

ارایه الگوی بررسی تاثیرات شبکه اجتماعی کانون‌های فرهنگی هنری مساجد استان اصفهان

رضا ابراهیم زاده^۱، محمد تابش^{۲*}

۱- استادیار گروه مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)

۲- کارشناس ارشد مدیریت امور فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)

چکیده

هدف این مقاله ارایه مدلی به منظور بررسی اثرات شبکه اجتماعی کانون‌های فرهنگی هنری مساجد استان اصفهان بوده است. روش پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر گردآوری اطلاعات، توصیفی از نوع پیمایشی و جامعه آماری آن مدیران کانون‌های فرهنگی هنری مساجد استان اصفهان و نخبگان فرهنگی کانون‌های مساجد بوده است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته بود که قابلیت اعتبار آن ۰/۹۶۹ محاسبه و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش مدل معادلات ساختاری و نرم افزار آماری SPSS و لیزرل استفاده و روش‌های مدل معادلات ساختاری و آزمون تی استیودنت استفاده شد. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد تاثیرات شبکه اجتماعی متوسط به بالاست؛ یعنی شبکه اجتماعی می‌تواند باعث افزایش مدیریت دانش، پیامدهای محیطی، پیامدهای ذهنی، پیامدهای عاطفی، پیامدهای آموزشی محیط شبکه گردد.

واژه‌های کلیدی: شبکه اجتماعی، الگوسازی، کانون‌های فرهنگی هنری، مساجد.

مقدمه

انسان به تنهایی قادر به ادامه حیات نیست و ادامه بقای خود را در گروه می‌بیند به همین دلیل به زندگی اجتماعی روی می‌آورد تا بتواند به نیازهای مادی و معنوی خود پاسخ گوید. افزایش تماس اجتماعی میان افراد براساس ارزش‌ها، هنجارها، دلمشغولی‌ها، روابط و پیوندهای مشترک فرصتی مناسب برای ایجاد مشارکت افراد در گروه‌ها انجمن‌ها و سایر اجتماعات اعم از سنتی و مدرن را فراهم می‌آورد که به تبع آن منابع بالقوه‌ای جهت حل مشکلات جمعی افراد ایجاد و راه را برای توسعه در همه ابعاد اعم از فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی هموار می‌سازد. با نگاهی دقیق‌تر به این مفهوم مشخص می‌شود که جامعه ترکیبی از شبکه‌های اجتماعی مختلف و به هم پیچیده است که به صورت گروه‌هایی از افراد یا سازمان‌ها تشکیل شده و با یک یا چند نوع از وابستگی به هم متصل‌اند. از اساسی‌ترین کارکرد این شبکه‌ها ایجاد همگرایی در عین پذیرش تفاوت‌هاست که با ایجاد مسیرهایی جهت تبادل اطلاعات و تجربیات و همچنین افزایش نوآوری‌ها از رقابت‌های میان گروهی کاسته و با افزایش مشارکت، کنش و واکنش گروهی را تسریع و تسهیل می‌کند (نشاط، ۱۳۸۸).

شبکه‌ها ساختارهای اجتماعی هستند که به وسیله ارتباطات بین افراد و گروه‌ها ایجاد می‌شوند. زمانی که افراد با دیگران ارتباط برقرار می‌کنند، تماس‌ها و رابطه‌ها برقرار می‌شود و این کانال‌ها در همه اشکال عملکرد اجتماعی در سازمان‌ها و جامعه به صورت گسترده ابراز می‌شوند (لو و شاین^۱، ۲۰۰۰). واسرمن و فاوست (۱۹۹۴) به مجموعه‌ای از کنشگران و ارتباطات و گره‌های ارتباطی میان آنها اشاره دارند. شبکه اجتماعی بر این حقیقت تاکید دارد که هر فرد گره‌های ارتباطی با دیگر افراد دارد، با افرادی که هر کدام از آن‌ها به نوبه خود به عده کم، متوسط و یا زیادی از دیگران گره خورده‌اند (احمدی فرد، ۱۳۸۹)

به طور کلی شبکه^۲، تارنمایی^۳ از اعضای ساده‌ای است که به وسیله به اشتراک گذاشتن یک یا چند معیار و ارزش به یکدیگر اتصال یافته‌اند این معیارها ممکن است یک فعالیت یا موقعیت اجتماعی یا هر دوی آنها باشد (هریس و نلسون، ۲۰۰۸).

1 Shani & Lau

2 Network

3 Web

سازمان‌ها بسط زندگی اجتماعی «طبیعی» هستند که به تدریج هدفمندتر و به صورت دقیق‌تر طراحی می‌شوند. سازمان را می‌توان به عنوان یک اجتماع دارای هدف خاص در نظر گرفت. همچنین آن را می‌توان به عنوان شبکه‌ای یا به صورت دقیق مولفه‌ای از مردمانی تعریف کرد که بخشی از وقت خود را در کار با و روابط قدرتی با همدیگر و با روابطی که به محیط اجتماعی^۵ اقتصادی آن سازمان بسط می‌یابد، می‌گذرانند (یرون و بروگمن، ۱۳۸۹).

کنشگران لزوماً افراد نیستند، بلکه سازمان‌ها و گروه‌ها را نیز در برمی‌گیرند (روابط بین ترکیبی از کنشگران آنهاست) به عبارت دیگر، شبکه اجتماعی، الگویی از روابط است که کنشگران را به هم متصل می‌کند شبکه اجتماعی را می‌توان مجموعه‌ای از افراد یا سازمان‌ها یا مجموعه‌های دیگر اجتماعی دانست که از طریق روابط اجتماعی مانند دوستی، همکاری و تبادل اطلاعات با یکدیگر مرتبط می‌شوند. بدین ترتیب شبکه اجتماعی الگویی ارتباطی است که مردم را به هم متصل می‌کند و یا پیوندهایی است که افراد را با گروه‌هایی از مردم مرتبط می‌سازد (باستانی، ۱۳۸۲).

فعالیت شبکه‌های اجتماعی در طول تاریخ اجتماعی ایران با دنبال کردن آنها در تغییرات اجتماعی حاصل، قابل شناسایی است. یکی از مهم‌ترین و پررنگ‌ترین این شبکه‌ها شبکه مساجد است که با حضور روحانیون مورد اعتماد در نقش رهبران افکار شکل گرفته است.

سابقه طولانی شبکه سازی در قالب نهاد مسجد به عنوان یک الگوی بومی در ایران و حضور فعالان فرهنگی دلسوز که به صورت خودجوش در این مساجد در قالب کانون و مراکز فرهنگی به عنوان سازمانی مردم نهاد به فعالیت مشغولند؛ لزوم ایجاد و توجه به یک شبکه اجتماعی فعال را در میان این مراکز دوچندان می‌کند.

کانون‌های فرهنگی و هنری مساجد مراکزی مردم نهاد و غیر دولتی بوده که در کنار مساجد و با استفاده از نیروهای متخصص و متعهد، زیر نظر ائمه محترم جماعات با انجام فعالیت‌های مختلف فرهنگی و هنری زمینه حضور موثر و معنوی جوانان و نوجوانان را در مسجد فراهم می‌آورند (تابش و راعی، ۱۳۹۰).

ساماندهی کانون‌های فرهنگی به عنوان دسته‌ای از سازمان‌های فرهنگی کشور، از اهمیت بالایی برخوردار است. لذا با توجه به رویکرد برنامه چهارم توسعه کشور، هرگونه طرح

ساماندهی کانون‌های فرهنگی در چارچوب برنامه‌ای باید با هدف ایجاد نظامی برای نوسازی و ارتقای اثر بخشی حاکمیت کانون‌های فرهنگی باشد. این امر، به طور اعم در فصل دوازدهم برنامه چهارم توسعه ۲۰ ساله کشور ترسیم شده است. (جلالی و موسوی، ۱۳۸۶).

همچنین در بند و ماده ۶ قانون پنجم توسعه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مکلف است به منظور ارتقاء کارکرد فرهنگی و هنری مساجد، برقراری عدالت فرهنگی و ترویج فرهنگ اسلامی و جذب جوانان و نوجوانان به مساجد، تا پایان برنامه حداقل یک چهارم مساجد شهری و روستاهای بالای هزار نفر جمعیت از کانون فرهنگی و هنری برخوردار باشند. (قانون برنامه پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران)

در همین راستا به طور اخص، کانون‌های فرهنگی، اگر بخواهند به طور قانونمند مسیر سند چشم‌انداز توسعه کشور را طی کنند و حتی خود، سند چشم‌انداز ۲۰ ساله شان را تهیه و آن را مبنای خط مشی‌گذاری در برنامه‌ی توسعه فعلی و آتی قرار دهند باید خود را ابتدا برای نوسازی و ارتقای اثربخشی آماده سازند (جلالی و موسوی، ۱۳۸۶).

