

## پایگاه اقتصادی - اجتماعی و سرمایه اجتماعی مجازی کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی شهر اصفهان

مژده کیانی\* ، علی محمدامینی\*\*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۴/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۹/۲۰

### چکیده

هدف اصلی این پژوهش، بررسی عوامل مؤثر بر سرمایه اجتماعی کاربران شبکه‌های مجازی شهر اصفهان با استفاده از روش پیمایش می‌باشد. سرمایه اجتماعی در این پژوهش در سه بُعد (اعتماد، ارتباط، مشارکت) و با تلفیق دیدگاه‌های بوردیو، کلمن و فوکویاما مورد بررسی قرار گرفته است. نمونه‌گیری با استفاده از روش‌های خوشه‌ای و تصادفی انجام شد. حجم نمونه ۴۰۰ نفر (۲۰۰ نفر زن و ۲۰۰ نفر مرد) از کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی شهر اصفهان با میانگین سنی ۱۹ تا ۴۰ سال می‌باشد و برای اجرا و جمع‌آوری اطلاعات از ابزار پرسشنامه استفاده شد. یافته‌های این پژوهش نشان داد که کاربران حداکثر در شبانه‌روز یک تا دو ساعت، هفتگی ۶ - ۸ ساعت و ماهیانه بیشتر از ۸ ساعت از وقتشان را صرف استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌کنند. نتیجه پژوهش نشان داد که ویژگی‌های جمعیتی، پایگاه اقتصادی - اجتماعی و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سه بُعد سرمایه اجتماعی مؤثر هستند. ویژگی‌های جمعیتی سن، وضعیت تأهل و قومیت بر سه شاخص سرمایه اجتماعی بیشترین تأثیر را دارند. همچنین میزان استفاده از شبکه‌های مجازی کاربران بر سرمایه اجتماعی تأثیر معنی‌دار دارد. بر اساس نتایج تحلیل مسیر، بیشترین تأثیر بر شاخص اعتماد از سوی متغیر سن بوده است. همچنین بیشترین تأثیر بر شاخص ارتباط از سوی متغیر پایگاه اقتصادی - اجتماعی بوده است.

واژه‌های کلیدی: سرمایه اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی مجازی، پایگاه اقتصادی - اجتماعی

## مقدمه

تکنولوژی‌های جدید ارتباطی، پیونددهنده زندگی روزمره به شبکه‌های اجتماعی مجازی هستند. گسترش شبکه‌های اجتماعی مجازی بستر شکل‌گیری سرمایه‌های اجتماعی جدید را فراهم آورده است. بر اساس ماهیت ارتباط و اعتماد در شبکه‌های اجتماعی، سرمایه اجتماعی مجازی بازتولید شده است. افراد در فرایند عضویت در شبکه‌های اجتماعی، ریسک اعتماد، ارتباط و گاهی مشارکت را همزمان تجربه می‌کنند. این شبکه‌ها، شکل جدید تعاملات اجتماعی بین کاربران را ایجاد و تقویت می‌کنند که در این فرایند، شکل جدید سرمایه اجتماعی، تولید و بازتولید می‌شود. کاربر شبکه‌های اجتماعی برای ارتباط، نیازمند اعتماد مجازی است. بنابراین جنسیت کاربران با توجه به فرایند جامعه‌پذیری تعیین‌کننده است. جنسیت کاربران شبکه‌های اجتماعی یکی از عوامل مؤثر بر سرمایه اجتماعی مجازی است. فعالیت کاربران پسر در مقایسه با کاربران دختر در شبکه‌های اجتماعی برای برقراری ارتباط متفاوت است. وضعیت پایگاه اقتصادی - اجتماعی (تحصیلات، شغل و درآمد) کاربران برای تقویت یا کاهش تعاملات اجتماعی، اعتماد اجتماعی و سرمایه اجتماعی مجازی قابل تأمل و بررسی است. در واقع شبکه‌های اجتماعی برای افزایش و تقویت تعاملات اجتماعی در فضای مجازی (Pempek & et al. 2009: 228) طراحی شده‌اند. شبکه‌های اجتماعی، محل گردهمایی صدها میلیون کاربر اینترنت می‌باشند که بدون توجه به مرز، زبان، جنس و فرهنگ، به تعامل و تبادل اطلاعات می‌پردازند.

از سوی دیگر همان‌طور که شلدون (۱۳۹۶) می‌گوید به دلیل نوع جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنیم تقریباً برای افراد غیرممکن است که به‌طور کامل استفاده از شبکه‌های اجتماعی را متوقف کنند و می‌توان مدعی شد که بسیاری از کاربران از جمله در ایران به شبکه‌های اجتماعی اعتیاد پیدا کرده‌اند. اعتماد مجازی در شکل‌گیری سرمایه اجتماعی جدید مجازی در استمرار روابط اجتماعی جدید کاربران زن و مرد شبکه‌های اجتماعی رو به گسترش است. یکی از ارکان سرمایه اجتماعی، روابط و تعاملات

اجتماعی است. سرمایه اجتماعی تسهیل‌کننده روابط اجتماعی است (Putnam, 2000: 137). گسترش فناوری ارتباطی جدید... باعث شد که ارتباطات از چارچوب محل زندگی افراد فراتر برود. بنابراین بر اساس این دیدگاه، جامعه از بین نرفته، بلکه رها شده است و باید به‌عنوان شبکه فردی مورد بررسی قرار گیرد. طرفداران نظریه شبکه بر این باورند که شبکه‌های اجتماعی به‌صورت حایلی در مقابل عوامل فشارزای درونی عمل می‌کنند، به‌نحوی که با فراهم آوردن حمایت‌های عاطفی، دوستی‌ها و فرصت‌هایی برای اعمال اجتماعی معنی‌دار در قالب سرمایه اجتماعی دارد (Lin, 2001: 143). سرمایه اجتماعی منبع اجتماعی است که می‌تواند به‌عنوان یک سرمایه‌گذاری برای به دست آوردن یک منبع جدید در جامعه در نظر گرفته شود (Surya, 2016: 230) به نقل از خدایی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۷۶).

با توجه به نقش محوری شبکه‌های اجتماعی آنلاین در جامعه معاصر، در این پژوهش، سؤال اصلی این پژوهش که با توجه به گسترش شبکه‌های اجتماعی مجازی، وضعیت سرمایه اجتماعی مجازی در پایگاه اقتصادی - اجتماعی چگونه است؟ آیا پایگاه اقتصادی - اجتماعی بر سرمایه اجتماعی مؤثر است؟ بررسی شده است.

بر اساس آمار ارائه شده مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۵، ۱۰۴۱۲۴۵ خانوار به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی در شهر اصفهان دسترسی دارند. بر اساس آمار سازمان فناوری اطلاعات کشور، ۷۰ درصد مردم کلان‌شهر اصفهان دست کم عضو یکی از شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌باشند به‌نحوی که ۹۰ درصد جوانان شهر اصفهان عضو شبکه اجتماعی مجازی تلگرام و ۳۰ درصد جوانان عضو شبکه اجتماعی مجازی اینستاگرام می‌باشند و در شبانه‌روز حدود ۴ الی ۵ ساعت از وقتشان را صرف بازدید از شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌کنند. این زمان استفاده، بر شاخص‌های سرمایه اجتماعی (اعتماد، ارتباط و مشارکت همگانی) تأثیر دارد. سرمایه اجتماعی از سه بُعد اعتماد، ارتباط و مشارکت همگانی تشکیل شده است. هدف اصلی این پژوهش، بررسی عوامل مؤثر بر سرمایه اجتماعی کاربران شبکه‌های مجازی شهر اصفهان با استفاده از روش

پیمایش می‌باشد. مهم‌ترین هدف این پژوهش بررسی و تحلیل تأثیر پایگاه اقتصادی - اجتماعی بر سه بُعد سرمایه اجتماعی مجازی است.

### پیشینه پژوهش

پور شه‌ریاری (۱۳۸۶) در پژوهشی مقایسه‌ی تأثیر سرمایه اجتماعی و اعتماد بر انزوای اجتماعی و ارتباطات خانوادگی نوجوانان دختر کاربر شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی در دبیرستان‌های شهر تهران را با نمونه‌ای ۲۲۷ نفری از دانش‌آموزان دختر دبیرستانی (۱۱۵ کاربر و ۱۱۲ غیر کاربر) انجام داد. نتایج نشان داد بین این سه متغیر در گروه کاربر شبکه‌های اجتماعی، تفاوت معنادار وجود دارد. پور شه‌ریاری در پایان بیان می‌کند که اثر شبکه‌های اجتماعی بر میزان سرمایه اجتماعی و اعتماد، انزوای اجتماعی و ارتباطات خانوادگی چه در زمینه افزایش و چه در زمینه کاهش آن‌ها بستگی شدید به نوع استفاده و زمان اختصاص داده شده به شبکه‌های اجتماعی دارد (پور شه‌ریاری، ۱۳۸۶؛ به نقل از حسین زاده و همکاران، ۱۳۹۱: ۷-۸).

جواهری و همکاران (۱۳۸۶) در پژوهشی به بررسی اثر شبکه‌های اجتماعی بر سرمایه اجتماعی و انسانی پرداخته‌اند. این پژوهش در میان دانشجویان دانشگاه تهران در سه مقطع کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری با نمونه ۴۰۰ نفری انجام شد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و میزان سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی افراد رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر پیوندهای جدیدی که در فضای سایبرنتیک رخ می‌دهد دست‌کم در جامعه دانشجویی موجب کاهش ارتباطات اجتماعی و تنزل سرمایه اجتماعی و انسانی نمی‌شود (جواهری و همکاران، ۱۳۸۶؛ به نقل از حسین زاده و همکاران، ۱۳۹۱: ۸).

یافته‌های پژوهش حسین زاده و همکاران با عنوان «بررسی سرمایه اجتماعی کاربران اینترنتی در فضای سایبر و غیر سایبر» در سال ۱۳۹۰ نشان می‌دهد که میان

میزان ساعت استفاده از اینترنت و استفاده اجتماعی از اینترنت با سرمایه اجتماعی در فضای سایبر رابطه معنادار وجود دارد. (حسین زاده و همکاران، ۱۳۹۱: ۱).

عبدالهیان و کرمانی در پژوهشی با عنوان «سنجش سرمایه اجتماعی کاربران ایرانی شبکه اجتماعی فیس‌بوک» در سال ۱۳۹۲ نظریه سرمایه اجتماعی رابرت پوتنام و رویکرد روش شناختی فرانک برای ساختن ابزار سنجش سرمایه اجتماعی استفاده کرده و سایت فیس‌بوک را به‌عنوان میدان تحقیق در نظر گرفتند. پرسشنامه از سوی ۲۱۸ پاسخگو تکمیل و بازگردانده شد (عبدالهیان و کرمانی، ۱۳۹۲: ۱).

رزاقی و امری مله، پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر اینترنت بر جوانان شهر قائم‌شهر با حجم نمونه ۳۹۰ نفر اجرا کردند. متغیر درآمد، سن و مدت و میزان استفاده از اینترنت بر سرمایه اجتماعی تأثیر دارد به‌نحوی که هر چه درآمد خانواده و مدت و میزان استفاده از اینترنت بیشتر باشد سرمایه اجتماعی کاهش و با افزایش سن سرمایه اجتماعی بیشتر می‌شود (رزاقی و امری مله، ۱۳۹۳: ۱).

پژوهش قادرزاده و نشاط (۱۳۹۶) به بررسی اثرات و پیامدهای شبکه اجتماعی فیس‌بوک بر سرمایه اجتماعی جوانان پرداخته است. این پژوهش به روش پیمایش در مورد ۳۰۰ نفر از جوانان شهر پیرانشهر انجام گرفته است. میانگین عضویت در شبکه اجتماعی فیس‌بوک، چهار سال بوده و جوانان به‌طور متوسط بیش از ۳ ساعت از وقت خود را در شبانه‌روز در فیس‌بوک سپری می‌کردند. یافته‌های تبیینی بر تأثیرپذیری مستقیم سرمایه اجتماعی کاربران از شبکه اجتماعی فیس‌بوک دلالت دارد. شدت و نوع اثرگذاری آن بر سطوح و ابعاد سرمایه اجتماعی یکسان نیست. علاوه بر این، با افزایش زمان استفاده جوانان از فیس‌بوک، گستره تعاملات کاهش می‌یابد. نتایج تحلیل رگرسیون چندمتغیره نشان داد که سرمایه اجتماعی جوانان به ترتیب شدت رابطه با متغیرهای سن، انگیزه استفاده، منزلت اقتصادی - اجتماعی، مدت‌زمان عضویت و میزان استفاده از فیس‌بوک مرتبط است. متغیرها، ۵۰ درصد از تغییرات سرمایه اجتماعی جوانان را تبیین می‌کنند (قادرزاده و نشاط، ۱۳۹۶: ۱۷۷).

فانک و بوچمن (۱۹۹۶) اذعان داشته‌اند قرار گرفتن در معرض رسانه‌هایی چون اینترنت و ماهواره می‌تواند در نگرش‌ها و رفتار و هویت مردم تأثیر بگذارد. استمرار پرداختن به آن‌ها ممکن است در بلندمدت تأثیر منفی داشته باشد و باعث کاهش همدلی، عدم بازداری، پاسخ‌های پرخاشگرانه، عدم احساس تعلق ملی و مذهبی و تقویت این عقیده شود که دنیا محل خطرناکی است (Clol, 2000؛ به نقل از نیازی وشفایی مقدم، ۱۳۹۰: ۱۰۶).

ولمن اثرات اینترنت را کاملاً در جهت افزایش ارتباطات اجتماعی ارزیابی نمی‌کند، بلکه آن را تابع نوع استفاده از اینترنت می‌داند (استفاده اجتماعی مانند ایمیل، چت، وبلاگ خوانی و نظر دادن و استفاده غیراجتماعی مثل دانلود موسیقی، فیلم و بازی) علاوه بر این به نظر وی استفاده بیش‌ازحد از اینترنت موجبات نوعی جدایی و انفصال از زندگی واقعی اجتماعی را فراهم می‌سازد (Wellman et al, 2001: 42).

فاگ<sup>۱</sup> و اکلس<sup>۲</sup> در مقاله‌ای با عنوان «رفتارهای مردم چین برای مشارکت آنلاین؛ ساختار ترغیب تا چه اندازه عامل موفقیت خدمات وب است؟» بیش از ۵۰ وب معروف را بررسی کرده‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که دو عامل اصلی موفقیت بهترین آن‌ها عبارت‌اند از: ۱- توانایی شرکت سازنده وب در متقاعد کردن کاربران و ۲- به اشتراک‌گذاری خدمات آنلاین. بنابراین، یکی از عوامل اصلی جهش شبکه‌های اجتماعی بهره بردن از این دو خصوصیت مهم است و این دو خصوصیت باعث تغییر رفتار افراد مدنظر در درازمدت می‌شود. آن‌ها پس از شناسایی نوع رفتار کاربران به این نتیجه رسیدند که یکی از مناسب‌ترین راه‌ها برای برنده شدن، احترام گذاشتن به عادت‌ها و برعکس است (Fogg and Eckles, 2007) به نقل از زیویار و شهیر، ۱۳۹۴: ۶۴).

---

1. Fogg  
2. Dean Eckles

هیل کیم (۲۰۰۷) پژوهشی با عنوان استفاده رسانه، سرمایه اجتماعی و مشارکت اجتماعی در کره جنوبی را انجام داد. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که استفاده از اینترنت، تأثیر مثبتی بر روی اعتماد درون‌گروهی و روابط اجتماعی غیررسمی دارد، معیارهایی وجود دارد که ممکن است اینترنت، فرآورده‌های سرمایه اجتماعی را افزایش دهد (به نقل از رزاقی و امری مله، ۱۳۹۳).

یافته‌های پژوهش بوید نیز حاکی از آن است که جنسیت، بر مشارکت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر می‌گذارد (Boyd, 2007) به نقل از رسول‌زاده اقدام و همکاران، ۱۳۹۱: ۵۳).

در سال ۲۰۰۷، الیسون و همکاران دست به انجام پژوهش در دانشگاه میشیگان زدند، یکی از فرضیات مطرح شده توسط آنان این بود که شدت استفاده از فیس‌بوک رابطه مستقیمی با افزایش سرمایه اجتماعی پل زننده فرد دارد. نتایج نشان داد که بعد از کنترل ویژگی‌های جمعیت شناختی، سلامت روانی و میزان استفاده از اینترنت، رابطه بین شدت استفاده از فیس‌بوک و سرمایه اجتماعی پل زننده بسیار بالا بود (به نقل از نوغانی و چرخ زرین، ۱۳۹۲: ۱۷۷).

مقاله «سرمایه اجتماعی در سنگاپور: تفاوت جنسیت، مراتب قومیتی و نقاط مشترک» (Chua et al, 2016: 1) نشان‌دهنده نابرابری سرمایه اجتماعی است. آموزش دانشگاهی یک سرمایه اجتماعی با نسبت پایین‌تر برای مردان مالایی نسبت به مجموعه‌های دیگر جنسیت و قومیت است. بر اساس نتایج این پژوهش هیچ تفاوت معناداری در جنسیت در دسترسی به همه سرمایه‌های اجتماعی وجود ندارد (Chua et al, 2016: 1).

## چارچوب نظری پژوهش

سرمایه اجتماعی از نظر کلمن<sup>۱</sup> عبارت از ارزش آن جنبه از ساختار اجتماعی است که به‌عنوان منابعی در اختیار اعضا قرار می‌گیرد تا بتوانند به اهداف و منافع خود دست پیدا کنند (خسروانی و همکاران، ۱۳۹۵؛ به نقل از برقی و همکاران، ۱۳۹۷: ۶۰). بیشترین پژوهش روی سرمایه اجتماعی از کار ریشه‌ای کلمن (Furstenberg, 2005; Paxton, 1999) سرچشمه می‌گیرد، پیشنهاد سه شکل اصلی سرمایه اجتماعی: ۱- اعتماد و اجبارها ۲- کانال‌های اطلاعات و ۳- تُرم‌ها و ضمانت‌های اجرایی. کلمن ابتدا پیشنهاد کرد که اعتماد بر اساس فهم کمک دریافت شده از مردم دیگر شبیه به یک «لغزش اعتبار» است که مربوط می‌شود به کمک‌کننده و آن اجباری که شخص دریافت‌کننده کمک احساس می‌کند. کلمن اعتقاد داشت اعتماد از بین می‌رود اگر اجبارات مورد انتظار برآورده نشود (لیونگ، ۲۰۱۰: به نقل از کیانی). سرمایه اجتماعی در نظریه پوتنام (Putnam, 1993: 45; Putnam, 1995; Putnam, 2000) به دو جزء عمده تقسیم می‌شود: هنجارها و شبکه‌ها (عبدالهیان و کرمانی، ۱۳۹۲: ۳). ولمن معتقد است مسئله اصلی در دیدگاه شبکه روابط است. ساخت اجتماعی به‌عنوان یک شبکه افراد، کنشگران و گروه‌ها را به هم متصل می‌سازد. اعضای پیوندها و مجموعه‌ای از شبکه‌ها می‌توانند افراد، گروه‌ها، نهادها و موجودیت‌های حقوقی و یا سازمان‌ها و... باشند (Wellman, 1999).

مسئله اصلی در دیدگاه شبکه، روابط است و واحد تشکیل‌دهنده ساخت جامعه، شبکه‌های تعاملی هستند. ساخت اجتماعی به‌عنوان یک شبکه، از «اعضای شبکه» و مجموعه‌ای از «پیوندها» که افراد، کنشگران یا گروه‌ها را به هم متصل می‌سازد، تشکیل شده است. اعضای شبکه می‌توانند افراد، گروه‌ها، نهادها، موجودیت‌های حقوقی و یا سازمان‌ها و... باشند (Wellman, 1999). بلوک‌های اصلی شبکه «ارتباط» است و

---

1. Colman



دیدگاه شبکه با مطالعه روابط اجتماعی موجود بین مجموعه‌ای از افراد، به تحلیل ساخت اجتماعی می‌پردازد و ضمن اینکه به کل ساخت توجه می‌کند، الگوی روابط موجود در داخل ساخت را نیز مورد بررسی قرار می‌دهد. بنابراین نقطه تمرکز دیدگاه شبکه این است که به جای توجه و تأکید بر کنشگران و ویژگی‌های فردی‌شان به عنوان واحد تحلیل، به ساختار روابط بین این کنشگران توجه می‌کند (Kurtosi, 2004).

مورو معتقد است که بسیاری از قوانین مربوط به شبکه در بین زنان و مردان متفاوت هستند. به خصوص در جایی که شبکه‌ها به واسطه پیوندهای مؤثر مشخص می‌شوند، مهارت‌ها و کالاهای دارای ارزش عاطفی یک منبع مهم هستند که به دلیل تمرکز زنان در حوزه خصوصی، ممکن است برای آن‌ها خیلی قابل دسترس‌تر باشند (Moore, 1990: 755). تئوری نقش اجتماعی توضیح رفتار جنسیتی مخاطب و در محیط‌های آنلاین را توضیح می‌دهد. جدا از دسته بیولوژیکی «جنسیت»، جنسیت، به عنوان یک فرایند یادگیری مداوم مربوط به مجموعه‌ای از رفتار، انتظارات و ادراکات تعریف می‌شود که به معنی آن است که به معنای یک مرد یا یک زن باشد. نقش‌های جنسیتی نه فقط دسته‌بندی‌های توصیفی و توضیحی، بلکه تجربی نیز هستند، که به ادراک افراد مربوط می‌شوند، به آنچه که دیگران انتظار دارند و انتظار می‌رود رفتار کنند. از آنجاکه این نقش‌های مختلف اجتماعی، از مردان و زنان نیز انتظارات هنجارهای مختلف برای رفتار دارند؛ این عوامل منجر به تفاوت جنسیتی در رفتار واقعی می‌شوند. به‌طور کلی سرمایه اجتماعی منابعی در دسترس هستند. این منابع و کالاها درون شبکه‌های روابط قرار گرفته‌اند که عبارتند از: اطلاعات، فرصت‌های شغلی، سرمایه‌های مالی، قدرت و نفوذ، حمایت‌های احساسی و اعتماد. از نظر بوردیو (Bourdieu, 1986) به نقل از کیانی، (۱۳۹۰: ۶۷۰)، جایگاه عاملین در عرصه اجتماعی با توجه به مقدار و میزان سرمایه‌های نسبی‌شان و از طریق استراتژی‌های خاصی که برای دستیابی به اهدافشان اتخاذ می‌کنند، مشخص می‌شود. یکی از عوامل مرتبط با سرمایه اجتماعی، پایگاه اقتصادی - اجتماعی کنشگران می‌باشد. پایگاه اقتصادی - اجتماعی به موقعیت

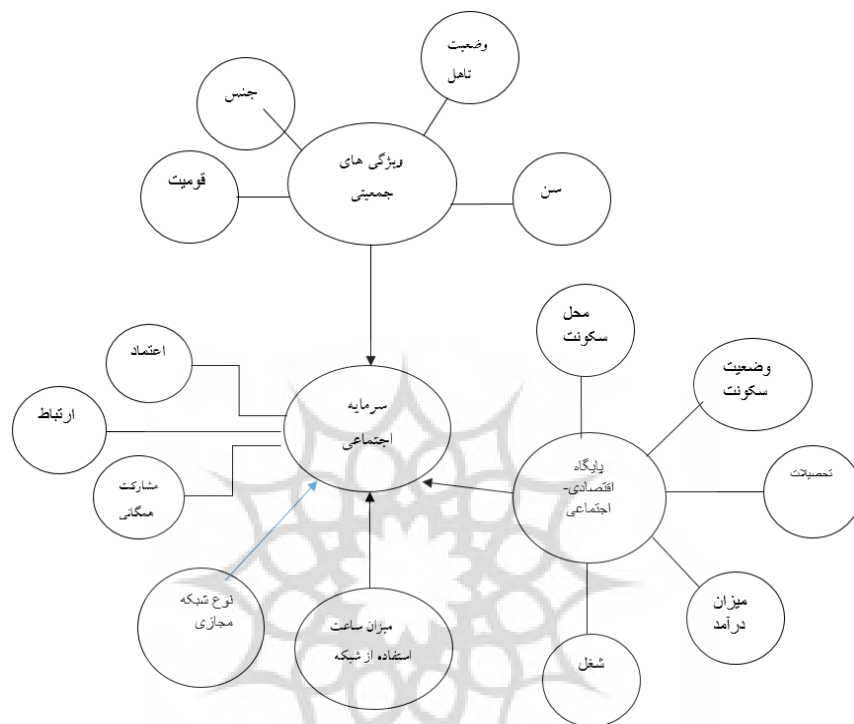
نهایی فرد در سلسله‌مراتب اجتماعی اشاره دارد و با شاخص‌های شغل، ثروت (درآمد) و تحصیلات اندازه‌گیری می‌شود. پایگاه اقتصادی - اجتماعی یک مفهوم چندبعدی است (Graetz, 1995).

ماکس وبر، مفهوم گروه منزلت (پایگاه) را با توجه به عوامل اقتصادی، فرهنگی و ذهنیت افراد مورد توجه قرار داد (گیدنز، ۱۳۸۲: ۲۴۴ به نقل از کیانی، ۱۳۹۰: ۶۷۰). از نظر وبر، مفاهیم منزلت و پایگاه سه وجه ممکن از تمام نظام‌های قشربندی هستند. طبقه بر پایه شرایط اقتصادی که به‌طور واقعی تعیین شده است بنا می‌شود، اما عوامل اقتصادی مختلف بیشتری را نسبت به آنچه که مارکس شناخته بود، در شکل‌گیری طبقه مهم می‌دانست (گیدنز، ۱۳۸۲: ۲۴۴). به‌زعم وبر عوامل فرهنگی و ذهنیت افراد در کنش‌های روزمره مهم هستند. سرمایه اجتماعی کاربران شبکه‌های مجازی بر اساس تفاوت پایگاهی در کنش‌های انسانی دخیل هستند. شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز از جایگاه مهمی در زندگی روزمره افراد برخوردار شده‌اند (Boyd and Ellison, 2013; Ellison, 2008:19).

### فرضیه

ویژگی‌های فردی کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سرمایه اجتماعی آنان تأثیر دارد.  
پایگاه اقتصادی - اجتماعی کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سرمایه اجتماعی آنان تأثیر دارد.  
میزان ساعات استفاده کاربران از شبکه‌های مجازی بر سرمایه اجتماعی آنان تأثیر دارد.

## مدل نظری پژوهش



نمودار ۱- مدل نظری پژوهش

### تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرها

الف) میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی: منظور از استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی میزان ساعت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در شبانه‌روز، هفته و ماه توسط کاربران شبکه‌های مجازی شهر اصفهان می‌باشد.

ب) پایگاه اقتصادی و اجتماعی: منظور از پایگاه اقتصادی و اجتماعی، ویژگی‌های اقتصادی و اجتماعی شامل درآمد شخص پاسخگو، سطح تحصیلات، وضعیت سکونت، محل سکونت و منزلت شغلی است که تعیین‌کننده پایگاه فرد در

جامعه است. پایگاه اقتصادی - اجتماعی از متغیرهای سطح تحصیلات، درآمد و شغل تشکیل شده است. بر این اساس افراد در سه طبقه پایگاه پایین، متوسط و بالا قرار گرفتند.

(ج) ویژگی‌های جمعیتی: در این پژوهش ویژگی‌های جمعیتی، شامل جنس، سن، وضعیت تأهل و قومیت است.

(د) نوع شبکه: منظور از نوع شبکه اجتماعی مجازی؛ عضویت و میزان ساعت استفاده از شبکه اجتماعی مجازی (تلگرام، اینستاگرام، فیس‌بوک و...) با توجه به اهداف، سلیقه و کاربرد شبکه، توسط کاربران شبکه‌های مجازی شهر اصفهان است. (ه) شبکه‌های اجتماعی مجازی: شبکه‌ها ساختارهای اجتماعی‌اند که به وسیله ارتباطات بین افراد و گروه‌ها ایجاد می‌شوند (لیتل جان، ۱۳۸۴) روابط اجتماعی می‌توانند به صورت نظام‌مند و روشن به صورت شبکه‌ها تجلی یابند. شبکه را می‌توان در یک نگاره مفرد به عنوان توده‌ای از کنش‌های متقابل بین بسیاری از مردم که ممکن است در زمان‌ها و مکان‌های مختلف روی دهند، توصیف کرد (بروگمن، ۱۳۸۹).

سرمایه اجتماعی: جیمز کلمن، برای سرمایه اجتماعی خصیصه ساختاری و تعاملی قائل است که کنشگر با عضویت در گروه و تعامل با سایر کنشگران با رعایت اصول و قواعد مورد پذیرش در آن گروه و جلب اعتماد دیگران، به اطلاعات (Colman, 1990: 302) مورد نیاز دست می‌یابد و در فرایند کنش از حمایت جمعی برخوردار می‌گردد. با توجه به تعاریف و بیان اجزای سرمایه اجتماعی، چهار جزء در همه آنها مشترک هستند که می‌توان به عنوان ابعاد سرمایه اجتماعی در نظر گرفت: ۱- مشارکت در شبکه‌ها، ۲- روابط متقابل، ۳- هنجارها و ارزش‌های اجتماعی، ۴- اعتماد (جوادیه، ۱۳۹۰).

**تعریف مفهومی اعتماد:** اعتماد عبارت است از تمایل فرد به قبول ریسک در یک موقعیت اجتماعی که این تمایل مبتنی بر حس اطمینان به این نکته است که دیگران

به گونه‌ای که انتظار می‌رود عمل نموده و شیوه‌ای حمایت‌کننده در پیش خواهند گرفت. به تعبیر فوکویوما «اعتماد انتظاری است که در یک اجتماع منظم، صادق و دارای رفتار تعاونی خود را نشان می‌دهد» (Fukuyama, 1999). در این پژوهش سؤالاتی در مورد اعتماد به شبکه‌های اجتماعی مجازی، اعتماد به خانواده، دوستان، خویشاوندان، همکاران و همکلاسی، همسایه، همشهری، افراد ناشناس، در فضای مجازی بررسی می‌گردد.

در این پژوهش، سرمایه اجتماعی از سه بُعد اعتماد، ارتباط و مشارکت همگانی تشکیل شده است.

جدول ۱- بررسی شاخص‌های سرمایه اجتماعی در پژوهش

|                   |                      |                      |
|-------------------|----------------------|----------------------|
| اعتماد            | اعتماد در فضای مجازی | سرمایه اجتماعی مجازی |
| ارتباط            | ارتباط در فضای مجازی |                      |
| مشارکت در شبکه‌ها | مشارکت در فضای مجازی |                      |

منبع: مؤلف

## روش پژوهش

در این پژوهش از روش پیمایش استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش کل جوانان ۱۹ الی ۴۰ سال شهر اصفهان می‌باشد. بر اساس آمار سایت شهرداری شهر اصفهان، جمعیت سال ۱۳۹۰ شهر اصفهان ۳۷۹۸۷۲۸ نفر می‌باشد. در این پیمایش طی دو مرحله، نمونه‌ای به تعداد ۴۰۰ نفری (۲۰۰ نفر مرد و ۲۰۰ نفر زن) از میان جوانان ۱۹ تا ۴۰ ساله شهر اصفهان از مناطق ۱۴ گانه شهرداری اصفهان؛ در سطح ۸ منطقه استان اصفهان (منطقه ۱، منطقه ۳، منطقه ۴، منطقه ۵، منطقه ۷، منطقه ۱۰، منطقه ۱۳، منطقه ۱۴) انتخاب شدند و در هر منطقه ۵۰ پرسشنامه (۲۵ نفر مرد و ۲۵ نفر زن) به صورت روش‌های خوشه‌ای و تصادفی توزیع گردید. در این پژوهش منظور از

شبکه‌های اجتماعی مجازی (تلگرام، اینستاگرام، فیس‌بوک و...) عبارت است از خدماتی که بر وب استوارند و به کاربران اجازه می‌دهند پروفایل درون شبکه تشکیل دهند.

## روایی و پایایی

در مطالعه حاضر برای حصول اطمینان از اعتبار محتوا و اعتبار صوری پرسشنامه، از انجام مطالعات نظری، نظرخواهی از استادان متخصص و استفاده از پرسش‌های آزمون شده استفاده شد. در پژوهش حاضر اعتبار صوری پرسشنامه‌ها توسط استادان خبره تأیید شده است. آلفای کرونباخ این پرسشنامه در جدول زیر آمده است که نشان‌دهنده همگنی و کفایت سؤالات پرسشنامه می‌باشد.

جدول ۲- نتایج روایی و پایایی

| تعداد سؤال در هرگویه | آلفا کرونباخ | مفاهیم                  |
|----------------------|--------------|-------------------------|
| ۷                    | ۰,۸۹         | پایگاه اقتصادی- اجتماعی |
| ۱۰                   | ۰,۹۳         | سرمایه اجتماعی          |
| ۱۲                   | ۰,۸۸         | ارتباط                  |

## آزمون فرضیه‌ها

- ویژگی‌های جمعیتی (سن، جنس، تأهل، قومیت) کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سرمایه اجتماعی آنان تأثیر دارد. پژوهش‌های قبلی نشان داده است که ویژگی‌های جمعیتی از متغیر سن، جنسیت، تأهل، قومیت تشکیل شده است. متغیر وابسته (سرمایه اجتماعی) با سه شاخص ارتباط، مشارکت و اعتماد تعریف شده است. بعد از بررسی عدم همخطی بر اساس مقادیر تولرانس، متغیرهای مستقل نتایج رگرسیونی نشان می‌دهند که از بین ویژگی‌های جمعیتی، وضعیت تأهل و قومیت بر شاخص ارتباط، تأثیر معنی‌دار دارد. بر اساس سطح معنی داری  $SIG < 0,05$  میزان تأثیر

وضعیت تأهل بر شاخص ارتباط در مدل رگرسیونی  $\beta = 0,327$  و میزان تأثیر قومیت بر شاخص ارتباط در مدل رگرسیونی  $\beta = 0,133$  می‌باشد. میزان همبستگی رگرسیونی وضعیت تأهل بر شاخص ارتباط  $-0,314$  و قومیت بر شاخص ارتباط  $-0,143$  می‌باشد. میزان ضریب همبستگی تعدیل یافته  $0,27$  است. همچنین آزمون دوربین واتسون نشان می‌دهد که رگرسیون خطی مناسب می‌باشد.

جدول ۳- تأثیر ویژگی‌های جمعیتی بر شاخص ارتباط

| $R^2$ | دوربین واتسون | تولانس | شاخص وضعیت | ضریب همبستگی رگرسیونی | Sig  | T      | Beta   | ضرایب استاندارد نشده |        | مدل رگرسیونی با شاخص ارتباط |
|-------|---------------|--------|------------|-----------------------|------|--------|--------|----------------------|--------|-----------------------------|
|       |               |        |            |                       |      |        |        | خطا استاندارد شده    | B      |                             |
| ۷۰,۲  | ۱۲۲,          |        |            |                       | ,۰۰۰ | ۸,۶۵۵  |        | ,۲۲۷                 | ۱,۹۶۷  | مقدار ثابت                  |
|       |               | ,۷۵۶   | ۱,۴۲۳      | -۰,۰۲۵                | ,۶۳۵ | -۰,۴۷۵ | -۰,۰۲۷ | ,۰۳۷                 | -۰,۰۱۸ | جنسیت                       |
|       |               | ,۷۸۶   | ۱,۲۷۲      | ,۰۳۱                  | ,۵۵۰ | ,۵۹۸   | ,۰۳۲   | ,۰۰۳                 | ,۰۰۲   | سن                          |
|       |               | ,۷۱۷   | ۱,۳۹۶      | -۰,۳۱۴                | ,۰۰۰ | -۶,۴۱۵ | -۰,۳۲۷ | ,۰۱۵                 | -۰,۰۹۷ | تأهل                        |
|       |               | ,۹۸۴   | ۱,۰۱۶      | -۰,۱۴۳                | ,۰۰۵ | -۲,۸۰  | -۰,۱۳۳ | ,۰۱۱                 | -۰,۰۳۱ | قومیت                       |

- پایگاه اقتصادی- اجتماعی کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سرمایه اجتماعی آنان تأثیر دارد.

با توجه به نتایج رگرسیونی، پایگاه اقتصادی- اجتماعی بر هر سه شاخص سرمایه اجتماعی تأثیر دارد. زیرا برای هر سه شاخص  $\text{sig} < 0,05$  است. میزان تأثیر پایگاه

۱۶۰ فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، سال دهم، شماره ۳۹، تابستان ۱۳۹۸

اقتصادی- اجتماعی بر شاخص مشارکت همگانی  $Beta = -0,143$  و بر شاخص اعتماد  $Beta = -0,0119$  و بر شاخص ارتباط  $Beta = -0,328$  می‌باشد.

جدول ۴- تأثیر پایگاه اقتصادی - اجتماعی بر سرمایه اجتماعی

| $R^2$ | دوربین<br>واتسون | Sig   | T      | Beta   | ضرایب استاندارد نشده |                      | مدل رگرسیونی با شاخص       |         |
|-------|------------------|-------|--------|--------|----------------------|----------------------|----------------------------|---------|
|       |                  |       |        |        | B                    | خطا<br>استاندارد شده |                            |         |
| ۰,۲۲  | ۲,۳              | ۰,۰۰۰ | ۳۱,۷۸۲ |        | ۰,۶۷                 | ۲,۱۳۴                | مقدار ثابت                 | استفاده |
|       |                  | ۰,۰۱۸ | -۲,۳۶۸ | -۰,۱۱۹ | ۰,۰۲۵                | -۰,۰۵۹               | پایگاه اقتصادی-<br>اجتماعی |         |
|       | ۲,۲              | ۰,۰۰۰ | ۳۷,۹۱۱ |        | ۰,۶۵                 | ۲,۴۵۱                | مقدار ثابت                 | مشارکت  |
|       |                  | ۰,۰۰۴ | -۲,۹۱۰ | -۰,۱۴۶ | ۰,۰۲۴                | -۰,۰۶۹               | پایگاه اقتصادی-<br>اجتماعی |         |
|       | ۲,۱              | ۰,۰۰۰ | ۳۷,۵۳۱ |        | ۰,۶۴                 | ۲,۴۰۸                | مقدار ثابت                 | ارتباط  |
|       |                  | ۰,۰۰۰ | -۶,۸۵۳ | -۰,۳۲۸ | ۰,۰۲۴                | -۰,۱۶۲               | پایگاه اقتصادی-<br>اجتماعی |         |

میزان ساعات استفاده کاربران از شبکه‌های مجازی بر سرمایه اجتماعی آنان تأثیر دارد.

با توجه به نتایج رگرسیونی، ساعات کار شبانه، هفتگی و ماهانه بر شاخص ارتباط تأثیر دارد زیرا  $sig < 0,05$  است. میزان تأثیر استفاده شبانه  $Beta = 0,271$ ، میزان تأثیر استفاده هفتگی  $Beta = 0,121$  و میزان تأثیر استفاده ماهانه  $Beta = 0,255$  می‌باشد.



جدول ۵- تأثیر میزان ساعت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر شاخص ارتباط

| R <sup>2</sup> | دوربین<br>واتسون | ضریب<br>همبستگی<br>رگرسیون | Sig       | T      | Beta  | ضرایب<br>استاندارد نشده |       | مدل با<br>شاخص<br>ارتباط |
|----------------|------------------|----------------------------|-----------|--------|-------|-------------------------|-------|--------------------------|
|                |                  |                            |           |        |       | خطا<br>استاندارد<br>شده | B     |                          |
| ۰,۲۸           | ۲,۰۰             |                            | ,۰۰۰      | ۳۴,۶۹۸ |       | ,۰۶۶                    | ۲,۲۹۳ | مقدار ثابت               |
|                |                  |                            | ,۰۰۰      | -۴,۵۴۰ | -,۲۷۱ | ,۰۱۶                    | -,۰۷۴ | میزان استفاده<br>شبانه   |
|                |                  |                            | ,۰۰۹<br>۷ | ۱,۶۶۳  | ,۱۲۱  | ,۰۱۶                    | ,۰۲۶  | میزان استفاده<br>هفتگی   |
|                |                  |                            | ,۰۰۰      | -۳,۸۲۱ | -,۲۵۵ | ,۰۱۸                    | -,۰۶۹ | ماهانه                   |

### رگرسیون چندگانه

قبل از بکارگیری رگرسیون چندگانه، عدم رابطه هم خطی بین متغیرهای مستقل (قومیت، ساعات استفاده از شبکه، تحصیلات، جنسیت، سن، شغل، محل سکونت) در جدول زیر نشان داده شده است که نشان‌دهنده عدم همخطی بین متغیرهای مستقل است که مقادیر بالای تولرانس، رگرسیون را برای پیش‌بینی مناسب می‌سازد.

جدول ۶- بررسی عدم رابطه هم خطی بین متغیرهای مستقل

| بررسی عدم رابطه هم خطی بین متغیرهای مستقل |                |       |              |      |            |
|---|----------------|-------|--------------|------|------------|
| ساعت استفاده از<br>شبکه‌های مجازی         | پایگاه اقتصادی | قومیت | محل<br>سکونت | سن   |            |
| ۰,۷۴                                      | ۰,۷۱           | ۰,۷۹  | ۰,۷۵         | ۰,۷۹ | تولرانس    |
| ۱,۴۴                                      | ۱,۴۵           | ۱,۱۱  | ۱,۳۹         | ۱,۱۱ | وضعیت‌شاخص |

در زیر جدول رگرسیون چندگانه آمده است. با توجه به این که متغیر وابسته (سرمایه اجتماعی) در سه شاخص اعتماد، ارتباط و مشارکت تقسیم شده است برای هرکدام از شاخص‌ها مدل رگرسیونی پیش‌بینی شده است که در جدول زیر آورده‌ایم. متغیر مستقل سن بیشترین تأثیر را بر شاخص اعتماد دارد که معادل  $Beta=0,271$  است. همچنین در شاخص مشارکت و ارتباط بیشترین تأثیر از پایگاه اقتصادی- اجتماعی است که تأثیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی بر شاخص مشارکت  $(Beta=-0,275)$  و تأثیر پایگاه اقتصادی- اجتماعی بر شاخص ارتباط  $(Beta=0,325)$  می‌باشد. هر سه شاخص سرمایه اجتماعی در سطح آلفا  $0,05$ ، تمام متغیرهای یادشده در پیش‌بین مدل رگرسیونی مؤثر هستند. زیرا در سطح معنی‌داری کمتر از  $0,05$  می‌باشد. همچنین کفایت مدل رگرسیونی ارائه شده با توجه به مقدار دوربین واتسون که در هر سه شاخص سرمایه اجتماعی نزدیک به ۲ می‌باشد، تایید می‌شود.

جدول ۷- رگرسیون چندگانه

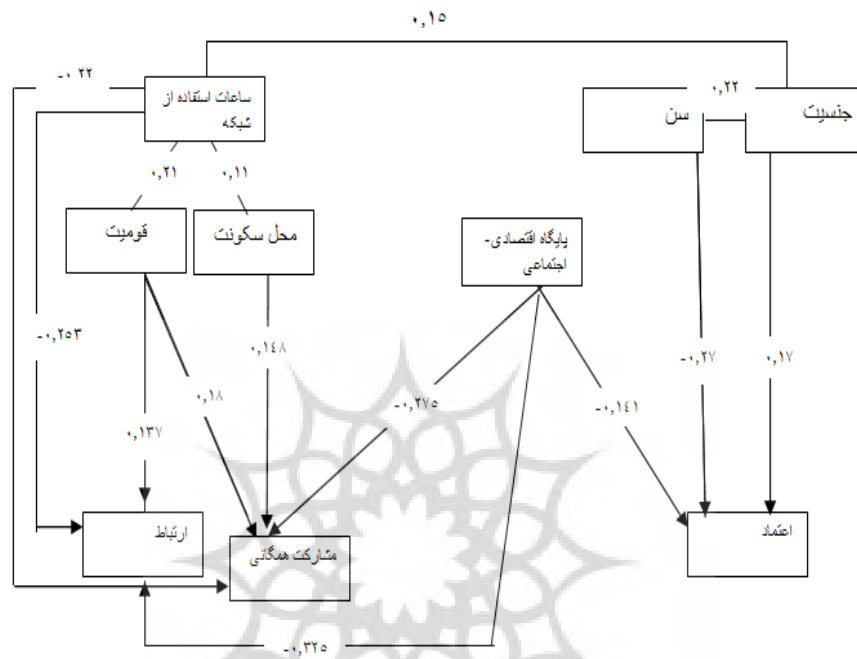
| $R^2$ | دوربین واتسون | ضریب همبستگی رگرسیونی جزئی $R$ | Sig   | T      | Beta  | ضرایب استاندارد نشده |       | مدل رگرسیونی با شاخص سرمایه اجتماعی      |
|-------|---------------|--------------------------------|-------|--------|-------|----------------------|-------|--|
|       |               |                                |       |        |       | خطا استاندارد شده    | B     |  |
| 0,21  | 2,1           |                                | ,000  | 9,653  |       | ,423                 | 4,083 | مقدار ثابت                               |
|       |               | ,206                           | ,046  | 2,167  | ,18   | ,069                 | ,196  | جنسیت                                    |
|       |               | -,293                          | ,000  | -5,493 | -,296 | ,005                 | -,029 | سن                                       |
|       |               | -,002                          | ,972  | -,036  | -,002 | ,053                 | -,002 | تأهل                                     |
|       |               | ,032                           | ,530  | ,628   | ,030  | ,020                 | ,013  | قومیت                                    |
|       |               | -,23                           | ,008  | -2,648 | -,23  | ,072                 | -,219 | پایگاه اقتصادی- اجتماعی                  |
|       |               | ,208                           | ,0180 | 2,545  | ,146  | ,049                 | ,179  | میانگین استفاده از ساعات استفاده از شبکه |

با توجه به جدول رگرسیون از بین متغیرهای مستقل، متغیرهای جنسیت، سن، پایگاه اقتصادی-اجتماعی و میانگین استفاده از ساعات استفاده از شبکه با متغیر وابسته سرمایه اجتماعی رابطه دارند زیرا  $\text{sig} < 0,05$ . میزان رابطه متغیر سن با سرمایه کل  $\text{Beta} = 0,226$ ، میزان رابطه متغیر پایگاه اقتصادی-اجتماعی با متغیر وابسته سرمایه  $\text{Beta} = 0,23$ ، میزان رابطه میانگین استفاده از ساعات استفاده از شبکه  $\text{Beta} = 0,146$ ، میزان رابطه جنسیت و سرمایه کل  $\text{Beta} = 0,18$  می‌باشد. ضریب همبستگی جزئی برای متغیرهای مستقل یادشده در جدول آمده است که از بین آنها متغیر سن ( $r = 0,723$ ) بیشترین تأثیر را بر سرمایه اجتماعی کل داشته است. همچنین مقدار ضریب تعیین در این مدل رگرسیونی  $0,21$  است که به این معنی است که ۲۱ درصد تغییرات متغیر وابسته توسط این متغیرها تبیین می‌شود. در این تحلیل میزان دوربین واتسون  $2,1$  می‌باشد.

### تحلیل مسیر

متغیر وابسته در سه شاخص اعتماد، ارتباط و مشارکت تعریف شده است. بیشترین تأثیر بر شاخص اعتماد از سوی متغیر سن بوده است. اثر مستقیم آن  $0,27$  و اثر غیرمستقیم آن از مسیر سن  $0,07$  - می‌باشد. همچنین بیشترین تأثیر بر شاخص ارتباط از سوی متغیر پایگاه اقتصادی-اجتماعی است. اثر مستقیم این متغیر بر شاخص ارتباط  $0,325$  - است و اثر غیرمستقیم از مسیر متغیر پایگاه اقتصادی-اجتماعی بر این شاخص ارتباط  $0,099$  - است. بیشترین تأثیر بر شاخص مشارکت نیز متغیر پایگاه اقتصادی-اجتماعی است. اثر مستقیم این متغیر بر شاخص مشارکت  $0,275$  - است و اثر غیرمستقیم از مسیر متغیر پایگاه اقتصادی-اجتماعی بر این شاخص  $0,071$  - است.

نمودار ۲ - تحلیل مسیر



جدول ۸- اثر مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل

| متغیرهای وابسته | متغیرهای مستقل                  | اثر مستقیم | مجموع اثرات غیرمستقیم  |
|-----------------|---------------------------------|------------|--|
| اجتماع          | جنسیت                           | ۸۰,۱۷      | (۰.۲۲)(۰.۱۷۸)+(۰.۴۵)<br>(۰.۲۲)(۰.۱۷۸)+(۰.۱۹۶)(۰.۴۵)(۰.۲۲)(۰.۱۷۸)=۰.۰۶  |
|                 | سن                              | -۰,۲۷      | (۰.۲۲)(-۰.۲۷)+(۰.۱۵)(۰.۲۲)(-۰.۲۷)+(۰.۱۱)(۰.۱۵)(۰.۲۲)<br>(-۰.۲۷)+(۰.۲)(۰.۱۵)(۰.۲۲)(-۰.۲۷)=-۰.۰۷   |
| ارتباط          | پایگاه اقتصادی-اجتماعی          | -۰.۱۴۱     | (۰.۱۹۶)(-۰.۱۴۱)+(۰.۴۵)(۰.۱۹۶)(-۰.۱۴۱)+(۰.۲۲)(۰.۴۵)<br>(۰.۱۹۶)(-۰.۱۴۱)+(۰.۱۵)(۰.۲۲)(۰.۴۵)(۰.۱۹۶)(-۰.۱۴۱)+<br>(۰.۱۱)(۰.۱۵)(۰.۲۲)(۰.۴۵)(۰.۱۹۶)(-۰.۱۴۱)+(۰.۲)(۰.۱۵)<br>(۰.۲۲)(۰.۴۵)(۰.۱۹۶)(-۰.۱۴۱)+(۰.۲)=-۰.۰۴ |
|                 | پایگاه اقتصادی-اجتماعی          | -۰,۳۲۵     | (۰.۱۹۶)(-۰.۳۲۵)+(۰.۴۵)(۰.۱۹۶)(-۰.۳۲۵)+(۰.۲۲)(۰.۴۵)<br>(۰.۱۹۶)(-۰.۳۲۵)+(۰.۱۵)(۰.۲۲)(۰.۴۵)(۰.۱۹۶)(-۰.۳۲۵)<br>+(۰.۱۱)(۰.۱۵)(۰.۲۲)(۰.۴۵)(۰.۱۹۶)(-۰.۳۲۵)+(۰.۲)(۰.۱۵)<br>(۰.۲۲)(۰.۴۵)(۰.۱۹۶)(-۰.۳۲۵)=-۰.۰۹۹      |
| مشارکت اجتماعی  | ساعات استفاده از شبکه‌های مجازی | -۰,۲۵۳     | (-۰.۲۵۳)(۰.۲)+(۰.۱۱)(-۰.۲۵۳)+(۰.۱۵)(-۰.۲۵۳)+(۰.۱۵)<br>(۰.۲۲)(-۰.۲۵۳)+(۰.۴۵)(۰.۲۲)(۰.۱۵)(-۰.۲۵۳)+(۰.۱۹۶)<br>(۰.۴۵)(۰.۲۲)(۰.۱۵)(-۰.۲۵۳)=-۰.۰۲۱   |
|                 | قومیت                           | ۰,۱۳۷      | (۰.۲)(۰.۱۳۷)+(۰.۱۵)(۰.۲)(۰.۱۳۷)+(۰.۲۲)(۰.۱۵)(۰.۲)<br>(۰.۱۳۷)+(۰.۴۵)(۰.۲۲)(۰.۱۵)(۰.۲)(۰.۱۳۷)+(۰.۱۹۶)(۰.۴۵)(<br>۰.۲۲)(۰.۱۵)(۰.۲)(۰.۱۳۷)+(۰.۱۱)(۰.۲)(۰.۱۳۷)=۰.۰۱۶   |
| مشارکت اجتماعی  | قومیت                           | ۰,۱۸       | (۰.۲)(۰.۱۸)+(۰.۱۵)(۰.۲)(۰.۱۸)+(۰.۲۲)(۰.۱۵)(۰.۲)(۰.۱۸)+<br>(۰.۴۵)(۰.۲۲)(۰.۱۵)(۰.۲)(۰.۱۸)+(۰.۱۹۶)(۰.۴۵)(۰.۲۲)<br>(۰.۱۵)(۰.۲)(۰.۱۸)+(۰.۱۱)(۰.۲)(۰.۱۸)=۰.۰۴۷   |
|                 | محل سکونت                       | ۰,۱۴۸      | ۰.۱۴۸[(۰.۱۱)+(۰.۲)(۰.۱۱)+(۰.۱۵)(۰.۱۱)+(۰.۲۲)(۰.۱۵)<br>(۰.۱۱)+(۰.۴۵)(۰.۲۲)(۰.۱۵)(۰.۱۱)+(۰.۱۹۶)(۰.۴۵)(۰.۲۲)<br>(۰.۱۵)(۰.۱۱)]=۰.۰۰۶   |
|                 | پایگاه اقتصادی-اجتماعی          | -۰,۲۷۵     | -۰.۲۷۵[(۰.۱۱)+(۰.۲)(۰.۱۱)+(۰.۱۵)(۰.۱۱)+(۰.۲۲)(۰.۱۵)<br>(۰.۱۱)+(۰.۴۵)(۰.۲۲)(۰.۱۵)(۰.۱۱)+(۰.۱۹۶)(۰.۴۵)<br>(۰.۲۲)(۰.۱۵)(۰.۱۱)]=-۰.۰۷۱   |
|                 | ساعات استفاده از شبکه           | -۰,۲۲      | (-۰.۲۲)(۰.۲)+(۰.۱۱)(-۰.۲۲)+(۰.۱۵)(-۰.۲۲)+(۰.۱۵)(۰.۲۲)<br>(-۰.۲۲)+(۰.۴۵)(۰.۲۲)(۰.۱۵)(-۰.۲۲)+(۰.۱۹۶)(۰.۴۵)<br>(۰.۲۲)(۰.۱۵)(-۰.۲۲)=-۰.۰۶۷   |

## نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل مؤثر بر سرمایه اجتماعی مجازی کاربران شبکه‌های اجتماعی شهر اصفهان با روش پیمایش در سال ۱۳۹۵ انجام شد. بیشترین فراوانی کاربران در رده سنی ۳۰ تا ۴۰ سال است که ۵۱٫۶ درصد افراد پاسخگو را تشکیل می‌دهد. میانگین سنی کاربران، ۳۰ سال است. بالاترین درصد کاربران، صرفاً در شبکه مجازی تلگرام عضو هستند که شامل ۳۶ درصد کاربران شده است. بالاترین درصد به کاربرانی که در شبانه‌روز ۲-۱ ساعت، هفتگی ۶-۸ ساعت و ماهیانه بیشتر از ۸ ساعت از وقتشان را صرف استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌کنند، اختصاص دارد.

بر اساس یافته‌های این پژوهش، جنس کاربران بر سرمایه اجتماعی مجازی آنان تأثیر دارد. جنسیت افراد، صرفاً یک ویژگی انتسابی محسوب نمی‌شود، بلکه موقعیت‌ها و فرصت‌هایی است که در جامعه برای زنان و مردان رقم می‌خورد و دسترسی به شانس‌ها و فرصت‌های متفاوت بر اساس زن بودن و مرد بودن را برای افراد فراهم می‌کند. مورو معتقد است که بسیاری از قوانین مربوط به شبکه در بین زنان و مردان متفاوت هستند. به‌خصوص درجایی که شبکه‌ها به واسطه پیوندهای مؤثر مشخص می‌شوند، مهارت‌ها و کالاهای دارای ارزش عاطفی یک منبع مهم هستند که به دلیل تمرکز خانم‌ها در حوزه خصوصی، ممکن است برای آن‌ها خیلی قابل‌دسترس‌تر باشد (Moore, 1990: 755 به نقل از کیانی، ۱۳۹۰: ۶۶۹).

پژوهش بوید و الیسون (Boyd and Ellison, 2013) نیز حاکی از آن است که جنسیت، بر مشارکت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر می‌گذارد. پسران جوان نسبت به دختران جوان تمایل بیشتری به فعالیت در شبکه‌ها دارند. دختران بیشتر از پسران همسال خود علاقه‌مند به استفاده از این شبکه‌ها برای ارتباط با دوستان خود هستند. نتایج پژوهش حاضر با پژوهش بوید (۲۰۰۷) همسو می‌باشد. همچنین با نتایج پژوهش چو و همکاران (Chua et al, 2016) همسو است. مطالعه

جنسیتی یک الگوست و الگوهای گفتمان در شبکه‌های اجتماعی آنلاین به مراتب بیشتر است (Hayat and et al, 2017) به نقل از کیانی، (۱۳۹۸). بر اساس مطالعات الیسون و بوید (۲۰۱۳)، شبکه اجتماعی، کاربران را قادر می‌سازد تا مجموعه‌ای از محتوای تولید شده را مورد استفاده قرار داده، آن‌ها را تولید و یا با آن‌ها تعامل کنند. اختلافات جنسیتی آنلاین، تقویت شده و بازتولید شده است (Wang, Walton and Rice, 2013) Joiner and et al, 2016, Brandtzaeg, 2015 and et al, 2013 به نقل از کیانی، (۱۳۹۸).

بر اساس نتایج رگرسیونی، پایگاه اقتصادی- اجتماعی بر هر سه شاخص سرمایه اجتماعی تأثیر دارد. پایگاه اقتصادی - اجتماعی بر سرمایه اجتماعی کاربران شبکه‌های مجازی تأثیر دارد. نتایج حاصل از این پژوهش با نتایج پژوهش حسین زاده و همکاران همسو است. نتایج حاصل از ضرایب رگرسیونی نشان داد که درآمد خانواده بیشترین تأثیر را در تبیین سرمایه اجتماعی دارد. از میان تمام متغیرهای موجود در مدل تحلیل مسیر، متغیر درآمد خانواده بیشترین تأثیر را بر سرمایه اجتماعی دارد. نتایج پژوهش حاضر با پژوهش حسین زاده و همکاران همسو می‌باشد. بر اساس نتایج این پژوهش، میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سرمایه اجتماعی کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی مؤثر است. نتایج پژوهش حاضر با پژوهش الیسون و همکاران (Ellison and et al, 2007) و رسولی و پاک‌نیت (۱۳۹۰) همسو می‌باشد. بر اساس یافته‌های این پژوهش بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و میزان سرمایه اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد. نتایج پژوهش حاضر با پژوهش‌های جواهری و باقری (۱۳۸۶) و پور شهریاری (۱۳۸۶) همسو می‌باشد.

بر اساس یافته‌های پژوهش، ویژگی‌های جمعیتی، پایگاه اقتصادی - اجتماعی و میزان ساعت استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سرمایه اجتماعی مجازی کاربران شبکه‌های مجازی شهر اصفهان مؤثر است. به‌زعم ویر عوامل فرهنگی و ذهنیت افراد در کنش‌های روزمره مهم هستند. سرمایه اجتماعی کاربران شبکه‌های مجازی بر

اساس تفاوت پایگاه اقتصادی - اجتماعی در کنش‌های انسانی دخیل است. وابط جدید در فضای مجازی، منجر به شکل‌گیری نوع جدیدی از سرمایه اجتماعی شده است که می‌توان آن را سرمایه اجتماعی مجازی نامید. سرمایه‌ای که با توجه به ویژگی‌های جمعیتی، پایگاه اقتصادی- اجتماعی و میزان ساعت استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی مجازی، موجب تغییر در ارتباطات اجتماعی و سرمایه اجتماعی کاربران شده است. این سرمایه اجتماعی مجازی در ایران نه سنتی است و نه کاملاً مدرن؛ این سرمایه اجتماعی مجازی در حال شدن و سیالیت است. کاربران از طریق کنش متقابل نمادین و محتوای تولیدشده در شبکه‌های اجتماعی مجازی، به فهم ما از شکل‌گیری سرمایه اجتماعی کمک می‌کنند.

#### پیشنهاد

پیشنهاد می‌شود که مطالعات آینده، الگوهای جنسیتی سرمایه اجتماعی مجازی را بررسی و مقایسه کند تا بیشتر به بررسی ساختار شبکه و الگوهای گفتمان جنسیتی بپردازند. همچنین انواع شبکه‌های اجتماعی مجازی با هم مقایسه گردد.



## منابع

- اسکویی، بهرام؛ اکبری، مرضیه و فراهانی، سهیلا. (۱۳۹۳)، «تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سرمایه اجتماعی دانشجویان»، *مجله مدیریت فرهنگی*. سال هشتم، شماره ۲۵. ۶۵-۷۸.
- اعتمادی‌فر، سید مهدی؛ لطفی‌خاگی، بهنام و مهدیزاده، منصوره. (۱۳۹۴)، «تأثیر سرمایه اجتماعی خانوادگی بر انحرافات اجتماعی». *مسائل اجتماعی ایران*، سال ۶، شماره ۲، ۵-۲۵.
- برقی، حمید؛ شایان، محسن و اصلانی، بیتا. (۱۳۹۷)، «تبیین نقش سرمایه اجتماعی بر شکل‌گیری زمینه‌های کارآفرینی روستاییان (مورد مطالعه: بخش سیدان شهرستان مرودشت)». *برنامه‌ریزی و آمایش فضا*، دوره ۲۲، شماره ۱، ۸۳-۵۴.
- بروگمن، یرون. (۱۳۸۹)، *درآمدی بر شبکه‌های اجتماعی*، ترجمه: خلیل میرزایی، چاپ اول، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- بوردیو، پیترو. (۱۳۸۵)، *نظریه کنش*. ترجمه: مرتضی مردیها. تهران: انتشارات نقش نگار.
- پور شهریاری، مه‌سیما. (۱۳۸۶)، «مقایسه افسردگی، انزوای اجتماعی و ارتباط خانوادگی دانش‌آموزان دختر کاربر و غیر کاربر بر دبیرستان‌های تهران». *مجله مطالعات روانشناختی*، دانشگاه الزهرا دوره ۳، شماره ۲، ۴۹-۶۴.
- توسلی، غلامعباس و امانی کلاریجانی، امرالله. (۱۳۹۱)، «تحلیل و بررسی ابعاد سرمایه اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی (با تأکید بر تئوری شبکه)». *مطالعات رسانه‌ای*. شماره ۱۸، ۸۹-۱۰۰.
- جوادی، زهره. (۱۳۹۰)، *وضعیت سرمایه اجتماعی در ایران*. انتشارات تهران، علوم ارتباطات اجتماعی
- جوهری فاطمه و باقری، لیلا (۱۳۸۶)، «تأثیر استفاده از اینترنت بر سرمایه اجتماعی و انسانی». *مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی*، دانشگاه تربیت‌معلم تهران سال ۱۵، شماره ۵۸-۵۹، ۳۳-۶۶.

۱۷۰ فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، سال دهم، شماره ۳۹، تابستان ۱۳۹۸

- حسین زاده، علی حسین؛ مومبینی، محمدعلی و کیا شهروز، فروتن. (۱۳۹۱)، «بررسی سرمایه اجتماعی کاربران اینترنتی در فضای سایبر و غیر سایبر. مورد مطالعه دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز». *برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*. شماره ۱۳. ۱۵۹-۱۹۰.
- خدایی، زهرا؛ شمس‌الدینی، علی؛ رضایی، میثم. (۱۳۹۷)، «تحلیلی بر رابطه بین سرمایه اجتماعی و هوش هیجانی در محله‌های شهر فردوسی». *فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*. سال نهم. شماره ۳۴. ۲۶۹-۲۸۲.
- رزاقی، نادر و امری مل، فضا. (۱۳۹۳)، «بررسی تأثیر اینترنت بر سرمایه اجتماعی جوانان شهر قائم‌شهر». *فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی جوانان*، سال پنجم، شماره ۱۶، ۴۵-۶۲.
- رسول‌زاده اقدم، صمد؛ عدلی‌پور، صمد؛ زینی‌وند، یوسف. (۱۳۹۱)، «نگرش کاربران جوان ایرانی به شبکه‌های اجتماعی مجازی». *مطالعات جامعه‌شناسی*، سال چهارم، شماره شانزدهم، ۴۹-۶۶.
- رسولی، محمدرضا و پاک‌نیت، داود. (۱۳۹۰)، «بررسی نقش رسانه‌های جمعی در شکل‌گیری سرمایه اجتماعی در بین شهروندان شهر یزد». *فصلنامه فرهنگ ارتباطات*، سال اول، شماره ۱. ۶۱-۹۴.
- زیویار، فرزاد و شهیر، احسان (۱۳۹۴)، «احساس امنیت کاربران ایرانی در شبکه‌های اجتماعی از حیث جنسیت، سن، میزان تحصیلات، و میزان استفاده (فیس‌بوک)»، *رسانه و فرهنگ*، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. سال پنجم، شماره اول. ۵۵-۷۸.
- شلدون، پاویسا. (۱۳۹۶)، *رسانه‌های اجتماعی: اصول و کاربردها*. تهران: ثانیه.
- عبدالهیان، حمید و کرمانی، حسین. (۱۳۹۲)، «سنجش سرمایه اجتماعی کاربران ایرانی شبکه اجتماعی فیس‌بوک». *فصلنامه تحقیقات فرهنگی در ایران*. دوره ششم. شماره ۳. ۲۶-۱
- فوکویاما، فرانسیس. (۱۳۸۵)، *پایان نظم، سرمایه اجتماعی و حفظ آن*. ترجمه: غلامعباس توسلی، تهران: حکایت قلم نوین.
- قادرزاده، امید و نشاط، شادی. (۱۳۹۶)، «شبکه اجتماعی فیس‌بوک و سرمایه اجتماعی؛ مطالعه پیمایشی کاربران جوانان پیرانشهر». *راهبرد اجتماعی فرهنگی*. دوره ۶، شماره ۲۲. ۱۷۷-۲۰۶

پایگاه اقتصادی-اجتماعی و سرمایه اجتماعی مجازی ... ۱۷۱

- کیانی، مزده. (۱۳۹۰)، شبکه اجتماعی زنان و مردان و اعتماد به پلیس در شهر اصفهان. *مطالعات مدیریت انتظامی*، سال ششم؛ شماره ۴. ۶۶۶-۶۸۶.

- لیتل، جان استیفن. (۱۳۸۴)، *نظریه‌های ارتباطات*. ترجمه: سیداکبر میرحسینی و مرتضی نوربخش. تهران: نشر جنگل.

- مرکز آمار ایران. ([www.iran.amar.ir](http://www.iran.amar.ir))

- محمدی، جمال؛ خالق پناه، کمال و غلامی، الهه. (۱۳۹۵)، «تجربه مصرف شبکه‌های اجتماعی (مورد مطالعه شبکه اجتماعی بی تاک)». *تحقیقات فرهنگی ایران*، دوره ۹، شماره ۴. ۵۹-۸۸.

- نیازی، محسن و شفایی مقدم، الهام (۱۳۹۰)، «بررسی تأثیر رسانه‌های جمعی در گرایش به هویت ملی (شهرستان کاشان)». *مطالعات میان‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ*، سال دوم، شماره اول، ۹۹-۱۲۷.

- نیرومند لیلا و ذهابی شایسته. (۱۳۹۴)، «بررسی عوامل مؤثر بر میزان حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی مجازی مورد مطالعه: زنان ساکن شهر تهران». *مطالعات رسانه‌ای*، دوره ۱۰، شماره ۲۸. ۵۳-۶۶.

- نوغانی، محسن و چرخ زرین، مرتضی. (۱۳۹۲)، «بررسی تأثیر فیس‌بوک بر سرمایه اجتماعی پیوندی و پل زنده در بین جوانان»، *فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی جوانان*، سال چهارم، شماره دوازدهم، ۱۷۳-۱۸۸.

- Brandtzaeg, P. B. (2015). Facebook is no "Great equalizer": A big data approach to gender differences in civic engagement across countries. *Social Science Computer Review*. Advance online publication. doi:10.1177/0894439315605806
- Boyd, danah, Ellison, Nicole. (2013). "Social network sites: definition, history, and scholarship", *Journal of Computer Mediat. Commun.* 13(1), article 11.
- Bourdieu. P (1986). *The forms of capital in John G. Richardson*. ed Handbook of Theory and research for sociology of education. New York. Greenwood press.
- Brosnan, Mark. (2014). "Publically different, privately the same: Gender differences and similarities in response to Facebook status updates". *Computers in Human Behavior*, 39, 165-169.

- Colman. J (1988). social capital in the Creation for human capital, *American journal of sociology* .Vol. 94, Supplement: Organizations and Institutions: Sociological and Economic Approaches to the Analysis of Social Structure (1988),pp. S95-S120.
- Colman. J (1990). *Foundation of social theory*, Cambridge, Mass, Belknap press of partial landolt
- Chua, Mathews, Cheng Loh (2016). “*Social capital in Singapore: Gender differences, ethnic hierarchies, and their intersection*”. Social Networks . Volume 47 ,Pp 138-150
- Ellison NB, Steinfeld C & Lampe C. (2007). The benefits of Facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites', *Journal of Computer-Mediated Communication* [Online], 12. Viewed 30 July 2007, community commitment. American Behavioral Scientist, 45, 436-455.
- Fogel, B. J. and Dean Eckles. (2007). “*The Behavior Chain for Online Participation: How Successful Web Services Structure Persuasion*”, Conference Persuasive Technology Routledge.
- Lin, Nan, (2001). *Social Capital: A theory of social capital and action*, Cambridge University press.
- Hayat, Tsahi, Lesser Ofrit, Samuel-Azran Tal. (2017). “*Gendered discourse patterns on online social networks: a social network analysis perspective*”. Computers in Human Behavior. Doi: 10.1016/j.chb.2017.08.041.
- Hundie. K (2002). Academic and scholarly discussion lists: *Compu-Wide information systems*.19(4):156-159
- Hill, S. (2007). “Media use, social capital, and civic participation in South Korea”. *Journalism and Mass Communication Quarterly*,84, 3,477-494.
- Joiner Richard, Cuprinskaite Juste, Dapkeviciute Lina, Johnson Helen, Gavin Jeffrey, Brosnan Mark. (2016). “*Gender differences in response to Facebook status updates from same and opposite gender friends*”. Computers in Human Behavior, 58, 407-412.
- Wellman, B. & Quan-Hasse, A. (2002). *How does the Internet affect social capital*. CA: University of Toronto.
- Wang, Yi-Chia., Burke, Moira, & Kraut, E. Kraut. (2013). Gender, topic, and audience response: an analysis of user-generated content on Facebook. *ACM Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI)*.
- Walton, Courtney, & Rice, Ronald E. (2013). Mediated disclosure on twitter: The roles of gender and identity in boundary impermeability, valence, disclosure, and stage. *Computers in Human Behavior*, 29(4). 1466-1474.