

دوفصلنامه علمی - پژوهشی «پژوهش سیاست نظری»

شماره بیست و چهارم، پاییز و زمستان ۱۳۹۷: ۶۵-۹۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۱۱/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۱/۱۱

تأثیر سرمایه اجتماعی شبکه بر دستیابی به مقام سیاسی

کیومرث اشتریان*

طاهره مهرورزیان**

چکیده

در جوامع مختلف برای کسب قدرت به مثابه مهم‌ترین و تأثیرگذارترین عنصر در زندگی سیاسی-اجتماعی، همواره رقابت‌ها و کشمکش‌های جدی وجود داشته و افراد به طرق گوناگونی برای رسیدن به قدرت با هم رقابت می‌کنند. سرمایه اجتماعی بازیگران می‌تواند در تعیین نتیجه نهایی رقابت بسیار مؤثر باشد و هرچه داوطلبین و بازیگران عرصه رقابت از ارتباطات شبکه‌ای و در نتیجه حمایت شبکه‌های جمعی بیشتری برخوردار باشند، می‌توانند حمایت گروه‌ها و شبکه‌های صاحب نفوذ و قدرت را جلب کرده و امکان دستیابی به مقام سیاسی برای آن‌ها بیشتر فراهم خواهد بود. مسئله اساسی مقاله حاضر، چگونگی تأثیر سرمایه اجتماعی شبکه بر دستیابی به مقام سیاسی بوده، روش تحلیل مورد نظر در اینجا روش توصیفی و تحلیلی است.

واژه‌های کلیدی: مقام سیاسی، سرمایه اجتماعی شبکه، شبکه‌های جمعی، تحلیل شبکه و ارتباطات.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

ashtarian@ut.ac.ir

* دانشیار گروه سیاستگذاری عمومی، دانشگاه تهران

** نویسنده مسئول: دانش آموخته دوره دکتری علوم سیاسی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی

t.mehrvarzian@gmail.com

مقدمه

اساساً قدرت و دستیابی به آن یکی از مباحث مهم جامعه‌شناسی سیاسی بوده و تبیین عوامل و فاکتورهای مؤثر بر آن همواره مدنظر اندیشمندان بوده است. در جوامع مختلف برای کسب قدرت به مثابه مهم‌ترین و تأثیرگذارترین عنصر در زندگی سیاسی-اجتماعی، همواره رقابت‌ها و کشمکش‌های جدی وجود داشته و افراد به طرق گوناگونی برای رسیدن به قدرت با هم رقابت می‌کنند. دستیابی به مقام سیاسی^(۱) در واقع حکایت از نوعی کسب قدرت دارد که با مفاهیمی چون مشارکت و گزینش سیاسی پیوند دارد. مشارکت سیاسی^۱، درگیر شدن فرد در سطوح مختلف فعالیت در نظام سیاسی از عدم درگیری تا داشتن مقام رسمی سیاسی است. می‌توان برای مشارکت سیاسی سلسله مراتبی قائل شد که در این صورت پایین‌ترین سطح مشارکت واقعی، رأی دادن در انتخابات و بالاترین سطح آن داشتن مقام سیاسی است.

مایکل راش^۲ این سلسله‌مراتب را چنین عنوان می‌کند: «داشتن مقام سیاسی یا اداری، جست‌وجوی مقام سیاسی یا اداری، عضویت فعال در یک سازمان سیاسی، عضویت فعال در یک سازمان شبه‌سیاسی، مشارکت در اجتماعات عمومی، تظاهرات و...، عضویت انفعالی در یک سازمان سیاسی، عضویت انفعالی در یک سازمان شبه‌سیاسی، مشارکت در بحث‌های سیاسی غیر رسمی، اندکی علاقه به سیاست، رأی دادن، عدم درگیری در سیاست» (راش، ۱۳۷۷: ۱۲۳ و ۱۲۶).

داشتن مقام سیاسی که بالاترین رده مشارکت سیاسی محسوب می‌شود، مورد نظر بحث حاضر است. فردی که در رده‌های مختلف مشارکت سیاسی قرار دارد و واجد شرایط (شرایطی مانند سن، جنس، تحصیلات، محل اقامت و...) است، می‌تواند به رده ماقبل آخر در سلسله‌مراتب مشارکت سیاسی وارد شود و در جست‌وجوی دستیابی به مقام سیاسی باشد و به عنوان «داوطلب» خود را معرفی نماید. اما برای عبور از واجد شرایط بودن به داوطلب شدن، افراد نیاز دارند که از برخی ویژگی‌ها مانند «داشتن آمادگی روانی و شخصیتی و انگیزه و بلندپروازی کافی» برخوردار باشند (همان: ۱۵۳).

1. Political Participation
2. Michael Rush

پس از اینکه فرد خود را به عنوان داوطلب معرفی کرد، حال زمان آن فرا می‌رسد که توسط مردم انتخاب شده، یا توسط مقامات رسمی برای سمتی منصوب شود. چون علاوه بر داوطلبان که خود را به عنوان کاندیدای بالفعل برای کسب یک مقام معرفی کرده‌اند، ممکن است افراد واجد شرایطی به عنوان کاندیدای بالقوه برای احراز سمتی مطرح باشند. در هر صورت پس از کاندیدا شدن افراد باید فرایند گزینش صورت گیرد تا آنها بتوانند به مقام سیاسی دست یابند.

گزینش سیاسی^۱، فرایندی است که به وسیله آن افراد، مقامات رسمی را در نظام سیاسی به دست می‌آورند (راش، ۱۳۷۷: ۱۴۴). گزینش سیاسی در دو حالت زیر قابل تحقق است:

۱. گزینش فرد داوطلب می‌تواند در جریان انتخابات و از طریق اخذ رأی مردم صورت گیرد که در این حالت فرد داوطلب در معرض گزینش‌های اولیه مانند تأیید صلاحیت برای ورود به عرصه انتخابات و یا تأیید و حمایت شدن توسط احزاب و گروه‌ها قرار می‌گیرد. این مورد بیشتر درباره کاندیداها و داوطلبان نمایندگی مجلس مصداق پیدا می‌کند.

۲. گزینش فرد واجد شرایط و یا داوطلب از جانب مقامات رسمی برای احراز یک سمت سیاسی می‌تواند انجام شود. در این حالت ممکن است فرد واجد شرایط خود برای احراز یک سمت سیاسی داوطلب شده و یا از جانب گروه‌ها، افراد با نفوذ به عنوان گزینه پیشنهادی مطرح شود.

بنابراین در بحث حاضر، گزینش سیاسی به مفهوم انتخاب و انتصاب فرد داوطلب و یا فرد واجد شرایط توسط مردم، احزاب و گروه‌ها و یا مقامات رسمی و سیاسی بوده، شکل گزینش سیاسی مورد نظر در این پژوهش، «انتخاب» و «انتصاب» است. پس از تأیید صلاحیت و گزینش‌های اولیه، داوطلبان و گزینه‌های مورد نظر وارد عرصه رقابت می‌شوند. هر بازیگر حداقل سه نوع سرمایه را به این عرصه می‌آورد:

۱. سرمایه مالی که شامل پول در دست، سپرده‌گذاری در بانک، سرمایه‌گذاری قابل پرداختی و خطوط اعتباری است.
۲. سرمایه انسانی که شامل ویژگی‌های طبیعی فرد مانند جذابیت، سلامتی، هوش

و ظاهر و مهارت‌هایی که فرد به دست آورده است، از جمله آموزش‌های رسمی و تجربه‌های شغلی و... است.

۳. سرمایه اجتماعی که به معنای داشتن رابطه با دیگر بازیگران است. بدین معنا که فرد با دوستان، همکاران و سایر افراد ارتباطاتی دارد که از طریق آنها به موقعیت‌هایی برای بهره‌برداری از سرمایه انسانی و مالی خود دست پیدا می‌کند. این موقعیت‌ها شامل ارتقاهای شغلی، شرکت در پروژه‌های مهم، دستیابی مؤثر به تصمیم‌های مهم و مانند اینهاست (Burt, 1992: 8).

ورود به هر رقابتی نیازمند منابع مالی است، به‌ویژه برای تبلیغات، تهیه و تدوین برنامه‌ها توسط تیم پشتیبان و در معرض دید گزینشگران قرار دادن آنها و... متناسب با نوع رقابت، منابع مالی می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای را در رقم خوردن نتیجه گزینش ایفا کند. همچنین ویژگی‌های فردی داوطلب مانند ظاهر و فیزیک، سن، جنس، میزان تحصیلات، نحوه برخورد، فن بیان، نحوه برقراری ارتباط با گزینشگران، توانایی و تجربه‌های موفق کاری و نحوه ارائه آنها، در تصمیم‌گیری کسانی که گزینش سیاسی را انجام خواهند داد، بسیار مؤثر است. اگر جمع موارد یادشده باعث ایجاد حس «اعتماد»^(۳) نسبت به داوطلب در گزینشگران شود، احتمال انتخاب شدن فرد بسیار بالا می‌رود.

یکی از مواردی که در انتخاب داوطلبان تأثیر بسزایی دارد، میزان اعتمادی است که گزینشگران نسبت به آنها دارند. هرچه گزینشگران نسبت به توانایی و تعهد داوطلب یا گزینه پیشنهادی اعتماد بیشتری داشته باشد، احتمال گزینش آنها بیشتر خواهد شد. معمولاً اگر فرد داوطلب یا گزینه پیشنهادی توسط افراد و گروه‌های معتمد و بانفوذ مورد حمایت و تأیید قرار گرفته و بر توانمندی‌های آنها تأکید شود، بهتر و بیشتر می‌تواند اعتماد گزینشگران را به خود جلب کرده، رأی بیشتری را کسب کنند. البته باید توجه داشت که بخش عمده‌ای از این شناخت، حمایت و تأیید، حاصل داشتن روابط شبکه‌ای و عضویت در گروه‌های مختلف است. بنابراین باید گفت سرمایه اجتماعی بازیگران می‌تواند در تعیین نتیجه نهایی رقابت بسیار مؤثر باشد و هرچه داوطلبان و بازیگران عرصه رقابت از ارتباطات شبکه‌ای و در نتیجه حمایت شبکه‌های جمعی بیشتر برخوردار باشند، امکان دستیابی به مقام سیاسی برای آنها بیشتر فراهم خواهد بود.

