

بررسی تاثیر مطبوعات بر وضعیت سرمایه اجتماعی دانشجویان ایران و فرانسه
(با تاکید بر اعتماد اجتماعی)

Effect of press on social capital of Iranian and French Students:
The role of social trust

Ferydoon Kamran³

Mehdi Akhtar Mohagheghi⁴

فریدون کامران^۱

مهدی اختر محقق^۲

Abstract: The present study aimed to find association between the use of press and its type with social trust. The effects of press on social trust was investigated among young adult members of Facebook in three levels: trust in family, trust in friends and acquaintances, and trust in groups and organizations. The sample of current survey consisted of 300 university students which are Facebook members during 2013 that chosen via random sampling. Data analyzed by SPSS. Results revealed a positive relation between amount (time) of press usage and social trust in all three levels (family, friends and acquaintance, & groups and organizations). In other words, social trust improves with increasing levels of reading.

Keywords: Social Capital, Social Trust, Young Adults, Iran, France.

چکیده: پژوهش حاضر با عنوان «بررسی تاثیر مطبوعات بر وضعیت سرمایه اجتماعی جوانان ایران و فرانسه (با تاکید بر اعتماد اجتماعی)» است. هدف این پژوهش یافتن ارتباط بین میزان استفاده از مطبوعات و نوع مطالب مطبوعات با اعتماد اجتماعی است. در این بین تاثیر مطبوعات بر اعتماد اجتماعی در سه سطح: الف- اعتماد به خانواده ب- اعتماد به دوستان و آشنایان ج- اعتماد به گروه‌ها و سازمان‌ها در بین جوانان عضو گروه اجتماعی فیس بوک بررسی خواهد شد. روش تحقیق این پژوهش، پیمایشی و ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه است. نمونه مورد مطالعه ۳۰۰ نفر از جوانان دانشجو عضو گروه فیس بوک در سال ۱۳۹۲ هستند که با روش نمونه گیری تصادفی انتخاب شده اند. برای انجام مباحث آمار توصیفی و استنباطی از نرم افزار spss استفاده شده است. نتایج این پژوهش بر وجود ارتباط مثبت بین میزان (زمان) استفاده از مطبوعات و اعتماد اجتماعی در بعد خانواده و دوستان و آشنایان و گروه‌ها و سازمانها اشاره دارد به عبارت دیگر با افزایش میزان مطالعه میزان اعتماد اجتماعی نیز افزایش می‌یابد.

واژه های کلیدی: سرمایه اجتماعی، اعتماد اجتماعی، جوانان، ایران، فرانسه

How to cite: Kamran, K., & Akhtar Mohagheghi, M. (2018). Effect of press on social capital of Iranian and French Students: The role of social trust. *The Quarterly Journal of Media Research*, 1(1), 31-49.

نحوه ارجاع: کامران، ف. و اختر محقق، م. (۱۳۹۷). بررسی تاثیر مطبوعات بر وضعیت سرمایه اجتماعی دانشجویان ایران و فرانسه (با تاکید بر اعتماد اجتماعی). فصلنامه تحقیقات رسانه، ۱(۱)، ۳۱-۴۹.

^۱ عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن-دکتری جامعه شناسی دانشگاه تولز فرانسه

^۲ دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، پردیس بین المللی کیش، باشگاه پژوهشگران جوان. ایمیل: akhtarmohagheghi@yahoo.com

^۳ Faculty member of Islamic Azad University, Roudehen Branch

^۴ Islamic Azad University, South Tehran, Kish International Branch, of young research clup, Email: akhtarmohagheghi@yahoo.com

بیان مسئله

اگر چه ایده اصلی اعتماد اجتماعی مطالعه ارزشهای حاصله از تعاملات انسانها در جامعه است با این حال این مفهوم تا سال ۱۹۶۰ به کار گرفته نشد و در سال ۱۹۶۰ به وسیله "جیم جیکوفر" جامعه‌شناس شهری در مفهوم سرمایه اجتماعی مجددا مطرح شد.

وضعیت اعتماد اجتماعی گرچه بطور مستقل قابل سنجش است اما هدف نهایی در کسب اعتماد اجتماعی افزایش سرمایه اجتماعی در جامعه است اعتماد مقوله‌ای اکتسابی است که از طریق آموزش و تجربه در بستر جامعه حاصل می‌شود.

"کلمن" نقش رسانه‌ها را در باز تولید اعتماد اجتماعی مهم ارزیابی می‌کند رشد و افزایش اعتماد به اخبار تلویزیون و ثبات اعتماد به مطبوعات نشان می‌دهد که کاهش اعتماد به بعضی نهادها، ممکن است ناشی از قدرت فزاینده منبع و تفسیر کننده اطلاعات باشد.

رسانه‌های همگانی امروزه یکی از مهم‌ترین منابع تولید ارزشهایی همچون اعتماد و مشارکت اجتماعی‌اند.

رایزمن معتقد است رسانه‌های همگانی حالت ایستای دنباله روی و هم‌رنگی اجتماعی را خنثی می‌کنند و افراد را بر می‌انگیزاند تا شخصا در مسائل اجتماعی درگیر شوند و در زندگی سیاسی مشارکت پیدا کنند. بودریا ردین هدایت را آنقدر قوی می‌داند که معتقد است رسانه‌ها قادرند فرهنگ را ملند یک شبه واقعیت همچون یک کالا در تبلیغات تولید کنند و یک فرا واقعیت را به عنوان فرهنگ و ارزش‌های اجتماعی جایگزین نمایند.

