

روش مطالعه علمی در باب صفحه‌های مرتبط با شبکه‌های رادیو و تلویزیونی در شبکه‌های اجتماعی مجازی (با رویکرد ترکیبی کمی و کیفی)

ابراهیم اسکندری پور[✉]، علی اکبر اکبری تبار*

چکیده

هدف مقاله حاضر، معرفی و ارائه شیوه‌ای برای مطالعه در خصوص صفحه‌های مرتبط با شبکه‌های رادیو و تلویزیونی در شبکه‌های اجتماعی مجازی است. به این منظور، رویکردی ترکیبی برای انجام پژوهش پیشنهاد شده است؛ هدف از اتخاذ این رویکرد، امکان به کارگیری همزمان رویکرد نظری شبکه اجتماعی، روش تحلیل شبکه اجتماعی و نیز روش شبکه‌نگاری است که از روش تحقیق‌های جدید در این حوزه به شمار می‌رود و امکان ارائه تحلیلی متناسب با فضای شبکه‌های اجتماعی مجازی را از نظر هر دو بعد محتوا و فرم، مهیا می‌سازد. دلیل پیشنهاد و ارائه این شیوه مطالعه، تناسب و انعطاف‌پذیری آن با موضوع است. در این شیوه، پژوهشگر از سطح ساختار ارتباطات و نیز شبکه روابط موجود میان کنشگران در خصوص موضوع مورد مطالعه آغاز می‌کند و سپس به بحث درباره محتوای این ارتباطات می‌پردازد که می‌تواند شامل عمق و شدت تمایلات کنشگران نسبت به موضوع باشد و در کل با پژوهش‌های معمول و رایج بدون رویکرد شبکه‌ای بسیار متفاوت است زیرا یکی از ویژگی‌های رویکرد ترکیبی، امکان مطالعه همزمان کالبد و ساختار شبکه در کنار محتوای ارتباطات است.

کلید واژه‌ها: شبکه‌های اجتماعی مجازی، شبکه‌نگاری، تحلیل شبکه اجتماعی، رویکرد ترکیبی

✉ نویسنده مسئول: دانشجوی دکترای مدیریت رسانه، دانشگاه امام رضا (ع) Email: e.eskandari@gmail.com

* دانشجوی دکترای رفاه اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی

پذیرش نهایی: ۹۲/۸/۱۲

تجدید نظر: ۹۲/۶/۲

تاریخ دریافت: ۹۲/۴/۴

مقدمه

شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، امروزه فضای تعاملی جدید و بستری فراتر از حوزه‌های ارتباطات سنتی فراهم آورده‌اند. این شبکه‌ها با ارائه مفهومی نوین از زندگی مجازی و شبکه‌ای؛ به عنوان جامعه سایبری، با بنیان‌های فرهنگی و معنایی متفاوت با معادلات جامعه غیرمجازی پدیدار شده‌اند. برای شناخت و تدبیر راه‌های مواجهه با این پدیده، شناخت اعماق فرهنگی فضای مجازی، امری ضروری است؛ چرا که مواجهه با شبکه‌های اجتماعی بدون شناخت بنیان‌های معرفتی روابط جاری در آنها، مانند مواجهه با سایه‌ها خواهد بود.

با توجه به اینکه پژوهش حاضر، رویکرد عملیاتی و کاربردی خاصی برای پژوهشگران و تصمیم‌گیران ایرانی دارد و به دنبال توجه و تمرکز بر روی رفتار آنلاین کاربران ایرانی در شبکه‌های اجتماعی مجازی بوده است، مسئله اصلی در این نوع پژوهش‌ها باید توجه به فضای عمومی شبکه اجتماعی مجازی با تمرکز بر خرده‌فرهنگ کاربران ایرانی، از طریق مطالعه هویت‌های موجود در آن و سطح و شیوه تعاملات جاری کاربران در این شبکه، برای دستیابی به شناخت اکتشافی در زمینه کاربران ایرانی شبکه اجتماعی باشد.

ظهور و گسترش شبکه‌های اجتماعی اینترنتی در جهان و همچنین در ایران طی سال‌های گذشته و سرعت رشد اعضای این سایت‌ها (کوثری، ۱۳۸۶، ص ۲۰ و پوتنام^۱، ۲۰۰۰، ص ۱۷۰)، پیمایش‌های مؤسسه اینترنت و زندگی امریکایی پیو^۲ و نیز آمار مؤسسه «آمار اینترنت جهانی»^۳ و آمارهای سایت الکسا^۴ شاهدی بر این امر هستند. این آمار همچنین حاکی از گسترش لحظه‌ای کاربران و مخاطبان این رسانه‌های اجتماعی نوظهور در ایران است. از سوی دیگر، مفاهیمی همانند جنگ نرم، جنگ سایبری^۵ و موارد مشابه که امروزه به بحثی رایج در فضای عمومی کشور تبدیل شده است، همگی به پدیده‌هایی اشاره دارند که رسانه‌های اجتماعی در کانون آنها قرار دارند. با وجود مباحث گوناگون و متعددی که در این زمینه در نشریات مختلف و همچنین افکار عمومی جریان دارد، تاکنون پژوهش‌های علمی و دانشگاهی معدودی با رویکرد ترکیبی

1. Putnam 2. Pew 3. internet world stats
4. Alexa 5. cyber war

و کل نگر در این حوزه صورت پذیرفته است. از سوی دیگر، پژوهش‌های صورت گرفته نیز یا به شکل مقطعی و به صورت بررسی‌های موردی در یک زمان خاص و بسیار محدود صورت پذیرفته است و یا به شکل کلی و اجمالی، ویژگی‌های عمومی و به طور عمده جمعیت‌شناختی شبکه بررسی شده است. در اغلب این پژوهش‌ها، با پرداختن به موارد کلی و فنی، از تهدیدها و فرصت‌های این پدیده نوظهور سخن به میان رفته است. علاوه بر این، برخی از مطالعات ذکر شده، به طور عمده با مبنا قرار دادن داده‌ها و نتایج کاربران خارجی (غیر ایرانی) این گونه شبکه‌ها صورت پذیرفته است. از این رو، ضرورت انجام پژوهش‌های دسته اول توصیفی - اکتشافی در این زمینه به خوبی احساس می‌شود. بنابراین، در شرایطی که سخن از تأثیرات این شبکه‌ها در رسانه‌های جمعی بسیار است، لزوم شناخت پایه‌ای و توصیف و اکتشاف یکپارچه آنها، اهمیت دوچندان می‌یابد؛ چنان که لازم است به تأثیرات اجتماعی، فرهنگی و سیاسی این رسانه‌های اجتماعی بیش از پیش توجه داشته باشیم.

قدم آغازین در مسیر مطالعه و پژوهش علمی در باب شبکه‌های اجتماعی مجازی، شناخت ساختار شبکه‌ها، روابط و همچنین فضای حاکم بر ارتباطات رایج در آنها، به عنوان فلسفه و کارویژه این شبکه‌هاست. برای این منظور، لازم است پژوهشی بر پایه داده‌های حاصل از فعالیت‌های کاربران ایرانی صورت پذیرد، تا بتوان در مورد کاربران ایرانی به طور خاص اظهار نظر کرد و برای استفاده بهتر آنها از این شبکه‌ها به برنامه‌ریزی پرداخت.

موضوع مقاله حاضر، چگونگی مطالعه و بررسی ساختار، قواعد و روابط حاکم بر تعاملات کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی در قبال صفحات مرتبط با صداوسیما و شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی است. هدف از پژوهش صورت گرفته نیز، تدارک زمینه‌ای برای آشنایی پژوهشگران و شناخت عمیق‌تر آنان از ماهیت شبکه‌های اجتماعی مجازی و روابط موجود در آنها بوده است.

اهداف پژوهش با رویکرد ترکیبی

اهداف اصلی پژوهش با رویکرد ترکیبی برای مطالعه شبکه‌های اجتماعی مجازی با تمرکز بر موضوعی خاص مانند رادیو و تلویزیون می‌تواند مواردی از این دست باشد:

بررسی ماهیت و بنیان‌های معرفتی کاربران شبکه و اعضای صفحات مرتبط با شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی داخلی و خارجی و دستیابی به دانش اکتشافی در این زمینه دستیابی به الگوی ساختاری ارتباطات شکل گرفته در شبکه^۱ و فرهنگ حاکم بر جریان ارتباطات (تعاملات در بستر شبکه) با تمرکز بر شبکه‌های رسانه‌ای داخلی و خارجی ابتدا شناسایی ساختار اصلی تعاملات اعضایی که پسندیدن^۲ یا دنبال کردن^۳ صفحه خاصی را اظهار کرده‌اند و سپس شناسایی زیرگروه‌های ساختاری اصلی در شبکه و افراد تأثیرگذار در این ساختار

کشف و رمزگشایی شیوه تعاملات و ارتباطات و معانی متضمن آن در خصوص شبکه‌های رسانه‌ای داخلی و خارجی

مجموعه این اهداف، شناختی روشن و کل‌نگر از شبکه اجتماعی مجازی به عنوان یک رسانه اجتماعی به دست می‌دهد. این شناخت می‌تواند به عنوان زیربنایی برای برنامه‌ریزی و بهره‌برداری حداکثری، مانع از آسیب‌های این پدیده از طریق شبکه رادیویی و تلویزیونی یا صداوسیما به عنوان یک سازمان رسانه‌ای بزرگ در ایران شود. از سوی دیگر، به دلیل یکپارچه بودن و نگاه کل‌نگر در این پژوهش، نتایج کار تا حدی تبیین‌کننده نوع ذائقه و گرایش‌های رسانه‌ای مخاطبان نیز خواهد بود.

پیشینه پژوهش

بر اساس نتایج پژوهش بار^۴ (۱۹۹۸) درباره رابطه بین ساخت شبکه‌های کسب‌وکار و عملکرد بنگاه‌ها در آفریقا، کارآفرینان فقیری که مؤسسات کوچک محلی را در صنایع سنتی می‌گرداند، به چیزی شکل داده‌اند که وی آن را شبکه‌های همبستگی با هدف مبادله اطلاعات شخصی درباره سلوک و نیت اعضا می‌نامد. کارکرد اول این شبکه‌ها، کاهش مخاطره و مقابله با شرایط نامطمئن است. در مقابل، بنگاه‌های بزرگ‌تر و وسیع‌تر، در شبکه‌هایی که ایجاد نوآوری می‌کنند، ادغام شده‌اند و به این ترتیب، اعضای آنها در دانش مربوط به فناوری و بازارهای جهانی با هدف روشن افزایش سود بنگاه، توان تولیدی و سهم بازار سهیم‌اند (به نقل از ولکاک^۵ و نارایان^۶، ترجمه خاکباز و پویان، ۱۳۸۴).

