

نقش شبکه‌های اجتماعی در تضعیف سرمایه اجتماعی

محمد باوندپوری* / علی آراسته** / احسان محمدی منیع***

چکیده

از جمله مؤلفه‌های مهم در دنیای امروز که از نقش و اهمیت زیادی در تقویت و ارتقاء قدرت اجتماعی و حفظ انسجام و همبستگی جوامع برخوردار است سرمایه اجتماعی می‌باشد. به نحوی که جامعه‌ای که فاقد سرمایه اجتماعی کافی باشد، سایر سرمایه‌های آن ابتر و تلف می‌شوند. با این حال امروزه عوامل مختلفی در توسعه یا تضعیف سرمایه اجتماعی نقش دارند. یکی از این عوامل به شبکه‌های اجتماعی برمی‌گردد. در حقیقت شبکه‌های اجتماعی در عصر حاضر به دلیل دسترسی آسان به مخاطبین نقش مهمی در عرصه تحولات اجتماعی بر عهده دارند. یکی از ابعاد که این شبکه‌های اجتماعی می‌توانند در آن تاثیرگذار باشند، مبحث سرمایه اجتماعی و چگونگی تضعیف و یا رشد آن می‌باشد. موضوعی که در این پژوهش قرار است مورد کنکاش قرار گیرد. براین اساس نقش شبکه‌های اجتماعی در تضعیف سرمایه اجتماعی، سوال اصلی این پژوهش می‌باشد که سعی می‌شود تا با استفاده از منابع معتبر علمی به این موضوع پرداخته شود. اما یافته‌های اولیه پژوهش حکایت از آن دارد که شبکه‌های اجتماعی، با توجه به موقعیت‌شان در میان کاربران و تسهیل ارتباط در میان آنها، می‌توانند علاوه بر اینکه دارای ظرفیت‌هایی برای توسعه سرمایه اجتماعی هستند، عاملی برای تضعیف سرمایه اجتماعی نیز باشند.

کلید واژه‌ها

سرمایه اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی، مشارکت، اعتماد، هنجارهای اجتماعی.

* دانشجوی دکتری رشته مطالعات منطقه‌ای دانشگاه جامع امام حسین (ع)، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)
bavand.mohammad@yahoo.com

** دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مطالعات منطقه‌ای دانشگاه جامع امام حسین (ع)، تهران، ایران

*** دانشجوی دکتری رشته مطالعات منطقه‌ای دانشگاه جامع امام حسین (ع)، تهران، ایران.

مقدمه

از جمله واقعیات های جوامع امروزی به نقش آفرینی رسانه و شبکه های اجتماعی در عرصه های مختلف برمی گردد. بطوری که می توان گفت جهان امروز بدون رسانه، شناختنی نیست. انسان امروز نیز انسان رسانه ای است و مصرف رسانه و محصولات آن جزء لاینفک حیاتی انسان جدید است چرا که ارتباطات انسان با انسان در بسیاری از موارد جای خود را به ارتباط انسان با رسانه می دهد (ساروخانی، ۱۳۹۱: ۳۰). در حقیقت انسان ها امروزه در معرض نهادهای رسانه ای متولد می شوند، می اندیشند، دنیا را در این رهگذر می شناسند و رفتارهای خود را براساس الگوهای برگرفته از رسانه ها از جمله رادیو، تلویزیون، کتاب، مجله، فیلم، ماهواره، و اینترنت سامان می دهند. مخاطبان، بخش عظیم فرهنگ، ارزش ها و هنجارهای جامعه خود و دیگر جوامع را از طریق رسانه ها دریافت می کنند (فولادی، ۱۳۹۱: ۱۹۶)

سرمایه اجتماعی که از مفاهیم جدید در علوم اجتماعی می باشد، در نیمه دوم قرن بیستم در کنار سرمایه های اقتصادی، فرهنگی و نمادین، مطرح شد. مفهوم سرمایه اجتماعی با مفاهیم سرمایه فرهنگی و سرمایه نمادین هم پوشانی و تشابه قابل توجهی دارد که برای اولین بار توسط بورديو مطرح شدند. (نقیب زاده و استوار، ۱۳۹۱: ۷) به عبارتی مفهوم سرمایه اجتماعی در برگرفته مفاهیمی همچون اعتماد، همکاری و همیاری میان اعضای یک گروه یا یک جامعه است که نظام هدفمندی را شکل می دهند و آنها را در جهت دستیابی به هدف های ارزشمند هدایت می کند. از این رو شناخت عوامل موثر در تقویت یا تضعیف سرمایه اجتماعی می تواند در گسترش ابعاد سرمایه اجتماعی کمک کرده و موجب افزایش عملکرد اجتماعی و اقتصادی افراد در جوامع شود. در این بین یکی از ابزارهایی که به دلیل موقعیت خاصی که در اختیار دارد و همواره به عنوان یک ابزار کارآمد از نقش چشمگیری در تحولات و تبادل اطلاعات و ارتباطات در میان اقشار مختلف جامعه برخوردار بوده است و می تواند در تقویت یا تضعیف سرمایه اجتماعی و همچنین گسترش ابعاد آن تاثیرگذار باشد، رسانه ها و شبکه های اجتماعی می باشند. که سعی می شود در این تحقیق با استفاده از منابع معتبر علمی و کتابخانه ای و همچنین نظریات اندیشمندان در این دو حوزه، نقش رسانه ها و شبکه های اجتماعی مجازی را صرفاً از لحاظ تضعیف سرمایه اجتماعی مورد بررسی قرار داد. موضوعی که کمتر به آن پرداخته شده است و ضرورت بررسی آن به دلیل اهمیت مبحث سرمایه اجتماعی کاملاً مورد نیاز و کاربردی است.

۱- پیشینه تحقیق؛

مفهوم سرمایه اجتماعی به طور غیرمستقیم در نظریه های جامعه شناسان کلاسیک مطرح بوده است. مطالعه ارتباط میزان انسجام اجتماعی با میزان خودکشی، طرح مفاهیمی از قبیل اعتماد، همبستگی و انسجام اجتماعی، هنجارها و ارزش ها در آثار جامعه شناسان کلاسیک و بررسی کیفیت روابط انسانی نقطه اشتراک مطالعات کلاسیک جامعه شناسی با مطالعات مرتبط با سرمایه اجتماعی در دوره معاصر است. اما در ارتباط با تعامل میان شبکه های اجتماعی و سرمایه اجتماعی تاثیری بر یکدیگر آثار متعددی از سوی اندیشمندان به نگارش در آمده است. که در این بین می توان به آثاری زیر اشاره نمود: فریدی و ظروفی (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان ارتباط ابعاد استفاده از رسانه های اجتماعی و سرمایه اجتماعی به یافته های زیر دست یافته اند: در بین مدیران مدارس منطقه دو تهران، بین ابعاد سرمایه اجتماعی و استفاده از رسانه ها همبستگی معنی داری وجود دارد. نتیجه پژوهش حاضر نشان میدهد که استفاده از سه رسانه تلویزیون، اینترنت و برنامه های تلفن همراه به میزان قابل توجهی شاخص سرمایه اجتماعی و مشارکت در اجتماع محلی را در جهت همسو و متغیرهای (اعتماد اجتماعی، مشارکت گروهی و روابط در شبکه های اجتماعی) را در جهت ناهمسو تبیین میکنند.

معمدنژاد و دیگری (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان بررسی رابطه میزان مصرف رسانه ها و میزان سرمایه اجتماعی شهروندان تهرانی به نتایج زیر دست یافته اند: تلویزیون موجب گردآمدن افراد در کنار هم و عاملی برای تقویت شبکه روابط و تعاملات بین افراد خانواده شده است. اعتماد به روزنامه و تلویزیون عاملی در جذب مخاطبان به این رسانه ها و تاثیرپذیری از پیام های آنها در جهت تقویت سرمایه اجتماعی می باشد. نتایج یافته ها نشان میدهد که بین مصرف رسانه ها و سرمایه اجتماعی رابطه وجود دارد، بدین معنی که هرچه میزان استفاده از رسانه ها توسط افراد افزایش می یابد، سرمایه اجتماعی آنان نیز افزایش می یابد. در نهایت تلویزیون به عنوان اصلی ترین رسانه کشور با پوشش بالای خود می تواند از طریق برنامه های متفاوت تاثیرات مثبتی را بر سرمایه اجتماعی و مولفه های آن بگذارد.

وثوقی و دیگری (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان بررسی میزان و تاثیر استفاده از تلویزیون و اینترنت بر سرمایه اجتماعی افراد در کلان شهر تهران به یافته های زیر دست یافته اند: سنجش متغیر سرمایه اجتماعی با الهام از مدل استون پس از بومی سازی و متغیر مصرف رسانه ای، از طریق میزان ساعت صرف شده برای استفاده از تلویزیون و اینترنت صورت گرفته است. برخی از یافته های بررسی حاضر بر اساس آزمون ضریب همبستگی پیرسون نشان می دهد که میزان زمان صرف شده برای تماشای تلویزیون و استفاده از اینترنت، با سرمایه اجتماعی، رابطه مثبت و معنادار دارد که در بررسی علی

توسط آزمون رگرسیون، از بین دو متغیر مذکور، بیشترین تاثیر مربوط به میزان زمان صرف شده برای استفاده از اینترنت است.

پژوهش تومی (۲۰۱۰) درباره اجتماعات مجازی در مدارس بعنوان ابزارهایی برای ارتقای سرمایه اجتماعی دانش آموزان دبیرستان نشان داد: دانش آموزانی که به صورت درون شبکه با هم رابطه داشتند، بیرون از شبکه سرمایه اجتماعی پیوند دهنده و متعهدانه قوی تری از دیگری داشتند که در هیچ شبکه مجازی عضویت نداشتند. به عبارت دیگر، سرمایه اجتماعی کسانی که رابطه آنلاین داشتند، به طور معناداری بالاتر از دیگران بود، اما شدت استفاده تنها با نوع سرمایه اجتماعی پیونددهنده رابطه معناداری داشت تا سرمایه اجتماعی متعهدانه. با این حال نتایجی که می توان از بررسی این آثار مشاهده نمود این است که هر کدام از این آثار سعی داشته اند به بعد خاصی از ارتباط میان شبکه های اجتماعی و سرمایه اجتماعی بپردازند. اما هدف این پژوهش این است که سوای در نظر داشتن این مباحث، صرفا به نقشی و تاثیر شبکه های اجتماعی و فضای مجازی در تضعیف سرمایه اجتماعی دارند، بپردازد.

۲- روش پژوهش؛

تحقیق حاضر از لحاظ هدف، از نوع کاربردی می باشد. (تحقیقات کاربردی، تحقیقاتی هستند که با استفاده از زمینه و بستر شناختی و معلوماتی که از طریق تحقیقات بنیادی فراهم شده جهت رفع نیازمندی های بشر و بهبود بهینه سازی ابزارها، روش ها و الگوها در جهت توسعه رفاه و آسایش و ارتقاء سطح زندگی انسان ها به کار گرفته می شود.) با توجه به این که در این تحقیق، محقق درصدد بررسی تاثیر و نقش شبکه های اجتماعی در تضعیف سرمایه اجتماعی می باشد، لذا سعی شده است تا با بکارگیری روش تحلیلی و توصیفی در کنار استفاده و جمع آوری مطالب معتبر علمی از طریق مطالعات اسنادی و کتابخانه ای، تاریخچه، تعاریف، ویژگی ها، نظریه ها و الگوها به این مهم دست یابد.

