دین و مذهب را نیز به عنوان یکی از منابع سرمایه اجتماعی می‌داند. مذاهب با ترویج ارزش‌هایی اخلاقی همچون مشارکت، اعتماد و از خود گذشتگی می‌توانند موجبات ارتقای سرمایه اجتماعی را فراهم آورند. ادیان و مذاهبی می‌توانند در این زمینه موفق باشند که از شعاع اعتماد داخلی فراتر بروند، به عبارتی بتوانند پیوندهای مؤثر و مسالمت آمیزی با سایر ادیان و مذاهب نیز برقرار کنند. در

گروه‌های متعارض ایدئولوژیکی وجود داشته باشند؛ ولی در شرایط متعادل اجتماعی یک گروه غالب است و بنابراین ایده‌های خود را اشاعه می‌دهد. ایدئولوژی حاکم از طرق زیر فرهنگ یک جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهد:

الف) در هر ایدئولوژی رفتارهای خاصی مستتر است. این ارزش‌ها به طور خواسته از طرف طرفداران حکومت و به طور ناخواسته و تحمیلی از طرف مخالفان حکومت اعمال می‌شود و موجب رفتارهای خاصی می‌گردد. این ارزش‌ها در یک دوران به نسبت با ثباتی تبدیل به الگوهای رفتارهای مشخص و رایجی می‌شود و تغییرات فرهنگی را صورت می‌دهند.

ب) ایدئولوژی حکومت در رفتار رهبران سیاسی و برگزیدگان وابسته به حکومت تبلور می‌یابد. از آن جا که برگزیدگان سیاسی هر یک دارای نفوذ و نقش والایی در جامعه‌اند، الگوهای رفتاریشان به وسیله مردم مورد تقلید قرار می‌گیرد و در یک دوران معقول به رفتارهای پایدار تبدیل می‌شوند. مدافعین حکومت سعی می‌کنند در قالب این الگوها رفتار کنند و مخالفین حکومت سعی در نفی این رفتارها دارند. در هر دو حالت فرهنگ تأثیر می‌پذیرند.

ج) ایدئولوژی دولت در عمل، رفتار گروه‌ها و طبقات اجتماعی - اقتصادی خاصی را توجیه می‌کند و موجب قدرت‌گیری و سلطه آن‌ها می‌شود. از آن جا که این گروه‌ها و طبقات از فرهنگ مشترکی تبعیت می‌کنند، با تسلط بر جامعه فرهنگ خود را عملاً ترویج می‌دهند. ارتباط اجتماعی و اقتصادی با این گروه‌ها و طبقات مستلزم قرار گرفتن در الگوهای رفتاری خاصی است. گذشته از آن گروه و طبقه مسلط، که در عین حال از طرف حکومت نیز پذیرفته شده باشد، فرهنگ خود را به مثابه فرهنگ مسلط مطرح می‌کند و بسیاری از مردم که دارای نقش اجتماعی فرودست هستند با قالب‌گیری الگوهای رفتاری طبقات و گروه‌های مسلط

تعالی انسانی می‌بخشد. بنابراین فرهنگ در تعامل، تناظر و تقابل میان اجتماعات بشری تعریف می‌شود و ساخت اجتماعی مردم یک منطقه که سرمایه اجتماعی این مردم را تشکیل می‌دهد، بعد مهمی از روابط فرهنگی را تبیین می‌کند. سرمایه اجتماعی به عنوان شبکه حاصل از روابط اجتماعی، تشابه بسیار زیادی به حوزه مفهومی فرهنگ دارد؛ لذا موضوعات مورد مطالعه در این تحقیق، به طور کلی در قالب میزان مشارکت مردم (بوگلسدیجیک ۲۰۰۱)، اعتماد میان مردم (گری بانکس ۲۰۰۳) و همچنین میان مردم و حکومت (مقصودی ۱۳۸۹)، میزان صداقت (سلیمانی ۱۳۸۷) موجود در جامعه و میزان انحراف‌های اجتماعی و جرم و جنایت (غفاری ۱۳۸۴) در جامعه دسته بندی می‌شوند. در سنجش هر کدام از این ابعاد از معیارها در هر بخش، متناسب با شرایط بومی فرهنگی و اجتماعی کشور انتخاب شده‌اند و در برخی موارد مختص کشور ایران هستند. هر کدام از ابعاد اساسی سرمایه اجتماعی به ویژه اعتماد، مشارکت، صداقت و عدم انحرافات اجتماعی به نوبه خود از ارکان مهم فرهنگ محسوب می‌شوند. بنابراین می‌توان با برآورد مناسب فرهنگ و سرمایه اجتماعی، شاخص مناسبی برای شناخت وضعیت فرهنگی-اجتماعی معرفی می‌گردد. بنابراین سؤال مهم قابل طرح در این پژوهش این است که جایگاه سرمایه اجتماعی در ترسیم وضعیت فرهنگی کشور چیست؟

چگونگی شکل‌گیری تحولات فرهنگی فرهنگ

اگر چه فرهنگ یک جامعه رفتارهای آن جامعه را قالب بندی می‌کند؛ ولی در یک الگوی سیستمی خود نیز از عواملی تأثیر می‌پذیرند. این عوامل به قرار زیرند: ۱) حکومت: حاکمان از طریق اشاعه و اعمال ایدئولوژی خود نقش قابل توجهی در فرهنگ سازی یک جامعه دارند. هر چند ممکن است در جامعه‌ای

افزایش می‌یابد و زمینه‌های افت فرهنگی از بین می‌رود، چرا که در این صورت این خانوارها قادر به تخصیص سهمی از درآمد خویش به امر تعلیم و تربیت خواهند گشت. در یک جامعه فقیر، فرهنگ نمی‌تواند غنی شود.

۴) زمینه‌های اجتماعی: نوع مشارکت مردم در امور اجتماعی خود و ارتباطی که از این نظر با دولت دارند، هر چند در بطن تاریخ شکل می‌گیرد؛ ولی شدیداً از سیاست‌های دولت تأثیر می‌پذیرد. در صورت اعمال سیاست‌هایی که مستلزم مشارکت بیشتر مردم می‌باشد، فرهنگ مناسب توسعه اقتصادی رشد می‌کند.

