



## تأثیر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سرمایه اجتماعی دانشجویان (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه محقق اردبیلی)

دانشیار دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

محمد مهدی فرقانی 

کارشناسی ارشد روزنامه نگاری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

شهریار قلی زاده گللو \*

### چکیده

هدف پژوهش حاضر، بررسی رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییر در ابعاد سرمایه اجتماعی دانشجویان دانشگاه محقق اردبیلی است که در سال تحصیلی ۹۸-۹۷ در این دانشگاه مشغول به تحصیل بوده‌اند. در این پژوهش از روش پیمایش استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش را دانشجویان دانشگاه محقق اردبیلی در همان سال تشکیل داده‌اند که از بین آنان ۳۸۳ نفر بر اساس محاسبه با فرمول کوکران، به عنوان نمونه آماری انتخاب شده‌اند. روش نمونه‌گیری، احتمالی و از نوع طبقه‌بندی شده متناسب است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات، پرسشنامه بود که برگرفته از پرسشنامه استاندارد سرمایه اجتماعی ناهاپیت و گوشال و نیز پرسش‌های محقق ساخته است. همچنین از آزمون اسپیرمن رو برای بررسی میزان همبستگی بین متغیرها استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان داد که بین متغیرهای روابط تعاملی، اعتماد اجتماعی و روحیه مشارکت و همکاری با میزان ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه مستقیم و معنی‌داری وجود داشت. همچنین بین متغیرهای اعتماد به نفس، پایداری به هنجارها و قوانین توسط دانشجویان و باورها و اعتقادات دینی با میزان ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، رابطه معکوس و معنی‌داری مشاهده شد.

**کلیدواژه‌ها:** فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی مجازی، سرمایه اجتماعی، استفاده و رضامندی، دانشجویان.

## مقدمه

امروزه بسیاری از اندیشمندان بر این نظرند که در پی به وجود آمدن رسانه‌های ارتباطی جدید با ظرفیت‌های متفاوت، مخصوصاً رسانه‌های دوجانبه، تعاملی و چندرسانه‌ای<sup>۱</sup>؛ انقلاب ارتباطی در جهان به وقوع پیوسته است که تأثیرات آن در تمامی شئون زندگی افراد جامعه نمود یافته است. می‌توان گفت که وجود روابط بین افراد جامعه و شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی به تاریخ بشریت برمی‌گردد؛ اما شبکه‌های اجتماعی مجازی<sup>۲</sup> پدیده‌ای است که در چند دهه اخیر معنا و مفهوم یافته است. به طوری که امروزه به‌عنوان ضرورتی اجتناب‌ناپذیر در زندگی بسیاری از کاربران قرار گرفته است (Cachia, 2008:13).

این ضرورت اجتناب‌ناپذیر منجر به ظهور شیوه‌های نوینی از روابط مجازی و جوامع مجازی گردیده و با طرح رسانه‌های مدرن، جوامع را به لحاظ کیفیت ارتباطات انسانی متحول کرده است. این تحولات عمدتاً از طریق شبکه‌های اجتماعی مجازی بر این ارتباطات تأثیرگذار بوده است، ضمن اینکه اثرات سایر رسانه‌های دیگر را نیز کم‌رنگ ساخته است (خانیک و بابایی، ۱۳۹۱: ۷۴). آنچه در حال حاضر وجود شبکه‌های اجتماعی مجازی را پراهمیت و تأثیر آن‌ها را پررنگ‌تر جلوه می‌دهد، اقبال عمومی کاربران اینترنت به این شبکه‌ها است. به طوری که روزانه صدها میلیون نفر در دنیا با عضویت در این شبکه‌ها، ساعت‌های متمادی از عمرشان را صرف گشت‌وگذار در این محیط می‌کنند (افراسیابی، ۱۳۹۲، به نقل از فرقانی و مهاجری، ۱۳۹۷: ۲۶۴).

همچنین ظهور و گسترش انواع پیام‌رسان‌ها مانند تلگرام<sup>۳</sup>، واتس‌آپ<sup>۴</sup>، سروش و ... و همچنین شبکه‌های اجتماعی مجازی مانند فیسبوک<sup>۵</sup>، اینستاگرام<sup>۶</sup> و ... به‌عنوان یکی از جدیدترین تکنولوژی‌های ارتباطی، عرصه جدیدی از تعاملات انسانی را پیش رو افراد امروزی قرار داده است. این شبکه‌ها تغییرات بنیادین در سبک زندگی اجتماعی و فرهنگ

1. Multi Media
2. Virtual social networks
3. Telegram
4. What's Up
5. Facebook
6. Instagram

جوامع مختلف ایجاد می کنند و می توانند به طور کلی بر سرمایه اجتماعی افراد جامعه تأثیر بگذارند. (عاملی، ۱۳۸۸، به نقل از کریمیان و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۷۳). به بیان دیگر، تسهیل روابط از طریق ابزارهای الکترونیکی باعث شده تا بسیاری از جنبه های ارتباط انسان ها و امور مرتبط با آن مانند سرمایه اجتماعی تحت تأثیر قرار بگیرد. از نظر کلمن، سرمایه اجتماعی هنگامی ایجاد می شود که روابط میان اشخاص به شیوه ای تغییر یابد که کنش را آسان سازد. بنابراین به اعتقاد وی سرمایه اجتماعی شیء واحدی نیست بلکه جنبه های متفاوت ساختار اجتماعی را دربرمی گیرد که کنش جمعی و فردی را ترویج می نماید (کلمن، ۱۳۷۷: ۶۲۳).

به نظر می رسد شیوه های نوین ارتباطی که در قالب شبکه های اجتماعی مجازی و به دور از ارتباط رودررو و واقعی شکل گرفته اند؛ می توانند سبب تقویت و افزایش سرمایه اجتماعی شوند. به طور مثال، اعضای خانواده و دوستانی که از هم دور هستند می توانند از طریق این شبکه ها با هم ارتباط داشته باشند و از فرسایش سرمایه اجتماعی خود جلوگیری کنند. از طرفی اقشار اجتماعی گوناگون به طور یکسان از این شبکه ها استفاده نمی کنند. مثلاً جوانان بیشتر از افراد مسن از این نوع شیوه ارتباطی استفاده می کنند. (پناهی، ۱۳۹۴: ۴). بدین ترتیب، در خلال روابط متأثر از فضای مجازی به طور عام و شبکه های اجتماعی مجازی به طور خاص که می توان آن را روابط مجازی در برابر روابط واقعی و عینی نامید؛ رفتارها و شیوه ارتباط افراد با یکدیگر دستخوش تغییراتی می شود. این تغییرات می تواند بر ابعاد سرمایه اجتماعی افراد به ویژه در بین جوانان و مخصوصاً قشر تحصیل کرده آنان، تأثیر گذار باشد.

با توجه به مباحث مطرح شده، سؤال اصلی تحقیق این می باشد که دانشجویان به عنوان قشر تحصیل کرده جامعه تا چه حدی از شبکه های اجتماعی مجازی استفاده می کنند و این استفاده چه تغییراتی را در ابعاد سرمایه اجتماعی آنان ایجاد می کند؟ سؤالات فرعی تحقیق نیز در زمینه ابعاد و اشکال سرمایه اجتماعی است که در این پژوهش شش مورد از این ابعاد که شامل: اعتماد به نفس، روابط تعاملی، هنجارها و قوانین، باورها و اعتقادات دینی، اعتماد

اجتماعی و مشارکت و همکاری است؛ مورد پرسش قرار گرفته است. تلاش می‌شود با بررسی نظریات مرتبط در زمینه موضوع تحقیق و به کارگیری روش‌های آماری متناسب، به سؤال‌های مطرح شده پاسخ داده شود.

### پیشینه تحقیق

شاوردی (۱۳۹۴) در مقاله‌ای با «عنوان سرمایه اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی واقعی و مجازی» به سنجش تطبیقی سرمایه اجتماعی دختران دانشجو در فضای واقعی و مجازی پرداخته است. نتایج این پژوهش نشان داد که میانگین تمامی مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی به نفع سرمایه اجتماعی جامعه واقعی می‌باشد. همچنین سرمایه اجتماعی پل زننده در جامعه واقعی با میانگین ۳۸/۴ درصد بالاترین سطح سرمایه اجتماعی و سرمایه اجتماعی پیوندی در جامعه مجازی با میانگین ۲۶/۸ درصد کمترین میزان سرمایه اجتماعی را میان دختران دانشجو دارا است.

جواهری و باقری (۱۳۸۶) در پژوهشی با عنوان «تأثیر استفاده از اینترنت بر سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی» به بررسی این موضوع در بین دانشجویان دانشگاه تهران پرداخته‌اند. یافته‌های پژوهش نشان داد که الگوی استفاده از اینترنت با میزان سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی دانشجویان رابطه‌ای مستقیم و معنی‌داری دارد.

در تحقیقی با عنوان «استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی توسط دانشجویان» پمپک<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۰۹) به این نتیجه دست یافتند که ارتباطات با دوستان قدیمی که در حال حاضر در دسترس نبودند، مهم‌ترین دلیل استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی مجازی است. همچنین سهولت کار با این شبکه‌ها و بازه گستره اطلاعاتی این پایگاه‌ها و به اشتراک‌گذاری آسان اخبار و اطلاعات، دلیل دیگر استفاده دانشجویان از این شبکه‌ها است.

---

1. Pempek

الیسون<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۰۷) در پژوهشی به بررسی رابطه میان استفاده از فیسبوک به عنوان یک شبکه اجتماعی پرطرفدار و نحوه شکل‌گیری و نگهداری سرمایه اجتماعی، مبادرت کرده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که رابطه قوی میان استفاده از فیسبوک و سه نوع سرمایه اجتماعی وجود دارد که قوی‌ترین آن ارتباطات با سرمایه اجتماعی پل زنده است. علاوه بر این استفاده از فیسبوک در تعامل سنجش سلامت روانی، نشان می‌دهد که این شبکه اجتماعی فواید زیادی برای کاربران با تجربه با اعتماد به نفس پایین و رضایت از زندگی پایین به همراه داشته است.

بری ولمن<sup>۲</sup> در مطالعه‌ای با عنوان «اینترنت و کاتالان‌ها» (۲۰۰۰ و ۲۰۰۱) بر جامعه استقلال خواه کاتالان‌ها در اسپانیا متمرکز شد و تأثیر استفاده از اینترنت را در شکل‌گیری سرمایه اجتماعی در این جامعه مورد مطالعه قرار داد. یافته‌های این پژوهش حاکی از آن بود که استفاده از اینترنت باعث ارتقای روابط بین فردی و مشارکت سازمانی شده که خود باعث افزایش تعهد اجتماعی کاربران شده است. در نهایت می‌توان گفت که اینترنت، سرمایه اجتماعی را افزایش می‌دهد. همچنین این مطالعه نشان داد که سرمایه اجتماعی اینترنتی، از طریق شبکه‌های اجتماعی مجازی از نوع پیوندی (ناهمگن) است که می‌تواند منافع متعددی برای جوامع، دولت‌ها، اشخاص و گروه‌ها داشته باشد.

### مبانی نظری تحقیق

در این بخش، نظریه‌های سرمایه اجتماعی، نظریه استفاده و خشنودی و دیدگاه تأثیر اینترنت و فضای مجازی بر سرمایه اجتماعی به عنوان مبانی نظری تحقیق، ارائه می‌شود. در باب سرمایه اجتماعی از نظریه‌های سرمایه اجتماعی جیمز کلمن، پیر بوردیو و رابرت پاتنام و همچنین سرمایه اجتماعی گوشال و ناهایت استفاده شده است. از نظریه استفاده و خشنودی الیهو کاتز نیز بهره گرفته شده است. همچنین در باب تأثیر اینترنت و فضای

---

1. Ellison

2. B. Welman

مجازی بر سرمایه اجتماعی افراد، علاوه بر بررسی سه دیدگاه مختلف در این زمینه، مباحثی نیز از بری ولمن مورد بحث واقع شده است که در ادامه بدان‌ها پرداخته خواهد شد.

#### الف- نظریه سرمایه اجتماعی جیمز کلمن:

جیمز کلمن<sup>۱</sup>، معتقد است که سرمایه اجتماعی<sup>۲</sup> از طریق کارکرد خود تعریف می‌گردد. سرمایه اجتماعی مقوله واحدی نیست بلکه دربرگیرنده مجموعه‌ای از مقوله‌هاست. این مقوله‌ها دو عنصر مشترک دارند: همه آن‌ها متشکل از برخی وجوه ساختارهای اجتماعی هستند و همه آن‌ها تسهیل‌کننده کنش‌های معینی از کنشگرها می‌باشند (کلمن، ۱۳۷۷: ۴۹۲).

کلمن شش نوع سرمایه اجتماعی را نام می‌برد:

۱- وظایف و انتظارات: هر نظام اجتماعی به شدت متکی به کنش‌های متقابل اعضای خود است و برای آن‌ها وظایف و انتظاراتی را تعیین می‌کند. هر عضو که لطفی می‌کند در انتظار پاسخ لطف خویش می‌ماند.

۲- پتانسیل خبری: تعامل با اعضای آگاه شبکه این امکان را فراهم می‌کند که اعضا بتوانند دانش خود را بدون کسب اطلاعات به‌طور مستقیم، خواه با خواندن روزنامه و خواه با دریافت نتایج تحقیقات، افزایش دهند و آن را در جهت پیشرفت و افزایش روابط تعاملی خود با دیگران استفاده کنند.

۳- هنجارها و قوانین: هنجارهای اجتماعی قواعدی هستند که رفتار انسان‌ها را تنظیم و آن‌ها را ترغیب به تبعیت از هنجارها و خودداری از هنجارشکنی می‌کنند. نظام‌های اجتماعی برای کسانی که از هنجارها تبعیت می‌کنند، پاداش‌هایی را در نظر می‌گیرند. هنجارهایی وجود دارند که برای رسیدگی به نیازهای جامعه و دیگران، مردم را ترغیب می‌کنند که دنبال خودمحموری نباشند و به نیازهای دیگران رسیدگی کنند. این نوع هنجارها شکل قدرتمندی از سرمایه اجتماعی است.

---

1. James Coleman

2. Social Capital

۴- روابط قدرت: در گروه‌هایی که هدف خاصی را دنبال می‌کنند، معمولاً رهبری انتخاب می‌شود که حق تصمیم‌گیری داشته و اعضا را نمایندگی کند. بدین ترتیب اعضای گروه حق کنترل را به فردی واگذار می‌کنند که به شکل وسیعی از سرمایه اجتماعی دسترسی دارد و می‌تواند آن‌ها را به هدف مورد نظر هدایت کند.

۵- سازمان اجتماعی: معمولاً، سازمان‌های اجتماعی برای موضوع و هدف خاصی تشکیل می‌شوند و بعداً اینکه آن هدف تحقق یافت، سازمان با تغییر اهدافش به کار خود ادامه می‌دهد.

۶- سازمان‌های هدفمند: این شکل از سرمایه اجتماعی زمانی تشکیل می‌شود که عده‌ای از افراد برای ایجاد سازمانی گرد هم جمع شوند تا بتوانند به‌طور مستقیم از آن موسسه نفع ببرند. این شکل از سرمایه اجتماعی به نفع کسانی که برای آن سرمایه‌گذاری می‌کنند یا به نفع گروه‌های هدف، عمل می‌کنند و سبب افزایش سرمایه اجتماعی جامعه می‌گردد (کلمن، ۱۹۹۰: به نقل از پناهی، ۱۳۹۴: ۹-۱۱).

#### ب- نظریه سرمایه اجتماعی پیر بوردیو<sup>۱</sup>:

بوردیو، سرمایه اجتماعی را جمع منابع بالقوه‌ای می‌داند که حاصل شبکه بادوامی از روابط نهادینه‌شده آشنایی و شناخت متقابل یا به عبارتی عضویت در گروه است. شبکه‌ای که هر یک از اعضای خود را از پشتیبانی سرمایه اجتماعی برخوردار می‌کند و آنان را مستحق اعتبار می‌سازد. از نظر وی، حجم سرمایه اجتماعی مورد تملک یک فرد، اولاً به‌اندازه شبکه پیوندهایی بستگی دارد که او می‌تواند به طرزی مؤثر بسیج کند، ثانیاً وابسته است به حجم سرمایه «اقتصادی، فرهنگی و نمادین» در تصرف کسانی که وی با آنان مرتبط است. او اعتقاد دارد که در هر دوره و جامعه‌ای با مجموعه‌ای از موقعیت‌های اجتماعی روبرو هستیم که با یک رشته از ثروت‌ها یا فعالیت‌ها زیر چتر واحد گرد هم می‌آیند. این فضای اجتماعی به این شکل ساخته می‌شود که گروه‌ها و عاملان اجتماعی بر اساس جایگاهشان اول بر اساس میزان کلی سرمایه‌ای که در شکل‌های متفاوت آن دارا هستند و دوم بر اساس

1. P. Bourdieu

ساختار سرمایه‌شان، یعنی بر اساس وزن نسبی هر یک از انواع مختلف سرمایه اقتصادی و فرهنگی که به صورت جداگانه دارا می‌باشند، توزیع می‌شوند (بوردیو، ۱۳۸۴: ۱۴۷).

### ج- نظریه سرمایه اجتماعی رابرت پاتنام<sup>۱</sup>

پاتنام، مفهوم سرمایه اجتماعی را در مقیاسی متفاوت از بوردیو و کلمن به کار می‌برد. اگرچه تعریف او از مفهوم سرمایه اجتماعی مستقیماً تحت تأثیر کلمن می‌باشد. به بیان پاتنام: «سرمایه اجتماعی به خصوصیات از سازمان اجتماعی نظیر شبکه‌ها، هنجارها و باورها و نیز اعتماد اشاره دارد که همکاری و هماهنگی برای منافع متقابل را تسهیل می‌نماید» (Putnam, 1999:179). از نظر پاتنام شبکه‌های اجتماعی در همه جوامع دو نوع هستند: شبکه‌های رسمی و شبکه‌های غیررسمی که به دو صورت افقی و عمودی قابل مشاهده‌اند. در شبکه‌های افقی شهروندان از لحاظ موقعیت تقریباً از یک برابری نسبی برخوردارند. کنش‌های افقی قوی و مؤثر هستند و در قالب همکاری و مشارکت مدنی افراد در گروه‌ها و انجمن‌های داوطلبانه، باشگاه‌های ورزشی، احزاب سیاسی و مجامع دینی که در راستای تقویت باورها و ارزش‌های مذهبی افراد فعالیت می‌کنند؛ نمایان می‌شود. اما در شبکه‌های عمودی با سلسله‌مراتب اقتدار که نابرابری محسوس بین افراد مشارکت‌کننده است، میزان مشارکت افراد نسبت به شبکه‌های افقی بسیار پایین‌تر است و این شاید به دلیل ضعف این شبکه‌ها در برقراری اعتماد بین افراد است که می‌تواند ناشی از جریان ناقص و ناسالم اطلاعات در شبکه‌های عمودی و عدم احتمال مجازات کافی برای مقامات عالی‌رتبه در این گونه شبکه‌ها که بی‌اعتمادی را تقویت می‌کند باشد و بنابراین میزان مشارکت را کمتر می‌کند. در دیدگاه رابرت پاتنام، اعتماد یکی از اجزاء اصلی سرمایه اجتماعی به شمار می‌رود که همکاری را تسهیل می‌کند. هر چه سطح اعتماد جامعه‌ای بالاتر باشد احتمال همکاری هم بیشتر خواهد بود و خود همکاری نیز اعتماد ایجاد می‌کند. وی بین دو نوع «اعتماد شخصی» و «اعتماد اجتماعی» تفاوت قائل می‌شود و تأکید می‌کند که در

---

1. Robert Putnam



جوامع مدرن که روابط پیچیده تر می شود باید این اعتماد شخصی به اعتماد اجتماعی تبدیل گردد (پاتنام، ۱۳۸۰: ۱۲۷-۱۲۶).

#### د- نظریه سرمایه اجتماعی گوشال و ناهاپیت<sup>۱</sup>

این دو صاحب نظر سرمایه اجتماعی را به سه بعد شناختی، رابطه‌ای و ساختاری تقسیم کرده‌اند و هر سه بعد را به اجزای فرعی تری تفکیک نموده‌اند که بدین شرح می‌باشد:

- ۱- بعد شناختی: این بعد شامل معیارهای «وجود باورها و ارزش‌های مشترک» و «شناخت و همکاری بر اساس حکایات (تبادل تجربه بر اساس حکایات)» می‌باشد.
- ۲- بعد رابطه‌ای: که دربردارنده معیارهای «روابط مبتنی بر صداقت و اعتماد متقابل»، «همکاری به عنوان یک الزام»، «تعهد به اهداف»، «رجحان منافع سازمان» و «عضو یک خانواده مشترک بودن» است.

۳- بعد ساختاری: این بعد نیز معیارهای «روابط شخصی گرم»، «ارتباطات کاری زیاد» و «ساختار ارتباطی تسهیل کننده» را شامل می‌شود (نصر اصفهانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۱۱).

#### ه- دیدگاه تأثیر اینترنت و فضای مجازی بر سرمایه اجتماعی

سال‌ها قبل از شکل‌گیری و گسترش اینترنت و فضای مجازی به عنوان یک تکنولوژی نوظهور، مارتین هایدگر<sup>۲</sup> نسبت به ماهیت ترسناک تکنولوژی هشدار و چگونگی تغییر یافتن ذات‌های بشری توسط تکنولوژی یا زبان ماشین را توضیح داده بود (کازنو، ۱۳۸۴: ۵۲). هایدگر نگران پایان یافتن تفکر در فرآیند پردازش اطلاعات به طور عام، تغییر ماهیت بشر به موازات استفاده روزافزون از تکنولوژی در همه وجوه زندگی که با گسترش تکنولوژی، خود را به صورت هر چه شدیدتر نمایان می‌کرد؛ بود (Heim, 2003: 124).

1. Ghoshal and Nahapiet

2. Martin Heidegger

با این وجود، در زمینه تأثیر اینترنت و فضای مجازی به‌طور عام و شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌طور خاص بر سرمایه اجتماعی افراد جامعه، به دیدگاه سه گروه مختلف می‌توان اشاره کرد.

گروه اول که دیدگاهشان در حال تبدیل شدن به یک ایدئولوژی برتر است، از یک دنیای تازه سخن می‌گویند که در تعارض با دنیای قدیمی است. از نظر آن‌ها دنیای مجازی یا دنیای شبکه‌ها که فضای سایبری نیز نامیده می‌شود به تدریج جایگزین دنیای واقعی قدیمی خواهد شد (برتون، ۱۳۸۲: ۲۱).

آن‌ها معتقدند که اینترنت به ترویج تغییرات مثبت کمک می‌کند و با فراهم آوردن فضای ملاقات برای افراد دارای علایق مشترک و غلبه بر محدودیت‌های مکان و زمان، موجب تجدید حیات اجتماعی می‌شود، گفتگوی آزاد و دموکراتیک را رواج می‌دهد، چشم‌اندازهای چندجانبه را ارائه می‌دهد و اقدام جمعی را امکان‌پذیر می‌سازد (Wellman & Et al, 2001: 436-455).

گروه دوم اعتقاد دارند که استفاده از اینترنت و فضای مجازی موجب افول سرمایه اجتماعی می‌شود. از نظر آن‌ها استفاده از اینترنت و عضویت در گروه‌های مجازی، مانع توجه افراد به اجتماع واقعی می‌شود؛ زیرا تعاملات شبکه‌ای آن‌ها از میزان ارتباطات مستقیمشان پیشی می‌گیرد. پیوندهای مجازی به ندرت به ترویج دوستی عمیق، ارائه منابع غیرملموس «مانند حمایت عاطفی» و ارائه کمک واقعی مادی منتهی می‌شود. (برتون، ۱۳۸۲: ۲۱).

گروه سوم بر این باور هستند که اینترنت دارای نقش تکمیلی است. آنان معتقدند، قضاوت در مورد این که اینترنت موجب کاهش یا افزایش سرمایه اجتماعی می‌شود؛ در زندگی خود شخص، معنا پیدا می‌کند. اینترنت در چرخه زندگی روزمره ادغام می‌شود و به تدریج در شبکه همانند فعالیت‌های خارج از شبکه تلقی می‌شود. این احتمال وجود دارد که نقش اینترنت در حفظ پیوندهای موجود مؤثرتر از نقش آن‌ها در ایجاد پیوندهای جدید باشد. (Wellman & Et al, 2001:436-455).

صاحب‌نظران دیدگاه شبکه‌های اجتماعی مانند ولمن، لین<sup>۱</sup> و کاستلز<sup>۲</sup> در این گروه قرار دارند. به نظر لین، سرمایه اجتماعی دارای سه جزء است.

- جزء ساختاری: منابع جای گرفته در ساختار اجتماعی
- جزء دسترسی: دسترسی به این منابع توسط افراد
- جزء جهت‌گیری کنش: استفاده و به حرکت درآوردن این منابع اجتماعی در قالب کنش‌های هدفمند (Lin, 1999:28-51).

بری ولمن استاد جامعه‌شناسی دانشگاه تورنتو نیز در سال‌های اخیر تحقیقات متعددی در خصوص سرمایه اجتماعی در فضای مجازی به‌طور عام و شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌طور خاص انجام داده است. وی یکی از نظریه پردازان سرمایه اجتماعی شبکه است که به پیوندها و روابط میان اعضای یک شبکه و منابع و حمایت‌های متنوعی که در این ارتباطات بین کنشگران ردوبدل می‌شود، علاقه‌مند است. ولمن اشکال جدید شبکه‌ها را گروه‌های مجازی می‌داند که از طریق حضور در فضای سایبرنتیک قابل دستیابی هستند. بدین ترتیب افزایش شبکه‌های اجتماعی کامپیوتری، فردگرایی مشبک<sup>۳</sup> را تسهیل می‌کند. تعاملات فردیافته شخص به شخص و تعاملات تخصصی مواردی از این نوع هستند. شبکه‌های کامپیوتری همانند یک شبکه اجتماعی افراد را به هم مرتبط می‌سازد. همان‌طور که شبکه کامپیوتری مجموعه‌ای از ماشین‌هایی است که از طریق تعدادی کابل و سیم به هم متصل می‌شوند؛ شبکه‌های اجتماعی تعدادی از افراد، سازمان‌ها یا سایر موجودات اجتماعی است که به‌واسطه مجموعه‌ای از روابط اجتماعی معنادار به یکدیگر مرتبط می‌شوند (Wellman, 2001: 2).

---

1. N.Lin

2. M.Castelz

3. Network Individualism

### ی- نظریه استفاده و رضامندی

رویکرد استفاده و رضامندی<sup>۱</sup> نخستین بار در مقاله‌ای از الیهو کاتز<sup>۲</sup> (۱۹۵۹) توصیف شد. در آن مقاله کاتز به ادعای برنارد برلسون<sup>۳</sup> (۱۹۵۹) که حوزه پژوهش ارتباطات به نظر مرده می‌آید، پاسخ داد. کاتز استدلال کرد که حوزه‌ای که مشرف به موت است، مطالعه ارتباط جمعی تحت عنوان متقاعدسازی است. وی متذکر شد که بیشتر پژوهش‌های ارتباطی تا آن زمان معطوف به تحقیق در مورد آثار پیکارهای اقناعی بر روی مخاطبان بوده است. به گفته کاتز هدف این نوع پژوهش، پاسخ به این پرسش بوده که «رسانه با افراد چه می‌کنند؟» بیشتر این پژوهش‌ها نشان داده‌اند که ارتباط جمعی اثر کمی بر متقاعد ساختن افراد دارد. بنابراین پژوهشگران به متغیرهایی مثل نفوذ گروه روی آوردند که دارای اثر بیشتری بودند (سورین و تانکارد، ۱۳۸۸: ۴۲۰).

پرسش اساسی این نظریه این است که چرا مردم از رسانه‌ها استفاده می‌کنند و آن‌ها را برای چه منظوری به کار می‌گیرند. پاسخی که به‌اجمال داده می‌شود این است که مردم برای کسب راهنمایی، آرامش، سازگاری، اطلاعات و شکل‌گیری هویت شخصی از رسانه‌ها استفاده می‌کنند (مک کوایل، ۱۳۸۵: به نقل از مهدی زاده، ۱۳۸۹: ۷۲). فرض اصلی نظریه استفاده و رضامندی این است که افراد مخاطب، کم‌وبیش به‌صورت فعال، به دنبال محتوایی هستند که بیشترین رضایت را برای آنان فراهم می‌سازد. میزان این رضایت بستگی به نیازها و علایق دارد. (ویندال و دیگران ۱۳۸۷: ۲۷۴).

### چارچوب نظری تحقیق

با توجه به این که عنوان تحقیق دربرگیرنده متغیرهای میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و ابعاد سرمایه اجتماعی می‌باشد؛ در این پژوهش از چارچوب نظری ترکیبی استفاده می‌شود. بنابراین برای بررسی متغیر «میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی» از نظریه استفاده و رضامندی بهره می‌گیریم. این نظریه بیان می‌دارد که مخاطب به نیازهای

1. Use and Gratification Theory

2. E.Katz

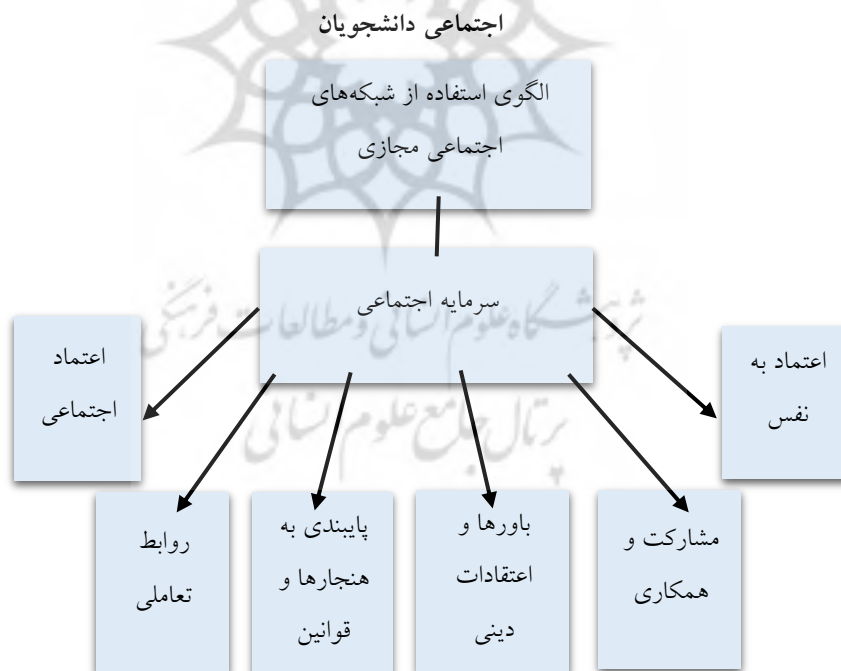
3. B.Berlson

خودآگاهی دارد و میزان ابهام و یا مناسب دانستن موضوع به زندگی و حیطة شغلی فرد، تعیین کننده میزان تمایل وی به استفاده از وسایل نوین ارتباطی مخصوصاً شبکه‌های اجتماعی مجازی برای رفع نیازهای متنوع خود است.

همچنین برای بررسی متغیرهای «روابط تعاملی» و «هنجارها و قوانین» از نظریه سرمایه اجتماعی جیمز کلمن و نیز از نظریه سرمایه اجتماعی رابرت پاتنام برای بررسی متغیرهای «اعتماد به نفس»، «اعتماد اجتماعی»، «مشارکت و همکاری» و «باورها و اعتقادات دینی» بهره گرفته می‌شود.

همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، هدف این تحقیق پاسخ به این پرسش است که آیا میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، تغییراتی را در ابعاد سرمایه اجتماعی دانشجویان ایجاد می‌کند؟ بنابراین، مدل نظری تحقیق بدین صورت ارائه می‌شود:

نمودار ۱. مدل نظری رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و ابعاد سرمایه



### فرضیه‌های تحقیق

در فرضیه‌های تحقیق، رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر ابعاد و اشکال سرمایه اجتماعی دانشجویان، مدنظر قرار گرفته شده است. این ابعاد که در نظریه جیمز کلمن و همچنین نظریه رابرت پاتنام در لابه‌لای مباحث بدان اشاره شده؛ شامل این موارد است: اعتماد به نفس، اعتماد اجتماعی، روابط تعاملی، هنجارها و قوانین، مشارکت و همکاری و باورها و اعتقادات دینی.

بنابراین فرضیه‌های این پژوهش به شرح ذیل می‌باشند:

فرضیه اصلی:

- بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییر در ابعاد سرمایه اجتماعی دانشجویان رابطه معنی‌داری وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی:

- بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییر در اعتماد به نفس دانشجویان رابطه معنی‌داری وجود دارد.

- بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییر در روابط تعاملی در بین دانشجویان رابطه معنی‌داری وجود دارد.

- بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییر در باورها و اعتقادات دینی دانشجویان رابطه معنی‌داری وجود دارد.

- بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و پایبندی به هنجارها و قوانین توسط دانشجویان رابطه معنی‌داری وجود دارد.

- بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییر در روحیه مشارکت و همکاری رابطه معنی‌داری وجود دارد.

- بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییر در اعتماد اجتماعی دانشجویان رابطه معنی‌داری وجود دارد.

## روش تحقیق

روش مورد استفاده در این تحقیق، روش پیمایش می باشد. جامعه آماری مورد مطالعه، کلیه دانشجویان دانشگاه محقق اردبیلی در سال تحصیلی ۹۸-۹۷ در نظر گرفته شده است. تعداد کل دانشجویان بر اساس اطلاعات استخراج شده از سایت دانشگاه مذکور در طی سال تحصیلی ذکر شده، ۱۱۱۳۶ نفر می باشد.

حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران، ۳۸۳ نفر برآورد شد. روش نمونه گیری، احتمالی از نوع طبقه بندی شده متناسب می باشد. روش طبقه بندی شده تضمین می کند که هر نمونه از زیرمجموعه همگنی از جمعیت به دست آمده است؛ یعنی از جمعیتی با ویژگی های مشابه که باعث کاهش خطای نمونه گیری می شود (ویمر و جوزف دومینیک؛ ۱۳۸۹: ۱۳۳). ابزار جمع آوری داده ها، پرسشنامه می باشد. در این تحقیق از پرسشنامه استاندارد سرمایه اجتماعی ناهاپیت و گوشال (۱۹۹۸) و پرسش های محقق ساخته که برگرفته شده از نظریه سرمایه اجتماعی جیمز کلمن و نظریه سرمایه اجتماعی رابرت پاتنام است، بهره گرفته شده است. فرضیه های پژوهش با استفاده از آزمون اسپیرمن رو مورد تحلیل قرار گرفته اند تا میزان همبستگی بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته مشخص گردد. برای سنجش پایایی متغیرهای پژوهش نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید. همچنین به منظور به دست آوردن اعتبار صوری ابزار سنجش، پرسشنامه طراحی شده قبل از اجرا در اختیار چندین تن از اساتید دانشگاه علامه طباطبایی تهران و دانشگاه صداوسیما که در حیطه موضوع تحقیق صاحب نظر می باشند، قرار گرفت که مورد تأیید واقع شد.

جدول ۱. میزان پایایی شاخص های پژوهش

متغیرها	تعداد گویه ها	ضریب آلفای کرونباخ
اعتماد به نفس	۹	۰/۸۰۲
روابط تعاملی	۸	۰/۷۹۸
باورها و اعتقادات دینی	۶	۰/۸۰۴
هنجارها و قوانین	۳	۰/۷۴۲
مشارکت و همکاری	۵	۰/۸۰۲
اعتماد اجتماعی	۴	۰/۷۸۶

## یافته‌های تحقیق

### یافته‌های توصیفی

از مجموع ۳۸۳ دانشجویی که به پرسشنامه پژوهش حاضر پاسخ داده‌اند، ۵۳/۸ درصد زن و ۴۶/۲ درصد مرد بوده‌اند. ۴۱/۵ درصد از پاسخگویان در رشته‌های مجموعه علوم انسانی، ۲۵/۱ درصد در رشته‌های مجموعه علوم فنی و مهندسی، ۲۲/۲ درصد در رشته‌های مجموعه علوم کشاورزی و ۱۱/۲ درصد در رشته‌های مجموعه علوم پایه، مشغول به تحصیل بوده‌اند. همچنین ۷۲/۶ درصد پاسخگویان در مقطع کارشناسی، ۱۹/۱ درصد در مقطع کارشناسی ارشد و ۸/۴ درصد در مقطع دکتری در حال تحصیل بوده‌اند.

از منظر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، ۳۹/۴ درصد (۱۵۱ نفر) از دانشجویان بین یک تا دو ساعت و ۳۳/۲ درصد (۱۲۷ نفر) از آنان بین دو تا چهار ساعت از وقت خود را صرف استفاده از این شبکه‌ها کرده‌اند که بیشترین میزان استفاده را شامل می‌شود. همچنین ۲۲/۵ درصد (۸۶ نفر) بیش از چهار ساعت و ۵ درصد (۱۹ نفر) نیز کمتر از یک ساعت از این شبکه‌ها استفاده کرده‌اند. همچنین توصیف ابعاد سرمایه اجتماعی بدین شرح است: ۴۲/۳ درصد (۱۶۲ نفر) از دانشجویان در مورد متغیر اعتماد به نفس، ۵۶/۷ درصد (۲۱۷ نفر) در زمینه متغیر باورها و اعتقادات دینی و ۵۲ درصد (۱۹۹ نفر) در مورد متغیر پایداری به هنجارها و قوانین، گزینه مخالف و کاملاً مخالف را انتخاب کرده‌اند که بیشترین میزان را در بین سایر گزینه‌ها دربرمی‌گیرد. همچنین ۷۰/۵ درصد (۲۵۰ نفر) نسبت به متغیر روابط تعاملی، ۸۰/۲ درصد (۳۰۷ نفر) در مورد متغیر اعتماد اجتماعی، ۴۷/۸ درصد (۱۸۳ نفر) نسبت به متغیر مشارکت، گزینه موافق و کاملاً موافق را برگزیده‌اند که در بین سایر گزینه‌ها فراوانی زیادی را به خود اختصاص داده است.

در ضمن، ابزاری که پاسخگویان برای ورود به شبکه‌های اجتماعی مجازی از آن استفاده کرده‌اند؛ تلفن همراه با ۸۳/۸ درصد بوده است. همچنین، ۷/۶ درصد از پاسخگویان از لپ‌تاپ، ۴/۴ درصد از تبلت، ۲/۹ درصد از رایانه خانگی و ۱/۸ درصد از کافی‌نت استفاده کرده‌اند. بیش از نیمی از پاسخگویان (۵۰/۴ درصد) اظهار کرده‌اند که از پیام‌رسان



تلگرام استفاده کرده‌اند. علاوه بر این، ۳۶ درصد از اینستاگرام، ۳/۱ درصد از سروش، ۲/۹ درصد از توئیتر و ۱ درصد از آی گپ بهره جسته‌اند. در ضمن، ۵ درصد پاسخگویان از سایر پیام‌رسان‌های داخلی و خارجی استفاده نموده‌اند.

### یافته‌های تحلیلی

فرضیه ۱: بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و اعتمادبه‌نفس دانشجویان رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۲. همبستگی بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با مؤلفه اعتمادبه‌نفس

#### دانشجویان

متغیر	ضریب اسپیرمن رو	سطح معنی‌داری	تعداد
اعتمادبه‌نفس	-۰/۴۷۳	۰/۰۱۶	۳۸۳

با توجه به یافته‌های جدول ۲، مشاهده می‌شود ضریب اسپیرمن برای متغیرهای میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و اعتمادبه‌نفس دانشجویان، برابر با -۰/۴۷۳ و همچنین سطح معنی‌داری برابر با ۰/۰۱۶ می‌باشد که نشان‌دهنده آن است که ارتباط معنی‌داری بین این دو متغیر وجود دارد. همچنین با توجه به منفی بودن ضریب اسپیرمن می‌توان گفت که ارتباط معکوسی بین این دو متغیر وجود دارد. یعنی هر چه قدر میزان ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی افزایش یابد، اعتمادبه‌نفس دانشجویان کاهش می‌یابد.

فرضیه ۲: بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و روابط تعاملی دانشجویان رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۳. همبستگی بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با مؤلفه روابط تعاملی

#### دانشجویان

متغیر	ضریب اسپیرمن رو	سطح معنی‌داری	تعداد
روابط تعاملی	۰/۵۸۸	۰/۰۰۰	۳۸۳

با توجه به یافته‌های جدول ۳، مشاهده می‌شود ضریب اسپیرمن برای متغیرهای میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و روابط تعاملی دانشجویان، برابر با ۰/۵۸۸ و همچنین سطح معنی‌داری برابر با ۰/۰۰۰ می‌باشد که نشان‌دهنده آن است که ارتباط معنی‌داری بین این دو متغیر وجود دارد. همچنین با توجه به مثبت بودن ضریب اسپیرمن می‌توان گفت که ارتباط مستقیمی بین این دو متغیر وجود دارد یعنی هر چه قدر میزان ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی افزایش یابد، میزان روابط تعاملی دانشجویان نیز افزایش می‌یابد. در ضمن، ضریب به‌دست‌آمده بین ۰/۳۰ تا ۰/۶۹ قرار دارد که نشان‌دهنده همبستگی متوسط بین این دو متغیر می‌باشد.

فرضیه ۳: بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و باورها و اعتقادات دینی دانشجویان رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۴: همبستگی بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با مؤلفه باورها و اعتقادات دینی دانشجویان

متغیر	ضریب اسپیرمن رو	سطح معنی‌داری	تعداد
باورها و اعتقادات دینی	-۰/۲۷۹	۰/۰۱۲	۳۸۳

با توجه به یافته‌های جدول ۴، مشاهده می‌شود ضریب اسپیرمن برای متغیرهای میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و باورها و اعتقادات دینی دانشجویان، برابر با -۰/۲۷۹ و همچنین سطح معنی‌داری برابر با ۰/۰۱۲ می‌باشد که نشان‌دهنده آن است که ارتباط معنی‌داری بین این دو متغیر وجود دارد. همچنین با توجه به منفی بودن ضریب اسپیرمن می‌توان گفت که ارتباط معکوسی بین این دو متغیر وجود دارد. یعنی هر چه قدر میزان ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی افزایش یابد، باورها و اعتقادات دینی دانشجویان کاهش می‌یابد.

فرضیه ۴: بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و پایبندی به هنجارها و قوانین توسط دانشجویان رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۵. همبستگی بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با مؤلفه پایداری به هنجارها و

قوانین توسط دانشجویان

متغیر	ضریب اسپیرمن رو	سطح معنی داری	تعداد
پایداری به هنجارها و قوانین	-۰/۷۴۸	۰/۰۱۸	۳۸۳

با توجه به یافته‌های جدول ۵، مشاهده می‌شود ضریب اسپیرمن برای متغیرهای میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و پایداری به هنجارها و قوانین توسط دانشجویان، برابر با  $-۰/۷۴۸$  و همچنین سطح معنی داری برابر با  $۰/۰۱۸$  می‌باشد که نشان‌دهنده آن است که ارتباط معنی داری بین این دو متغیر وجود دارد. همچنین با توجه به منفی بودن ضریب اسپیرمن می‌توان گفت که ارتباط معکوسی بین این دو متغیر وجود دارد. یعنی هر چه قدر میزان ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی افزایش یابد، پایداری به هنجارها و قوانین توسط دانشجویان کاهش می‌یابد.

فرضیه ۵: بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و مشارکت و همکاری دانشجویان رابطه معنی داری وجود دارد.

جدول ۶. همبستگی بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با مؤلفه مشارکت و همکاری

دانشجویان

متغیر	ضریب اسپیرمن رو	سطح معنی داری	تعداد
مشارکت و همکاری	۰/۷۳۶	۰/۰۰۰	۳۸۳

با توجه به یافته‌های جدول ۶، مشاهده می‌شود ضریب اسپیرمن برای دو متغیر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و مشارکت و همکاری دانشجویان، برابر با  $۰/۷۳۶$  و همچنین سطح معنی داری برابر با  $۰/۰۰۰$  می‌باشد که نشان‌دهنده آن است که ارتباط معنی داری بین این دو متغیر وجود دارد. همچنین با توجه به مثبت بودن ضریب اسپیرمن می‌توان گفت که ارتباط مستقیمی بین این دو متغیر وجود دارد یعنی هر چه قدر میزان ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی افزایش یابد، روحیه مشارکت و همکاری دانشجویان نیز افزایش می‌یابد. در ضمن، ضریب به‌دست آمده بین  $۰/۷۰$  تا  $۱$  قرار دارد که نشان‌دهنده همبستگی قوی بین این دو متغیر می‌باشد.

فرضیه ۶: بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و اعتماد اجتماعی دانشجویان رابطه معنی داری وجود دارد.

جدول ۷. همبستگی بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با مؤلفه اعتماد اجتماعی

دانشجویان

متغیر	ضریب اسپیرمن رو	سطح معنی داری	تعداد
اعتماد اجتماعی	۰/۲۳۸	۰/۰۰۰	۳۸۳

با توجه به یافته‌های جدول ۷، مشاهده می‌شود ضریب اسپیرمن رو برای دو متغیر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و اعتماد اجتماعی دانشجویان، برابر با ۰/۲۳۸ و همچنین سطح معنی داری برابر با ۰/۰۰۰ می‌باشد که نشان‌دهنده آن است که ارتباط معنی داری بین این دو متغیر وجود دارد. همچنین با توجه به مثبت بودن ضریب اسپیرمن رو می‌توان گفت که ارتباط مستقیمی بین این دو متغیر وجود دارد یعنی هر چه قدر میزان ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی افزایش یابد، میزان اعتماد اجتماعی دانشجویان نیز افزایش می‌یابد. در ضمن، ضریب به دست آمده بین ۰ تا ۰/۲۹ قرار دارد که نشان‌دهنده همبستگی ضعیف بین این دو متغیر می‌باشد.

### بحث و نتیجه‌گیری

شبکه‌های اجتماعی مجازی، بستری برای ایجاد روابط و تعاملات بین افراد مختلف است و به کاربران امکان می‌دهد که به معرفی خود و موقعیت اجتماعی‌شان، به اشتراک گذاشتن نظرات و دانش خود با دیگران، گذراندن اوقات فراغت و ... پردازند. این شبکه‌ها در ایران نیز با گسترش چشمگیری مواجه شده است. در این بین می‌توان گفت که رغبت نوجوانان و جوانان بیشتر از سایر گروه‌های جامعه می‌باشد. دانشجویان نیز به عنوان قشر جوان و تحصیل کرده جامعه از این قاعده مستثنی نیستند. یافته‌های تحقیق حاضر نیز گویا این موضوع می‌باشد؛ به طوری که طبق این یافته‌ها، دانشجویان زمان زیادی را صرف حضور در شبکه‌های اجتماعی مجازی کرده‌اند. بدین گونه که ۵۵/۲ درصد از دانشجویان بین ۲ تا ۴

ساعت و ۲۲/۵ درصد بیش از ۴ ساعت در این شبکه‌ها حضور داشته‌اند. که این حضور بیشتر بر طبق یافته‌های تحلیلی باعث ایجاد تغییراتی در برخی از ابعاد سرمایه اجتماعی در آن‌ها شده است. همچنین اکثر قریب به اتفاق دانشجویان (۸۶/۴ درصد) از ابزارهایی مانند تلگرام و اینستاگرام برای ورود به شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده نموده‌اند که این امر نشان‌دهنده جایگاه پیام‌رسان‌های خارجی در مقایسه با مورد مشابه داخلی آن در نزد دانشجویان می‌باشد.

در بررسی‌هایی که از فرضیه‌های تحقیق به عمل آمده، یافته‌های زیر حاصل شده است: از بین شش مورد فرضیه‌ای که برای این تحقیق در نظر گرفته شده بود؛ فرضیه‌های «رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و اعتماد به نفس دانشجویان»، «رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و باورها و اعتقادات دینی دانشجویان» و «رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و پایبندی به هنجارها و قوانین توسط دانشجویان» دارای رابطه معکوس و معنی‌داری بودند. یعنی همبستگی منفی بین این متغیرها با میزان ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی وجود داشت. سه فرضیه دیگر پژوهش که شامل «رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و روابط تعاملی دانشجویان»، «رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و اعتماد اجتماعی دانشجویان» و «رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و مشارکت و همکاری دانشجویان» دارای رابطه مستقیم و معنی‌داری بودند. بنابراین همبستگی مثبتی بین این متغیرها با میزان ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی وجود داشت. در ادامه به بررسی این یافته‌ها مطابق با چارچوب نظری پژوهش می‌پردازیم.

بر طبق نظریه سرمایه اجتماعی جیمز کلمن، افراد از پتانسیل خبری و ارتباطی که از طریق استفاده از انواع رسانه‌ها و با تعامل با افراد آگاه میسر می‌شود، به توسعه روابط تعاملی خود با دیگران مبادرت می‌کنند. در این بین رسانه‌های ارتباطی نوین که امروزه بیشتر در قالب سایت‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها به جذب مخاطبان می‌پردازند؛ بستر گسترده‌ای را برای ارتباط سریع‌تر افراد جامعه به‌ویژه قشر جوان فراهم کرده‌اند. بستری که می‌تواند بر

ابعاد مختلف زندگی افراد از جمله بر سرمایه اجتماعی آنان تأثیرگذار باشد. نتایج پژوهش حاضر نیز گویای این واقعیت است و به ما نشان می‌دهد که با افزایش میزان استفاده دانشجویان از این شبکه‌ها، روابط تعاملی آنان با دیگران توسعه یافته است.

بعد دیگر نظریه کلمن بر تبعیت افراد از هنجارها و قوانین جامعه تأکید می‌کند. می‌توان گفت که هر جامعه‌ای بدون استثنا دارای هنجارها و قوانین مختص به خود می‌باشد که بایستی برای حفظ حداقل نظم لازم برای بقای یک جامعه توسط اعضای آن جامعه مورد تبعیت قرار گیرد. هرچند گروه‌های خرده فرهنگی متعارض را نمی‌توان نادیده گرفت اما تبعیت از قوانین جامعه یک اصل لازم و ضروری تلقی می‌شود. این تبعیت از هنجارها و قوانین هم می‌تواند در فضای واقعی و در قالب مراودات روزمره باشد و هم در فضای مجازی و در قالب شبکه‌های اجتماعی مجازی. با این وجود، یافته‌های این پژوهش نشان داد که دانشجویان به واسطه حضور بیشتر در اجتماعات مجازی و تأثیر پذیرفتن از فضای موجود در آن، اظهار داشته‌اند که این فضاها تأثیر زیادی در تقویت و بالابردن تبعیت پذیری آنان از هنجارها و قوانین جامعه نداشته‌اند.

تحلیل چهار متغیر دیگر پژوهش حاضر، نشان‌دهنده وضعیت‌های متفاوتی در همبستگی آنان با میزان استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌باشد. به طوری که اعتماد به نفس دانشجویان یا همان گونه که رابرت پاتنام بدان اعتماد شخصی می‌گوید؛ در خلال افزایش استفاده از این شبکه‌ها با کاهش مواجه گردیده است. این در حالی است که در شرایط عادی چنین تصور می‌شود که حضور افراد در شبکه‌های مجازی که شرایطی به نسبت فراغ تر و سهل‌الوصول تری نسبت به دنیای واقعی دارد؛ می‌تواند سطح اعتماد به نفس آنان را به واسطه معرفی آزادانه خود در این فضاها، افزایش دهد. اما همان‌طور که گفته شد به طور قطع به یقین نمی‌توان بیان داشت که شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توانند بستر مناسبی برای رشد و توسعه اعتماد شخصی افراد تلقی شوند. برخلاف اعتماد به نفس که همبستگی منفی و رابطه معکوسی را نشان داد؛ اعتماد اجتماعی دارای همبستگی مثبت و رابطه مستقیمی با میزان افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی

می‌باشد. بدین معنی که دانشجویان اظهار کرده‌اند که حضور فزاینده آنان در این شبکه‌ها، با افزایش میزان اعتماد اجتماعی آنان مترادف بوده است. نکته جالب توجهی که در اینجا می‌توان بدان اشاره کرد؛ نظر رابرت پاتنام در این مورد بود که اعتماد شخصی باید منجر به اعتماد اجتماعی شود. اما بر طبق یافته‌های پژوهش حاضر، مشخص شد که این دو نوع اعتماد دارای جهت‌های ناهم‌سویی با هم هستند. به گونه‌ای که یکی از آن‌ها سیر نزولی را نشان می‌دهد و دیگری سیر صعودی. البته باید به این نکته نیز اشاره کرد که در این پژوهش ما این دو مقوله را با هم نسنجیده‌ایم و قصد این کار را نیز نداشته‌ایم؛ بنابراین نمی‌توانیم در مورد آن‌ها قضاوت کنیم. اما این امر بدیهی را نیز نمی‌توان در نظر نگرفت که گفته رابرت پاتنام در صورتی درست خواهد بود که این دو نوع اعتماد، همسو و هم‌راستا با هم باشند تا به نتیجه دلخواه برسند.

در زمینه تعمیم‌پذیری پژوهش با یافته‌های پژوهشگران دیگر باید اظهار داشت که نتایج این پژوهش با یافته‌های جواهری و باقری (۱۳۸۶) با عنوان «تأثیر استفاده از اینترنت بر سرمایه اجتماعی و انسانی دانشجویان دانشگاه تهران» و پژوهش پمپک و همکاران (۲۰۰۹) با عنوان «استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی توسط دانشجویان» دارای همخوانی می‌باشد.

در پایان به بررسی سؤال اصلی پژوهش می‌پردازیم. سؤال اصلی پژوهش این بود که میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی چه رابطه‌ای با ابعاد سرمایه اجتماعی دانشجویان دارد؟ با یافته‌هایی که در این پژوهش بدان دست یافتیم می‌توان گفت که ابعاد سرمایه اجتماعی دانشجویان در خلال استفاده از این شبکه‌ها تحت تأثیر تغییراتی قرار گرفته به طوری که نیمی از متغیرها دارای رابطه منفی و معکوسی بود و نیم دیگر آنان نیز رابطه مثبت و مستقیمی داشتند.

### پیشنهاد‌های پژوهش

با توجه به یافته‌های توصیفی تحقیق، دانشجویان رغبت بیشتری برای استفاده از پیام‌رسان‌های خارجی در مقایسه با نوع داخلی آن داشتند؛ بنابراین ضرورت انجام پژوهشی

مستقل در زمینه علل و عوامل گرایش دانشجویان به طور خاص و مردم جامعه به طور عام به استفاده از پیام‌رسان‌های خارجی، احساس می‌شود. همچنین می‌توان به دست‌اندرکاران تولید و توسعه این گونه پیام‌رسان‌ها، پیشنهادهایی در جهت بهبود محصولات خود و بالا بردن توان رقابتی آنان، ارائه داد.

همچنین با فراگیر شدن شبکه‌های اجتماعی مجازی و رغبت بیش‌ازپیش جوانان و به‌ویژه دانشجویان، ضرورت افزایش آموزش‌های سواد رسانه‌ای و حتی گنجاندن واحد درسی در این زمینه در کلیه رشته‌های دانشگاهی احساس می‌شود. این امر به دانشجویان کمک می‌کند تا آن‌ها بتوانند با جنبه‌های مختلف استفاده از این نوع رسانه‌ها و آثار و نتایج مثبت و منفی آن‌ها آشنا شوند و حداقل توانایی لازم برای تقویت روابط خود با دیگران و بالا بردن جنبه‌های سرمایه اجتماعی خود با استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی را به دست آورند.





## منابع

- برتون، فیلیپ (۱۳۸۲). *آیین اینترنت تهدیدی برای پیوند اجتماعی*، ترجمه: علی اصغر سرحدی و ن، جمشیدی، تهران: امیر کبیر.
- بوردیو، پیر (۱۳۸۴). *شکل‌های سرمایه در سرمایه اجتماعی*، اعتماد و دموکراسی، ترجمه: یحیی کیان تاجبخش، تهران: نشر شیرازه.
- پاتنام، رابرت (۱۳۸۰). *دموکراسی و سنت‌های مدنی*، ترجمه: محمدتقی دلفروز، تهران: دفتر مطالعات و تحقیقات سیاسی وزارت کشور.
- پناهی، محمدحسین و حسین پناهی (۱۳۹۴). «بررسی ابعاد و رابطه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات با سرمایه اجتماعی»، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال اول، شماره ۳، صص ۴۲-۲، پاییز.
- جواهری، فاطمه و لیلا باقری (۱۳۸۶). «تأثیر استفاده از اینترنت بر سرمایه اجتماعی و انسانی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه تهران)»، تهران: مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه خوارزمی، سال پانزدهم، شماره ۵۷ و ۵۸، صص ۶۶-۳۴، پاییز و زمستان.
- خانیکی، هادی و محمود بابایی (۱۳۹۱). «تأثیر سازوکارهای ارتباطی اینترنت بر الگوهای تعامل کنشگران فضای سایبر ایران»، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۵۶، صص ۱۱۶-۷۴، بهار.
- سورین، ورنر جی و جیمز دبلیو تانکارد (۱۳۸۸). *نظریه‌های ارتباطات*، ترجمه: علیرضا دهقان، چاپ چهارم، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- شاوردی، ته‌مین (۱۳۹۶). «سرمایه اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی واقعی و مجازی (مورد مطالعه: دختران دانشجوی دانشگاه‌های شهر تهران)». فصلنامه توسعه اجتماعی (توسعه انسانی سابق)، دوره یازدهم، شماره سوم، صص ۹۶-۶۷، بهار.
- فرقانی، محمد مهدی و ربابه مهاجری (۱۳۹۷). «رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییر در سبک زندگی جوانان». فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال چهارم، شماره ۱۳، صص ۲۹۲-۲۶۰، بهار.
- کریمی‌ان، کبری، مهربان پارسامهر و سید علیرضا افشانی (۱۳۹۶). «بررسی جامعه‌شناختی عوامل مرتبط با گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی (مورد مطالعه: بین دانش آموزان دختر

- دبیرستان‌های شهرکرد). فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال سوم، شماره ۱۰، ۲۰۸-۱۷۰، تابستان.
- کازنو، ژان (۱۳۸۴). *جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی*، ترجمه: باقر ساروخانی و منوچهر محسنی، تهران: انتشارات اطلاعات.
- کلمن، جیمز (۱۳۷۷). *بنیادهای نظری اجتماعی*، ترجمه: منوچهر صبوری، تهران: انتشارات نی.
- مک کوایل، دنیس (۱۳۸۸). *درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی*، ترجمه پرویز اجلالی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- مهدی زاده، سید محمد (۱۳۸۹). *نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*، تهران: همشهری.
- نصر اصفهانی، علی، محمد اسماعیل انصاری، علی شائمی برزکی و حسین آقا حسینی (۱۳۹۰). «بررسی سرمایه اجتماعی سازمانی در سازمان‌های خدماتی استان اصفهان (با رویکرد آموزه‌های مدیریت در آثار سعدی)»، فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی، شماره اول، صص ۱۳۴-۱۰۷، بهار.
- ویندال، سون، بنو سیگنایتر و جین تی اولسون (۱۳۸۷)، کاربرد نظریه‌های ارتباطات. ترجمه: علیرضا دهقان، تهران: جامعه شناسان.
- ویمر، راجر دی و جوزف آر دومینیک (۱۳۸۹). *تحقیق در رسانه‌های جمعی*، ترجمه: کاووس سید امامی، تهران: انتشارات سروش و مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای.
- Cachia, Romania. (2008). *social computing: study on the use and impact of online social networking*. IPTS exploratory research on the socio.
- Ellison, Nicole B, Charles Steinfield, Cliff Lampe (2009). *The benefits of facebook Friends, Social capital and college students' use of online social network sites*. Journal of computer-mediated communication, Volume 12, Issue 4, PP: 1143-1168.
- Heim, Michael. (2003). *Heidegger and McLuhan the essence of virtual reality*, Journal of philosophy of technology. Malden.
- Lin, Nan (1999), *Building a Network Theory of Social Capital*. Department of Sociology, Duke university. An earlier version of this paper was presented as the keynote address at the XIX International sunbelt Social network conference, Charlston, South Carolina, PP:28-51.

- Pempek, T.A & et al. (2009), *college students social networking experiences on facebook*. Journal of applied developmental psychology, vol30, PP:227-238.
- Putnam, Robert. (1999). *Transforming social practice: An action science perspective*, Sage publishing, volume 30, issue2, PP:177-178.
- Wellman, Barry. (2001). *The persistence and transformation of community neighbourhood group to social networks*, Report to the law commissiom of Canada, 1-96.
- Wellman, Barry & Quan Hass, Anabel & Witte, James & Hampton, Keith. (2001). *Does the internet increase, decreas or supplement social capital? Social network, participation and community*, A summary of article published in American behavior scientist, vol45, PP: 436-455.
- Wellman, Barry & Quan Hass, Anabel. (2002). *How does the internet affect social capital*, Journal of IT and social capital. university of Toronto. 1-14.





پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی