

---

## شبکه‌های اجتماعی؛ بستر ارتقای سرمایه اجتماعی

---

مهدی اختر محقق<sup>۱</sup>، علی ربیعی<sup>۲</sup> و علی اکبر فرهنگی<sup>۳</sup>

### چکیده

یکی از مهمترین و پرکاربردترین مفاهیم در حوزه فضای وب شبکه‌های اجتماعی است این شبکه‌ها تنوع زیادی دارند، کارکرد و خدمات آنها به سرعت در حال تغییر و تحول است. طیف وسیعی از افراد جامعه فارغ از قشری‌بندی‌های اجتماعی در این شبکه‌ها عضویت دارند و به طور روزمره نیازها و خدمات مورد نیاز خود در این شبکه‌ها دریافت می‌کنند. سرمایه اجتماعی را می‌توان از مهم‌ترین عوامل توسعه رشد و ارتقای هر جامعه‌ای در ابعاد اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی دانست و به همین دلیل دانشمندان حوزه‌های گوناگون به بررسی ابعاد و روش‌های توسعه سرمایه اجتماعی می‌پردازند. با بالا رفتن ضریب نفوذ اینترنت به میزان ۷۰ درصد و همچنین کاربران شبکه‌های اجتماعی به میزان ۸۰ درصد در میان کسانی که به اینترنت دسترسی دارند این امر نشانگر تأثیر این شبکه‌ها بر فرهنگ و رفتار کاربران می‌باشد. شبکه‌های اجتماعی بستر تسهیل‌کننده ارتباطات میان فردی و به عنوان بستری جهت تعامل و گفت‌وگوی اجتماعی شناخته می‌شود و علی‌رغم داشتن معایب می‌تواند به نشر و ارتقای ابعاد سرمایه اجتماعی کمک کند. پرسش اساسی در این موضوع این است که چگونه می‌توان از مجرای شبکه‌های اجتماعی برای ارتقاء سرمایه اجتماعی بهره جست؟ جهت پاسخ به این پرسش ابتدا باید مولفه‌ها و شاخص‌های سرمایه اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی شناسایی شوند تا بتوان بر اساس این یافته‌ها به الگویی جهت ارتقاء سرمایه اجتماعی از طریق شبکه‌های اجتماعی بر مبنای الگوی ارتباطات میان فردی اثر بخش دست یافت.

**واژه‌های کلیدی:** سرمایه اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی، ارتباط میان فردی اثر بخش، گفت‌وگو

---

<sup>۱</sup> گروه مدیریت رسانه‌ای، واحد بین‌المللی کیش، دانشگاه آزاداسلامی، جزیره کیش، ایران.

(m.mohagheghi@iaukishint.ac.ir)

<sup>۲</sup> گروه ارتباطات و مدیریت رسانه، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران (نویسنده مسئول) alirabiee@pnu.ac.ir

<sup>۳</sup> گروه مدیریت رسانه، دانشگاه تهران، تهران، ایران afarhanghi@ut.ac.ir

## مقدمه

سرمایه اجتماعی مفهومی چند بُعدی است و پژوهشگران برای توضیح طیف وسیعی از فرآیندهای فرهنگی و اقتصادی و سیاسی آن را به کار می‌گیرند. این سرمایه دارای ابعاد گوناگونی چون اعتماد اجتماعی، همبستگی اجتماعی، مشارکت اجتماعی و هنجارهای اجتماعی است، تعاریف گوناگونی در خصوص ابعاد سرمایه اجتماعی وجود دارد.

امروزه سرمایه اجتماعی نقشی بسیار مهم‌تر از سرمایه فیزیکی و انسانی در سازمان‌ها و جوامع ایفا می‌کند و شبکه‌های روابط جمعی و گروهی انسجام بخشی میان انسان‌ها، سازمان‌ها و انسان‌ها و سازمان‌ها با یکدیگر را فراهم می‌نماید در غیاب سرمایه اجتماعی سایر سرمایه‌ها اثربخشی خود را از دست می‌دهند و بدون آن پیمودن راه‌های توسعه و تکامل فرهنگی و اقتصادی ناهموار و دشوار می‌شود (واین، ۱۳۸۳: ص ۹)

سرمایه اجتماعی از مفاهیم نوینی است که امروزه در بررسی‌های اقتصادی و اجتماعی جوامع مدرن مطرح گردیده است. از سرمایه اجتماعی تعاریف متعددی ارائه شده است. سرمایه اجتماعی مفهومی جدید است که از سالهای ۱۹۹۰ برای نخستین بار از سوی جامعه‌شناسان فرانسوی و آمریکائی توکویل، بوردیو، کلمن، پاتنام و... مطرح گردید. (اختر محققى و کامران، ۱۳۹۵: ص ۱۵۶).

باید این نکته را در مطالعات سرمایه اجتماعی مد نظر داشت که فارغ از تعاریف متفاوت برای سرمایه اجتماعی در حوزه‌های گوناگون، این تعاریف نقیض یکدیگر نیستند، بلکه مکمل یکدیگر محسوب می‌شوند.

سرمایه اجتماعی بر خلاف سایر سرمایه‌ها به صورت فیزیکی وجود ندارد بلکه حاصل تعاملات و هنجارهای گروهی و اجتماعی بوده و از طرف دیگر افزایش آن می‌تواند موجب پایین آمدن جدی سطح هزینه‌های اداره جامعه و نیز هزینه‌های عملیاتی سازمانها گردد. (اختر محققى، کامران و کفاشی، ۱۳۹۱: ص ۱۴۲)

برای داشتن تصویری شفاف از توزیع سرمایه اجتماعی در جامعه، نیازمند سنخ‌شناسی در خصوص سرمایه اجتماعی هستیم. به طور کلی، داده‌ها نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی در جامعه ایران در وضعیت متوسط و در برخی از بخش‌ها در وضعیت متوسط به پایین قرار دارد. از این رو، جامعه ایران برای حفظ سرمایه اجتماعی خود، نیازمند تلاش و فعالیتی است که می‌بایست در آن تمام دستگاه‌ها و مجموعه‌های خرد و کلان مشارکت و سهم داشته باشند. چرا

که در تولید سرمایه اجتماعی، تنها یک سازمان دخیل نیست بلکه همه اجزای جامعه در تولید و حفظ آن نقش دارند. (غفاری، ۱۳۹۴)

یکی از منابع سه گانه اطلاعات؛ رسانه های جمعی هستند که علاوه بر تولید اطلاعات، تفسیر و آموزش را نیز همراه آن می کند. کاهش اعتماد به بعضی نهادها، ممکن است ناشی از قدرت فزاینده رسانه ها، به عنوان منبع و تفسیر کننده اطلاعات باشد. (اختر محقق، کامران و غیاثیان، ۱۳۹۷، ص ۱۲)

استفاده از اینترنت و ابزارها و نرم افزارهای قابل اجرا در محیط وب روز به روز افزایش می یابد و وابستگی افراد نیز به آنها بیشتر می شود. مفاهیمی همچون اینترنت بانک، شبکه های اجتماعی، لایک، فوروارد پیام تا چندی پیش مفاهیمی نا آشنا بود اما امروزه به مدد گسترش تکنولوژی مفاهیمی روزمره شده اند.

در پایگاه علمی ESI آمده است که در ایران سال ۲۰۰۰ میلادی میزان کاربران اینترنت حدود ۲۵۰ هزار نفر بوده اند که در سال ۲۰۱۷ این کاربران به میزان ۵۶ میلیون و ۷۰۰ هزار نفر رسیده است. این مطلب نشان می دهد که ضریب نفوذ اینترنت و کاربرد آن در کار روزمره به شدت افزایش یافته است. و می توان بیان کرد که در سال ۲۰۰۰ میلادی تنها ۳٫۸ درصد جمعیت ایران دارای اینترنت بوده اند که این میزان در سال ۲۰۱۷ میلادی به ۷۰ درصد جمعیت رسیده است. نفوذ اینترنت در ایران از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۷ در تمامی سال ها از یک رشد خطی برخوردار بوده است، به جز در سال ۲۰۱۰ میلادی که نسبت به جمعیت سال ۲۰۰۹ حدود ۵٫۳ درصد کمتر بوده است (ضریب نفوذ اینترنت در ایران و جهان، ۱۳۹۶)

یکی از مهم ترین و تأثیرگذارترین مفاهیم در حوزه فضای وب شبکه های اجتماعی هستند، شبکه های اجتماعی امروزه تنوع زیادی دارند کارکرد و خدمات این شبکه ها به سرعت در حال تغییر و تحول است چنانچه بسیاری از نیازها و خدمات روزمره افراد در این شبکه ها عرضه می گردد و طیف وسیعی از افراد جامعه فارغ از قشر بندی های اجتماعی در این شبکه ها عضویت دارند.

هابرماس مفهوم گفت و گو را فراتر از رسیدن به تفاهم بیان می کند او می گوید: من در تلاش برای به اثبات رساندن این نکته ام که می توان پرسش های عملی را به شکل گفتمانی بررسی کرد و این امکان برای تحلیل اجتماعی - علمی وجود دارد که به طور روشمند نسبت موجود میان نظام های هنجاری و حقیقت را مورد ملاحظه قرار دهد. این پرسش هم چنان به قوت

خود باقی است که آیا در جوامع پیچیده هنوز هم تکوین انگیزه واقعا به هنجارهایی پیوند می‌خورد که مستلزم تصدیقند یا اینکه نسبت نظام‌های هنجاری با حقیقت از میان برداشته شده است. (هابرماس، ۱۳۸۰: ص ۲۴۰)

پرسش اساسی در این موضوع این است که چگونه می‌توان از مجرای شبکه‌های اجتماعی برای ارتقاء سرمایه اجتماعی بهره جست؟ جهت پاسخ به این پرسش ابتدا باید مولفه‌ها و شاخص‌های سرمایه اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی شناسایی شوند تا بتوان بر اساس تعامل و گفت‌وگو در حوزه عمومی به الگویی جهت ارتقاء سرمایه اجتماعی از طریق شبکه‌های اجتماعی بر مبنای الگوی ارتباطات میان فردی اثر بخش دست یافت.

### سرمایه اجتماعی

از نظر الوانی سرمایه اجتماعی روابط دو جانبه، تعاملات و شبکه‌هایی که در میان گروه‌های انسانی پدیدار می‌گردند و سطح اعتمادی که در میان گروه و جماعت خاصی به عنوان پیامد تعهدات و هنجارهایی پیوسته یا ساختار اجتماعی یافت می‌شود. (الوانی، ۱۳۸۳)

تاجبخش سرمایه اجتماعی را جمع منابع واقعی و یا بالقوه ای است که حاصل شبکه‌های بادوام از روابط کمابیش نهادینه شده آشنایی و شناخت متقابل یا به بیان دیگر، عضویت در یک گروه است. این شبکه هر یک از اعضای خود را از پشتیبانی سرمایه جمعی برخوردار می‌کند، و آنان را مستحق کسب اعتبار می‌سازد. این روابط ممکن است فقط در حالت عملی در مبادلات مادی و یا نمادینی که آنان را در حفظ آن روابط کمک می‌کند، وجود داشته باشد. بدین سان حجم سرمایه اجتماعی مورد تملک یک فرد به اندازه شبکه پیوندهایی بستگی دارد که او می‌تواند به طرزی مؤثر بسیج کند؛ و علاوه بر آن وابسته است به حجم سرمایه (اقتصادی، فرهنگی، یا نمادین) در تصرف کسانی که وی با آنان مرتبط است. این بدان معنی است که سرمایه اجتماعی اگرچه به سرمایه اقتصادی و فرهنگی مورد تملک یک فرد، یا حتی مورد تملک کل مجموعه عواملی که وی با آنها مرتبط است، نسبتاً تقلیل‌ناپذیر است، با این حال، هرگز از این حجم مفروض کاملاً مستقل نیست؛ چون مبادلات نهادینه ساختن شناخت متقابل، باز شناسی حداقلی از همگنی عینی را پیشاپیش ایجاد می‌کند. همچنین چون سرمایه اجتماعی بر سرمایه‌ای که او به سهم خودش در تملک دارد، اثری متکثرکننده اعمال می‌کند (تاجبخش، ۱۳۸۵: ص ۱۴۸)

پیر بوردیو<sup>۱</sup>

بوردیو معتقد است که دو رویکرد عینیت گرایی و ذهنیت گرایی دو پاره ی اصلی تفکر اجتماعی هستند و رابطه ی دیالکتیکی با یکدیگر دارند. بوردیو برای ترکیب عینیت گرایی و ذهنیت گرایی مجموعه ای بدیع از مفاهیم را وضع کرد که با مفاهیم ملکه، میدان و سرمایه استحکام یافته بود. ملکه مشخص کننده نظام و مجموعه ای از خوی و خصلت های ماندگار و قابل جابجایی است که از طریق آن ادراک و داوری کرده و در جهان پیرامون خود عمل می کنیم. حوزه های گوناگون و متفاوت زندگی، هنر، علم، دین، اقتصاد، سیاست و ... ، مدل های کوچک متمایزی از قاعده ها، مقررات و اشکال قدرت را شکل می دهد که بوردیو آن را میدان می نامد. میدان فضای ساخت مندی از جایگاه هاست. میدان قدرتی است که تصمیمات مشخص خود را بر کسانی که وارد آن می شوند تحمیل می کنند. سرمایه هر گونه خاستگاه و سرچشمه در عرصه ی اجتماعی است که در توانایی فرد برای بهره مندی از منافع خاصی که در این صحنه حاصل می گردد مؤثر واقع شود. سرمایه اساساً به چند صورت دیده می شود: سرمایه اقتصادی (دارایی مالی و مادی)، سرمایه فرهنگی (کالا، مهارتها و عناوین نمادین کمیاب)، سرمایه نمادین (صفات اخلاقی که به افراد خاصی داده می شود) و سرمایه اجتماعی (منابعی که به صرف عضویت در گروه به فرد تعلق می گیرد). بررسی و تحلیل ساختارهای عینی از بررسی و تحلیل پیدایش ساختارهای ذهنی در درون فرد زیستی که خود تا حدودی محصول درونی شدن ساختارهای اجتماعی است و نیز از تحلیل و بررسی پیدایش خود این ساختارها، تفکیک ناپذیر است. (استونز، ۱۳۷۹: ص ۳۳۴-۳۳۷)

کاربرد سرمایه اجتماعی در نزد بوردیو بر این درک استوار است که افراد چگونه با سرمایه گذاری بر روابط گروهی، وضعیت اقتصادی خود را در یک فضای اجتماعی سلسله مراتبی (جامعه سرمایه داری) بهبود می بخشند. از این جهت می توان رویکرد او را ابزاری، فردگرا و متأثر از تئوری سرمایه مارکس و بیشتر تضادگرا تلقی کرد. (توسلی و موسوی، ۱۳۸۴: ص ۱۰)

از نظر بوردیو مقدار سرمایه اجتماعی در تملک هر عامل اجتماعی به دو امر وابسته است: ۱. اندازه شبکه ارتباطاتی که عامل اجتماعی به خوبی بتواند آنها را بسیج نماید. ۲. مقدار سرمایه (اقتصادی، فرهنگی، نمادی) هر یک از کسانی که عامل اجتماعی با آنها در ارتباط است. او با تصریح تفاوت میان سرمایه اجتماعی با سایر انواع سرمایه چنین می نویسد: «اگرچه سرمایه

<sup>۱</sup> Bourdieu , Pierre

اجتماعی به سرمایه اقتصادی و فرهنگی در تملک هر یک از عاملان، یا حتی مجموعه کامل عاملانی که با فرد در ارتباط هستند قابل تقلیل نیست، با این حال هرگز بطور کامل از آن مستقل نمی‌باشد. به اعتقاد بورديو سرمایه اجتماعی به عنوان شبکه‌های از روابط، یک ودیعه طبیعی یا حتی یک ودیعه اجتماعی نیست بلکه چیزی است که در طول زمان برای کسب آن باید تلاش کرد. به عبارت دیگر، سرمایه اجتماعی محصول نوعی سرمایه‌گذاری فردی یا جمعی، آگاهانه یا ناخودآگاه است که هدفش تثبیت یا بازتولید روابط اجتماعی است که مستقیماً در کوتاه یا بلندمدت قابل استفاده هستند. (تاج‌الدین، ۱۳۹۷)

### نان لین<sup>۱</sup>

نان لین منابع نهفته و موقعیت‌های شبکه‌های را دو عنصر مفهومی سرمایه اجتماعی قلمداد می‌کند. لین سرمایه اقتصادی و سرمایه انسانی را شکل‌های شخصی سرمایه می‌نامد، حال آن‌که برای سرمایه اجتماعی عنوان «دارایی ارتباطی» را به کار می‌برد. سرمایه‌گذاری در این شکل سرمایه نه بر روی فرد بلکه بر روی روابط صورت می‌گیرد. (لین، ۲۰۰۱: ص ۲۰)

او معتقد است که اغلب اوقات کنش‌های ابزاری و کنش‌های اظهاری یکدیگر را تقویت می‌کنند. لین در مقایسه سرمایه اجتماعی با اشکال دیگر سرمایه، سرمایه اقتصادی و سرمایه انسانی را شکل‌های شخصی سرمایه می‌نامد. حال آنکه برای سرمایه اجتماعی عنوان دارایی ارتباطی را به کار می‌برد. در کل همان گونه که ملاحظه می‌شود، مباحث لین صرفاً بر منافع فردی سرمایه اجتماعی متمرکز است و سرمایه اجتماعی را در درجه اول امری فردی می‌داند که افراد با انگیزه کسب سود برای خود اقدام به سرمایه‌گذاری در روابط اجتماعی می‌نمایند. (میرمحمد رضایی، ۱۳۹۱)

لین با طرح نظریه منابع اجتماعی (۱۹۸۲) مطرح نمود که دستیابی به منابع اجتماعی و استفاده از آنها می‌تواند به موقعیت‌های اجتماعی - اقتصادی بهتر منجر شود. لذا او در سال‌های اخیر مفهوم سرمایه اجتماعی را به عنوان منابع نهفته در ساختار اجتماعی مطرح کرد که با کنش‌های هدفمند قابل دسترسی می‌باشد. از نظر لین منابع ارزشمند در اکثر جوامع ثروت، قدرت و پایگاه اجتماعی می‌باشد و لذا سرمایه اجتماعی افراد را بر حسب میزان یا تنوع

<sup>۱</sup> lin , nan

ویژگی های دیگری که فرد با آنها پیوندهای مستقیم و غیرمستقیم دارد قابل سنجش می داند. (توسلی، ۱۳۸۴: ص ۱۰)

### جیمز کلمن<sup>۱</sup>

جیمز کلمن سرمایه اجتماعی را این گونه تعریف می کند: سرمایه اجتماعی شی واحد نیست، بلکه انواع چیزهای گوناگونی است که دو ویژگی مشترک دارند: همه آنها شامل جنبه ای از یک ساخت اجتماعی هستند، و کنش های معین افرادی را که در درون ساختار هستند تسهیل می کنند. سرمایه اجتماعی، مانند شکل های دیگر سرمایه مولد است و دستیابی به هدف های معینی را که در نبودن آن دست یافتنی نخواهد بود امکان پذیر می سازد. (کلمن، ۱۳۷۷: ص ۴۶۲)

سرمایه اجتماعی در مباحث کلمن به گونه ای متفاوت از نظرات بورديو و نان لین می باشد. به اعتقاد او سرمایه اجتماعی بخشی از ساختار اجتماعی است که به کنشگر اجازه می دهد تا با استفاده از آن به منافع خود دست یابد. کلمن به جای تعریف سرمایه اجتماعی برحسب ماهیت و محتوی به کارکرد آن توجه دارد و دو ویژگی را برای آن نام می برد: ۱- همه آنها شامل جنبه ای از یک ساخت اجتماعی هستند. ۲- کنشهای معین افرادی را که در درون ساختار هستند اعم از اشخاص حقیقی یا عاملان حقوقی، در تعاریف فوق، تأکید کلمن بر منافع فردی سرمایه اجتماعی، متأثر از به کارگیری نظریه انتخاب عقلانی در تبیین رفتار است. او می گوید: من از مفهوم عقلانیت در اقتصاد استفاده می نمایم یعنی اینکه کنشگر، کنشی را انتخاب می کند که حداکثر فایده را نصیب او سازد. (میرمحمد رضایی، ۱۳۹۱)

### رابرت پاتنام<sup>۲</sup>

پاتنام سرمایه اجتماعی را مجموعه ای از مفاهیمی مانند اعتماد، هنجارها و شبکه ها می داند که موجب ایجاد ارتباط و مشارکت اعضای یک اجتماع شده و در نهایت منافع متقابل آنان را تامین خواهد کرد. از نظر وی اعتماد و ارتباط متقابل اعضا در شبکه منابعی هستند که در کنش های اعضا جامعه موجود است. وی سرمایه اجتماعی را وسیله ای برای رسیدن به توسعه

<sup>۱</sup> Coleman , Jamess

<sup>۲</sup> Putnam , Robert

سیاسی و اجتماعی در سیستم های مختلف سیاسی می دانست. اعتماد میان مردم و دولتمردان و نخبگان سیاسی، موجب توسعه سیاسی می شود. بنابراین اعتماد منبع با ارزشی از سرمایه محسوب می شود که اگر در حکومتی به میزان زیاد اعتماد وجود داشته باشد به همان میزان رشد سیاسی و توسعه اجتماعی بیشتر خواهد شد. وی اعتقاد دارد که سرمایه اجتماعی وجوه گوناگون سازمان اجتماعی، نظیر اعتماد، هنجارها و شبکه ها است که می توانند با تسهیل اقدامات هماهنگ کارایی جامعه را بهبود بخشند. (پاتنام، ۱۳۸۰: ص ۲۸۵)

او مفهوم سرمایه اجتماعی را در مقیاسی متفاوت از بورديو، لین، کلمن بکار می برد اگرچه تعریف او از مفهوم سرمایه اجتماعی مستقلاً تحت تأثیر کلمن می باشد. او سرمایه اجتماعی را فراتر از سطح فردی به کار می گیرد و به چگونگی کارکرد سرمایه اجتماعی در سطح منطقه ای، ملی و نوع تأثیرات سرمایه اجتماعی بر نهادهای دموکراتیک و در نهایت توسعه اقتصادی علاقه مند است. او سه مؤلفه را به عنوان ویژگی سازمان اجتماعی نام می برد: شبکه، هنجارهای همیاری، اعتماد. الف) شبکه ها: او مانند دیگر نظریه پردازان سرمایه اجتماعی، روابط اجتماعی افراد و تعاملات آنان با یکدیگر را بنیادی ترین جزء سرمایه اجتماعی معرفی می کند و شبکه ها را به عنوان خاستگاه دو مولف دیگر سرمایه اجتماعی یعنی هنجارهای اعتماد و همیاری مطرح می سازد. (میرمحمد رضایی، ۱۳۹۱)

### فرانسیس فوکویاما<sup>۱</sup>

از نظر فوکویاما سرمایه اجتماعی مجموعه هنجارهای موجود در سیستم های اجتماعی هستند که موجب ارتقاء سطح همکاری اعضای آن جامعه گردیده و موجب پایین آمدن سطح هزینه های مبادلات و ارتباطات می گردد. (فوکویاما، ۱۳۷۹: ص ۱۷)

هر مجموعه ای از هنجارهای جا افتاده، سرمایه اجتماعی را تشکیل نمی دهد، بلکه آنها باید به همکاری در گروه ها منجر شوند و با ارزشهای معنوی سنتی همچون صداقت، پایبندی به تعهدات، وظیفه شناسی، رابطه متقابل و نظیر آن مرتبط باشند. سرمایه اجتماعی را به سادگی می توان به عنوان وجود مجموعه معینی از هنجارها یا ارزشهای غیر رسمی تعریف کرد که اعضای گروهی که همکاری و تعاون میانشان مجاز است، در آن سهیم هستند. مشارکت در ارزشها و هنجارها به خودی خود باعث تولید سرمایه اجتماعی نمی گردد، چرا که این ارزشها

<sup>۱</sup> Fukuyama, Francis



ممکن است ارزشهای منفی باشد. به طور مثال جنوب ایتالیا به عنوان منطقه بی بهره از سرمایه اجتماعی عمومیت یافته و اعتماد متقابل شناخته شده، اما این بدان معنا نیست که در آنجا هنجارهای اجتماعی قوی و استواری وجود ندارد. (اشاره بر هنجارهای گروه مافیا) بلکه هنجارهای موجود به ارتقای همکاری اجتماعی کمکی نخواهد کرد. شواهد و دلایل فراوانی ثابت کرده است که این امر هم برای دولت و هم توسعه اقتصادی نتایج منفی به بار آورده است. (فوکویاما، ۱۳۷۹: ص ۱۱)

فوکویاما فرض را بر این می گذارد که چون سرمایه اجتماعی وجود هنجارهای رفتاری مبتنی بر تشریک مساعی را منعکس می کند، انحرافات اجتماعی بالفعل نیز بازتاب نبود سرمایه اجتماعی خواهد بود. اطلاعات آماری انحرافات اجتماعی گرچه به ندرت بی اشکال است اما در سطح مقایسه پذیری فراوان و قابل استفاده هستند. او با استفاده از این روش و شاخص های مذکور اطلاعات و آمار موجود از دهه ۵۰ تا دهه ۹۰ آمریکا رادر مقایسه با چند کشور صنعتی مورد مطالعه قرار داد. (اختر محقی، ۱۳۸۵: ص ۵۸)

### شبکه اجتماعی

در سال ۱۹۸۹، جنبشی در جهت تبدیل اطلاعات کاغذی به اطلاعات الکترونیکی آغاز شد که از آن تحت عنوان وب ۱، یاد می کنند. حاصل این جنبش، میلیونها صفحه وبی است که هم اکنون در اینترنت، حاوی اطلاعات مختلف است.

اغلب خصوصیات وب ۱، در نسل های بعدی وب، منسوخ شدند. مشکل بزرگ وب ۱، ایجاد افزونگی و انبوهی داده بود. فرایند دیجیتالی شدن با سرعت زیادی انجام می شد و حاصل آن، اطلاعاتی انبوه، گسسته و بدون هیچ نظم و ترتیب و قانون خاصی بود که در فضای وب ذخیره می شد. این موضوع، متخصصین وب را بر آن داشت تا ایده نرم افزارهای مبتنی بر وب را در ذهن بگذرانند. این ایده تبیین گر وب نسل ۲. بود نرم افزارهای مبتنی بر وب. وب ۲، محیط وب را از صفحات ساده، تبدیل به دنیایی کردند که امکان ارتباطات فردی و کارهای گروهی در آن فراهم شد. این بستر، محیط مناسبی برای ایجاد شبکه های اجتماعی بود. در ۲ وب، کاربران بدون نیاز به نصب نرم افزار بر روی رایانه شخصی خود می توانند از هر جایی، به امکانات نرم افزاری دلخواه خود، دسترسی داشته باشند. پیروی از استانداردهای طراحی وب، امنیت بیشتر و ارتباط نزدیک

تر کاربران با یکدیگر از خصوصیات وب ۲ بوده که مدیون پیشرفت تکنولوژی در زمینه شبکه‌های رایانه‌ای است در حالی که وب ۱، تبیین‌گر جریان یک طرفه‌ای از اطلاعات، با محتوای فقط خواندنی بود؛ ۲ وب مدلی غیرمتمرکز بر محتوای وب گاه و عملکرد پایین به بالا ایجاد کرد؛ به طوری که خود کاربران، تولیدکننده بخش عظیمی از اطلاعات هستند. در وب ۱، وبگاهی شخصی دارای چند صفحه ایستا، یک وب گاه معمولی به شمار می‌آمد. همین رویکرد در ۲ وب، به شکل شبکه‌های اجتماعی مطرح می‌شود که هر کاربر پستها و نظرات مربوط به خود را بیان می‌دارد و سایر کاربران نظرات خود را ابراز می‌کنند. (پوری، ۱۳۹۲: ص ۲۴)

شبکه‌های اجتماعی مجازی، به دلیل خصلت افقی بودنشان از عدم رهبری رنج می‌برند و نیروی هدایت‌کننده در آنها وجود ندارد. هر یک از اعضای شبکه ممکن است بر اساس نظر و دیدگاه شخصی‌اش عمل کند یا اینکه به رفتار دیگران رجوع کند و از آن الگوبرداری کند. نکته مهم دیگر که باید بدان توجه داشت این است که رهبری شبکه‌های اجتماعی به صورت تمرکز گزایی کلاسیک نیست و ارتباط و تأثیرگذاری بالا به پایین در آن وجود ندارد. (پوری، ۱۳۹۲: ص ۳۱)

### شبکه‌های اجتماعی به مثابه شبکه‌ای از ارتباطات انسانی<sup>۱</sup>

شبکه‌های اجتماعی ساختار روابط میان افراد (یا سازمان‌ها و نهادها) هستند که به وسیله یک یا چند ویژگی مشترک مانند دوستی، خویشاوندی، منافع مشترک و اعتقادات به یکدیگر متصل یا به اصطلاح گره‌خورده‌اند. به بیان ساده‌تر یک شبکه اجتماعی نقشه روابط افراد مورد مطالعه را نشان می‌دهد. (واسرمن و فاوست،<sup>۲</sup> ۱۹۹۴: ص ۲)

شبکه‌های اجتماعی ساختارهایی اجتماعی‌اند که از گروه‌های عموماً فردی یا سازمانی تشکیل شده، و بر اساس وابستگی‌ها و علایق گوناگون به هم متصل هستند. پیشرفت فناوری اطلاعات و ارتباطات، افزون بر ابزارهای برقراری ارتباط، آنچه سبب شده چنین شبکه‌هایی از موقعیت خوبی برخوردار شوند، رنگ و بوی اجتماعی آنهاست؛ چرا که انسان موجودی اجتماعی است. (شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، ۱۳۸۹)

شبکه‌ها شامل گروه‌هایی هستند که از طریق بندهای ارتباطی به یکدیگر مرتبط می‌شوند

<sup>۱</sup> Social Networks

<sup>۲</sup> Wasserman & Faust

درست همان طور که روابط و گروه‌ها از طریق تعامل ساختاربندی می‌شوند، شبکه‌ها نیز به هم پیوسته‌اند. هر شبکه با انتقال اطلاعات فردی از گروهی به گروهی دیگر ایجاد می‌شود. (لیتل جان، ۱۳۸۴: ص ۱۴۳)

به تعبیر امانوئل کاستلز فناوری‌های نوین اطلاعات، نقاط دور عالم را در شبکه‌های جهانی به همدیگر پیوند می‌دهند، ارتباطات رایانه‌ای مجموعه‌ای از جوامع مجازی را به وجود می‌آورند و در نتیجه آن همه ساختارها و فرایندهای مادی و معنوی بشری دگرگون می‌شوند. (کاستلز، ۱۳۸۰، ص. ۴۸)

### شبکه اجتماعی به مثابه سرویس‌های شبکه‌های اجتماعی<sup>۱</sup>

در دنیای مدرن، یکی از تکنولوژی‌هایی که دارای شبکه‌های اجتماعی مجازی گوناگون است، اینترنت است. اینترنت جریانی وسیع و در حال رشد است که در دسترس شبکه‌های ارتباطی کامپیوتری قرار دارد. کاربرد گسترده اینترنت در سطح جهان، ارتباطات از مجرای کامپیوتر را تا این حد آسان کرده که مزیت‌های همه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات از گذشته در ویژگی‌های اینترنت خلاصه می‌شوند. (لی و لی،<sup>۲</sup> ۲۰۱۰: ص ۵)

محققان اظهار می‌کنند که استفاده از اینترنت روابط میان افراد را با تکنولوژی‌های پیشرفته بهبود می‌بخشد و شبکه‌های ارتباط اجتماعی را قویتر می‌کند. جامعه می‌تواند از اطلاعات توزیع شده به صورت آنلاین بهره ببرد و اینکه این اطلاعات جامعه را بیشتر مؤثر و متصل می‌کند. (ولمن، هاس و هامپتون،<sup>۳</sup> ۲۰۰۱: ص ۳)

### شبکه اجتماعی به مثابه سرویس‌های دیجیتال ایجاد و توسعه شبکه‌های اجتماعی<sup>۴</sup>

گسترش این شبکه‌های نوین اجتماعی، فضای مناسبی برای بیان هویت گروه‌های پراکنده فراهم آورده است. اکنون این اجتماعات این امکان را یافته‌اند که به مدد ارتباطات، هویت جمعی خود را به نوعی تقویت کنند. این امر به خصوص در کشور ما که دارای وسعت سرزمینی فراوان و تنوع قومیتی گوناگون است، می‌تواند مورد توجه قرار گیرد تا از طریق این شبکه‌های

<sup>۱</sup> Social networking services

<sup>۲</sup> Lee & Lee

<sup>۳</sup> Wellman, Haase, & Hampton

<sup>۴</sup> Digital social networking services

اجتماعی، امکان تبادل فرهنگی میسرتر گردد. از مزیت های شبکه های اجتماعی، امکان انتقال سریع اطلاعات در آنها است. همچنین این امکان مردم را قادر می سازد که در حین هر کاری، از اطلاعات باخبر گردند. افزون بر این، کاربران در هزاران گروه و شبکه اجتماعی می توانند به راحتی موضوعات مورد علاقه و تخصصی خود را پیدا کنند و در آنها عضو شوند. به نوعی رسانه در این جا در خدمت مخاطب و در تعامل دقیق با وی قرار دارد. همچنین از منظر اقتصادی، شبکه های اجتماعی قادر به ایجاد پول هستند. این کار از طریق حق عضویت یا تبلیغات و همچنین ایجاد رابطه مستقیم بین خریدار و فروشنده امکان پذیر خواهد بود. امروزه، نزدیک به ۲ میلیارد نفر حداقل عضو یک شبکه اجتماعی هستند. (واحدی فرد، ۱۳۹۲)

### ارتباط میان فردی اثربخش

روابط میان فردی فرآیندی است که در آن یک فرد اطلاعات و احساسات خود را از طریق پیام های کلامی و غیرکلامی به یک فرد یا افراد دیگر می رساند. روابط میان فردی یک تعامل گزینشی، نظام مند، منحصر به فرد و رو به پیشرفت است که موجب خلق معانی مشترک بین گیرنده و فرستنده می شود. (کربلایی اسماعیلی، انوری و قدسی، ۱۳۸۵)

ارتباط میان فردی بر ارتباط رو در روی دو نفر دلالت دارد منطقی ارتباط از طریق تلفن یا ایمیل را نیز می توان در این مقوله گنجاند اما امروزه این اشکال را تحت عنوان جدیدی یعنی ارتباط شبکه ای بررسی می کنند در بررسی ارتباط بینا فردی ما می خواهیم بدانیم وقتی افراد در مسیر معمول رخدادها با هم مواجه می شوند چه اتفاقی می افتد ارتباطی که محقق می شود به عوامل زیادی بستگی دارد که در میان که در آن میان مهم ترین شان عوامل زیر هستند

۱- افراد دخیل.

۲- موقعیت یا بافت.

۳- رمزگان یا رمزگان های مورد استفاده. (گیل و ادمز، ۱۳۸۴: ص ۲۵-۲۶)

ارتباطات میان فردی همچون رفتارهای دیگر انسانی می تواند بسیار اثربخش، بسیار غیر اثربخش یا در میان آنها باشد. توجه به این طیف قابل ملاحظه در ارتباطات می تواند بسیاری از دشواریهای ارتباطی را در مد نظر قرار دهد و به حل آنها منجر شود. هیچ رفتار متقابل انسانی نمی تواند کاملاً موفقیت آمیز و یا کاملاً توأم با شکست و ناکامی باشد. این رفتار می تواند به سوی

بهبود گرایش پیدا کند و گاه در مقابل، احتمال بدتر شدن و تخریب آن نیز وجود دارد. (فرهنگی، ۱۳۷۳: ص ۱۱)

### حوزه عمومی

از نظر هابرماس، برای رسیدن به وفاق اجتماعی به حوزه عمومی نیاز داریم؛ حوزه ای که در آن انسان‌ها بتوانند آزادانه، خردمندانه و دور از هر نوع سلطه (زر، زور و تزویر) به گفت‌وگو بپردازند و در روابط خود تصمیم‌گیری کنند. او معتقد است حوزه عمومی، حوزه ای است که دنیای سرمایه داری از آن برای از بین بردن فنودالیسم استفاده کرد. به عبارت دیگر، حوزه عمومی در شرایط آرمانی، قلمرویی از حیات اجتماعی است که تبادل اطلاعات و عقاید درباره مسائل مورد توجه و حساس عمومی و در نتیجه شکل‌گیری افکار عمومی در زمینه‌های مختلف در آن حوزه انجام می‌پذیرد. وقتی شهروندان حق گردهمایی و اجتماع با همدیگر را داشته باشند و در مورد موضوعات روز و مسائل سیاسی به گفت‌وگو بپردازند، حوزه عمومی شکل می‌گیرد. (نظام بهرامی، ۱۳۸۱)

پساختار گستره همگانی مجموع های است از شرایط اجتماعی برای ایجاد و ارتقاء خواست دمکراتیک از نظر سیاسی ... سیاستگذاری عقلانی بدون مشارکت دمکراتیک مردم قابل اجرا نیست؛ برای چنین مشارکتی شرکت در انتخابات آزاد سیاسی لازم است، ولی کافی نیست. دستیابی به چنین مشارکتی باید از طریق فرآیندهای تصمیم‌گیری نهادی شده صورت پذیرد. اینگونه فرآیندها باید جزئی جدایی ناپذیر از فضای عمومی اجتماع باشند و درعین حال قابلیت دریافت امواج روابط سیاسی را نیز داشته باشند. ولی آراء عمومی خود باید با استفاده از گفت و گو و تبادل نظر ساخته شوند تا بتوانند نفوذی عقلانی بر سیاست داشته باشند؛ پس باید دارای گستره همگانی سیاسی‌ای باشیم که ساختاری بازدارنده نداشته باشد. (جهانبگلو، ۱۳۷۴: ص ۱۲۸)

با در نظر گرفتن توجه زیاد هابرماس به ارتباطات، شگفت‌انگیز نیست که او به ویژه به تمرکز قدرت رسانه‌ها در دست نخبگان سیاسی و اقتصادی علاقمند بود. شرکت‌های بزرگ ترکیبی رسانه‌های همگانی ظهور کرده‌اند تا صدای مخالف را خفه و از عرصه بیرون کنند. این شرکت‌های بزرگ از قدرت سیاسی مستقل نیستند و برعکس، توجیه‌گر و مدافع آن نیز هستند. نتیجه این است که بحث واقعی عمومی جای خود را به تبلیغات و روابط عمومی داده است. آن

چه برای ما باقی مانده قرائت ساختگی بحث عمومی در یک حوزه عمومی ساختگی است. (کیویستو، ۱۳۷۸: ص ۱۱۳)

در این معنا حوزه عمومی اغلب به شیوه زیستی دموکراتیک آحاد یک جامعه اشاره دارد. برخی دیگر معانی مدرن آن را مد نظر دارند و به حلقه اتصال میان حوزه شخصی و حوزه سیاسی اشاره می‌کنند. (معینی علمداری، ۱۳۸۱: ص ۲۴۹)

از آنجا که هابرماس تفاهم در همکنشی‌ها را پایه بحث‌های خود قرار داده، طبیعی است که به معنا و زبان اهمیت بسیاری دهد. مگر به غیر از این است که لازمه درک متقابل من و شما در خصوص این متن، داشتن زبان و مفاهیمی مشترک است؟ بنابراین در جزئی‌ترین همکنشی‌هایی که نیاز به توافق طرفین وجود داشته باشد، وجود مفاهیم و زبان مشترک امری ضروری است؛ به عنوان مثال زمانی که قرار است در مورد نظافت کوچه با همسایه‌ها جلسه‌ای محلی ترتیب دهیم، واضح است که به هیچ وجه نمی‌توانیم بدون داشتن حیطه زبانی و معانی مشترک به توافقی جمعی رسیم. اصلاً حضور هریک از ما به این منظور در جلسه، خود شاهدهی است بر تصدیق این مسئله؛ که اگر آن زبان و معانی و فهم مشترک را نداشتیم، محال بود بتوانیم در وهله اول دعوت به جلسه را متوجه شویم، چه رسد به اینکه با مضمون و یا فراخوان آن احساس همدلی داشته باشیم. (طبی مسرور، ۱۳۹۵: ص ۸۰)

صرف‌نظر از انتقادات و نقدهایی که بر نظریه حوزه عمومی هابرماس شده است، امروزه عده‌ای معتقدند که فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی و به‌ویژه اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توانند حوزه عمومی را مجدداً در تاریخ احیا کنند و به شکل‌گیری حوزه عمومی مجازی منجر بشوند. در حالت خوش‌بینانه، اگر مولفه‌های اساسی حوزه عمومی را گفت‌وگو، افکار عمومی و کنش بدانی، اینترنت بستر مناسبی برای ظهور و تجلی هر یک از اینهاست. شهروندان می‌توانند از طریق اینترنت به گفت‌وگو و تعامل پیرامون مسائل و موضوعات مورد علاقه بپردازند و از این طریق افکار عمومی به‌عنوان صدای مردم شکل بگیرد و هر یک می‌توانند در مخالفت یا موافقت با یک مسئله و موضوع اجتماعی و سیاسی دست به کنش مناسب بزنند. وقتی انسان درباره عموم می‌اندیشد، مبادلات آزادانه ایده‌ها و اندیشه‌های سیاسی را در ذهن تصور می‌کند. ایده عموم با آرمان‌های دموکراتیکی که خواهان مشارکت شهروندان در امور عمومی است، رابطه تنگاتنگ دارد. واژه عموم بر ایده‌های شهروندی، اشتراک‌نظر و چیزهای غیرشخصی دلالت می‌کند. (مهدی‌زاده، ۱۳۸۳: ص ۱۲۰)

در عصر حاضر اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی، نوع جدیدی از فضای اجتماعی را با خود به ارمغان آورده‌اند. این فضا که از غیرفیزیکی‌ترین فضاها نیز هست، می‌تواند برای حوزه عمومی آثار و فواید فراوانی در برداشته باشد و بدون شک اهمیت آن روز به روز افزایش بیشتری می‌یابد. اینترنت رسانه‌ای است که به همه مشارکت‌کنندگان و کاربران، برای استفاده مشترک از اطلاعات، فرصت برابر اعطا می‌کند. اینترنت از این لحاظ، و بدون اعمال محدودیت از سوی سایر رسانه‌های جمعی و به مثابه یک واسطه جمعی عمل می‌کند. تلویزیون و روزنامه‌ها، به‌طور خاص، به زیرساخت‌های عظیم و گران قیمت نیاز دارند و در نتیجه باید دید چه کسانی استطاعت مالی برای مالکیت و کنترل آنها را دارند. پیدایش اینترنت به معنای این است که هر کس می‌تواند با حداقل تلاش و دشواری، به دیگران وصل بشود و دانش و دیدگاه‌هایش را برای فردی به‌خصوص یا همگان منتشر سازد. از این لحاظ، اینترنت وسیله‌ای پایدار جهت تقویت گفت‌وگوی عمومی در مورد طیف وسیعی از مسائل مربوط به خیر مشترک است (اُ برین،<sup>۱</sup> ۲۰۰۳).

### گفت‌وگو

میزان زیادی از کنش متقابل ما از طریق صحبت با گفت‌وگو انجام می‌شود. جامعه‌شناسان همواره پذیرفته‌اند که زبان برای زندگی اجتماعی اهمیت اساسی دارد اما اخیراً رویکردی آمده است که به ویژه به چگونگی کاربرد زبان در زمینه‌های عادی زندگی هر روزه توجه دارد. (گیدنز، ۱۳۷۳: ص ۱۲۲)

در مقابل اینها (کنش راهبردی) (استراتژیک) و ابزاری) من از کنش ارتباطی سخن می‌گویم؛ آنجا که کنش‌های کارگزاران نه از طریق محاسبات خودخواهانه موفقیت بلکه از طریق عمل حصول تفاهم هماهنگ می‌شود. در کنش ارتباطی مشارکت‌کنندگان در وهله اول به‌سوی موفقیت‌های فردی خود سمت‌گیری نمی‌کنند آن‌ها هدف‌های فردی خود را تحت شرایطی دنبال می‌کنند که بتوانند نقشه‌های کنش خود را بر مبنای تعاریف مشترک از وضعیت هماهنگ کنند. حصول تفاهم مولفه کلیدی فهم کنش ارتباطی و مراد از آن فرآیند رسیدن به توافق در میان فاعلان در مقام گوینده و عمل‌کننده می‌باشد. به تعبیر هابرماس کنش ارتباطی «متماثل به دستیابی، حفظ و تجدید توافق است». کنش ارتباطی در پی آن است تا اهداف و

<sup>۱</sup> O'Brien

آرمانهای مشخص فردی را با فهمی مشترک از اهداف و اعتقادات جمعی هماهنگ سازد. کنش ارتباطی تنها در بستر جهان زیست می‌تواند این کار را انجام دهد. «جهان زیست زمانی که به نوبه خود، خود را تنها از طریق کنشهای جمعی جاری باز تولید می‌کند، هم افق شرایط کلامی و هم منبع تفاسیر را شکل می‌دهد. (هابرماس، ۱۳۸۴: ص ۴۳۰ و ۳۹۳-۳۹۰)

### بحث و نتیجه‌گیری

سرمایه اجتماعی را می‌توان از مهم‌ترین عوامل توسعه رشد و ارتقای هر جامعه‌ای در ابعاد اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی دانست و به همین دلیل دانشمندان حوزه‌های گوناگون به بررسی ابعاد و روش‌های توسعه سرمایه اجتماعی می‌پردازند. که از آن جمله می‌توان به پیربوردیو با هدف تامین سرمایه اقتصادی، لین با هدف تامین منابع نهفته در روابط حفظ منابع موجود، کلمن با هدف تامین سرمایه انسانی، پاتنام و فوکویاما با هدف تامین دموکراسی کارآمد و توسعه اقتصادی اشاره نمود.

از منظر بانک جهانی که در حوزه سرمایه اجتماعی تحقیقات متعددی را در کشورهای مختلف انجام می‌دهد این شاخص‌ها و مولفه‌ها باید بر اساس فرهنگ و بافت اجتماعی هر کشوری مورد استفاده قرار گیرند که این امر در خصوص مهم‌ترین تحقیقات صورت گرفته در کشور که متولی آن وزارت کشور با جامعه آماری بیش از ۱۴ هزار نفر بود هویدا می‌باشد که شاخص‌ها و مولفه‌های آن نیز با نتایج این بخش از رساله پیش رو هماهنگی داشته است.

شبکه‌های اجتماعی به عنوان بستری جهت تعامل و گفت‌وگوی اجتماعی شناخته می‌شوند. شبکه اجتماعی مجازی فارغ از تکنولوژی و بستر ارائه خدمات در بخش اینترنت بیس و موبایل بیس دارای ویژگی‌ها و خدمات متعددی هستند. شبکه‌های اجتماعی علی‌رغم داشتن معایب می‌توانند به نشر و ارتقای سرمایه اجتماعی و ابعاد آن کمک کنند. این رویه با گسترش سواد رسانه‌ای در جامعه از سوی دولت‌ها و باز گذاشتن مجراهای تعاملی و گفت‌وگو بین مردم، نهادهای غیر دولتی و نخبگان ممکن خواهد شد و در این زمینه دولت‌ها می‌توانند نقش تسهیل کننده‌ای با ارائه حمایتها و ایجاد قوانین و مقررات مناسب و حذف قوانین دست و پا گیر ایفا نمایند. از سوئی دیگر باید اذعان کرد در شرایط کنونی رشد تکنولوژی و بستر ارتباطی به حیات خود خواه یا ناخواه ادامه خواهد داد و این قوانین و مقررات هستند که می‌بایست خود را با این گونه رسانه‌ها همسو سازند تا بتوانند بهترین بهره‌گیری را از مواهب ارتباطی آن در ارتقای



سرمایه اجتماعی در ابعاد مختلف آن کسب نمایند. در رساله حاضر شبکه‌های اجتماعی به عنوان پلی ارتباطی با رویکرد ایجاد تعامل و گفت‌وگو بین کاربران با توجه به نتایج بخش کمی و کیفی در نظر گرفته شده است. بر مبنای داده‌های آماری گفت‌وگو و تعامل در حوزه شبکه‌های اجتماعی و اعتماد اجتماعی در حوزه سرمایه اجتماعی مهم‌ترین مولفه‌هایی در تحلیل ساختاری بودند که رابطه تأثیر گذاری بر سایر مولفه‌ها داشتند.

در ارزیابی وضعیت آرمانی گفتار، هابرماس شروط را در خصوص گفت‌وگو قائل است:

۱. قابل فهم بودن؛

۲. دارای قضایای حقیقی بودن: متشکل از قضایایی باشد که حقیقت دارند؛

۳. صداقت: گوینده در طرح قضایایش صادق باشد؛

۴. درستی: گوینده باید نطقی را انتخاب کند که دارای صحت و درستی باشد. (لسلی، ۱۳۸۷:

ص ۳۵)

این عناصر چهارگانه برای اعتبار گفتار لازم بوده و برای داشتن یک کنش ارتباطی سالم لازم است و اساساً توافق و تفاهم زمانی حاصل می‌شود که این داعیه‌های اعتبار مطرح و پذیرفته شوند.

منظور ما از حوزه عمومی در وهله اول قلمرویی از زندگی اجتماعی ماست که در آن چیزی شبیه به افکار عمومی می‌تواند شکل بگیرد. دسترسی به این قلمرو برای تمامی شهروندان تضمین شده است. در گفت‌وگویی که در آن افراد خصوصی گرد هم می‌آیند تا پیکره عمومی را شکل دهند، بخشی از حوزه عمومی شکل می‌گیرد. (هابرماس، ۱۳۸۰: ص ۲۶۵)

در حوزه کنش ارتباطی رسیدن به یک تفاهم در موضوعات مورد بحث از مهم‌ترین اصول حفظ و ادامه گفت‌وگو و مشارکت در این زمینه است.

هابرماس کنش ارتباطی را کنشی تعریف می‌کند که «متمایل به دستیابی، حفظ و تجدید توافق است. (هابرماس، ۱۳۸۴: ص ۳۹۳)

مشارکت در سطح تعاملات شبکه‌های اجتماعی در اقسام گوناگونی متصور است، این مشارکت می‌تواند شامل شروع یک موضوع و یا پاسخگویی به دیگران و یا همراهی باشد که با توجه به ارزشهای مورد نظر هر گروهی در شبکه‌های اجتماعی قابل بحث است.

گفت‌وگو و تعامل در بستر شبکه‌های اجتماعی می‌تواند موجب ارتقای ابعاد سرمایه اجتماعی در سه سطح خرد و میانی و کلان و در نهایت موجب تقویت مولفه‌های آن همچون

اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، همبستگی اجتماعی و هنجارهای اجتماعی گردد زیرا شرط اولیه ورود به هر گفت‌وگویی اعتماد است تا پایه‌های اولیه اعتماد در سطوح گوناگون شکل نگیرد گفت‌وگویی صورت نمی‌گیرد اگر چنانچه این اعتماد را بتوان تقویت نمود به نوعی می‌توانیم یکی از مهمترین مولفه‌های سرمایه اجتماعی را تقویت کرد. یکی از مهم‌ترین نظریه پردازان در حوزه گفت‌وگو تعامل هابرماس است که اندیشه حوزه عمومی را در این خصوص ارائه کرد.

یکی از مهم‌ترین موارد استفاده از شبکه‌های اجتماعی تعامل و گفت‌وگو و انتشار تولیدات رسانه‌ای افراد جهت دوستان و آشنایان در فضاهای رسانه‌ای در شبکه اجتماعی است. گفت‌وگو، انتقاد، و نقدپذیری و گفت‌وگوی مسالمت آمیز از مهم‌ترین مبانی تعاملات در شبکه‌های اجتماعی خصوصاً در سطح خرد آن می‌باشد. در این سطح عموماً افراد با کسانی تعاملات خود را برقرار می‌کنند که شناخت نسبی با آنها دارند و دارای علایق نسبتاً مشترکی می‌باشند. این تعاملات می‌تواند در روابط حقیقی افراد نیز نقش بازی کند و موجب استحکام و یا تزلزل آن شود.

دغدغه‌ی تنزل روابط اجتماعی از جمله موضوعاتی است که به کرات در جامعه شناسی کلاسیک معاصر به چشم می‌خورد. شاید بتوان به تعبیری گفت که تولد جامعه شناسی، معلول نگرانی از روند رو به تنزل روابط اجتماعی در نتیجه صنعتی شدن است. در قرن حاضر نیروهای اقتصادی رونق یافته و اندازه دولت رشد قابل توجهی داشته و در مقابل قدرت شبکه‌های اجتماعی تا حدودی کاهش یافته است. اکنون به نظر می‌رسد که به تعبیر وولف هم بازار و هم دولت به انسان‌ها به عنوان پیروان قواعد مین‌گردند نه قاعده سازان. این تضعیف اجتماع، برای دولت و بازار هم مشکلاتی پدید آورده است. به همین جهت سیاست‌گذارهای عمومی بایستی بکوشند تا تعادل درستی بین اقتصاد بازار، دولت و جامعه مدنی به وجود آورند ولی در اغلب موارد، نقش بازار و دولت افزایش یافته و اجتماع تضعیف شده است (شارع پور، ۱۳۸۵: ص ۵) پاتنام سرمایه اجتماعی را به عنوان همبستگی اجتماع محلی حاصل شده دارای ویژگی‌های ذیل می‌داند:

- ۱- وجود مجموعه‌ای متراکم از سازمان‌ها و شبکه‌های اجتماع محلی.
- ۲- سطوح بالای تعهد مدنی یا مشارکت در شبکه‌های اجتماعی محلی.
- ۳- هویت محلی قوی و مثبت و نیز احساس تجانس و برابری با اعضای اجتماع محلی.

۴- هنجارهای تعمیم یافته محلی مربوط به اعتماد و کمک متقابل بین اعضای اجتماع محلی و اینکه آیا آنها یکدیگر را به لحاظ شخصی می شناسند یا خیر. (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۳: ص ۲۷۸) یکی از مهم ترین کارکردهای شبکه های اجتماعی ایجاد فضایی جهت گفت وگو و تعاملات انسانی و اجتماعی است و به نوعی شاهد ایجاد روابط فردی اثر بخش در حوزه شبکه های اجتماعی می توانیم باشیم.

شبکه های اجتماعی در کشور ما می تواند حوزه عمومی مورد نظر هابرماس را جهت تقویت ارکان سرمایه اجتماعی در بعد میانی تقویت کند تعاملات و گفت وگو می تواند موجب ارتقای مشارکت و همبستگی اجتماعی شود، و این ارتقا موجب گسترش دامنه سرمایه اجتماعی از بعد میانی به کلان می گردد.

صرف نظر از انتقادات و نقدهایی که بر نظریه حوزه عمومی هابرماس شده است، امروزه عده ای معتقدند که فناوری های نوین اطلاعاتی و ارتباطی و به ویژه اینترنت و شبکه های اجتماعی مجازی می توانند حوزه عمومی را مجدداً در تاریخ احیا کنند و به شکل گیری حوزه عمومی مجازی منجر بشوند. در حالت خوش بینانه، اگر مولفه های اساسی حوزه عمومی را گفت و گو، افکار عمومی و کنش بدانی، اینترنت بستر مناسبی برای ظهور و تجلی هر یک از این هاست. (مهدی زاده، ۱۳۸۳: ص ۱۲۰)

چنانچه از بُعد کلان به موضوع سرمایه اجتماعی در حوزه شبکه های اجتماعی بنگریم در می بابیم تعامل و گفت وگویی که تا پیش از این بصورت منولوگ و یکطرف از سوی حاکمان و از طریق رسانه ها وجود داشت امروز تبدیل به منولوگ و گفت وگویی دوسویه شده است. در هیچ کجای تاریخ چنین رویکرد اجتماعی را سراغ نداریم که مسئولان بدین صورت به گفت وگو با نخبگان و حتی مردم عادی بپردازند.

### پیشنهادات حاصل تحقیق

- مدیریت نظام تولید و توزیع و مصرف تولیدات رسانه ای در شبکه های اجتماعی
- آموزش عمومی، از جمله آموزش مهارت های استفاده از ابزارهای ارتباطی و افزایش سواد رسانه ای
- اصلاح قوانین و مقرراتی که در موجب عدم رشد شبکه های اجتماعی می شود
- توجه به هویت فرهنگ بومی و محلی در شبکه های اجتماعی

- ارائه برنامه مدون ارتقاء سرمایه اجتماعی در بازه زمانی محدود و قابل سنجش
- تصویر سازی روشن مولفه‌های سرمایه اجتماعی در بستر رسانه
- اصلاح فرایندهای تولید و توزیع و مصرف رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی در راستای تقویت و ارتقای سرمایه اجتماعی
- تدوین سیاست گذاری فرهنگی و معقولانه برای رشد و سواد رسانه ای
- بهره مندی از ظرفیت گروه‌های مرجع اجتماعی همچون هنرمندان و ورزشکاران و... در راستای توسعه گفتمان سرمایه اجتماعی
- ایجاد نظام سازمانی ارتقای سرمایه اجتماعی با بهره مندی از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی

## منابع

## فارسی

- اختر محققى، م.، کامران، ف.، و غیاثیان، ع. (۱۳۹۷). بررسی میزان اعتماد اجتماعی به تبلیغات شبکه های اجتماعی آنلاین. پژوهش اجتماعی.
- اختر محققى، م.، و کامران، ف. (۱۳۹۵). جهانی شدن فرهنگ و سرمایه اجتماعی. پژوهش اجتماعی، ۱۵۳-۱۷۲.
- اختر محققى، م. (۱۳۸۵). سرمایه اجتماعی. تهران. تهران: مولف.
- اختر محققى، م.، کامران، ف.، و کفاشی، م. (۱۳۹۱). تاثیر مطبوعات بر وضعیت سرمایه اجتماعی جوانان شهر تهران (با تاکید بر اعتماد اجتماعی). پژوهش اجتماعی.
- ازکیا، م.، و غفاری، غ. (۱۳۸۳). توسعه روستایی با تاکید بر جامعه روستایی ایران. تهران: نی.
- استونز، ر. (۱۳۷۹). متفکران بزرگ جامعه شناسی. (م. میردامادی، مترجم) تهران: نشر مرکز.
- الوانی، س. (۱۳۸۳). سرمایه اجتماعی اصل محوری توسعه. نشریه تدبیر، ۱۲۰.
- پاتنام، ر. (۱۳۸۰). دموکراسی و سنتهای مدنی. (م. دلفروز، مترجم)
- پوری، ا. (۱۳۹۲). ارتباطات شبکه ای و رهبری مخاطب در شبکه های اجتماعی مجازی. رسانه، ۲۳-۳۲.
- تاجبخش، ک. (۱۳۸۵). سرمایه اجتماعی اعتماد، دموکراسی و توسعه. تهران: شیرازه.
- تاج‌الدین، م. (۱۳۹۷). ۵ راهکار تقویت «سرمایه اجتماعی» در جامعه ایران. بازیابی از ایران آنلاین: <http://www.ion.ir/news/۳۸۴۵۶۰>
- توسلی، غ. (۱۳۸۴). مفهوم سرمایه اجتماعی در نظریه های کلاسیک و جدید. نامه علوم اجتماعی، ۲۶.
- توسلی، غ.، و موسوی، م. (۱۳۸۴). مفهوم سرمایه در نظریات کلاسیک و جدید با تاکید بر نظریه های سرمایه اجتماعی. نامه علوم اجتماعی، ۱-۳۲.
- جهانگللو، ر. (۱۳۷۴، بهار). گفت و گو با هابرماس، فصلنامه، و شماره ۷. گفتگو.
- شارع پور، م. (۱۳۸۵). مفهوم سازی، سنجش و دلالت‌های سیاستگذاری. ساری: سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان مازندران.

- شبکه های اجتماعی اینترنتی. (۱۳۸۹). معارف.
- طبیب مسرور، ح. (۱۳۹۵). تبیین نظریه شهروند گفتگویی و کنش ارتباطی در شناسایی حوزه عمومی بر اساس آرای هابرماس. مدیریت شهری، ۷۳-۹۴.
- ضریب نفوذ اینترنت در ایران و جهان. (۱۳۹۶، ۹، ۲۵). بازیابی از شورای عالی انقلاب فرهنگی: [http:// sccr.ir/ Pages/ newsSimple View. asp? gid= ۱۳۸۱۴۲۹nid=](http://sccr.ir/Pages/newsSimpleView.aspx?gid=۱۳۸۱۴۲۹nid=)
- غفاری، غ. (۱۳۹۴، ۱۱، ۴). در مصاحبه با دکتر غلامرضا غفاری؛ احیای دفتر طرح های ملی با اجرای طرح سنجش سرمایه اجتماعی. بازیابی از ایسپا: [http:// ispa.ir/ ۱۲۴۲Default/Details/fa/](http://ispa.ir/۱۲۴۲Default/Details/fa/)
- فرهنگی، ع. (۱۳۷۳). ارتباطات میان فردی اثربخش. مدیریت دولتی، ۱۱-۲۱.
- فوکویاما، ف. (۱۳۷۹). پایان نظم، بررسی سرمایه اجتماعی و حفظ آن. (غ. توسلی، مترجم) انتشارات جامعه.
- کاستلز، م. (۱۳۸۰). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ؛ ظهور جامعه شبکه ای، ج ۱. (ا. علیقلیان، و ا. خاکباز، مترجم) تهران: انتشارات طرح نو.
- کربلایی اسماعیلی، ح.، انوری، ح.، و قدسی، ن. (۱۳۸۵). بررسی میزان اثربخشی آموزش مهارت های زندگی در تغییر نگرش نوجوانان دارای معلولیت. اصفهان: بهزیستس اصفهان.
- کلمن، ج. (۱۳۷۷). بنیادهای نظریه اجتماعی. (م. صبوری، مترجم) تهران: نشر نی.
- کمالی زاده، م. (۱۳۹۴). گفتگو، ابزاری برای وفاق اجتماعی. حبل المتین، ۱۱۸-۱۳۵.
- کیویستو، پ. (۱۳۷۸). اندیشه های بنیادی در جامعه شناس. (م. صبوری، مترجم) تهران: نی.
- گیدنز، آ. (۱۳۷۳). جامعه شناسی، ترجمه منصور صبوری. (م. صبوری، مترجم) تهران: نشر نی.
- گیل، د.، و ادمز، ب. (۱۳۸۴). الفبای ارتباطات. (ر. کریمیان، م. مهاجر، و م. نبوی، مترجم) تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.
- لسلی، ه. (۱۳۸۷). یورگن هابرماس. (ج. محمدی، مترجم) تهران: گام نو.

- لیتل جان، ا. (۱۳۸۴). نظریه های ارتباطات. (س. نوربخش، و س. میرحسینی، مترجم) تهران، چاپ اول: جنگل.
- معینی علمداری، (۱۳۸۱). هابرماس: فراملیت و گسترش گستره عمومی. مجله راهبرد.
- مهدی زاده، س. (۱۳۸۳). اینترنت و حوزه عمومی. فصلنامه رسانه، ۱۱۱-۱۳۱.
- میرمحمد رضایی، ن. (۱۳۹۱، ۱۱ ۱۸). سرمایه اجتماعی در نظریات جامعه شناسان کلاسیک و جدید. بازیابی از جامعه شناسی گروه های اجتماعی: <http://۴۹sociologygroups.blogfa.com/post/>
- نظام بهرامی، ک. (۱۳۸۱، پاییز). گفت وگو در اندیشه یورگن هابرماس. فصلنامه مطالعات ملی سال چهارم، ۱۳.
- واحدی فرد، س. (۱۳۹۲، ۳ ۳۰). شبکه های اجتماعی؛ قابلیت ها و تهدیدها. بازیابی از فصلنامه ره آورد نور: [http:// www. rahavardnoor.ir/ index. php/ ۴۶-۱۹-۱۱-۲۷-۰۷-۲۰۱۳-۶archive/item/](http://www.rahavardnoor.ir/index.php/archive/item/۴۶-۱۹-۱۱-۲۷-۰۷-۲۰۱۳-۶)
- واین، ب. (۱۳۸۳). مدیریت و سرمایه اجتماعی. (س. الوانی، مترجم) تهران: سازمان مدیریت صنعتی.
- هابرماس، ی. (۱۳۸۰). بحران مشروعیت: تئوری دولت سرمایه داری. (ج. معینی علمداری، مترجم) تهران: گام نو.
- هابرماس، ی. (۱۳۸۰). جهانی شدن و آینده دموکراسی. (ک. پولادی، مترجم) تهران: نشر مرکز.
- هابرماس، ی. (۱۳۸۴). نظریه کنش ارتباطی. (ک. پولادی، مترجم) تهران: روزنامه ایران.

- Fukuyama, F. (۱۹۹۹). Social Capital and Civil Society. The Institute of Public Policy . George Mason University.
- Lee, J., & Lee, H. (۲۰۱۰). The Computer-Mediated Communication Network: Exploring the Linkage between the Online Community and Social Capital. New Media and Society.,

- Lin. n. (۲۰۰۱). Social Capital: A Theory Of Social Structure And Action. . Cambridge: Uk: Cambridge University Press.
- O'Brien. R. (۲۰۰۳). Civil Society: the Public Sphere and the Internet. Retrieved from [www.web.net](http://www.web.net)
- Wasserman. S., & Faust. K. (۱۹۹۴). Social network analysis: methods and applications. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wellman. B., Haase. J., & Hampton. K. (۲۰۰۱). Does the Internet Increase, Decrease or Supplement Social Capital?" Social Networks. Participation and Community Commitment. American Behavioral Scientist