۳- چارچوب مفهومی؛

۳-۱- شبکه های اجتماعی؛

اصطلاح شبکه های اجتماعی را برای نخستین بار چی ای بارنز در سال ۱۹۵۴ طرح کرد و از آن پس به سرعت به شیوه ای کلیدی در تحقیقات و مطالعات بدل گشت. در تئوری شبکه اجتماعی سنتی، یک شبکه اجتماعی به این صورت تعریف می شود که یک مجموعه ای از نهادهای اجتماعی که شامل مردم و سازمانها که به وسیله مجموعه ای از روابط معنی دار اجتماعی به هم متصل اند و با

هم در به اشتراک گذاشتن ارزشها تعامل دارند. (معمار و دیگران؛ ۱۳۹۱: ۱۵۷) در حقیقت در ارتباط با شبکه‌های اجتماعی، می‌توان گفت که شبکه‌های اجتماعی مجازی محصول فناوری‌های وب‌دو هستند. وب دو به آن دسته از فناوری‌هایی اطلاق می‌شود که امکان مشارکت کاربر در تولید محتوا و به اشتراک گذاری اطلاعات شامل: متن، عکس، فیلم، پیوند، فایل و هرگونه داده دیگر را فراهم می‌آورند. فناوری‌های وب دو امکان تعامل گسترده میان کاربران اینترنت و تبادل سریع و گسترده اطلاعات میان آن‌ها را فراهم می‌آورند. وب دو دنیای کندهای کاربران در محیط‌های مجازی است و شبکه‌های اجتماعی مجازی بخشی از فناوری‌های وب دو هستند که درون آن‌ها، تعاملات کاربران و امکان ایجاد حلقه‌های دوستی، گروه‌های رای‌دهی، ارتباطات افقی و سفارشی شدن صفحات وب فراهم می‌شود. (ضیایی پور و عقیلی، ۱۳۸۹: ۲۵) بر این اساس شبکه‌های اجتماعی مجازی یا واسطه، رایانه‌ای و اینترنتی، در تعریف کلی به وب‌گاه‌هایی اطلاق می‌شوند که با مشارکت کاربران و محتوای تولید شده آنان پیش می‌رود. این وب‌گاه‌ها برای کاربران خود این امکان را فراهم می‌آورد که تعاملات اجتماعی را براساس فناوری‌های جدید به گونه‌ای پیوسته (برخط) و گسسته (در کنار خط) تنظیم کنند. (حبیب زاده و بخشی، ۱۳۹۵: ۱۲) شبکه‌های اجتماعی فضایی را ایجاد نموده‌اند که افراد دیدگاه‌ها و علاقه‌مندی‌های خود را در آنها بیان می‌کنند و با دیگران به اشتراک می‌گذارند. هرچند روابط کاربران فضای مجازی رابطه‌ای با واسطه است و نه رودرو، اما بسیاری از دست‌اندرکاران اینترنت تمایل دارند از واژه «اجتماع» برای اشاره به جمعیت چنین کاربرانی استفاده کنند (آهنی و ابراهیمی، ۱۳۹۲: ۱۲۹)

امروزه با پیدایش اینترنت و ارتباطات دوربرد رایانه‌ای و گسترش آن، نوعی حوزه عمومی مجازی در فضای سایبرنیتیکی شکل گرفته است. این حوزه عمومی، همانند شبکه‌تار عنکبوتی است که اطلاعات همچون خون یا انرژی برق در خطوط آن جریان دارد و در نقاط اتصال آن، بازیگران و کنشگران گوناگون، از جمله جنبش‌های اجتماعی، سازمان‌های غیردولتی در سطح ملی و فراملی، احزاب و گروه‌های سیاسی بی‌شماری حضور دارند. (سردارنیا، ۱۳۸۸: ۱۵۶) یک شبکه اجتماعی، سایتی است که در مرحله اول به افراد و سازمان‌ها اجازه می‌دهد صفحات خودشان را روی آن ایجاد کنند و در مرحله دوم اجازه می‌دهد این صفحات بر اساس مشترکات گوناگون به هم متصل شوند (ضیایی پور، ۱۳۸۸: ۱۱). در هر حال، شبکه‌های اجتماعی دارای برخی ویژگی‌ها از قبیل؛ به اشتراک گذاری، بسیج‌کنندگی و سازمان‌دهی، دوستی، اعتماد، حلقه‌های مخاطبان، استناد و تعمیم، چندرسانه‌ای بودن، گپ، نقد بی‌رحمانه، دنبال کردن و دنبال شدن، پرستیژ، باز انتشار، خرد جمعی، جهانی بودن،

سرگرمی، ساختار دموکراتیک، قدرت سرمایه اجتماعی، تحرک اجتماعی و ابتکار و خلاقیت (حیدری و شاوردی، ۱۳۹۲: ۴۴) می باشند که توان تاثیرگذاری بر حوزه های مختلف اجتماعی، سیاسی و فرهنگی و... را به این شبکه ها می دهد. شبکه های اجتماعی مجازی در حال حاضر قوی ترین رسانه برخط (آنلاین) در دنیا به شمار می روند. (ضیایی پور و عقیلی، ۱۳۸۹: ۲۴) در واقع این شبکه ها با قابلیت ایجاد شبکه و ارتباطات مجازی تعاملی در فضای سایبر، توان نقش آفرینی و تاثیرگذاری در محیط های مختلف اجتماعی و همچنین سیاست های رسمی و نیز تقویت و یا تضعیف سرمایه های اجتماعی را دارند.

جدول ۱ تعاریف شبکه های اجتماعی مجازی

نام اندیشمند	تعریف
بوید و الیسون	وب سایت های شبکه اجتماعی سرویس های مبتنی بر وب هستند که به افراد اجازه ساخت پروفایل های عمومی یا نیمه عمومی می دهند، با سایر کاربرانی که در آن سیستم حضور دارند به تبادل نظر و اطلاعات بپردازند و لیست پیوندهای خود و دیگرانی را که در آن سیستم هستند را مشاهده کنند.
شنیدر و دیگران	شبکه اجتماعی آنلاین، فضایی است که اجتماعات آنلاینی بر اساس منافع مشترک، فعالیت ها، زمینه ها یا دوستی برای افراد ایجاد می کنند. مبتنی بر وب هستند و به کاربران اجازه پروفایل سازی، آپلود (متن، تصاویر و ویدیو) و ارتباط می دهند.
هیدمن	شبکه های اجتماعی آنلاین فرم خاصی از برقراری ارتباط هستند که در آن ها تعاملات و ارتباطات بین عوامل شبکه ای توسط یک پایگاه فنی و زیرساخت اینترنت مورد پشتیبانی قرار می گیرد. در این شبکه ها هدف، علاقه و یا نیاز مشترک می تواند عنصری پیونددهنده باشد که باعث می شود تا عوامل مرتبط حتی بدون حضور فیزیکی احساس کنند که در یک اجتماع و جمع حقیقی قرار گرفته اند
شیپلی	شبکه اینترنتی مبتنی بر وب اطلاق می شود که در آن امکانات تعامل، اضافه کردن دوستان، اظهار نظر در پروفایل، ایجاد گروه های جدید به اشتراک گذاشتن محتوا و پیوستن به گروه ها و داشتن بحث و گفتگو به طور هم زمان میسر است
پمپیک و دیگران	سایت های آنلاینی هستند که این امکان را برای کاربران ایجاد می کنند که برای خود پروفایلی بسازند و با دیگران برای دلایل شخصی یا حرفه ای ارتباط برقرار کنند.

۲-۳- سرمایه اجتماعی؛

سرمایه اجتماعی از مفاهیم جدید در علوم اجتماعی است که در نیمه دوم قرن بیستم در کنار سرمایه های اقتصادی، فرهنگی و نمادین، مطرح شد. مفهوم سرمایه اجتماعی با مفاهیم سرمایه فرهنگی و سرمایه نمادین هم پوشانی و تشابه قابل توجهی دارد که برای اولین بار توسط بورديو مطرح

شدند. (نقیب زاده و استوار، ۱۳۹۱: ۷) مفهوم سرمایه اجتماعی در برگرفته مفاهیمی همچون اعتماد، همکاری و همیاری میان اعضای یک گروه یا یک جامعه است که نظام هدفمندی را شکل می‌دهند و آنها را در جهت دستیابی به هدف‌های ارزشمند هدایت می‌کند. همچنین دربرگیرنده موجودیت‌های مختلفی است که تمامی آنها در دو عنصر مشترک هستند، یعنی همه آنها جنبه‌ای از ساخت اجتماعی را در خود دارند و واکنش معینی از کنشگران را درون این ساختار تسهیل می‌کنند. "کلمن" پس از این تعریف از سرمایه اجتماعی، مجموعه‌های مختلفی از کنشها، پیامدها و روابط را سرمایه اجتماعی می‌نامد. از نظر او سرمایه اجتماعی ذاتاً قادر به کار است و سرمایه اجتماعی هر آن چیزی است که به مردم و نهادها امکان عمل می‌دهد. سرمایه اجتماعی از نظر کلمن به لحاظ هنجاری و اخلاقی خنثی است. یعنی نه مطلوب است و نه نامطلوب و صرفاً با فراهم کردن منابع لازم، وقوع کنش‌ها را امکان‌پذیر می‌سازد. (کلمن، ۱۳۷۷: ۴۶۲)

همچنین سرمایه اجتماعی را می‌توان به مثابه وجود مجموعه معینی از هنجارها یا ارزش‌های غیر رسمی 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. (فوکویاما، ۱۳۷۹: ۱۱) ولی در هر حال امروزه سرمایه اجتماعی نقشی بسیار مهمتر از سرمایه فیزیکی و انسانی در جوامع ایفا می‌کند و شبکه‌های روابط جمعی و گروهی انسجام بخش میان انسان‌ها و سازمان‌هاست. در دیدگاه‌های سنتی مدیریت توسعه، سرمایه‌های اقتصادی، فیزیکی و نیروی انسانی مهمترین نقش را ایفا می‌کردند اما در عصر حاضر برای توسعه بیشتر از آنچه به سرمایه اقتصادی، فیزیکی و انسانی نیازمند باشیم به سرمایه اجتماعی نیازمندیم زیرا بدون این سرمایه، استفاده از دیگر سرمایه‌ها به طور بهینه انجام نخواهد شد. در جامعه‌ای که فاقد سرمایه اجتماعی کافی است سایر سرمایه‌ها ابر می‌مانند و تلف می‌شوند. از این‌رو موضوع سرمایه اجتماعی به عنوان یک اصل اساسی برای نیل به توسعه پایدار محسوب شده و حکومت‌ها و دولتمردانی موفق قلمداد می‌شوند که بتوانند با اتخاذ سیاست‌های لازم و ارائه راهکارهای مناسب در ارتباط با جامعه به تولید و توسعه سرمایه اجتماعی بیشتر نائل شوند. (مبشری، ۱۳۸۷: ۱۶)

۴- پیشینه نظری؛

در ارتباط با سرمایه اجتماعی از سوی اندیشمندان و جامعه‌شناسان مختلف نظریات مطرح شده است، که هر کدام به نحوی سعی در تبیین این مولفه داشته‌اند. در اینجا تلاش بر آن است که به مهم

ترین آنها پرداخته شود. اما در کل اصطلاح سرمایه اجتماعی قبل از سال ۱۹۱۶، در مقاله ای توسط هانی فان از دانشگاه ویرجینیای غربی مطرح شد. اما اولین بار در سال ۱۹۶۱، کتابی در آمریکا بوسیله شخصی به نام ژان ژاکوب نوشته شد که این اصطلاح سرمایه ی اجتماعی را بکار برد و منظورش این بود که در حاشیه‌نشین‌های شهر، ویژگی‌ها و خصلت‌هایی وجود دارند که آنها می‌توانند به خوبی با همدیگر ارتباط برقرار کنند و گروه‌هایی را تشکیل دهند که خودشان مسائل و مشکلاتشان را حل کنند. در اصل، منظور از سرمایه ی اجتماعی، نوعی همکاری و هم فکری خودجوش و از درون گروه‌های محروم حاشیه نشین بود. (توسلی، ۱۳۸۴: ۲) بنابراین اصطلاح سرمایه اجتماعی نخستین بار در اثر کلاسیک جین جاکوب با عنوان «مرگ و زندگی در شهرهای بزرگ آمریکایی» بکار رفته است. وی معتقد است که شبکه های اجتماعی فشرده در محدوده های حومه قدیمی و مختلط شهری، صورتی از سرمایه اجتماعی را تشکیل می دهند و در ارتباط با حفظ نظافت، عدم وجود جرم و جنایت خیابانی و دیگر تصمیمات در مورد بهبود کیفیت زندگی، در مقایسه با نهادهای رسمی مانند نیروی حفاظتی پلیس و نیروی انتظامی، مسئولیت بیش تری از خود نشان می دهند. با این حال کاربرد مفهوم سرمایه ی اجتماعی بصورت آنچه که امروزه مدنظر است به تدریج در دهه ۱۹۹۰ رایج شده است اما این بدان معنا نیست که در آثار جامعه شناسان کلاسیک اثری از این مفهوم نباشد، در آثار اندیشمندان و جامعه شناسانی چون مارکس، وبر و دورکیم می‌توان به جستجوی این مفهوم پرداخت. اندیشمندی چون مارکس، زیمیل دورکیم، وبر و پارسونز به مفاهیمی همچون اضطرار، نفع جمعی، ارزشها و اعتماد اجتماعی توجه داشته اند که هر یک ابعادی از مفهوم سرمایه ی اجتماعی را در بر می‌گیرد. (توسلی؛ ۱۳۸۴، ۳) در این رابطه امروزه نیز اندیشمندان بسیار در حوزه جامعه شناسی به بررسی مبحث سرمایه اجتماعی پرداخته اند. که از آن جمله می توان به جیمز کلمن، پیربودریو، جورج زیمل، هربرت بلومر، آنتونی گیدنز، فرانسیس فوکویاما و نیز رابرت پانتام اشاره نمود. که در ادامه به بررسی دیدگاه های آنها خواهیم پرداخت.

