

# شبکه اجتماعی فیس‌بوک و سرمایه اجتماعی، مطالعه پیمایشی کاربران جوانان پیرانشهر<sup>1</sup>

امید قادرزاده<sup>2</sup>، شادی نشاط<sup>3</sup>

## چکیده

پژوهش حاضر با لحاظ نمودن سهم و جایگاه بالای رسانه‌های اجتماعی مجازی در مصرف فراغتی و فرهنگی جوانان، و ابتدای رسانه‌های مذکور بر ارتباطات افقی، چندلایه‌ای و شبکه‌ای، به بررسی اثرات و پیامدهای شبکه اجتماعی فیس‌بوک بر سرمایه اجتماعی جوانان پرداخته است. همچنین، این پژوهش به روش پیمایشی و با استفاده از ابزار پرسشنامه و در مورد 300 نفر از جوانان شهر پیرانشهر انجام گرفته است. بر مبنای یافته‌های توصیفی، میانگین عضویت در شبکه اجتماعی فیس‌بوک، چهار سال بوده و جوانان به‌طور متوسط بیش از 3 ساعت از وقت خود را در شبانه‌روز در فیس‌بوک سپری می‌کنند. بیشترین انگیزه حضور جوانان در فیس‌بوک، ماهیت فراغتی و هویت‌بخشی آن است، و میل به کنش متقابل و آگاهی‌بخشی در مراتب بعدی قرار گرفته‌اند. یافته‌های تبیینی بر تأثیرپذیری مستقیم سرمایه اجتماعی کاربران از شبکه اجتماعی فیس‌بوک دلالت دارد. با این وصف، شدت و نوع اثرگذاری آن بر سطوح و ابعاد سرمایه اجتماعی یکسان نیست. علاوه بر این، با افزایش زمان استفاده جوانان از فیس‌بوک، گستره تعاملات کاهش می‌یابد. این مسئله مؤید ماهیت پیچیده این شبکه اجتماعی بوده که نمی‌توان ابعاد، آثار و پیامدهای آن را یکسان در نظر گرفت. نتایج تحلیل رگرسیون چندمتغیره نشان داد که سرمایه اجتماعی جوانان به ترتیب شدت رابطه با متغیرهای سن، انگیزه استفاده، منزلت اقتصادی - اجتماعی، مدت‌زمان عضویت و میزان استفاده از فیس‌بوک مرتبط است. متغیرها، 50 درصد از تغییرات سرمایه اجتماعی جوانان را تبیین می‌کنند.

**واژگان کلیدی:** جوانان، سرمایه اجتماعی، اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، فیس‌بوک.

فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی - سال ششم - شماره بیست و دوم - بهار 96 - 177-206

تاریخ دریافت مقاله: 95/1/29 تاریخ پذیرش مقاله: 95/7/10

1. این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد با عنوان «تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سرمایه اجتماعی کاربران؛ مطالعه موردی جوانان شهر پیرانشهر» در دانشگاه کردستان است.
2. دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه کردستان (o.ghaderzadeh@uok.ac.ir)
3. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی (shadi.neshat68@gmail.com)

## 1. مقدمه

شبکه‌های اجتماعی مجازی، نسل جدیدی از وب‌سایت‌های اینترنتی مبتنی بر تکنولوژی وب 2 هستند (Bradley, 2009: 3). کاربران این شبکه‌ها حول محور مشترکی به صورت مجازی با هم جمع می‌شوند و جماعت‌های آن‌لاین را تشکیل می‌دهند و از آن‌جا که کاربران در تولید محتوا سهیم هستند، آنها را رسانه‌های کاربر مولد می‌نامند. افراد به سه شیوه با این شبکه‌ها ارتباط برقرار می‌کنند: مصرف، اشتراک‌گذاری و تولید محتوا (Shao, 2009: 7). نخستین سایت شبکه اجتماعی در اینترنت در سال 1997 تأسیس شد و از آن زمان تاکنون تعداد این شبکه‌ها به طور چشمگیری افزایش یافته است. اکنون هزاران شبکه اجتماعی در اینترنت راه‌اندازی شده‌اند که با موضوعاتی از قبیل انگیزه‌های حرفه‌ای و شغلی، دوست‌یابی، علائق مشترک در حوزه‌های مختلف (سینما، ورزش، موسیقی، زبان، ملیت، دین و...) در فضای مجازی فعال بوده و هر یک میلیون‌ها کاربر اینترنتی را جذب کرده‌اند (مولایی، 1389: 59).

یکی از شبکه‌های پرطرفدار اینترنت، فیس‌بوک است. فیس‌بوک اساساً یک شبکه اجتماعی آن‌لاین است که افراد می‌توانند عکس‌ها و اطلاعات شخصی خود را با یکدیگر تقسیم و پیوندهای دوستانه‌ای برقرار کنند (Buckman, 2005). اگرچه پایگاه‌های اجتماعی آن‌لاین دیگری مثل مای‌اسپیس<sup>1</sup> و فرنداستار<sup>2</sup> و... هم برای تماس افراد با یکدیگر طراحی شده‌اند، اما فیس‌بوک به عنوان یک پایگاه اجتماعی عمده در میان جوانان و سایر افراد مورد توجه خاصی قرار گرفته است (Golder, Wilkinson & Huberman, 2007).

شبکه اجتماعی فیس‌بوک در فوریه 2004 توسط یکی از دانشجویان دانشگاه هاروارد به وجود آمد. اکنون فیس‌بوک از نظر تعداد بازدیدکنندگان دومین سایت در اینترنت محسوب می‌شود (Steinfeld & etal, 2008: 445). در ایران طبق آخرین آمار، تعداد کاربران اینترنتی از مرز 42 میلیون نفر گذشته و شبکه‌های اجتماعی مجازی، به ویژه

---

1. Myspace  
2. Friendstar

فیس‌بوک بین جوانان ایرانی همچون سایر جوامع، محبوبیت قابل توجهی پیدا کرده است. رشد محبوبیت و عمومیت این شبکه اجتماعی و امکاناتی که برای تسهیل روابط بین افراد فراهم کرده موجب شده است که این شبکه بر ارتباطات اجتماعی افراد و گروه‌های مختلف اجتماعی اثرگذار باشد. همین موضوع، ضرورت پژوهش در خصوص رفتار، مناسبات و روابط کاربران در شبکه اجتماعی فیس‌بوک را بیشتر ساخته است.

آمارهای مربوط به رفتار کاربران اینترنتی نشان می‌دهد گرایش به رسانه‌های اجتماعی در سراسر دنیا و نیز در ایران همچنان روبه رشد است. بر اساس آمار جهانی اینترنت، بیش از 54 درصد کاربران اینترنت در خاورمیانه زندگی می‌کنند. همچنین پیمایش ملی سازمان ملی جوانان نشان می‌دهد که اینترنت در میان جوانانی که از آن استفاده می‌کنند، مورد اعتمادترین رسانه است (منتظر قائم و شاقاسمی، 1387: 127). آمارهای استفاده از اینترنت در ایران در سال 2014 بیانگر آن است که این شبکه جهانی در ایران 46 میلیون کاربر دارد که ضریب نفوذ 58 درصد را نشان می‌دهد. تعداد کاربران رسانه‌های اجتماعی در ایران نیز کم و بیش مشابه آمار جهانی و در مواردی بالاتر از آن است (World Internet Stat, 2015) به نقل از ذکایی و حسنی، 1394: 39).

رسانه‌های اجتماعی مجازی به دلیل اتکای شان بر ارتباطات افقی، چندلایه و شبکه‌ای، موجب ایجاد تغییرات فرهنگی و اجتماعی وسیعی در گروه‌ها و اقشار مختلف، به‌ویژه در میان جوانان شده‌اند. این فرایند همچون فرایندهای دیگر رابطه‌ای دیالکتیکی با جوانان دارد و آنها به شیوه‌های گوناگون در برابر آن واکنش نشان می‌دهند. یکی از تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی، بازاندیشی در فرایند تولید و بازتولید هویت اجتماعی و میدان تعاملاتی جوانان است. مطالعات صورت گرفته بر روی انگیزه‌شناسی و گونه‌شناسی کاربران ایرانی، مؤید آن است که در کنار اهداف فراغتی و کسب خبر، حفظ روابط با دوستان فعلی و یافتن دوستان قدیمی از مهم‌ترین اهداف و انگیزه‌های دانشجویان در استفاده از این رسانه‌های اجتماعی به شمار می‌آید (ذکایی و حسنی، 1394: 39). بر این اساس، شناسایی میزان و روند سرمایه اجتماعی در میان جوانان می‌تواند کمک زیادی به شناسایی روند تحولات فرهنگی، اجتماعی و سیاسی جامعه کند (شارع پور، 1380: 101). در همین راستا، مقاله حاضر به دنبال بررسی تأثیرات یکی از مهم‌ترین شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیس‌بوک) بر روابط و مناسبات جوانان شهر پیرانشهر است. پیرانشهر (واقع در استان آذربایجان غربی) با جمعیت 19000 نفری جوان (در رده سنی 30-18 سال)، شهر جوانی

محسوب می‌شود. با توجه به وضعیت جغرافیایی و صبغه قومی و سنتی شهر، و با تقویت ارتباطات تجاری و مبادلات مرزی و ورود و گسترش تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، عرصه‌های جدیدی برای تعاملات اجتماعی جوانان فراهم آمده است. در واقع بهره‌مندی از این شبکه‌ها، جهت‌گیری‌های شناختی و کنشی و ترجیحات جوانان را دستخوش تغییر ساخته است. بر این اساس، مسئله اصلی پژوهش حاضر این است که حضور در شبکه اجتماعی فیس‌بوک، چه تأثیرات و پیامدهایی بر مناسبات و روابط اجتماعی کاربران جوان شهر پیرانشهر در دنیای واقعی دارد؟ به بیان دیگر، با حضور در شبکه‌های اجتماعی مجازی، شبکه روابط اجتماعی جوانان به لحاظ ساختی و کیفی دستخوش چه تغییراتی شده است؟

## 2. پیشینه پژوهش

در خصوص تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی و فیس‌بوک بر تعاملات اجتماعی کاربران پژوهش‌های مختلفی صورت گرفته است. برخلاف پاره‌ای از پژوهش‌ها که حاکی از عدم ارتباط و تأثیرپذیری سرمایه اجتماعی در دنیای واقعی از شبکه اجتماعی فیس‌بوک است (عبداللہیان و کرمانی، 1392)، نتایج تحقیقات مختلف بر پیامدهای متنوع و بعضاً متناقض شبکه‌های اجتماعی بر مناسبات اجتماعی کاربران دلالت دارد. بر مبنای این پژوهش‌ها، روابط شکل گرفته در فضای مجازی به تدریج به فضای فیزیکی تسری پیدا می‌کند. «اینترنت، ارتباطات شبکه‌ای و غیرشبکه‌ای را گسترش می‌دهد و بر روابط اجتماعی، مهارت‌های اجتماعی و مشارکت اجتماعی تأثیر می‌گذارد» (ولمن و فرانک، 2001). نتایج برخی از این پژوهش‌ها مؤید روابط مثبت و مکمل روابط اینترنتی بر روابط واقعی است (عبداللہیان و شیخ انصاری، 1392؛ کاوسی و کاظمی، 1392)؛ از نظر این پژوهش‌ها، افراد به واسطه عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی از اخبار محلی بیشتری آگاهی می‌یابند. همچنین اکثر این کاربران روابط سابق خود را حفظ و گسترش می‌دهند (کاستلز، 1380؛ Wellman, Boase & Chen, 2002).

با توجه به ماهیت چندبُعدی سرمایه اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی مجازی اثرات متفاوتی بر ابعاد سرمایه اجتماعی دارند. یافته‌های پژوهش نوغانی و چرخ زین (1392) نشان می‌دهد که شبکه اجتماعی فیس‌بوک کاهش سرمایه اجتماعی پیوندی و افزایش سرمایه اجتماعی پل‌زننده را در پی داشته است. پژوهش وثوقی و رحمان خلیلی (1393) نیز بر

تبعات منفی شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مناسبات اجتماعی کاربران دلالت دارد. نتایج پژوهش رایان<sup>1</sup> و ژنوس<sup>2</sup> (2011) نشان داد که کاربران فیس‌بوک بیشتر برون‌گرا هستند، اما احساس تنهایی خانوادگی بالایی دارند. نتایج پژوهش‌های بوفاردی<sup>3</sup> و کمپل<sup>4</sup> و مهدی‌زاده نشان داد افرادی که سطوح بالای خودشیفتگی دارند، اشتیاق زیادی به فیس‌بوک دارند و بیشتر تصاویر خود را به اشتراک می‌گذارند. لذا نتیجه رواج روزافزون فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، به ویژه اینترنت، فردی شدن شیوه‌های زندگی و کاهش تعاملات اجتماعی است که خود به تغییر الگوهای ارتباطی و تعاملاتی انجامیده است (ذکایی، 17:1390).

مروری هر چند گذرا بر منابع تجربی موجود نشان می‌دهد که عمدتاً این منابع بر یکی از ابعاد سرمایه اجتماعی متمرکز شده‌اند و ناظر بر تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روابط اجتماعی کاربران در سطح روابط قدیمی و یا تأثیر آن بر اعتماد اجتماعی بوده‌اند. لذا اثرات این شبکه‌ها بر روابط اجتماعی تعمیم‌یافته، مشارکت مدنی، روابط انجمنی و شبکه‌های رسمی - نهادی و دیگر ابعاد اعتماد اجتماعی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. ضمن آن که در خصوص میدان مورد مطالعه نیز پژوهشی صورت نگرفته است. بر این اساس، پژوهش حاضر درصدد کند و کاو در گستره تغییرات در ساختار و کیفیت روابط اجتماعی جوانان به میانجی شبکه اجتماعی فیس‌بوک است.

### 3. مرور دیدگاه‌های نظری

مانوئل کاستلز، در کتاب عصر ارتباطات، قدرت هویت عصر، با برشمردن شبکه‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی به مثابه عنصر اصلی کنشگری‌های اجتماعی در اواخر سده بیستم، به بررسی روابط این شبکه‌ها و تغییرات فرهنگی، اجتماعی و سیاسی می‌پردازد. غیبت یا حضور در «شبکه» منبع ناتوانی یا توانایی در جهان جدید است. انقلاب ارتباطات به هر معنایی باشد، تغییردهنده فاصله‌هاست. همه جلوه‌های فرهنگی از بدترین تا بهترین در جهانی دیجیتالی گرد آمده و محیط نمادین جدیدی به نام دنیای مجازی به وجود آورده‌اند

---

1. Ryan

2. xenos

3. Buffardi

4. Campbell

(کاستلز، 1380:440).

کاستلز، وجود سه ویژگی مهم برآمده از فناوری‌های نوین را موجب کارآمدی شبکه‌ها می‌داند: انعطاف‌پذیری (توانایی بازسازی مطابق با تغییرات محیطی و یافتن اتصال‌های جدید)، مقیاس‌پذیری (قابلیت انبساط یا انقباض اندازه شبکه) و قابلیت تداوم (توانایی شبکه‌ها و پیکربندی در سطح وسیع) فناوری‌های نوین موجب کارآمدی و در دسترس‌پذیری آن برای کاربران شده است و با شکل‌گیری تعامل دیالکتیکی نوآوری‌های فناوری و روابط اجتماعی، کاربران در فضای مجازی به بازتعریف هویت اجتماعی و شکل‌دادن به محیط و نهادهای اجتماعی می‌پردازند. تحت تأثیر پارادایم فناوری اطلاعات و شکل‌ها و فرایندهای اجتماعی متأثر از آن، فضای جریان‌ها شکل گرفته است. شبکه‌ها، شکل اجتماعی جدید جوامع معاصر را تشکیل می‌دهد و گسترش منطق شبکه تغییرات چشمگیری در عملیات و نتایج فرآیندهای تولید، تجربه، قدرت و فرهنگ ایجاد کرده است (همان: 22-23).

آنتونی گیدنز در زمره متفکرانی است که در تحلیل جهانی‌شدن و پیامدهای آن به انقلاب ارتباطات و گسترش فناوری‌های اطلاعات پرداخته است. در دنیای مدرن، با حضور رسانه‌ها و فناوری‌های نوین ارتباطی، تغییرات ریشه‌ای در کیفیت زندگی روزمره پدیدار شده که بر خصوصی‌ترین جنبه‌های تجارب انسان نیز تأثیر گذاشته است. تجربه باواسطه، از نخستین تجربه نوشتاری به این طرف، همواره آثار پایداری بر ساختارهای اساسی روابط اجتماعی گذاشته است. با توسعه ارتباطات جمعی، برنامه‌ریزی زندگی براساس بازتاب‌های محلی و جهانی، به تدریج به صورت طرح مرکزی ساختار هویت شخصی درآمده است (گیدنز، 1385:81). با تغییر بستر شکل‌گیری تعاملات اجتماعی و حرکت جوامع از سنتی به مدرن، مخاطرات جوامع متفاوت و اهمیت اعتماد اجتماعی دوچندان شده است و در این میان، وسایل الکترونیکی جدید، با رهانیدن روابط اجتماعی از ویژگی‌های محلی و ترکیب و سازماندهی آن در فواصل زمانی دور دست، ماهیت و محتوای زندگی روزمره را تغییر شکل داده است (همان: 17). به‌زعم وی، تکنیک‌های جدید رسانه‌ای سبب بازسازی و بازپس‌گیری اعتماد اجتماعی شده است. قدرت فزاینده رسانه‌ها باعث افزایش اعتماد به اخبار تلویزیون و ثبات اعتماد به مطبوعات و در نتیجه کاهش اعتماد به بعضی نهادها شده است (گیدنز، 1380:56).

تاملینسون، معتقد است حرکت به سمت جهانی‌شدن، مبتنی بر رشد سریع رسانه‌ها و

فناوری‌های ارتباطی است. فناوری‌های رسانه‌ای، به مثابه بنیان تجربه با واسطه می‌تواند درکی از جهان به مثابه یک بافت اجتماعی، فرهنگی و اخلاقی معنادار به دست دهد و در واقع، زیست‌جهان‌های افراد را به روی یک دنیای بزرگ‌تر بگشاید. ایده منطقه‌زدایی<sup>1</sup> چیزی شبیه یک وضع فرهنگی عام است که از گسترش مدرنیته جهانی سرچشمه می‌گیرد. در عین حال تاملینسون خاطر نشان می‌سازد هر جا منطقه‌زدایی هست، منطقه‌ای شدن<sup>2</sup> نیز هست (تاملینسون، 1381: 266).

پاتنام، از جمله صاحب‌نظران سرمایه اجتماعی است که به واکاوی این پدیده به میانجی رسانه‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی نظیر اینترنت پرداخته است. پاتنام در ابتدا به گونه‌شناسی سرمایه اجتماعی می‌پردازد: سرمایه اجتماعی پیوندی یا قدیم: نوعی سرمایه اجتماعی است که افرادی را که از جهات مهمی مثل قومیت، سن، جنسیت و طبقه اجتماعی و نظایر آن شبیه هم هستند به یکدیگر پیوند می‌دهد. این شکل از سرمایه در گروه‌های همگون دیده می‌شود که می‌تواند منجر به شکل‌گیری هویت‌های انحصاری، محدود و خاص‌گرا شود. این نوع سرمایه، بسان یک چسب قوی، حفظ و تقویت وفاداری و همبستگی‌های درون‌گروهی را در پی دارد و به‌عنوان یک منبع حمایتی اجتماعی - روانی برای اجتماع و گروه خودی عمل می‌نماید. در مقابل، سرمایه اجتماعی ارتباطی یا جدید، بر شبکه‌های اجتماعی اشاره دارد که افراد غیرمشابه از بخش‌های گوناگون جامعه را به یکدیگر مرتبط و پیوند می‌دهد و می‌تواند هویت‌های باز را موجب شود. این نوع سرمایه، از طرفی، همیاری‌های تعمیم‌یافته را بر می‌انگیزد و از طرف دیگر، دستیابی به منابع موجود در شبکه‌های وسیع‌تر و انتشار اطلاعات را ممکن می‌سازد. بنابراین آثار بیرونی مثبت در این نوع سرمایه اجتماعی محتمل است (پاتنام، 2000؛ به نقل از قادرزاده و معیدفر، 1389: 121).

از نظر پاتنام، هرچند اینترنت موانع ارتباطی را از بین می‌برد و شبکه‌های جدید ارتباطی پدید می‌آورد، اما نسبت به تأثیرات آن بدبین است. به باور وی، روابط اینترنتی اتفاقی و فاقد بازخوردهایی است که در روابط چهره به چهره، افراد به‌دست می‌آورند. اینترنت تعامل را تضعیف و احتمال فریب را تقویت می‌کند. کسانی که وارد اینترنت می‌شوند، تمایل دارند تا با گروه کوچکی از افراد که مثل خودشان فکر می‌کنند و علایق

شبهه خودشان دارند ارتباط برقرار کنند و نسبت به افرادی که متفاوت فکر می‌کنند اصلاً تحمل و مدارا نشان نمی‌دهند. اینترنت فرصت‌های زیادی برای سرگرمی‌های شخصی بی‌تحرك و منفی در اختیار فرد قرار می‌دهد. وی پس از انتشار مطالعه خود درباره نهاد‌های سیاسی ایتالیا، توجه خود را معطوف به آمریکا نمود. پیام پاتنام در طول دهه 1990 پیام ثابتی بود: سرمایه اجتماعی آمریکا سیر نزولی به‌خود گرفته و عامل اصلی آن ظهور تلویزیون است (پاتنام، 1996؛ در فیلد، 55:1388). پاتنام معتقد است که فناوری نقش اساسی در خصوصی شدن فزاینده منابع تجربه دارد که به‌نوبه خود به شکل‌گیری جامعه‌ای متفرق و بی‌سامان منجر می‌شود؛ جامعه‌ای که در آن حفظ روابط سنتی و خانوادگی بسیار دشوار است و روابط بین انسان‌ها متزلزل‌تر می‌شود. این امر به‌صورت فزاینده‌ای در میان نسل جوان روبه رشد است (Putnam, 1995: 65). وی، بر اساس مطالعات و شواهد عینی در کتاب «بولینگ تک‌نفره»<sup>1</sup> این ایده را بیان می‌کند که مردم به‌تدریج به‌سوی انزواطلبی و بی‌علاقگی به شرکت در کارهای اجتماعی و گروهی کشیده می‌شوند و تنهایی و تنها بازی کردن را ترجیح می‌دهند. استفاده از تلویزیون، رادیو و به‌ویژه اینترنت انسان را از اندیشیدن به موضوعات جدی اجتماعی باز می‌دارد. وی، صرف‌نظر از تأثیر خود رسانه‌ها، عنصر زمان را مورد توجه قرار می‌دهد و نقش آن را در حوزه مشارکت مدنی بررسی می‌کند. وی معتقد است که امروزه مردم مدت‌زمانی را که باید به ارتباط با شهروندان و همسایگان یا تعامل با کانون مدنی اختصاص دهند، صرف استفاده از رسانه می‌کنند (Moy & Micheal, 2000: 129).

ولمن، در گونه‌شناسی اجتماعات انسانی، تکوین اجتماع آزاد شده را در پیوند با ظهور تکنولوژی‌های نوین ارتباطی می‌داند. به بیان دیگر، با ظهور تلفن همراه و اینترنت، تعلق و وابستگی فرد به جغرافیا و محل کم‌رنگ و نقش زمان و مکان در ارتباطات انسانی کمتر شده است. اما این بدان معنا نیست که اجتماع نابود شده است، بلکه اجتماع در اشکال جدید خود را از طریق شبکه‌های اجتماعی باز تولید می‌کند. به اعتقاد ولمن، اینترنت امکانات بسیار متنوعی در خود دارد. وی، دو گونه استفاده از اینترنت را برمی‌شمارد: استفاده‌های اجتماعی مثل ایمیل، چت و استفاده‌های غیراجتماعی مثل وب‌گردی و دانلود موسیقی و بازی. با درگیر شدن در فعالیت‌های غیراجتماعی اینترنت، افراد از اجتماع، سازمان‌ها،



مشارکت سیاسی و زندگی خانوادگی دور می‌شوند اما زمانی که از اینترنت برای ارتباطات اجتماعی و نهادی بهره گرفته می‌شود، به‌مثابه ابزاری در جهت تکوین و تداوم سرمایه اجتماعی عمل می‌کنند (Wellman, 2001).

رینگولد، در خصوص تأثیر اجتماعات مجازی عنوان می‌دارد که مردم در اجتماعات مجازی - مانند اجتماعات واقعی - درگیر فعالیت‌هایی چون گفتن جوک، شوخی، گفتگوهای عقلانی، تجارت، تبادل دانش، پیوندهای عاطفی و احساسی، تصمیم‌گیری، تفکر، شایعه‌پراکنی، نزاع و صحبت‌های بی‌فایده و عبث می‌شوند. بسیاری از کنش‌ها و فعالیت‌های افراد در دنیای مجازی با کنش‌ها و فعالیت‌ها در دنیای واقعی مناسبت دارد. بنابراین، فضای مجازی، مناسبات اجتماعی افراد را کاهش یا افزایش نمی‌دهد بلکه کم و کیف این مناسبات در دنیای مجازی کم‌وبیش بازنمای کم و کیف مناسبات اجتماعی افراد در دنیای واقعی است. رینگولد نگاهی تکمیل‌ساز و جبران‌کننده به جهان مجازی دارد و آن را عامل تکمیل جهان واقعی می‌داند.

#### 4. چارچوب نظری

مروری بر ادبیات نظری و تجربی مرتبط نشان می‌دهد مفهوم سرمایه اجتماعی که ناظر بر کم و کیف ارتباطات اجتماعی در سطوح مختلف است از عوامل مختلفی تأثیر می‌پذیرد. یکی از عواملی که متفکران معاصر بر نقش آن در روابط اجتماعی تأکید کرده‌اند، فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، به‌ویژه اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی است. از این‌رو دیدگاه‌های متعدد، متفاوت و بعضاً متناقضی درباره آثار و الزام‌های توسعه فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی بر سرمایه اجتماعی کاربران مطرح شده است که به اختصار بدان پرداخته می‌شود:

برخی از صاحب‌نظران از دنیای مجازی به‌عنوان یک دنیای تازه سخن می‌گویند که به تدریج جایگزین دنیای واقعی می‌شود (برتون، 1382: 21). این دنیای تازه به ترویج تغییرات مثبت کمک می‌کند. اینترنت با فراهم آوردن فضای ملاقات برای افراد دارای علایق مشترک و غلبه بر محدودیت‌های مکان و زمان موجب تجدید حیات اجتماعی می‌شود، گفت‌وگوی آزاد و دموکراتیک را رواج می‌دهد، چشم‌اندازهای چندجانبه را عرضه می‌کند و اقدام جمعی را امکان‌پذیر می‌سازد. روابط شکل گرفته در فضای اطلاعاتی به تدریج به فضای فیزیکی تسری پیدا می‌کند و به اشکال نوینی از اجتماع منتهی می‌شود

که ترکیبی از تعاملات شبکه‌ای و غیر شبکه‌ای است. ولمن از جمله متفکرانی است که معتقد است اینترنت ارتباطات شبکه‌ای و غیر شبکه‌ای را گسترش می‌دهد. اینترنت نه تنها فرصت‌های تماس با دوستان و خویشان را با هزینه پائینی فراهم می‌کند، بلکه در نتیجه آگاهی اعضای شبکه از نیازهای یکدیگر بر تعداد ارتباطات آنها می‌افزاید. بنابراین، اینترنت همچون ابزاری در جهت ساخت و حفظ سرمایه اجتماعی عمل می‌کند (ولمن، 2001: 438).

پاتنام بر این باور است که استفاده از اینترنت افول سرمایه اجتماعی را در پی دارد. استفاده از اینترنت مانع توجه افراد به اجتماع واقعی می‌شود. زیرا تعاملات شبکه‌ای بر میزان ارتباطات مستقیم پیشی می‌گیرد. پیوندهای اینترنتی به ندرت به ترویج دوستی عمیق، عرضه منابع غیر ملموس (حمایت عاطفی) و کمک مادی واقعی منتهی می‌شود. کار با اینترنت نه تنها زمان پرداختن به سایر فعالیت‌ها را کاهش می‌دهد، بلکه توجه افراد را از محیط اطراف باز می‌دارد. اگرچه اینترنت پیوندهای ضعیف شبکه‌ای را افزایش می‌دهد، اما از آنجا که هم‌زمان تعاملات عمیق‌تر خارج از شبکه را کاهش می‌دهد، افق دید و چشم‌اندازهای فکری افراد را محدود می‌سازد. بیشتر فعالیت‌ها در اینترنت با هدف جست‌وجوی اطلاعات یا پرداختن به تفریحات انفرادی صورت می‌گیرد. رایانه‌ای شدن و استفاده از اینترنت مرز منزل و محل کار را به هم می‌زند. افراد کار را به منزل می‌آورند و به جای ارتباط با خانواده، دوستان و سایر فعالیت‌ها مشغول انجام یک کار خاص می‌شوند (برتون، 2013: 21).

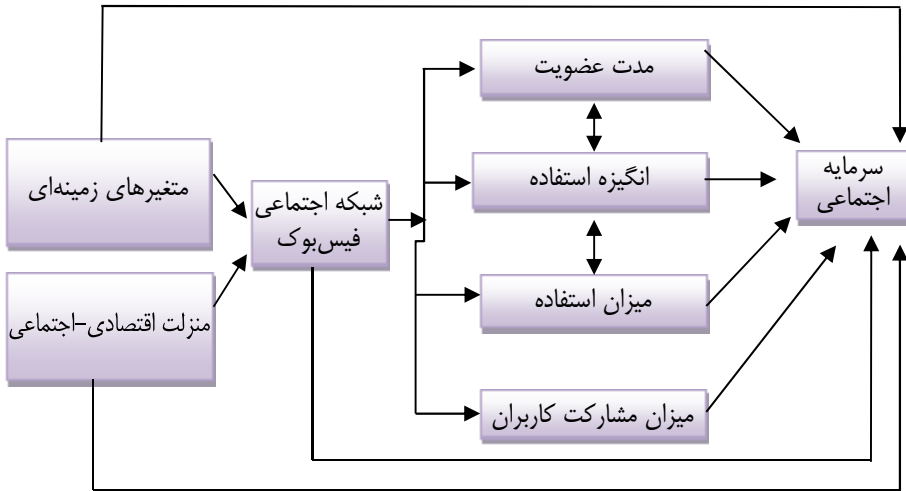
گیدنز و تاملینسون از جمله متفکرانی هستند که بر نقش متفاوت و بعضاً متناقض تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی بر کم و کیف و سطوح مناسبات اجتماعی تأکید می‌ورزند. به باور گیدنز، تکنیک‌های جدید رسانه‌ای سبب بازسازی اعتماد به تلویزیون و مطبوعات و بازپس‌گیری اعتماد اجتماعی به نهادها شده است (گیدنز، 1380: 56). تاملینسون، نیز معتقد است رشد سریع رسانه‌ها و فناوری‌های ارتباطی، منطقه‌زدایی (یک وضع فرهنگی عام) و منطقه‌زدایی نیز در پی داشته است (تاملینسون، 1381: 266).