در فرانسه بیش از ۴۰۰۰ نشریه منتشر می‌شود، به این تعداد می‌باید حدود ۴۰ هزار عنوان نشریه رایگان را نیز اضافه کرد. از این تعداد کمتر از ۱۰۰ نشریه در سطح ملی منتشر می‌شود و بیش از ۲۰ روزنامه ملی نیز در فرانسه فعال است. حدود ۴۵۰ نشریه نیز استانی و محلی است. نشریات تخصصی نیز آمار قابل توجهی را به خود اختصاص می‌دهد (بیش از ۱۶۰۰ عنوان) در حدود ۱۴۰۰ عنوان نشریه نیز با دفعات انتشار هفته‌نامه، ماهنامه، فصلنامه و یا سالنامه منتشر می‌شود. البته هر سال (با توجه به نظام تأسیس مطبوعات، اعلام‌نامه) عناوین جدیدی به خانواده مطبوعات اضافه می‌شود و همچنین تعدادی نیز به دلایل متعدد و از جمله اقتصادی، تعطیل می‌شود. اما تعداد متولدین بیشتر از تعطیل‌شدگان است. به همین دلیل آمار نشریات فرانسه هر سال سیر صعودی داشته است. (خطیبی نژاد)

این تعداد نشریه از لحاظ تنوع و همچنین میزان مطالعه مطبوعات اثرگذاری زیادی بر روی مخاطبان خود خواهند داشت. و بالطبع می‌توانند در کاهش و یا افزایش اعتماد اجتماعی اثرگذار باشند باید این نکته را در مطالعات سرمایه اجتماعی مد نظر داشت که علی رقم تعاریف متفاوتی از

سرمایه اجتماعی، این تعاریف نقیض یکدیگر نیستند، بلکه مکمل یکدیگر محسوب می‌شوند. جامعه ایران با تمام توانمندی‌هایی که در خود نهفته دارد، از یک بیماری مزمن رنج می‌برد. بیماری که در مقطعی از تاریخ این سرزمین به گونه‌ای حاد و رنج‌آور بروز پیدا کرده است و اکنون نیز این بیماری خود را به صورت بحران‌آمیزی نمایان ساخته، «اعتماد اجتماعی» است. همانگونه که سرمایه‌های اقتصادی توانمندی یک جامعه را در عرصه «تولید ثروت» ظاهر می‌سازد. اعتماد و مشارکت اجتماعی از مقولات اصلی سرمایه اجتماعی است هر چقدر میزان مشارکت و اعتماد از روابط بسته و خانوادگی به سطوح بزرگتر اجتماع کشیده شود، از ارزش و اعتبار بیشتری برخوردار خواهد شد.

سازمان ملل متحد همه ساله آمار شاخصهای زندگی و توسعه‌یافتگی در کشورها را منتشر می‌کند در این بین کشورهایی که از شاخص بالاتری برخوردارند از تعدد و تنوع مطبوعات و میزان مطالعه بالایی برخوردارند.

با توجه به اینکه جوانان در هر کشوری از اهمیت شایانی برخوردارند یافتن ارتباط بین مطبوعات و سرمایه اجتماعی حایز اهمیت است چرا که در صورتی که بتوانیم رابطه بین اجزا سرمایه اجتماعی و ابعاد استفاده از مطبوعات را شناسایی کنیم با تقویت این شاخصها هم می‌توان میزان اعتماد اجتماعی را افزایش داد و هم بر غنای کمی و کیفی مطبوعات افزود بدین ترتیب این تحقیق خواهد توانست راهکارهایی جهت ارتقای اعتماد اجتماعی و مطبوعات ارائه دهد.

تعریف مفاهیم

فیس بوک

وب‌گاه فیس‌بوک است که در ۴ فوریه ۲۰۰۴ به وجود آمد. از شبکه‌های اجتماعی مجازی است که به واسطه آن می‌توان با دوستانی که دارای حساب کاربری در فیس بوک هستند عکس، فیلم یا پیغام به اشتراک گذاشت. فیس بوک هم اکنون به طور رایگان در اختیار مردم جهان قرار دارد. وب‌گاه فیس‌بوک بیش از پانصد میلیون کاربر دارد و هم‌اکنون به ۴۰ زبان از جمله پارسی، قابل دسترس بوده و ۷۰ درصد از کاربران آن در خارج از ایالات متحده هستند.

محیط فیس‌بوک در واقع مجلسی از دوستان و آشنایان یک کاربر به‌شمار می‌آید. فیس بوک با ارائه امکان عضوگیری در تعداد بالا، به کاربران اجازه می‌دهد تا در هر لحظه دوستان جدیدی را به مجموعه دوستان خود اضافه کنند.

کاربران در فیس‌بوک دارای یک صفحه شخصی هستند. می‌توانند گروه تاسیس کنند و یا در

گروه‌های دیگر عضو شوند. کاربران می‌توانند برای خود آلبوم عکس انتخاب کنند و افرادی را به لیست دوستانشان اضافه کنند.

کاربران می‌توانند برای یک هنرمند یا یک وب‌گاه و یا وبلاگ شخصی خود و شاید هم برای کالایی که تولید می‌کنند صفحه‌ای جداگانه طراحی کنند تا دیگران هم در آن صفحات عضو شوند و پیشنهادهای و انتقادهای خود را ارائه دهند.

فعالیت فیس بوک در ایران فراز و نشیب‌های زیادی داشته‌است. فیس بوک قبل از سال ۸۸ دوبار فیلتر و دوباره آزاد شده بود. اما بعد از انتخابات ریاست جمهوری ۸۸ دوباره فیلتر شد. مسئولان ایران علت فیلتر شدن را نقض حریم شخصی افراد در این سایت بیان می‌کنند. (ویکی پدیا، ۱۳۹۰)

مشارکت اجتماعی

مشارکت را می‌توان حرکت آگاهانه، فعال، آزاد و مسئولیت آوری دانست که برای تمشیت او در جامعه ضروری است.

"مشارکت را نوعی کنش هدفمند داشته‌اند که در فرآیند تعاملی بین کنشگر و محیط اجتماعی او در جهت نیل به هدفهای معین و از پیش تعیین و تعریف شده نمود پیدا می‌کند. در نگاهی دیگر مشارکت را فرآیند آگاهانه تقسیم قدرت و منابع کمیاب و فراهم سازی فرصت برای رده‌های پایین جمعیتی برای بهبود شرایط زندگی آنها عنوان نموده‌اند. وقتی مشارکت را به منزله فراگرد نیرومند سازی در نظر می‌گیریم مشارکت مبتنی بر سه ارزش، سهم کردن مردم در قدرت و اختیار، راه دادن مردم برای نظارت بر سرنوشت خویش و بازگشودن فرصتهای پیشرفت به روی رده‌های زیرین جامعه خواهد بود. حاصل آن تسهیل در شنیدن صدای دیگران، احساس مالکیت نمودن، از میان بردن حاشیه نشینی، نیرومند ساختن ناتوان و درهم شکستن فرهنگ سکوت خواهد بود" (طوسی، ۱۳۷۰: ۸)

نمود عینی مشارکتی نهادهای مشارکتی چون انجمن‌ها، گروه‌ها، سازمانهای غیر دولتی و ... هستند.