پیشینه پژوهش

از مواردی که در دستیابی به مقام سیاسی می‌تواند مؤثر باشد، داشتن ارتباطات و عضویت افراد در شبکه‌های جمعی است که در برخی از کتاب‌ها و مقاله‌ها به آن اشاره شده است. در این زمینه می‌توان به کتاب «گذار از بحران جانشینی»، نوشته انوشیروان احتشامی (۱۳۸۵) اشاره کرد. وی در این کتاب عنوان می‌کند که عضویت در مراکز و نهادهای بنیادین قدرت در ایران، راه مستقیمی را به بالاترین درجه‌های قدرت سیاسی ایجاد می‌کند. داشتن پیوندهای اجرایی با نهادی که از قدرت مؤثری برخوردار است، به عنوان مزیت شغلی محسوب می‌شود. این نهادها، افراد مرتبط با خود را ارتقا داده، آنها را برای ایفای نقش در سایر مراکز اجرایی حمایت می‌کنند.

در ادبیات تحلیل شبکه نیز به این مسئله اشاره شده است. از جمله در کتاب «درآمدی بر روش شبکه‌های اجتماعی»، نوشته هنمن و همکارش (۱۳۹۳) بیان شده است که کنشگرهایی که روابط بیشتری با سایر کنشگرها دارند، می‌توانند دارای موقعیت‌های بهتری باشند.

آنچه مورد نظر مقاله حاضر است، تأثیر سرمایه اجتماعی شبکه در دستیابی به مقام سیاسی است. هر چند در این زمینه کار مستقلی به چشم نمی‌خورد، در باب سرمایه اجتماعی که بخشی از موضوع مورد نظر مقاله حاضر است، آثار بسیاری به رشته تحریر درآمده که می‌توان به کتاب مجموعه مقالات «مدیریت و سرمایه اجتماعی» نوشته رضا صالحی امیری و همکاران (۱۳۸۷) اشاره کرد. در این کتاب مفهوم و عناصر سرمایه اجتماعی و راه‌های سنجش آن بیان شده است.

صالحی امیری و اسماعیل کاووسی (۱۳۸۷) همچنین در کتاب «سرمایه اجتماعی»، ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی را تحت عناوین شاخص‌های اجتماعی (اعتماد، مشارکت، روابط اجتماعی و...)، سیاسی (امنیت، حزب، نهادهای عمومی و...)، فرهنگی (ارزش‌ها، دین، ایدئولوژی و...) و اقتصادی (هزینه سازمان و ارزش سازمانی) مطرح می‌کنند. میرطاهر موسوی و علی‌پور (۱۳۹۱) نیز در کتاب «مفهوم سرمایه اجتماعی»، مفهوم، نظریه‌پردازان و الگوهای سنجش سرمایه اجتماعی را بیان کرده‌اند.

درباره سرمایه اجتماعی شبکه می‌توان از کارهای سوسن باستانی و همکارانش نام

برد. آنها در برخی از پژوهش‌های خود به بحث شبکه‌های اجتماعی و حمایت‌هایی که این شبکه‌ها می‌توانند به افراد ارائه دهند پرداخته‌اند. به عنوان نمونه سوسن باستانی و همکارش (۱۳۸۶) در مقاله «سرمایه اجتماعی شبکه و جنسیت، بررسی ویژگی‌های ساختی، تعاملی و کارکردی شبکه اجتماعی زنان و مردان در تهران» تأکید دارند که تعاملات اجتماعی از عناصر بنیادین هر جامعه بوده، بر اساس دیدگاه شبکه، روابط و پیوندها به عنوان سرمایه اجتماعی محسوب می‌شوند و فرد از طریق آنها به منابع و حمایت‌های موجود در شبکه دسترسی می‌یابد.

همچنین خدیجه سفیری و همکارانش (۱۳۹۲) در مقاله «سنجش رابطه حمایت شبکه‌های اجتماعی غیر رسمی و رضایت شغلی زنان در شهر اردبیل»، در باب شبکه‌های اجتماعی عنوان می‌کنند که مسئله اصلی در دیدگاه شبکه، روابط است و واحد تشکیل دهنده ساخت جامعه، شبکه‌های تعاملی‌اند. ساخت اجتماعی به عنوان یک شبکه، از اعضای شبکه و مجموعه‌ای از پیوندها که افراد، کنشگران یا گره‌ها را به هم متصل می‌کند، تشکیل شده است. نقطه تمرکز دیدگاه شبکه این است که به جای توجه و تأکید بر کنشگران و ویژگی‌های فردی آنها به عنوان واحد تحلیل، به ساختار روابط بین این کنشگران توجه دارد. یکی از مزایای این شبکه‌ها، حمایت‌هایی است که از اعضای خود به عمل می‌آورد. این حمایت‌های اجتماعی عبارتند از: حمایت‌های ابزاری، عاطفی، اطلاعاتی و ارزیابی. تقسیم‌بندی دیگری که از این حمایت‌ها شده است، حمایت‌های مشورتی، مصاحبتی و عملی است. بر اساس دیدگاه تحلیل شبکه، اندازه شبکه و فراوانی تماس بر میزان حمایت اجتماعی تأثیرگذار است.

در پژوهش‌های خارجی توجه ویژه‌ای بر تأثیر سرمایه اجتماعی بر فعالیت‌های سیاسی به چشم می‌خورد. به عنوان نمونه ویون لاوندز^۱ (۲۰۰۴) در مقاله «سرمایه اجتماعی و مشارکت سیاسی زنان»، به کارایی مفهوم سرمایه اجتماعی در تحلیل تفاوت‌های مشارکت سیاسی زنان و مردان با توجه به سیاست‌های محلی و حکمرانی در بریتانیا اشاره دارد. در واقع این مقاله درصدد است تا به این پرسش پاسخ دهد که «آیا (نوع و میزان) سرمایه اجتماعی می‌تواند تفاوت الگوهای درگیری در عرصه‌های سیاسی

1. Vivien Lowndes

زنان و مردان را توضیح دهد؟». پاسخ پژوهش به سؤال یادشده، یک «بله» محتاطانه است و یافته‌های آن حاکی از این است که زنان تقریباً مانند مردان از سرمایه اجتماعی برخوردارند. ولی سرمایه اجتماعی زنان از الگوی متفاوتی برخوردار بوده، احتمالاً کمتر صرف فعالیت‌های سیاسی رسمی شده است. شکل سرمایه اجتماعی زنان به نحو بارزتری شبکه‌های خاص محلی با ارتباطات غیر رسمی را در برمی‌گیرد. زنان احتمالاً بیش از مردان از سرمایه اجتماعی به عنوان منبعی برای ایجاد تعادل در تقاضاهای متناقض خانه و کار و برای حفاظت از سلامت و رفاه خود و خانواده‌شان بهره می‌برند.

همچنین دیس براو^۱ (۲۰۱۴) در رساله خود با عنوان «شبکه و مدیران اجرایی زن»، به اهمیت و تأثیر شبکه‌ها در پیشرفت و ترقی زنان در سمت‌های اجرایی پرداخته است. وی معتقد است که در دنیای کسب و کار بسیاری موافقتی که برای پیشرفت حرفه‌ای وجود شبکه ضرورت دارد. شبکه می‌تواند شامل پیوستن به سازمان‌های حرفه‌ای، معاشرت در خارج از دفتر و یا ایجاد و حفظ تماس‌های خارجی باشد.

با عنایت به موارد یادشده می‌توان گفت که تفاوت مقاله حاضر با پژوهش‌های صورت گرفته در این است که این مقاله بر سرمایه اجتماعی شبکه و تأثیر این سرمایه در دستیابی به قدرت سیاسی توسط افراد تأکید دارد که در پژوهش‌های انجام شده این تأکید به چشم نمی‌خورد.

اساساً یکی از عواملی که در ارتقای جایگاه افراد مطرح می‌شود، داشتن ارتباطات شبکه‌ای و برخورداری از حمایت این شبکه‌ها در ارتقای جایگاه و موقعیت سیاسی-اجتماعی افراد و گزینش آنهاست. فرض مقاله حاضر این است که «معرفی و مورد حمایت قرار گرفتن داوطلبان (و گزینه‌های مورد نظر) توسط شبکه‌های جمعی می‌تواند احتمال کسب پست‌های سیاسی را برای آنها افزایش دهد».

برای بررسی فرضیه یادشده می‌توان از نظریه «سرمایه اجتماعی شبکه»^۲ که عمدتاً برگرفته از نظریه‌های «نان لین»^۳ و «رونالد بورت»^۴ است، بهره گرفت و با استفاده از الگوی

1. Kristin A. Disbrow
2. Social Capital Network
3. Nan Lin
4. Ronald S. Burt

مورد نظر نان لین و نظرات رونالد برت به الگوی مناسبی برای بحث حاضر دست یافت. روش تحلیل مورد نظر در اینجا روش توصیفی و تحلیلی است.

نظریه سرمایه اجتماعی شبکه

نظریه سرمایه اجتماعی شبکه حاصل به هم پیوستن نظریه‌های سرمایه اجتماعی^۱ و تحلیل شبکه‌ای^۲ است^۳. مفهوم سرمایه اجتماعی را به طور کلی می‌توان منابعی تعریف کرد که میراث روابط اجتماعی‌اند و کنش جمعی را تسهیل می‌کنند. این منابع که از طریق اجتماعی شدن حاصل می‌شوند، در برگیرنده اعتماد، هنجارهای مشارکتی و شبکه‌هایی از پیوندهای اجتماعی هستند که موجب گردآوردن افراد به صورتی منسجم و باثبات در داخل گروه به منظور تأمین هدفی مشترک می‌شوند (موسوی و علی‌پور، ۱۳۹۱: ۱۳-۱۵). ایده محوری سرمایه اجتماعی، وجود پیوندها، همکاری، اعتماد متقابل و ارتباطات میان اعضای یک شبکه اجتماعی است. در واقع سرمایه اجتماعی، کنش‌های اجتماعی را تسهیل می‌کند و هزینه تعاملات و دستیابی به اهداف را کاهش می‌دهد (آذری و امیدوار، ۱۳۹۱: ۱۸۷-۱۸۸).

