

نقش رسانه در تقویت سرمایه اجتماعی در گام دوم انقلاب اسلامی (صفحات ۱۴۵ تا ۱۷۴)

DOR:20.1001.1.17358663.1400.16.47.6.6

نوع مقاله: پژوهشی

سعید رضایی^۱ * محمدرضا قانعی^۲

پذیرش: ۹۹/۱۱/۲۸

دریافت: ۹۹/۱۱/۰۹

چکیده

انقلاب اسلامی ایران با تکیه بر حضور مردم و استفاده از ظرفیت سرمایه‌های اجتماعی به پیروزی رسیده است و حالا در گام دوم انقلاب، حفظ و تقویت جایگاه این انقلاب و نظام جمهوری اسلامی نیازمند حفظ سرمایه‌های اجتماعی و ارتقای این سرمایه‌ها است. تضعیف سرمایه‌های اجتماعی می‌تواند اثرات ناگواری را در جامعه در پی داشته باشد و لازم است که نسبت به تقویت سرمایه اجتماعی با ابزار و شیوه‌های مختلف اقدام کرد. رسانه‌ها همواره ابزاری مناسب برای تأثیرگذاری بر روی افکار فردی و عمومی هستند، هر چند تفاوت‌هایی در دیدگاه نسبت به میزان اثرگذاری رسانه‌ها وجود دارد، ولی همه‌ی نظریه‌پردازان، حداقلی از اثرگذاری رسانه‌ها را قبول دارند. رسانه‌ها می‌توانند به تقویت سرمایه‌های اجتماعی در ایران کمک کنند و این پژوهش تلاش کرده تا راهکارهایی برای تقویت سرمایه‌های اجتماعی از مسیر رسانه‌ها را یافته و با استفاده از روش تحلیلی دنبال یافته‌هایی است تا به تصمیم‌گیران و مجریان در حوزه‌ی فعالیت‌های رسانه‌ای کمک کند تا در گام دوم انقلاب عملکردی قابل قبول برای تقویت سرمایه‌های اجتماعی باشند. بخش عمده‌ی راهکارهای تقویت سرمایه اجتماعی از مسیر رسانه می‌گذرد که از کارکردهای رسانه در تقویت سرمایه اجتماعی می‌توان به تولید محتوا و برنامه‌های متنوع برای کاهش ناهنجاری‌ها، ترویج حس نوع‌دوستی، گسترش قانون‌مداری، تقویت نظارت‌ها، توسعه‌ی حس همکاری و مشارکت، ایجاد و تقویت امید و نشاط، افزایش آگاهی‌های مردم، تقویت نهاد خانواده، افزایش همگرایی، بهبود تعاملات مردم و دولت اشاره کرد.

واژگان کلیدی: رسانه، سرمایه اجتماعی، انقلاب اسلامی، گام دوم انقلاب اسلامی.

۱. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران. 1983saeid@gmail.com

۲. دانشیار، گروه علوم سیاسی و روابط بین الملل، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران. (نویسنده مسئول)
ghaedi1352@gmail.com

۱- بیان مسئله

هرچند تاکنون تعاریف مختلف و متعددی برای سرمایه اجتماعی ارائه شده است، ولی در مجموع سرمایه اجتماعی را می‌توان علاج همه‌ی دردهای جامعه‌ی مدرن دانست. مرادفات اجتماعی، نوع‌دوستی، حس همدردی و حسن نیت را می‌توان از اقسام سرمایه‌های اجتماعی برشمرد. سرمایه اجتماعی یکی از دارایی‌های ملی است که هرچند مانند دیگر سرمایه‌ها قابل اندازه‌گیری دقیق نیست، ولی وجود و وفور آن نقش بسیار مهمی در پیشبرد اهداف توسعه و پیشرفت کشور دارد، به‌گونه‌ای که افزایش سرمایه اجتماعی در بین یک کشور و ملت، زمینه را برای احساس خوشبختی بیشتر در آن جامعه نیز فراهم می‌سازد. تقویت سرمایه اجتماعی یکی از نکات مهم برای دولت‌ها و حکومت‌ها است و در این راستا رسانه‌ها می‌توانند نقش مهم و اساسی را بر عهده داشته باشند. رسانه‌ها طی سال‌های اخیر نفوذ خیلی بیشتری در بین خانواده‌ها داشته‌اند و به جزئی لاینفک از زندگی مردم تبدیل شده‌اند که با اشکال و شیوه‌های مختلفی زمینه‌ی ارتباط مردم با همدیگر را فراهم می‌سازند این ارتباطات هر روز گسترده‌تر و پیچیده‌تر می‌شود. رسانه‌ها نقش مهمی در آموزش و فرهنگ‌سازی بر عهده دارند و به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابزار برای پیشبرد اهداف فرهنگی و اجتماعی به حساب می‌آیند و این نقش و بهتر بگوییم مسئولیت روزبه‌روز در حال افزایش است.

انقلاب اسلامی ایران با شرایط پیچیده سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و مذهبی زمان خود، با مبانی ارزشمند معمار بزرگ و فقید آن حضرت امام خمینی (ره) شکل گرفت و در سطح جهان بریان‌ساز شد. از مهم‌ترین دستاوردهای انقلاب اسلامی ایران می‌توان به ایجاد نظام اجتماعی در جامعه‌ی ایران و شکل‌گیری سرمایه اجتماعی اشاره کرد. سرمایه اجتماعی در انقلاب اسلامی دستخوش تغییرات گسترده‌ای بوده است و در برهه‌های مختلف شاهد تقویت یا تضعیف آن بوده‌ایم. در گام دوم انقلاب اسلامی حفظ و تقویت سرمایه‌های اجتماعی از مهم‌ترین رویکردها است که رسانه‌ها می‌توانند نقش مهم و تأثیرگذاری در این زمینه داشته باشند و پژوهش حاضر به دنبال دستیابی به راهکارهای مناسب برای نیل به این مهم با استفاده از ظرفیت رسانه است.

انقلاب اسلامی ایران یک انقلاب برخاسته از مردم است و سرمایه‌های اجتماعی در آن نقش و جایگاه رفیعی دارد. با توجه به اهمیت این سرمایه‌ها، یافتن راهکارهایی برای

تقویت سرمایه اجتماعی از دست‌رفته از اهمیت به‌سزایی برخوردار است. در این تحقیق، رسانه به‌عنوان مجموعه‌ای از رسانه‌ها مدنظر قرار گرفته شده و راهکارها و قابلیت‌هایی که از رسانه مدنظر قرار گرفته است، مجموعه‌ای کارکردهای رسانه‌ها اعم از رسانه‌های مکتوب، صوتی و تصویری، برخط، رسانه‌های اجتماعی و... است. در این تحقیق به دنبال پیدا کردن راهکارهایی برای تقویت و بهبود وضعیت سرمایه‌های اجتماعی در گام دوم انقلاب هستیم و این موضوع را از منظر کارکرد رسانه مورد تحلیل و بررسی قرار خواهیم داد. سؤال اصلی تحقیق این است که رسانه‌ها چه کمکی می‌توانند به تقویت سرمایه‌های اجتماعی در گام دوم انقلاب داشته باشند و راهکارهای اجرایی برای تقویت سرمایه‌های اجتماعی از مسیر رسانه‌ها چیست؟

۲. ادبیات پژوهش

۱.۲. ادبیات تجربی

تحقیقات گسترده‌ای در حوزه‌ی نقش رسانه در حوزه‌ی اجتماعی و چگونگی تقویت سرمایه‌های اجتماعی صورت گرفته است که در ادامه به برخی از پژوهش‌های صورت گرفته در این زمینه‌ها و نتایج و روش انجام این تحقیقات اشاره‌ای خواهیم داشت:

۱. «واکاوی کاربرست رسانه ملی در ارتقای سرمایه اجتماعی» (۱۳۹۴) محمدولی علیی از تحقیقات مرتبط در این زمینه است که به بررسی نقش صداوسیما جمهوری اسلامی ایران در تقویت سرمایه اجتماعی پرداخته است. در این تحقیق به نقش مهم و تأثیرگذار رسانه در بهبود وضعیت سرمایه‌های اجتماعی در انقلاب اسلامی اشاره شده است و رابطه‌ی بین کارکردهای متنوع رسانه ملی بر تولید سرمایه اجتماعی در کشور تکیه شده است. روش این تحقیق ترکیبی از روش‌های کمی و کیفی بوده و از نرم‌افزارهای مختلفی برای تجزیه و تحلیل آماری استفاده شده است. یافته‌های این تحقیق تأییدکننده‌ی رابطه‌ی مستقیم بسیاری از کارکردهای رسانه ملی در شاخص‌های سرمایه اجتماعی بوده و درنهایت، سهم این سازمان در تولید سرمایه اجتماعی در شاخص‌های مورد شناسایی مشخص شده است.

۲. «سرمایه اجتماعی و امنیت اجتماعی (۱۳۸۷) محسن ردادی» عنوان یکی از آثار مرتبط با این پژوهش است که به بررسی سرمایه اجتماعی و راهکارهای تقویت آن در

جامعه پرداخته و این موضوع را در ارتباط با وضعیت امنیت اجتماعی مورد بررسی قرار داده است. در این پژوهش نظرات اندیشمندان مختلفی چون فوکویاما، کلمن، پورتر و... برای تشریح مفهوم سرمایه اجتماعی آمده است. دلایل سقوط سرمایه‌های اجتماعی و همچنین راهکارهای بهبود وضعیت سرمایه‌های اجتماعی در این پژوهش ارائه شده است. در این مقاله پیشنهاد شده است که برای افزایش امنیت اجتماعی باید به سرمایه‌های اجتماعی توجه شود و با انباشت سرمایه اجتماعی در طول زمان می‌توان از بسیاری از جرائم پیشگیری کرد. در جامعه‌ی دینی ایرانی تقویت هنجارهای اعتمادساز دینی می‌تواند کمک مؤثری در راستای افزایش سرمایه اجتماعی باشد.

۳. «نقش رسانه‌های گروهی در پیشگیری از جرائم (۱۳۹۱)، محمود آجرلویی» از دیگر پژوهش‌هایی است که مرتبط با موضوع این پژوهش است و هرچند پیشگیری از جرائم را مورد تحقیق قرار داده است، ولی در بخش‌های زیادی از این پژوهش به بررسی تأثیرات رسانه‌ها و راهکارهای مناسب برای تأثیرگذاری رسانه‌ها بر تقویت هنجارها و بهبود سرمایه اجتماعی اشاره شده است. اشاره به نقش آموزشی و اطلاع‌رسانی رسانه‌ها از مهم‌ترین قسمت‌های این پژوهش است که در تقویت سرمایه اجتماعی نیز تأثیرگذار است.

۴. «نقش رسانه در توسعه سیاسی و اجتماعی با تأکید بر جامعه معناگرای ایران (۱۳۹۱) علیرضا گلشنی، علی جدیدی و صالح اسکندری» عنوان مقاله‌ی مرتبط دیگری است که در مورد نقش و تأثیرگذاری رسانه‌ها در جامعه به مؤلفه‌های مختلف کارکردی رسانه‌ها پرداخته و سپس نقش رسانه‌ها در پیشبرد اهداف فرهنگی و اجتماعی را مورد تحقیق و بررسی قرار داده است. نقش آموزشی و فرهنگ‌سازی و اطلاع‌رسانی رسانه‌ها در پیشبرد اهداف اجتماعی جامعه در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته است. در پژوهش‌های پیشین به نقش صداوسیما در تقویت سرمایه اجتماعی و یا ارتباط امنیت و سرمایه اجتماعی و یا نقش رسانه در پیشگیری از جرم و... اشاره شده است، ولی در تحقیق حاضر نقش رسانه در تقویت سرمایه اجتماعی مورد بررسی قرار گرفته و راهکارهای عملی و کاربردی در این زمینه ارائه می‌شود. تحقیق حاضر دنبال شناخت کارکردها و قابلیت‌های پیدا و پنهان رسانه، راهکارهای تقویت سرمایه اجتماعی در جامعه و اتصال این کارکردها و قابلیت‌ها به راهکارهای تقویت سرمایه اجتماعی است.

۲.۲. ادبیات نظری

در حوزه‌ی سرمایه اجتماعی، تاکنون نظریات مختلف و متعددی ارائه شده است که از اولین آثار می‌توان به کتاب «سرمایه» اثر «کارل مارکس» اشاره کرد که به موضوع همبستگی از روی اجبار پرداخته است که امروزه به‌نوعی با مفهوم سرمایه اجتماعی شناخته می‌شود. «آرا جورج زیمل» با مفاهیمی چون دادوستد هنجارها و قواعد رفتاری افراد را در مناسبات فردی و مبادلات گروهی بررسی کرده و «امیل دورکیم» و «تالکوت پارسونز» نیز مفهوم سرمایه اجتماعی را بر مبنای تعهداتی که مبنای آن‌ها ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی است تعریف می‌کنند. «ماکس وبر» نیز مفاهیمی را که به اعتماد معطوف است را بررسی کرده است. این اعتماد قراردادی است که به‌سوی خطرپذیری و به‌نوعی سود متقابل برای مشارکت‌کنندگان می‌انجامد. (فوکویاما، ۱۳۷۹: ۳۵)

«پیر بوردیو» سه شکل از سرمایه را شامل شکل اقتصادی سرمایه یعنی پول و مالکیت، شکل فرهنگی سرمایه یعنی شناخت، مهارت‌ها و کیفیت‌های تحصیلی و شکل اجتماعی سرمایه یعنی ارتباطات و عضویت گروهی را ارائه کرده است. (بوردیو، ۱۹۸۶: ۲۴۱) برخلاف بوردیو، «جمیل کلمن» تعریف مبسوطی از سرمایه اجتماعی ارائه داده و از واژگان مختلفی برای تعریف سرمایه اجتماعی کمک می‌گیرد. برخی از اندیشمندان معتقدند که نخستین برخورد عمیق با مفهوم سرمایه اجتماعی به‌وسیله کلمن در کتاب بنیادهای نظریه اجتماعی شکل گرفته است. کلمن برای تعریف سرمایه اجتماعی از نقش کارکرد آن کمک گرفته و تعریفی کارکردی از سرمایه اجتماعی ارائه می‌دهد نه ماهوی. (احمدی، ۱۳۸۵: ۸)

نظریه‌های متعددی مرتبط با موضوع تأثیر رسانه‌ها وجود دارد که برخی از نظریه‌ها بر اثرات محدود رسانه‌ها تأکید دارند و اعتقاد دارند که رسانه‌ها بر مخاطبان خود اثرات محدودی دارند، ولی برخی از نظریه‌ها نیز اعتقاد به اثرات شدید رسانه‌ها دارند. نظریه‌هایی که به اثرات شدید رسانه‌ها بر مخاطبان اعتقاد دارند عمدتاً مخاطب را موجودی منفعل فرض می‌کنند که اسیر فعالیت‌های رسانه‌ها می‌شود و به‌شدت از رسانه‌ها تأثیر می‌پذیرد. در مقابل نظریه‌هایی که قائل به اثرات کم رسانه‌ها بر مخاطب هستند، مخاطب را موجودی پیچیده و پویا فرض می‌کنند که در مقابل رسانه‌ها منفعل نبوده و رویکردی انتقادی در این زمینه دارد و عمدتاً تأثیر کمی از تولیدات رسانه‌ای می‌پذیرند.

چه قائل به اثرات شدید رسانه‌ها بر مخاطبان باشیم و چه اینکه اثر رسانه‌ها بر مخاطبان را محدود بدانیم، همه معتقد به اثرات رسانه بر مخاطبان و در مجموع اثرات رسانه‌ها بر جامعه هستیم؛ هرچند این اثرات می‌تواند منفی و یا مثبت و یا در جنبه‌های مختلف متفاوت باشد.

برداشت‌ها راجع به اثرگذاری رسانه‌ها حاصل زمان و مکان است و میزان اثرگذاری رسانه‌ها وابستگی بالایی به زمان و دوره‌ی تاریخی آن، نوع و جنس فعالیت رسانه، مکان فعالیت رسانه و برد آن رسانه و معیارهایی از این دست دارد.

رسانه‌های جمعی در فرآیند تداخل ضروریات اجتماعی و فرهنگی که از شتاب‌زدگی تاریخ در عصر ما نشات می‌گیرد، می‌توانند نقش سازنده داشته باشند. آن‌ها می‌توانند از طریق تحکیم و تعمیق پیوندهای مذهبی، ملی، فرهنگی و تاریخی به تشدید توسعه پردازند. بدیهی است که در یک نظام هماهنگ رسانه‌ای، انسجام و پایداری توسعه و در نتیجه تقویت امنیت اجتماعی مدنظر است، اما در ازم گسیختگی رسانه‌ها تهدید امنیت اجتماعی و زوال آن به‌طور قطع قابل پیش‌بینی است. (خانیک، ۱۳۷۶: ۳۵۹)

رسانه‌ها، روابط اجتماعی را تولید و بازتولید می‌کنند، بنابراین شناخت رسانه‌ها و داشتن سواد رسانه‌ای به مخاطبان کمک می‌کند تا محیط پیرامون خود را رمزگشایی کنند. (بصیریان جهرمی و همکار، ۱۳۶۸: ۳۴)

۳. روش پژوهش

این تحقیق به روش تحلیلی انجام شده است. روش تحقیق با توجه به اهداف و موضوع مدنظر در پژوهش تعیین شده است و چون دنبال شناسایی نقش و اثرات رسانه‌ها در تقویت سرمایه‌های اجتماعی در گام دوم انقلاب هستیم، بهترین روش برای انجام این تحقیق روش تحلیل است که هماهنگی و سازگاری لازم را با موضوع و اهداف تحقیق دارد.

سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی به یک مفهوم بین‌رشته‌ای تبدیل شده است و به دلیل توانایی در توضیح بسیاری از پدیده‌های جامعه مدرن، جایگاه مهمی را در ادبیات علمی جهان کسب کرده است که در اکثر رشته‌های علوم اجتماعی مورد استفاده قرار می‌گیرد. سرمایه اجتماعی در واقع توانایی اشخاص برای همکاری با یکدیگر در قالب گروه‌ها و سازمان‌های مختلف

برای نیل به اهداف مشترک است که این همکاری‌ها بر پایه‌ی عقلانیت اقتصادی و اعتماد نهفته در عادات جامعه است.

هر فرد دارای میزانی از سرمایه است، یعنی منابعی در اختیار دارد که می‌تواند آن را برای رسیدن به خواسته‌های خود به کار بگیرد. اگر سرمایه فیزیکی چیزی است که در ساختمان و تجهیزات مولد وجود دارد، سرمایه‌ی مالی چیزی است که یک فرد در بانک دارد و سرمایه‌ی انسانی چیزی است که در ذهن وجود دارد، سرمایه اجتماعی چیزی است که در روابط یا شبکه‌های خود با دیگر افراد داریم. (تاج‌بخش، ۱۳۸۵: ۲۹)

به اعتقاد فوکویاما، سرمایه اجتماعی از رابطه میان افراد به وجود می‌آید، روابطی که میان افراد جامعه شکل می‌گیرد، اگر به اندازی کافی قوی باشد، می‌تواند موجب به وجود آمدن سرمایه اجتماعی شود. سرمایه اجتماعی چیزی است که در این روابط وجود دارد و افراد و جامعه از آن در راستای پیشبرد اهداف خود بهره می‌برند. در واقع سرمایه اجتماعی عبارت است از توانایی اشخاص برای همکاری با یکدیگر در قالب گروه‌ها و سازمان‌های مختلف برای نیل به اهداف مشترک. (فوکویاما، ۱۳۸۲)

سرمایه اجتماعی به صورت‌های مختلف تعریف و تفسیر شده، اما وجه مشترک همه تعاریف عبارت است از مجموعه‌ی هنجارها، نهادها، قوانین، روش‌ها، عادات اجتماعی، سنن و قواعد رفتاری که در جوامع جاری است و بر مناسبات اجتماعی سیطره دارد. (نصیری، ۱۳۸۱: ۱۲۷) ضعف، انهدام یا سقوط سرمایه اجتماعی، خودبه‌خود هزینه‌ی زندگی و رفتار اجتماعی را افزایش داده و به‌طور غیرمستقیم باعث ظهور یا سقوط حمایت شهروندان می‌شود. به‌عنوان مثال بی‌اعتمادی بر نگرش بسیاری از شهروندان نسبت به گروه‌ها و حکومت تأثیر گذاشته و حتی باعث شکل‌گیری نارضایتی سیاسی می‌شود. (الوانی و دانایی‌فرد، ۱۳۸۱)

هرچند که برخی از صاحب‌نظران تنها به جنبه‌های اقتصادی سرمایه اجتماعی و نقش آن در توسعه اقتصادی توجه دارند، ولی پیامدهای دیگری در این زمینه از سوی صاحب‌نظران پیشنهاد شده است که می‌توان به کنترل و نظارت اجتماعی، حمایت خانوادگی و منافع‌ی که از طریق خانواده به دست می‌آیند، منافع‌ی که از طریق شبکه‌های اجتماعی فراتر از خانواده‌ها به دست می‌آیند، جریان اطلاعات و تأثیرپذیری‌های آن از سرمایه اجتماعی، هنجارهای مربوط به همکاری‌های اخلاق‌محور در جامعه و

نقش رسانه در تقویت سرمایه اجتماعی در گام دوم انقلاب اسلامی.....

تأثیرپذیری‌های آن از سرمایه‌های اجتماعی، کنش‌های جمعی و تأثیرپذیری‌های آن از سرمایه‌های اجتماعی، هویت منسجم اجتماعی و تأثیرپذیری‌های آن از سرمایه اجتماعی اشاره کرد. (الویری، ۱۳۸۲)

در نگاه دینی، روش‌هایی مشخص و گوناگون برای تقویت سرمایه‌های اجتماعی وجود دارد که از جمله‌ی آن‌ها می‌توان به امر به معروف و نهی از منکر، حج، عبادات جمعی به ویژه نماز جماعت، مواسات، صداقت، مودت، حسن ظن به برادر دینی، اصل بر برائت بودن در روابط اجتماعی، رعایت حق الناس، نصیحت ائمه مسلمین، احترام به والدین، حرمت غیبت و تهمت و مانند آن اشاره کرد. (الویری، ۱۳۸۲)

رابرت پاتنام به همراه همکارانش مطالعاتی را در زمینه‌ی سرمایه اجتماعی و تأثیرات آن مورد بررسی قرار داد. از نظر پاتنام منظور از سرمایه اجتماعی، وجوه گوناگون سازمان‌های اجتماعی نظیر اعتماد، هنجار و شبکه‌ها است که می‌توانند با ایجاد و تسهیل امکانات هماهنگی، کارایی جامعه را بهتر کنند (پاتنام، ۱۳۷۷: ۲۵۱). سرمایه اجتماعی از نظر جیمز کلمن منبعی اجتماعی - ساختاری است که دارایی و سرمایه‌ی افراد محسوب می‌شود. این دارایی شیء واحدی نیست بلکه ویژگی‌هایی است که در ساختار اجتماعی وجود دارد و باعث می‌شود افراد با سهولت بیشتری وارد کنش اجتماعی شوند. از نظر کلمن سرمایه اجتماعی جنبه‌ای از ساختار اجتماعی برای کنشگران است که می‌تواند به عنوان منبع و سرمایه، باعث تحقق علایق آن‌ها شود. (کلمن، ۱۳۷۷)

اصلاح سرمایه یکی از مهم‌ترین مفاهیم اقتصادی است که در بحث سرمایه اجتماعی با رویکرد بین‌رشته‌ای در خلق مفهوم جدیدی به کار برده شده است و ضرورتاً صبغه‌ی اقتصادی ندارد. لفظ سرمایه در اینجا جنبه استعاری دارد. (تشکر و معینی، ۱۳۸۱: ۳۰)

در جدول شماره‌ی یک به تشریح دیدگاه‌های اندیشمندان مختلف در مورد تعریف

سرمایه اجتماعی پرداخته شده است:

تعاریف سرمایه اجتماعی از اندیشمندان مختلف	
اندیشمندان	تعاریف
پیر بوردیو	سرمایه اجتماعی عبارت است از مجموعه منابع واقعی یا بالقوه که حاصل شبکه‌ای بادوام از روابط کمابیش نهادینه شده و متقابل است که هر یک از اعضای خود را از پشتیبانی سرمایه جمعی برخوردار می‌کند

و آنان را مستحق اعتبار می‌سازد.	
منظور از سرمایه اجتماعی، وجوه گوناگون سازمان‌های اجتماعی نظیر اعتماد، هنجار و شبکه‌ها است که می‌توانند با ایجاد و تسهیل امکانات هماهنگ، کارایی جامعه را بهتر کنند.	رابرت پاتنام
سرمایه اجتماعی جنبه‌ای از ساختار اجتماعی برای کنشگران است که می‌تواند به‌عنوان منبع و سرمایه، باعث تحقق علایق آن‌ها شود.	جیمز کلمن
درواقع سرمایه اجتماعی عبارت است از توانایی اشخاص برای همکاری با یکدیگر در قالب گروه‌ها و سازمان‌های مختلف برای نیل به اهداف مشترک.	فرانسیس فوکویاما
سرمایه اجتماعی دادوستدی است که مبنای آن هنجارها و قواعد رفتاری است که افراد برای سامان دادن به مناسبات بین‌فردی، مبادلات و تعاملات که برای بقای خود ضروری می‌دانند وضع می‌کنند.	جرج زیمل
سرمایه اجتماعی معطوف به مفاهیم اعتماد است. این اعتماد قراردادی است که به‌سوی خطرپذیری و به‌نوعی سود متقابل برای مشارکت‌کنندگان می‌انجامد.	ماکس وبر
سرمایه اجتماعی استفاده از انرژی جمعی و اتکا به پشتیبانی افراد در مناسبات جمعی به‌نحوی که با نتایج مثبت یا منفی افراد را گرد هم جمع آورد.	کارل مارکس
سرمایه اجتماعی روابط، تعاملات و همکاری‌هایی که ریشه در هنجارهای جامعه دارند و این هنجارها و ارزش‌ها افراد را فارغ از هرگونه دغدغه‌ای به ایفای نقش‌ها و اعمال خویش ترغیب می‌کنند.	امیل دورکیم و تالکوت پارسونز

جدول شماره یک - تعاریف سرمایه اجتماعی - منبع: اطلاعات گردآوری شده توسط نویسندگان

گام دوم انقلاب اسلامی

در بخشی از بیانی‌های گام دوم انقلاب اسلامی به برکات انقلاب اشاره شده است که یکی از آن‌ها مربوط به حوزه تقویت سرمایه اجتماعی است. در این قسمت آمده است: «انقلاب به یک انحطاط تاریخی طولانی پایان داد و کشور که در دوران پهلوی و قاجار به شدت تحقیر شده و به شدت عقب‌مانده بود، در مسیر پیشرفت سریع قرار گرفت؛ در گام نخست، رژیم ننگین سلطنت استبدادی را به حکومت مردمی و مردم‌سالاری تبدیل کرد و عنصر اراده‌ی ملی را که جان‌مایه‌ی پیشرفت همه‌جانبه و حقیقی است در کانون

مدیریت کشور وارد کرد»

مشارکت مردمی که یکی از مهم‌ترین وجوه سرمایه اجتماعی است در این بیانیه مورد تأکید قرار گرفته است. «انقلاب اسلامی مشارکت مردمی را در مسائل سیاسی مانند انتخابات، مقابله با فتنه‌های داخلی، حضور در صحنه‌های ملی و استکبارستیزی به اوج رسانید و در موضوعات اجتماعی مانند کمک‌رسانی‌ها و فعالیت‌های نیکوکاری که از پیش از انقلاب آغاز شده بود، افزایش چشمگیر داد. پس از انقلاب، مردم در مسابقه‌ی خدمت‌رسانی در حوادث طبیعی و کمبودهای اجتماعی مشتاقانه شرکت می‌کنند.» افزایش چشمگیر معنویت و اخلاق در فضای عمومی جامعه از دیگر برکات انقلاب اسلامی در بیانیه گام دوم مورد اشاره قرار گرفته است. در این بیانیه مسئولیت‌هایی در گام دوم انقلاب اسلامی تعریف شده و مسئولیت اصلی بر عهده‌ی جوانان قرار گرفته است. در بخش دوم توصیه‌ها که مربوط به معنویت و اخلاق است، تأکید شده است که «ابزارهای رسانه‌ای پیشرفته و فراگیر، امکان بسیار خطرناکی در اختیار کانون‌های ضد معنویت و ضد اخلاق نهاده است و هم‌اکنون تهاجم روزافزون دشمنان به دل‌های پاک جوانان و نوجوانان و حتی نونهالان با بهره‌گیری از این ابزارها را به چشم خود می‌بینیم. دستگاه‌های مسئول حکومتی در این باره وظایفی سنگین بر عهده دارند که باید هوشمندانه و کاملاً مسئولانه صورت گیرد و این البته به معنی رفع مسئولیت از اشخاص و نهادهای غیرحکومتی نیست.» (خامنه‌ای، ۱۳۹۷)

هنجارها و سرمایه اجتماعی

یکی از راه‌های مهم افزایش سرمایه اجتماعی در جامعه، تقویت هنجارهای اجتماعی است. هنجارها روابط میان افراد جامعه را گسترش می‌دهند و اعتماد میان افراد جامعه را عمق می‌بخشند. (رداد، ۱۳۸۷: ۵) فرانسیس فوکویاما هنجارهای موجود در فرهنگ‌های مختلف را مولد سرمایه اجتماعی می‌داند. هنجارهایی که در فرهنگ‌ها و تمدن‌ها وجود دارد، موجب پیوند یافتن مردم به یکدیگر می‌شود و همکاری بین دو یا چند فرد را به وجود می‌آورد. (تاج‌بخش، ۱۳۸۵: ۱۶۹)

در صورتی که هنجارهای مولد سرمایه اجتماعی بی‌اثر شوند، سرمایه اجتماعی رو به کاهش می‌گذارد. این هنجارها نتیجه‌ی تکرار همکاری‌ها میان مردم است. هنجارها باعث می‌شوند که فرد نفع خود را بگذارد و در راستای منافع جمعی تلاش کند.

هنجارها در خانواده نیز باعث می‌شود که افراد از نفع خود واداشته شوند و به نفع خانواده بیندیشند. اعضای خانواده با چشم‌پوشی از منافع خود و ایثارگری در حق دیگر اعضای خانه به تقویت بنیاد خانواده کمک می‌کنند. در جامعه نیز تک‌تک افراد جامعه با تقویت هنجارها و تقویت همیاری با یکدیگر به نفع منافع جامعه می‌پردازند و با چشم‌پوشی از منافع شخصی به تقویت منافع گروهی پرداخته و اعضا به یکدیگر کمک می‌کنند و پاداش می‌دهند و اشخاص به سمت کار کردن برای خیر عمومی پیش می‌روند. هنجار نقش بسیار مهمی را در افزایش انسجام بین افراد در جامعه دارند. افرادی که هنجارهای مشابهی را می‌پذیرند، شبیه به هم است و این شباهت‌ها باعث می‌شود که شاهد انسجام بیشتری در رفتارها باشیم.

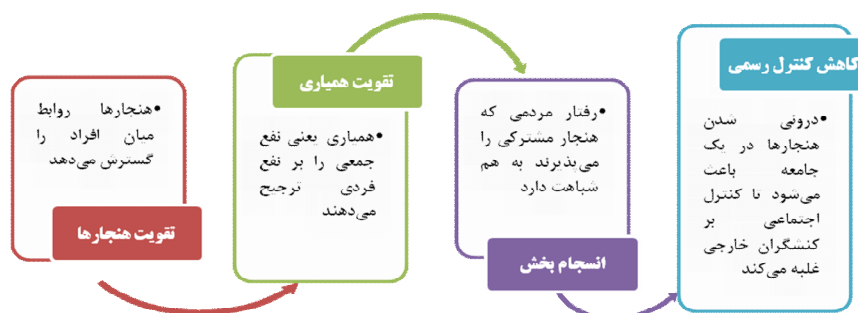
سرمایه اجتماعی در بسیاری از موارد حاصل عضویت در یک اجتماع است که هنجارهای اجتماعی و درون‌گروهی به اشتراک گذاشته شده است. سرمایه اجتماعی می‌تواند در این حالت موجب فشار برای هم‌رنگ شدن با جماعت شود. (پورتز، ۱۹۹۶) سرمایه اجتماعی را می‌توان همبستگی جامعه معرفی کرد. این همبستگی، افراد جامعه را قادر می‌سازد که کارها را به‌صورت مؤثرتری انجام دهند. (لاکهارت، ۲۰۰۵)

در صورتی که هنجارها در یک جامعه به‌صورت کامل رواج یابد و در آن جامعه درونی شده باشد، باعث کنترل اجتماعی می‌شود. اگر بتوان درونی کردن هنجارها را با هزینه‌های نسبتاً کم پدید آورد، وسیله کاراتری برای کنترل اجتماعی است تا نظارت خارجی کنشگرها. (کلمن، ۱۳۷۷: ۴۴۷) هر جامعه و فرهنگی، ابزارهایی برای درونی کردن هنجارها به کار می‌گیرد که می‌تواند به‌صورت نرم یا سخت باشد. یکی از بهترین روش‌ها اجتماعی کردن یا جامعه‌پذیر کردن افراد است که از دوران کودکی آغاز می‌شود و هنجارها در درون کودک نهادینه می‌شود.

دولت‌ها می‌توانند در تقویت سرمایه اجتماعی نقش داشته باشند، ولی عمر دولت‌ها در این راستا بسیار کوتاه است. فوکویاما اعتقاد دارد که کوتاه‌ترین راه ایجاد سرمایه اجتماعی برای دولت‌ها از طریق تحصیلات است که سرمایه اجتماعی را برای افراد ایجاد می‌کند و آن‌ها را به مشارکت در فعالیت‌ها و ارزش‌های مشترک قادر می‌کند. (ردادی، ۱۳۸۷: ۸)

روابط، مشارکت، دگرخواهی، وفاداری، امید و امیدواری از اجزای تشکیل‌دهنده‌ی

سرمایه اجتماعی و به عبارتی، ثمره و نتیجه‌ی عملیاتی سرمایه اجتماعی هستند. بخش قابل توجهی از سرمایه اجتماعی با امیدهایی در ارتباط است که گرچه ممکن است با نتایج عینی موجود مطابق نباشد، اما مخاطب را به پیروی و اطاعت و امید بهره‌مندی از مزایای آن وامی‌دارد (افتخاری، ۱۳۸۹: ۳۱۴). دولت‌ها اهرم‌های مشخصی را برای ایجاد بسیاری از اشکال سرمایه‌های اجتماعی ندارند و سرمایه اجتماعی در بسیاری موارد یکی از محصولات جنبی دین، سنت، تجربه مشترک تاریخی و... است که از اختیار هر دولتی خارج هستند. (تاج‌بخش، ۱۳۸۵: ۱۹۶)



شکل شماره یک: راهکارهای تقویت سرمایه اجتماعی
منبع: اطلاعات گردآوری شده توسط نویسندگان

مسئولیت رسانه

امروزه با گسترش زیرساخت‌های ارتباطی و به تبع آن ظهور و بروز شکل‌های جدیدی از فناوری‌های ارتباط جمعی، بخشی از زندگی مردم درگیر همین شبکه‌ها است که روزبه‌روز در حال گسترش هستند و مخاطبان بیشتری را به سمت خود می‌کشانند. این فناوری‌ها رسانه‌های جدیدی را شکل داده‌اند و وابستگی افراد نیز به این رسانه‌ها روزبه‌روز در حال افزایش است.

اندیشیدن در مورد تأثیر رسانه‌ها، دارای پیشینه‌ای تاریخی است. این اندیشه‌ها قویاً تحت تأثیر شرایط زمان و مکان شکل گرفته و بسیاری از عوامل مانند منافع دولت و قانون‌گذاران، نیازمندی‌های صنایع، فعالیت گروه‌های ذینفع اجتماعی، مقاصد مبلغان سیاسی و تجاری، افکار عمومی و شیوه‌ها و مسائل موردعلاقه علوم اجتماعی همگی بر این اندیشه‌ها تأثیر نهاده است. (هرمز، ۱۳۷۹: ۹)

در شرایط کنونی، رسانه‌ها با تحول گسترده‌ای روبرو شده‌اند و شاهد تنوع بالایی در نوع فعالیت و انتقال پیام توسط رسانه‌ها هستیم. این تنوع باعث می‌شود که کارکرد رسانه‌ها در زمینه‌های مختلف و میزان و نحوه‌ی تأثیرگذاری آن‌ها نیز متفاوت باشد. کارکردهای مختلفی برای رسانه‌ها ذکر شده است که از جمله آن‌ها می‌توان به سرگرم‌سازی، آموزش، خبررسانی، اطلاع‌رسانی، اقناع، ایجاد زمینه‌های وحدت و توسعه و... اشاره کرد. (آجرلویی، ۱۳۹۱: ۸)

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌ها و درواقع مسئولیت‌های رسانه‌ها، آموزش است که تفاوت‌های بسیار زیادی با نحوه‌ی فعالیت و کارکرد نهادهای آموزشی مثل دانشگاه و نظام تعلیم و تربیت دارد. رسانه‌ها به خاطر داشتن ویژگی‌ای ذاتی خود، در آفرینش چهارچوب‌ها و هنجارها و تطبیق اجتماعی نقش مهمی را ایفا می‌کنند، زیرا آموزش، خود از ابزارهای کنترل اجتماعی محسوب می‌شود و چنانچه رسانه‌ها به آموزش بپردازند، ابزار کنترل اجتماعی تقویت می‌شود.

در صورتی که رسانه‌ها بتوانند نقش آموزشی خود را به‌خوبی ایفا کنند، از هر پدیده‌ی آموزشی دیگری قوی‌تر خواهد بود. رسانه‌ها می‌توانند با ارائه‌ی برنامه‌های مختلف در زمینه‌ی آموزش شهروندان و کاهش ناهنجاری‌های اجتماعی، نقش بسیار مهمی داشته باشند.

ارائه‌ی الگوهای فرهنگی اصیل و جلوگیری از تهاجم فرهنگی، آموزش نحوه‌ی معاشرت با دیگر شهروندان و رعایت حق و حقوق افراد جامعه، احترام به شخصیت و حقوق دیگران، انتقال واقعیات جامعه از طریق ساخت برنامه‌های متنوع در راستای ایجاد بینش و شناخت برای افراد جامعه و افزایش قدرت تصمیم‌گیری صحیح در موقعیت‌های بحرانی زندگی شخصی و اجتماعی، ارائه و آموزش برنامه‌های مشاوره‌ای در زمینه‌های مختلف تحصیلی، شغلی و... برای هدایت مخاطبان، ایجاد و تقویت اندیشه‌های معنوی و ایمان و اعتقاد به‌روز حساب، نمایش هر دو جنبه‌ی رعایت و عدم رعایت هنجارها و قوانین جامعه و پیامدهای آن، ارائه‌ی برنامه‌های دینی و مذهبی از نقش‌های تأثیرگذار رسانه‌ها است. (آجرلویی، ۱۳۹۱: ۱۶)

یکی دیگر از وظایف و رسالت‌های رسانه‌ها، روشنگری و حساسیت‌آفرینی است. رسانه‌ها با تولید برخی محتواها می‌توانند جامعه را نسبت به برخی از موضوعات و

هنجارها و قوانین آگاه سازند تا مخاطبان با این هوشیاری عملکرد بهتری در جامعه داشته باشند. انتشار اخبار صحیح از دیگر مباحث مدنظر در تأثیرگذاری رسانه‌ها است. رسانه‌ها ممکن است با انتشار برخی اخبار نادرست، مبانی و هنجارها را تحت تأثیر قرار دهند، ولی انعکاس صحیح هنجارها از طریق اطلاع‌رسانی صحیح به تقویت سرمایه‌های اجتماعی در جامعه کمک شایانی خواهد کرد.

سرمایه اجتماعی در انقلاب اسلامی

انقلاب اسلامی ایران دستاوردهای مهمی را داشته است که از جمله آن‌ها می‌توان به استقرار نظامی مبتنی بر نظرات و خواست مردم، تدوین قانون اساسی، افزایش مشارکت مردم در امر حکومت، کوتاه شدن دست ابرقدرت‌ها، عدم وابستگی به شرق و غرب، اتکال به قدرت الهی مردم‌سالاری دینی و رشد سیاسی و آگاهی عمومی مردم است. (منصوری، ۱۳۸۷: ۲۵۸) انقلاب اسلامی ایران به نوعی یک تغییر کلی را در حوزه اجتماعی ایجاد کرد و تغییرات ساختاری را در سطح جامعه ایجاد کرد. در ابتدای پیروزی انقلاب اسلامی، مسائلی همچون دفاع مقدس، مذهبی شدن جامعه، افزایش تحصیلات و آگاهی و بینش مردم، نقش مهمی را در افزایش اعتماد عمومی و تقویت سرمایه‌های اجتماعی داشته است.

انقلاب اسلامی دستاوردهای بسیار خوبی را در زمینه سرمایه‌های اجتماعی داشته است که از جمله آن‌ها می‌توان به مقابله با تهاجم فرهنگی و نفی مظاهر فرهنگی غرب، عمومی شدن آموزش و ارتقای سطح جامعه، ارتقای جایگاه زن در اجتماع، ایجاد روحیه خودباوری، تغییر ارزش‌ها، اشاره کرد.

با افزایش میزان سرمایه‌های اجتماعی، شاهد پیروزی انقلاب اسلامی بودیم و سال‌های پس از انقلاب نیز با افزایش میزان مشارکت مردم و اعتماد متقابل مردم و دولت سرمایه‌های اجتماعی به شدت تقویت شد. تداوم سرمایه اجتماعی و تقویت آن به دلیل به کارگیری برخی سیاست‌ها در دوره دفاع مقدس، اعتماد بالای مردم به یکدیگر و اعتماد مردم به رهبران مذهبی، مشارکت گسترده‌ی مردم در میدان نبرد را در پی داشت و بعد از جنگ نیز تداوم روحیه اعتماد و مشارکت در بین مردم، مردم و دولت، رهبران سیاسی و مذهبی و عموم جامعه، زمینه‌ی آغاز حیات جدید در رشد و توسعه اقتصادی کشور را فراهم ساخت. (رهبر و حیدری، ۱۳۹۳)

انقلاب اسلامی ایران با محوریت مردم نباشده است و مردم از مهم‌ترین شاخص‌های این انقلاب است. در گام دوم انقلاب، حفظ این وضعیت و افزایش نقش مردم در این نظام از مهم‌ترین اولویت‌ها است که نیاز است بیش‌ازپیش موردنظر و توجه قرار گیرد. سرمایه اجتماعی از مؤلفه‌های مهم قدرت نرم محسوب می‌شود و در دو شکل افقی (مردم - مردم) و عمودی (مردم - حاکمیت) قابل مشاهده و ارزیابی است. گرچه مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در انقلاب اسلامی و هشت سال دفاع مقدس در عینی‌ترین شکل‌های آن تبلور یافت، اما نتایج بررسی انجام‌شده از سوی برخی مراکز بیانگر کاهش این سرمایه در هر دو سطح طی سال‌های اخیر است. (مصطفوی، ۱۳۸۷)

اعتمادسازی، برقراری نظام‌های مشارکتی، تقویت نهادهای مدنی، تأمین امنیت شهروندان از مهم‌ترین راهبردهای برای تقویت سرمایه‌های اجتماعی در نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران است که رسانه‌ها می‌توانند نقش مهم و برجسته‌ای را در این زمینه داشته باشند.

کارکرد رسانه‌ها

کارکردهای متعددی را برای رسانه‌های می‌توان عنوان کرد که از جمله آن‌ها تبلیغات، اعتمادسازی، انعکاس واقعیت‌ها، نقد سازنده، پیش‌بینی بحران‌ها، اطلاع‌رسانی و هشدار، قانون‌شناسی و ترویج قانون را به‌عنوان جنبه‌های مثبت کارکرد رسانه محسوب می‌شود. همچنین گسترش خشونت و پرخاشگری، شکستن حریم خصوصی افراد و... به‌عنوان کارکردهای منفی عملکرد رسانه محسوب می‌شود. از جمله نقش و تأثیرات رسانه بر تقویت سرمایه‌های اجتماعی می‌توان به افزایش مشارکت سیاسی، تقویت جامعه مدنی، جهت‌دهی به افکار عمومی، تبلیغات سیاسی و تحقق مشروعیت سیاسی اشاره کرد. رسانه نقش بسیار مهمی در انتقال فرهنگ دارند و با انتقال اطلاعات، ارزش‌ها و هنجارها از یک نسل به نسل دیگر و از افراد جامعه به تازه‌واردان کاربرد خاصی دارند. آن‌ها از این طریق با گسترش بنیان تجربه مشترک، انسجام اجتماعی را افزایش می‌دهند. رسانه‌ها با استمرار اجتماعی شدن پس از اتمام آموزش رسمی و نیز با شروع آن در طول سالیان پس از مدرسه، به جذب افراد در جامعه کمک می‌کنند. به‌علاوه، رسانه با نمایش و عرضه جامعه‌ای که فرد می‌تواند خود را با آن هم‌هویت سازد، می‌تواند احساس بیگانگی یا احساس بی‌ریشه بودن او را کاهش دهند.

رسانه‌های همگانی به کمک برنامه‌های مناسب، جذاب و سرگرم‌کننده می‌توانند ارزش‌ها و افکار نوین را به کشورهای توسعه‌نیافته انتقال دهند. گسترش اندیشه‌های عقلایی و منطقی، بیداری افکار عمومی، ایجاد روحیه‌ی تعاون، بالا بردن سطح آگاهی، آموزش فنون و حرفه‌ها و مانند آن‌ها را در پی خواهد داشت. (گلشنی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۳)

جامعه‌معناگرای ایران نیازمند طرحی نو از مطبوعات و رسانه‌ها است که باید آن را در قالب ترسیم الگوی رسانه اسلامی جستجو کرد. مطبوعات پاسخی به نیازهای اجتماعی هستند و باید دید که واقعاً این نیاز در جامعه ما چه بوده، چیست و در آینده چه خواهد بود؟

افت سرمایه‌های اجتماعی در ایران

هرچند سرمایه‌های اجتماعی یک موضوع کیفی است و شاخص‌های کمی تدوین شده‌ای برای اندازه‌گیری آن وجود ندارد، ولی برخی از شاخص‌های اخلاقی و امنیتی و اجتماعی می‌تواند وضعیت سرمایه‌های اجتماعی در یک جامعه را به تصویر بکشد. نتایج تحقیق سنجش اعتماد اجتماعی با دو معرف اعتماد به مردم و اعتماد به مسئولان نشان می‌دهد که اعتماد مردم نسبت به هم در مقیاس پنج‌بخشی (از سطح خیلی کم تا خیلی زیاد) عبارت است از: ۶۷۸ درصد، ۱۸.۴ درصد، ۹.۸ درصد، ۰.۹ درصد، ۳.۲ درصد و همچنین اعتماد مردم نسبت به مسئولان به همین ترتیب برابر است با: ۴۴.۲ درصد، ۲۱.۳ درصد، ۲۴.۲ درصد، ۶.۱ درصد و ۴.۱ درصد. (رفیعی پور، ۱۳۷۳) این آمار بیانگر بی‌اعتمادی مردم به مسئولان و حتی مردم به مردم است.

افزایش آسیب‌های اجتماعی از دیگر موضوعاتی است که نشان‌دهنده‌ی کاهش سرمایه اجتماعی است. میزان طلاق در ایران از سال ۱۳۷۱ تا ۱۳۸۰ سیر صعودی داشته است. (علاقه‌بندی، ۱۳۸۴: ۱۳۰) بر اساس آمارها، میزان مشارکت غیررسمی افراد با مشارکت رسمی آن‌ها تفاوت‌هایی دارد. میانگین تعداد رفت‌وآمد با اقوام نسبت به همکاران بیشتر است. تعداد موارد رفت‌وآمد افراد با اقوام ۳.۸ درصد، با همسایه‌ها ۳.۹ درصد، با دوستان ۲.۴ درصد و با همکاران ۱.۶ درصد مرتبه در ماه است. (رجب‌زاده، ۱۳۸۲: ۶۸)

در تحقیقی که رفیع پور انجام داده است، نتایج بررسی‌های انجام شده موجب جلب توجه افکار عمومی و سیاست‌یون به ناهنجاری‌های موجود نظام اجتماعی و سیاسی

کشور شده است. مطالعه‌ی چهار مقطع زمانی یعنی سال‌های ۱۳۵۶، ۱۳۶۵، ۱۳۷۱ و ۱۳۷۳ نشان داده است که سرمایه اجتماعی در ۱۰ سال اول انقلاب افزایش داشته است و در مقاطع بعدی کاهش یافته است. (رفیع‌پور، ۱۳۷۹)

در مطالعه‌ی دیگری، افزایش دیوارهای بلند و محکم در بناها، استفاده‌ی بیش‌ازحد از حفاظ‌های فلزی و قفل‌های ایمنی در ورودی‌ها، از نشانه‌های دیگر این احساس ناامنی بوده است. افزایش ۱۱ درصدی ارتکاب قتل عمد، افزایش ۳۴ درصدی قتل غیر عمد در فاصله سال‌های ۱۳۶۵ تا ۱۳۸۳، افزایش هفت درصدی سالانه اختلاس، ارتشا و جعل، فجیع‌تر شدن دامنه جرم و جنایت و گسترش دامنه مجرمان به سمت گروه‌های سنی نوجوانان و جوان بسیار نگران‌کننده است. (علی‌ئی و همکاران، ۱۳۹۴)

تعداد پرونده‌های قتل عمد مختومه شده از دادگستری، از یازده پرونده به ازای هر یک میلیون نفر جمعیت در سال ۱۳۷۳ به پنجاه و هفت پرونده در سال ۱۳۷۵، شصت و سه پرونده در سال ۱۳۷۸ و نهایتاً هفتاد و دو پرونده در سال ۱۳۸۰ افزایش یافته است. این یعنی قتل‌هایی که عنصر عمد در آن‌ها وجود دارد در این دوره ۵.۶ برابر شده است. میزان طلاق در کشور از ۵۰۹ طلاق در هر میلیون نفر در سال ۱۳۷۲ به ۶۳۰ در سال ۱۳۷۵ و سرانجام به ۹۳۸ طلاق در سال ۱۳۸۰ رسیده است. به همین ترتیب میزان خودکشی در کشور - بر اساس آمارهای رسمی که می‌دانیم بسیار از واقعیت فاصله دارد - از ۱۴۳۷ فقره در هر میلیون نفر جمعیت در سال ۱۳۷۰ به ۳۲۷۵ فقره در سال ۱۳۸۰ رسیده است. (رنانی، ۱۳۸۹)

نتایج بررسی‌های منوچهر محسنی در سال ۱۳۷۵ بیانگر آن بود که ۷۶ درصد مردم تهران و چهار استان کشور، هم‌وطنان خود را دروغ‌گو و یا به نسبت دروغ‌گو و فقط ۲۴ درصد را راست‌گو و کاملاً راست‌گو دانسته‌اند. بیش از ۹۰ درصد پاسخگویان هم‌وطنان خود را به نسبت و یا کاملاً دور و دانسته‌اند و بیش از ۹۱ درصد پاسخ‌گویان ایرانیان را به نسبت و یا کاملاً متقلب خوانده‌اند. (محسنی، ۱۳۷۵)

نتایج بررسی‌های غفاری و شریعتی در سال ۱۳۸۶ نیز بیانگر آن بود که ۵۴ درصد جامعه نمونه گفته‌اند که نیاز به درآمد، آنان را به هر اقدامی وا خواهد داشت. (غفاری، ۱۳۸۶)

بر اساس نتایج این پژوهش‌ها مشاهده می‌شود که برعکس سال‌های نخست پیروزی انقلاب اسلامی که سرمایه‌های اجتماعی روند افزایش را در سطح کشور داشته است و

همین موضوع عامل موفقیت‌هایی از جمله موفقیت در دوران دفاع مقدس بوده است، در سال‌های بعد از آن تا همین اکنون سرمایه‌های اجتماعی ایران اسلامی دچار افت شده است. رئیس سازمان زندان‌ها و اقدامات تأمینی و تربیتی کشور از رشد ۲ درصدی جمعیت زندانیان کشور خبر داد. (عصر ایران، ۱۳۹۷)

آمارهای مربوط به تعداد ازدواج به ازای یک طلاق نیز نشان‌دهنده‌ی شرایط نگران‌کننده در کشور است. در سال ۱۳۸۷ به ازای هر ۸ ازدواج یک طلاق داشتیم که در سال ۱۳۹۷ این عدد به ۳/۱ ازدواج یک طلاق کاهش یافته است. (تسنیم، ۱۳۹۸)

پژوهشگر	سال بررسی	شاخص‌های سرمایه اجتماعی مورد پژوهش	نتایج (افت یا تقویت)
رفیع پور	۱۳۵۶	هنجارها و ناهنجاری‌های مرتبط با سرمایه اجتماعی	افزایش سرمایه‌های اجتماعی در دوره اول
	۱۳۶۵		انقلاب و
	۱۳۷۱		افت سرمایه اجتماعی طی سال‌های ۶۵ به
	۱۳۷۳		بعد
رنانی	۱۳۷۳	تعداد پرونده‌های قتل عمد	هر چهار دوره زمانی بررسی شده بیانگر
	۱۳۷۵		افزایش تعداد پرونده‌های قتل، میزان طلاق
	۱۳۷۸	میزان طلاق	و خودکشی است و به‌نوعی سرمایه‌های
	۱۳۸۰	خودکشی	اجتماعی سقوط کرده است
محسنی	۱۳۷۵	بررسی نظر مردم در مورد دروغ‌گو بودن دورویی و تقلب	نتایج پژوهش بیانگر بی‌اعتمادی مردم به دیگر هم‌وطنان و دروغ‌گو، متقلب و دورو خواندن آنان است که منتج به افت سرمایه اجتماعی شده است.
		طلاق	طلاق طی این سال‌ها رشد صعودی داشته است
رجب‌زاده	۱۳۸۲	مشارکت و ارتباط	ارتباطات غیررسمی بیش از ارتباطات رسمی است
غفاری و شریعتی	۱۳۸۶	درآمدزایی به هر روش و طریقه	افت سرمایه اجتماعی
عصر ایران	۱۳۹۷	تعداد زندانیان	افزایش تعداد زندانیان بیانگر افت

سرمايه‌های اجتماعي است			
افزايش تعداد طلاق نسبت به ازدواج بیانگرافت سرمايه‌های اجتماعي است	ازدواج و طلاق	۱۳۹۸	تسنيم

جدول شماره ۲ - افت سرمايه‌های اجتماعي - منبع: اطلاعات گردآوری شده توسط نویسندگان

تقويت سرمايه اجتماعي در گام دوم انقلاب اسلامي

انقلاب اسلامي ايران با رهبري امام خميني (ره) و با به‌کارگيري کاربست سرمايه اجتماعي به پيروزي رسيد. امام خميني به گروه‌ها و جناح‌های سياسي و حتي ابرقدرت‌ها متوسل نشد و همواره بر توان مردم تكيه کرد و از همگان نيز مي‌خواست که به ملت پيوندند. به گفته‌ي امام خميني (ره)، اگر مردم پشتيبان حکومت باشند، اين حکومت سقوط ندارد، کاري نکنيد که مردم از شما بترسند، کاري کند که مردم با شما صحبت کنند. (صحيفه امام، ۱۳۸۷: ۳۷۲)

پس از پيروزي انقلاب اسلامي اقدامات خوبي براي تقويت سرمايه‌های اجتماعي انجام شد که از جمله مي‌توان به برگزاري همه‌پرسی اشاره کرد. برگزاري انتخابات‌های متعدد از ديگر اقدامات زمينه‌ساز براي تقويت سرمايه‌های اجتماعي بوده است.

سرمايه اجتماعي نيز مانند ديگر سرمايه‌ها نيازمند مراقبت و نگهداري است تا آفت‌های موجود بر سر راه، مانع رشد و يا باعث نابودي آن نشود. اعتماد و مشارکت اجتماعي از مهم‌ترين ارکان سرمايه اجتماعي است. اين اعتماد مي‌تواند در زمينه‌های مختلف همچون اعتماد مردم به همدیگر، اعتماد مردم به حکومت و نهادهای اصلي جامعه، اعتماد نهادهای يادشده به يکديگر و اعتماد حکومت و اين نهادها به مردم تجلی يابد. درستکاری، صداقت، وفای به عهد، انصاف و عدالت، ارزش‌های اعتمادآفرين هستند. آزادي فعاليت مدني و بسته نبودن راه و تشکيل نهادهای مستقل از قدرت و حجيم نبودن دولت نيز باعث تقويت مشارکت عمومي مي‌شود. (عبدی، ۱۳۸۵)

سرمايه اجتماعي وقتي بالاست که اعتماد در ميان مردم بالا باشد، همبستگی اجتماعي شديد باشد، تعهد به منافع ملي و منافع اجتماعي جدي باشد، احساس نوع‌دوستي و همياري جمعي قوي باشد، قانون حرمت جدي داشته باشد و کسی جرأت نکند آشکارا در جامعه خلاف قانون رفتار کند، مردم به حکومت و قوانين آن و مجريان آن به چشم حامی و خادم بنگرند نه به چشم غاصب و ظالم، مردم نسبت به دردها و مصائب هموعان

خود در جامعه حساس باشند و واکنش نشان دهند، بی تفاوتی اجتماعی حداقل باشد و مردم در ناهنجاری‌ها و مشکلات اجتماعی خود را مسئول بدانند و نظایر این‌ها. اکنون می‌توان گفت کلیه رفتارها، سیاست‌ها و برخوردهایی که از سوی حکومت باعث ضربه به رفتارها و هنجارهای یادشده گردد، سرمایه اجتماعی را تخریب می‌کند. پس حکومت نباید کارها و رفتارهایی را به‌طور منظم تکرار کند که موجب تضعیف شرایط یادشده گردد. (رنانی، ۱۳۸۹)

۴. تحلیل

عوامل مؤثر در افزایش یا کاهش سرمایه‌های اجتماعی

رسانه به هرگونه ابزار برقراری ارتباط اطلاق می‌شود که حامل یا واسط پیام باشد. وساطت به تأثیر منطق و شکل هر رسانه‌ای اشاره می‌کند که در فراگرد ارتباط دخیل است. منطق و شکل رسانه، واسطه‌ی کنش اجتماعی شده و آن را تعریف و هدایت می‌کند و اینکه چگونه چیزی مورد ارتباط واقع می‌شود، در کنار چیستی آن چیز مورد مطالعه قرار می‌گیرد. (ویندال، ۱۳۸۷: ۲۶۹) رسانه‌ها می‌توانند در ابعاد مختلف رفتاری، پدیداری، شنیداری، علائم و نشانه‌ها، اشیاء مکتوبات و رسانه‌های جمعی ایفای نقش کنند و درواقع همگی این‌ها واسطه‌هایی برای انتقال پیام به شما می‌آیند. (علی‌ی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۳۶)

طی سال‌های اخیر شاهد تغییرات شگرفی در فعالیت رسانه‌ها هستیم و به‌نوعی همه گیرشدن رسانه‌ها به میزانی بوده است که افراد از اول صبح تا پایان شب با رسانه در ارتباط هستند و رسانه به جزئی از زندگی مردم تبدیل شده است. در دهه‌های اخیر و به دنبال توسعه‌ی فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی تأثیرگذاری رسانه‌ها نیز بر روی ذهنیت و رفتار مردم افزایش یافته است و شاهد رشد و تقویت تصاعدی نقش آفرینی رسانه‌ها در جامعه هستیم.

اعتماد، مشارکت، وفاداری و روابط اجتماعی از شاخص‌های حکمرانی پایدار و از مهم‌ترین گزینه‌های سرمایه اجتماعی هستند که رسانه‌ها قادر هستند در زمینه‌ی تحقق این شاخصه‌ها نقش آفرینی کنند. در سال‌های اخیر شاهد پیشرفت روزافزون علوم ارتباطات و فناوری اطلاعات هستیم و نقش آفرینی رسانه‌ها در این سال‌ها تقویت شده است. رسانه‌ها

به عنوان نهادهای فرهنگی به عنوان یکی از عوامل نقش آفرین در سرمایه اجتماعی، از کارکرد غیرقابل انکاری برخوردار بوده و سهم زیادی را به خود اختصاص داده‌اند. رسانه‌ها دارای کاربردهای متنوع و مختلفی هستند که از جمله کارکردهای آن در حوزه‌ی سرمایه اجتماعی می‌توان به کارکرد نظارتی، کارکرد انتقال فرهنگی و کارکرد همبستگی اجتماعی اشاره کرد. از مهم‌ترین شاخص‌های تقویت سرمایه اجتماعی می‌توان به اعتمادسازی، مشارکت آفرینی و شبکه‌سازی اشاره کرد. کارکرد نظارتی رسانه‌ها بر روی هر سه شاخص اعتمادسازی، مشارکت آفرینی و شبکه‌سازی تأثیرگذار است. کارکرد انتقال فرهنگی رسانه‌ها و کارکرد همبستگی اجتماعی رسانه‌ها بر روی هر سه شاخص یادشده مؤثر است.

نقش رسانه در تقویت سرمایه اجتماعی

با توجه به مباحث مطرح‌شده، می‌توان سه شاخص را به عنوان مهم‌ترین خصیصه‌های سرمایه اجتماعی مطرح کرد که شامل اعتمادسازی، انسجام‌بخشی و مشارکت آفرینی است. این شاخص‌ها قابل تفکیک به زیرشاخه‌های متعددی نیز هستند. در کنار عواملی که می‌تواند سرمایه‌های اجتماعی را تضعیف کند، عواملی نیز بر تقویت این سرمایه‌ها مؤثر هستند.

رسانه‌ها کاربردها و مسئولیت‌های متنوعی دارند که می‌توان در پنج دسته آن‌ها را تقسیم‌بندی کرد که شامل کارکرد آگاه‌سازی، کارکرد خبری، کارکرد تفریحی، کارکرد اجتماعی و کارکرد آموزشی است. رسانه‌ها نقشی دوگانه در زمینه‌ی تقویت سرمایه‌های اجتماعی دارند. به این صورت که هم نکات منفی را کاهش داده و خنثی کنند و هم اینکه نکات و شاخص‌های مثبت را تقویت کنند.

از عواملی که تأثیر منفی بر سرمایه‌های اجتماعی دارند می‌توان به احساس ناامنی در جامعه اشاره کرد. موضوعی که طی سال‌ها توسط رسانه‌های بیگانه به شدت به آن دامن زده شده است. ولنگاری اخلاقی از دیگر موضوعاتی است که با تهاجم فرهنگی دشمن به شدت ترویج شده است. ایجاد فاصله بین مردم و حاکمیت از دیگر راهبردهای دشمن در مقابله با نظام جمهوری اسلامی بوده است. بزرگ‌نمایی در فسادهای داخل کشور، ایجاد بی‌اعتمادی بین مردم با مردم و مردم با حکومت، ترویج حس بدبینی نسبت به آینده، بزرگ‌نمایی مسائل معیشتی از دیگر مسائلی است که روی سرمایه‌های اجتماعی

اثر منفی دارد و توسط رسانه‌های معاند و بیگانه در دستور کار قرار دارد. در گام دوم انقلاب تأکید ویژه‌ای به نقش رسانه‌ها شده است و رسانه‌های تراز انقلاب اسلامی می‌توانند این تهدیدها را تبدیل به فرصت کنند و با انعکاس واقعیت‌ها و ارائه‌ی اطلاعات مستند و صحیح به مردم، ضمن اعتمادسازی، نگاه مردم به گفته‌های رسانه‌های بیگانه را تغییر دهند. مهم‌ترین بخش از رسالت‌ها، وظایف و مسئولیت‌های رسانه‌های انقلاب اسلامی در ترویج، تحکیم و تقویت سرمایه‌های اجتماعی، مربوط به اعتمادسازی، انسجام‌بخشی و افزایش مشارکت مردم است که شاخص‌های مختلف و متعددی را شامل می‌شود.

امنیت یکی از مهم‌ترین سرمایه‌های اجتماعی است. احساس امنیت از خود امنیت هم مهم‌تر است؛ اگرچه نهادهای نظامی و امنیتی در زمینه‌ی امنیت‌آفرینی نقش و وظیفه‌دارند، ولی ترویج احساس امنیت از رسالت‌ها و کار ویژه‌های رسانه‌ها است. کارهای خیرخواهانه و نوع‌دوستی، یکی دیگر از شاخص‌های سرمایه‌های اجتماعی است که از دیرباز در بین ایران جایگاه ویژه‌ای داشته است، ولی گاهی بروز برخی مشکلات سبب تضعیف این موضوع می‌شود و رسانه‌ها می‌توانند با تولید محتواهای مناسب و خصوصاً محتواهای احساسی، زمینه را برای تقویت این سرمایه‌ی گران‌بها که از مهم‌ترین شاخص‌های سرمایه اجتماعی است را فراهم سازند.

تقویت بنیان‌های اجتماعی و توسعه‌ی سازمان‌های غیردولتی، از دیگر شاخص‌های مثبت در زمینه‌ی سرمایه اجتماعی است و رسانه‌ها در شکل‌دهی و تقویت این سازمان‌ها و ترویج مشارکت مردم در آن‌ها نقش مهمی دارند. فعالیت‌های جهادی از ابتدای پیروزی انقلاب اسلامی وجود داشته است و به‌عنوان یکی از هسته‌های مرکزی سرمایه اجتماعی محسوب می‌شود. نقش رسانه‌ها در ترویج و گسترش فعالیت‌های جهادی نقش بسیار مهم و تأثیرگذاری است. انعکاس فعالیت‌های جهادی در رسانه‌ها حس اعتماد و مشارکت مردم در فعالیت‌ها را تقویت می‌کند.

امیدآفرینی از دیگر نقش‌های رسانه‌ها در تقویت سرمایه‌های اجتماعی است. رسانه‌ها با انعکاس خدمات ارائه‌شده در جامعه، مقایسه‌های مثبت و وضعیت فعلی با گذشته و توسعه‌ی اعتماد بین مردم و حکومت باعث تقویت امید در جامعه و بهبود سرمایه‌های اجتماعی می‌شوند. اعتماد عمومی از دیگر شاخص‌های سرمایه‌های اجتماعی است که

تقویت آن از مسیر رسانه می‌گذرد و رسانه‌ها نقش مهمی در تقویت اعتماد بین اقشار مردمی و همچنین اعتماد بین مردم و حکومت دارند. انعکاس خواسته‌های مردم از حکومت و ارائه و انتشار خدمات حکومت به مردم از اقدامات رسانه‌ای است که در تقویت اعتماد، نقش آفرین خواهد بود.

فعالیت‌های دینی و تقویت باورهای مذهبی از جمله عوامل و فاکتورهای مؤثر در حوزه سرمایه‌های اجتماعی است که رسانه در این زمینه وظیفه‌ی آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی را بر عهده دارد. مشارکت‌های اجتماعی و سیاسی از مهم‌ترین شاخص‌های سرمایه‌های اجتماعی است و رسانه‌ها را تبلیغات و اطلاع‌رسانی نسبت به اهمیت و جایگاه مشارکت‌های اجتماعی و سیاسی در پیشبرد اهداف توسعه‌ای جامعه نقش مهمی در تقویت این سرمایه‌ها دارند.

اعتماد به نفس مردم از دیگر سرمایه‌های اجتماعی است که برگرفته از روحیه‌ی خودباوری است و ایجاد تقویت این روحیه از وظایف رسانه‌ها است که با ارائه‌ی نتایج حضور مردم و تأثیر آن در پیشبرد اهداف جامعه میسر می‌شود. رشد آگاهی‌های عمومی مردم زمینه‌ساز تقویت سرمایه‌های اجتماعی است؛ شاخصه‌ای که از وظایف و رسالت‌های اساسی رسانه‌ها در حوزه‌ی هدایت و راهنمایی محسوب می‌شود. افزایش نظارت عمومی از عوامل تقویت سرمایه اجتماعی است که رسانه‌ها به‌عنوان پل ارتباطی مردم و حکومت نقش مهمی در این نظارت عمومی دارند می‌توانند با افزایش این نظارت‌ها زمینه‌ی تقویت سرمایه‌های اجتماعی را فراهم سازند.

راهبردهای تقویت سرمایه اجتماعی توسط رسانه

وقتی به راهکارهای تقویت سرمایه اجتماعی در کشور نگاه می‌کنیم، بخش قابل توجهی از این راهکارها از مسیر رسانه عبور می‌کند و بخش اندکی از آن‌ها که مستقیماً کارکرد رسانه نیستند نیز نیازمند همکاری و مشارکت رسانه‌ای هستند. از جمله راهبردهای تقویت سرمایه اجتماعی می‌توان به تسهیل روابط اجتماعی، افزایش همکاری و مشارکت اجتماعی، کاهش جرم و جنایت، کاهش آسیب‌های اجتماعی مانند طلاق و اعتیاد و...، تقویت مناسب ملی، تقویت مناسبات مذهبی، همگرایی اقلیت‌ها و قومیت‌ها در کسب منافع ملی، افزایش امید به زندگی، کاهش زندانیان و معتادان، کاهش میزان مهاجرت، کاهش نزاع و درگیری، افزایش تعامل حکومت و مردم، افزایش تعامل مردم با مردم،

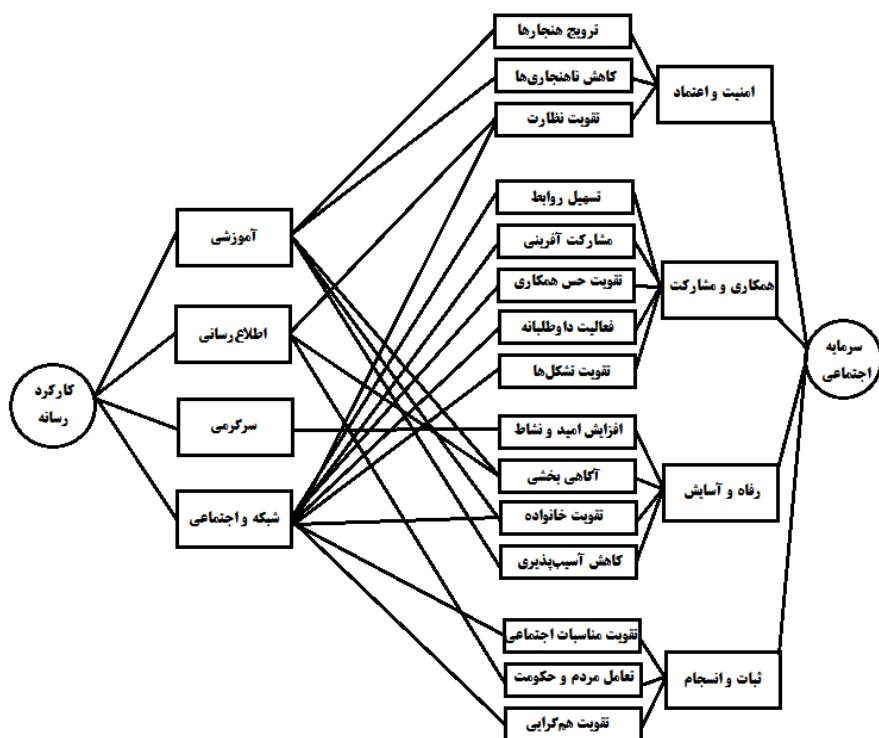
تقویت اعتماد متقابل دولت و ملت اشاره کرد.

از دیگر راهبردهای تقویت سرمایه اجتماعی نیز تقویت اعتماد متقابل مردم با مردم، جلوگیری از بی‌قانونی دولتی‌ها، نظارت بر اجرای قانون، رعایت شرع و عرف، تشدید همبستگی اجتماعی، تعهد به منافع ملی و منافع اجتماعی، تقویت حس نوع‌دوستی، تقویت همیاری، رعایت حریم قانون، عدم ارتکاب جرم آشکار و خلاف قانون، احساس خادم بودن و حامی بودن دولت در بین مردم، افزایش حساسیت نسبت به دردهای هم‌نوعان، حداقل بودن بی‌تفاوتی اجتماعی، مسئول بودن در مقابل ناهنجاری‌ها و مشکلات اجتماعی است.

حفاظت از اموال عمومی، رعایت قوانین و حقوق دیگران، عضویت در نهادهای مدنی، گسترش فعالیت‌های داوطلبانه، استحکام مناسبات مردمی، افزایش اطلاع و آگاهی مردم، توسعه فعالیت‌های دینی و مذهبی، گسترش برنامه‌های فرهنگی و هنری، افزایش اعتماد بین شهروندان، گسترش مشارکت سیاسی، گسترش مشارکت اجتماعی، گسترش فعالیت‌های خیریه، توسعه فعالیت تشکل‌های مذهبی، حفظ و تقویت بنیان خانواده از دیگر راهبردها است.

بخش دیگری از راهبردهای تقویت سرمایه اجتماعی را می‌توان کاهش مصرف مواد مخدر، کاهش فرار از قوانین، کاهش انحرافات اجتماعی، تقویت اعتماد عمومی و همکاری دوسویه، کمک به کارآمدی دولت، پایبندی دولت به وعده‌ها، نظارت درونی، تسهیل در امور مردم، کاهش فساد اداری، رواج روحیه همکاری و تعامل، توسعه آموزش‌ها دانست.

افزایش آگاهی‌های مردم، تقویت روابط همکاری و همیاری، کاهش آسیب‌پذیری اقتصار آسیب‌پذیر، کاهش فقر، افزایش انگیزه‌ی زندگی، توسعه‌ی نشاط و شادابی، مشارکت در اداره‌ی جامعه، توسعه‌ی شفافیت و جلوگیری از تبعیض و نابرابری، تقویت هنجارهای اجتماعی، کاهش کنترل رسمی شهروندان، تقویت روابط خانوادگی و شهروندی از دیگر راهکارهای تقویت سرمایه‌های اجتماعی است.



شکل شماره ۲ - کارکرد رسانه در تقویت سرمایه اجتماعی - منبع: نویسندگان

۵. نتیجه‌گیری

انقلاب اسلامی ایران با سرمایه‌های مردمی به پیروزی رسید و در دوره‌های نخست انقلاب اسلامی این سرمایه‌های اجتماعی عاملی برای حفظ این انقلاب و پیشرفت‌های آن در زمینه‌های مختلف شد و نظام جمهوری اسلامی به دستاوردهای مهم و متعددی در زمینه‌های گوناگون دست‌یافت. طی سال‌های نخست پیروزی انقلاب اسلامی، مسائلی همچون جنگ تحمیلی روی داد که همین جنگ باعث هم‌افزایی و اتحاد بیشتر بین مردم ایران شد و زمینه‌ساز تقویت و بهبود وضعیت سرمایه‌های اجتماعی در داخل کشور شد. هرچند شاخص‌های سرمایه اجتماعی کیفی است و کمی نیست، ولی بررسی‌ها و تحقیقات صورت گرفته که نتایج برخی از آن‌ها در این پژوهش عنوان شد، نشان داد که طی دهه دوم انقلاب تاکنون سرمایه‌های اجتماعی کاهش یافته و برخی شاخص‌ها در زمینه‌ی تخلفات، ناهنجاری‌ها و جرائم، بیانگر کاهش سرمایه‌های اجتماعی است. در گام

دوم انقلاب اسلامی، حفظ انقلاب اسلامی و دستیابی به اهداف تعیین شده برای آن، مستلزم تقویت سرمایه‌های اجتماعی در کشور است که رسانه‌ها در این زمینه نقش و مسئولیت مهمی را بر عهده دارند.

رسانه‌ها دارای پنج کارکرد اصلی شامل آگاه‌سازی، خبری، تفریحی، اجتماعی و کارکرد آموزشی هستند که هر یک از این کارکردها وظایفی را برای تقویت سرمایه اجتماعی متوجه رسانه‌ها می‌سازد. آموزش یکی از کارکردهای مهم رسانه‌ها است که در زمینه تقویت سرمایه اجتماعی کارکرد زیادی دارد و می‌تواند در ترویج هنجارها، کاهش ناهنجاری‌ها، آگاهی‌بخشی، تقویت نهاد خانواده و کاهش آسیب‌پذیری افراد خانواده‌ها و گروه‌ها نقش مهمی داشته باشد.

تولید محتوای مناسب با موضوع هنجارشناسی و راهکارهای تقویت هنجارهای اجتماعی در جامعه و پیشگیری از ناهنجاری‌ها، آگاه‌سازی جامعه و خصوصاً جوانان و نوجوانان نسبت به آسیب‌ها و خطرات ناشی از آن، فرهنگ‌سازی در قانون‌مداری و قانون‌مندی، تولید محتوا برای تقویت بنیاد خانواده و راهکارهای تقویت مناسبات فامیلی و دوستی و همسایگی و... از راهکارهای مهم رسانه‌ای در این زمینه است.

بسیاری از مؤلفه‌های مؤثر در تقویت سرمایه اجتماعی در کشور با ابزار آموزشی که بخشی از آن از طریق رسانه است محقق می‌شود و رسانه‌ها می‌توانند علاوه بر ارائه آموزش‌ها برای پیشگیری از افت سرمایه اجتماعی، راهکارهای مناسبی را برای تقویت این سرمایه‌ها ارائه کنند. اطلاع‌رسانی از دیگر کارکردهای رسانه‌ها است که در زمینه تقویت سرمایه‌های اجتماعی می‌توان به اقداماتی همچون تقویت نظارت از طریق رسانه، آگاهی بخشی با اطلاع‌رسانی مناسب و کاهش آسیب‌پذیری با اطلاع‌رسانی در مورد خطرات و راهکارهای عبور از آسیب اشاره کرد.

نظارت از مهم‌ترین کارکردهای رسانه‌ها است که بی‌توجهی به آن عاملی برای تضعیف سرمایه‌های اجتماعی است. رسانه‌ها می‌توانند به‌عنوان چشم مردم و قانون بر همه‌ی امور نظارت کنند و هر ناهنجاری، اعمال خلاف قانون و بدقولی‌ها و... را به‌صورت موشکافانه و کارشناسی بررسی کرده و نتایج دقیق را به اطلاع عموم برسانند تا این نظارت‌ها زمینه‌ساز کاهش کارهای غیرقانونی و یا ناهنجاری‌ها باشد. رسانه‌ها می‌توانند اطلاعات و آگاهی مردم را نسبت به امور مختلف افزایش دهند که این موضوع

خود یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی است. کاهش آسیب‌پذیری و راهکارهای عبور از آسیب‌ها از دیگر وظایف رسانه‌ها در حوزه اطلاع‌رسانی است. یکی از مهم‌ترین کارکردهای رسانه‌ها در زمینه تقویت سرمایه اجتماعی کارکرد اجتماعی و شبکه‌سازی رسانه‌ها است که از طریق این کارکرد می‌توان مسائلی همچون تقویت نظارت، تسهیل در روابط بین مردم با مردم و مردم با دولت، افزایش مشارکت‌ها، تقویت حس همکاری و حس نوع‌دوستی، توسعه فعالیت‌های داوطلبانه، تقویت تشکل‌ها، تقویت نهاد خانواده، تقویت مناسبات اجتماعی و تقویت همگرایی را به‌پیش برد. یکی دیگر از کارکردهای رسانه‌ها مربوط به حوزه‌ی سرگرمی است که از این کارکرد نیز می‌توان برای تقویت نشاط و امید در جامعه بهره برد. در شرایطی که مشکلات زمینه‌ساز ناامیدی در جامعه است، تولید برنامه‌های سرگرم‌کننده با موضوع امیدبخشی، نشاط‌آفرینی و افزایش انگیزه‌ی زندگی، نقش اساسی در تقویت سرمایه‌های اجتماعی خواهد داشت.

منابع

- بصریان جهرمی، حسین، بصیریان جهرمی، رضا (۱۳۶۸)، درآمدی به سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی، سال هفدهم، شماره چهارم، سایت مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم انسانی، www.noormags.com
- خانیک، هادی (۱۳۷۶)، رسانه‌های جمعی و امنیت، چاپ اول، جلد دوم، تهران، انتشارات وزارت کشور.
- نصیری، قدیر (۱۳۸۱)، معنا و ارکان جامعه‌شناسی امنیت، نشریه راهبرد، شماره بیست و ششم.
- الوانی، سید مهدی، دانایی فرد، حسن (۱۳۷۶)، مدیریت دولتی و اعتماد عمومی، دانش مدیریت، پیشین.
- الویری، محسن (۱۳۸۲)، سند چشم‌انداز توسعه و سرمایه اجتماعی، نشریه اندیشه صادق، دانشگاه امام صادق (ع)، تهران.
- پاتنام، رابرت (۱۳۷۷)، دموکراسی و سنت‌های مدنی، ترجمه‌ی محمدتقی دلفروز، تهران، دفتر مطالعات سیاسی وزارت کشور.
- کلن، جیمز (۱۳۷۷)، بنیادهای نظیر اجتماعی، تهران، نشر نی.
- تشکر، زهرا، معینی، محمدرضا (۱۳۸۱)، نگاهی به سرمایه اجتماعی و توسعه، رفاه اجتماعی، ۱ (۴).
- فوکویاما، فرانسیس (۱۳۸۲)، سرمایه اجتماعی و تحول تکنولوژیک در عصر اطلاعات، اندیشه صادق، شماره ۱۱ و ۱۲.
- تاج‌بخش، کیان (۱۳۸۵)، سرمایه اجتماعی، اعتماد، دموکراسی و توسعه، تهران، نشر شیرازه.
- ردادی، محسن (۱۳۸۷)، سرمایه اجتماعی و امنیت اجتماعی، نشریه راهبرد، شماره ۱۶.
- احمدی، یعقوب (۱۳۸۵)، سرمایه اجتماعی، جامعه مدنی و دموکراسی، نشریه اطلاعات سیاسی اقتصادی، شماره ۲۲۵ - ۲۲۶
- فوکویاما، فرانسیس، پایان نظم (پایان سرمایه اجتماعی و حفظ آن) ترجمه‌ی غلامعباس توسلی (۱۳۷۹)، جامعه ایرانیان، تهران، چاپ اول.

- علی‌بی، محمدولی، طالبی، ابوتراب، سلطانی‌فر، محمد، قدسی، امیر (۱۳۹۴)،
واکاوری کاربست رسانه ملی در ارتقای سرمایه اجتماعی، فصلنامه راهبرد دفاعی، سال
چهاردهم، شماره ۵۳.
- هرمز، مهرداد (۱۳۷۹)، مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی، موسسه فرهنگی
پژوهشی فاران.
- آجرلویی، محمود (۱۳۹۱)، نقش رسانه‌های گروهی در پیشگیری از جرائم، فصلنامه
مطالعات پیشگیری از جرم، شماره ۲۲، بهار ۱۳۹۱، صفحات ۱۲۹ تا ۱۵۲
- رجب‌زاده، احمد (۱۳۸۲)، رفتارهای فرهنگی ایرانیان، وزارت فرهنگ و ارشاد
اسلامی، دفتر طرح‌های ملی.
- علاقه‌بندی، مهدی (۱۳۸۴)، درآمدی بر سرمایه اجتماعی، مجله علوم اجتماعی
فصل نو.
- مصطفوی، سید محمدحسین (۱۳۸۷)، عوامل تأثیرگذار بر سطح سرمایه اجتماعی و
راهکارهای ارتقای آن، ماهنامه مهندسی فرهنگی، شماره ۲۳ و ۲۴.
- ویندان، سون و دیگران (۱۳۸۷)، کاربرد نظریه‌های ارتباطات، تهران، انتشارات
جامعه‌شناسان.
- غفاری، غلامرضا (۱۳۸۷)، تبیین نظری سرمایه اجتماعی، تهران، موسسه تحقیقات و
توسعه علوم انسانی و موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۳)، اعتماد یا آنومی؛ آنومی یا شکفتی اجتماعی، تهران،
پژوهشی در زمینه‌ی پتانسیل آنومی در شهر تهران
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۹)، توسعه و تضاد، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، شرکت
سهامی انتشار، چاپ چهارم.
- گلشنی، علیرضا، جدیدی، علی، اسکندری، صالح (۱۳۹۱)، نقش رسانه در توسعه
سیاسی و اجتماعی، فصلنامه پژوهش‌های سیاسی، سال دوم، شماره ۱.
- منصوری، جواد (۱۳۸۷)، آشنایی با انقلاب اسلامی، قم، دفتر نشر معارف انقلاب.
- رهبر، عباسعلی، حیدری، فاطمه (۱۳۹۳)، انقلاب اسلامی و ارتقای سرمایه اجتماعی
در مردم‌سالاری دینی، فصلنامه مطالعات راهبردی، سال هفدهم، شماره دوم، شماره
مسلسل ۶۴.

نقش رسانه در تقویت سرمایه اجتماعی در گام دوم انقلاب اسلامی.....

(امام) خمینی، روح‌الله (۱۳۸۷)، صحیفه نور، تهران، موسسه تنظیم و نشر آثار حضرت امام خمینی (ره).

افتخاری، اصغر (۱۳۸۷)، دو چهره قدرت نرم، قدرت نرم معنا و مفهوم، تهران، پژوهشکده مطالعات و تحقیقات بسیج.

محسنی، منوچهر (۱۳۷۵)، آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی و فرهنگی در ایران، نمایه پژوهش، شماره ۲.

عبدی، عباس (۱۳۸۵)، دروغ آتشی بر جان سرمایه اجتماعی، روزنامه شرق.
رنانی، محسن (۱۳۸۹)، سرمایه اجتماعی شرایط لازم برای توسعه، مجله اندیشه صادق، شماره ۱۱ و ۱۲.

خبرگزاری تسنیم (۱۳۹۸)، به آدرس:

<https://www.tasnimnews.com/fa/news/1398/03/25/2031804>

عصر ایران (۱۳۹۷)، به آدرس:

<https://www.asriran.com/fa/news/648578>

portes, a. and Londolt, p.(1996) The down Side of Social Capital, American prospect, vol. 26, may june 1996.

Bourdieu, P. (1986): The Forms Of Capital, newsyork, Greenwood.

Coleman, J. (1990): Foundation of Social Theory, Harward University Press, Cambridge MA.

<https://farsi.khamenei.ir/message-content?id=41673>