

## تأثیر شبکه اجتماعی کلوب بر سرمایه اجتماعی دختران و زنان شهر تبریز\*

۱ صمد عدلی پور

۲ سید احمد میرمحمدتبار

۳ سیمین افشار

۴ مریم سهرابی

### چکیده

بی‌شک، جهان اجتماعی در حال تغییر است و یکی از عوامل اصلی تحول در دنیای کنونی، دستاوردهای تکنولوژیک جدید و متاخر بشری می‌باشد. دستاوردهایی که به عنوان رسانه‌های نوین شناخته می‌شوند. اما به دلیل نوظهور بودن این رسانه‌ها هنوز بر سر تأثیرات مثبت و منفی آن توافق حاصل نشده و نظرات مختلفی در مورد اثرات رسانه‌های نوین از جمله شبکه‌های اجتماعی مجازی همچون کلوب بر روی سرمایه اجتماعی وجود دارد. همچنین، با توجه به آمارهای موجود، بیشترین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی اختصاص به جوانان و به ویژه دختران و زنان جوان دارد که با انگیزه‌های مختلف از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. مطالعه تأثیرات استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان دختران و زنان می‌تواند برخی از پیامدهای این رسانه‌های نوین را مشخص سازد. پژوهش حاضر به صورت پیمایشی و با استفاده از پرسش‌نامه اینترنتی محقق‌ساخته صورت گرفته است که پایایی آن با استفاده از آماره آلفای کرونباخ (۰/۷۹) مورد تأیید قرار گرفت. جامعه آماری پژوهش را دختران و زنان عضو شبکه اجتماعی کلوب شهر تبریز تشکیل می‌دهند. چارچوب نظری تحقیق نیز برگرفته از نظریه‌های موجود در خصوص تأثیرات فضای مجازی بر سرمایه اجتماعی است. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که بین متغیرهای مدت زمان عضویت کاربران در کلوب، میزان استفاده از کلوب، میزان مشارکت و فعالیت در کلوب و میزان اهمیت کلوب برای کاربران با میزان سرمایه اجتماعی، رابطه معنادار مستقیمی وجود دارد. همچنین متغیرهای مستقل وارد شده در مدل رگرسیونی پژوهش توانسته‌اند ۳۰ درصد از تغییرات سرمایه اجتماعی پاسخگویان را تبیین کنند. در مجموع، نتایج پژوهش حاکی از آن است که شبکه اجتماعی کلوب می‌تواند باعث افزایش سرمایه اجتماعی کاربران خود شود.

کلید واژه: سرمایه اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی مجازی، شبکه اجتماعی کلوب.

\* تاریخ وصول: ۱۳۹۳/۶/۱۸ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۸/۴

۱- گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران Samadadlipour@gmail.com

۲- گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

۳- گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

۴- گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

### ۱- مقدمه و بیان مسأله

به واسطه رشد روزافزون تکنولوژی‌ها و آثار حاصل از آن، تغییر و تحول دائمی به واقعیت انکارناپذیر حیات اجتماعی تبدیل شده است. از جمله مصادیق این نوآوری‌ها می‌توان به ظهور و اشاعه فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی اشاره نمود. پیدایی صور نوین ارتباط در شبکه‌های بزرگ کامپیوتری مانند شبکه‌های اجتماعی مجازی، زمینه‌ساز فضاهای اجتماعی جدید گشته است. فضاهایی بدون مرز که روابط اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. بدینسان فناوری‌های نوین اطلاعات، اقصی نقاط عالم را در شبکه‌های جهانی بر ساخته از ابزارها به یکدیگر پیوند داده و ارتباطات کامپیوتری، مجموعه گسترده‌ای از اجتماعات مجازی را به وجود آورده است.

به نظر کاستلز<sup>۱</sup> در آغاز هزاره سوم میلادی و با بروز پارادایم جدید مبتنی بر فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، همه کشورهای جهان به طور مستقیم یا غیرمستقیم در معرض تغییرات ساختاری قرار خواهند گرفت. این نوع فناوری به خودی خود، نسبت به نهادها و فرایندهای اجتماعی عامل تعیین کننده محسوب نمی‌شود، بلکه در ماتریس پیچیده کنش متقابل بین ساختارهای اجتماعی و کنشگران نقش یک عامل واسطه‌ای را ایفا می‌کند و به همین خاطر در مرکز کنش انسانی قرار می‌گیرد. به این ترتیب تغییر شکل ابزارهای تولید دانش و فرآیندهای اطلاعاتی و ارتباطی منجر به پیامدهای فراگیر می‌شوند و تأثیرات اجتماعی را به الگوی وسیع‌تری از علیت اجتماعی می‌افزاید (حسنی، ۱۳۸۲: ۳۴-۳۳).

شبکه‌های اجتماعی مجازی در طی دهه گذشته با گسترش سریع و ب ۲ رواج زیادی در بین کاربران جوان پیدا کرده و میلیون‌ها نفر در این شبکه‌ها عضویت یافته‌اند. چنان‌که این شبکه‌ها به سرعت در بین مخاطبان خود جای باز نموده‌اند و امروزه به بخش جدایی‌ناپذیر زندگی اغلب کاربران خود بدل گشته‌اند. در طول یک دهه اخیر که وبلاگ‌نویسی و حضور در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی سایبری متداول و مرسوم شده است، شاهد آن هستیم که زنان و دختران ایرانی گوی سبقت را از بسیاری از زنان جهان ربوده‌اند و با حضور خود نشان داده‌اند که چقدر با ماهیت تحولات دنیای جدید عجین هستند و علی‌رغم موانعی که در ساختار اجتماعی، سیاسی و فرهنگی جامعه ما وجود دارد آنها توانسته‌اند از قلمرو محدودیت فراتر روند. در واقع، افزایش اطلاعات مجازی کاربران زن و آگاهی آنها از نقش اطلاعات در نقش‌آفرینی بالاتر، آنها را به مشارکت بیشتر در دنیای مجازی واداشته است.

بررسی تأثیرات شبکه اجتماعی کلوب بر روابط اجتماعی جوانان مسأله‌ای است که در کشور ما کمتر مورد توجه قرار گرفته است. اگرچه در رسانه‌های جمعی گزارشات و تحلیل‌هایی درباره شبکه‌های

اجتماعی مجازی و اثرات استفاده از آن ارائه شده اما به نظر می‌رسد که این تحلیل‌ها بر مبنای پژوهش‌های تجربی معتبر انجام پذیرفته و صحت علمی آنها مورد تردید است. از سوی دیگر، آمار دقیقی از تعداد کاربران این شبکه اجتماعی در کشور ما ارائه نشده اما نفوذ سریع و افزایش تعداد کاربران آن در میان نسل جوان و به خصوص دختران و زنان غیرقابل اغماض است. از این رو بررسی آثار و پیامدهای کاربرد شبکه‌های اجتماعی مجازی همچون کلوب، در عرصه‌های مختلف حائز اهمیت است. جوانان به ویژه دختران و زنان جوان از مصرف‌کنندگان اصلی این فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی هستند. در واقع، شبکه‌های اجتماعی مجازی بخش مهمی از زمان جوانان را به خود اختصاص می‌دهند. به این جهت این احتمال وجود دارد که بهره‌مندی از این پدیده‌ها بر نوع کنش‌ها، اولویت‌ها و جهت‌یابی آنها تأثیر داشته باشد. از این رو مطالعه پیامدهای استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، از نظر شناخت پیامدها و آثاری که ممکن است بر دختران و زنان جوان داشته باشد قابل مطالعه است. در واقع، نوشتار حاضر درصدد است تا مشخص سازد که آیا استفاده زنان و دختران از شبکه اجتماعی کلوب با میزان سرمایه اجتماعی آنها رابطه دارد؟ امید است انجام این قبیل بررسی‌ها، در زمینه شناسایی پیامدهای کاربرد شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران سودمند باشد.

## ۲- پیشینه تجربی پژوهش

- موسوی و حدادی (۱۳۹۰) در پژوهشی به تحلیل مقایسه‌ای سرمایه اجتماعی در جهان واقعی و مجازی پرداخته‌اند. یافته‌های آنها حاکی از آن است که بین سرمایه اجتماعی در جهان واقعی و جهان مجازی رابطه مستقیمی وجود دارد. فضای مجازی به عنوان یک فضای تعاملی اینترنتی، منعکس‌کننده همان حجم سرمایه اجتماعی افراد در دنیای واقعی است. بدین معنا که فضای مجازی، سرمایه اجتماعی افراد را کاهش یا افزایش نمی‌دهد بلکه حجم این سرمایه در جهان مجازی کم و بیش بارتاب‌دهنده حجم سرمایه اجتماعی افراد در دنیای واقعی است.

- یافته‌های شهابی و بیات (۱۳۹۱) حاکی از آن است که جوانان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی را فرصتی برای بیشتر بودن با دوستان فضای واقعی می‌دانند و این شبکه‌ها امکان زنده شدن ارتباطات قدیمی را در عین دوری مکانی فراهم می‌آورند. اعضای شبکه‌های اجتماعی اینترنتی حس تعلق به گروه و داشتن علاقه و عقیده مشترک با دیگران را ادراک و از آن احساس رضایت می‌کنند. همچنین جوانان فعالیت در فضای شبکه‌ها را جایگزینی مناسب برای اوقات تنهایی خود می‌دانند و با این شبکه‌ها امکان سپری کردن اوقات بیکاری را فراهم می‌آورند. فضای شبکه‌های اجتماعی، تجربیات عاطفی محدود و ممنوع شده از سوی اشکال رسمی و رایج جامعه را ممکن و کم هزینه می‌سازد.

- عبداللهیان و کرمانی (۱۳۹۲) در پژوهشی به سنجش سرمایه اجتماعی کاربران ایرانی شبکه اجتماعی فیس‌بوک پرداخته‌اند. یافته‌های آنها بیانگر این است که تحصیلات افراد در فیس‌بوک می‌تواند میزان سرمایه اجتماعی آنها را در این شبکه افزایش دهد. افراد با سرمایه اجتماعی بالاتر در فیس‌بوک از مشارکت مدنی و سیاسی بالاتری در دنیای واقعی برخوردارند.

- عبداللهیان و شیخ‌انصاری (۱۳۹۲) بر اساس فرضیات الیسون<sup>۱</sup> به تبیین همبستگی مثبت بین افزایش شدت استفاده از فیس‌بوک و افزایش سرمایه اجتماعی کاربران ایرانی فیس‌بوک پرداخته‌اند. جمع‌آوری داده‌ها به روش پیمایش و به شکل آفلاین و آنلاین و نیز از طریق کاربرد گروه کانون انجام شد. جامعه آماری این پژوهش در روش آنلاین کاربران اینترنت و در روش آفلاین دانش‌آموزان ساکن تهران که کاربر اینترنت هستند، در نظر گرفته شد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بین افزایش شدت استفاده از فیس‌بوک و سرمایه اجتماعی پیوندبخش و سرمایه اجتماعی نگهدارنده کاربران فیس‌بوک همبستگی مثبت وجود دارد. در میان گروه کنترل و گروه آزمایش نیز بین سه نوع سرمایه اجتماعی تفاوت وجود دارد. به عبارت دیگر، میانگین این سه نوع سرمایه در بین کاربران فیس‌بوک نسبت به کسانی که کاربر نیستند، بیشتر است. دستاورد پژوهش آنها این است که شبکه اجتماعی فیس‌بوک پیوندهای ضعیف را تقویت می‌کند.

- نوغانی و چرخ زرین (۱۳۹۲) در مطالعه‌شان با عنوان «بررسی تأثیر فیس‌بوک بر سرمایه اجتماعی پیوندی و پل‌زننده در بین جوانان»، نشان دادند که شبکه اجتماعی فیس‌بوک می‌تواند باعث کاهش سرمایه اجتماعی پیوندی و افزایش سرمایه اجتماعی پل‌زننده گردد.

- یافته‌های رازقی و امری مله (۱۳۹۳) در پژوهشی تحت عنوان «بررسی تأثیرات اینترنت بر سرمایه اجتماعی جوانان شهر قائمشهر» حاکی از آن است که میانگین سرمایه اجتماعی (اعتماد و شبکه اجتماعی) در بین کاربران اینترنت بالاتر از غیرکاربران می‌باشد و اینترنت نقش تکمیل‌کننده سرمایه اجتماعی را ایفا می‌کند.

- لیونگ و لی<sup>۲</sup> (۲۰۰۴) با تأکید بر ارتباط مفهومی که بنام بین کیفیت زندگی، مشارکت اجتماعی و سرمایه اجتماعی برقرار می‌کند، نشان دادند که استفاده بیش از حد از اینترنت به طور چشمگیری بر شکل‌گیری سرمایه اجتماعی تأثیر می‌گذارد.

- الیسون و همکارانش (۲۰۰۷) معتقدند ظرفیت‌های بالقوه موجود در فیس‌بوک بیشتر در راستای تبدیل پیوندهای پنهان (که دو طرف از آن آگاهی ندارند) به پیوندهای ضعیف بین افراد بالفعل شده و

1. Ellison

2. Leung, A. & Lee, B.

می‌تواند افراد را با علایق و سلاقی متفاوت دور هم جمع کند. به اعتقاد ایسون و همکارانش امکاناتی که فیس‌بوک برای معرفی کاربران در پروفایل شخصی‌شان قرار داده است (مثلاً دوستان یا علائق مشترک) زمینه را برای تبدیل پیوندهای پنهان به پیوندهای ضعیف به وجود آورده است. اطلاعات هویتی هر فرد در فیس‌بوک به عنوان نوعی تسهیل‌کننده ارتباطات اجتماعی عمل کرده و به تصمیمگیری فرد در مورد انتخاب دوستان فیس‌بوکی کمک می‌کند. استفاده از فیس‌بوک برای ارتباط با کسانی که هیچ‌آشنایی با آنها نداریم تأثیری بر افزایش نمرات سرمایه اجتماعی نداشت در حالی که استفاده از این سایت برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد افرادی که کاربران شناخت کمی از آنها داشتند بر سرمایه اجتماعی آنها موثر بود.

- یافته‌های پژوهش بارک<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۰) حاکی از آن است که ارتباطات مستقیم (ارتباطات افراد با دوستان‌شان از طریق سایت) نقش مهمی را در سرمایه اجتماعی درون گروهی ایفا می‌کنند در حالی که با سرمایه اجتماعی بین گروهی ارتباط کمتری دارند. بر طبق یافته‌های آنها، ارتباطات مصرفی مانند انتشار اطلاعات توسط کاربران به دلیل انتشار صرف اطلاعات و عدم استفاده ارتباطی از فیس‌بوک به مرور کاهش سرمایه اجتماعی بین گروهی را به دنبال خواهد داشت.

### ۳- چهارچوب مفهومی

#### شبکه‌های اجتماعی مجازی

اصطلاح شبکه‌های اجتماعی را برای نخستین بار جی.ای. بارنز<sup>۲</sup> در سال ۱۹۵۴ طرح کرد و از آن پس به سرعت به شیوه‌ای کلیدی در تحقیقات و مطالعات بدل گشت. در تئوری شبکه اجتماعی سنتی، یک شبکه اجتماعی به این صورت تعریف می‌شود که یک مجموعه‌ای از نهادهای اجتماعی که شامل مردم و سازمان‌ها که به وسیله مجموعه‌ای از روابط معنی‌دار اجتماعی به هم متصل‌اند و با هم در به اشتراک گذاشتن ارزش‌ها تعامل دارند. شکل سنتی خدمت شبکه اجتماعی بر انواع روابط هم‌چون دوستی‌ها و روابط چهره به چهره متمرکز است اما خدمات شبکه اجتماعی امروزه بیشتر بر جامعه مجازی آن‌لاین و ارتباطات کامپیوتر واسط متمرکز است.

شبکه‌های اجتماعی اینترنتی سایت یا مجموعه سایت‌هایی هستند که امکاناتی فراهم می‌آورند تا کاربران بتوانند علاقه‌مندی‌ها، افکار و فعالیت‌های خودشان را با دیگران به اشتراک بگذارند و دیگران هم این افکار و فعالیت‌ها را با آنان سهیم شوند. یک شبکه اجتماعی، مجموعه‌ای از سرویس‌های مبتنی بر وب

1. Burke

2. Barnes, A.

است که این امکان را برای اشخاص فراهم می‌آورد که توصیفات عمومی یا خصوصی برای خود ایجاد کنند، یا با دیگر اعضای شبکه ارتباط برقرار کنند، منابع خود را با آن‌ها به اشتراک بگذارند و از میان توصیفات عمومی دیگر افراد، برای یافتن اتصالات جدید استفاده کنند (بوید و الیسون، ۲۰۰۷: ۲۱۲).

در واقع، شبکه‌های اجتماعی برای افزایش و تقویت تعاملات اجتماعی در فضای مجازی طراحی شده‌اند. به طور کلی از طریق اطلاعاتی که بر روی پروفایل افراد قرار می‌گیرد مانند عکس کاربر، اطلاعات شخصی و علایق (که همه این‌ها اطلاعاتی را در خصوص هویت فرد فراهم می‌آورد) برقراری ارتباط تسهیل می‌گردد. کاربران می‌توانند پروفایل‌های دیگران را ببینند و از طریق برنامه‌های کاربردی مختلف مانند ایمیل و چت با یکدیگر ارتباط برقرار کنند (پمپک و همکاران، ۲۰۰۹: ۲۲۸).

از پُر کاربرترین شبکه‌های اجتماعی مجازی داخلی می‌توان به کلوب اشاره کرد. سایت کلوب در دی ماه ۱۳۸۳ بر پایه نیازهای امروزی کاربران اینترنتی ایرانی راه‌اندازی شد تا به عنوان سایتی برای ارتباط ایرانیان جهان بتواند بستری جهت تبادل اطلاعات، نیازها، کالاها و خدمات، آشنا شدن با همکاران، دوستان قدیمی و غیره به وجود آورد. از دیگر اهداف این شبکه اجتماعی معرفی امکانات و قابلیت‌های موجود و انطباق آنها با مشکلات و نیازهای مطرح ایرانیان است تا از این طریق با حداقل هزینه ممکن خدمات و اطلاعات درخواستی در اختیار متقاضیان قرار گیرد و موجبات افزایش بهره‌وری و کارایی را در سطح اجتماع فراهم کند. به نظر می‌رسد این شبکه اجتماعی مجازی توانسته است کاربران ایرانی زیادی را از داخل و خارج ایران به خود جلب کند. امکانات متنوع و فراوان این شبکه مجازی و همچنین سهولت در استفاده و عضویت در آن را می‌توان به عنوان مهمترین دلایل توجه و رجوع به این سایت دانست.

### سرمایه اجتماعی

مفهوم سرمایه اجتماعی از جمله مفاهیم مدرن است که در گفتمان علوم اجتماعی معاصر در سطوح مختلف استفاده شده است. هر چند این مفهوم پیشینه طولانی ندارد اما کاربرد آن به تدریج از دهه ۱۹۹۰ به این سو در ترها و مقالات دانشگاهی با کارهای افرادی چون کلمن<sup>۱</sup>، بوردیو<sup>۲</sup> و پاتنام<sup>۳</sup> افزایش یافته است.

کلمن سرمایه اجتماعی را نه با آنچه که هست، بلکه با آنچه که به وجود می‌آورد، تعریف می‌کند و بر این اساس مفهوم کارکردی سرمایه اجتماعی را مورد بازبینی قرار می‌دهد. کارکردی که با این مفهوم از

1. Coleman
2. Bourdieu
3. Putnam

سرمایه اجتماعی شناخته می‌شود ارزش جنبه‌هایی از ساختار اجتماعی برای افراد است که می‌توانند از آن به عنوان منابعی برای دستیابی به خواسته‌هایشان استفاده نمایند. بر این اساس است که مفهوم سرمایه اجتماعی از دیدگاه کلمن معطوف به تفهیم نقش هنجارها و فرمان‌های درون شبکه‌ای اجتماع می‌شود که منبعی برای نیل به سرمایه انسانی را به وجود می‌آورد (کلمن، ۱۹۸۸: ۱۰۱).

پاتنام نیز سرمایه اجتماعی را اعتماد و شبکه‌های گسترده اجتماعی می‌داند که مشارکت را برای منافع چند سویه تسهیل می‌کند. بر این اساس پاتنام شش بعد رسمیت هدف اتصال‌دهی و پیوستگی بی‌واسطگی کثرت و جایگاه اجتماعی را در سرمایه اجتماعی وارد می‌بیند که بر اساس آنها سرمایه اجتماعی کنشی بهم پیوسته نمی‌شود، بلکه در بستر هنجارها، اعتماد و مشارکت و عمل متقابل در شبکه‌های اجتماعی است که پیچیدگی‌ها و دشواری‌های فراگیری از کنش‌های درهم تنیده را قابل حل می‌کند (نادری و همکاران، ۱۳۸۷: ۸۹). علاوه بر تعاریف فوق، از سرمایه اجتماعی تعاریف مختلفی نیز ارائه شده است. یکی از تعاریف مطرح این است که سرمایه اجتماعی مجموعه هنجارهای موجود در نظام اجتماعی است که موجب ارتقای سطح همکاری اعضای آن جامعه گردیده و موجب پایین آمدن سطح هزینه‌های تبادلات و ارتباطات می‌گردد. بر اساس این تعریف، مفاهیمی نظیر جامعه مدنی و نهادهای اجتماعی نیز دارای ارتباط مفهومی نزدیکی با سرمایه اجتماعی می‌گردند (فوکویاما، ۱۹۹۹: ۵).

از نظر بوردیو، سرمایه اجتماعی بر تعهدات و ارتباطات اجتماعی مبتنی است و آن را چنین تعریف می‌کند: سرمایه اجتماعی انباشت منابع بالفعل و بالقوه‌ای است که مربوط به داشتن شبکه‌ای نسبتاً پایدار از روابط کم و بیش نهادی شده از آشنایی و شناخت متقابل است یا به عبارت دیگر عضویت در یک گروه برای هر یک از اعضایش از طریق حمایت یک سرمایه جمعی، صلاحیتی فراهم می‌کند که آنان را مستحق اعتبار به معانی مختلف کلمه می‌کند (بوردیو، ۱۹۹۷: ۵۱).

سرمایه اجتماعی به طور کلی شامل نهادها، روابط، گرایش‌ها، ارزش‌ها و هنجارهایی است که بر رفتارها و تعاملات بین افراد حاکم است. به عبارت دیگر، سرمایه اجتماعی آن دسته از شبکه‌ها و هنجارهایی است که مردم را قادر به عمل جمعی می‌کند. در واقع می‌توان گفت هر چه انسان‌ها مردمان بیشتری بشناسند و هر چه با آنان وجه مشترک بیشتری داشته باشند، سرمایه اجتماعی افزون‌تری خواهند داشت (جوهری و باقری، ۱۳۸۶: ۳۷).

اسکوفل و شاه<sup>۱</sup> (۲۰۰: ۱۱۳)، سه بعد سرمایه اجتماعی را از هم متمایز کرده‌اند:

۱) بعد درون فردی: مربوط به رضایت از زندگی افراد و بهزیستی فردی است.

۲) بعد بین شخصی: به اعتماد میان افراد و همچنین اعتماد اجتماعی یا اعتماد تعمیم‌یافته در دیگران اشاره دارد.

۳) بعد رفتاری: شامل مشارکت فعال افراد در عرصه‌های مدنی و سیاسی است. در پژوهش حاضر، چارچوب ارائه شده اسکوفل و شاه، برای بررسی تاثیر شبکه اجتماعی کلوب بر رضایت از زندگی، اعتماد اجتماعی، مشارکت مدنی و سیاسی دختران و زنان جوان کاربر این شبکه، به کار گرفته شده است.

### رضایت از زندگی

انسان‌ها موجوداتی اجتماعی هستند که از ابتدای تولد تا هنگام مرگ در اجتماع به سر می‌برند و شادکامی و خرسندی آنها در زندگی اجتماعی در گرو روابط اجتماعی آنها می‌باشد. رضایت از زندگی به عنوان یک پدیده اجتماعی در نتیجه تعامل فرد با اجتماع حاصل می‌شود و بر این اساس پیامدهای آن نیز اجتماعی می‌باشد.

عوامل متفاوتی در رضایت از زندگی مشارکت دارند. تعامل اجتماعی، عوامل شخصیتی، سطح درآمد و طبقه اجتماعی، مذهب را در میزان رضایت از زندگی مؤثر دانسته‌اند. مراد از رضایت زندگی، نگرش فرد، ارزیابی عمومی نسبت به کلیت زندگی خود و یا برخی از جنبه‌های زندگی، همچون زندگی خانوادگی و تجربه آموزشی است (نوغانی و دیگران، ۱۳۸۹: ۱۷۱-۱۷۰). رضایت از زندگی بیانگر نگرش مثبت فرد نسبت به جهانی است که در آن زندگی می‌کند و در واقع همان احساس خشنودی است که در پی دستیابی به آن زمانی نه چندان کوتاه را سپری می‌کند. تجربه شادکامی و رضایت از زندگی هدف برتر زندگی به شمار می‌رود و احساس غم و ناخرسندی اغلب مانعی در راه انجام وظایف فرد شمرده می‌شوند. رضایت از زندگی بازتاب توازن میان آرزوهای شخصی و وضعیت فعلی می‌باشد. به بیان دیگر هرچه شکاف میان سطح آرزوهای فرد و وضعیت عینی وی بیشتر گردد رضایت‌مندی او کاهش می‌یابد (قلی‌زاده و شیرانی، ۱۳۸۹: ۷۰). رضایت از زندگی و شاخص‌های دیگر کیفیت زندگی یک ارزیابی کلی از محیط زندگی افراد منعکس می‌کنند، ارزیابی که ممکن است مثبت یا منفی باشد. معمولاً، محققان رضایت از زندگی را با شادکامی درونی یا رضایت شخصی برابر می‌دانند (اسکوفل و شاه، ۲۰۰۰: ۱۱۰).

### اعتماد اجتماعی

اعتماد اجتماعی زیر بنای نظم جامعه است. اعتماد اجتماعی نه تنها موجب پایبندی به اصول مشترک و پیش‌بینی‌پذیر بودن الگوهای رفتاری می‌شود، بلکه در تقویت همبستگی و انسجام اجتماعی نیز مؤثر



است. اعتماد «باوری قوی به اعتبار، صداقت و توان یک فرد، انتظاری مطمئن و اتکا به یک ادعا یا اظهار نظر، بدون آزمون کردن آن است» (لیون، ۲۰۰۲: ۶۶۴). در جای دیگر آمده که اعتماد عبارت است از اطمینان به دیگران با وجود امکان فرصت‌طلبی، عدم قطعیت و مخاطره‌آمیز بودن آنان (میسئل، ۱۹۹۶: ۱۸). اعتماد در متن کنش‌های انسان نمود پیدا می‌کند، به خصوص در آن دسته از کنش‌ها که جهت‌گیری معطوف به آینده دارند و آن نوعی رابطه کیفی است که به تعبیر کلمن «قدرت عمل کردن را تسهیل می‌کند» (کلمن، ۱۳۷۷: ۲۹۷). در واقع، اعتماد تسهیل‌کننده مبادلات در فضای اجتماعی است که هزینه مذاکرات و مبادلات اجتماعی را به حداقل می‌رساند و برای حل مسایل مربوط به نظم اجتماعی نقش تعیین‌کننده‌ای دارد و عنصر پیش قراردادی و مقوم حیات اجتماعی است. به تعبیری مفاهیم مربوط به اعتماد به طور بالقوه و روابط اجتماعی را توصیف می‌نمایند که دربردارنده تمایزات افقی بین حوزه‌های مربوط به فضای عمومی و شخصی است.

به نظر آلموند و وربا<sup>۱</sup>، اعتماد به یکدیگر شرط تشکیل روابط ثانوی است (اینگلهارت، ۱۳۷۳: ۲۴). زتومکا<sup>۲</sup> (۱۹۹۹: ۶۷) نیز اعتماد را نوعی شرط بندی نسبت به کنش‌های متحمل دیگران در آینده می‌داند. اعتماد اجتماعی دلالت بر انتظارها و تعهدهای اکتسابی و تاییده شده به لحاظ اجتماعی که افراد نسبت به یکدیگر و نسبت به سازمان‌ها و نهادهای مربوط به زندگی اجتماعی‌شان دارند، تعریف شده است. و قرین با رابطه متقابل تعمیم‌یافته می‌باشد.

### مشارکت سیاسی و مدنی

عرصه مشارکت، بهترین میدان برای آگاهی از خود و دیگران می‌باشد. تنها از این منظر است که امکان رضایتمندی باطنی و ارضای نیازهای عاطفی و درونی برای فرد حاصل می‌گردد. مشارکت موجب کشف استعدادها و توانایی‌های افراد، خوداتکایی، جلوگیری از استبداد رأی و خودمحوری افراد می‌گردد. اقدام به مشارکت به عنوان یکی از رفتارهای پیچیده بشری قطعاً تحت تأثیر عوامل متعددی شکل می‌گیرد، که می‌تواند ریشه فردی داشته و یا از بعد روان‌شناختی، و یا ریشه اجتماعی داشته و از بعد جامعه‌شناختی مورد توجه قرار گیرد.

مشارکت سیاسی یکی از مصادیق حضور مردم در تعیین سرنوشت خود است. بنابراین با گسترش هر چه بیشتر دموکراسی در جهان، توجه به ابعاد مختلف دخالت مردم در صحنه سیاسی هر کشور پررنگ‌تر

1. Almond & Verba
2. Sztompka

می‌شود. «تمایل هر فرد به درگیر شدن در سطوح مختلف فعالیت در نظام سیاسی» به عنوان یکی از جنبه‌های مهم «رفتار سیاسی محسوب می‌شود (راش، ۱۳۸۳: ۱۲۳).

به طور کلی، مشارکت سیاسی پدیده‌ای پیچیده و دارای ابعاد متعدد است که ارتباط میان جامعه مدنی و جامعه سیاسی را عملی می‌سازد. بنا به تعریفی «شرکت در فرآیندهای سیاسی که به گزینش رهبران سیاسی می‌انجامد و سیاست عمومی را تعیین می‌کند و یا بر آن اثر می‌گذارد» (ابراکرامی و دیگران، ۱۳۸۶: ۲۸۶) مشارکت سیاسی نامیده می‌شود. به بیانی دیگر، «فعالیت اجتماعی داوطلبانه افراد یک جامعه، که افراد در آن احساس می‌کنند مستقیم یا غیر مستقیم در سیاست‌گذاری‌های عمومی و یا انتخاب رهبران مشارکت دارند» (مک کاسکای، ۱۹۶۸: ۲۴۹)، ذیل مفهوم مشارکت سیاسی در نظر گرفته می‌شود. پس مشارکت سیاسی، اولاً، یک کنش اجتماعی است؛ ثانیاً، به شکلی داوطلبانه اعمال می‌گردد؛ ثالثاً، با موقعیت اجتماعی افراد ارتباط نزدیک دارد (موحد مجد، ۱۳۸۲: ۶).

بر اساس آن چه ذکر شد، پیشنهاد می‌شود این تعاریف را به عنوان برآیندی از مجموع ویژگی‌های گفته شده برای مشارکت سیاسی بپذیریم: «تمامی فعالیت‌های قانونی یا غیر قانونی شهروندان را که به صورت داوطلبانه و در قالب یک سازمان یا خارج از آن، در سطح ملی یا محلی، به منظور تأثیر مستقیم یا غیر مستقیم بر انتخاب کارگزاران حکومتی و یا تعیین سیاست‌ها و خط‌مشی‌های آنان انجام گرفته، چه این فعالیت‌ها با موفقیت همراه شود یا به شکست بینجامد، را مشارکت سیاسی می‌نامند (قاسمی، ۱۳۸۱: ۸۰).

مشارکت مدنی، به عنوان فعالیت‌های داوطلبانه سازمان‌یافته متمرکز بر حل مسائل و مشکلات و یاری به دیگران تعریف شده است. همچنین شامل طیف گسترده‌ای از کارهای به تنهایی و یا باتفاق دیگران انجام شده به منظور تغییر است. داوطلبی برای کمک به نیازمندان، جمع‌آوری پول برای سازمان‌های مردم‌نهاد، شرکت در خدمات اجتماعی و عضو فعال سازمان محیط زیست بودن، همه در زیرمجموعه مشارکت مدنی قرار می‌گیرند (ولنزیولا و همکاران، ۲۰۰۸: ۱۱).

#### ۴- چارچوب نظری

هر چند که که استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی یا به طور کلی فضای مجازی دارای آثار و پیامدهای مختلف است، اما در این قسمت به اختصار به بیان برخی از تأثیرات احتمالی آنها بر سرمایه اجتماعی اکتفا می‌شود. دیدگاه‌های مربوطه در سه گروه قابل تفکیک هستند.

**گروه اول:** گروه اول که دیدگاه‌شان در حال تبدیل شدن به یک ایدئولوژی برتر است، از یک «دنیای تازه» سخن می‌گویند که در تعارض به دنیای قدیمی است. از نظر آنها دنیای مجازی به تدریج جایگزین

«دنیای واقعی» قدیمی خواهد شد (برتون، ۱۳۸۲: ۲۱). آنها معتقدند که اینترنت به ترویج تغییرات مثبت کمک می‌کند. اینترنت و البته امروزه شبکه‌های اجتماعی مجازی با فراهم آوردن فضای ملاقات برای افراد دارای علائق مشترک و غلبه بر محدودیت‌های مکان و زمان، موجب تجدید حیات اجتماعی می‌شوند، گفتگوی آزاد دموکراتیک را رواج می‌دهند، چشم‌اندازهای چند جانبه را ارائه می‌دهند و اقدام جمعی را امکان‌پذیر می‌سازند. 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 دارد. بسیاری از هواداران این گروه معتقدند که اینترنت ارتباطات شبکه‌ای و غیر شبکه‌ای را گسترش می‌دهد. از این دیدگاه اینترنت نه تنها فرصت‌های تماس با دوستان و خویشان را با هزینه پایینی فراهم می‌کند، بلکه نتیجه آگاهی اعضای شبکه از نیازهای یکدیگر، بر تعداد ارتباطات رودررو و تلفنی آنها می‌افزاید (ولمن و همکاران، ۲۰۰۱: ۳-۱).

در رأس این گروه روشنفکرانی از تبار مک لوهان<sup>۱</sup> هستند که به هواداران جامعه اطلاعات و سپس اینترنت مبدل شده‌اند. موضع آنان اغلب آغشته به نوعی مذهب‌گرایی است. «بنیادگرایان اینترنت» در این دسته می‌گنجد. از جمله صاحب‌نظران این گروه می‌توان به دانیل بل<sup>۲</sup> اشاره نمود. اساس نظریه وی این بود که تغییری - از تولید کالا به ارائه خدمات - به وقوع پیوسته و اساساً این تغییر تولید دانش است (دارنلی و فدر، ۱۳۸۴: ۲۵-۲۴).

