

مقاله پژوهشی - فصلنامه علمی **رہ یافتگان**

سال شانزدهم، شماره ۵۹، تابستان ۱۴۰۱
صفحه ۷۱ تا ۸۸

امکان سنجی بهینه‌سازی مصرف سوخت‌های فسیلی در ایران با رویکرد سرمایه اجتماعی

محسن دلاویز/گروه علوم سیاسی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
Mohsen.delaviz@gmail.com

سید خدایار مرتضوی اصل/ استادیار، گروه علوم سیاسی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران،
ایران، (نویسنده مسئول) Kh-mortazavi@azad.ac.ir

سید عطاءالله سینایی/ استادیار، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور، صندوق پستی: ۴۶۹۷-۱۹۳۹۵، تهران، ایران
sinaee@pnu.ac.ir

چکیده

گسترده‌گی و تنوع منابع نفت و گاز از یک سو و پایین بودن قیمت حامل‌های انرژی در کشور، ایران را به یکی از بالاترین مصرف‌کنندگان سوخت‌های فسیلی بدل کرده است براین اساس رویکردها و سیاست‌های مختلفی جهت کاهش این امر ارائه شده است که یکی از آنها تکیه بر سرمایه اجتماعی است. بنابراین سؤال اصلی تحقیق این است که تا چه میزان می‌توان از سرمایه اجتماعی در بهینه‌سازی سوخت‌های فسیلی استفاده کرد؟ فرضیه اصلی مقاله این است که به واسطه سرمایه اجتماعی کافی در حوزه اعتماد، همیاری اجتماعی و تشکل‌های مردمی (اگرچه کمتر اعتقادی به این امر وجود دارد) می‌توان از ظرفیت‌های شاخصه‌های سرمایه اجتماعی برای بهینه‌سازی مصرف سوخت استفاده کرد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که براساس داده‌های میدانی شاخص اعتماد افقی (اعتماد مردم به مردم) در میان ایرانیان نسبتاً قوی است و همیاری اجتماعی بالایی نیز در بحران‌های مختلف از خود نشان داده‌اند. در عین حال اگرچه ایرانی‌ها باور چندانی به تشکل‌های مردمی نشان نداده‌اند اما عضویت در گروه‌ها و هیات‌های مذهبی می‌تواند این امر را جبران کند. روش تحقیق در این مقاله کیفی از نوع توصیفی-تحلیلی است و داده‌ها بصورت کتابخانه‌ای و از طریق فیش برداری گردآوری شده است.

کلیدواژه: سرمایه اجتماعی، سوخت‌های فسیلی، بهینه‌سازی، فضیلت اخلاقی، اعتماد، شبکه‌های مردم نهاد

تاریخ تأیید ۱۴۰۱/۰۶/۰۲

تاریخ دریافت ۱۴۰۱/۰۴/۰۳

مقدمه

سوخت‌های فسیلی، یکی از علل اصلی رشد و توسعه سریع کشورهای مختلف طی یکصد ساله گذشته بوده‌اند. در واقع انرژی‌های فسیلی به خصوص نفت، یکی از نشانه‌های تمدن انسانی در قرن بیستم به حساب می‌آیند که بدون آنها خیلی از پیشرفت‌های امروزی رخ نمی‌داد (ترابی و پیام، ۱۳۹۶: ۱۵۴). ضمن اینکه به دلیل ارتباط تنگاتنگ انرژی با زندگی روزمره مردم و جوامع، ارتباط قوی بین سیاست‌های کشورها و بحث انرژی وجود دارد. در واقع اهمیت انرژی در عرصه سیاسی به حدی است که الگویی از روابط مبتنی بر کشمکش، همگرایانه و واگرایانه را در عرصه روابط بین‌الملل شکل داده است. به عبارتی، نیاز به انرژی یکی از مهم‌ترین نیازهای انسان‌هاست. به طوری که برخی نظریه پردازان اجتماعی عقیده دارند که باید تغییرات انرژی و تکنولوژی را محور مرکزی تغییرات و تحولات فرهنگی قرار داد. امروزه یکی از مؤلفه‌های نشان دهنده پیشرفت هر کشور، نوع نگاه عمومی به چگونگی مدیریت مصرف منابع و به خصوص سوخت‌های فسیلی می‌باشد (بهشتی و همکاران، ۱۳۹۳: ۴۹).

سوخت‌های فسیلی را می‌توان جزء کالاهایی دانست که شاید کمتر بتوان جایگزین نزدیکی برای آن پیدا کرد. ایران، نه تنها یک تولیدکننده عمده انرژی و سوختی‌های فسیلی، بلکه یک مصرف‌کننده بزرگ این نوع انرژی‌ها محسوب می‌شود. جمعیت بالا، مساحت زیاد کشور و برنامه‌های صنعتی و توسعه شهری همگی عوامل مؤثر بر سهم بازار مصرف است و طبیعی به نظر می‌رسد کشور پهناوری مثل ایران مصارف متنوعی برای انرژی داشته و سطح مصرف در آن بالا باشد. با این حال همین انرژی‌ها، به خصوص نفت و زغال سنگ، باعث ایجاد چالش‌های گسترده زیست محیطی، امنیتی، اجتماعی و اقتصادی برای کشورها و در اینجا ایران شده‌اند. به عنوان نمونه، بسیاری از مشکلات زیست محیطی، از جمله پدیده گرمایش زمین، آلودگی هوا و تغییرات آب و هوایی، که آینده حیات را در روی این کره خاکی با تهدید مواجه نموده‌اند، تنها بخشی از نتایج استفاده گسترده از نفت و زغال سنگ هستند. گسترش مصرف سوخت‌های فسیلی و توسعه پیامدهای آن در دوره کنونی باعث شده تا حساسیت مجامع بین‌المللی، نسبت به این مسأله بیش از پیش آشکار گردد. در نتیجه همین مسائل و مشکلات، جمهوری اسلامی ایران، ضرورت بهینه‌سازی مصرف سوخت‌های فسیلی را درک نموده و تلاش دارد تا مصرف این سوخت‌ها را بهینه‌سازی نماید. یکی از راهکارهای مؤثر در این خصوص بهره‌گیری از

ظرفیت‌های سرمایه اجتماعی است. سرمایه اجتماعی، پدیده‌ای است که حامل تأثیر نهادهای اجتماعی، روابط انسانی و هنجارها بر روی کمیت و کیفیت تعاملات اجتماعی است که این پدیده تأثیر قابل توجهی بر اقتصاد و توسعه کشورهای مختلف دارد. سرمایه اجتماعی عمدتاً مبتنی بر عوامل فرهنگی و اجتماعی است. وجوه گوناگون پیوندها، همکاری، اعتماد متقابل و ارتباطات میان اعضای یک شبکه موجب تحقق اهداف اعضا می‌شود. همین امر نیز ضرورت و اهمیت این پژوهش را نشان می‌دهد. اهمیت موضوع حاضر، وضعیت مصرف سوخت‌های فسیلی و آمار بالای آن در ایران می‌باشد که به یکی از معضلات اساسی فراروی جمهوری اسلامی ایران تبدیل شده است. واقعیت این است که با توجه به ذخایر محدود انرژی‌های فسیلی و افزایش سطح مصرف در ایران، دیگر نمی‌توان به منابع موجود انرژی متکی بود؛ لذا بایستی بهینه‌سازی مناسبی در استفاده از سوخت‌های فسیلی در اولویت قرار گیرد. بر این اساس هدف مقاله حاضر، ارزیابی وضعیت مصرف سوخت‌های فسیلی و جایگاه و نقش سرمایه اجتماعی در بهینه‌سازی مصرف سوخت در ایران می‌باشد. سئوالی که در اینجا پیش می‌آید این است در جمهوری اسلامی ایران، وضعیت مصرف سوخت‌های فسیلی چگونه است و سرمایه اجتماعی به چه نحوی در بهینه‌سازی مصرف سوخت‌های فسیلی مؤثر است؟ این مقاله تلاش دارد تا با روش تحقیق کیفی - از نوع توصیفی تحلیلی - نشان دهد که سرمایه اجتماعی چگونه می‌تواند بر بهینه‌سازی مصرف سوخت‌های فسیلی تأثیر گذار باشد.