سرمایه اجتماعی^۱

سرمایه اجتماعی از مفاهیم نوینی است که امروزه در بررسیهای اقتصادی و اجتماعی جوامع مدرن مطرح گردیده است. از سرمایه اجتماعی تعاریف متعددی ارائه شده است. سرمایه اجتماعی مفهومی جدید است

^۱ Social capital

که از سالهای ۱۹۹۰ برای نخستین بار از سوی جامعه شناسان فرانسوی و آمریکائی تو کویل، بوردیو، کلمن، پاتنام و... مطرح گردید.

« سرمایه اجتماعی اصطلاحی است که گاه در معنای وسیع به کار می‌رود و ثروت اجتماعی و یا حتی درآمد اجتماعی از آن برمی‌آید و گاه در فضای محدود که منابع و تجهیزات غیر فردی و غیر خصوصی را شامل می‌شود. بدین معنی، سرمایه اجتماعی آن چیزی است که با سرمایه جامعه پدید آمده و مورد استفاده همگان است نظیر راههای ارتباطی، تجهیزات انتقال پیام و...» (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۶۸۵)

بانک جهانی سرمایه اجتماعی را پدیده‌ای می‌داند که حاصل تأثیر نهادهای اجتماعی، روابط انسانی و هنجارها بر روی کمیت و کیفیت تعاملات اجتماعی است و تجارب این سازمان نشان داده است که این پدیده تأثیر قابل توجهی بر اقتصاد و توسعه کشورهای مختلف دارد.

سرمایه اجتماعی بر خلاف سایر سرمایه‌ها به صورت فیزیکی وجود ندارد بلکه حاصل تعاملات و هنجارهای گروهی و اجتماعی بوده و از طرف دیگر افزایش آن می‌تواند موجب پایین آمدن جدی سطح هزینه‌های اداره جامعه و نیز هزینه‌های عملیاتی سازمانها گردد.

فوکویاما شاخص‌های سرمایه اجتماعی را اعتماد، شکیبایی، برابری، قانون مداری، عضویت در گروه‌ها و فعالیت‌های اجتماعی، سطح بالای دانش عمومی، آموزش‌های حرفه‌ای گسترده و عمومی، موفقیت‌های علمی - پژوهشی بیان می‌دارد و نقطه مقابل آن یعنی فقدان سرمایه اجتماعی را مساوی با وجود نژادپرستی، پارتی بازی، آشنا پروری، بی تفاوتی، تبعیض جنسی، طلاق، فروپاشی خانواده، افت تحصیلی، سوء استفاده جنسی، آدم کشی، اعتیاد و پخش مواد مخدر می‌داند.

اعتماد اجتماعی^۱

اعتماد در قانون انگلیسی - آمریکائی ارتباط بین اشخاص است در شرایطی که یکی دارای قدرت و مدیریت و دارایی و دیگری خواهان بهره‌بری از این امتیازات است.

فرانسیس فوکویاما این نوع اعتماد ساختگی از نظر گویر را در تقسیم‌بندی منابع سرمایه اجتماعی در دسته منابع ساخته شده و عقلانی قرار می‌دهد.

«نهایی‌ترین شکل ساخت بندی عقلانی را دولت‌های کمونیستی نظیر اتحادیه جماهیر شوروی (سابق) و چین بر عهده داشتند... بلشویک‌ها نه تنها امیدوار بودند که نهادهای رسمی سیاسی و اقتصادی را جمع‌گرا کنند، بلکه علاوه بر آن می‌خواستند یک انسان شورایی طراز نوین بیافرینند که از منافع شخصی خودخواهانه تغییر مسیر دهد و به سمت سعادت تمامی بشریت جهت یابد... تجربه برنامه هفتاد

¹ social Trust

ساله به این عظیمی در زمینه سازندگی اجتماعی، با شکست کامل رو به رو شد و همه این را می‌دانند. میلیاردها روبل و سالها نیروی انسانی برای ترویج و تبلیغ و اجتماعی کردن سوگیرانه منجر به این شد که جمعیت خودخواه‌تر، در هم رفته‌تر و فردگراتر از دوره قبل از بلشویک‌ها شدند.» (فوکویاما، ۱۳۷۹: ۹۸)

آنتونی گیدنز اعتماد را «اتکا یا اطمینان به نوعی کیفیت یا صفت یک شخص - چیز یا اطمینان به حقیقت یک گفته است» (گیدنز، ۱۳۷۷: ۳۷)

گیدنز در تفسیری که از دنیای مدرن دارد جایگاه خاصی را برای اعتماد قایل است شاید بتوان گفت او در بین اندیشمندان اجتماعی - سیاسی مشخص‌ترین فردی است که با صراحت حرکت به سوی توسعه را از منظر اعتماد می‌نگرد.

او شکل اعتماد در جوامع مدرن را متفاوت از جوامع پیش از مدرن می‌داند و «اعتماد فعال» را معرفی می‌کند. چرا که به طور مثال در جهان قدیم فقط حدود سی سال پیش اگر شما مرد یا زن بودید نقش‌های معینی را در جامعه داشتید که رابطه شما را تثبیت می‌کردند و این رابطه‌ها بر مبنای همان نهادهای از پیش مستقر بنا می‌شد. اما اکنون باید روابط را بر مبنای ارتباط ساخت. یعنی باید اعتماد دیگری را جلب کرد.

مبانی نظری تحقیق

مبانی نظری تحقیق نقش مهمی را در تحلیل علمی تحقیق ایفا می‌نماید. در این رابطه محقق یا از بین دیدگاه‌های موجود، یکی یا چند نظریه که با موضوع تحقیقش تناسب بیشتری دارد، انتخاب می‌کند و سعی در ارائه نگرشی نو دارد.

جیمز ساموئل کلمن^۱

جیمز کلمن، جامعه‌شناسی است که به نقش سرمایه اجتماعی در آفرینش سرمایه انسانی و پیامدهای آموزشی آن توجه کرده است. او یک توصیفی کارکردی از سرمایه اجتماعی را ارائه داده است. به این ترتیب که سرمایه اجتماعی یک جوهره مجرد ندارد بلکه یک گستره متفاوتی از وجودهاست که دو ویژگی عام دارد، اولی جوهره ساختاری و دومی جوهره کنش‌مندی آن است که دو بعد ساختاری و کنشی را به هم متصل می‌کند

¹ James - Samuel colman

کلمن در دسته اندیشمندانی است که پیرو نظریه تلفیقی سطوح خرد و کلان در تبیین پدیده‌های اجتماعی است. بنابر الگوی تلفیقی کلمن، نظام اجتماعی زمینه رفتار و کنش فردی را تعیین می‌کند، ولی در مرحله بعد، رفتار و کنش هدفدار و جهت‌مند کنشگران اجتماعی، جهت و شکل نظام اجتماعی را به صورتی نو پدید می‌آورد. او معتقد است کنش اجتماعی هم به وسیله کنشگران حقیقی یا شخص صورت می‌پذیرد و هم به وسیله کنشگران حقوقی - نهادی و جمعی.