1. social network structure

2. like

3. follow

4. Baar

5. Wolcok

6. Nariyan

بهبود دوران (۱۳۸۵) در تحلیلی نظری، به بررسی کارکرد حمایتی پیوندهای قوی و ضعیف اجتماعی در قبال انواع فشارهای روانی - اجتماعی از دیدگاه تحلیل شبکه اجتماعی و رابطه آن با اعتیاد به مواد مخدر و همچنین ترک آن پرداخته است. وی با مقایسه شبکه تعامل‌های رو در روی اجتماعی با شبکه ارتباطات رایانه واسط، مزایای شبکه دوم را که به تازگی ایجاد شده، برای برخورداری مطلوب و مناسب از خدمات حمایتی شبکه روابط اجتماعی در پیوند زدن افراد شامل مواردی چون نداشتن محدودیت زمانی، مکانی و فضایی می‌داند. وی در نهایت با تکیه بر این واقعیت که شبکه وبلاگ‌نویسان ایرانی رتبه سوم جهان را از نظر تعداد به خود اختصاص داده است^۱، اظهار می‌دارد؛ گستردگی استفاده از این ابزار در بین جوانان ایرانی، نشان می‌دهد که با توسعه وبلاگستان و اتاق‌های چت فارسی زبان، می‌توان از طریق تأمین چتر حمایتی گسترده و دایمی شبکه ارتباطات رایانه واسط در شبکه روابط اجتماعی، هر سه گروه در خطر گرایش به مواد مخدر، معتاد به مواد مخدر و در حال ترک را مورد حمایت قرار داد.

باستانی و صالحی هیکویی (۱۳۸۶) در پژوهشی به بررسی ویژگی‌های ساختاری، تعاملی و کارکردی شبکه اجتماعی زنان و مردان در تهران پرداخته‌اند. فرض اصلی پژوهش این است که زنان و مردان به دلیل تفاوت در ساختار زندگی و به دلیل نابرابری‌های جنسیتی، سرمایه اجتماعی متفاوتی دارند. آنچه شبکه روابط زنان و مردان را از هم متمایز می‌سازد، فرصت‌ها و محدودیت‌های زنان و مردان است که از نابرابری‌های جنسیتی و توزیع نابرابر امکانات و فرصت‌ها در جامعه نشئت می‌گیرد.

محسنی و همکاران (۱۳۸۵) در پژوهشی به بررسی اثرات استفاده از اینترنت بر انزوای اجتماعی کاربران کافی‌نت‌های تهران پرداخته‌اند. بر اساس نتایج این پژوهش، میان زمان استفاده از اینترنت در طول شبانه‌روز و انزوای اجتماعی پاسخگویان رابطه‌ای معنادار و معکوس وجود دارد. همچنین استفاده جمعی و گروهی از اینترنت موجب کاهش انزوای اجتماعی شده است.

محمود شارع‌پور (۱۳۸۶) در تحلیلی نظری به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در بازتولید نابرابری‌های آموزشی پرداخته است. او با تکیه بر دیدگاه شبکه‌ای و با تحلیل

ساخت اجتماعی، اظهار می‌کند؛ نقطه تمرکز دیدگاه شبکه این است که به جای تأکید بر کنشگران و ویژگی‌های فردی آنان، ساختار روابط بین کنشگران را مورد توجه قرار می‌دهد. او با استفاده از چارچوب تحلیل شبکه‌ای و فرض شبکه به عنوان سرمایه اجتماعی برای فرد، در نهایت نتیجه می‌گیرد که برخورداری از رابطه حمایتی با عاملان نهادی، شرط لازم برای پیشرفت در نظام آموزشی و همچنین موفقیت شغلی در آینده است. همتن^۱ و ولمن^۲ (۱۹۹۹) پرسش اصلی پژوهش خود را این گونه مطرح می‌کنند که برخورداری از نعمت اینترنت رایگان و پرسرعت، چه اثری بر انواع روابط بین شخصی افراد با دوستان، بستگان و همسایگان می‌گذارد. نتایج پژوهش آنان حاکی از این است که اینترنت از طیفی از پیوندهای اجتماعی قوی و ضعیف، ابزاری، عاطفی، اجتماعی و نسبی حمایت می‌کند. روابط، به ندرت در ارتباط رایانه‌ای صرف محفوظ و محدود می‌مانند و بیشتر به صورت ترکیبی از تعاملات آنلاین و آفلاین جریان دارند. همچنین با وجود توان اینترنت برای خدمت به عنوان نوعی فناوری ارتباط جهانی، عمده فعالیت آنلاین، میان افرادی است که نزدیک یکدیگر زندگی یا کار می‌کنند.

پیستمز^۳ (۱۹۹۸) در پژوهشی، به تحلیل محتوای تعدادی از پژوهش‌های مربوط به آثار ارتباطات رایانه‌ای بر نفوذهای اجتماعی در گروه‌ها پرداخته‌اند. بر اساس چارچوب نظری این پژوهش، عواملی که به طور سنتی به عنوان عوامل از بین برنده فردگرایی شناخته می‌شوند، مانند ترکیب گمنامی و ذوب‌گروی یا تعامل از طریق یک شبکه رایانه‌ای، برجستگی گروهی و انطباق با هنجارهای گروه را تقویت می‌کند و از این طریق، تأثیر بر مرزبندی‌های اجتماعی را شدت می‌بخشد. یافته‌های نیمی از پژوهش‌ها حاکی از اثر تخریبی اینترنت بر مرزبندی‌های اجتماعی است. به طوری که برای بسیاری از کاربران، جذابیت اینترنت، در حرکت آزاد و قابلیت آن در اتصال افراد، صرف نظر از زمان و مکان نهفته است. با توجه به مقیاس جهانی این فناوری و سرعت فراگیری نوآوری، ارتباط رایانه‌ای تأثیر آشکاری بر درهم شکستن مرزهای ملیتی، نژادی، زبانی و عقیدتی دارد.

چو^۴ و چان^۵ (۲۰۰۸) در مطالعه‌ای، به بررسی رابطه بین شبکه اجتماعی، اعتماد اجتماعی و اهداف مشترک با اشتراک‌گذاری دانش سازمانی پرداخته‌اند. نمونه آماری

1. Hampton

2. Wellman

3. Postmes

4. Chow

5. Shan

مورد بررسی در این پژوهش ۱۹۰ نفر از مدیران شرکت‌های تجاری هنگ‌کنگ بوده است. بر اساس یافته‌ها، پاسخگویان هنگام به اشتراک‌گذاری دانش، تفاوتی بین دانش نهان و آشکار قایل نبودند و شبکه‌های اجتماعی و اهداف مشترک به طور معناداری بر نگرش نسبت به اشتراک داوطلبانه دانش و همچنین هنجارهای ذهنی در مورد اشتراک دانش تأثیر داشتند. شبکه‌های اجتماعی و اهداف مشترک بر تمایل و خواست در خصوص اشتراک‌گذاری دانش در درون سازمان اثر معکوس دارند و رابطه‌ای بین اعتماد اجتماعی با هنجارهای ذهنی و نگرش نسبت به اشتراک دانش مشاهده نمی‌شود. مولر^۱ (۲۰۰۷) در مقاله‌ای با عنوان تحلیل شبکه اجتماعی، به بررسی عملی یک روش عمل‌گرایانه در مورد گسترش اشتراک دانش پرداخته است. بر اساس شاخص ارتباطات بیرونی - درونی، ارتباطات درونی در میان مؤسسات پژوهشی، به وضوح بر ارتباطات بیرونی بین مؤسسات مختلف غلبه دارد.

لی (۲۰۰۶) در پژوهشی، به بررسی قدرت سرمایه اجتماعی شبکه در ارتباطات آنلاین در میان ۵۱۲ نفر از دانشجویان کره جنوبی پرداخته است. بر اساس نتایج حاصل از این پژوهش، سرمایه اجتماعی شبکه که در اجتماعات آنلاین شکل گرفته و حفظ می‌شود، به طور معناداری با کسب پایگاه‌ها رابطه مثبت دارد. این نتایج با این واقعیت تبیین می‌شود که اعضای اجتماعات برخط می‌توانند به طور مکرر، به همان صورت که اطلاعات را منتقل می‌کنند، از یکدیگر پشتیبانی احساسی به عمل آورند. افرادی که در فضای واقعی سرمایه اجتماعی شبکه ندارند، در فضای مجازی توانسته‌اند با فعالیت اینترنتی سرمایه اجتماعی شبکه جایگزین بیابند.

گرنفیلد^۲ و دیویس^۳ (۲۰۰۲) بر اساس یافته‌های این پژوهش، اظهار می‌دارد که اکثر شرکت‌های تجاری امریکایی، امکان دسترسی به اینترنت را برای کارکنان خود فراهم کرده‌اند. بیش از نیمی از کارمندان و حدود ۷۰ درصد از شرکت‌هایی که مورد بررسی قرار گرفته‌اند، به اینترنت دسترسی داشته‌اند. بیش از ۸۲ درصد از شرکت‌ها، سیاست‌هایی برای نحوه دسترسی به اینترنت در محل کار اندیشیده بودند که موارد استفاده صحیح و ناصحیح از اینترنت را در محل کار معین می‌کرد. با وجود این سیاست‌ها، شرکت‌های امریکایی با مشکلی جدی روبه‌رو هستند. بیش از ۶۰ درصد از

1. Muller

2. Greenfield

3. Davis

شرکت‌ها، کارکنان خود را به دلیل استفاده نادرست از اینترنت، جریمه و ۳۰ درصد از آنها برخی از کارکنان خود را به همین دلیل، از محل کار اخراج کرده‌اند. پرداختن به موضوعات مستهجن، چت کردن، بازی اینترنتی، سرمایه‌گذاری یا خرید در محل کار، از عوامل جریمه یا اخراج این کارکنان بوده است.