۵) نفوذ فرهنگ اقتصادهای مسلط؛ اقتصاد مسلط، فرهنگ مسلط را می‌سازند و فرهنگ مسلط، فرهنگ مردم تحت سلطه اقتصادی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. قدرت یا ضعف اثرگذاری فرهنگ مسلط به اوضاع داخلی آن جامعه تحت سلطه بستگی دارد. هر چه شرایط برای رشد و اعتلا فرهنگ مهیاتر باشد میزان اثرگذاری فرهنگ بیگانه کمتر است و برعکس.

۶) نظام آموزشی و وسایل ارتباط جمعی: نظام آموزشی و وسایل ارتباط جمعی در یک جامعه می‌توانند الگوهای رفتاری یک جامعه را تحت تأثیر قرار دهند. ولی نظام آموزشی و وسایل ارتباط جمعی شدیداً مرتبط با ایدئولوژی حکومت و آرایش طبقاتی در جامعه‌اند. طبقات و گروه‌های اجتماعی و اقتصادی مسلط و قدرت حاکم تقریباً جریانات فکری مسلط بر نظام آموزشی و وسایل ارتباط جمعی را هدایت می‌کنند. اگر چه میزان اثرگذاری گروه‌های مسلط در یک جامعه با جامعه‌ای دیگر متفاوت است؛ ولی وضعیت عمومی کشورهای در حال توسعه، وجود طبقات قدرتمند و حاکمیت ایدئولوژیک دولت است. عوامل گفته شده را می‌توان به صورت زیر جمع بندی و خلاصه کرد.

اجتماعی-اقتصادی درصدد ترفیع اگرچه ظاهری نقش‌های اجتماعی خود بر می‌آیند. برای مثال: این پدیده در قبل از انقلاب اسلامی به صورت طبقه مسلط و وابسته به تبع آن ترویج فرهنگ غربی مشهود بود.

د) از ایدئولوژی دولت سیاست‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی خاصی استخراج می‌شود. اگر ایدئولوژی دولت، حکم به تمرکز اقتصادی دهد سیاست‌های اقتصادی دولت در جهت متمرکز کردن فعالیت‌های اقتصادی (و احتمالاً از طریق دولتی کردن واحدهای اقتصادی) تدوین و طراحی می‌شود. این مسئله در مورد مسائل اجتماعی، سیاسی نیز صادق است. در هر حال دولت با اعمال سیاست‌های خود چارچوب عینی ایجاد می‌کند که هر کدام نوع خاصی از الگوهای رفتاری را رشد می‌دهد.

۲) آرایش طبقاتی جامعه: الگوهای رفتاری جامعه وقتی به طور گروهی اعمال شوند، رفتارهای گروهی و طبقاتی را به وجود می‌آورند. بنابراین می‌توان از فرهنگ طبقاتی سخن گفت. طبقه می‌تواند اقتصادی باشد و از منافع خاص و مشترک اقتصادی دفاع کند و می‌تواند اجتماعی باشد و از مصالح و مواضع اجتماعی خاصی حمایت نماید. تقسیم قدرت بین طبقات، باعث آرایش طبقاتی می‌شود. بنابراین، آن قسمت از فرهنگ که قالب طبقاتی دارد، در صورت تغییر در آرایش طبقات، تغییر می‌کند. اگر سیاست‌های دولت باعث تحکیم آرایش طبقاتی در جامعه شود و این ارتباط منجر به ثبات نسبی و اجتماعی گردد، شرایطی به وجود می‌آید که فرهنگ شدیداً متأثر شده و به تدریج منجر به اشاعه و ترویج قالب‌های رفتاری معینی مسلط در میان مردم می‌گردد.

۳) زمینه‌های اقتصادی: چارچوب‌ها و شرایط اقتصادی یک جامعه فرهنگ آن جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در صورت توزیع عادلانه‌تر درآمدها، سهم گروه‌های کم درآمد از مسکن، پوشاک و خوراک

مدل عمومی برای سنجش سرمایه اجتماعی در سازمان (تابع سرمایه اجتماعی)

محققین در یک اجتماع عمومی ۴ عنصر را که سرمایه اجتماعی یک اجتماع (جامعه) را می‌سازند شناسایی کرده‌اند:

(۱) روابط اجتماعی (R) (یعنی افراد چگونه با هم کنار می‌آیند)

(۲) شبکه‌های اجتماعی (N) (سهولت برقراری ارتباط افراد با دیگران)

(۳) اعتماد (T) (آیا عموماً افراد به هم اعتماد دارند؟)

(۴) منابع (Re) (آیا افراد تمایل به مشارکت و تسهیم منابع دارند؟)