جیمز کلمن؛ از نظر کلمن، سرمایه اجتماعی شی واحد نیست، بلکه انواع چیزهای گوناگونی است که دو ویژگی مشترک دارند: همه آنها شامل جنبه ای از یک ساخت اجتماعی هستند، و کنشهای معین افرادی را که در درون ساختار هستند، تسهیل می کنند. (کلمن، ۱۳۷۷: ۴۶۲) به اعتقاد کلمن سرمایه اجتماعی یک هستی منفرد نیست، بلکه تنوعی از هستی های متفاوتی است که دارای دو خصوصیت مشترک هستند: همگی دارای وجوهی از یک ساختار اجتماعی هستند و همگی کنش های خاصی از افراد داخل ساختار را تسهیل می کنند. (فیلد، ۱۳۸۶: ۴۶) به اعتقاد وی، سرمایه اجتماعی می تواند به سه

شکل ظاهر شود: اول- تکالیف و انتظاراتی که بستگی به میزان قابلیت اعتماد به محیط اجتماعی دارد، دوم- ظرفیت اطلاعات برای انتقال و حرکت در ساختار اجتماعی تا بتوان پایه ای برای کنش فراهم نمود، سوم- وجود هنجارهایی که توأم با ضمانت اجرایی موثر هستند. براین اساس کلمن معتقد است که سرمایه اجتماعی متعلق به تعامل اجتماعی است. (تنهایی و حضرتی، ۱۳۸۸: ۴۵)

پیر بوردیو؛ به اعتقاد بوردیو سرمایه اجتماعی چیزی است که در طول زمان برای کسب آن باید تلاش کرد و نوعی سرمایه گذاری فردی یا جمعی، آگاهانه یا ناآگاهانه است که به دنبال تثبیت یا بازتولید روابط اجتماعی است که مستقیماً در کوتاه مدت یا بلندمدت قابل استفاده هستند. (Field, 2003: 17) در واقع عاملان اجتماعی در بعد اول بر اساس میزان کلی سرمایه ای که در شکل های متفاوت آن دارا هستند، و در بعد دوم بر اساس ساختار سرمایه شان، یعنی بر اساس وزن نسبی هریک از انواع مختلف سرمایه، اقتصادی و فرهنگی، که به صورت جداگانه دارا هستند، توزیع می شود. (بوردیو، ۱۳۸۴: ۳۳-۳۴) از دیدگاه وی سرمایه اجتماعی، حاصل منابع واقعی یا ظرفیت‌هایی است که در فرآیند روابط نهادینه شده و شبکه ای عضویت در گروه و آشنایی با اعضا شکل می گیرد. به طوریکه در این شبکه هریک از اعضا خود را از پشتیبانی سرمایه جمعی برخوردار می کند. سرمایه اجتماعی نوعی ابزار دسترسی به منابع اقتصادی و فرهنگی از طریق ارتباطات اجتماعی است. (انجمن جامعه شناسی ایران، ۱۳۸۳: ۳۰۰)

جورج زیمل؛ زیمل معتقد بود که ساختار جامعه، ترکیب یافته از واقعیت های دوگانه ای است که در برابر هم معنی می گیرند، و گاه ممکن است این تقابل، نشان دهنده دو دوره از تکامل تاریخ باشد، ولی، درک هر کدام مستلزم درک دیگری، و درک کلیت و تمامیت جامعه نیز مستلزم درک روابط دیالکتیک این اجزاء دو گانه است. (تنهایی، ۱۳۷۹: ۳۱۲) جامعه بافتی از کنش های متقابل و الگودار است و وظیفه جامعه شناسی بررسی صورتهای این کنش ها است، همچنان که در دوره های گوناگون تاریخی و در زمینه های متنوع فرهنگی پیوسته رخ می دهند. (کوزر، ۱۳۷۲: ۲۷۴) به نظر وی، فرآیندهایی نظیر تقسیم کار فزاینده، عقلانیت مفرط، سلطه روزافزون و نظایر آن سبب پیدایش دلزدگی و احتیاط در روابط اجتماعی موجود در کلان شهر شده است. در چنین شرایطی، اهمیت زندگی از میان می رود، تمام امور و فعالیتها یکنواخت می شوند و رضایت از زندگی کاهش می یابد. احتیاط نیز از دیگر ویژگی های روابط اجتماعی در زندگی کلان شهری است. به اعتقاد زیمل، نتیجه چنین شرایطی ناپایداری روابط و کاهش اعتماد اجتماعی است. (انجمن جامعه شناسی ایران، ۱۳۸۳: ۲۹۴) با بررسی و واکاوی روش شناسی زیمل می توان گفت که به نظر او هر واقعیت جامعه شناسی

دارای دو بعد است: صورت و محتوا و یا به عبارت دیگر ساختار و محتوا؛ لذا می توان گفت که سرمایه اجتماعی دارای دو جزء اعتماد و پیوند است. این دو جزء معرف تقسیم بندی سنتی موجود در نظریه اجتماعی بین ساختار و محتوا است. (انجمن جامعه شناسی ایران، ۱۳۸۳: ۳۰۵؛ به نقل از تنهایی و حضرتی، ۱۳۸۸: ۱۱-۱۲)

هربرت بلومر؛ روش شناسی هربرت بلومر طبیعت گرایانه است و آن به این معناست که طبیعت جهان تجربی را به گونه ای که بصورت مفاهیمی که در خود واقعیت موجود هستند و حیات دارند و دائما در فرآیند تکوین و بازآفرینی مورد توجه قرار می گیرند، در جهان خارج است بشناسیم. جهان تجربی از نظر بلومر، محل برخوردهای واقعی مردم یا تشکیل کنش متقابل نمادی است و باید در همانجا نیز مورد آزمون قرار گیرد. (تنهایی، ۱۳۷۹: ۴۵۹-۴۶۰) بلومر صراحتا تاکید می کند که انسان در مقابل شرایط اجتماعی که در برابر آن قرار دارد و قرار است در برابر آن شرایط، با اشاره معانی به خویشتن خویش و تفسیر آن معانی، به کنش بپردازد، بایستی ظرف وجودی خاصی داشته باشد. او از این توانمندی و ظرف وجودی به عنوان یک ساخت بحث می کند که می توانسته است در فرآیند تکاملی متناسب با حیات بشری با کنش متقابل اجتماعی تنظیم شده باشد، و پس از این هم در فرآیند دیالکتیکی کنش متقابل نمادی انسان با تفسیر تازه خود، می تواند در این تنظیم دخالت کند. پس انسان از یک سو توانمندی تفسیر، تغییر و تحول شرایط در ساخت بشری خود را به عنوان خصیصه تکاملی به میراث و همراه دارد، و از سوی دیگر در برابر مردم و موقعیتهای قرارداد که او را تعریف می کنند، و از او انتظار دارند که نه تغییر، بلکه پیروی از سنن و هنجارهای اجتماعی را پیشه کند. (تنهایی، ۱۳۸۸: ۴۶-۴۸)

آنتونی گیدنز؛ نقطه آغاز هستی شناسی گیدنز دیالکتیک میان فعالیتها و شرایط است که در زمان و مکان رخ می دهد. (ریتزر، ۱۹۸۸: ۴۸۸) اعتماد به شیرازه زمان و مکان مربوط می شود. زیرا اعتماد یعنی ضمان ضمانت و تعهد دادن به شخص، گروه یا نظام در طول زمان آینده؛ اندیشه اعتماد نیز یک اندیشه مدرن است. ریسک و اعتماد به طور تنگاتنگی به یکدیگر مربوط اند. اعتماد- به یک شخص، یا به یک نظام، به طور مثال نظام بانکی- به معنی انطباق با ریسک است، در حالی که قبول ریسک می تواند به معنی ایجاد باشد. (گیدنز، ۱۳۸۴: ۱۷۵-۱۷۶) انواع برخوردهایی که زندگی امروزی را در محیط هایی ناشناس فعالیت اجتماعی مدرن می سازند، در وهله نخست با آن چیزی حفظ می شود که گافمن آن را «بی توجهی مدنی» نامیده است. بی توجهی مدنی بنیادی ترین نوع پایبندی چهره دار در رویارویی با بیگانگان در شرایط مدرنیت است. بی توجهی مدنی همان «زمزمه زمینه ساز»

اعتماد است، که از یک نواخت اجتماعی به دقت نظارت و تنظیم شده برخوردار است. (همان: ۹۶-۹۸) اما آنتونی گیدنز بین دو نوع اعتماد تمایز قائل می‌شود: ۱- اعتماد به افراد خاص و ۲- اعتماد به افراد یا نظام‌های انتزاعی. اعتماد انتزاعی دربرگیرنده آگاهی از مخاطره و فرد مورد اعتماد است. لذا در حالی که کنشگر می‌تواند به راحتی در مورد میزان ارزش اعتماد به افراد خاص قضاوت کند می‌تواند درباره میزان ارزش اعتماد نسبت به دیگران تعمیم یافته نیز دارای ایده‌ها و باورهایی باشد. از این فرآیند می‌توان با سطح نهادی اعتماد نام برد. این همان چیزی است که گیدنز آن را ایده اعتماد به نظام‌های تخصصی می‌نامد. برای ارزیابی سرمایه اجتماعی در سطح ملی، سنجش اعتماد به نهادهای مختلف اجتماعی ضرورت دارد. در حالی که اعتماد به افراد خاص می‌تواند در سطح خرد سرمایه اجتماعی در سطح ملی ویژگی مهم تری محسوب شود. (انجمن جامعه‌شناسی ایران، ۱۳۸۳: ۳۰۶-۳۰۷؛ به نقل از تنهایی و حضرتی، ۱۳۸۸: ۴۱-۴۲)

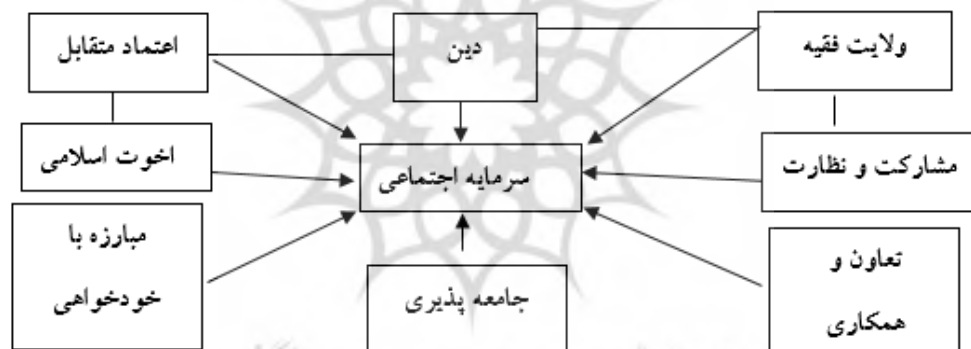
فرانسیس فوکویاما؛ فوکویاما در بررسی سرمایه اجتماعی و مولفه‌های آن، بر وجود هنجارها و ارزشهای غیررسمی در یک گروه تاکید دارد. وی سرمایه اجتماعی را این‌گونه تعریف می‌کند: سرمایه اجتماعی را به سادگی می‌توان به عنوان وجود مجموعه معینی از هنجارها یا ارزشهای غیررسمی تعریف کرد که اعضای گروهی که همکاری و تعاون میان آنان 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 منفی باشد. برعکس هنجارهایی که تولید سرمایه اجتماعی می‌کنند اساساً باید شامل سجایایی از قبیل صداقت، ادای تعهدات و ارتباطات دو جانبه باشند. فوکویاما معتقد است که در ارتباط با سرمایه اجتماعی دو نکته می‌باید روشن گردد: نخست این که سرمایه اجتماعی متعلق به همه گروه‌هاست. دوم، سرمایه اجتماعی با توجه به علم سیاست و علم اقتصاد لزوماً چیز خوبی نیست. در این علوم همکاری و همیاری برای تمام فعالیت‌های اجتماعی خواه خوب یا بد، ضروری است. (فوکویاما، ۱۳۸۵: ۱۰-۱۳) همچنین از نگاه فوکویاما، هنجارهایی که تولید سرمایه اجتماعی می‌کنند تقسیم‌پذیرند، یعنی می‌توانند تنها میان گروه محدودی از مردم از همان اجتماع مشترک باشند و نه در میان دیگران، در حالیکه سرمایه اجتماعی در همه جوامع وجود دارد، اما می‌تواند به طرق مختلف توزیع گردد. (تنهایی و حضرتی، ۱۳۸۸: ۴۶)

رابرت پاتنام؛ رابرت پاتنام از متخصصین اخیر سرمایه اجتماعی است که چگونگی تاثیرگذاری سرمایه اجتماعی بر رژیم‌های سیاسی و نهادهای دموکراتیک را مورد بررسی قرار داده است. (فیلد، ۱۳۸۶: ۵) پاتنام سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از مفاهیمی مانند اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها می‌داند.

داند که موجب ایجاد ارتباط و مشارکت بهینه اعضای یک اجتماع شده و در نهایت منافع متقابل آنان را تامین خواهد کرد. از نظر وی اعتماد و ارتباط متقابل اعضا در شبکه به عنوان منابعی هستند که در کنش های اعضای جامعه موجود است. وی سرمایه اجتماعی را وسیله ای برای رسیدن به توسعه سیاسی و اجتماعی در سیستم های مختلف سیاسی قلمداد می کند. پاتنام، تمام ویژگی های اجتماعی نهادها و سازمان ها از قبیل اعتماد، هنجارها و شبکه های اجتماعی را سرمایه اجتماعی نامیده و معتقد است سرمایه اجتماعی اغلب محصول جانبی دیگر فعالیت های اجتماعی می باشد. این سرمایه به طور معمول در پیوندها، هنجارها و اعتمادها تشکیل می شود و از یک شرایط اجتماعی به شرایط دیگر انتقال پذیر است. وی سرمایه ی اجتماعی را براساس منابع آن تعریف می کند و به آن به صورت کلان نگاه می کند و آن را در رشد و توسعه اقتصادی کشور مؤثر می داند و به این لحاظ تعریف او جمعی بوده و سرمایه اجتماعی را به منزله دارایی گروه ها و جوامع تلقی می کند.

دیدگاه امام خمینی(ره)؛ در این رابطه می توان گفت که انسان شناسی امام خمینی(ره)، منبع مبانی سرمایه اجتماعی است. از نظر امام(ره)، حکومت ضرورت جامعه است. و اداره جامعه نیازمند قانون است. قانون نیاز به مجری دارد و جامعه نیز به مدیر و هدایت گر و ارزیابی کننده نیازها و ارزش ها احتیاج دارد. وظیفه حفظ اسلام و احکام اسلام به عهده همگان است که در راس آنها علما قرار دارند و مسئولیت در درجه اول متوجه آنهاست.(امام خمینی، ۱۳۷۹: ج ۱، ۲۰۱) علما واسطه میان امام و مردم هستند. فقیه حاکم باید مردم را بر اساس نظام ارزشی(دین) تربیت کند و روابط اجتماعی مبتنی بر آن را تنظیم نماید(جامعه پذیری سیاسی و مهندسی فرهنگی) روابط اجتماعی، هسته سرمایه اجتماعی است. پرواضح است که روابط اجتماعی، تربیت دینی و رهبری و مشارکت مردم در یک فضای اعتماد و ریسک پذیری صورت می گیرد. چرخ بزرگ اجتماع بدون اعتماد از کار می افتد. با این وجود دیدگاه امام خمینی(ره) در خصوص سرمایه اجتماعی، حول محور اخوت اسلامی و مشارکت و اعتماد است که از محتوای دینی و انسان شناختی خاصی برخوردار است. ایشان به سرمایه اجتماعی از منظر جامعه-پذیری انسان می نگرند. از آنجا که انسان منشاء تحول فرهنگی، سیاسی و اجتماعی می باشد، توجه به تربیت او بر اساس فطرت اهمیت پیدا می کند. امام رابطه مردم با همدیگر و دولت و مردم را از این زاویه مورد توجه قرار می دهد و در جهت تشکیل دولت هادی و شناساندن آفات آن قدم برمی-دارد.(فتحی، ۱۳۹۰: ۳۶-۳۷) در مجموع با گذاری بر نظریات سرمایه اجتماعی، مشهود است که محور همه نظریات بر اعتماد و مشارکت و همدلی(اخوت اسلامی) در راستای نیل به اهداف مطلوب آن جامعه است که امام خمینی(ره) نیز بارها بر این مفاهیم محوری در مرحله تاسیس نظام اسلامی،

نهادینه نمودن نظام اسلامی و استمرار و تداوم این نظام تاکید داشته‌اند. از سوی دیگر، امام خمینی (ره) در تبیین اندیشه سیاسی و الگوی حکومت اسلامی، به کرات بر مفهوم مشارکت به مثابه یکی از مولفه‌های اساسی سرمایه اجتماعی و نهایتاً قدرت اجتماعی تاکید داشته‌اند. ایشان آگاهی، مشارکت، نظارت مردم و همگامی آنها با حکومت منتخب خود را بزرگترین ضمانت حفظ امنیت جامعه می‌دانند. (امام خمینی، ۱۳۷۹: ج ۴، ۲۴۸) و مشورت در کارها را به عنوان نوعی از مشارکت در امور اجتماعی، از دستورات اسلامی می‌شمارد. (امام خمینی، ۱۳۷۹: ج ۲۱، ۱۰) بر این اساس مشورت، تعاون و همکاری و مسئولیت‌پذیری و نظارت اجتماعی و مشارکت و اعتماد که از مولفه‌ها و شاخصه‌های سرمایه اجتماعی مورد توافق قریب به اکثریت نظریه پردازان این عرصه می‌باشند، به کرات در اندیشه سیاسی امام خمینی (ره) با محوریت دین مبین اسلام در قالب تئوری ولایت فقیه مورد توجه قرار گرفته‌اند. با این وجود الگوی نظری تولید سرمایه اجتماعی در اندیشه امام خمینی (ره) را می‌توان این گونه ترسیم نمود.



نمودار ۱. الگوی نظری سرمایه اجتماعی در اندیشه امام خمینی (ره)

۵- عناصر تشکیل دهنده سرمایه اجتماعی؛

۵-۱- اعتماد؛ نگرش مثبت میان اعضای شبکه را که به سبب شناخت و تعامل دو جانبه حاصل می‌گردد، اعتماد می‌دانند. اعتماد به عنوان قلب اصلی سرمایه اجتماعی، در حالی که وسیله ای برای ایجاد سرمایه اجتماعی است، یکی از مهمترین اهداف آن نیز به حساب می‌آید. اعتماد و جلب اعتماد به مثابه گریس اجتماعی فرض می‌گردد که چرخ مبادلات اجتماعی و اقتصادی را روغن کاری کرده و در

صورت نبود آن، تعاملات روزانه بسیار هزینه زا و سخت می گردد. (گنجی و زارع غیاث آبادی، ۱۳۹۳:۱۱۳)

۲-۵- هنجارهای اجتماعی؛ بعد دیگر سرمایه اجتماعی، هنجارهای اجتماعی است. منظور از هنجارهای اجتماعی آن دسته از قواعد رسمی و غیررسمی است که بیان می کنند که چگونه اعضای شبکه بایستی با یکدیگر رفتار کنند. اصولاً شرط برقراری ارتباط با دیگران در جوامع مدرن این است که افراد پیوندهای خود را در ورای اجتماعات محلی گسترش دهند و این منوط به آن است که افراد یکدیگر را به عنوان یک شخص منحصر به فرد که دارای قابلیت های خاص اوست ببینند و خاص گرایی در روابط جای خود را به عام گرایی دهد.

۳-۵- مشارکت؛ آلن بیرو مشارکت را به معنای سهمی در چیزی یافتن و از آن سود بردن و یا در گروهی شرکت جستن و بنابراین با آن همکاری داشتن تعریف کرده است. پوتنام شبکه های مشارکت اجتماعی را به عنوان خاستگاه دیگر مؤلفه های سرمایه اجتماعی یعنی اعتماد اجتماعی و همیاری مطرح کرده است. وی معتقد است شبکه های افقی یا مساوات طلب در قالب مشارکت های اجتماعی مانند احزاب، باشگاه ها و انجمن ها به دلیل چارچوب های فرهنگی برای همکاری موجب شکل گیری و گسترش هنجار اعتماد اجتماعی می شوند (گنجی و زارع غیاث آبادی، ۱۳۹۳: ۱۱۳-۱۱۴)

البته دسته بندی دیگری هم وجود دارد که عواملی که می توانند در ساخت سرمایه اجتماعی تاثیرگذار می باشند را می توان به چهار دسته تقسیم نموده است که شامل:

۱. عوامل نهادی: نهاد به معنای قانون، رسم، عرف، عادت و یا سازمانی است که در زندگی سیاسی یا اجتماعی مردم، مؤثر واقع می شود و نظام هدف داری را در جهت رفع نیازهای یک اجتماع سازمان یافته، ایجاد می کند.

۲. عوامل خودجوش: هنجارهایی که به صورت خودجوش، به جای قانون و دیگر نهادهای رسمی، از کنش های متقابل اعضای یک اجتماع به وجود می آیند و ناشی از انتخاب های تعمّدی نیستند، در این دسته قرار می گیرند.

۳. عوامل بیرونی: منظور از این دسته عوامل، هنجارهایی هستند که از جایی، غیر از همان اجتماعی که در آن به کار رفته اند، سرچشمه می گیرند، همچون: دین، مذهب، ایدئولوژی و فرهنگ یا تجربه مشترک تاریخی.

۴. عوامل طبیعی: در این گروه، دو دسته از عوامل: «روابط خویشاوندی» و «همبستگی های قومی و نژادی» قرار می گیرند.

۶- اهمیت سرمایه اجتماعی؛

مفهوم سرمایه اجتماعی در سال‌های اخیر در حوزه‌های گوناگون علوم اجتماعی، اقتصاد و اخیراً در علوم سیاسی مطرح شده است. سرمایه اجتماعی عبارت است از ارتباطات و شبکه‌های اجتماعی‌ای که می‌توانند حس همکاری و اطمینان را در میان افراد یک جامعه پدید آورند. در این میان نباید از نقش نهادهای مدنی و دمکراتیک و نیز نقش دولت در گشودن چنین فضاهایی غافل شد. به هر روی، امروز بر جامعه‌شناسان ثابت شده که یکی از ابعاد مهم هر توسعه‌ای توجه به سرمایه‌های اجتماعی است. از این رو سرمایه اجتماعی، یکی از مهمترین شاخصه‌های رشد و توسعه هر جامعه‌ای به شمار می‌آید. در واقع سرمایه اجتماعی از مفاهیم مهم در جامعه‌شناسی نوین است که وجود آن برای همبستگی اجتماعی و رسیدن به اهداف جامعه لازم می‌باشد. (مبشری، ۱۳۸۷: ۱۶)

همچنین سرمایه اجتماعی هر منبعی است که به دارنده آن امکان می‌دهد با اثرگذاری در محیط منافع خود را در رقابت با دیگران بدست آورد. در واقع سرمایه اجتماعی نیروی موجود در ساخت و سازمان جامعه است که کم و کیف کنش‌های متقابل را سامان می‌دهد. ساخت جامعه به مجموعه هنجارها، ارتباطات، اعتماد اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی، مشارکت اجتماعی و به طور کلی میدان فرهنگی یک جامعه دلالت می‌کند. همچنین به بیان دیگر می‌توان گفت که سرمایه اجتماعی «مجموعه منابع واقعی یا مجازی است که به واسطه مزیت پایدار شبکه‌ها و روابط سازمانی مستحکم و شناخت و آگاهی‌های متقابل به افراد یا گروه‌ها تعلق می‌گیرد. شبکه‌ای که هر یک از اعضا خود را از پشتیبانی سرمایه جمعی بر خوردار نموده و آنان را شایسته اعتبار می‌سازد» (Bourdieu, 1985: 249). با این حال، به طور کلی میزان سرمایه اجتماعی در هر گروه یا جامعه‌ای نشان دهنده میزان اعتماد افراد به یکدیگر است. همچنین وجود میزان قابل قبولی از سرمایه اجتماعی موجب تسهیل کنش‌های اجتماعی می‌شود، به طوری که در مواقع بحرانی می‌توان برای حل مشکلات از سرمایه اجتماعی به عنوان اصلی‌ترین منبع حل مشکلات و اصلاح فرآیندهای موجود سود برد. اما از آنجا که سرمایه اجتماعی دربرگیرنده مجموع آن دسته از ارتباطات و شبکه‌های ارتباط اجتماعی که در جامعه موجودند و نیز میزان اعتماد و همکاری میان روابط موجود می‌باشد، لذا در اینجا می‌توان گفت اگر در جامعه‌ای میزان سرمایه اجتماعی پایین باشد، خطر افتادن آن جامعه به وضعیت تله اجتماعی بسیار بالاست. تله اجتماعی یعنی سرمایه اجتماعی پایین، نبودن اعتماد و اطمینان به یکدیگر بین مردم، رواج فساد اداری- اقتصادی، ترس و ... می‌باشد.

همچنین در رابطه با اهمیت سرمایه اجتماعی می توان گفت که امروزه در کنار سرمایه های انسانی و اقتصادی، سرمایه دیگری به نام سرمایه اجتماعی نیز مورد توجه قرار گرفته است. سرمایه اجتماعی، یا بعد معنوی یک اجتماع، میراثی تاریخی است که از طریق تشویق افراد به «همکاری» و «مشارکت» در تعاملات اجتماعی، قادر است به حل میزان بیشتری از معضلات موجود در آن اجتماع، فائق آید و حرکت به سوی رشد و توسعه شتابان اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و ... را امکان پذیر سازد. از سوی دیگر، سرمایه اجتماعی، به زندگی فرد، معنی و مفهوم می بخشد و زندگی را ساده تر و لذت بخش تر می کند. پس به طور کلی می توان گفت: هر چه سرمایه اجتماعی ملتی بیشتر باشد، آن ملت، خوشبخت تر و ثروتمندتر خواهد بود.

علاوه بر این ها مزایای متعدد دیگری را همچنین می توان برای سرمایه اجتماعی برشمرد؛ مزیت اصلی و عمده سرمایه اجتماعی در اختیار گذاشتن اطلاعات زیاد با هزینه پایین و زمان اندک برای بازیگرانی است که نقش اصلی را در سرمایه اجتماعی ایفا می کنند. همچنین کسب قدرت و نفوذ از مزایای دیگر سرمایه اجتماعی است. کلمن در نوشته های خود اشاره به واژه «کلپ نمایندگان مجلس» دارد که در واقع منظور بحث «قدرت» است. برخی نمایندگان قدرت بیشتری نسبت به نمایندگان دیگر دارند؛ چرا که آنها تعهدات متفاوت با سایر نمایندگان برای خود ایجاد کرده اند و از اعتبار این تعهدات برای مشروعیت بخشیدن به رفتار خود استفاده می کنند. یک چنین قدرتی به بازیگر اصلی (در سرمایه اجتماعی) اجازه می دهد تا به اهداف خود دست یابد. مزیت دیگر سرمایه اجتماعی ایجاد «یکپارچگی» در میان اعضاست. هنجارها و باورهای محکم موجب ایجاد شبکه اجتماعی قوی می شود که دربرگیرنده آداب و رسوم و قوانین خاصی است و این هنجارها جایگزین کنترل های رسمی می شوند. به طور کلی می توان گفت که: سرمایه اجتماعی یک ظرفیت، جوهر اجتماعی یا هنجاری غیر رسمی است که همکاری میان افراد و نهادهای یک جامعه را ارتقا می بخشد. هر شبکه اجتماعی، برای دستیابی به اهداف خود، علاوه بر افراد آگاه و با تجربه و امکانات و ابزار مادی، به عوامل مانند: اعتماد، تعهد و مسئولیت پذیری و ... هم نیاز دارد که این عوامل، همان سرمایه های اجتماعی هستند. حتی یک گروه از خلافکاران (مثل گروهی دزد یا قاچاقچی) هم برای موفقیت در کار خود به سرمایه اجتماعی و هنجارهایی مانند: رفتارهای اخلاقی، قانونمداری، خطرپذیری و اعتماد متقابل در بین اعضای گروه، نیاز دارد. در واقع برای موفقیت دسته جمعی در امور غیر قانونی هم، وجود سرمایه اجتماعی شرط است. اما در بعد دیگر نیز لازم به ذکر است که کاهش سرمایه اجتماعی علاوه بر نتایج مهم در عدم شکل گیری توسعه پایدار در میان طبقات اجتماعی، منجر به ایجاد شکاف و تنش های

اجتماعی نیز می‌شود. در میان طبقات اجتماعی، کاهش رفاه اجتماعی و کیفیت آموزش منجر به شکل‌گیری آسیب‌های اجتماعی همچون طلاق، خودکشی، بحران هویت، خشونت، درگیری و مهم‌تر از همه مهاجرت نخبگان می‌شود (وئوقی و رحمانی خلیلی، ۱۳۹۳: ۲۱۱).

۷- سطوح سرمایه اجتماعی؛

در یک نوع تقسیم‌بندی، سرمایه اجتماعی را می‌توان در سه سطح خرد، میانی و کلان مورد مطالعه قرار داد:

۷-۱- سطح خرد: در سطح خرد، سرمایه اجتماعی ناظر بر رفتار شبکه‌هایی از افراد و خانوارهاست. سرمایه اجتماعی در سطح خرد، براساس میزان صمیمیت حاکم بر روابط افراد، به دو نوع غیر رسمی (پیوندی یا درون‌گروهی) و تعمیم یافته (آوندی یا میان‌گروهی) تقسیم می‌شود.

الف) سرمایه اجتماعی با پیوندی: این نوع سرمایه اجتماعی میان افرادی که ارتباط نزدیک و صمیمی باهم دارند وجود دارد، مثل اعضای خانواده، دوستان نزدیک و همسایگان. در برخی مطالعات، مانند مطالعات استون و هیوز (۲۰۰۲)، از این سطح سرمایه اجتماعی، با عنوان غیر رسمی یاد می‌شود.

ب) سرمایه اجتماعی تعمیم یافته یا آوندی: این نوع سرمایه اجتماعی در میان افرادی رواج دارد که روابط دوستانه و خصوصیات مشترک کمتری میان آن‌ها حاکم است، مثل اعضای گروه‌های اجتماعی و سیاسی یا عموم مردم که لزوماً از یک اندیشه و گروه فکری خاصی پیروی نمی‌کنند. برخی این سطح از سرمایه اجتماعی را بعنوان تعمیم یافته معرفی می‌کنند چرا که سطح تحلیل را از افراد نزدیک و صمیمی، به کل افراد اجتماع تعمیم می‌دهد.

۷-۲- سطح میانی: سرمایه اجتماعی در سطح میانی که به سرمایه اجتماعی همانندی نیز معروف است، شامل پیوندها و روابط عمومی است. بعنوان مثال به روابط حاکم میان اعضای گروه‌ها، سازمان‌ها و بنگاه‌ها می‌پردازد. تعریف دقیق سرمایه اجتماعی، علاوه بر پیوندهای افقی، شامل پیوندهای عمودی نیز می‌شود و رفتار حاکم میان گروه‌ها را نیز در نظر می‌گیرد. پیوندهای عمودی با روابط سلسله‌مراتبی و توزیع یک قدرت نا برابر میان اعضای شناخته می‌شود. تفاوت این طبقه از سرمایه اجتماعی با سرمایه اجتماعی در سطح خرد آن است که جایگاه افراد در سطح میانی یکسان نیست. با این تفاوت جایگاه، غالباً موجب ایجاد روابطی جدید و با ویژگی‌های خاص می‌شود.

۷-۳- سطح کلان: آخرین و فراگیرترین جنبه‌ی سرمایه اجتماعی جنبه‌ی کلان است که شامل رسمی‌ترین روابط و ساختارهای نهادی می‌شود. به همین لحاظ در برخی مطالعات این سطح از

سرمایه اجتماعی با عنوان نهادی هم معرفی می شود. این بخش از سرمایه اجتماعی به محیط اجتماعی و سیاسی می پردازد که به ساختارهای اجتماعی شکل می دهد و هنجارها را قابل توسعه می کند. رژیم سیاسی سلطه ی قانون نظام قضایی و آزادی های سیاسی و مدنی نهادهایی است که از طریق آن ها سرمایه ی اجتماعی کلان شکل می گیرد. با این حال شاخص اصلی مورد استفاده برای آگاهی از نهاد های حاکم بر جامعه و بدلیل آن، سنجش سرمایه اجتماعی نهادی، برداشت اعضای جامعه از نهاد هاست. به عنوان مثال برای سنجش روش قانون، از نگرش مردم نسبت به رعایت قوانین پرسش می شود، یا چنانچه در این مقاله هم ملاحظه خواهید نمود، میزان اعتماد افراد به اصناف مختلف، بعنوان شاخصی برای عملکرد نهایی مدنی و رابطه ایشان با مردم استفاده شده است، و این، رابطه ای است که سرمایه اجتماعی نهادی نام دارد و هر چه بیشتر بودن آن؛ موجبات انجام راحت تر سیاست ها را فراهم می نماید. ویژگی ممتاز کننده این سطح از سرمایه اجتماعی، رسمیت موجود میان کنش گران آن است.

در هر صورت دسته بندی سرمایه اجتماعی به فهم بهتر آن کمک می کند. در هر کدام از سطوح خرد، میانی و کلان، سرمایه اجتماعی اثر خود بر توسعه را بعنوان نتیجه کنش میان دو نوع سرمایه اجتماعی مشخص اعمال می کند: ساختاری و شناختی. به طور کلی، ساختاری ناظر بر کمیت سرمایه اجتماعی است و شناختی ناظر بر کیفیت آن. دسته ساختاری با اشکال مختلف سازمان های اجتماعی، به خصوص نقش ها، قواعد، سنن و رویه ها، در ارتباط است. سرمایه اجتماعی ساختاری مربوط به امور به نسبت عینی تر و بطور خارجی قابل مشاهده مانند شبکه ها، تشکل ها، نهادها، قوانین و تشکیلات شکل گرفته توسط آن ها است. ارتباط سرمایه اجتماعی ساختاری بیشتر با شبکه هاست که از طریق آن ها همکاری و بخصوص فعالیت های جمعی دارای منافع متقابل شکل می گیرد. این ها همه منافی است که از سرمایه اجتماعی بدست می آید. گروه های ورزشی و موسیقی و همچنین گرد همایی همسایگان، مثال های سرمایه اجتماعی اقتصادی هستند. سرمایه اجتماعی ساختاری، به اشتراک گذاشتن اطلاعات و کارهای جمعی و تصمیم گیری را از طریق نقش های تثبیت شده، شبکه های اجتماعی که با قوانین، تشریفات و رسوم حمایت می شوند، تسهیل می کند. اما سرمایه اجتماعی شناختی به ارزش ها، اعتماد گرایش ها و عقاید مشترک باز می گردد. به همین خاطر، بیشتر امری ذهنی و مفهومی نامحسوس است. لازم به ذکر است که تقسیم سرمایه اجتماعی به دو نوع ساختاری و شناختی به سنجش سرمایه اجتماعی نیز کمک می کند.

۸- رابطه سرمایه اجتماعی و قدرت اجتماعی؛

تا این مرحله از پژوهش، با شناخت حاصل نمودن از فرهنگ (نظام ارزشی، نظام هنجاری و نظام رفتاری جامعه) و نیز با تبیین جایگاه بنیادی فرهنگ در نیل به توسعه و پیشرفت، به این مهم دست یافتیم که سرمایه اجتماعی حاصل احیا و درونی شدن و جامعه‌پذیر شدن نظام فرهنگی مطلوب به معنای عام و به عبارتی سرمایه فرهنگی است. بر این اساس سرمایه اجتماعی منبع و منشاء اصلی قدرت اجتماعی است که مولفه‌های نظیر: اعتماد، همدلی، همکاری، مشارکت، شبکه‌های اجتماعی، مسئولیت‌پذیری و... به عنوان سرمایه اجتماعی در جامعه ایرانی- اسلامی ما، در صورت مدیریت فرهنگ و مهندسی فرهنگ قابلیت تبدیل به قدرت اجتماعی را دارند. قدرتی که از جنس نرم است و بر ابزارهای عقیدتی و معنوی و دینی بنیان نهاده شده است و در سطوح فردی، نهادی و دینی قابل اعمال است و موجودیت می‌یابد. بنابراین مهم‌ترین عناصر فرهنگی و اجتماعی موجود در بطن جامعه که می‌توان سرمایه اجتماعی را با آنها مورد سنجش قرار داد عبارتند از: آگاهی به امور عمومی، سیاسی، اجتماعی، وجود انگیزه در افراد جامعه که در پی کسب این دسته از آگاهی‌ها برآیند، اعتماد عمومی به یکدیگر، اعتماد به نهادهای مردمی و دولتی، مشارکت غیر رسمی همیارانه در فعالیت‌های داوطلبانه در تشکل‌های غیردولتی، خیریه‌ای، مذهبی، اتحادیه‌ها، انجمن‌های صنفی و علمی و... می‌باشد. در مجموع می‌توان گفت که یکی از معیارهای اصلی در شناخت سرمایه اجتماعی شکل و شیوه روابط اجتماعی افراد با یکدیگر و نحوه همزیستی آنها در جامعه مورد مطالعه است. حال باید در ذکر پیوند این عناصر سرمایه اجتماعی با قدرت اجتماعی، اذعان داشت که مدیریت و نهادینه نمودن این عناصر و نمادهای اجتماعی که از بطن اجتماع و فرهنگ ظهور نموده‌اند، موجبات تولید و بازتولید قدرت اجتماعی می‌شود که تجلی عینی آن، مشارکت مسئولانه و آگاهانه و نهادمند افراد و گروه‌ها در همه امور مربوط به جامعه است. در واقع اگر یکی از نمادهای سرمایه اجتماعی را ارتباط و شبکه‌های اجتماعی ای که می‌توانند اطمینان و حس همکاری را در میان افراد حاضر در شبکه‌های مورد بحث ایجاد کنند، بدانیم، آنچه بیش از پیش اهمیت پیدا می‌کند نقش نهادهای جامعه مدنی در تشکل این سرمایه و نیز نقش این نهادها در تولید قدرت اجتماعی است. پس پرواضح است که نهادمندی و نهادینه نمودن سرمایه اجتماعی و فرهنگی، جایگاه ویژه‌ای در تولید قدرت اجتماعی دارد. کارکرد پایانی این نهادها علاوه بر دیدار و شناخت و اعتمادسازی، ایجاد انگیزش مشارکت آگاهانه و نهادمند است که ماحصل این فرآیند تولید قدرت اجتماعی است. البته در جامعه اسلامی ایران، حتماً لازم نیست که ارتباط پیش‌گفته تنها در داخل نهادهای جامعه مدنی باشد بلکه بیشتر روش‌ها و فرم‌های

اجتماعی و مذهبی (نظیر مساجد، حسینیه‌ها، هیئت‌های مذهبی، تکیه‌ها، مراسمات مذهبی و ...) را نیز که ارتباط مداوم و سازماندهی شده دارند، در برمی‌گیرد. اما نباید از یاد برد که اعتماد و حس همکاری با شیوه‌های آسان‌تر در داخل نهادهای جامعه مدنی درست می‌شوند، چرا که نهادمند و نظام‌مند بوده و شبکه روابط اجتماعی ایجاد شده، دارای فرم‌اسیون و ساخت ویژه‌ای است که به هر یک از اعضا مسئولیت و حقوق خاصی می‌بخشد و نوع ارتباط آنها با یکدیگر را سازمان‌دهی نموده است.

بر این اساس باید گفت که سرمایه اجتماعی در جامعه ایرانی - اسلامی منبعث از نظام فرهنگی (ارزش‌ها، هنجارها، رفتارها) و مطلوب مردم ایران با همه تنوع و کثرت قومیتی و فرهنگی می‌باشد. به عبارت دیگر سرمایه اجتماعی مولود احیاء و فرآوری سرمایه فرهنگی است که دین اسلام در آن جایگاه محوری دارد و آموزه‌های دینی، سایر آموزه‌ها و نمادهای فرهنگی ایرانی و جهانی موجود در نظام فرهنگی ما را تحت تاثیر قرار داده است. با این اوصاف باید در پایان این بخش به این نکته اذعان داشت که دین اسلام منبع اصلی سرمایه اجتماعی در جامعه است که آموزه‌های نظیر: اخوت اسلامی، همکاری، تعاون، مسئولیت‌پذیری، مشورت، نظارت، امر به معروف و نهی از منکر، حقوق سیاسی و مدنی مردم و حق تعیین سرنوشت و ... به وضوح این موضوع را اثبات می‌نمایند. حال در ذکر ارتباط این سرمایه‌ها با قدرت اجتماعی، می‌توان استدلال کرد که زمانی که این سرمایه‌ها انگیزش مشارکت نهادمند، مسئولانه و آگاهانه را در افراد و گروه‌های موجود در جامعه ایجاد می‌کند، در این وضعیت است که قدرت اجتماعی موجودیت می‌یابد و با مدیریت و سازماندهی مستمر، این قدرت نرم و معنوی، بازتولید شده و ارتقا می‌یابد.

۹- رابطه شبکه‌های اجتماعی و سرمایه اجتماعی؛

آنچه مسلم است این که امروزه سرمایه اجتماعی، نقشی بسیار مهم‌تر از سرمایه فیزیکی و انسانی در سازمان‌ها و جوامع ایفا می‌کند و در غیاب سرمایه اجتماعی، سایر سرمایه‌ها اثر بخشی خود را از دست می‌دهند و بدون سرمایه اجتماعی، پیمودن راه‌های توسعه و تکامل فرهنگی و اقتصادی، ناهموار و دشوار می‌شود. در واقع سرمایه اجتماعی ثروت و دارایی نهفته‌ای است که از آمادگی روحی و روانی افراد یک جامعه برای صرف نظر کردن از منافع شخصی و درگیر شدن در عمل جمعی پدید می‌آید. سرمایه اجتماعی شکلی از سرمایه است که به صورت بالقوه در تمامی جوامع انسانی وجود دارد و برای شکوفا شدن و به فعلیت درآمدن، به دگرگونی عواملی و حقوق شرایطی ویژه نیاز دارد که به ندرت و دشوار فراهم می‌آید. (گنجی و زارع غیاث آبادی، ۱۳۹۳: ۱۱۰) امروزه این امور مسلم است

که رسیدن به توسعه، جامعه مدنی، معیارهای جهان شمول و بستر مناسب برای زیست اجتماعی تنها با وجود سرمایه اجتماعی شکل می‌گیرد. سرمایه اجتماعی از طریق جریان های اطلاع رسانی مثل آموزش مربوط به مشاغل، تبادل عقاید، تبادل اطلاعات هنجارهای مربوط به معاملات در شبکه های اجتماعی، مشارکت های مردمی، گروه های خود یاری، روحیه جمع گرایی در برابر فردگرایی و نوع دوستی شکل می‌گیرد. (توسلی و کلاریجایی، ۱۳۹۱: ۵۶)

بر این اساس و به دلیل اهمیت یافتن اطلاعات و ارتباطات و تغییر شیوه انتقال و ایجاد آن، جهان وارد عصر جدیدی شده است که در آن وجود فناوری های نوین به ویژه شبکه های اجتماعی مجازی امری حیاتی است. بی‌شک، فناوری های نوین به ویژه شبکه های اجتماعی مجازی باعث تغییر ساختارهای موجود جامعه و ایجاد ساختار اجتماعی جدید شده است (خانیکو و خجیر، ۱۳۹۸: ۳۶) به عبارتی می‌توان گفت در دنیای امروز زندگی انسان با شبکه های اجتماعی پیوند خورده است، شبکه های ارتباطاتی درهم تنیده و به هم پیوسته تمامی حوزه ها، معانی و مفاهیم و به طور کلی همه چیز را تحت تأثیر قرار داده اند. ارتباطات شبکه ای به مثابه اساس فعالیت ارتباط انسان در حال دگرگون ساختن همه ارتباطات انسانی است (احمدی، ۱۳۹۵: ۲) در واقع اینترنت از همان روزهای اولیه شکل‌گیری، ابزاری برای برقراری ارتباطات بین فردی و بین گروهی بوده است. اما طی یک دهه گذشته شاهد رشد شکل جدیدی از تعاملات مجازی در قالب سایت‌هایی بوده ایم که "شبکه اجتماعی مجازی" نام گرفته‌اند. این سایت‌ها با فراهم آوردن امکاناتی چون قابلیت ساخت پروفایل شخصی، توانایی ارسال پیام خصوصی و کامنت، اضافه کردن افراد به لیست دوستان و ... توانسته اند شرایط ارتباط ارزان و سریع را برای میلیون ها نفر در سرتاسر جهان به وجود آورند. با توجه به این امکانات نوین "به نظر می‌رسد شبکه‌های اجتماعی مجازی در حال تغییر ماهیت روابط اجتماعی هستند". (نوغانی و چرخ زرین، ۱۳۹۲: ۱۷۴) به طوری که از طریق ماهواره، اینترنت و ... جهان جدیدی به موازات جهان واقعی به وجود می‌آید. در چنین شرایطی، فضای مجازی شکل می‌گیرد و فرهنگ ها همه از طریق واسطه های الکترونیکی منتقل می‌شوند و مفاهیم زمان و مکان معانی تازه ای پیدا می‌کنند. فواصل زمانی و مکانی از میان برداشته می‌شوند و انتقال اطلاعات، داده ها و سرمایه ها و امکان ارتباط هم زمان میان افراد در نقاط مختلف به وجود می‌آید. هدف شبکه اجتماعی این است که با فراهم آوردن امکان ارتباط بین سرمایه های فردی و تشکیل سرمایه اجتماعی، به رشد و ارتقای جوامع کمک کند (وثوقی و رحمانی خلیلی، ۱۳۹۳: ۲۱۱)

در واقع از آنجا که اینترنت می‌تواند امکاناتی چون اشتراک متن، صوت و تصویر، چت و قابلیت جستجوی افراد را در اختیار کاربران قرار دهد، امکان‌شکل‌گیری شکل جدیدی از روابط و سرمایه اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی به وجود آمده است. (نوغانی و چرخ زرین، ۱۳۹۲: ۱۷۶) در واقع امروزه با ظهور رسانه‌های پیشرفته‌تر، فضاهای جدید و موثرتری برای به خدمت گرفتن افکار عمومی و رفتار همگانی ایجاد شده است. اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و تلویزیون با توجه به گستره پوشش برنامه‌ای آن از این نوع رسانه‌ها هستند. (جوادی بورا و هاشم نژاد ابرسی، ۱۳۹۶: ۱۱۴) آنها می‌توانند با ارائه تصویری زشت و یا زیبا از جامعه میزان اعتماد در بین مخاطبان خود را افزایش و یا کاهش دهند. رسانه‌های اجتماعی می‌توانند زمینه دسترسی به نهاد‌های انتزاعی و تخصصی را برای مخاطبان خود فراهم کرده و در نتیجه موجب اعتماد و یا بی‌اعتمادی به این نهاد‌ها در بین مخاطبان خود شوند و نهایتاً اینکه رسانه‌های ارتباط اجتماعی به عنوان یکی از عوامل جامعه‌پذیری نقش موثری در نهادینه کردن ارزشها و هنجارهای اعتماد در بین مخاطبان خود دارند. (همان: ۱۱۳) به این شکل که شبکه‌های اجتماعی با تقویت ارتباطات انسانی بین اعضا باعث تقویت سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی کنشگران می‌شوند. (خانیکی و خجیر، ۱۳۹۸: ۵۲) در مجموع می‌توان گفت که در رابطه شبکه‌های اجتماعی و سرمایه اجتماعی، نقش رسانه‌ها در جلب انواع مشارکت غیرقابل انکار است و حتی عده‌ای همچون ویلبر شرام معتقدند که رسانه‌ها مهم‌ترین عامل و بعضی دیگر همچون یورگن هابرماس تأثیرگذارترین عامل مشارکت می‌دانند. (گنجی و زارع غیاث آبادی، ۱۳۹۳: ۱۱۵) به این ترتیب رسانه‌ها به عنوان منبع مهم اطلاعات و همچنین یکی از عوامل اصلی فرایند جامعه‌پذیری نقش موثری در سرمایه اجتماعی بازی می‌کنند.