بدین ترتیب کلمن که با الهام از تلفیق نظریه کنش پارسونز با نظریه نظام‌ها، نگرش روش شناختی خود را آغاز کرده است، به نقد پارسونز می‌پردازد و معتقد است:

«پارسونز اشتباه کرد که نظریه کنش خود را رها کرد و به جایش کار کرد گرابی ساختاری را برگزید. استدلال بنیادی کلمن این است که «ما نباید مفاهیم‌غایت، هدفمندی و حفظ تعادل را دور بیندازیم، بلکه این مفاهیم را تنها باید در سطح کنشگران در داخل نظام اجتماعی بکار ببریم و از کاربرد آنها در مورد خود نظام اجتماعی پرهیز کنیم» (ریترز، ۱۳۸۰: ۵۳۶)

بدین سان، کلمن بر آن است که نظریه کنش را به ریشه‌های سطح خرد آن برگرداند، هر چند که او نیز مانند پارسونز بر این نظر بود که کنشگران هم می‌توانند اشخاص حقیقی باشند و هم کنشگران حقوقی نظریه تلفیقی کلمن می‌کوشد تا جهت تبیین ساختار اجتماعی بر چگونگی پیوند سطوح خرد و کلان (کنشگران حقیقی و حقوقی) تأکید و آن را توصیف نماید.

آنتونی گیدنز

گیدنز به عنوان متفکری پرکار سرسختانه با انگیزه‌های علمی - حرفه‌ای خود به کنکاش مسائل جامعه مدرن پرداخته و راه‌های عملی نیز برای کاهش تبعات مدرنیته ارائه می‌دهد. او معتقد است هر چیزی در زندگی اجتماعی، از آنچه سیستم‌های جهانی در بر می‌گیرند، تا آنچه وضعیت فکری یک فرد محسوب می‌شود در یک کردار (راه و رسم) اجتماعی بوجود می‌آید. او بر اهمیت کردار اجتماعی تأکید دارد و معتقد است زندگی جمعی و بسیاری از جنبه‌های خصوصی زندگی در همین راه و رسم‌ها ساختند می‌شود.

گیدنز در قواعد روش شناختی بر تأثیر زمان و مکان بر ساخت اجتماعی وابسته کنش افراد تکیه می‌کند. «گیدنز نقطه آغاز هستی شناختی را نه آگاهی می‌داند و نه ساختار اجتماعی، بلکه دیالکتیک میان فعالیت‌ها و شرایط است که در زمان و مکان رخ می‌دهد.

گیدنز هر چند به آگاهی یا استعداد بازاندیشی می‌پردازد اما معتقد است که کنشگر انسانی با وجود استعداد بازاندیشی موجود صرفاً خودآگاهی نیست بلکه جریان جاری فعالیت‌ها و شرایط را بازتاب می‌کند. هستی‌شناسی زمانی - مکانی گیدنز به او اجازه می‌دهد که نه تنها به تمایز خرد و کلان بپردازد بلکه این دو سطح را به شیوه‌ای تاریخی، فراگردی و پویامورد بررسی قرار دهد.» (ریترز، ۱۳۸۰: ۶۰۰)

اعتماد بنیادین چیزی است که موجب احساس امنیت وجودی بوده و راهبر انسان در نقل و انتقالها، بحر آنها، خطرات حاصل از زندگی اجتماعی و بالاخره کلیه ارتباطات اجتماعی انسان می‌باشد. «اعتماد بنیادین، در ارتباط با خطرهای احتمالی یا واقعی ناشی از کنش‌ها و واکنش‌های متقابل، همچون غربال عمل می‌کند و بطور کلی پشت بند عاطفی نوعی پوسته محافظ یا پیله حمایتی است که همه افراد عادی در جریان رویارویی با مسایل زندگی روزمره، خود را در پناه آن قرار می‌دهند... پیله حفاظتی به منزله سرپوش گذاشتن بر تمام رویدادهای احتمالی است که می‌توانند تمامیت جسمانی یا روانی فرد انسانی را به خطر بیندازند. سد محافظتی که پیله حمایتی به وجود می‌آورد ممکن است زیر ضربات حوادثی که احتمالات منفی خطر کردن‌های جاری، پدید می‌آورند، بطور موقت یا برای همیشه، ترک بردارد.» (اختر محقی، ۱۳۸۵: ۸۲)

گیدنز سلامتی انسان را در وجود احساس مثبت از امنیت وجودی می‌داند. عدم امنیت وجودی در سطح فردی و اجتماعی از هم گسیختگی نظام اجتماعی را به دنبال می‌آورد. تکیه گاه اصلی برقراری امنیت وجودی نیز در هر دو سطح خرد و کلان مفهوم کلیدی اعتماد در دیدگاه گیدنز است. اعتماد هم به اشخاص و هم به نظام‌های مجرد مورد نظر است که منظور او از نظام‌های مجرد، نشانه‌های سمبلیک و نظام‌های کارشناسی - تخصصی است.

رابرت پاتنام^۱

پاتنام از محققین اخیر سرمایه اجتماعی است. تأکید عمده وی به نحوه تأثیر سرمایه اجتماعی بر رژیم‌های سیاسی و نهادهای دموکراتیک مختلف است.

پاتنام سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از مفاهیمی مانند اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها می‌داند که موجب ایجاد ارتباط و مشارکت بهینه اعضای یک اجتماع شده و در نهایت منافع متقابل آنان را تأمین خواهد کرد. از نظر وی اعتماد و ارتباط متقابل اعضا در شبکه، به عنوان منابعی هستند که در کنش‌های اعضای جامعه موجود است.

¹ Robert Putnam

در فقدان اعتماد هیچ شفافیتی در قراردادهای و بنابراین هیچ نیرویی برای اجرای قوانین وجود نخواهد داشت و در این شرایط تعهدات و حتی پول هم دیگر مورد قبول واقع نمی‌شود، چرا که می‌تواند تقلبی باشد. اعتماد همکاری را تسهیل می‌کند و خود همکاری نیز اعتماد را سبب می‌شود. انواع اعتماد: پاتنام در مباحث‌اش به دو نوع اعتماد اشاره دارد:

الف) اعتماد شخصی: در جوامع کوچک و به هم پیوسته اعتماد بر اساس شناختی است از خلق و خوی، گذشته فردی، انتخابهای ممکن و حدس ناشی از تبعات عدم اعتماد. برنارد دویلیمز این اعتماد را «اعتماد صمیمانه» نام می‌نهد. یعنی اعتمادی که به آشنایی نزدیک با این فرد بستگی دارد.

ب) اعتماد اجتماعی: در جوامع بزرگ و پیچیده که مناسبات بین افراد نیز پیچیده و گسترده است، اعتماد شخصی به تنهایی راه ساز نیست و نیاز به اعتماد اجتماعی (تعمیم یافته) ضرورت پیدا می‌کند. اعتماد اجتماعی در جوامع مدرن از دو منبع مرتبط یعنی هنجارهای معامله متقابل و شبکه‌های مشارکت مدنی ناشی می‌شود.

فرانسیس فوکویاما^۱

فوکویاما سرمایه اجتماعی را مجموعه هنجارهای موجود در سیستم‌های اجتماعی می‌داند که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه است و موجب پایین آمدن سطح هزینه‌های تبادلات و ارتباطات خواهد شد. بر این اساس مفاهیمی نظیر جامعه مدنی و نهادهای اجتماعی نیز دارای ارتباط مفهومی نزدیکی با سرمایه اجتماعی می‌گردند.

فوکویاما به جای سنجش و اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی به عنوان یک ارزش مثبت فقدان سرمایه اجتماعی که مترادف با بروز انحرافات اجتماعی است روش جایگزین قرار می‌دهد و شاخص‌های آن رامیزان جرم و جنایت، فروپاشی خانواده، مصرف مواد مخدر، طرح دعاوی و دادخواهی، خودکشی، فرار از پرداخت مالیات و موارد مشابه در نظر می‌گیرد و فرض را بر این می‌گذارد که چون سرمایه اجتماعی وجود هنجارهای رفتاری مبتنی بر تشریک مساعی را منعکس می‌کند، انحرافات اجتماعی بالفعل نیز بازتاب نبود سرمایه اجتماعی خواهد بود. اطلاعات آماری انحرافات اجتماعی گرچه به ندرت بی‌اشکال است اما در سطح مقایسه‌پذیری فراوان و قابل استفاده هستند. او با استفاده از این روش و شاخص‌های مذکور اطلاعات و آمار موجود از دهه ۵۰ تا دهه ۹۰ آمریکا را در مقایسه با چند کشور صنعتی مورد مطالعه قرار داد

¹ Francis Fukuyama

او برخلاف پاتنام که شیوه مستقیم و از طریق طرح چند سؤال سعی در اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی داشت، تبعات فقدان سرمایه اجتماعی را محور مطالعه خود قرار داد.

بدین ترتیب که وجود آمار بالای فرزندان نامشروع، طلاق، قتل و جرائم، خودکشی و غیره نشانه‌هایی از نبود روحیه دموکراسی، اعتماد و سرمایه اجتماعی تلقی کرد.

«از نظر فوکویاما اعتماد، به عنوان یک انتظاری است که ناشی از وجود جامعه‌ای صادق، با روحیه تعاون و بر پایه تقسیم ارزشها در بین اعضای جامعه است. اعتماد نقش بسیار مهمی را در فهم و ادراک رفتار جمعی مناسب ایفا می‌کند. اعتماد سازماندهی خودبخودی را در سازمانهای خودیاری ایجاد می‌نماید. بسیاری از شرکتهای بزرگ بر مبنای اعتماد به اهداف بزرگی رسیده‌اند. در مقابل در فرهنگهای با اعتماد کم تجارت راکد مانده است و در حد روابط خویشاوندی بسته و محدود است. در فرهنگهای با اعتماد بالا، مردم با اشکالی مختلفی از ساختها مشارکت دارند و از این طریق توان حرفه‌ای خود را ارتقا بخشیده‌اند. اعتماد از نظر فوکویاما محور اصلی و کلیدی در توسعه و رونق اقتصادی است.» (اختر محقی، ۱۳۸۵: ۵۸)

او معتقد است قبل از ورود به هر سیستم تجاری یا اجتماعی، باید اطلاعات کافی درباره شبکه‌های اعتماد موجود در آن سیستم و ویژگی‌های آن به دست آورد. زیرا اعتماد را پایه هر گونه مبادلات اقتصادی و اجتماعی می‌داند.

چارچوب نظری تحقیق

در بخش چارچوب نظری تحقیق از نظریات و تئوریهای مختلفی کمک گرفته شده است و اعتماد اجتماعی به عنوان شاخص اصلی برای اندازه‌گیری و تحلیل وضعیت سرمایه اجتماعی که مورد قبول و اذعان همه متفکرین بحث سرمایه اجتماعی است، در نظر گرفته شده است. بر این اساس و با توجه به مبانی نظری تحقیق از نظرات جیمز کلنن، رابرت پاتنام، فرانسویس فوکویاما و آنتونی گیدنز جهت بحث و بررسی فرضیات تحقیق استفاده شده است.

روش پژوهش

در این تحقیق به اقتضای موضوع و با توجه به امکانات پژوهش روش پیمایش به منزله مناسبترین و روش اصلی پژوهش و روش اسنادی نیز مکمل مراحل مختلف پژوهش خواهد بود.

اساساً آنطور که ماکس وبر نیز بر آن تاکید دارد موضوع پژوهش تعیین کننده روش پژوهش خواهد بود. علاوه بر مطالعات متعدد جهانی که ارزش سنجی‌ها از جمله سنجش اعتماد و مشارکت را با روش پیمایش مطالعه کرده‌اند که در ادبیات این پژوهش نیز مورد استفاده قرار گرفته‌اند. مطالعات نگرش سنجی و ارزش سنجی در ایران نیز به همین شیوه صورت پذیرفته است. در این پژوهش پس از بررسی و بهره‌گیری از پرسشنامه‌های تدوین شده در این زمینه، پرسشنامه‌ای تهیه و در آن انواع پرسشهای باز و بسته بر اساس نیاز و با توجه به اهداف و فرضیات پژوهش آورده شده است.