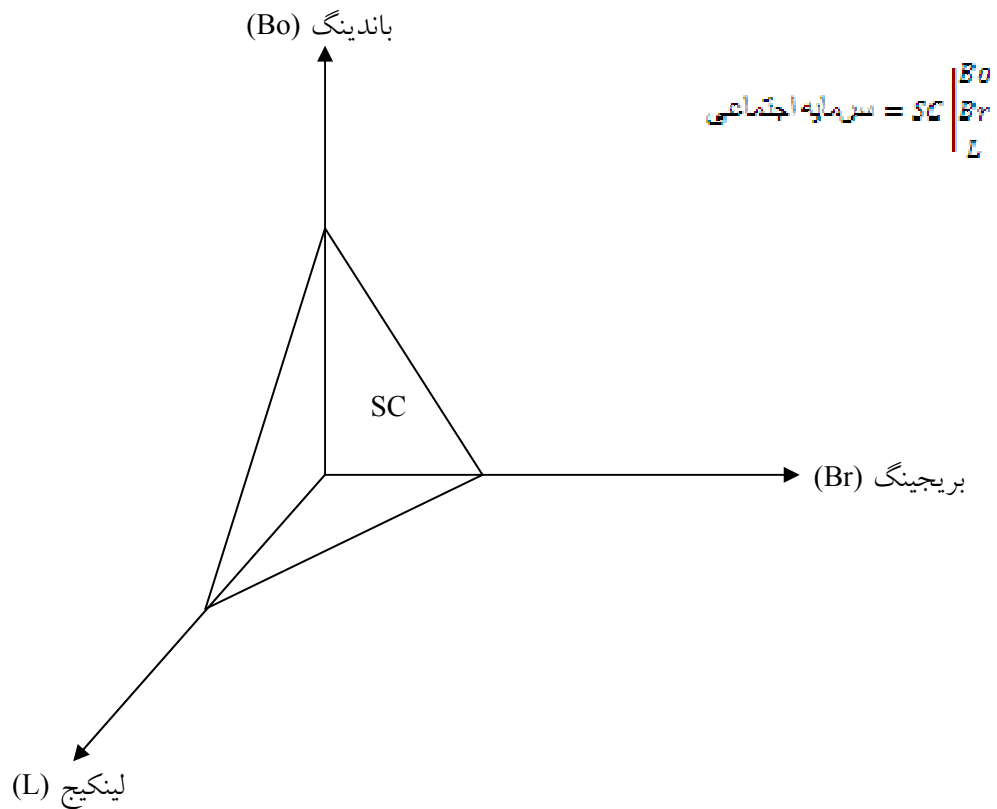
برای جمع بندی این عناصر و ایجاد چارچوبی برای سرمایه اجتماعی محققین در یک کار تحقیقاتی، برای سنجش سرمایه اجتماعی در جوامع ملل اول آن را در ابعاد سه گانه زیر تقسیم بندی کرده‌اند.

«باندینگ»^{۱۸} (Bo)، اشاره به روابط در داخل یک جامعه دارد (پیوندهای درونی). (یا اشاره به نوع روابط بین کارکنان در یک سازمان دارد).

«بریجینگ»^{۱۹} (Br)، اشاره به پیوندهای یک جامعه با جامعه‌ای دیگر دارد (پیوندهای بیرونی). (برای مثال ارتباط یک شهر با شهر مجاور) یا اشاره به روابط یک سازمان با عناصر محیطی مانند رقبا، عرضه کنندگان مواد اولیه و ... دارد.

«لینکیج»^{۲۰} (L)، اشاره به روابط بین اعضای یک جامعه با سازمان‌های آن جامعه دارد (پیوندهای بین اجتماعی). (برای مثال تعامل اعضای یک جامعه با نهادهای خصوصی یا دولتی چگونه است؟) یا در یک سازمان میزان اعتماد کارکنان به واحدهای دیگر مانند واحد منابع انسانی چه میزان است؟ نمودار شماره ۱ چارچوب عمومی سنجش سرمایه اجتماعی در سازمان را نشان می‌دهد:

ساختار سیاسی یک جامعه که جوهر اساسی آن قدرت ایدئولوژیک دولت و آرایش احزاب سیاسی در مقابل این ایدئولوژی می‌شود و ساختار اجتماعی یک جامعه که جوهر اساسی آن چگونگی آرایش طبقاتی دولت است، سازنده بسترهای مهم برای تغییرات فرهنگی است. ساختارهای اجتماعی و سیاسی گذشته از این که حاکمیت فرهنگ خاصی را از طریق گروه‌ها و طبقات حاکم و ایدئولوژی دولت تسهیل می‌کند، در عین حال فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی را قالب گیری می‌کند و الگوهای رفتاری خاصی را ترویج می‌کند. نظام آموزشی و ابزارهای ارتباط جمعی نیز این کوشش را تقویت می‌کند. ساختارهای یاد شده در دوران تاریخی کشورهای مختلف می‌توانند وضعیت متفاوتی داشته باشند. در صورتی که ارتباط بین ایدئولوژی و آرایش طبقاتی در جهت تحکیم و تثبیت یکدیگر باشند و اثر پدیده‌های خارجی بر آن حداقل باشد، نظام اجتماعی-اقتصادی به تعادل به نسبت باثباتی دست می‌یابد. در این شرایط الگوهای رفتاری از وضعیت مسلط شدیداً تأثیر پذیرفته و فرهنگ با ساز و کار رفتارهای اجتماعی و سیاسی جامعه منطبق می‌شود. در این شرایط به رغم این که فرهنگ شدیداً متحول می‌شود؛ ولی در صورت تعارض رفتارهای دولت با آرایش طبقاتی موجود جامعه عدم ثبات و تغییر پذیری شدید فرهنگی رخ می‌دهد و تا تعادل مجدد، الگوهای با ثبات رفتاری حاکم نمی‌شوند. بهترین شرایط برای تغییر فرهنگ، تغییر ارادی آرایش طبقاتی جامعه توسط دولت در جهت حاکمیت طبقاتی است که دارای تفکر و رفتار پیشرفته باشند (سرشت، ۱۳۸۶).



نمودار شماره ۱

(رحمان سرشت، ۱۳۸۶)

اعضای سازمان خود (باندینگ)، ارتباط خود با دیگر سازمان‌ها یا ذینفعان بیرونی (بریجینگ) و نیز نوع روابط حاکم بین واحدهای درون سازمان خود (لینکیج) را از نظر قوت و ضعف ارزیابی کنند.

بنابراین می‌توان تابع سرمایه اجتماعی را در قالب سه بعد زیر تعریف کرد:

$$SC = F(Bo, Br, L)$$
$$Bo, Br, L = g(R, N, T, Re)$$

سند چشم انداز امور فرهنگی ۱۴۰۴

امور فرهنگی، علمی و فناوری

- ۱) اعتلا و عمق بخشیدن به معرفت و بصیرت دینی بر اساس تعالیم قرآنی و مکتب اهل بیت (ع)
- استوار کردن ارزش‌های انقلاب اسلامی در اندیشه و عمل
- تقویت فضایل اخلاقی، روحیه ایمان، ایثار و امید به آینده

این الگو عمدتاً در تحقیقات پیمایشی و از طریق طراحی پرسشنامه‌ای سه بخشی (متشکل از سه بعد اخیر) و هر بخش متشکل از سؤالاتی در مورد عناصر چهارگانه فوق‌الذکر، به کار می‌رود.

اهمیت تشخیص ابعاد سه‌گانه در این است که سازمان‌ها در خلأ عمل نمی‌کنند بلکه در تعامل با دیگر سازمان‌ها و ذینفعان و محیط خود هستند. این تقسیم بندی کمک می‌کند به سازمان‌ها تا روابط درونی بین

- کسب فناوری، به ویژه فناوری‌های نو، شامل ریز فناوری و فناوری‌های زیستی، اطلاعات و ارتباطات، زیست‌محیطی، هوافضا و هسته‌ای (۱۰) اصلاح نظام آموزشی کشور، شامل: آموزش و پرورش، آموزش فنی و حرفه‌ای، آموزش عالی، و کارآمد کردن آن برای تأمین منابع انسانی مورد نیاز، در جهت تحقق اهداف چشم‌انداز (۱۱) تلاش در جهت تبیین و استحکام مبانی مردم‌سالاری دینی و نهادینه کردن آزادی‌های مشروع از طریق آموزش، آگاهی‌بخشی و قانونمند کردن آن.

مدل مفهومی سرمایه اجتماعی و فرهنگ

در مطبوعات تئوری سرمایه اجتماعی، ابهام زیادی برای تبیین این مفهوم وجود دارد. به طور تجربی عوامل متعددی در تعیین سرمایه اجتماعی سهمیم هستند، ولی هنوز چارچوب کامل و دقیقی از سرمایه اجتماعی ارائه نشده است و محققین مختلف به صورت‌هایی پراکنده به آن پرداخته‌اند. در شکل شماره ۱ تلاش شده است که چارچوبی مفهومی از سرمایه اجتماعی ارائه شود که از راست به چپ به ترتیب منابع مستقیم سرمایه اجتماعی، ریسک و بازدهی آن و در نهایت عوامل مؤثر بر ارزش سرمایه اجتماعی را نشان می‌دهد.

فرضیه‌های تحقیق

با توجه به مدل مفهومی فرضیه‌های تحقیق عبارتند از:

- (۱) میزان مشارکت موجود در جامعه در وضعیت مطلوب فرهنگی کشور تأثیر دارد.
- (۲) میزان اعتماد موجود در جامعه در وضعیت مطلوب فرهنگی کشور تأثیر دارد.
- میزان صداقت و مناسبات ارزشی موجود در وضعیت مطلوب فرهنگی کشور تأثیر دارد.

- برنامه‌ریزی برای اصلاح رفتارهای فردی و اجتماعی (۲) زنده و نمایان نگاه‌داشتن اندیشه دینی و سیاسی حضرت امام (ره)، و برجسته کردن نقش آن به عنوان یک معیار اساسی در تمام سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌ها (۳) تقویت وجدان کاری و انضباط اجتماعی و روحیه کار و ابتکار، کارآفرینی، درستکاری و قناعت، و اهتمام به ارتقای کیفیت تولید

- فرهنگ‌سازی برای استفاده از تولیدات داخلی، افزایش تولید و صادرات کالا و خدمات (۴) ایجاد انگیزه و عزم ملی برای دستیابی به اهداف مورد نظر در افق چشم‌انداز

(۵) تقویت وحدت و هویت ملی مبتنی بر اسلام و انقلاب اسلامی و نظام جمهوری اسلامی و آگاهی کافی درباره تاریخ ایران، فرهنگ، تمدن و هنر ایرانی- اسلامی و اهتمام جدی به زبان فارسی

(۶) تعمیق روحیه دشمن‌شناسی و شناخت ترندها و توطئه‌های دشمنان علیه انقلاب اسلامی و منافع ملی، ترویج روحیه ظلم‌ستیزی و مخالفت با سلطه‌گری استکبار جهانی

(۷) سالم‌سازی فضای فرهنگی، رشد آگاهی‌ها و فضایل اخلاقی و اهتمام به معروف و نهی از منکر

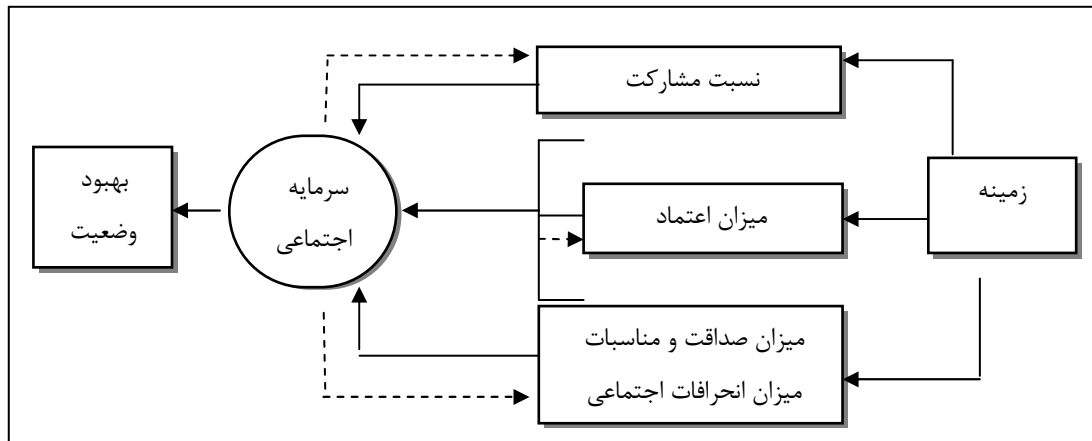
- اطلاع‌رسانی مناسب برای تحقق ویژگی‌های مورد نظر در افق چشم‌انداز

(۸) مقابله با تهاجم فرهنگی

- گسترش فعالیت‌های رسانه‌های ملی در جهت تبیین اهداف و دستاوردهای ایران اسلامی برای جهانیان

(۹) سازماندهی و بسیج امکانات و ظرفیت‌های کشور در جهت افزایش سهم کشور در تولیدات علمی جهان

شکل شماره ۱: (مدل مفهومی) سرمایه اجتماعی و فرهنگ



منبع: تدوین پژوهشگران

روش پژوهش

جهت سنجش روایی ابزار اندازه گیری این پژوهش از روایی محتوایی استفاده شده است روایی محتوایی یک آزمون معمولاً توسط افرادی متخصص در موضوع مورد مطالعه تعیین می‌شود. جهت سنجش پایایی پرسشنامه این پژوهش از ضریب آلفای کرونباخ^{۲۱} استفاده شده است که بر اساس مطالعه مقدماتی ۰/۸۴ برآورد گردید و به تفکیک در جدول ۱ آورده شده است.

جامعه آماری

جامعه آماری این پژوهش شامل ۶۰ نفر از اساتید حوزه و دانشگاه منطقه چهار دانشگاه آزاد اسلامی اصفهان می‌باشد.

ابزار گردآوری اطلاعات

در این پژوهش به منظور گردآوری داده‌ها از فرم پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است.

روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها

یکی از قوی‌ترین و مناسب‌ترین روش‌های تجزیه و تحلیل در تحقیقات علوم رفتاری و علوم اجتماعی تجزیه و تحلیل چند متغیره است. تجزیه و تحلیل چند متغیره به یک سری روش‌های تجزیه و تحلیل اطلاق می‌شود که ویژگی اصلی آن‌ها، تجزیه و تحلیل همزمان K متغیر مستقل و N متغیر وابسته است. تجزیه و تحلیل ساختارهای کوواریانس یا مدل سازی علی یا مدل معادلات ساختاری یکی از اصلی‌ترین روش‌های تجزیه و تحلیل ساختارهای داده‌های پیچیده است.

جدول (۱): ضرایب پایایی متغیرهای پژوهش

ردیف	عامل	ضریب آلفای کرونباخ
۱	اعتماد موجود در جامعه	۰/۷۶
۲	نسبت مشارکت	۰/۸۲
۳	میزان صداقت و مناسبات/میزان انحرافات اجتماعی	۰/۸۰
۴	وضعیت فرهنگی	۰/۸۶
	کل	۰/۸۴

خروجی لیزرل مقدار χ^2/df محاسبه شده برابر با ۱/۸۷ می باشد وجود χ^2/df پایین نشان دهنده برازش مناسب مدل است. زیرا هر چه مقدار χ^2/df کمتر باشد، مدل ارائه شده مدل مناسب تری می باشد با توجه به نتایج ذیل که از خروجی نرم افزار لیزرل بدست آمده اند.

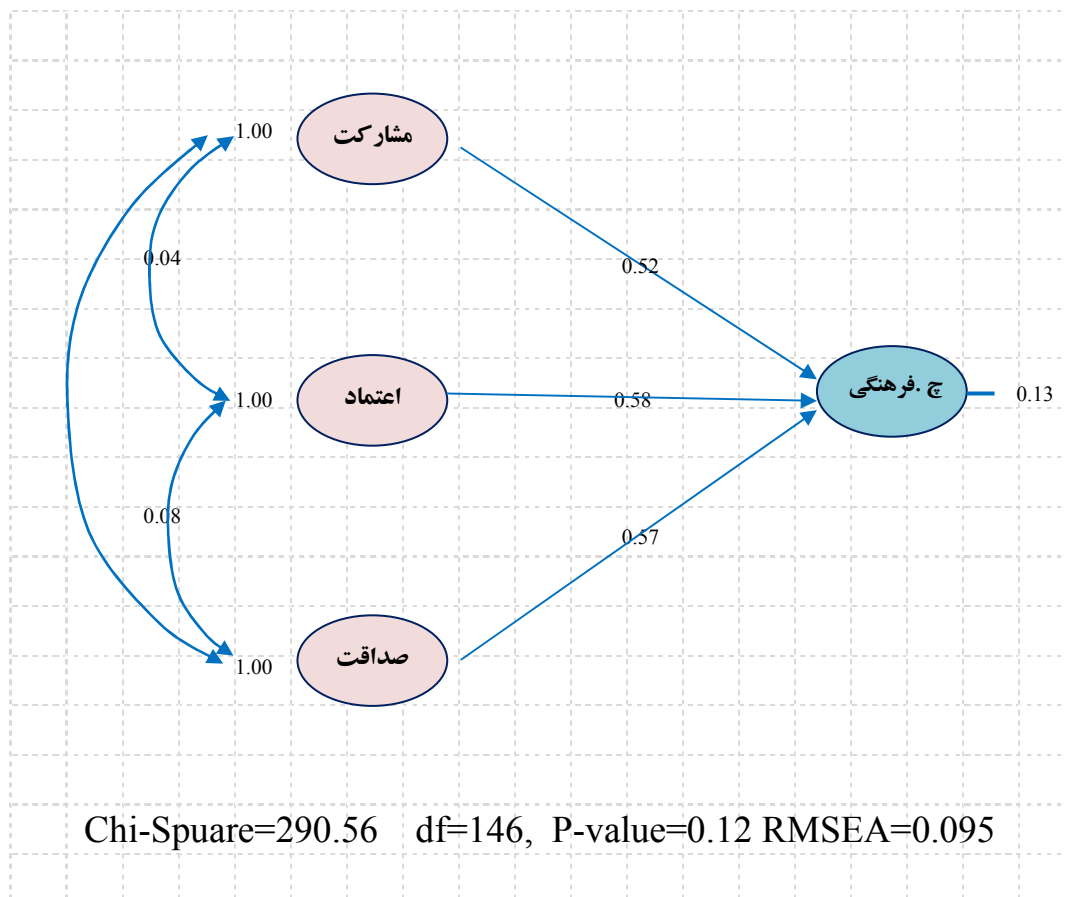
$$RMSEA = 0.09 \text{ و } p - \text{Value} = 0.12 \text{ و } 1/9 =$$

$$\chi^2/df$$

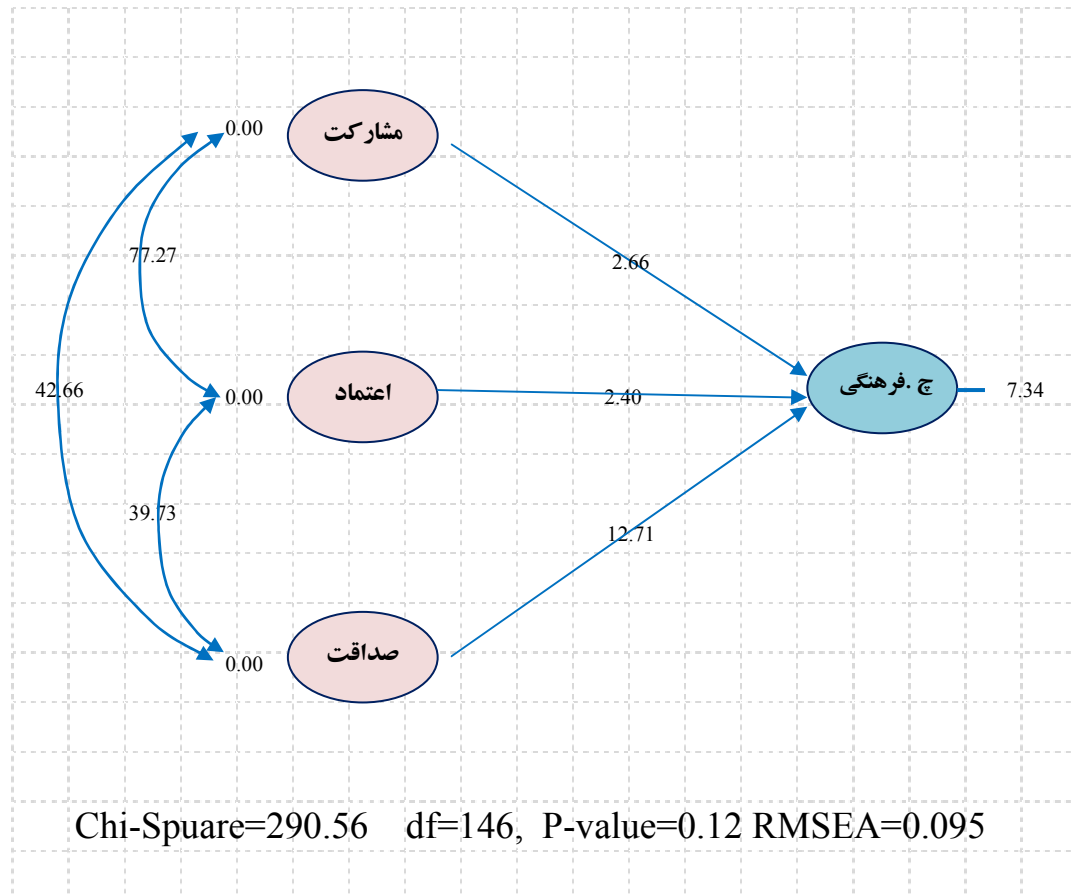
مقدار $p - \text{Value}$ بیشتر از مقدار سطح معنی داری استاندارد (۵٪) می باشد بنابراین مدل ارائه شده مدل مناسبی می باشد.

بنابراین از آنجایی که در تحقیق حاضر چند متغیر مستقل وجود دارد که می بایستی اثر آن ها بر روی متغیر وابسته مورد بررسی قرار گیرد استفاده از مدل معادلات ساختاری ضرورت می یابد (سلطانی تیرانی، ۱۳۷۸). به منظور بررسی مدل پیشنهادی از نرم افزار لیزرل استفاده گردید بر اساس خروجی نرم افزار لیزرل مدل اصلی ارائه شده به صورت زیر می باشد که در آن روابط میان متغیرها و ضرایب هر یک از آن ها ارائه شده است.

سؤال اساسی مطرح شده این است که آیا این مدل؛ مدل مناسبی می باشد؟ برای پاسخ به این پرسش بایستی آماره χ^2/df و سایر معیارهای مناسب بودن برازش مدل مورد بررسی قرار گیرد. با توجه به



شکل ۲: مدل اصلی تحقیق



شکل ۳ معنی داری روابط

ارزیابی معنی داری روابط

با توجه به خروجی لیزرل و جدول معناداری فوق می‌توان نتیجه گیری کرد که کلیه عوامل سرمایه اجتماعی تأثیر کاملاً معناداری بر وضعیت مطلوب فرهنگی دارند؛ لذا کلیه فرضیه‌های پژوهش مورد تایید قرار می‌گیرند.

ارزیابی مناسب بودن برازش مدل نهایی پژوهش

مهم‌ترین شاخص‌های برازش مدل عبارتند از: GFI ، $AGFI$ و $RMSR$ که حالت‌های بهینه برای این آزمون‌ها بدین شرح هستند. مقدار GFI و $AGFI$ بایستی از ۹۰ درصد بیشتر باشد. در مدل مورد بررسی مقدار $GFI = ۰/۹۹$ و $AGFI = ۰/۹۶$ می‌باشد که نشان دهنده مناسب بودن مدل می‌باشد.

به منظور نشان دادن معناداری هر کدام از پارامترهای مدل از آماره t استفاده می‌شود. این آماره از نسبت ضریب هر پارامتر به خطای انحراف معیار آن پارامتر بدست می‌آید که می‌بایستی در آزمون t بزرگ‌تر از $۲ (t \geq 2)$ و در آزمون Z بزرگ‌تر از $۱/۹۶ (Z \geq 1/96)$ باشد تا این تخمین‌ها از لحاظ آماری معنادار شود با توجه به خروجی لیزرل (شکل ۳) میزان t محاسبه شده در کلیه متغیرها بزرگ‌تر از ۲ می‌باشد بنابراین کلیه تخمین‌های ارائه شده از لحاظ آماری معنادار می‌باشند.

جدول شماره ۲ به صورت خلاصه نشان می‌دهد که کدام یک از متغیرها و روابط آن معنادار بوده و کدام یک از روابط موجود در مدل معنادار نیست.

جدول (۲): ارزیابی معنی داری روابط مدل

نام رابطه	مقدار استاندارد شاخص T	مقدار شاخص T در مدل مورد نظر	نتیجه گیری
میزان مشارکت موجود در جامعه در وضعیت مطلوب فرهنگی	بیشتر از ۲	۲/۶	معنی داری وجود دارد
میزان اعتماد موجود در جامعه در وضعیت مطلوب فرهنگی	بیشتر از ۲	۲/۴	معنی داری وجود دارد
میزان صداقت و مناسبات ارزشی موجود در وضعیت مطلوب فرهنگی	بیشتر از ۲	۱۲/۷	معنی داری وجود دارد

جمع بندی و نتیجه گیری

- (۲) سرمایه اجتماعی یک تابع سه بعدی است.
- (۳) تمرکز داخلی یعنی تأکید بر بعد Bo و L و تمرکز خارجی معادل با بعد Br است.
- (۴) شعاع اعتماد داخلی همان بعد Bo و L و شعاع اعتماد خارجی معادل با Br است.
- (۵) فراهم کردن فرصت، انگیزش و توانمندسازی کارکنان برای ایجاد سرمایه اجتماعی، باید با ملاحظات اقتضایی ترکیب شود.
- (۶) سازمان غیررسمی نقشی انکارناپذیر و تکمیل کننده‌ای در افزودن به ارزش سرمایه اجتماعی دارد.
- (۷) در فرایند کارمندیابی می‌توان به مهارت‌های غیر شغلی افراد نیز امتیاز داد.
- (۸) هر یک از ابعاد سرمایه اجتماعی می‌تواند به روش‌های مختلفی تفسیر گردد: به عنوان مثال اگر بعد Br وزنه بالایی داشته باشد احتمالاً سازمان گروه تمرکز بر داخل و تمرکز بر خارج و یا هر دو گروه قابل دسته بندی است.
- برنامه‌ریزی فرهنگی و اجتماعی و به عبارت دیگر ترسیم نقشه جامع مهندسی فرهنگی کشور، باید متناسب با وضعیت بومی هر کدام از مناطق کشور صورت پذیرد.
- این امر نیازمند نوعی نگاه جامع فرهنگی و اجتماعی است که برنامه ریزان در سطح ملی باید آن را جستجو کنند. تهیه نقشه جامع وضعیت فرهنگی که نشان دهنده وضعیت فعلی و روندی هر کدام از زیر شاخص‌های فرهنگ و اجتماع است در این راستا امری ضروری به نظر می‌رسد.
- در این قسمت به صورت خلاصه و طبقه بندی شده برخی از نتایج مهم این مطالعه در ۱۰ بند ارائه می‌شود:
- (۱) سرمایه اجتماعی در اندیشه نظریه‌پردازان در سه گروه تمرکز بر داخل و تمرکز بر خارج و یا هر دو گروه قابل دسته بندی است.

جدول (۳): بررسی شاخص‌های مناسب بودن مدل

نام شاخص	مقدار استاندارد شاخص	مقدار شاخص در مدل مورد نظر	نتیجه گیری
χ^2/df	کمتر از ۲	۱/۹	برازش مدل مناسب است
P_Value	بیشتر از ۰/۰۵	۰/۱۲	برازش مدل مناسب است
GFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۲	برازش مدل مناسب است
AGFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۳	برازش مدل مناسب است
RMSEA	کمتر از ۰/۱	۰/۰۹	برازش مدل مناسب است
CFI	بیشتر از ۰/۹	۱/۰۰	برازش مدل مناسب است
NFI	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۹	برازش مدل مناسب است

منبع مقادیر استاندارد (هیر ۲۲، ۲۰۰۹) می‌باشد

منابع و مأخذ

- ۱) الوانی، مهدی. (۱۳۷۸). بازتاب جلوه‌های نظریه بی‌نظمی در مدیریت، فصلنامه مطالعات مدیریت، شماره ۲۱ و ۲۲.
- ۲) توسلی، غلام عباس و مرضیه، موسوی. (۱۳۸۴). مفهوم سرمایه در نظریات کلاسیک و جدید، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۲۶.
- ۳) دادگر، یدالله و نجفی، محمد باقر. (۱۳۸۵). سرمایه اجتماعی و باز تولید آن در عصر پیامبر اسلام، نشریه اقتصاد اسلامی، سال ششم، شماره ۲۴.
- ۴) سلیمانی، محمد. (۱۳۸۷). اندازه‌گیری اثرات سرمایه اجتماعی بر رشد اقتصادی جمهوری اسلامی ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه امام صادق علیه‌السلام.
- ۵) شعبانی، احمد. (۱۳۸۹). بررسی آثار فساد اداری بر سرمایه اجتماعی، ماهنامه مهندسی فرهنگی، سال پنجم-شماره ۴۷ و ۴۸.
- ۶) رحمان سرشت، حسین. (۱۳۸۶). تئوری‌های سازمان و مدیریت از تجددگرایی تا پست تجددگرایی، جلد دوم، دوران پست تجددگرایی، پست مدرنیسم، تهران: نشر دوران.
- ۷) غفاری، غلامرضا و چلبی، مسعود. (۱۳۸۴). سنجش و تبیین سرمایه اجتماعی در ایران، دفتر امور اجتماعی وزارت کشور.
- ۸) مقصودی، حمیدرضا. (۱۳۸۹). تبیین نحوه ترسیم نقشه وضعیت فرهنگی- اجتماعی استان‌های کشور با استفاده از زیر شاخص‌های نماینده فرهنگ و سرمایه اجتماعی، ماهنامه مهندسی فرهنگی، سال پنجم-شماره ۴۷ و ۴۸.
- ۹) مقصودی، حمیدرضا. (۱۳۸۹). تأثیر سرمایه اجتماعی بر توسعه انسانی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه امام صادق علیه‌السلام.

بتواند استراتژی‌های رقابتی تهاجمی را تدوین کند، برای اجرای موفقیت آمیز استراتژی احتمالاً باید بعد Bo, L وزنه بالایی داشته باشند.

۹) احتمالاً بتوان متغیر جدیدی زیر عنوان سرمایه اجتماعی به متغیرهای محتوایی، اضافه کرد. به این معنی که برای پیشنهاد یک ساختار برای یک سازمان بایستی حداقل سرمایه اجتماعی در بعد داخلی (L, Bo) مورد سنجش قرار گیرد. مثلاً اگر بعد Bo در یک سازمان ضعیف باشد احتمالاً ساختار وظیفه‌ای کارسازتر باشد.

۱۰) هنوز الگوی مشخصی که کمی بوده و قابلیت کاربرد داشته باشد برای سنجش دقیق سرمایه اجتماعی وجود ندارد و تحقیقات پیمایشی به نظر می‌رسد بیشترین کاربرد را داشته باشند.

پیشنهادات برای تحقیقات آتی

در این قسمت با توجه به استنباط‌هایی که از این مطالعه به دست آمد و با اثرپذیری از زمینه تحصیلی نگارندگان مقاله پیشنهاداتی در ۶ بند ارائه می‌شود.

- ۱) بررسی اثرات شدت و ضعف ابعاد سرمایه اجتماعی در موفقیت تدوین، اجرا و ارزیابی استراتژی
- ۲) بررسی رابطه بین شدت و ضعف ابعاد سرمایه اجتماعی و انتخاب نوع استراتژی
- ۳) بررسی رابطه بین شدت و ضعف ابعاد سرمایه اجتماعی و انتخاب ساختار سازمانی
- ۴) ارائه مدل کمی بر اساس شدت و ضعف ابعاد سرمایه اجتماعی در انتخاب ساختار سازمانی
- ۵) سنجش سرمایه اجتماعی در جامعه ایران با الگوی تحقیقات پیمایشی
- ۶) بررسی رابطه ابعاد داخلی و بیرونی سرمایه اجتماعی با تئوری ذینفعان و نهادینگی سازمان

- Regional Economic Growth ,P4, Faculty Of Economics , Tilburg University, Warandelaan 2, o. o. Box 90153, 5000 LE Tilburg .
- 26) Gary Banks (2003), Social Capital: Reviewing the Concept and its Policy Implications, Research Paper, Ausinfo, Canberra, first edition .
- 27) Liu Jing, Culture and Knowledge Transfer: Theoretical Considerations, J. Service & Management, 2010, 3: 159-164 .
- 28) Marshall, Alfred, 1919. Industry and trade. London: Macmillan.
- 29) Burt, R. S. 1992. Structural holes: The social structure of competition. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- 30) Sztompka, Piotr. 1996 "Trust and Emerging Democracy". International Sociology 11 (1): 37-62 .
- 31) Bourdieu, P. 1985. The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), Handbook of theory and research for the sociology of education: 241-58. N. Y. : Greenwood
- 32) Portes, A. , & Landolt, P. 1998. The downside of social capital. The American Prospect, 94 (May-June): 18-21.
- 10) Montgomery John D (2000) , Social Capital as a Policy Resource, Kluwer Academic Publisher, Volume 33, Nos. 3&4 .
- 11) Swidler Ann (1986) , Culture in Action: Symbols and strategies, American Sociological Review, sVol. 51, No. 2 (Apr. , 1986) , pp. 273-286 .
- 12) Fukuyama Francis (2002) , Social Capital and Development : The Coming Agenda, SAIS Review Vol. XXII no. 1 .
- 13) Lin Non, Bunnie H. Ericson (2008), Social Capital; an international research Program, Oxford University Press, First Edition .
- 14) Roethlisberger, F. J., & Dickson, W. J. 1939. Management and the worker. Cambridge, Mass: Harvard University Press
- 15) Macaulay, Stuart. 1963. Non-contractual relations in business: A preliminary study. American Sociological Review, 28: 53-67.
- 16) Burt, R. S. 1992. Structural holes: The social structure of competition. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- 17) Lin, N. 1998. Building a network theory of social capital. Dept. of Sociology, Duke University.
- 18) Fukuyama, 1999 "Social Capital and Civil Society" The Institute of Public Policy George Mason University.
- 19) Coleman, J. S. 1998. Social capital in the creation of human capital. American Journal of Sociology, 94: S95-S120.
- 20) Putnam, R. D. 1995. Bowling alone: America's declining social capital. Journal of Democracy, 6: 65-78.
- 21) World Bank (1999) "Social Intermediation Study Field Research Guide: Exploring The Relationship Between Social Capital Microfinance".
- 22) OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) (2001b) the Well-being of Nations: the role of human and social capital, OECD, Paris.
- 23) Putnam, R. D. 1993. Making democracy work: civic traditions in modern Italy. Princeton: Princeton University Press.
- 24) Smircich, Linda (1983), Concepts Of Culture and Organizational Analysis, Administrative Science Quarterly, Vol. 28, No. 3, Organizational Culture (Sep. , 1983), PP. 339-358 .
- 25) Beugelsdijk Sjoerd and Schaik Ton Van (2001), The Netherlands Social Capital and

یادداشت‌ها

- ¹ Roethlisberger & Dickson
² Marshall
³ Industrial districts
⁴ Macaulay
⁵ Competitive rivalry
⁶ Burt; Lin
⁷ Ego centric variant
⁸ Fukuyama
⁹ Sciocentric
¹⁰ Coleman
¹¹ Putnam
¹² Boudieu, 1992
¹³ Burt, 1992
¹⁴ Portes, 1996
¹⁵ Putnam
¹⁶ Coleman
¹⁷ Line
¹⁸ Bounding
¹⁹ Bridging
²⁰ Linkage
²¹ Cronbach Alpha coefficient
²² Hair