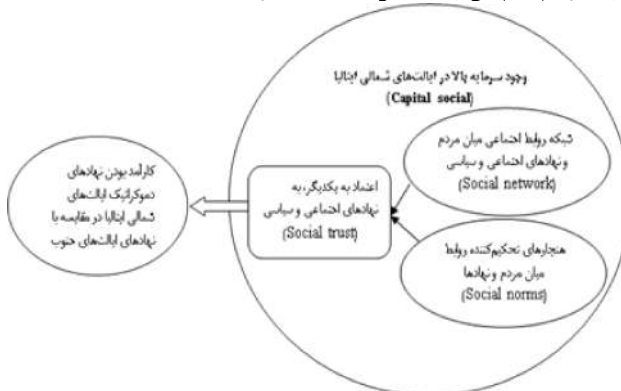
۲- چارچوب نظری

سرمایه اجتماعی، مفهومی بین رشته‌ای است که در جامعه‌شناسی، اقتصاد، روان‌شناسی و سایر حوزه‌های اجتماعی کاربرد دارد. البته خاستگاه این مفهوم، جامعه‌شناسی است (رنانی و مویدفر، ۱۳۹۴: ۲۵). به لحاظ ذاتی، ماهیت سرمایه اجتماعی می‌تواند شبکه‌های میان و بین افراد و جوامعی که در آن زندگی می‌کنند را در بر گیرد؛ شبکه‌هایی که طیفی از روابط از نوع دوستانه با مشارکت سیاسی را در پیوند با نهادهای اجتماعی شامل می‌شود. آنچه که امروز سرمایه اجتماعی نامیده می‌شود، اولین بار توسط امیل دورکیم جامعه‌شناس فرانسوی بکار برده شد. به همین دلیل است که اعتقاد عمومی بر آن است که نظریه مدرن درباره سرمایه اجتماعی به «نظریه انجمنی» او بر می‌گردد جایی که انجمن‌های مدنی را همچون خون و نیروی زندگی بخش برای دموکراسی و حکمرانی دموکراتیک می‌داند. دورکیم در آنچه که بعدها آموزش اخلاقی نامید، شبکه‌های اجتماعی را عنصر ضروری

برای رفاه و خرسندی جامعه و نیز برای ترویج اندیشه‌های جدید ضروری تشخیص داد. وی در بحث از چگونگی ترویج اخلاقیات سکولار در یک جامعه بر این نکته تأکید می‌کند که اگر فرد قرار است انسانی اخلاقی باشد می‌بایست به دیگری بپردازد و خود را وقف چیزی بیش از خود کند (مقتدر و کتابی، ۱۳۹۷: ۸۸). رابرت پاتنام، در کتاب دموکراسی و سنت‌های مدنی، سرمایه اجتماعی را عبارت از ویژگی‌ها، کنش‌ها و ساختارهای گوناگون سازمان اجتماعی مانند اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها می‌داند که می‌توانند با تسهیل اقدامات هماهنگ، کارایی جامعه را بهبود بخشند (پاتنام، ۱۳۸۴: ۲۸۵).

در این تعریف پاتنام هم به اجزای تشکیل دهنده سرمایه اجتماعی از قبیل اعتماد، هنجارها و شبکه‌های اجتماعی اشاره می‌کند و هم نتایج و کارکردهای آن را مد نظر قرار داده است که از نظر وی منجر به بهبود کارایی جامعه می‌شوند. بر اساس نظر پاتنام چنین جهت‌گیری‌های اجتماعی، سرمایه اجتماعی را ایجاد می‌کند و در فعالیت‌های مردم در انجمن‌های داوطلبانه و در اعتمادشان به شهروندان منعکس می‌شود. از نگاه او سرمایه اجتماعی به شکل یک پدیده فرهنگی تعریف می‌شود که میزان تمایل به فعالیت مدنی در اعضای جامعه، وجود هنجارهای اجتماعی اشاعه دهنده کنش جمعی و میزان اعتماد به نهادهای عمومی را دربر می‌گیرد (شجاعی، ۱۳۸۷: ۱۳۹).

اگر بخواهیم تعریف عملیاتی نظریه پاتنام از عناصر سرمایه اجتماعی را در قالب یک نمودار ترسیم کنیم، می‌توان به شکل (۱-۱) اشاره کرد.



صاحب نظر دیگر در زمینه سرمایه اجتماعی، فرانسیس فوکویاما است. فوکویاما بر وجود هنجارها و ارزشهای غیررسمی در یک گروه تأکید می‌کند. تعریف او از سرمایه اجتماعی چنین است «سرمایه اجتماعی را به سادگی می‌توان به عنوان مجموعه معینی از هنجارها یا ارزشهای غیررسمی تعریف کرد که اعضای گروهی که همکاری و تعاون میانشان مجاز است، در آن سهم هستند. مشارکت در ارزشها و هنجارها به خودی خود باعث تولید سرمایه اجتماعی نمی‌گردد، زیرا که این ارزشها ممکن است ارزشهای منفی باشد» (فوکویاما، ۱۳۸۵: ۱۳۷).

از نظر فوکویاما هنجارهای تشکیل دهنده سرمایه اجتماعی می‌توانند از هنجار روابط متقابل دو دوست گرفته تا آموزه‌های پیچیده‌ای را در برگیرند. این هنجارها باید در روابط بالفعل آدمیان به طور عینی مصداق یابند. مباحث و مطالعات فوکویاما پیرامون سرمایه اجتماعی نیز مانند پوتنام در سطح کلان دنبال شده است. او سرمایه اجتماعی را در سطح کشورها و در ارتباط با رشد و توسعه اقتصادی آنها مورد بررسی قرار داده است. فوکویاما مانند پوتنام هنجارهای همبازی را شالوده سرمایه اجتماعی معرفی می‌کند و همچنین وی مفهوم شبکه را در ارتباط با سرمایه اقتصادی مطرح می‌کند: «از دیدگاه سرمایه اجتماعی، شبکه به عنوان نوعی سازمان رسمی به تعریف در نیامده، بلکه به صورت یک ارتباط اخلاقی مبتنی بر اعتماد تعریف می‌شود. شبکه گروهی از عاملان منفردی است که در هنجارها یا ارزشهای فراتر از ارزشها و هنجارهای لازم برای داد و ستدهای متداول بازار مشترک هستند. هنجارها و ارزشهایی که در این تعریف جای می‌گیرند از هنجار ساده دو سویه مشترک بین دو دوست گرفته، تا نظامهای ارزشی پیچیده که مذاهب سازمان یافته ایجاد کرده‌اند، ادامه می‌یابد (فوکویاما، ۱۳۸۵: ۶۷).

او برخلاف دیگر نظریه پردازان سرمایه اجتماعی صرفاً بر خصلت جمعی سرمایه اجتماعی تأکید می‌نماید و کارکرد سرمایه اجتماعی را بازدهی سرمایه در سطح جامعه می‌داند و معتقد است که میزان بالای اعتماد در یک جامعه موجب پیدایش اقتصادی کاراتر می‌شود، چرا که باعث حذف یا کاهش هزینه‌های مربوط به چانه زنی و مراقبت برای اجرای مفاد قراردادهای اقتصاد می‌گردد. او همچنین کارکرد دیگر سرمایه اجتماعی در سطح کلان را تقویت دموکراسی پایدار از طریق تقویت جامعه مدنی می‌داند: «جامعه مدنی که در سالهای اخیر به طور قابل توجهی کانون توجه نظریه پردازی‌های مردم

سالاری بوده است، در مقیاس وسیعی محصول سرمایه اجتماعی است. (متوسلی و همکاران، ۱۳۹۰: ۹).

در زمینه سرمایه اجتماعی، فوکویاما تأکید می‌کند که برای شناخت چگونگی انجام این کار باید به طور منظم‌تر به مسئله سرمایه اجتماعی پرداخت و منشأ خاستگاه‌های سرمایه اجتماعی را مورد بررسی قرار داد. او با قراردادن نظریه بازی در چشم اندازی دقیق، منابع ایجاد کننده سرمایه اجتماعی را این گونه تعریف می‌کند (فوکویاما، ۱۳۷۹: ۱۰۶).

۳- پیشینه تحقیق

صفرزاده و همکاران (۱۴۰۱) در مقاله «سرمایه اجتماعی و ارتباط آن با توسعه پایدار شهری» نشان داد که، میزان سرمایه اجتماعی و وضعیت توسعه پایدار شهری در بین مناطق شهری متفاوت می‌باشد. به طوری که بین سرمایه اجتماعی و توسعه پایدار شهری در کلانشهرها رابطه مثبت و معناداری برقرار است. به عبارت دیگر سرمایه اجتماعی بالا در بین شهروندان وسیله‌ای برای افزایش توسعه پایدار شهری و ابعاد ساختاری شهر اعم از اقتصاد، اجتماع، نهادها، فضا و محیط زیست می‌باشد. عبادی (۱۴۰۰) در مقاله «سرمایه اجتماعی و مشارکت در ورزش‌های عمومی» اشاره نمود که، بین مشارکت در ورزش با عضویت در گروه‌ها و شبکه‌ها، اعتماد و اتحاد، فعالیت‌های اشتراکی و همکاری، وابستگی و پیوستگی اجتماعی، توانمندسازی و شرکت در فعالیت‌های سیاسی ارتباط معنی دار و مثبتی مشاهده شد. با فراهم ساختن و تدارک سرمایه اجتماعی از طریق اطلاع رسانی و آگاهی سازی به منظور افزایش اعتماد و اتحاد، آموزش جامعه پذیری مشارکت، همبستگی‌های اجتماعی در بین جوانان، حمایت از کانون‌های فرهنگی، برگزاری مسابقات ورزشی با هدف شادی بخشی، تأمین امنیت جوانان به منظر حضور داوطلبانه در نهادها، ارتقای گروه‌های محلی، زمینه سازی، ایجاد و تقویت نهادهای اجتماعی از روش‌های افزایش سرمایه اجتماعی است.

مظفری و همکاران (۱۳۹۷) در مقاله «تأثیر سرمایه اجتماعی بر مصرف برق خانگی در استان‌های ایران» عنوان کردند که، یکی از جنبه‌های مهم در توسعه پایدار اجتماعی استفاده از مفهوم سرمایه در وجه اجتماعی آن است. می‌توان برای حل مشکلات از سرمایه اجتماعی به عنوان اصلی‌ترین منبع حل مشکلات و اصلاح فرآیندهای موجود سود برد. هدف مقاله حاضر بررسی تأثیر همزمان سرمایه اجتماعی، متغیرهای اقتصادی و محیطی بر مصرف برق در بخش خانگی استان‌های ایران است. سرمایه اجتماعی تأثیر منفی و معنی

داری بر مصرف برق خانگی داشته است. سرمایه اجتماعی تعبیه شده در روابط بین افراد و به تبع آن مشارکت آن‌ها در جهت حفاظت از سرمایه‌های ملی و طبیعی، یکی از عواملی است که سرمایه‌گذاری در این زمینه می‌تواند باعث کاهش اتلاف منابع انرژی مانند برق شود. کاهش فساد اداری، تشویق نهادهای مردمی، کاهش گسست بین دولت و مردم، آموزش؛ از جمله اقداماتی هستند که می‌توان برای افزایش سرمایه اجتماعی انجام داد. همچنین سایر نتایج مقاله نشان داد که درآمد سرانه، نیاز به سرمایش، بعد خانوار و مصرف دوره قبل تأثیر مثبت بر مصرف برق بخش خانگی دارد. مصرف برق دوره قبل بیشترین تأثیر را در تابع مصرف برق خانگی داشته است. کشش قیمتی مصرف برق خانگی منفی ارزیابی شده است لذا افزایش قیمت برق موجب کاهش مصرف برق شده است. متغیرهای نیاز به گرمایش و قیمت گاز خانگی تأثیر معنی داری بر مصرف برق ندارند.

وود (۱۹۹۷)، "فرهنگ سیاسی و سرمایه اجتماعی" به بررسی نقاط قوت و محدودیت‌های سرمایه اجتماعی مورد نظر پاتنام برای فهم موفقیت‌های سازمانهای اجتماعی کلیسامحور پرداخته است. یک مطالعه موردی در میان طبقات کم درآمد، ساکنین اقوام مختلف اوکلند، کالیفرنیا نشان می‌دهد که مشارکین نوع خاصی از فرهنگ سیاسی را بوجود آورده‌اند. داده‌های تحقیق حاصل سه سال مشاهده دقیق و نظاممند بروی مشارکین در اوکلند و ۶۵ مصاحبه در این شهر و نیز در ۵ شهر دیگر آمریکا بوده است. از دید این پژوهش سرمایه اجتماعی به عنوان یک مفهوم برای توضیح نفوذ سازمانهای اجتماعی کلیسامحور در دل جامعه آمریکا مناسب بوده است. با اینحال فهم این موفقیت نیازمند رویکردی وسیعتر به ظرفیت سیاسی است و توجه بیشتر می‌بایست به "چهره دوم فرهنگ"، ارزشهای مشترک، نظام‌های نمادی و مفروضات مربوط به جهان معطوف شود. نویسنده در پایان معتقد است در اینجا فرهنگ سیاسی و مذهبی نمی‌تواند به سرمایه اجتماعی کاهش یابد.

رایبسون (۲۰۰۰)، در "مشارکت و سیاست: سرمایه اجتماعی، داوطلبی مدنی و بستر نهادی" درصدد پاسخگویی به این سؤال است که چرا افراد در سیاست مشارکت می‌کنند: نظریه سرمایه اجتماعی و مدل داوطلبی مدنی بردی و وربا. این دو رهیافت در این تحقیق مورد تأکید قرار گرفته و استدلال شده که آنها در حقیقت دارای چندید ویژگی کلیدی هستند. این شباهت‌ها شامل نهادهای غیرسیاسی به ثمابه تعیین‌کننده‌های فعالیت سیاسی و ایده منابع یا سرمایه به عنوان بخشی فرایند راهنمای مشارکت می‌باشند. هردو

تئوری اهمیت نهادهای سیاسی و ساختار دولت را در ایجاد فرصت‌ها برای تاثیر گذاری بر ماهیت مشارکت سیاسی نادیده می‌گیرند.

۴- امکان سنجی بهینه‌سازی مصرف سوخت‌های فسیلی از طریق سرمایه اجتماعی

مصرف سوخت‌های فسیلی در ایران با نسبت بسیار بالا در مقایسه با کشورهای دارای اقتصاد برتر می‌تواند از طریق سیاست‌های مختلف دولتی و غیردولتی صورت گیرد. از آنجایی که بخشی از این مصرف بالا نتیجه مولفه‌های اجتماعی است بنابراین تغییر آن نیز می‌تواند ناشی از تحول در این حوزه و به عبارت دیگر سرمایه اجتماعی باشد که در اینجا به مهمترین آنها اشاره می‌شود:

۱-۴ مصرف سوخت‌های فسیلی در ایران

مصرف سوخت‌های فسیلی کشور در بخش‌های گاز و فرآورده‌های نفتی چهار برابر میانگین جهانی است که نشان دهنده این موضوع است که ایران، یکی از بزرگترین کشورهای مصرف کننده سوخت‌های فسیلی است. اما سوالي که در این خصوص وجود دارد این است که، آمار مصرف سوخت‌های فسیلی در ایران چقدر است؟ بهترین منبع برای پیدا کردن پاسخ این سؤال ترازنامه انرژی است که سالانه از سوی وزارت نیرو منتشر می‌شود. آخرین ترازنامه انرژی که در تاریخ ۳۰ آذر ۱۳۹۹ منتشر شده است. در این ترازنامه، معادل نفتی (میلیون بشکه معادل نفت خام) عرضه کل و همین‌طور مصرف نهایی انواع انرژی کشور در سال ۱۳۹۸ منتشر شده است. طبق این آمار با احتساب تولید، واردات، صادرات، کاهش ذخایر و محاسبه سوخت‌های بین‌المللی میزان عرضه کل منابع انرژی فسیلی (نفت خام و فرآورده‌های نفتی، گاز طبیعی، زغال سنگ و محصولات زغال سنگ) ۱۸۹۱ میلیون بشکه معادل نفت خام بوده است. اگر این رقم را بر ۳۶۵ روز سال تقسیم کنیم متوسط عرضه روزانه انرژی فسیلی در ایران ۱۸/۵ میلیون بشکه معادل نفت خام بوده است (ابراهیمی، ۱۳۹۹: ۱-۲).

اما کل انرژی عرضه شده به مصرف نهایی نمی‌رسد. اگر تلفات، مصارف بخش انرژی و مصارف نیروگاهی را کسر کنیم، آمار مصرف نهایی منابع انرژی فسیلی در سال ۱۳۹۸ به حدود ۸/۱۲۸۴ میلیون بشکه معادل نفت خام می‌رسد که اگر آن را به تعداد روزهای سال تقسیم کنیم به نرخ مصرف متوسط ۵۲/۳ میلیون بشکه معادل نفت خام می‌رسیم. مقایسه آمار سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ نشان می‌دهد میزان عرضه کل منابع انرژی فسیلی طی یک سال ۸/۳ درصد رشد کرده است، از آن میزان رشد کل مصرف نهایی حدود ۷/۶ درصد

بوده است. در این بین، در سال ۱۳۹۸ بخش خانگی با نسبت ۹/۲۷ درصد بیشترین آمار مصرف منابع انرژی فسیلی را داشته است. پس از آن میزان مصرف بخش حمل نقل با نسبت ۵/۲۷ درصد و بخش صنعت با ۹/۲۳ درصد بالاترین میزان مصرف سوخت‌های فسیلی را داشته‌اند (ابراهیمی، ۱۳۹۹: ۱-۲). داده‌ها نشان می‌دهد که شاخص مصرف انرژی در ایران ۵ برابر میانگین جهانی است. بنابر اعلام شرکت بهینه‌سازی مصرف سوخت، شاخص مصرف انرژی در ایران ۹ برابر ژاپن و انگلیس و پنج برابر متوسط میزان این شاخص در جهان است؛ ژاپن و انگلستان با حدود یک دهم، کمترین میزان شاخص شدت انرژی را دارا می‌باشند (جوکار، ۱۳۹۵).

۲-۴ اصلاح الگوی مصرف سوخت‌های فسیلی از طریق پیوند ارزش‌های اخلاقی و سرمایه اجتماعی

همانطور که در بحث قبلی عنوان شد بررسی داده‌های آماری نشان دهنده مصرف بالای انرژی فسیلی در ایران است. بطور مثال در سال ۱۳۹۲ بطور متوسط روزانه ۴۱۵ میلیون مترمکعب گاز طبیعی و ۲۵۱ میلیون لیتر سوخت مایع شامل بنزین، نفت سفید، نفتگاز، نفت کوره و گاز مایع معادل ۴۲۰۰ هزار بشکه معادل نفت خام به ارزش سالیانه بالغ بر ۱۵۰ میلیارد دلار در کشور به مصرف رسیده است. چنین میزانی از مصرف انرژی با هیچ یک از شاخصه‌های اقتصادی مطابقت نداشته و روند رو به تزايد مصرف نگرانی شدیدی را در خصوص انرژی و سوخت‌های فسیلی ایجاد کرده است (آفایان، ۱۳۹۳: ۳۱۶). به نظر می‌رسد چنین مصرفی فارغ از سیاست‌ها در سطح کلان تا حدودی می‌تواند به ارزش‌های اخلاقی جامعه و ویژگی‌های فرهنگی مرتبط باشد. در این معنی مصرف نیز نوعی هنجار اجتماعی است که به شدت تحت تاثیر فرهنگ‌های دیگر است. در صورتی که عوامل فرهنگی تاثیر منفی بر الگوی مصرف بگذارند، این امر از حالت طبیعی خارج و به مصرف آشکارا یا همان مصرف تظاهرآمیز تبدیل می‌شود. این نوع از مصرف، استفاده اسرافکارانه و بی‌رویه کالا و خدمات است که با هدف متشخص جلوه دادن یا احراز موقعیت خاص صورت می‌گیرد. مصرف مسرفانه در فضایی صورت می‌گیرد که فاصله طبقاتی وجود دارد. طبقه مصرف که به نوعی تعیین‌کننده سطح و کیفیت الگوی مصرف هستند و برخی افراد جامعه تلاش می‌کنند خود را به سطح آن برسانند (تاری و غلامی

^۱- Conspicuous Consumption

باغی، ۱۳۹۰: ۷۹). ویلن پدیده مصرف را به جایگاه و منزلت افراد پیوند می زند. مطابق تئوری وی، توانایی مالی و یا هرگونه ثروت زمانی قادر خواهد بود منزلتی را برای صاحبش فراهم کند که بصورت مظاهرانه و نمایشی باشد و باید خود را در مصرف نشان دهد. از آنجا که ثروت مهمترین عامل کسب منزلت است باید نمود خارجی داشته باشد و بهترین نمونه آن مصرف تظاهری و نمایشی است (ویلن، ۱۳۸۳: ۵۲). نموده‌های این رفتارهای نمایشی که یکی از جلوه‌های آن مصرف منابع انرژی فسیلی است را می‌توان در «باستی هیلز»، «لوکس سواران شمال تهران» و اخیراً باشگاه میلیاردی با شهریه سالانه بیش از سیصد میلیون تومان شاهد بود. این رفتارها از چشم جامعه پنهان نمانده و ضمن ایجاد حس رقابت و تسری فرهنگ مصرفی در شکل دادن به نگرش آنها و مواجهه جویی با نظم حاکم تاثیرگذار است. بررسی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان در سال ۹۵ نشان می‌دهد که از دید بسیاری از مردم شاخصه‌هایی همچون گذشت، امانتداری، انصاف و دستگیری از نیازمندان از نظر پرسش‌شوندگان به میزان کمی در میان افراد رایج است. در حقیقت بیش از ۵۵ درصد اعتقاد دارند که ویژگی‌های ذکر شده خیلی کم یا کم رایج هستند و تنها ۹ درصد این میزان را زیاد یا خیلی زیاد دانسته‌اند. در مقابل مولفه‌هایی همچون تحمل‌گرایی و رباخواری، دروغ‌گویی، تملق، کلاهبرداری، از نظر مردم «زیاد» یا «خیلی زیاد» رواج دارند و کمتر از ۱۵ درصد اعتقاد دارند این شاخصه‌ها در میان مردم کم یا خیلی کم رواج دارند (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۹۴: ۳۸۳).

بر اساس تئوری سرمایه اجتماعی «رابرت پاتنام» اعتماد و خوش بینی حاصل پیش‌بینی رفتار دیگران است که در یک جامعه کوچک از طریق آشنایی نزدیک با دیگران حاصل می‌شود. پاتنام که از دو نوع اعتماد شخصی (عمقی) و اعتماد اجتماعی (گسترده) یا اعتماد تعمیم‌یافته سخن می‌گوید، نوع اخیر را برای جامعه سودمندتر می‌داند. (دارا، ۱۳۸۹: ۴۴) از نظر وی، اعتماد، همکاری را تسهیل می‌کند و هرچه سطح اعتماد در یک جامعه بالاتر باشد، احتمال همکاری هم بیشتر خواهد بود. می‌توان گستره‌ی این اعتماد را نیز به اعتماد به گروه‌ها و جریان‌های سیاسی تعمیم داد. مطابق نظریه پاتنام، «چنانچه در جامعه‌ای یا گروهی یا سازمانی، شبکه‌های قوی روابط وجود داشته باشد و از طرفی، هنجارهای همیاری قوی، بر روابط میان اعضای شبکه حاکم باشد، همبستگی میان افراد جامعه، گروه

1. Generalized Trust

یا سازمان بالا خواهد بود و این به سبب اعتمادی است که در لابه‌لای این روابط ایجاد می‌شود. در واقع، همین اعتماد ایجاد شده نسبت به این مجموعه، به منزله سرمایه اجتماعی است که کارآمدی آن مجموعه را در ایفای نقش و تحقق اهدافش افزایش می‌دهد. لذا این اعتماد، چنانچه نسبت به نهادهای حکومتی ایجاد شود، طبیعتاً همکاری مردم با حکومت افزایش یافته و حکومت در چنین وضعیتی به دلیل کارآمد بودن، از مشروعیت بالایی برخوردار خواهد شد». (دارا، ۱۳۸۹: ۸۵) با توجه به تاثیرپذیری رفتارهای افراد از یکدیگر و به منظور اجرای سازوکارهای بهینه مصرف سوخت های فسیلی، لازم است با تبلیغات گسترده، شیوه های عملی کنترل مصرف آموزش داده شده و در چارچوب برنامه بلندمدت و استراتژی ملی جلوی مصرف بی رویه این منابع گرفته شود. این برنامه نیازمند به کارگیری سیاست های کلی اصلاح الگوی مصرف است که در مجمع تشخیص مصلحت نظام تنظیم شده و به تایید مقام رهبری نیز رسیده است. اصلاح فرهنگ فردی و اجتماعی، ترویج فرهنگ صرفه جویی و قناعت و مقابله با اسراف، تذبذب و تجمل گرایی، آموزش همگانی الگوی مصرف مطلوب، توسعه و ترویج فرهنگ بهره وری با تاکید بر شاخص های کارآمدی، مسئولیت پذیری، انضباط و رضایتمندی، پیشگامی دولت، شرکت های دولتی و نهادهای عمومی در رعایت الگوی مصرف و ... از جمله این سیاست هاست (عاقلی، ۱۳۹۰: ۷۴-۷۳).

۳-۴- شبکه‌های مردم نهاد و تقویت فضیلت اخلاقی

مطابق نظریه پاتنام، چنانچه در جامعه‌ای یا گروهی یا سازمانی، شبکه‌های قوی روابط وجود داشته باشد و از طرفی، هنجارهای همیاری قوی، بر روابط میان اعضای شبکه حاکم باشد، همبستگی میان افراد جامعه بالا خواهد بود و این به سبب اعتمادی است که در لابه‌لای این روابط ایجاد می‌شود. در واقع، همین اعتماد ایجاد شده نسبت به این مجموعه، به منزله سرمایه اجتماعی است که کارآمدی آن مجموعه را در ایفای نقش و تحقق اهدافش افزایش می‌دهد. با اینحال داده‌ها نشان می‌دهد که به واسطه بی‌اعتمادی و بدبینی و در عین حال شکاف تاریخی دولت-ملت در ایران، اساساً بیشتر احزاب و سازمان‌ها، حکومتی و به اصطلاح ویرینی هستند و در میان مردم اعتماد چندانی به آنها وجود ندارد. با اینحال این سنت تعاونی در شکل مذهبی آن در ایران وجود دارد که تجلی آن را می‌توان در شبکه مساجد و بسیج و دیگر انجمن‌های مذهبی شاهد بود. یعنی سرمایه اجتماعی افقی در شکل مذهبی وجود دارد. با اینحال مطابق نظریه پاتنام شبکه‌های افقی مثل احزاب

حکومتی غیرموقت و نامطمئن هستند زیرا مجازات‌هایی که از هنجارهای معامله متقابل در مقابل خطرات تهدید فرصت طلبی محافظت می‌کند، در شبکه‌های حاکمیتی کمتر برای افراد وضع می‌شوند و اگر هم وضع شوند کمتر اجرا می‌گردند. به علاوه روابط مبتنی بر حامی پروری به تضعیف سازمان و همبستگی جمعی افقی کارگزارها و حامی‌ها منجر می‌شود. بدیهی است در روابط اینچینی که فاقد پیوندهای مستقیم هستند به یکدیگر هیچ تعهدی ندارند و آنها با هم هیچ تعاملی نداشتند که برای مقابله با عهدشکنی، تقابلی با یکدیگر داشته باشند و رابطه‌ای نیز دارا نبودند که از قبل آن از انزوای متقابل بترسند. هیچ نیازی به ایجاد یک معامله متقابل عمومی در بین آنها نبود. در تاریخ گذشته شان نیز هیچ سابقه‌ای از همکاری متقابل وجود ندارد که از آن عبرت آموزی کنند. (پاتنام، ۱۳۸۰: ۸۹)

این امر باعث افول سرمایه اجتماعی و در نهایت به بی‌اعتمادی و بدبینی به روندهای حکومتی و ساخت سیاسی در میان مردم می‌شود. در چنین فضایی به طور کلی شهروندان از جهت روانی به دنبال جایگزینی مطمئن به منظور تغییر در فضای حاکم هستند. براساس تئوری سرمایه اجتماعی پاتنام اعتماد و خوش بینی حاصل پیش‌بینی رفتار دیگران است که در یک جامعه کوچک از طریق آشنایی نزدیک با آنها حاصل می‌شود. پاتنام که از دو نوع اعتماد شخصی (عمقی) و اعتماد اجتماعی (گسترده) یا اعتماد تعمیم یافته سخن می‌گوید، اعتماد تعمیم یافته را برای جامعه سودمندتر می‌داند. (دارا، ۱۳۸۹: ۴۴) از نظر وی، اعتماد، همکاری را تسهیل می‌کند و هرچه سطح اعتماد در یک جامعه بالاتر باشد، احتمال همکاری هم پیش‌تر خواهد بود. می‌توان گستره‌ی این اعتماد را نیز به اعتماد به گروه‌ها و جریان‌های سیاسی تعمیم داد. مطابق نظریه پاتنام، «چنانچه در جامعه‌ای یا گروهی یا سازمانی، شبکه‌های قوی روابط وجود داشته باشد و از طرفی، هنجارهای همیاری قوی، بر روابط میان اعضای شبکه حاکم باشد، همبستگی میان افراد جامعه، گروه یا سازمان بالا خواهد بود و این به سبب اعتمادی است که در لابه‌لای این روابط ایجاد می‌شود. در واقع، همین اعتماد ایجاد شده نسبت به این مجموعه، به منزله سرمایه اجتماعی است که کارآمدی آن مجموعه را در ایفای نقش و تحقق اهدافش افزایش می‌دهد. لذا این اعتماد، چنانچه نسبت به نهادهای حکومتی ایجاد شود، طبیعتاً همکاری مردم با حکومت افزایش یافته و حکومت در چنین وضعیتی به دلیل کارآمد بودن، از مشروعیت بالایی برخوردار خواهد شد» (دارا،

^۱. Generalized Trust

۱۳۸۹: ۸۵). بررسی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان در سه مقطعی که بصورت ملی صورت گرفت نشان دهنده بحران در شبکه‌سازی و پائین بودن اعتماد به نهادها و شبکه‌های اجتماعی درون جامعه می‌باشد. در مورد همکاری‌های انجمنی که شاخص مهم سرمایه اجتماعی است بررسی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان در سال ۱۳۹۵ نشان می‌دهد که میزان همکاری با انجمن‌ها و موسسات مختلف اعم از «زیست محیطی، موسسات خیریه، انجمن‌های هنری و ادبی، علمی، تشکل‌ها و احزاب، کانون‌های فرهنگی و هنری، خانه‌های فرهنگ و شورایی‌ها و ...» حتی به ۳۰ درصد هم نرسید.

یک استثنا در این زمینه مربوط به نهادهای مذهبی است. مذهب و عقاید مذهبی تأثیر و نقش مثبتی در معنادار کردن زندگی دارند. در میان عناصری که در جمعه، سرمایه اجتماعی را بوجود می‌آورند و یا آن را تقویت می‌کنند نقش دین و مذهب حائز اهمیت است. به نظر وبر «مذهب می‌تواند شبکه اعتماد میان افراد را ایجاد کند که برای روابط تجاری و مبادله اقتصادی نیز ضروری است» (فوکویاما، ۱۳۷۹: ۱۵۳). مایرز نیز با چنین نگرشی برای باور است که «دین می‌تواند به گونه‌ای محسوس به بهبود کیفیت روابط خانوادگی کمک کرده و به عنوان مولفه‌ای در جهت ایجاد سرمایه اجتماعی گام بردارد» (ملاحسنی، ۱۳۸۱: ۱۲). گیدنز نیز درباره چگونگی فراهم سازی اعتماد توسط باورهای مذهبی می‌گوید: «مهمترین کارکرد باورهای مذهبی این است که معمولاً به تجربه رویدادها و موقعیت‌ها، اعتماد تزریق می‌کنند» (گیدنز، ۱۳۸۰: ۱۱۹). در حقیقت مذهب یا دین می‌تواند با ایجاد یک جهانی‌بینی واحد در میان افراد اجتماع نوعی هماهنگی و همدلی ایجاد کند. بعلاوه افراد اجتماع با پیروی از دستورات دینی می‌توانند به یک فهم مشترک از مسائل مادی پیرامون خود و نیز مسائل معنوی دست یابند که با عمل به آنها نوعی اعتماد، مشارکت اجتماعی، تعهد و همسویی - که پیش شرط ایجاد سرمایه اجتماعی است - بین آنها بوجود خواهد آمد. مراجعه به ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانی‌ها نشان می‌دهد که بالاترین میزان همکاری در بین انجمن‌های مختلف به پایگاه‌های بسیج و هیات‌های مذهبی مربوط است که نزدیک به ۲۸ درصد بوده است (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۹۵: ۶۳۵) که به معنای بالا بودن عنصر اعتماد به آنهاست. اعتماد به عنوان یکی از شاخص‌های اصلی سرمایه اجتماعی در بررسی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان حاکی از آن است که به طور کلی از دید ۸۶ درصد ایرانی‌ها مردم تا حدودی و یا به میزان زیاد قابل اعتمادند و تعداد کسانی که

اعتقاد دارند مردم قابل اعتماد نیستند کمتر از ۱۵ درصد است (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۱: ۲۶۱).

در اینجا آنچه که به سرمایه اجتماعی مربوط می‌شود پیوند شبکه‌های مردم نهاد با فضیلت اخلاقی جهت بهینه‌سازی مصرف انرژی در کشور است. بدین معنی که تصمیم‌های اخلاقی (در اینجا کاهش مصرف سوخت‌های فسیلی) ناشی از اراده و نیت نیک باید مانند یک هدف و وظیفه و نه یک ابزار در نظر گرفته شود. در این مفهوم، تشکیل انجمن‌های مردمی جهت کاهش مصرف سوخت به معنای حذف کامل تفکر اقتصادی از تصمیم‌گیری برای عمل اجتماعی است. بنابراین در اینجا سرمایه اجتماعی در جهت منافع مشترک استفاده خواهد شد. به عبارت دیگر، سرمایه اجتماعی، سرمایه اخلاقی را از طریق بسیج روابط اجتماعی، شبکه و غیره ایجاد می‌کند. اعتماد متقابل در شبکه‌های اجتماعی محدود، از طریق دستیابی به یک هدف مشترک در جهت منافع اجتماعی گسترده تر (در اینجا منافع ملی)، سرمایه اجتماعی را شکل می‌دهد (Ayios et al., 2010). بویژه اینکه سابقه چنین تشکلی هایی در ایران وجود دارد و زمینه‌های مذهبی نیز آن را تقویت می‌کند.

۴-۴ کاهش سوخت‌های فسیلی از طریق هنجار همیاری اجتماعی

همدلی و همیاری اجتماعی، توانایی درک احساسات و دیدگاه‌های دیگران و استفاده از این دانسته‌ها برای مدیریت رفتارمان تعریف می‌شود. طبق تحقیقات، آدم‌های همدل گرایش به بخشندگی بیشتر دارند و نسبت به رفاه دیگران از خود علاقه نشان می‌دهند. آنها همچنین روابط شادتری را تجربه می‌کنند و از احساس بهزیستی فردی بیشتری برخوردارند. "همدلی به معنای تلاشی فعالانه تر برای درک «دیگری» و یک پاسخ عاطفی است که بیشتر متناسب با شرایط شخصی دیگر است تا شرایط مربوط به خود شخص." (Davis, 2018: 13) این توانایی دیدن مسائل از دیدگاه شخص دیگر و درک و همدردی کردن با او، نقشی مهم در زندگی اجتماعی ما دارد و اغلب ما را وادار می‌کند که برای التیام بخشیدن به رنج دیگری، اقدامی انجام دهیم. اقدامی اغلب شجاعانه و سرشار از حس بشردوستانه و مبتنی بر رفتارهای جامعه‌پسندانه است. همدلی نقطه مقابل بی تفاوتی اجتماعی است. موضوعی که جامعه‌شناسان و صاحب نظران مدت‌هاست که نسبت به رشد آن در جامعه ما هشدار می‌دهند. این امر نشان دهنده قوی بودن سرمایه اجتماعی افقی است. بدین معنی که تعداد زیادی از گروه‌های داوطلبانه بر مبنای روابط افقی و اعتماد وجود دارد که سرمایه اجتماعی را باز تولید می‌کنند و همه اعضای جامعه از آن بهره‌مند

می گردند. در حقیقت ساخت یک شبکه یا نظام اجتماعی بر پایه هنجارهای مشترک و کنش های نهایی هدفمند در راستای ارزش های درونی کنشگران که نمود عینی مشترکی می یابند روابط متقابل افراد عضو خود را موجب می شود و همکاری ها و حمایت های متقابل افراد درون شبکه نسبت به یکدیگر را تسهیل می کند و انباشت سرمایه اجتماعی در درون شبکه را موجب می شود که از آن به عنوان سرمایه اجتماعی هموندی نام برده می شود (رنانی و مویدفر، ۱۳۹۴: ۳۲۴). این همیاری اجتماعی در بحران های بزرگی همچون زلزله سریل دهاب، سیل لرستان، بحران کرونا و ... در سال های اخیر نشان داد که چقدر در میان ایرانیان قدرتمند است. با الهام از این دو بحران و نحوه واکنش مردمی به آن، مصرف سوخت های فسیلی را نیز می توان از طریق سرمایه اجتماعی افقی (اعتماد میان مردم و همدلی و همیاری ناشی از تعهد به همدیگر) می توان مدیریت کرد. در حقیقت بحران در این حوزه اگرچه لحظه ای و فوری نیست اما در درازمدت بسیار مخرب است و این امر می تواند مورد تاکید سیاستگذاران قرار گیرد. بویژه اینکه بخش مهمی از بحران سوخت های فسیلی - علاوه بر نقص های سیاستی - ریشه ای اجتماعی دارد و بنابراین راه حل نیز در سرمایه اجتماعی و در میان مردم است. داده ها نشان می دهد در ایران «مصرف گاز به علت ارزانی و فراوانی، از آبان شروع شده و تا پایان فصل سرد در اردیبهشت ماه بطور مداوم ادامه دارد. در این بین هم هر زمان که هوا گرم شود مردم به جای خاموش کردن شوفاژها پنجره ها را باز می گذارند. هرچند همین میزان سوخت ارزان نسبت به دستمزد اقسار زیادی از جامعه گران محسوب می شود اما نسبت به نرم جهانی کمتر است. و یا در مورد خودرو می توان گفت خودرو در ایران صرفاً یک ابزار نیست، بلکه سرمایه به حساب می آید، ولی در کشورهای دیگر چنین نیست و یک وسیله مصرفی قلمداد می شود که بعد از مدتی استفاده از ارزش و قیمت آن کاسته می شود، در حالی که در ایران علیرغم استفاده، ارزش آن نیز افزایش می یابد؛ اما تفاخر آنجاست که در ایران هر که خودروی بهتر داشته تفاخر اجتماعی بالاتری دارد و بالطبع گرایش استفاده از خودرو به عنوان یکی از مهمترین منابع مصرف سوخت فسیلی در ایران روز به روز در حال افزایش است.» این امر مربوط به مسئولیت اجتماعی است که داده های میدانی نیز آن را در میان ایرانیان تایید می کند. بررسی ارزش ها و نگرش های ایرانیان در سال ۱۳۸۱ نشان می دهد که ایرانیان حاضرند

بخاطر پیشرفت و آبادانی کشور مسئولیت اجتماعی خود را نشان دهند. بطور مثال در مورد این سؤال که «اگر پیشرفت و آبادانی کشور نیاز به این داشته باشد که هر ایرانی یک ماه از سال را در مناطق محروم کشور خدمت کند و شما نیز واجد شرایط چنین خدمتی باشید فکر می‌کنید مردم تا چه اندازه توقع دارند شما این کار را انجام دهید؟» نزدیک به ۶۴ درصد پاسخگویان گزینه «زیاد» و ۲۴ درصد گزینه تا حدودی را انتخاب کرده‌اند. همچنین درباره احتمال رفتن به جنگ در صورت تحمیل آن به کشور، نزدیک به ۵۳ درصد احتمال رفتن داوطلبانه خود را «زیاد» و فقط ۲۵ درصد از کل پاسخگویان «کم» دانسته‌اند (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۱: ۲۲۰-۲۱۹).

نتیجه گیری

سرمایه اجتماعی مفهومی است که در پیوند با نهادهای مدنی و باورهای ارزشی مانند اعتماد، همکاری و مشارکت متقابل به کار می‌رود. با وجود تمرکز دولت بر سیاست قیمتی و هدفمندسازی یارانه‌ها جهت کنترل مصرف سوختی های فسیلی، سرمایه اجتماعی بدون هیچ سازوکاری دولتی می‌تواند تأثیر سازنده‌ای در کاهش و بهینه‌سازی مصرف سوخت‌های فسیلی داشته باشد. سیاست‌های قیمتی انرژی، به تنهایی برای کاهش و بهینه‌سازی مصرف سوخت‌های فسیلی، به نظر می‌رسد، کارساز نیست و ضرورت ایجاد می‌کند در کنار آن از سیاست‌های مکملی چون تشویق مردم به استفاده از وسایل کم مصرف، افزایش فرهنگ مصرف و آگاهی عمومی، ارتقای مسئولیت اجتماعی، تقویت مشارکت اجتماعی و اعتمادسازی استفاده شود. با اینحال مداخله مولفه سرمایه اجتماعی در گرو شاخصه‌هایی همچون اعتماد، همیاری اجتماعی و شبکه‌های مردمی است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی در ایران در ابعاد مختلف دارای کارکردهای متفاوتی است. بدین ترتیب که سرمایه اجتماعی افقی - یعنی نوعی از سرمایه اجتماعی که بر همبستگی و اعتماد و مشارکت میان مردم با مردم تأکید دارد - همواره در ایران قوی بوده است. این امر در تحولات قبل از انقلاب و همبستگی مردم در مقابل حکومت پهلوی نیز نمونه پیدا کرد. در مقابل سرمایه اجتماعی عمودی به واسطه شکاف دولت-ملت همواره ضعیف بوده. بدین معنی که ناخودآگاه جمعی ایرانیان همواره دولت‌ها را با سرکوب، مالیات‌گیری و قشون کشی شناخته است. بنابراین به سیاست‌های دولت‌ها با دیده مثبت نگاه نمی‌کند. بررسی داده‌های میدانی نیز این امر را تایید می‌کند. بدین معنی که بررسی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانی‌ها در این مولفه‌ها نتایج متفاوت و در برخی موارد متضادی را

نشان داده اند. بدین معنی که در حالیکه عنصر اعتماد افقی (اعتماد مردم به مردم) بالاست اما اعتقاد به شبکه‌ها به ویژه نوع حکومتی آنها پایین می‌باشد. اگرچه تشکل‌های مذهبی همچون هیات‌ها و مساجد همواره بیشترین درصد اعتماد را در میان مردم به خود اختصاص داده است. در عین حال بررسی بحران‌های مختلف اعم از سیل و زلزله تا کرونا و یا مسائلی همچون نجات زندانیان نشان داده که ایرانی‌ها دارای همدلی و همیاری بسیار بالایی می‌باشند و آماده‌اند تا همواره مسئولیت اجتماعی خود را نشان دهند. بنابراین با تکیه بر شاخصه‌های سرمایه اجتماعی می‌توان مصرف سوخت‌های فسیلی را بهینه کرد. بدین طریق که با نشان دادن بحران در این حوزه و همدریف کردن آن با فجایع طبیعی تبلیغات گسترده‌ای از طریق تشکل‌های مردم‌نهاد به وجود آورد و مردم را نسبت به عواقب آن در سطح ملی آگاه کرد. بدین ترتیب می‌توان انتظار داشت که در این مرحله مردم نسبت به کاهش مصرف سوخت‌های فسیلی بویژه در حوزه خودرو - به شکل استفاده از وسایل حمل و نقل عمومی و خارج شدن از حالت اسرافکارانه و تجملی - و یا گاز خانگی آگاه شده و از این طریق مصرف مردم ایران به سطح کشورهای دارای اقتصاد پیشرفته نزدیک شود.

منابع و مآخذ:

- دارا، جلیل (۱۳۸۹)، «**بررسی نقش سرمایه اجتماعی در موفقیت جریان اسلام گرا، مطالعات انقلاب اسلامی**، سال هفتم، شماره ۲۱، صفحه ۱۰۶-۷۵».
- موسلی، محمود؛ نیا، علی و حسینی، محسن (۱۳۹۰). «سرمایه اجتماعی از دید رویکرد منفی فوکویاما در ایران». **فرآیند مدیریت و توسعه**، دوره بیست و چهارم، شماره ۷۵، صفحات ۲۴-۵.
- مظفری، زانا و متفکر، محمدعلی (۱۳۹۷). «تاثیر سرمایه اجتماعی بر مصرف برق خانگی در استان های ایران»، **کیفیت و بهره وری در صنعت برق ایران**، دوره هفتم، شماره ۲.
- مقتدر، پورس و کتابی، محمود (۱۳۹۷). «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و قدرت نرم ایران». **رهیافت انقلاب اسلامی**، دوره دوازدهم، شماره ۴۵.
- ملاحسنی، حسین (۱۳۸۱). «بررسی رابطه بین میزان سرمایه اجتماعی و نوع دین داری در بین دانش آموزان سال سوم دبیرستان در استان گلستان»، **مقطع کارشناسی ارشد**، دانشگاه تربیت مدرس.
- Adkins, Lisa (2005), **Social capital**; The anatomy of a troubled concept, *Feminist Theory*; 6; 195, pp.194-211.
- Wood, Richard L. (1997), **Social Capital and Political Culture**, *American Behavioral Scientist*, Vol 40, Issue 5, 1997
- Rubenson, Daniel, **Participation and Politics: Social Capital, Civic Voluntarism, and Institutional Context**, **Paper Prepared for the ECPJR Joint Sessions of Workshops**, University of Copenhagen, April 14- 19, 2000.
- Ayios, A., Jeurissen, R., & Spence, L. (2010). **Social capital: a review from an ethics perspective**. Brunel University.
- Davis, M. H. (2018). **Empathy A Social Psychological Approach**: Routledge. Taylor & Francis Group. New York. London.
- Kaufmann, Daniel and Kraay, Aart and Mastruzzi, Massimo, 2008, **Governance Matters VII: Aggregate and Individual Governance Indicators 1996-2007**, World Bank Institute, Development Research Group
- Khoema, **Worldwide Governance Indicators, Iran**, 21 January 2022, <https://knoema.com/WBWSGI2017/worldwide-governance-indicators?country=1000870-iran-islamic-rep>
- باتنام، رابرت (۱۳۸۴). **جامعه برخوردار، سرمایه اجتماعی و زندگی عمومی**، ترجمه: افشین خاکباز و حسن پویان، تهران: نشر شیرازه.
- زبانی، محسن، مویذفره زینا (۱۳۹۴). «**چرخه های افول اخلاق و اقتصاد: سرمایه اجتماعی و توسعه در ایران**». تهران: انتشارات طرح نقد.
- فوکویاما، فرانسیس (۱۳۷۹). **پایان نظم، سرمایه اجتماعی و حفظ آن**، ترجمه غلامعباس توسلی، تهران: جامعه ایرانیان.
- گیندنز، آنتونی (۱۳۸۰). **پایه‌های مدرنیته**، ترجمه محسن نلائی، ج ۱، تهران: نشر مرکز
- ویلن، نورستین (۱۳۸۳). **نظریه طبقه مرفه**، ترجمه فرهنگ ارشاد، تهران: نشر نی.
- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. **دفتر طرح‌های ملی، یافته‌های پیمایش ملی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان**، موج سوم (۱۳۹۴)، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. **دفتر طرح‌های ملی، یافته‌های پیمایش در ۲۸ استان کشور ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان**، ویرایش اول (۱۳۸۱)، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. **دفتر طرح‌های ملی، یافته‌های پیمایش در ۲۸ استان کشور ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان**، ویرایش دوم (۱۳۸۲)، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
- مقالات
- ابراهیمی، محسن (۱۳۹۹). «**ترانزانه انرژی، دانش اقتصاد**». دوره سوم، شماره ۱.
- آقایان، حسین. «**آمارنامه مصرف فرآورده های انرژی ایران**»، ۱۳۹۲، **شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران**، شماره ۱.
- بهشتی، سیدصدقا، قاسمی، وحید و قاضی طباطبایی، قاسم (۱۳۹۳). «**تبیین جامعه شناختی تاثیر نگرشها بر مصرف انرژی**»، **کیفیت و بهره وری صنعت برق**، دوره ششم، شماره ۳.
- ناری، فتح الله، غلامی باغی، سعید (۱۳۹۰). «**تاثیر فرهنگ بر الگوی مصرف در کشور و راهکارهای بهبود آن**»، **ماهنامه مهندسی فرهنگی**، سال پنجم، شماره ۵۳ و ۵۴، صفحات ۸۳-۷۵.
- ترابی، قاسم و پیام، فرشته (۱۳۹۶). «**چالش انرژی های فسیلی و تبیین لزوم سرمایه گذاری بر انرژی های تجدیدپذیر در ایران**». **فصلنامه کلان راهبردیهای سیاست**، سال پنجم، شماره ۲۰.
- جوکار، صادق (۱۳۹۵). «**گزارش تحلیلی ژئوپلیتیک انرژی**». تهران: **موسسه مطالعات بین المللی انرژی**.
- عبادی، لیل (۱۴۰۰). «**ب بررسی رابطه ابعاد سرمایه اجتماعی و مشارکت در ورزش های عمومی**»، **پنجمین کنفرانس ملی حقوق، علوم اجتماعی و انسانی، روانشناسی و مشاوره**، شیروان <https://civilica.com/doc/1232760>
- عاقلی، لطفعلی (۱۳۹۰). «**مطالعه روابط متقابل فرهنگ بهره وری و الگوی مصرف در ایران**»، **ماهنامه مهندسی فرهنگی**، سال پنجم، شماره ۵۲ و ۵۴، صفحات ۷۴-۶۷.