

نقش

سرمایه

اجتماعی

در توسعه

سیدبابک علوی

sbalavi@yahoo.com

مقدمه

سرمایه اجتماعی (SOCIAL CAPITAL)، از مفاهیم نوینی است که امروزه در بررسیهای اقتصادی و اجتماعی جوامع مدرن مطرح گردیده است. طرح این رویکرد در بسیاری از مباحث اقتصادی، نشان‌دهنده اهمیت نقش ساختارها و روابط اجتماعی بر متغیرهای اقتصادی است. سرمایه اجتماعی عمدتاً مبتنی بر عوامل فرهنگی و اجتماعی بوده و شناسایی آن به‌عنوان یک نوع سرمایه چه در سطح مدیریت کلان توسعه کشورها و چه در سطح مدیریت سازمانها و دستگاهها می‌تواند شناخت جدیدی را از سیستم‌های اقتصادی - اجتماعی ایجاد کرده و مدیران را در هدایت بهتر سیستم‌ها یاری کند. در این مقاله سعی گردیده است تا ضمن معرفی و بیان اهمیت این مفهوم و کارکردهای آن در مطالعات اجتماعی و اقتصادی، الگوهای مختلفی که برای اندازه‌گیری آن تاکنون استفاده گردیده است توضیح داده شود و نهایتاً روشهای برای افزایش ذخیره سرمایه اجتماعی در سازمانها بیان گردد.

سرمایه اجتماعی چیست؟

از سرمایه اجتماعی تعاریف مختلفی ارائه گردیده است. یکی از تعاریف مطرح اینست که سرمایه اجتماعی مجموعه هنجارهای موجود در سیستم‌های اجتماعی است که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه گردیده و موجب پایین آمدن سطح هزینه‌های تبادلات و ارتباطات می‌گردد (فوکویاما ۱۹۹۹). براساس این تعریف، مفاهیمی نظیر جامعه مدنی و نهادهای اجتماعی نیز دارای ارتباط مفهومی نزدیکی با سرمایه اجتماعی می‌گردند.

بانک جهانی نیز سرمایه اجتماعی را پدیده‌ای می‌داند که حاصل تاثیر نهادهای اجتماعی، روابط انسانی و هنجارها بر روی کمیت و کیفیت تعاملات اجتماعی است و تجارب این سازمان نشان داده است که این پدیده تاثیر قابل توجهی بر اقتصاد و توسعه کشورهای مختلف دارد (منشی ۲). سرمایه اجتماعی برخلاف سایر سرمایه‌ها به‌صورت 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.

سرمایه اجتماعی را می‌توان حاصل پدیده‌های ذیل در یک سیستم اجتماعی دانست (فلورا ۱۹۹۹):

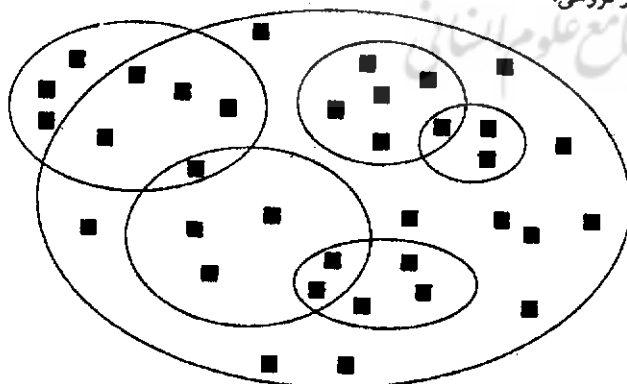
- اعتماد متقابل؛ ● تعامل اجتماعی متقابل؛ ● گروه‌های اجتماعی؛ ● احساس هویت جمعی و گروهی؛ ● احساس وجود تصویری مشترک از آینده؛ ● کارگروهی.

یکی از مفاهیم مفید در تبیین مفهوم سرمایه اجتماعی، «شبکه اعتماد» (NETWORK OF TRUST) است. شبکه اعتماد عبارت از گروهی است که براساس اعتماد متقابل به یکدیگر، از اطلاعات، هنجارها و ارزشهای یکسانی در تبادلات فیما بین خود استفاده می‌کنند. از اینرو، اعتماد فیما بین نقش زیادی در تسهیل فرایندها و کاهش هزینه‌های مربوط به اینگونه تبادلات دارد. شبکه اعتماد می‌تواند بین افراد یک گروه و یا بین گروه‌ها و سازمانهای مختلف به‌وجود آید.

فوکویاما (۱۹۹۷) معتقد است که قبل از ورود به هر سیستم تجاری با اجتماعی، باید اطلاعات کافی درباره شبکه‌های اعتماد موجود در آن سیستم و ویژگیهای آن به‌دست آورد. زیرا اعتماد را پایه هرگونه مبادلات اقتصادی و اجتماعی می‌داند.

مفهوم مفید بعدی «شعاع اعتماد» (RADIUS OF TRUST) است. تمامی گروه‌های اجتماعی دارای میزان خاصی از شعاع اعتمادند که به‌مفهوم میزان گستردگی دایره همکاری و اعتماد متقابل اعضای یک گروه است. در یک نتیجه‌گیری می‌توان گفت که هرچه یک گروه اجتماعی دارای شعاع اعتماد بالاتری باشد، سرمایه اجتماعی بیشتری نیز خواهد داشت. چنانچه یک گروه اجتماعی برون‌گرایی مثبتی نسبت به اعضای گروه‌های دیگر نیز داشته باشد، شعاع اعتماد این گروه از حد داخلی آن نیز فراتر می‌رود.

مفهوم ذکر شده را می‌توان در قالب شکل ۱ مشاهده کرد.



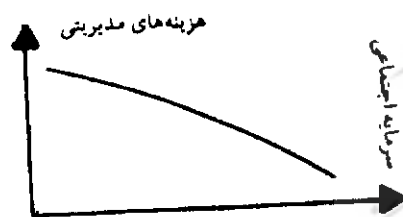
شکل ۱: شبکه‌های اعتماد

SOURCE: FRANCIS FUKUYAMA, "SOCIAL CAPITAL AND CIVIL SOCIETY", CONFERENCE ON SECOND GENERATION REFORM, 1999.

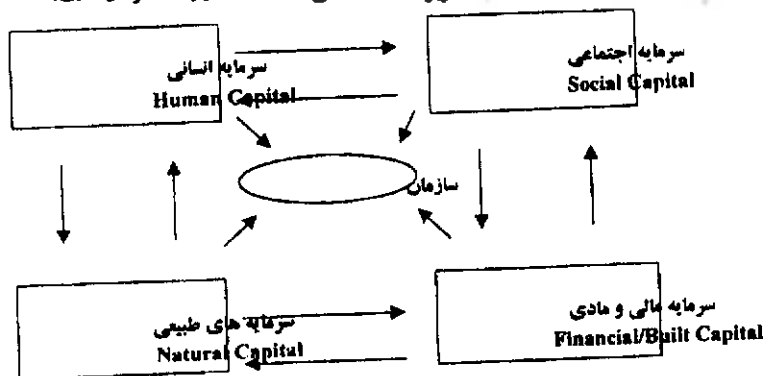
<http://WWW.imf.org/external/pubs/ft/seminar/1999/reforma/fukuyama.htm>

انجام شود، می‌تواند هزینه‌های نظارت بر عملیات را در مقایسه با روشهای بوروکراتیک بسیار پایین آورد. امروزه تخصصی شدن حرفه‌های مختلف به گونه‌ای است که دیگر مدیران با استفاده از شیوه‌های نظارت رسمی و بوروکراتیک قادر به سرپرستی کارکنان متخصص خود نیستند و ایجاد و تقویت هنجارهای حرفه‌ای اثربخش در محیطهای تخصصی دارای بهره‌وری بسیار بالاتری است (پروساک ۲۰۰۰). نتیجه تحقیقات انجام شده در واحدهای تحقیق و توسعه شرکتهای موفق نشان می‌دهد که مدیریت بوروکراتیک در این واحدها، موجب بسالارفتن شدید هزینه‌های تعاملات کاری و کندشدن فعالیتها می‌گردد و مدیریتهای منعطف و مینمی بر استفاده از هنجارهای حرفه‌ای، دارای نقش بسیار موثرتری در این واحدها هستند. (پروساک ۲۰۰۰)

شکل ۲ نشان‌دهنده رابطه معکوس سرمایه اجتماعی و هزینه‌های مدیریتی مربوطه مانند هزینه‌های کنترل و نظارت رسمی، ساختار بوروکراتیک، حل تعارضات، هزینه‌های رایزنی و موارد مشابه است.



شکل ۲: سرمایه اجتماعی و هزینه‌های مدیریتی از دیدگاه اقتصادی می‌توان سرمایه اجتماعی را به عنوان یکی از انواع سرمایه‌های هر سازمان یا اجتماع در نظر گرفت. شکل ۳ بیانگر ارتباط انواع سرمایه‌ها در یک سازمان است.



شکل ۳: انواع سرمایه‌های یک سازمان

به احتمال زیاد عمر آنها نیز کوتاه گردد و در نسلهای بعدی این خانواده‌ها، از بین بروند. نقش اصلی در اقتصاد این کشورها به عهده سرمایه اجتماعی و شمع اعتماد موجود در روابط تجاری و تسهیلات بین شبکه‌های اعتماد خانوادگی است. (فوکویاما ۱۹۹۹).

این هنجارها و تعاملات اجتماعی به این جهت به عنوان یک سرمایه و در قالب سرمایه اجتماعی تعریف می‌گردند که دارای کارکردهای اقتصادی مهمی در سیستم‌های اجتماعی هستند. سرمایه اجتماعی مناسب، قادر است تا هزینه‌های تبادلات و تعاملات مرتبط با اجتماع و سازمانهای مختلف نظیر قراردادها، کنترل و نظارت از طریق سلسله مراتب و مقررات بوروکراتیک را در حد قابل توجهی کاهش دهد. هزینه‌های تعاملات اجتماعی و اقتصادی در گروهها و سازمانهایی که دارای سرمایه اجتماعی بهینه‌ای نیستند بالاست و این امر به دلیل بالارفتن هزینه‌های نظارت و کنترل، مذاکرات و اعمال دستورالعملهای رسمی است.

هرچه سرمایه اجتماعی یک سیستم اجتماعی بالاتر باشد، موجب پایین آمدن هزینه‌های مربوط به این تعاملات رسمی می‌گردد. این امر نشان‌دهنده این واقعیت است که هماهنگی بین اعضای سیستم‌های اجتماعی بر اساس هنجارهای غیررسمی در حال تبدیل شدن به یک بحث مهم در جوامع پیشرفته است و به تدریج در حال پیداکردن جایگاههای مهمتر در الگوهای اقتصادی نوین می‌گردد.

امروزه به این واقعیت پی برده شده است که در یک جامعه مدنی، اگر اعمال کنترل و نظارت بر بسیاری از سیستم‌های خدماتی پیچیده، بر اساس استانداردها و هنجارهای اجتماعی و حرفه‌ای موجود در گروهها و صنف‌های مربوطه

سرمایه اجتماعی از مفاهیم جدیدی است که امروزه در بررسیهای اقتصادی و اجتماعی جوامع مدرن مطرح گردیده است.



سرمایه اجتماعی مجموعه هنجارهای موجود در سیستم‌های اجتماعی است که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه می‌شود.



شناسایی سرمایه اجتماعی می‌تواند مدیران را در هدایت بهتر سیستم‌های پاری سازد.

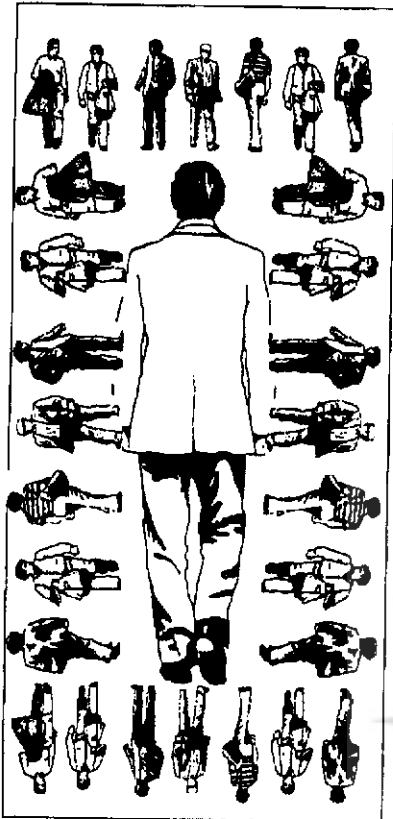


سرمایه اجتماعی عبارت است از تأثیر اقتصادی حاصل از تسهیلاتی که شبکه‌های اعتماد و مولفه‌های فرهنگی در یک سیستم اجتماعی را به وجود می‌آورند.



مدیران می‌توانند با بالابردن سرمایه اجتماعی و تقویت شبکه‌های اعتماد زمینه توسعه اجتماعی و سازمانی را فراهم سازند.

شمع اعتماد در فرهنگهای مختلف به گونه‌های متفاوتی مشاهده می‌شود. به طور مثال در فرهنگ مردم چین و بیشتر ساکنان آمریکای لاتین، سرمایه اجتماعی زیادی در بین خانواده‌ها و گروههای دوستانه شخصی وجود دارد، اما این گروهها به شدت دارای اعتماد کمی نسبت به افراد خارج گروه خود هستند. برای این گروهها اعتماد به افراد خارج گروه بسیار مشکل و حتی غیرممکن است. در چنین فرهنگهایی هرکسی خود را فقط متعلق به یک خانواده و یا گروه می‌داند. بنابراین در این فرهنگها، شرکتهای عمدتاً ماهیت خانوادگی داشته و به ندرت از محدوده اولیه خود بزرگتر می‌شوند. این امر باعث می‌شود که فعالیت این شرکتهای محدود شده و



را از یادگیری و دانش در بین آنها فراهم می‌سازد و این امر نیز می‌تواند در کاهش هزینه‌های مدیریتی و توسعه اجتماعی و سازمانی بسیار موثر باشد.

ابعاد مختلف در مطالعه سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی را از منظرهای مختلفی می‌توان مورد مطالعه قرار داد. موارد ذیل ابعادی هستند که می‌توانند ما را در تبیین بهتر سرمایه اجتماعی یاری کنند.

۱- اعتماد

۱-۱ اعتماد اجتماعی: سوال محوری در بررسی سرمایه اجتماعی اینست که تا چه میزان به دیگران اعتماد دارید. این اعتماد نتیجه تعاملات اجتماعی موجود در گروهها، انجمنها و فعالیتهای اجتماعی است. به خصوص اگر این اعتماد از حد فردی به سطح اجتماعی انتقال یابد، به عنوان یک سرمایه باارزش تلقی می‌گردد. این سرمایه موجب پایین آمدن سطح هزینه‌های تعاملات اجتماعی و اقتصادی و اقتضات مختلف می‌گردد. افزایش اعتماد متقابل در یک شرکت می‌تواند به نحو قابل توجهی کارایی سیستم‌ها را بالا ببرد و بعضی از صاحب نظران مدیریت، ارزش آنرا برای یک سازمان از «اطلاعات» بالاتر می‌دانند (پروساک ۱۹۹۹).

اعتماد سهم مهمی را در بسیاری از فرایندهای سازمانی نظیر عقد قراردادهای، انجام مذاکرات و نظارت مستمر بر عملکرد واحدها دارد و تلاش در جهت افزایش آن می‌تواند بسیاری از هزینه‌های مربوط به فعالیتهای ذکر شده را کاهش و علاوه بر آن بهره‌وری سازمانی را افزایش دهد. از اینسو «اعتمادسازی» در بین گروهها و واحدهای مختلف یک سازمان را می‌توان یکی از مهمترین وظایف یک رهبر سازمانی دانست.

۲-۱ اعتماد بین نژادها: در جوامعی که نژادها و اقوام مختلفی وجود دارند، بسیاری از گروههای اجتماعی و سازمانی تلاش می‌کنند تا اعتماد لازم را بین این فرهنگها و تنوعهای فکری به وجود آورند. به طور مثال در بعضی از کشورها، ایجاد اعتماد بین نژادهای سفید و سیاه یا آسیایی و اروپایی از مصادیق این امر است. در کشور ما نیز اعتمادسازی بین فرهنگهای متنوع در سطوح ملی و سازمانی می‌تواند یک امر استراتژیک تلقی شده و موجب افزایش سرمایه اجتماعی گردد.

۲- مشارکت سیاسی

یکی دیگر از ابعاد سرمایه اجتماعی، میزان

در الگوهای گذشته، تنها عامل انسانی در انواع سرمایه‌ها «سرمایه انسانی» بود که بیشتر مبتنی بر تعداد، تخصصها، دانش و مهارتهای نیروی انسانی در سطوح مختلف کارکنان و مدیران است. اما توجه به یک سازمان به عنوان یک سیستم اجتماعی منجر به این امر می‌شود که سرمایه اجتماعی نیز به عنوان نشان دهنده ارزش اقتصادی شبکه‌های اعتماد و کاهش دهنده هزینه‌های مبادلات و تعاملات در این فهرست قرار گیرند. به عبارت دیگر سرمایه اجتماعی بیانگر ذخیره اقتصادی مولفه‌های فرهنگی و اجتماعی مابین سرمایه‌های انسانی است.

یکی از الگوهای مفهومی، سرمایه اجتماعی را در سطوح مختلف مورد بحث قرار می‌دهد. براین اساس سرمایه اجتماعی را می‌توان در دو سطح کلان (MACRO LEVEL) و خرد (MICRO LEVEL) مورد توجه قرار داد. (کریشنا و شریدر ۱۹۹۹)

در سطح کلان دوباره جایگاه کلی یک سازمان در زمینه اجتماعی، سیاسی و فرهنگی و شبکه‌های ارتباطات بیرونی بحث شده و در سطح خرد به دو نوع سرمایه اجتماعی موجود در داخل سازمان پرداخته می‌شود. نوع اول سرمایه اجتماعی در سطح خرد، سرمایه اجتماعی شناختی (COGNITIVE SOCIAL CAPITAL) نام داشته و در رابطه با پدیده‌هایی نظیر ارزشها، نگرشها، تعهدات، مشارکت، اعتماد موجود در سیستم اجتماعی سازمان است، و نوع دوم نیز سرمایه اجتماعی ساختاری (STRUCTURAL SOCIAL CAPITAL) نامیده می‌شود که در رابطه با ساختارها و فرایندهای مدیریتی نظیر پاسخگویی مدیران و رهبران در قبال عملکردشان، شفافیت در تصمیم‌گیری، میزان تصمیم‌گیری و اقدام براساس کار گروهی است. البته به نظر می‌رسد که در این الگو نیز محور اصلی، مولفه‌های فرهنگ سازمانی است.

در مجموع می‌توان گفت که سرمایه اجتماعی عبارت است از تاثیر اقتصادی حاصل از تسهیلاتی که شبکه‌های اعتماد و مولفه‌های فرهنگی در یک سیستم اجتماعی را به وجود می‌آورند. شبکه‌های اعتماد علاوه بر کاهش هزینه‌های مدیریتی، موجب می‌شوند که زمان و سرمایه بیشتری اختصاص به فعالیتهای اصلی پیدا کرده و علاوه بر آن موجب انتقال دانش اعضای گروهها به یکدیگر شده و جریان مناسبی

مشارکت شهروندان در بهبود نظامهای سیاسی است. میزان مشارکت افراد در رای‌گیریها، مشارکت در احزاب و مشارکت در تدوین برنامه‌ها را می‌توان از این جمله دانست. در سطح سازمانی نیز مشارکت کارکنان و مدیران در تصمیم‌گیریهای سازمانی را می‌توان دلیلی بر وجود سرمایه اجتماعی مناسب دانست.

۳- عضویت در گروههای اجتماعی

عضویت در نهادهای مدنی را می‌توان یکی از ابعاد سرمایه اجتماعی دانست. نهادهای مدنی نظیر انجمنهای صنفی، حرفه‌ای، شوراها، شهر و محلی، کتابخانه‌ها، انجمنهای علمی و ورزشی، گروههای حامی محیط زیست، انجمنهای تجاری، کشاورزی و موارد مشابه از این دسته هستند. سازماندهی افراد در نهادهای مدنی موجب فرهنگهای صنفی و حرفه‌ای خاص در این نهادها شده و ضمن ایجاد سطح بالاتری از مشارکت و تعلق اجتماعی، موجب می‌شود که به طور غیرمستقیم، کنترل رفتارها و تعاملات اجتماعی و اقتصادی اعضای این نهادها وابسته

به هنجارهای موجود در این نهادها شده و هزینه‌های بسیاری از کنترل‌های رسمی کاهش یابد.

۴- ادیان و مذاهب

ادیان و مذاهب را می‌توان یکی از منابع ایجاد سرمایه اجتماعی دانست. بسیاری از مذاهب با ترویج ارزش‌های نظیر مشارکت، صداقت، اعتماد، ایثار و موارد مشابه موجب سرمایه اجتماعی بالایی بین اعضای خود می‌شوند. گسترش ارزش‌های اخلاقی مبتنی بر صداقت و اعتماد در یک سیستم اجتماعی می‌تواند سرمایه اجتماعی بالایی را به وجود آورد. هرچند ادیان و مذاهبی در این زمینه می‌توانند موفق باشند که علاوه بر ایجاد اعتماد داخلی، زمینه برقراری روابط مفید و موثر را با گروه‌ها و مذاهب دیگر اجتماعی فراهم سازند. در حالت عکس نیز، فرقه‌گرایی می‌تواند موجب بحران‌های اجتماعی و خشونت گردد. اما به هر حال ادیان در گذشته، حال و آینده قطعاً نقش جدی‌ای را در سرمایه اجتماعی داشته و خواهند داشت. (فوکویاما ۱۹۹۹)

دین اسلام دارای ظرفیتهای زیادی برای تقویت سرمایه اجتماعی در جوامع مسلمان است. توجه و اهتمام بیشتر به ترویج مولفه‌های اخلاقی تأکید شده در دین اسلام مانند: راستی و صداقت، وفا به عهد، احترام به حقوق دیگران، پرهیز از نهمت و موارد مشابه می‌تواند به خوبی زمینه‌ساز سرمایه اجتماعی در جوامع مسلمان گردد. غفلت رهبران فرهنگی جوامع اسلامی از این ظرفیتهای و توجه به ابعاد محدودی از اسلام می‌تواند علاوه بر هدر دادن این ظرفیتهای، نتایج معکوس نیز ایجاد کند.

الگوهای اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی

یکی از انتقادهای صورت گرفته به کسانی که سعی در توسعه مفهوم سرمایه اجتماعی در مباحث اقتصادی دارند اینست که هنوز الگوهای کمی مناسبی برای این امر ارائه نگردیده است. به‌طور کلی می‌توان گفت که پیچیدگی مفهوم سرمایه اجتماعی موجب گردیده است که بسیاری از صاحب‌نظران بیشتر گرایش به توضیح مفهومی و تأثیرات اقتصادی آن از جهت کاهش هزینه‌های تعاملات اجتماعی و اقتصادی بردارند. اما الگوهای نیز وجود دارند که سعی دارند با استفاده از شیوه خود تحلیلی کمی از

سرمایه اجتماعی ارائه کنند. الگوهایی که برای اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی ارائه شده‌اند وابسته به رویکردی هستند که محققان مربوطه در بررسی این پدیده داشته‌اند. برخی صرفاً آنرا از منظر اجتماعی، فرهنگی و سیاسی مورد توجه قرار داده و برخی دیگر آنرا براساس محور اقتصادی مورد بحث قرار داده‌اند. به‌طور کلی الگوهای اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی با رویکرد فرهنگی را می‌توان به دودسته ذیل طبقه‌بندی کرد:

۱- الگوی مبتنی بر تعداد و ویژگیهای گروه‌های موجود در سیستم‌های اجتماعی؛

۲- الگوی مبتنی بر تحقیقات پیمایشی در سازه سنجش میزان اعتماد اجتماعی و انسجام‌های مدنی.

۱- الگوی اندازه‌گیری مبتنی بر ویژگیهای گروه‌های اجتماعی

روبرت پوتنام در الگوی خود، به متغیر تعداد گروه‌های اجتماعی و نیز تعداد اعضای آنها توجه کرده است و رابطه ساده ذیل را برای محاسبه سرمایه اجتماعی ارائه کرد:

$$SC = \sum Ni \quad (i=1 \text{ to } I)$$

N متغیر نشان‌دهنده تعداد اعضای هر گروه و I نشان‌دهنده شماره گروه مربوطه است. به اعتقاد وی در یک جامعه مدنی، هم تعداد گروه‌ها و هم تعداد اعضای آنها از متغیرهای بسیار مهم هستند. این گروه‌ها می‌توانند در قالب‌های صنف‌های حرفه‌ای، گروه‌های سیاسی، کلوب‌های جوانان و نظایر اینها باشند. پایین بودن تعداد N قدرت گروه‌ها را برای دستیابی اهداف خود ممکن است کاهش دهد و پایین بودن تعداد I نیز نشان‌دهنده ساختنیافتگی آن جامعه است. همان‌طور که مشاهده می‌شود این رابطه بسیار ساده بوده و متغیرهای اجتماعی مختلف و مهمی را در خود ندارد.

براساس این رابطه ریاضی و در نظر گرفتن چند متغیر مهم اجتماعی دیگر رابطه کاملتری را برای محاسبه سرمایه اجتماعی می‌توان ارائه کرد (فوکویاما ۱۹۹۹):

$$SC = \sum (1/Rn)Rp \text{ c } N$$

متغیرهای موجود در این رابطه ریاضی عبارتند از:

● c یا ضریب انسجام داخلی گروه؛

● Rp یا شعاع اعتماد در گروه؛

● Rn یا شعاع بی‌اعتمادی به گروه‌های دیگر.

فوکویاما (۱۹۹۹) معتقد است که در رابطه ریاضی پوتنام برای محاسبه سرمایه اجتماعی باید به میزان انسجام این گروه‌ها نیز توجه کرد. این امر به این دلیل است که ممکن است گروه‌هایی دارای تعداد اعضای زیادی نیز باشند اما دارای انسجام مناسبی نباشند. از طرف دیگر این انسجام ممکن است به دلایل مختلف به وجود آمده باشد که دلایل مختلف جمله آنها باشد. اما آنچه که در سرمایه اجتماعی قابل توجه است میزان انسجامی است که به دلیل وجود ارزشها، هنجارها و دیدگاه‌های اصولی مشترک به وجود آمده باشد. ضریب C نشان‌دهنده ضریبی است که با توجه به مفهوم میزان انسجام داخلی در این رابطه ریاضی گنجانده شده است.

متغیر Rp نیز به منظور اعمال میزان اعتماد متقابل در گروه و تحت عنوان «شعاع اعتماد» مطرح گردیده است. به‌طور مثال گروه‌هایی که اعضای خود را تشویق به صداقت و پشتیبانی از یکدیگر می‌کنند و این ارزشها و هنجارها دارای مقبولیت زیادی در بیشتر اعضا باشد، می‌توانند دارای سرمایه اجتماعی بیشتری نسبت به موارد مشابه خود باشند.

به نظر فوکویاما (۱۹۹۹) سیستم‌های بسته که دارای ارتباط با محیط بیرون خود نیستند دارای سرمایه اجتماعی مناسبی نیستند. براین اساس گروه‌هایی که حتی دارای تعداد اعضای زیاد، منسجم و دارای اعتماد به یکدیگر هستند، اگر نتوانند با گروه‌های دیگر ارتباط موثری برقرار کنند، نمی‌توانند دارای حیات و رشد طبیعی بوده و از فرصتهای موجود در محیط خود استفاده کنند و قطعاً به دلیل ناهماهنگی با محیط بیرونی خود دچار مشکلات جدی خواهند شد. به همین دلیل وی در رابطه ریاضی خود ضریب Rn را با عنوان ضریب بی‌اعتمادی به گروه‌های دیگر معرفی کرده که دارای رابطه معکوس با میزان سرمایه اجتماعی است.

بنابراین به اعتقاد وی جامعه‌ای دارای سرمایه اجتماعی بالایی است که دارای گروه‌هایی با تعداد اعضای بالا و دارای اعتماد به یکدیگر بوده و منسجم باشند و همچنین بتوانند در ارتباط با محیط بیرون خود موثر عمل کرده و همکاریهای متقابلی را با جوامع دیگر به وجود آورند.

این الگوها بیشتر بر بعد مفهومی سرمایه اجتماعی و ارائه آن به صورت روابط ریاضی تأکید دارند اما هنوز روشهای دقیقی برای

- میزان ارتباطات فیما بین نهادهای اجتماعی؟
- نرخ ایجاد نهادهای اجتماعی با عضویت داوطلبانه؟
- تعداد جلسات برگزار شده در گروههای اجتماعی؟
- میزان فعالیت‌های اجتماعی در مدارس.

پوتنام (۲۰۰۱) در همین رابطه اقدام به تحقیقی در رابطه با میزان سرمایه اجتماعی در ایالت‌های مختلف آمریکا کرده و با استفاده از شاخص‌هایی ایالت‌های مختلف را دسته‌بندی کرده است.

الگوی دیگر نیز که برای اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی وجود دارد، سرمایه اجتماعی را دو بعد شناختی و ساختاری مورد توجه قرار می‌دهد و همانگونه که قبلاً در مورد مولفه‌های آنها اشاره گردید، برای هر یک از آنها اقدام به تدوین شاخص‌های اندازه‌گیری می‌کند. (کریشنا و شریدر ۱۹۹۹)

در مجموع نقطه ضعف این الگوها اینست که پیش از اینکه به محاسبه اقتصادی سرمایه اجتماعی بپردازند، به اندازه‌گیری مظاهر آن و در قالب مفاهیمی اجتماعی و فرهنگی پرداخته‌اند و شناختی کمی از سرمایه اجتماعی به‌عنوان متغیری اقتصادی - اجتماعی و تاثیر آن بر تعاملات اقتصادی ایجاد نمی‌کند.

در همین رابطه دو الگو مبتنی بر رویکرد اقتصادی در اندازه‌گیری کمی سرمایه اجتماعی مطرح می‌شود:

۱- الگوی مبتنی بر ارزش روز شرکت

یکی از الگوهای که به‌منظور محاسبه سرمایه اجتماعی در سازمانها توسط فوکویاما (۱۹۹۹) مطرح شده است بر این اساس است که تغییرات موجود در ارزش روز هر شرکتی در بازار را قبل و بعد از خرید آن شرکت توسط دیگر شرکتها اندازه‌گیری کنیم. سرمایه‌های موجود یک شرکت براساس ارزش بازاری آن بیانگر مجموع سرمایه‌های قابل لمس و غیرقابل لمس آن است و از اینرو سرمایه اجتماعی نیز دربردارنده ارزش سیستم انسانی کارکنان و مدیریت شرکت است. بنابراین تغییر بهای روز هر شرکتی در حالتی که شرایط سیستم اجتماعی درونی آن دگرگون شود می‌تواند بیانگر ارزش سرمایه‌ای سیستم اجتماعی قبلی باشد. هرچند تفاوت ایجاد شده می‌تواند ناشی از سرمایه انسانی شرکت در حالت قبلی نیز باشد که نمی‌توان ایندو را به‌راحتی از یکدیگر تفکیک کرد و تاکنون نیز

از دیدگاههایی مانند: اعتماد فردی، اعتماد به نهادهای اجتماعی، اعتماد بین نژادهای مختلف، مشارکت سیاسی و عضویت داوطلبانه در نهادهای اجتماعی مورد مطالعه قرار گیرد. برخی از سوالات پرسشنامه ذکر شده به شرح ذیل است:

- ۱- آیا شما در میان دوستانتان احساس وجود یک گروه اجتماعی می‌کنید؟
- ۲- آیا زندگی در این شهر در شما احساس تعلق به یک گروه اجتماعی را ایجاد می‌کند؟
- ۳- آیا در میان همکاران سازمان خود احساس تعلق به گروهی اجتماعی را دارید؟
- ۴- آیا در صورت عضویت به یک گروه اینترنتی، احساس تعلق به یک گروه اجتماعی دارید؟
- ۵- به چه اندازه می‌توانید به دوستانتان اعتماد داشته باشید؟
- ۶- به چه اندازه می‌توانید به همکارانتان در محیط کار اعتماد کنید؟
- ۷- به چه اندازه می‌توانید به مردمی که در همان فروشگاه محل خرید شما رفت‌وآمد می‌کنند اعتماد کنید؟
- ۸- تاچه اندازه به اخبار منتشره در نشریات محلی اعتماد دارید؟
- ۹- تاچه اندازه به پلیس محلی خود اعتماد می‌کنید؟
- ۱۰- تاچه اندازه به نژادها و ملیتهای مختلف سفید و سیاه و آمریکایی، آسیایی، اروپایی، آمریکای لاتین، آفریقایی اعتماد دارید؟
- ۱۱- به‌نظر شما مردم تا چه اندازه در صرفه‌جویی آب و انرژی دارای مشارکت هستند؟
- ۱۲- آیا فکر می‌کنید که طی پنج سال آینده همچنان به عضویت خود در گروههای اجتماعی که عضو آنها هستید ادامه دهید؟

براساس این سوالات، اطلاعات مشروحی درباره اعتماد و مشارکت اجتماعی پاسخ‌دهندگان از ایالت‌های مختلف آمریکا به‌دست آمده است که مورد استفاده محققان، دولتمردان و برنامه‌ریزان قرار گرفته است.

در همین رابطه الگوهای دیگری نیز وجود دارند که با استفاده از شاخص‌هایی اقدام به اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی می‌کنند. بعضی از این شاخصها عبارتند از:

- میزان مشارکت اجتماعی داوطلبانه؟
- میزان عضویت در گروههای اجتماعی؟

دین اسلام دارای ظرفیتهای زیادی برای تقویت سرمایه اجتماعی در جوامع مسلمان است.

اعتمادسازی در میان واحدهای مختلف یک سازمان را می‌توان یکی از مهمترین وظایف یک رهبر سازمانی دانست.

یکی از ابعاد سرمایه اجتماعی، میزان مشارکت شهروندان در بهبود نظامهای سیاسی است.

اعتمادسازی بین فرهنگهای مختلف می‌تواند یک امر استراتژیک تلقی شده و موجب افزایش سرمایه اجتماعی گردد.

محاسبه کمی هر یک از اینها به‌صورت مختلف ارائه شده در این الگوها مطرح نشده است (فوکویاما ۱۹۹۹).

۲- الگوی مبتنی بر تحقیقات پیمایشی

در این الگو سعی برای اینست که براساس تحقیقات پیمایشی، اطلاعات لازم درباره میزان اعتماد موجود بین اعضای یک سیستم اجتماعی و نمایان آنها به قرارگرفتن در نهادهای مدنی اندازه‌گیری شود. نمونه معروفی در این باره را می‌توان تحقیق پیمایشی انجام شده توسط انجمن سرمایه اجتماعی آمریکا دانست (منتیج ۶). این انجمن طی تحقیقی پیمایشی و با استفاده از پرسشنامه مربوطه، نظرات حدود ۳۰۰۰ نفر از اعضای ۴۰ انجمن و گروه اجتماعی در سطح ملی را به‌همراه نظرات ۲۶۲۰۰ نفر از شهروندان را در ۲۹ ایالت آمریکا جمع‌آوری کرده است. این تحقیق در سطح ملی انجام شده و از نظر مالی مورد حمایت دولت قرار گرفته است و بزرگترین تحقیق درباره سرمایه اجتماعی در ایالات متحده است. در این تحقیق با استفاده از سوالات پرسشنامه سعی گردیده است تا سرمایه اجتماعی

دانست.

۲ - برنامه‌ریزی برای غنی‌سازی فرهنگ اجتماعی و سازمانی: همان‌طور که قبلاً نیز توضیح داده شد، سرمایه اجتماعی به‌عنوان یک متغیر اقتصادی منتج از ویژگی‌های فرهنگی یک سیستم اجتماعی است. به بیان دیگر سرمایه اجتماعی تبلور اقتصادی فرهنگ اجتماعی یا سازمانی مبتنی بر اعتماد و مشارکت افراد است. بنابراین هرگونه اقدامی از طرف مدیران برای غنی‌سازی فرهنگ سازمانی می‌تواند موجب افزایش سرمایه اقتصادی شود. مدیریت فرهنگ سازمانی عمدتاً با توجه به نقش رهبری و سمبل‌های فرهنگی می‌تواند موجب تقویت مولفه‌های فرهنگی نظیر احساس هویت گروهی و سازمانی مشترک، احساس تعلق به آینده‌ای مشترک، مشارکت، اعتمادهای بین فردی و گروهی و موارد مشابه گردد. در این‌باره مدیران سازمانها با ایجاد نظامهای مشارکتی، برگزاری مراسم و جلسات عمومی با کارکنان، حمایت روانی از کارکنان و ایفای مناسب نقش رهبری می‌توانند در جهت غنی‌سازی فرهنگ سازمانی گام بردارند. استفاده موثر از رسانه‌های ارتباطی نیز در دنیای امروزی دارای نقش بسیار موثر و منحصر به فردی است. در سطح سازمانی نیز می‌توان با استفاده از نشریات و خبرنامه‌های داخلی، پوسترها، فیلم‌ها و حتی شبکه‌های رایانه‌ای در داخل سازمان در تقویت این مولفه‌های فرهنگی اقدام کرد.

یکی دیگر از اقدامات مهم در این زمینه، تلاش مسدیران و رهبر سازمان برای «اعتمادسازی» بین اعضای گروهها و واحدهای سازمانی و نیز بین واحدهای مختلف است. اعتماد نیز صرفاً با ایجاد روابط و ارتباطات مستمر موفق و به تدریج شکل می‌گیرد. انسانها پس از کسب شناخت متناسب از یکدیگر و به تدریج به یکدیگر اعتماد می‌کنند. این امر هم در روابط بین افراد، واحدهای مختلف درون سازمانی و هم روابط بین سازمانها دارای اهمیت است. متأسفانه در بسیاری از سازمانها نوع روابط و ارتباطات سازمانی به گونه‌ای است که افراد و واحدهای سازمانی از یکدیگر شناخت واقعی مناسبی کسب نکرده و طبیعتاً زمینه لازم نیز برای ایجاد شبکه‌های اعتماد فراهم نخواهد بود. از اینرو نقش رهبری مدیران سازمان در ایجاد چنین فرهنگی بسیار موثر است.

توجه به عوامل اجتماعی، فرهنگی و سیاسی، باید به محاسبه تأثیرات اقتصادی آن و نیز ارتباط فیما بین متغیرهای اقتصادی و اجتماعی توجه کنند.

ذخیره سرمایه اجتماعی

با توجه به اهمیت سرمایه اجتماعی در توسعه اجتماعی و سازمانی لازم است برنامه‌های مختلفی برای افزایش ذخیره این سرمایه انجام گیرد. برخی از این اقدامات در سطح سازمانی عبارتند از:

۱ - تشویق و تقویت نهادهای اجتماعی، صنفی و حرفه‌ای: تشویق به ایجاد و تقویت نهادهای اجتماعی یکی از راه‌سادهای ساختاری برای افزایش سرمایه اجتماعی است. افراد در قالب نهادهای اجتماعی دارای هویت مشترکی گردیده و زمینه ایجاد همکاریهای گروهی در آنان ایجاد می‌شود. نتیجه فعالیت گروهی موفق نیز تقویت شبکه‌های اعتماد است. ایجاد چنین نهادهایی در سطوح سازمانی نیز امکان‌پذیر است. تشکیل گروهها و انجمنهای تخصصی و حرفه‌ای در سازمانها با مشارکت داوطلبانه کارشناسان و متخصصان می‌تواند موجب افزایش سرمایه اجتماعی در سازمانها گردد. ایجاد انجمنها و گروههای تخصصی در سازمانها می‌تواند موجب هنجارها و ارزشهای تخصصی و حرفه‌ای در بین اعضا گردیده و در صورت هدایت مناسب می‌تواند موجب کاهش هزینه‌های نظارت و سرپرستی رسمی در سازمان شده و علاوه بر آن با تقویت احساس تعلق به یک گروه تخصصی و حرفه‌ای در اعضا، موجب افزایش سطح انگیزشی و رشد فردی نیز گردد. به‌طور مثال در یک شرکت مهندسی می‌توان کارشناسان رشته‌های تخصصی مختلف را تشویق به ایجاد انجمنهای تخصصی کرد و از افراد باتجربه شرکت در آن تخصصها نیز دعوت به همکاری داوطلبانه کرد. تجربه در بسیاری از شرکتها بیانگر اینست که چنانچه به افراد متخصص و حرفه‌ای، شرایط و امکانات مناسب داده شود، خود آنها زمینه‌های شبکه‌های ارتباطی بین خود را فراهم کرده و با ایجاد هنجارهای حرفه‌ای موجب افزایش کیفیت ارائه خدمات در تخصص مربوطه می‌گردند (پروساک ۲۰۰۰). بنابراین نقش مدیران رسمی سازمان در این رابطه را می‌توان تشویق و هدایت کلی ایجاد و تقویت چنین نهادهایی

الگوی مشخصی برای تفکیک سرمایه‌های غیرقابل لمس از یکدیگر ارائه نشده است.

۲ - الگوی مبتنی بر محاسبه صرفه‌جویی در هزینه‌ها

الگوی مفهومی دیگری که در این مقاله مطرح می‌گردد، توجه به محاسبه تأثیر استفاده از سرمایه اجتماعی بر صرفه‌جویی در هزینه‌های مدیریت است. براساس این الگو پس از امکان‌سنجی در رابطه با اعمال تغییر در فرایندها و یا ساختار سازمانی براساس سرمایه اجتماعی موجود در سازمان که می‌توان از آن استفاده کرد، اقدام به تغییر سازمانی می‌گردد. با محاسبه هزینه‌های مدیریتی شامل کاهش هزینه‌های کنترل و نظارت رسمی، کاهش هزینه‌های مبادلات و رایزنیها و کاهش هزینه‌های ناشی از تسریع گردش کار فرایندها می‌توان هزینه صرفه‌جویی شده در اثر استفاده بهتر از سرمایه اجتماعی برای اعمال تغییر در سازمان را محاسبه کرد. برای محاسبه سرمایه اجتماعی نیز می‌توان مقدار معادل سرمایه مالی که می‌توانست به‌طور مستقیم موجب کاهش همین هزینه‌ها گردد را محاسبه و معادل سرمایه اجتماعی مربوطه در نظر گرفت. از این الگو می‌توان برای ارزشیابی و توجیه اقتصادی طرحهای تغییر سازمانی مبتنی بر استفاده از سرمایه اجتماعی نیز استفاده کرد. برای این امر کافی است که ساختار و فرایندهای مطلوب را که می‌خواهیم براساس ذخیره سرمایه اجتماعی موجود در سازمان به آنها دست پیدا کنیم را مشخص کرده و سپس براساس آن صرفه‌جویی اقتصادی پیش‌بینی شده را حاصل این نوع سرمایه بدانیم. طبیعی است که برای انجام بسیاری از تغییرات سازمانی نیاز به افزایش ذخیره سرمایه اجتماعی در سازمان با تقویت شبکه‌های اعتماد، غنی‌سازی فرهنگ سازمانی و موارد دیگر داریم که در قسمت بعد به آن اشاره گردیده است.

در مجموع می‌توان گفت الگوهایی که برای اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی ارائه شده‌اند وابسته به رویکردی است که محققان مربوطه در بررسی این پدیده داشته‌اند. برخی صرفاً از منظر اجتماعی، فرهنگی و سیاسی آنرا مورد توجه قرار داده و برخی دیگر نیز آنرا براساس مطالعات اقتصادی مورد بحث قرار داده‌اند. اما باید توجه داشت که سرمایه اجتماعی مفهومی اقتصادی - اجتماعی بوده و الگوهای اندازه‌گیری ضمن

۳ - توجه به ارتقای سرمایه اجتماعی در آموزشهای عمومی و آموزش کارکنان:

یکی از مهمترین فرایندهای موجود در جوامع برای ایجاد سرمایه اجتماعی، نظامهای آموزشی است. گذر افراد از آموزشهای عمومی در تمامی سطوح و نیز آموزشهای دانشگاهی، نقش اصلی را در ایجاد این نوع سرمایه دار است. مولفه های فرهنگی در سطح جامعه به شدت متأثر از عملکرد نظامهای آموزشی و تربیتی هستند. در سطح سازمانی نیز دوره های آموزشی کارکنان می توانند بستر مناسبی برای تقویت سرمایه اجتماعی باشند. استفاده از روشهای آموزشی گروهی مانند گروههای کاری و پروژه های تحقیقاتی گروهی و نیز تقویت یادگیری گروهی در قالب فرایندهای کاری، می توانند در ایجاد و تقویت شبکه های اعتماد بسیار موثر باشند. بازیهای آموزشی که امروزه در آموزشهای مدیریتی نیز دارای کاربرد زیادی گردیده اند می توانند در این رابطه به طور موثری مفید باشند.

مهمترین اقداماتی نیز که توسط دولتها می توانند برای تقویت سرمایه اجتماعی انجام شود عبارتند از (فوکویاما ۱۹۹۹):

- تشویق و تقویت تشکیل نهادهای مدنی؛
- تقویت و غنی سازی آموزشهای عمومی؛
- تامین امنیت شهروندان در جهت حضور داوطلبانه در نهادهای اجتماعی؛
- پرهیز از تصدی گری بخشهای مختلف اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی و واگذاری فعالیتهای مربوطه به نهادهای مردمی برای جلب مشارکت آنها در فعالیتهای زمینه سازی ایجاد و تقویت نهادهای اجتماعی و شبکه های اعتماد بین آحاد مختلف مردم.

نتیجه گیری

سرمایه اجتماعی را می توان تاثیر اقتصادی مولفه های فرهنگی یک سیستم اجتماعی دانست که در آن مولفه های نظیر اعتماد، مشارکت داوطلبانه، هنجارهای حرفه ای، پاسخگویی و موارد مشابه باعث می شوند تا هزینه های مدیریتی نظیر نظارت و کنترل رسمی، رایزنیهای مدیریتی، کندی ناشی از سیستم بوروکراتیک و موارد دیگر پایین آمده و امکان استفاده از زمان و سرمایه در جهت انجام فعالیتهایی با بهره وری بیشتر فراهم گردد. سرمایه

اجتماعی را می توان هم در بعد کلان اجتماعی و هم در سطح خرد و در سازمانها مورد بررسی قرار داد. چنانچه مدیران در سطوح مختلف باین مفهوم آشنایی پیدا کنند می توانند با تقویت و بهره برداری مفید از آن بسیاری از هزینه های اجتماعی و سازمانی را کاهش داده و براساس آن اقدام به تغییرات ساختاری و فرایندی در سیستم های اجتماعی کنند. سرمایه اجتماعی را می توان با استفاده از الگوهای مختلف اندازه گیری کرد. رویکرد اجتماعی به اندازه گیری آن، منجر به الگوهای مبتنی بر اندازه گیری کمی مولفه های نظیر اعتماد متقابل، شمع اعتماد، مسئولیت پذیری، مشارکت داوطلبانه و عضویت در نهادهای مدنی و حرفه ای، و رویکرد اقتصادی به آن منجر به الگوهای برای اندازه گیری ارزش اقتصادی سرمایه اجتماعی گردیده است.

اما آنچه از نظر مدیریتی اهمیت دارد اینست که در محیطهای حرفه ای و تخصصی، ایجاد نهادهای حرفه ای و استفاده از هنجارهای حرفه ای برای کنترل رفتار اعضای یک سیستم اجتماعی، می تواند موجب بهره وری بالاتر و زمینه ساز رشد و توسعه سیستم گردد. از اینرو مدیران ایرانی می توانند با توجه به ظرفیت بالای تاریخی، دینی و سنتی موجود در فرهنگ ایرانی، با برنامه ریزی مناسب برای افزایش سرمایه اجتماعی و تقویت شبکه های اعتماد سیستم خود تلاش کرده و براساس آن زمینه توسعه اجتماعی و سازمانی را فراهم آورند.

منابع

- 1 - FRANCIS FUKUYAMA, "SOCIAL CAPITAL AND CIVIL SOCIETY", CONFERENCE ON SECOND GENERATION REFORM, 1999.
<http://WWW.imf.org/external/pubs/ft/seminar/1999/reforms/fukuyama.htm>
- 2 - THE WORLD BANK GROUP, SOCIAL CAPITAL FOR DEVELOPMENT, "WHAT IS SOCIAL CAPITAL?"
<http://WWW.worldbank.org/poverty/scapital/whatsc.htm>
- 3 - CORNELIA BUTLER FLORA, "BUILDING SOCIAL CAPITAL", NORTH CENTRAL REGIONAL CENTER FOR RURAL DEVELOPMENT, IOWA STATE

UNIVERSITY, cflora@iastate.edu, 1999

<http://WWW.ncrcrd.iastate.edu>

4 - FRANCIS FUKUYAMA, "ECONOMIC GLOBALIZATION AND CULTURE", THE MERRILL LYNCH FORUM, 1997.

<http://WWW.ml.com/woml/forum/global.htm>

5 - ANIRUDH KRISHNA AND ELIZABETH SHRADER, "SOCIAL CAPITAL ASSESSMENT TOOL", CONFERENCE ON SOCIAL CAPITAL AND POVERTY REDUCTION, THE WORLD BANK, WASHINGTON, D.C., JUNE 22-24, 1999
SEARCH THE WEBSITE OF THE WORLD BANK: WWW.WORLD BANK.ORG

6 - THE SOCIAL CAPITAL COMMUNITY BENCHMARK SURVEY, NATIONAL RESULTS, 2001

<http://WWW.cfsv.org/communitysurvey/index.html>

7 - LARRY PRUSAK, KNOWLEDGE MANAGEMENT: SOCIAL CAPITAL AND TRUST, TALKING IN WASHINGTON DC IN OCTOBER 2000

<http://WWW.creatingthe21stcentury.org/Larry12-social-capital-trust.html>

8 - FRANCIS FUKUYAMA, "DOES IT TAKE A VILLAGE?", TOMMOROW'S IDEA FOR TODAY LEADERS, SEPTEMBER 26, 1996

<http://WWW.mastersforum.com/archives/fukuyama/fukuyama.htm>

9 - TOM LENGYEL, "THE MEASUREMENT OF SOCIAL CAPITAL IN COMMUNITY-BUILDING EFFORTS", THE ROUNDTABLE, VOL. 2, NO. 6, (JULY-AUGUST 1999), P.14

<http://WWW.alliancel.org/Measuring-Social-capital.asp>

10 - ROBERT PUTNAM, "SOCIAL CAPITAL MEASUREMENT AND CONSEQUENCES", ISUMA, VOLUME 2 NO. 1, SPRING/PRINTEMPS 2001. ISSN 1492-0611

<http://WWW.isuma.net/v02n01/putnam/putnam.htm>

● سید بابک علوی: دانشجوی دکترای مطالعات آموزشی دانشگاه نیوسات ولز - مدیر عامل شرکت مهندسی فراپیش کیان