رویکردهایی هم هستند که نقش تکمیل‌شوندگی برای اینترنت در دنیای واقعی قائل‌اند. به زعم کاستلز و رینگولد، قضاوت درباره اینکه اینترنت موجب کاهش یا افزایش سرمایه اجتماعی می‌شود، در چارچوب زندگی شخص معنا پیدا می‌کند. اینترنت در چرخه زندگی روزمره ادغام می‌شود و به تدریج زندگی در شبکه، همانند فعالیت‌های خارج از

شبکه تلقی می‌شود. این فناوری به شیوه‌ای تدریجی موجب تداوم و گسترش انتقال روابط میان فردی از شبکه‌های مکان به مکان و شخص به شخص می‌شود. هرچند تماس‌های چهره به چهره و تلفنی تداوم پیدا خواهد کرد، این تماس‌ها در نتیجه نقش اینترنت در پیوند میان افراد حاضر در موقعیت‌های جغرافیایی مختلف و سازمان‌های هم‌پیمان تکمیل می‌شود. سرمایه اجتماعی افراد در دنیای واقعی و زندگی عادی، به واسطه اینترنت و در دنیای مجازی، ابعاد وسیع و گسترده‌تری به خود می‌گیرد.

ادیات نظری و تجربی مرتبط مؤید چندوجهی بودن فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی مجازی و اثرگذاری چندوجهی آن بر گستره مناسبات اجتماعی و سرمایه اجتماعی کاربران است. در این تحقیق، با رجوع به اغلب دیدگاه‌های نظری و منابع تجربی مرتبط و بهره‌گیری از نتایج به‌دست‌آمده، از مرور آنها برای تحلیل سرمایه اجتماعی کاربران شبکه اجتماعی فیس‌بوک، چارچوب نظری تحقیق تنظیم و در قالب آن الگوی نظری ذیل طراحی شد.





## 5. فرضیه‌های پژوهش

1. به نظر می‌رسد بین میزان بهره‌گیری از شبکه اجتماعی فیس‌بوک و سرمایه اجتماعی کاربران رابطه معناداری وجود دارد.
- 1-1. به نظر می‌رسد بین انگیزه‌های استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک و سرمایه اجتماعی کاربران رابطه معناداری وجود دارد.
- 1-2. به نظر می‌رسد بین میزان استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک و سرمایه اجتماعی کاربران رابطه معناداری وجود دارد.
- 1-3. به نظر می‌رسد بین مدت زمان عضویت در شبکه اجتماعی فیس‌بوک و سرمایه اجتماعی کاربران رابطه معناداری وجود دارد.
- 1-4. به نظر می‌رسد بین میزان مشارکت کاربران در شبکه اجتماعی فیس‌بوک و سرمایه اجتماعی کاربران رابطه معناداری وجود دارد.
2. به نظر می‌رسد بین میزان بهره‌گیری از شبکه اجتماعی فیس‌بوک و منزلت اقتصادی-اجتماعی کاربران رابطه معناداری وجود دارد.
3. به نظر می‌رسد بین جنسیت و سرمایه اجتماعی کاربران رابطه معناداری وجود دارد.
4. به نظر می‌رسد بین سن و سرمایه اجتماعی کاربران رابطه معناداری وجود دارد.

## 6. روش‌شناسی پژوهش

### 6-1. تعاریف نظری و عملیاتی متغیرها

سرمایه اجتماعی به‌عنوان مجموعه‌ای از قوانین، هنجارها، الزامات (تعهدات)، روابط متقابل و اعتماد حکم‌شده در روابط اجتماعی، ساختارهای اجتماعی و سلسله‌مراتب نهادی جامعه تعریف شده است که اعضای آن را قادر به دستیابی به اهداف جمعی و فردیشان می‌سازد (کلمن، 1990؛ در چلیبی و مبارکی، 1384:126). سرمایه اجتماعی به تعاملات بین افراد، شبکه‌های اجتماعی و هنجارهای روابط متقابل و اعتمادسازی حاصل از آنها اشاره دارد و منظور از آن، شبکه‌ها، هنجارها و اعتمادی است که افراد را قادر می‌سازد تا برای رسیدن به اهداف مشترک خود به‌طور کارا با یکدیگر تعامل کنند. در پژوهش حاضر، سرمایه اجتماعی در ابعاد زیر عملیاتی شده است:

مشارکت اجتماعی: در این پژوهش مشارکت اجتماعی در دو بعد مشارکت سیاسی و مشارکت اجتماعی غیررسمی مورد مطالعه قرار گرفته است. بُعد مشارکت سیاسی (رسمی) در قالب 9 گویه (شرکت در راهپیمایی‌ها و مناسبت‌های سیاسی و مذهبی، انتخابات شورای اسلامی شهر و روستا، انتخابات مجلس، ریاست جمهوری، مجلس خبرگان، تشکیلات سیاسی رسمی کشور، برنامه‌ها و تشکل‌های سیاسی، احزاب و جریان‌های سیاسی و رسمی کشور، بحث با دوستان راجع به مسائل و موضوعات سیاسی) و بُعد غیررسمی مشارکت اجتماعی در قالب 12 گویه (قبول مسئولیت در امور عمومی محل زندگی، همکاری با همسایگان در امور عمومی و بهداشت محل، کمک و صدقه به افراد نیازمند، کمک به سالمندان و معلولان، مشارکت در جشن نیکوکاری، شرکت در مراسم جشن و مولودی، جلسات آموزشی دینی، مراقبت از خانه همسایگان در زمان مسافرت، قرض دادن به همسایگان و دوستان، مراقبت از کودک یا سالمند همسایه، اهدا خون) و در سطح ترتیبی عملیاتی شده است.

اعتماد اجتماعی: پانتم، اعتماد را از اجزای کلیدی سرمایه اجتماعی و بُعد کیفی روابط اجتماعی می‌داند. این مفهوم در ادبیات نظری و آثار تجربی در سه سطح مورد بررسی قرار گرفته شده است: اول، «اعتماد ویژه» است. این نوع اعتماد بر اساس روابط مستقیم و چهره‌به‌چهره شناخته می‌شود و مبتنی بر روابط بین‌فردی است (غفاری و نیازی، 1383:13). دوم، «اعتماد تعمیم یافته» است و به شکلی از اعتماد اجتماعی ارجاع دارد که

دامنه آن به غریبه‌ها هم امتداد پیدا می‌کند و اغلب مبتنی بر توقعات رفتاری از اشتراک در هنجارهاست (امیر کافی، 1374: 9). و سوم، «اعتماد نهادی» است که به بنیان‌های اعتماد به نهادهای رسمی حکومت در زمینه کاربرد قواعد، فرایندهای اداری، تخصیص منابع و غیره اطلاق می‌شود (استون، 1384، به نقل از: ذکایی و روشنفکر، 1384). با نظر به ماهیت چند بُعدی متغیر «اعتماد اجتماعی»، برای سنجش دقیق‌تر ابعاد آن از مطالعات تجربی زاهدی و اجاقلو (1384) و پاتنام (1380، 2000) بهره گرفته شد. اعتماد ویژه در قالب 7 گویه (اعتماد به خانواده، وابستگان و فامیل، دوستان، همسایگان، هم‌محله‌ای‌ها، همکاران و هم‌شهریان)، بُعد اعتماد تعمیم‌یافته در قالب 7 گویه (درستکار نبودن مردم در کسب و کار، قابل اعتماد دانستن آحاد جامعه، اعتماد به غریبه‌ها، یکی دانستن ظاهر و باطن مردم، خودمدار دانستن مردم جامعه، نگاه ابزاری آحاد جامعه) و بُعد نهادی در قالب 9 گویه (اعتماد به رعایت عدالت در دادگاه‌ها و محاکم قضایی، نیروی انتظامی، عملکرد مسئولان سیاسی، مراکز درمانی و بیمارستان‌ها، برنامه‌های صداوسیما، دستگاه‌های دولتی، مطالب مندرج در روزنامه‌ها، عملکرد نمایندگان، شوراهای شهر و روستا) عملیاتی و در سطح ترتیبی مورد سنجش قرار گرفت.

روابط انجمنی: نوعی از مشارکت مدنی است که از طریق همکاری عادی یا عضویت در یکی از انجمن‌های ادبی، اولیاء و مریبان، انجمن اسلامی، مؤسسات قرآنی، انجمن علمی و تخصصی، باشگاه ورزشی یا تفریحی، شورای صنفی، انجمن هنری و موسیقی تحقق می‌یابد. با تأسی از مقیاس چاپین<sup>1</sup>، مشارکت انجمنی در سطوح عضویت، شرکت در جلسات گروه و کمک مالی مورد بررسی قرار گرفت. برای سنجش عضویت در نهادهای مدنی از سطح اسمی و برای سنجش میزان مشارکت مالی و مسئولیت‌پذیری از سطح ترتیبی بهره گرفته شده است.

روابط رسمی - نهادی: شبکه‌های رسمی، شکلی از روابط رسمی است که بر ارتباط، حشر و نشر و مشغولیت افراد با نهادهای دولتی، نیروهای مسلح، پلیس، دادگاه و دادسراها، نمایندگان مجلس و... دلالت دارد (پاداکیس، 1998؛ به نقل از ذکایی و روشنفکر، 1385). در این پژوهش روابط رسمی - نهادی، در چارچوب گویه‌های مراجعه به نهادها و دستگاه‌های دولتی برای پیگیری مسائل شخصی و عمومی، مکاتبه با نشریات، دادخواست

دادن، گفتگو و ملاقات با رؤسای ادارات و نهادها، سابقه پست مدیریتی، مکاتبه با رؤسای ادارات و نهادها، در سطح ترتیبی عملیاتی شده است.

روابط بین فرهنگی: ارتباط میان مردمی که ادراکات فرهنگی و نظام نمادهای شان گوناگون است. این متغیر در قالب گویه‌های (تمایل به برقراری ارتباط یا وصلت خویشاوندی، کاری، دوستی و رفاقت با آذری‌ها و فارس‌ها) در سطح ترتیبی مورد سنجش قرار گرفته است.

### شبکه اجتماعی فیس‌بوک

فیس‌بوک در زمره رسانه‌های اجتماعی به شمار می‌آید که با امکاناتی مانند ایجاد و به‌نمایش گذاشتن پروفایل عمومی از سوی کاربران، دسترسی به اطلاعات و محتوای ارتباطی سایر اعضا، به اشتراک گذاری محتوای متنی، صوتی و تصویری و نیز تشکیل گروه‌هایی با علایق مشترک، پس از گوگل پرمخاطب‌ترین رسانه اجتماعی به شمار می‌آید (ذکایی و حسنی، 1394: 78). فیس‌بوک برای مدل‌های مختلف گوشی هم وجود دارد، که از طریق آن افراد می‌توانند با گوشی خود به این سایت متصل شوند (محمودیان، 1389). در پژوهش حاضر، با توجه به ماهیت چندبعدی شبکه اجتماعی فیس‌بوک با تأسی از مطالعات عدلی پور و همکاران (1392)، رسول‌زاده و همکاران (1393)، عبداللهیان و شیخ انصاری (1392) برای عملیاتی کردن آن از معرف‌های زیر استفاده شده است:

مدت‌زمان عضویت در فیس‌بوک: مدت‌زمانی که فرد به عضویت فیس‌بوک درآمده است. در این پژوهش مدت‌زمان عضویت در فیس‌بوک با استفاده از یک گویه و در سطح فاصله‌ای موردسنجش قرار گرفت.

میزان استفاده از فیس‌بوک: مدت‌زمانی از شبانه‌روز است که فرد از فیس‌بوک استفاده می‌کند. در این پژوهش میزان استفاده از فیس‌بوک با استفاده از یک گویه در سطح فاصله‌ای موردسنجش قرار گرفت.

نوع استفاده (انگیزه و هدف کاربران): به علاقه، نیاز و شرایطی اطلاق می‌شود که کاربران را به استفاده از این شبکه سوق می‌دهد. این متغیر در ابعاد انگیزه‌های هویتی (حفظ تعلقات ملی و قومی)، کنش متقابل (حفظ و زنده نگه‌داشتن روابط قدیمی، آشنایی با افراد و مردمان جدید)، کسب آگاهی (تولید اطلاعات، بهره‌گیری از فیس‌بوک برای پیگیری اخبار و اطلاعات، به‌روز کردن اطلاعات، آموزش و یادگیری، بهبود فعالیت و کار) و

فراغت (لایک و مشاهده عکس و ویدیو و...)، در قالب 9 گویه در سطح ترتیبی عملیاتی شده است.

نزدیکی فضایی اعضای شبکه: منظور از این بُعد، تعداد ملاقات‌های حضوری اعضای شبکه است. هر چه تعداد بیشتری از اعضای خانواده و هم‌کلاسی‌های کاربر عضو فهرست دوستان باشند، نزدیکی فضایی بین اعضای شبکه بیشتر می‌شود. این متغیر در قالب گویه‌های تعداد افراد موجود در لیست دوستان، تعداد اعضای خانواده موجود در لیست دوستان، درصد همشهریان موجود در لیست دوستان، درصد هم‌میهنان موجود در لیست دوستان، میزان اعتماد و اتکا به دوستان فیس‌بوک در هنگام مواجهه با مشکل و در سطح فاصله‌ای مورد سنجش قرار گرفت.

مشارکت و فعال بودن کاربران: این امر به میزان درگیری و تعامل کاربران در فیس‌بوک اطلاق می‌شود. در پژوهش حاضر، مشارکت و فعال بودن کاربران در قالب گویه‌های تعداد اعضای فهرست دوستان کاربر، تعداد گروه‌هایی که کاربر در آنها عضو است، تعداد صفحات پسندشده، تعداد افراد پسندکننده، صفحات موردپسند کاربر، تعداد درخواست دوستی‌های دریافت و ارسال‌شده، تعداد نظرات و مطالب پسندشده (در هفته)، تعداد پیام‌های دریافت و ارسال‌شده، تعداد لینک‌های به اشتراک گذاشته‌شده، تعداد دعوت به رویدادها در ماه، تعداد رویدادهای ایجادشده (در ماه)، درصد شرکت در رویدادهای دعوت‌شده، تعداد مطالب unlike در سطح فاصله‌ای مورد سنجش قرار گرفت.

## 2-6. اعتبار و پایایی ابزار گردآوری داده‌ها

برای بالا بردن روایی پرسشنامه، مفاهیم و مقوله‌های پژوهش، ابتدا روایی صوری با بهره گرفتن از نقطه نظرات و مشاورت تعدادی از متخصصان و پژوهشگران مرتبط با موضوع تحقیق مورد بررسی قرار گرفت. همچنین برای بالا بردن روایی صوری پرسشنامه، تمام ابعاد و مؤلفه‌ها از منابع معتبر و موثق که دارای بار علمی فراوان بودند، استخراج شد. در تحقیق حاضر برای بالا بردن پایایی، برخی از گویه‌ها حذف شدند. در جدول شماره (1) نتایج آزمون پایایی معرف‌های متغیرهای مستقل و وابسته آمده است.



جدول 1. ضرایب پایایی مقیاس‌های مورد استفاده

متغیر	تعداد گویه	ضریب پایایی	متغیر	تعداد گویه	ضریب پایایی
مشارکت غیررسمی	13	0/805	اعتماد رسمی - نهادی	10	0/90
مشارکت رسمی	9	0/768	ساختار روابط اجتماعی	54	0/741
روابط نهادی	7	0/771	کیفیت اعتماد اجتماعی	24	0/768
روابط انجمنی	19	0/702	شاخص سرمایه اجتماعی	78	0/732
روابط بین فرهنگی	6	0/86	تجانس کاربر در شبکه	8	0/742
اعتماد شخصی	7	0/827	انگیزه استفاده از فیس بوک	9	0/814
اعتماد تعمیم یافته	7	0/721			

### 6-3. روش تحقیق

این پژوهش در چارچوب روش‌شناسی کمی و با استفاده از روش پیمایشی به انجام رسیده است. داده‌های مورد نیاز با تکنیک‌های چندگانه گردآوری و با استفاده از تکنیک‌های کمی مورد تحلیل قرار گرفته است؛ به طوری که پس از توصیف میزان حضور در شبکه اجتماعی فیس بوک، با استفاده از تکنیک‌های تحلیل چندمتغیره از جمله تحلیل رگرسیون، سهم متغیرهای مستقل در تبیین و پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته تعیین و مشخص شده است.

جامعه آماری پژوهش حاضر، جوانان 18-30 ساله شهر پیرانشهر است. طبق سرشماری سال 1390 تعداد کل جمعیت آماری (جوانان شهر پیرانشهر) 19000 نفر هستند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران 300 نفر برآورد گردید که به شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شده است.

### 7. یافته‌های پژوهش

#### 7-1. تحلیل دو متغیره

##### 7-1-1. ویژگی‌های جمعیتی و موقعیت اجتماعی پاسخگویان

جوانان شهر پیرانشهر جمعیت نمونه پژوهش حاضر هستند. در نمونه مورد بررسی، 33/7 درصد زن و 66/3 مرد و 67 درصد مجرد، 30 درصد متأهل و 3 درصد نیز مطلقه بوده‌اند. سن افراد نمونه بین 18 تا 30 سال بوده است که 41/3 درصد (18 تا 22 سال)، 40/3 درصد

(23 تا 26 سال) و 18/3 درصد (27 تا 30 سال) سن داشته‌اند. از لحاظ منزلت اقتصادی - اجتماعی، 59/3 درصد منزلت اجتماعی پایین، 27/4 درصد متوسط و 13/3 درصد منزلت اجتماعی بالایی داشته‌اند. همچنین میانگین منزلت اقتصادی - اجتماعی افراد نمونه (34/08) در حد پایین ارزیابی شده است.

### 7-1-2. توصیف آماری شاخص و ابعاد تأثیر پذیری از شبکه اجتماعی فیس بوک

جدول شماره (2) میانگین و انحراف معیار شاخص‌های تشکیل دهنده حضور و تأثیر پذیری از شبکه اجتماعی فیس بوک را نشان می‌دهد. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد میانگین عضویت جوانان مورد بررسی در شبکه اجتماعی فیس بوک چهار سال می‌باشد. 65 درصد جوانان بین 24 تا 60 ماه در این شبکه عضویت داشته‌اند. کاربران به طور متوسط بیش از 3 ساعت از وقت خود را در شبانه روز در فیس بوک سپری می‌کنند. بیشترین انگیزه حضور جوانان در فیس بوک، ماهیت فراغتی (64 درصد) و هویت بخشی (62/4 درصد) دارد و میل به کنش متقابل (58/3 درصد) و آگاهی بخشی (54/4 درصد) در مراتب بعدی استفاده از فیس بوک قرار دارد. میانگین مشارکت و فعالیت کاربران در فیس بوک، پایین تر از حد متوسط (43/17) است. میانگین تجانس اعضای شبکه، بالاتر از حد متوسط (64/4) است. میانگین نزدیکی فضایی اعضای شبکه، پایین تر از حد متوسط (46/11) است و میانگین شاخص ترکیبی حضور و تأثیر پذیری از فیس بوک در حد متوسط (51/07) است.

جدول 2. آماره‌های شاخص<sup>1</sup> و ابعاد تأثیر پذیری کاربران از فیس بوک

ابعاد متغیر	میانگین	انحراف معیار	ابعاد متغیر	میانگین	انحراف معیار
مدت زمان عضویت	51/5 ماه	2/65	انگیزه هویتی	62/4	1/87
میزان استفاده	191/1 دقیقه	83/77	نزدیکی فضایی اعضا	46/11	52/941
انگیزه کنش متقابل	58/3	2/202	مشارکت کاربران	43/17	144/41
انگیزه کسب آگاهی	54/4	3/11	تجانس کاربر در شبکه	64/4	4/309
انگیزه فراغت	64	1/478	تأثیر پذیری از فیس بوک	51/07	95/127

1. به منظور سهولت فهم، میانگین شاخص و ابعاد آن بر مبنای یک مقیاس صفر تا 100 تنظیم شده و صفر به معنای پایین‌ترین و 100 به معنای بالاترین میزان است.

### 7-1-3. توصیف آماری شاخص و ابعاد سرمایه اجتماعی

جدول شماره (3) میانگین و انحراف معیار شاخص های تشکیل دهنده سرمایه اجتماعی را نشان می دهد. نتایج به دست آمده نشان می دهد که میزان سرمایه اجتماعی در میان جوانان مورد بررسی از لحاظ اغلب مؤلفه های مرتبط با آن در حد متوسط است. میانگین سرمایه اجتماعی 50/29 درصد است که بر مبنای یک مقیاس صفر تا 100 متوسط ارزیابی می شود. میانگین مشارکت اجتماعی غیررسمی (روابط خانوادگی، همسایگی، محله ای و دوستی) در حد متوسط است. در مقایسه با مشارکت غیررسمی، میانگین مشارکت رسمی (سیاسی) پایین تر از حد متوسط می باشد و فقط در 13 درصد افراد بالا بوده است. این مسئله نشان از وجود دشواری ها و موانعی بر سر راه مشارکت سیاسی جوانان دارد. روابط انجمنی در میان پاسخگویان بسیار پایین است و 40 درصد از جوانان فاقد عضویت در نهادهای مدنی هستند. بیشترین عضویت جوانان مربوط به گروه های ورزشی و باشگاه های تفریحی و کم ترین مربوط به انجمن های دینی و اسلامی و هلال احمر بوده است. روابط تعمیم یافته در بعد پیوندها و روابط بین فرهنگی در بین جوانان مورد بررسی شدت قابل توجهی ندارد. علاوه بر این، سرمایه اجتماعی در بعد روابط رسمی و نهادی پایین است. در بعد کیفی سرمایه اجتماعی یعنی اعتماد اجتماعی، ابعاد تعمیم یافته (50/56) و نهادی (59/92) در حد متوسط قرار دارد. با توجه به شدت بالای روابط اجتماعی غیررسمی در جوانان، اعتماد ویژه در سطح بالایی است.

جدول 3. آماره های شاخص و ابعاد سرمایه اجتماعی

متغیر	میانگین	انحراف معیار	متغیر	میانگین	انحراف معیار
مشارکت اجتماعی	54/36	12/53	روابط بین فرهنگی	42/44	7/688
مشارکت سیاسی	40/02	8/482	اعتماد شخصی	64/56	4/151
روابط نهادی	38/8	5/955	اعتماد تعمیم یافته	50/56	4/741
روابط انجمنی	34/95	4/88	اعتماد نهادی	59/92	8/436
شاخص سرمایه اجتماعی	50/29	29/198			

## 2-7. تحلیل دو متغیره

## 2-7-1. رابطه سرمایه اجتماعی با سن و منزلت اقتصادی - اجتماعی پاسخگویان

بر مبنای اطلاعات مندرج در جدول شماره (4)، بین سن و منزلت اقتصادی - اجتماعی جوانان مورد بررسی و سرمایه اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. مقدار ضریب کاسکویر مشاهده شده بیانگر آن است که اختلافات دیده شده بین مقادیر متغیر سرمایه اجتماعی و متغیرهای سن و منزلت اقتصادی - اجتماعی نمی تواند تصادفی باشد. با نظر به مثبت بودن ضریب کندال تاو - بی، رابطه مذکور مستقیم بوده و با افزایش سن و بالارفتن منزلت اقتصادی - اجتماعی جوانان، بر میزان سرمایه اجتماعی نیز افزوده می شود.

جدول 4. ضرایب همبستگی متغیرهای زمینه ای سن و منزلت اقتصادی - اجتماعی با سرمایه اجتماعی

متغیر	مقدار کندال	سطح معناداری	مقدار کاسکویر	سطح معناداری
سن	0/234	0/000	22/29	0/000
منزلت اقتصادی - اجتماعی	0/238	0/000	18/98	0/000

## 2-7-2. تفاوت پذیری میانگین سرمایه اجتماعی بر حسب جنسیت

بنا بر اطلاعات جدول شماره (5)، مقدار t محاسبه شده (5/894) از مقدار t بحرانی با درجه آزادی 298 که برابر است با 1/96 بزرگ تر است. بنابراین می توان گفت که تفاوت معناداری در میانگین سرمایه اجتماعی زنان و مردان وجود دارد.

جدول 5. تفاوت میانگین سرمایه اجتماعی بر حسب جنسیت

سرمایه اجتماعی	میانگین مردان	میانگین زنان	انحراف استاندارد	اختلاف میانگین	واریانس	درجه آزادی	سطح معناداری
سرمایه اجتماعی	140/02	120/01	27/25	20/01	5/894	298	0/000

## 2-7-3. رابطه سرمایه اجتماعی با بهره گیری از فیس بوک و ابعاد آن

بر اساس نتایج تحلیل دو متغیره، که خلاصه ای از آن در جدول شماره (5) آمده است، می توان گفت که مدت زمان عضویت در فیس بوک، انگیزه استفاده، نزدیکی فضای اعضای شبکه، فعال بودن کاربران و میزان تجانس کاربر در شبکه با سرمایه اجتماعی رابطه

مستقیم دارد. رابطه میزان استفاده از فیس‌بوک با سرمایه اجتماعی معکوس است؛ یعنی با افزایش میزان استفاده از فیس‌بوک، سرمایه اجتماعی کاهش می‌یابد. بر مبنای ضرایب همبستگی، قوی‌ترین رابطه به ترتیب مربوط به انگیزه کسب آگاهی، انگیزه کنش متقابل، مدت‌زمان عضویت و میزان استفاده از فیس‌بوک است.

بر اساس داده‌های جدول شماره (5) می‌توان گفت که شاخص ترکیبی میزان بهره‌گیری از شبکه اجتماعی فیس‌بوک با سرمایه اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. مقدار ضریب کاسکویر مشاهده‌شده که برابر با 26/514 است، بیانگر آن است که اختلافات دیده‌شده بین مقادیر متغیر وابسته و مستقل نمی‌تواند تصادفی باشد. ضریب کندال تاوپی، شدت همبستگی و جهت آن را نشان می‌دهد. با توجه به مثبت بودن این ضریب، رابطه دو متغیر مستقیم بوده و با افزایش بهره‌گیری از شبکه اجتماعی فیس‌بوک، میزان سرمایه اجتماعی افزایش می‌یابد.

جدول 7. ضرایب همبستگی بهره‌گیری از شبکه فیس‌بوک و ابعاد آن با سرمایه اجتماعی

متغیر	مقدار کندال	سطح معناداری	مقدار کاسکویر	سطح معناداری
مدت‌زمان عضویت	0/225	0/000	19/924	0/001
میزان استفاده	-0/134	0/01	13/103	0/02
انگیزه کنش متقابل	0/236	0/000	20/881	0/000
انگیزه کسب آگاهی	0/30	0/000	37/225	0/000
انگیزه فراغت	0/119	0/034	12/626	0/009
انگیزه هویتی	0/114	0/03	21/264	0/000
نزدیکی فضای اعضای شبکه	0/108	0/04	9/785	0/04
مشارکت و فعال بودن کاربران	0/117	0/019	17/207	0/002
میزان تجانس کاربر در شبکه	0/13	0/03	18/794	0/001
شاخص ترکیبی بهره‌گیری از شبکه فیس‌بوک	0/251	0/000	26/514	0/000

#### 7-2-4. رابطه ابعاد سرمایه اجتماعی با بهره‌گیری از شبکه فیس‌بوک

نتایج مربوط به رابطه بهره‌گیری از شبکه فیس‌بوک با ابعاد سرمایه اجتماعی در جدول شماره (6) آمده است. نتایج نشان می‌دهد که بهره‌گیری از فیس‌بوک با ابعاد مشارکت

اجتماعی (غیر رسمی)، روابط بین فرهنگی، روابط انجمنی، اعتماد شخصی، روابط نهادی و اعتماد رسمی - نهادی رابطه مستقیم دارد. اما رابطه بهره‌گیری از فیس‌بوک با مشارکت سیاسی (رسمی) معکوس است؛ هر چه بهره‌گیری از شبکه اجتماعی فیس‌بوک افزایش می‌یابد، میزان مشارکت سیاسی کاهش می‌یابد. بر مبنای ضرایب همبستگی، قوی‌ترین رابطه مربوط به مشارکت غیررسمی است. در میان ابعاد سرمایه اجتماعی، اعتماد تعمیم‌یافته با بهره‌گیری از فیس‌بوک رابطه معناداری ندارد.

جدول 6. ضرایب همبستگی بهره‌گیری از شبکه فیس‌بوک با ابعاد سرمایه اجتماعی

ابعاد سرمایه اجتماعی	مقدار کندال	سطح معناداری	مقدار کاسکور	سطح معناداری
مشارکت غیررسمی	0/244	0/000	20/842	0/000
مشارکت سیاسی	-0/154	0/01	12/947	0/01
روابط نهادی	0/206	0/000	19/063	0/000
روابط انجمنی	0/136	0/016	9/954	0/04
روابط بین فرهنگی	0/16	0/001	13/824	0/007
اعتماد شخصی	0/148	0/01	14/627	0/006
اعتماد تعمیم‌یافته	-0/029	0/573	-7/039	0/134
اعتماد نهادی	0/117	0/019	17/207	0/002

### 3-7. تحلیل رگرسیون چندمتغیری

بر اساس داده‌های جدول شماره (7) از میان متغیرهای مستقل، یکی از متغیرهایی که بر سرمایه اجتماعی جوانان اثر مستقل داشته و بیشترین مقدار از تغییرات را تبیین می‌کند، سن است. با توجه به اینکه ضریب بتای این متغیر از همه ضرایب بتا بیشتر است، بیشترین اثر را بر روی سرمایه اجتماعی داشته است. متغیر مستقل بعدی که وارد معادله شده، انگیزه استفاده از فیس‌بوک است. با اضافه شدن این متغیر، قدرت تبیین معادله به 41/1 درصد می‌رسد. سومین متغیری که وارد معادله شده، متغیر منزلت اقتصادی-اجتماعی است. با اضافه شدن این متغیر قدرت تبیین معادله به 44/9 درصد می‌رسد. با وارد شدن متغیر مدت زمان عضویت در فیس‌بوک، قدرت تبیین معادله به 48 درصد افزایش می‌یابد. آخرین متغیری که وارد معادله می‌شود، میزان استفاده از فیس‌بوک است. با اضافه شدن این متغیر،

قدرت تبیین معادله به 50/6 درصد افزایش می یابد. بدین ترتیب، متغیرهای مذکور، با هم 50 درصد از تغییرات سرمایه اجتماعی را تبیین می کنند.

جدول 7. ضرایب تحلیل رگرسیونی چند متغیره شاخص سرمایه اجتماعی جوانان

متغیرها	مقدار ضریب Beta	t	سطح معناداری	مقدار R square جمعی
سن	0/256	4/884	0/000	0/277
انگیزه استفاده از فیس بوک	0/230	5/112	0/000	0/411
منزلت اجتماعی	0/201	3/634	0/000	0/449
مدت زمان عضویت در فیس بوک	0/167	3/832	0/002	0/480
میزان استفاده از فیس بوک	-0/165	-3/204	0/002	0/506

## 8. جمع بندی و نتیجه گیری

در مطالعه حاضر با اذعان اینکه فیس بوک از منظر تعداد بالای اعضای عضو، امکانات فنی که در اختیار کاربران قرار می دهد و همچنین درصد بالایی از حضور کاربران با هویت حقیقی، به عنوان گونه ای از شبکه های اجتماعی که بیشترین مشابهت را با جامعه انسانی داشته و به فرد امکان ارتباط با شمار فراوانی از افراد دیگر را خارج از محدودیت های زمانی، مکانی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی می دهد، در رابطه با سرمایه اجتماعی جوانان، به عنوان یکی از مصرف کنندگان و مخاطبان اصلی فیس بوک، در دنیای واقعی مورد بررسی قرار گرفت.

شاخص های توصیفی نشان می دهد جوانان مورد بررسی، به طور متوسط به مدت 4 سال در فیس بوک عضویت داشته و بیش از 3 ساعت از وقت خود را در شبانه روز به فیس بوک اختصاص می دهند. همچنین جوانان به دلایل و انگیزه های مختلفی از این شبکه اجتماعی بهره می گیرند که خود مؤید ماهیت چندبعدی و متکثر شبکه فیس بوک بوده و جذابیت آن را در نزد جوانان دوچندان کرده است. جوانان مورد مطالعه با انگیزه های هویتی، کنش متقابل، فراغتی و آگاهی بخشی به این شبکه مراجعه و به کاربران آن مبدل شده اند. نگاهی به میانگین این دلایل نشان می دهد که بیشترین انگیزه حضور جوانان در این شبکه، ماهیت فراغتی دارد.

بر مبنای مطالعات تجربی موجود، رسانه های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، در مصرف

فرهنگی و فراغتی جوانان ایرانی بالاترین سهم را به خود اختصاص داده‌اند و به‌مثابه مهم‌ترین منبع هویت‌بخشی عمل می‌کنند (کیا، 2007:103؛ ذکایی و خطیبی، 2007:22). مطالعه ذکایی و حسنی در خصوص انگیزه‌شناسی و گونه‌شناسی دانشجویان کاربر در رسانه‌های اجتماعی مؤید آن است که مهم‌ترین اهداف و انگیزه‌های دانشجویان کاربر در استفاده از رسانه‌های اجتماعی، سرگرمی و گذران وقت، کسب اطلاعات و اخبار، حفظ روابط با دوستان فعلی و یافتن دوستان قدیمی است. اینکه جوانان از فضای شبکه‌های مجازی (فیس بوک) در جهت ایجاد و بسط میدان‌های تعاملاتی خود بهره می‌گیرند، موضوعی است در خور توجه که پژوهش دیگری را می‌طلبد.

بر مبنای نتایج این پژوهش، نوعی تجانس و همگنی در شبکه اجتماعی جوانان در فیس بوک (به لحاظ مؤلفه‌های جنسیت، سن، تعلقات قومی، ملی و سیاسی) وجود دارد. همچنین در 48 درصد از کاربران مورد بررسی، نزدیکی فضای اعضای شبکه متوسط به بالا است و میزان مشارکت و فعال بودن 53 درصد کاربران در شبکه، در حد متوسط و بالا می‌باشد. به دلیل قابلیت چندگانه شبکه فیس بوک، میزان تأثیرپذیری و بهره‌گیری 60/7 درصد کاربران در حد متوسط و بالا بوده است.

از دیگر متغیرهای مورد بررسی در این پژوهش، سرمایه اجتماعی (متغیر وابسته) بود. به دلیل ماهیت چندوجهی سرمایه اجتماعی، این متغیر در ابعاد ساختار روابط اجتماعی (مشارکت اجتماعی غیر رسمی، مشارکت سیاسی (رسمی)، روابط نهادی، انجمنی، و بین فرهنگی) و کیفیت روابط اجتماعی (اعتماد اجتماعی ویژه، تعمیم‌یافته و نهادی) مورد بررسی قرار گرفت. بر مبنای نتایج توصیفی، میزان سرمایه اجتماعی جوانان مورد بررسی، در حد متوسط (50/29 درصد) است. در میان ابعاد شاخص سرمایه اجتماعی، میانگین مشارکت اجتماعی غیررسمی (شامل روابط خانوادگی، همسایگی، محله‌ای و دوستی) جوانان در حد متوسط (54/36 درصد) است و در مقایسه با مشارکت غیررسمی، میانگین مشارکت سیاسی پایین‌تر و به میزان 40/02 درصد برآورد شده است.

از نظر عضویت در انجمن‌ها و گروه‌های مدنی، حدود 40 درصد جوانان در هیچ یک از انجمن‌ها و گروه‌های مدنی عضویت نداشتند. بر این اساس، مشارکت و روابط انجمنی در 77/7 درصد جوانان پایین و فقط در 4/3 درصد در سطح بالا بوده است. از نظر روابط رسمی - نهادی، 72/3 درصد از جمعیت نمونه، روابط محدود و پایینی با ادارات و نهادهای دولتی داشتند و فقط 3/3 درصد سابقه گفتگو، ملاقات و مکاتبه با مسئولان اداری و اجرایی



داشته‌اند. همچنین، روابط بین فرهنگی که ناظر بر پیوندهای بین گروهی و فرهنگی است، در نیمی از جمعیت نمونه در سطح پایین، و فقط در  $21/3$  درصد از افراد بالا بوده است. از دیگر ابعاد سرمایه اجتماعی، کیفیت روابط اجتماعی (اعتماد اجتماعی) است. از لحاظ اعتماد ویژه، با توجه به شدت بالای روابط اجتماعی غیررسمی در جوانان، فقط در  $3/8$  درصد اعتماد ویژه پایین بود و در  $51/7$  درصد از افراد متوسط و در  $40$  درصد بالا بوده است. همچنین اعتماد تعمیم یافته در  $45/7$  درصد از جوانان پایین، در  $37/3$  درصد متوسط و فقط در  $17$  درصد بالا بوده است. با وجود سطح نازل روابط جوانان با بخش رسمی - نهادی، فقط در  $22/3$  درصد از افراد اعتماد نهادی پایین بود، در  $48/7$  درصد متوسط و در  $29$  درصد از افراد بالا بوده است. به نظر می‌رسد با وجود نگاه مثبت و جهت گیری‌های شناختی مساعد نسبت به بُعد رسمی - نهادی، در مقام عمل زمینه‌های بسط میدان تعاملاتی به حوزه نهادی برای جوانان چندان مهیا نیست.

در سطح تبیین، بررسی‌ها نشان داد بین میزان بهره‌گیری از شبکه اجتماعی فیس‌بوک و سرمایه اجتماعی جوانان رابطه مستقیمی وجود دارد. به عبارت دیگر، فیس‌بوک تأثیر مستقیمی بر ساختار و کیفیت روابط اجتماعی جوانان دارد. فیس‌بوک سبب شده است تا جوانان از اجتماعات مختلف آگاهی بیشتری کسب کنند و مشغولیت اجتماعی آنان تقویت شود. این امر به نوعی نشان از کارکرد مکملی فیس‌بوک در تسهیل مناسبات اجتماعی در دنیای واقعی دارد. یافته‌های مذکور مؤید مطالعات تجربی کاوسی و کاظمی (1392)، وثوقی و رحمانی خلیلی (1393)، گیوریان (1390)، جواهری و باقری (1386) و در تقابل با مطالعات جعفری‌نیا (1389)، عبداللهیان و کرمانی (1392) است. این نتیجه با رویکرد نظری ولمن هم‌سو است. در چارچوب این رویکرد، اینترنت ارتباطات شبکه‌ای و غیرشبکه‌ای را افزایش می‌دهد و نه تنها فرصت‌های تماس با دوستان و خویشان را با هزینه پائینی فراهم می‌سازد، بلکه با آگاهی اعضای شبکه از نیازهای یکدیگر، بر تعداد ارتباطات رودررو و تلفنی اعضای شبکه می‌افزاید. به باور ولمن (Wellman, 2001: 438)، فراوانی اطلاعات قابل دسترس روی شبکه و آسانی استفاده از موتورهای جست‌وجو و اتصالات قوی برای یافتن گروه‌های مورد علاقه به افراد کمک می‌کند تا ضمن ملحق شدن به سامانه‌های مورد نظر خود، در آنها مشارکت کنند. کاستلز نیز بر این باور است که اینترنت شکل جدیدی از ارتباطات را حمایت می‌کند و افراد را قادر می‌سازد تا با اجتماع مورد علاقه خود تماس حاصل کنند.

در قالب فرضیه‌های فرعی نیز رابطه ابعاد شبکه فیس‌بوک با سرمایه اجتماعی بررسی شد. نتایج بررسی نشان داد که ابعاد مدت زمان عضویت، انگیزه استفاده، نزدیکی فضایی اعضای شبکه، مشارکت و فعال بودن کاربران و میزان تجانس کاربر در شبکه با سرمایه اجتماعی رابطه مستقیم دارد، اما رابطه میزان استفاده از فیس‌بوک با سرمایه اجتماعی منفی و معکوس است؛ یعنی با بالا رفتن زمان فعالیت در فیس‌بوک، سرمایه اجتماعی کاهش می‌یابد. این مسئله نشان‌دهنده ماهیت پیچیده شبکه اجتماعی فیس‌بوک است که نمی‌توان ابعاد، آثار و پیامدهای آن را یکسان گرفت. به بیان دیگر، هر چند با بهره‌گیری جوانان از فیس‌بوک به مثابه یک مجرای ارتباطی و اطلاعاتی بر حشر و نشر با دوستان، خویشاوندان و هم‌قومان در فضای مجازی افزوده و افق ذهنی و بینشی آنان نسبت به اعیان فرهنگی و اجتماعی دستخوش تغییر واقع شده است، اما شدت و نوع اثرگذاری آن بر سطوح و ابعاد سرمایه اجتماعی یکسان نیست و تابع میزان حضور در فضای مجازی است. نخست اینکه، با افزایش زمان درگیری در فضای مجازی، از درگیری و مشارکت کاربران جوان در دنیای واقعی کاسته می‌شود. یافته‌های مذکور مؤید مطالعات تجربی لیک و هاجفلد (1998) است. ولمن نیز به نقل از جوزف نای<sup>1</sup> عنوان می‌دارد، با توجه به ورود عموم مردم به فضاهای مجازی مدت زمانی که صرف این برنامه‌ها می‌شود، خواسته یا ناخواسته از زمان فعالیت‌های دنیای واقعی گرفته شده است (Wellman, 2001: 40). یافته مذکور هم‌سو با رویکرد نظری پاتنام و مؤید مطالعات تجربی پناهی (1386) و حسین‌پور و معتمدنژاد (1390) و در تقابل با یافته‌های وثوقی و خلیلی (1393) است. به باور پاتنام، فناوری با خصوصی کردن فزاینده منابع تجربه در میان نسل جوان و انفرادی ساختن گذران فراغت، روابط بین فردی را متزلزل و فرصت تشکیل سرمایه اجتماعی را کاهش دهد. اینترنت زمان لازم برای مشارکت‌های مدنی را از افراد می‌گیرد، در نتیجه موجب کاهش مشارکت مدنی می‌شود (Putnam, 1995: 65). دوم اینکه، بر مبنای یافته‌ها، با حضور در فیس‌بوک، مشارکت سیاسی و روابط رسمی - نهادی تحت تأثیر این فضا تضعیف شده است. پاتنام، در بیان جنبه‌های منفی رسانه‌های ارتباط جمعی در فرایند اجتماعی شدن و بسیج سیاسی شهروندان، عنوان می‌دارد که رسانه‌ها به‌طور بالقوه منجر به انفعال سیاسی شهروندان می‌شوند و آنها را به تماشاگران ساده زندگی سیاسی تبدیل می‌کند (Putnam, 1995: 65).

سوم اینکه، با وجود ماهیت متجانس و همگن شبکه اجتماعی کاربران فیس بوک، و ماهیت فراغتی، هویتی و تعاملی انگیزه استفاده از فیس‌بوک، نزدیکی فضایی اعضای شبکه (ملاقات‌های حضوری و اعتماد به اعضای شبکه) پایین است. به بیان دیگر، تداوم و به فعلیت در آمدن پیوندهای مجازی در دنیای واقعی با دشواری‌هایی مواجه است. چهارم اینکه، پیوندها و مناسباتی که در فضای مجازی کاربران جوان تجربه می‌کنند به نوعی بازنمای روابط و مناسبت اجتماعی جوانان در دنیای واقعی است. بدین معنا که برخی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی از قبیل اعتماد و روابط نهادی، و مشارکت اجتماعی رسمی و سیاسی همچنان که در فضای واقعی با سطح پایین روبرو است، با حضور فضای فیس‌بوک نیز تقویت و بازسازی نشده است ولی آن بخش‌هایی از سرمایه اجتماعی که محصور در سرمایه اجتماعی قدیم (مشارکت اجتماعی غیررسمی و اعتماد ویژه) است با حضور در شبکه اجتماعی فیس‌بوک تداوم پیدا کرده و به نوعی تقویت شده است. سطح بالای تجانس و همگنی در شبکه اجتماعی جوانان در فیس‌بوک به نوعی مؤید این مسئله است. همان‌گونه که رینگولد (2000) نیز خاطر نشان کرده است، کم و کیف مناسبات اجتماعی در دنیای مجازی کم‌وبیش بازنمای کم و کیف مناسبات اجتماعی افراد در دنیای واقعی است. با نظر به پایین بودن میانگین (34/08 درصد) منزلت اقتصادی - اجتماعی کاربران جوان، مهیا ساختن زمینه‌های ساختاری تکوین و بسط سرمایه اجتماعی جوانان، به‌ویژه در ابعاد نهادی ضروری به نظر می‌رسد.

## فهرست منابع

### الف) منابع فارسی

1. امیر کافی، مهدی (1374). اعتماد اجتماعی: اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن، پایان‌نامه مقطع کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
2. برتون، فیلیپ (1382). آیین اینترنت تهدیدی برای پیوند اجتماعی، ترجمه علی اصغر سرحدی، جمشیدی، تهران، امیرکبیر.
3. پاتنام، روبرت (1384). دموکراسی و سنت‌های مدنی، ترجمه محمدتقی دلفروز، تهران: دفتر مطالعات و تحقیقات سیاسی وزارت کشور.
4. تاملینسون، جان (1381). جهانی شدن و فرهنگ، ترجمه محسن حکیمی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
5. چلیبی، مسعود و محمد مبارکی (1384). تحلیل رابطه سرمایه اجتماعی و جرم در سطوح خرد و کلان، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره ششم، شماره 2.
6. حدادی، فریده و سید کمال‌الدین موسوی (1390). تحلیل مقایسه‌ای سرمایه اجتماعی در جهان واقعی و در جهان مجازی: با تأکید بر جوانان 15 تا 24 ساله مراجعه‌کننده به کافی‌نت‌ها در شهر اصفهان، مجله جهانی رسانه، شماره 12.
7. ذکایی، محمدسعید و محمدحسین حسینی (1394). گونه‌شناسی کاربران رسانه‌های اجتماعی، فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، شماره 17: 63-37.
8. ذکایی، محمدسعید و پیام روشن‌فکر (1384). رابطه سرمایه اجتماعی و کیفیت زندگی در محلات شهری، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره 32: 37-1.
9. ذکایی، سعید (1390). جرم‌شناسی فرهنگی و مسئله جوانان، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره 13، شماره 1 و 2.
10. رسول‌زاده اقدم، صمد، پویان احیایی، صمد عدلی‌پور و مریم سهرابی (1393). تحلیل رابطه حضور در شبکه اجتماعی فیس‌بوک و انزوای اجتماعی در بین جوانان شهر تبریز، فصلنامه توسعه اجتماعی، شماره 4: 154-133.
11. زاهدی، محمدجواد و سجاد اوچاقلو (1384). بررسی اعتماد اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در شهر زنجان، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره ششم، شماره 4.
12. شارع‌پور، محمود (1380). «فرسایش سرمایه اجتماعی و پیامدهای آن»، نامه انجمن جامعه‌شناسی ایران، شماره 3.
13. عبداللهیان، حمید و حسن کرمانی (1392). سنجش سرمایه اجتماعی کاربران ایرانی شبکه اجتماعی فیس‌بوک، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ششم، شماره 3: 26-1.
14. عبداللهیان، حمید و مهین شیخ‌انصاری (1392). تبیینی بر همبستگی بین شدت استفاده از فیس‌بوک و سرمایه اجتماعی کاربران فیس‌بوک، فصلنامه جامعه‌شناسی، شماره 4: 138-119.
15. عدلی‌پور، صمد، بهجت یزدخواستی و فائزه خاکسار (1392). شبکه اجتماعی فیس‌بوک و شکل‌گیری هویت بازان‌دیشانه در بین دانشجویان دانشگاه تبریز، فصلنامه پژوهش‌های

- ارتباطی، سال 20، شماره 3.
16. غفاری، غلامرضا و محسن نیازی (1383). جامعه‌شناسی مشارکت، تهران: نشر نزدیک.
17. فیلد، جان (1388). سرمایه اجتماعی، تهران: انتشارات کویر.
18. قادرزاده، امید و سعید معیدفر (1389). گونه‌ها و سطوح سرمایه اجتماعی در اجتماعات قومی (مطالعه موردی مناطق کردنشین)، مجله انسان‌شناسی، سال هشتم، شماره 12: 96-121.
19. کاستلز، مانوئل (1380). عصر ارتباطات، قدرت هویت، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: طرح نو.
20. کاوسی، اسماعیل و حسن کاظمی (1392). نقش تحریک اجتماعی سیاسی شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیس‌بوک) بر شکل‌گیری بعد فرهنگی سرمایه اجتماعی، مطالعات رسانه‌ای، سال 8، شماره 23.
21. گیدنز، آنتونی (1380). پیامدهای مدرنیت، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز.
22. گیدنز، آنتونی (1385). تجدد و تشخیص؛ جامعه و هویت شخصی در عصر جدید، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
23. منتظر قائم، مهدی و احسان شاقاسمی (1387). اینترنت و تغییر اجتماعی در ایران: نگاهی فرا تحلیلی با تأکید بر جوانان، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره 9، شماره 3: 4-142.
24. نوغانی، محسن و مرتضی چرخ زرین (1392). بررسی تأثیر فیس‌بوک بر سرمایه اجتماعی پیوندی و پل زنده در بین جوانان، فصلنامه مطالعات جامعه‌شناسی جوانان، سال 4، شماره 12: 173-188.
25. وثوقی، منصور و احسان رحمانی خلیلی (1393). «رابطه رسانه‌های جمعی و سرمایه اجتماعی در کلان‌شهر تهران»، مطالعات فرهنگ - ارتباطات، سال پانزدهم، شماره 26.

## ب) منابع لاتین

1. Buckman, R (2005). Too Much Information? Colleges Fear Student Postings on Popular Facebook Site Could Pose Security Risks. The Wall Street Journal, P. B1.
2. Bradley Flinn, M (2009). Personal Information Sharing Behaviors, of College Students.
3. Golder, S. A., D. Wilkinson & B. A. Huberman (2007). Rhythms of Social Interaction: Messaging within a Massive Online Network. In C. Steinfeld, B. T.
4. Kia, A (2007). Cyberspace and Identity, Professional Users Tehran, Allameh Tabatabai University.
5. Moy, P & P Micheal (2000). With Malice Toward All? The Media and Public Confidence in Democratic Institution. USA: Green Wood Publishing Groups.
6. Putnam, R (1995). Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy. Princeton, N. J.: Princeton University press.
7. Putnam, R (1995). " Bowling Alone: America's Declining Social Capital", Journal of Democracy, 6 (1): 65 - 78.

8. Steinfield, C & B Nicole & L Ellison and Cliff (2008). "Social Capital, Self-Esteem, and Use of Online Social Network Sites: A Longitudinal Analysis", *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29 (2): 434-445.
9. Stone, W (2002). *Measuring Social Capital: Toward a Theoretically Informed Measurement Framework for Researching Social Capital in Family and Community Life*, No. 24, Australian Institute of Family Studies, Melbourne.
10. Shao, G (2009). "Understanding the Appeal of User-Generated Media: A Uses and Gratification Perspective", *Internet Research*, 19 (1): 7-25.
11. Wellman, B & J Boase, & W Chen (2002). "The Networked Nature of Community: Online and Offline", *IT & Society*, 1 (1): 151-165.
12. Wellman, B (2001). "Physical Place and Cyber Place: The Rise of Networked Individualism", I L. Keeble & B.D. Loader (Eds.), *Community Informatics: Shaping Computer-Mediated Social Relations*. London: Routledge.