سرمایه اجتماعی، یکی از انواع سرمایه در کنار سرمایه اقتصادی، سرمایه فرهنگی و... محسوب می‌شود که فرد از طریق آن به منابع و حمایت‌های موجود در گروه‌های مختلف و شبکه‌ها دسترسی می‌یابد. در واقع پیوندهای گوناگون، حمایت‌های اجتماعی متنوعی را برای فرد فراهم می‌سازد. به عبارت دیگر با تنوع روابط اجتماعی، افراد به حمایت‌های متنوعی دست می‌یابند که آنها را برای رویارویی با مشکلات روزمره و نیل به امتیازهای گوناگون توانا می‌سازد (شارع‌پور و آرمان، ۱۳۹۳: مقدمه و ۱۱).

نظریه پردازان درباره سرمایه اجتماعی، تعاریف متفاوتی را ارائه کرده‌اند. به عنوان نمونه از نظر بوردیو^۳، سرمایه اجتماعی از تعهدات و ارتباطات اجتماعی به وجود می‌آید که در شرایط خاصی می‌توان آن را به سرمایه اقتصادی تبدیل کرد. همچنین پاتنام^۴ معتقد است که سرمایه اجتماعی به مشخصه‌های سازمان اجتماعی مانند اعتماد،

1. Social Capital
2. Network analysis
3. Bourdieu
4. Putnam

هنجارها و شبکه‌ها اشاره دارد که هماهنگی و همکاری برای کسب سود متقابل را تسهیل می‌کند. فوکویاما^۱ نیز سرمایه اجتماعی را یک هنجار غیر رسمی می‌داند که موجب ارتقای همکاری بین دو یا چند فرد می‌شود و از نظر ولکاک^۲، سرمایه اجتماعی شامل آگاهی، اعتماد و هنجارهای نهفته در شبکه‌های اجتماعی است. برت معتقد است که سرمایه اجتماعی از روابط میان دوستان، همکاران و به طور کلی از ارتباطات عمومی شکل می‌گیرد و موجب ایجاد فرصت‌هایی برای فرد به منظور استفاده از سرمایه مالی و انسانی‌اش می‌شود (موسوی و علی‌پور، ۱۳۹۱: ۱۶-۱۹). از نگاه نان لین، سرمایه اجتماعی یک سرمایه‌گذاری در روابط اجتماعی از سوی افراد است که از این طریق آنها به منابع نهفته در شبکه‌ها و روابط اجتماعی دسترسی می‌یابند (Lin, 1999a: 35-39).

با مرور تعاریف مختلف مشخص می‌شود که در تعاریف عملیاتی سرمایه اجتماعی بر مؤلفه‌هایی مانند عضویت در شبکه‌ها، تعامل اجتماعی میان افراد، هنجارهای اجتماعی، اعتماد میان افراد، مشارکت اجتماعی، همیاری، حمایت اجتماعی، همکاری بین افراد، انسجام اجتماعی، شرکت در فعالیت‌های جمعی و آگاهی تأکید شده است. سرمایه اجتماعی مورد نظر در این مقاله بر مبنای تعاریف نان لین و رونالد برت است که مبتنی بر عضویت در شبکه‌های جمعی، سرمایه‌گذاری در روابط اجتماعی از سوی افراد، بهره‌گیری و بسیج منابع و حمایت‌های شبکه‌ها و روابط در راستای رسیدن به مقام سیاسی (به عنوان هدف مورد نظر) است.

بر مبنای نگاه برت و نان لین، سرمایه اجتماعی به منابع در دسترس در شبکه‌های جمعی اشاره دارد. این به معنای گره خوردن ایده سرمایه اجتماعی با تحلیل شبکه‌ای یا تلقی شبکه‌ای از سرمایه اجتماعی است. بدین مفهوم سرمایه اجتماعی، تراکم منابع بالفعل یا بالقوه‌ای است که با در اختیار داشتن شبکه بادوامی از روابط کم و بیش نهادینه‌شده مبتنی بر آشنایی یا شناخت دوطرف ایجاد می‌شود. بر این اساس حجم سرمایه اجتماعی یک فرد به اندازه شبکه پیوندهایی که او می‌تواند به نحو مؤثری بسیج کند و به میزان و حجم سرمایه‌ای بستگی دارد که تحت تصرف یک فرد یا حتی تحت مالکیت کل مجموعه افرادی است که او با آنها پیوند برقرار کرده است (ابوالحسنی و عطار،

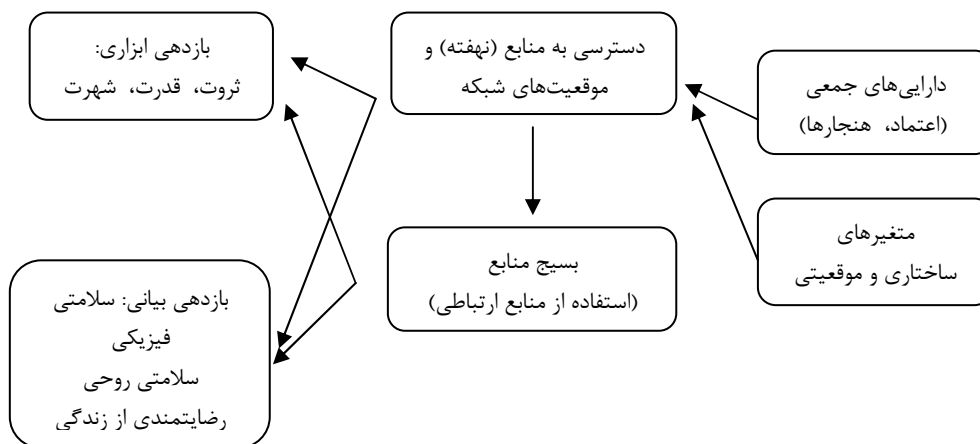
1. Fukuyama
2. Volkak

۱۳۹۲: ۱۴۵). سرمایه اجتماعی شبکه که به شبکه روابط، حمایت‌ها و منابع در دسترس اطلاق می‌شود، بر منابع ابزاری و حمایتی متنوع و موجود در شبکه که با سرمایه‌گذاری افراد در روابط اجتماعی و دستیابی به پیوندهای اجتماعی به دست می‌آید، متمرکز است (توسلی و امانی کلاریجانی، ۱۳۹۱: ۹۱).

در مجموع رویکرد شبکه‌ای به سرمایه اجتماعی را می‌توان چنین خلاصه کرد: سرمایه اجتماعی، دارایی مهم موجود در چارچوب ارتباطاتی است که میان افراد برقرار شده است. این چارچوب شبکه نامیده می‌شود (ابوالحسنی و عطار، ۱۳۹۲: ۱۴۶). به عبارت دیگر سرمایه اجتماعی، نوعی سرمایه‌گذاری در روابط اجتماعی با انتظار بازگشت سود است که این سود می‌تواند دستیابی به مقام سیاسی باشد.

نظریه سرمایه اجتماعی شبکه نان لین

نان لین، سرمایه اجتماعی را «سرمایه‌گذاری در روابط اجتماعی با عایدی‌های (منفعت‌های) قابل انتظار» می‌داند. بدین مفهوم که افراد برای کسب منفعت وارد روابط متقابل و شبکه‌سازی می‌شوند (Lin, 1999a: 30-31). نان لین برای بیان تأثیر سرمایه اجتماعی شبکه در کسب منافع و تأثیر سرمایه اجتماعی شبکه بر موقعیت‌های کسب‌شده، الگوهای ۱-۳ و ۲-۳ را طراحی کرده و به تبیین آنها می‌پردازد. وی با بهره‌گیری از الگوهای یادشده به تبیین رابطه دسترسی فرد به منابع شبکه و بهره‌برداری از این منابع برای رسیدن به اهداف خود می‌پردازد. به نظر نان لین، دستیابی به منابع شبکه برای رسیدن به هدف یا سود لازم است، ولی کافی نیست؛ زیرا فرد باید منابعی را که در دسترس دارد، در جهت رسیدن به هدف خود بسیج نماید. به عبارت دیگر صرف عضویت در شبکه و داشتن ارتباطات مختلف برای رسیدن به هدف کافی نیست و پس از آنکه فرد به عضویت شبکه درآمد، لازم است از منابع شبکه (سرمایه اجتماعی در دسترس) برای رسیدن به هدف خود استفاده کرده، سرمایه‌های اجتماعی را در فرایند کسب سود و موقعیت بسیج نماید (سرمایه اجتماعی بسیج‌شده) (Lin, 1999 a: 41).



شکل ۱-۱- الگوی ۱-۳- مدل‌سازی کسب سود و بازدهی سرمایه اجتماعی شبکه

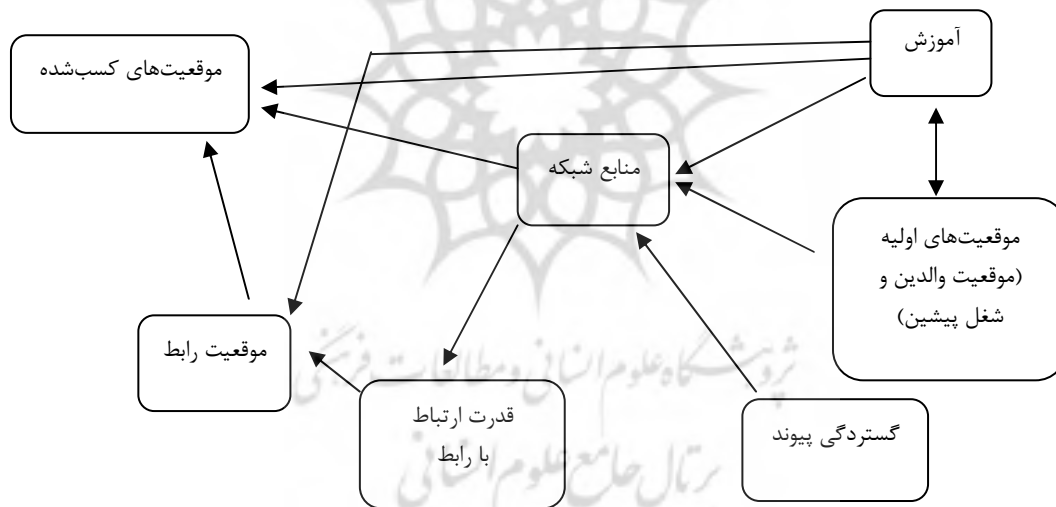
منبع: (Lin, 1999 a: 41)

نان لین در مدل ۱-۳، فرایند بهره‌گیری از سرمایه اجتماعی شبکه برای رسیدن به سود و بازدهی را نشان می‌دهد. این مدل شامل سه دسته از متغیرهایی است که در بهره‌گیری از سرمایه اجتماعی شبکه مؤثر است.

دسته اول، پیش شرطها و پیش‌درآمدهای سرمایه اجتماعی هستند؛ یعنی دارایی‌های جمعی که شامل هنجارها و ارزش‌های مورد قبول فرد بوده، عواملی در ساختار اجتماعی و موقعیت هر فرد که تسهیل‌کننده یا محدودکننده سرمایه‌گذاری در سرمایه اجتماعی است. بدین مفهوم که افراد درون ساختار به مثابه اشغال‌کنندگان موقعیت‌های متفاوت در لایه‌های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی قرار دارند که این متغیرها می‌توانند بر قوت یا ضعف سرمایه اجتماعی اولیه افراد تأثیر گذارند.

دسته دوم بیانگر عناصر سرمایه اجتماعی، شامل منابع نهفته در شبکه (انواع حمایت‌ها) و بسیج این منابع در جهت رسیدن به هدف است. فرد با عضویت در شبکه به منابع موجود در آن دسترسی یافته و در صورت تمایل و توانایی می‌تواند از آن منابع برای رسیدن به هدف خود استفاده کند. مسئله مهم این است که هرچه منابع نهفته بیشتری در دسترس باشد، این منابع بهتر می‌توانند در کنش‌های مورد هدف از سوی افرادی که عضو شبکه هستند، بسیج شوند (Lin, 1999 a: 41). اینجا فرایندی به نام «دسترسی و استفاده از سرمایه اجتماعی» وجود دارد که روند بسیج سرمایه اجتماعی را نشان می‌دهد. بدین مفهوم که عضویت در شبکه و داشتن ارتباطات، منابع موجود در

شبکه (انواع مختلفی از حمایت‌ها) را در دسترس فرد قرار می‌دهد. ولی صرف در اختیار داشتن منابع کافی نیست و برای رسیدن به دستۀ سوم که سود و بازدهی است، لازم است فرد منابع در دسترس خود را بسیج کرده، مورد بهره‌برداری قرار دهد. دستۀ سوم نشان‌دهنده بازدهی‌های احتمالی سرمایه اجتماعی است. فرایندی که دستۀ دوم (سرمایه اجتماعی) و دستۀ سوم (نتایج) را به هم مرتبط می‌سازد، بیانگر فرایندی است که در آن سرمایه اجتماعی، بازدهی و سود تولید می‌کند. در اینجا مدل مشخص می‌کند که عناصر سرمایه اجتماعی (دسترسی و بسیج منابع شبکه)، مستقیم یا غیر مستقیم بر سرمایه (منابع) اقتصادی، سیاسی و اجتماعی (و موقعیت سیاسی) فرد و یا آسایش فیزیکی، روحی و رضایت از زندگی وی تأثیر می‌گذارد (Lin, 1999 a: 36-41). نان لین، نتیجه و سودی را که از بسیج منابع شبکه حاصل می‌شود، ذیل دو عنوان «بازدهی در کنش ابزاری» و «بازدهی در کنش بیانی» مطرح می‌کند. به نظر وی کنش‌های ابزاری، بازدهی‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی را که فرد تاکنون از آنها بی‌بهره بوده، در پی خواهد داشت (همان: ۳۹). در حالی که در کنش‌های بیانی، بازدهی به معنای حفظ منابع به دست آمده است، مانند سلامتی فیزیکی، سلامتی روحی و رضایتمندی از زندگی (همان: ۳۶).



شکل ۲- الگوی ۳-۲- تأثیر سرمایه اجتماعی بر موقعیت‌های کسب‌شده

منبع: (Lin, 1999 b: 471)

نان لین در مدل ۲-۳، رابطه میان منابع شبکه‌های جمعی و کسب موقعیت را مورد توجه قرار می‌دهد که به فرضیه مقاله حاضر بسیار نزدیک است. همان‌طور که در این مدل مشخص است، استفاده از نفوذ فرد رابط در فرایند کسب موقعیت، سرمایه اجتماعی بسیج‌شده تلقی می‌شود. در هر شبکه‌ای، افرادی بانفوذ قرار دارند و در صورتی که فرد بتواند به این افراد نزدیک‌تر شده و روابط مناسبی را با آنها برقرار کند، می‌تواند از حمایت‌های مختلف این افراد (به عنوان رابط) در مسیر دستیابی به هدف خود استفاده نماید^(۴).

فرض نان لین این است که فرد با توانمندی‌هایی که از طریق آموزش به دست آورده و تجربه‌ای که به واسطه شغل و فعالیت‌های پیشین و موقعیت والدین خود داشته، وارد شبکه‌ای از روابط می‌شود. وی متناسب با توانمندی‌ها و تجربیات خود می‌تواند به روابط و منابع مختلف و متنوعی در شبکه دسترسی یابد. از جمله این منابع، نزدیکی به افراد بانفوذ و تأثیرگذار شبکه (رابط) است. اگر فرد بتواند قدرت و نفوذ رابط خود را در راستای رسیدن به هدف (مانند کسب مقام سیاسی) بسیج نماید، احتمال دستیابی وی به موقعیت بهتر، بیشتر خواهد شد. از این‌رو «موقعیت رابط» همراه با «آموزش و موقعیت‌های اولیه» فرد می‌تواند تأثیر مهم و قابل توجهی بر موقعیت‌های اکتسابی (مانند مقام سیاسی) بگذارد.

نان لین این بخش را در «الگوی سرمایه اجتماعی بسیج شده» توضیح می‌دهد. طبق این الگو در پاسخ به این سؤال که چرا با وجود سطح دسترسی مشابه به منابع نهفته برای افراد یک شبکه، برخی از آنها نسبت به سایرین بهتر می‌توانند منابع را در کنش‌ها بسیج کنند، می‌توان گفت که داشتن ارتباط با یک فرد بانفوذ یا نزدیکی به یک موقعیت مهم و استراتژیک، این تفاوت را ایجاد می‌کند. در واقع افرادی که در این نقاط هستند و یا در نزدیکی یک موقعیت استراتژیک (رابط با نفوذ) قرار دارند، بهتر قادر خواهند بود منابع نهفته (حمایت‌های شبکه و رابط) را در راستای رسیدن به هدف خود بسیج کنند و شانس دسترسی این افراد به مقامات سیاسی بیشتر خواهد شد.

طبق آنچه گفته شد، به اعتقاد نان لین، سرمایه اجتماعی شبکه می‌تواند به عنوان منابعی تعریف شود که در ساختار اجتماعی جا گرفته است و قابل دسترسی بوده،

می توان آنها را در راستای فعالیت‌های هدفمند بسیج کرد. با این تعریف، مفهوم سرمایه اجتماعی شبکه در برگیرنده سه جزء است:

- منابع جای گرفته یا نهفته در شبکه (جنبه‌های ساختاری)
- دستیابی افراد به منابع شبکه (فرصت)
- استفاده یا بسیج این منابع از سوی افراد در راستای فعالیت‌های هدفمند (Lin, 1999a: 35).

سنجش و اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی شبکه

درباره سنجش آن با دو رویکرد مواجه هستیم. رویکرد اول برای سنجش سرمایه اجتماعی در شبکه به دنبال سنجش «منابع نهفته شبکه» است. نان لین برای سنجش سرمایه اجتماعی شبکه، این رویکرد را مطرح می‌کند. به نظر وی برای اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی شبکه افراد لازم است به اجزای سرمایه اجتماعی شبکه (منابع نهفته، دسترسی و بسیج منابع شبکه) توجه شود. در این رویکرد، منابع نهفته (یا جاگرفته) در شبکه‌های جمعی به عنوان عنصر اصلی سرمایه اجتماعی دیده می‌شود. بنابراین ارزیابی‌ها نسبت به منابع ارزشمندی (مانند ثروت، قدرت و منزلت) است که فرد در شبکه‌ها و پیوندها به آنها دسترسی می‌یابد. چنین سنجشی متناسب با دو چارچوب صورت می‌گیرد:

- منابع شبکه^۱: ناظر بر منابع نهفته در شبکه و بیانگر منابع قابل حصول شبکه است.

- منابع ارتباطی^۲: ناظر بر منابع نهفته در ارتباط‌هاست که به عنوان یاری‌کنندگان در کنش‌های ابزاری (مانند جست‌وجوهای شغلی) مورد استفاده قرار می‌گیرد و بیانگر منابع بسیج‌شده در کنش‌های ابزاری است (همان: ۳۶).

نان لین معتقد است که شواهد محکم و متقنی دال بر این مسئله وجود دارد که هم «منابع شبکه» و هم «منابع تماس»، به طور ایجابی بر خروجی فعالیت‌های ابزاری همچون جست‌وجوهای شغلی، پیشرفت‌های شغلی و کسب یک موقعیت تأثیرگذار است (همان: ۳۶-۳۷).

1. Network resources
2. Resources Contact

در این رویکرد باید مشخص شود که شبکه و افراد بانفوذی که در شبکه وجود دارند، تا چه میزان می‌توانند از عضو شبکه خود حمایت‌های مالی، اطلاعاتی، توانمندسازی، توصیه‌ای و مشروعیت‌بخشی و... انجام دهند و یا برای کسب یک موقعیت سیاسی برای وی با مقامات تصمیم‌گیر و گزینشگران لابی کنند. در این رویکرد، منابع و حمایت‌هایی که به صورت بالقوه در دسترس عضوی از شبکه وجود دارد و آن دسته از منابع شبکه که توسط فرد برای رسیدن به هدف بسیج شده و مورد بهره‌برداری قرار گرفته‌اند، اندازه‌گیری می‌شود. به عنوان مثال برای دستیابی به مقام سیاسی، مصادیق بسیج منابع می‌تواند «قرار گرفتن نام فرد در فهرست انتخاباتی احزاب و گروه‌ها» و یا «معرفی شدن فرد به عنوان گزینه مناسب» باشد. در این دو حالت مشخص می‌شود که فرد از حمایت‌های شبکه برای دستیابی به مقام سیاسی استفاده کرده است.

رویکرد دوم بر «موقعیت افراد در یک شبکه» به عنوان معیار سنجش سرمایه اجتماعی متمرکز است. رونالد برت بر موقعیت‌های شبکه به عنوان کلید دستیابی به سرمایه اجتماعی تأکید دارد. بدین مفهوم که از طریق تشخیص موقعیت‌های گره‌های فردی، امکان ارزیابی اینکه موقعیت فرد چقدر به موقعیتی استراتژیک همچون یک ارتباط ویژه و مهم، نزدیک یا دور است (جایی که ساکنش دارای یک مزیت رقابتی در دستیابی احتمالی به اطلاعات بیشتر، متنوع‌تر و ارزشمندتر است)، وجود دارد. قدرت پیوندها (همبستگی‌ها) نیز ارزیابی‌ای نسبتاً مشهور از موقعیت به لحاظ مفهومی است و بیان می‌کند که شبکه به لحاظ مفید بودن یک پل (ارتباطی) است (Lin, 1999a: 36). استدلال این رویکرد این است که ارتباطات و یا دسترسی به ارتباطات، بازدهی فعالیت‌ها را تسهیل می‌کند. تأکید برت بر مفهوم ارتباطات (پل‌ها) در قالب مفاهیم «حفره‌های ساختاری و محدودیت‌هایش» به اهمیت نزدیکی فرد به موقعیت و روابط بااهمیت در شبکه اشاره دارد.

سرمایه اجتماعی، موقعیت‌های کسب‌شده فرد را مانند موقعیت شغلی، قدرت (نفوذ) و کاریابی (سرمایه‌گذاری) در صنایع خاص را افزایش می‌دهد. این روابط پس از آنکه سابقه خانوادگی و آموزش مدنظر قرار گیرد، پابرجا خواهند ماند. برت و دیگران نشان دادند که پیشرفت‌ها و پاداش‌های اقتصادی نیز برای افراد در سازمان‌ها و موقعیت‌های

استراتژیک در شبکه‌های غیر رسمی افزایش می‌یابد. به نظر می‌رسد آنهایی که به حفره‌های ساختاری یا ارتباط‌ها نزدیک‌ترند (بنابراین محدودیت‌های ساختاری کمتری دارند)، بازدهی‌های بیشتری کسب خواهند کرد. قاعدتاً به این دلیل که چنین موقعیت‌هایی برای افراد فرصت‌های بهتری برای دسترسی به سرمایه در سازمان فراهم می‌آورد (Lin, 1999a: 37-43). بنابراین دسترسی و استفاده از منابع شبکه‌ای تا حدی به وسیلهٔ وضعیت قرار گرفته در ساختار سلسله‌مراتبی و استفاده از پیوندهای ضعیف‌تر تعیین می‌شود (Lin, 1999b: 135).

درباره اهمیت و نوع رابطه‌ای که فرد برای خود ایجاد می‌کند، باید به «قدرت پیوندهای ضعیف»^۱ که مورد تأکید گرانوتر^۲ است، اشاره کرد. نان لین و رونالد برت نیز مانند گرانوتر بر اهمیت پیوندهای ضعیف تأکید دارند و معتقدند که بهره‌گیری از پیوندهای ضعیف، احتمال رساندن فرد را به موقعیت‌های بالاتر بیشتر فراهم می‌سازد (همان: ۴۷۰). گرانوتر در باب قدرت پیوندهای ضعیف می‌گوید که پیوندهای ضعیف، ارتباطات و اتصالات بهتری با محیط‌های اجتماعی مختلف فراهم می‌آورند، چون معمولاً افرادی را که به لحاظ اجتماعی مشابه نیستند، با هم ارتباط داده، همانند پلی هستند که افراد متفاوت را به هم پیوند می‌دهند. هر چند پیوندهای قوی امکان دسترسی به منابع بیشتر را در مواقع بحرانی فراهم می‌سازند، پیوندهای ضعیف احتمال برقراری ارتباط آسانی را در فاصله‌های اجتماعی بیشتر امکان‌پذیر ساخته، دسترسی به افراد بیشتری را موجب می‌شود (باستانی و ذکریای سراجی، ۱۳۹۱: ۴۰).

می‌توان گفت پیوندهای قوی که معمولاً بین خویشاوندان، دوستان، همکاران و... وجود دارد، حمایت‌های مختلفی را درون شبکه به دنبال خواهد داشت و همبستگی گروه را تقویت خواهد کرد. اما بر مبنای فرضیه «قدرت پیوندهای ضعیف» گرانوتر، پیوندهای ضعیف‌تر احتمالاً موجب شکل‌گیری ارتباطاتی می‌شود که فرد را به محفل‌های اجتماعی دیگری پیوند می‌دهد و به اطلاعات مختلف و جدیدی که در محفل‌های نزدیک به وی وجود ندارد، دست پیدا خواهد کرد و چنین اطلاعاتی مطمئناً برای فرد مفید خواهد بود (Lin, 1999b: 469).

1. The strength of weak ties
2. Mark Granovetter

در واقع پیوندهای ضعیف‌تر با اعضای خارج از گروه باعث تسهیل در گردش اطلاعات و موفقیت اعضای گروه می‌شود. در این تلقی از سرمایه اجتماعی، بر شبکه‌های ارتباطی میان افراد متفاوت تأکید زیادی می‌شود (ابوالحسنی و عطار، ۱۳۹۲: ۱۴۵). هرچه تعداد ارتباطات فرد با افراد مختلف از شبکه‌ها و گروه‌های متنوع بیشتر باشد، فرد از شبکه ارتباطی با سود بیشتری برخوردار است؛ زیرا ارتباطات متنوع با افراد از شبکه‌های مختلف و ناهمسان به اطلاعات مختلف و منابع متنوع‌تری منجر می‌شود و در نتیجه فرد به سود بیشتری دست می‌یابد. بنابراین می‌توان گفت هرچه پیوندهای ضعیف و ارتباطات برون‌گروهی فرد با شبکه‌های متعدد و متنوع‌تر بیشتر باشد، احتمال دستیابی به مقام سیاسی توسط فرد داوطلب و یا گزینه پیشنهادی بیشتر خواهد شد.

رونالد برت در همین زمینه معتقد است که از آنجا که رقابت در جامعه کامل (در رقابت کامل هر بازیگر در میان انتخاب‌ها، آزادی مطلق دارد) نیست و بازیگران در عرصه یک رقابت ناکامل (انتخاب در انحصار بازیگر یا بازیگران مسلط است و هر بازیگر توسط بازیگر مسلط به روابط و منابع دست می‌یابد) به رقابت می‌پردازند، بنابراین افرادی که به منابع قدرت، موقعیت‌های پرسود و حمایت بازیگران مسلط دسترسی بیشتری داشته باشند، از امکان برنده شدن بیشتری برخوردارند. بازیگران، سرمایه‌های خود را وارد عرصه رقابت می‌کنند و با توجه به نحوه سرمایه‌گذاری در شبکه‌های ارتباطی، ساختار شبکه بازیگران و موقعیت ارتباطات بازیگران در عرصه ساختار اجتماعی ممکن است از مزیت رقابتی در جهت به دست آوردن میزان بالاتری از منفعت در سرمایه‌گذاری بهره‌مند شده، در رقابت پیروز شوند و یا برعکس (Burt, 1992: 7).

هر چند رویکردهای مبتنی بر «منابع نهفته در شبکه» و «موقعیت افراد در شبکه» که نان لین و رونالد برت مطرح کرده‌اند، در اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی شبکه بسیار بااهمیت است، به طور کامل به عناصر سنجش سرمایه اجتماعی شبکه نمی‌پردازند. بنابراین لازم است برخی عناصر دیگر از جمله خصوصیات سه‌گانه ساختی (سایز، تراکم و ترکیب)، تعاملی (شیوه تماس، صمیمیت و دوام رابطه) و کارکردی (انواع حمایت‌ها) (آذری و امیدوار، ۱۳۹۱: ۱۸۷-۱۸۸) را در نظر بگیریم.

از منظری دیگر می‌توان سرمایه اجتماعی شبکه را بر مبنای خصوصیات سه‌گانه شبکه مورد سنجش قرار داد؛ خصوصیات ماند:

الف) خصوصیات ساختی شامل اندازه شبکه (بزرگی، کوچکی و دامنه ارتباطات فرد)، تراکم و یا پراکندگی شبکه (بررسی نوع روابط از نظر گستردگی و ضعیف و قوی بودن پیوندها و روابط) و ترکیب و ساختار بندی شبکه (نوع چینش و مدیریت روابط) مورد بررسی قرار می‌گیرد.

اندازه و تراکم شبکه بسیار مهم است، زیرا هرچه اندازه شبکه ارتباطی بزرگ‌تر و تراکم آن کمتر باشد، ارتباطات گسترده‌تر و در نتیجه امکان دسترسی به منابع و منافع بیشتر می‌شود. از نظر برت، منافع اطلاعاتی و ارتباطی یک شبکه بزرگ و متنوع (دارای ارتباطات غیر زائد) از منافع یک شبکه کوچک و یکنواخت بسیار بیشتر است. البته وی اشاره می‌کند که شبکه بزرگ و یکنواخت نیز هزینه‌بر است و مطلوب نیست. در واقع وی معتقد است که «اندازه شبکه آمیخته از خوبی‌ها و بدی‌هاست؛ زیرا افزایش اندازه شبکه بدون توجه به تنوع (افزایش ارتباطات غیر زائد)، شبکه را در مسیرهای مهمی می‌تواند ناتوان سازد. بنابراین می‌توان گفت آنچه مهم است، تعداد «ارتباطات غیر زائد» است که منجر به شبکه ارتباطی پراکنده (با تراکم کمتر) می‌شود. با فرض دو شبکه مساوی از نظر اندازه، آن یکی که ارتباطات غیر زائد بیشتری دارد، منافع بیشتری تولید می‌کند» (محمدی کنگرانی، ۱۳۸۹: ۱۶-۲۰).

به نظر برت، سرمایه اجتماعی در اختیار داشتن منابع ارتباطی و ساختار ارتباطی در شبکه است و ارتباطات بیشتر می‌تواند به معنی زودتر و بیشتر در معرض اطلاعات ارزشمند قرار گرفتن و ارجاعات بیشتر باشد. اما صرفاً افزایش تعداد ارتباطات و بزرگ‌تر بودن اندازه شبکه ارتباطی مهم نیست. آنچه اهمیت دارد، «تعداد ارتباطات غیر زائد»^(۵) است. در واقع ارتباطات غیر زائد منجر به شبکه پراکنده با روابط متنوعی می‌شود که اطلاعات بیشتری تولید می‌کند و ارتباطات زائد، شبکه متراکم با روابط مشابه و اطلاعات یکسان را سبب می‌شود (Burt, 1992: 12, 17-18). بنابراین هرچه ارتباطات غیر زائد و متنوع افراد بیشتر باشد، می‌توانند از حمایت و پشتیبانی بیشتری برای رسیدن به مقام سیاسی بهره‌مند شوند.

برت، ارتباط میان «حفره‌های ساختاری» با شدت و ضعف سرمایه اجتماعی را نیز

1. The number of non-redundant communications

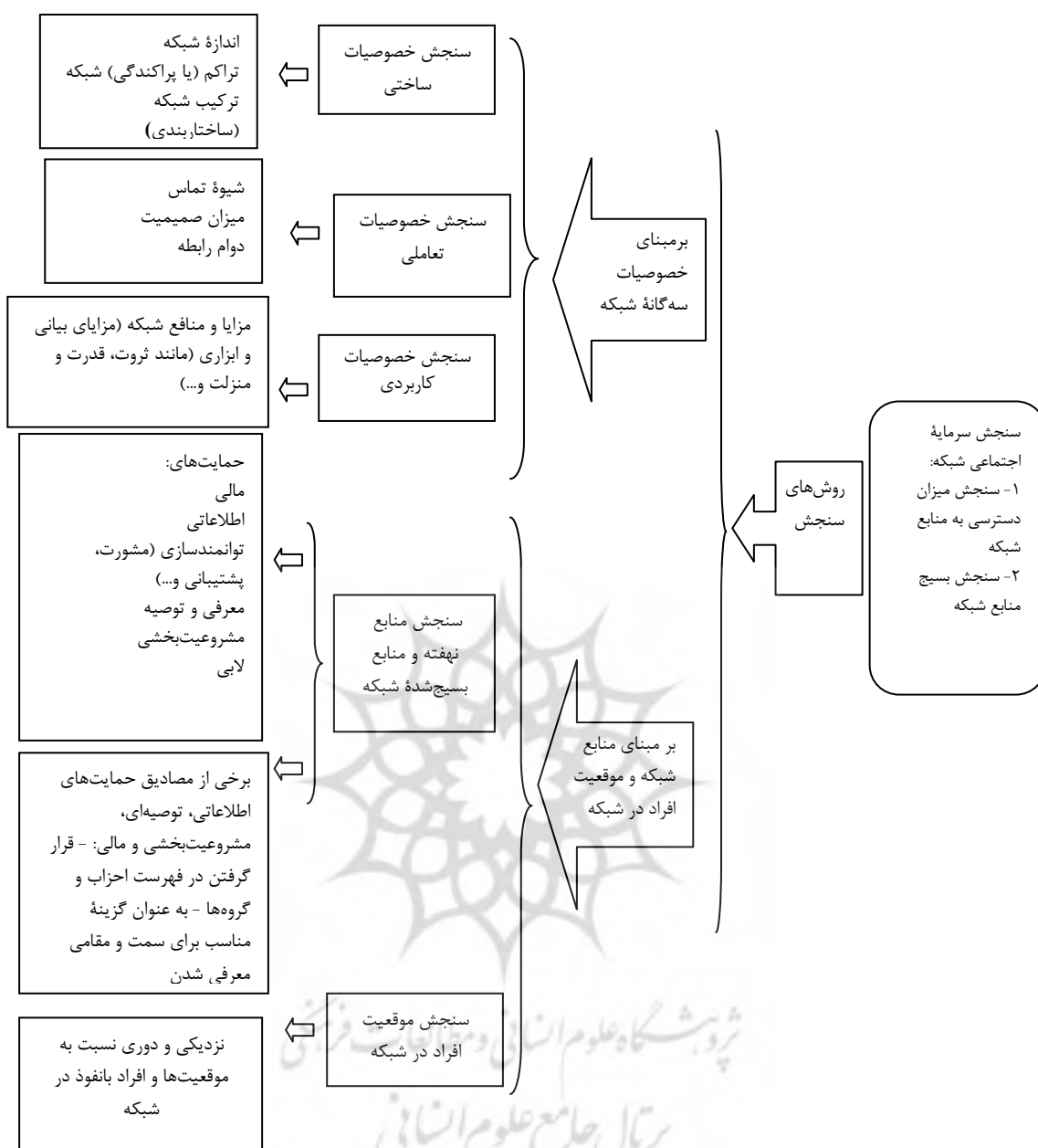
تحلیل کرده است. او حفره‌های ساختاری را جدایی میان تماس‌های غیر زائد می‌داند. به عبارت دیگر اگر امکان ارتباط میان گره‌های (افراد) دو شبکه وجود داشته باشد، اما این ارتباط برقرار نشود، شکاف‌هایی در ساختار اجتماعی به وجود می‌آید که وی آنها را حفره‌های ساختاری می‌نامد. به نظر وی، میزان سرمایه اجتماعی نسبتی با قدرتمندی پیوندها و ارتباطات ندارد؛ بلکه قوت سرمایه اجتماعی به پر کردن حفره‌های ساختاری (برقراری ارتباط در جایی که امکان ایجاد ارتباط غیر زائد وجود دارد، ولی کسی این ارتباط را برقرار نکرده است) بستگی دارد. در واقع شناسایی حفره‌های ساختاری و موقعیت‌هایی که در آنها امکان برقراری ارتباط غیر زائد وجود دارد، برای فردی که درصد سرمایه‌گذاری و استفاده از منابع شبکه و روابط برای رسیدن به مقام سیاسی است، بسیار اهمیت دارد.

افراد باید به ساختاربندی شبکه و روابط خود توجه و دقت کافی داشته باشند، زیرا بازیگران در شبکه‌ای که خوب ساختاربندی شده باشد، نرخ سود بالاتری به دست می‌آورند. یک بازیگر باید توجه کند که چه کسانی را وارد شبکه ارتباطی خود کند و چگونه شبکه خود را ساختاربندی نماید تا حداکثر سود و رسیدن به موقعیت‌های بالا را به دست بیاورد. حتی اگر شبکه ارتباطی به وی به ارث رسیده باشد و خود فرد شبکه را ایجاد نکند، می‌تواند ساختاربندی شبکه ارتباطی خود را اصلاح نماید، تا با دستیابی به حفره‌های ساختاری به بیشترین ارتباطات غیر زائد دست یابد (Burt, 1992: 7-20).

ب) خصوصیات تعاملی مبتنی بر نوع و شیوه تماس فرد با اعضای دیگر شبکه است. نوع تعاملات فرد با دیگران بر مبنای اینکه در زمان‌های اداری یا غیر اداری نیز با آنها تماس دارد، شکل تماس‌ها به صورت حضوری، تلفنی، ایمیلی، از طریق شبکه‌های مجازی و... است، رسمی یا صمیمانه بودن روابط، داشتن مراودات خانوادگی، دوستانه، اداری و... طولانی و بادوام بودن و یا کوتاه بودن رابطه و... در میزان سرمایه اجتماعی شبکه فرد تأثیرگذار خواهد بود.

ج) خصوصیات کاربردی شبکه معطوف به منافع و مزایای مادی و معنوی‌ای است که شبکه برای فرد فراهم می‌آورد و عموماً شامل انواع حمایت‌هایی است که شبکه از فرد به عمل می‌آورد.

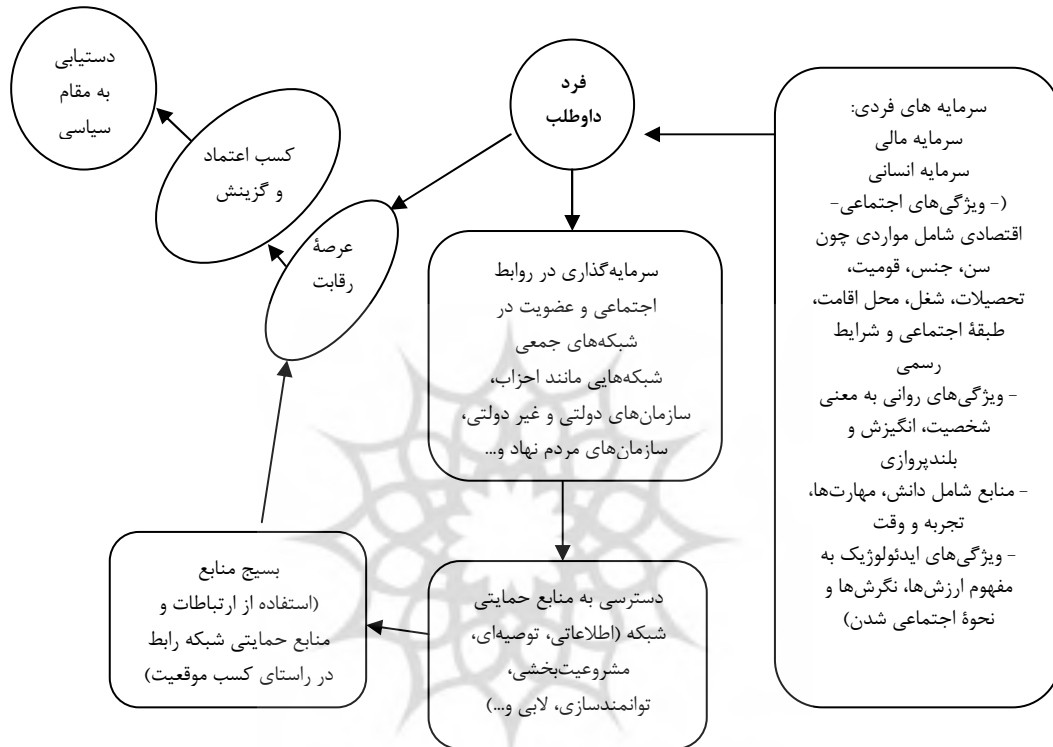
با توجه به موارد مطرح شده می‌توان مدل سنجش سرمایه اجتماعی شبکه طبق مدل



شکل ۳-۳-۴- مدل سنجش سرمایه اجتماعی شبکه

الگوی تأثیر سرمایه اجتماعی شبکه در کسب مقام سیاسی

با توجه به الگوهایی که نان‌لین برای بیان چگونگی بسیج و بهره‌گیری از سرمایه اجتماعی طراحی کرده است و نظرهای رونالد برت درباره تأثیر سرمایه اجتماعی شبکه در کسب منفعت و سود، برای تبیین تأثیر سرمایه اجتماعی شبکه در ارتقای جایگاه سیاسی افراد به سطوح مقامات سیاسی می‌توان الگوی زیر را طراحی کرد:



شکل ۴- نمودار ۳-۳- تأثیر سرمایه اجتماعی شبکه بر کسب مقام سیاسی

طبق الگوی یادشده می‌توان گفت فرد داوطلب (فردی که قصد کسب مقام سیاسی را دارد یا کسی که به عنوان گزینه مطلوب برای دستیابی به مقام سیاسی مطرح می‌شود) با برخی سرمایه‌های اولیه که عبارتند از سرمایه‌های مالی و انسانی شامل مواردی چون سن، جنس، قومیت، تحصیلات، شغل، دانش، مهارت‌ها، تجربه، طبقه

اجتماعی، ویژگی‌های روانی (شخصیت، انگیزش و بلندپروازی) و ویژگی‌های ایدئولوژیک (ارزش‌ها، نگرش‌ها و نحوه اجتماعی شدن) وارد عرصه رقابت می‌شود. در صورتی که داوطلب بتواند «اعتماد» گزینشگران را جلب کند، می‌تواند مورد گزینش قرار گرفته، در رقابت پیروز شود. اعتماد و اطمینان به معنای این است که گزینشگران پیش‌بینی کنند فرد مورد نظر زمانی که به مقام سیاسی دست یافت، چگونه که مورد انتظار است رفتار می‌کند. در واقع رابطه میان حمایت سیاسی و اعتماد، دوطرفه و مستقیم است (ردادی، ۱۳۹۰: ۵۸ و ۱۷۱). اما از آنجا که گزینشگران برای اعتماد نیاز به شناخت مناسبی از فرد مورد گزینش دارند، بنابراین وی باید بتواند خود را به نحو مطلوبی به گزینشگران معرفی کند و به آنها بشناساند. یکی از راه‌های شناخته شدن، عضویت در شبکه‌های مختلف و داشتن ارتباطات وسیع، گسترده و متنوع است.

این شبکه‌های جمعی علاوه بر داشتن نسبت فامیلی، دوستی و همکاری با افراد بانفوذ، شامل احزاب و گروه‌های سیاسی، سازمان‌های دولتی و غیر دولتی، انجمن‌ها و سازمان‌های مردم‌نهاد، گروه‌های مذهبی، فرهنگی و علمی، دانشگاه‌ها و... می‌شوند. البته باید توجه داشت که منابع و حمایت‌های شبکه‌های یادشده مشابه نیست و نوع و اندازه منابع آنها متفاوت است.

هرچه عضویت فرد در شبکه‌های یادشده بیشتر بوده، ارتباطات فرد داوطلب گسترده‌تر و به موقعیت‌های استراتژیک و بانفوذ (قدرت و موقعیت رابط) در این شبکه‌ها نزدیک‌تر باشد، وی بهتر و بیشتر می‌تواند به منابع حمایتی شبکه و رابط دسترسی داشته باشد. اما صرف دسترسی به منابع حمایتی کافی نیست و لازم است که داوطلب منابع در دسترس خود را در جهت دستیابی به مقام سیاسی بسیج کند و شبکه به طور فعال از وی برای دستیابی به مقام سیاسی حمایت و پشتیبانی نماید. مصادیق این حمایت‌ها ممکن است در اختیار گذاشتن اطلاعات مهم و باارزش، معرفی و توصیه، مشروعیت‌بخشی، توانمندسازی، لابی و... باشد:

- جریان اطلاعات^۱: این شبکه‌ها می‌توانند اطلاعات غنی و سودآوری را در اختیار افراد قرار دهند. اما از آنجا که اطلاعات در میان حوزه‌های رقابتی به طور یکسان منتشر نمی‌شود و محدودیت‌هایی در میزان اطلاعات وجود دارد، لازمه دستیابی به اطلاعات

1. Flow of information

این است که فرد اولاً در جاهایی که بخش‌های مفیدی از اطلاعات احتمالاً ارائه می‌شود، ارتباطاتی را ایجاد کرده باشد و ثانیاً این ارتباطات جریان قابل اطمینان و قابل اعتمادی از اطلاعات را برای وی فراهم کنند.

با توجه به محدودیت میزان اطلاعاتی که هر کسی می‌تواند تهیه کند، شبکه یک وسیلهٔ غربالگری مهم است؛ زیرا برخی از افراد شبکه، اطلاعات را پردازش کرده، توجه اعضا را به اجزای کلیدی و مهم اطلاعات جلب می‌کنند. بدین ترتیب اعضای شبکه با دریافت زودتر اطلاعات نسبت به اتفاقات قریب الوقوع هوشیارتر خواهند بود. بنابراین می‌توان گفت که ارتباطات در شبکه جریان اطلاعات را تسهیل می‌کند و برای فرد اطلاعات مفیدی درباره فرصت‌ها و انتخاب‌ها فراهم می‌سازد (Lin, 1999a: 30-31). از این‌رو هرچه فرد از ارتباطات غیر زائد بیشتری برخوردار بوده، با تعداد بیشتری از شبکه‌های یادشده در ارتباط باشد، می‌تواند به اطلاعات متنوع‌تری دسترسی داشته و از آنها در جهت رسیدن به اهداف خود استفاده نماید.

- **توانمندسازی**^۱: عضویت افراد در این شبکه‌ها و داشتن ارتباطات می‌تواند تجربهٔ فعالیت‌های گروهی و سازمانی را که لازمهٔ ارتقای شغلی است، برای اعضای شبکه به همراه داشته باشد. ضمن اینکه آنها می‌توانند از ارتباطات و شبکه‌های خود در جهت تقویت دانش و بهبود اخذ تصمیم بهره بگیرند و همواره از نظرهای مشورتی و پشتیبانی‌های علمی شبکه برخوردار باشند.

- **معرفی و توصیه**^۲: اعضای شبکه می‌توانند با دریافت توصیه‌نامه یا معرفی‌نامه از این شبکه‌ها و رابطان خود به موقعیت‌های شغلی و ارتقای مقام دست یابند. برخورداری از سرمایه اجتماعی و پشتیبانی شدن فرد به وسیلهٔ رابطان و شبکه، به سازمان و عواملش این اطمینان را می‌دهد که فرد یادشده می‌تواند منابعی فراتر از سرمایه شخصی‌اش در سازمان ارائه دهد که بخشی از آن می‌تواند برای سازمان مفید باشد (همان: ۳۱).

- **مشروعیت بخشی**^۳: فراتر از معرفی و توصیه، این شبکه‌ها می‌توانند نقش مشروعیت بخشی نیز برای برخی از اعضا ایفا کنند. ارائهٔ اطمینان و تأیید شایستگی یک

1. Empowerment
2. Recommendation
3. Legitimation

فرد به عنوان عضوی از گروه اجتماعی که در علایق و منابع مشابهی سهیم هستند، نه تنها حمایت عاطفی، بلکه تصدیق و تأیید عمومی نسبت به عملکرد وی را نیز فراهم می‌سازد. اگر شخص بانفوذی از برتری‌های فردی که در رقابت برای کسب یک موقعیت قرار دارد با افراد تصمیم‌گیرنده سخن بگوید و از وی به نیکی یاد کند، به نوعی مشروعیت وی تأیید شده، امکان بردن رقابت توسط او بسیار زیاد می‌شود (Burt, 1992, 15). بنابراین می‌توان گفت به نفع کسی سخن گفتن، تأثیر مشخصی در فرایند تصمیم‌گیری درباره وی به همراه دارد (Lin, 1999a: 41). بنابراین هرچه تعداد ارتباطات فرد با شبکه‌ها و افراد ذی‌نفوذ بیشتر باشد، احتمال موفقیت وی بالاتر خواهد رفت.

- لابی^۱: گاهی حمایت این شبکه‌ها از فرد فراتر از معرفی و توصیه ساده است و شکل پیچیده‌تری به خود می‌گیرد. شبکه‌ها از امکانات و ارتباطات خود در جهت معرفی فرد به عنوان گزینه مطلوب برای یک سمت خاص استفاده کرده، از طرق مختلف برای اقناع فرد یا افراد انتخاب‌کننده تلاش می‌کنند. همچنین شبکه‌ها می‌توانند ضمن کمک به شناخته شدن فرد، فضا سازی لازم را در جهت ایجاد نگاه مثبت به فرد و توانمندی‌های وی به وجود آورند. برای رسیدن به این هدف، شناسایی و جلب نظر مراکز نفوذ و پاسخ به ابهام‌ها و شبهه‌های موجود درباره توانمندی فرد مورد نظر ضرورت دارد.

بنابراین وقتی فرد توسط شبکه‌ها و افراد بانفوذ و معتمد به گزینشگران معرفی و توصیه شده و توانمندی و تعهد وی مورد تأیید قرار گیرد، آنها راحت‌تر به فرد داوطلب اعتماد کرده، وی را انتخاب می‌کنند. به عنوان نمونه اگر فردی حمایت همزمان چندین شبکه و گروه مورد وثوق گزینشگران را داشته باشد، می‌تواند مورد اعتماد تعداد بیشتری از گزینشگران قرار گیرد و شانس انتخاب شدن بیشتری را خواهد داشت. پس می‌توان گفت برای دستیابی به مقام سیاسی علاوه بر منابع اقتصادی و ویژگی‌های شخصیتی، برخورداری از سرمایه اجتماعی که از طریق عضویت در شبکه‌های جمعی به دست می‌آید، نقش بسزایی ایفا می‌کند.

نتیجه‌گیری

1. Lobby

هر فرد برای دستیابی به موقعیت یا مقام سیاسی با سه سرمایه مالی، انسانی و اجتماعی وارد عرصه رقابت می‌شود که هر یک می‌تواند در پیروزی فرد بسیار تأثیرگذار باشد. اما در صورتی که افراد از سرمایه مالی و انسانی تقریباً مشابهی برخوردار باشند، کسانی که از حمایت‌های شبکه‌های جمعی و یا حمایت افراد بانفوذ در یک شبکه (به عبارت دیگر از سرمایه اجتماعی بیشتر و متنوع‌تری) برخوردار باشند، در عرصه رقابت از شانس برنده شدن بیشتری برخوردار خواهند بود؛ زیرا می‌توانند از حمایت‌های شبکه‌هایی که در آنها عضویت دارند، برخوردار شوند و برای دستیابی به مقام سیاسی از این حمایت‌ها استفاده کنند. اساساً در انتخاب گزینشگران سیاسی، عنصر اعتماد نقش بسزایی را ایفا می‌کند و معمولاً گزینشگران به دلیل نداشتن شناخت کافی نسبت به توانمندی و تعهد داوطلبان و گزینه‌های مورد نظر به سختی می‌توانند به آنها اعتماد کنند. اما زمانی که شبکه‌ها، گروه‌ها و یا افراد بانفوذ و معتمد از یک داوطلب و یا گزینه مورد نظر حمایت کرده، بر صلاحیت وی تأکید کنند، گزینشگران بهتر می‌توانند به وی اعتماد کنند و به پشتوانه شناختی که نسبت به حامیان وی دارند، او را برای سمت سیاسی انتخاب کنند.

به طور کلی شبکه‌ها می‌توانند در توانمندسازی اعضای خود مؤثر باشند و با انجام کارهای گروهی، بالا بردن اعتماد به نفس و دادن اطلاعات بارز به اعضای خود، آنها را برای حضور در عرصه رقابت توانمندتر سازند، از آنها برای پیروزی در رقابت حمایت کنند و در صورت نیاز برای انتخاب شدن اعضای خود لابی و رایزنی‌هایی را با گزینشگران انجام دهند و حتی پس از انتخاب شدن یکی از اعضای شبکه به عنوان مقام سیاسی، شبکه می‌تواند برای انجام بهتر مسئولیت به وی کمک کرده، از او پشتیبانی‌ها و حمایت‌های مختلفی را به عمل آورد.

پی‌نوشت

۱. بر مبنای ماده ۷۱ قانون مدیریت خدمات کشوری، سمت‌های ذیل مدیریت سیاسی محسوب شده، به عنوان مقام شناخته می‌شوند: رؤسای سه قوه، معاون اول رییس‌جمهور، نواب رییس‌مجلس شورای اسلامی و اعضای شورای نگهبان، وزرا، نمایندگان مجلس شورای اسلامی و معاونان رییس‌جمهور، استانداران و سفرا و معاونان وزرا.

۲. The Trust اعتماد به هنجاری اطلاق می‌گردد که در یک اجتماع از رفتار منظم، صادقانه و همکاری‌جویانه مبتنی بر هنجارهای مشترک برمی‌خیزد (همس و تونکیس، ۱۳۸۷: ۱۰۳).
۳. کتاب حفره‌های ساختاری^۱ رونالد برت، تأثیر زیادی بر درهم تنیده شدن سرمایه اجتماعی و تحلیل شبکه‌ای داشت (ابوالحسنی و عطار، ۱۳۹۲: ۱۴۲).
۴. موقعیت‌های ویژه‌ای که برت از آن به عنوان حفره‌های ساختاری نام می‌برد.
۵. ارتباطات غیر زائد، ارتباطاتی هستند که منجر به ارتباط با افراد مختلف و در نتیجه اطلاعات متنوع می‌شود، ولی ارتباطات با افراد یکسان که دارای اطلاعات مشابه هستند، ارتباطات زائد است.



منابع

- آذری، غلامرضا و تابان امیدوار (۱۳۹۱) «بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سرمایه اجتماعی»، فرهنگ و ارتباطات، سال دهم، شماره ۶، صص ۱۸۱-۲۰۹.
- ابوالحسنی، رحیم و سعید عطار (۱۳۹۲) «تحلیل شبکه‌ای، سرمایه اجتماعی و حوزه سیاست درآمدی بر رویکرد شبکه‌ای»، فصلنامه سیاست، دوره ۴۳، شماره ۲، صص ۱۳۹-۱۵۷.
- احتشامی، انوشیروان (۱۳۸۵) گذار از بحران جانشینی، ترجمه زهره پوستین‌چی و ابراهیم متقی، تهران، قومس.
- باستانی، سوسن و فاطمه ذکریایی سراجی (۱۳۹۱) «تفاوت‌های جنسیتی در سالمندی: شبکه‌ها و حمایت‌های اجتماعی»، مسائل اجتماعی ایران، سال سوم، شماره ۱، صص ۳۳-۵۷.
- باستانی، سوسن و مریم صالحی هیکویی (۱۳۸۶) «سرمایه اجتماعی شبکه و جنسیت، بررسی ویژگی‌های ساختی، تعاملی و کارکردی شبکه اجتماعی زنان و مردان در تهران»، نامه علوم اجتماعی، شماره ۳۰، صص ۶۳-۹۵.
- توسلی، غلامرضا و ام‌الله امانی کلاریجانی (۱۳۹۱) «تحلیل و بررسی ابعاد سرمایه اجتماعی شبکه در شبکه‌های اجتماعی مجازی با تأکید بر تئوری شبکه، مطالعات رسانه‌ای»، سال هفتم، ش ۱۸، صص ۸۹-۹۹.
- سفیری، خدیجه و دیگران (۱۳۹۲) «سنجش رابطه حمایت شبکه‌های اجتماعی غیر رسمی و رضایت شغلی زنان در شهر اردبیل»، نشریه زن در توسعه و سیاست، دوره ۱۱، شماره ۲، صص ۲۵۳-۲۷۴.
- شارع‌پور، محمود و فاطمه آرمان (۱۳۹۳) بررسی تفاوت‌های جنسیتی در سطوح مختلف سرمایه اجتماعی (مطالعه موردی: شهر تهران)، مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی، دوره سوم، شماره ۱، صص ۹-۲۷.
- صالحی امیری، رضا و اسماعیل کاووسی (۱۳۸۷) سرمایه اجتماعی، تهران، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- صالحی امیری، رضا و همکاران (۱۳۸۷) مدیریت و سرمایه اجتماعی (مجموعه مقالات)، تهران، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- راش، مایکل (۱۳۷۷) جامعه و سیاست: مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی سیاسی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران، سمت.
- ردادی، محسن (۱۳۹۰) نظریه اعتماد سیاسی با تأکید بر گفتمان اسلامی، تهران، دانشگاه امام صادق.
- محمدی کنگرانی، حنا (۱۳۸۹) تحلیل شبکه‌ای، روشی جدید برای حل مسائل مدیریتی و سیاستی در راستای توسعه صنعتی، فصلنامه توسعه تکنولوژی صنعتی، شماره ۱۴، صص ۲۳-۳۴.

موسوی، میرطاهر و پروین علی‌پور (۱۳۹۱) تأملی بر نظریه سرمایه اجتماعی در جامعه‌شناسی، تهران، جامعه‌شناسان.
همس، لزی و نران تونکیس (۱۳۸۷) اعتماد و سرمایه اجتماعی، ترجمه محمدتقی دلفروز، تهران، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
هنمن، روبرت الف و مارک ریدل (۱۳۹۳) درآمدی بر روش شبکه‌های اجتماعی، ترجمه حنا محمدی کنگرانی و الهام محمدی، تهران، دانشگاه هرمزگان.

Burt, Ronald S (1992) *Structural Holes The Social of Competition*, Cambridge: Harvard University Press.
Disbrow, Kristin A. (2014) *Networking and Women Executives*, Undergraduate Honors Thesis, Advisor: Dr. Phillip Daves, The University of Tennessee Honors Thesis Projects.
Lin, Nan (1999a) *Social Networks and Status Attainment*, *Annu. Rev. social.* 25.
----- (1999b) *Building A network Theory of Social Capital*, Dept. of Sociology, Duke University.
Lowndes, Vivien (2004) *Getting On or Getting By? Women Social Capital and Political Participation*, *BJPIR*, Vol 6.