۱۰- نقش شبکه‌های اجتماعی در تضعیف سرمایه اجتماعی؛

به دنبال رشد و توسعه فن‌آوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات به ویژه اینترنت، شاهد پیدایش یک دنیای جدید و مجازی در کنار دنیای واقعی و عادی هستیم، و این دنیای مجازی جدید که ساختاری مخصوص به خود نیز دارد هم بردنیای واقعی تأثیر می‌گذارد و هم از آن تأثیراتی را می‌پذیرد. (موسوی و احمدآبادی، ۱۳۹۴: ۲۴۹) در واقع امروزه بخش مهمی از تعاملات افراد در فضای اینترنت صورت می‌گیرد و طبعاً چنین تعاملاتی در چارچوب ساختار ویژه‌ای که فضای مجازی دارد امکان‌پذیر است، بنابراین پی‌بردن به اینکه آیا ویژگی‌های ساختاری دنیای مجازی نقش مثبتی در ایجاد و هدایت هنجارها، ارزش‌ها، روابط و کنش‌های مبتنی بر اعتماد (فرهنگ اعتماد) ایفا می‌کنند

یا اینکه خود مانعی بر سر راه شکل‌گیری فرهنگ اعتماد هستند نیز به نوبه خود مسئله‌ای درخور تأمل و کنکاش است. (شاهی و دیگران، ۱۳۹۷: ۱۲۶) با این وجود بدیهی است رسانه به خودی خود نمی‌تواند مضر و مخرب باشد بلکه آسیب‌پذیری و مخرب بودن آن بستگی به این دارد که افراد جامعه چه رویکرد و نگرشی از نظر ارزشی به این رسانه‌ها دارند. اینکه آیا افراد شناخت کافی از تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای دارند یا خیر؟ آیا خود را مقید به حد و مرزهای استفاده از این رسانه‌ها می‌دانند؟ آیا افراد در باب مخاطرات استفاده از تکنولوژی‌های رسانه‌ای جدید هیچ‌گونه شناختی دارند؟ براین اساس در دوران معاصر که به عصر اطلاعات و جامعه اطلاعاتی و ارتباطی معروف است، بخش عظیمی از عقاید مردم در مورد زندگی پیرامونشان از طریق رسانه‌ها شکل می‌گیرد و نفوذ و تأثیر رسانه تا جایی است که برخی از نظریه‌پردازان ارتباطی بر این باورند که رسانه‌ها، اولویت ذهنی و حتی رفتاری ما را تعیین می‌کنند. (گنجی و زارع غیاث‌آبادی، ۱۳۹۳: ۱۱۰) با این تفاسیر دیدگاه متفاوتی در مورد تأثیر فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی بر سرمایه اجتماعی از سوی اندیشمندان مطرح می‌شود بطوری که ولمن بیان می‌کند که سه دیدگاه متفاوت در خصوص تأثیر اینترنت و شبکه‌های اجتماعی بر سرمایه اجتماعی وجود دارد. دیدگاه نخست بیان می‌کند که اینترنت ممکن است سرمایه اجتماعی را بر اثر غلبه بر محدودیت‌های موجود در دنیای واقعی افزایش دهد. دیدگاه دوم بر این اعتقاد است که اینترنت موجب کاهش ارتباطات واقعی می‌گردد و افزایش صرف زمان افراد در فضای اینترنت باعث کاهش سرمایه اجتماعی افراد می‌گردد. گروه سوم بر این باورند که اینترنت دارای نقش تکمیلی است. آنان معتقد هستند قضاوت در مورد این که اینترنت موجب کاهش یا افزایش سرمایه اجتماعی می‌شود، در چارچوب زندگی شخص، معنا پیدا می‌کند. (همان، ۱۱۶) در واقع هر چه دسترسی افراد به رسانه‌ها بیش‌تر باشد، سطح اعتماد متقابل در میان آنان کاهش می‌یابد و شیوه‌های اجتماعی مبتنی کردن بر بدگمانی، احتیاط و دوری‌گزینی از دیگران مانع ایجاد زمینه اصلی برای اعتماد است. (باقری زنوز و علمی، ۱۳۹۱: ۱۳۵) علاوه بر این گسترش رایانه‌های شخصی و افزایش اتصال به اینترنت در خانه و محل کار منجر به ظهور معضلی به نام اعتیاد اینترنتی شده است. اعتیاد به اینترنت شامل اعتیاد به اتاق‌های گپ‌زنی، هرزه‌نگاری، قمار آنلاین و خریدهای اینترنتی می‌شود. اعتیادهای رفتاری، همچون اعتیاد به شبکه اینترنت می‌تواند موجب تخریب سلامت، روابط، احساسات و نهایتاً روح و روان فرد شود (احمدی و دیگران، ۱۳۹۵: ۵)

به اعتقاد دریفوس روابط رو در رو و عینی عامل مهمی در شکل‌گیری سرمایه‌های اجتماعی هستند. با توجه به اینکه سرمایه‌های مختلف مادی، انسانی، نمادین و اجتماعی قابل تبدیل به

همدیگر هستند، این موضوع در فضای واقعی به سادگی صورت می‌گیرد و این در حالی است که در فضای مجازی همه ی انواع سرمایه باید به سرمایه نمادین تبدیل شوند، که خود غیر قابل اعتماد و اتکا است. (رضانیا، ۱۳۸۹) افراد کار بیرون را به خانه می‌آورند و با آن مشغول می‌شوند و از خانواده، دوستان و فعالیت‌های دیگر باز می‌مانند. اینترنت ممکن است تماس با آشنایان را شدت بخشد، ولی به همان نسبت در توازن میان روابط ضعیف و قوی انحراف به وجود می‌آورد. در عین حال روابط آنلاین ممکن است در بعد خود متجانس باشد. افراد اغلب با پرداختن به یک علاقه خاص نظیر نمایش‌های اپرا، یا خرید اتومبیل بی‌ام و در محیط آنلاین ظاهر می‌شوند. این امر منجر به بروز دیدگاه‌های کوتاه بینانه و عدم دسترسی به اطلاعات جدید می‌شود. بنابراین اگر اینترنت سرمایه اجتماعی را کاهش دهد، کاربرد افراطی و بیش از حد آن باید در نهایت به عدم مشارکت سیاسی و سازمانی و تعهد افراد در یک جامعه بیانجامد. (ولمن و دیگران، ۲۰۰۱) در بعد بیرونی نیز همچنان که الگوهای ارتباطی به طور روزافزونی از مرزهای ملی فراتر می‌رود، ارقام اتصال به اینترنت و کاربران آن به طور تصاعدی در حال رشد است. انتشار پرشتاب اینترنت، ماهواره و فناوری‌های دیجیتالی، ارتباط همزمان میان بخش‌های وسیعی از جهان را ممکن ساخته است. در نتیجه بسیاری از کنترل‌های ملی اطلاعات بی‌اثر شده‌اند. امروزه نقش رسانه‌ها و میزان نفوذ آنها در ساخت سیاسی جوامع بر کسی پوشیده نیست. نقش عمده رسانه‌ها در شکل دهی به افکار عمومی باعث شده اهمیت رسانه‌ها تا این حد مورد توجه قرار گیرد. (اسکویی و دیگران، ۱۳۹۳: ۸۲)

در مجموع برخی از موضوعاتی که در اثر عملکرد فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی می‌توان نقش فاحشی در کاهش و یا تضعیف سرمایه اجتماعی داشته باشند را می‌توان در موارد زیر لحاظ نمود؛

- طرح و ایجاد مطالبات کاذب؛ ایجاد مطالبات کاذب توسط برخی از کاربران و نهادهای مدنی کاذب در فضای مجازی است که علاوه بر اینکه برخاسته از مطالبات واقعی جامعه مدنی نیست، باعث تخریب جامعه مدنی و تضعیف آن یا حتی ایجاد حساسیت منفی حاکمیت و دولت نسبت به جامعه مدنی و کنشگران مدنی واقعی در جامعه نیز می‌شود.

- غلبه حاشیه بر متن در فضای مجازی؛ یکی از چالش‌های فضای مجازی برای سرمایه اجتماعی، وجود حاشیه‌سازی‌های فراوان، برجسته‌سازی موضوعات کوچک، دامن زدن به شایعات و درگیری بخش اعظمی از کاربران به این موضوعات است. در صورتی که فعالیت مدنی بر مبنای پرهیز از جدال‌ها و جنجال‌های بی‌اساس و غیرضروری است. فضای مجازی طی این سال‌ها نشون داد که فضای

مناسبی برای گفتگو و حوزه عمومی و جامعه مدنی نیست. پر از حاشیه‌ها و شایعه‌هاست..(خانیکی و خجیر، ۱۳۹۸:۵۷)

- مدگرایی و مصرف گرایی؛ در زمینه مدگرایی باید گفت هم اکنون شاهد اوج گیری ارزشهای مصرف و مصرف گرایی هستیم، مردم بیش از گذشته به تجمل گرایی و مدگرایی روی می آورند و در این راستا شبکه های اجتماعی مجازی به شدت به این مسأله دامن می زنند، چرا که از این طریق بسیار کم هزینه، در کمترین زمان می توان اجناس مختلف را تبلیغ کرد. که به این ترتیب مردم از این کانال با اجناس تزئینی و لوکس بیشتر آشنایی پیدا می کنند و در آن آنها احساس نیاز به صورت هر روزی و لحظه به لحظه بازتولید می شود. به این ترتیب ارزشهای دینی و اخلاقی مربوط به گذشت و ایثار، قناعت، درست مصرف کردن، عدم اصراف و تبذیر و ... در این کارزار روز به روز کم رنگ تر و کم فروغ تر خواهند شد.(احمدی و دیگران، ۱۳۹۵:۱۸)

- کلاه برداری کاربران و نهادهای مدنی کاذب؛ از آنجاکه مردم به فعالیت داوطلبانه یا نهادهای مدنی اعتماد دارند این امکان برای برخی کلاه برداران فراهم شده است که در شبکه ها با ایجاد صفحه و حساب کاربری از شهروندان و اعتماد آن ها به نهادهای مدنی سوءاستفاده کنند.(خانیکی و خجیر، ۱۳۹۸:۵۷)

- شکل گیری و ترویج سریع شایعات و اخبار کذب: به علت عدم امکان شناسایی هویت واقعی اعضا و نیز عدم امکان کنترل محتوای تولید شده توسط کاربران شبکه های اجتماعی، یکی از مهم ترین پیامدهای منفی این شبکه ها، شکل گیری و ترویج سریع شایعات و اخبار کذبی خواهد بود که توسط برخی از اعضای این شبکه ها و با اهداف خاص و غالباً سیاسی منتشر می شود.(پایگاه خبری پلیس ایران، ۱۳۹۴)

- اعتماد اجتماعی بالا به چهره‌های مطرح و سلبریتی‌ها: از جمله دیگر عواملی که به نوعی شکل گیری آن برگرفته از فضای شبکه های اجتماعی می باشد و در کاهش و تضعیف سرمایه اجتماعی به ویژه برای جامعه ما نقش دارد، به موضوع سلبریتی ها بر می گردد. «در واقع به دلیل اینکه مردم اعتماد اجتماعی بالایی به چهره‌های مطرح و سلبریتی‌ها دارند، لذا بالا بودن سطح محبوبیت آن‌ها در افزایش اعتماد اجتماعی به این افراد تأثیرگذار است. هرگاه مقبولیت‌های که مردم از این سلبریتی‌ها دارند بنا به دلایلی از جمله پوشش متفاوت سلبریتی‌ها در داخل و خارج از کشور از بین برود، به‌طور حتم شاهد کاهش اعتماد اجتماعی و افزایش انزجار اجتماعی خواهیم بود؛ بر اساس دیدگاه اجتماعی نیز خشونت

در جامعه، از طریق مشاهده رفتار دیگران یاد گرفته می‌شود» (بقایی، ۱۳۹۸) و این آنومی اجتماعی باعث کاهش سرمایه اجتماعی از طریق تضعیف هنجارهای مسلط بر رفتارها می‌شود.

نتیجه گیری

در مجموع یافته های پژوهش می توان گفت که اولاً سرمایه ی اجتماعی از جمله مفاهیم چند وجهی در علوم اجتماعی است که عبارت‌اند از: اعتماد متقابل؛ تعامل اجتماعی متقابل؛ گروه‌های اجتماعی؛ احساس هویت جمعی و گروهی؛ احساس وجود تصویری مشترک از آینده؛ کار گروهی. همچنین محیط ایفای نقش سرمایه اجتماعی مشارکت مردم، درجه اعتماد مردم به دولت و رابطه امت و امام و سبک زندگی می باشد. در کنار آن مفهوم سرمایه اجتماعی که صبغه فرهنگی- اجتماعی دارد، بستر مناسبی برای بهره‌وری سرمایه انسانی و فیزیکی و راهی برای نیل به موفقیت قلمداد می‌شود. بنابراین در صورتی که در اثر تلاش علمی و رفتارهای نظام‌مند و معطوف به ارزش دستگاه‌های فرهنگی، میراث فرهنگی را به سرمایه اجتماعی تبدیل کنند و اعتماد بین دولت و ملت را تقویت نمایند، ضمن اینکه جامعه در مسیر توسعه و پیشرفت قرار خواهد گرفت، در عین حال سرمایه اجتماعی به عنوان پیشران ارتقای قدرت اجتماعی عمل می‌کند. و در کل منبع و منشا اصلی قدرت اجتماعی می باشد. اما عواملی در تقویت یا تضعیف سرمایه اجتماعی دخیل هستند، که از جمله آنها بنابه شرایط امروزه به رسانه ها و شبکه ای اجتماعی برمی گردد که دارای نقشی پر رنگ در حوزه های مختلف اجتماعی و تحولات مربوط به آن می باشند.

در کل موضوعی که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفت این بود که شبکه های اجتماعی صرفاً چه نقشی در تضعیف سرمایه اجتماعی می توانند داشته باشند که با بررسی های انجام شده مشخص گردید که اولاً شبکه های اجتماعی علاوه بر اینکه دارای ظرفیت هایی برای توسعه سرمایه اجتماعی هستند چالش هایی نیز دارند که باعث تضعیف سرمایه اجتماعی می شوند. در واقع فضای مجازی می تواند با خصوصی کردن اوقات فراغت، و یا با پنهان کردن روابط خصوصی افراد، زمینه ساز انحرافات اجتماعی برای جوانان باشد و میزان مشارکت اجتماعی را کاهش دهد. به عبارتی شبکه های اجتماعی به دلیل افزایش صرف زمان افراد در فضای اینترنت موجب کاهش ارتباطات واقعی و در نهایت باعث کاهش سرمایه اجتماعی افراد می گردد. همچنین ایجاد مطالبات کاذب که توسط برخی از کاربران و نهادهای مدنی کاذب در فضای مجازی مطرح می شود و علاوه بر اینکه برخاسته از مطالبات واقعی جامعه نیست، بلکه باعث تخریب جامعه مدنی و تضعیف آن یا حتی ایجاد حساسیت منفی حاکمیت و

دولت نسبت به آن و کنشگران مدنی واقعی در جامعه نیز می‌شود. و یا وجود حاشیه‌سازی‌های فراوان، برجسته‌سازی موضوعات کوچک، دامن زدن به شایعات بی‌اساس، روی آوردن به تجمل‌گرایی و مدگرایی که در این راستا شبکه‌های اجتماعی مجازی به شدت به این مسأله دامن می‌زنند و باعث تغییر ذائقه مصرف‌کنندگان می‌شود. و در قبال آن ارزشهای دینی و اخلاقی مربوط به گذشت و ایثار، قناعت، درست مصرف کردن، عدم اصراف و تذبذب کم رنگ خواهند شد. همچنین شکل‌گیری و ترویج سریع شایعات و اخبار کذب که منجر به کاهش و سلب اعتماد عمومی می‌گردد. همچنین عوامل دیگری که به نوعی شکل‌گیری آن برگرفته از فضای شبکه‌های اجتماعی می‌باشد و در کاهش و تضعیف سرمایه اجتماعی به ویژه برای جامعه ما نقش دارد بحث اعتماد اجتماعی بالا به چهره‌های مطرح و سلبریتی‌ها می‌باشد که اخیراً این مسئله به دلیل بافت خاص اجتماعی جامعه ما بسیار پررنگ‌تر نیز شده است. و در مجموع استفاده از شبکه‌های اجتماعی جدید به صورت افسارگسیخته و بدون هیچ‌گونه حد و مرزی که در نتیجه فقدان منابع شناختی و ترمیمی شکل می‌گیرد، موجب نوعی بحران هویت، مدگرایی، کم‌رنگ شدن ارزشهای دینی و اخلاقی، تنش‌های خانوادگی و دوستی‌های آسیب‌پذیر شده است که نتیجه آن کاهش و تضعیف سرمایه اجتماعی می‌باشد. به عبارتی در این زمینه ما نتوانسته‌ایم از نظر هنجاری و ارزشی استراتژی خاصی متناسب با فرهنگ و ارزشهای دینی و ملی نسبت به رسانه‌های اجتماعی مجازی نو پدید، اتخاذ کنیم. در واقع مردم در زمینه نحوه و میزان استفاده از آنها و نحوه آسیب‌زا بودن این رسانه‌ها اطلاعات چندانی ندارند. بنابراین روز به روز شاهد آسیب‌پذیری مردم و جوانان از این رسانه‌های جدید هستیم که موجبات تغییر و تحول ارزشی، هنجاری و نگرشی در مردم و جوانان می‌شوند و به آسیب‌های روانی و اجتماعی دامن می‌زنند. در پایان جهت مصون ماندن کاربران شبکه‌های اجتماعی از آسیب‌های احتمالی و بهره‌برداری از آثار مثبت این شبکه‌ها چند پیشنهاد ارائه می‌گردد: ۱. ایجاد و راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی سالم و مفید برای مبارزه با شبکه‌های اجتماعی مخرب؛ ۲. آموزش و فرهنگ‌سازی؛ ۳. نظارت کارشناسانه و مستمر بر فضای جوامع مجازی و برنامه‌ریزی برای آینده.

فهرست منابع

الف) منابع فارسی

احمدی، حبیب و منصوری، فردین و شاه چراغ، سید علی (۱۳۹۵). «بررسی ابعاد آسیب زای استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی در میان جوانان شهر کرمانشاه»، **دو فصلنامه مشارکت و توسعه اجتماعی**، دوره ۱، شماره ۲.

استونز، راب (۱۳۷۹). **متفکران بزرگ جامعه شناسی**، ترجمه مهرداد میردامادی، تهران: نشر مرکز.

امام خمینی (ره). **تحریر الوسیله**، جلد اول، بیروت: انتشارات دار التعارف، چاپ اول.

امام خمینی، سید روح الله (۱۳۷۹). **صحیفه امام**، دوره ۲۱ جلدی، تهران: موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.

انجمن جامعه شناسی ایران (۱۳۸۳). **مسائل اجتماعی ایران**، تهران: انتشارات آگاه.

آهنی، محمد رضا؛ ابراهیمی، خدایار (۱۳۹۲). «شبکه های اجتماعی مجازی»، **فصلنامه رصد جنگ نرم**، شماره ۲.

بقایی، سارا (۱۳۹۸). «رفتار دوگانه سلبریتی ها، زندگی در اتاق شیشه ای». **خبرگزاری ایرنا**. آدرس: <https://www.irna.ir/news/>

پاتنام، رابرت (۱۳۸۰). **دموکراسی و سنتهای مدرن**، ترجمه محمد تقی دلفروز، تهران: سلام.

تنهایی، حسین ابوالحسن (۱۳۷۹). **درآمدی بر مکاتب و نظریه های جامعه شناسی**، مشهد: انتشارات مرندیز و نی نگار.

توسلی، غلامعباس و امانی کلاریجانی، امرالله (۱۳۹۱). «سرمایه اجتماعی در شبکه های اجتماعی مجازی (سرمایه اجتماعی شبکه)»، **فصلنامه مدیریت فرهنگی**، سال ششم، شماره هفدهم.

جوادی بورا، علی و هاشم نژاد ابرسی، فاطمه (۱۳۹۶). «بررسی تاثیر میزان استفاده از رسانه های جمعی بر میزان اعتماد اجتماعی دانشجویان دانشگاه آزاد قائم شهر در سال ۱۳۹۶»، **دو فصلنامه مشارکت و توسعه اجتماعی**، دوره ۳، شماره ۵.

حبیب زاده، اصحاب و بخشی، روح الله (۱۳۹۵). «شبکه های اجتماعی مجازی و امنیت عمومی»، **فصلنامه دانش انتظامی**، شماره ۷۳.

حیدری، حسین و شاوردی، تهمینه (۱۳۹۲). «شبکه های اجتماعی مجازی و قومیت؛ فرصتها و تهدیدهای پیشرو»، **فصلنامه پژوهش های ارتباطی**، سال بیستم، شماره ۴، زمستان.

خانیکی، هادی و خجیر، یوسف (۱۳۹۸). «ظرفیت ها و چالش های شبکه های اجتماعی مجازی برای جامعه مدنی ایران». **فصلنامه مطالعات رسانه های نوین**، سال پنجم، شماره ۱۷.

- رضا نیا، آوات (۱۳۸۹). «بررسی سرمایه اجتماعی در اجتماعات مجازی». در **سایت مرکز آموزش و پژوهش موسسه همشهری**. : ۳۱۶۷/ <http://www.hamshahrtraining.ir/details/>
- سردارنیا، خلیل الله (۱۳۸۸). «اینترنت، جنبش‌های اجتماعی جدید و بسیج اعتراض‌ها (بررسی نظری و مصداقی چند جنبش اجتماعی)»، **فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی**، سال شانزدهم، شماره ۴، زمستان. شاه‌ی، رضا و آدینه‌وند، سلمان و آقابابایی، زهرا (۱۳۹۷). «رديابی تأثیرات اجتماعی فضای مجازی بر سرمایه اجتماعی در جامعه»، **فصلنامه دانش انتظامی شرق استان تهران**، (سال پنجم، شماره هجدهم). ضیایی‌پور، حمید و عقیلی، سید وحید (۱۳۸۸). «بررسی نفوذ شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان کاربران ایرانی»، **فصلنامه رسانه**، شماره ۸۰.
- ضیایی‌پور، حمید (۱۳۸۸). «جنگ نرم سایبری در فضای شبکه‌های اجتماعی»، **فصلنامه رسانه**، سال بیستم، شماره ۲.
- فوکویاما، فرانسیس (۱۳۸۵). **پایان نظم، سرمایه اجتماعی و حفظ آن**، ترجمه غلامعباس توسلی، تهران: حکایت قلم نوین.
- فوکویاما، فرانسیس (۱۳۷۹). **پایان نظم**، ترجمه غلامعباس توسلی، تهران: انتشارات جامعه ایرانیان.
- فیلد، جان (۱۳۸۶). **سرمایه اجتماعی**، ترجمه غلامرضا غفاری و حسین رضانی، تهران: کویر.
- کلمن، جیمز (۱۳۷۷). **بنیادهای نظریه اجتماعی**، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
- کوزر، لیویس (۱۳۷۲). «**زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی**»، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.
- گنجی، محمد و زارع غیاث‌آبادی، فاطمه (۱۳۹۴). «**رابطه استفاده از رسانه‌های جمعی و میزان سرمایه اجتماعی در شهر کاشان**». **فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی**، سال بیست و ششم، شماره پیاپی (۶۰)، شماره چهارم.
- لکزایی، نجف (۱۳۸۴). **سیر تطور تفکر سیاسی امام خمینی**، تهران: پژوهشگاه فرهنگ اندیشه اسلامی.
- مبشری، محمد (۱۳۸۷). «**سرمایه اجتماعی چیست**»، **روزنامه همشهری**، سه‌شنبه ۳۰ مهر، سال شانزدهم، شماره ۴۶۷۹.
- مرتضوی اسکویی، سید بهرام؛ اکبری، مرضیه سادات و بورقانی فراهانی، سهیلا (۱۳۹۳). «**تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سرمایه اجتماعی دانشجویان مطالعه‌موردی دانشجویان دانشگاه علوم و تحقیقات**»، **مجله مدیریت فرهنگی**، سال هشتم، شماره بیست و پنجم.
- معمار، ثریا؛ عدلی‌پور، صمد و خاکسار، فائزه (۱۳۹۱). «**شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران)**». **فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماع در ایران**، شماره ۴، دوره اول. زمستان.

فصلنامه راهبرد سیاسی؛ سال ششم، شماره ۱۴، پیاپی ۲۳، زمستان ۱۴۰۱

موسوی، سید کمال الدین و اسدزاد احمدآبادی، معصومه (۱۳۹۴). «تحلیل جامعه شناختی فرهنگ اعتماد در فضای مجازی». فصلنامه مطالعات رسانه های نوین، سال اول، شماره ۴.
نقیب زاده، احمد و استوار، مجید (۱۳۹۱). «بوردیو و قدرت نمادین». فصلنامه سیاست، دوره ۴۲، شماره ۲، تابستان.
و ثوقی، منصور و رحمانی خلیلی، احسان (۱۳۹۳). «رابطه رسانه های جمعی و سرمایه اجتماعی در کلان شهر تهران». فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات، سال پانزدهم، شماره ۲۶.

ب) منابع انگلیسی

BARRY WELLMAN, et.all (2001). Does the Internet Increase, Decrease, or supplement Social Capital?: Social Networks, Participation, and Community Commitment, American Behavioral Scientist 45: 436
Bourdieu, pier (1985). "the forms of capital", in handbook of theory and research for the sociology of education, ed. J.G. Richardson, pp:241-258, New York: Green wood.
Field, John (2003). "Social Copital", London and New York: Routledge Taylor & Francis Group.