وظیفه اصلی کانون‌های فرهنگی هنری مساجد در تبلیغ، گسترش و تعمیق فرهنگ روح بخش، گسترش زمینه مشارکت و مباشرت مردم در امور فرهنگی، هنری، اجتماعی، علمی و غیره، همگانی و عمومی نمودن عرصه‌های فرهنگی و هنری و تحقق آزادی فعالیت‌های فرهنگی مردمی، زمینه‌سازی برای حضور فعال جوانان و نیروهای متعهد در عرصه فعالیت‌های فرهنگی و هنری و شناسایی و تربیت استعداد‌های درخشان و استفاده از اوقات فراغت جوانان است (تابش و راعی، ۱۳۹۰). کانون‌های فرهنگی با فراهم آوردن محیطی آرامش بخش و سرگرم کننده می‌توانند تعداد زیادی از جوانان را از بسیاری از آسیب‌های اجتماعی و انحرافات اخلاقی به دور کرده و شرایط تکامل معنوی، خودسازی روحی، مهارت و خلاقیت را در بین آنان افزایش دهند (جلالی و موسوی، ۱۳۸۶).

به دلیل حضور فعالان فرهنگی در این نهاد اجتماعی که با تعهد در راستای اعتلای فرهنگ و توسعه اجتماعی جامعه خود گام بر می‌دارند و نیز با عنایت به پراکندگی نامنظم جغرافیایی آنها، این مقاله بدنبال این است که با استفاده از رویکرد پیمایشی به بررسی کارکرد شبکه اجتماعی کانون‌های فرهنگی هنری مساجد استان اصفهان بپردازد.

چهارچوب نظری پژوهش

نه تنها در گذشته تاریخ؛ بلکه در دنیای پست مدرن امروز شبکه‌ها نمونه و الگویی پیچیده به منظور ارایه ارتباطات انسانی در جامعه بشری هستند. کنترل روابط انسانی به خاطر صنعتی شدن و آغاز مدرنیته طیف وسیعی از مسائل را به وجود آورده که نظریه پردازان اجتماعی خصوصاً تحلیل گرایان شبکه‌های اجتماعی را مد نظر قرار داده اند. (امیرکافی، ۲۰۰۴). شبکه‌ها نظام‌هایی از تعاملات (برهم کنش‌های) رسمی و غیر رسمی‌اند که در درون یک سازمان و بین سازمان‌ها قرار دارند. آنها الگوهای تماس بین شرکای ارتباطی‌اند که این ارتباط توسط انتقال و تبادل پیام‌ها در زمان و مکان صورت می‌گیرد (مانگ و کانترکتور^۱، ۲۰۰۳: ۴۴۰). مونگ^۲ و ایزنبرگ^۳ نیز در الگوی مطالعه سازمانی خویش شبکه را سه حوزه ۱- موضعی: که با ساختار و نقش‌های رسمی در سازمان‌ها سر و کار دارد، ۲- رابطه‌ای: راه‌هایی که رابطه‌ها به طور طبیعی در بین اعضا در یک سازمان گسترش می‌یابند و با روشی که شبکه‌ها از این رابطه به کمک آن پدیدار می‌شوند سر و کار دارد و ۳- فرهنگی: که در آن نمادها و معانی و مفاهیم، مهم و اصل هستند. بررسی می‌کنند (لیتل، ۱۳۸۴).

آهنچی (۱۳۸۶) شبکه را دارای دو جزو اصلی ۱- ارتباطات؛ ۲- اتصالات می‌داند و با این دو جزو است که دنیای شبکه‌ها را طراحی و نمایش داده است. عظیمی هاشمی و اسکافی (۱۳۸۷) در ترجمه کتاب تحلیل شبکه دیوید نوک، جیمز اچ. کاکلینسی، شبکه اجتماعی را در دو بعد خصایص و روابط مورد بررسی قرار داده‌اند.

اگر به تاریخ ارایه تعاریف کلاسیک و مدرن از شبکه‌های اجتماعی کاری نداشته باشیم، شاید بتوان ارایه تعاریف ذهنی از شبکه اجتماعی را همزمان با ایجاد اجتماعات کوچک دانست. شبکه‌های اجتماعی ای که در طول تاریخ بارها تشکیل شده‌اند، از بین رفته‌اند و یا استمرار یافته‌اند. در تعریف ساده شبکه‌های اجتماعی با چند کلید واژه روبرو هستیم. شبکه اجتماعی متشکل از گره‌هایی (افراد) است که به وسیله وابستگی‌ها به یکدیگر مرتبط شده‌اند. این وابستگی‌ها می‌تواند اهداف، آرمان‌ها، مسائل مادی و همین‌طور مسائل دینی باشد. نوع

1 Mong & Cantrector

2 Peter Monge

3 Eric Eisenberg

ارتباط نیز به میزان زیادی به این وابستگی‌ها و همچنین افراد وابسته متکی است. افراد وارد این ارتباط شده و تاثیر متقابلی در این ارتباط دارند. شخصیت و هویت افراد همانطور که در ارتباط گروه تاثیر دارد، به مقدار قابل توجهی تاثیر پذیری نیز از خود نشان می‌دهد (یرون و بروگمن، ۱۳۸۹).

شبکه‌های اجتماعی زمانی اثربخش خواهند بود که باعث ایجاد تغییرات اجتماعی و تاثیر بر سایر نهادها و سازمان‌های اجتماعی گردند (بارنت و کارول، ۱۹۹۵؛ پادولنی و پیچ، ۱۹۹۸؛ گولاتی و گارگیولو، ۱۹۹۹؛ ساپولسکی، ۲۰۰۵؛ گرانووتر، ۲۰۰۵؛ پاول و دیگران، ۲۰۰۵؛ نور بخش و میر حسینی، ۱۳۸۴؛ قاضی مرادی، ۱۳۸۶؛ اعرابی و رضوانی، ۱۳۸۹؛ یرون و بروگمن، ۱۳۸۹؛ گی روشه، ۱۳۸۹؛ نوری نشاط، ۱۳۸۹؛ وینگیر، ۱۳۸۹؛ احمدی، ۱۳۹۰). از سوی دیگر در زمینه پیامدهای ذهنی شبکه‌ها زمانی اثربخش خواهند بود که باعث متحدالشکل سازی نگرش‌ها، احساس رضایت در اعضای شبکه، تقویت تفکر گروهی مثبت و بهبود تعلق عاطفی اجتماعی به شبکه گردند (حجت، ۱۳۸۱؛ شیرکوند، ۱۳۸۹؛ گنجی، ۱۳۹۰). در مورد اثرات حاصل از پیامدهای آموزشی شبکه می‌توان گفت مهمترین تاثیر تقویت سیستم‌های استاد شاگردی در شبکه‌های اجتماعی است (حجت، ۱۳۸۱).

در نهایت پیامدهای عاطفی و اطلاعاتی شبکه است که نتایج نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی در حوزه اثرات اطلاعاتی باعث تقویت و بهبود مدیریت دانش در میان اعضای شبکه از جمله خلق دانش، به اشتراک گذاری دانش، یادگیری از دانش و به کاربردن عملی دانش می‌گردد (کواکس، ۱۳۷۹؛ بیکرا، گندالز و سایبرول، ۲۰۰۴؛ جیراما و اواری، ۲۰۰۵؛ پارک و کیم، ۲۰۰۶؛ نیلسون، ۲۰۰۶؛ نوو و همکاران، ۲۰۰۸؛ منتظر، ۱۳۸۹). در این پژوهش تاثیرات شبکه اجتماعی کانون‌های مساجد در ۵ سطح در قالب جدول (۱) بررسی می‌شود.

جدول ۱- مولفه‌های تاثیرات شبکه اجتماعی

ردیف	مولفه	شاخص
۱	پیامدهای محیطی	ایجاد تغییرات اجتماعی-تاثیر بر سایر نهادها- ایجاد رقابت
۲	پیامدهای ذهنی	متحد الشکل سازی نگرش‌ها- احساس رضایت- تفکر گروهی- تعلق- شدت عاطفی
۳	پیامدهای آموزشی	تقویت سیستم استاد و شاگردی
۴	پیامدهای اطلاعاتی	مدیریت دانش (خلق، اشتراک، یادگیری و بکارگیری دانش)
۵	پیامد عاطفی	حمایت عاطفی



شکل ۱- کارکردهای شبکه اجتماعی

پیامدهای محیطی

سیستم‌های باز با محیط در تعامل هستند. آنها انرژی و ماهیت را از محیط میگیرند و به آن پس می‌دهند و دارای «داده» و «ستانده» هستند. شبکه‌های اجتماعی هم همانند هر سیستم باز دیگر با تبادل اطلاعاتی که با محیط خود برقرار می‌کند بر آن تاثیر می‌گذارد. ایجاد تغییرات اجتماعی، تاثیر گذاری بر سایر شبکه‌ها و نهادهای مجاور و ایجاد رقابت از جمله پیامدهای محیطی شبکه‌های اجتماعی است (نور بخش و میر حسینی، ۱۳۸۴).

الف - ایجاد تغییرات اجتماعی

برخی از محققان از شبکه‌ها و شبکه سازی به عنوان عوامل تحولات و تغییرات اجتماعی یاد کرده اند و تاکید داشته اند که شبکه‌ها نقش مهمی در ارتقای اصلاحات و تضمین پایداری آنها در جوامع دارند زیرا شبکه‌ها ابزار قدرتمندی برای تبادل اطلاعات و دانش و ایجاد اجماع در خصوص رهیافتهای جدید هستند. از آنجا که شبکه‌ها گروه‌های ذینفع را در عرصه‌های مختلف حول یک موضوع گرد می‌آورند میزان نفوذ و تاثیرگذاری آنها بر اجتماع بیشتر از یک سازمان منفرد خواهد بود. به نظر می‌آید که منطق فعالیت شبکه ای عزمی اجتماعی فراهم می‌آورد و می‌تواند منابع حیاتی تغییر و تحول در جامعه باشند. شبکه‌های اجتماعی در تغییر در عناصر اجتماعی چون ارزشها، رفتارها، روش کار کردن، هنجارها و سبک زندگی موثر هستند (نوری نشاط، ۱۳۸۹: ۸۸).

ب - تاثیر بر سایر نهادها

به طور کلی، زمینه اجتماعی از سازمان‌ها و افرادی است که در یک فرهنگ معین هنجارها، باورها، عملکردها و نظام آوازه‌ای با هم اشتراک دارند (بورديو و واکيونت، ۱۹۹۲). زمینه می‌تواند چند (خرده) جمعیت یا شاخه‌هایی از صنعت را در برگیرد. در یک شبکه، سازمان‌ها نقاط پرچگالی یا متراکم هستند و نه واحدهای دارای مرزهای متمایز. سازمان‌ها از طریق پیوندهای میان سازمانی، اطلاعات، مواد، نیروی کار ماهر و سایر منابع را مبادله می‌کنند (دیویس و مارکوئیس، ۲۰۰۵).

یک شبکه منسجم و نهادهای مشترک اشاعه اطلاعات از طریق زمینه را تقویت می‌کند. بخشی از اطلاعاتی که درون یک زمینه پخش می‌شود درباره مشارکت کنندگان است که این امر سازمان‌ها را قادر می‌سازد همتایان بالقوه را انتخاب و گاهی از آنها اجتناب نمایند. ما می‌توانیم نتیجه‌ی نظریه تکاملی را به یاد آوریم که می‌گفت شهرت تلفیق شده با احتمالات مربوط به ضمانت‌های اجرا تا حد قابل ملاحظه ای همکاری را افزایش می‌دهد. همچنین نزدیکی جغرافیایی همکاری را افزایش می‌دهد (پاول و دیگران، ۲۰۰۵).

در مجموع شبکه‌های اجتماعی بر سایر نهادها و شبکه‌هایی که در یک زمینه اجتماعی مشارکت دارند تاثیر گذاشته و همچنین به عنوان یک عامل محیطی از آنها تاثیر می‌پذیرند که

این تاثیرات می‌تواند در نتیجه تبادل اطلاعاتی باشد.

ج- ایجاد رقابت

ویلیام بارنت و مارتین هسن نشان دادند که فقدان کامل رقابت به هیچ وجه خوب نیست، چون سازمان‌ها در محومه‌ی (عدم) توانش خود درجا می‌زنند، در حالی که سطح متعادلی از رقابت موجب هشیار ماندن آنها و عملکرد بهترشان می‌گردد. مزیت‌های رقابتی، نتیجه دو چیز است: ۱. دانش و آگاهی به روز آنها از تغییرات محیطی و فعالیت رقبا و ۲. تمایل آنها برای ریسک کردن و از دست دادن مزیت رقابتی فعلی با امید و انگیزه کسب یک مزیت رقابتی و جدید دیگر (اعرابی و رضوانی، ۱۳۸۹). رقابت یکی از پیامدهای محیطی شبکه‌های اجتماعی محسوب می‌شود چرا که مزیت‌های رقابتی در شبکه نظیر جریان اطلاعات، دانش و آگاهی و همانندی فعالیت‌ها و خدمات زمینه رقابت اعضای مختلف شبکه را جهت موثر بودن و فعال بودن یا کسب سایر مزایای شبکه بر می‌انگیزد.

پیامدهای ذهنی

طیف وسیعی از تاثیرپذیری‌های ما در حال تغییر است و از طریق شبکه‌هایی از دوستان و روش‌هایی که خیلی قابل درک نیستند، راه خود را پیدا می‌کنند. تاثیراتی مانند شادی و افسردگی، چاقی و بیماری یا عادت‌هایی مثل سیگار کشیدن، تمایل به رای دادن در انتخابات، سلیقه به غذا یا موسیقی خاص، اولویت برای حریم خصوصی آنلاین و حتی تمایل به خودکشی یا تفکر درباره آن.

نیکولاس کریستاکیس معتقد است: «اینها مثل موج‌هایی که در اثر پرتاب سنگ در آب ایجاد می‌شوند، به سرعت در شبکه‌ها پخش و بزرگ‌تر می‌شوند»

پیامدهای ذهنی از جمله تاثیرات شبکه بر اعضای خود است. متحدالشکل سازی نگرش‌ها، احساس رضایت از فعالیت در شبکه، تفکر گروهی، احساس تعلق به شبکه و شدت عاطفی از این جمله است که در نتیجه فعالیت اعضا در شبکه فراهم می‌گردد.

الف- متحد الشکل سازی نگرش‌ها

انسان در فراگرد تکاملی زندگی خود همواره در معرض تغییر و دگرگونی است. این دگرگونی اعم از اینکه برای او محسوس و ملموس باشد یا نباشد با الگوهای شناختی خود او ممکن است انجام گیرد. همه فرایندهای جامعه‌پذیری که علم و تربیت بخش عمده‌ای از آن است دربرگیرنده فرایندی پیوسته از شکل و تغییر دادن نگرش است. در منطقی رسمی‌تر فعالیت‌های تبلیغی به روشنی به‌عنوان کوشش‌های آشکار در تأثیرگذاری بر نگرش‌ها به‌شمار می‌آیند (شیرکوند، ۱۳۸۹). نگرش عبارت است از ترکیبی از باورها و هیجان‌هایی که شخص را پیشاپیش آماده می‌کند تا به دیگران، اشیا و گروه‌های مختلف به شیوه مثبت یا منفی نگاه کند. نگرش‌ها ارزیابی از اشیا را خلاصه می‌کنند و در نتیجه پیش‌بینی یا هدایت اعمال یا رفتارهای آینده را بر عهده می‌گیرند (گنجی، ۱۳۹۰). گوردون آلپورت (۱۹۳۵) نگرش را چنین تعریف کرده است: «نگرش یک حالت آمادگی ذهنی و عصبی است که از طریق تجربه سازمان می‌یابد و بر واکنش فرد نسبت به تمامی موضوع‌ها و موقعیت‌های وابسته به نگرش تأثیر مستقیم و پویا بر جای می‌گذارد». در این تعریف که عمدتاً بر نظریه یادگیری استوار است تأثیر تجارب گذشته بر سازمان دادن به نگرش‌ها و همچنین نشان دادن واکنش به یک موقعیت مورد توجه قرار گرفته است (شریفی، ۱۳۸۱).

پیامدهای آموزشی

اهداف پیامد مربوط به نتایج و پیامدهای بالقوه با آثار یک برنامه آموزشی، و رای مواردی که در اهداف آموزش گیرنده یا فرایند مشخص شده، است. در اکثر فرهنگ‌های سنتی، آموزش شفاهی و سینه به سینه از استاد به شاگرد جایگاهی ویژه دارد. اهمیت «استاد» و رابطه استاد و شاگردی و مرید و مرادی، در اغلب سنت‌ها دیده می‌شود. جوامع سنتی بر تداوم یک سلسله روایی از استادان که سنت مورد بحث آن‌ها را تعریف و تعیین کرده است تأکید دارند. شیوه آموزش شفاهی و نظام استاد و شاگردی، در فرهنگ ایرانی قدمتی دیرینه دارد. نگاهی به پیشینه آموزش در ایران نشان می‌دهد که تا پیش از سده معاصر، آموزش بیشتر نقش انتقال ارزش‌ها و سنن را داشته است؛ در حال که سده معاصر و متأثر از فرهنگ مدرنیته، تکاپو برای

یافتن روشی آموزشی که در کوتاه‌ترین زمان نیروی متخصص برای تامین احتیاجات عصر نوین را فراهم آورد، محور فعالیت‌های آموزشی شده است. در نظام استاد و شاگردی، شاگرد از سنین کودکی به استاد سپرده می‌شده به گونه‌ای که اغلب شاگرد در منزل استاد مقیم می‌شده و در همه شئون، تحت نظارت استاد خود بوده است. استاد در مورد آموختن به شاگرد خود سختگیر بوده، ولی رابطه میان وی و شاگرد رابطه‌ای عمیق و بادوام بوده است (فیوضات، ۱۳۷۲). در این ارتباط یک استاد بعد از چندین سال تجربه می‌توانست تجربه خود را به دیگری منتقل کند (حجت، ۱۳۸۱).

پیامدهای اطلاعاتی

دانش به عنوان یک منبع استراتژیک و یک شایستگی کلیدی برای سازمان‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. از این رو امروزه برای استفاده صحیح از این منبع پر ارزش، موضوع مدیریت دانش در دستور کار سازمان‌های پیشرو قرار گرفته است (بیکرا، گندالز و سایبرول، ۲۰۰۴). مدیریت دانش رویکرد نظام مند یافتن، درک کردن و استفاده از دانش برای دستیابی به اهداف سازمانی است و از طریق کاهش زمان و هزینه آزمایش و خطا یا تکرار، ایجاد ارزش می‌کند. مدیریت دانش طیف وسیعی از فعالیت‌ها است که برای مدیریت، مبادله، خلق یا ارتقای سرمایه‌های فکری در سطح کلان به کار می‌رود (پارک و کیم، ۲۰۰۶). ارزش دانش به کاربرد آن است و سیستم‌ها و استراتژی‌های مدیریت دانش باید جریان دانش را به محل کاربرد آن، تسهیل کنند (نو و همکاران، ۲۰۰۸). ارتباطات میان افراد در شبکه، خلق دانش را تسهیل می‌کند. از آنجا که دانش در ارتباطات موجود در شبکه جا گرفته شده است، هرچه ارتباطات قوی‌تر باشد و چگالی شبکه بیشتر باشد، مقدار دانشی که در شبکه جا گرفته شده بیشتر است. همچنین شبکه‌های اجتماعی شانس همکاری را فراهم می‌کنند. تحقیقات پیشین به این موضوع اشاره دارد که به دلیل ماهیت ضمنی بودن دانش، اشتراک دانش اغلب نیاز به فرایندهای اجتماعی و تعاملات دارد. دانش صریح به آسانی کدبندی می‌شود و هنگام

1 Becerra, Gonzalez and Sabherwal

2 Park and Kim

اشتراک به طور غیرمستقیم از طریق تکنولوژی‌های مختلف انتقال می‌یابد؛ ولی اشتراک دانش ضمنی پیچیده است و از طریق شبکه‌های غیر رسمی و تعامل میان دو نفر یا بیشتر انتقال می‌یابد. شبکه‌های اجتماعی نه تنها ارتباط میان اعضا را نشان می‌دهند بلکه دسترس پذیری و تبادل منابع دانش در شبکه را نیز نشان می‌دهند. بنابراین برای توسعه اجتماع‌هایی که در آن همکاری‌های شبکه‌ای برای فرایند خلق و اشتراک دانش کلیدی هستند، مطالعه شبکه‌های اجتماعی به یک موضوع مهم سازمانی تبدیل شده است (جیراما و اواری^۱، ۲۰۰۵). شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به عنوان ابزار قدرتمندی در خدمت مدیریت دانش باشند خصوصاً اگر راهی باشد تا پیام‌ها، آگهی‌ها و اعلامیه‌های اینترنتی را دریافت و به اشتراک گذارد فرآیند مدیریت دانش شامل شناسایی دانش، تسهیم دانش، بکارگیری و خلق دانش آن در سازمان است.

پیامدهای حمایتی

کراول (۲۰۰۴) معتقد است با تنوع روابط، افراد، به طیف وسیعی از حمایت‌های مختلف دست می‌یابند که شامل حمایت‌های ابزاری^۲ حمایت‌های عاطفی و روحی^۳ و حمایت‌های اطلاعاتی^۴ است. اعضا در شبکه مورد حمایت عاطفی قرار دارند. حمایت عاطفی به مواردی اشاره دارد که باعث می‌شود افراد احساس کنند مورد حمایت هستند. چنین حمایتی غالباً به شکل انواع غیرملموس است و کمک می‌کند که حس ارزش در افراد تقویت شود (منتظر، ۱۳۸۹).

مروروی بر ادبیات و پیشینه پژوهش

تنزل روابط اجتماعی بخاطر صنعتی شدن و آغاز مدرنیته و طیف وسیعی از مسایل که از روابط و پیوندهای اجتماعی تاثیر می‌پذیرند، موجب شده که نظریه پردازان اجتماعی، خصوصاً

1 Jyrama and Ayvari

2 Instrumental support

3 Emotional and spiritual support

4 Informational support

تحلیل گران شبکه اجتماعی به طور گسترده تری روابط اجتماعی را مورد مطالعه قرار دهند (امیر کافی، ۱۳۸۳). لذا در این بخش با توجه به اهمیت مسأله تحقیق به مروری اجمالی بر پیشینه پژوهش می پردازیم.

نتایج تحقیق مددی (۱۳۷۹) در زمینه تحقق اهداف کانون‌های فرهنگی از دیدگاه مریبان و اولیای آنان نشان داد که برنامه‌های کانون به رشد اجتماعی، اخلاقی، اعتقادی، عاطفی و فکری جوانان و نوجوانان کمک کرده است. شریف پور (۱۳۸۰) مسجد و تاثیرات اجتماعی سیاسی آن را در جایگاه یک شبکه اجتماعی با بنیه‌ای مذهبی که دارای پتانسیلهای فراوان برای حرکت روبه جلوی جامعه است مطرح نمود. در تحقیق طحان (۱۳۸۱) با عنوان ارزیابی عملکرد سازمانهای غیردولتی در مشارکت فعالیت‌های فرهنگی و چگونگی موانع موجود نشان داد که بین سازمان‌های دولتی و غیر دولتی و میزان گرایش به مشارکت فرهنگی تفاوت معناداری وجود داشت. به طوری که گرایش به مشارکت در سازمانهای غیر دولتی بیشتر بود همچنین بین ارتقاء آگاهی افراد از طریق آموزش در سازمان‌ها (دولتی - غیر دولتی) و گرایش به مشارکت تفاوت معناداری وجود دارد بطوری که ارتقای آگاهی و گرایش به مشارکت در سازمانهای غیر دولتی بیشتر بود. نیک کار و همکاران (۱۳۸۴) فرهنگ و هنر را وسیله ارتباط انسان‌ها می دانند که برای حیات بشر و سیر به سوی سعادت فرد و جامعه انسانی موضوعی ضروری است. و بیان می‌دارند نیازهای فرهنگی و توجه به نقشی که در رشد و توسعه فرهنگی و حیات یک جامعه دارند، دارای اهمیت‌اند. دستغیب (۱۳۸۵) در تحقیقی با عنوان «زمینه عملکرد فرهنگی، عبادی و نحوه طراحی کانون‌ها» نشان داد که: عملکرد مهم کانون‌ها در بهسازی محیط اجتماعی و نوآوری نیازهای بین انسان و معبود یکتا از دیرباز بیانگر نقش بسزایی در شکل‌گیری شهرها دارد. حسینی (۱۳۸۶) در تحقیق خود با عنوان «بررسی شیوه اساسی برای ساماندهی فعالیت‌های فرهنگی دستگاهها و کانون‌های فرهنگی» که با روش کیفی انجام گرفته است نشان داد که در بخش‌های فرهنگی کشور، تقویت کانون‌های فرهنگی و ایجاد زمینه مناسب برای بازار رقابتی در عرضه خدمات فرهنگی و ارزیابی، ارزشیابی و تحلیل مستمر فرآیند تحولات فرهنگی کشور و تدوین شاخص‌های سنجش تحولات فرهنگی، ایجاد تعامل گسترده بخش‌های فرهنگی با سایر بخش‌های اقتصادی و اجتماعی، تقویت همه جانبه

جایگاه بخش فرهنگی کشور در نظام برنامه ریزی و بودجه بندی کشور، رونق بخشی به اقتصاد فرهنگ، رقابت پذیری و توزیع عادلانه خدمات فرهنگی ارایه کالا و خدمات مبتنی بر تعمیق ارزش‌ها، فرهنگ معنویت و حفظ و هویت اسلامی و ایرانی جامعه را مورد تاکید قرار داده است. کواکس (۱۳۷۹) به این نتیجه رسید که با توجه به فعالیت‌های فرهنگی و هنری برای بالندگی دانش فرهنگی، دگرگونی‌های فرهنگی، همکاری‌های فرهنگی، ایجاد زیر ساختها و شبکه‌های پیام رسانی فرهنگی فراهم کردن دسترسی همگانی به اطلاعات فرهنگی، تشخیص اولویت‌های فرهنگی و سرانجام کاهش پیامدهای سوء فرهنگی و نظایر آن ضرورت دارد. مارس دن و فرید کین (۱۹۹۳) به این نتیجه رسیدند که تاثیرات اجتماعی شبکه‌های اجتماعی و نفوذ آنها در جامعه باعث می‌شود تا رفتار، عقاید و نگرش‌های بازیگران اجتماعی دچار تغییر شود. پل لاک، وایت برد و کانتراکتور در سال (۲۰۰۰) به این نتیجه رسیدند که محیط اجتماعی بر روی جنبه‌های اجتماعی کار افراد و زندگی آنها تاثیر می‌گذارد، این مسئله از طریق شبکه‌های اجتماعی تسریع می‌شود. رابرتسون (۲۰۰۷) بیان می‌دارد که بنابر ماهیت انقلاب اسلامی به عنوان نقطه عطف و تمایز دو نظام قبل و بعد از سال ۱۳۵۷ و دینی بودن آن بعد ارزشی رابطه انسان با خدا را مد نظر قرار داده و این بعد را از این جهت ضروری و اساسی دانسته که هم قدرت تبیین کنندگی بیشتری را برای موقعیت فرهنگی جامعه‌ای که محقق در آن زیست و تحقیق می‌کند فراهم می‌آورد و هم به لحاظ نظری در مدل‌های تحلیل دینی - تربیتی با گشودن بابی جدید قادر به هم‌آوردی و گسترش حیطه‌های نظری دانش اجتماعی گردد. خاصه آن که باورهای دینی از دیدگاه جامعه شناسان عملاً بر نوعی قدرت و عمل اجتماعی انطباق دارد و ضمن خلق یک ارتباط نمادین منظم، فرهنگی را تعریف و تبیین می‌کند که هویت بخشی و پاسخگویی به حیات فردی و اجتماعی نیز از وظایف آن برشمرده می‌شود.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی است، زیرا به کاربرد الگوها، مدل‌ها و توپولوژی‌های موجود شبکه‌های اجتماعی در کانون‌های فرهنگی هنری مساجد اصفهان

می‌پردازد. بنابراین از آنجایی که محقق به بررسی ویژگی‌ها و شرایط موجود شبکه اجتماعی در کانون‌های فرهنگی هنری مساجد اصفهان می‌پردازد. تحقیق حاضر توصیفی از نوع پیمایشی است. پس از انجام مطالعات کتابخانه‌ای و جمع‌آوری اطلاعات، تحقیقات میدانی با بررسی جامعه آماری آغاز شد و جامعه آماری در دو طبقه: الف) مدیران کانون‌های فرهنگی با حداقل مدرک تحصیلی کاردانی که در فاصله سال‌های ۷۲ لغایت ۸۷ تاسیس شده‌اند و در دوره آموزشی مدیریت فرهنگی شرکت نموده‌اند و ب) گروه صاحب‌نظران فرهنگی با حداقل مدرک تحصیلی کارشناسی که ضمن شناخت جامعه آماری دارای مسئولیت در ساماندهی مراکز فرهنگی مردم‌نهاد بوده باشند، وجود دارند. در تحقیق حاضر ابتدا همه مدیران و صاحب‌نظران کانون‌های فرهنگی هنری مساجد اصفهان که تعداد آنها ۲۴۰ نفر است به عنوان جامعه آماری در نظر گرفته و سپس از این تعداد با توجه به فرمول نمونه‌گیری کوکران تعداد ۱۵۰ مورد به عنوان نمونه آماری مد نظر قرار گرفت. ابزار اندازه‌گیری پژوهش پرسشنامه محقق ساخته بود. در مجموع ۱۵۰ پرسشنامه توزیع و جمع‌آوری شد که از پرسشنامه‌های جمع‌آوری شده تعداد ۱۵۰ پرسشنامه قابل قبول بود که نرخ بازگشت پرسشنامه‌ها ۱۰۰٪ بوده است. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات نیز ابتدا اطلاعات جمعیت شناختی پاسخ‌گویان از قبیل سن، سابقه فعالیت، تحصیلات، وضعیت تاهل و شغل مورد بررسی قرار گرفت و سپس با استفاده از هدف و سوال اصلی پژوهش، داده‌ها توسط نرم‌افزار spss و Lisrel تجزیه و تحلیل صورت گرفت.

یافته‌های پژوهش

الف) تاثیرات ذهنی - عاطفی - آموزش

ابتدا شاخص‌های ارزیابی تناسب مدل را بررسی می‌کنیم. لذا در این بخش ما بر اساس میزان استاندارد شاخص‌های برازش مدل را مورد توجه قرار داده و سپس مدل را ارایه می‌نمیم.

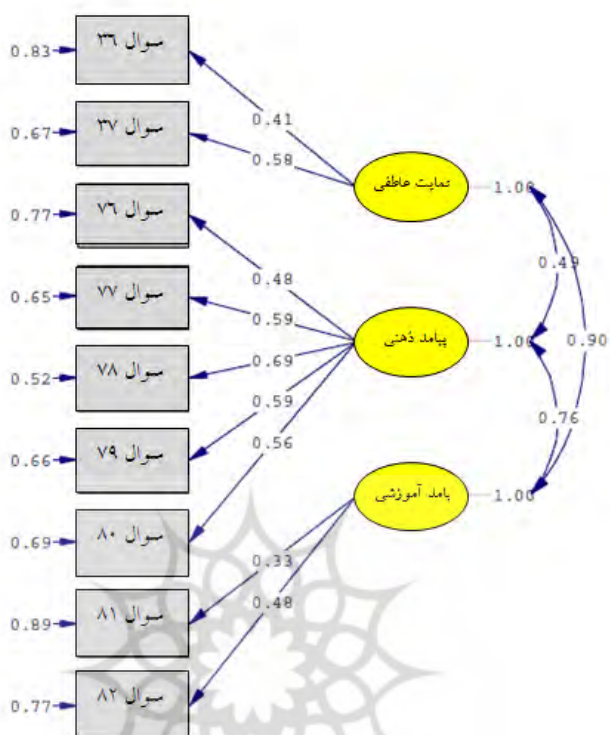
جدول ۲- بررسی شاخص‌های مناسب بودن مدل (تاثیرات ذهنی - عاطفی - آموزش)

نام شاخص	مقدار استاندارد شاخص	مقدار شاخص در مدل مورد نظر	نتیجه گیری
نسبت کای دو به درجه آزادی	کمتر از ۳	۱/۳۹	برازش مدل مناسب است
سطح معناداری	بیشتر از ۰/۰۵	۰/۰۹۴	برازش مدل مناسب است
جی.اف.آی	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۷	برازش مدل مناسب است
آ.جی.اف.آی	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۱	برازش مدل مناسب است
ان.اف.آی	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۰	برازش مدل مناسب است
سی.اف.آی	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۷	برازش مدل مناسب است
آر.ام.اس.ایی.ای	کمتر از ۰/۱	۰/۰۵۱	برازش مدل مناسب است

همه شاخص‌های ارزیابی تناسب برازش مدل همراه با مقادیر استاندارد آنها در جدول فوق رایه گردیده و نشان دهنده برازش مناسب مدل است.

۱- راه‌های استاندارد

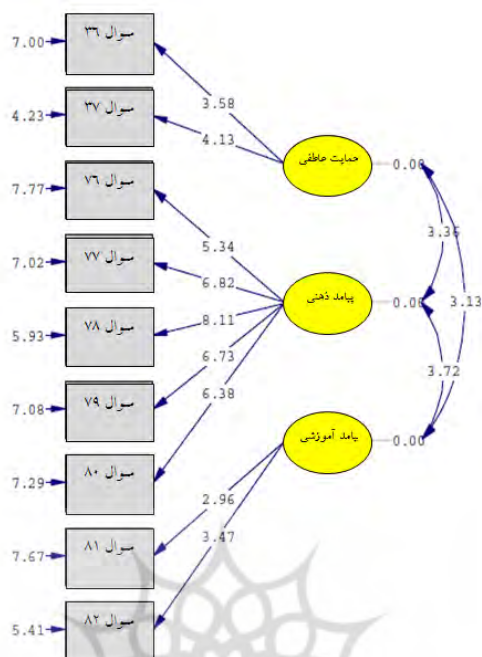
پارامترهای استاندارد شده متغیرهای مدل در زیر آرایه شده است. مشاهده می‌شود که مقدار این پارامترهای اصلاح شده عمدتاً کوچکتر از 1 می‌باشد. با توجه به مقادیر بدست آمده می‌توان بیان کرد مقایسه پارامترهای موجود بدون توجه به مقایسه‌های متفاوت آنها صورت می‌گیرد.



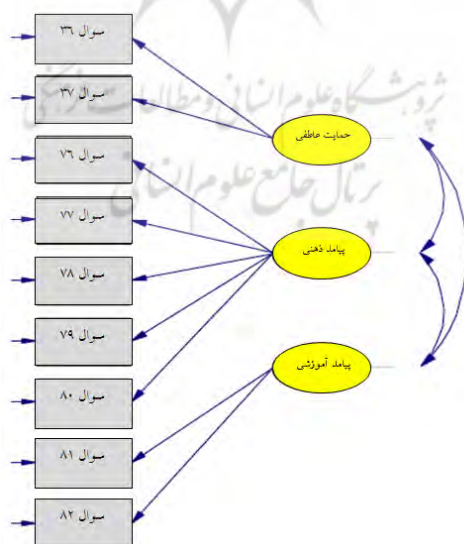
شکل ۲- مدل راه‌حل‌های استاندارد مولفه تاثیرات ذهنی - عاطفی - آموزشی

T - value - ۲

به منظور نشان دادن معناداری هر کدام از پارامترهای مدل از آماره t استفاده می‌شود. با توجه به خروجی لیزرل میزان t محاسبه شده در همه متغیرها بزرگتر از ۲ است، بنابراین همه تخمین‌های ارایه شده از لحاظ آماری معنادار هستند.



شکل ۳- مدل شاخص اصلاحی تی مولفه تاثیرات ذهنی- عاطفی-آموزش با توجه به همه مراحل طی شده به منظور ارایه مدل، مدل مفهومی ذیل که نشان دهنده مدل تاثیرات است، ارایه می گردد.



شکل ۴- ارایه مدل مفهومی نشان دهنده مولفه تاثیرات ذهنی- عاطفی-آموزش

ب) پیامدهای محیطی (تاثیر بر سایر نهادها-تغییرات اجتماعی-رقابت)

ابتدا شاخص‌های ارزیابی تناسب مدل را بررسی می‌شود. لذا در این بخش بر اساس میزان استاندارد شاخص آماره‌های برازش مدل را مورد توجه قرار داده و سپس مدل ارایه می‌شود.

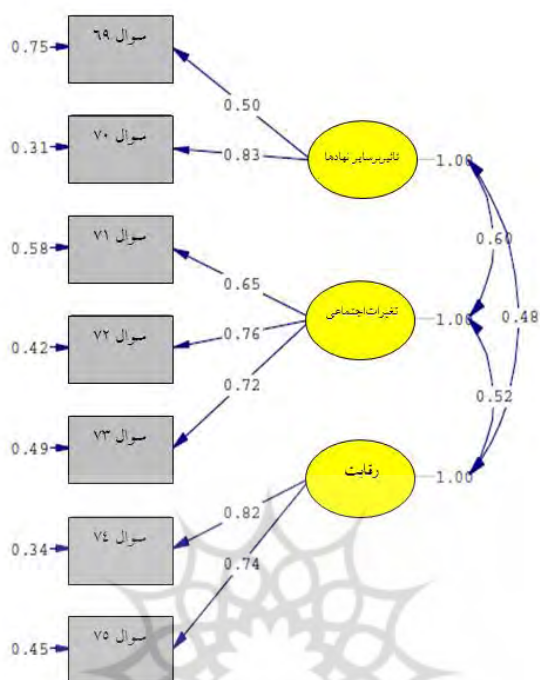
جدول ۳- بررسی شاخص‌های مناسب بودن مدل

نام شاخص	مقدار استاندارد شاخص	مقدار شاخص در مدل مورد نظر	نتیجه گیری
نسبت کای دو به درجه آزادی	کمتر از ۳	۱/۳۹	برازش مدل مناسب است
سطح معناداری	بیشتر از ۰/۰۵	۰/۰۹۴	برازش مدل مناسب است
جی.اف.آی	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۷	برازش مدل مناسب است
آ.جی.اف.آی	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۱	برازش مدل مناسب است
ان.اف.آی	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۰	برازش مدل مناسب است
سی.اف.آی	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۷	برازش مدل مناسب است
آر.ام.اس.ایی.ای	کمتر از ۰/۱	۰/۰۵۱	برازش مدل مناسب است

همه شاخص‌های ارزیابی تناسب برازش مدل همراه با مقادیر استاندارد آنها در جدول فوق ارایه گردیده و نشان دهنده برازش مناسب مدل است.

۱- راه‌های استاندارد

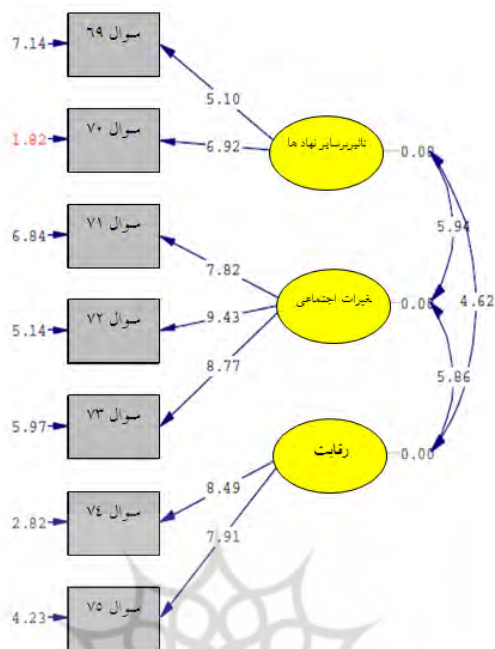
پارامترهای استاندارد شده متغیرهای مدل در زیر ارایه شده است. مشاهده می‌شود که مقدار این پارامترهای اصلاح شده عمدتاً کوچکتر از ۱ می‌باشد. با توجه به مقادیر بدست آمده می‌توان بیان کرد مقایسه پارامترهای موجود بدون توجه به مقایسه‌های متفاوت آنها صورت می‌گیرد.



شکل ۵- مدل راه حل های استاندارد مولفه پیامدهای محیطی

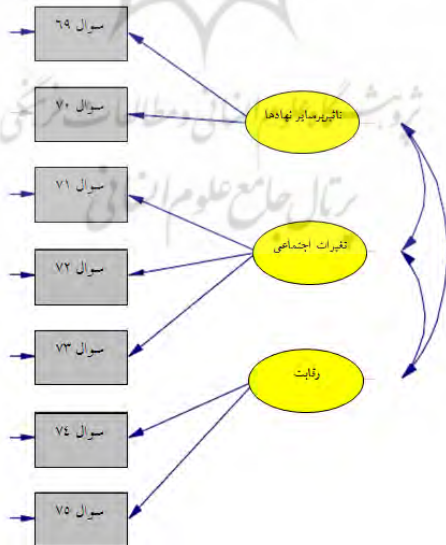
T - value - ۲

به منظور نشان دادن معناداری هر کدام از پارامترهای مدل از آماره t استفاده می شود. با توجه به خروجی لیزرل میزان t محاسبه شده در همه متغیرها بزرگتر از ۲ و از لحاظ آماری معنادار است، بجز سوال شماره ۷۰ در مولفه تأثیر بر سایر نهادها که مقدار آماره تی آن کمتر از ۲ است.



شکل ۶- مدل شاخص اصلاحی تی مولفه پیامدهای محیطی

با توجه به همه مراحل طی شده به منظور ارایه مدل، مدل مفهومی ذیل که نشان دهنده مدل پیامدهای محیطی است، ارایه می گردد.



شکل ۷- ارایه مدل مفهومی نشان دهنده مولفه پیامدهای محیطی

ب) پیامد مدیریت دانش

ابتدا شاخص‌های ارزیابی تناسب مدل را بررسی می‌کنیم. لذا در این بخش ما بر اساس میزان استاندارد شاخص آماره‌های برازش مدل را مورد توجه قرار داده و سپس مدل را ارزیابی می‌کنیم.

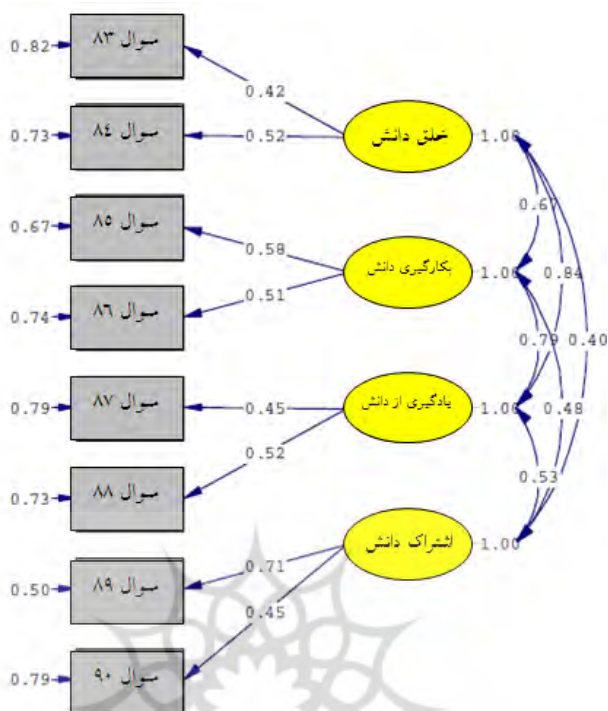
جدول ۴- بررسی شاخص‌های مناسب بودن مدل (مدیریت دانش)

نام شاخص	مقدار استاندارد شاخص	مقدار شاخص در مدل مورد نظر	نتیجه گیری
نسبت کای دو به درجه آزادی	کمتر از ۳	۱/۴۲	برازش مدل مناسب است
سطح معناداری	بیشتر از ۰/۰۵	۰/۴۴	برازش مدل مناسب است
جی.اف.آی	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۹	برازش مدل مناسب است
آ.جی.اف.آی	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۷	برازش مدل مناسب است
ان.اف.آی	بیشتر از ۰/۹	۰/۹۶	برازش مدل مناسب است
سی.اف.آی	بیشتر از ۰/۹	۱	برازش مدل مناسب است
آ.ام.اس.ایی.ای	کمتر از ۰/۱	۰/۰۰	برازش مدل مناسب است

همه شاخص‌های ارزیابی تناسب برازش مدل همراه با مقادیر استاندارد آنها در جدول فوق ارائه گردیده و نشان دهنده برازش مناسب مدل است.

۱- راه‌های استاندارد

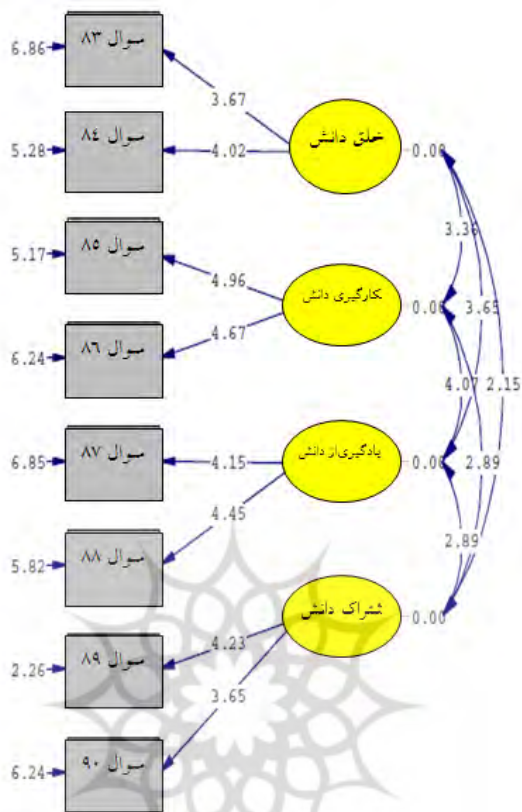
پارامترهای استاندارد شده متغیرهای مدل در زیر ارائه شده است. مشاهده می‌شود که مقدار این پارامترهای اصلاح شده عمدتاً کوچکتر از ۱ می‌باشد. با توجه به مقادیر بدست آمده می‌توان بیان کرد مقایسه پارامترهای موجود بدون توجه به مقایسه‌های متفاوت آنها صورت می‌گیرد.



شکل ۸- مدل راه‌حل‌های استاندارد مولفه مدیریت دانش

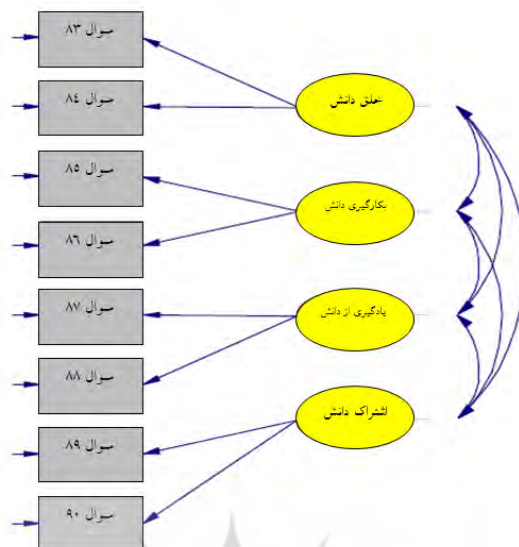
T - value - ۲

به منظور نشان دادن معناداری هر کدام از پارامترهای مدل از آماره t استفاده می‌شود. با توجه به خروجی لیزرل میزان t محاسبه شده در کلیه متغیرها بزرگتر از ۲ است، بنابراین کلیه تخمین‌های ارایه شده از لحاظ آماری معنادار هستند.



شکل ۹- مدل شاخص اصلاحی تی مولفه مدیریت دانش

با توجه به همه مراحل طی شده به منظور آرایه مدل، مدل مفهومی ذیل که نشان دهنده مدل مدیریت دانش است، آرایه می گردد.



شکل ۱۰- ارایه مدل مفهومی نشان دهنده مولفه مدیریت دانش

در پاسخ به این سوال که تاثیرات مدل شبکه اجتماعی کانون‌های فرهنگی هنری مساجد استان اصفهان چگونه است؟ خروجی نرم افزار اس پی اس اس به شرح زیر است.

جدول ۵- آزمون تی برای شناسایی تأثیرات

تأثیرات	میانگین	انحراف معیار	آماره T	درجه آزادی	سطح معناداری (p)
تأثیرات	۳/۲۱	۰/۴۲۲	۶/۰۶	۱۴۹	۰/۰۰

با توجه به جدول فوق و با در نظر گرفتن اینکه سطح معناداری مشاهده شده از سطح استاندارد ۰.۰۵٪ کمتر است، لذا فرضیه صفر رد می‌شود. در نتیجه در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان گفت میزان تاثیرات در مدل بهینه شبکه اجتماعی کانون‌های فرهنگی هنری مساجد استان اصفهان بزرگتر از حد متوسط است.

بحث و نتیجه گیری

نقش هر شبکه ای در نتیجه عملکرد خاص آن شبکه در محیط خاص خود قابل سنجش و ارزیابی است. با توجه به اینکه کانون‌های فرهنگی هنری مساجد به منظور افزایش سطح فرهنگ عمومی جامعه فعالیت می‌کنند در نتیجه هدف اصلی از شبکه سازی این مراکز افزایش بهره

وری و تاثیراتی است که شبکه حاصل در جهت تقویت بنیان‌های ارزشی جامعه هدف بر عهده خواهد داشت. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که با توجه به یافته‌های پژوهش تاثیرات شبکه اجتماعی متوسط به بالاست. یعنی شبکه اجتماعی می‌تواند باعث افزایش مدیریت دانش، پیامدهای محیطی، پیامدهای ذهنی، پیامدهای عاطفی، پیامدهای آموزشی محیط شبکه گردد.

نتایج تحقیق مذکور با تحقیقی که توسط ماردن و فریدکین (۱۹۹۳) و راجرز (۱۹۹۵) انجام شد همخوانی دارد. آنها به این نتیجه رسیدند که تاثیرات اجتماعی شبکه اجتماعی باعث تغییر در رفتار، عقاید، نگرش‌ها و طرز تفکر بازیگران اجتماعی می‌شود. بدین ترتیب می‌توان اثرات آموزشی به اعضای شبکه داشته باشد. این نتایج با یافته‌های تحقیقی که توسط پل لاک، وایت برد و کانترکتور (۲۰۰۰) انجام شده است همخوانی دارد. آنها به این نتیجه رسیدند که محیط شبکه‌های اجتماعی بر روی جنبه‌های اجتماعی کار و زندگی افراد تاثیر می‌گذارد و شبکه‌های اجتماعی نقش کاتالیزور را در این زمینه دارند. علاوه بر این در تحقیقی که توسط رابرتسون (۲۰۰۷) انجام گرفت این نتیجه به دست آمد که شبکه‌های اجتماعی قادر به گشودن بابی جدید در حیطه‌های نظری دانش می‌گردد. هویت‌بخشی و پاسخ‌گویی اجتماعی را تقویت کرده و باورهای دینی افراد را توسعه می‌دهد. با استفاده از نتایج حاصل از پژوهش، پیشنهاد می‌شود مدیریت شبکه با استفاده از پراکنندگی جغرافیایی خود به صورت محلی اقدام به نیازسنجی و آسیب‌شناسی فرهنگی اجتماعی نموده و با استفاده از توانمندی‌های خود با تعریف برنامه‌های اصلاحی، زمینه اصلاح و تقویت بنیان‌های فرهنگی اجتماعی را فراهم آورد. لازم است به منظور تقویت توانمندی تاثیر شبکه بر محیط خود در جهت ارتباط فعال با سایر شبکه‌ها و نهادهای موازی در قالب کارگروه‌های تخصصی اقدام شود تا ضمن شناسایی از ظرفیت سایر شبکه‌ها جهت غنا بخشی تاثیر شبکه اقدام گردد. در خصوص ایجاد فضای رقابتی میان اعضای شبکه از طریق تعریف سیستم‌های ارزیابی و تشویقی اقدام شود تا بدین واسطه زمینه افزایش فعالیت‌های سازنده در شبکه فراهم شود. از طریق اطلاع‌رسانی فعالیت‌های شبکه در سطح عمومی و تخصصی از جمله در میان سازمانها، نهادها و شبکه‌های مشابه، زمینه ایجاد فضای رقابتی و تقویت فعالیت سایر شبکه‌ها فراهم گردد. از طریق استفاده از ابزارهای تبلیغی بویژه آرا رهبران فکری و منتخبین فرهنگی جامعه، زمینه همسان‌سازی نگرش اعضا بویژه در حوزه

فعالیت‌های اجتماعی فراهم گردد. دستاوردها و نتایج کمی و کیفی حاصل از فعالیت شبکه به اطلاع اعضا و مخاطبان شبکه رسانده شود تا بدین واسطه احساس رضایت میان اعضا و مخاطبین از فعالیت شبکه بدست آید. با برگزاری جلسات هم‌اندیشی و همفکری در شبکه در قالب اتاق‌های فکر و گفتگو، زمینه تقویت روحیه تفکر گروهی و هم‌اندیشی فراهم آید. برای افزایش احساس تعلق، عضویت آنها محترم و مؤثر شناخته شده و در برخورد با اعضا این حس به صورت دوجانبه تقویت گردد. روابط رسمی در شبکه به سوی روابط غیر رسمی و عاطفی حرکت نموده و رابطه ای صمیمانه و دوستانه در عین حفظ مسئولیت‌ها در بخش‌های مختلف شبکه ایجاد گردد. مدیریت شبکه برای آموزش اعضای تازه وارد از پتانسیل و تجارب اعضای با سابقه شبکه استفاده نموده و اطلاعات و مهارت‌ها در قالب دوره‌های آموزشی مختلف و آموزش در حین کار به صورت سیستم آموزشی استاد شاگردی به اعضای جدید تر منتقل گردد. سیستم جامع مدیریت دانش در سطوح مختلف شبکه برقرار شود تا بدین واسطه زمینه اشتراک دانش و به کارگیری آن در شبکه برقرار گردد. تجارب و فعالیت‌های ویژه اعضا مستند شده و در اختیار سایر اعضا قرار گیرد. سیستم حمایت، تشویق خلاقیت‌ها تقویت شود تا بدین واسطه زمینه خلق دانش و نوآوری در شبکه تقویت گردد. آنچه که از اهمیت شایانی برخوردار است این است که؛ در جامعه ایرانی "ایرانی بودن" و "اسلامی بودن" نقطه اشتراک فرهنگ‌هاست و گروه‌های مردمی به صورت خودجوش و با انگیزه‌های ملی و دینی در جهت رشد و بالندگی فرهنگ خود در تلاشند. امید است مدیران و متولیان فرهنگی کشور با توجه به ظرفیت عظیم تشکل‌های مردمی و استفاده از دانش و مهارت‌های مدیریتی و ارتباطی زمینه مناسب جهت اعتلای فرهنگی جامعه را بر اساس الگوی بومی توسعه و پیشرفت فراهم آورند.

منابع

- ۱- احمدی فرد، محترم. (۱۳۹۰). ارتباطات سازمانی. رویکرد سیستم‌ها. جزوه کلاسی. دانشگاه آزاد اسلامی واحد قوچان
- ۲- اعرابی، سید محمد. (۱۳۸۵). مبانی فلسفی روش تحقیق. جزوه کلاسی. دوره دکتری رفتار سازمانی و منابع انسانی.

- ۳- امیر کافی، مهدی. (۱۳۸۳). طراحی الگوهای جامعه‌شناسی انزوای اجتماعی در شهر تهران. پایان‌نامه دکتری، تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
- ۴- حجت، عیسی. (۱۳۸۱). حرفی از جنس زمان، نگاهی نوبه شیوه‌های آموزش معماری ایران. فصلنامه هنرهای زیبا ۱۲: ۵۰-۵۶.
- ۵- دستغیب، سید حمیدرضا. (۱۳۸۵). زمینه عملکرد فرهنگی عبادی و نحوه طراحی مساجد، چکیده کتاب‌ها و پایان‌نامه‌های مساجد. تهران: اداره کل پژوهش و اطلاع‌رسانی کانونهای فرهنگی مساجد کشور.
- ۶- شریف‌پور، رضا. (۱۳۸۰). مسجد و انقلاب اسلامی. تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
- ۷- شریفی، حسن پاشا. (۱۳۸۱). اصول روان‌سنجی و روان‌آزمایی. تهران: انتشارات رشد.
- ۸- شیرکوند، شهرام. (۱۳۸۹). اثر تغییر نگرش بر تغییر رفتار. قابل دسترسی در: www.hamshahrionline.ir {دسترسی در ۳۰ مهر ۱۳۹۰}.
- ۹- طحان، پروین. (۱۳۸۱). ارزیابی عملکرد سازمانهای غیردولتی در مشارکت فرهنگی و چگونگی حذف موانع موجود. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد علوم و تحقیقات.
- ۱۰- فیوضات، ابراهیم. (۱۳۷۲). بررسی تحولات نظام استاد-شاگردی در ایران، تهران، دانشگاه شهید بهشتی.
- ۱۱- قاضی مرادی، حسن. (۱۳۸۶). کار و فراغت ایرانیان. تهران: انتشارات اختران.
- ۱۲- کوکس، میتة. (۱۳۷۹). اطلاع‌رسانی و فرهنگ، به کوشش محمود نجاتی حسینی، تهران: خانه کتاب.
- ۱۳- گنجی، مهدی؛ گنجی، حمزه. (۱۳۹۰). زمینه روان‌شناسی اتکینسون و هیلگارد. تهران: انتشارات ساوالان.
- ۱۴- گی، روشه. (۱۳۸۹). تغییرات اجتماعی. ترجمه م و ثوقی. ویرایش دوم. تهران: نشرنی.

۱۵- لیتل، جان استیفن. (۱۳۸۴). نظریه‌های ارتباطات. ترجمه م. نور بخش، س. امیر حسینی. تهران: انتشارات جنگل.

۱۶- مددی، سهیلا. (۱۳۷۹). بررسی میزان تحقق اهداف کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان از دیدگاه مربیان و اولیاء، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی خوراسگان.

۱۷- منتظر، علی. (۱۳۸۹). تعریف «سلامت اجتماعی» هم‌چنان مبهم است. قابل دسترسی در: www.salamatiran.com {دسترسی در ۱۱ آذر ۱۳۹۰}

۱۸- نوک، دیوید؛ کاکلینسی، جمیز اچ. (۱۳۸۷). تحلیل شبکه. ترجمه م. عظیمی هاشمی، م. اسکافی. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.

۱۹- نیک کار، ملیحه؛ فرزین، فرزانه؛ احمدی لاری، رکن‌الدین. (۱۳۸۴). بررسی نگرش دانشجویان دانشگاه شیراز نسبت به برنامه‌های فرهنگی و هنری و عوامل موثر بر شرکت آنها در اینگونه فعالیت‌ها، مجله علوم اجتماعی و انسانی دانشگاه شیراز. ۲۲(۱۴).

۲۰- هانگر، دیوید؛ ویل، تامس. (۱۳۸۹). مبانی مدیریت استراتژیک. ترجمه م. اعرابی، ح. رضوانی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

۲۱- وینگر، کیت. (۱۳۸۹). مقدمه‌ای بر تغییر رفتار. قابل دسترسی در .

<http://forum.mui.ac.ir>

- 22- Barnett, William P. and Carroll, Glenn R. (1995) "Modeling Internal Organizational Change," in Hagan (ed.) Annual Review of Sociology, volume 21: 217-36.
- 23- Becerra Fernandez, I. Gonzalez, Avelino. and Sabherwal, Rajiv. (2004). KnowledgeManagement, first Edition, PrenticeHall.
- 24- Bourdieu, Pierre. Wacquant, Loic. J.D. (1992). An invitation to reflexive sociology. Chicago, University of Chicago press.
- 25- Crowel, Linda.f. (2004). Weak ties: a mechanism for helping women expand their social networks and increase their capital, the social science journal, 41.
- 26- Davis Gerald. F, Marquis Christopher. (2005). Prospects for Organization Theory in the Early Twenty-First Century: Institutional Fields and Mechanisms. Organization Science 16(4), pp. 332° 343.

- 27- Friedkin Noah. (1993). Structural Bases of Interpersonal Influence in Groups: A Longitudinal Case Study. *American Sociological Review*, 58(6), 861-872
- 28- Granovetter, Mark. (2005). The Impact of Social Structure on Economic Outcomes. *Journal of Economic Perspectives*, 19-1: 33-50.
- 29- Gulati, Ranjay. and Gargiulo Martin. (1999) Where do interorganizational networks come from?. *American journal of sociology* 104 (5),: 1439-1493.
- 30- Jyrama Annuka and Ayvari Anne. (2005). Can the Knowledge-Creation Process Be Managed? A Case Study of an Artist Training Project, *International Journal of Arts Management*, 7(2), pp. 4-14.
- 31- Marsden, Peter V. and Noah E. Friedkin (1993), 'Network studies of social influence', *Sociological Methods and Research*, 22:127-151.
- 32- Nelson Richard. (2006). Evolutionary social science and universal Darwinism. *Journal of Evolutionary Economics*, Springer. vol. 16(5), pages 491-510, December.
- 33- Nevo Dorit Furneaux, Brent. and Yair, Wand . (2008). Towards an evaluation framework for knowledge management systems, *Information Technology and Management*, 9(4), pp.233 ° 249.
- 34- Park, Y. and Kim, Sookyung. (2006), "Knowledge management system for fourth generation R&D: KNOWVATION", *Technovation*, 26(5-6), pp. 595-602
- 35- Podolny, Joel M. and. Page, Karen L. (1998) Network Forms of Organization. *Annual Review of Sociology* .2,1:57-76.
- 36- Pollock, T. G., Whitbred, R.C. & Contractor, N. (2000). Social information processing and job characteristics: A simultaneous test of two theories with implications for job satisfaction. *Human Communication Research*, 26(2), 292-330.
- 37- Powell, W. W., White, D. R., Koput, K. W. and Owen-Smith, J. (2005) Network Dynamics and Field Evolution: The Growth of Interorganizational Collaboration in the Life Sciences, *American Journal of Sociology*. 110:1132-1205.
- 38- Robertson R. (2007). *The sociological Interpretation of Religion*. Oxford: Basil Blackwell.
- 39- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of Innovation*. New York: Free Press.
- 40- Samuel Greengar. (2011). Smartphones, Social Nets Remake Knowledge Management. blogs.baselinemag.com
- 41- Sapolsky Robert M. (2005). The influence of social hierarchy on primate health. *Science* 308:648-652.
- 42- Valente, Thomas. W. (1995). *Network Models of the Diffusion of Innovations*. Cresskill, NJ: Hampton Press.