

سرمایه اجتماعی و راهکارهای تقویت آن در فضای رسانه‌های - سیاسی جمهوری اسلامی ایران: با تأکید بر رویکرد شناختی

رفیع‌الدین اسماعیلی^۱، سید زکریا محمودی رجا^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۵/۰۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۹/۲۱

چکیده:

با تغییر و تحولات عمیق در حوزه‌های ارتباطات و تعاملات انسان‌ها، سرمایه اجتماعی (اعتماد و تعامل مردم با مردم، مردم با دولت، دولت با مردم و...) به‌عنوان مؤلفه‌های مؤثر و برجسته در زیست‌مان سیاسی - اجتماعی شهروندان مطرح شد. در همین چارچوب در الگوی حکمرانی جمهوری اسلامی ایران، سرمایه اجتماعی و قدرت نرم، نقشی کلیدی و محوری داشته است؛ به‌طوری‌که قریب به اتفاق اندیشمندان و تحلیل‌گران داخلی و خارجی علل وقوع انقلاب اسلامی، استمرار و تثبیت اهداف و عبور از بحران‌های مختلف (سیاسی، نظامی، اقتصادی و فرهنگی) پس از انقلاب را به همین امر نسبت داده‌اند. جنگ ترکیبی و شناختی از جمله تاکتیک‌هایی است که با هدف تضعیف سرمایه‌های اجتماعی و در استمرار راهبردهای فرهنگی - سیاسی نظام سلطه علیه جمهوری اسلامی ایران در پروپاگاندا و فضا سازی رسانه‌ای آنها مطرح شده است. در بررسی مسئله و جمع‌آوری داده‌ها علاوه بر استفاده از منابع کتابخانه‌ای، اسنادی و فضای مجازی از مصاحبه عمیق با نخبگان و افراد صاحب‌نظر (رسانه‌ای، سیاسی، دانشگاهی و...) نیز بهره‌گیری شد. پس از جمع‌آوری داده‌های مفهومی و کدگذاری محورهای مختلف، در نفر هشتم اشباع نظری حاصل شد. یافته‌های پژوهش با روش کیفی و استراتژی گردن‌د تئوری حاکی از آن بود که مؤلفه‌های رسانه‌ای (فضا سازی رسانه‌ای، شباهت سیاسی - مذهبی و...)، اقتصادی (التهاب‌ات اقتصادی، وضعیت معیشتی - رفاهی، اشتغال و...)، سیاسی (فضای باز سیاسی، مطالبه‌گری، حکمرانی خوب، شایسته‌سالاری و...)، فرهنگی - اجتماعی (ذائقه‌سنجی، سبک زندگی، کارآمدی نهادهای فرهنگی - تربیتی و...)، روان‌شناختی (احساس

^۱ عضو هیئت علمی گروه فرهنگ و ارتباطات دانشگاه جامع امام حسین(ع)، تهران، ایران

^۲ دکترای علوم سیاسی، دانشگاه علامه گروه علوم سیاسی، تهران، ایران (نویسنده‌ی مسئول)

محرومیت و تبعیض، مختصات دوران جوانی)، نقش مستقیم و غیرمستقیم در تقویت یا تضعیف سرمایه اجتماعی دارند؛ ضروری است با نگاهی میان‌رشته‌ای و جامع، راهبردها و راهکارهای عملیاتی مناسبی طراحی و تدوین شود.

واژگان اصلی:

سرمایه اجتماعی، انقلاب اسلامی، نبرد شناختی، فضای رسانه‌ای، شبکه‌های اجتماعی

مقدمه

انسان‌ها به‌عنوان موجوداتی مدنی‌الطبع، پس از شکل‌گیری تمدن و زندگی یکجانشینی، نهادهای مختلفی برای تحکیم رفتارهای جمعی و تحقق منافع مادی و معنوی خود تأسیس کردند. اخیراً با مطرح شدن مدل و الگوواره مردم‌سالاری و سبک زندگی اینترنتی و از طرف دیگر تنوع و تکثر خواست‌ها، منافع، مطالبات شهروندان و طبقات مختلف در سطح جامعه، شیوه زندگی انسان‌ها و هم‌ارتباط و تعامل دولت و شهروندان به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم تحت تأثیر قرار گرفته است. ماحصل و برآیند زندگی اجتماعی و رفتار جمعی شهروندان در نظام‌های سیاسی مختلف مفهوم "سرمایه اجتماعی" و شاخص‌های آن (مشارکت، ارتباط شبکه‌ای، صداقت، روح جمعی، همبستگی ملی، اعتماد، شفافیت و...) بوده است (پاتنام، ۱۳۸۰: ۲۳ - ۳۰) هرچند مسئله سرمایه اجتماعی تاریخی و اهمیتی به قدمت زندگی یکجانشینی انسان‌ها دارد؛ اما امروزه این مؤلفه و ابعاد آن (اعتماد اجتماعی، وحدت ملی، انسجام و همبستگی اجتماعی، بسیج اجتماعی و...) به‌عنوان متغیرهای تأثیرگذار و کلیدی بر روند فضای سیاسی - اجتماعی در همه جوامع مطرح‌اند. رشد روزافزون فضای مجازی و رسانه‌های ارتباطی، باعث گردید که بسترهای فعال شهروندان و گروه‌های مختلف موجود در جامعه به‌عنوان یک مسئله چندبعدی و مهم در همه نظام‌های سیاسی موردتوجه ویژه قرار گیرد. در این چارچوب در همه جوامع و نظام‌های سیاسی به‌طور اخص آن‌هایی که از تنوع و تکثر فرهنگی - اجتماعی برخوردار هستند، مسئله سرمایه اجتماعی و زیر محورهای آن (اعتماد عمومی، مشارکت در نهاد مدنی، ارتباط و تعامل با دیگران، تعهد و مسئولیت‌پذیری، همکاری و روحیه گروهی و احساس هویت جمعی) در روند توسعه و تحقق اهداف ملی، امنیت اجتماعی و سیاست‌های داخلی و خارجی آن‌ها به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم مؤثر شده است. از آنجایی که در چنین نظام‌هایی تنوع و تکثر ذهنیت‌ها، بینش‌ها و نگرش‌ها وجود دارد،

هرکدام از اقشار و طبقات، مطالبات و نیازهای مختلف و بعضاً متعارضی دارند. در این فضای التهاب‌آور، رسانه‌ها و سیاست‌گذاری نهادهای تصمیم‌گیر نقش مهم و غیرقابل‌انکاری در تبیین فضای مثبت/منفی و ارائه تصویر مطلوب/یا شکست‌خورده از نظام حاکم و وضع موجود دارند. اخیراً با مینا قرارگرفتن الگوی حکمرانی خوب و مواردی چون شفافیت، کارآمدی، کیفیت مقررات، اثربخشی دولت و نهادهای مؤثر، حاکمیت قانون، ثبات سیاسی و عدم خشونت، پاسخگویی، مبارزه با فساد، مطالبه‌گری و حق اظهارنظر از جمله مواردی هستند که بر ارتباط سرمایه اجتماعی و سیاست‌های رسانه‌ای در بدنه جامعه به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم تأثیرگذار خواهد بود. برآیند این تحولات را می‌توان در رفتارسیاسی خشونت‌آمیز یا مسالمت‌آمیز، فعال یا منفعل بودن شهروندان در فعالیت‌های اجتماعی - سیاسی، احساس مسئولیت‌پذیری شهروندان در تصمیمات کلان و جزئی نظام می‌توان مشاهده کرد.

جمهوری اسلامی ایران با تنوع و تکثر فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و مذهبی از جمله کشورهایی است که سنجش سرمایه اجتماعی طبقات و اقشار مختلف در آن لازم و ضروری است. تحلیل‌ها و دیدگاه‌های مختلفی در مورد وضعیت سرمایه اجتماعی در سطح کشور ارائه شده است. برخی با نگاهی بدبین و مینا قراردادن برخی مشکلات اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و زیست‌محیطی صحبت از شکاف میان دولت و ملت و تضعیف بنیه سرمایه اجتماعی و روند فرسایشی و روبه‌زوال سرمایه اجتماعی در سطح جامعه می‌کنند، برخی دیگر اما ضمن قبول برخی نارسائی‌ها و اختلالات اجتماعی، اقتصادی اما وضعیت سرمایه اجتماعی در میان اقشار و طبقات مختلف جامعه را مطلوب ترسیم می‌کنند. (شارع‌پور، ۱۳۸۰؛ دینی‌ترکمانی، ۱۳۸۵؛ عبداللهی و موسوی، ۱۳۸۶). برای بررسی مسئله این پژوهش (وضعیت سرمایه‌های اجتماعی در بستر نبرد شناختی و رسانه‌ای معاندین انقلاب اسلامی ایران) تلاش شد که به این سؤالات پاسخ دهد که روش‌های تأثیرگذاری رسانه و فضای مجازی بر ارتقای یا تضعیف سرمایه اجتماعی با رویکرد شناختی کدام‌اند؟ رسانه‌ها و فضای مجازی چگونه می‌تواند بر کاهش یا ارتقای شاخصه‌های سرمایه اجتماعی کمک کنند؟ پیامدها و آثار کاهش یا افزایش سرمایه اجتماعی و نیز راهبرد و راهکارهای استحکام سرمایه‌های اجتماعی در سطوح مختلف جامعه کدام‌اند؟ باتوجه‌به ارتباط و نسبت سرمایه اجتماعی شهروندان با فرایند توسعه سیاسی - اجتماعی و مقوله‌هایی چون مشارکت سیاسی، حقوق شهروندی، فعالیت مدنی، رفتارسیاسی بسیاری از کارشناسان مسائل سیاسی - اجتماعی براین

عقیده‌اند که کاهش یا افزایش سرمایه اجتماعی در گروه‌های متنوع، تأثیرات متفاوتی بر رفتارهای سیاسی مسالمت‌آمیز و غیرمسالمت‌آمیز بسیاری از طبقات، اقشار و گروه‌های اجتماعی خواهد شد که در بلندمدت می‌تواند توسعه پایدار، امنیت ملی و شاکله نظام حکمرانی و مشروعیت سیاسی - اجتماعی آن را تحت تأثیر قرار دهد. از آن‌جهدی که در ساختار سیاسی - اجتماعی ایران اقشار، طبقات و گروه‌های مختلف اجتماعی موجود می‌باشد که نیازها و مطالبات مختلف و بعضاً متعارضی دارند و از طرف جریان‌های رقیب در عرصه رسانه‌ای و مجازی دنبال سوءاستفاده از مطالبات و برخی نارسائی‌ها هستند، نیازمند است وضعیت سرمایه اجتماعی و مؤلفه‌های تأثیرگذار بر آن به‌خوبی مورد تجزیه‌وتحلیل قرار گیرد. در انتها روش‌های ارتقای سرمایه اجتماعی در بستر رسانه‌های ارتباطی و فضای مجازی - طراحی و تبیین شود.

۲- پیشینه تحقیق

باتوجه به اهمیت مسئله سرمایه اجتماعی موردتوجه اغلب نظام‌های سیاسی دنیا بوده است و در این راستا آثاری نگارش شده است. در جدول زیر به‌صورت مختصر به برخی از مهم‌ترین اثر داخلی و خارجی اشاره می‌شود:

مقالات و کتب مرتبط با قومیت	نگارنده و سال انتشار	موضوع یا مسئله مدنظر	یافته‌های پژوهش و تفاوت با مسئله مقاله
سرمایه اجتماعی و توسعه حمایت سیاسی	هوخه و کرن (۲۰۱۷)	بررسی نقش سرمایه اجتماعی در مشروعیت نظام سیاسی	این کتاب به بررسی جایگاه سرمایه اجتماعی در مشروعیت نظام سیاسی در اروپا پرداخته است. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که همبستگی آشکار و معناداری بین مشارکت اجتماعی از یک‌سو و

<p>رضایت از دموکراسی و اعتماد سیاسی از سوی دیگر وجود دارد. هم جامعه هدف و هم مسئله و روش انجام سبب تمایز این پژوهش با مسئله مقاله شده است.</p>			
<p>یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که چهار رفتار حریم خصوصی (انتخاب دوستانه، تعداد دوستان، تنظیم کنترل حریم خصوصی و قرار گرفتن در معرض اطلاعات شخصی) در فضای آنلاین مطرح است که به صورت مستقیم و غیرمستقیم سرمایه اجتماعی را تحت تأثیر قرار داده‌اند. هم جامعه هدف و هم مسئله و روش انجام سبب تمایز این پژوهش با مسئله مقاله شده است.</p>	<p>بررسی سرمایه‌ی اجتماعی در فضای آنلاین</p>	<p>سیوان و نوا (۲۰۱۷)</p>	<p>رابطه بین کنش ارتباطی و سرمایه اجتماعی در فیس‌بوک</p>

<p>سرمایه اجتماعی، دولت رفاهی و مشروعیت سیاسی</p>	<p>آلبانو و باربارا (۲۰۰۹)</p>	<p>به بررسی نقش و جایگاه ابعاد سرمایه اجتماعی در مشروعیت سیاسی نظام‌ها</p>	<p>این مقاله که با نگاهی لیبرالی در چهار کشور اروپایی نگاشته شده است به این نتیجه رسیده است که کمک کردن دولت به بخش‌های مختلف جامعه، به تضعیف مشروعیت نظام و حس بی‌اعتمادی می‌انجامد؛ چراکه احساس حقارت را در سطح جامعه افزایش می‌دهد. مسئله، روش، یافته‌های و تحلیل این مقاله سبب تمایز آن با مقاله پیش روست.</p>
<p>سرمایه اجتماعی و مشروعیت نهادی</p>	<p>روتستین (۲۰۰)</p>	<p>بررسی مسئله اعتماد عمومی بین شهروندان و اعتماد نهادی (اعتماد به دولت)</p>	<p>یافته‌های مقالی حاکی از آن است که سازمان‌های دولتی در اشکال مختلف با عملکرد خود سبب کاهش اعتماد مردم به دولت شده‌اند و این امر نیز کاهش مشروعیت سیاسی دولت را به همراه داشته است.</p>

