

طراحی الگوی بهبود سطح سرمایه‌ی اجتماعی شهروندان در عصر جهانی شدن

سید مهدی الوانی¹، محمود رحمانی²، ابوالقاسم محمدنژاد عالی‌زمینی³

تاریخ دریافت: 1390/11/11 تاریخ پذیرش: 1391/1/28

چکیده

در این تحقیق به موضوع طراحی الگوی بهبود سطح سرمایه‌ی اجتماعی شهروندان در عصر جهانی شدن پرداخته شده است. این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی بوده و از حیث روش، کار بر روی ساختارهای کیفی را مد نظر دارد. ابزار اندازه‌گیری در این تحقیق پرسشنامه‌ی محقق ساخته می‌باشد. در این تحقیق با توجه به سؤال اصلی، با استفاده از مدل‌های ریاضی، الگویی جهت اندازه‌گیری سرمایه‌ی اجتماعی طراحی، تدوین و ارائه گردیده است. در مرحله‌ی وزن‌دهی به مدل مفهومی تحقیق برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز در خصوص میزان اهمیت هر یک از ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌ها به استادان رشته‌های حوزه‌های مدیریت و علوم اجتماعی به عنوان خبرگان مراجعه گردیده است. به این منظور 30 پرسشنامه توزیع شده و در مجموع از میان پرسشنامه‌های عودت داده شده، 10 پرسشنامه به لحاظ استخراج و تجزیه و تحلیل، مناسب تشخیص داده شده است. نگاهی اجمالی به روند تحقیق، بیانگر این مطلب می‌باشد که مدل طراحی شده الگوریتمی مناسب را جهت بهبود سطح سرمایه‌ی اجتماعی شهروندان در عصر جهانی شدن ارائه نموده است. شکستن مفهوم سرمایه اجتماعی شهروندان در سطح جهانی به چهار بعد اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی و سپس تقسیم هر یک از ابعاد به مؤلفه‌های مورد نظر و نهایتاً تعیین شاخص‌های هر یک از مؤلفه‌ها منجر به ایجاد مدلی گردید که از طریق آن هدف فوق حاصل گردیده است.

واژگان کلیدی

سرمایه اجتماعی، جهانی شدن، الگوی بهبود سرمایه اجتماعی، ابعاد اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی سرمایه اجتماعی

مقدمه

سرمایه‌ی اجتماعی از مفاهیم جدید در حوزه‌ی مطالعات اقتصادی و اجتماعی در سطح جهان و در داخل کشور است. سرمایه‌ی اجتماعی مجموعه‌ی هنجارهای موجود در نظام‌های اجتماعی است که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه و پایین آمدن هزینه‌های تبادلات و ارتباطات می‌شود (فوکویاما، 1999). سرمایه‌ی اجتماعی تأثیر عمیقی در عرصه‌های مختلف زندگی بشر و توسعه‌ی آن دارد. این سرمایه ویژگی تعاملات اجتماعی در یک سازمان را انعکاس می‌دهد، و موجب استفاده بهتر از منابع فیزیکی، مالی و انسانی سازمان می‌شود.

استفاده از مفهوم سرمایه‌ی اجتماعی با توجه به روند جهانی شدن و تضعیف نقش دولت‌های ملی، به عنوان راه حلی اجرا

1- استاد دانشگاه علامه طباطبائی

2- استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهر ری (مسئول مکاتبات)

3- کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی

شدنی در سطح اجتماعات محلی برای مشکلات توسعه، مورد توجه سیاست‌گذاران و مسئولان سیاست اجتماعی قرار گرفته است (وارنر، 1999: 126). یکی از تعاریف مطرح این است که سرمایه‌ی اجتماعی مجموعه‌ی هنجارهای موجود در سیستم‌های اجتماعی است که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه گردیده و موجب پایین آمدن سطح هزینه‌های تبادلات و ارتباطات می‌گردد. براساس این تعریف، مفاهیمی نظیر جامعه مدنی و نهادهای اجتماعی نیز دارای ارتباط مفهومی نزدیک با سرمایه‌ی اجتماعی می‌گردند (فوکویاما، 1999: 5). سرمایه‌ی اجتماعی با کارکردش تعریف می‌شود. سرمایه اجتماعی شیئی واحد نیست، بلکه انواع چیزهای گوناگونی است که دو ویژگی مشترک دارند: همه‌ی آن‌ها شامل جنبه‌ای از یک ساخت اجتماعی هستند، و کنش‌های معین افرادی را که در درون ساختار هستند تسهیل می‌کنند. سرمایه اجتماعی، مانند شکل‌های دیگر سرمایه مولد است و دستیابی به هدف‌های معینی را که در نبودن آن دست‌یافتنی نخواهد بود امکان‌پذیر می‌سازد. سرمایه‌ی اجتماعی، مانند سرمایه فیزیکی و سرمایه‌ی انسانی کاملاً تعویض‌پذیر نیست اما نسبت به فعالیت‌های بخصوصی تعویض‌پذیر است. شکل معینی از سرمایه‌ی اجتماعی که در تسهیل کنش‌های معینی ارزشمند است، ممکن است برای کنش‌های دیگر بی‌فایده یا حتی زیانبار باشد. سرمایه اجتماعی نه در افراد و نه در ابزار فیزیکی تولید قرار دارد (کلمن، 1977: 462).

بانک جهانی نیز سرمایه‌ی اجتماعی را پدیده‌ای می‌داند که حاصل تأثیر نهادهای اجتماعی، روابط انسانی و هنجارها بر و کیفیت تعاملات اجتماعی است و تجارب این سازمان نشان داده است که این پدیده تأثیر قابل توجهی بر اقتصاد و توسعه‌ی کشورهای مختلف دارد. سرمایه‌ی اجتماعی برخلاف سایر سرمایه‌ها به صورت فیزیکی وجود ندارد، بلکه حاصل تعاملات و هنجارهای گروهی و اجتماعی بوده و از طرف دیگر افزایش آن می‌تواند موجب پایین آمدن جدی سطح هزینه‌های اداره‌ی جامعه و نیز هزینه‌های عملیاتی سازمان‌ها گردد (بانک جهانی 1999).

از سویی نباید فراموش کرد که سرمایه‌ی اجتماعی در سطوح مختلف از سطح فردی گرفته تا سطح فراملی (بین‌المللی) مطرح بوده و قابل بررسی می‌باشد و لذا بایستی الگویی مناسب برای مطالعه هر سطح از سطوح سرمایه اجتماعی تدوین نمود. به عبارتی مؤلفه‌ها و شاخص‌هایی که برای مطالعه سطوح مختلف ارائه می‌گردد، الزاماً یکسان نخواهد بود.

سرمایه‌ی اجتماعی مجموعه هنجارهای موجود در سیستم‌های اجتماعی است که موجب ارتقاء سطح همکاری اعضای آن جامعه گردیده و موجب پایین آمدن سطح هزینه‌های تبادلات و ارتباطات می‌گردد. تحقیق لسر و استورک در سال 2001 نشان داد که این پدیده تأثیر قابل توجهی در عملکرد سازمان‌ها دارد. همچنین ناهاپیت و گوشال در تحقیق خود نشان دادند که میان ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی و عملکرد سطح اجرایی سازمان رابطه وجود دارد (ناهاپیت و گوشال، 1998: 252).

اخیراً سرمایه‌ی اجتماعی مبنای ایجاد تئوری‌هایی شده که پایه‌ای برای سایر مطالعات مدیریت می‌باشد. این سرمایه از مفاهیم نوینی است که نقشی بسیار مهمتر از سرمایه‌ی فیزیکی و انسانی در سازمان‌ها و جوامع ایفا می‌کند و امروزه در جامعه شناسی و اقتصاد، و به تازگی در مدیریت و سازمان، به صورت گسترده‌ای مورد استفاده قرار گرفته است. سوالی که مطرح می‌شود این است که با طراحی چه الگویی می‌توان موجبات بهبود سرمایه اجتماعی شهروندان در عصر جهانی شدن را در کشور فراهم نمود؟ از آنجائیکه الگویی مناسب جهت بهبود سرمایه اجتماعی شهروندان در عصر جهانی شدن، که با ارزش‌های جامعه منطبق باشد موجود نیست. این پژوهش در پی آن است که با توجه به مدل‌های گوناگون ارائه شده در خصوص تبیین و شناخت سرمایه اجتماعی، شرایط فعلی سرمایه اجتماعی شهروندان در کشور در عصر جهانی شدن (در سطح جامعه آماری) را بررسی نموده و پس از تعیین مولفه‌های سرمایه اجتماعی مطلوب (از دیدگاه نخبگان)، الگویی مناسب برای بهبود سرمایه اجتماعی شهروندان در عصر جهانی شدن که با ارزش‌های فرهنگی جامعه و مقتضیات جهانی سازگار باشد را ارائه نماید.

بنابراین محقق با توجه به مطالعات اکتشافی به عمل آمده نخست ابعاد، مولفه ها و شاخص های سرمایه اجتماعی در عصر جهانی شدن را شناسایی نموده و سپس با توجه به نظر خبرگان نسبت به تعیین اهمیت هر یک از ابعاد، مولفه ها و شاخص های شناسایی شده اقدام نموده و در ادامه با استفاده از فنون و تکنیک های آماری نسبت به طراحی الگوی مورد نظر اقدام خواهد نمود.

اهداف تحقیق

هدف کلی

دستیابی به الگوی بهبود سرمایه اجتماعی شهروندان در سطح جهانی با تأکید بر سطوح ملی، منطقه‌ای و جهانی

اهداف فرعی

- شناسایی مؤلفه‌های فرهنگی مؤثر بر بهبود سرمایه اجتماعی شهروندان در سطح جهانی؛
- شناسایی مؤلفه‌های اجتماعی مؤثر بر بهبود سرمایه اجتماعی شهروندان در سطح جهانی؛
- شناسایی مؤلفه‌های سیاسی مؤثر بر بهبود سرمایه اجتماعی شهروندان در سطح جهانی؛
- شناسایی مؤلفه‌های اقتصادی مؤثر بر بهبود سرمایه اجتماعی شهروندان در سطح جهانی.

هدف کاربردی

ارائه‌ی الگو به منظور بهبود سرمایه اجتماعی شهروندان در سطح جهانی.

سؤال‌های تحقیق

سؤال اصلی

مؤلفه‌های مؤثر بر بهبود سرمایه اجتماعی شهروندان در سطح جهانی با تأکید بر سطوح ملی، منطقه‌ای و جهانی کدامند؟

سؤال‌های فرعی

- مؤلفه‌های فرهنگی مؤثر بر بهبود سرمایه اجتماعی شهروندان در سطح جهانی کدامند؟
- مؤلفه‌های اجتماعی مؤثر بر بهبود سرمایه اجتماعی شهروندان در سطح جهانی کدامند؟
- مؤلفه‌های سیاسی مؤثر بر بهبود سرمایه اجتماعی شهروندان در سطح جهانی کدامند؟
- مؤلفه‌های اقتصادی مؤثر بر بهبود سرمایه اجتماعی شهروندان در سطح جهانی کدامند؟

روش تحقیق

این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی بوده و از حیث روش، کار بر روی ساختارهای کیفی را مد نظر دارد. لذا در این راستا ابتدا از طریق مطالعات کتابخانه‌ای متغیرهای اثرگذار بر بهبود سطح سرمایه اجتماعی شهروندان در عصر جهانی شدن شناسایی و سپس از طریق به‌کارگیری روش دلفی میزان اهمیت (وزن) هر یک از آن‌ها شناسایی می‌شود تا بر اساس آن الگوی کمی مورد نظر طراحی و ارائه گردد.

جامعه و نمونه آماری

در این تحقیق با توجه به سؤال اصلی، با استفاده از مدل‌های ریاضی الگویی جهت اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی طراحی، تدوین و ارائه گردیده است. در مرحله‌ی وزن‌دهی به مدل مفهومی تحقیق برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز در خصوص میزان اهمیت هر یک از ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌ها به استادان رشته‌های حوزه‌های مدیریت و علوم اجتماعی به عنوان خبرگان مراجعه گردیده است. به این منظور 30 پرسشنامه توزیع شده و در مجموع از میان پرسشنامه‌های عودت داده شده، 10 پرسشنامه به لحاظ استخراج و تجزیه و تحلیل، مناسب تشخیص داده شده است.

روش گردآوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها

ابعاد سرمایه اجتماعی به طور کلی شامل فرهنگ، اجتماع، سیاست و اقتصاد می‌باشد. برای یافتن اوزان یا اهمیت این ابعاد در شکل‌گیری سرمایه‌ی اجتماعی به علت حساسیت زیاد موضوع از جدیدترین روش متدولوژی وزن‌دهی که یک وزن‌دهی ترکیبی است استفاده گردیده است (طلوعی، 1385).

روش‌های وزن‌دهی شامل روش تکی، روش گروهی و روش مقایسات زوجی است اما برای اطمینان خاطر بیشتر، مقیاس‌های اندازه‌گیری در دو حوزه‌ی رتبه‌ای (لیکرت) و نیمه متریک مطرح شد. پس از اندازه‌گیری وزن هر شاخص با هر روش - که توسط خبرگان انجام شد - و بی‌مقیاس کردن روش‌ها در بازه‌ی صفر و یک، با استفاده از میانگین هندسی وزن کل هر یک از ابعاد به دست آمد. پس از این که شاخص‌ها معین گردید گام‌های زیر مطرح شد:

گام اول: وزن دهی ابعاد:

ابعاد سرمایه اجتماعی به طور کلی شامل فرهنگ، اجتماع، سیاست و اقتصاد می‌باشد، برای یافتن اوزان یا اهمیت این ابعاد در شکل‌گیری سرمایه اجتماعی به علت حساسیت زیاد موضوع از جدیدترین روش متدولوژی وزن‌دهی که یک وزن‌دهی ترکیبی است استفاده گردیده است. (طلوعی، 1385)

روش‌های وزن‌دهی شامل روش تکی، روش گروهی و روش مقایسات زوجی است اما برای اطمینان خاطر بیشتر مقیاس‌های اندازه‌گیری در دو حوزه‌ی رتبه‌ای (لیکرت) و نیمه متریک مطرح شد. پس از اندازه‌گیری وزن هر شاخص به هر روش که توسط خبرگان انجام شد و بی‌مقیاس کردن روش‌ها در بازه‌ی صفر و یک، با استفاده از میانگین هندسی وزن کل هر یک از ابعاد به دست آمد.

گام دوم: وزن دهی مؤلفه‌ها:

هریک از ابعاد مربوط به سرمایه اجتماعی بر اساس نظر خبرگان، مطالعات ادبیات موجود به مؤلفه‌ها یی تقسیم گردید. برای اندازه‌گیری اوزان یا اهمیت هر یک از این مؤلفه‌ها در شکل‌دهی بعد مخصوص به خود نیز از روش‌های وزن‌دهی ذکر شده در گام یک استفاده گردید و بدین ترتیب اوزان مؤلفه‌ها نیز به دست آمد.

گام سوم: وزن دهی شاخص‌ها:

هر مؤلفه با توجه به نظر خبرگان و ادبیات موضوع به شاخص‌هایی قابل اندازه‌گیری که تعریف عملیاتی آن‌ها در فصل یک آمده است شکسته شد برای اندازه‌گیری اوزان شاخص‌ها همان روش‌های وزن‌دهی به جز روش مقایسات زوجی که در تعدد شاخص‌ها دچار مشکلات ناسازگاری می‌گشت استفاده گردید. بدین ترتیب و پس از اجرای سه گام اول اوزان مؤلفه‌ها، ابعاد و

شاخص ها بدست آمد.

گام چهارم: اندازه‌گیری‌ها:

پس از به دست آمدن اوزان شاخص ها لازم بود که میزان اندازه‌ی سرمایه اجتماعی و نیز اندازه‌ی شاخص‌ها و نرخ اثر گذاری آن‌ها بر ابعاد و مؤلفه‌ها به دست آید. برای این کار با استفاده از روش‌های نیمه‌متریک و لیکرت و با توجه به پرسش‌نامه‌های ضمیمه پایان‌نامه سرمایه اجتماعی در سطح جهانی اندازه‌گیری شد.

گام پنجم: مدل بهبود سرمایه‌ی اجتماعی در سطح جهانی:

در مدل دینامیکی، تمامی شاخص‌ها با وزن و اندازه‌ی خود بر مؤلفه‌ها تأثیر گذاشته و مؤلفه‌ها نیز به صورت جمع‌پذیر بر ابعاد و نهایتاً ابعاد با یک معادله‌ی جبری جمع‌پذیر بر میزان بهبود سرمایه‌ی اجتماعی تأثیر می‌گذاشتند.

چهارچوب نظری و مدل تحلیلی تحقیق

مؤلفه‌های بعد فرهنگی سرمایه اجتماعی

1- ارزش‌ها

در بسیاری از مطالعات جامعه‌شناختی نقش مهمی ایفا می‌کند. بدین لحاظ می‌توان ارزش‌ها را مجموعه‌ای از پنداشت‌های اساسی نسبت به آنچه پسندیده است دانست، که تجلی عمیق‌ترین احساسات مشترک نسبت به جهان در جامعه است. بنابراین ارزش‌های اجتماعی ایجادکننده و قوام‌بخش روابط و نظم اجتماعی هستند.

2- پذیرش فرهنگی و اجتماعی

میزان مقبولیتی که یک فرهنگ وارداتی یا یک فرهنگ داخلی در میان مردم یک جامعه دارد، در کارکرد آن فرهنگ بسیار مؤثر است. وقتی در یک جامعه فرهنگ‌های خودی در بین مردم جا نیفتاده باشد و دسته‌سازی مناسبی در زمینه پذیرش فرهنگ‌های خودی در بین اقشار جامعه و به‌ویژه جوانان انجام نشده است، پذیرش فرهنگ بیگانه امری طبیعی خواهد بود.

3- نوگرایی و نوآوری

هر جامعه‌ای طبیعتاً دارای فرهنگ‌های قدیمی و کهنه است که از سوی بسیاری از افراد متعلق به نسل جوان آن جامعه پذیرفته نیست. لذا وقتی فرهنگی از جامعه‌ی دیگر وارد می‌شود هر چقدر آن فرهنگ در جامعه‌ی خود قدیمی باشد، بازهم فرهنگ جدید با روی باز پذیرفته می‌شود. حال اگر فرهنگ، یک فرهنگ خودباخته باشد و مظهر تمدن غرب و ابتدال باشد، باید دید چه تغییری در فرهنگ و هویت جامعه به‌وجود می‌آورد.

4- آمیزش و تحول فرهنگی

سومین نوع واکنش به فرایند جهانی شدن را با عنوان آمیزش و تحول فرهنگی مورد بررسی قرار می‌دهیم. این گونه واکنش‌ها که معمولاً تحت عناوینی مانند روش پیوندی، تحولی و غیردفاعی توصیف می‌شوند، بر این نکته دلالت دارند که نمی‌توان گفت در عصر جهانی شدن، فرهنگ‌ها یا باید به خلوص و ریشه‌ی خود توسل جویند یا ادغام و ناپدید شوند؛ بلکه آن‌ها می‌توانند با متحول شدن و آمیزش با فرهنگ‌ها و هویت‌های دیگر به حیات خود ادامه دهند. در این رهانیت بر داد و ستدهای بین فرهنگی و

آمیزش فرهنگی برای ایجاد اشکال فرهنگی ترکیبی تأکید می‌شود. (گل محمدی، 1380: 74)

5- خاص‌گرایی فرهنگی

در نقد نظریه‌ی همگون‌سازی و یکپارچگی فرهنگی برخی نظریه پردازان مدعی هستند که واکنش فرهنگی در برابر فرایند جهانی شدن به هیچ روی صرفاً انفعال، استحاله و تسلیم نیست. در بیشتر موارد، واکنش فرهنگ‌ها با مقاومت و حتی مقابله‌ی پرتنش همراه است که معمولاً در قالب توسل به عناصر هویت‌بخش زبانی، دینی، قومی و نژادی نمود می‌یابد. به بیان دیگر، فرایند جهانی شدن در عین حال که جنبه‌هایی از زندگی در دنیای مدرن را یک‌دست می‌کند، تفاوت‌های فرهنگی و هویتی را نیز تقویت و احیاء می‌کند. از این رو منتقدین، تجدد جهانی شدن را آغاز عصری جدید می‌دانند که با فرهنگی شدن زندگی و برجسته شدن هویت‌های گوناگون اجتماعی و ویژگی‌های ملی-یابنده (استریناتی، 1380: 84).

6- همگونی فرهنگی

همگونی فرهنگی عبارت است از نوعی انفعال و استحاله. در چنین رابطه‌ای معمولاً فرهنگ‌ها در برابر فرایند جهانی شدن منفعل می‌شوند و حتی ضمن پذیرش فرهنگی که جهانی شدن اقتصادی حامل آن است ویژگی‌های خود را از دست می‌دهند. به بیان دیگر برخی نظریه‌پردازان برآنند که جهانی شدن زیر سلطه‌ی نظام جهانی سرمایه‌داری و شرکت‌های قدرتمند چند ملیتی قرار دارد و بنابراین جهانی شدن اقتصادی نوعی جهانی شدن فرهنگی را به دنبال می‌آورد. این برداشت از جهانی شدن همان نظریه امپریالیسم فرهنگی است که فرایند جهانی شدن را در خدمت گسترش نوعی فرهنگ مصرفی می‌داند (گل محمدی، 1380: 84).

7- هویت فرهنگی

نظریه‌ای که اکنون در باب جهانی شدن و فرهنگ در جهان به خصوص در اروپا حاکم است این است که فرهنگی که در جهانی شدن فراگیر خواهد شد فرهنگ غرب و اروپا خواهد بود و بر این اساس تمامی مردم جهان دارای یک فرهنگ، یک زبان و یک نوع سلیقه در مورد لباس و غذا خواهند شد و این درست بر اساس رویه‌ای خواهد بود که اکنون آمریکا و محافل صهیونیستی در پیش گرفته‌اند. دین نیز می‌تواند نقش مهمی در ایجاد سرمایه‌ی اجتماعی بازی کند. بسیاری از مذاهب با ترویج ارزش‌هایی نظیر مشارکت، صداقت، اعتماد و ایثار، موجب می‌شوند سرمایه‌ی اجتماعی بالایی در بین پیروان نشان ایجاد شود. هر چند ادیان و مذاهب در این زمینه می‌توانند موفق باشند که علاوه بر ایجاد اعتماد داخلی، زمینه برقراری روابط مفید و مؤثر را با گروه‌ها و مذاهب دیگر اجتماعی فراهم سازند، در حالت عکس نیز، فرقه‌گرایی می‌تواند موجب بحران‌های اجتماعی و خشونت گردد. اما به هر حال ادیان در گذشته، حال و آینده، قطعاً نقش جدی‌ای را در سرمایه‌ی اجتماعی داشته و خواهند داشت (فوکویاما، 1999).

8- هنجارها

هنجار نوعی انتظار رفتاری است که تا حدود زیادی از جانب گروهی از افراد یا به وسیله‌ی جامعه مراعات می‌شود. از این رو بیانیه‌های هنجاری، نوع خاصی از رفتارهای مورد انتظار را تجویز می‌کنند. این هنجارها بیان می‌دارند که یک شخص، سازمان یا دولت چگونه باید عمل کند (الوانی، 1380: 29).

یکی از مهمترین اجزای فرهنگ، ارزش‌ها و هنجارها هستند. این اجزا اقدامات انسانی را توصیف می‌کنند و به آن مشروعیت می‌بخشند و در عین حال، نشان‌دهنده‌ی تفاوت بسیار زیاد بین جوامع و حتی درون جوامع‌اند. اهمیت هنجارها از نظر تأثیر بر

عملکرد مدیران و خط‌مشی‌گذاران روشن است، اما گاهی بعضی از آن‌ها مورد توجه جدی قرار نمی‌گیرد (ترنروهیون، 1379: 147) جهت‌گیری رفتار اجتماعی - چه در یک مورد منفرد و یا نوع مثالی - بر احساس همبستگی شرکت‌کنندگان که زاینده‌ی وابستگی‌های عاطفی و سنتی آنان است استوار می‌باشد. از سوی دیگر خصلت جامعه‌ای روابط اجتماعی، محصول آشتی و توازن منافع است و از احکام ارزشی عقلانی یا مصلحت‌ناشی می‌شود. به تعبیر دیگر می‌توان گفت که ارزش‌ها به صورت واسطه و حلقه‌های وصل در مبادلات و تعاملات اجتماعی ایفای نقش می‌کنند و نظام‌های ارزشی در هر دوره از تغییرات ساختاری اجتماعی، مراتب اولویت‌های خاص خود را خواهند داشت که بسیار تأثیرگذار خواهد بود.

مؤلفه‌های بعد اجتماعی سرمایه‌ی اجتماعی

1- اعتماد اجتماعی

برخی از صاحب‌نظران مدعی هستند که اعتماد نوعی سازوکار انجام‌دهنده است که وحدت را در سیستم‌های اجتماعی ایجاد و حفظ می‌کند. اعتماد اجتماعی نتیجه تعاملات اجتماعی موجود در گروه‌ها، انجمن‌ها و فعالیت‌های اجتماعی است. به خصوص اگر این اعتماد از سطح فردی به سطح اجتماعی انتقال یابد، به عنوان یک سرمایه‌ی با ارزش تلقی می‌گردد. افزایش اعتماد متقابل در یک سازمان می‌تواند به نحو قابل توجهی کارآیی سیستم‌ها را بالا ببرد و بعضی از صاحب‌نظران مدیریت، ارزش آن را برای یک سازمان از «اطلاعات»⁴ بالاتر می‌دانند (پروساک⁵، 1999). اعتماد اجتماعی سهم مهمی را در بسیاری از فرایندهای سازمانی نظیر عقد قراردادهای، انجام مذاکرات و نظارت مستمر بر عملکرد واحدها دارد و تلاش در جهت افزایش آن می‌تواند بسیاری از هزینه‌های مربوط به فعالیت‌های ذکر شده را کاهش دهد و علاوه بر آن بهره‌وری سازمانی را افزایش دهد (علوی، 1380: 36).

اعتماد بین نژادها: در جوامعی که نژادها و اقوام مختلفی وجود دارد، بسیاری از گروه‌های اجتماعی و سازمانی تلاش می‌کنند تا اعتماد لازم را بین این فرهنگ‌ها و تنوع‌های فکری به وجود آورند. به طور مثال در بعضی از کشورها، ایجاد اعتماد بین نژادهای سفید و سیاه، و یا آسیایی و اروپایی از مصادیق این امر است. در کشور ما نیز اعتمادسازی بین فرهنگ‌های متنوع در سطوح ملی و سازمانی می‌تواند یک امر استراتژیک تلقی شده، و موجب افزایش سرمایه‌ی اجتماعی گردد (علوی، 1380: 36).

2- نهادهای اجتماعی

دیدگاه نهادی⁶ بر این باور است که نیروی حیاتی شبکه‌های اجتماعی و جامعه‌ی مدنی عمدتاً محصول محیط‌های سیاسی، قانونی و نهادی است. در حالی که رویکردهای عامه‌گرایی و شبکه‌ها با سرمایه‌ی اجتماعی به عنوان یک متغیر مستقل برخورد می‌کنند، دیدگاه نهادی، سرمایه اجتماعی را به عنوان یک متغیر وابسته در نظر می‌گیرد. این دیدگاه معتقد است ظرفیت زیاد گروه‌های اجتماعی برای عمل به نفع گروه اساساً وابسته به کیفیت نهادهای رسمی است که در آن قرار دارند و این که بروز ویژگی‌هایی همچون سطوح بالای اعتماد عمومی⁷، در عوض، متناسب با نرخ‌های بالای رشد اقتصادی است.

3- ارتباطات اجتماعی

4. Information

5. Prusak

6. Institutional View

7. Generalized Trust

منظور از روابط متقابل، ارتباطات میان دو شخص یا دو گروه است که می‌تواند صورت‌های گوناگونی چون همکاری، مبادله، وصلت و دوستی به خود بگیرد. همچنین روابط متقابل می‌تواند ارتباطات خانوادگی، همسایگی و ارتباطات متقابل در محیط کار را نیز شامل گردد. توسعه ارتباطات غیرممکن باعث افزایش اعتماد متقابل می‌شود که این افزایش باعث کاهش اثر تفاوت‌های ناشی از مقام می‌گردد (مورهدو گریفین، 1383: 96).

4- مشارکت اجتماعی

منظور از مشارکت، درگیری ذهنی و عاطفی اشخاص در موقعیت‌های گروهی است که آنان را برمی‌انگیزد تا برای دستیابی به اهداف گروهی یکدیگر را یاری نمایند و در مسئولیت کار شریک شوند. معمولاً زمینه‌های مشارکت به صورت زیر تقسیم‌بندی می‌شود:

الف- مشارکت در تصمیماتی که در زمینه‌های فنی اتخاذ می‌شود.

ب- مشارکت در زمینه‌های امور کارکنان. این نوع مشارکت در قانون شوراهای اسلامی به طور نسبتاً گسترده‌ای پیش‌بینی شده است.

ج- مشارکت در تصمیم‌هایی که در زمینه‌های عمومی اتخاذ می‌شود؛ مانند تغییر ساختار واحد صنعتی، تغییر محل کارخانه، متوقف کردن یا گسترش واحد و نظیر این‌ها.

بنابراین آنچه مهم است همکاری متعهدانه مردم با دولت به ویژه در قالب نهادهای مدنی و گروه‌های غیردولتی است. «فوکویاما» مشارکت اجتماعی را ابتدا در شرکت در انتخابات خلاصه کرده بود، اما پس از آن شرکت در ورزش‌های گروهی را نیز مورد توجه قرار داد (فوکویاما، 1999).

5- آگاهی اجتماعی

اطلاعات مؤثرترین و کارآمدترین ثروت و سرمایه‌ی هر ملت است؛ ثروتی که برخلاف ثروت‌های دیگر از بین نمی‌رود و هر چه مصرف شود قوی‌تر و کامل‌تر می‌شود. اطلاعات، میزان دانشی است که اعضای شبکه‌ی اجتماعی از یکدیگر دارند. «فوکویاما» (1997) معتقد است قبل از ورود به هر سیستم تجاری یا اجتماعی باید آگاهی کافی درباره‌ی شبکه‌های اعتماد موجود در آن سیستم و ویژگی‌های آن را به دست آورد، زیرا اعتماد را پایه‌ی هرگونه مبادلات اقتصادی و اجتماعی می‌داند (علوی، 1380: 34).

میزان دسترسی شهروندان به اخبار و مسائل جاری جامعه از طریق رسانه‌های گروهی، مطبوعات و نشریات محلی، آگاهی عمومی را تشکیل می‌دهد. شهروندان برای اینکه بتوانند در جامعه مشارکت اجتماعی و سیاسی داشته باشند، نیاز به اطلاعات جامع و صحیحی درباره‌ی مسائل و مشکلات روز جامعه دارند. آن‌ها نیازمند اطلاعاتی هستند که چگونگی انجام کار یا مشارکت آنان را در تمام جنبه‌های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی مشخص می‌کند. بسیاری از بی‌اعتمادی‌ها نتیجه‌ی ناآگاهی و عدم اطلاع‌رسانی صحیح و به‌موقع است. زمانی که افراد از ماهیت مسائل اجتماعی آگاه نمی‌شوند و یا از برنامه‌ریزی‌هایی که جوابگوی مشکلات اجتماعی است، بی‌خبرند و از اجتماع دور و بر خود اطلاعات چندانی ندارند، فرصت‌های مشارکت اجتماعی یا ذخیره‌ی سرمایه‌ی اجتماعی کاهش می‌یابد. بنابراین پیش شرط اولیه‌ی مشارکت، آگاهی است.

6- شبکه‌های اجتماعی

این رویکرد بر اهمیت روابط عمودی و افقی بین افراد و روابط درون و بین موجودیت‌های سازمانی مثل گروه‌های اجتماعی و سازمان‌ها تأکید دارد (Woolcock and Narayan, 2006 : 38).

رویکرد شبکه، به محققان این امکان را می‌دهد که تعاملات هر واحد فردی را درون قلمرو وسیع‌تر فعالیت که به آن متعلق است، بررسی نمایند. مبتنی بر کار برجسته‌ی گرانووتر (1973)، مشخص می‌شود که پیوندهای درون گروهی (پیوندهای قوی) لازم است که به خانواده‌ها و جوامع احساس هویت و هدف مشترک را القا نمایند.

7- سازمان‌های غیردولتی

اولین دیدگاه که از آن با عنوان دیدگاه عامه‌گرایی⁸ نام برده می‌شود، سرمایه اجتماعی را معادل با سازمان‌های سطح محلی یعنی انجمن‌ها، باشگاه‌ها و گروه‌های مدنی در نظر می‌گیرد. این رویکرد به‌سادگی با تعداد و تراکم (چگالی)⁹ این گروه‌ها در یک جامعه‌ی مشخص سنجیده می‌شود و دلالت بر این دارد که سرمایه‌ی اجتماعی اساساً خوب است و بهتر هم می‌شود و حضور سرمایه‌ی اجتماعی همیشه اثر مثبتی بر رفاه عامه¹⁰ دارد.

8- اخلاقیات

«هر فردی منحصر به فرد است. برای این که افراد مختلف با عقاید، تجارب و علایق متفاوت بتوانند با یکدیگر در خانواده و شرکت با صلح و آرامش زندگی کنند، به هنجارها و ارزش‌هایی نیاز است که همه باید به آن احترام بگذارند.» رفتار انسان از یک سو توسط ممنوعیت‌ها و نظارت‌های اجمالی هدایت می‌شود که مردم یا مقامات دارای اقتدار، آن‌ها را مقرر می‌کنند، یعنی همان قدرت ممنوعیت‌ها و نظارت‌هایی برای مجازات کردن یک کودک که از نظر عقلانی ناتوان است و نمی‌تواند خوب و بد را تشخیص دهد.

اخلاقیات عبارت است از شیوه‌ی برخورد با خوب و بد با توجه به تعهدات ارزشی، اعتقادی و اخلاقی فرد و جامعه. اصول اخلاقی بیشتر مربوط به رفتارهایی می‌شوند که تحت پوشش مقررات قانونی قرار نمی‌گیرند. مقررات قانونی بر رفتارهایی اعمال می‌شوند که الزاماً تحت پوشش اصول اخلاقی قرار نمی‌گیرند. قوانین کنونی بازتابی از قضاوت‌های معنوی و اخلاقی است، ولی تمام نکات اخلاقی در آن گنجانده نشده است.

بسیاری از افراد بر این باورند که اگر کسی قانونی را نقض نکند، در آن صورت اصول اخلاقی را رعایت کرده است، ولی دامنه‌ی اصول اخلاقی به آنجا کشیده نمی‌شود که جنبه قانونی به خود بگیرد. اصول اخلاقی در مدیریت، همان اصولی است که به هنگام تصمیم‌گیری و رفتار از نظر اخلاقی مدیران را هدایت و راهنمایی می‌کند. موضوع مسئولیت اجتماعی در گستره‌ی همین مطلب قرار می‌گیرد؛ یعنی به هنگام تصمیم‌گیری و اقدام، سازمان باید به گونه‌ای عمل نماید که به خیر و صلاح جامعه و خودش باشد (علوی، 1380: 37).

مؤلفه‌های بعد سیاسی سرمایه‌ی اجتماعی

8. Social Solidarity

9. Economic Prosperity

10. Kenya

1- رهبری جهانی

رهبری و رهروی در جهان جدید، تابع نظام وابستگی متقابل و متأثر از داد و ستدهای طرفینی در ابعاد گوناگون است و قدرت، سیاست، اقتصاد و فرهنگ در چارچوب این نظام تعریف می‌شوند و همین وابستگی متقابل و احساس جهان‌وطنی، موجب می‌شود افراد و جوامع در دیدگاه‌ها، نظرات و آراء جزم‌اندیشانه و لزوماً بر حق‌بینانه‌شان تجدید نظر کنند و زندگی‌شان را در قبال پرسش‌ها، آرمان‌ها و تعامل‌های جدید نظم بخشند. به همین دلیل ملاحظه می‌شود که وضعیت جدید، آثار و پیامدهای متفاوت اما هماهنگی در عرصه‌های حقوقی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی بر جای می‌گذارد.

2- مشارکت سیاسی

یکی دیگر از ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی، میزان مشارکت شهروندان در بهبود نظام‌های سیاسی است. میزان مشارکت افراد در رأی‌گیری‌ها، مشارکت در احزاب و مشارکت در تدوین برنامه‌ها را می‌توان از آن جمله دانست. در سطح سازمانی نیز مشارکت کارکنان و مدیران در تصمیم‌گیری‌های سازمانی را می‌توان دلیلی بر وجود سرمایه‌ی اجتماعی دانست (همان منبع: 37).

3- نهادهای عمومی و مدنی سیاسی

هدف از ایجاد نهادهای عمومی و مدنی مختلف، به وجود آوردن یک بخش کارآمد عمومی در کشور می‌باشد. یکی از دلایلی که انجام این مهم را دشوار می‌سازد، دلایل سیاسی است. برای مثال ممکن است منافع عده‌ای اقتضاء کند که وضع ناکارا و نامطلوب فعلی دولت به همین ترتیب ادامه یابد. اما مشکل ناکارایی و فساد دستگاه‌ها نمی‌تواند صرفاً به دلایل سیاسی باشد. در بیشتر اوقات سیاستمداران و مقامات کشوری انگیزه‌های قوی و تمایلات قبلی برای بهبود عملکرد بخش عمومی دارند، اما دیوان‌سالاری بخش عمومی چنان پیچیدگی‌هایی دارد که با راه‌حل‌های روشن و غیر مبهم نمی‌توان از پس پیچ و خم‌های آن برآمد. در واقع، پدید آوردن نهادهای لازم برای بخش عمومی کارا نیازمند توجه به دسته‌ای از عوامل رفتاری است؛ عواملی که در مقابله با مشکلات عمیق‌تر و بهبود قابلیت‌ها که بدون در نظر گرفتن آن‌ها انگیزه‌ها منحرف می‌شود و در نهایت نتایج ضعیفی به بار می‌آورند (بانک جهانی، 1378: 17).

نهادهای مدنی اگرچه کانال انتقال خواسته‌های مردمی به نظام سیاسی هستند اما نقش دیگر آن‌ها که «آگاهی‌بخشی» است، نمی‌باشد؛ بدین معنا که خدمات و کارهای ویژه‌ی دولتی نیز باید به آن سطح برسد تا نسبت به حکومت احساس تعلق نمایند. نهادینه و منظم کردن خواسته‌ها نیز از جمله کارهای مهمی است که این نهادها قادر به انجام آن هستند.

یکی دیگر از کارهای نهادهای مدنی، امید بخشی است. پرداختن به مشکلات نباید به معنای ایجاد یأس در مردم باشد، بلکه این اقدام باید به گونه‌ای صورت پذیرد که ضمن طرح مشکلات، بتواند آینده‌ای روشن را برای جامعه و حکومت ترسیم نماید. همچنین ترویج الگوی رقابت سالم سیاسی و جلوگیری از هرج و مرج و بی‌نظمی از کار ویژه‌های مؤثر این نهادها برای ارتقاء سرمایه‌ی اجتماعی به شمار می‌رود. نهادهای مدنی با تجمیع خواسته‌های مردمی، حکومت را در مقابله با فساد و مشکلات یاری رسانده و بدین ترتیب ضمن فراهم آوردن زمینه‌ی مشارکت هر چه بیشتر مردم، آن را در راستای منافع ملی نهادینه می‌سازند. سازماندهی افراد در نهادهای مدنی موجب ایجاد فرهنگ‌های صنفی و حرفه‌ای خاص در این نهادها شده و ضمن ایجاد سطح بالاتری از مشارکت و تعلق اجتماعی موجب می‌شود که به طور غیرمستقیم کنترل رفتارها و تعاملات اجتماعی و اقتصادی اعضای این نهادها وابسته به هنجارهای موجود در این نهادها شده و هزینه‌های بسیاری از کنترل‌های رسمی کاهش یابد (علوی، 1380: 37).

4- قانون‌مداری

قانون‌گرایی و نظام قانون‌گذاری نیز یکی دیگر از مؤلفه‌های سرمایه‌ی اجتماعی به شمار می‌رود. برقراری عدالت اجتماعی و حکومت دموکراتیک فراگیر از پیامدهای قانون‌مداری است که می‌تواند به عنوان عامل مؤثر بر تقویت سرمایه‌ی اجتماعی محسوب شود. حکومت بر اساس قانون و ساختار اجتماعی قانونمند و ساختارهای مردم‌گرایانه و برابرخواه از نتایج قانون‌مداری می‌باشد. به جریان افتادن فرایند قانون‌مداری در جامعه باعث برقراری عدالت اجتماعی، برخورداری همگان از امکانات جامعه، و ایجاد انگیزه‌ای برای مشارکت اجتماعی مردم می‌باشد.

5- مطبوعات و رسانه‌ها

جراید، مطبوعات و رسانه‌ها نقش عمومی در آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی به موقع و صحیح به افراد دارند. مطبوعات و رسانه‌ها اگر بتوانند به میزان بیشتر و دقیق‌تری اطلاعات و مسائل جاری روز را در زمانی کمتر و به طور مناسب در اختیار شهروندان قرار دهند، به اعتمادسازی در سطح جامعه اقدام کرده‌اند و بر میزان سرمایه‌ی اجتماعی افزوده‌اند؛ زیرا بسیاری از بی‌اعتمادی‌ها از بی‌خبری و ناآگاهی افراد سرچشمه می‌گیرد. در ضمن، زمینه‌ی مشارکت افراد و بروز ایده‌های نو و خلاق هم برای شهروندان فراهم می‌شود.

6- دموکراسی

آنچه ما را وادار به تجدید نظر در مفاهیم سنتی مربوط به دولت-ملت و دموکراسی می‌کند، گرایش‌هایی است که امروزه تحت عنوان «جهانی شدن» توجه‌ها را به خود جلب کرده است. ورای کاربردهای روشنفکرانه و مد روز، نمی‌توان پیامدهای عینی جهانی شدن را در کلیه‌ی شئون و ساختارهای سنتی مربوط به سیاست، اقتصاد، جامعه و فرهنگ نادیده گرفت. اندیشمندان علوم انسانی تعریف گوناگونی از جهانی شدن به دست می‌دهند و مانند بسیاری از مفاهیم دیگر در علوم اجتماعی توافق فراگیری بر سر تعریف مفهوم جهانی شدن وجود ندارد، با این همه در یک نگاه کلی جهانی شدن را می‌توان «افزایش روابط افراد، گروه‌های اجتماعی، نهادها، دولت‌های ملی و ... در جهان دانست، به اندازه‌ای که میان آنها وابستگی متقابل ایجاد کند و تراکم این روابط به حدی باشد که امکان تفکیک اجزا از یکدیگر وجود نداشته باشد و در نتیجه نوعی یکپارچگی ایجاد شود.

7- شهروند جهانی

در عصر جهانی شدن، به دلیل وجود خودآگاهی سیاسی، به هویت‌های جمعی جدید، که فارغ از چارچوب دولت ملی است (قوام، 331) رابطه‌ی شهروندی متضمن گونه‌ی دیگری از نقش‌آفرینی می‌باشد. در اثر این تغییر، «شهروند» کسی است که ضمن وابسته بودن به جنبش‌های جدید اجتماعی، معمولاً کمتر در فعالیت‌های سیاسی قدیم و سنتی در چارچوب احزاب سیاسی، اتحادیه‌ها و غیر آنها شرکت می‌نماید؛ یعنی در نظام حاکمیت جهانی، مردم دارای نوعی شهروندی چندگانه‌اند. از این منظر، آنان هرچند به طور مستقیم، شهروند جوامع سیاسی خودشانند، اما در سطح خرد و کلان، از نوعی سیاست محلی و جهانی نیز متأثر می‌شوند.

اگر تحقق این فرضیه را در تمام کشورها مورد تردید قرار دهیم، دست کم در مورد جوامع توسعه یافته و در دولت‌هایی که با سیاست دموکراتیک دارند، نمی‌توان شک نمود که رابطه‌ی شهروندی رو به تضعیف است. در این جوامع، نهادهای واسطه‌ی جامعه‌ی مدنی و احزاب ایدئولوژیک که به عنوان ماشین‌های انتخاباتی عمل می‌کردند، رو به افول نهاده و نقش و کارکردهای آنها

دگرگون شده‌اند؛ زیرا شهروندان از برآورده شدن خواست‌هایشان از طریق این نهادهای سنتی، مأیوس گردیده‌اند و از این‌رو، به تشکیل گروه‌های موردی (زیست-محیطی، رفاهی، صلح، اشتغال و مانند آن) روی می‌آورند که کارکردی وسیع‌تر و متفاوت‌تر از نهادهای سنتی دارند. این امر موجب می‌شود شهروندان از مشارکت سیاسی دل‌سرد گشته، از فعالیت‌های سیاسی در سطح ملی کناره‌گیری کنند و در نتیجه، «رابطه‌ی شهروندی» - به مفهوم سنتی آن - دچار اختلال گردیده، مشروعیت و کارآمدی حکومت‌های ملی مخدوش گردد.

8- حاکمیت جهانی

با پایان یافتن دوران مدرنیته و ظهور عصر جدید، علی‌رغم این که در بسیاری از جوامع نوین همچنان بر وجود رابطه‌ی میان استقلال، حاکمیت، مشروعیت و اقتدار تأکید می‌گردد، اما در جوامع پیشرفته‌ی شمال، مفهوم «حاکمیت» به‌سان سایر مفاهیم و عناصر تشکیل دهنده‌ی شهروندی دوباره تعریف گردیده و دولت مفهوم وستفالیایی خود را در این دسته از جوامع، از دست داده است.

بنابراین، در عصر جهانی شدن، حاکمیت مفهوم سنتی و جزم‌گرایانه خود را از دست می‌دهد و به هیچ وجه بیان‌کننده قدرت برتر فرمان‌دهی یا امکان اعمال اراده‌ی فوق اراده‌های دیگر نیست. در وضعیت جدید، به تناسب خلق معانی جدید و باز تعریف مفاهیم مرتبط با زمان و مکان و با توجه به سر بر آوردن منابع جدید مشروعیت و اقتدار و کارآمدی، «حاکمیت» نیز معنای تازه‌ای می‌یابد.

در نتیجه، با تحول یافتن مفاهیم و عناصر تشکیل‌دهنده‌ی دولت و دگرگونی در تلقی‌ها و برداشت‌ها از این مفاهیم، به این نتیجه می‌رسیم که دولت در طول تاریخ خود، هیچ‌گاه ثابت نبوده، بلکه همواره در حال تحرک، تحول، تعدیل، الحاق و در حال نوعی گذر بوده است.

مؤلفه‌های بعد اقتصادی سرمایه اجتماعی

1- اتحادیه‌های منطقه‌ای اقتصادی

تحولات مربوط به جهانی شدن، بیش از همه در حوزه‌ی اقتصاد انجام گرفته است. تعمیق وابستگی متقابل بین اقتصادهای ملی، یکپارچه شدن بازارهای مالی، گسترش مبادلات تجاری به همراه مقررات‌زدایی و از میان برداشتن تعرفه‌ها و ضوابط حمایتی بازرگانی و ایجاد نهادهایی مانند سازمان تجارت جهانی با هدف گسترش و تسری تجارت بین‌المللی، از جمله نموده‌های جهان‌گرایی اقتصادی است.

ایجاد تحولات ساختاری در اقتصاد جهانی، موجب تشدید روابط اقتصادی فرامرزی شده است. سرمایه‌گذاری‌های روزافزونی که با گشوده شدن بازارهای مالی سراسر جهان انجام می‌شود، باعث افزایش ادغام‌های اقتصادی و تشکیل اتحادیه‌های منطقه‌ای شده است. بازارهای مالی پنهان، چنان به هم می‌پیوندند که می‌توان گفت در آینده شاهد یک «دهکده‌ی اقتصادی جهانی» خواهیم بود.

2- سازمان‌های بین‌المللی اقتصادی

سازمان‌های بین‌الملل مانند صندوق بین‌المللی پول که آزادسازی در بازار کار را پیشنهاد می‌کنند و معتقد هستند اشتغال و مزد را باید عرضه و تقاضا تعیین کند، نیروی کار را نیز یک کالا در نظر می‌گیرند و فرض می‌کنند با مقررات‌زدایی بازار کار، اشتغال افزایش می‌یابد و انعطاف‌پذیری بازار کار، بیکاری را کاهش می‌دهد.

جهانی شدن اقتصادها، همراه با ماشینی شدن بیشتر و انقلاب الکترونیکی، اشتغال کامل مورد نظر معماران دولت رفاه بعد از جنگ را از بین برده است.

3- اقتصاد بدون مرز

از جمله ویژگی‌های جهانی شدن در بعد اقتصادی، اقتصاد بدون مرز است. توسعه فعالیت‌های اقتصادی مبتنی بر سرمایه‌داری در تمام دنیا بسط یافته و اقتصادی به واقع جهان‌گستر به وجود آورده است. چنین اقتصادی حتی درون کشورهای سوسیالیستی نیز رسوخ کرده و دیگر اثری از اقتصاد دولتی برجای نگذاشته است. عملاً «جهانی بدون مرز» در بازارهای مالی و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی وجود دارد و منطق بازار جهانی به شکل فزاینده نسبت به این مسئله که یک کالا یا خدمات دقیقاً کجا و توسط کدام کشور تولید می‌شود، بی‌تفاوت شده است.

4- شرکت‌های چند ملیتی

شرکت‌های چند ملیتی که مرزها و حاکمیت‌های ملی را می‌نوردند، در برابر هیچ کس و هیچ قانونی و در برابر هیچ یک از موازین اخلاقی و اجتماعی در جوامع گوناگون مسئولیت نخواهند داشت.

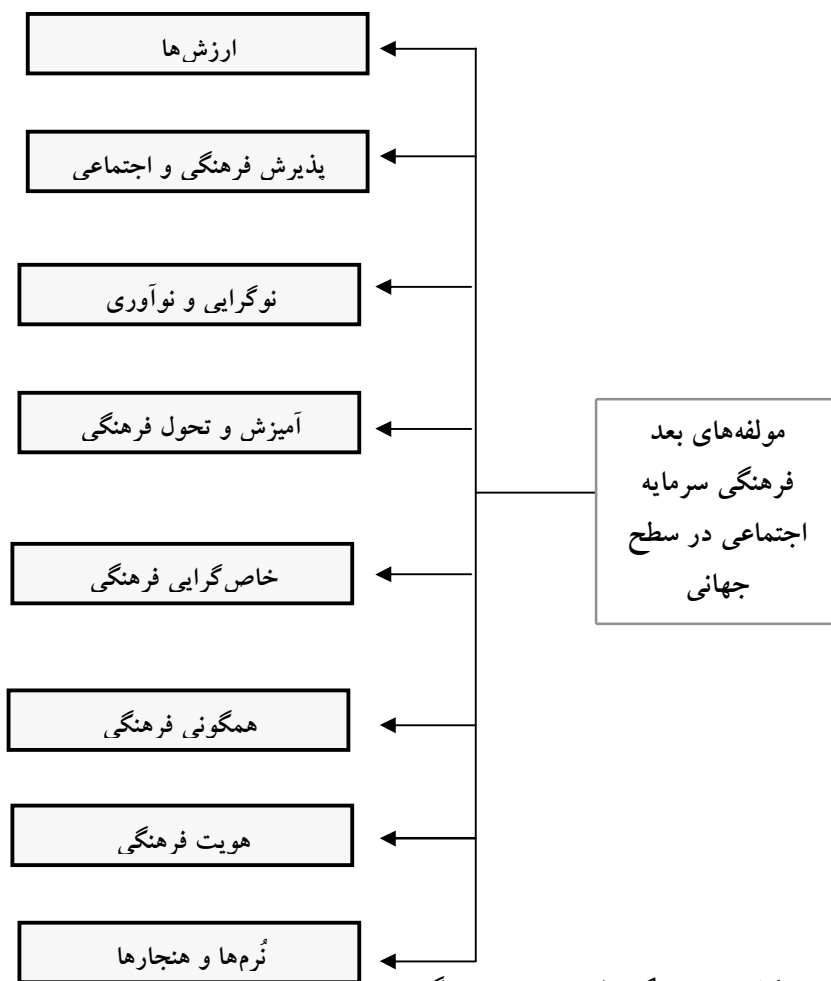
5- ارزش روز شرکت

تغییرات موجود در ارزش روز هر شرکتی قبل و بعد از خرید آن شرکت توسط دیگر شرکت‌ها محاسبه می‌شود. سرمایه‌های موجود یک شرکت بر اساس ارزش آن بیانگر مجموعه سرمایه‌های قابل لمس و غیرقابل لمس آن است و از این رو سرمایه‌ی اجتماعی نیز در بردارنده‌ی ارزش سیستم انسانی کارکنان و مدیریت شرکت است (فوکویاما، 1999).

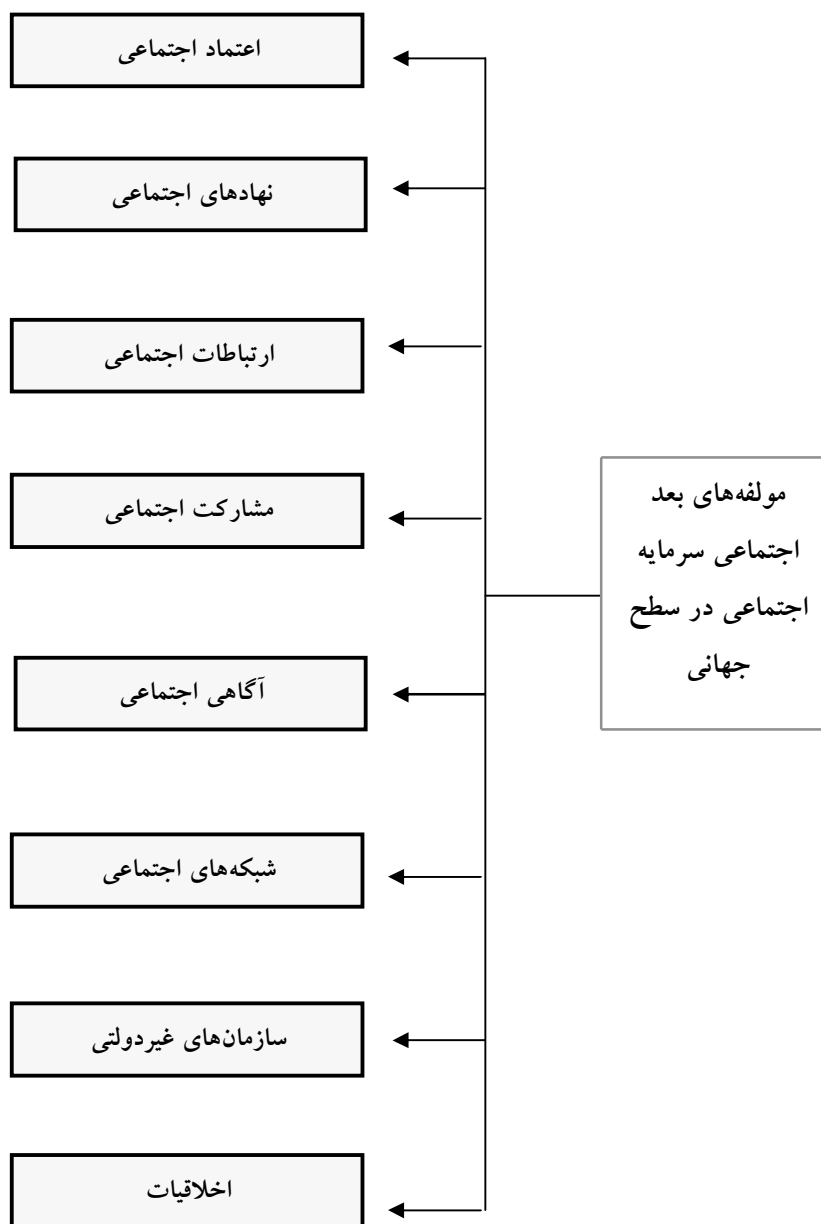
6- میزان هزینه‌ها

توجه به محاسبه‌ی تأثیر استفاده از سرمایه‌ی اجتماعی بر صرفه‌جویی در هزینه‌های مدیریتی می‌تواند ما را در سنجش سرمایه‌ی اجتماعی از دیدگاه اقتصادی یاری رساند. با محاسبه‌ی هزینه‌های مدیریتی شامل کاهش هزینه‌های کنترل و نظارت رسمی، کاهش هزینه‌های مبادلات و رایزنی‌ها و کاهش هزینه‌های ناشی از تسریع گردش کار فرایندها می‌توان هزینه‌های صرفه‌جویی شده در اثر استفاده‌ی بهتر از سرمایه‌ی اجتماعی را محاسبه نمود. بر اساس این روش می‌توان برای ارزشیابی و توجیه اقتصادی از طرح‌های تغییر سازمانی مبتنی بر استفاده از سرمایه‌ی اجتماعی نیز استفاده کرد. برای این امر کافی است ساختار و فرایندهای مطلوب را که می‌خواهیم بر اساس ذخیره‌ی سرمایه‌ی اجتماعی موجود در سازمان به آن‌ها دست پیدا کنیم راکه کرده و سپس بر اساس آن، صرفه‌جویی اقتصادی پیش‌بینی شده را حاصل این نوع سرمایه بدانیم (فوکویاما، 1999: 137).

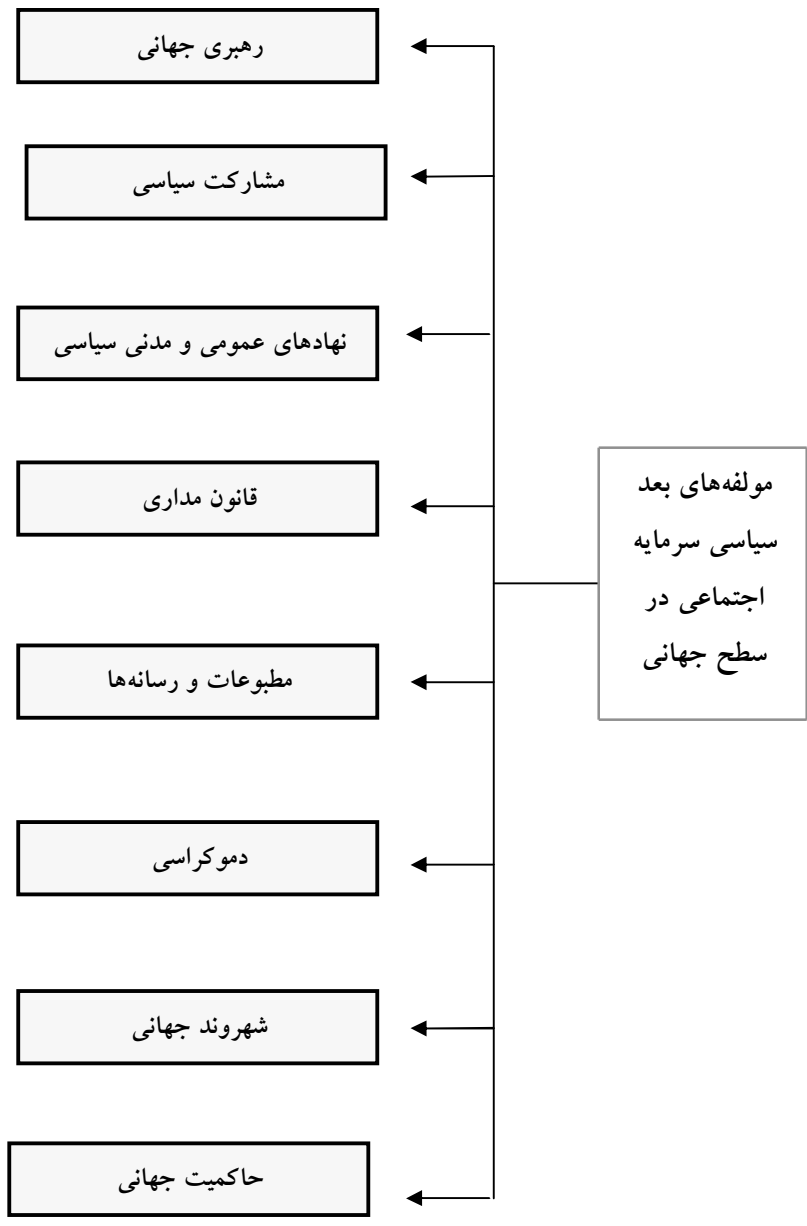
مدل تحلیلی تحقیق



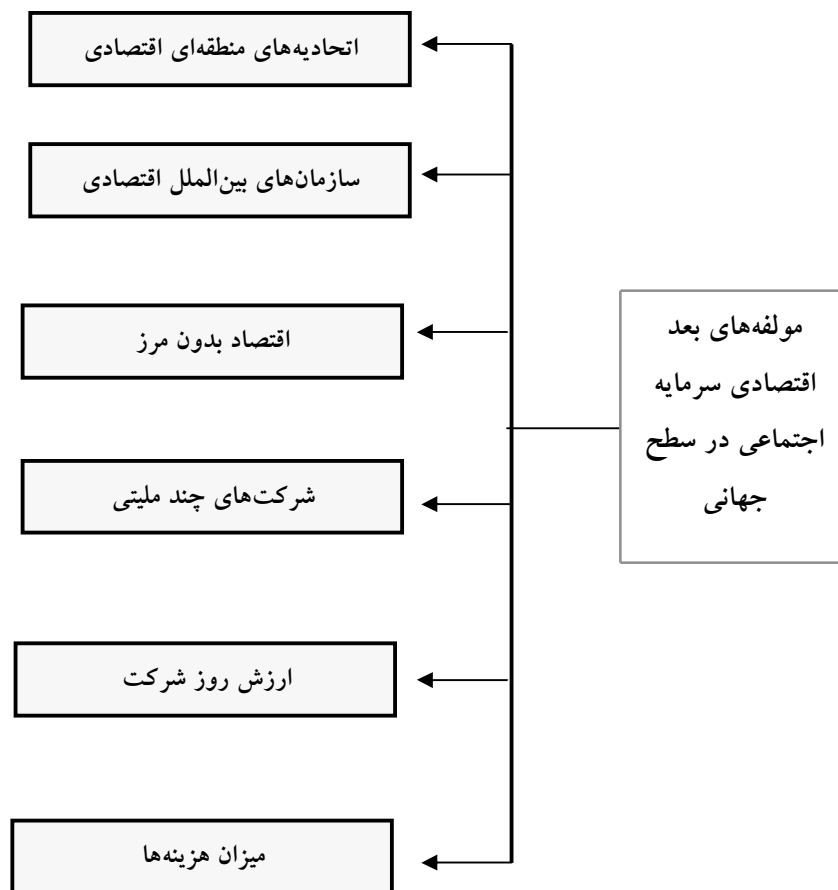
شکل شماره 1-1: مؤلفه‌های بعد فرهنگی سرمایه‌ی اجتماعی در سطح جهانی



شکل شماره 2: مؤلفه‌های بعد اجتماعی سرمایه اجتماعی در سطح جهانی



شکل شماره 3: مؤلفه‌های بعد سیاسی سرمایه‌ی اجتماعی در سطح جهانی



شکل شماره 4- مؤلفه‌های بعد اقتصادی سرمایه‌ی اجتماعی در سطح جهانی

ارائه مدل کمی تحقیق

نگاهی اجمالی به روند تحقیق بیانگر این مطلب می‌باشد که مدل طراحی شده الگوریتمی مناسب را جهت بهبود سرمایه‌ی اجتماعی ارائه نموده است. شکستن مفهوم سرمایه‌ی اجتماعی شهروندان در سطح جهانی به چهار بعد اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی و سپس تقسیم هر یک از ابعاد به مؤلفه‌های مورد نظر و نهایتاً تعیین شاخص‌های هر یک از مؤلفه‌ها منجر به ایجاد مدلی گردید که از طریق آن، هدف فوق حاصل گردیده است.

راهبردهای پیشنهادی تحقیق بر اساس داده‌های آماری

با توجه به هدف پژوهش مبنی بر شناسایی عوامل موثر بر بهبود سطح سرمایه اجتماعی شهروندان در عصر جهانی شدن، الگوی نهایی از طریق روش مدل سازی کمی بدست آمده است. مدل یا الگوی نهایی شامل چهار بعد اصلی می باشد و برای این ابعاد مؤلفه هائی شناسایی گردید. از آنجا که یکی از اهداف اصلی این تحقیق شناسایی راهبردهای مناسب جهت بهبود سطح سرمایه اجتماعی شهروندان در عصر جهانی شدن می باشد سی مؤلفه با توجه به اوزان محاسبه شده آنها توسط خبرگان که محاسبات آن به صورت تفصیلی در فصل چهارم آمده است، اولویت بندی گردیده و به عنوان راهبردهای کلان پیشنهادی تحقیق به شرح زیر ارائه شده اند:

1- راهبردهای فرهنگی بهبود سرمایه‌ی اجتماعی در سطح جهانی

- تقویت ارزش‌های بومی مقوم جهانی شدن در میان شهروندان با تأکید بر فرهنگ اسلامی - ایرانی
 - برنامه‌ریزی برای مشارکت فرهنگی فعال شهروندان در فضای جهانی، در راستای نهادینه‌سازی آمیزش و تحول فرهنگی در سطوح محلی، ملی، فراملی و جهانی
 - اهتمام در توسعه‌ی پذیرش فرهنگی و اجتماعی در راستای حل تعارضات و وفاق‌آفرینی در حوزه‌های گوناگون (سیاسی، فرهنگی، اقتصادی، حقوقی) در سطوح محلی، ملی، فراملی و جهانی
 - تقویت مقوله‌ی «خاص‌گرایی فرهنگی» با تأکید بر گسترش فرهنگ اسلامی - ایرانی در سطوح محلی، ملی، فراملی و جهانی
 - اهتمام جدی در زمینه بازشناسی هویت فرهنگی بر اساس فرهنگ دینی از طریق حمایت همه جانبه از پژوهش‌های تاریخی، فرهنگ‌شناختی و دین‌شناختی
 - تقویت همگونی فرهنگی به عنوان یکی از عناصر اصلی ارتقای هویت اسلامی - ایرانی در فضای جهانی
 - نهادسازی تخصصی برای گسترش نوگرایی و نوآوری در سطوح ملی، منطقه‌ای و جهانی به منظور حضور مؤثر در عرصه‌ی جهانی
- تاکید بر نقش نُرَم‌ها و هنجارها در حفظ و ارتقای هویت فرهنگی از منظر هویت اسلامی - ایرانی به منظور حضور مؤثر در عرصه‌ی جهانی

2- راهبردهای اجتماعی بهبود سرمایه اجتماعی در سطح جهانی

- تلاش برای شکل‌دهی و گسترش اعتماد اجتماعی در میان فرهیختگان، متخصصان و شهروندان مسلمان در سطح جهانی
- توجه ویژه به تقویت آگاهی اجتماعی شهروندان به منظور حضور مؤثر در عرصه‌ی جهانی
- وضع و اجراء قوانین جهت ارتقاء و توسعه‌ی شبکه‌های اجتماعی در سطوح ملی، منطقه‌ای و جهانی به منظور حضور مؤثر در عرصه‌ی جهانی
- تلاش برای گسترش مشارکت اجتماعی در میان شهروندان مسلمان در سطوح ملی، منطقه‌ای و جهانی به منظور حضور مؤثر در عرصه‌ی جهانی
- حمایت مؤثر از عملکرد نهادهای اجتماعی در عرصه‌ی جهانی با توجه به استانداردهای بین‌المللی جهانی

- وضع و اجراء قوانین جهت توسعه‌ی سازمان‌های غیردولتی در سطوح ملی، منطقه‌ای و جهانی به منظور حضور مؤثر در عرصه‌ی جهانی

- توسعه ارتباطات اجتماعی به منظور تقویت توانمندی‌های شهروندان به منظور حضور مؤثر در عرصه‌ی جهانی
- بازسازی نگرش‌ها و رفتارهای اتباع ایرانی در سراسر جهان و گفتمان‌سازی و اطلاع‌رسانی لازم به منظور ارتقای اخلاقیات ایرانیان خارج از کشور در راستای استفاده از ظرفیت‌های اقتصادی، سیاسی و فرهنگی شهروندان ایرانی در جهان

3- راهبردهای سیاسی بهبود سرمایه‌ی اجتماعی در سطح جهانی

- تقویت حکمرانی خوب به منظور دستیابی به رهبری جهانی در سطوح محلی، ملی، منطقه‌ای و جهانی با برخورداری از مشروعیت، کارآمدی، مسئولیت‌پذیری، شفافیت و عدالت‌گرایی
- گسترش و تعمیق مشارکت سیاسی شهروندان به منظور تقویت روابط دولت- شهروند در راستای حضور مؤثر در عرصه‌ی جهانی

- اهتمام در توسعه‌ی فرهنگ قانون‌مداری در میان شهروندان به منظور حضور مؤثر در عرصه‌ی جهانی
- تربیت شهروند جهانی به عنوان یکی از عناصر اصلی به منظور حضور مؤثر شهروندان در عرصه‌ی جهانی
- بازنگری و اصلاح قوانین به منظور توسعه‌ی دموکراسی برای مشارکت بیشتر شهروندان در حیات سیاسی و مدنی جامعه با رعایت تعادل در حفظ حاکمیت ملی و رشد توانمندی‌های جامعه‌ی مدنی
- سازماندهی مطبوعات و رسانه‌ها برای تحول در مشارکت شهروندان در ارائه‌ی خدمات و اطلاعات، آموزش و ارتباط پویا و چندسویه با شهروندان و جامعه‌ی مدنی
- ارتقاء حاکمیت جهانی از طریق همکاری فرهنگی و سیاسی با کشورهای مسلمان و اقلیت‌های مسلمان در کشورهای غیرمسلمان، و مقابله با تهاجم تبلیغاتی، رسانه‌ای و اجتماعی علیه اسلام و مسلمانان
- تقویت نهادهای عمومی و مدنی سیاسی برای ایفای نقش مؤثر در ترتیبات منطقه‌ای و سازمان‌های جهان اسلام و نهادهای بین‌المللی به منظور اثرگذاری در ارتقاء سطح همکاری‌ها با کشورهای اسلامی و نقش‌آفرینی در مناسبات بین‌المللی

4- راهبردهای اقتصادی بهبود سرمایه‌ی اجتماعی در سطح جهانی

- مشارکت و همکاری مؤثر و فعال با سازمان‌های بین‌المللی اقتصادی به ویژه در زمینه‌ی انرژی در سطوح ملی، منطقه‌ای و جهانی به منظور حضور مؤثر در عرصه‌ی جهانی
- اعتمادسازی اقتصادی و توسعه‌ی اخلاق کسب و کار در سطح بین‌المللی بر اساس فرهنگ دینی به منظور ارتقای ارزش روز شرکت
- مشارکت و همکاری مؤثر با شرکت‌های چندملیتی برای حفظ و ارتقاء منافع ملی و بهره‌مندی از فرصت‌های بازار جهانی
- تشویق پیشرفت‌های فناورانه‌ی مرتبط با بازار جهانی به منظور کاهش هزینه‌های مبادلاتی، حمل و نقل و ارتباطات و افزایش بهره‌وری
- گسترش نظام تعرفه‌های ترجیحی در سازمان کنفرانس اسلامی و منطقه‌ای و جهانی به منظور تمهید مقدمات استقرار اقتصاد بدون مرز

- توسعه‌ی همکاری با کشورهای اسلامی و منطقه‌ای به منظور بهره‌برداری از منابع و منافع اقتصادی مشترک در راستای توسعه‌ی اتحادیه‌های منطقه‌ای اقتصادی.

منابع فارسی

- استرینیاتی، دومینیک (1379)، "مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه"، ترجمه ثریا پاک نظر، تهران، انتشارات گام نو (1379)
- الوانی، مهدی و میرعلی سیدنقوی (1381)، "سرمایه اجتماعی، مفاهیم و نظریه‌ها"، فصلنامه مطالعات مدیریت، شماره 34 و 33.
- الوانی، مهدی و شیروانی، علیرضا. (بهار 1380)، "نقش مشارکت عمومی در اثربخشی مدیریت دولتی"، فصلنامه مدیریت و توسعه، شماره 8.
- الوانی، مهدی و حسن دانایی‌فرد (1380)، "مدیریت دولتی و اعتماد عمومی"، فصلنامه دانش مدیریت، شماره 55.
- الوانی، مهدی (1378)، "نقش مدیریت در ایجاد و توسعه سرمایه اجتماعی"، ماهنامه تدبیر، شماره 100
- بانک جهانی (1378)، "نقش دولت در جهان در حال تحول"، ترجمه موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، تهران.
- ترنر و هیون (1379)، "حکومت داری و توسعه"، ترجمه عباس منوریان، انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی
- علوی، سید بابک (1380)، "سرمایه اجتماعی"، ماهنامه تدبیر، سال دوازدهم، شماره 116.
- فوکویاما، فرانسیس (1379)، "پایان نظم (بررسی سرمایه اجتماعی و حفظ آن)"، ترجمه غلام‌عباس توسلی، تهران، نشر جامعه ایرانیان.
- فرنج، درک و هیتر سارود (1371)، "فرهنگ مدیریت"، ترجمه محمد صائبی، تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- قوام، سید عبدالعلی (1384)، "جهانی شدن و جهان سوم"، تهران- نشر مطالعات سیاسی و بین‌الملل.
- قوام، مهدی (1378)، "جهانی‌سازی بد نیست"، ترجمان اقتصادی، شماره 16.
- کلمن، جیمز (1386)، "بنیادهای نظریه اجتماعی"، ترجمه صبوری، تهران نشر نی
- گل محمدی، احمد (1380)، "جهانی شدن فرهنگ، هویت"، تهران، نشر نی.
- (1380)، "جهانی شدن و هویت خاص‌گرایی فرهنگی در جهان معاصر"، تهران، دانشگاه تهران
- (1381)، "نگاهی به مفهوم و نظریه‌های جهانی شدن"، مطالعات ملی، سال سوم، ش 11
- (1379)، "فرهنگ، تهاجم، تبادل، تحول"، فصلنامه مطالعات ملی، سال دوم، شماره 6

منابع انگلیسی

Prusak .L and D .C ohen (۲۰۰۱)، In Good company How social capital makes organization work, Harward Business school press.

Putnam, R. (۲۰۰۱). "Social capital measurement construction" Isuma

Pall Bullen SC Yenny onyx, (۱۹۹۸)

Coleman, J. (۱۹۸۸) 'Social capital in the creation of human capital', American Journal of Sociology ۹۴:۹۵-۱۲۰.

Fukuyama, F. (1995), "Trust: the social virtues and the creation prosperity" New York: Free Press, Chapter 9.

Warner ,F,(1999), "social capital construction and the Role of Local state " . Rural sociology 73(3).

Woolcock, M. (2001) "the place of social capital in understanding social and economic outcomes". In: social capital workshop (2002) Report of Finding.