ابزار تحقیق

از آنجا که اطلاعات مورد نیاز پژوهش با توجه به تعاریف عملیاتی تحقیق هم در بعد نظری است و هم در بعد جامعه آماری، لذا ابزار اصلی پژوهش پرسشنامه است. ابزار این پژوهش یک پرسشنامه بر اساس تحقیقات پیشین پژوهشگر و شامل ۴۷ گویه است.

ویژگی‌های جمعیت آماری تحقیق

در این تحقیق جمعیت آماری در دسترس جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله که در فضای فیس بوک عضو بودند

روش‌های آماری پژوهش

پس از بررسی روش‌های آماری و با توجه به موضوع و فرضیات و چارچوب تئوریک پژوهش نوبت به ارائه روش‌های آماری است. این پژوهش برای شناخت نظرات پاسخگویان ملزم به استفاده از جداول توزیع فراوان، ضرایب همبستگی، آزمون خی دو برای توضیح و تفسیر داده‌ها بوده است.

اعتبار و پایایی پژوهش

اعتبار و پایایی پژوهش از ابزارهای مهم و حیاتی هر پژوهش به حساب می‌آیند. که به کمک آنها می‌توان به نتایج بدست آمده از پژوهش اعتماد کرد. بوسیله اعتبار پژوهش می‌توان به نتیجه بدست آمده از پژوهش اطمینان کرد.

اعتبار محتوا^۱:

اعتبار محتوا به معنای استفاده از ابزارهای سنجش معتبر در سایر پژوهش‌های مشابه است. در پژوهش حاضر نیز با استفاده و مورد توجه قرار دادن پژوهش‌های پیشین سعی گردیده است اعتبار محتوایی پژوهش حاضر حفظ گردد.

پایایی پژوهش^۲:

برای محاسبه پایایی پژوهش روش‌های مختلفی وجود دارد. در پژوهش حاضر پایایی پژوهش به روش آلفای کرونباخ صورت گرفته است.

مناسب‌ترین روش برای سنجش روایی طیف لیکرات آلفا است که مبتنی بر ماتریس همبستگی بین گویه‌ای است. آلفای کرونباخ بین صفر و یک در نوسان است و هر چقدر به یک نزدیکتر باشد نشانه اعتبار بالاتر آن است و هر چقدر به صفر نزدیک باشد دلیل بر کم بودن اعتبار آن است و ضریب آلفای قابل قبول برای یک طیف آن است که بالای ۰.۷۰ باشد. پژوهش حاضر با استفاده از روش آلفای کرونباخ در دو مرحله صورت گرفت.

مرحله اول: با انجام تست مقدماتی (پیش‌آزمون) از ۳۳ نفر پاسخگو انجام شد.

مرحله دوم: مربوط به تحقیق بود. با ۳۰۰ نفر پاسخگو پرسشنامه به عمل آمد و ضرایب حاصل از

آن به شرح زیر است

جدول شماره ۱- ضریب آلفای کرونباخ گویه‌های پژوهش

آلفای کرونباخ	
۰,۸۴۸	اعتماد اجتماعی در بعد خانواده
۰,۷۰	اعتماد اجتماعی در بعد دوستان و آشنایان
۰,۷۷۶	اعتماد اجتماعی در بعد گروهها و سازمانها

¹ Content validity

² reliability

جدول شماره ۲- توزیع شاخصهای میزان اعتماد اجتماعی در بعد خانواده

انحراف استاندارد	میانگین	میانه	نما	فرانسه	ابعاد اعتماد اجتماعی خانواده
۶,۱۸۲۳۲	۳۸,۹۸۰۰	۳۹,۰۰	۴۶	فرانسه	
۵,۹۵۵	۳۹,۰۰	۳۹,۰۰	۴۶	ایران	

جهت توصیف داده های فاصله ای یا نسبی در سطح شاخصهای مرکزی از آماره های مد، میانه میانگین و در سطح شاخصهای پراکندگی از واریانس، انحراف معیار و دامنه تغییرات و در سطح توزیع متقارن از چولگی استفاده می گردد.

با توجه با نتایج بالا می توان نتیجه گرفت میانگین اعتماد اجتماعی در بعد خانواده در هر دو کشور تقریباً یکسان است این عامل را می توان با نتایج کلمن و فوکویاما نیز استنباط داد. خانواده به عنوان یکی از مهم ترین منابع سرمایه اجتماعی همیشه مد نظر پژوهشگران این حوزه بوده است تا جایی که فوکویاما خانواده را مهم ترین سرمایه اجتماعی و عامل اصلی انباشت و انتقال آن می داند.

خانواده از طریق تعاملاتش با نظام های سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و مذهبی نه تنها منبع موجود برای افزایش را افزایش می دهد بلکه به سرمایه اجتماعی موجود برای افزایش کالاها و خدمات عمومی کمک می کند.

اعتماد بنیادین چیزی است که موجب احساس امنیت و جودی بوده و راهبر انسان در نقل و انتقال ها، بحران ها، خطرات حاصل از زندگی اجتماعی و بالاخره کلیه ارتباطات اجتماعی انسان می باشد. «اعتماد بنیادین، در ارتباط با خطرهای احتمالی یا واقعی ناشی از کنش ها و واکنش های متقابل، همچون غربال عمل می کند و بطور کلی پشت بند عاطفی نوعی پوسته محافظ یا پبله حمایتی است که همه افراد عادی در جریان رویارویی با مسایل زندگی روزمره، خود را در پناه آن قرار می دهند.

خانواده یک نهاد اصلی جامعه مدنی است. خانواده نقطه تلاقی روندهای گوناگونی است که بر کل جامعه تأثیر می گذارند.

برابری فزاینده بین زن و مرد، ورود گسترده زنان به نیروی کار، تغییرات در رفتار زناشویی و انتظارات، دگرگونی رابطه میان خانه و کار از جمله مسائل مهمی است که با نگرش دموکراتیک در نهاد خانواده بایستی مورد توجه قرار گیرند.

خانواده نقطه آغازین شکل‌گیری امنیت وجودی و اعتماد بنیادین است و نیازمند توجه ویژه می‌باشد. خانواده از طریق تعاملاتش با نظام‌های سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و مذهبی نه تنها منبع موجود برای افزایش را افزایش می‌دهد بلکه به سرمایه اجتماعی موجود برای افزایش کالاها و خدمات عمومی کمک می‌کند.

