

اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی در میان مدیران و کارشناسان بخش‌های فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با استفاده از مدل‌های ریاضی

دکتر هاشم نیکو مرام*

دکتر اسماعیل کاوسی**

پیمان‌ه عسگری***

چکیده

در این مقاله در راستای اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی در میان مدیران و کارشناسان بخش‌های فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نخست مفهوم سرمایه اجتماعی ارائه گردیده و سپس با اشاره به اهمیت شناخت سرمایه اجتماعی، به رویکردهای نظری برای تحلیل سرمایه اجتماعی می‌پردازد. در ادامه ضمن معرفی شاخص‌های اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی به توصیف پژوهش، اهداف و سوالات آن پرداخته و نتایج مربوط به تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از پرسشنامه‌های توزیع شده در میان مدیران و کارشناسان، تشریح می‌شود. بر اساس نتایج حاصله، اوزان ابعاد و مولفه‌های سرمایه اجتماعی در مدیران و کارشناسان بخش‌های فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مشخص شده و نهایتاً اندازه سرمایه اجتماعی در مدیران و کارشناسان تعیین گردیده است.

واژگان کلیدی

سرمایه اجتماعی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

* دانشیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.

** عضو هیئت علمی واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی.

*** دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.

مقدمه

در یک دهه اخیر، سرمایه اجتماعی به یکی از مباحث اساسی مورد توجه محافل دانشگاهی و تحقیقاتی جهان تبدیل شده است. سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از هنجارها، ارزشهای غیر رسمی، قواعد عرفی و تعهدات اخلاقی است که رفتارهای متقابل افراد در چهارچوب آنها شکل می‌گیرد و موجب تسهیل روابط اجتماعی افراد می‌شود و معمولاً به افزایش همکاری و مشارکت اجتماعی افراد می‌انجامد و کمک می‌کند تا سرمایه انسانی و سرمایه مادی و اقتصادی بتوانند در تعامل با هم به یک رشد پویا برسند. (اطاعت، ۱۳۸۱)

سرمایه اجتماعی به مثابه نوعی روغن اجتماعی است که در مناسبات بین افراد نقش ایفا می‌کند؛ یعنی در عین تسهیل‌کنندگی مناسبات، چسبندگی هم ایجاد می‌کند؛ به عبارتی هم چسب اجتماعی است و هم روغن اجتماعی. از یک سو بسیاری از زبیری‌های مهره‌های اجتماعی؛ یعنی افراد و واحدها را که در اصطکاک با هم قرار می‌گیرند تسهیل می‌کند و از بین می‌برد. یعنی برخوردها و مناسبات افراد را تسهیل می‌کند. در عین حال همچون یک چسب اجتماعی افراد را در کنار هم و در یک محیط اجتماعی متعامل نگه می‌دارد. می‌توان سرمایه اجتماعی را یک محیط، یا مجموعه شرایط و مجموعه قواعد اخلاقی - اجتماعی و رفتاری فرض کرد که به طور ضمنی رفتار افراد را شکل می‌دهد و کمک می‌کند تا سرمایه انسانی و سرمایه مادی و اقتصادی بتوانند در تعامل با هم به رشدی پویا برسند. بنابراین سرمایه اجتماعی بستر و فضایی است که تعامل نیروهای انسانی و استفاده‌ی این نیروها را از سرمایه‌های مادی تسهیل می‌کند. (رنانی، ۱۳۸۵)

سرمایه اجتماعی یعنی اعتماد و شبکه‌های تعاملی، که می‌توانند با تسهیل اقدامات هماهنگ، کارایی

گروه را در دستیابی به برخی اهداف خود بهبود بخشند. نقش چشمگیر سرمایه اجتماعی و نحوه حضور آن در زندگی فعالان اجتماعی، به عنوان راه‌علاجی برای مشکل تولید کالاهای عمومی، توجه بسیاری از جامعه‌شناسان از جمله جیمز کلمن، پی‌یر بوردیو، پاتنام و فوکویاما و ... را به خود جلب کرد.

اغلب گفته می‌شود «اگر نتوانید اندازه‌گیری کنید، نمی‌توانید مدیریت کنید» و آنچه قابل اندازه‌گیری است، قابل انجام نیز می‌باشد. علی‌رغم تلاش‌های وافری که محققین پیرامون سنجش و اندازه‌گیری «سرمایه اجتماعی» در اقصی نقاط دنیا به عمل آورده‌اند، متأسفانه یکی از بزرگ‌ترین نقاط ضعف موجود، فقدان اجماع آنها پیرامون روش اندازه‌گیری این پدیده می‌باشد. (فوکویاما، ۱۹۹۹)

در راستای پرداختن به این مهم، به نظر محقق کمتر سازمانی در ایران وجود دارد که نسبت به سنجش سرمایه اجتماعی و ارائه برنامه برای ارتقاء سرمایه اجتماعی، توجه داشته باشد. در این خصوص سعی گردیده است با استفاده از مدل‌های ریاضی و الگوهای بومی شده، جهت اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، پژوهشی صورت پذیرد.

اهمیت شناخت سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی از مفاهیم نوینی است که در بررسی‌های اقتصادی و اجتماعی جوامع مدرن مطرح گردیده است. سرمایه اجتماعی عمدتاً مبتنی بر عوامل فرهنگی و اجتماعی می‌باشد و شناسایی آن به عنوان یک سرمایه چه در سطح مدیریت کلان و چه در سطح مدیریت سازمان‌ها و بنگاه‌ها می‌تواند شناخت جدیدی را از سیستم‌های اقتصادی - اجتماعی ایجاد

کرده و مدیران را در مدیریت بهتر سازمان‌ها یاری کند (فوکویاما، ۱۹۹۵).

سرمایه اجتماعی دامنه کاربردی و پژوهشی بالقوه گسترده‌ای دارد و از ملاحظات نظری، تاریخی و فلسفی در رشته‌های مختلف علوم اجتماعی همچون جامعه‌شناسی، مردم‌شناسی، اقتصاد و تاریخ، مسائل روش‌شناختی مرتبط با کارهای میدانی گرفته تا ایجاد شاخص‌های مناسب برای شرایط مختلف، مشکلات حوزه‌های گوناگون رشد و توسعه سازمانها، آموزش، سیاستگذاری، سازمان‌های دولتی و غیردولتی، تصمیم‌گیری‌های جمعی، تامین اجتماعی و همچنین طیف وسیعی از شرایط تجربی را بررسی کند. (تاج‌بخش، ۱۳۸۴: ۵۳۱)

رویکردهای نظری برای تحلیل سرمایه اجتماعی

رزا^۱ در سال ۱۹۹۹، رویکردهای نظری را برای تحلیل سرمایه اجتماعی از هم جدا کرد و به سه گروه جایگزین رده‌بندی کرد.

(۱) **تئوری‌های موقعیتی:** در تئوری‌های موقعیتی سرمایه اجتماعی، عبارت‌های موقعیتی و سودمند تعریف شده است. به عنوان مثال از شخصی به شخص دیگر و از موقعیتی به موقعیت دیگر تغییر می‌کند. این مورد به طور ضمنی اشاره به این دارد که سرمایه اجتماعی نمی‌تواند به یک واحد منفرد از حساب، کاهش پیدا کند و سپس به مشخصات آماری کل جامعه افزوده شود.

(۲) **رویکردهای روانشناسی اجتماعی:** این رویکرد عقیده دارد که سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از عقاید و هنجارهای فرهنگی است. حامیان این رویکرد بحث می‌کنند که سازمان‌های داوطلبانه در نتیجه اعتماد پدید می‌آیند. سرمایه اجتماعی در اصل مساوی با اعتماد است. سرمایه اجتماعی از شخصی به شخص دیگر تغییر می‌کند ولی از نظر موقعیت سازگار و ثابت است.

(۳) **تئوری‌های فرهنگی:** در این رویکرد فرهنگ به عنوان سرچشمه اعتماد و همکاری در نظر گرفته شده است. سرمایه اجتماعی در میان اشخاص متعلق به یک فرهنگ، (جامعه) همگن است. همان‌طور که از موقعیتی به موقعیت دیگر ثابت می‌باشد. این تئوری، اشاره می‌کند که شناسایی سرمایه اجتماعی برای یک فرهنگ خاص، برای نمونه در یک کشور، باید بسیار ساده باشد. (پورتس، ۱۹۹۸)

ذخیره سرمایه اجتماعی

ممکن است برای هر کشور یک ذخیره اولیه سرمایه اجتماعی تشکیل گردد و بعد فرایندهای درونی این کشورها به سمت تخریب آن ذخیره اولیه برود ولی نکته مهم این است که یک ذخیره اولیه و کافی شکل گرفته است. فرانسیس فوکویاما در کتابش نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی در امریکا در حال کاهش است اما به مفهوم این نیست که آنها در حال فروپاشی هستند. یک ذخیره عظیمی از سرمایه اجتماعی در طول زمان شکل گرفته که این سرمایه در دوره‌های خاصی و بنا به دلایل خاصی ممکن است کاهش پیدا کند. کشورهای جهان سوم نیز در دوره گذار که قرار می‌گیرند به طور مرتب دچار کاهش سرمایه اجتماعی می‌شوند؛ این کشورها قبل از آغاز مرحله مدرنیزاسیون و تجددگرایی، از آنجایی که بر قواعد اخلاقی، دینی و مذهبی تکیه دارند دارای سرمایه اجتماعی خوبی هستند (و اصلاً یکی از کارکردهای مهم دین این است که بخش‌های مهمی از سرمایه اجتماعی را می‌سازد) اما بعد در دوران گذار دچار کاهش سرمایه اجتماعی می‌شوند و در دوره‌هایی این سرمایه به سطح نازلی می‌رسد، بگونه‌ای که گاهی فرآیند توسعه نیز متوقف می‌شود و یا حداقل رشد قابل ملاحظه‌ای نخواهد داشت. بنابراین اگر ما در غرب می‌بینیم که رشد وجود دارد و همزمان در مواردی سرمایه اجتماعی کاهش پیدا کرده است، باید به

یاد داشته باشیم که قبلاً یک ذخیره اولیه گسترده از سرمایه اجتماعی ایجاد شده بوده است؛ دوم اینکه بخش‌هایی از سرمایه اجتماعی در غرب در حال کاهش است و نه همه سرمایه اجتماعی آن. (رنانی، ۱۳۸۵، مقاله)

باتوجه به اهمیت سرمایه اجتماعی در توسعه اجتماعی و سازمانی لازم است برنامه‌های مختلفی برای افزایش ذخیره این سرمایه انجام گیرد. برخی از این اقدامات در سطح سازمانی عبارتند از:

۱) تشویق و تقویت نهادهای اجتماعی، صنفی و حرفه‌ای:

تشویق به ایجاد و تقویت نهادهای اجتماعی یکی از راه‌های ساختاری برای افزایش سرمایه اجتماعی است. افراد در قالب نهادهای اجتماعی دارای هویت مشترکی گردیده و زمینه ایجاد همکاری‌های گروهی در آنان ایجاد می‌شود. نتیجه فعالیت گروهی موفق نیز تقویت شبکه‌های اعتماد است. ایجاد چنین نهادهایی در سطوح سازمانی نیز امکان‌پذیر است. تشکیل گروه‌ها و انجمن‌های تخصصی و حرفه‌ای در سازمانها با مشارکت داوطلبانه کارشناسان و متخصصان می‌تواند موجب افزایش سرمایه اجتماعی در سازمانها گردد. ایجاد انجمنها و گروه‌های تخصصی در سازمانها می‌تواند موجب هنجارها و ارزشهای تخصصی و حرفه‌ای در بین اعضا گردیده و در صورت هدایت مناسب می‌تواند موجب کاهش هزینه‌های نظارت و سرپرستی رسمی در سازمان شده و علاوه بر آن با تقویت احساس تعلق به یک گروه تخصصی و حرفه‌ای در اعضا، موجب افزایش سطح انگیزشی و رشد فردی نیز گردد.

(پروساک ۲۰۰۱)

۲) برنامه ریزی برای غنی‌سازی فرهنگ اجتماعی و سازمانی:

سرمایه اجتماعی به عنوان یک متغیر اقتصادی از ویژگیهای فرهنگی یک سیستم اجتماعی به دست می‌آید. به بیان دیگر سرمایه اجتماعی تبلور اقتصادی فرهنگ اجتماعی یا سازمانی مبتنی بر اعتماد و مشارکت افراد است. بنابراین هرگونه اقدامی از طرف مدیران برای غنی‌سازی فرهنگ سازمانی می‌تواند موجب افزایش سرمایه اقتصادی شود. مدیریت فرهنگ سازمانی عمدتاً باتوجه به نقش رهبری و سمبل‌های فرهنگی می‌تواند موجب تقویت مولفه‌های فرهنگی نظیر احساس هویت گروهی و سازمانی مشترک، احساس تعلق به آینده‌ای مشترک، مشارکت، اعتمادهای بین فردی و گروهی و موارد مشابه گردد. در این باره مدیران سازمانها با ایجاد نظامهای مشارکتی، برگزاری مراسم و جلسات عمومی با کارکنان، حمایت روانی از کارکنان و ایفای مناسب نقش رهبری می‌توانند در جهت غنی‌سازی فرهنگ سازمانی گام بردارند. استفاده موثر از رسانه‌های ارتباطی نیز در دنیای امروزی دارای نقش بسیار موثر و منحصر به فردی است. در سطح سازمانی نیز می‌توان با استفاده از نشریات و خبرنامه‌های داخلی، پوسترها، فیلم‌ها و حتی شبکه‌های رایانه‌ای در داخل سازمان در تقویت این مولفه‌های فرهنگی اقدام کرد.

یکی دیگر از اقدامات مهم در این زمینه، تلاش مدیران و رهبر سازمان برای «اعتمادسازی» بین اعضای گروهها و واحدهای سازمانی و نیز بین واحدهای مختلف است. اعتماد نیز صرفاً با ایجاد روابط و ارتباطات مستمر موفق و به تدریج شکل می‌گیرد. انسانها پس از کسب شناخت مناسب از یکدیگر، به تدریج به یکدیگر اعتماد می‌کنند. این امر هم در روابط بین افراد، واحدهای مختلف درون سازمانی و هم در روابط بین سازمانها دارای اهمیت است. متأسفانه در بسیاری از سازمانها نوع روابط و ارتباطات سازمانی به گونه‌ای است که افراد و واحدهای سازمانی از یکدیگر شناخت

فعالیتها و زمینه سازی ایجاد و تقویت نهادهای اجتماعی و شبکه‌های اعتماد بین آحاد مختلف مردم. (علوی، ۱۳۸۰)

شاخص‌های سرمایه اجتماعی

یکی از مهم‌ترین مسائلی که سبب شده است سرمایه اجتماعی نتواند جایگاه خودش را پیدا کند، دشواری اندازه‌گیری آن است. هنوز هیچ شاخص فراگیری که بتوانیم میزان سرمایه اجتماعی و تحولات آن را اندازه‌گیری کنیم در دسترس نیست. سرمایه اجتماعی یک متغیر چند وجهی است؛ اولاً یک متغیر کلان غیرقابل مشاهده است؛ ثانیاً متغیری است که هم در سطح خرد وجود دارد و هم کلان. اشکالی که اینجا به وجود می‌آید آن است که در بسیاری از موارد سرمایه اجتماعی ممکن است در سطح خرد تقویت شود در حالی که در همان زمان سرمایه اجتماعی در سطح کلان در حال تخریب است.

مثلاً استحکام مناسبات در گروههای قاچاق و شکل‌گیری باندهای قاچاق؛ یعنی اینکه سرمایه اجتماعی در گروههای کوچک در حال تقویت شدن است اما همزمان افزایش قاچاق به این معناست که سرمایه اجتماعی در سطح کلان در حال کاهش است. یا وقتی که روند عمومی کشور به این می‌انجامد که اقلیت‌های قومی و مذهبی به سمت همگرایی درونی بروند و از همگرایی ملی بپرهیزند و شکافی بین آنها و نظام ملی پدیدار بشود این به منزله افزایش سرمایه اجتماعی در سطح قومیت‌ها و اقلیت‌ها و کاهش سرمایه اجتماعی در سطح ملی است. بنابراین به دلیل این پیچیدگی‌ها ساختن شاخص برای سرمایه اجتماعی خیلی دشوار است. اما ما می‌توانیم یکسری شواهد را ملاحظه نماییم و از طریق آن شواهد نتیجه‌گیری کنیم که سرمایه اجتماعی در حال رشد است یا کاهش. در

واقعی مناسبی کسب نکرده و طبیعتاً نیز زمینه لازم نیز برای ایجاد شبکه‌های اعتماد فراهم نخواهد بود. از اینرو نقش رهبری مدیران سازمان در ایجاد چنین فرهنگی بسیار موثر است.

۳) توجه به ارتقای سرمایه اجتماعی در آموزشهای عمومی و آموزش کارکنان:

یکی از مهمترین فرایندهای موجود در جوامع برای ایجاد سرمایه اجتماعی، نظامهای آموزشی است. گذر افراد از آموزشهای عمومی در تمامی سطوح و نیز آموزشهای دانشگاهی، نقش اصلی را در ایجاد این نوع سرمایه داراست.

مولفه‌های فرهنگی در سطح جامعه به شدت متأثر از عملکرد نظامهای آموزشی تربیتی هستند. در سطح سازمانی نیز دوره‌های آموزشی کارکنان می‌توانند بستر مناسبی برای تقویت سرمایه اجتماعی باشند. استفاده از روشهای آموزشی گروهی مانند گروههای کاری و پروژه‌های تحقیقاتی گروهی و نیز تقویت یادگیری گروهی در قالب فرایندهای کاری، می‌توانند در ایجاد و تقویت شبکه‌های اعتماد بسیار موثر باشند. بازبهای آموزشی که امروزه در آموزشهای مدیریتی نیز دارای کاربرد زیادی گردیده اند می‌توانند در این رابطه به طور موثری مفید باشند.

مهمترین اقداماتی نیز که توسط دولت‌ها می‌تواند برای تقویت سرمایه اجتماعی انجام شود عبارتند از:

- ۱) تشویق و تقویت تشکیل نهادهای مدنی؛
- ۲) تقویت و غنی سازی آموزشهای عمومی؛
- ۳) تامین امنیت شهروندان در جهت حضور داوطلبانه در نهادهای اجتماعی؛
- ۴) پرهیز از تصدی‌گری بخشهای مختلف اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی و واگذاری فعالیتهای مربوطه به نهادهای مردمی برای جلب مشارکت آنها در

اجتماعی و شبکه‌های رسمی و دامنه‌ی مساعدتی که یک نفر می‌کند یا مساعدتی که بر او می‌شود بررسی می‌کنند.

۲) اعتماد و یکپارچگی

علاوه بر سؤالات متعارف پرسیده شده در مورد اعتماد در تعداد چشمگیری از نظرخواهی‌های سراسری، این بخش به اطلاعاتی درباره‌ی اعتماد به همسایه‌ها، ارایه دهندگان خدمات مهم و غریبه‌ها و اینکه چگونه این برداشت‌ها در خلال زمان عوض شده است می‌پردازد.

۳) کارهای گروهی و همکاری

این بخش بررسی می‌کند که آیا و چگونه اعضا خانواده با همدیگر کار کرده‌اند و این فعالیت چگونه بوده است؟ در اجتماعشان، در پروژه مشترک شان و یا در رویارویی با یک بحران. همچنین نتایج انتظارات مختلف را در ارتباط با مشارکت آنها مورد بررسی قرار می‌دهد.

۴) اطلاعات و ارتباطات

دسترسی به اطلاعات به طور روزافزونی به عنوان یک اصل مهم برای کمک به جوامع فقیر برای داشتن حق اظهار نظر پررنگ‌تر در موضوعاتی که مربوط به رفاه آنها می‌باشد، شناخته می‌شود. این گروه از سؤالات راه‌ها و وسیله‌هایی که به وسیله‌ی آنها خانواده‌های فقیر بتوانند اطلاعاتی را در رابطه با وضع بازار و خدمات عمومی، دریافت کنند و حدود دسترسی آنها را بررسی می‌کند.

۵) پیوستگی اجتماعی و احاطه

اجتماعات یک موجودیت تنها نیستند اما تا حدودی با شکل‌های مختلف اختلاف‌نظر و ناهمسانی متمایز می‌شوند. سؤالات این گروه در جستجوی مشخص کردن طبیعت و حدود این اختلافات است و مکانیزمی که به وسیله‌ی آنها کنترل می‌شوند. سؤالاتی

واقع می‌توان روند تغییرات سرمایه اجتماعی را از روی پیامدهای سرمایه اجتماعی شناسایی کرد. مثلاً وقتی که اعتیاد در سطح کشور روندش رو به افزایش است، وقتی که میزان جرایمی که عنصر عمد در آن وجود دارد در حال گسترش است، وقتی مهاجرت به سمت خارج شدت می‌گیرد، یا وقتی میزان خودکشی و طلاق در حال افزایش است این شاخص‌ها به خوبی نشان می‌دهد که روند عمومی سرمایه اجتماعی به چه سمت و سویی در حرکت است. در شرایط با ثبات ممکن است به عللی یکی از این متغیرها افزایش پیدا کند، مثلاً میزان خودکشی بالا برود، اما بقیه شاخص‌ها یا در حال کاهش هستند و یا ثابت می‌مانند. اما وقتی به طور همزمان همه‌ی متغیرهای یاد شده در حال افزایش باشند به خوبی می‌توان دریافت که سرمایه اجتماعی به شدت در حال کاهش است. البته جدای از شاخص‌های آماری که روند پیامدهای سرمایه اجتماعی را نشان می‌دهند، می‌توان در زندگی روزمره و در عرصه‌های مختلف اجتماعی نیز شواهد کاهش یا افزایش سرمایه اجتماعی را ملاحظه کرد. (رنانی، ۱۳۸۵)

شش بعد سرمایه اجتماعی

در چارچوب نظری سرمایه اجتماعی $SC - IQ$ ، موضوعات اساسی بسیاری وجود دارد که به وسیله‌ی آنها اطلاعات مرتبط می‌توانند به دست آیند. بر پایه‌ی نظرسنجی‌های گذشته انجام شده درباره‌ی سرمایه اجتماعی و خواندن متون و اطلاعات گرفته شده از گروه‌های مشاور، این موضوعات بر شش بخش کلی تقسیم می‌شود:

۱) گروه‌ها و شبکه‌ها

این بخشی است که بیشتر با سرمایه اجتماعی در ارتباط است. این موضوعات طبیعت و میزان مشارکت اعضا خانوار را در انواع مختلف سازمان‌های

با توجه به اهداف فوق، تحقیق حاضر در صدد پاسخگویی به سوالات زیر می‌باشد:

- ۱) آیا با استفاده از مدل‌های ریاضی می‌توان سرمایه اجتماعی را در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اندازه‌گیری نمود؟
- ۲) سرمایه اجتماعی در میان کارشناسان بخش‌های فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به چه میزان می‌باشد؟
- ۳) وضعیت سرمایه اجتماعی در میان مدیران چگونه است؟
- ۴) چه راهکارهایی را برای افزایش میزان سرمایه اجتماعی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی می‌توان ارائه نمود؟

نوع روش تحقیق

با توجه به هدف تحقیق حاضر که اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی می‌باشد، این پژوهش از لحاظ روش، کار بر روی ساختارهای کیفی را مدنظر دارد. از حیث روش یک مطالعه موردی و از حیث هدف کاربردی است. با توجه به گستردگی موضوع سرمایه اجتماعی، کلیه سازمان‌ها، وزارتخانه‌ها و موسسات اعم از دولتی، خصوصی، تعاونی، فرهنگی و غیر فرهنگی می‌توانند سطح سرمایه اجتماعی واحد و بخش خود را سنجیده و سپس راهکارهایی را برای بهبود عوامل مؤثر بر سرمایه اجتماعی ارایه نمایند.

روش گرد آوری اطلاعات

در این تحقیق جهت تشریح هر چه بهتر موضوع تحقیق و فراهم آوردن دیدگاه‌های متناسب با موضوع از دو روش گردآوری اطلاعات استفاده شده است، به عبارت دیگر برای اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی از روش مطالعه کتابخانه‌ای و روش میدانی استفاده شده

که مربوط به شکل‌های هر روزه کنش و واکنش‌های اجتماعی است نیز در نظر گرفته می‌شود.

۶) پیشرفت و عمل سیاسی

باید به افراد تا حدودی که بر مؤسسات و روندی که مستقیماً به رفاه آنها در ارتباط است، کنترل داشته باشند. سؤالات این بخش، احساس شادی اعضا خانواده، کارایی شخصی و ظرفیت برای تحت تأثیر قرار دادن طرف مقابل، رویدادهای محلی و پیامدهای سیاسی گسترده‌تر را بررسی می‌کند. این وسیله‌ی نظرسنجی عضویت گروهی و برداشت‌های شخصی از اعتماد و ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی را بررسی می‌کند. (کاوسی و طلوعی)

اهداف تحقیق

هدف اصلی طرح حاضر اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی در میان کارشناسان و مدیران بخش‌های فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی می‌باشد که این کار با استفاده از الگوهای مطلوب صورت می‌پذیرد. در این راستا اهداف زیر مورد مطالعه و مذاقه قرار خواهند گرفت:

- ۱) شناسایی مدل مناسب جهت اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- ۲) شناسایی میزان سرمایه اجتماعی در میان بخش‌های فرهنگی مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- ۳) شناسایی میزان سرمایه اجتماعی در میان کارشناسان بخش‌های فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- ۴) ارائه راهکار جهت ارتقاء سرمایه اجتماعی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

سوالات تحقیق

است. ابزار گردآوری اطلاعات نیز در این تحقیق شامل پرسشنامه و مصاحبه می‌باشد.

روایی و پایایی

روایی (Validity) برای طراحی پرسشنامه از نظر اساتید و صاحب نظران برای بهینه شدن پرسشنامه استفاده گردیده است و در نهایت نظرات سازنده اساتید راهنما و مشاور نیز در این زمینه راهگشا بوده است.

پایایی پرسشنامه (Reliability) یا اعتبار

داده‌های جمع آوری شده مشخص می‌کند اطلاعات استخراج شده از پرسشنامه تا چه میزان به واقعیت‌های اجتماعی تطبیق دارد. برای این منظور ضریب آلفای کرونباخ محاسبه گردیده است. ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده، برای ۲۰ گویه، برابر ۰/۹۳۳ می‌باشد. هرچقدر ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده به عدد یک نزدیکتر باشد به این معنی است که گویه‌ها از نظر درونی با هم همبستگی دارند.

جامعه آماری و نمونه

جامعه آماری و نمونه ما در این پژوهش:

۱) مدیران بخش‌های فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، که در سطوح مختلف شامل معاونین، مدیران کل و مدیران اجرایی می‌باشند. از کل جامعه مورد مطالعه ۲۰ نفر انتخاب شده و پرسشنامه به دو صورت لیکرت و متریک در دو مرحله جداگانه در اختیار آنان قرار گرفت. از مجموع ۲۰ پرسشنامه توزیع

شده طی مدت معین ۱۵ نفر به آن پاسخ داده و در اختیار پژوهش‌گر قرار گرفت.

۲) کارشناسان بخش‌های فرهنگی وزارت

فرهنگ و ارشاد اسلامی. از کل جامعه مورد مطالعه ۵۰ نفر انتخاب شد و پرسشنامه به دو صورت لیکرت و متریک در دو مرحله جداگانه در اختیار آنان قرار گرفت. از مجموع ۵۰ پرسشنامه توزیع شده طی مدت معین ۴۰ نفر به آن پاسخ داده و در اختیار پژوهش‌گر قرار گرفت.

تجزیه و تحلیل اطلاعات

روش تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از پرسشنامه در این تحقیق استفاده همزمان از آمار توصیفی و استنباطی می‌باشد. بر این اساس در آمار توصیفی از جداول توزیع فراوانی و در آمار استنباطی با استفاده از نرم افزار Excel داده‌های حاصل از پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

مراحل پژوهش

گام اول: وزن دهی ابعاد و مولفه‌ها؛

گام دوم: وزن دهی شاخص‌ها؛

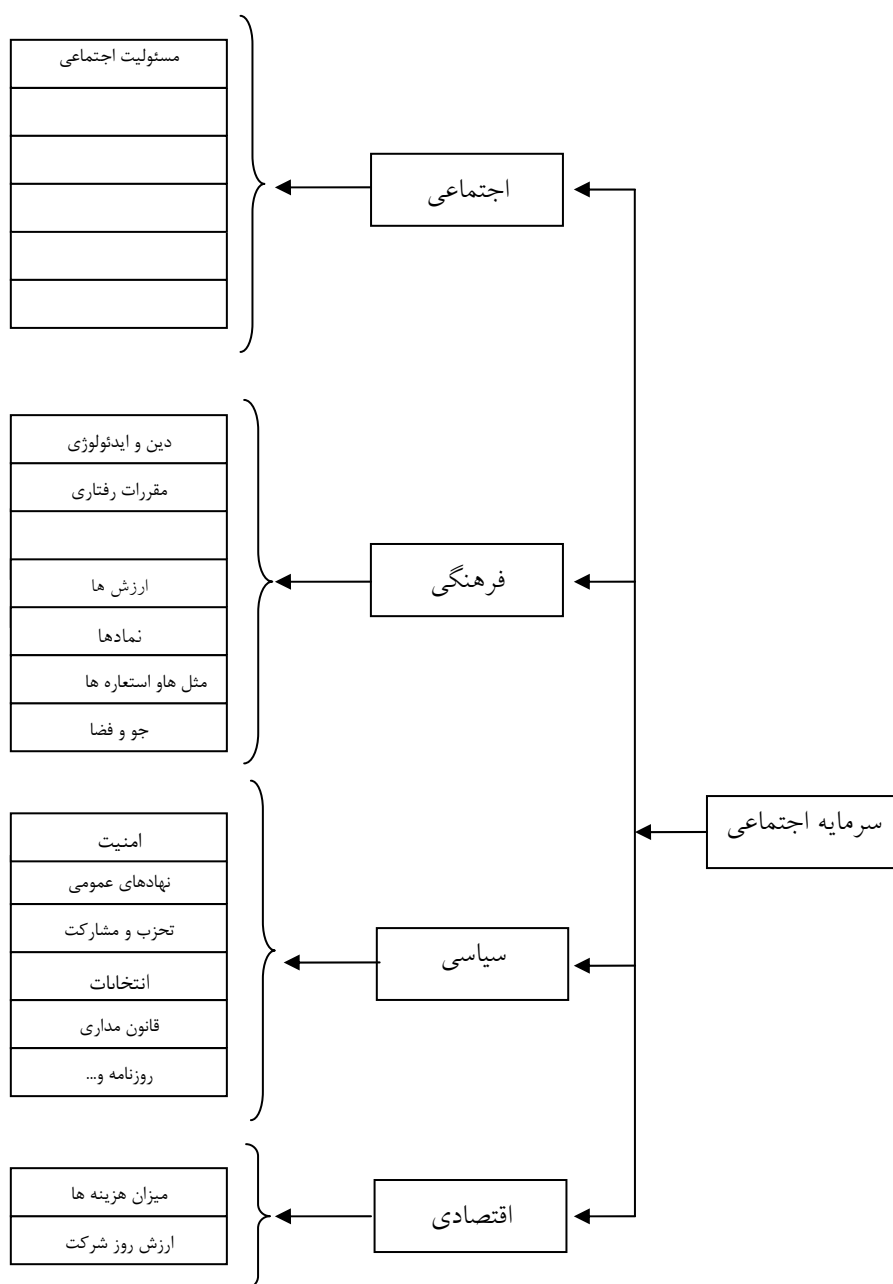
گام سوم: اندازه‌گیری‌ها؛

گام چهارم: وزن دهی مجدد توسط خبرگان؛

گام ششم: ضرب اوزان و بدست آوردن اندازه نهایی

سرمایه اجتماعی؛

شکل شماره (۱): مدل تحلیلی تحقیق



جدول شماره (۱): اندازه بعد اجتماعی سرمایه اجتماعی در کارشناسان

نمره نهایی لیکرت	وزن لیکرت	لیکرت	نمره نهایی نیمه متریک	وزن نیمه متریک	نیمه متریک	ابعاد اجتماعی
۰/۶	۰/۲	۳	۱۱/۳	۰/۲۲۱	۵۱	اعتماد
۰/۶	۰/۲	۳	۵/۴	۰/۱۲۸	۴۲	روابط متقابل
۰/۴	۰/۲	۲	۳/۶	۰/۱۴۳	۲۵	مشارکت
۰/۴	۰/۲	۲	۳/۲	۰/۱۱۰	۲۹	آگاهی عمومی
۰/۳	۰/۱	۳	۷	۰/۱۴۰	۵۰	اخلاقیات
۰/۸	۰/۲	۴	۱۸/۱	۰/۲۲۷	۸۰	مسئولیت اجتماعی
۰/۵		۳	۷		۴۳	نمره میانگین بعد

جدول شماره (۲): اندازه بعد فرهنگی سرمایه اجتماعی در کارشناسان

نمره نهایی لیکرت	وزن لیکرت	لیکرت	نمره نهایی نیمه متریک	وزن نیمه متریک	نیمه متریک	ابعاد فرهنگی
۰/۸۶۹۵۶۵۲۱۷	۰/۲۱۷۳۹۱۳۰۴	۴	۱۷/۶	۰/۲۱۴۶۲۲۶۴۲	۸۳	مقررات رفتاری
۰/۶۹۵۶۵۲۱۷۴	۰/۱۷۳۹۱۳۰۴۳	۴	۱۳/۶	۰/۱۷۶۸۸۶۷۹۲	۷۷	نرمها و هنجارها
۰/۲۶۰۸۶۹۵۶۵	۰/۰۸۶۹۵۶۵۲۲	۳	۳/۸	۰/۰۸۷۲۶۴۱۵۱	۴۴	ارزشها
۰/۳۹۱۳۰۴۳۴۸	۰/۱۳۰۴۳۴۷۸۳	۳	۶/۷	۰/۱۱۳۲۰۷۵۴۷	۵۹	دین و ایدئولوژی
۰/۲۶۰۸۶۹۵۶۵	۰/۰۸۶۹۵۶۵۲۲	۳	۳/۳	۰/۰۹۹۰۵۶۶۰۴	۳۳	نمادها
۰/۵۲۱۷۳۹۱۳	۰/۱۳۰۴۳۴۷۸۳	۴	۱۰/۱	۰/۱۳۶۷۹۲۴۵۳	۷۴	مثال و استعارهها
۰/۶۹۵۶۵۲۱۷۴	۰/۱۷۳۹۱۳۰۴۳	۴	۸/۶	۰/۱۷۲۱۶۹۸۱۱	۵۰	جو و فضا
۰/۵		۴	۸		۵۷	نمره میانگین بعد

جدول شماره (۳): اندازه بعد سیاسی سرمایه اجتماعی در کارشناسان

نمره نهایی لیکرت	وزن لیکرت	لیکرت	نمره نهایی نیمه متریک	وزن نیمه متریک	نیمه متریک	ابعاد سیاسی
۰/۶۴۲۸۵۷۱۴۳	۰/۲۱۴۲۸۵۷۱۴	۳	۱۱/۹	۰/۲۳۴۲۳۴۲۳۴	۵۱	امنیت
۰/۸۵۷۱۴۲۸۵۷	۰/۲۸۵۷۱۴۲۸۵	۳	۱۱/۶	۰/۳۰۶۳۰۶۳۰۶	۳۸	نهادهای عمومی و مدنی
۰/۲۸۵۷۱۴۲۸۶	۰/۱۴۲۸۵۷۱۴۳	۲	۲/۴	۰/۰۹۹۰۹۹۰۹۹	۲۴	تحت حزب و مشارکت سیاسی انتخابات
۰/۶۴۲۸۵۷۱۴۳	۰/۲۱۴۲۸۵۷۱۴	۳	۱۰/۴	۰/۲۰۷۲۰۷۲۰۷	۵۰	قانون مداری
۰/۲۸۵۷۱۴۲۸۶	۰/۱۴۲۸۵۷۱۴۳	۲	۵/۷	۰/۱۵۳۱۵۳۱۵۳	۳۷	رسانه ها
۰/۵		۳	۷		۳۹	نمره میانگین بعد سیاسی
۰/۶۴۲۸۵۷۱۴۳	۰/۲۱۴۲۸۵۷۱۴	۳	۱۱/۹	۰/۲۳۴۲۳۴۲۳۴	۵۱	امنیت
۰/۸۵۷۱۴۲۸۵۷	۰/۲۸۵۷۱۴۲۸۶	۳	۱۱/۶	۰/۳۰۶۳۰۶۳۰۶	۳۸	نهادهای عمومی و مدنی

جدول شماره (۴): اندازه بعد اقتصادی سرمایه اجتماعی در کارشناسان

نمره نهایی لیکرت	وزن لیکرت	لیکرت	نمره نهایی نیمه متریک	وزن نیمه متریک	نیمه متریک	ابعاد اقتصادی
۰/۳۲۱۹۳۱۵۹	۰/۰۸۰۴۸۲۸۹۷	۴	۴۰/۶	۰/۵۶۳۳۸۰۲۸۲	۷۲	هزینه ها
۱/۷۱۴۲۸۵۷۱۴	۰/۴۲۸۵۷۱۴۲۹	۴	۲۷/۱	۰/۴۳۶۶۱۹۷۱۸	۶۲	ارزش روز شرکت
۱		۴	۳۳		۶۷	نمره میانگین بعد اقتصادی

امتیاز نمره ۵۵ می باشد که کمی از نمره متوسط بالاتر می باشد.

اگر سرمایه اجتماعی را حاصل جمع جبری ابعاد اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی بدانیم با توجه به امتیازات محاسبه شده، سرمایه اجتماعی در کارشناسان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از ۱۰۰

جدول شماره (۵): اندازه نهایی سرمایه اجتماعی در کارشناسان

سرمایه اجتماعی	اجتماعی	فرهنگی	بعد سیاسی	بعد اقتصاد	ابعاد سرمایه اجتماعی در میان کارشناسان
۵۵	۷	۸	۷	۳۳	جمع

جدول شماره(۶): اندازه بعد اجتماعی سرمایه اجتماعی در مدیران

نمره نهایی لیکرت	وزن لیکرت	لیکرت	نمره نهایی نیمه متریک	وزن نیمه متریک	نیمه متریک	ابعاد اجتماعی
۰/۸۸	۰/۲۲۱	۴	۱۷	۰/۲۲۱	۷۷	اعتماد
۰/۵۱	۰/۱۲۸	۴	۱۰	۰/۱۲۸	۷۷	روابط متقابل
۰/۵۷	۰/۱۴۳	۴	۹	۰/۱۴۳	۶۵	مشارکت
۰/۳۳	۰/۱۱۰	۳	۵	۰/۱۱۰	۴۵	آگاهی عمومی
۰/۵۶	۰/۱۴۰	۴	۱۰	۰/۱۴۰	۶۹	اخلاقیات
۱/۱۳	۰/۲۲۷	۵	۱۹	۰/۲۲۷	۸۴	مسئولیت اجتماعی
۰/۵۵		۴	۹		۶۸	نمره میانگین بعد اجتماعی

جدول شماره(۷): اندازه بعد فرهنگی سرمایه اجتماعی در مدیران

نمره نهایی لیکرت	وزن لیکرت	لیکرت	نمره نهایی نیمه متریک	وزن نیمه متریک	نیمه متریک	ابعاد فرهنگی
۱/۰۷	۰/۲۱۴۶۲۳	۵	۱۹	۰/۲۱۴۶۲۳	۸۹	مقررات رفتاری
۰/۷۱	۰/۱۷۶۸۸۷	۴	۱۵	۰/۱۷۶۸۸۷	۸۲	نرمها و هنجارها
۰/۲۶	۰/۰۸۷۲۶۴	۳	۵	۰/۰۸۷۲۶۴	۵۳	ارزش‌ها
۰/۴۵	۰/۱۱۳۲۰۸	۴	۸	۰/۱۱۳۲۰۸	۷۱	دین و ایدئولوژی
۰/۴۰	۰/۰۹۹۰۵۷	۴	۶	۰/۰۹۹۰۵۷	۵۸	نمادها
۰/۵۵	۰/۱۳۶۷۹۲	۴	۸	۰/۱۳۶۷۹۲	۶۰	مثال و استعاره‌ها
۰/۶۹	۰/۱۷۲۱۷	۴	۱۲	۰/۱۷۲۱۷	۷۰	جو و فضا
۱/۰۱		۴	۵		۶۸	نمره میانگین بعد فرهنگی

جدول شماره(۸): اندازه بعد سیاسی سرمایه اجتماعی در مدیران

نمره نهایی لیکرت	وزن لیکرت	لیکرت	نمره نهایی نیمه متریک	وزن نیمه متریک	نیمه متریک	ابعاد سیاسی
۰/۷۰	۰/۲۳۴۲۳۴	۳	۱۲	۰/۲۳۴۲۳۴	۵۰	امنیت
۰/۹۲	۰/۳۰۶۳۰۶	۳	۱۴	۰/۳۰۶۳۰۶	۴۶	نهادهای عمومی و مدنی
۰/۳۰	۰/۰۹۹۰۹۹	۳	۴	۰/۰۹۹۰۹۹	۴۰	تحت‌جز و مشارکت سیاسی انتخابات
۰/۶۲	۰/۲۰۷۲۰۷	۳	۱۲	۰/۲۰۷۲۰۷	۵۸	قانون‌مداری
۰/۴۶	۰/۱۵۳۱۵۳	۳	۶	۰/۱۵۳۱۵۳	۳۷	رسانه‌ها
۰/۹۰		۳	۶		۴۶	نمره میانگین بعد سیاسی

جدول شماره (۹): اندازه بعد اقتصادی سرمایه اجتماعی در مدیران

ابعاد اقتصادی	نیمه متریک	وزن نیمه متریک	نمره نهایی نیمه متریک	لیکرت	وزن لیکرت	نمره نهایی لیکرت
هزینه ها	۷۶	۰/۵۶۳۳۸	۳۷	۴	۰/۵۶۳۳۸	۲/۲۵
ارزش روز شرکت	۶۶	۰/۴۳۶۶۲	۳۱	۴	۰/۴۳۶۶۲	۱/۷۵
نمره میانگین بعد اقتصادی	۷۱		۳۴	۴		۲

اگر سرمایه اجتماعی را حاصل جمع جبری ابعاد اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی بدانیم با توجه به امتیازات محاسبه شده سرمایه اجتماعی مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از ۱۰۰ امتیاز، نمره ۵۴ می باشد که کمی از نمره متوسط بالاتر می باشد.

جدول شماره (۱۰): اندازه نهایی سرمایه اجتماعی در مدیران

ابعاد سرمایه اجتماعی در میان مدیران	بعد اقتصاد	بعد سیاسی	فرهنگی	اجتماعی	سرمایه اجتماعی
جمع	۳۴	۶	۵	۹	۵۴

نتیجه گیری
در یک سازمان اعم از دولتی و غیر دولتی، می توان سرمایه اجتماعی را بررسی و اندازه گیری نمود. این کار با وزن دهی ابعاد و مولفه های سرمایه اجتماعی صورت می پذیرد و ما می توانیم ابعاد اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی سرمایه اجتماعی را بررسی و اندازه گیری کنیم و از آنجا سرمایه اجتماعی یک سازمان سنجیده می شود.

بعد از اندازه گیری مولفه های سرمایه اجتماعی توسط شاخص های آن در مدیران و کارشناسان بخش های فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بوسیله مقیاس های نیمه متریک و لیکرت که توسط خبرگان وزن دهی شده و در مدل انتخابی مطرح شده است، مشخص شد که اندازه سرمایه اجتماعی از ۱۰۰ نمره امتیاز، در میان کارشناسان، نمره ۵۵ و در میان مدیران، نمره ۵۴ می باشد. در این پژوهش مشخص شد که بعد اقتصادی بالاترین میزان از ابعاد سرمایه اجتماعی را در مدیران و کارشناسان بخش های فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به خود اختصاص داده است و این عدد در کارشناسان عدد ۳۳ و در مدیران عدد ۳۴ می باشد. و کمترین میزان از ابعاد سرمایه اجتماعی در کارشناسان و مدیران مربوط به بعد سیاسی و فرهنگی می باشد که بعد سیاسی در کارشناسان نمره ۷ و بعد فرهنگی در مدیران نمره ۶ می باشد. همچنین در این تحقیق مولفه های سرمایه اجتماعی اندازه گیری شد و مشخص شد:

بعد از اندازه گیری مولفه های سرمایه اجتماعی توسط شاخص های آن در مدیران و کارشناسان بخش های فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بوسیله مقیاس های نیمه متریک و لیکرت که توسط خبرگان وزن دهی شده و در مدل انتخابی مطرح شده است، مشخص شد که اندازه سرمایه اجتماعی از

فهرست منابع و مآخذ

- ۱- اطاعت، جواد، مقاله سرمایه اجتماعی و مادی و انسانی، دانشکده حقوق جهاد دانشگاهی، ۱۳۸۱.
- ۲- تاج بخش، کیان، سرمایه اجتماعی و توسعه، انتشارات شیرازه، چاپ اول، تهران، ۱۳۸۴.
- ۳- رنایی، محسن، سرمایه اجتماعی شرط لازم برای توسعه، گفتگو با امیر حسین تحقیقی، ۱۳۸۵.
- ۴- علوی، سید بابک، سرمایه اجتماعی، ماهنامه تدبیر، سال دوازدهم، شماره ۱۱۶، مهر ۱۳۸۰.
- ۵- کاوسی، اسماعیل، پایان نامه دکتری طراحی الگوی اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی، ۱۳۸۵.
- ۶- فوکویاما، فرانسیس، پایان نظم (بررسی سرمایه اجتماعی و حفظ آن)، ترجمه غلام عباس توسلی، نشر جامعه ایرانیان، چاپ اول، تهران ۱۳۷۹.
- ۷- پورتس، جان، ترجمه مقاله، کاوسی و نیکومرام، ۱۹۹۸.
- 8 - prusak .L &D .cohen (2001), "in Good company How social capital makes organization work " Harward Business school press.
- 9- Barney .J,W ,Griffin, "The management of organization " (N .J:Houghton Mifflin co , 1992
- ۱) در بعد اجتماعی در میان کارشناسان، مولفه مسئولیت اجتماعی دارای بالاترین نمره و عدد ۸۰ می‌باشد و آگاهی عمومی دارای پایین ترین نمره و عدد ۲۹ می‌باشد و در مدیران نیز مولفه مسئولیت اجتماعی دارای بالاترین نمره و عدد ۸۴ می‌باشد و آگاهی عمومی دارای پایین ترین نمره و عدد ۴۵ می‌باشد.
- ۲) در بعد فرهنگی در میان کارشناسان، مولفه مقررات رفتاری دارای بالاترین نمره و عدد ۸۳ می‌باشد و نماد ها دارای پایین ترین نمره و عدد ۳۳ می‌باشد و در مدیران نیز مولفه مقررات رفتاری دارای بالاترین نمره و عدد ۸۹ می‌باشد و مولفه ارزش ها دارای پایین ترین نمره و عدد ۵۳ می‌باشد.
- ۳) در بعد سیاسی در میان کارشناسان، مولفه قانون مداری و امنیت دارای بالاترین نمره و عدد ۵۰ می‌باشد و مشارکت سیاسی انتخابات دارای پایین ترین نمره و عدد ۲۴ می‌باشد و در مدیران نیز مولفه قانون مداری دارای بالاترین نمره و عدد ۵۸ می‌باشد و رسانه ها دارای پایین ترین نمره و عدد ۳۷ می‌باشد.
- ۴) در بعد اقتصادی در میان کارشناسان، مولفه هزینه ها دارای نمره ۷۲ و ارزش روز شرکت دارای نمره ۶۲ می‌باشد و در مدیران مولفه هزینه ها دارای نمره ۷۶ و ارزش روز شرکت دارای نمره ۶۶ می‌باشد.

یادداشتها

Rose.¹

². (پرسشنامه اندازه گیری سرمایه اجتماعی)