ادبیات پژوهش

در این بخش، با توجه به اینکه رویکرد ترکیبی، آمیزه‌ای از روش کمی و کیفی است، ابتدا روش تحلیل شبکه اجتماعی، به عنوان یک نمونه از روش‌های موجود در رویکرد کمی و سپس روش مردم‌نگاری و شبکه‌نگاری به عنوان یک روش کیفی معرفی شده‌اند.

تحلیل شبکه اجتماعی

روش تحلیل شبکه اجتماعی و نیز رویکرد نظری آن، نوعی نگاه کل‌نگر و از بالا، به ارتباطات میان افراد، کنشگران و فعالان شبکه است؛ این شبکه می‌تواند یک شبکه اجتماعی، کاری، رابطه میان مولکول‌ها و غیرجانداران و ... باشد. اما در بحث حاضر، به مطالعه آن دسته از شبکه‌های اجتماعی که در آنها رابطه میان کنشگران انسانی مورد توجه است، پرداخته می‌شود. تلاش شده است با استخراج ساختار ارتباطات و الگوی رابطه میان این کنشگران و با بهره‌گیری از مدل‌های ساختاری مبتنی بر نظریه گراف در ریاضیات که این ارتباطات را با خطوط و کنشگران فعال در شبکه را با نقاط نشان می‌دهد، در قالب یک گراف یا مجموعه‌ای از خطوط و نقاط، نوعی شبیه‌سازی از این ارتباطات و الگوی آن ارائه شود. بنابراین می‌توان گفت که تحلیل شبکه اجتماعی، با هدف ساخت و تحلیل داده‌های «رابطه‌ای»^۱ (ارتباطی) صورت می‌پذیرد. در علوم اجتماعی، این داده‌ها ارتباطات اجتماعی بین کنشگران^۲ (خواه فرد، گروه یا سازمان باشد) را مد نظر قرار می‌دهند. تحلیل شبکه اجتماعی بر تحلیل مجموعه‌ای از رابطه‌ها^۳ (خطوط) بین کنشگران (گره‌ها)^۴ تمرکز می‌یابد و درصدد بازشناسی الگو و

1. relation 2. actors 3. tie
4. node

ویژگی‌های ساختاری ارتباطات و زیرمجموعه‌های آن است (ادواردز^۱، ۲۰۱۰). برخی از مفاهیم پر استفاده در روش تحلیل شبکه اجتماعی را می‌توان چنین تعریف کرد:

شبکه. مفهوم «شبکه»^۲ بر این حقیقت تأکید دارد که هر فرد، دارای برخی گره‌های ارتباطی با افراد دیگر است. افرادی که هر کدام از آنها به نوبه خود، به تعداد کم، متوسط و یا زیادی از دیگران گره خورده‌اند (واسرمن^۳ و فاوست^۴، ۱۹۹۴).

شبکه اجتماعی. عبارت «شبکه اجتماعی»^۵ به مجموعه‌ای از کنشگران و ارتباطات و گره‌های ارتباطی میان آنها اشاره دارد. تحلیل گره شبکه تلاش خواهد کرد با طراحی مدلی برای این روابط، ساختار گروه را به تصویر بکشد. در آینده نیز فردی دیگر می‌تواند تأثیر این ساختار را بر کارکرد گروه و یا بر افراد درون گروه مطالعه کند (همان، ص ۹).

نگاره^۶. برای تحلیل روابط اجتماعی، به بازنمود و الگوی صریحی در خصوص این روابط اجتماعی نیاز داریم تا از این طریق آنچه را درباره‌اش صحبت می‌کنیم، درک کنیم. در نتیجه، ابزار و نظریه‌ای نیز برای تحلیل این روابط مورد نیاز است تا در راستای پیشرفت به ما کمک کند؛ می‌توان کنشگران، یعنی مصداق‌هایی التفاتی نظیر انسان‌ها یا سازمان‌ها را که به عنوان گره (تارک‌ها)^۷ نمود می‌یابند و روابط را که به عنوان خط‌ها (لبه‌ها)^۸ در نظر گرفته می‌شوند، به صورت نگاره یا شبکه‌ای اجتماعی رسم کرد. نگاره برآیند، امکان بررسی دیداری روابط ماورای چیزی را که از طریق روابط واقعی امکان‌پذیر است، مهیا می‌سازد، یک نگاره می‌تواند تا حد زیادی کامل‌تر و دارای ابهام کمتری نسبت به مواجهه‌های گذرا از چیزی که مبتنی بر آن است، باشد (واسرمن و فاوست، ۱۹۹۴ و اسکات^۹، ۲۰۰۰، صص ۶۳-۶۵).

داده‌های رابطه‌ای. دو گونه اصلی داده‌ها، داده‌های خصوصیتی^{۱۰} و داده‌های رابطه‌ای^{۱۱} هستند. داده‌های رابطه‌ای شامل ارتباطات، گره‌ها، اتصالات، ضمایم (پیوست‌ها و قرارها) گروه و جلسات می‌شوند که فردی را به فرد دیگر مرتبط می‌سازند و نمی‌توانند به ویژگی‌های عاملان فردی صرف تقلیل یابند؛ داده‌های رابطه‌ای

- | | | |
|--------------------|---------------------|--------------|
| 1. Edwards | 2. network | 3. Wasserman |
| 4. Faust | 5. social network | 6. graph |
| 7. vertices | 8. edges | 9. Scott |
| 10. attribute data | 11. relational data | |

در مرکز دغدغه‌های اصلی سنت جامعه‌شناختی قرار دارند، آن هم زمانی که این سنت بر پژوهش در مورد ساختار کنش اجتماعی تأکید می‌کند. روابط، ساختارها را خلق می‌کنند، بنابراین دغدغه‌های ساختاری جامعه‌شناسی می‌تواند با جمع‌آوری و تحلیل داده‌های رابطه‌ای برطرف شود. برخلاف و عکس موارد گفته شده، اغلب متون موجود در مورد روش‌های تحقیق، بر تحلیل‌های متغیری برای تحقیق بر روی داده‌های خصوصیتی متمرکز شده‌اند (اسکات، ۲۰۰۰، صص ۴-۲). اولین و مهم‌ترین تفاوت میان داده‌های شبکه اجتماعی و دیگر پژوهش‌های معیار اجتماعی و رفتاری این است که داده‌های شبکه‌ای متشکل از آزمون یک یا چند نوع رابطه در میان مجموعه‌ای از کنشگران است (واسرمن و فاوست، ۱۹۹۴، ص ۴۳).

در مورد ابزار گردآوری داده‌ها باید گفت که در مطالعات تحلیل شبکه، به منظور جمع‌آوری داده‌های رابطه‌ای که ناظر به ارتباطات میان فرد و افراد دیگر است، به چند شیوه متداول اقدام می‌شود؛ شیوه پرسش از فرد که در آن، پرسشنامه‌ای طراحی می‌شود و در اختیار فرد قرار می‌گیرد و از او خواسته می‌شود افرادی را که با آنها ارتباط دارد، نام ببرد. یا اینکه از میان فهرست افرادی که پژوهشگران قبلاً تهیه کرده‌اند، افرادی را انتخاب کنند که خود با آنها ارتباط خاصی دارند. ویژگی‌های این ارتباط را نیز (نظیر دوستی، دشمنی، همکلاسی بودن و ...) پژوهشگران از قبل، در اختیار پاسخگو قرار می‌دهند. این روش گردآوری داده‌ها علاوه بر مزیت‌هایی مانند، هزینه کم و زمان مناسب، اشکالاتی نیز دارد، برای مثال، فرد ممکن است به صورت گزینشی ارتباطات خود را معرفی کند و یا اینکه نتواند کلیه ارتباطاتش را به خاطر آورد و به دلیل تعدد آنها قادر نباشد همگی را نام ببرد، به این ترتیب، ممکن است بخش اعظمی از داده‌های مناسب از دسترس پژوهشگران خارج شود. برخی از پژوهشگران شبکه، ارتباطات را از طریق آرشیو تعاملات ثبت و ضبط شده در گذشته مطالعه می‌کنند (همان، ص ۵۰)؛ بر این اساس، مزیت پژوهش بر روی شبکه‌های اجتماعی مجازی، این است که پژوهشگر، هم می‌تواند ارتباطات فرد را از خود او سؤال کند و هم با رجوع به داده‌های موجود در شبکه اجتماعی مجازی، خود، شبکه ارتباطات افراد را استخراج کند؛ فرایند رجوع به داده‌های موجود در شبکه به دو روش خودکار (از طریق نرم‌افزارهای جمع‌آوری داده‌های رابطه‌ای، کراولر) و یا دستی (از طریق استخراج ارتباطات افراد با بررسی

پژوهشگر) انجام می‌شود؛ روش دستی فقط در شبکه‌های دارای تعداد ارتباطات اندک و محدود کارایی داشته و در شبکه‌های دارای اعضای فراوان (مانند مورد بررسی این پژوهش) امکان‌پذیر نیست.

مردم‌نگاری و رابطه آن با شبکه‌نگاری

مردم‌نگاری روشی انسان‌شناسانه است که در جامعه‌شناسی، مطالعات فرهنگی و بسیاری از رشته‌های دیگر علوم اجتماعی شهرت یافته است. این عبارت هم به کار پژوهش میدانی اطلاق می‌شود و هم به مطالعه تمایزات معنایی، شیوه‌ها و مصنوعات گروه‌های اجتماعی مشخص و خاص و بازنمایی بر اساس چنین مطالعه‌ای. مردم‌نگاری، به لحاظ ذاتی، فعالیتی بی‌انتهاست که بر اساس مشارکت و مشاهده در پهنه‌های فرهنگی مشخص همانند شهادت دادن (روایت کردن) و به کارگیری بازتاب محقق صورت می‌گیرد. این بدان معناست که این روش قویاً بر تیزهوشی پژوهشگر به عنوان ابزار (سنجش) تکیه دارد.

مردم‌نگاری بر پایه دانش مبتنی بر محل خاص و اختصاصی‌گرایی و محدوده مشخص بنا شده است. در حالی که بعضی اوقات در تعمیم دادن از آن استفاده می‌شود، در اغلب موارد به منظور رسیدن به نوعی ادراک با جزئیات مشخص که دانش زمینه‌ای (مبنایی) نام دارد، به کار می‌رود (به نقل از کوزینتس^۱، ۲۰۰۲).

انعطاف‌پذیری یکی از قوی‌ترین نقاط قوت مردم‌نگاری است. روش‌های مردم‌نگارانه پیوسته در حال روزآمد شدن به منظور تناسب و انطباق هر چه بیشتر با محیط‌های پژوهشی، زمان، ترجیحات پژوهشگران و اقتضائات گروه‌های فرهنگی هستند.

مردم‌نگاری مجازی

مردم‌نگاری مجازی در این مقاله، به عنوان مفهومی کلی مورد اشاره قرار گرفته است که شبکه‌نگاری می‌تواند بخشی از آن به شمار آید. مردم‌نگاری بر این مبنا استوار است که اینترنت به جز ابزار پژوهش‌ها، خود می‌تواند به عنوان مکانی برای مصاحبه تلقی شود. در چنین مواردی می‌توان اینترنت را به منزله نوعی محیط یا فرهنگ مورد مطالعه قرار

1. Kozinets

داد که در آن انسان‌ها شکل‌های خاصی از ارتباط یا گاهی هویت را به وجود می‌آورند. در هر دو حالت می‌توان روش‌های مردم‌نگاری را به پژوهش اینترنتی کشاند و شیوه‌های برقراری ارتباط و ارائه خود در اینترنت را مطالعه کرد. برای رسیدن به برداشتی از درک شرکت‌کنندگان از خود و معنایی که به مشارکت‌های آنلاین خود می‌دهند، باید زمانی را با آنها صرف مشاهده کاری کرد که در اینترنت انجام می‌دهند و به آنچه درباره کارهایشان در اینترنت می‌گویند، گوش داد.

مردم‌نگاری مجازی به جای محیطی طبیعی، در محیطی تکنیکی جای دارد. فناوری را نباید امری بدیهی و معلوم فرض کرد چون تأثیر و استفاده از آن به شدت تحت تأثیر بازنمایی‌ها و باورهایی است که چه کاربران و چه کسانی که از آن استفاده نمی‌کنند، درباره آن دارند (فلیک^۱، ترجمه جلیلی، ۱۳۸۸، ص ۲۹۴).

مطالعات پژوهشی کیفی در اینترنت از طریق ویرایش (تعدیل) مردم‌نگارانه داده‌های فضا‌های اجتماعی مجازی، همچون؛ چت‌روم‌ها، جوامع مجازی و از این دست، صورت پذیرفته‌اند. مردم‌نگاری اینترنت اصولاً یا بر مبنای تحلیل متون و گفتگوهای اینترنتی استوار است یا بر مطالعات آنلاین تعاملی به عنوان مشاهده‌کننده مشارکت‌کننده؛ مصاحبه‌ها و یادداشت‌های کنش‌ها در گروه‌های ارتباطی اینترنتی؛ همچون تالارهای گفت‌وگو و جوامع، که مرزهای (محدوده) مشخص تری را برای پژوهشگران کیفی فراهم می‌کند (سیدبک^۲، ۲۰۰۴).

مردم‌نگاری مجازی برای مطالعه محتویات ارتباطات درون اینترنت و روش‌های متنی است که شرکت‌کنندگان با استفاده از آن ارتباط برقرار می‌کنند. برگمن^۳ و میر^۴ (۲۰۰۴) که از پیش زمینه تحلیل گفتگو و روش‌شناسی مردم‌نگارانه آغاز کرده‌اند، یک گام جلوتر نهاده و پیشنهاد کرده‌اند که بخش‌های رسمی تعامل در شبکه تجزیه و تحلیل شوند. تحلیل گفتگو بیشتر به ابزارهای زبانی و تعاملی (مانند نوبت‌های گفتگو، اصلاح و آماده‌سازی برای ختم گفتگو) توجه دارد که افراد به هنگام برقراری ارتباط درباره یک موضوع از آنها استفاده می‌کنند (به نقل از فلیک، ترجمه جلیلی، ۱۳۸۸).

1. Flick

2. Sade-Beck

3. Burgman

4. Mier

شبکه‌نگاری

کوزینتس شبکه‌نگاری^۱ را به عنوان فن تحقیقات بازار و به منظور دستیابی به بینش مشارکت‌کنندگان توسعه داد. شبکه‌نگاری به عنوان یک روش پژوهشی؛ سریع‌تر، ساده‌تر، و ارزان‌تر از مردم‌نگاری سنتی است. همچنین با ذات پژوهش مردم‌نگارانه سازگارتر به نظر می‌رسد؛ چون در مقایسه با گروه‌های کانونی^۲ و مصاحبه، غیرمحسوس‌تر (کمتر مداخله‌گر) است. این روش، اطلاعاتی را در زمینه نمادها و نشانه‌شناسی، معنا و الگوهای مصرف گروه‌های آنلاین فراهم می‌کند. مبدع این روش (کوزینتس) رهنمودهایی را توصیه می‌کند که با محیط آنلاین انطباق دارد و به انعطاف‌پذیری و گشودگی (آزادی) مردم‌نگاری پایبند است. همچنین سختگیری (دقت زیاد) و اصول اخلاقی تحقیقات بازار را رعایت می‌کند (کوزینتس، ۲۰۰۲).

شبکه‌نگاری یک روش تحقیق کیفی برمبنای پارادایم تفسیری است که روش‌های پژوهش‌های مردم‌نگارانه سنتی و مبتنی بر فرد در انسان‌شناسی را با مطالعه فرهنگ‌ها و جوامع آنلاین تشکیل شده از ارتباطات رایانه واسط^۳ سازگار کرده است.

شبکه‌نگاری در سه نوع مطالعه مفید است؛ در سه تقسیم‌بندی کلی و عمومی؛ اولاً، در مقام روش‌شناسی برای مطالعه «فرهنگ‌های سایبر» و جوامع مجازی «خالص»^۴ که هیچ‌گونه حضور و وجودی در زندگی واقعی ندارند و حضور و وجود خود را تنها از طریق شبکه‌های رایانه واسط اظهار و اعلام کرده‌اند. ثانیاً، به عنوان ابزار روش‌شناختی مطالعه فرهنگ‌های سایبر و جوامع مجازی «اشتقاقی»^۵ (ثانویه) و ثالثاً، به عنوان ابزاری اکتشافی برای مطالعه موضوعات عمومی و جامع (بکمن^۶، ۲۰۰۵).

مردم‌نگاری به مشاهده مشارکتی میدانی در میان گروه‌های اجتماعی خاص و همچنین به ارائه (بازنمایی) بر اساس چنین مطالعاتی اشاره دارد. در دهه گذشته، تطبیق با حجم وسیع از سامانه‌های تحت شبکه ارتباطات بین فردی، به ظهور اشکال جدید فرهنگی منجر شده است. این اشکال جدید فرهنگی، در بستر (زمینه) کاملاً بدیع و آنلاین خود، نیاز به توسعه روش‌های پژوهشی جدید دارند.

دست‌کم چهار جنبه متمایز در ارتباطات آنلاین، رایانه واسط یا مجازی، با نقطه

1. netnography

2. focus groups

3. Computer Mediated Communication (CMC)

4. pure

5. derived

6. Beckmann

مقابل یعنی؛ اشکال ارتباط فردی (شخصی)، زندگی واقعی و یا چهره به چهره و تعاملات شکل‌گیری این جامعه وجود دارد. تفاوت اول، بستر متنی و غیرفیزیکی محیط آنلاین و تفاوت دوم، سطح بی‌سابقه و جدیدی از دسترسی به رفتارهای غیرقابل مشاهده از تعامل افراد مشخص است که پیش از این مقدور نبوده است. تفاوت سوم، این است که تعاملات سنتی بسیار زودگذر هستند، اما تعاملات اجتماعی اینترنتی اغلب به طور خودکار ذخیره و آرشیو می‌شوند و پرونده‌های دائمی می‌سازند. در نهایت، تفاوت چهارم اینکه ذات اجتماعی رسانه جدید نامشخص است و معلوم نیست که آیا یک فضای خصوصی است یا عمومی، یا ترکیبی منحصر به فرد (جوپ، ۲۰۰۶).

شبکه‌نگاری فرایند رایج مردم‌نگارانه مشاهده مشارکت‌کنندگان را برای سازگار کردن هرچه بیشتر با اقتضائات ارتباطات به واسطه رایانه فراهم می‌کند. برای نمونه، می‌توان به فرایندهای (مدخل) ورود فرهنگی^۲، جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها، حصول اطمینان از قابلیت اعتماد^۳ تفاسیر، اجرای ارزیابی از سوی مشارکت‌کنندگان و انجام پژوهش‌های اخلاقی اشاره کرد (کوزینتس، ۲۰۰۲).

با توجه به طیف گسترده‌ای از گزینه‌ها و اشکال رایج جوامع آنلاین، پژوهشگران باید وقت خود را صرف تطابق پژوهش خود با پرسش‌ها و منافع متناسب با مجامع آنلاین مورد نظر، با استفاده از منابع جدید؛ شامل موتورهای آنلاین جستجو مانند یاهو و گروه‌های گوگل کنند (همان).

قبل از ورود به پژوهش (مرحله آغازین) و قبل از آغاز تماس با شرکت‌کنندگان یا شروع رسمی جمع‌آوری داده‌ها یک شبکه‌نگار باید با ویژگی‌های متمایز جوامع آنلاین آشنا باشد. در شبکه‌نگاری، داده‌ها را به دو صورت دسته‌بندی می‌کنند؛ داده‌هایی که پژوهشگر به طور مستقیم از اعضای جامعه آنلاین ارتباطات با واسطه رایانه نسخه‌برداری می‌کند و داده‌هایی که پژوهشگر آنها را توصیف می‌کند. همچنین یادداشت‌های بازتابی (منعکس‌کننده) فیلد نیز که در آن شبکه‌نگارها مشاهدات خود را ثبت می‌کنند، توصیه شده است. با این حال، جدا از مردم‌نگاری سنتی، شبکه‌نگاری‌های سختگیرانه‌ای نیز تنها با استفاده از مشاهدات و دانلود، بدون نوشته شدن حتی یک یادداشت میدانی از سوی پژوهشگر، انجام گرفته است (جوپ، ۲۰۰۶).

1. Jupp

2. cultural entrée

3. trustworthiness

همانند نظریه مبنایی، جمع‌آوری اطلاعات باید تا زمانی که بینش جدید در محدوده موضوعات مهم همچنان در حال پدیدار شدن است، ادامه یابد. به منظور دقت بیشتر، برخی از شبکه‌نگاران ممکن است مایل به دنبال کردن (نظارت بر) میزان متن جمع‌آوری و خوانده شده و تعداد مشارکت‌کنندگان مجزا باشند.

راهکارهای نرم‌افزاری، کدگذاری، تحلیل محتوا، پیوند داده‌ها، نمایش داده‌ها و قابلیت ساخت نظریه را تسهیل می‌کنند. از آنجا که شبکه‌نگاری در درجه اول، بر اساس مشاهده گفتمان متنی بنا می‌شود، حصول اطمینان از قابلیت اعتماد تفاسیر، نیاز به رویکردی متفاوت‌تر از برقراری توازن بین گفتمان و رفتار مشاهده شده دارد؛ همان‌گونه که در مردم‌نگاری سنتی رخ می‌دهد (همان).

اخلاق پژوهش ممکن است یکی از مهم‌ترین وجوه تفاوت میان مردم‌نگاری سنتی و شبکه‌نگاری باشد. نگرانی‌های اخلاقی درباره شبکه‌نگاری تا حد زیادی از این مسئله که آیا انجمن‌های آنلاین، فضاهای عمومی در نظر گرفته شود، نشئت می‌گیرد و در مورد اینکه چه چیزی به منزله رضایت آگاهانه در فضای مجازی است در یک انحراف (عزیمت) بزرگ از روش‌های سنتی، شبکه‌نگاری از اطلاعات فرهنگی استفاده شده است که به طور خاص و به شکل محرمانه به محقق داده نشده است. مصرف‌کنندگان با ایجاد داده‌ها، لزوماً قصد یا رضایتی مبنی بر استفاده از آنها در یک پژوهش نداشته‌اند (کوزینتس، ۱۹۹۸).

در مقایسه با پیمایش، آزمایش، گروه‌های کانونی و مصاحبه‌های فردی، شبکه‌نگاری، روشی به مراتب بی‌دردسرت‌تر (برای مشارک‌کنندگان) است. این روش با استفاده از مشاهدات در بافت یا زمینه‌ای که پژوهشگر، آن را دستکاری^۱ (جعل) نکرده است، انجام می‌شود. شبکه‌نگاری همچنین کم‌هزینه‌تر و سریع‌تر از گروه‌های کانونی و مصاحبه فردی است. این روشی است که به ذات پژوهشی (طبیعی بودن شرایط) نزدیک‌تر است و تقریباً ترکیبی بی‌سابقه می‌سازد (همان).

محدودیت‌های شبکه‌نگاری شامل این موارد است، تمرکز بیشتر در محدوده جوامع آنلاین، برخوردار نبودن از توانایی لازم برای ارائه جزئیات کامل و غنی از تجربه زیسته انسانی، نیاز به مهارت تفسیری پژوهشگر و کمبود آگاهی‌دهندگان معرف حاضر در

1. fabricated

محیط آنالین که منجر به مشکل تعمیم‌پذیری نتایج به گروه‌های خارج از نمونه جامعه آنالین می‌شود. پژوهشگران علاقه‌مند به تعمیم یافته‌های شبکه‌نگاری از گروه آنالین مشخص به گروه‌های دیگر، باید ارزیابی دقیقی را از نظر تشابه و روش‌های متعدد برای مثلث‌بندی^۱ به کار گیرند. شبکه‌نگاری هنوز روش به نسبت جدیدی به شمار می‌رود که در انتظار توسعه و پالایش به دست نسل جدید پژوهشگران قوم‌شناسی با ادراک زیرکانه از اینترنت است.

پیشینه نظری

پژوهش حاضر به معرفی رویکرد ترکیبی می‌پردازد؛ در بخش اول چنین پژوهش‌هایی که شامل رویکردی کل‌نگرتر و گسترده‌تر است و به طور معمول، به روش‌های کمی انجام می‌پذیرد، تلاش می‌شود تا تصویری جامع و کلی‌تر از کل موضوع به دست آید. بنابراین، در این بخش، چگونگی بهره‌گیری از نظریه شبکه اجتماعی برای فهم پدیده به نسبت نوظهور شبکه‌های اجتماعی مجازی تشریح خواهد شد و برای این منظور، با رویکردی کل‌نگر و مبتنی بر داده‌های رابطه‌ای، روابط شکل گرفته در میان کاربران شبکه اجتماعی مجازی بررسی خواهد شد. در بخش کیفی، این نوع پژوهش متکی بر شیوه‌های قیاسی نیست و کار خود را با بنیان‌های نظری آغاز نمی‌کند، با این حال، با توجه به خلأ مفهومی موجود برای پژوهشگران و محققان در زمینه انتخاب نظریه‌های مرتبط و رویکردهای نظری لازم برای ورود به مطالعه و انجام پژوهش علمی در باب شبکه‌های اجتماعی مجازی، آشنایی با این مفاهیم برای پژوهش‌های کمی ضروری و برای افزایش حساسیت نظری پژوهشگران در پژوهش‌های کیفی، مفید خواهد بود، بنابراین در پژوهش‌های ترکیبی که همزمان، از هر دوی این رویکردها استفاده می‌شود، آشنایی پژوهشگران با این نظریات امری ضروری است، بر این اساس، در این بخش، برخی از مفاهیم و نظریاتی که می‌توانند در مرحله تحلیل و تفسیر نهایی مددکار پژوهشگر باشند، مطرح شده‌اند که عبارت‌اند از:

نظریه سرمایه اجتماعی بوردیو^۲. بر اساس تعریف بوردیو، سرمایه اجتماعی، حاصل جمع منابع بالقوه و بالفعلی است که نتیجه مالکیت شبکه بادوامی از روابط نهادی شده

1. triangulation

2. Bourdiou

بین افراد و به عبارت ساده‌تر، عضویت در یک گروه است. به اعتقاد وی، سرمایه اجتماعی به عنوان شبکه‌ای از روابط ودیعه طبیعی یا ودیعه اجتماعی نیست، بلکه چیزی است که در طول زمان برای کسب آن باید تلاش کرد. تأکید بوردیو بر مشارکت فرد در شبکه‌های اجتماعی است که سبب دسترسی به منابع و امکانات گروه می‌شود (شارع‌پور، ۱۳۸۳، ص ۶۸).

شبکه روابط و پیوندهای فرد، محصول راهبردهای سرمایه‌گذاری فردی یا جمعی، آگاهانه یا ناآگاهانه، به قصد نهاد یا بازتولید روابطی اجتماعی است که در کوتاه‌مدت یا درازمدت به طور مستقیم قابلیت استفاده دارند، یعنی تبدیل روابط تصادفی، نظیر مناسبات همسایگی و روابط جاری در محل کار یا حتی روابط خویشاوندی، به روابطی که به طور همزمان، لازم و اختیاری‌اند و حامل تکالیف و تعهدات ماندگاری هستند که یا به طور ذهنی احساس می‌شوند (احساس حق‌شناسی، احترام، دوستی و ...) یا به طور نهادی، تضمین (یعنی به عنوان جزئی از حقوق فرد پنداشته می‌شوند) (بوردیو، ترجمه خاکباز و پویان، ۱۳۸۴، ص ۱۴۹).

نظریه شبکه اجتماعی. علاقه اصلی تحلیلگران شبکه، بررسی الگوی عینی پیوندهایی است که اعضای (فردی و جمعی) جامعه را به هم پیوند می‌دهد (ریتزر^۱، ترجمه ثلاثی، ۱۳۸۴، ص ۵۷۷). افراد برای دستیابی به اطلاعات، منابع و موقعیت‌ها، به روابط شخصی و نزدیکان خود متکی هستند. این روابط، شبکه اجتماعی فرد را تشکیل می‌دهد و آن به نوبه خود، نظام اجتماعی را به وجود می‌آورد (همان، ص ۱۷۰).

از دیدگاه نظریه شبکه، کنشگران می‌توانند افراد باشند ولی گروه‌ها، اصناف و جوامع را نیز می‌توان کنشگر به شمار آورد. شبکه اجتماعی یا منبع تولید کننده سرمایه اجتماعی، ترکیبی از کنشگران و روابط بین آنهاست (شارع‌پور، ۱۳۸۶، ص ۱۷۰). یکی از جنبه‌های اساسی تحلیل شبکه‌ای این است که گرایش به آن دارد که پژوهشگران را از بررسی گروه‌ها و رده‌های اجتماعی به بررسی پیوندهای میان کنشگران سوق دهد، کنشگرانی که چندان در هم‌بافته و به هم پیوسته نیستند که بتوان آنها را گروه قلمداد کرد (همان، ص ۵۷۷). برداشت گرافیکی از نظریه شبکه‌ای، به ترکیب طیف وسیعی از علوم، از جمله ریاضیات، علوم رایانه‌ای، روان‌شناسی، جغرافیا و علوم ارتباطات مربوط می‌شود.

سرمایه اجتماعی آشکار و پنهان. یکی از دسته‌بندی‌های مطرح در زمینه سرمایه اجتماعی، تقسیم آن به سرمایه اجتماعی آشکار^۱ و پنهان^۲ است. شبکه اجتماعی پنهان^۳ مبتنی بر نسبت دادن‌های پژوهشگر و یا بر اساس تفکرات و نظریات محقق و مفسر که صفت‌های مشابه بین افراد را کشف و تفسیر می‌کند، مشخص می‌شود و به این ترتیب، شبکه اجتماعی بالقوه‌ای را ترسیم می‌کند که هم‌اکنون در میان کنشگران گروه مورد بررسی، برقرار نیست.

سرمایه اجتماعی از دیدگاه لین^۴. یکی دیگر از متفکرانی که مطالب بسیاری در زمینه سرمایه اجتماعی و سنجش سرمایه اجتماعی از طریق مطالعه شبکه اجتماعی و روابط و تعاملات افراد مطرح کرده است، نان لین است که در ادامه، به اختصار، برخی از مباحث طرح شده از جانب او بررسی خواهد شد.

نان لین (۲۰۰۱) منابع اجتماعی^۵ را منابعی تعریف می‌کند که از طریق جمع و ارتباطات و روابط اجتماعی قابل دستیابی هستند؛ برخلاف منابع دیگر مانند مادی، نمادی، شخصی و ... که در مالکیت فرد قرار دارند و می‌توانند متعلق به فردی خاص باشند. او همچنین تمایزی را میان سرمایه اجتماعی فعال شده یا در حرکت^۶ و سرمایه اجتماعی در دسترس^۷ قرار می‌دهد. لین^۴ بعد اصلی و تبیین برای ادعای خود مبنی بر تقویت نتایج کنش توسط منابع تعبیه شده در شبکه‌های اجتماعی طرح می‌کند که عبارت‌اند از: جریان اطلاعات^۸، اعمال نفوذ^۹، تأیید و اعتبار اجتماعی^{۱۰} و تقویت هویت و شهرت و بازشناسی فرد^{۱۱}. این موارد به همراه عامل کنترل یا نظارت، بر مفید بودن سرمایه اجتماعی صحنه می‌گذارند و هر کدام از ۴ مورد دلایل مفید بودن آن هستند و یا دلایل اینکه سرمایه اجتماعی قدرت نظارت به فرد می‌دهد. لین این استدلال‌ها را به منظور بیان مفید بودن منابع تعبیه شده در شبکه‌های اجتماعی برای تأمین و تقویت منافع و نتایج برای فرد مطرح می‌کند و به شرح زیر توضیح می‌دهد:

الف) جریان اطلاعات؛ شبکه‌های روابط امکان دستیابی فرد به اطلاعات را فراهم

- | | |
|----------------------------------|----------------------------------|
| 1. Explicit Social Capital (ESC) | 2. Implicit Social Capital (ISC) |
| 3. implicit affinity network | 4. Leen |
| 6. mobilized social capital | 5. social resources |
| 8. information | 7. accessible social capital |
| 11. reinforcement | 9. influence |
| | 10. social credentials |

می‌آورند. برای مثال، در وضعیت فعلی نابه‌سامان و رقابتی بازار، شبکه روابط و موقعیت‌های راهبردی در سلسله مراتب سازمانی می‌تواند فرد را از فرصت‌ها و انتخاب‌های بهتری در بازار کار مطلع گرداند و سازمان را نیز در انتخاب افراد بهتر با توانمندی بیشتر یاری دهد. هیچ یک از این اطلاعات، اگر شبکه روابطی برقرار نبود، به دست افراد و سازمان نمی‌رسید.

ب) اعمال نفوذ؛ این شبکه روابط می‌تواند نمایندگان سازمان و تصمیم‌گیران را متقاعد سازد و بر تصمیمات آنها اعمال نفوذ کند. برخی از این موقعیت‌ها به دلیل موقعیت‌های راهبردی افراد اشغال‌کننده آنها، مانند حفره‌های ساختاری^۱ و یا افرادی که محل ارجاع یا هدایت‌گر ارجاعات^۲ دیگران هستند، قدرت بیشتری را در اختیار فرد می‌گذارند؛ در چنین وضعی، منابع نامتقارن‌تر از وضعیت‌های مشابه توزیع خواهد شد و هر گونه اعمال نفوذ از طریق این افراد بر تصمیم‌گیرندگان سازمان تأثیری بیشتر و دو چندان خواهد داشت.

ج) اعتبار اجتماعی؛ منابع اجتماعی و روابط فرد ممکن است برای سازمان و عاملان آن، منبعی برای تأیید فرد باشند، شبکه روابط، دسترسی فرد به منابع مفید برای سازمان را تضمین می‌کند و به سازمان اطمینان می‌دهد که این فرد می‌تواند ارزش مازاد به سازمان آورد و منابعی را فراتر از سرمایه شخصی در اختیار آنها قرار دهد (لین، ۲۰۰۱، ص ۱۹۶)

د) تقویت هویت و شهرت و بازشناسی فرد؛ وقتی سازمان فردی را ارزشمند و دارای منابع مازاد می‌داند و او را عضو گروهی می‌شمرد که به منابع اجتماعی دسترسی دارند، حمایت عاطفی و آرامش روانی لازم را برای او فراهم می‌کند. علاوه بر این، عموم و اطرافیان نیز، آن فرد را به این صفت بازخواهند شناخت؛ این بازشناسی و حسن شهرت برای حفظ سلامت روانی امری ضروری است.

این چهار عنصر کمک می‌کنند که مشخص شود چرا سرمایه اجتماعی می‌تواند در موقعیت‌هایی که سرمایه شخصی کارآیی خاصی ندارد، سودمندی ابزاری و اظهاری (یا مفید بودن) داشته باشد. گونه‌های سرمایه شخصی شامل مواردی مانند سرمایه اقتصادی، سرمایه انسانی و ... است (همان، ص ۲۰۲).

لین عادت‌واره^۱ بورديو را سازوكارى براى درونى كردن فرهنگ طبقه حاكم و طبقه كاپيتاليست در درون ذهنيت نسل آينده مى‌داند. بر اين اساس كه نمادهائى اين طبقه بدون چندان مقاومتى، از آن افرادى مى‌شود كه هرچند نمادها در تعارض با منافع آنها قرار دارند، حس مخالفتى نسبت به آنها در خود احساس نمى‌كنند؛ او اين فرايند را كج‌فهمى^۲ نام مى‌نهد. اين مفهوم را لين مشابه نظر ماركس طرح مى‌كند كه فرد كارگر بدون آنكه چندان متوجه فرايند زيرين در حال رخداد باشد، ارزش‌هاى طبقه سرمايه‌دار را در خود درونى مى‌كند و به فكر تلاش براى جذب در بازار كار و توليد سرمايه است در صورتى كه اين فرايند جذب و توليد، در جهت تأمين منافع طبقه سرمايه‌دار است و به اين ترتيب، طبقه سرمايه‌دار، سرمايه‌اى فرهنگى دارد كه خود به خودى و يا با به كارگيرى آن، منافع اش تأمين مى‌شود. طبق نظر لين دو ديده‌گاه را در برخوردارى از منافع سرمايه اجتماعى مى‌توان از هم جدا كرد: الف) برخوردارى فرد (به طور جداگانه و فردى) از منافع سرمايه اجتماعى و ب) برخوردارى گروهى از افراد از منافع سرمايه اجتماعى. در ديده‌گاه اول دو سؤال مهم مطرح مى‌شود: اول اينكه، افراد چگونه در روابط اجتماعى خود سرمايه‌گذارى مى‌كنند؟ دوم اينكه، افراد چگونه به منابع تعبيه شده در روابط اجتماعى دست مى‌يابند تا بتوانند نفع مورد انتظار خود را تحقق بخشند؟ (همان، ص ۲۲۳).

در مباحث اين بخش سعى بر آن بود كه نظريات و مفاهيم نظرى مطرح در باب شبكه‌هاى اجتماعى و سرمايه اجتماعى تعبيه شده در شبكه اجتماعى ارائه شود. همان طور كه مشاهده مى‌شود، متفكران مختلف و مكاتب نظرى گوناگون، در مورد منبع سرمايه اجتماعى، راهكارهاى كشف، شناسايى و چگونگى حفظ و بازتوليد سرمايه اجتماعى و همچنين كاركردهاى سرمايه اجتماعى و حمايت‌هاى دريافتى افراد از شبكه روابط اجتماعى خود، موضوعات عديده‌اى را طرح کرده‌اند كه تلاش شده است مرتبط با آن، مباحث با تأكيد بر رويكرد نظرى شبكه اجتماعى (كه به طور خاص در مورد تأثيرات شبكه روابط اجتماعى افراد بر رفتار آنها و نيز سرمايه اجتماعى و حمايت دريافتى از شبكه روابط سخن مى‌گويد) ارائه شود. رويكرد تحليل شبكه اجتماعى همان گونه كه ذكر آن رفت، تلاش مى‌كند الگوى ارتباطات شكل گرفته در ميان افراد را

1. habitus

2. misrecognition

مورد بازشناسی قرار دهد و با کشف ساختار روابط و نیز مصورسازی آن با فنون مختلف توسعه یافته بر اساس این رویکرد نظری، به کشف زیرساختارها و افراد کلیدی و تأثیرگذار در شبکه اجتماعی پردازد. در ادامه، ضمن طرح مدل برنامه‌ریزی پایدار و راهکارها و اجزای آن، سعی شده است، کارآیی این مدل به منظور حفظ و بازتولید سرمایه اجتماعی تعبیه شده در شبکه‌های اجتماعی مورد بررسی قرار گیرد و مراحل مختلف استفاده از این مدل در این موضوع خاص، به بحث گذاشته شود.

حوزه عمومی. منظور از حوزه عمومی در دیدگاه هابرماس^۱، قلمرویی از زندگی اجتماعی است که در آن هر عاملی که می‌تواند افکار عمومی را به هم نزدیک سازد، مجال شکل‌گیری می‌یابد. نانسی فریزر^۲، مفهوم حوزه عمومی را در نظر هابرماس چنین توصیف می‌کند: این مفهوم، تأثیری را در جوامع مدرن مشخص می‌کند که در آن مشارکت از طریق گفتگو اجرا می‌شود. حوزه عمومی فضایی است که در آن شهروندان درباره امور مشترک‌شان گفتگو می‌کنند و از این رو، عرصه نهادینه کنش متقابل گفتگویی است (کیویستو، ترجمه صبوری، ۱۳۸۰، ص ۱۱۰).

کنش ارتباطی. هابرماس، نظریه پرداز کنش ارتباطی، به «شرایط مندرج در فرایند تولید کلام و سخن» علاقه‌مند است. در این خصوص و در توضیح قواعد حاکم بر کنش ارتباطی، وی مفهوم محوری «بیان عمومی یا کاربرد همگانی» را به کار گرفته است. هر ارتباط زبانی در سه جهان بین طرف‌های سخن ارتباط ایجاد می‌کند. آنان در این ارتباط، ادعاهای معتبری را (صداقت، حقیقت و صحت) بیان می‌کنند که تعمیم‌پذیر بودن آنها یا باید مفروض باشد و یا از طریق استدلال ثابت شود تا از این طریق، به اثبات معتبر بودن ادعاها پردازند. کنش ارتباطی در مقابل کنش راهبردی قرار می‌گیرد که براساس آن، کنشگر نه درصدد رسیدن به منافع یک‌جانبه (کنش استراتژیک) که در جستجوی رسیدن به تفاهم است.

در کنش ارتباطی، شرکت‌کنندگان بر همکاری و همیاری خود می‌افزایند و دیگر، محاسبات خشک ریاضی‌وار و فشار سنت‌های از پیش موجود در میان نیست بلکه افراد با گفتمان سعی دارند تا راه‌هایی برای توافق برگزینند. این کنش، در ذات، رهایی‌بخش

1. Habermas

2. Nancy Fraser

است چرا که با خود، کنش‌هایی متعالی به همراه دارد. این رهایی در بستر و زمینه‌ای می‌تواند تحقق یابد که در آن خودشناسی از طریق گفتمان امکان‌پذیر باشد؛ گفتمان با کسانی که در تلاش هستند تا به خودشناسی برسند. این نوع کنش، کنشی معطوف به تفاهم و توافق است که جهان‌زیست به میانجی آن باز تولید می‌شود. فرد عامل، از طریق این کنش می‌خواهد کنش‌های خود را با کنش‌های دیگران هماهنگ سازد و از این‌رو، وارد گفتگو و تبادل نظر می‌شود تا به نحوی واضح و آشکار (برای طرفین) به تفاهم و توافق دست یابد. اگر در کنش هدفمند عقلانی، فرد عامل از همه دارایی و قدرت خود سود می‌جوید تا فرایند هماهنگ‌سازی کنش را تا آن درجه که به نفع شخصی مربوط می‌شود، تحت تأثیر قرار دهد؛ در کنش ارتباطی، فرد عامل برای به دست آوردن تفاهم و توافق، هیچ سلاحی جز استدلال منطقی و قانع‌کننده ندارد.

جهان‌زیست. جهان زیست، ماحصل ذخایر انباشته تجربه ماقبل علمی است. جهان زیست همان حوزه فراعلمی است که وفاق و اجماع در کنش‌های ارتباطی مبتنی بر هنجارهای برگرفته شده از آن به دست می‌آید (شفیعی، ۱۳۸۴، ص ۱۵۲).

جهان‌زیست عبارت است از شبکه‌ای از پیش‌فرض‌هایی که به گونه‌ای شهودی حاضر هستند؛ یعنی آشنا و شفاف؛ به عبارت دیگر، شبکه‌ای وسیع و قابل محاسبه از پیش‌فرض‌ها، به گونه‌ای که اگر بخواهیم پاره‌گفته‌ای در چارچوب شبکه مذکور به عنوان پاره‌گفته‌ای معنادار (معتبر/ نامعتبر) تلقی شود، پیش‌فرض‌های یادشده باید برآورده شوند. پیش‌فرض‌ها تنها بخشی از جهان زیست‌اند که در ارتباط‌های روزمره در نظر گرفته می‌شوند. به طور کلی، فرهنگ، جامعه و شخصیت از اجزای ساختاری جهان‌زیست‌اند (همان، ص ۱۵۴).

در پژوهش‌های این‌چنینی، به دلیل اکتشافی و توصیفی بودن می‌توان از روش ترکیبی استفاده کرد. فرضیه‌ها در صورت لزوم، در مرحله اکتشافی اولیه، تدوین می‌شوند و سپس در بخش کیفی مورد بررسی عمیق‌تر قرار می‌گیرند.

تعریف نظری مفاهیم اصلی پژوهش در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی با

رویکرد ترکیبی

ردیف	مفهوم	تعریف نظری
۱	رسانه‌های اجتماعی	در تعریف کلی به سایت‌هایی اطلاق می‌شود که از طریق مشارکت کاربران و محتوای تولید شده از سوی آنها پیش می‌رود (تری دینیک ^۱ ، ۲۰۰۶) مصادیق رسانه‌های اجتماعی، همچون؛ فیس‌بوک و توییتر
۲	شبکه‌های اجتماعی	این گونه سایت‌ها به کاربران اجازه می‌دهند که با تنظیم پروفایل شخصی خود، هویتی آنلاین بسازند. کاربران با ایجاد مجموعه‌ای از عناصر چندرسانه‌ای، به تعامل با دوستان فعلی و برقراری رابطه‌های جدید می‌پردازند (مک لافلین ^۲ ، ۲۰۰۷).
۳	شبکه‌نگاری	نتنوگرافی (شبکه‌نگاری) عبارت است از روش پژوهش اتنوگرافیک آنلاین برای دستیابی به بینش مشارکت‌کنندگان. به عبارت دیگر؛ نتنوگرافی یک پژوهش مردم‌نگارانه تطبیق داده (بهینه) شده برای مطالعه اجتماعات آنلاین است. این روش اطلاعاتی را در زمینه معنا و متن (بافت) کاربران آنلاین فراهم می‌کند (کوزینتس، ۱۹۹۸ و ۲۰۰۲).
۴	تحلیل شبکه اجتماعی	تحلیل شبکه اجتماعی با هدف ساخت و تحلیل داده‌های رابطه‌ای (ارتباطی) صورت می‌پذیرد. در علوم اجتماعی، این داده‌ها ارتباطات اجتماعی بین کنشگران (خواه فرد، گروه یا سازمان باشد) را مد نظر قرار می‌دهند. تحلیل شبکه اجتماعی بر تحلیل مجموعه‌ای از رابطه‌ها (خطوط) بین کنشگران (گره‌ها) تمرکز می‌یابد و درصدد بازشناسی الگوی ساختاری ارتباطات و ویژگی‌های ساختاری و زیرمجموعه‌های آن است (ادواردز، ۲۰۱۰).
۵	ساختار شبکه (الگوی ساختاری)	می‌توان گفت شبکه اجتماعی، الگویی از روابط است که کنشگران را به هم وصل می‌کند. این شبکه را می‌توان مجموعه‌ای از افراد، سازمان‌ها یا مجموعه‌های دیگر دانست که از طریق روابط اجتماعی مانند دوستی، همکاری داشتن یا تبادل اطلاعات با یکدیگر مرتبط می‌شوند (شارع‌پور، ۱۳۸۶، ص ۱۷۰)

روش پژوهش

رویکرد روش‌های ترکیبی کمی و کیفی، پژوهشگران را قادر می‌سازد تا ساختار (فرم) شبکه را از دیدگاه بیرونی^۱ و محتوا و فرایندهای شبکه را از دیدگاه درونی^۲ مورد کاوش قرار دهند. همچنین تحلیل شبکه اجتماعی، فرصتی مناسب را برای بهره‌مندی از روش‌های ترکیبی فراهم می‌آورد؛ زیرا این شبکه‌ها به طور همزمان، هم شامل ساختار و هم شامل فرایند هستند و بنابراین باید از طبقه‌بندی ساده آنها به پدیده‌ای کمی یا کیفی دوری کرد (ادواردز، ۲۰۱۰).

از این رو، این گونه پژوهش‌ها به صورت ترکیبی و در دو مرحله صورت می‌پذیرند، در مرحله آغازین که به صورت کمی - توصیفی تعریف شده است، با استفاده از روش تحلیل شبکه اجتماعی، الگوی ساختاری کل شبکه روابط افراد مرتبط با صفحات مورد نظر استخراج می‌شود. این مرحله به دنبال ارائه الگوی روابط در شبکه‌های اجتماعی مجازی است؛ بنابراین مدل توصیفی تحلیل روابط درون شبکه اجتماعی مجازی به شکلی خواهد بود که در آن افراد و روابط میان آنها، تشکیل زیرمجموعه‌ای از شبکه اجتماعی مجازی مرتبط با آن صفحه را می‌دهد. سپس زیرمجموعه‌های این ساختار ارتباطات مورد واکاوی و شناسایی قرار می‌گیرد و تلاش می‌شود تا اجزا و زیرگروه‌های همبسته شکل گرفته در میان کاربران شناسایی شوند.

در مرحله بعد و با توجه به اطلاعات حاصل شده، افراد تأثیرگذار انتخاب می‌شوند و به شیوه شبکه‌نگاری (مردم‌نگاری شبکه‌ای) و با رویکرد کیفی، به تحلیل فضای روابط حاکم بر شبکه و ادراک معانی موجود در بستر این شبکه پرداخته می‌شود (سیدبک، ۲۰۰۴ و کوزینتس ۱۹۹۸ و ۲۰۰۲).

روش گردآوری اطلاعات در مرحله اول این پژوهش می‌تواند با رویکرد کمی - توصیفی، داده‌کاو^۳ اینترنتی شبکه از طریق نرم‌افزار کراولر اختصاصی یا مشاهده باشد که استفاده از مشاهده در مطالعات دارای مقیاس کوچک مقدور است. در این مرحله می‌توان از دو نرم‌افزار تحلیل شبکه اجتماعی به نام‌های Nodexl و Pajek برای جمع‌آوری داده‌های رابطه‌ای و تحلیل آنها با رویکرد نظری شبکه اجتماعی استفاده کرد (بورگاتی^۴، ۲۰۰۲). در

1. outsider 2. insider 3. data mining
4. Borgatti

مرحله دوم، با بررسی و مشاهده پروفایل اعضای انتخاب شده و محتوای به اشتراک گذاشته شده آنها در صفحه مورد نظر، به مشاهده مشارکتی و جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز پرداخته می‌شود. همچنین در صورت نیاز می‌توان از مصاحبه عمیق ساخت‌نیافته نیز برای جمع‌آوری داده‌های تکمیلی؛ شامل تجارب حضور کنشگران فعال و مؤثر در این شبکه‌ها استفاده کرد که با رویکرد کیفی صورت می‌پذیرد و با بهره‌گیری از مردم‌نگاری در بستر شبکه اجتماعی انجام می‌شود.

داده‌های جمع‌آوری شده در این نوع پژوهش‌ها، ابتدا به روش تحلیل شبکه اجتماعی مبتنی بر داده‌های ارتباطات کاربران، مورد تحلیل قرار خواهند گرفت؛ به این صورت که با استفاده از رهیافت تحلیل شبکه، ساختار و الگوی روابط در درون این شبکه‌ها، استخراج و به صورت نمودارهای توپوگرافی رابطه‌ای برای شناسایی نمونه مورد نظر، ارائه خواهد شد.

در مرحله دوم، از روش تحلیل کیفی مردم‌نگاری شبکه‌ای که مبتنی بر مردم‌نگاری، نشانه‌شناسی و تحلیل گفتمان در محیط‌های شبکه مجازی است، استفاده می‌شود. همچنین برای تجزیه و تحلیل نهایی می‌توان از روش نظریه زمینه‌ای^۱ استفاده کرد (گلیسر^۲، ۲۰۰۲ و اشتراوس^۳ و کوربین^۴، ۱۹۹۸)

جمع‌بندی و توصیه‌ها و ملاحظات عملیاتی پژوهش

در بررسی‌های اولیه در خصوص گروه‌ها و صفحات موجود در شبکه اجتماعی مجازی فیس‌بوک که در موضوعات مرتبط با صداوسیما و شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی داخلی و خارجی فعالیت می‌کنند، مشاهده شده است که صفحات بررسی شده در این نمونه را اغلب کاربران ایجاد کرده‌اند و برخلاف سازمان‌های رسانه‌ای خارجی که دارای پروفایل‌ها، صفحات و گروه‌های رسمی هستند، صفحه‌ای رسمی که از طریق کارکنان و یا نهاد و سازمان صداوسیما ایران شکل گرفته باشد، به چشم نمی‌خورد؛ اغلب صفحات فعال در این موضوع را مخالفان یا معترضان به فعالیت‌ها، رویکرد و برنامه‌های فعلی صداوسیما ایجاد و مدیریت می‌کنند. برای مثال، تعدادی از این

1. grounded theory

2. Glaser

3. Strauss

4. Corbin

صفحات با اقبال کم مخاطبان مواجه شده‌اند و به این ترتیب، در شیوه ترکیبی ممکن است در مرحله بررسی کمی، از پژوهش حذف شوند اما متناسب با اهداف خاص پژوهش در بخش کیفی می‌توانند مورد بررسی عمیق‌تر قرار گیرند. صفحات و گروه‌های پرتعداد، طی مرحله بعدی دسته‌بندی می‌شوند و شبکه روابط افرادی که این صفحات را دنبال می‌کنند و یا به هر نوعی، با پیام گذاشتن، مطلب گذاشتن، لایک کردن و ... در آنها فعالیت دارند، مورد شناسایی قرار می‌گیرد تا بتوان تشخیص داد که چه میزان انسجام و ارتباط میان این افراد وجود دارد و آیا می‌توان قضاوت کرد که فقط زیرمجموعه‌ای از شبکه‌های اجتماعی مجازی جذب این صفحه خاص شده‌اند و در آن فعالیت دارند یا اینکه افراد متعددی از گروه‌ها و تیپ‌های گسترده، پراکنده و متفاوت، جذب این صفحه خاص شده‌اند و ارتباطات رو در رو و دوستانه چندانی با هم ندارند و فعالیت آنها هم لزوماً منسجم و هم‌سو نیست. لازمه پژوهش، بررسی تمامی این گونه صفحات و افراد و کنشگران عضو آنهاست اما به دلیل محدودیت، پژوهشگر باید از مطالعه صفحه‌هایی که دارای اعضای حاشیه‌ای هستند، خودداری کند زیرا میزان تأثیرگذاری آنها در کل شبکه قابل توجه نخواهد بود. بنابراین لازم است در پژوهشی که صورت می‌پذیرد، بعد از مطالعه جایگاه فعلی این صفحات و کاربران علاقه‌مند به آنها، به دنبال بررسی سطح اثرگذاری این صفحات و تحلیل‌هایی از آن باشیم که در بخش مطالعه بر روی محتوای این صفحات اهمیت بیش از حد واقعی به آنها داده نشده باشد.

به این ترتیب، در پایان باید اشاره کرد که هدف از مقاله حاضر، معرفی شیوه ترکیبی در مطالعه صفحات و گروه‌های فعال در زمینه شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی داخلی و خارجی در شبکه‌های اجتماعی مجازی بوده است و از این رو، سعی گردیده جنبه‌های مختلف لازم برای معرفی به پژوهشگران آینده مورد بحث و بررسی قرار گیرد. در قالب پیشنهاد به پژوهشگران آینده می‌توان گفت که اهمیت و ضرورت پایش و بررسی تصویر سازمانی چون صداوسیما در میان مردم و در فضای مجازی، امری مشهود و مشخص است که از طریق چنین پژوهشی با رویکرد ترکیبی می‌توان به مطالعه در خصوص آن پرداخت.

منابع

- باستانی، سوسن و صالحی هیکویی، مریم. (۱۳۸۶). بررسی ویژگی‌های ساختی، تعاملی و کارکردی شبکه اجتماعی زنان و مردان تهران. *نامه علوم اجتماعی*، ۱ (۳۰).
- بوردیو، پیر. (۱۳۸۴). *سرمایه اجتماعی* (ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان). تهران: فیروزه.
- دوران، بهزاد. (۱۳۸۴). پیشنهاد برای کمک به حل مسئله اعتیاد با اتکا بر شبکه ارتباطات کامپیوتر واسط. *فصلنامه مطالعات فرهنگ و ارتباطات*، ۱ (۲ و ۳).
- ریتزر، جورج. (۱۳۸۴). *نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر* (ترجمه محسن ثلاثی). تهران: علمی.
- شارع‌پور، محمود. (۱۳۸۳). ابعاد و کارکردهای سرمایه اجتماعی و پیامدهای حاصل از فرسایش آن. تهران: دانشگاه پیام نور.
- شارع‌پور، محمود. (۱۳۸۶). نقش شبکه‌های اجتماعی در بازتولید نابرابری آموزشی. *فصلنامه تعلیم و تربیت*، ۹۱، صص ۱۸۱-۱۶۵.
- شفیعی، محمود. (۱۳۸۴). نظریه کنش ارتباطی (جهان‌زیست و سیستم) و نقد اجتماعی - سیاسی. *فصلنامه علمی پژوهشی علوم سیاسی*، ۱ (۲).
- فلیک، اوه. (۱۳۸۸). درآمدی بر تحقیق کیفی (ترجمه هادی جلیلی). تهران: نی.
- کوثری، مسعود. (۱۳۸۶). *جهان فرهنگی کاربران ایرانی در شبکه دوستیابی اورکات* (گزارش پژوهشی). تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- کیویستو، پیتر. (۱۳۸۰). ارزش‌های بنیادی در جامعه‌شناسی (ترجمه منوچهر صبوری). تهران: نی.
- محسنی، منوچهر؛ دوران، بهزاد و سهرابی محمدهادی. (۱۳۸۵). بررسی اثرات استفاده از اینترنت بر انزوای اجتماعی کاربران اینترنت (در میان کافی نت‌های تهران). *مجله جامعه‌شناسی ایران*، ۷ (۴)، صص ۹۵-۷۲.
- ولکاک، مایکل و نارایان، دیپا. (۱۳۸۴). *سرمایه اجتماعی و تبعات آن برای نظریه سیاسی* (ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان). تهران: شیرازه.
- Beckmann, S.C. (2005). Publiceret Som Tillæg Til Insights @ CBS, No. 14.
- Borgatti, S.P. (2002). Everett MG, Freeman L. Ucinet 6 for Windows ° Software for Social Network Analysis. Harvard, MA: **Analytic Technologies**; ©1999-2010.

- Chow, W.S. & Shan, L.S. (2008). Social Network, Social Trust and Shared Goals in Organizational Knowledge Sharing. **Information & Management**, Vol. 45, Issue 7. pp 458-465.
- Edwards, G. (2010). Mixed-Method Approaches to Social Network Analysis. **National Centre for Research Methods, ESRC National Centre for Research Methods Review paper**.
- Glaser, B. (2002). Conceptualization: On Theory and Theorizing Using Grounded Theory. **International Journal of Qualitative Methods**, 1 No. 2, Article 3. Retrieved [10/10/2012] from:
<http://www.ualberta.ca/~ijqm/>
- Greenfield, D.N. & Davis, R.A. (2002). Lost in cyberspace: The Web @ work. **CyberPsychology & Behavior**, 5, pp. 347-353.
- Hampton, K.N. & Wellman, B. (1999). Netvill on-line and off-line: Observing and Surveying a Wired Suburb. **American Behavioral Scientist**, Vol. 43, No.3, pp. 457-492.
- Jupp, V. (2006). **The Sage Dictionary of Social Research Methods**, London, sage, pp. 193-195.
- Kozinets, R.V. (1998). On Netnography. Initial Reflections on Consumer Investigations of Cyber Culture, in Alba, J. and Hutchinson, W. (Eds.), **Advances in Consumer Research**, Vol. 25, Association for Consumer Research, Provo, UT, pp. 366-371
- Kozinets, R.V. (2002). The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. **Journal of Marketing Research**, 39, pp. 61-72.
- Lee, C.j. (2006). **Causes and Consequences of Online Social Network Capital**. Online in: <http://www.safenet.ir/paper.aspx>
- McLaughlin, C. (2007). Lee, M. J. W. Social Software and Participatory

- Learning: Pedagogical Choices With Technology Affordances in the Web 2.0 era. In ICT: **Providing Choices for Learners and Learning**. Proceedings Ascilite Singapore 2007.
- Muller-Prothmann, T. (2007). **Social Network Analysis: A Practical Method to Improve Knowledge Sharing**. Online in:
http://www.wissensnetzwerke.de/files/kb_ebook02_social_network_analysis_knowledge_sharing.pdf 87/11/1
- Nan, L. (1999). Building a Network Theory of Social Capital. **Connections**, Vol. 22, No. 1, pp. 28-51.
- Leen, N. (2001). **Social Capital, A Theory of Social Structure and Action**. Cambridge: Cambridge University Press.
- Postmes, T. Spears, R. & Lee, M. (1998). Breaching or Building Social Bondaries? Side-effects of computer-mediated communication. **Communcation Research**, Vol. 25, No. 6, pp. 689-715.
- Putnam, R.D. (2000). **Bowling Alone**. NY: Simon & Schuster.
- Sade-Beck, L. (2004). Internet Ethnography: Online and Offline. **International Journal of Qualitative Methods**, Vol. 3, No. 2, Article 4. Retrieved [20/10/2012] from:
http://www.ualberta.ca/~iiqm/backissues/3_2/pdf/sadebeck.pdf
- Scott, J. (2000). **Social Network Analysis: A Handbook**, 2nd Ed., London: Sage Publications.
- Strauss, A. & Corbin, J. (1998). **Basics of Qualitative Research**, Second Edition, London: Sage Publications.
- Tredinnick, L. (2006). Web 2.0 and Business: A Pointer to the Intranets of the Future. **Business Information Review**, Vol. 23, No. 4, pp. 228° 234.
- Wasserman, S. & Faust, K. (1994). **Social Network Analysis. Methods and Applications**, Cambridge University Press .



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی