

بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر توسعه قانون‌گرایی و سرمایه اجتماعی در استان سمنان

رضا الیاسی^۱، حمیدرضا محمدزاده مهنه^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۲/۰۴

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۲/۲۱

چکیده

امروزه شبکه‌های اجتماعی مجازی ساکن‌دار اقیانوس پرتلاطم اینترنت هستند. شبکه‌هایی که مبتنی بر فناوری «وب ۲» فعالیت می‌کنند و با اجتماع‌گرایی مجازی نقش اساسی در معادلات رسانه‌ای جهان بازی می‌کنند. فیس‌بوک جزو یکی از مهم‌ترین و پُرکاربردترین شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌باشد که امروزه باعث توسعه در تعامل اجتماعی کشورها شده است. از طرفی قانون‌گرایی و سرمایه اجتماعی، دامنه کاربرد و پژوهش بالقوه گسترده‌ای دارد. مفهوم سرمایه اجتماعی و توسعه به طور روزافزون در حال گسترش است. این دو عبارت که در سال‌های اخیر وارد حوزه علوم اجتماعی شده است، دریچه‌ی تازه‌ای را در تحلیل و علت‌یابی مسائل اجتماعی گشوده است و گاهی در قلمرو رسانه‌های جمعی مطرح می‌شود. در این راستا لازم است تا تأثیر این دو امر مهم و گسترده، یعنی تأثیر فیس‌بوک بر سرمایه اجتماعی و توسعه استان سمنان مورد سنجش و ارزیابی قرار گیرد.

واژگان کلیدی: سرمایه اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی، قانون‌گرایی، سمنان.

^۱ کارشناسی ارشد علوم اجتماعی.

^۲ کارشناسی ارشد حقوق، دانشگاه علوم انتظامی امین، دانشکده علوم و فنون مرز.

مقدمه

شبکه‌های اجتماعی دستاورد اینترنت و فناوری اطلاعات و ارتباطات و کاربردهای آن می‌باشند. شبکه‌هایی که مبتنی بر فناوری «وب ۲» فعالیت می‌کنند و با اجتماع‌گرایی مجازی نقش اساسی در معادلات رسانه‌ای جهان بازی می‌کنند. این شبکه‌ها، فضای ایجاد کرده‌اند که کاربران می‌توانند به جبران محدودیت‌ها و موانع فضای واقعی زندگی بپردازند و بر سرمایه‌های مختلف، از قبیل؛ اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و... تاثیر به‌سزایی می‌گذارد. آنچه در این تحولات قابل توجه هست، نقش رسانه‌های ارتباط جمعی و به خصوص شبکه‌های اجتماعی مجازی از جمله فیس‌بوک در اطلاع‌رسانی و سرمایه اجتماعی است. از طرفی سرمایه اجتماعی نیز از مفاهیم نوینی است که امروزه در بررسی‌های اقتصادی و اجتماعی جوامع توسعه و مدرن مطرح گردیده است. مطالعات و تحقیقات وسیعی در این زمینه توسط صاحب‌نظران و دانشمندان صورت گرفته است. از آنجایی که شبکه‌های اجتماعی مجازی، قانون‌گرایی و سرمایه اجتماعی و توسعه در کشور دارای اهمیتی فزاینده است، بهتر است اهمیت تاثیر این شبکه‌های اجتماعی مجازی، به طور خاص فیس‌بوک را بر سرمایه اجتماعی بررسی کنیم.

بیان مسئله

از زمان فردیناند تونیس و تلاش وی در تعریف دو گونه تجمع انسانی یعنی «اجتماع» و «جامعه» به بعد، همه متفکران علوم اجتماعی، موارد زیر را به‌عنوان ویژگی‌های بنیادین «اجتماع» پذیرفتند. ویژگی‌های بنیادین اجتماع شامل موارد زیر است:

رو در رو بودن، محدودیت تعداد، ابتناء بر روابط عاطفی و نه روابط عقلانی (همان). شبکه‌های اجتماعی، در حقیقت، مجموعه‌ای از وبسایت‌های می‌تنی بر «فناوری‌های وب ۲» است که با قابلیت ایجاد شبکه و ارتباطات مجازی تعاملی در فضای سایبر، به تاثیرگذاری بر سایت‌های رسمی می‌پردازند. فیس‌بوک، توئی‌تر، فرندفیدز، بالاترین، بازنگار، دیگ، دلشیز، گروه‌های ایمیلی و بلاگ‌ها، چت‌روم‌ها و فروم‌ها از جمله سایت‌هایی هستند که قابلیت شبکه‌سازی وسیعی را در اینترنت ایجاد کرده‌اند. در سال‌های اخیر «شبکه‌های اجتماعی مجازی» با سرعتی بی‌نظیر گسترش یافته‌اند. در واقع شبکه‌های اجتماعی مانند: مای اسپیس، فیس‌بوک، اورکات و... بستری جدید برای ایجاد شبکه‌های مجازی میان افراد هستند و در مدت زمانی کوتاه به سرعت رشد کرده‌اند (توسلی و موسوی، ۱۳۸۲).

مفهوم شبکه‌های اجتماعی

مفهوم شبکه اجتماعی نخستین بار در سال ۱۹۴۰ در اثر انسان‌شناسی توسط براون معرفی شد. سپس در اواسط دهه ۱۹۵۰ این مفهوم توسط بات و بارنز مورد استفاده قرار گرفت. یک شبکه اجتماعی، یک ساختار متمرکز اجتماعی است که از گره‌هایی، اغلب به‌عنوان فرد یا سازمان، تشکیل شده است. این گره‌ها، توسط یک یا چند نوع خاص از وابستگی بهم متصل می‌شوند. مثال‌هایی از وابستگی‌ها شامل؛ اشتراکات، علایق، ایده‌ها، دوستی، خویشاوندی، لینک‌های وب، مسافرت قیمت‌ها، الهامات، ایده‌ها و تبادلات مالی، تجاری، سرایت بیماری‌ها (اپیدمولوژی) یا مسیرهای هواپیمایی است. ساختارهای حاصل از شبکه‌های اجتماعی، اغلب بسیار پیچیده هستند.

شبکه اجتماعی فیس بوک

فیس‌بوک، یک سایت و شبکه اجتماعی مجازی است که از سوی سازنده جوان خود «مارک زاکربرگ» در ۴ فوریه سال ۲۰۰۴ میلادی، در دانشگاه هاروارد آمریکا راه‌اندازی شد. شعبه مرکزی فیس‌بوک در کالیفرنیا قرار دارد و از قوانین دولت آمریکا پیروی می‌کند. این سایت اکنون از نظر تعداد کاربر عضو و از نظر کارشناسان در زمینه سایت‌های اجتماعی، برتر از دیگر شبکه‌های اجتماعی است. طبق آمار ارائه شده از سوی سایت فیس‌بوک تا پایان سال ۲۰۱۰ این سایت در سراسر جهان بیش از ۵۰۰ میلیون کاربر خواهد داشت.

قابلیت‌های فیس‌بوک

در این وب سایت کاربران می‌توانند مانند یک کامپیوتر شخصی، برنامه‌هایی روی آن نصب یا حذف کنند. اشتراک فایل، قراردادن فایل‌های تصویری، ویدئویی، صوتی و انجام تبلیغات و غیره از جمله دیگر قابلیت‌های ارائه شده در این سایت است. هر چند نمی‌توان از مهم‌ترین کاربرد آن یعنی دوست‌یابی چشم‌پوشی کرد. اکثر قریب به اتفاق اعضای فیس‌بوک علاوه بر بهره‌گیری از سایر امکانات موجود در این سایت، از این ویژگی مهم صرف‌نظر نمی‌نمایند و هدف عمده از فیس‌بوک، که همان تعامل اینترنتی کاربران می‌باشد را محقق می‌نمایند (عاملی، ۱۳۸۸: ۱۰۴). محیط فیس‌بوک در واقع مجلسی از دوستان و آشنایان یک کاربر به‌شمار می‌آید. فیس‌بوک با ارائه امکان عضوگیری در تعداد بالا، به کاربران اجازه می‌دهد تا در هر لحظه دوستان جدیدی را

به مجموعه دوستان خود اضافه کنند. کاربران در فیس‌بوک دارای یک صفحه شخصی هستند. آن‌ها می‌توانند گروه تاسیس کنند و یا در گروه‌های دیگر عضو شوند. کاربران می‌توانند برای خود آلبوم عکس انتخاب کنند و افرادی را به لیست دوستانشان اضافه کنند. تنظیمات و امکاناتی در صفحه اصلی فیس‌بوک هر کاربر وجود دارد، که یکی از آن‌ها؛ پروفایل کاربر است (همان: ۱۰۵). پروفایل هر کاربر شامل ۶ بخش مجزا است:

۱- اطلاعات

۲- پایه

۳- تماس

۴- شخصی

۵- حرفه

۶- دوره‌ها

۷- تصویر (همان).

کاربران می‌توانند اطلاعاتی پیرامون شهر محل زندگی، اقامتگاه فعلی‌شان، منافع شخصی، اطلاعات شغلی و یا عکس‌های توصیفی از خودشان را نیز در پروفایل خود قرار دهند که البته در هر زمانی و بدون اطلاع قبلی و به صلاح‌دید کاربر امکان تغییر، اصلاح، اضافه و یا حذف بخشی از مطالب امکان پذیر است (همان: ۱۰۶). با توجه به حجم اطلاعاتی که هر کاربر می‌بایست برای عضو شدن در این سایت بیان نماید و همچنین مطالب گفته شده، محرمانه ماندن اطلاعات وارد شده از دغدغه‌های اصلی کاربران این سایت محسوب می‌شود که طی تحقیقات «جوز و سولترن» تحت عنوان «فیس‌بوک: تهدید حریم خصوصی» به صراحت اعلام می‌شود که «فیس‌بوک هیچ مسئولیتی در قبال هرگونه خطا، حذف، آسیب و یا مرگ انسان‌ها، نتایج استفاده اشخاص از وب سایت، شامل هر پستی در این وبسایت یا تعامل بین استفاده کنندگان وبسایت چه به صورت آفلاین و چه به صورت آنلاین سرقت یا تخریب، ایجاد نقص فنی برای شبکه‌های تلفن و یا هر خط، سرویس دهندگان، تجهیزات کامپیوتر، سوءاستفاده از ایمیل کاربران و یا تغییر کاربر را بر عهده نمی‌گیرد و کاربران همواره در معرض خطر قرار دارند» (همان).

تاریخچه مفهوم سرمایه اجتماعی

هر یک از دانشمندان از منظری خاص به مقوله سنجش سرمایه اجتماعی پرداخته‌اند. سابق و پیشینه مفهوم سرمایه اجتماعی در آرای اندیشمندان متأخر و کلاسیک چون؛ لان وین‌تر، کارل مارکس، جورج زیمل، امیل دورکیم، تالکوت پارسونز، مارکس وبر، فرانسیس فوکویاما، گلن لوری، ایوان لایت، جیمز کلمن، پیر بوردیو، رابرت پانتام، کریشنا، داگلاس نورث، دوتوکویل، گری بکر، اولسون، دنیس مولر، نشان می‌دهد هر یک از منظری به سرمایه اجتماعی پرداخته‌اند. اما به طور کلی بر آنچه وفاقی نسبی وجود دارد، این است که استفاده از این واژه اولین بار در معنایی که امروز با آن سر و کار داریم به سال ۱۹۱۶ و به نوشته‌های لیداجی هانیفان، سرپرست وقت مدارس ویرجینای غربی در آمریکا باز می‌گردد. او در توضیح اهمیت مشارکت در تقویت حاصل کار مدرسه، مفهوم سرمایه اجتماعی را مطرح کرده است (تاجبخش، ۱۳۸۴: ۵۳۴).

بعد از هانیفان، اندیشه سرمایه اجتماعی تا چندین دهه ناپدید شد؛ ولی در دهه ۱۹۵۰، گروهی از جامعه‌شناسان شهری کانادایی و... در دهه ۱۹۶۰ یک نظریه‌پرداز مبادله (هومانس، ۱۹۶۱) و در دهه ۱۹۷۰ اقتصاددانی به نام لوری آن را دوباره احیا کردند. فرانسیس فوکویاما نیز در کتاب «پایان نظم (سرمایه اجتماعی و حفظ آن)» مبنای استفاده از اصطلاح سرمایه اجتماعی را به دهه ۶۰ میلادی باز گرداند. او متذکر می‌شود که اصطلاح سرمایه اجتماعی تا آنجا که من از آن آگاه شدم، نخستین بار در اثر کلاسیک جین جاکوب؛ «مرگ و زندگی شهرهای بزرگ آمریکایی» به کار رفته است که در آن، توضیح داده بود که شبکه‌های اجتماعی فشرده در محدوده‌های قدیمی و مختلط شهری، صورتی از سرمایه اجتماعی را تشکیل می‌دهند و در ارتباط با حفظ نظافت، عدم وجود جرایم خیابانی و دیگر تصمیمات در مورد بهبود کیفیت زندگی، در مقایسه با عوامل نهادهای رسمی مانند نیروی حفاظتی پلیس و نیروی انتظامی، مسئولیت بیش تری از خود نشان دادند (همان منبع).

اثرات روحی - روانی استفاده از فیس‌بوک بر جامعه

تأثیر فیس‌بوک را بر زندگی ماشینی و کامپیوتری مردم به خصوص نسل جوان نمی‌توان انکار کرد. جوانان با فیس‌بوک می‌خوابند و بیدار می‌شوند، این وب‌سایت اولین جایی است که معمولاً توسط اکثر جوانان مورد بازدید قرار می‌گیرد. امکانات این وب‌سایت نظیر امکان گفت‌وگوی آنلاین با دوستان، به اشتراک گذاردن عکس و آلبوم، اعلان کنسرت‌ها و برنامه‌های اجتماعی و

همچنین سرویس امکان نما و... زندگی مردم را طوری تحت تاثیر قرار داده است که حتی برخی برآورده شدن نیاز ارتباطات روزمره خود را بر روی آن جست‌وجو می‌کنند (جانسون، ۲۰۰۷: ۱۶). یکی دیگر از دلایل اعتیاد به فیس‌بوک و یا به عبارت دیگر موفقیت فیس‌بوک در جلب مردم را می‌توان گسترش زندگی ماشینی، افزایش فاصله و محدودیت‌های اجتماعی نامید. با فیس‌بوک دیگر نگران دوری از دوستان نیستید، با آن‌ها در تماس هستید و از رویدادهای مختلف آگاه می‌شوید. محدودیت بین جوانان که توسط خانواده‌ها و اجتماع ایجاد می‌شوند، رنگ باخته و دیگر در فیس‌بوک معنا ندارند زیرا که کنترلی برای آن نیست. با نگاهی اجمالی به موارد بالا و کمی تامل می‌توانید به تغییرات ندریجی اما بسیار جدی در زندگی‌مان بیشتر پی ببریم (همان منبع).

نقش رسانه‌ها در ایجاد سرمایه اجتماعی

ظهور رسانه‌های همگانی سبب شد گسترش عظیم اعتماد مبتنی بر اوهام کاهش یابد (کلمن، ۱۳۷۷: ۲۹۴). به اعتقاد وی به‌نظر می‌رسد که اخیراً تغییری در رسانه‌ها در جهت کم شدن میزان اعتماد به‌وجود آمده است. کاهش اعتماد آمریکاییان بزرگسال از مصادیق آن است. از طرفی در سال‌های اخیر تکنیک‌های جدید رسانه‌ای سبب بازسازی و باز پس‌گیری اعتمادها شده است. رشد و افزایش اعتماد به اخبار تلویزیون و ثبات اعتماد به مطبوعات نشان می‌دهد که کاهش اعتماد به بعضی نهادها، ممکن است ناشی از قدرت فزاینده رسانه‌ها، به‌عنوان منبع و تفسیر کننده اطلاعات باشد (کلمن، ۱۳۷۷: ۹۶). رسانه‌های همگانی به گونه‌ای فزاینده تبدیل به واسطه‌هایی شده‌اند که افراد به قضاوت آنها اعتماد می‌کنند. پذیرش رسانه‌ها به منزله واسطه‌هایی که باید به قضاوت آنها اعتماد کرد، سبب شده است در مواردی که رسانه‌ها توسط دولت‌ها کنترل نمی‌شوند، استقلال پرخاشگرانه‌ای را به نمایش بگذارند (کلمن ۱۹۸۱). به این وضعیت روزنامه‌نگاری کاوش‌گرانه می‌گویند. رسانه‌های همگانی، هنگامی که کاستی‌های نخبگان مورد اعتماد را آشکار می‌سازند، می‌توانند مخاطبان خود را گسترش و کاهش اعتماد، یعنی حداکثر و حداقل نوسان، تا اندازه زیادی بستگی به منابع سه‌گانه اطلاعات دارد. یکی از این منابع سه‌گانه اطلاعات، رسانه‌های جمعی هستند که علاوه بر تولید اطلاعات، تفسیر و آموزش را نیز چاشنی آنها می‌کند. تغییرات کوتاه مدت در ساختارهای ارتباط، می‌تواند علت بسط یا قبض انواع اعتمادها باشد. نفوذ و گسترش سینما، تلویزیون و سایر رسانه‌های همگانی در گروه-

های مختلف سنی سبب بسط اعتماد اجتماعی میان نسلی در زمینه در حوزه‌های مختلف فرهنگ، سیاست و اقتصاد مصرف شده است. رسانه‌های همگانی از روش‌های مختلف سبب تقویت سرمایه‌های اجتماعی جامعه می‌شوند. گفته شد که رسانه‌های همگانی یکی از منابع سه‌گانه اطلاعات هستند. منابع گوناگون و متنوع اطلاعات مسیر اصلی و کلیدی ارایه و آگاهی‌ها دانش و معلومات است (ویدال، ۱۹۹۳). مسیرها و روش‌های عمده تأثیرگذاری رسانه‌ها در تقویت یا تضعیف سرمایه‌های اجتماعی را می‌توان در موارد زیر دسته‌بندی کرد.

مشارکت در استان سمنان

یکی از مهم‌ترین مولفه‌های سرمایه اجتماعی استان سمنان «مشارکت» است. مشارکت به معنی شرکت دادن یا شرکت کردن و مترادف واژه لاتین (Participation) به معنی سهم داشتن و سهم خواستن است. از این‌رو، مشارکت برابر است با کسب قدرت به معنای توان دسترسی به منابع لازم برای حفظ معیشت و کنترل این منابع، از این‌رو می‌توان مشارکت را شرکت موثر همه افراد گروه در امور جمعی از طریق بسیج کلیه امکانات بالقوه گروهی به‌منظور استفاده از آنها در فرآیند تصمیم‌گیری و اجرا دانست. برای تحقق مشارکت عناصری لازم است که مهم‌ترین آنها عبارت‌اند از:

- تلاش‌های سازمان یافته گروه‌ها و افراد.
- ایجاد انگیزه‌ها و محرک‌های لازم که می‌تواند پاداش باشند. آگاهی و دانش نسبت به کنشی که می‌خواهد در آن مشارکت داشته باشند.
- اعتقاد به باورها و ارزشی بودن مورد یا مصداقی که قرار است برای آن مشارکتی صورت پذیرد.

این باورها و ارزش‌ها می‌تواند سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و یا اقتصادی باشد. بدون تردید، رسانه‌های جمعی، اعم از تلویزیون و مطبوعات و سایر رسانه‌ها، درافزایش و یا کاهش مشارکت در پدیده‌ها و مسایل اجتماعی نقش ارزنده‌ای ایفاء می‌کنند. رسانه‌های جمعی با انگیزه، تشویق‌های لازم، با اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی گروه‌ها و روشن ساختن وقایع در مسایل اجتماعی و مشارکت مردم نقش برجسته‌ای بر عهده دارند از این‌رو، رسانه‌های توانایی کانالیزه کردن و سازمان دادن مشارکت مردم را دارند و می‌توانند با ارایه اطلاعات و آگاهی‌های لازم پیرامون یک واقعه اجتماعی افکار عمومی را به سوی آن بخوانند. دعوت به مشارکت مردم در انتخابات یا

کمک‌رسانی به مصیبت دیدگان یک فاجعه اجتماعی از ساده‌ترین مصادیق‌های مشهور هستند. مهم‌ترین مسیر رسانه‌ها برای جلب مشارکت، آموزش است. آموزش مفاهیم «همبستگی»، «اتحاد»، «تعاون» که شالوده‌های حیات اجتماعی هستند، از عناصر مشارکت و از بسترهای مشارکت هستند. پس مفهوم مشارکت، اولاً یک فرآیند چند بعدی است که بتدریج اتفاق می‌افتد و چند جنبه است و ثانیاً دارای مختصات مفهومی دیگری مثل برنامه‌ریزی، تصمیم‌گیری، اجرا، مدیریت، نظارت و ارزیابی است. مشارکت می‌تواند در برگزیده اشکال گوناگون فعالیت اجتماعی باشد، مانند: فعالیت سیاسی، فرهنگی، آموزشی و... مشارکت فرآیندی چند فرهنگی است. زیرا در صدد است همه اجزای فرهنگی تشکیل دهنده جامعه را دربر گیرد. این به معنای «ادغام» یا «یکپارچه سازی» نیست، بلکه دخالت دادن برابر افراد است. این امر سبب می‌گردد که مشارکت به صورت ضمنی حق متفاوت بودن، تجربه کردن و اشتباه کردن به مشروع می‌سازد. مشارکت در حوزه آموزش، یکی از مهمترین بسترها و زمینه‌های مشارکت بوده که بویژه مورد تاکید یونسکو نیز می‌باشد. اصولاً هر فردی اعم از تحصیل کرده یا غیر آن حق دارد که در امور جامعه نقشی را ایفاء کند. اما تجربیات نشان داده است که فرد تنها زمانی می‌تواند موثر باشد که آموزش پایه ای را طی کرده باشد، آموزشی که دانش لازم برای مشارکت فعال در توسعه جامعه را فراهم باشد. اهمیت آموزش در همین جاست (همان منبع: ۴۲). تجربیات نشان داده است که مشارکت مبتنی بر شرایط بسیار نابرابر آموزشی و اطلاعاتی، این خطر را در پی دارد که نابرابری‌های موجود را تشدید کند. مشارکت در متون علوم اجتماعی دارای سه بعد است، به تعبیری مشارکت، در سه حوزه کاملاً مجزا صورت می‌پذیرد: که البته هر کدام از این حوزه‌ها از بسترهای ساختن سرمایه اجتماعی هستند.

این سه حوزه عبارت‌اند از:

۱. مشارکت در تصمیم‌گیری
۲. مشارکت در نظارت
۳. مشارکت در اجرا و عمل.

این سه حوزه، حوزه‌هایی هستند که رسانه‌های جمعی به صورت مستقیم یا غیرمستقیم در تقویت کمی و کیفی آنها نقش برجسته‌ای دارند. زیرا از طرفی، عمل مشارکت فی نفسه نیازمند «آگاهی و دانش» است، و از طرفی مادام که «اعتماد تعمیم یافته» وجود نداشته باشد، حتی اگر

دانش و آگاهی وجود داشته باشد، از مشارکت صورت نمی‌پذیرد. از این‌رو، اعتماد، مشارکت و آگاهی لازم و ملزوم همدیگر هستند. برخی از این موارد، از وظایف تعریف شده رسانه‌ها هستند. آگاهی و دانش: آگاهی و دانش از دیگر مولفه‌های سرمایه اجتماعی می‌باشد. آگاهی به معنای ادراک و فهم واقعی محیط اجتماعی است. در واقع آگاهی به معنی اطلاع و درک وظایف شهروندی در حوزه‌های مختلف حیات اجتماعی اعم از آگاهی‌های سیاسی، فرهنگی، اجتماعی است. انتقال آگاهی و دانش، در بستر «آموزش» صورت می‌پذیرد. رسانه‌های جمعی فراگیرترین ابزارهای آموزش در هر اجتماعی هستند و با استفاده از تکنیک‌های متنوع و خاص خود به این امر همت می‌گمارند.

تقویت و گسترش اعتماد اجتماعی میان شهروندان سمنان و یا نهادها و گروه‌های اجتماعی یکی از مهم‌ترین ابعاد سرمایه اجتماعی است که به دلیل تمرکز افزایش قدرت تجزیه و تحلیل مردم از اوضاع، بهترین مولفه در این زمینه است. در یک تقسیم‌بندی کلی، منابع ایجاد سرمایه اجتماعی به منابع رسمی و غیررسمی یا نهادی و غیرنهادی تقسیم می‌شود، ضمن اینکه این منابع دوگانه بر یکدیگر تأثیر و تأثر متقابل دارند. منظور از رسمی یا نهادی این است که هنجارها در نتیجه کنش هدفمند و موثر بر اجتماع از طریق نهادی مانند دولت ساخته شده باشد. نهادهای رسمی مانند قوانین و نظام‌های قانونی نیز در طول زمان هنجارهای رسمی را ایجاد می‌کنند آموزش و پرورش، خانواده، دین و رسانه و ایدئولوژی از جمله منابع تشکیل سرمایه اجتماعی هستند که بر حسب ماهیت و محتوایی که دارند، می‌توانند میزان و انواع متفاوتی از سرمایه اجتماعی را شکل دهند (قنبری، ۱۳۸۲).

نقش و اهمیت سرمایه اجتماعی در زندگی مردم استان سمنان

امروزه سرمایه اجتماعی، نقشی بسیار مهم‌تر از سرمایه فیزیکی و انسانی در استان سمنان ایفا می‌کند و شبکه‌های روابط جمعی انسجام بخش میان انسان‌ها و سازمان‌هاست. 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 (تاج بخش، ۱۳۸۴: ۴۸). سرمایه اجتماعی دامنه کاربرد و پژوهش بالقوه گسترده‌ای دارد و از ملاحظات نظری، تاریخی و فلسفی در رشته‌های مختلف علوم اجتماعی همچون جامعه‌شناسی، اقتصاد و تاریخ گرفته تا ایجاد شاخص‌های مناسب برای شرایط مختلف، مشکلات حوزه‌های گوناگون همچون بهداشت

خانواده، آموزش، سیاست‌گذاری، سازمان‌های غیر دولتی، تصمیم‌گیری‌های جمعی، تأمین اجتماعی و همچنین طیف وسیعی از شرایط تجربی که می‌توان به مطالعه سرمایه اجتماعی در آن پرداخت؛ یعنی شهرها و روستاها، کشورها فرهنگ‌های مختلف را دربر می‌گیرد (همان منبع). سرمایه اجتماعی یعنی اعتماد و شبکه‌های تعاملی که می‌تواند با تسهیل اقدامات هماهنگ، کارآیی گروه را در دستیابی به برخی اهداف خود بهبود بخشد. نقش چشمگیر سرمایه اجتماعی و نحوه حضور آن در زندگی کنشگران اجتماعی به عنوان راه درمانی برای مشکل تولید کالاهای عمومی توجه بسیاری از جامعه‌شناسان را به خود جلب کرد.

بر اساس تحقیقی که در سال ۱۹۹۸ توسط مرکز توسعه نیروی کار انجام شد، ۷۰ درصد دانشی که در محیط‌های کاری آموخته می‌شود توسط رابطه غیر رسمی منتقل می‌گردد. شرکت‌های هوشمند بر دانش مورد نیاز شرکت تسلط پیدا کرده، با ایجاد سرمایه‌های اجتماعی به عنوان یک شایستگی سازمانی، این دانش را به مرحله اجرا می‌گذارند. این فرهنگ سازمانی با آموزش، مشاوره و نظارت، تقسیم نظریات خوب و همکاری و تشریک مساعی به‌جای رقابت با یکدیگر، باعث افزایش میزان یادگیری می‌شوند (جفری ففر و رابرت ساتن، ۱۳۸۵: ۱۸).

نقش رسانه‌های جمعی در سرمایه اجتماعی، قدرت و امنیت از دیدگاه نظریه پردازان: اگر چه فوکویاما، از دین، ایدئولوژی، آموزش و پرورش به عنوان منابع سرمایه اجتماعی یاد کرد، اما آنتونی گیدنز و تاجفل از رسانه‌های جمعی و همگانی به عنوانابزارهای اشاعه سرمایه اجتماعی یاد می‌کنند. در واقع رسانه‌های همگانی ابزار شناسایی، استمرار و ترویج و یا حفظ و انتقال سرمایه‌های اجتماعی جامعه هستند. با عنایت به تعریف سرمایه اجتماعی، طبیعی است که رسانه‌های جمعی در آرایش فکری نیروهای مختلف اجتماع در عرصه‌های مختلف حیاتی اجتماعی، صاحب موقعیت ممتازی در اثرگذاری باشد. به طور کلی ظهور رسانه‌های همگانی سبب کاهش رشد سریع اعتماد مبتنی بر اوهام شد (کلمن، ۱۳۷: ۹۶). مسئله دیگری که باید به آن توجه کنیم، گسترش جنبه‌ها و ابعاد مفهوم امنیت است. این مسئله به حوزه داخلی هم سرایت پیدا کرده و عدی خارج امنیت از حالت تک بُعدی شده و از حالت صرف امنیت نظامی و انتظامی به ابعاد دیگری همچون امنیت اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و... نیز بسط یافته است. در بسط و گسترش ابعاد امنیت، عوامل زیادی دخیل بوده‌اند که از مهم‌ترین این عوامل می‌توان به پیدایش و رشد رسانه‌های جمعی و تأثیر این رسانه‌ها در رشد افکار عمومی و به چالش کشیدن قدرت دولت‌ها و یا برعکس، ازدیاد قدرت دولت‌ها اشاره کرد (همان: ۱۲۷). اهمیت روز افزون

رسانه‌ها در ساز و کار تحولات اجتماعی و سیاسی از ماهیت این ابزار ناشی می‌شود، زیرا اطلاعات در جهان معاصر از منابع قدرت قلمداد می‌شوند. امروزه نقش اطلاعات در ساز و کارهای تصمیم‌گیری از اهمیت بالایی برخوردار است و همین، نقطه تلاقی رسانه و قدرت را شکل می‌دهد. در طلیعه قرنیه که اطلاعات جایگاه ابزار رسانه مخصوصاً به مثابه‌ی منبع اولیه و مهم قدرت مطرح است، حساسیت بالایی دارد. اگر در برداشتی وسیع، امنیت را پویایی و پایداری ارزش‌ها و هنجارها در اشکال انتزاعی و انضمامی آن بدانیم، با توجه به تأثیر مستقیم و غیرمستقیم اطلاعات و تأثیر پنهان و آشکار رسانه در شکل دهی و تحول ارزش‌ها و هنجارها، به راحتی می‌توان از آثار ناشی از تولد رسانه‌های تازه بر امنیت ملی سخن گفت. این ارتباط در صورتی که در چارچوب الگویی خاص به تعریف درآید، پویایی و بالندگی هر دو عامل یعنی رسانه و امنیت را در پی خواهد آورد. (همان: ۱۲۸).

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

تغییرات کوتاه مدت در ساختارهای ارتباطی، می‌تواند علت بسط یا قبض انواع اعتمادها باشد. نفوذ و گسترش سینما، تلویزیون و سایر رسانه‌های همگانی در گروه‌های مختلف سنی سبب بسط اعتماد اجتماعی میان نسلی در حوزه‌های مختلف فرهنگ، سیاست و اقتصاد مصرف شده است. رسانه‌های همگانی از روش‌های مختلف سبب تقویت سرمایه‌های اجتماعی جامعه و به تبع آن افزایش قدرت نرم و امنیت ملی یک کشور می‌شوند. رسانه‌ها به همان‌گونه که می‌توانند با کاربرد تاکتیک‌های مختلف به جنگ نرم در مقابل هدف مورد نظر خود بپردازند، با همان تکنیک‌ها می‌توانند منابع قدرت نرم یک کشور یعنی کارآمدی حکومت، سرمایه اجتماعی، اقتدار و جذابیت را تقویت کرده و با افزایش سطح رضایت، حساسیت و اعتماد سیاسی مردم میزان مشارکت نهادمند، مستمر و قانونی مردم را تصعید و مشروعیت دولت را افزایش دهند. فیس‌بوک به واسطه دربرگیری جهانی عظیم، قادر است الگوهای انگیزشی و فرهنگی افراد را تغییر دهد. معیارهایی جدید را برای یکپارچگی و تجانس در جامعه ارائه دهد. اهداف جمعی اعضای عضو و به تبع آن بخش گسترده‌ای از جامعه را با توجه به اهداف و سیاست‌های خود تغییر دهد و زمینه انطباق آنان با اهداف و الگوهای جدید را فراهم می‌نماید. اگر نقش رسانه‌های جمعی و امروزه شبکه‌های اجتماعی را در ایجاد نگرش و دیدگاه‌ها فراموش نکنیم و در نظر داشته باشیم که بخشی از فعالیت‌های این قبیل رسانه‌ها، بیان، توسعه و پخش نظرات بر اساس

روابط درون سازمانی خود می‌باشد، می‌توانیم به این امر اذعان داشته باشیم که فیس‌بوک قدرتی است که مناسبات اجتماعی حاکم میان افراد را تغییر می‌دهد. ارتباط‌هایی که توسط این فضای مجازی شکل می‌گیرد و به سرعت توسعه می‌یابد، در زندگی جاری افراد و در نهایت در سرمایه اجتماعی تغییراتی شگرف را باعث می‌شود. از دیگر سو لازم است که نقش رسانه‌های جمعی را در فرهنگ‌سازی به معنی عام مورد مطالعه و بررسی قرار داده تا از اهمیت نقش رسانه‌ها در شکل‌گیری سرمایه اجتماعی آگاه شویم. رسانه جمعی در سطوح مختلف، توانایی فرهنگ‌سازی برای گروه‌های سنی مختلف جامعه را دارد. لذا باید گفت که رسانه‌های جمعی بسترساز و عامل رشد سرمایه‌های اجتماعی در نظام‌های اجتماعی کنونی است. افزایش آگاهی عمومی، حساسیت مردم نسبت به مسائلی از جمله انتخابات و یا حوادث ملی افزون شدن میل به همگرایی، از مولفه‌ها و مصادیق تاثیر رسانه بر سرمایه اجتماعی است.

فهرست منابع

- بروگمان، یرون (۱۳۸۹). درآمدی بر شبکه‌های اجتماعی، ترجمه خلیل میرزایی، تهران: جامعه شناسان.
- تاجبخش، کیان و دیگران (۱۳۸۵). سرمایه اجتماعی، اعتماد، دموکراسی و توسعه، تهران: شیرازه.
- توسلی، غلامعباس و موسوی، مرضیه (۱۳۸۲). سرمایه در نظریات کلاسیک و جدید با تاکید بر نظریه‌های سرمایه اجتماعی، فصل‌نامه علوم اجتماعی، زمستان، شماره ۲۶.
- کاترینی (۱۳۸۰). مشارکت و توسعه، ترجمه هادی غبرانی و دیگران، انتشارات موسسه اطلاعات.
- فوکویاما (۱۳۷۹). پایان نظم، سرمایه اجتماعی و حفظ آن، ترجمه غلامعباس توسلی، جهان امروز.
- کلمن، جیمز (۱۳۷۷). بنیاد نظریه اجتماعی، منوچهر صبوری تهران: نشر نی.