بررسی وضعیت شاخصهای میزان اعتماد اجتماعی در بعد دوستان و آشنایان در بین جوانان

ایران و فرانسه

جدول شماره ۳- توزیع شاخصهای میزان اعتماد اجتماعی در بعد دوستان و آشنایان

ابعاد اعتماد اجتماعی	نما	میانگین	انحراف استاندارد
دوستان و آشنایان	فرانسه	۳۶,۰۰۰	۴,۵۷۸۸۲
	ایران	۳۲,۰۰	۴,۸۳۳

جهت توصیف داده‌های فاصله‌ای یا نسبی در سطح شاخصهای مرکزی از آماره‌های مد، میله میانگین و در سطح شاخصهای پراکندگی از واریانس، انحراف معیار و دامنه تغییرات و در سطح توزیع متقارن از چولگی استفاده می‌گردد.

با توجه به نتایج بدست آمده می‌توان گفت که اعتماد به دوستان در فرانسه بیشتر از ایران است و جوانان فرانسوی به دوستان و آشنایان خود بیشتر اعتماد می‌کنند.

پاتنام معتقد است در مناطقی که فاقد هنجارها و شبکه‌های مشارکت مدنی هستند چشم انداز عمل جمعی تیره است. ممکن است تعادل اجتماعی مبتنی بر «عهدشکنی همیشگی» آینده بخش اعظم جهان را که از سرمایه اجتماعی محدودی برخوردارند، رقم بزند.

در این بین «خانواده‌گرایی غیراخلاقی» یکی از پیامدهای مهم فقدان سرمایه اجتماعی محسوب می‌شود. در جنوب ایتالیا این گرایش مشاهده شد.

کلمن معتقد است زمانی که فرد خدمتی را برای دیگری انجام می‌دهد غالباً زمان و یا چیزی است که در آن موقعیت به آن نیاز ندارد.

بنابراین عقلانی رفتار کرده و برای رعایت منافع شخصی خدمت مربوطه را انجام می‌دهد تا منفعت حاصله را در زمان و موقعیت مناسب خود دریافت نماید هدف کلمن از وارد کردن ساختار اجتماعی در نظریه اجتماعی بیان و تأکید بر این مطلب است که چگونه انتخابهای افراد تا حد زیادی از هنجارهای اجتماعی، فشار گروه همگنان و عوامل گروهی تأثیر می‌پذیرد. علاوه بر این کلمن معتقد است «سرمایه

اجتماعی با کارکردش توصیف می‌شود. سرمایه اجتماعی شیئی واحد نیست، بلکه انواع چیزهای گوناگونی است که دو ویژگی مشترک دارند:

همه آنها شامل جنبه‌ای از یک ساخت اجتماعی هستند و کنش‌های معین افرادی را که در درون ساختار هستند تسهیل می‌کنند.

بررسی وضعیت شاخصهای میزان اعتماد اجتماعی در بعد گروهها و سازمانها در بین جوانان

ایران و فرانسه

جدول شماره ۴- توزیع شاخصهای میزان اعتماد اجتماعی در بعد گروهها و سازمانها

ابعاد اعتماد اجتماعی	فرانسه	۴۶,۰۰	میانه	۴۵,۰۰۰۰	میانگین	۴۵,۳۱۳۳	انحراف استاندارد	۲,۵۰۱۳۷
گروهها و سازمانها	ایران	۴۱	۳۷,۰۰	۳۵,۸۷	۵,۲۸۹			

جهت توصیف داده‌های فاصله‌ای یا نسبی در سطح شاخصهای مرکزی از آماره‌های مد، میله میانگین و در سطح شاخصهای پراکندگی از واریانس، انحراف معیار و دامنه تغییرات و در سطح توزیع متقارن از چولگی استفاده می‌گردد.

با توجه به نتایج بدست آمده تفاوت فاحش بین اعتماد به گروهها و سازمانها در ایران و فرانسه مشهود است و جوانان فرانسوی بسیار بیشتر به گروهها و سازمانهای کشور خود اعتماد می‌کنند.

دایره اعتمادی که در جوامع سنتی بسیار محدود و با شعاع کم در حد اعضای خانواده و خویشان بوده امروزه بایستی گسترده شود، در این حالت است که سرمایه اجتماعی مطلوب شکل می‌گیرد در غیر این صورت سرمایه اجتماعی در حد محدود و بسته باقی مانده که در عصر جدید کارایی نخواهد داشت. گیدنز معتقد است توسعه امروزین که در گرو مشارکت و حضور مردم در قالب گروه‌های مختلف اجتماعی است، نیازمند وجود اعتماد بین اشخاص و اعتماد به نظام‌های تخصصی است.

دایره اعتماد در جوامع سنتی بسیار محدود و با شعاع کم در حد اعضای خانواده و خویشان است و اگر گسترده شود، در این حالت سرمایه اجتماعی مطلوب شکل می‌گیرد در غیر این صورت سرمایه اجتماعی در حد محدود و بسته باقی مانده که در عصر جدید کارایی نخواهد داشت.

پس برای شکل‌گیری سرمایه اجتماعی بعنوان یک سرمایه بنیادین بایستی شعاع اعتماد افزایش

یابد و افراد در گروه‌های مختلف غیر خونی و خویشاوندی نیز مشارکت و فعالیت داشته باشند تا ویژگی‌های مطلوب سرمایه اجتماعی یعنی، تسهیل‌کننده روابط اجتماعی، کاهش هزینه‌های زلد، کاهش نظام دیوانسالاری و بالاخره ارمغان آورنده عدالت و آزادی عیان گردد نکته قابل توجه آن است

که با در نظر گرفتن ویژگیهای اصلی در تعریف گروه یعنی عضویت در گروه، تقسیم کار، اهداف مشترک و سازماندهی، اساساً درک درستی از واژه گروه در بین مخاطبین دیده نشد و عملاً آنها شبه گروه‌هایی مثل جماعت را نیز در دسته گروه‌های واقعی قرار می‌دادند.

بررسی وضعیت توزیع شاخصهای میزان علاقمندی به مطبوعات در بین جوانان ایران و فرانسه

جدول شماره ۵- توزیع شاخصهای میزان علاقمندی به مطبوعات

ابعاد اعتماد اجتماعی	نما	میان	میانگین	انحراف استاندارد
علاقمندی به مطبوعات	فرانسه	۱۷,۰۰	۱۶,۱۷۳۳	۲,۱۸۲۱۳
	ایران	۱۸	۱۴,۹۹	۳,۴۷۱

جهت توصیف داده‌های فاصله‌ای یا نسبی در سطح شاخصهای مرکزی از آماره‌های مد، میانه میانگین و در سطح شاخصهای پراکندگی از واریانس، انحراف معیار و دامنه تغییرات و در سطح توزیع متقارن از چولگی استفاده می‌گردد.

با توجه به نتایج بدست آمده می‌توان گفت علاقمندی به مطبوعات در بین جوانان فرانسوی بیشتر از جوانان ایرانی است.

فوکویاما تعریف سرمایه اجتماعی به این مفهوم می‌پردازد. «سرمایه اجتماعی را به سادگی می‌توان به عنوان وجود مجموعه معینی از هنجارها یا ارزش‌های غیررسمی تعریف کرد که اعضای گروهی که همکاری و تعاون میان‌شان مجاز است، در آن سهیم هستند.

مشارکت در ارزشها و هنجارها به خودی خود باعث تولید سرمایه اجتماعی نمی‌گردد، چرا که این ارزشها ممکن است ارزشهای منفی باشد. به‌طور مثال جنوب ایتالیا به عنوان منطقه بی‌بهره از سرمایه اجتماعی عمومیت یافته و اعتماد متقابل شناخته شده، اما این بدان معنا نیست که در آنجا هنجارهای اجتماعی قوی و استواری وجود ندارد.

(اشاره بر هنجارهای گروه مافیا) بلکه هنجارهای موجود به ارتقاء همکاری اجتماعی کمکی نخواهد کرد.

تمامی گروه‌های اجتماعی دارای میزان خاصی از شعاع اعتمادند که به مفهوم میزان گستردگی دایره همکاری و اعتماد متقابل اعضا یک گروه است.

در یک نتیجه‌گیری می‌توان گفت که هر چه یک گروه اجتماعی دارای شعاع اعتماد بالاتری باشد، سرمایه اجتماعی بیشتری نیز خواهد داشت.

چنان چه یک گروه اجتماعی برون‌گرایی مثبتی نسبت به اعضای گروه‌های دیگر نیز داشته باشد، شعاع اعتماد این گروه از حد داخلی آن نیز فراتر می‌رود.

بنابراین در این فرهنگها، شرکت‌ها عمدتاً ماهیت خانوادگی داشته و به ندرت از محدوده اولیه خود بزرگتر می‌شوند.

این امر باعث می‌شود که فعالیت آن شرکت‌ها محدود شده و به احتمال زیاد عمر آنها نیز کوتاه گردد و در نسل‌های بعدی این خانواده‌ها، از بین بروند.

نقش اصلی در اقتصاد این کشورها بر عهده سرمایه اجتماعی و شعاع اعتماد موجود در روابط تجاری و تبادلات بین شبکه‌های اعتماد خانوادگی است.

در این بین مطبوعات نقش مهمی در اعتلای سرمایه اجتماعی می‌توانند ایفا کنند مطبوعات با بیان قوانین و مقررات اجتماعی و بسط و گسترش فرهنگ اعتماد با توجه به قوانین موجود در این بین عامل مهمی هستند.

بررسی وضعیت شاخصهای میزان اعتماد به مطبوعات در بین جوانان ایران و فرانسه

جدول شماره ۶- توزیع شاخصهای میزان اعتماد به مطبوعات

ابعاد اعتماد اجتماعی	نما	میانه	میانگین	انحراف استاندارد
اعتماد به مطبوعات	فرانسه	۱۶,۰۰۰	۱۵,۸۳۳۳	۲,۱۰۲۷۸
	ایران	۱۶,۰۰۰	۱۵,۳۶۶۷	۲,۹۵۴۷۳

جهت توصیف داده‌های فاصله‌ای یا نسبی در سطح شاخصهای مرکزی از آماره‌های مد، میانه میانگین و در سطح شاخصهای پراکندگی از واریانس، انحراف معیار و دامنه تغییرات و در سطح توزیع متقارن از چولگی استفاده می‌گردد.

با توجه به نتایج بدست آمده میزان اعتماد به مطبوعات در بین جوانان دو کشور تقریباً یکسان است.

گیدنز جوامع سنتی و مدرن را نسبت به عوامل ایجاد کننده اعتماد از هم متمایز می‌کند و زمینه‌های مساعد ایجاد اعتماد را در فرهنگ‌های سنتی سیستم خویشاوندی - اجتماع محلی و سنت می‌داند و در مقابل در جهان مدرن عقلانیت شیوه‌های زندگی مبتنی بر استدلال، مستندات، محاسبه، تخصص و نظام‌های کارآمد تخصصی را از عوامل مهم در ایجاد اعتماد بین اعضای یک جامعه می‌داند.

امنیت وجودی به وضعیت ذهنی راحت و مناسبی اشاره دارد که در آن فرد به فعالیت‌های بدیهی، در محیطی آشنا و به همراه افراد دیگری که تهدیدی برای او بوجود نمی‌آورند، مشغول است زمانی که

فرد می داند چگونه به کار خود ادامه دهد، بدون آن که وقفه و مزاحمتی برای او به وجود آید، حالتی ذهنی و روانی در وی بروز می کند که این همان امنیت وجودی است»



منابع و ماخذ

- اختر محققى، م. (۱۳۸۵). سرمایه اجتماعی. تهران: ناشر مولف.
- ساروخانی، ب. (۱۳۷۰). روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی. جلد دوم، ایران، تهران: نشر پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی،
- ریترز، ج. (۱۳۸۰). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، ایران، تهران: انتشارات علمی.
- خطیبی نژاد، م. (۱۳۸۷). پاریس تیتراصلی، دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه ها، ایران، تهران:
- <http://www.rasaneh.org/NSite/FullStory/News/?Id=900>
- طوسی، م. (۱۳۷۰). مشارکت در مالکیت و مدیریت، ایران، تهران: انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- فوکویاما، ف. (۱۳۷۹). پایان نظم، سرمایه اجتماعی و حفظ آن. ترجمه غلامعباس توسلی، ایران، تهران: نشر جامعه ایرانیان.
- گیدنز، آ. (۱۳۷۷). پیامدهای مدرنیته. ترجمه محسن ثلاثی، ایران، تهران: نشر مرکز.
- ویکی پدیا. (۱۳۹۰). فیس‌بوک:
- https://fa.wikipedia.org/wiki/%D9%81%DB%8C%D8%B3%E2%80%8C%D8%A8%D9%88%DA%A9#cite_note-%D8%AE%D8%A8%D9%81-28



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی