



تبیین نحوه ترسیم نقشه وضعیت فرهنگی-اجتماعی استان‌های کشور با استفاده از زیرشاخص‌های نماینده فرهنگ و سرمایه اجتماعی

حمیدرضا مقصودی*

تاریخ دریافت مقاله: ۸۹/۷/۱۵

تاریخ تأیید مقاله: ۸۹/۹/۲۵

چکیده:

ترسیم وضعیت موجود، موضوعی است که حتی در روش‌های بسیار ساده برنامه‌ریزی امری لازم محسوب می‌شود و برنامه‌ریزان فرهنگی کشور به ضرورت ترسیم نقشه وضعیت موجود برای طی طریق به سمت دستیابی به سند جامع مهندسی فرهنگی به‌نجوی که متناسب با بافت‌های بومی مذهبی، فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و جغرافیایی هر منطقه باشد، اذعان دارند. برنامه‌ریزی فرهنگی و اجتماعی در کشور زمانی اثرگذار و منطقی است که پشتوانه فکری و اطلاعاتی قوی داشته باشد. سیاست‌گذاران فرهنگی و اجتماعی به‌دلیل کمبود این اطلاعات در پی‌ریزی سیاست‌های کلان، راهبردها و خط‌مشی‌های فرهنگی دشواری‌های بسیاری داشته‌اند. در این تحقیق تلاش می‌کنیم پس از تبیین جایگاه سرمایه اجتماعی به عنوان یکی از ارکان اساسی فرهنگ، با معرفی موازی شاخص‌های فرهنگی و اجتماعی متناسب با وضعیت بومی استان‌ها و استان‌های کشور، روشی منسجم را برای ترسیم نقشه وضعیت فرهنگی - اجتماعی کشور با استفاده از این بعد معرفی کنیم. **واژگان کلیدی:** نقشه جامع وضعیت فرهنگی، سرمایه اجتماعی، زیرشاخص نماینده، روش رتبه‌بندی، روش تحلیل سلسله مراتبی.

مقدمه

به سند جامع مهندسی فرهنگی، امری لازم و ضروری است. در این تحقیق تلاش می‌کنیم با معرفی موازی شاخص‌های فرهنگی و اجتماعی متناسب با وضعیت بومی استان‌های کشور و با تبیین جایگاه ساخت‌ها، معانی و امکانات فرهنگی و اجتماعی در تبیین مفهوم فرهنگ، زمینه را برای مطالعه این دو بُعد جدایی‌ناپذیر فراهم کنیم.

در این نوشتار، روشی برای شناسایی وضعیت فرهنگی و اجتماعی و رتبه‌بندی استان‌های کشور از نظر شاخص‌های متنوع در این دو بعد ارائه می‌شود که این امر زمینه را برای روشن شدن وضعیت فرهنگی هر کدام از استان‌ها فراهم می‌کند.

در صورت اجرای عملیاتی این روش در سطح کشور و پس از پردازش داده‌های حاصل، سیاست‌گذاران فرهنگی و اجتماعی، با اتکال به آن می‌توانند برنامه‌های فرهنگی و اجتماعی جامعی برای استان‌ها پیش‌بینی کنند و با مدنظر قرار دادن چشم‌انداز فرهنگی - اجتماعی استان، راهبردها و خط‌مشی‌های متناسب با هر چشم‌انداز را با اعمال مختصات بومی هر استان طرح‌ریزی کنند.

۱. جایگاه سرمایه اجتماعی در ترسیم وضعیت فرهنگی کشور

تعاریف پیچیده و متنوع در مورد فرهنگ و سرمایه اجتماعی از جانب محققان این حوزه آورده شده است که این نوع تعاریف ناشی از برداشت‌های متفاوتی است که نسبت به این مفاهیم داشته‌اند.

برای بیان فضای مفهومی اصطلاح سرمایه اجتماعی از واژگان و تعابیر مختلفی چون انرژی اجتماعی^۱، روحیه جماعتی^۲، پیوستگی‌های اجتماعی^۳، فضیلت مدنی^۴، شبکه‌های محلی^۵، لطافت اجتماعی^۶، دوستی‌های گسترده^۷، زندگی جماعتی^۸، منابع اجتماعی، شبکه‌های رسمی و غیررسمی، همسایگی خوب^۹ و چسب اجتماعی^{۱۰} استفاده شده است (غفاری، ۱۳۸۴).

براساس مطالعات بانک جهانی^{۱۱}، سرمایه اجتماعی به روابط شبکه‌ای و هنجارهایی باز می‌گردد که فعالیت مجموعه‌ای را مقدور می‌سازند یعنی نهادها، ارتباطات و هنجارهایی که کیفیت

برنامه‌ریزی فرهنگی و اجتماعی در کشور زمانی اثرگذار و منطقی است که پشتوانه فکری و اطلاعاتی قوی داشته باشد. ترسیم وضعیت موجود، موضوعی است که حتی در روش‌های بسیار ساده برنامه‌ریزی امری لازم محسوب می‌شود و برنامه‌ریزان در هر حوزه‌ای به ضرورت ترسیم نقشه وضعیتی موجود برای طی طریق به سمت آینده‌ای کارآمد اقرار و اذعان دارند.

گردآوری داده‌های فرهنگی به‌منظور رفع کمبود اطلاعات موجود از فضاها، امکانات و موقعیت فرهنگی مناطق مختلف را می‌توان از متولیان امور فرهنگی انتظار داشت. سیاست‌گذاران فرهنگی و اجتماعی به‌دلیل کمبود این اطلاعات، دشواری‌های بسیاری داشته و در پی‌ریزی سیاست‌های کلان فرهنگی و به‌طور کلی مشاهده نقشه جامع فرهنگی مناطق به‌منظور برنامه‌ریزی در زمینه مهندسی فرهنگی متناسب با بافت‌های بومی، مذهبی، فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و جغرافیایی هر منطقه با موانع جدی روبرو بوده‌اند.

بی‌تردید مطالعات فرهنگی، به‌طرز جدایی‌ناپذیری به ساختار اجتماعی و معانی موجود در آن مربوط می‌شود و این مطالعات فقط در چارچوب آن ساختار و پیشینه توضیح‌پذیر 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. به‌معنایی دیگر، مردم در بستر یک جامعه، با کالاها و پدیده‌های فرهنگی آن‌گونه مواجه می‌شوند که نگرش اجتماعی آن‌ها ایجاب می‌کند.

با وجود گذشت بیش از سی سال از انقلاب اسلامی و وجود چندین نهاد در امر سیاست‌گذاری و اجرا در زمینه فرهنگ و اجتماع، به جرئت می‌توان گفت هیچ تحقیق جامع و مانعی برای شناسایی وضعیت فرهنگی کشور - که راه را برای سیاست‌گذاران حوزه فرهنگ روشن کند - انجام نشده است.

ترسیم نقشه جامع وضعیت فرهنگی کشور در مسیر رسیدن

1. Social energy
2. Community spirit
3. Social bands
4. Civic virtue
5. Community network
6. Social ozone

7. Extended friendships
8. Community life
9. Good neighborliness
10. Social glue
11. worldbank

و کمیت تعاملات اجتماعی جوامع را نشان می‌دهند.

در برخی منابع از سرمایه اجتماعی به عنوان نوعی سرمایه یاد شده است؛ اما هانیفن (۱۹۱۶) می‌گوید: «من در استفاده از مفهوم سرمایه اجتماعی به آنچه که در منابع معمولاً از سرمایه مراد می‌شود، نظر ندارم و آن را صرفاً به صورت تمثیلی یا استعاری به کار می‌برم. منظورم ملک و دارایی شخصی یا پول نقد نیست؛ بلکه منظور من آن چیزی است که این اشیاء و مادیات ملموس را در زندگی روزمره اکثریت مردم با معنا و ارزشمند می‌سازد، یعنی کار خیر، دوستی و دلسوزی متقابل. رابطه اجتماعی گروهی از افراد و خانواده‌ها که پدیدآورنده واحدی اجتماعی یا اجتماعی روستایی می‌باشند که مرکزیت منطقی آن مدرسه به‌شمار می‌رود. در ساختن اجتماعی محلی، مانند هر نوع کسب و کار و یا توسعه آن، قبل از آنکه فعالیتی سازنده انجام گیرد، انباشت سرمایه لازم است». از نظر او «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». در واقع در اندیشه هانیفن 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).

فوکویاما می‌گوید: سرمایه اجتماعی مفهومی است که افراد را وامی‌دارد که به‌منظور دفاع از علایق و خواسته‌های خود و به‌منظور پشتیبانی از نیازهای جمعی، در کنار یکدیگر جمع شوند، حکومت تشکیل دهند و مناسبات اجتماعی خود را تقویت کنند (Fukuyama, 2002).

فوکویاما (۱۹۹۰) سرمایه اجتماعی را فقط در مقوله همکاری مطرح می‌کند و آن را مجموعه‌ای از ارزش‌ها و سنت‌ها می‌داند که در میان اعضا یک گروه قرار دارند و موجب پدیدآوردن و تقویت همکاری بین آن‌ها می‌شوند. 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 به‌وجود می‌آید و می‌تواند در تبادل اطلاعات، دستیابی به منابع و کسب اعتبار در فضای کسب و کار مؤثر واقع شود (Lin et al, 2008).

تعریف دقیقتری از 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 به‌خودی خود باعث تولید سرمایه اجتماعی نمی‌شود، 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 دوجانبه باشد. سرمایه اجتماعی به پیوندها و ارتباطات میان اعضای یک شبکه به‌عنوان منبع با ارزش اشاره دارد که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف اعضا می‌شود. سرمایه اجتماعی را به‌سادگی می‌توان به عنوان وجود مجموعه عینی از هنجارها یا ارزش‌های غیررسمی 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 (تاجبخش، ۱۳۸۴).

تولید سرمایه اجتماعی از طریق کیمیای «قداست» انجام می‌گیرد، شاکله‌ای نمادین است که به‌وسیله نهاد اجتماعی^۱، تولید شده و از طریق مبادله‌ای قوام‌بخش (مبادله‌ای هدایا، کلمات

۱. نهاد به‌منزله یک خویشاوند - برادر، خواهر، عمو و عمه و خاله و غیره، یا به عنوان یک بزرگتر فامیل، یک وارث قانونی، یک ریش سفید و ...

تعریف فرهنگ بدون تعریف اجتماع و نیازمندی‌های اجتماعی امری مهم‌تر تصور می‌شود. مفهوم فرهنگ، به‌طور فزاینده‌ای با مطالعات درباره سازمان‌ها و اجتماعات مرتبط است. مباحثی چون دورنمای فرهنگی سازمان‌ها در این راستا مطرح می‌شوند (Smircich, 1983).

فرهنگ مجموعه به‌هم پیوسته‌ای از شیوه‌های تفکر احساس و عمل است که کم و بیش مشخص است و به‌وسیله تعداد زیادی از افراد فراگرفته می‌شود و میان آنها مشترک است و دو شیوه عینی و نمادین به‌کار 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.

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 به‌گروه، نوعی کیفیت و 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.

از گفتارهای فوق، ارتباط و انسجام دو مقوله فرهنگ و اجتماع به اختصار بیان شدند. همان‌طور که در تعریف فوق مشخص است، سرمایه اجتماعی به‌عنوان شبکه حاصل از روابط اجتماعی، تشابه بسیار زیادی به حوزه مفهومی فرهنگ دارد. هر کدام از ابعاد اساسی سرمایه اجتماعی به‌ویژه اعتماد، مشارکت، صداقت و عدم انحرافات اجتماعی به‌نوبه خود از ارکان مهم فرهنگ محسوب می‌شوند. بنابراین می‌توان با برآورد مناسب فرهنگ و سرمایه اجتماعی، شاخص مناسبی برای شناخت وضعیت فرهنگی - اجتماعی معرفی کرد.

در بخش بعد روشی ارائه می‌شود که با اجرای آن می‌توان زیرشاخص‌های سرمایه اجتماعی و فرهنگ - که در اینجا با عنوان زیرشاخص‌های فرهنگ اجتماعی معرفی می‌شوند - را سنجید و شاخص فرهنگ اجتماعی را برای استان‌های کشور و یا مناطق منتخب محاسبه کرد و این مناطق و استان‌ها را از نظر شاخص‌های مختلف و این شاخص کلی با یکدیگر مقایسه نمود.

و...) و مبتنی بر آگاهی و شناخت متقابل به نحوی پایانی باز تولید می‌شود(همان).

فرهنگ نیز همچون سرمایه اجتماعی مفهومی چندبعدی است و معانی مختلفی را در بر می‌گیرد. در مورد فرهنگ تعاریف و توضیحات زیادی موجود است. یکپارچه‌کردن این تعاریف و ارائه تعریفی جامع و مانع برای این مفهوم ممکن نیست و تا به‌حال چنین کاری انجام نگرفته است. بنا به بینش‌ها و نگرش‌های افراد و پژوهشگران، تعابیر و تعاریف مختلفی از این مفهوم کلی ارائه شده است.

در تعریفی روش‌شناختی و فلسفی، فرهنگ به «الگوی فروض اساسی که نوآوری می‌شوند، کشف می‌شوند و یا به‌وسیله یک گروه به‌منظور 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، به‌وسیله آنان به سایرین آموخته می‌شود (Liu, 2010).

فرهنگ یا تمدن در تعریفی دیگر به مفهوم قوم‌نگاری عام تعبیر شده است که این خود، مجموعه پیچیده‌ای است مشتمل بر معارف، اعتقادات، هنر، حقوق، اخلاق، رسوم و تمام توانایی‌ها و عاداتی که بیشتر به‌عنوان عضوی از جامعه اخذ می‌نماید. از نگاه نظریه‌پردازان، فرهنگ در مسائلی چون ارزش‌ها، درج نمادها، قهرمانی‌ها و سنت‌ها معنا پیدا می‌کند (Liu, 2010). این تعاریف مربوط به سطوح درونی و مبنایی تعریف فرهنگ است.

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 بعد اجتماعی مفهوم فرهنگ را تشکیل می‌دهند. فرهنگ بر ابعاد مختلف اجتماع همچون ملیت‌ها، سازمان‌ها، گروه‌های مذهبی و مانند این‌ها اثرگذار است (همان).

در میان عالمان علوم اجتماعی و انسان‌شناسان، مباحث بسیار سنتی و آکادمیکی درباره تعریف واژه فرهنگ وجود دارد. قدیمی‌ترین تعریف 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 (Swidler, 1986). از این پس،

۱. روش انجام تحقیق

تأکید این طرح بر روشی است که در آن از نمونه‌ها و جوامع آماری گسترده استفاده شود و تنها به چند شهر بزرگ در هر استان و یا تنها مرکز استان‌ها محدود نشده باشد. در جمع‌آوری آمار و اطلاعات مورد نیاز، تمام نقاط استان‌ها مورد توجه قرار می‌گیرند. پس از مطالعات اولیه و تشکیل هسته علمی و تیم‌های پرسشگری، در مرحله پیمایش میدانی، گروه‌های چهار نفره متشکل از یک سرپرستگر و سه پرسشگر، متصدی جمع‌آوری اطلاعات از نقاط مختلف خواهند بود. همان‌گونه که اشاره شد، شیوه جمع‌آوری اطلاعات در این مرحله، مصاحبه همراه با ارائه پرسشنامه است.

جامعه آماری تحقیق، شامل مناطق روستایی و شهری استان‌های کشور هستند. اطلاعات مورد نیاز از مراکز استان‌ها، مراکز بخش‌ها و حتی از نواحی روستایی مناطق جمع‌آوری می‌شود و داده‌های حاصل نیز متناسب با موقعیت‌های شهری و روستایی هر استان طبقه‌بندی و پردازش می‌شوند. در جمع‌آوری داده در برخی شاخص‌ها از سرشماری کلی و در برخی شاخص‌ها از نمونه‌گیری استفاده می‌شود. حجم نمونه در هر منطقه با جمعیت متناسب است.

پس از جمع‌آوری داده‌ها، به‌وسیله نرم‌افزارهایی همچون SPSS و Eviews و برخی نرم‌افزارهای طراحی شده مختص این طرح و روش‌های مختلف داده‌پردازی، داده‌ها تحلیل خواهند شد.

سرمایه اجتماعی مرکب از زیرشاخص‌های متنوعی است و در سنجش سرمایه اجتماعی در این مطالعه با ترکیب این زیرشاخص‌ها تلاش می‌کنیم شاخص سرمایه اجتماعی را برای هر کدام از مناطق کشور محاسبه کنیم.

روش‌های مختلفی برای تحلیل و وزن‌دهی به زیرشاخص‌ها وجود دارد. روش‌هایی مانند ارائه میانگین وزنی، میانگین هندسی، روش منطق فازی و تاپسیس فازی^۱ و روش تحلیل سلسله‌مراتبی^۲.

بیشتر افراد بر این باورند که زندگی آن‌قدر پیچیده است که برای حل مسائل و مشکلات آن باید به شیوه‌های پیچیده تفکر روی آورد. این تصور، فکر کردن در حالات ساده را نیز با مشکل

هدف این تحقیق ارائه روشی برای ترسیم نقشه جامع وضعیت فعلی فرهنگی-اجتماعی استان‌های کشور، مشخص کردن نقاط قوت و ضعف هر استان از لحاظ شاخص‌های مختلف فرهنگی و اجتماعی، تشخیص اولویت‌ها در برنامه‌ریزی فرهنگی و اجتماعی هر استان، ارزیابی نتایج سیاست‌های فرهنگی اجرا شده در هر استان، تهیه بانک اطلاعاتی جامع فرهنگی-اجتماعی استان‌ها و برنامه‌ریزی برای تخصیص بودجه‌های فرهنگی و اجتماعی متناسب با اولویت‌های هر استان است. برای رسیدن به این اهداف لازم است روش‌های زیر به کار گرفته شوند.

همانطور که ذکر شد، موضوع فرهنگ اجتماعی، از نظر ماهیت دارای ابعاد چندگانه است. این امر، ضرورت استفاده از روشهای پژوهشی-ترکیبی را نمایان می‌کند. در نتیجه، این پژوهش از مجموعه‌ای از روش‌های اسنادی، تحلیل ثانویه داده‌های در اختیار و پیمایش استفاده خواهد شد.

در قالب روش اسنادی با استفاده از روش‌های کتابخانه‌ای و بررسی اسناد، ابعاد مفهومی و نظری متغیرهای فرهنگ اجتماعی، از حیث نظری مورد کاوش قرار می‌گیرند. حاصل این کاوش، دسترسی به چارچوب مفهومی و نظری تحقیق است.

همچنین قبل از اجرا فاز عملیاتی تحقیق، در بررسی داده‌های موجود نیز روش کتابخانه‌ای و کاوش اسنادی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

روش پیمایش اجتماعی به عنوان شیوه‌ای که به کشف و شناسایی ویژگی‌ها، فراوانی و توزیع این ویژگی‌ها در مناطق مختلف و نیز چگونگی روابط متقابل بین متغیرها در یک جامعه معین نظر دارد که در مرحله بعد مورد استفاده قرار می‌گیرد.

سپس با استفاده از تکنیک مصاحبه حضوری، داده‌های مربوط به چارچوب مفهومی و نظری تعیین و جمع‌آوری شده و چگونگی توزیع و روابط متغیرهای مورد مطالعه در سطح کشور و به تفکیک استان‌ها و یا مناطق، در قالب جامعه آماری مورد مطالعه مورد توجه قرار می‌گیرد. برخی از این متغیرها که با توجه به ابعاد مفهومی فرهنگی-اجتماعی احصا شده‌اند، در قسمت موضوعات مورد مطالعه این نوشتار معرفی می‌شوند.

1. Fuzzy Topsis

2. Analytical Hierarchy Process(AHP)

مواجه می‌کند. فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی، به ما کمک می‌کند تا بتوانیم تصمیمات مناسب برای موضوعات پیچیده را با هدایت و ساده کردن مراحل تصمیم‌گیری اتخاذ کنیم. در این روش، وضعیت پیچیده، به بخش‌های کوچکتر آن تجزیه شده و سپس این اجزا در یک ساختار سلسله‌مراتبی قرار می‌گیرد. در این روش، به قضاوت‌های ذهنی با توجه به اهمیت هر متغیر مقادیر عددی اختصاص می‌دهیم و با تحلیل این اعداد اهمیت متغیرها مشخص می‌شوند. به عبارت دیگر، ترتیب اولویت متغیرها تعیین می‌شود. تحلیل سلسله‌مراتبی، تصمیم‌گیرندگان را قادر می‌سازد تا اثرات متقابل و همزمان بسیاری از وضعیت‌های پیچیده و نامعین را تعیین نمایند. این فرایند، تصمیم‌گیرندگان را یاری می‌کند تا اولویت‌ها را براساس اهداف، دانش و تجربه خود تنظیم کنند، به نحوی که احساسات و قضاوت‌های خود را به‌طور کامل در نظر بگیرند. همانطور که بیان شد، با توجه به ذمراتب بودن سرمایه اجتماعی، در محاسبه و اولویت‌بندی زیرشاخص‌های آن، از روش AHP باید اصول اساسی تفکر تحلیلی را رعایت کنیم.

اصل اول، اصل ترسیم درخت سلسله‌مراتب است. توانایی درک موضوعات مختلف، تمیز دادن آن م ارتباط دادن اجزای مختلف یک موضوع را دارد. ذهن انسان توانایی ایجاد ساختار سلسله‌مراتبی برای واقعیات پیچیده را با توجه به اجزای آن دارد. بیان ماتریس سلسله‌مراتبی بکار رفته در این روش، بر ساختن درخت سلسله‌مراتب تصمیم استوار است. پژوهشگر باید در ابتدا سلسله‌مراتب تصمیم را بسازد (آذر و همکاران، ۱۳۸۸). معمولاً تعداد اجزای سلسله‌مراتب بین ۵ تا ۹ بخش است. یعنی ذهن یک موضوع را به بخش‌های مختلف تفکیک و گاهی این بخش‌ها را به بخش‌های کوچک‌تر تقسیم می‌کند. ضمن اینکه ارتباط منطقی آنها را مدنظر قرار می‌دهد. به این ترتیب سلسله‌مراتب‌ها شکل می‌گیرد.

اصل دوم، اصل تعیین اولویت‌هاست. انسان‌ها می‌توانند روابط میان موضوعات مختلفی - که مشاهده می‌کنند- را درک کرده با توجه به معیارهای مشخص، مقایسه زوجی بین آنها انجام داده و یک گزینه را بر دیگر گزینه‌ها ترجیح دهند. سپس این مقایسه‌ها را از طرق AHP یا فرایند منطقی دیگری ترکیب کنند تا درک

بهتری از کل سیستم ارائه دهند.

اصل سوم، اصل سازگاری^۱ منطقی است. ذهن انسان می‌تواند روابط بین اجزا را به نحوی برقرار کند که میان آنها سازگاری و ثبات منطقی وجود داشته باشد. سازگاری در دو مفهوم به کار می‌رود: اول اینکه ایده‌ها و اشیاء مشابه، با توجه به ارتباط آنها در یک گروه قرار گیرند؛ معیار دوم نیز میزان ارتباط میان ایده‌های مختلف با توجه به معیار خاص آنهاست(همان).

در این روش ماتریسی در نظر گرفته می‌شود و فاکتورهایی که به نظر مهم می‌رسند - در ابتدای سطرها و ستون‌ها قرار می‌گیرند. آن‌گاه از صاحب‌نظران تقاضا می‌شود که میزان اهمیت فاکتورهای موجود در سطرها را نسبت به فاکتورهای ستونی مشخص کند. طبیعی است که با پر شدن نیمه بالایی ماتریس نیازی به پر شدن نیمه پایینی نیست. زیرا میزان اهمیت این فاکتورها عکس فاکتورهای بالایی است. به عبارت دیگر این ماتریس به صورت بالا مثلثی تکمیل می‌شود.

جدول ۱. نمونه خام ماتریس AHP چهار بعدی

	بعد اول	بعد دوم	بعد سوم	بعد چهارم
بعد اول	۱			
بعد دوم		۱		
بعد سوم			۱	
بعد چهارم				۱

برای تعیین وزن هر بُعد (زیرشاخص)، از فرمول زیر استفاده می‌کنیم که همان مقدار میانگین درایه‌های سطور را نشان می‌دهد:

$$W_j = \frac{\sum_{i=0}^n r_{ij}}{n}$$

بردار مجموع وزنی برابر خواهد بود با:

$$WSA = A.W$$

که همان ماتریس اصلی می‌باشد. بردار سازگاری نیز از تقسیم

بردار مجموع وزنی بر وزن هر ستون به دست می‌آید:

$$CV = \frac{WSV}{W}$$

1. Consistency

۲. موضوع‌های مورد مطالعه

سرمایه اجتماعی یک مفهوم ساده و بسیط نیست؛ بلکه مجموعه‌ای از مفاهیم است که به‌طور 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 (Montgomery, ۲۰۰۰).

مطابق با گستره فوق، موضوعات مورد مطالعه در این تحقیق، به‌طور کلی در قالب میزان مشارکت مردم (Beugelsdijk, ۲۰۰۱)، اعتماد میان مردم (Gery banks, 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 دسته‌بندی می‌شوند. در سنجش هر کدام از این ابعاد از معیارهای مختلفی بهره گرفته می‌شود. سنجه‌های تعیین‌کننده معیارها در هر بخش، متناسب با شرایط بومی فرهنگی و اجتماعی کشور انتخاب شده‌اند و در برخی موارد مختص کشور ایران هستند. به‌طور تفصیلی این سنجه‌ها به قرار زیر بیان می‌شوند.

۱-۲. معیار اول: نسبت مشارکت موجود در جامعه

مشارکت در فعالیت‌های جمعی از شاخصه‌های مهم فرهنگ اجتماعی است. این نوع از مشارکت، دو فایده روانی بسیار مهم را به دنبال دارد: پیوندهای مؤثر (ارتباطات عاطفی با سایر افراد و گروه‌ها) و مناسبات ارزشی (به عبارت دیگر صداقت در رفتارهای اجتماعی). همچنین ارتباطات شبکه‌ای با تسهیل فعالیت‌های مشارکتی، کارایی اجتماع را بهبود می‌بخشند. از طرف دیگر، وجود مشارکت در اجتماع، علاوه بر پویایی و تکاپوی اجتماعی، سلامت روان مردم را نیز به دنبال دارد. پرهیز از روحیه فردگرایی، کارایی فعالیت‌ها را در اجتماع افزایش داده و با هم‌افزایی بر بهره‌وری اجتماعی تأثیر مثبت دارد.

مشارکت را در این تحقیق و بر مبنای مختصات کشور، در پنج قالب اصلی در نظر می‌گیریم که عبارتند از: مشارکت مستقیم در عرصه فرهنگ، مشارکت مذهبی، مشارکت اجتماعی، مشارکت سیاسی و مشارکت اقتصادی. هر کدام از این زیر ابعاد را می‌توان در قالب میزان مشارکت مستقیم افراد (مقصودی، ۱۳۸۹) و سرانه اماکن (غفاری، ۱۳۸۴) متناسب با هر کدام از انواع مشارکت

شاخص ناسازگاری نیز با استفاده از فرمول فوق به‌دست می‌آید.

$$CI = \frac{CV - N}{N - 1}$$

ضریب سازگاری نیز با استفاده از تقسیم شاخص بر حاصل از جدول استاندارد ساعتی محاسبه می‌شود.

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

این ضریب برای تمام ماتریس‌هایی که به‌منظور مقایسه معیارها تنظیم می‌شوند، محاسبه می‌شوند. در واقع برای هر ماتریس یک بار انجام می‌شود.

با توزیع جداول میان نخبگان به‌منظور ارزیابی، با ارزیابی‌های مختلفی مواجه می‌شویم. از آنجا که این جداول گوناگون برای ما کاربردی نداشته و باید بتوانیم به جدول واحدی برسیم، بنابراین جداول مختلف را با یکدیگر ادغام کرده و به ارزیابی واحدی می‌رسیم. برای اینکه تمام جداول را در هم ادغام کرده و در نهایت به ارزیابی واحدی از معیارها برسیم، روش‌های مختلفی وجود دارد که از جمله آن‌ها، استفاده از میانگین هندسی و میانگین موزون است: ابتدا مؤلفه را تعریف می‌کنیم: ترجیح سطر am به ستون am از نظر فردام.

که در این صورت میانگین هندسی برابر است با:

$$\bar{a}_{ij} = (a_{ij1} \times a_{ij2} \times a_{ij3} \times \dots \times a_{ij4})^{\frac{1}{n}}$$

و یا میانگین موزون:

$$\bar{a}_{ij} = (a_{ij1}^{w_1} \times a_{ij2}^{w_2} \times a_{ij3}^{w_3} \times \dots \times a_{ijk}^{w_k})^{\frac{1}{\sum w_k}}$$

در آن هنگام میانگین موزون برای ما قابل استفاده خواهد بود که بخواهیم به ارزیابی افراد مختلف وزن‌های گوناگون داده باشیم (سلیمانی، ۱۳۸۷).

در این تحقیق فرض می‌کنیم که ارزیابی همه صاحب‌نظران برای ما به یک اندازه معتبر هستند. بنابراین از میانگین هندسی استفاده می‌کنیم.

در نهایت با تقسیم مجموع هر سطح بر مجموع کلیه درایه‌های ماتریس میانگین‌ها، وزن هر کدام از زیرشاخص‌ها در فرهنگ و یا سرمایه اجتماعی به‌دست می‌آید.

و به‌وسیله سنجه‌هایی که در ادامه می‌آیند، اندازه‌گیری کرد.

۱-۱-۲. مشارکت مستقیم در عرصه فرهنگ

عرصه فرهنگ و هنر در بسیاری از ابعاد بی‌شک عرصه فعالیت جمعی است و به‌جز در برخی از هنرهای محدود، ساخت شبکه‌ای گروه‌های فرهنگی و هنری است که می‌تواند فرهنگ و هنر را کارآمد نماید. مشارکت و تعاون عضو جدانشدنی فعالیت فرهنگی قلمداد می‌شوند و بنابراین مشارکت فرهنگی از این باب به‌عنوان یکی از ارکان فعالیت‌های مشارکتی قابل تعریف است. در سنجش میزان مشارکت فرهنگی از سنجه‌های زیر استفاده می‌کنیم.

الف) نسبت حضور افراد در برنامه‌های فرهنگی

در سنجش این بخش می‌توان نسبت رفتن به سینما، نسبت رفتن به تئاتر، نسبت شرکت در برنامه‌های شب شعر و خاطره، نسبت رفتن به اردوی راهیان نور، نسبت شرکت در کنسرت موسیقی، نسبت بازدید از نمایشگاه‌های فرهنگی و هنری، نسبت رفتن به مسافرت سیاحتی، نسبت استفاده از رادیو و تلویزیون داخلی، نسبت استفاده از ماهواره، نسبت استفاده از رادیوهای بیگانه، نسبت استفاده از فایل‌ها و نوارهای صوتی و تصویری فرهنگی (کنسرت‌های داخلی و خارجی مجاز؛ کنسرت‌ها و شوه‌های غیرمجاز داخلی و خارجی)، نوارها و فایل‌های موسیقی مجاز داخلی و خارجی، نوارها و فایل‌های موسیقی غیرمجاز، فیلم‌های سینمایی دارای مجوز، فیلم‌های سینمایی فاقد مجوز، نسبت حضور در فعالیت‌های تولید صنایع دستی و نسبت استفاده از اینترنت (استفاده درسی، استفاده از تالارهای گفتگو، استفاده تجاری) را مورد بررسی قرار داد.

به‌تبع برخی از ابعاد فوق مشارکت اجتماعی مثبت و برخی مشارکت اجتماعی منفی محسوب می‌شوند که این مثبت و منفی بودن در محاسبات مورد توجه قرار می‌گیرند.

ب) میزان مطالعه

مطالعه کتب و مقالات درسی و کتب غیردرسی در این بخش مورد توجه قرار می‌گیرند.

ج) سرانه اماکن فرهنگی موجود

تسهیلات (امکانات) فرهنگی به‌عنوان یکی از ابعاد مورد بررسی در این پژوهش با فعالیت فرهنگی همبسته دانسته شده

است. از این‌رو بررسی فعالیت فرهنگی مستلزم اطلاع از امکانات و تسهیلات فرهنگی است.

تسهیلاتی که در این بخش بررسی می‌شوند، شامل اماکن زیر هستند:

فروشگاه‌های عرضه محصولات فرهنگی، ویدئو کلپ، مرکز بازی‌های رایانه‌ای، فروشگاه‌های عرضه محصولات صوتی و تصویری مذهبی، اقامتگاه‌های تفریحی، اردوگاه‌های پرورشی، کمپ‌های اسکان، پارک، جنگل، اقامتگاه‌های توریستی، هتل، هتل آپارتمان، مهمان‌پذیر، مسافرخانه، واحدهای تفریحی، کارگاه‌های لیتوگرافی، چاپخانه و صحافی، کتاب‌فروشی‌ها، مؤسسه نشر، اماکن مختص گروه‌های هنری، سالن تئاتر، تالار موسیقی، کارگاه‌ها و شهرک‌های فیلم‌سازی، کارگاه‌های هنرهای دستی و هنرهای تجسمی، مؤسسه‌های تئاتر و فیلم‌سازی آموزش بازیگری، سینما، دفتر نشریه، کتابخانه (عمومی، روستایی، مدارس، مساجد، کودک و نوجوان، مجتمع‌های فرهنگی، مراکز پژوهشی فرهنگی، مراکز آموزش فرهنگی، تالارهای اجتماعات، مجتمع‌های فرهنگی - ورزشی، مراکز مشاوره، آثار باستانی، مجتمع‌های توریستی) وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، (۱۳۸۲).

د) فعالیت‌های ورزشی

نسبت شرکت افراد در فعالیت‌های ورزشی (نرمش‌های روزانه، ورزش حرفه‌ای، قهرمانی)، میزان افتخارات ورزشی کسب شده، سرانه اماکن ورزشی (سالن‌های ورزشی، استخر، زمین‌های ورزشی روباز) از محورهایی هستند که در این بخش بررسی می‌شوند.

ه) نحوه استفاده از اوقات فراغت

اوقات فراغت یکی از عوامل عمده فعالیت فرهنگی است. فعالیت‌هایی که اعضای جامعه فارغ از اجبارهای محیط کار و الزامات زندگی، استعدادهای خود را توسعه بخشیده و شخصیت خود را گسترش می‌دهند. فعالیت‌هایی که هدف اقتصادی در آن نبوده و بیشتر در راستای پیوند با دیگران (نفس رابطه اجتماعی)، تحقق امری اخلاقی، هنری عام‌المنفعه، دینی و... به‌صورت اختیاری انجام می‌شود. اوقات فراغت در مقابل زمانی قرار می‌گیرد که فرد در الزامات اجتماعی نظام تقسیم کار درگیر است. در این تحقیق تلاش می‌کنیم در کنار سایر شاخصه‌ها نحوه استفاده مردم از

طلبه‌های طرح هجرت در ایام خاص و مُبلغین غیرمعموم، در این محور قابل بررسی هستند.

(د) میزان مطالعه متون مذهبی

مطالعه قرآن، ادعیه و سایر کتب مذهبی در این قسمت حائز اهمیت هستند.

۳-۱-۲. مشارکت سیاسی (علوی، ۱۳۸۰)

عرصه فعالیت سیاسی، یکی از مهمترین عرصه‌های فعالیت اجتماعی است. جامعه‌ای که از نظر سیاسی بیدار باشد، نه تنها از نظر اجتماعی، بلکه از نظر فرهنگ و امنیت نیز مستحکم و مصون از گزند انحرافات است. محاسبه میزان مشارکت مردم در سیاست، می‌تواند در تشخیص وضعیت اجتماعی و فرهنگی نقش قابل توجهی داشته باشد.

در سنجش ابعاد مختلف مشارکت سیاسی از سنجه‌های زیر استفاده می‌کنیم:

الف) نسبت شرکت افراد در فعالیتهای سیاسی

شرکت افراد در بسیج، انجمن اسلامی و نسبت مطالعه مطبوعات محورهای این سنجه هستند (غفاری، ۱۳۸۴).

ب) سرانه اماکن سیاسی

این اماکن شامل روزنامه‌فروشی‌ها، خبرگزاری‌ها، نمایندگی‌های خبری، دفاتر نمایندگی و پخش مطبوعات هستند.

۴-۱-۲. مشارکت اجتماعی (غفاری، ۱۳۸۴)

فعالیت اجتماعی نیز به‌عنوان یکی از زیرمجموعه‌های مشارکت، دیگر مقوله مد نظر این پژوهش به‌شمار می‌آید. محور این نوع فعالیت تعامل و روابط با دیگران است. فعالیت و مشارکت اجتماعی در چند مقوله بررسی می‌شود:

الف) نسبت شرکت افراد در فعالیتهای اجتماعی (Beugelsdijk, 2001)

انجمن‌های داوطلبانه، خیریه‌ها، گروه‌های حفظ محیط زیست، NGOهای فعال، اتحادیه‌های صنفی، صندوق‌های قرض‌الحسنه، انجمن‌های خانه و مدرسه، همکاری با مراکز مشاوره، از مواردی هستند که در این جا قابل استفاده می‌باشند.

ب) سرانه اماکن اجتماعی

تشکل‌های صنفی حرفه‌ای از جمله اماکنی هستند که در این بخش کاربرد دارند.

اوقات فراغت را نیز احصا نماییم.

شاخصه‌هایی که در این زمینه مورد پرسشگری قرار می‌گیرند به ترتیب زیر هستند:

میزان اوقات فراغت، سرانه کلاس‌های مختص به ایام تعطیلات و اوقات فراغت و همچنین نسبت حضور افراد در کلاس‌های فرهنگی - ورزشی و آموزشی در ایام فراغت.

۲-۱-۲. مشارکت مذهبی

بی‌شک ادیان آسمانی و به‌ویژه دین مبین اسلام، عرصه فعالیت و مشارکت اجتماعی هستند. تأکید ادیان بر انجام عبادات جمعی، توجه به هم‌نوع و پرهیز از بی‌تفاوتی نسبت به سرنوشت دیگران را می‌توان شواهدی بر این مدعا دانست. بنابراین انجام فعالیتهایی که صورت مشخصاً مذهبی و منعکس از دستورات مستقیم خداوند دارند را می‌توان از گونه‌های مشارکت محسوب کرد که این نوع مشارکت آثار فرهنگی و اجتماعی فراوانی را به‌دنبال دارد.

بنابراین در ترسیم نقشه فرهنگی - اجتماعی، یکی از ابعادی که باید مد نظر قرار گیرد، مشارکت در مذهب است. ابعاد و سنجه‌های این نوع از مشارکت به قرار زیر هستند:

الف) نسبت شرکت افراد در فعالیتهای مذهبی

این بعد شامل نسبت شرکت در نماز جماعت، اعیاد و عزاداری‌ها، هیأت مذهبی هفتگی، جلسات قرآن هفتگی، مراسم تشییع جنازه، مسافرت‌های زیارتی (مکه - کربلا - سوریه - مشهد) است.

مسافرت به قصد زیارت فعالیت دیگری است که اگرچه در آن وجه تفریحی هم ممکن است مدنظر افراد باشد؛ اما به‌طور کلی می‌توان آن را فعالیتی مذهبی محسوب کرد.

همچنین نسبت استفاده از فایل‌ها و نوارهای صوتی و تصویری مذهبی، قرآن، مداحی، تواشیح از دیگر محورهای این مقوله هستند.

ب) سرانه اماکن مذهبی

مساجد، حوزه‌های علمیه، حسینیه‌ها و اماکن عزاداری، هیئت هفتگی، مزار شهدای گمنام، دارالقرآن‌ها، کانون‌های فرهنگی و امامزاده‌ها از جمله این اماکن هستند (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۲).

ج) سرانه مبلغ دینی

امام جماعت، طلبه‌های رسمی حوزه‌های علمیه منطقه،

۵-۱-۲. مشارکت اقتصادی

از درصد اشتغال، درصد سهامداران بورس، اماکن اقتصادی، صندوق‌های قرض‌الحسنه، واحدهای اقتصادی تعاونی، تعاونی‌های تولید، تعاونی‌های مصرف، مؤسسات کارآفرینی، مؤسسات مالی و اعتباری، شرکت‌های سرمایه‌گذاری و شعب بانک‌ها می‌توان در این زمینه استفاده کرد.

۲-۲. معیار دوم: میزان اعتماد موجود در جامعه

به‌طور کلی اعتماد را می‌توان ادراک و یا توصیف قابلیت اعتماد انتظاری افراد دانست. اعتماد بر انتظاری که فرد می‌تواند آن را بفهمد پایه‌ریزی شده است. این امر به سطحی از اطمینان باز می‌گردد که شرکا در آن سطح، از مجاری آسیب‌پذیر قصد دست‌اندازی و استثمار نداشته باشند. ارتباطات مکرر میان بنگاه‌ها اعتمادی را به‌وجود می‌آورد که منجر به بستن معاهدات بعدی می‌شود. اعتماد مابین شبکه‌های اجتماعی خصایص کنترل‌کننده‌ای را منجر می‌شود که جایگزینی برای نظام قانونی به‌شمار می‌رود.

اعتماد، سطحی از اطمینان است که افراد را نسبت به اینکه دیگران همانگونه که می‌گویند رفتار می‌کنند مطمئن می‌سازد. اعتماد اجتماعی (اعتماد به‌معنای عمومی) نیز به اعتماد مابین افراد در جامعه باز می‌گردد.

مفهوم اعتماد معانی جایگزین زیادی دارد. زمانی که فرد می‌خواهد با شخص دیگری تعامل کند، بدون اینکه او را بشناسد ناچار است به او اعتماد کند. اما بی‌اعتمادی در آن زمان مشخص می‌شود که افراد بدون وجود ضمانت با یکدیگر هیچ تعاملی نداشته باشند. بنابراین در زمانی که اصول و ضوابط مشخص بر نحوه تعامل افراد موجود نباشد این اعتماد است که موجب پیشبرد امور می‌شود.

در این تحقیق اعتماد را با استفاده از زیرشاخص‌های نماینده، در سه بعد کلی اعتماد مردم به مردم، مردم به حکومت و اعضای خانواده به یکدیگر بررسی می‌کنیم:

۱-۲-۲. اعتماد مردم به مردم

در سنجش این بعد از میزان عدم نزاع میان مردم استفاده می‌شود. عدم نزاع میان مردم را می‌توان از دو سنجه زیر محاسبه کرد. مواردی چون منازعات فردی و منازعات قبیله‌ای و

محلی (وزارت کشور، ۱۳۸۲).

۲-۲-۲. اعتماد مردم به حکومت

آمار مشارکت مردم در انتخابات و میزان حضور در راهپیمایی‌ها می‌تواند شاخص مناسبی از اعتماد مردم به حکومت را نشان دهد (سلیمانی، ۱۳۸۷).

۳-۲-۲. اعتماد مردم به خانواده

آمار میزان فرار از خانه، درصد رفت و آمد با اقوام، همسایگان، آشنایان، میزان حل مشکلات به‌وسیله ریش‌سفیدها و بزرگترهای فامیل، میزان طرح مشکلات و مسائل آموزشی و غیرآموزشی به‌وسیله فرزندان با پدر و مادر را می‌توان در سنجش این شاخص به‌کار گرفت (مقصودی، ۱۳۸۹).

۳-۲. معیار سوم: میزان صداقت و مناسبات ارزشی

موجود در جامعه (Dasgupta, ۱۹۹۹)

صداقت در رفتار یعنی برخورد به دور از هرگونه ریاکاری، دروغ و نفاق به‌نحوی که افراد در برخورد با یکدیگر نگران رفتار نادرست و غیرقابل پیش‌بینی از یکدیگر نباشند (سلیمانی ۱۳۸۷).

مناسبات ارزشی چون میزان راستگویی، درصد ازدواج، میزان تداوم زندگی (عدم طلاق)، میزان صلح و تسالم (یعنی عدم اجبار و اکراه و تهدید) در سنجش این شاخص سنجه‌های مناسبی هستند (وزارت کشور، ۱۳۸۲).

۴-۲. معیار چهارم: میزان انحرافات اجتماعی موجود در جامعه

وجود انحرافات اجتماعی که همان جرم‌هایی هستند که دارای اثرات اجتماعی بوده و شیرازه زندگی اجتماعی را با خطر مواجه می‌کنند، نشانی از سطح پایین فضیلت‌های فرهنگی و اجتماعی مناطق است. شناسایی سرانه جرم و جنایت، به‌ویژه از این نوع، موضوعی است که می‌تواند در ترسیم وضعیت فرهنگی و اجتماعی مناطق یاری‌دهنده باشد. بنابراین در این بخش ۸ جرم از این نوع معرفی می‌شود: قتل، خودکشی، جرائم جنسی، اعتیاد، سرقت، تظاهر به چاقوکشی، مسموم کردن عمدی و ضرب و جرح و صدمه (وزارت کشور، ۱۳۸۲).

۳. مراحل انجام طرح

۱-۳. مرحله اول: مطالعات مقدماتی

قبل از آغاز مراحل عملیاتی و اعزام گروه‌های پرسشگر به استان‌ها نیاز است، در زمینه فرآیند اجرا و نحوه رسیدن به

که در هر استان، یک نفر نیز به عنوان راهنما به این تیم‌ها افزوده می‌شود.

۲-۳. آموزش تیم‌های پرسشگر

قبل از اعزام تیم‌ها به استان‌ها، در یک دوره آموزشی، محتوای طرح و نحوه جمع‌آوری داده به‌طور دقیق به اعضا آموزش داده می‌شود.

۳-۳. مرحله سوم: عملیات میدانی

اعزام تیم اجرایی به استان‌ها، جمع‌آوری داده‌های جامعه آماری و نمونه‌های آماری و نظارت بر چگونگی انجام فعالیت به‌وسیله تیم‌ها از مراحل عملیات میدانی این تحقیق خواهند بود.

۴-۳. مرحله چهارم: پردازش داده‌های جمع‌آوری شده

در این مرحله، که مرحله نهایی تحقیق است، داده‌های جمع‌آوری شده پردازش شده و وضعیت فرهنگی و اجتماعی هر استان در قالب گزارش‌هایی ارائه می‌شوند.

با انجام این تحقیق می‌توان بانک اطلاعاتی جامع فرهنگی و اجتماعی استان‌های متشکل از داده‌های موارد ذکر شده، مجموعه نقشه‌های رتبه‌بندی وضعیت فرهنگی - اجتماعی استان‌ها از نظر شاخص‌های مختلف فرهنگی - اجتماعی، گزارش آسیب‌شناسی فرهنگ در هر کدام از استان‌ها، گزارش رتبه‌بندی استان‌ها از نظر شاخص سرمایه اجتماعی و گزارش تعیین اولویت‌های فرهنگی استان‌ها را به‌دست آورد.

جمع‌بندی

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 برنامه‌ریزان در سطح ملی باید آن را جستجو کنند. تهیه نقشه جامع وضعیت فرهنگی که نشان‌دهنده وضعیت فعلی و روندی هر کدام از زیرشاخص‌های فرهنگ و اجتماع است در این راستا امری ضروری به‌نظر می‌رسد.

در این تحقیق تلاش شد پس از تبیین ارتباط فرهنگ با عرصه اجتماع از طریق مفهوم سرمایه اجتماعی، زیرشاخص‌های

داده‌های معتبر مطالعاتی انجام پذیرد که به اختصار می‌توان موضوع این مطالعات را در موارد زیر برشمرد:

۱-۳. مطالعه میزان آمار موجود در ادارات کل و

استانداری‌ها

با توجه به وجود مرکز آمار ایران به عنوان نهاد رسمی و مرجع آمارگیری در کشور و همچنین نهادهای موازی مختلف در عرصه فرهنگ، این امکان وجود دارد که برخی از موارد مورد بررسی به‌وسیله این نهادها به‌طور منظم بررسی شده باشد. برای تسهیل امر و پرهیز از موازی‌کاری و دوباره‌کاری قبل از هرگونه فعالیت، با مراجعه به منابع این نهادها آمار موجود بررسی شده و آمار قابل استفاده دریافت می‌شوند. این ادارات و سازمان‌ها عبارتند از: مرکز آمار (اطلاعات سالنامه آماری)، اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان اوقاف و امور خیریه، سازمان تبلیغات اسلامی، مرکز امور مساجد، بسیج مستضعفین، معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی استانداری، دفتر آئمه جمعه، سازمان میراث فرهنگی و غیره.

۲-۳. تهیه و پیش‌آزمون پرسشنامه

یکی از مشکل‌ترین مراحل تحقیق، تهیه پرسشنامه معتبر، برای جمع‌آوری داده‌ها به‌طور علمی است. در این مرحله با استفاده از اساتید مجرب حوزه آمار، علوم اجتماعی و فرهنگ، پرسشنامه‌های متناسب با وضعیت استان طراحی می‌شوند و برای شناسایی محدودیت‌ها و نارسایی‌های احتمالی، ارزیابی روایی و اعتبار پرسشنامه و در نهایت انجام بازنگری مورد نیاز در پرسش‌ها مورد پیش‌آزمون قرار می‌گیرند.

۲-۳. مرحله دوم: فعالیت‌های مقدماتی

پس از انجام مطالعات فوق و مشخص شدن محدوده عملیاتی تحقیق، نوبت به فعالیت‌های اجرایی می‌رسد که قبل از اعزام گروه باید انجام شوند. این فعالیت‌ها عبارتند از:

۱-۲-۳. تعیین تیم‌های پرسشگر

برای جمع‌آوری داده، برای استان‌های به نسبت پرجمعیت، تیم‌های پرسشگر در نظر گرفته می‌شوند.

هر کدام از این تیم‌ها، از دانشجویان و فارغ‌التحصیلان رشته آمار، اقتصاد و مدیریت فرهنگی و فرهنگ و ارتباطات انتخاب خواهند شد. هر تیم شامل یک سر پرسشگر و سه پرسشگر است

- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. (۱۳۸۱). رفتارهای فرهنگی ایرانیان؛ یافته‌های طرح آمارگیری جامع فرهنگی کشور، دفتر طرح‌های ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. (۱۳۸۳). رفتارهای فرهنگی ایرانیان (موج اول)، یافته‌های طرح آمارگیری جامع فرهنگی کشور، دفتر طرح‌های ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. (۱۳۸۲). فضاهای فرهنگی ایرانیان، یافته‌های طرح آمارگیری جامع فرهنگی کشور، دفتر طرح‌های ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

- Beugelsdijk Sjoerd and Schaik Ton van (2001), The Netherlands Social Capital and Regional Economic Growth, P 4, Faculty of Economics, Tilburg University, Warandelaan 2, P.O. Box 90153, 5000 LE Tilburg.

- Dasgupta partha, Serageldin Ismail(1999), Social Capital A Multifaceted Perspective, The World Bank Washington, D.C., First printing.

- Fukuyama Francis (2002), Social Capital and Development: The Coming Agenda, SAIS Review vol. XXII no.1.

- Gary Banks(2003), Social Capital: Reviewing the Concept and its Policy Implications, Research Paper, AusInfo, Canberra, first edition

- Lin Non, Bunnie H. Ericson(2008), social capital; an international research program, oxford university press, first edition.

- Liu Jing, Culture and Knowledge Transfe: Theoretical Considerations, J. Service Science & Management, 2010, 3: 159-164

- Montgomery John D(2000), social capital as a policy resource, Kluwer Academic Publisher, Volume 33, Nos.3 &4.

- Smircich, Linda (1983), Concepts of Culture and Organizational Analysis, Administrative Science Quarterly, Vol. 28, No. 3, Organizational Culture (Sep., 1983), pp. 339-358.

- Swidler Ann(1986), Culture in Action: Symbols and Strategies, american Sociological Review, sVol. 51, No. 2 (Apr., 1986), pp. 273-286.

مشترک این دو مفهوم معرفی شوند. در مرحله بعد نیز نحوه ترکیب، وزن‌دهی و اولویت‌بندی هر کدام از این زیرشاخص‌ها به‌منظور رسیدن به نقشه جامع وضعیت شاخص‌های فرهنگی - اجتماعی کشور به تفکیک استان‌ها تبیین شد. روش نهایی ترکیب داده‌ها، روش تحلیل سلسله‌مراتبی بود که مراحل آن به اجمال در روش تحقیق این نوشتار آورده شده است.

منابع:

- آذر، عادل. (۱۳۸۵). رتبه‌بندی استان‌های کشور با رویکرد تحلیل پوششی داده‌ها(با به‌کارگیری شاخص‌های توسعه انسانی)، فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی ایران، سال هشتم، شماره ۲۷.

- دادگر، یدا... و نجفی، محمدباقر. (۱۳۸۵). سرمایه اجتماعی و بازتولید آن در عصر پیامبر اسلام، نشریه اقتصاد اسلامی، سال ششم، شماره ۲۴.

- سلیمانی، محمد. (۱۳۸۷). اندازه‌گیری اثرات سرمایه اجتماعی بر رشد اقتصادی جمهوری اسلامی ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه امام صادق علیه‌السلام.

- علوی سید بابک. (۱۳۸۰). نقش سرمایه اجتماعی در توسعه، ماهنامه تدبیر، سال دوازدهم، شماره ۱۱۶.

- غفاری، غلامرضا و چلبی، مسعود. (۱۳۸۴). سنجش و تبیین سرمایه اجتماعی در ایران، دفتر امور اجتماعی وزارت کشور.

- گزارش اقتصادی. (۱۳۷۷). سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، دفتر اقتصاد کلان.

- مرکز آمار ایران. (۱۳۸۲). سالنامه آماری.

- مقصودی، حمیدرضا. (۱۳۸۹). تأثیر سرمایه اجتماعی بر توسعه انسانی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه امام صادق علیه‌السلام.

- وزارت کشور، دفتر امور اجتماعی. (۱۳۸۴). روند تغییرات آسیب‌های اجتماعی، کاوش، شماره سوم.