**گروه دوم** اعتقاد دارند استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی موجب افول سرمایه اجتماعی است. از نظر آنان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و اینترنت مانع توجه افراد به اجتماع واقعی می‌شود؛ زیرا تعاملات شبکه‌ای آنها، از میزان ارتباطات مستقیم‌شان پیشی می‌گیرد. پیوندهای اینترنتی و فیس‌بوکی به ندرت به ترویج دوستی‌های عمیق، ارائه غیر ملموس (مانند حمایت عاطفی) و ارائه کمک‌های مادی واقعی منتهی می‌شوند. کار با اینترنت نه تنها زمان پرداختن به سایر فعالیت‌ها را کاهش می‌دهد، بلکه توجه افراد را از محیط اطراف خود باز می‌دارد. مطالعه انجام شده درباره کاربران، نشان می‌دهد که با افزایش استفاده از اینترنت، تماس اجتماعی خارج از شبکه کاهش می‌یابد و این وضعیت بر احتمال افسردگی و احساس تنهایی می‌افزاید. اگرچه اینترنت پیوندهای ضعیف شبکه‌ای را افزایش می‌دهد، اما از آن جا که هم زمان تعاملات عمیق‌تر خارج از شبکه را کاهش می‌دهد افق دید و چشم‌اندازهای فکری افراد را محدود می‌سازد. همه کاربران اینترنتی و فضای مجازی ماهیت اجتماعی ندارند. بیشتر فعالیت‌ها در اینترنت با هدف جستجوی اطلاعات یا پرداختن به تفریحات انفرادی صورت

1. Mc Luhan  
2. Daniell Bell

می‌گیرد. کامپیوتری کردن و استفاده از اینترنت می‌تواند مرز منزل و محل کار را بر هم بزند. افراد کار را به منزل بیاورند و به جای ارتباط با خانواده، دوستان و سایر فعالیت‌ها مشغول انجام یک کار خاص شوند. این گروه از متفکران منتقد از سر شناخت، ناآگاهی یا صرفاً خشم، با نوعی مقاومت غیرفعال، پنهانی اما مؤثر با اشاعه فناوری‌های جدید اطلاعاتی مخالفت می‌ورزند. برای برخی از مردم، فن، خیلی زود معادل گناه شمرده می‌شود. این قبیل ضدیت‌ها بر وجود ارزش‌های مذهبی یا حداقل تأویلی از این ارزش‌ها تکیه دارد (برتون، ۱۳۸۲: ۲۱).

از جمله صاحب‌نظران این گروه می‌توان به هابرماس<sup>۱</sup> اشاره کرد. هابرماس در اوایل دهه ۱۹۶۰ مفهوم «حوزه عمومی»<sup>۲</sup> را طرح کرد. وی معتقد است افول حوزه عمومی و بخش بخش شدن پسامدرنیستی جامعه به رشد رسانه‌های پژوهی و دسترس‌پذیری سریع این همه اطلاعات از طریق کانال‌های ارتباطی متعدد ربط دارد (دارنلی و فدر، ۱۳۸۴: ۲۹).

**گروه سوم** بر این باور هستند که فضای مجازی دارای نقش تکمیلی است. آنان معتقد هستند قضاوت در مورد این که اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی 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 «در به در» به شبکه‌های «مکان به مکان» و «شخص به شخص» می‌شود. اگر چه تماس‌های چهره به چهره و تلفنی تداوم پیدا خواهد کرد، ولی این تماس‌ها در نتیجه نقش اینترنت در پیوند میان افراد حاضر در موقعیت‌های جغرافیایی مختلف و سازمان‌های هم پیمان تکمیل می‌شود. این احتمال وجود دارد که نقش اینترنت در حفظ پیوندهای موجود مؤثرتر از نقش آن در ایجاد پیوندهای جدید باشد، در این صورت اینترنت تکمیل‌کننده سرمایه اجتماعی خواهد شد (ولمن و همکاران، ۲۰۰۱: ۳-۱). صاحب‌نظران دیدگاه شبکه اجتماعی مانند ولمن<sup>۳</sup>، لین<sup>۴</sup> و کاستلز در این گروه قرار دارند.

به نظر لین (۱۹۹۹: ۵۵) سرمایه اجتماعی دارای سه جزء است:

۱) جزء ساختاری: منابع جای گرفته در ساختار اجتماعی؛

۲) جزء دسترسی: دسترسی به این منابع توسط افراد و

1. Habermas
2. Public Sphere
3. Wellman
4. Lin

۳) جزء جهت‌گیری کنش: استفاده و به حرکت در آوردن این منابع اجتماعی در قالب کنش‌های هدفمند.

لیونگ و لی نیز طی تحقیقات خود نشان دادند که استفاده از شبکه کامپیوتری و اینترنت به طرز چشمگیری بر شکل‌گیری سرمایه اجتماعی تأثیر می‌گذارد (منتظر قائم و تاتار، ۱۳۸۴: ۲۳۵).

#### ۵- فرضیه‌های تحقیق

در مجموع با تکیه بر چارچوب نظری و پیشینه پژوهش می‌توان فرضیه‌های زیر را طرح نمود: سرمایه اجتماعی و ابعادش در میان کاربران شبکه اجتماعی کلوب بیش از حد متوسط است. بین مدت زمان عضویت در شبکه اجتماعی کلوب و سرمایه اجتماعی دختران و زنان رابطه معناداری دارد.

بین میزان استفاده از شبکه اجتماعی کلوب و سرمایه اجتماعی دختران و زنان رابطه معناداری دارد. بین میزان مشارکت و فعالیت کاربران در شبکه اجتماعی کلوب و سرمایه اجتماعی آنها رابطه معناداری دارد.

بین میزان اهمیت شبکه اجتماعی کلوب برای دختران و زنان و سرمایه اجتماعی آنها رابطه معناداری دارد.

#### ۶- روش‌شناسی

از آنجایی که فضای مجازی دارای مکان خاصی در دنیای واقعی نیست، و فضایی است بین رایانه‌ای و مجازی، و با لحاظ کردن این نکته که دسترسی به کاربران متنوع و متفاوت شبکه اجتماعی کلوب عملاً در دنیای واقعی به علت پراکندگی جغرافیایی آنان امکان‌پذیر نمی‌باشد، و اصولاً مطالعه یک کاربر شبکه اجتماعی کلوب در فضای کاربری و در محیط مورد مطالعه، شایسته‌تر و پربازده‌تر است، در این پیمایش از تکنیک پرسشنامه اینترنتی استفاده شده است. جمعیت آماری این پیمایش نیز شامل دختران و زنان تبریزی ۱۸-۳۴ سال کاربر شبکه اجتماعی کلوب است. در پیمایش فوق به علت موجود و در دسترس نبودن هیچ گونه چارچوب نمونه‌گیری مشخص و پراکندگی جمعیت آماری مورد نظر، از نمونه‌گیری غیر احتمالی با استفاده از نمونه‌های در دسترس و داوطلبانه استفاده شده است. در واقع پرسشنامه این پژوهش در ابتدا برای نزدیک هزار و پانصد نفر از دختران و زنان کاربر شبکه اجتماعی کلوب شهر تبریز فرستاده شد و در مرحله بعد، از پرسشنامه‌های بازگشته و تکمیل شده توسط کاربران، با توجه به تعریف جمعیت آماری پژوهش و پس از حذف پرسشنامه‌های ناقص و مشکل‌دار در نهایت ۳۴۶ پرسشنامه مورد ارزیابی و استفاده قرار گرفت. لازم به توضیح است که این حجم نمونه با توجه به عدم اطلاع درست از تعداد واقعی

جمعیت آماری مورد مطالعه و متعاقب آن عدم امکان استفاده از فرمول‌های رایج تعیین حجم نمونه، به طور تجربی و با عنایت به حجم نمونه در پژوهش‌های مشابه انتخاب شده است.

همچنین، تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار محاسباتی SPSS و ترسیم مدل تحقیق با استفاده از نرم افزار Amos صورت گرفته است. در سطح توصیفی از جداول دو بعدی و فراوانی و در سطح استنباطی نیز برای آزمون فرضیات از آزمون‌های T تک نمونه‌ای، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیره استفاده شده است.

همچنین متغیرهای مستقل و وابسته در پژوهش حاضر به صورت زیر عملیاتی شده‌اند:

**مدت زمان عضویت در کلوب:** عبارت است از مدت زمانی که فرد به عضویت کلوب در آمده

است. در پژوهش حاضر؛ مدت زمان عضویت کاربران در کلوب در پنج طبقه: ۱- کمتر از شش ماه، ۲- از شش ماه تا کمتر از یک سال، ۳- از یک سال تا کمتر از دو سال، ۴- از دو سال تا کمتر از سه سال، ۵- از سه سال تا بیشتر، دسته‌بندی شده است.

**میزان استفاده از کلوب:** عبارت است از مدت زمانی از شبانه روز که فرد از کلوب استفاده می‌کند.

در پژوهش حاضر؛ میزان دسترسی کاربران به کلوب در شش طبقه: ۱- کمتر از پانزده دقیقه، ۲- بین پانزده دقیقه تا نیم ساعت، ۳- بیشتر از نیم ساعت تا کمتر از یک ساعت، ۴- از یک ساعت تا کمتر از دو ساعت، ۵- از دو ساعت تا کمتر از سه ساعت و ۶- از سه ساعت تا بیشتر، دسته‌بندی شده است.

**مشارکت و فعال بودن کاربران در استفاده از کلوب:** مشارکت و فعال بودن کاربران در استفاده از

کلوب به میزان درگیری تعامل کاربران در کلوب اطلاق می‌شود. در پژوهش حاضر، برای سنجش میزان مشارکت و فعال بودن کاربران در استفاده از کلوب از شاخص‌های ذیل استفاده شده است:

- دیدن پروفایل‌ها، عکس‌ها و آلبوم‌های شخصی دوستان؛

- فقط خواندن وال‌ها و موضوعات به بحث گذاشته شده؛

- اغلب خواندن و گاهی نوشتن بر روی وال و موضوعات به بحث گذاشته شده؛

- شروع یک بحث تازه در بین گروه‌های عضو؛

- دنبال کردن لینک اخبار و موضوعات سیاسی؛

- دنبال کردن لینک اخبار و موضوعات اجتماعی و فرهنگی.

**میزان اهمیت کلوب:** میزان اهمیت و ارزشی است که فرد برای شبکه اجتماعی کلوب قائل می‌شود.

در پژوهش حاضر، این بعد با استفاده از گویه‌های زیر سنجیده شده است:

- شبکه اجتماعی کلوب، بخشی از فعالیت‌های هر روز من است؛

- من افتخار می‌کنم که به دیگران بگویم در کلوب هستیم؛
  - اگر یک روز به کلوب دسترسی نداشته باشم، احساس ناراحتی می‌کنم؛
  - من احساس می‌کنم که بخشی از جامعه مجازی کلوب هستیم؛
  - من بسیار متأسف خواهم شد اگر شبکه اجتماعی کلوب تعطیل یا قطع شود.
- سرمایه اجتماعی:** در پژوهش حاضر، متغیر سرمایه اجتماعی با استفاده از ابعاد رضایت از زندگی، اعتماد اجتماعی، مشارکت سیاسی و مشارکت مدنی در قالب گویه‌های زیر سنجیده شده است:

جدول شماره ۱: گویه‌های سنجش سرمایه اجتماعی به تفکیک ابعاد آن

متغیر	بعد	گویه‌ها
سرمایه اجتماعی	رضایت از زندگی	راضی بودن از زندگی خانوادگی، وضعیت مالی، اوقات فراغت، موقعیت شغلی. از بسیاری جهات زندگی‌ام به ایده‌آلی که در ذهن دارم نزدیک است. تاکنون به چیزهایی که در زندگی می‌خواسته‌ام رسیده‌ام. اگر می‌توانستم زندگی دوباره‌ای داشته باشم، هیچ چیز را تغییر نمی‌دادم.
	اعتماد اجتماعی	به دوستان خود اعتماد دارم. معتقدم امروزه روزگاری است که به هیچ کس نمی‌توان اعتماد کرد. علاقه‌مندم که دوستان و آشنایانم نسبت به من اعتماد داشته باشند. معتقدم در جامعه باید بنا را بر بی‌اعتمادی نسبت به همه گذاشت، وگرنه عقب مانده و زیان می‌کنم. معتقدم واژه‌ها و عباراتی که در ذهنم نسبت به فرد خاصی دارم، به اعتماد و انتظار من از آن فرد، رنگ و بو می‌بخشد. اگر آشنایی به من مراجعه کند و درد دل نماید و مشکلی داشته باشد، دوست دارم که هر طور شده به او کمک کنم. معتقدم در جامعه ما هر کس به دنبال کار خودش است تا همکاری با دیگران. معمولاً به تعهد یا قول شفاهی دیگران اطمینان دارم. علاقه‌مندم در امور مالی به دیگران اطمینان کنم. معتقدم اگر کسی یک پیشنهاد به من داشته باشد، نباید ریسک کنم و زود قبول کنم.
	مشارکت سیاسی	به نظرم شرکت افراد در انتخابات می‌تواند در تغییر سرنوشت جامعه نقش داشته باشد. معتقدم افراد این توانایی را دارند که در تعیین سرنوشت جامعه خود دخالت کنند. شرکت در تظاهرات و راهپیمایی‌ها می‌تواند در احقاق حقوق افراد موثر باشد. به نظرم، تشکیل احزاب و گروه‌های سیاسی در جامعه می‌تواند به تغییر اوضاع جامعه کمک کند. رأی دادن، تلف کردن وقت است. قانع کردن دیگران برای رای‌دهی می‌تواند در تغییر سرنوشت جامعه نقش داشته باشد. استفاده از نشان یا اتیکت خاص با انگیزه‌های سیاسی و اجتماعی می‌تواند در تغییر سرنوشت جامعه نقش داشته باشد. خریداری محصولات خاص با انگیزه‌های سیاسی، قومیتی و محیط‌زیستی می‌تواند در تغییر سرنوشت جامعه نقش داشته باشد.
مشارکت مدنی	عضویت در کانون‌های فرهنگی، شرکت مداوم در یک کلاس قرآن، عضویت در گروه‌های هنری، عضویت در یک تیم ورزشی، همکاری با انجمن‌های خیریه، عضویت در بسیج، عضویت در یک تشکل سیاسی، شرکت در هیات مذهبی، عضویت در سازمان‌های غیر دولتی.	

مسئله‌ای که محقق بعد از تدوین پرسشنامه با آن رو به روست، اعتبار پرسشنامه است. در پژوهش حاضر اولاً برای رسیدن به اعتبار سازه از تحقیقات انجام شده مشابه و پایه‌های نظری استفاده شد و ثانیاً

در رابطه با موضوع تحقیق، همه سؤالاتی که به ذهن می‌رسید و همه آن چه از طریق مطالعات نظری به دست آمد، در مخزنی از گویه‌ها گرد آمدند. آنگاه در جریان آزمون مقدماتی و با توجه به بومی‌سازی سؤالات و نیز همبستگی تعدادی از سؤالات، نمونه‌ای از گویه‌ها که معرف کل گویه‌های قابل طرح بود، در پرسشنامه نهایی گرد آمد تا اعتبار نمونه‌ای به دست آید. ثالثاً برای اعتبار صوری، سؤالات طراحی شده توسط افراد متخصص مورد بررسی قرار گرفت و پرسشنامه نهایی، پس از حذف و اصلاح پاره‌ای از عبارات مبهم و نامأنوس تهیه شد. برای سنجش میزان قابلیت اعتماد پرسشنامه مقدار آلفای کرونباخ محاسبه گردید. برای اکثر متغیرها میزان آلفا بیش از ۰/۷ به دست آمد. این محاسبات با نرم افزار SPSS حاصل گردید و در جدول شماره ۲ نشان داده شده است.

جدول شماره ۲: ضرایب آلفای کرونباخ برای متغیرهای پرسشنامه

متغیر	ابعاد	آلفای کرونباخ
سرمایه اجتماعی ۰/۷۹	رضایت از زندگی	۰/۸۲
	اعتماد اجتماعی	۰/۷۳
	مشارکت سیاسی	۰/۸۰
	مشارکت مدنی	۰/۷۷

#### ۷- یافته‌های تحقیق

یافته‌های پژوهش حاضر در دو بخش قابل ارائه است: بخش توصیفی که به معرفی سیمای پاسخگویان می‌پردازد و بخش استنباطی که به آزمون فرضیات تحقیق اختصاص دارد. بر اساس اطلاعات جدول شماره ۳، بیشترین تعداد پاسخگویان در گروه سنی ۲۴-۲۰ سال و کمترین تعداد در گروه سنی ۳۴-۳۰ سال قرار دارند. همچنین بیشترین میزان سرمایه اجتماعی در میان پاسخگویان ۲۴-۲۰ ساله است.

جدول شماره ۳: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب گروه‌های سنی و سرمایه اجتماعی

مجموع	گروه‌های سنی				مجموع
	۳۰-۳۴	۲۵-۲۹	۲۰-۲۴	زیر ۲۰ سال	
۱/۵	۰	۰	۱/۵	۰	خیلی زیاد
۲۵/۴	۳	۷/۵	۱۲/۷	۲/۲	زیاد
۴۴/۸	۵/۷	۱۲/۷	۱۷/۲	۷/۵	متوسط
۲۳/۹	۱/۵	۸/۲	۱۱/۲	۳	کم
۴/۵	۰/۷	۱/۵	۲/۲	۰	خیلی کم
۱۰۰	۱۰/۹	۲۹/۹	۴۴/۸	۱۲/۷	



یکی از مواردی که در زمینه استفاده از شبکه اجتماعی کلوب می‌تواند قابل توجه باشد، اهداف استفاده از آن می‌باشد. نتایج حاصل از داده‌ها نشان می‌دهد که ۳۰ درصد کاربران با هدف ارتباط با دوستان قدیمی و دوران کودکی از شبکه اجتماعی کلوب استفاده می‌کنند. بعد از آن، تفریح و سرگرمی با ۲۵ درصد، دوست‌یابی با ۲۰ درصد، تشکیل گروه با ۱۵ درصد و ارتباط با همکلاسی‌ها و دوستان با ۱۰ درصد مهمترین هدف کاربران کلوب می‌باشد. همان‌طور که قبلاً هم گفته شد، پژوهش حاضر دارای پنج فرضیه بود که به منظور بررسی صحت و سقم این فرضیات از آزمون‌های آماری مختلفی استفاده شده که در این قسمت، به آنها پرداخته می‌شود. اولین فرضیه‌ای که مطرح شد این بود که سرمایه اجتماعی و ابعادش در میان کاربران شبکه اجتماعی کلوب بیش از حد متوسط است. بدین منظور با استفاده از آزمون T، میزان سرمایه اجتماعی و ابعادش در میان کاربران شبکه اجتماعی کلوب را بررسی خواهیم کرد.

جدول شماره ۴: فراوانی پاسخگویان بر حسب جنس جدول ۴. آزمون T تک نمونه‌ای میزان سرمایه اجتماعی و ابعادش

	نمره آزمون = ۳						
	t	میانگین	سطح معناداری	تفاوت میانگین	فاصله اطمینان ۹۵٪ برای اختلاف میانگین‌ها		مقایسه با حد متوسط
					حد بالا	حد پایین	
سرمایه اجتماعی	۰/۵۲	۳/۰۲	۰/۶۰۰	۰/۰۲	-۰/۰۶	۰/۱۰	در حد متوسط
رضایت از زندگی	-۵/۴۳	۲/۷۹	۰/۰۰۰	-۰/۲۰	-۰/۲۷	-۰/۱۲	کمتر از حد متوسط
اعتماد اجتماعی	-۳/۸۲	۲/۴۰	۰/۰۰۰	-۰/۵۹	-۰/۶۴	-۰/۵۵	کمتر از حد متوسط
مشارکت سیاسی	-۳/۶۴	۲/۸۶	۰/۰۰۰	-۰/۱۳	-۰/۲۰	-۰/۰۶	کمتر از حد متوسط
مشارکت مدنی	-۳/۹۸	۲/۳۰	۰/۰۰۰	-۰/۱۸	-۰/۴۹	-۰/۱۹	کمتر از حد متوسط

با توجه به میانگین به دست آمده، سرمایه اجتماعی، در حد متوسط (۳/۰۲) است. اما در مورد شاخص‌های آن می‌توان گفت که همگی کمتر از حد متوسط هستند. با توجه به این که مقادیر سطح معنی‌داری در آزمون‌های فوق (به جز در مورد سرمایه اجتماعی)، کوچک‌تر از ۰/۰۵ می‌باشد، فرض صفر ( $\mu=3$ ) در آنها رد می‌شود. از آن‌جا که مقادیر کمینه و بیشینه فواصل اطمینان برای اختلاف از میانگین در مورد ابعاد سرمایه اجتماعی، منفی و کوچکتر از صفر است، در آنها فرض  $\mu < 3$  پذیرفته می‌شود.

در فرضیه دوم تا پنجم پژوهش حاضر مطرح می‌شود که بین مدت زمان عضویت، میزان استفاده از شبکه اجتماعی کلوب، میزان مشارکت و فعالیت در کلوب و میزان اهمیت کلوب برای کاربران و میزان سرمایه اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. برای آزمون این چهار فرضیه از آزمون پیرسون استفاده می‌کنیم. جدول ۵، آماره پیرسون برای این آزمون‌ها و سطح معناداری را نشان می‌دهد. نتایج حاصل از آزمون‌ها نشان می‌دهد که بین مدت زمان عضویت، میزان استفاده از شبکه اجتماعی کلوب، میزان مشارکت و فعالیت در کلوب و اهمیت آن برای افراد و سرمایه اجتماعی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. به

عبارت دیگر، با افزایش مدت زمان عضویت، میزان استفاده از شبکه اجتماعی کلوب، میزان مشارکت و فعالیت در کلوب و اهمیت یافتن آن برای افراد، سرمایه اجتماعی افراد نیز بالا می‌رود.

جدول شماره ۵: آزمون متغیرهای تأثیرگذار بر سرمایه اجتماعی

متغیر	مقدار	سطح معناداری	آزمون فرضیه
مدت زمان عضویت در کلوب	۰/۳۵	۰/۰۰	تایید فرضیه
میزان استفاده از کلوب	۰/۳۲	۰/۰۳	تایید فرضیه
میزان مشارکت و فعالیت در کلوب	۰/۴۰	۰/۰۱	تایید فرضیه
میزان اهمیت کلوب برای افراد	۰/۳۰	۰/۰۲	تایید فرضیه

در ادامه به منظور مشخص شدن سهم تأثیر هر یک از متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته به تحلیل رگرسیونی پرداخته می‌شود. جدول ۶ مدل رگرسیونی چند متغیره سرمایه اجتماعی کاربران را نشان می‌دهد. آماره‌های موجود در این جدول نشان می‌دهند که متغیر میزان استفاده از کلوب با بتای ۰/۳۲ بیشتر از سایر متغیرهای مستقل دیگر بر سرمایه اجتماعی کاربران تأثیر می‌گذارد. جهت تأثیر این متغیر نیز مثبت است و این مطلب را نشان می‌دهد که با افزایش میزان استفاده از کلوب از سوی کاربران، میزان سرمایه اجتماعی آن‌ها نیز افزایش پیدا می‌کند. علاوه بر این، متغیر میزان مشارکت و فعالیت کاربران در کلوب با بتای ۰/۳۰ بعد از متغیر میزان استفاده از کلوب، بیشترین تأثیرگذاری را بر سرمایه اجتماعی کاربران دارد. همچنین متغیرهای مدت زمان عضویت در کلوب با بتای ۰/۲۵ و میزان اهمیت کلوب برای کاربران با بتای ۰/۲۲، به ترتیب بر سرمایه اجتماعی کاربران تأثیر دارند. همچنین، همان‌گونه که در جدول زیر ملاحظه می‌شود، ضریب تعیین برابر با ۰/۳۰ است و این مطلب را بیان می‌کند که ۳۰ درصد از واریانس و تغییرات سرمایه اجتماعی کاربران را متغیرهای موجود در معادله تبیین می‌کنند. همچنین با توجه به سطح معناداری به دست آمده که کمتر از ۰/۰۵ است، می‌توان به این نکته پی برد که متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته یعنی سرمایه اجتماعی تأثیر داشته‌اند.

جدول شماره ۶: مدل رگرسیونی چند متغیره سرمایه اجتماعی کاربران

متغیرها	خطای استاندارد	Beta	مقدار t	سطح معناداری
مدت زمان عضویت در کلوب	۰/۰۴۰	۰/۲۵	۴/۱۲	۰/۰۰۱
میزان استفاده از کلوب	۰/۰۳۱	۰/۳۲	۴/۹۸	۰/۰۰۰
میزان اهمیت کلوب	۰/۰۴۳	۰/۲۲	۳/۹۰	۰/۰۰۲
مشارکت و فعالیت کاربران در کلوب	۰/۰۳۵	۰/۳۰	۴/۶۰	۰/۰۰۰
خلاصه مدل	Sig=۰/۰۰۰	F=۱۸/۱۳	R <sup>2</sup> =۰/۳۰	R=۰/۵۵

## ۸- نتیجه‌گیری

عصر کنونی را بسیاری عصر انقلاب اطلاعات و ارتباطات نامیده‌اند. عصری که در واقع می‌توان گفت وسایل ارتباط جمعی پیچیده‌ترین ابزار القای اندیشه‌ها و کارآمدترین سلاح‌ها برای تسخیر آرام جوامع هستند. در چند دهه اخیر با توجه به سرعت سرسام‌آور پیشرفت و رشد تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات، هر روز بر پیچیدگی و کارآمدی این ابزار و وسایل در جهان افزوده می‌شود. گستردگی و پیچیدگی جوامع انسانی در عصر کنونی، وجود رسانه‌های جمعی را در صحنه مناسبات اجتماعی انسان‌ها امری اجتناب‌ناپذیر نموده است. پرسشی که در پژوهش حاضر درصدد پاسخ به آن بودیم این است که آیا شبکه اجتماعی کلوب به عنوان یکی از مظاهر فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، باعث تغییر در سرمایه اجتماعی دختران و زنان شده‌اند یا خیر؟ یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند که با توجه به میانگین به دست آمده، سرمایه اجتماعی، در حد متوسط است. اما در مورد شاخص‌های آن می‌توان گفت که همگی کمتر از حد متوسط هستند. نتایج حاصل از آزمون‌ها نشان می‌دهد که بین مدت زمان عضویت در کلوب، میزان استفاده از کلوب، میزان مشارکت و فعالیت در کلوب و میزان اهمیت کلوب برای کاربران و سرمایه اجتماعی رابطه مثبت معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر، با افزایش مدت زمان عضویت، میزان استفاده، میزان مشارکت و فعالیت و میزان اهمیت کلوب برای کاربران، سرمایه اجتماعی آنها نیز افزایش پیدا می‌کند. در مجموع می‌توان گفت که شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان یکی از فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، بر ابعاد گوناگون زندگی بشر تأثیر داشته‌اند. یکی از این زمینه‌ها، سرمایه اجتماعی است. در مجموع یافته‌های پژوهش، نشان می‌دهند که استفاده از شبکه اجتماعی کلوب بر سرمایه اجتماعی آنها تأثیر مثبت دارد و تعامل و حضور در این شبکه اجتماعی به بالا رفتن سرمایه اجتماعی افراد می‌انجامد. این یافته در راستای یافته‌های پژوهش عبداللهیان و شیخ‌انصاری (۱۳۹۲)، نوغانی و چرخ زرین (۱۳۹۲)، رازقی و امری مله (۱۳۹۳)، ولنزویلا و همکاران (۲۰۰۸) و الیسون و همکارانش (۲۰۰۸) است که نشان دادند اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی عاملی مؤثر در افزایش سرمایه اجتماعی کاربران خود هستند. همچنین یافته‌های پژوهش تأییدکننده نظریات گروه اول که دیدگاه‌شان در حال تبدیل شدن به یک ایدئولوژی برتر است، نزدیک است که از یک «دنیای تازه» سخن می‌گویند که در تعارض به دنیای قدیمی است. از نظر آنها دنیای مجازی یا دنیای شبکه‌ها که فضای سایبری نیز نامیده می‌شود به تدریج جایگزین «دنیای واقعی» قدیمی خواهد شد. آنها معتقدند که شبکه‌های اجتماعی مجازی با فراهم آوردن فضای ملاقات برای افراد دارای علایق مشترک و غلبه بر محدودیت‌های مکان و زمان، موجب تجدید حیات اجتماعی می‌شوند، گفتگوی آزاد دموکراتیک را رواج می‌دهند، چشم‌اندازهای

چند جانبه را ارائه می‌دهند و اقدام جمعی را امکان‌پذیر می‌سازند. 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 غیرشبکه‌ای دارد. بسیاری از هواداران این گروه معتقدند که شبکه‌های اجتماعی مجازی ارتباطات شبکه‌ای و غیرشبکه‌ای را گسترش می‌دهند. اگرچه یافته‌های پژوهش بیانگر این است که شبکه اجتماعی کلوب افزایش‌دهنده سرمایه اجتماعی کاربران خود است، اما کلوب بیش از آن‌که در افزایش یا کاهش روابط اجتماعی تأثیر داشته باشد، با ایجاد تغییراتی در در اشکال سنتی تر رابطه اجتماعی، صورت‌های تعامل اجتماعی را تنوع بخشیده است. در واقع، برخلاف نگرانی‌های موجود، استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی موجب انزوای اجتماعی نشده‌اند بلکه ارتباطات افراد را گسترش داده و مقوم سرمایه اجتماعی آن‌ها شده است. به نظر می‌رسد استفاده از کلوب بیش از آن‌که میزان ارتباطات اجتماعی را تغییر داده باشد، نوع و سبک آن را دگرگون کرده است. به این معنا که تعامل‌های مبتنی بر ویژگی‌های انتسابی مانند سن، جنسیت، نژاد و قومیت را به سمت تعامل‌های مبتنی بر ویژگی‌های اکتسابی نظیر سبک زندگی، هنجارهای مشترک و علائق داوطلبانه سوق داده است. در کل یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که کلوب فقط وسیله‌ای برای اطلاع‌رسانی نیست، بلکه با سرمایه اجتماعی افراد مرتبط است، به همین دلیل احتمال دارد استفاده از کلوب بر سایر جنبه‌های اجتماعی نیز تأثیر داشته باشد. چنانچه پژوهش‌های متعددی در زمینه تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر گرایش‌های سیاسی، دینداری، ارزش‌های اخلاقی، هویت، سبک زندگی و تساهل اجتماعی انجام شود، امکان انجام یک فراتحلیل فراهم می‌گردد. همچنین مناسب است محققان بعدی در مورد تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سایر انواع سرمایه، از جمله سرمایه فرهنگی، سیاسی و نمادین مطالعه نمایند. انجام چنین پژوهش‌هایی کمک می‌کند تا جامعه‌شناسان در یک چشم‌انداز کلی‌تر و به شیوه‌ای نظام‌یافته قادر باشند در مورد پیامدها و آثار استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی که تسهیل‌کننده فرایند جهانی‌شدن هستند، به داوری بپردازند.

### فهرست منابع

۱. بوردیو، پی‌یر، (۱۳۸۱)، نظریه کنش ترجمه مرتضی مردی‌ها، نقش و نگار.
۲. بوردیو، پی‌یر، (۱۳۸۶)، عکاسی هنر میان مایه، ترجمه کیهان ولی‌نژاد، نشر دیگر.
۳. بوردیو، پی‌یر، (۱۳۸۸)، درسی درباره درس، ترجمه ناصر فکوهی، نشر نی.
۴. بوردیو، پی‌یر، (۱۳۸۹)، درباره تلویزیون و سلطه ژورنالیسم، ترجمه ناصر فکوهی، آشیان.
۵. بوردیو، پی‌یر، (۱۳۹۰)، تمایز: نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقینشرنالت، تهران.

۶. بوردیو، پیر، (۱۳۸۴)، شکل‌های سرمایه، به نقل از کتاب سرمایه اجتماعی اعتماد، دموکراسی و توسعه، کیان تاجبخش: نشر شیرازه. صفحات ۱۶۵-۱۳۱، تهران.
۷. بهرامی کمیل، نظام، (۱۳۸۸)، نظریه رسانه‌ها: انتشارات کویر، تهران.
۸. پرستش، شهرام، (۱۳۹۰)، روایت نابودی ناب تحلیل بوردیویی بوف کور در میدان ادبی ایران: نشر ثالث، تهران.
۹. جنکینز، ویلیام، (۱۳۸۹)، ادبیات فیلم جایگاه سینما در علوم انسانی، ترجمه محمدتقی احمدیان و شهلا حکیمیان: انتشارات سروش، تهران.
۱۰. زنجانی‌زاده، (۱۳۸۳)، مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی پیوریدیو، مجله‌ی علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد.
۱۱. شارع‌پور، محمود، (۱۳۸۴)، فرسایش سرمایه اجتماعی و پیامدهای آن، انتشارات پیام نور، تهران.
۱۲. علم الهدی، مهدی، (۱۳۹۱)، بررسی آماری مخاطبان سینمای ایران، روزنامه شرق، ۱۴/۳/۱۳۹۱.
۱۳. موسایی میثم، شیبانی ملیحه، (۱۳۸۶)، تخمین تقاضای خانوار برای رفتن به سینما در ۲۴ استان ایران، رفاه اجتماعی، ۶(۲۵): ۳۰۱-۳۲۰.
14. Bourdieu, P. (1997). The forms of capital in Philip. Brown (Ed). *Education, Culture, Economy society*. London: Oxford University Press.
15. Boyd, D. & Ellison, N. (2007). Social network sites: definition, history and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1): 210- 230.
16. Burke, M, Marlow, C, and Lento, T. (2010). *Social Network Activity and Social Well-Being*, Human Computer Interaction Institute.
17. Coleman, J. (1988). Social ties and suscep tibility to the common cold in Social capital. Dekker, P. & Uslaner, E (Eds). *Social capital and participation in evry life*. Rutlege.
18. Ellison. N, & Steinfield. C. & Lampe, C. (2007). The benefits of facebook “friends”. Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12 (4): 1143-1168.
19. Fukuyama, F. (1999). *Social capital and civil society*. The Institute of Public Policy. George Mason University.
20. Leung, L. & Lee, P. (2004). Multiple determinant of life qualit: the role of internet activities use of New Media social support and leisure activities. *Journal of Telematics and informatics*, 22 (3): 161-180.
21. Lyon, F. (2000). Trust, network and norm's: the creation of social capital in agricultural economies in Ghana, *World Development*, 28 (4): 663- 689.
22. McClosky, H. (1968). Political Participation . *International Encyclopedia of the Social Sciences*. Vol. 12-13, p.252-265, New York: McMillan Company and Free Press.
23. Misztal, B. (1996). *Trust in modern societies*. USA: Cambridge Polit Press.
24. Pempek, T, A, Yermolayeva, Y, A, Calvert, S, L. (2009). College Students' Social Networking Experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30 (3): 227-238.
25. Scheufele, D. A., & Shah, D. V. (2000). Personality strength and social capital: the role of dispositional and informational variables in the production of civic participation. *Communication Research*, 27 (2): 107-131.
26. Sztompka, P. (1999). *Trust: a sociological theory*. United Kingdom: Cambridge University Press.

- 
27. Valenzuela, S, & Park, N & Kee, K. (2008). Lessons from facebook: the effect of social network sites on college students's social capital. *International Symposium on Online Journalism*. University of Texas.