<p>یافته‌های پژوهش با روش کمی و پیمایشی حاکی از آن بود که اعتماد اجتماعی بر نگرش شهروندان تهرانی به توسعه سیاسی تأثیر مثبت دارد. همچنین متغیر اعتماد اجتماعی بر سه بُعد نگرش به توسعه سیاسی تأثیر مثبت دارد. روش، جامعه‌ی آماری و مسئله سبب تمایز این مقاله از پژوهش پیشرو شده است.</p>	<p>بررسی تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی بر ابعاد سه‌گانه توسعه سیاسی (رضایت از اوضاع سیاسی، احساس آزادی سیاسی، احساس تعلق به جامعه)</p>	<p>ارسیا و سعایی (۱۳۹۸)</p>	<p>تأثیر سرمایه اجتماعی دولت بر توسعه سیاسی از دیدگاه شهروندان تهرانی</p>
<p>با روش کمی و توصیفی به این نتیجه رسیده است که سرمایه اجتماعی بیشترین تأثیر را بر افزایش رضایت سیاسی داشته است. همچنین تأثیر دینداری بر رضایت سیاسی معنادار شناخته شد. مسئله، روش انجام تحقیق، جامعه آماری،</p>	<p>تبیین و بررسی مسئله‌ی رضایت سیاسی در نسل‌های سوم دانشجویان دانشگاه شاهد</p>	<p>کریمی (۱۳۹۴)</p>	<p>تبیین رضایت سیاسی نسل سوم انقلاب با تکیه بر دانشجویان دانشگاه شاهد</p>

سنجش یک متغیر و... سبب تمایز این مقاله با مقاله شده است.			
این کتاب که به نظر می‌رسد با پژوهش قرابت دارد اما نوع و نگاه مدیریتی و تلاش جهت شناسایی رویکردهای سرمایه اجتماعی از منزله علم مدیریت سبب تمایز این اثر با مقاله پیشروی است.	بررسی مفهومی سرمایه اجتماعی در علم مدیریت	علیرضا شیروانی و مهدی الوانی (۱۳۸۵)	سرمایه اجتماعی، مفاهیم، نظریه‌ها و کاربردها

۳- مفهوم‌شناسی پژوهش

۳-۱- سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی، در کنار اصطلاحاتی چون دموکراسی، انتخابات، جامعه مدنی و... از اصطلاحات پرکاربرد در ادبیات علوم اجتماعی اواخر قرن بیستم به شمار می‌روند. جیمز فار (۲۰۰۴) برای ردیابی ایده سرمایه اجتماعی در آرای اقتصاددانان سیاسی در قرن نوزدهم، به کسانی چون کارل مارکس، دورکهایم، آلکسی دو توکویل، هنری سیگویک، جان کلارک و به‌ویژه جان دیویی اشاره می‌کنند که به اهمیت وجه اجتماعی سرمایه پی برده بودند. پیر بوردیو، جیمز کلمن، رابرت پاتنام و فرانسیس فوکویاما از برجسته‌ترین چهره‌هایی هستند که به سرمایه اجتماعی، کارکردها و پیامدهای آن از زوایای گوناگون

1. James Farr

پرداخته‌اند (رهبر و حیدری، ۱۳۹۳: ۱۲۰، الوانی و سید نقوی، ۱۳۸۱: ۴). این مفهوم که در مدل‌های توسعه پایدار همه جوامع جایگاه ویژه‌ای به آن اختصاص داده شده است، از ترکیب دو واژه «سرمایه» و «اجتماع» است. بدین معنی که سرمایه به صورت یک امر اجتماعی است یا در نتیجه تجمعی از افراد که با هم در ارتباط هستند و رفتار و سلوک‌های معینی دارند، به وجود می‌آید (دارابی، ۱۳۹۵: ۱۷۸). کنت نیوتن سرمایه اجتماعی را معادل سرمایه سیاسی یا به عبارت روشن‌تر اعتماد سیاسی مطرح کرده است (نیوتن، ۲۰۰۱: ۲۰۵، علویان و دوست‌محمدی، ۱۳۹۸: ۴۲). هانیفان به عنوان یکی از محققان این مسئله در آمریکا معتقد است که سرمایه اجتماعی همان اعتماد عمومی است. وی با بررسی این مسئله در جامعه آمریکا به این نتیجه رسیده بود که در ایالت‌هایی این اعتماد عمومی بالاتر است، مردم تعهد مدنی و اخلاقی بالاتری برای فعالیت و مشارکت دارند (الایک و ریلو، ۲۰۰۴: ۴۲، علویان و دوست‌محمدی، ۱۳۹۸: ۴۰). در ادامه می‌گوید «منظور از سرمایه اجتماعی ابعاد مادی، ملاک و دارایی‌های شخصی نیست؛ منظور من آن چیزی است که باعث می‌شود این اشیای محسوس در زندگی روزمره مردم بیشتر به حساب بیایند؛ یعنی حسن‌نیت، دوستی، حس همدردی و مراودات اجتماعی بین گروهی از افراد با خانواده‌ها که یک واحد اجتماعی را تشکیل می‌دهند» (هانیفان، ۱۹۱۶: ۱۳۰، دارابی، ۱۳۹۵: ۱۸۳). کاپلان و لینچ «سرمایه اجتماعی را نوعی انباشت سرمایه و شبکه‌هایی معرفی کرده‌اند که همبستگی اجتماعی، تعهد اجتماعی و در نتیجه نوعی عزت‌نفس را در افراد به وجود می‌آورد» (محمودیان و دیگران، ۱۳۹۶: ۸۱). در اندیشه بوردیو، سرمایه اجتماعی انباشت منابع بالفعل و بالقوه‌ای است که مربوط به داشتن شبکه‌ای نسبتاً پایدار از روابط کم‌ویش نهادی شده از آشنایی و شناخت متقابل است (توسلی و موسوی، ۱۳۸۴: ۸). فرانسیس فوکویاما به عنوان یکی از محققان به نام در این حوزه هم مدعی است «سرمایه اجتماعی مجموعه هنجارهای موجود در سیستم‌های اجتماعی (صداقت، ادای تعهدات و ارتباطات دوجانبه) است که سبب همکاری و تعاون اعضای مختلف جامعه باهم می‌شود. هنجارهایی که تولید سرمایه اجتماعی می‌کنند اساساً باید شامل سجایایی از قبیل باشد» (فوکویاما، ۱۳۸۹: ۲۳ - ۳۷، دارابی، ۱۳۹۵: ۱۸۱). رابرت پاتنام دیگر اندیشمند و تحلیل‌گر کلیدی در این حوزه، با مبنا قراردادن اصل "اعتماد متقابل مابین دولت و ملت" به تجزیه و تحلیل مسئله سرمایه اجتماعی پرداخته است (پاتنام، ۱۳۷۹: ۲۸۹) و مدعی است: «سرمایه اجتماعی وجوه گوناگون سازمان‌های اجتماعی نظیر اعتماد، هنجار

و شبکه‌ها است که می‌توانند با ایجاد و تسهیل امکانات، کارایی و کارآمدی را در سطح جامعه بالا ببرد» (پاتنام، ۱۳۷۹: ۲۸۹-۲۹۲، رضایی و قاعدی، ۱۴۰۰: ۱۵۲، قجری و علیخانی فردنبه، ۱۳۹۱: ۱۷۵). جیمز کلمن نیز اهمیت سرمایه اجتماعی در جوامع مختلف را به بازتولید و تقویت اعتماد متقابل در روابط اجتماعی و سیاسی شهروندان مرتبط می‌داند و مدعی است «سرمایه اجتماعی به‌عنوان یک دارایی شیء واحدی نیست؛ بلکه ویژگی‌هایی است که در ساختار اجتماعی وجود دارد و باعث می‌شود افراد با سهولت بیشتری وارد کنش اجتماعی - سیاسی شوند و به تحقق علایق، اهداف و منافع مشترک دست پیدا کنند» (کلمن، ۱۳۷۷: ۱۲، شیروانی و الوانی، ۱۳۸۵: ۱۰)؛ بنابراین سرمایه اجتماعی به‌مثابه یکی از کلیدی‌ترین مفاهیم علوم اجتماعی و تشکیل‌دهنده یکی از بنیان‌های فرهنگی جوامع نو در کنار عناصری مانند عقلانیت و حاکمیت قانون، همان هنجارها و شبکه‌هایی است که مردم را قادر می‌سازد تا دست به کنش جمعی بزنند و مسیر و جهت دستیابی به چشم‌اندازهای ترسیم شده را به‌راحتی طی کنند (نیازی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۳۲، گنجی و هلالی ستوده، ۱۳۹۰: ۹۸، محمودیان و دیگران، ۱۳۹۶: ۸۱). برآیند این مسئله احساس هویت جمعی و گروهی، احساس وجود تصویری مشترک از آینده، پیوندهای اجتماعی، مشارکت سیاسی، کار گروهی در سیستم اجتماعی و... است (رهبر و حیدری، ۱۳۹۳: ۱۲۲).

۳-۲- ارتباطات سیاسی رسانه‌ای

در علوم سیاسی و مباحث جامعه‌شناسی سیاسی قریب به اتفاق علما و پژوهشگران مدعی‌اند که در فضای سیاسی - اجتماعی جامعه، قدرت پدیده‌ای جاری و ساری است. یکی از زمینه‌های تقویت قدرت و بازوی اجرایی و عملیاتی نظام‌های سیاسی برای پیگیری اهداف ملی و اقتدار سیاسی - اجتماعی، رسانه‌های دیداری (تلویزیون، سینما، تئاتر، عکس و...)، شنیداری (رادیو، منبر، تریبون، موسیقی و...) ابزاری (نمادها، بازی‌های رایانه‌ای، پرچم و...) و آنلاین (رسانه‌های حوزه فضای مجازی و سامانه‌های اینترنتی) است (گیدنز، ۱۳۷۸: ۲۳، دارابی، ۱۳۹۵: ۱۹۳). این رسانه‌ها با ارائه اطلاعات گوناگون به مخاطبان، دانش، نگرش، بینش و کنش آن‌ها را درباره موضوعات متفاوت تحت تأثیر قرار می‌دهند (دارابی، ۱۳۹۵: ۱۹۰، حسین‌پور و معتمدنژاد، ۱۳۹۰: ۱۳۰). در مورد ارتباط و نسبت رسانه‌ها با مسائل سیاسی - اجتماعی جامعه از جمله سرمایه اجتماعی، رویکردهای تئوریک مختلفی مطرح شده

است. سی رایت میلز^۱ در "تئوری جامعه توده" بر نقش مدیریت و سازمان‌دهی توده‌ها تأکید می‌کند (مهرداد، ۱۳۸۰: ۸۹). در این چارچوب رسانه‌ها به تاروپود جامعه مبدل شده و تعاملات دیگر نهادها را هماهنگ می‌کنند. جامعه به وسیله آن به نحوی فزاینده به رسانه‌ها و منطق آن‌ها وابسته می‌شود (بیابانی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۳۷ - ۱۳۸). جرج گربنر^۲ در تئوری "کاشت" بر الگوسازی مسلط ذهنی و فرآیندهای تأثیرگذاری رسانه‌ها در رویدادها و حوادث ملی و بین‌المللی تأکید می‌کنند و مدعی است «تماشای زیاد رسانه‌ها آدم‌ها را شبیه هم می‌کند و آنان را وامی‌دارد تا واکنش‌های مشابهی به رویدادهای ملی و بین‌المللی از خود نشان دهند». در واقع بر اثر القای جهان‌بینی مشترک، نقش‌های مشترک و ارزش‌های مشترک رسانه‌ها، افراد مختلف و متنوع حول و حوش یک هدف مشترک متحد و منسجم می‌شوند (توسلی و ابراهیم‌پور، ۱۳۹۲: ۶۰). در ادامه در همین راستا مرتون و لازارسفیلد^۳ در مقاله مشهور خود «رسانه‌های جمعی، سلیقه مردم و کنش‌های سازمان‌یافته اجتماعی» کارکرد تقویت‌کننده‌های اجتماعی از طریق رسانه را مطرح کرده‌اند «رسانه از طریق ارائه درست یا نادرست مطالب، موجب جهت‌گیری افراد می‌شوند و به‌نوعی قادرند یک طرز تفکر عمومی در جامعه ایجاد کنند. رسانه‌ها در انتخاب مطلب و چرخش آن در جامعه به برخی از واقعیت‌های اجتماعی که به‌صورت منفرد و مجزا در جامعه منتشر می‌گردند، جنبه اجتماعی می‌بخشند به‌گونه‌ای که توجه تمام افراد به آن‌ها جلب می‌شوند. نگرش مثبت و یا منفی رسانه‌ها در مورد یک پدیده موجب می‌گردد افرادی که تا آن زمان تفکری خاصی در مورد آن موضوع نداشتند و همیشه بی‌تفاوت از کنار آن می‌گذشتند، برخورد و نگرش خود را در خصوص آن موضوع مشخص کنند» (مصطفوی کهنگی، ۱۳۹۴: ۱۲۶، حسین‌پور و معتمدنژاد، ۱۳۹۰: ۱۳۰). در ادامه میان علما و محققان در مورد نقش مثبت و منفی رسانه‌ها در زیست‌مان اجتماعی انسان‌ها اختلاف‌نظرهایی ایجاد شده است.

برخی با تکیه بر تئوری "بسیج سیاسی - اجتماعی جمعی شهروندان" بر محورهای مثبت این وسایل در زندگی انسان‌ها در حوزه‌های آموزشی، آگاهی‌بخشی، آزادمحوری، عقلانیت و تحقق حقوق

1. Seawright Mills
2. George Gerbner
3. Merton and Lazarsfeld

شهروندی و... اشاره می‌کنند (حیدری و دهقانی، ۱۳۹۳: ۳۶). چنانچه پی‌یر بوردیو^۱ معتقد است چنانچه رسانه‌ها بتوانند اعتماد جوانان را به اخبار و اطلاعات منتشرشده جلب کنند، می‌توانند به‌عنوان ابزار برای نظارت و کنترل اجتماعی تبدیل شوند و از این طریق به‌عنوان بازوی نظارتی جامعه مدنی عمل کنند (بوردیو، ۱۳۸۰: ۱۶۸ - ۱۷۰، رسولی و پاک‌طینت، ۱۳۹۰: ۷۳). مک‌کوایل به اثرات همبستگی‌ساز اجتماعی رسانه‌ها اشاره می‌کند و مدعی است: «رسانه‌ها موجب کاهش انزوای اجتماعی شده و نوعی احساس مشترک و همدردی با جامعه را در بین افراد ایجاد می‌کنند که خود موجب شکل‌گیری نوعی احساس تعلق شده و در نتیجه تعهد عمومی تقویت می‌شود که در نهایت موجب افزایش مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی خواهد گردید (حسین‌پور و معتمدنژاد، ۱۳۹۰: ۱۳۳، مک‌کوایل، ۱۳۸۰: ۱۱۲). در مجموع رسانه‌ها، روابط اجتماعی را تولید و بازتولید می‌کنند، شناخت رسانه‌ها و داشتن سواد رسانه‌ای به مخاطبان کمک می‌کند تا محیط پیرامون خود را رمزگشایی کنند (بصیریان جهرمی و همکار، ۱۳۳۸: ۳۴، رضایی و قاعدی، ۱۴۰۰: ۱۵۰). در مقابل برخی با استعانت از تئوری «تأثیرات خطرناک رسانه‌ای» به پیامدها و بازخوردهای منفی و آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی چون بی‌تفاوتی سیاسی، از خودبیگانگی، بدبینی، بی‌اعتمادی، ناامیدی و ترس اشاره می‌کنند (حیدری و دهقانی، ۱۳۹۵: ۳۶). رابرت پاتنام به نقش رسانه‌های ارتباط جمعی در شکل‌گیری جامعه‌ای متفرق و بی‌سامان اشاره می‌کند (فیلد، ۱۳۸۶: ۶۱، توسلی و ابراهیم‌پور، ۱۳۹۲: ۱۸) و مدعی است این رسانه‌ها از دو طریق تأثیر منفی بر روند سرمایه اجتماعی دارند: ابتدا این‌که با اختصاص اوقات فراغت مخاطبان به خود، آن‌ها را از مشارکت اجتماعی بازمی‌دارد و در مرحله بعد با ارائه تصویری زشت از دنیای واقعی مردم را به سمت بی‌اعتمادی سوق می‌دهد (پاتنام، ۱۳۷۹: ۲۸۹، حیدری و دهقانی، ۱۳۹۳: ۳۶، حسین‌پور و معتمدنژاد، ۱۳۹۰: ۱۳۱). نیکلاس کار^۲ (۱۳۹۲)، نویسنده آمریکایی حوزه فناوری و ارتباطات، با تأکید بر تأثیرات اینترنت بر ساختار عصب‌شناختی مغز مدعی است «به نظر من کاری که اینترنت می‌کند این است که ذره‌ذره ظرفیت تمرکز و تعمق مرا می‌خورد. چه آنلاین باشم و چه نباشم، ذهنم اکنون توقع دارد که اطلاعات را به آن شیوه‌ای که اینترنت توزیع می‌کند، یعنی به شکل جریان سریعی از ذرات جذب کند. زمانی من

1 Pierre Bourdieu

2 Nicholas Carr

دریای واژگان غواصی می‌کردم؛ اما اکنون فقط با جت اسکی در سطح این دریا حرکت می‌کنم.» او در عین اینکه به مواهب اینترنت اعتراف می‌کند، می‌گوید این مواهب به قیمت ازدست‌رفتن «ذهن خطی متین، دقیق و متمرکز به‌دست‌آمده است. (آئینی، ۱۴۰۰: ۱۷۵). فرانسیس فوکویاما و آنتونی گیدنز نیز در همین راستا ضمن تأکید بر نقاط مثبت رسانه‌ها، اما برجسته‌سازی و بازتولید رفتارهای ناهنجار اجتماعی را مهم‌ترین خصلت‌های تأثیرگذار منفی آن‌ها در زندگی انسان مدرن یاد کرده‌اند. در این راستا مدعی‌اند که رسانه‌ها به‌عنوان مهم‌ترین واسطه‌های شکل‌دهنده تصورات افراد در خصوص عملکرد و رفتارهای دیگران غایب و نهادهای تخصصی دور از دسترس و با انتشار تصاویر به‌شدت ترسناک و دراماتیک از پدیده‌ها، شیوع جرم و بی‌نظمی در جامعه می‌توانند بر کمیت ذخایر اعتماد اجتماعی افراد هر جامعه و تصور آنان نسبت به وضعیت انواع ناهنجاری‌های اجتماعی در جامعه سرمایه اجتماعی تأثیرگذار باشند (حیدری و دهقانی، ۱۳۹۳: ۳۶). مجموعه دو رویکرد مذکور بر نقش غیرقابل‌انکار و نفوذ فردی - اجتماعی رسانه‌ای در زندگی شهروندان تأکید دارند (بیابانی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۳۷ - ۱۳۸، معتمدنژاد، ۱۳۸۵: ۴۵). با در نظر گرفتن نقاط مثبت و منفی مذکور باید گفت که باید گفت که رسانه‌ها در حقیقت در فضای فعلی زندگی انسان‌ها، شبیه چاقوی دولبه عمل می‌کند. تصورات افراد از محیط را شکل می‌دهند؛ آن‌ها می‌توانند با ارائه تصویری زشت و یا زیبا از جامعه میزان اعتماد در بین مخاطبان خود را افزایش و یا کاهش دهند و الگوهای مختلف کنشگری را برای طبقات مختلف میسر کنند. از طرف دیگری با تکیه بر ابعاد روان‌شناختی اجتماعی با سوءاستفاده برخی اصحاب قدرت و جریان‌های معاند امکان تهییج، تحریک و بهره‌گیری از عواطف و احساسات قومی، مذهبی، نسلی و سیاسی و به‌طور کلی رفتارهای واگرا، ناهنجار و خشونت‌گرا در بستر ابزارهای اینترنتی و ارتباطی فعلی فراهم شده است.

۳-۳-نبرد شناختی ۲

برای فهم و تبیین دقیق جنگ شناختی به‌صورت مختصر باید جنگ نرم معرفی شود. اصولاً جنگ نرم را در برابر جنگ سخت تعریف می‌کنند. جنگ نرم هر اقدام غیرخشونت‌آمیزی است که ارزش‌ها و

1. Anthony Giddens
2. Cognitive warfare

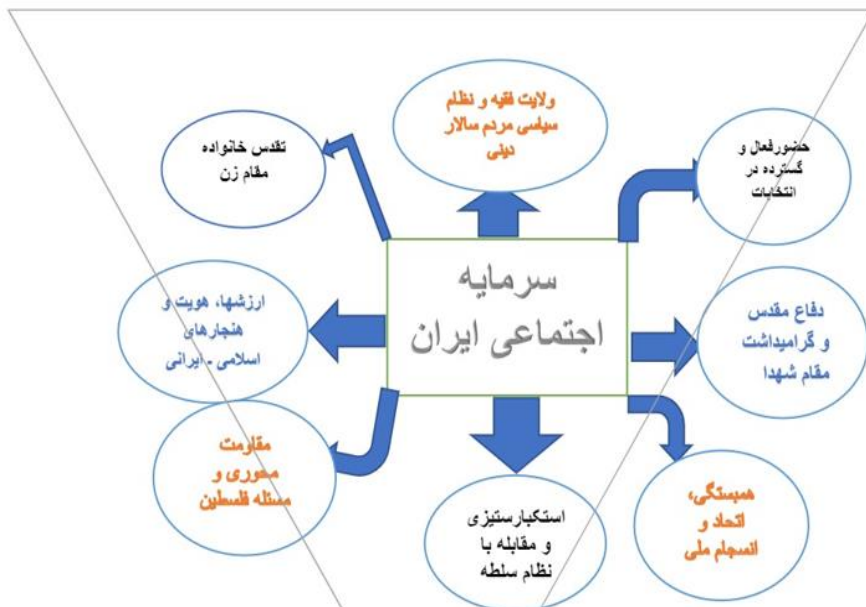
هنجارهای جامعه هدف را مورد هجوم قرار می‌دهد تا در صورت پیروزی موجب تغییر در الگوهای جدید شود که با الگوهای رفتاری نظام حاکم تعارض دارد (کرمی، ۱۳۸۶: ۳). در فرهنگ سیاسی جنگ نرم به معنای فروپاشی از درون و در حقیقت شامل هرگونه اقدام روانی و تبلیغات رسانه‌ای است که جامعه هدف یا گروه هدف را نشانه می‌گیرد و بدون درگیری نظامی و گشوده شدن آتش، رقیب را به انفعال یا شکست وامی‌دارد (خاشعی، ۱۳۸۸: ۱۲۹). در این چارچوب هدف اصلی تأثیر بر باورها و ارزش‌های بنیادین و دگرگونی در هویت فرهنگی و الگوهای رفتاری متداول در عرصه‌های مختلف سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی آنها و استحاله الگوهای رفتاری ملی و بومی است؛ به طوری که اندیشه و تفکر جامعه را به سمت خاص جهت‌دهی می‌کنند (نائینی، ۱۳۸۹: ۹۰، سراج و اخوان، ۱۳۹۲: ۹). با رشد و توسعه روزافزون رسانه، مبنای مبارزات و نبردها به شیوه‌ای پنهانی و عمیق‌تر از جنگ نرم ادامه پیدا کرده است. جنگ شناختی یکی از شیوه‌های جدید در امتداد جنگ نرم است. هرچند این نبرد، ماهیت و محتوایی فرارشته‌ای دارد و در حوزه‌های مختلف زندگی انسان‌ها مطرح است؛ اما کاربرد عملیاتی و عینی آن بیشتر به سومین انقلاب در زندگی بشریت (انقلاب انفورماتیک) و گسترش روزافزون اینترنت و وسایل ارتباطی در دو دهه اخیر در زندگی انسان‌ها برمی‌گردد. در حقیقت جنگ اطلاعاتی در اوایل دهه ۱۹۹۰ با توجه به تغییر عملیات جنگ فرسایشی به عملیات مبتنی بر تأثیر و زیرساخت‌های دیجیتالیزه شده و شبکه‌ای که اساس جنگ‌های معاصر را رقم می‌زند مورد توجه واقع شد (مقدم‌فر و محسنی‌آهویی، ۱۳۹۹: ۸۶). امروزه به واسطه نقش و اهمیت فراوان رسانه‌ها در زندگی فردی - اجتماعی جوامع و نظام‌های سیاسی مختلف دنیا به بازنمایی، تصویرسازی، روایت‌سازی، اقناع و تشویش اذهان، وارونه‌نمایی حقایق تغییر پیدا کرده‌اند که در جنگ شناختی محور اصلی موفقیت در نبردها مطرح شده است. در مجموع باید گفت که برخلاف گذشته که کشمکش‌ها و نبردها عموماً متمرکز بر نابودی نیروهای نظامی یا ویرانی‌های گسترده زیرساخت‌های غیرنظامی بود، امروزه به واسطه نفوذ و رخنه فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی در سطوح مختلف زندگی شهروندان، ماهیت نبرد و جنگ‌ها به شیوه‌ای شناختی در قالب مدیریت اذهان و رهبری ادراک، اختلال در تصمیم‌گیری، بی‌تفاوتی اجتماعی و به دست گرفتن اذهان، بیشترین نقش را در پیروزی‌ها و شکست رقیب بر عهده دارد. مدیریت و کنترل ادراک مطابق با جهت‌دهی و مسیر از قبل طراحی شده، محوریت جنگ شناختی را تشکیل می‌دهد. در

این بستر رسانه‌ها و به‌طور اخص شبکه‌های مجازی و اینترنتی نقش اصلی را برعهده دارند به‌طوری‌که علمای علوم‌شناختی و ارتباطی بر این عقیده‌اند که «امروزه انسان‌ها بر مبنای حقیقت، مسائل و واقعیت‌های جامعه را قضاوت و تحلیل نمی‌کنند؛ بلکه بر اساس تصویر، روایت و نمادی که از حقیقت و واقعیت‌ها توسط رسانه‌ها و شبکه‌های اینترنتی - مجازی برای آن‌ها ساخته می‌شود، تصمیم می‌گیرند» (مقدم‌فر و محسنی‌آهویی، ۱۳۹۹: ۶۲). ذائقه شناسی و شناخت جامعه هدف در جنگ شناختی و مدیریت ادراک اهمیت زیادی دارد. دو گروه عمده در این چارچوب به‌طور جدی مدنظرند. الف) نخبگان و افراد صاحب‌نفوذ اجتماعی: در مرحله اول تلاش می‌شود نخبگان علمی، ورزشی، هنری، گروه‌های مرجع و افراد صاحب‌نفوذ (اساتید دانشگاه، مربیان، نویسندگان، هنرمندان، سلبریتی‌ها و افراد مرتبط با رسانه‌های جمعی، سیاست‌گذاران و دولتمردان مقبول و متقد وضع موجود، رهبران مذهبی قومی و فعالان رسانه‌ای و جنبش‌های زنان و متقد و...) که دیدگاه‌های خاص سیاسی، مذهبی و اجتماعی دارند و در بخش‌هایی از بدنه جامعه هوادارانی دارند و هم‌توان با راه‌های مختلف به مهندسی افکار عمومی، بسیج اجتماعی و زمینه‌های انگیزشی را در جامعه ایجاد کنند را در تور خود قرار دهند. (شارپ، ۱۹۹۳: ۳، مقدم‌فر و محسنی‌آهویی، ۱۳۹۹: ۱۳۹ - ۱۴۰). ب) توده مردم: هدف اصلی جریان نخست ایجاد و استمرار فضای انگیزشی و بسترهای روان‌شناختی و تهییجی برای هم‌راستا کردن توده‌های مردم یا بی‌تفاوتی آن‌ها با گفتمان و نظم حاکم و مستقر است. در این راستا برای مدیریت توده‌ها نیز مسائل و محورهای مختلفی در دستور کار مدیریت ادراک و رویکردهای رسانه‌ای قرار می‌گیرد. ازجمله مهم‌ترین تاکتیک‌های روانی آن‌ها عبارت‌اند از برجسته‌سازی اختلافات، تفاوت‌ها و احساسات (مذهبی، نژادی و ناسیونالیستی، قومی، طبقاتی، نسلی و جنسی)، سردرگمی ذهنی، تضعیف میهن‌پرستی و همبستگی اجتماعی - ملی، تضعیف تدریجی مبانی ارزشی، هنجاری و ایدئولوژیک جامعه، بحران مشروعیت و کاهش اعتماد و اعتبار نظام، نهادها و دستگاه‌های حاکمیتی کشور، بسترسازی برای نافرمانی‌های مدنی، خشونت‌های خیابانی و نفرت عمومی در سطح جامعه هدف و ازبین بردن ثبات و استحکام داخلی (با اقتباس از مقدم‌فر و محسنی‌آهویی، ۱۳۹۹، سراج و اخوان، ۱۳۹۲: ۱۴). به‌طور کلی عرصه و مخاطبین مورد هدف در نبرد فرهنگی و ترکیبی اخیر در شکل زیر آورده شده است:

شناخت مسیر و جهت جنگ شناختی		
هدف	مخاطبین	عرصه‌ها
تغییر رفتار باهدف تغییر شاکله و ساختار نظام از طریق مبارزات مدنی، برجسته‌سازی کاستی‌های جامعه و ترویج نارضایتی عمومی، احتسابات، مبارزه‌طلبی سیاسی، بسیج توده‌ای و جنبش‌های اجتماعی، اعتراض و ترغیب؛ ب) عدم همکاری اجتماعی، اقتصادی و سیاسی؛ ج) تهاجم‌های غیر خشونت‌آمیز روش‌های اعتراض و ترغیب عمدتاً نظاهرات نمادین	نخبگان - اقشار مختلف جامعه	سیاسی - رسانه‌ای
ترویج سبک زندگی، نگرش و بینش متفاوت و جدید باهدف تغییرات تدریجی در رفتار آنها و به‌تبع آن تغییر در ساختار و شاکله نظام از طریق القاب بحران مشروعیت و جهت‌دهی باورها و زمینه‌های معرفتی آنها	اقشار و طبقات مختلف (به‌خصوص جوانان)	اجتماعی - فرهنگی
اعمال شدیدترین تحریم‌ها، بسترسازی نارضایتی و فشار بر نظام برای تن دادن به خواسته‌های آنها، فشار از بالا توسط نخبگان درون حاکمیتی و بسترسازی اعتراضات مدنی و خیابانی باهدف بن‌بست سیاسی - اجتماعی	نخبگان - اقشار مختلف	اقتصادی

۴- مدل مفهومی پژوهش

بررسی و تحلیل مسئله‌ی سرمایه‌ی اجتماعی با عینک و زاویه‌ی دید شناختی و رسانه‌ای، نیازمند رویکرد میان رشته‌ای و راهبرد کلان و جامع‌نگر است. در مدل و شکل زیر مبنای مفهومی تحلیل و تبیین این مسئله و نیز برنامه‌های شناختی معاندین جهت ضربه‌زدن به سرمایه‌ی اجتماعی جامعه طراحی و تدوین شده است:



نبرد شناختی و ترکیبی علیه سرمایه اجتماعی ایران

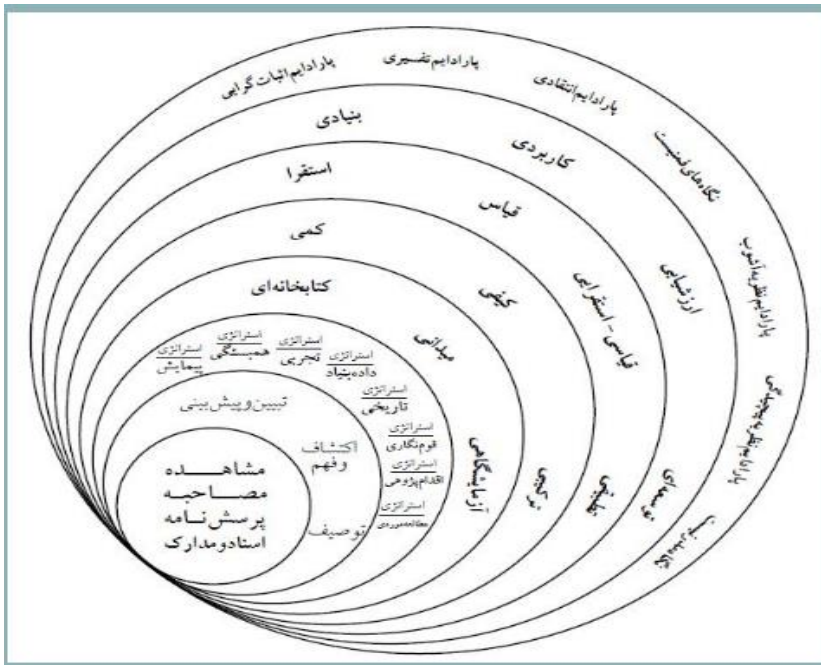
اجتماعی - فرهنگی	اقتصادی	سیاسی	رسانه ای
ترویج فرهنگ فحشا و ارزشهای سکولاریستی و اباحه گری غربی	تحریم شدید مالی - اقتصادی و پزشکی	برجسته سازی چالشها و مشکلات	تهییج و تحریک به اغتشاش و نافرمانی اعتراضی و خیابانی
برجسته کردن شکاف نسلها و القای عبور از ارزش های اسلامی و بومی	التهابات ارزی و پایین آوردن ارزش پول ملی	نادیده انگاری دستاوردهای مختلف (علمی، پزشکی، نظامی، ورزشی، اجتماعی، سیاسی و...) نظام	شبهه افزایی سیاسی مذهبی و سوءاستفاده از ناآگاهی برخی اقشار و طبقات
تهییج و تحریک شکاف های مذهبی، قومی و زبانی	مسدودسازی درآمدهای ملی	مشروعیت زدایی - مقبولیت زدایی از ساختار با القای ناکارآمدی و فساد گسترده نظام	تبلیغات و پروپاگانداهای شبانه روزی ماهواره ای - اینترنتی در ترویج ناامیدی فردی - اجتماعی
کمرنگ کردن ارزشها و هنجارهای ملی - مذهبی		انتقاد از گرایش به کشورهای غیر غربی - آمریکایی، حمایت مستقیم از اغتشاشگران	زبرسوال بردن نفوذ جهانی - منطقه ای ایران

وجه ممیزه و نوآوری پژوهش

این پژوهش می‌کوشد ضمن مبنا قراردادن مبانی تئوریک تحقیقات قبلی، سرمایه اجتماعی را باتوجه به حوزه نبرد شناختی و تأثیرگذاری جریان‌های رسانه‌ای و مجازی در سطح کشور که در منابع مذکور مورد توجه نبوده‌اند، مورد تجزیه و تحلیل قرار دهد.

۵- روش تحقیق

هدف از انتخاب روش تحقیق آن می‌باشد که محقق مشخص می‌کند که شیوه‌ای به کار گیرد تا او را هرچه دقیق‌تر و سریع‌تر در دستیابی به پاسخ، یا پاسخ‌هایی برای پرسش یا پرسش‌های تحقیق مورد نظر کمک کند (محمودی رجا، ۱۴۰۰: ۱۱۷-۱۱۸). پژوهشگر باید متناسب با رویکرد پژوهش، استراتژی پژوهش را مشخص و با استفاده از روش‌های مناسب، داده‌ها را گردآوری و تحلیل نماید. در علوم اجتماعی همه تحقیقات در قالب یک اصول مدون که پیاپی پژوهش نامیده شده مطرح است. در زیر این شکل کلی روش تحقیق آورده می‌شود:



(محمودی رجا، ۱۴۰۰، دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۶)

در این پژوهش به موازات اهداف و سؤال‌های پژوهش از چندین منبع برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است. در ابتدا که به دنبال شناسایی مؤلفه‌های مؤثر بر تضعیف/ تقویت سرمایه اجتماعی، پیامدها و راهکارهای سیاسی - رسانه‌ای بود، جامعه آماری دارای چند بخش می‌باشد. بخش اول را محققان و فعالین سیاسی - رسانه‌ای تشکیل می‌دهد که در این راستا صاحب مقاله و آثار پژوهشی فاخری بودند. این گروه منبع اولیه و اصلی گردآوری اطلاعات در رابطه با شناخت مؤلفه‌ها می‌باشند. بخش دوم جامعه پژوهش در فاز کیفی اسناد و آثار مکتوب نگارش شده در مورد مبانی نظری است که با مطالعه آن‌ها مؤلفه‌های مورد نظر کشف گردید. در واقع منابع کتابخانه‌ای، اینترنتی، اسنادی و فضای مجازی در راستای تعمیق بخشی و تکمیل اطلاعات جامعه بخش اول (نخبگان و افراد صاحب‌نظر) عمل می‌کنند.

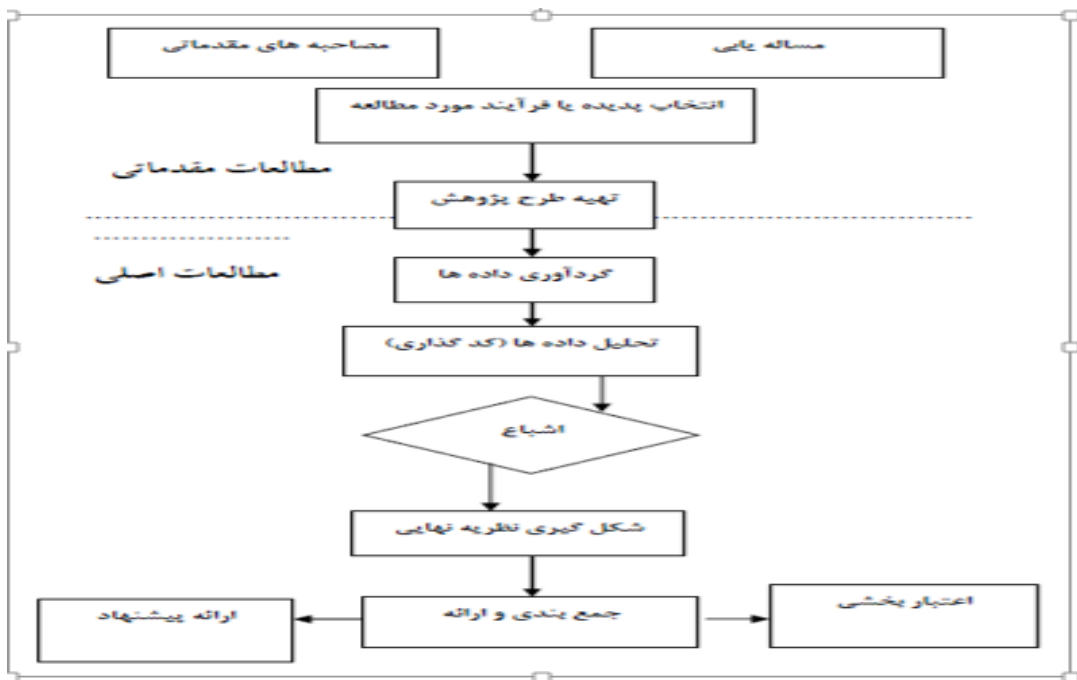
هدف فاز کیفی شناسایی مؤلفه‌های مؤثر بر کاهش/ افزایش سرمایه اجتماعی، پیامدها و راهکار حل و فصل این چالش در بدنه سیاسی - اجتماعی و فضای رسانه‌ای کشور بود. برای این منظور سه نمونه مورد بررسی قرار گرفتند. نمونه اول در فاز کیفی را خبرگان و متخصصان آکادمیک و فعال رسانه‌ای تشکیل می‌دهند که نخست، در رابطه با سرمایه اجتماعی، فضای سیاسی - اجتماعی کشور، جریان‌شناسی سیاسی، رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، وضعیت‌سنجی سرمایه اجتماعی در ایران یا آثار مکتوب داشته‌اند و یا در این حوزه صاحب‌نظر و قلم بوده‌اند. علاوه بر این منبع که بخش اعظم داده‌ها را تشکیل می‌دهد، از اسناد، منابع اینترنتی، کتابخانه‌ای نیز بهره گرفته شد.

در پژوهش کیفی، جنس نمونه‌گیری محقق متفاوت از پژوهش کمی است. در تکنیک تحلیل گرند‌تئوری نمونه‌گیری نظری مطرح است، به این نحو که در این نوع از نمونه‌گیری محقق نمونه‌گیری را تا جایی ادامه می‌دهد که اشباع نظری صورت بگیرد و نمونه برای تحلیل موردها کفایت کند همچنین، روش نمونه‌برداری استفاده‌شده در هر یک از نمونه‌ها، روش نمونه‌برداری نظری است. در این پژوهش با بیش از ۲۰ نفر از اساتید و فعال رسانه‌ای مطلع و صاحب‌نظر در سیاسی - اجتماعی آن‌ها مصاحبه صورت گرفت که در مصاحبه هشتم به اشباع نظری رسید.

۵-۱- روش گردآوری و تجزیه تحلیل داده‌ها

برای گردآوری داده‌ها و اطلاعات موردنیاز در پژوهش‌های علمی بالأخص در حوزه علوم اجتماعی، چهار روش عمده مورد استفاده قرار می‌گیرد. این چهار روش شامل بهره‌گیری از اطلاعات موجود، مشاهده، مصاحبه و تکنیک پرسش‌نامه است. در این پژوهش به منظور گردآوری داده‌های نظری تحقیق در مرحله اول و در بخش کیفی علاوه بر مطالعه منابع اسنادی، اینترنتی در مورد سرمایه اجتماعی، اعتماد، بسترهای ناراضی‌بیتی اجتماعی، نبرد روانی - شناختی و رسانه‌ای غرب علیه انقلاب اسلامی از ابزار مصاحبه استفاده شد. این گروه منبع اولیه و اصلی گردآوری اطلاعات در رابطه با شناخت مؤلفه‌های می‌باشند. بخش دیگری از محتواهای کیفی حاصل گردآوری مطالب از مصاحبه‌های اینترنتی، متن روزنامه‌های رسمی کشور و مطالب اسنادی - کتابخانه‌ای به دست آمد.

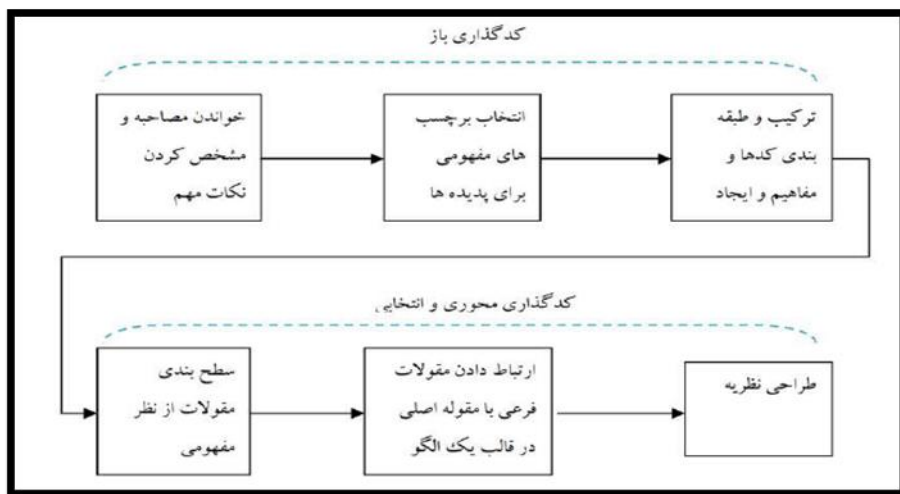
برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از رویکرد پژوهشی گزندتئوری استفاده شد. نظریه داده‌بنیاد ابتدا در سال ۱۹۶۷ توسط گلنر و استراوس ابداع شده و در کتاب مشهور آن‌ها با عنوان «کشف نظریه داده‌بنیاد» منتشر شد. آن‌ها این روش را یکی از بنیادی‌ترین کشف‌های روش شناختی در علوم اجتماعی قلمداد کرده‌اند که می‌تواند به تولید معرفت متقن و باورپذیر منتهی شود (قوام‌آبادی و دیگران، ۱۳۹۴: ۱۵). داده‌بنیاد یک روش‌شناسی اکتشاف نظریه استقرائی است که محقق در چارچوب نظری، ویژگی‌های عمومی یک موضوع را مشخص می‌کند و به صورت هم‌زمان، چارچوب خود را بر مشاهدات یا داده‌های تجربی استوار می‌سازد (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۶: ۲۷). در این روش جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها و نظریه احتمالی نهایی، با یکدیگر ارتباط نزدیکی دارند و محقق به جای پیش فرض گرفتن یک نظریه با ورود به حوزه مورد مطالعه به داده‌ها اجازه می‌دهد تا نظریه را پدیدآورند (محمودی‌رجا، ۱۳۹۹: ۸۵). به طور کلی در مورد ماهیت این روش برای تحلیل مسائل اجتماعی باید گفت که در این رویکرد نخست جهت‌گیری پژوهش، بنیادی است (ایجاد درک بهتر پدیده‌ها برای دستیابی به نظریه). دوم: فلسفه یا پارادایم حاکم بر پژوهش از نوع تفسیری است و مبانی فلسفی آن پدیدارشناختی است. سوم: رویکرد پژوهش استقرائی است که با خلاقیت، مفاهیم را در قالب مقوله‌ها و قضیه‌ها تدوین می‌نماید. چهارم: هدف این پژوهش اکتشافی است که به کشف و شناسایی متغیرهای مهم و ارائه فرضیه‌هایی برای تحقیق بیشتر می‌پردازد (بازرگان، ۱۳۸۷، ۱۰۲). یکی از مهم‌ترین فرآیند این تحقیق، استفاده از تاکتیک سه‌گانه کدگذاری (باز، محوری و انتخابی) است. مراحل و فعالیت‌های پژوهش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد در شکل



زیر نشان داده شده است:

(دانایی فرد و اسلامی، ۱۳۸۹: ۴۵ - ۴۷).

به رغم اینکه برای اطمینان کامل تعداد بیست مصاحبه، صورت گرفت؛ اما در نفر ۱۰ پس از اشباع نظری به کدگذاری و تجزیه تحلیل متن پیاده شده اقدام کردیم. در شکل زیر مسیر انجام و تکمیل



تجزیه و تحلیل داده‌ها در تحقیق حاضر آمده است:

(فرستخواه، ۱۳۹۶: ۲۲۰ - ۲۴۲، پورسلیم و دیگران، ۱۳۹۶: ۱۹).

۶- یافته‌های توصیفی پژوهش

پس از جمع‌آوری و پیاده‌سازی مصاحبه‌ها، کدگذاری و محوربندی مفاهیم که شاکله اصلی محتوا را تشکیل می‌داد در دستور کار قرار گرفت. در جدول زیر مشخصات کلی افراد مورد مصاحبه قرار گرفته آورده شده است:

ردیف	تحصیلات	شغل
۱	دکترا	استاد دانشگاه اصفهان
۲	دکترا	کارشناس رسانه و علوم شناختی
۳	دکترا	استاد دانشگاه تهران
۴	دکترا	استاد دانشگاه تهران
۵	فوق‌لیسانس	فعال رسانه‌ای و هیئت‌علمی دانشگاه
۶	دکترا	مدیرگروه جامعه‌شناسی دانشگاه بین‌المللی
۷	دکترا	استاد دانشگاه تهران
۸	دکترا	فعال فضای مجازی و محقق
۹	دکترا	رئیس اسبق رسانه ملی
۱۰	دکترا	هیئت‌علمی دانشگاه مشهد
۱۱	دکترا	معاون آموزش انجمن سواد رسانه‌ای ایران
۱۲	دکترا	هیئت‌علمی دانشگاه سوره

افراد مذکور، شخصیت‌هایی صاحب‌نظر، متفقد، محقق، دانشگاهی و فعال رسانه‌ای هستند که هم در حوزه مسئله موردنظر این تحقیق آثار پژوهشی (مقاله، کتاب، یادداشت و صفحات مجازی) داشته‌اند و هم دغدغه‌مند برای حل و فصل چالش‌های مختلف کشور به‌خصوص سرمایه اجتماعی بوده‌اند. تلاش شده است از منظر ۳ گانه سرمایه اجتماعی، رسانه و رویکرد شناختی مصاحبه‌های متنی، صوتی و تصویری از این افراد در مصاحبه با خبرگزاری‌ها، جلسات و نشست‌های تخصصی در انجمن‌های مختلفی چون انجمن علوم سیاسی، انجمن جامعه‌شناسان ایران، مطالعات راهبردی و... هم در فضای اینترنتی و مجازی دیدگاه و نگرش این افراد مطالعه شود. در این باره تلاش شد مطالب و صحبت‌هایی از آن‌ها که نزدیک به حل و فصل مسئله تحقیق پیشرو (تقویت سرمایه اجتماعی و راهکارهای رسانه‌ای در ارتقای آن) بود، جمع‌آوری و نکات کلیدی آن‌ها استخراج و در فرایند کدگذاری مورد استفاده قرار گیرد. مصاحبه‌های مختلفی جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل شد، اما بنابر فرایند روش کیفی و استراتژی

گرنددتوری، مبنای کار، "اشباع نظری" بود. بدین صورت که پس از پیاده‌سازی و کدگذاری صحبت‌های مختلف این افراد، داده‌ها تکراری مورد توجه قرار نمی‌گردد. در همین چارچوب در نفر هشتم به اشباع نظری رسیدیم؛ ولی برای استحکام بیشتر و مطلوب‌تر به دیدگاه‌های ۱۲ نفر از این افراد استناد شده است. در زیر به برخی از مهم‌ترین نکات ارائه شده در خلال صحبت‌های آنها برای پاسخ به محورهای (مؤلفه‌های مؤثر بر سرمایه اجتماعی، پیامدهای مثبت و منفی سرمایه اجتماعی، راهکارهای تقویت سرمایه اجتماعی از طریق رسانه و...) استفاده شد. در زیر به یک نمونه این فرآیند اشاره می‌شود:

۶-۱- کدهای مصاحبه ۱

۱. این متون داده‌های خام مستخرج از متن مصاحبه‌های (اساتید دانشگاه، فعال رسانه‌ای، محققان و افراد صاحب‌نظر) است که در کلیپ‌ها، مقالات، میزگردها و مجامع عمومی مطرح شده بود. با گردآوری مطالب خام از صحبت‌های آنها (بیش از ۶۰۰ صفحه) اقدام به کدگذاری این صحبت‌ها بر اساس اهداف و چارچوب مفهومی تحقیق کرده‌ایم. مطالب آورده شده صرفاً بخش‌هایی از صحبت‌ها و مطالب موردنظر آنها و به معنای ثانویه و رد این صحبت‌ها از سوی نگارندگان نیست.

نکات کلیدی	کدهای اولیه (مفاهیم)
نکته آخر اینکه اعتماد، نتیجه عملکرد است، یعنی من به شما اعتماد کردم باید فعالیتی انجام دهید و نتیجه آن را صادر کنید تا منجر به رضایت من شود.	رضایت عملکردی
نکته مهم تبادل تجربیات انسان‌ها از تعامل با دیگران یا با دولت و حکومت است. اگر تجربیات این‌گونه شکل گرفته باشد که اعتماد اتفاق نیفتاده و مردم از مشارکت قبلی رضایت نداشته باشند، دوباره اعتماد نخواهد کرد،	تبادل تجربیات انسان‌ها از تعامل
در فضای سازی رسانه‌ای کار به‌جایی می‌رسد که مردم حتی نسبت به همدیگر هم بدبین می‌شوند و در حوزه‌های مختلف علیه هم اقدام می‌کنند	ترویج بدبینی اجتماعی
این‌ها می‌آیند نقاط ضعف ما را پررنگ می‌کنند و نقاط قوت ما را می‌پوشانند که کسی متوجه نشود.	پررنگ کردن نقاط منفی
اخیراً در مشهد و برای ورود باتون به ورزشگاه اتفاقاتی افتاد. قبلاً یکی از مسئولین در مشهد برجسته شده بود مینی بر اینکه ایشان مخالف ورود زنان به ورزشگاه است، اما این بار مشکل از جای دیگری بود، چون آن شخصیت در آن زمان در کربلا بود و روحش هم از این ماجرا خبر نداشت؛ اما روش شناختن فضایی را به وجود آورد که در شبکه‌های اجتماعی دوباره آن فرود محور شد، چون معنایی در ذهن مردم خلق شده است که باورش آسان است.	فضاسازی رسانه در تقویت ذهنیت منفی
برخلاف اوایل انقلاب که روابط مینی بر امت - امامت بود، به‌تدریج از این مسیر فاصله گرفتیم مخالفان انقلاب هم بر نقطه ضعف ما دست گذاشتند و به‌خاطر ایرادات بین دولت و ملت، مردم را از انقلاب ناراضی می‌کنند.	تضعیف روابط دولت و ملت
یکی از شگردهایی که به‌مراتب اهمیت بیشتری دارد، تحریف و اقیبات است اگر ما بتوانیم جلوی این‌ها باشیم حتی اگر بتوانیم جلوی تحریف باشیم، تحريم را هم می‌توانیم دور بزنیم.	تحریف و اقیبات
در این میان موضوع فساد سیستماتیک هم بین هزاران داده در این فضای پهناور قرار می‌گیرد و رسانه‌ها تلاش می‌کنند با استفاده از این اخبار افکار عمومی را تحت‌تأثیر قرار دهند.	القای فساد سیستماتیک
در حال حاضر در عصری زندگی می‌کنیم که رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مخاطبان را در حجم انبوهی از اطلاعات و محتوا محاصره کرده‌اند. در چنین شرایطی رسانه‌های معاند با استفاده از تکنولوژی و ابزارهای آن، بخشی از اطلاعات را پیش از آنکه به‌درستی به مخاطب برسد دستکاری می‌کنند و آنچه خود می‌خواهند در آن می‌گنجانند.	دستکاری ذهنیت‌های عمومی
ما در روایت‌سازی بسیار ضعیف هستیم و همین موضوع سبب می‌شود هر برداشتی که بیگانگان از یک برش از تاریخ ایران دارند مورد قبول مخاطب قرار بگیرد.	روایت‌سازی قوی
مثل بحث ورود زنان به ورزشگاه که یک پیشینه‌ای داشت و الان می‌رواش را می‌چینند. از ابتدای انقلاب گفتند که زنان در ایران شاد نیستند، تفریح ندارند، حضور فعال اجتماعی ندارند. این مطالب را با ادبیات مختلف گفتند و مسئله‌ای را تولید کردند بدون این که برای این قضیه پیشینه افکارسنجی سنجیده شود.	تصویرسازی منفی از انقلاب
این رسانه‌های از ماه‌ها قبل از فرایند انتخابات می‌کوشند با زیرسؤال‌بردن و بزرگی مردمی بودن نظام و مخدوش کردن حضور به دلسرد کردن مردم از مشارکت گسترده دست زنند.	دلسرد کردن مردم از مشارکت گسترده
رقبا و معاندین انقلاب که از طرق مختلف کوشیده‌اند فضای اجتماعی و امنیتی کشور را مختل سازند، طی چند سال اخیر از طریق اقدامات نرم رسانه‌ای در پی خلق بحران‌های اجتماعی هستند.	آشوب‌های خیابانی و خلق بحران اجتماعی
قدم دوم بدون این که به‌دلیل و راهکار بپردازند سریعاً سراغ مقصر می‌روند، چون شما وقتی سریع می‌گویید که مقصر چه کسی است، ذهن مخاطب پی مقصر می‌رود و دیگر به‌دلیل فکر نمی‌کند.	مقصر سازی بی راهکار
بهترین و عالی‌ترین نقطه نظر رسانه‌ها و جریانات معاند چه در داخل و چه در خارج از کشور این است که جامعه را از حالت تعادل چهل و نه تا پنجاهویک خارج و به مرحله صفر یا صد برسانند.	نگاه و تگوش صفر و صدی
این جامعه، جامعه الاکنگی می‌شود و دیگر دارای یک نگاه آلفایی نیست. نهایتاً یک اتفاق بسیاری جدی می‌افتد؛ قلعه شیشه‌ای و دیواره شیشه‌ای و مخاطب شیشه‌ای؛ وقتی دیواره در صورت مخاطب شکست، مخاطب شیشه‌ای هم خواهد شکست. پس مقاومت مخاطب در مقابل ضربات وارده به حداقل می‌رسد	اضمحلال مقاومت مخاطب

<p>آنها به‌طور شبانه‌روزی با ابزارهای مختلف در پی این هستند که در ذهن مخاطب خطا و مشکل رخ داده را به‌عنوان یک کار تعدمی جلوه دهند.</p>	<p>تعدمی جلوه‌دادن خطا یا مشکل</p>
<p>این رسانه‌ها با بزرگ‌نمایی، برجسته‌سازی نقاط منفی و القای تعدمی بودن وقوع برخی مسائل و مشکلاتی بستر را برای القای ناامیدی در جامعه فراهم می‌کنند که متأسفانه بسیاری از جوانان زودبایور می‌کنند.</p>	<p>القای ناامیدی</p>
<p>طرف وقتی که خودش فاعل فساد است، در خط اشغال آمده است و سخن از فساد در سینما می‌زند، در نقطه بنا به یک خط موازی ایجاد می‌کند. خط اشغال می‌گوید که بروید دعوا را بر سر نوع بکنید و نه سر اصل آن.</p>	<p>آشفته‌سازی ذهنی مخاطبین</p>
<p>مخاطب وقتی این را می‌بیند، در ذهن خود مقایسه می‌کند و دچار تحلیلی می‌شود که آن رسانه‌ها دوست دارند و از این طریق در ذهنش رسوخ می‌کنند.</p>	<p>ذهن شبهه زده</p>
<p>رفتار شبکه‌ای بعضی اینک رسانه‌ها باهم استراتژی تعریف می‌کنند و با کمک یکدیگر این استراتژی به‌روز سازی می‌شود.</p>	<p>رفتار شبکه‌ای علیه انقلاب</p>
<p>وقتی که از نوستالژی استفاده می‌شود، مخاطبی که قبل از انقلاب را به‌درستی درک نکرده است و در مورد آن زمینه خاصی ندارد، ناخودآگاه قیاس می‌کند. حتی افرادی که آن زمان بودند هم دچار افسوس نسبت به گذشته می‌شوند، چون انسان به‌طور ذاتی همیشه‌نگاهی حسرت‌آمیز نسبت به گذشته دارد.</p>	<p>القای افسوس نوستالژی</p>
<p>در داخل یک نفر نیامد بگرید و بزا و بلیط گرفته و در فرودگاه کشور دیگری رفته و کارت و اکسین خود را نشان داده که واکسن برکت زده و در آن کشور به سر می‌برده و الان برگشته است! حتی این حرکت ساده را هم نمی‌توانند انجام بدهند؛ چون رسانه‌های ما در مواجهه با دیوار موازی در مقابل حقیقت، دچار ضعف جدی و تک‌یکال هستند.</p>	<p>ضعف جدی و تک‌یکال رسانه‌ای</p>
<p>وقتی که یک سهل‌انگاری اتفاق می‌افتد به‌قدری بزرگ‌نمایی و برجسته‌سازی می‌کنند که در ذهن مخاطب غیره این مسئله‌ای در جامعه نیست.</p>	<p>بزرگ‌نمایی و برجسته‌سازی مسائل</p>
<p>در این شرایط وقتی رسانه‌های رسمی اخبار کرونا را قطع کردند، مخاطب دچار این استنباط شد که "چون بخوانند دانش‌آموزان را سر کلاس ببرند، اخبار کرونا را هم حذف کردند؛ پس یک چیزی هست که به ما نمی‌گویند و بالاچار این کار را کردند</p>	<p>درگیری سازی کاذب</p>
<p>آنها روی موضوعاتی دست می‌گذارند که تبدیل به معضل و آسیب و این آسیب‌ها تبدیل به بحران شوند. به‌طور مثال، آنها درباره روایت‌سازی و تاریخ‌سازی انقلاب اسلامی و دفاع مقدس کار می‌کنند. این روزها باتوجه به این که در ماه مبارک رمضان هستیم در مورد دین هم‌کار می‌کنند.</p>	<p>روایت‌سازی بحرانی</p>
<p>برای ایجاد حداکثر سرگیجه روشن‌کننده کمیت بخشیدن به پیام است نه کیفیت؛ یعنی بمباران خبری و اطلاعاتی و برنامه‌ای در انواع مختلف و منابع گوناگون را در پیش می‌گیرند تا مخاطب دچار کلافگی و سرگیجه شود و نتواند به‌درستی تصمیم‌گیری کند</p>	<p>سر درگمی مخاطب</p>
<p>خیلی از مواقع اصلاً تفسیری که ما از این حوزه داریم مناسب با هیچ بخشی از اقتضائات زیست‌بوم ما نیست، نه فرهنگی و نه اجتماعی و نه سیاسی و نه امنیتی و نه اپیدمیولوژیکی و نه حتی اعتقاد شخصی.</p>	<p>تفسیر شیبومی از مسائل</p>
<p>وقتی که بحث تحدید و تهدید یعنی هم محدود کردن و هم حمله‌ور شدن در دستور کار قرار می‌گیرد، یکی از مهم‌ترین قواعد در حوزه شناختن و جنگ ترکیبی خود را نشان می‌دهد</p>	<p>تحدید و تهدید شهروندان</p>
<p>در فرآیندی تفاسیر ذهنی یک اتفاق خیلی عجیب در حوزه شناختن می‌افتد و طراح آن‌ها این است که وقتی می‌خواهند مردم را تبدیل به آنی‌تر خود کنند جامعه را دو قطبی می‌کنند.</p>	<p>دوقطبی سازی جامعه</p>
<p>این روش به‌منوعی مخاطب را درگیر می‌کند تا احساس کند که همه نیازهای خود را باید از آن رسانه مرتفع کند</p>	<p>درگیری سازی مخاطب</p>
<p>یکی از مدل‌های آن‌ها در بحث خط موازی و خط اشغال، تحریف وقایع حال حاضر و وارونه‌نمایی اتفاقات پیرامون آن هست</p>	<p>تحریف و وارونه‌نمایی اتفاقات</p>
<p>در اصل، فکر و تعقل مخاطب را دچار سر درگمی می‌کنند. از طریق تصویر، متن، ویدئو و حتی آهنگ‌های پس‌زمینه وضعیت مکمل را ایجاد می‌کنند.</p>	<p>اختلال در قوه تصمیم‌گیری و تفکر</p>

۶-۲- کدگذاری محوری مقوله‌ها

باتوجه به مدل مفهومی، مسئله و اهداف پژوهش، کتاب‌ها، مقالات مختلف، داده‌های خام اینترنتی و صحبت‌های فعالین رسانه‌ای و سیاسی مختلف برای یافتن مهم‌ترین تاکتیک و حربه‌های معاندین جهت تضعیف سرمایه اجتماعی مدنظر بود. پس از خواندن، نکته‌برداری و استخراج کدهای مختلف، محورهای مختلفی برای تحت تأثیر قرارداد سرمایه اجتماعی در سطوح مختلف جامعه احصا شد که در حوزه‌های (سیاسی، فرهنگی، روان‌شناختی، رسانه‌ای، اقتصادی و...) قابل تقسیم بوده‌اند. در جدول زیر برخی از مهم‌ترین محورهای ارائه‌شده در کدگذاری باز اشاره می‌شود:

مؤلفه‌ها	محورها
فرهنگی - اجتماعی	ارتقای منزلت اجتماعی
	تقویت همبستگی اجتماعی
	مسئولیت‌پذیری شهروندان
	تقویت همبستگی وفاق ملی
	ساماندهی و رونق‌بخشی جشن‌ها و اعیاد ملی - مذهبی
	ارتقا سرمایه اجتماعی
سیاسی - امنیتی	تقویت روابط و ارتباط متقابل دولت و شهروندان
	گفت‌وگویی شفاف مسئولین با مردم
	تصمیمات معقول دولتمردان و نهادهای مؤثر و حل‌وفصل تعارض نخبگان
	فعال‌سازی ظرفیت شورایاری محلی و استفاده از معتمدان محلی
	ساده‌زیستی مسئولین و نفی اشرافی‌گری
	ترویج حقوق شهروندی و بسترسازی فعالیت‌های مدنی و صنفی
اقتصادی - معیشتی	بهبود وضعیت معیشتی - رفاهی و مقابله با تبعیض و شکاف‌های طبقاتی در جامعه
	شنیدن مطالبات و نیازهای اقشار و طبقات مختلف
	اصلاح سبک زندگی اسلامی و بومی و نفی رویه‌های مصرف‌گرایی و تحمیلی صرف
	ترویج شادی توسعه‌محور
	تقویت تاب‌آوری جامعه در برابر التهابات و نابسامانی‌های موقتی
	ارتقای شاخص‌های توسعه پایدار
شناختی - رسانه‌ای	تجویز امید اجتماعی و معقول کردن توقعات و انتظارات
	مدیریت بحران‌های روانی جامعه
	تقویت بسترهای مشارکت شهروندان
	ترویج گفتگوی جمعی
	رهایی از سردرگمی و مطالبه‌گری منطقی
	ارتقای عزت‌شناسی و جسارت به شهروندان

۷- جمع‌بندی و یافته‌های تحلیلی

تحلیل مسائل و معضلات سیاسی - اجتماعی با توجه به ماهیت آن‌ها، نیازمند نگاه و نگرش چندبعدی و جامع است. سرمایه اجتماعی نیز از جمله مسائلی است که نیازمند است با عینک و زاویه دید تحلیلی و تفسیری به آن نگرست. در بستر نبرد فرهنگی و شناختی نظام سلطه علیه انقلاب اسلامی، محرک‌های مختلف (فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، روانشناختی - رسانه‌ای و...) نقش داشته‌اند که در این جدول بنابر مطالعه آثار نظری و محتواهای احصا شده از دل مصاحبه با صاحب‌نظران در مورد زمینه‌های مؤثر بر مسئله تضعیف سرمایه اجتماعی، پیامدها و نتایج آن در الگوی حکمرانی و زیست سیاسی - اجتماعی شهروندان در سطح جامعه آورده شده است:

مؤلفه‌های مؤثر بر تضعیف سرمایه اجتماعی شهروندان

تخریب و تضعیف ارزش‌ها و هنجارهای اسلامی و بومی

بی‌تفاوتی اجتماعی شهروندان

سبک زندگی غیربومی

بی‌عدالتی اجتماعی

فرهنگی - تفاوت پایگاه طبقاتی و اجتماعی

اجتماعی تفاوت ویژگی‌های تربیتی و جامعه‌پذیری محلی و رسمی

فرهنگ عمومی و حافظه تاریخی گذشته‌نگر

تنوعات و اختلافات (مذهبی، جنسیتی و اجتماعی)

تضعیف همبستگی و هویت ملی

گسست و انقطاع نسلی

ترسیم چهره دیکتاتور از حاکمیت و نظام سیاسی

القای ناکارآمدی و بن‌بست الگوی حکمرانی دینی در مدیریت سیاسی - اجتماعی

کشور

سیاسی - امنیتی ترسیم چشم‌انداز منفی و سیاه‌نمایی از وضعیت کشور

استفاده ابزاری جریان‌های سیاسی از چالش‌ها و مشکلات جامعه

القای فقدان رقابت سیاسی و گردش نخبگان

فرهنگ سیاسی نامطلوب
 القای رانت و فساد در انتصابات نظام اداری کشور
 دوقطبی‌سازی‌های کاذب
 شبهات سیاسی در فضای ماهواره و مجازی
 اعتبارزدایی از توان اقتدار دفاعی و نظامی کشور
 ارتباط دادن مشکلات داخلی به سیاست‌های منطقه‌ای و تنش با غرب
 نابسامانی مدیریتی و القای بن‌بست و ناکارآمدی نظام
 تخریب پایه‌های مشروعیت و ساختار نظام ولایت‌فقیه
 تحریف واقعیت‌ها علیه دستاوردهای انقلاب
 احساس محرومیت نسبی
 تبعیض‌های زبانی، قومی - مذهبی
 مشکلات بازاریابی سیاسی و کارزار انتخاباتی
 القای انسداد سیاسی و امنیتی جلوه‌دادن فضای کشور
 اعتبارزدایی و اعتمادزدایی از نظام با متهم کردن نهادهای آن به ساختار رانت‌پرور و
 فاسد
 تلاش جهت تضعیف خودباوری، عزت و اقتدار ملی و نهادهای مرتبط
 تحریف واقعیت‌ها و دستاوردهای مختلف (سیاسی، اجتماعی، علمی و فرهنگی
 انقلاب)
 تطهیر چهره نظام دیکتاتوری و وابسته پهلوی
 برجسته‌سازی و فعال کردن شکاف‌های (قومی، زبانی، مذهبی) در مناطق مرزی
 کشور
 برجسته‌سازی مشکلات اقتصادی - زیست‌محیطی
 بالا بردن انتظارات و توقعات فرآینده
 القای عقب‌ماندگی و عدم توسعه ایران مابعد از انقلاب

اقتصادی -
 رفاهی

بزرگ‌نمایی بیکاری گسترده جوانان و زنان مرتبط دانستن آن با اهداف و ارزش‌های انقلاب اسلامی

القای وجود تبعیض و شکاف اقتصادی سازماندهی شده در کشور
مشکلات عمرانی و زیرساختی در حوزه مسکن و بهره‌برداری هیجانی و روانی از
التهابات ارزی و مالی (تورم، رکود، نوسانات طلا، خودرو و...)
تحریک هیجانات با سوءاستفاده از چالش‌های بحران کم‌آبی و کاهش تولیدات
کشاورزی

القای فساد سیستماتیک در عرصه تولید (خودرو، کالاهای اساسی) و اختلاس در
همه نهادهای انقلابی و ارزشی

مدیریت اذهان و افکار به سمت وسوی اهداف از قبل طراحی شده
تحریک به آشوب با انتشار گسترده بمباران شایعات و شبهات در ماهواره، اینترنت و
فضای مجازی

دوقطبی کردن جامعه با اعتراضات و نافرمانی مدنی
تقویت سرخوردگی و ناامیدی از وضعیت آینده

برجسته‌سازی نقاط مثبت و زیرسؤال بردن دستاوردها و کارآمدی نظام در عرصه‌های
مختلف (علمی، نظامی، ورزشی سیاسی و...)
ترویج شبانه‌روزی انواع شبهات سیاسی - مذهبی در فضای ماهواره‌ای - رسانه‌ای و
مجازی

شــــناختی -
رسانه‌ای

از خودبیگانگی، مسئولیت‌گریزی و بی‌تفاوتی سیاسی - اجتماعی شهروندان احساس حقارت و عدم اراده در تحقق اهداف ملی شکاف دولت و ملت در ساختار سیاسی - اجتماعی جامعه تقویت بحران مشروعیت و مقبولیت نظام با القا، ترویج و تقویت انگاره‌های اتهامی علیه نظام و نهادهای انقلابی (متهم کردن نظام اسلامی به فساد، بن‌بست و...) درگیری میان توده‌های مردم، اقلیت‌ها، قومیت‌ها، نخبگان و حاکمیت و ناامنی سراسری (محلی - ملی) تشکیک در کلیت ساختار نظام و نهادهای داخلی افزایش حساسیت‌های قومی، مذهبی، نسلی، سیاسی و توسعه تجزیه‌طلبی کاهش روحیه و کارایی اقشار و گروه‌های تأثیرگذار (جوانان، دانشجویان، سربازان و غیرنظامیان...)

تردید و تزلزل در باورها اعتقادات و تصاویر ذهنی اقشار جامعه توسعه بحران هویت، اضمحلال و استحاله باورهای بومی - اسلامی جامعه و ترویج اندیشه‌های سکولار و اومانیستی غربی در کشور بحران وحدت ملی و تضعیف اقتدار و انسجام ملی وارونگی واقعیات و اصل شدن فرعیات و فرع شدن اصلیات ترویج، استمرار و توسعه کنش‌های سیاسی واگرا و خشونت‌آمیز، ناپه‌نچار سیاسی - اجتماعی، نافرمانی مدنی و اعتراضات خیابانی خشتی شدن چشم‌انداز امیدوارانه در حوزه‌های سیاسی اجتماعی جامعه و شهروندان تضعیف اعتماد به نفس فردی - اجتماعی و ملی در حوزه‌ها و زمینه‌های مختلف ترویج و توسعه شبهات سیاسی، فرهنگی و اجتماعی و برجسته‌سازی نقاط منفی و سیاه عملیات روانی و ترور شخصیت و نهادهای انقلابی و اشخاص تأثیرگذار جامعه با دوقطبی‌های کاذب رسانه‌ای

در مجموع باید گفت که نظام سلطه و پروپاگانداي رسانه‌ای آن‌ها راهبردهای مختلفی را جهت تضعیف سرمایه اجتماعی در بستر رسانه و جنگ شناختی به کار بسته‌اند که در جدول زیر به صورت مختصر آورده شده است:

راهبردهای شناختی (سیاسی، رسانه‌ای و فرهنگی) باهدف تضعیف سرمایه اجتماعی

مؤلفه‌ها	شاخص‌ها
<p>شبهات سیاسی مذهبی</p>	<ul style="list-style-type: none"> فائد دستاورد نشان دادن انقلاب اسلامی و بی‌ارزش دانستن دستاوردهای انقلاب زیرسؤال بردن کیفیت انتخابات در ایران با ادعای نبود انتخابات آزاد در فضای ماهواره‌ای و مجازی ناکارآمد نشان دادن حکومت دینی و بن‌بست‌نمایی از شرایط حال و آینده کشور با وجود تداوم نظام اسلامی زیرسؤال بردن استقلال سیاسی کشور با القای مستعمره بودن نظام از سوی کشورهای شرقی چین و روسیه ایجاد دوقطبی یا دوگانه‌سازی کاذب میان ارزش‌های نظام و انقلاب با حل مشکلات کشور و ناکارآمد نشان دادن مسئولان مختلف به‌ویژه مسئولان انقلابی و نهادهای انقلابی و نسبت دادن ناکارآمدی‌ها و ضعف‌های موجود به شعارهای انقلاب، نهادهای انقلابی و سیاست‌های انقلابی تلاش برای تخریب نهاد ولایت فقیه با القای دیکتاتوری ولایت فقیه و ادعای رفتارهای خودسر و فراقانونی رهبری، اتهام ستی و کهنه بودن الگوی حکمرانی ولایت فقیه بی‌نیجه و هزینه‌بر بودن مقاومت و استکبارستیزی مقایسه گفتمان اسلام سیاسی متأثر از جمهوری اسلامی با اسلام سکولار، لیبرال و محافظه‌کار در ترکیه، کشورهای حوزه خلیج فارس و ترکیه و تشابه مدل حکومتی ایران با گروهک‌های تکفیری داعش، القاعده و... در فضای رسانه‌ای با القای ایران‌هراسی، شیعه‌هراسی و اسلام‌ستیزی
<p>متهم کردن نظام به فناعدالتی و فساد</p>	<ul style="list-style-type: none"> طرح ادعای فساد سیستمی در کشور به معنای گسترده و عمیق بودن و در عین حال، ریشه داشتن فساد در ساختارهای کشور الگوارشی‌سازی از مسئولان؛ به معنای فساد آلود جلوه دادن آنها متهم کردن دستگاه‌های مسئول به‌ویژه قوه قضائیه به ناتوانی در برخورد با مفاسد و سیاسی‌کاری کردن در برخورد با مفاسد اتهام زنی به‌نظام با ناتوانی با فساد دانه‌درشت‌ها و نزدیکان مسئولان و دامن زدن به شکاف طبقاتی و بی‌عدالتی‌های ساختاری
<p>تخریب توان دفاعی</p>	<ul style="list-style-type: none"> مطرح کردن پروژه جهانی شدن و القای بی‌اساس بودن استقلال نظامی و قدرت نظامی - موشکی مغایرت پیشرفت‌های نظامی در تأمین منافع مردم به‌ویژه در حوزه معیشت و رفاه محرومین دوگانه‌سازی میان تقویت توان دفاعی با تعامل سازنده با دنیا و استفاده از ظرفیت‌های سیاسی و دیپلماتیک با تقویت توان گفتمانی، تنش‌زدایی، اعتمادسازی
<p>اتهامات نقض حقوق شهروندی</p>	<ul style="list-style-type: none"> متهم کردن نظام جمهوری اسلامی به استبداد و عدم رعایت حقوق شهروندی شبه افکنی تبعیض قائل شدن میان شهروندان مختلف و تفاوت قائل شدن میان آنها بنا به دلایل قومی، زبانی و مذهبی متهم کردن نظام به سرکوب آزادی‌های اساسی، سرکوب مخالفان و تبعیض در رسیدگی به جرائم مخالفان

از آنجایی که بعد از انقلاب اسلامی در ایران، شاهد مینا قرار گرفتن دو جهان‌بینی مادی و معنوی و سایر دوگانگی‌های قدسی - دنیوی بوده‌ایم، سبب نزاع فرهنگی و تمدنی میان اسلام سیاسی به سرمدمداری

جمهوری اسلامی ایران و جریان‌های مادی‌گرا (اعم از شرق و غرب) در سطح دنیا شد. علاوه بر این رقابت‌های تمدنی و جهان‌بینی، باید به اختلافات ایدئولوژیک و راهبردی میان ایران با برخی کشورهای منطقه در جهان اسلام از جمله عربستان، ترکیه و سایر جریان‌های محافظه‌کار و اسلام سکولار اشاره کرد که منجر به تنش و نزاع فکری و سیاسی در جهان اسلام و منطقه شده است. مجموعه عوامل مذکور سبب شده است که یک نبرد تمام‌عیار میان جمهوری اسلامی ایران و دیگر جریان‌های غیرهمسو در سطح منطقه و جهان شکل گیرد. جریان‌های رقیب جمهوری اسلامی اعم از (اپوزسیون‌ها، سلطنت‌طلب‌ها، تجزیه‌طلب‌ها، جبهه عربی، صهیونیستی، تفکرات استکباری و...) می‌کوشند از طرق مختلف، سرمایه اجتماعی و به تبع آن اقتدار و ثبات سیاسی - اجتماعی داخلی ایران را با شیوه‌های گوناگون تضعیف کنند. طی سالیان اخیر هر چند جریان سلطه‌کوشیده است از طرق مختلف، تضعیف مطلق سرمایه اجتماعی را در بدنه جامعه ایجاد و مستحکم کند. طی چند سال اخیر در اثر برخی سوء مدیریت‌های داخلی و از این مهم‌تر، تغییر تاکتیک و رویکرد معاندین و سران استکباری علیه انقلاب اسلامی، سرمایه اجتماعی در ایران با فراز و فرودهایی مواجه شده است. محوریت اصلی معاندین در نبرد فعلی، جهت‌دهی رسانه‌ای و تغییر روایت از واقعیت‌ها که تحت عنوان "نبرد شناختی" معروف شده است. معاندین که در چندین جبهه علیه جمهوری اسلامی ایران به صورت موازی برنامه‌هایی را در دستور کار قرار داده‌اند، در آخرین گام تاکتیک عمیق و راهبردی، جنگ شناختی و به دست‌گیری ذهنیت‌های اقشار مختلف از جمله جوانان معترض و احساساتی را با هدف تضعیف سرمایه اجتماعی در دستور کار خود قرار داده‌اند. بنابر گزارش‌ها و رصد وضعیت سرمایه اجتماعی در آثار پژوهش دانشگاهی و عمومی، سرمایه اجتماعی در بدنه جامعه از وضعیت مناسب و مطلوب فاصله گرفته است. علاوه بر مؤلفه‌های داخلی چون عملکرد نادرست برخی از دستگاه‌ها، نهادها، مدیران و کارگزاران مرتبط، مؤلفه‌های بیرونی نقش مهم و اساسی داشته‌اند. در این راستا می‌توان به سیاست‌ها و تاکتیک‌های مختلفی چون تبلیغات و پروپاگاندا، رسانه‌ای در بحرانی جلوه‌دادن وضعیت و ناکارآمد خواندن الگوی حاکمیت دینی در سیستم سیاسی ایران، ترویج شبهات سیاسی - اجتماعی همچون القای فساد سیستماتیک، بن‌بست نظام، آفازاده بازی، تبعیض و شیوع انواع فسادها و اختلاس‌های اقتصادی - سیاسی و... اشاره کرد. مجموع دلایل مذکور سبب شد که بخش‌های مختلفی از جمعیت جوانان کشور سردرگم و دچار

یک فضای انفعال و حتی لجبازی با ارزش‌ها و هنجارهای مستقر جامعه شوند.

۸- نتیجه‌گیری

سوءاستفاده از چالش‌ها و مسائل داخلی، سیاه‌نمایی و بزرگ‌نمایی مشکلات، تغییر ذهنیت‌ها برای ترویج اندیشه‌های غیراسلامی و غربی از جمله راهبردهای فرهنگی - سیاسی و رسانه‌ای جریان معاند و غیرانقلابی است که آن‌ها اخیراً در قالب نبرد شناختی و سیاسی برای ایجاد اتهامات سیاسی - اجتماعی، شورش‌های خیابانی، امنیتی‌سازی کشور، تضعیف نهادهای انقلابی و ارزشی، فعال‌کردن شکاف و گسل‌های (قومی، زبانی، مذهبی، نسلی و...) به‌کار بسته‌اند. این موارد به‌طور کلی باهدف تحت‌تأثیر قراردادن سرمایه اجتماعی از طریق نارضایتی‌های اجتماعی، کاهش مشارکت سیاسی، بی‌ثباتی سیاسی - اقتصادی، آشوب و اغتشاش خیابانی، جنگ و نفرت مردم با مردم و مردم با نهادهای امنیتی - انقلابی و ارزشی و... قرار گرفته است. به‌رغم حجمهٔ همه‌جانبه‌علیه ارزش‌ها، هنجارها و زیرساخت‌های امنیت اجتماعی، اما سرمایه اجتماعی در وضعیت بحرانی نیست. مصداق عینی قدرت نرم و سرمایه اجتماعی پویا در کشور را می‌توان در حضور گسترده جوانان نسل‌های دهه ۶۰، ۷۰ و حتی ۸۰ در مراسم‌های ملی - مذهبی چون (مراسم باشکوه اربعین، حضور در راهپیمایی‌های ملی، حضور در مراسم‌های مذهبی شب‌های قدر، نماز جمعه، راهپایان نور، مراسم اعتکاف، شرکت در مراسم تشیع شهدای مدافع حرم و مراسم حاج قاسم سلیمانی همکاری همدلانه در بلایای طبیعی چون سیل، زلزله و...) مشاهده کرد. به‌رغم موارد مذکور اما ضروری است برنامه‌ها و راهبردهای جامعی جهت تقویت زیرساخت‌های داخلی و مقابله‌به‌مثل رسانه‌ای در دستور کار نهادها و ارگان‌های مختلف کشور قرار گیرد. رویه‌ای که باعث می‌شود علاوه بر ارتقای ابعاد و شاخصه‌های سرمایه اجتماعی در داخل، طرح‌ها و نقش‌های پیچیده و ترکیبی معاندین خنثی شود. راهبردهایی که در این راستا می‌بایست مدنظر قرارگیرد بدین شرح است:

- منطقی‌کردن توقعات و سبک زندگی شهروندان
- معرفت‌افزایی و ارتقای سواد رسانه‌ای و سیاسی شهروندان.
- تقویت روابط و تعاملات اجتماعی دولت و مردم
- ترویج مطالبه‌گری شهروندان و عکس‌العمل به‌موقع، سریع در چالش‌ها و بحران‌های مختلف جامعه
- باورافزایی به ناهنجاری رفتارهای خشن و غیرانسانی

- تقویت وحدت، همبستگی اجتماعی، نوع‌دوستی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی
 - خشتی‌سازی دوقطبی سیاسی - اجتماعی در سطح جامعه
 - تزریق روحیه امید و امیدآفرینی و در بدنه جامعه.
 - افزایش و تقویت اعتماد اجتماعی
- علاوه بر راهبردهای کلان، می‌بایست راهکارهای عملیاتی نیز جهت ارتقای سرمایه‌ی اجتماعی در دستورکار قرارگیرد که در زیر به برخی از مهم‌ترین جنبه‌ها اشاره شده است:
- ازبیدن محرومیت نسبی و احساس تبعیض (قومی، مذهبی، جنسیتی و...) در مناطق قومی و حاشیه‌ای
 - نمایش مبارزه قاطع، قانونی و بدون ممانعت با فساد اقتصادی، سیاسی و اخلاقی و رفع تعارض منافع در روند اداری کشور و پرهیز از اقدامات افشاگرانه غیرواقعی و اطلاع‌رسانی مکرر به مردم در این باره
 - بیان واقعیت‌ها، تبیین ظرفیت‌ها و دستاوردها و پیشرفت‌های کشور برای نسل جوان و مردم
 - تبیین نقشه و سناریوهای دشمن در کاهش اعتماد عمومی و حس نفرت در میان جامعه ایران
 - فراهم کردن فضای نقد آزاد و زیرسؤال‌بردن برخی ناکارآمدها و اختلالات در نهادهای تصمیم‌گیر و تلاش جهت رفع آن‌ها
 - نمایش دادن اقتدار و نفوذ منطقه‌ای ایران در سطح منطقه و جهان به‌رغم فضا‌سازی رسانه‌ای با ایران‌هراسی و شیعه‌هراسی
 - نمایش اقتدار ملی - مذهبی ایران در راهپیمایی اربعین حسین، راهیان نور و دیگر مناسک ملی - مذهبی و حضور پرشور اقوام، جوانان، بانوان و دختران محجبه در مراسم‌های عبادی - سیاسی کشور
 - ترویج «امر به معروف و نهی از منکر» در عرصه سیاسی به‌مثابه روش صحیح نقد و گفتگوی متقابل به جهت رشد و آگاهی
 - فعال‌سازی بیشتر نهادهای بسیج‌گر فردی - اجتماعی (مدارس، دانشگاه‌ها، مساجد، حسینیه‌ها و...)
 - استفاده از ظرفیت متنوع آن‌ها و نمایش دستاوردهای آن‌ها
 - بسترسازی فعالیت مدنی، صنفی، دانشجویی و حزبی به‌صورت قانونی و مدون در الگوی حکمرانی کشور

- استفاده از نظر متخصصان و صاحب‌نظران مربوطه جهت جلوگیری شیوع و گسترش شایعات و شبهات.
- نقد مداخله افراد فاقد صلاحیت (سلبریتی‌ها، ورزشکاران و...) در اظهار و نظرهای کارشناسی و تخصصی

منابع

- استروس، انسلم، کرین، جولیت، (۱۳۹۷)، مبانی پژوهش کیفی: فنون و مراحل تولید نظریه-زمینه‌ای، ترجمه ابراهیم افشار، تهران: نشر نی.
- اینگلهارت، رونالد (۱۳۷۳) تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی، مترجم: مریم وتر، چاپ اول، تهران. آئینی، پوریا (۱۴۰۰) «بررسی تأثیرات منفی رسانه‌های اینترنتی در ساحت‌های فردی و فرهنگی از دو منظر عصب‌شناختی و پدیدارشناختی»، مجله صیانت فرهنگی و سرمایه اجتماعی، شماره ۱: ۲۱۴ - ۱۸۵. بوردیو، پیر. (۱۳۸۰)، نظریه کنش: دلایل عملی و انتخاب عقلانی، ترجمه مرتضی مردی‌ها، تهران: انتشارات نقش‌ونگار.
- بیابانی، غلامحسین، هاشمی، شهناز، مظفری، افسانه (۱۳۹۴) «کمپین‌های رسانه‌ای و پیشگیری از جرائم سازمان‌یافته»، فصلنامه رسانه، شماره ۴: ۷۳ - ۸۳.
- پاتنام، رابرت (۱۳۷۹)، دموکراسی و سنت‌های مدنی، ترجمه: محمدتقی دلفروز، تهران: نشر غدیر.
- پورسلیم، عباس، عارفی، محبوبه، فتحی، کورش، (۱۳۹۶)، «طراحی الگوی برنامه-درسی تربیت شهروند جهانی در دوره ابتدایی نظام آموزشی ایران: مدلی برآمده از نظریه داده‌بنیاد»، فصلنامه اندیشه‌های نوین تربیتی، دوره ۱۳، شماره ۳.
- پیران، پرویز، موسوی، میرطاهر، شیبانی، ملیحه (۱۳۸۵) «کارپایه مفهومی و مفهوم‌سازی سرمایه اجتماعی (با تأکید بر شرایط ایران)» مجله رفاه اجتماعی، شماره ۲۳: ۹ - ۴۴.
- توسلی، غلامعباس (۱۳۸۴) سرمایه اجتماعی، ثروت نامرئی. نشریه حیات نو اقتصادی.
- توسلی، غلامعباس، ابراهیم‌پور، داود (۱۳۹۲) «رسانه ملی و ارتقاء سرمایه اجتماعی جوانان»، فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی ایران، شماره ۲: ۳۶ - ۱۷.
- توسلی، غلامعباس، ابراهیم‌پور، داود (۱۳۹۲) «رسانه ملی و ارتقاء سرمایه اجتماعی جوانان»، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، دوره ۵، شماره ۲: ۱۷ - ۳۶.

- توسلی، غلامعباس، موسوی، مرضیه (۱۳۸۴) «مفهوم سرمایه در نظریات کلاسیک و جدید با تأکید بر نظریه‌های سرمایه اجتماعی»، نشریه نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۶.
- حسین‌پور، جعفر، معتمدنژاد، کاظم (۱۳۹۰) «بررسی رابطه میزان مصرف رسانه‌ها و میزان سرمایه اجتماعی شهروندان تهرانی»، مجله برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، شماره ۶: ۱۲۹ - ۱۷۴.
- حیدری، آرمان، دهقانی، حمیده (۱۳۹۵) «بررسی کیفی پدیده تعارض خانواده - کار و چگونگی مدیریت آن در بین زنان معلم متأهل شهر دلووار»، مجله جامعه‌شناسی کاربردی، شماره ۳: ۴۰ - ۱۵.
- خاشعی، وحید (۱۳۸۸) «جنگ نرم، درآمدی بر سیاست‌های رسانه‌ای»، فصلنامه رسانه، دوره ۲۰، شماره ۲: ۱۲۷ - ۱۵۱.
- دارابی، علی (۱۳۹۵) «راهبرد رسانه ملی در توسعه یا گسترش سرمایه اجتماعی»، فصلنامه راهبرد، سال بیست‌وپنج، شماره ۸۱: ۱۷۷ - ۲۰۶.
- دانایی‌فرد، حسن، اسلامی، آذر، کاربرد استراتژی پژوهشی نظریه داده‌بنیاد در عمل؛ ساخت نظریه بی‌تفاوتی سازمانی، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق.
- دانایی‌فرد، حسن، الوانی، سید مهدی، آذر، عادل، (۱۳۸۶)، روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع، تهران: نشر صفار و اشراقی.
- دوست‌محمدی، حسین، علویان، مرتضی (۱۳۹۸) «تحلیل سرمایه اجتماعی در ایران با کاربست اندیشه‌های میشل فوکو»، دوفصلنامه جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی، شماره ۱۳: ۳۹ - ۶۶.
- دینی‌ترکمانی، علی. (۱۳۸۵)، تبیین افول سرمایه اجتماعی، فصلنامه رفاه اجتماعی، سال ششم، شماره ۲۳.
- راجی، محمدهادی، افتخاری، اصغر (۱۳۹۸) «جنگ ترکیبی غرب در برابر جمهوری اسلامی ایران؛ تحلیل ابعاد و روش‌ها»، مجله سیاست دفاعی، شماره ۱۰۹: ۷۵ - ۱۱۱.
- رداد، محسن (۱۳۸۷) «سرمایه اجتماعی و امنیت اجتماعی»، فصلنامه راهبرد، شماره ۱۶: ۱۸۶ - ۱۹۶.
- رسولی، محمدرضا، پاک‌طینت، داود (۱۳۹۰) «بررسی نقش رسانه‌های جمعی در شکل‌گیری سرمایه اجتماعی در بین شهروندان شهر یزد»، فصلنامه فرهنگ ارتباطات، شماره ۱: ۱۱۹ - ۸۵.
- رضایی، سعید، قاعدی، محمدرضا (۱۴۰۰) «نقش رسانه در تقویت سرمایه اجتماعی در گام دوم انقلاب اسلامی»، فصلنامه مطالعات میان‌فرهنگی، دوره ۱۶، شماره ۴۷: ۱۴۵ - ۱۷۴.

رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۸-) آناتومی جامعه (مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی کاربردی). تهران: شرکت سهامی انتشار. چاپ اول.

رنانی، محسن (۱۳۸۹)، سرمایه اجتماعی شرایط لازم برای توسعه، مجله اندیشه صادق، شماره ۱۱ و ۱۲. رنانی، محسن. (۱۳۹۲). چرخه‌های افول اخلاق و اقتصاد: سرمایه اجتماعی و توسعه در ایران. تهران: طرح نو.

رهبر، عباسعلی، حیدری، فاطمه (۱۳۹۳) «انقلاب اسلامی و ارتقای سرمایه اجتماعی در مردم‌سالاری دینی»، فصلنامه مطالعات راهبردی، سال هفدهم، شماره دوم: ۱۱۹ - ۱۵۱
سراج، رضا، اخوان، محمدجواد (۱۳۹۲) «بررسی اهداف، رهیافت‌ها و عرصه‌های کارکردی جنگ نرم علیه جمهوری اسلامی ایران»، فصلنامه آفاق امنیت، سال ۵: ۵ - ۳۵.

سورین، ورنرو تانکارد، جیمز (۱۳۸۱) نظریه‌های ارتباط‌جمعی. ترجمه علیرضا دهقان. تهران: دانشگاه تهران.
شارپ، جین (۱۹۹۳)، از دیکتاتوری به دموکراسی، چارچوبی نظری برای کسب آزادی، مؤسسه آلبرت اینشتین.

شارع‌پور، محمود (۱۳۸۰) فرسایش سرمایه اجتماعی و پیامدهای آن. نامه انجمن جامعه‌شناسی. تهران: نشر کلمه.

شریفیان ثانی، مریم. (۱۳۸۰) «سرمایه اجتماعی: مفاهیم اصلی و چارچوب نظری». فصلنامه رفاه اجتماعی، شماره ۲: ۵ - ۱۸.

شیروانی، علیرضا و مهدی الوانی (۱۳۸۵)، کتاب سرمایه اجتماعی (مفاهیم، نظریه‌ها و کاربردها)، تهران، انتشارات مانی.

صادقی جفه، سعید (۱۳۹۵) «سرمایه اجتماعی ایرانیان در آیین مذاکرات هسته‌ای و برجام»، فصلنامه مطالعات راهبردی، شماره ۷۲: ۳۱ - ۵۲.

عبداللهی، محمد و موسوی، میرطاهر (۱۳۸۶). «سرمایه اجتماعی در ایران، وضعیت موجود، دورنمای آینده و امکان‌شناسی گذار»، فصلنامه رفاه اجتماعی، سال ۶، شماره ۲۵: ۲۳۴-۱۹۵.

علاقه‌بندی، مهدی (۱۳۸۴)، درآمدی بر سرمایه اجتماعی، مجله علوم اجتماعی فصل نو، شماره ۲: ۲۳ - ۷۵.
علویان، مرتضی، دوست‌محمدی، حسین (۱۳۹۸) «تحلیل سرمایه اجتماعی در ایران با کاربست

اندیشه‌های میشل فوکو». مجله جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی، شماره شش، دوره ۱۳: ۳۹-۶۶. فراسخو، مقصود، (۱۳۹۶)، روش تحقیق کیفی در علوم اجتماعی با تأکید بر نظریه داده‌بنیاد، تهران: نشر آگاه. فرانسیس، فوکویاما (۱۳۷۹)، سرمایه اجتماعی و حفظ آن، ترجمه غلامعباس توسلی. تهران: انتشارات جامعه ایرانیان.

فوکویاما، فرانسیس. (۱۳۷۹)، پایان نظم، سرمایه اجتماعی و حفظ آن، ترجمه غلامعباس توسلی، تهران: انتشارات جامعه ایرانیان.

فیلد، جان (۱۳۸۶)، «سرمایه اجتماعی» ترجمه غلامرضا غفاری و حسین رضانی، تهران، نشر کویر. قجری، حسینعلی، علیخانی، اعظم (۱۳۹۰) «بررسی جامعه‌شناختی میزان اعتماد اجتماعی زنان و عوامل مؤثر بر آن در شهر بروجن»، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۱۲.

قوام‌آبادی، محمدغلام، مرتضوی نژاد، سید مهدی، نوروزی، سمیه، جوادی، مجتبی، نانی، سعید، عبدالحسین زاده، محمد، (۱۳۹۴)، «الگوی مرجعیت علمی در جمهوری اسلامی ایران بر اساس بیانات رهبری»، فصلنامه مطالعات راهبرد بسیج، سال هجدهم، شماره ۶۸.

کاظمی پور، عبدالمحمد. (۱۳۸۳)، سرمایه اجتماعی در ایران، تحلیل ثانویه پیمایش‌های ۱۳۵۳-۱۳۸۲. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دفتر طرح‌های ملی.

کار، نیکلاس (۱۳۹۲) اینترنت با مغز ما چه می‌کند؟ ترجمه محمود حبیبی، تهران: گمان.

کریمی، رضا (۱۳۸۶) «مبانی تئوریک و مصادیق تهدید نرم و قدرت نرم»، تهران: مجله مدیریت نظامی شماره ۲۸.

کلمن، جیمز (۱۳۷۷)، بنیادهای نظیر اجتماعی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران، نشر نی.

گنجی، محمد، هلالی ستوده، مینا (۱۳۹۰) «رابطه گونه‌های دینداری و سرمایه اجتماعی (رویکردی نظری و تجربی در بین مردم شهرستان کاشان)» مجله جامعه‌شناسی کاربردی، شماره ۲: ۹۵-۱۲۰.

گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸)، تجدد و تشخیص، ترجمه ناصر موفقیان تهران: نشر نی.

محمودیان، حسین، مقدس، سعید، جهان‌شاهی، منیژه (۱۳۹۶) «بررسی نقش مصرف رسانه‌ای بر سرمایه اجتماعی مهاجرین شهر بهارستان»، مجله علوم اجتماعی، شماره ۳۷: ۷۳-۱۰۶.

محمودی رجا، سید زکریا (۱۳۹۹) مطالعه جامعه‌شناختی مؤلفه‌های گرایش جوانان اهواز به سلفی‌گری و

تأثیر آن بر امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران، طرح جایگزین خدمت دانشگاه عالی دفاع ملی. محمودی‌رجا، سید زکریا (۱۴۰۰) مطالعه رفتارسیاسی گروه‌های قومی - مذهبی در انتخابات ریاست‌جمهوری ایران: مورد مطالعه اقوام بلوچ و ترکمن، رساله دکتری علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبائی تهران.

مدنی قهفرخی، سعید (۱۳۸۲) «پیامدهای جنسیتی تخریب سرمایه اجتماعی»، فصلنامه پژوهش زنان، شماره ۵: ۳۴-۷.

مصطفوی کهنگی، فرحناز (۱۳۹۴) «نقش اینترنت در شکل‌گیری هویت ملی با ارائه مدل تحلیلی (مورد مطالعه جوانان ۱۸-۳۰ شهر کاشان)»، مجله مطالعات توسعه اجتماعی دانشگاه آزاد، شماره ۱۹: ۱۵۶ - ۱۳۷.

مقدم‌فر، حمیدرضا، محسنی‌آهویی، ابراهیم (۱۳۹۹) جنگ شناختی علم پیروزی در نبرد ذهن‌ها، تهران: انتشارات تسنیم.

مک‌کوایل، دانیل (۱۳۸۵). درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی، ترجمه: اجلالی. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.

مهرداد، هرمز (۱۳۸۰) مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط‌جمعی، تهران: فاران.

نائینی، علی محمد (۱۳۸۹) «بررسی تطبیقی سه‌گانه تهدید سخت، نیمه‌سخت و نرم»، فصلنامه راهبرد دفاعی، شماره ۳۰.۹۰ - ۱۲۰.

الوانی، سیدمهدی و میرعلی، سیدنقوی (۱۳۸۰) «سرمایه اجتماعی: مفاهیم و نظریه‌ها». فصلنامه مدیریت، شماره ۳۳: ۳ - ۲۶.

الوانی، سیدمهدی، رحمانی، محمود (۱۳۹۱) طراحی الگوی بهبود سطح سرمایه اجتماعی شهروندان در عصر جهانی شدن، فصلنامه راهبردی سیاست‌گذاری عمومی شماره ۴.

الویری، محسن (۱۳۸۲)، سند چشم‌انداز توسعه و سرمایه اجتماعی، نشریه اندیشه صادق، دانشگاه امام صادق (ع)، تهران.

ویندان، سون و دیگران (۱۳۸۷)، کاربرد نظریه‌های ارتباطات، تهران، انتشارات جامعه‌شناسان.

Hoffman, F. G. (2009). Hybrid warfare and challenges. NATIONAL DEFENSE UNIV WASHINGTON DC INST FOR NATIONAL STRATEGIC STUDIES.

- Hanifan, L. J. (1916), "The rural school community center", *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol.67: 130-138
- Allik, J, & Realo, A. (2004). Individualism-collectivism and social capital. *Journal of cross-cultural psychology*, 35(1), 29-49.
- Newton, K. (2001). Trust, social capital, civil society, and democracy. *International Political Science Review*, 22(2), 201-214.
- Uslaner, Eric. M. (1998). "Social Capital, Television, and the " Mean World": Trust, Optimism and Civic Participation" *political psychology*, vol:19 No3
- Bourdieu, P. (1986): *The Forms Of Capital*, newyork, Greenwood.
- Coleman, J. (1990): *Foundation of Social Theory*, Harward University Press, Cambridge MA.
- Field, John. (2003). "social capital". Published by Questionnaire (september, 1999).
- Fukuyama, F. (1995). *Trust: the social virtues and the creation of prosperity*. New york, Ny: Free press
- Halpern, David. (2005). *Social Capital*, polity press, Cambridge, United Kingdom
- Putnam, Rabert.D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: simong Schuster.
- Coleman,Stephan (2003),*The internet use Tools for citizenship education*.www.nansardsociety.org.uk.
- Elkind, D. (1967), *Egocentrism in Adolescence*, *Child Development*, New York: International Universities press, vol,III.