

تبیینی بر رابطه کاربران در فیسبوک و سرمایه اجتماعی پیوندبخش

حمید عبداللهیان^۱

محمدجواد زاهدی^۲

مهین شیخ انصاری^۳

تاریخ پذیرش: ۹۲/۱۲/۱۵

تاریخ دریافت: ۹۲/۳/۶

چکیده

این مقاله با استفاده از روش‌های ترکیبی پیمایش و گروه کانون به مطالعه سرمایه اجتماعی کاربران فیسبوک در ایران پرداخته است. این مقاله سعی دارد به این پرسش پاسخ دهد که آیا سرمایه اجتماعی حاصل از روابط کاربران با حلقه آشنایان در فیسبوک در روابط اجتماعی افراد در فضای واقعی جامعه ایران نیز بازتاب دارد؟ قرار است در اینجا نظریه‌های فوکویاما، کلمن، پوتنامرا به شکل ترکیبی طرح شود و با داده‌های تجربی کارایی این ترکیب را بسنجیم. سپس، با کاربرد روش استدلال قیاسی، فرضیه مفید بودن سرمایه اجتماعی حاصل از روابط کاربران فیسبوک با حلقه آشنایان برای جامعه را به آزمون بگذاریم. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه آنلاین و آفلاین و حجم نمونه ۲۴۳۷ نفر بوده است. فیسبوک از لحاظ ساختاری امکان تشکیل شبکه‌های متداخل فوکویاما و بستگی کلمن را دارد. سازوکار تشکیل لایه‌ها سبب می‌شود تشکیل پیوندهای ضعیف، تسهیل شده و دامنه روابط اجتماعی افراد گسترش یابد. در این مقاله سرمایه اجتماعی اگر روابط احساسی و قوی را تقویت کند از نوع پیوندمدار است و اگر روابط ضعیف را استحکام بخشد از نوع سرمایه اجتماعی پیوندبخش است. ادعای ما این است که با افزایش شدت استفاده کاربران از فیسبوک، سرمایه اجتماعی پیوندبخش نیز افزایش می‌یابد. نتایج پیمایش‌های ما این ادعا را اثبات می‌کند؛ بدین معنا که فیسبوک به لحاظ ساختاری تشکیل و تقویت پیوندهای سست را تسهیل کرده است.

واژه‌های کلیدی: آنلاین، سرمایه اجتماعی پیوندبخش، سرمایه اجتماعی پیوندمدار، فیسبوک،

گروه کانون.

۱. استاد گروه ارتباطات دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، ir.ut.ac.habdolah

۲. دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی دانشگاه پیام‌نور

۳. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه پیام‌نور تهران

مقدمه و طرح مسئله

مفهوم سرمایه اجتماعی به منفی اشاره دارد که افراد از روابط با هم کسب می‌کنند. اما منفی که عده‌ای از روابطشان کسب می‌کنند همواره به نفع کل جامعه نیست. سرمایه اجتماعی نیز همانند سایر گونه‌های سرمایه دارای وجه منفی است و ممکن است برای اهداف بدخواهانه به کار گرفته شود (فیلد، ۱۳۸۸: ۱۲۲). جالب آنکه، وجه منفی سرمایه اجتماعی اغلب با همبستگی درون‌گروهی مرتبط است (فیلد، ۱۳۸۸: ۱۴۴). جوامع بشری همواره از نژادگرایی و تعصبات قومی، دینی و مذهبی آسیب دیده‌اند. همبستگی‌های درون‌گروهی، قومی، یا نژادی زمانی که با پیوندهای ضعیف بین گروه‌ها همراه نباشند، زمینه را برای بدبینی‌ها و یا سوءتفاهم‌ها فراهم می‌کنند. به نظر می‌رسد سیاستمداران پیش از نظریه‌پردازان علوم اجتماعی به این مسئله پی برده بودند، زیرا تاریخ سرشار از تلاش‌های سیاستمداران بسیاری است که برای پیشبرد اهدافشان به اختلافات بین ادیان، مذاهب و اقوام مختلف دامن زده‌اند.

در مطالعه سرمایه اجتماعی باید به این نکته توجه داشت که با رشد سریع تعداد کاربران و محبوبیت شبکه‌های اجتماعی مجازی، مطالعه سرمایه اجتماعی بدون ارزیابی روابط مجازی امکان‌پذیر نیست. در این مقاله ضمن ارزیابی سرمایه اجتماعی کاربران فیسبوک سعی می‌کنیم به پرسش زیر پاسخ دهیم:

آیا سرمایه اجتماعی حاصل از روابط کاربران فیسبوک با حلقه‌آشنایان به نفع جامعه است؟

چارچوب نظری تحقیق: تبیین نوسان سرمایه اجتماعی کاربران شبکه‌های اجتماعی

این بحث از دو قسمت تشکیل می‌شود:

۱. تعریف و مبانی نظری شبکه‌های اجتماعی
۲. تبیین نوساناتی که در اندازه سرمایه اجتماعی کاربران ملاحظه می‌شود.

۱. تعریف و مبانی نظری شبکه‌های اجتماعی

باید توجه داشت که متفکران اجتماعی به روابط انسانی و استعاره شبکه از گذشته‌های دور توجه داشته‌اند. ترنر معتقد است جامعه‌شناسان و انسان‌شناسان کلاسیک شبکه را همانند نگاشتی از روابطی می‌دیدند که ساختار جامعه را ایجاد می‌کنند (بریگر، ۲۰۰۴). در نظرات متفکران

اجتماعی می‌توان روندی از تفکر شبکه^۱ از یک استعاره به سمت مفهومی از شبکه را دید. در این روند، شبکه مفهومی است که از چند جزء اصلی ساختارهای اجتماعی تشکیل شده است (بریگر، ۲۰۰۴). در اینجا، با اشاره‌ای کوتاه به نظر جامعه‌شناسان کلاسیک و معاصر، روند استعاره تا مفهوم شبکه را پی‌می‌گیریم.

مارکس جامعه را روابط اجتماعی ورای افراد می‌داند که این روابط بر آن‌ها تحمیل شده است (آرون، ۱۳۸۶: ۱۷۳). دورکیم با انتقاد از مورفولوژی جامعه^۲ که مونتسکیو بر اساس تعداد صاحبان حق حاکمیت (آرون، ۱۳۸۶: ۳۱) بیان می‌کند، مورفولوژی جامعه را بر اساس نوع همبستگی یا اشکالی از روابط اجتماعی تعیین می‌کند (بریگر، ۲۰۰۴).

فیلد (۱۳۸۶: ۷) معتقد است انسان‌ها از طریق مجموعه‌ای از شبکه‌ها به هم متصل می‌شوند و تمایل دارند ارزش‌های مشترکی با سایر اعضای این شبکه‌ها داشته باشند. فوکویاما (۱۹۹۷: ۶۷-۷۱) که یکی از نظریه‌پردازان معاصر است شبکه را گروهی از عاملان منفردی می‌داند که بر هنجارهای غیررسمی مشترک استوار است.

به‌طور مشخص، باید اشاره داشت که منظور از شبکه‌های اجتماعی مجازی مورد بحث در این تحقیق عبارت است از خدماتی که بر وب استوارند و به افراد اجازه می‌دهند تا:

۱. پروفایلی عمومی یا نیمه‌عمومی درون سیستمی محدود تشکیل دهند.
۲. فهرستی از کاربرانی ارائه دهد که با فرد در ارتباط‌اند.
۳. امکان مرور و دیدن فهرستی از ارتباطات افراد، همچنین فهرست‌هایی را فراهم آورند که افراد درون سیستم می‌سازند (استنفیلد، ۲۰۰۸).

۲. تبیین نوسان سرمایه اجتماعی کاربران شبکه‌های اجتماعی

چارچوب نظری مقاله را براساس متون نظری سرمایه اجتماعی و متون تجربی سرمایه اجتماعی در فیسبوک بنانده‌ایم. کلمن معتقد است سرمایه اجتماعی، به‌طور ذاتی در ساختار روابط کنشگران با هم و رابطه بین آن‌ها حضور دارد (تاجبخش، ۱۳۸۹: ۴۹) و بستگی در ساختار را لازمه به‌وجود آمدن هنجارهای نافذی می‌داند که تولید سرمایه اجتماعی می‌کنند و روابط چندوجهی را نمونه‌ای از بستگی ساختار اجتماعی می‌داند (تاجبخش، ۱۳۸۹: ۶۵-۷۰).

متون سرمایه اجتماعی بین دو نوع سرمایه اجتماعی تمایز قائل است. فوکویاما با مقایسه جامعه سنتی با مدرن می‌گوید: «جامعه مدرن متشکل از همپوشانی تعداد زیادی گروه‌های اجتماعی است که در این جوامع عضویت در چند گروه و هویت متکثر ممکن است» (تاجبخش، ۱۳۸۹: ۱۷۴). گرانووتر از دو نوع پیوندهای نیرومند و ضعیف صحبت می‌کند و پیوندهای ضعیف را مانند پلی بین دو گروه با پیوندهای داخلی نیرومند می‌داند (ریترز، ۱۳۸۲: ۵۷۸-۵۷۷). پوتنام هم از دو نوع سرمایه اجتماعی نام می‌برد و سرمایه اجتماعی ارتباط‌دهنده را برای انتقال و نشر اطلاعات و سرمایه اجتماعی درون گروهی را برای انتقال همبستگی مفید می‌داند (فیلد، ۱۳۸۸: ۵۶).

اما سرمایه اجتماعی مانند دیگر سرمایه‌ها دارای وجه منفی است. وجه منفی سرمایه اجتماعی به همبستگی درون گروهی و سرمایه اجتماعی پیوندمدار مرتبط است. پیوندهای درون گروهی روابط برون گروهی منفی ایجاد می‌کنند که آن را شعاع بی‌اعتمادی می‌نامند (فوکویاما، ۱۳۸۵: ۱۲۷).

حال که به انواع سرمایه اجتماعی اشاره شد به کاربرد نظری آن در فیسبوک می‌پردازیم. نتایج مشاهده مشارکتی در فیسبوک (نک عبداللهیان و شیخ انصاری، ۱۳۹۱) حاکی از آن است که فیسبوک به دلیل امکاناتی مانند قانون رویت و امکان یافتن دوستان، زمینه را برای تشکیل و تقویت پیوندهای ضعیف و گسترش دامنه روابط اجتماعی فراهم می‌کند. شاهد این ادعا تشکیل حلقه‌هایی از دوستان صمیمی، همکاران، افراد فامیل، دوستان قدیمی و جدید در صفحه‌های فیسبوک و روابط چندوجهی (بستگی) کاربر با حلقه‌آشنایان است. نتایج تحقیقات در آمریکا (الیسون، ۲۰۰۷؛ استنفیلد، ۲۰۰۸)، انگلستان (لويس، ۲۰۰۹)، ایتالیا (تومی، ۲۰۱۰) و تایوان (لین، ۲۰۰۹) حاکی از آن است که در تمامی موارد بین افزایش شدت استفاده از فیسبوک و افزایش سرمایه اجتماعی پیوندبخش کاربران فیسبوک همبستگی مثبت وجود دارد. هنجارهای حاکم بر فیسبوک بر اساس نظریه ضمانت^۱ (والتر، ۲۰۰۹) و نظریه حفظ روابط (هیو، ۲۰۱۱) تبیین‌پذیر است. نظریه ضمانت به عنصر گمنامی در فضای مجازی اشاره دارد و از این جهت بر یافتن سرنخه‌هایی تأکید دارد که درستی اطلاعاتی را تأیید کند که شخص از خود در فیسبوک بجا می‌گذارد. از سوی دیگر، نظریه حفظ روابط بر راهبردهایی تأکید دارد که برای حفظ روابط در

وضعیت رضایت‌بخش و ثابت به کار گرفته می‌شود (هیو، ۲۰۱۱). بسیاری از محققان مانند رایت (۲۰۰۴) ثابت کرده‌اند که نظریه حفظ روابط در سایت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی مانند فیسبوک هم صادق است. نتایج تحقیقات عبداللهیان و شیخ انصاری (۱۳۹۱) در تأیید همین مسئله حاکی از آن است: «عدم گمنامی به عنوان یک عامل کنترل برای کاربران ایرانی فیسبوک عمل می‌کند و آن‌ها را ملزم به رعایت هنجارهایی می‌کند که در زندگی واقعی در جمع دوستان خود به آن پای‌بندند.»

در این مقاله بین دو نوع سرمایه اجتماعی تمایز قائل می‌شویم. سرمایه اجتماعی پیوندبخش (اتصال‌دهنده) که به روابط ضعیف بین افراد اطلاق می‌شود که چندان هم شخصی یا احساسی نیستند؛ ارتباطاتی که اغلب از نظر کمی و تعداد بسیار بزرگ‌اند و باعث نشر و کسب اطلاعات می‌شوند، اما نمی‌توانند همانند روابط خانوادگی عمل کنند (الیسون، ۲۰۰۷). سرمایه اجتماعی پیوندمدار (درون‌گروهی) نیز روابط بسیار نزدیک تعریف می‌شود، به‌خصوص در جایی که نوعی پشتیبانی احساسی در بین افراد مبادله می‌شود (استفیلد، ۲۰۰۸). از استدلال قیاسی برای اثبات فرضیه استفاده کرده‌ایم. اصول موضوعی (گزاره‌های زیر) استدلال قیاسی از متون سرمایه اجتماعی (گزاره‌های ۱، ۲، ۳) و یافته‌های تحقیق (گزاره‌های ۴، ۵) استخراج شده‌اند. جمع‌بندی مباحث نظری را با بیان این گزاره‌ها به شرح زیر به پایان می‌بریم.

گزاره‌های نظری

• گزاره ۱. سرمایه اجتماعی مانند دیگر سرمایه‌ها وجه منفی دارد و ممکن است برای اهداف بدخواهانه به کار رود (فیلد، ۱۳۸۸: ۱۲۲). پیوندهای درون‌گروهی روابط برون‌گروهی منفی ایجاد می‌کنند که آن را شعاع بی‌اعتمادی می‌نامند (فوکویاما، ۱۳۸۵: ۱۲۶). هر دو نوع سرمایه اجتماعی در شکل مفید و متوازن خود باعث افزایش کارایی اقتصادی خواهند شد و همه از آن سود خواهند برد و اگر ضعیف و خشک گردند همه بهای آن را خواهند پرداخت (فیروزآبادی، ۱۳۸۴؛ پوتنام، ۲۰۰۰).

• گزاره ۲. پیوندهای ضعیف برای رفع مشکلات جمعی مفید است (فیلد، ۱۳۸۸: ۱۴۴). پیوندهای سست از انزوای گروه جلوگیری می‌کنند و به اعضای گروه اجازه می‌دهد در جامعه گسترده‌تر ادغام شوند (ریتزر، ۱۳۸۲: ۵۷۸).

- گزاره ۳. سرمایه اجتماعی پیوندبخش به روابط ضعیف بین افراد و کسب اطلاعات اشاره دارد، هرچند این روابط زیاد شخصی یا احساسی نیست. این روابط را گرانوتر روابط ضعیف^۱ نامید؛ ارتباطاتی که اغلب از نظر کمی و تعداد بسیار بزرگ است.
 - گزاره ۴. با استفاده از داده‌های تجربی می‌توان نشان داد فیسبوک به لحاظ ساختاری زمینه را برای تشکیل و تقویت پیوندهای ضعیف و گسترش دامنه روابط اجتماعی فراهم می‌کند.
 - گزاره ۵. با استفاده از داده‌های تجربی می‌توان نشان داد سرمایه اجتماعی پیوندبخش اعضای فیسبوک بیش از کسانی است که عضو این شبکه نیستند و همبستگی مثبت معناداری بین شدت استفاده از فیسبوک و سرمایه اجتماعی پیوندبخش وجود دارد.
- گزاره‌های ۱ تا ۳ گزاره‌هایی‌اند که دیگر نیازی به اثبات آن‌ها نیست. اما گزاره‌های ۴ و ۵ هنوز یک مرحله تجربی تا گزاره‌شدن فاصله دارند. این بدان معناست که باید آن‌ها را با تحلیل‌های زیر از حالت فرضیه به‌درآورد و تبدیل به گزاره‌های مناقشه‌ناپذیر علمی همانند گزاره‌های ۱ تا ۳ کرد. در اینجا مجموعه بحث‌های نظری را به همراه این دو گزاره به شکل فرضیه مطرح می‌کنیم تا راه را برای آزمون تجربی آن‌ها هموار کنیم.

فرضیه تحقیق

- فرضیه اصلی: سرمایه اجتماعی حاصل از روابط کاربران فیسبوک با حلقه آشنایان به نفع جامعه است که این فرضیه را با استدلال قیاسی اثبات می‌کنیم. اما ابتدا گزاره ۴ و ۵ را به شکل فرضیه‌های زیر مطرح و با انجام آزمون‌های آماری و تحلیل فازی اثبات می‌کنیم.
- فرضیه اول: فیسبوک به لحاظ ساختاری زمینه را برای تشکیل و تقویت پیوندهای ضعیف و گسترش دامنه روابط اجتماعی فراهم می‌کند.
- فرضیه دوم: میانگین سرمایه اجتماعی پیوندبخش و پیوندمدار کسانی که عضو فیسبوک‌اند بیشتر از کسانی است که عضو فیسبوک نیستند.
- فرضیه سوم: همبستگی مثبت معناداری بین شدت استفاده از فیسبوک و سرمایه اجتماعی پیوندبخش وجود دارد.
- فرضیه چهارم: همبستگی مثبت معناداری بین شدت استفاده از فیسبوک و سرمایه اجتماعی پیوندمدار وجود ندارد.

روش شناسی تحقیق

روش تحقیق در این مقاله ترکیبی است، به معنای ترکیب هر دو رهیافت کمی و کیفی (محمدپور، ۱۳۸۹: ۳۴). در این تحقیق روش اصلی پیمایشی و روش تکمیلی گروه‌های کانون است. طرح ترکیبی این تحقیق با توجه به اولویت و نقش روش‌ها با مدل همبستگی لانه‌کرده کراسول و پلاتو- کلارک ۲۰۰۷ (محمدپور، ۱۳۸۹: ۹۳) منطبق است.

جامعه آماری، واحد تحلیل و مشاهده. جامعه آماری کاربران اینترنت ۱۶ تا ۳۵ ساله ساکن تهران‌اند. به دلیل استفاده از روش آنلاین عده‌ای از پاسخگویان عضو جامعه آماری نیستند. در این مقاله کل پاسخگویان را در نظر گرفته‌ایم (در نتایج تأثیری ندارد). واحد تحلیل در روش پیمایشی و گروه‌های کانون کاربران اینترنت و واحد مشاهده در روش پیمایشی پرسشنامه‌ها و در گروه‌های کانون اظهارات اعضای این گروه‌هایند.

روش گروه‌های متمرکز. در روش مصاحبه‌های گروه‌های کانون، چهار گروه کانون و هر کدام با شش نفر و با معیار کاربری در اینترنت و آشنایی با فیسبوک را انتخاب کردیم. البته، هر کدام از گروه‌های کانون با فاصله زمانی یک هفته تشکیل شدند. لازم به ذکر است که افراد متعلق به دو گروه را از میان اعضای فیسبوک و افراد متعلق به دو گروه دیگر را از بین افرادی انتخاب کردیم که عضو فیسبوک نبودند. این به ما اجازه می‌داد تا الگوی رفتاری کاربران و غیرکاربران فیسبوک را بهتر بشناسیم و در تحلیل‌ها به‌کار ببریم. به این دلیل که ۶۹/۱ درصد از پاسخگویان دانش‌آموز بودند، گروه‌های کانون از بین دانشجویان یا کارمندان ۲۵ تا ۳۵ ساله انتخاب شدند. این امر کمک کرد تا تحلیل‌های این مقاله از اشتباه محیط‌شناختی‌ای که بیبی (۲۰۱۲) به آن اشاره دارد مصون بماند. سرانجام اینکه، اخذ داده‌های گروه کانون از طریق مباحث جمعی در این گروه‌ها و ضبط و پیاده‌سازی و دسته‌بندی آن‌ها صورت پذیرفت. محورهای مورد بحث مرتبط با این مقاله در گروه‌های کانون به شرح زیر بود:

- تعداد و گستردگی دامنه دوستان (پیوندهای ضعیف)
- اعتماد به دیگران برای برقراری رابطه دوستی (شعاع اعتماد)
- کسب و نشر اطلاعات.

روش پیمایشی. در اینجا نکته برجسته آن است که به سه شیوه متفاوت یعنی آنلاین، آفلاین

خوشه‌ای هدف‌مند و خوشه‌ای آفلاین به جمع‌آوری داده‌ها پرداخته‌ایم.

حجم نمونه در روش پیمایشی

طبق آخرین نتایج سرشماری سال ۱۳۹۰^۱ تعداد کاربران اینترنت جوان تهرانی را حدود ۱ میلیون و پانصد هزار نفر می‌توان تخمین زد. با احتساب واریانس ۰/۴۱۵ و استفاده از فرمول کوکران در تعیین حجم نمونه به شیوه موجی (عبدالهیان، ۱۳۹۱)، حجم نمونه ۶۳۸ نفر تخمین زده شد. اما با توجه به اینکه ۰/۴۳ از پاسخگویان در روش آنلاین و آنلاین خوشه‌ای در جامعه آماری ما قرار نمی‌گرفتند، حجم نمونه را حدود ۱۲۰۰ در نظر گرفتیم. استفاده از روش آنلاین در ارزیابی صحت روش آنلاین بود. به همین دلیل و با احتساب اینکه ۲/۳ از کل پاسخگویان عضو فیسبوک نیستند، حجم نمونه را ۱۲۰۰ در نظر گرفتیم. در مجموع، حجم نمونه بعد از حذف جواب‌های ناقص با احتساب نمونه‌های آنلاین و آنلاین در دو نوبت بالغ بر ۲۴۳۷ نفر شد.

انتخاب نمونه‌ها در سه روش آنلاین خوشه‌ای، آنلاین خوشه‌ای هدف‌مند، آنلاین

- برای گزینش نمونه‌ها در روش آنلاین به روش خوشه‌ای از مناطق ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۷، ۸، ۱۰، ۱۱ و ۱۷ و برای اطمینان از پایایی مقیاس‌ها بعد از یازده ماه از مناطق ۲، ۳، ۸ و ۱۱ در دبیرستان‌های دخترانه و پسرانه به شیوه تصادفی اقدام شد.
- برای گزینش نمونه‌ها در روش آنلاین خوشه‌ای هدف‌مند از بین دبیرستان‌های دخترانه و پسرانه هوشمند در مناطق دهگانه بالا، دبیرستان‌هایی به شیوه تصادفی انتخاب شدند و به جمع‌آوری داده‌ها به شیوه‌های زیر پرداختیم:

۱. در بعضی دبیرستان‌ها لینک پرسشنامه به ایمیل دانش‌آموزان ارسال شد.
۲. در بعضی دیگر لینک پرسشنامه روی وبسایت دبیرستان قرار گرفت.
۳. در بعضی دبیرستان‌ها لینک پرسشنامه روی چند رایانه قرار گرفت و دانش‌آموزان به شیوه تصادفی انتخاب و آنلاین به پرسشنامه جواب دادند.

- اما، گزینش نمونه‌ها در روش آنلاین متفاوت و از نوع وارونه (عبداللهیان، ۱۳۹۱) بود که با استفاده از نرم‌افزار سوپر ایمیل اسپایدر، تولید پرسشنامه در محیط گوگل درایو و ارسال پرسشنامه‌های الکترونیکی انجام شد. در مرحله دوم بعد از یازده ماه لینک پرسشنامه را بر صفحه چند نفر از کاربران فعال فیسبوک، صفحه نیمه‌عمومی فیسبوک دخترانه و متولدین مرداد ماه

قراردادیم. بعد از انجام آزمون همبستگی بین شدت استفاده از فیسبوک و دو نوع سرمایه اجتماعی و اطمینان از یکسانی نتایج با سه روش، داده‌ها را با هم ادغام کردیم (جدول ۱).

جدول ۱. ارزیابی رابطه همبستگی بین شدت استفاده از فیسبوک و دو نوع سرمایه اجتماعی در سه نوع روش جمع‌آوری داده‌ها در بین کاربران فیسبوک

سرمایه اجتماعی پیوندبخش	سرمایه اجتماعی پیوندمدار	آزمون همبستگی	متغیرها	روش‌های جمع‌آوری داده‌ها
۰/۱۴۸	۰/۰۲۸	ضریب همبستگی پیرسون	شدت	آفلاین خوشه‌ای
۰/۰۰۲	۰/۵۷۴	درجه اطمینان	استفاده از فیسبوک	
۳۹۳	۳۹۳	تعداد		
۰/۱۵۹	۰/۰۱۹	ضریب همبستگی پیرسون	شدت	آنلاین
۰/۰۰۰	۰/۶۶۹	درجه اطمینان	استفاده از فیسبوک	
۵۲۳	۵۲۳	تعداد		
۰/۲۵۱	۰/۰۰۴	ضریب همبستگی پیرسون	شدت	آنلاین خوشه‌ای هدف‌مند
۰/۰۰۸	۰/۹۷۰	درجه اطمینان	استفاده از فیسبوک	
۱۱۶	۱۱۶	تعداد		

عملیاتی کردن متغیرها

عملیاتی کردن متغیرهای اصلی بر اساس تعاریف نظری سرمایه اجتماعی پیوندبخش و پیوندمدار و کارکرد آن‌ها و با استفاده از مقیاس الیسون (۲۰۰۷) انجام شد. از طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای برای سنجش متغیرها استفاده شد.

سرمایه اجتماعی پیوندبخش

سرمایه اجتماعی پیوندبخش را با ابعاد زیر سنجیدیم:

۱. احساس تعلق و علاقه به جمع دوستان که برای تداوم روابط لازم است.
۲. تشریک مساعی و تلاش برای چیزهای نو (فوکویاما، ۱۹۹۷)
۳. کسب اطلاعات (پوتنام ۲۰۰۰، فوکویاما، ۱۹۹۷)
۴. توانایی ایجاد و گسترش روابط جدید (پیوندهای ضعیف).

سرمایه اجتماعی پیوندمدار

سرمایه اجتماعی پیوندمدار به روابط نزدیک اشاره دارد. همفیل شاخص دوستی نزدیک را پول قرض دادن، و با اسم کوچک همدیگر را خطاب کردن (میلر، ۱۳۸۰: ۴۲۷) و هاگول کمک در حل مشکلات، راهنمایی و درمیان گذاشتن رازها (میلر، ۱۳۸۰: ۴۴۳) دانسته‌اند. سرمایه اجتماعی پیوندمدار را با ابعاد زیر سنجیده‌ایم: ۱. راهنمایی کردن هنگام نیاز به راهنمایی، ۲. کمک در حل مشکلات، ۳. پول قرض دادن.

شدت استفاده از فیسبوک

شدت استفاده از فیسبوک را با ابعاد زیر سنجیده‌ایم:

۱. میانگین ساعتی که کاربر در روز در فیسبوک است.
۲. میزان علاقه و وابستگی کاربر به فیسبوک. میزان علاقه و وابستگی کاربر را با ابعاد زیر سنجیده‌ایم:

الف) سرزدن به فیسبوک به عنوان فعالیت روزانه و روتین

ب) احساس غرور کردن به عضویت در فیسبوک

ج) احساس خارج از دسترس بودن بدون فیسبوک

د) ناراحت شدن از اینکه فیسبوک از کار بیفتد.

روش فازی کردن داده‌های کمی

درجه عضویت پاسخگویان در مجموعه‌های فازی را با استفاده از تابع دوزنقه‌ای در فاصله [۶ ۵ ۴ ۳] حساب کردیم. جدول ۲ نشانگر وضعیت عضویت در مجموعه فازی با توجه به درجه عضویت است.

جدول ۲. وضعیت عضویت با توجه به درجه عضویت

درجه بندی	وضعیت عضویت
۱	عضویت کامل
کوچک‌تر از ۱ بزرگ‌تر از ۰/۵	درجه عضویت بالا
۰/۵	درجه عضویت میانی
کوچک‌تر از ۰/۵ و بیشتر از صفر	درجه عضویت پایین
۰	عدم عضویت کامل

اگر امتیاز پاسخگویی مساوی یا بین ۴ و ۵ باشد، درجه عضویت ۱ و اگر مساوی یا بین ۱ و ۲ باشد، درجه عضویت صفر و اگر بین ۳ و ۴ باشد، درجه عضویت بین صفر تا ۱ است.

اعتبار و روایی مقیاس‌ها

لازم به ذکر است که برای ارزیابی اعتبار یا روایی مقیاس‌ها از شیوه ضریب آلفای کرونباخ استفاده کردیم (جدول ۳). تکرارپذیری داده‌ها، با تکرار جمع‌آوری داده‌ها بعد از یازده ماه و به‌دست آوردن نتایج یکسان اثبات شد.

جدول ۳. ارزیابی اعتبار مقیاس‌ها

مقیاس	سرمایه اجتماعی پیوندبخش	سرمایه اجتماعی پیوندمدار	شدت استفاده از فیسبوک
تعداد گویه‌ها	۷	۴	۷
آلفای کرونباخ	۰/۷۲۴	۰/۷۵۵	۰/۸۰۳

روایی سازه با استفاده از تحلیل عاملی و چرخش پروماکس انجام شد. مقادیر ضرایب نشان می‌دهند نمونه‌گیری از کفایت برخوردار بوده است (جدول ۴).

جدول ۴. ارزیابی روایی مقیاس‌ها

مقیاس	KMO	بارتلت	سطح معناداری
شدت استفاده از فیسبوک	۰/۸۷۵	۲۵۱۸/۸۰۱	۰/۰۰۰
سرمایه اجتماعی پیوندمدار	۰/۷۵۱	۲۴۶۳/۴۶۴	۰/۰۰۰
سرمایه اجتماعی پیوندبخش	۰/۷۸۱	۴۱۱۲/۴۷۲	۰/۰۰۰

اکنون در بحث زیر نشان می‌دهیم که آیا یافته‌های تجربی ادعاهای نظری بالا را اثبات

می‌کنند؟

یافته‌های تحقیق

ابتدا به شرح ویژگی‌های هویتی جمعیت نمونه می‌پردازیم.

آمار توصیفی

۵۷/۳ درصد از کل پاسخگویان، ۶۱/۵ درصد از گروه کنترل و ۵۱/۶ درصد از گروه آزمایش زن بودند (جدول ۵).

جدول ۵. توزیع فراوانی جنسیت

نمونه‌ها	کل پاسخگویان		گروه کنترل		گروه آزمایش	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
زن	۱۳۹۶	۵۷/۳	۸۶۴	۶۱/۵	۵۳۲	۵۱/۶
مرد	۱۰۳۶	۴۲/۵	۵۳۹	۳۸/۴	۴۹۷	۴۸/۱
بی‌جواب	۵	۰/۲	۲	۰/۱	۳	۰/۳
جمع	۲۴۳۷	۱۰۰	۱۴۰۵	۱۰۰	۱۰۳۲	۱۰۳۲

۶۹/۱ درصد از کل پاسخگویان، ۸۴/۲ درصد از گروه کنترل و ۴۸/۶ درصد از گروه آزمایش دانش‌آموز بودند (جدول ۶).

جدول ۶. توزیع فراوانی تحصیلات

نوع عضویت	کل پاسخگویان		گروه کنترل		گروه آزمایش	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
دانش‌آموز	۱۶۸۵	۶۹/۱	۱۱۸۳	۸۴/۲	۵۰۲	۴۸/۶
دیپلم	۱۴۲	۵/۸	۴۰	۲/۸	۱۰۲	۹/۹
کارشناسی	۳۶۹	۱۵/۱	۷/۳	۱۰/۲	۳۶۷	۲۵/۹
کارشناسی ارشد	۱۸۷	۷/۷	۴/۲	۵/۹	۱۲۸	۱۲/۴
دکتری	۴۹	۲	۱/۵	۲/۱	۲۸	۲/۷
جمع	۲۴۳۲	۹۹/۸	۱۴۰۵	۱۰۰	۱۰۲۷	۹۹/۵
بی‌جواب	۵	۰/۲	-	-	۵	۰/۵
جمع کل	۲۴۳۷	۱۰۰/۰	۱۴۰۵	۱۰۰	۱۰۳۲	۱۰۰

۸۵/۶ درصد از کل پاسخگویان، ۹۳/۹ درصد از گروه کنترل و ۷۴/۲ درصد از گروه آزمایش ساکن تهران بودند (جدول ۷).

جدول ۷. توزیع فراوانی محل سکونت

نوع عضویت محل سکونت	کل پاسخگویان		گروه کنترل		گروه آزمایش	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
تهران	۲۰۸۵	۸۵/۶	۱۱۳۹	۹۳/۹	۷۶۶	۷۴/۲
سایر شهرها	۲۸۷	۱۱/۸	۸۴	۶/۰	۲۰۳	۱۹/۷
خارج از کشور	۶۲	۲/۵	۲	۰/۱	۶۰	۵/۸
جمع	۲۴۳۴	۹۹/۹	۱۴۰۵	۱۰۰	۱۰۲۹	۰/۳
بی جواب	۳	۰/۱	-		۳	۹۹/۷
جمع کل	۲۴۳۷	۱۰۰/۰	۱۴۰۵	۱۰۰	۱۰۳۲	۱۰۰

۸۴ درصد از کل پاسخگویان، ۸۸/۸ درصد از گروه آزمایش، ۸۰/۴ درصد از گروه کنترل در رده سنی ۱۶ تا ۳۵ قرار داشتند (جدول ۸).

جدول ۸. توزیع فراوانی سن

نوع عضویت سن	کل پاسخگویان		گروه کنترل		گروه آزمایش	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
کمتر و برابر با ۱۵	۲۷۲	۱۱/۲	۲۰۷	۱۴/۷	۶۵	۶/۳
۱۶ تا ۳۵	۲۰۴۶	۸۴	۱۱۳۰	۸۰/۴	۹۱۶	۸۸/۸
بالتر از ۳۵	۱۱۹	۴/۹	۶۸	۴/۸	۵۱	۴/۹
جمع کل	۲۴۳۷	۱۰۰	۱۴۰۵	۱۰۰	۱۰۳۲	۱۰۰

میانگین زمانی که کاربران فیسبوک روزانه با اینترنت کار می کنند دو ساعت و گروه کنترل نیم ساعت است. ۵۹/۵ درصد از اعضای فیسبوک و ۲۰/۳ درصد از گروه کنترل بیشتر از امکانات ایمیل و شبکه های مجازی اینترنت استفاده می کردند (۹).

جدول ۹. مقایسه دو گروه کنترل و آزمایش از نظر زمان و نوع استفاده از اینترنت

نوع کار	گروه	میانگین زمان استفاده از اینترنت در روز (ساعت)			بیشترین کاربری اینترنت		
		ایمیل و شبکه های مجازی	کارهای علمی و کار	دانلود فیلم یا بازهای اینترنتی	سایت های قرار ملاقات	زنده	
عضو فیسبوک	۲	۵۹/۵	۲۶/۴	۱۳	۱/۱	-	
غیرعضو فیسبوک	۰/۵	۲۰/۳	۴۴	۲۸/۱	۰/۹	۶/۷	

با وصف ویژگی‌های هویتی جمعیت نمونه، به تحلیل کاربرد نظریه کلمن و فوکویاما در محیط فیسبوک می‌پردازیم.

ارزیابی گزاره چهار با یافته‌های تحقیق: دامنه روابط و پیوندهای ضعیف در فیسبوک

فرضیه اول: فیسبوک به لحاظ ساختاری زمینه را برای تشکیل و تقویت پیوندهای ضعیف و گسترش دامنه روابط اجتماعی فراهم می‌کند.

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد میانگین تعداد حلقه‌های آشنایان کاربران فیسبوک بیش از ۱۹۰ نفر است (جدول ۱۰، ۱۱). این میانگین در گروه‌های کانون با توجه به میزان توانایی کاربر در برقراری روابط با دیگران متفاوت است و حداقل ۵۰ و به ۴۰۰ نفر هم می‌رسد. دامنه حلقه آشنایان کاربر فیسبوک شامل موارد زیر است:

۱. آشنایان قدیمی که آن‌ها را از طریق گزینه «یافتن دوستان در فیسبوک» پیدا کرده است.
- افرادی که با آن‌ها در زندگی واقعی در ارتباط است، شامل همکلاسی‌ها و همکاران، افراد فامیل، و همسایگان

- افراد جدیدی که از طرق فیسبوک با آن‌ها آشنا شده است (جدول ۱۰ تا ۱۲).
مقادیر جدول ۱۱ نشان می‌دهد بین دامنه حلقه آشنایان و شدت استفاده از فیسبوک همبستگی علی قوی وجود دارد. تمامی اعضای فیسبوک از طریق «امکان یافتن دوستان» در فیسبوک، دوستان خود در مقاطع مختلف تحصیلی، معلمان و همسایه‌های قدیمی را که بعضی مقیم خارج از کشور بودند پیدا می‌کردند و با آن‌ها در ارتباط بودند. با وجود قطع روابط بعضی خانواده‌ها، اعضای فیسبوک با همسالان فامیل از طریق فیسبوک رابطه داشتند و به مناسبت‌های خاص برای هم پیام می‌فرستادند. نکته دیگر اینکه هنگامی که اعضای فیسبوک دعوت دوستی را می‌پذیرند، حلقه آشنایان او اگر اجازه بدهد برای این فرد نیز رویت پذیر می‌شود. کاربران فیسبوک از این طریق دوستان جدید پیدا می‌کنند و با دوستان دوستانشان دوست می‌شوند (جدول ۱۰ تا ۱۲ و تحلیل نتایج کانون). این بدین معناست که دنیای جدیدی در حال شکل‌گیری است و شبکه‌های اجتماعی بخشی از روابط اجتماعی را تنظیم می‌کنند.

جدول ۱۰. میانگین تعداد حلقه آشنایان کاربر و نوع رابطه کاربر با آن‌ها در فیسبوک

نوع رابطه	تعداد کل حلقه آشنایان	تعداد افراد فامیل و همسایه در بین حلقه آشنایان	همکاران فعلی یا سابق (کارمندان) در بین حلقه آشنایان	همکلاسی یا هم‌دانشکده‌ای فعلی یا سابق در بین حلقه آشنایان	تعداد دوستانی که از طریق فیسبوک با آن‌ها آشنا شده است
میانگین	۱۹۰	۱۰۹	۸۰	۸۱	۱۳۲

جدول ۱۱. سنجش همستگی شدت استفاده از فیسبوک و دامنه روابط اعضای فیسبوک

آزمون	شدت استفاده از فیسبوک	من از فیسبوک برای آشنایی با افراد جدید استفاده می‌کنم.	من از فیسبوک برای ادامه تماس با دوستان قدیمی استفاده می‌کنم.	من از فیسبوک برای کسب اطلاع از نزدیکانم استفاده می‌کنم.	من از فیسبوک برای کسب خبر از کسانی استفاده می‌کنم که با آن‌ها ارتباط دارم.
آزمون پیرسون برای شدت استفاده از فیسبوک	۱	۰/۳۱۱	۰/۲۴۹	۰/۳۵۱	۰/۳۸۶
سطح معناداری دو دامنه	۹۹۵	۹۹۲	۹۹۲	۹۹۰	۹۹۱

روابط ۲۵ تن از حلقه آشنایان یکی از کاربران فیسبوک را در گروه‌های کانون ترسیم کرده‌ایم تا دامنه روابط در فیسبوک روشن‌تر شود (جدول ۱۲).

جدول ۱۲. دامنه روابط ۲۵ تن از حلقه آشنایان یک کاربر فیسبوک

۲۵ نفر	دوستان در زندگی واقعی			دوستانی که از طریق فیسبوک آشنا شده‌اند و نحوه آشنایی			
	هم دانشکده‌ای	دبیرستان سابق	دوستان هم محلی	فامیل	دوستانی که از طریق فیسبوک آشنا شده‌اند	دوست مشترک داشته‌اند	گروهی عضو شده بعد آشنا شده‌اند
سعید	۳۵	۳	-	۷	۲۵	۱۲	۸
مهدی	۳۲	۷	۲	۷	۳۷	۱۳	۱۴
مریم	۲۸	۱۵	۷	۳	۴۰	۳۸	۱۰
صادق	۶۰	۳۵	۶	۱۵	۷۵	۴۰	۲۵

ادامه جدول ۱۲. دامنه روابط ۲۵ تن از حلقه آشنایان یک کاربر فیسبوک

دوستانی که از طریق فیسبوک آشنا شده‌اند و نحوه آشنایی		دوستان در زندگی واقعی							
در	گروهی	دوست	کل تعداد دوستانی که از طریق فیسبوک آشنا شده‌اند	فامیل	هم محلی	دوستان قدیمی	دوستان سابق	هم دانشکده‌ای	۲۵ نفر
کاملاً	غریبه	مشترک داشته‌اند	۴۳	۶	۳	۱۹	۱۶	۲۷	احد
بوده‌اند	بعد آشنا شده‌اند	داشته‌اند	۳۲	۲۹	-	۱۰	۳	۱۵	ریحانه
			۸۰	۷	-	۱	۴	۳۷	رویا
			۴۶	۱۴	۶	۱۲	۸	۲۲	آیدا
			۴۷	۲۵	۳	۷	۳	۱۰	حامد
			۹	۲۵	۱۳	۷	-	۱۹	نوید
			۳۱	۵	-	۶	-	۱۱	شادی
			۹۸	۳۸	-	۳۳	۱۴	۲۷	سارا
			۷۳	۳۵	۲	۹	۱۵	۱۷	ساناز
			۳۰	۲۵	-	۸	۲۰	۲۷	مرضیه
			۳۸	۱۶	۳	۸	۱۴	۱۴	مهرناز
			۱۳	۸	۳	۱۲	۱۵	۳۱	شانی
			۸۳	۱۵	۱۲	۱۸	۲۵	۴۲	امین
			۱۰	۳۸	۹	۵	۴	۷	رضا
			۲۹	۱۵	۹	۹	۱۷	۳۸	آرش
			۱۲	۱۲	-	۱۰	۱۲	۱۵۹	پیمان
			۴۸	۱۹	۸	۷	۱۴	۲۹	افراز
			۶۸	۲۸	۱۲	۱۵	۱۸	۳۳	سینا
			۱۴	۲۳	۹	۸	۱۳	۴۲	حسین
			۲۳	۲۴	-	۲۱	۶	۱۲	محمد

شعاع اعتماد اعضای فیسبوک برای برقراری رابطه دوستی با دیگران به شکل چشم‌گیری با کسانی که عضو فیسبوک بودند متفاوت بود. آن‌ها در بحث‌های گروه‌های کانون چنین ابراز می‌کردند که از دنیای مجازی و پذیرفتن دعوت همکاران، افراد فامیل، دوستان یا دوستان

دوستانشان و افراد ناآشنا به صفحه فیسبوک خود هراسی ندارند. اعتماد آن‌ها به دیگران به وضوح بیشتر بود. البته، در سال‌های اول که فیسبوک قانون رویت نداشت چنین همپوشانی برای برخی کاربران مشکلاتی ایجاد کرده بود ولی بعد از گذاشتن قانون رویت در فیسبوک دیگر مشکلی برایشان پیش نیامده است. بعضی اعضای فیسبوک در گروه‌های کانون چنین ابراز می‌کردند که حین جستجو در صفحه‌های فیسبوک با توجه به عکس فرد و تمایل به تصویر او و حتی بدون شناخت قبلی از او، اقدام به دعوت او به صفحه فیسبوک خودشان کرده‌اند. همچنین، دیگران نیز به همین دلیل آن‌ها را به صفحه فیسبوک خود دعوت کرده‌اند. فوکویاما شعاع اعتماد را شاخصی برای مفید بودن سرمایه اجتماعی یک گروه برای دیگران نام می‌برد (تاجبخش، ۱۳۸۹: ۱۷).

اعضای گروه کانون که عضو فیسبوک نبودند مراقب بودند که حد و مرز روابطشان با خانواده، دوستان و همکاران مخدوش نشود. عضو شدن در فیسبوک را خطری برای حریم خصوصی خود می‌دانستند و می‌گفتند: «زمانی را که می‌خواهند با غریبه‌ها بگذرانند می‌توانند با خانواده خود باشند.» یا با کسانی که از نظر پای‌بندی به اعتقادات مذهبی مانند آن‌ها نبودند رابطه دوستی برقرار نمی‌کردند یا روابط با دوستان را مختص دوران مجردی می‌دانستند. روابط با همکاران در اکثر آن‌ها محدود به محیط کار بود. فقط چند نفر که روابط اجتماعی خوبی داشتند با دو یا سه نفر از هم‌دانشکده‌ای‌های قدیمی خود ارتباط تلفنی یا دیداری داشتند و سعی می‌کردند این دیدارها تا حد امکان خارج از خانه باشد.

یکی از تفاوت‌های بسیار چشمگیر، گردش سریع و گسترده اطلاعات در بین اعضای فیسبوک است. اعضای فیسبوک در جریان کامل رخداد‌های اجتماعی و سیاسی روز بودند. این نتیجه از طریق طرح پرسشی در مورد رخداد اجتماعی‌ای به دست آمد که بازتابی متفاوت در دنیای مجازی و رسانه ملی داشت. نتایج نشان داد همه افرادی که عضو فیسبوک نبودند از آن رخداد بی‌اطلاع بودند، در حالی که تمامی اعضای فیسبوک از آن اطلاع داشتند و در مورد آن کامنت گذاشته و با حلقه آشنایانشان تبادل نظر کرده بودند. چند نفر از اعضای فیسبوک نمونه

کارهای خود را (طراحی ناخن، خیاطی) در صفحه فیسبوک گذاشته و یکی از آنها از این طریق شریک کاری پیدا کرده بود. نتیجه آنکه گزاره ۴ اکنون به مثابه اصلی علمی پذیرفته است.

اثبات صحت گزاره ۵

فرضیه اول: میانگین سرمایه اجتماعی پیوندبخش و پیوندمدار کاربران فیسبوک بیش از کسانی است که کاربر فیسبوک نیستند.

در روش آزمایشی، دو گروه آزمایش و کنترل در تمامی موارد به جز متغیر مورد سنجش باید یکسان باشند. این در حالی است که این دو گروه در این تحقیق از نظر جنسیت، تحصیلات، سن (فیروزآبادی و ناطق‌پور، ۱۳۸۴) و عزت نفس که عوامل تأثیرگذار بر سرمایه اجتماعی اند با هم تفاوت معناداری دارند. برای اطمینان از اینکه عامل تفاوت این عوامل نیستند، ابتدا با انجام آزمون یک نمونه‌ای اسمیرنوف-کولموگوروف نرمال بودن توزیع متغیرها را ارزیابی کردیم. سپس، آزمون t را بین دو نوع سرمایه اجتماعی در دو گروه کنترل و آزمایش بین پاسخگویان دانش‌آموز هم‌سن و هم‌رده انجام دادیم. بین میانگین دو نوع سرمایه اجتماعی در دو گروه کنترل و آزمایش تفاوت معناداری وجود داشت. در نتیجه، سن و تحصیلات عامل تفاوت نبودند و با توجه به اینکه $69/1$ درصد از کل پاسخگویان دانش‌آموز بودند این نتیجه را به تمامی داده‌ها تعمیم دادیم. برای ارزیابی جنسیت داده‌ها را به دو گروه زنان و مردان و برای عزت نفس داده‌ها را به دو گروه با عزت نفس بالا و پایین تقسیم کردیم. همین مراحل را در هر کدام از چهارگروه جداگانه انجام دادیم. جنسیت و عزت نفس عامل تفاوت در سرمایه اجتماعی پیوندبخش نبودند. نتیجه اینکه تفاوت میانگین سرمایه اجتماعی پیوندبخش بین دو گروه آزمایش و کنترل به دلیل کاربری در فیسبوک است. آزمون t را برای کل داده‌ها انجام دادیم. یافته‌ها نشان می‌دهند میانگین سرمایه اجتماعی پیوندبخش و پیوندمدار اعضای فیسبوک بیشتر از کسانی است که عضو در فیسبوک نیستند. این تفاوت در مورد سرمایه اجتماعی پیوندبخش تصادفی نبوده است (جدول ۱۳).

جدول ۱۳. آزمون معناداری تفاوت میانگین دو نوع سرمایه اجتماعی در دو گروه کنترل و آزمایش

میانگین سرمایه اجتماعی در کل پاسخگویان		عزت نفس بالا		عزت نفس پایین		مردان		زنان		دانش آموزان		کل پاسخگویان	
کنترل	آزمایش	سطح معناداری	آزمون t	سطح معناداری	آزمون t	سطح معناداری	آزمون t	سطح معناداری	آزمون t	سطح معنی داری	آزمون t	سطح معناداری	آزمون t
۳/۴۵۵	۳/۶۵۷	۰/۰۰۰	-۶/۰۴۵	۰/۵۹۱	۰/۵۳۹	۰/۰۰۷	-۲/۷۲۸	۰/۰۰۰	-۵/۳۱۶	۰/۰۰۰	-۴/۹۸۲	۰/۰۰۰	-۶/۳۶۹
۳/۷۸۶	۳/۹۵۸	۰/۰۰۰	-۵/۸۳۸	۰/۰۰۸	-۲/۷۵۱	۰/۰۰۰	-۵/۹۳۳	۰/۰۰۰	-۴/۲۲۶	۰/۰۰۰	-۷/۵۸۹	۰/۰۰۰	-۷/۵۹۴

Archive of SID

فرضیه دوم: شدت استفاده از فیسبوک و سرمایه اجتماعی پیوندبخش کاربران فیسبوک با هم رابطه همبستگی مثبت دارند. لازم به ذکر است که کدهای جنسیت را به ۰ و ۱ تغییر دادیم. با انجام رگرسیون چندمتغیره با روش استپ وایز همبستگی جزئی متغیرها را ارزیابی کردیم. یافته‌ها نشان می‌دهد متغیر «عزت نفس» و «شدت استفاده از فیسبوک» و «تحصیلات» نقش پیشگویی‌کننده‌ای برای سرمایه اجتماعی پیوندبخش دارد (جدول ۱۴).

جدول ۱۴. رگرسیون چندمتغیره سرمایه اجتماعی پیوندبخش

مدل	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده		آزمون t درجه اطمینان
	B	اشتباه معیار	Beta		
مدل ۱	(مبنای ثابت)	۱۹/۹۷۴	۰/۸۰۸	۲۴/۷۱۲	۰/۰۰۰
	عزت نفس	۰/۲۸۳	۰/۰۲۹	۹/۷۴۴	۰/۰۰۰
	(مبنای ثابت)	۱۷/۶۱۵	۰/۹۰۳	۱۹/۴۹۹	۰/۰۰۰
مدل ۲	عزت نفس	۰/۲۸۲	۰/۰۲۹	۹/۸۶۹	۰/۰۰۰
	شدت استفاده از فیسبوک	۰/۱۰۳	۰/۰۱۹	۵/۵۳۰	۰/۰۰۰
مدل ۳	(مبنای ثابت)	۱۸/۲۷۹	۰/۹۱۶	۱۹/۹۶۰	۰/۰۰۰
	عزت نفس	۰/۲۹۲	۰/۰۲۹	۱۰/۲۱۸	۰/۰۰۰
	شدت استفاده از فیسبوک	۰/۰۹۶	۰/۰۱۹	۵/۲۱۰	۰/۰۰۰
	تحصیلات	-۰/۳۷۵	۰/۱۰۲	-۳/۶۶۷	۰/۰۰۰

متغیر وابسته: سرمایه اجتماعی پیوندبخش

همبستگی بین شدت استفاده از فیسبوک و سرمایه اجتماعی پیوندبخش را با کنترل متغیر «عزت نفس» و «تحصیلات» محاسبه کردیم. یافته‌های این آزمون نشان‌دهنده وجود همبستگی بین «شدت استفاده از فیسبوک» و «سرمایه اجتماعی پیوندبخش» است (جدول ۱۵).

جدول ۱۵. آزمون همبستگی با کنترل عزت نفس و تحصیلات

متغیرها	نوع آزمون	سرمایه اجتماعی پیوندبخش	شدت استفاده از فیسبوک
سرمایه اجتماعی پیوندبخش	همبستگی	۱/۰۰۰	۰/۱۶۹
کنترل متغیرهای عزت نفس و تحصیلات	درجه اطمینان دو دامنه	۰	۰/۰۰۰
	درجه آزادی	۰	۹۸۷
شدت استفاده از فیسبوک	همبستگی	۰/۱۶۹	۱/۰۰۰
	درجه اطمینان دو دامنه	۰/۰۰۰	.
	درجه آزادی	۹۹۲	۰

با انجام رگرسیون فازی ضریب رگرسیون بین شدت استفاده از فیسبوک و سرمایه اجتماعی پیوندبخش را به دست آوردیم که مساوی ۰/۱۴۲۳ است. معادله خطی رگرسیون به شرح زیر است.

$$Y = 0.1423X + 0.1174$$

معادله خطی ۱ + شدت استفاده از فیسبوک $X = 0.1174$ = پیوندبخش Y

فرضیه سوم: شدت استفاده از فیسبوک و سرمایه اجتماعی پیوندمدار کاربران فیسبوک با هم رابطه همبستگی ندارند. ارقام جدول ۱۶ نیز نشان دهنده معنادار بودن همبستگی جزئی بین سرمایه اجتماعی پیوندمدار با متغیرهای عزت نفس و سن است.

جدول ۱۶. رگرسیون چند متغیره سرمایه اجتماعی پیوندمدار

مدل	ضرایب استاندارد نشده		آزمون t	درجه اطمینان
	B	اشتباه معیار		
(مبنای ثابت)	۸/۵۵۵	۰/۷۹۳	۱۰/۷۹۳	۰/۰۰۰
عزت نفس	۰/۱۹۹	۰/۰۲۳	۸/۷۶۶	۰/۰۰۰
۱ شدت استفاده از فیسبوک	۰/۰۲۶	۰/۰۱۶	۱/۶۴۱	۰/۱۰۱
جنسیت	۰/۲۰۷	۰/۱۹۹	۱/۰۴۳	۰/۲۹۷
سن	-۰/۱۳۸	۰/۰۵۰	-۲/۷۵۹	۰/۰۰۶

متغیر وابسته: سرمایه اجتماعی پیوندمدار

با کنترل متغیرهای عزت نفس و سن، همبستگی بین سرمایه اجتماعی پیوندمدار و شدت استفاده از فیسبوک را به آزمون گذاشتیم (جدول ۱۷). یافته‌های این آزمون نشان می‌دهد بین سرمایه اجتماعی پیوندمدار و شدت استفاده از فیسبوک رابطه همبستگی وجود ندارد.

جدول ۱۷. رابطه همبستگی با کنترل متغیرهای سن و عزت نفس

متغیرهای کنترل	سرمایه اجتماعی	
	پیوندمدار	شدت استفاده از فیسبوک
سرمایه اجتماعی پیوندمدار	۱/۰۰۰	۰/۰۲۵
	.	۰/۴۳۴
کنترل سن و عزت نفس	۰	۹۹۱
	۰/۰۲۵	۱/۰۰۰
شدت استفاده از فیسبوک	۰/۴۳۴	.
	۹۹۱	۰

انجام رگرسیون فازی ضریب رگرسیون بین شدت استفاده از فیسبوک و سرمایه اجتماعی پیوندمدار را به دست آوردیم که مساوی ۰/۰۲۶۹ است. معادله خطی رگرسیون به شرح زیر است.

$$Y = 0.269X + 0.6278$$

شده استفاده از فیسبوک X = پیوندمدار Y

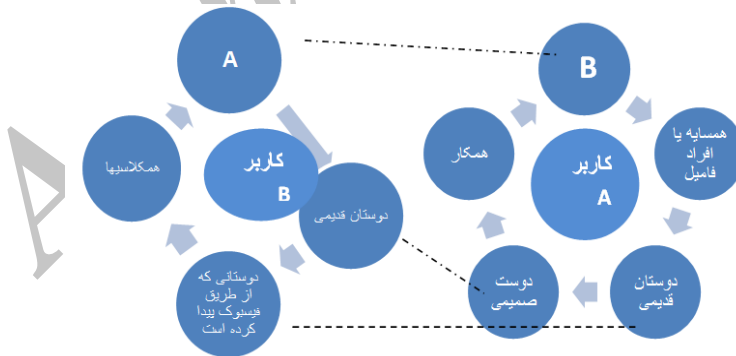
بحث و نتیجه گیری

نتایج تحقیق نشان می دهد دو گروه عضو و غیرعضو در فیسبوک در موارد زیر با هم تفاوت چشمگیری دارند.

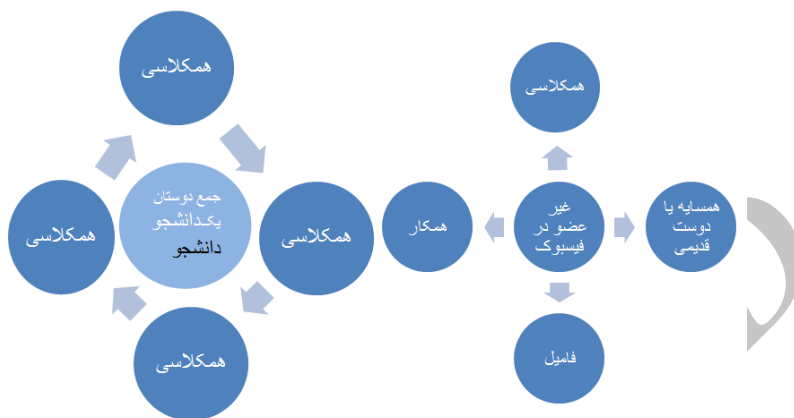
۱. ساختار روابط کاربران در فیسبوک شبکه ای و چندوجهی است و میانگین تعداد حلقه آشنایان آنها ۱۹۰ و به ۴۰۰ نفر در گروه های کانون هم می رسد (شکل ۱)، در حالی که ساختار روابط کاربران در فیسبوک به شکل منفرد و «یک وجهی» است (تاجبخش، ۱۳۸۹: ۷۰) و محدود به کسانی می شود که با آنها رابطه چهره به چهره دارند (شکل ۲).

۲. شعاع اعتماد اعضای فیسبوک برای برقراری رابطه دوستی با دیگران به شکل چشم گیری بیشتر از کسانی است که عضو فیسبوک نبودند.

۳. کارکرد پیوندهای سست و روابط چندوجهی انتقال اطلاعات است. وسعت و گردش اطلاعات بین کاربران فیسبوک بسیار گسترده تر و سریع تر از کسانی است که عضو فیسبوک نبودند.



شکل ۱. شبکه روابط کاربران فیسبوک با حلقه آشنایان A و B از طریق فیسبوک با هم در ارتباطند و حلقه آشنایان آنها برای هم رویت پذیر و روابط چندوجهی است.



شکل ۲. دو شکل از ساختار روابط جمع دوستان غیرعضو در فیسبوک

نتیجه می‌گیریم که فیسبوک از لحاظ ساختاری بستر مناسبی برای تشکیل و تقویت پیوندهای ضعیف فراهم آورده است. شاهد این ادعا شبکه‌ای و چندوجهی بودن روابط در فیسبوک و بالا بودن شعاع اعتماد کاربران فیسبوک در دوستی با دیگران است.

میانگین فازی سرمایه اجتماعی پیوندبخش کاربران فیسبوک ۰/۷۷۹۹ و ۸۱/۴ درصد آن‌ها درجه عضویشان بیش از ۰/۵ است. میانگین فازی سرمایه اجتماعی پیوندمدار ۰/۶۳۷۱ و ۵۸/۵ درصد از آن‌ها درجه عضویشان بیش از ۰/۵ است (جدول ۱۸). به علت متغیر محور بودن تحلیل همبستگی و مورد محور بودن تحلیل فازی، ضریب رگرسیون فازی و همبستگی با هم متفاوت‌اند. مقدار شیب خط رگرسیون فازی سرمایه اجتماعی پیوندبخش با شدت استفاده از فیسبوک ۰/۱۱۷۴ و از مقدار شیب خط رگرسیون فازی سرمایه اجتماعی پیوندمدار با شدت استفاده از فیسبوک ۰/۰۲۸۰ و بسیار بزرگ‌تر است و نشان می‌دهد که میزان تأثیرپذیری سرمایه اجتماعی پیوندبخش از شدت استفاده از فیسبوک بسیار بیشتر است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد با افزایش شدت استفاده از فیسبوک سرمایه اجتماعی پیوندبخش کاربران فیسبوک افزایش می‌یابد (جدول ۱۹).

جدول ۱۸. فراوانی اعضای فیسبوک با توجه به درجه عضویت در مجموعه‌های فازی با مقادیر

بالا

فراوانی	عدم عضویت	بیشتر بیرون از گروه تا درون گروه	نقطه گذر	بیشتر درون مجموعه تا بیرون مجموعه	عضویت کامل	بیشتر درون مجموعه و عضویت کامل	میانگین
سرمایه اجتماعی پیوندبخش	۷/۵	۱۱	۰	۲۶/۲	۵۵/۲	۸۱/۴	۰/۷۷۹۹
سرمایه اجتماعی پیوندمدار	۲۰/۹	۹	۱۰/۷	۱۲/۳	۴۶/۲	۵۸/۵	۰/۶۳۷۱

جدول ۱۹. ضریب و شیب خط رگرسیون فازی و ضریب همبستگی

نام متغیر	متغیر وابسته	متغیر مستقل	تحلیل فازی		تحلیل همبستگی	
			ضریب رگرسیون	شیب خط رگرسیون	ضریب همبستگی	سطح معناداری
سرمایه اجتماعی پیوندبخش	شدت استفاده از فیسبوک	۰/۱۴۲۳	۰/۱۱۷۴	۰/۷۴۱۲	۰/۱۹۰	۰/۰۰۰
سرمایه اجتماعی پیوندمدار	شدت استفاده از فیسبوک	۰/۰۲۶۹	۰/۰۲۸۰	۰/۶۲۷۸	۰/۰۲۵	۰/۴۳۴

در استدلال قیاسی، بر اساس اصول موضوع (گزاره‌ها) فرضیه نتیجه می‌گیریم: اصول موضوع (گزاره‌ها) گزاره‌های ۱، ۲، ۳ از متون سرمایه اجتماعی استخراج شده است و صحت گزاره‌های ۴ و ۵ با نتایج تحقیق تأیید می‌شود و به گزاره‌های مناقشه‌ناپذیر علمی همانند گزاره‌های ۱ تا ۳ تبدیل شدند.

• گزاره ۱: سرمایه اجتماعی مانند دیگر سرمایه‌ها وجه منفی دارد و ممکن است برای اهداف بدخواهانه به کار رود (فیلد، ۱۳۸۸: ۱۲۲ به نقل از پوتنام ۲۰۰۰). پیوندهای درون‌گروهی روابط برون‌گروهی منفی ایجاد می‌کنند که می‌توان آن را شعاع بی‌اعتمادی نامید (فوکویاما، ۱۳۸۵: ۱۲۶). هر دو نوع سرمایه اجتماعی در شکل مفید و متوازن خود باعث افزایش کارایی

اقتصادی خواهند شد و همه از آن سود خواهند برد و اگر ضعیف و خشک شوند همه بهای آن را خواهند پرداخت (فیروزآبادی، ۱۳۸۴ به نقل از پوتنام).

- گزاره ۲: پیوندهای ضعیف برای رفع مشکلات جمعی مفید است (فیلد، ۱۳۸۸: ۱۴۴).
- پیوندهای سست از انزوای یک گروه جلوگیری می‌کنند و به افراد گروه اجازه می‌دهند در جامعه گسترده‌تر ادغام شوند (ریترز، ۱۳۸۲: ۵۷۸).
- گزاره ۳: سرمایه اجتماعی پیوندبخش به روابط ضعیف بین افراد و کسب اطلاعات اشاره دارد، هرچند این روابط زیاد شخصی یا احساسی نیست. این روابط را گرانوتر روابط ضعیف نامید؛ ارتباطاتی که اغلب از نظر کمی و تعداد بسیار بزرگ است.
- گزاره ۴: فیسبوک به لحاظ ساختاری زمینه را برای تقویت پیوندهای سست و گسترش دامنه روابط کاربران فراهم می‌کند.
- گزاره ۵: سرمایه اجتماعی پیوندبخش اعضای فیسبوک بیش از کسانی است که عضو این شبکه نیستند. همبستگی مثبت معناداری بین شدت استفاده از فیسبوک و سرمایه اجتماعی پیوندبخش کاربران فیسبوک وجود دارد.
- نتیجه منطقی از گزاره‌ها: سرمایه اجتماعی حاصل از روابط کاربران فیسبوک با حلقه‌آشنایان به نفع جامعه است.

بحث در مورد کارکرد سرمایه اجتماعی کاربران فیسبوک

روابط کاربر ایرانی با حلقه‌آشنایان از لحاظ ساختاری شبکه‌ای و چندوجهی است که سبب می‌شود منابع یک‌رابطه برای استفاده در روابط دیگر به تصرف درآید (تاجبخش، ۱۳۸۹: ۷۰). همچنین، تقویت پیوندهای سست بین کاربران باعث تسهیل انتقال اطلاعات می‌شود. نتایج تحقیقات نشان می‌دهد اعضای فیسبوک با عزت نفس پایین از فیسبوک برای گسترش روابط بیشتر افراد با عزت نفس بالا استفاده می‌کنند (الیسون، ۲۰۰۷؛ عبداللهیان و شیخ انصاری، ۱۳۹۱). اما به اعتقاد ما در کشورهای توسعه‌نیافته، کاربری در فیسبوک منافی بیش از سطح فردی دارد. در این مقاله با استدلال قیاسی ثابت کردیم که تقویت پیوندهای سست باعث اتصال گروه‌های مختلف و باعث انسجام جامعه می‌شود (چلبی، ۱۳۸۸: ۹۹). اکنون از دیدگاه دیگری به کارکرد کاربری در فیسبوک در کشورهای توسعه‌نیافته می‌پردازیم. روابط کاربران ایرانی از

نوع روابط گفتمانی است (عبداللهیان و شیخ انصاری، ۱۳۹۱) که در «روابط گفتمانی اطلاعات و برداشت‌ها در جهت رسیدن به فهم و تفاهم رد و بدل می‌شود» (چلبی، ۱۳۸۸: ۱۸). با توجه به نتایج گروه‌های کانون بعد از هر رخداد سیاسی و اجتماعی، ورزشی و مسائل روزمره جریانی از بحث و گفتگو در فیسبوک بین کاربر فیسبوک و حلقه‌آشنایان به وجود می‌آید. آیا تعاملات و گفتگوها در فیسبوک تجربه زندگی مدنی در دنیای مجازی نیست؟

منابع

- آرون، ریمنون (۱۳۸۶)، *مراحل اساسی سیر اندیشه در جامعه‌شناسی*، مترجم باقرپرهم، چاپ هشتم، انتشارات علمی و فرهنگی.
- تاجبخش، کیان (۱۳۸۹)، *سرمایه اجتماعی: اعتماد، دموکراسی و توسعه*، ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، تهران، نشر و پژوهش شیرازه.
- چلبی، مسعود (۱۳۸۶)، *جامعه‌شناسی نظم*، تهران، نشر نی.
- ریتزر، جورج (۱۳۸۲)، *نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر*، مترجم محسن ثلاثی، تهران، انتشارات علمی.
- عبداللهیان، حمید (۱۳۹۱)، نمونه‌گیری آنلاین، برگرفته از آدرس زیر:
<http://tehran.academia.edu/HamidAbdollahyan/Teaching-Documents>
- فوکویاما، فرانسیس (۱۳۸۵)، *پایان نظم*، توسلی غلامعباس، تهران، انتشارات حکیم قلم نوین.
- فیروزآبادی، سید احمد، ناطق پور، محمدجواد (۱۳۸۴)، «سرمایه اجتماعی و عوامل موثر بر شکل‌گیری آن در شهر تهران»، *جامعه‌شناسی ایران*، شماره ۴: ۵۹-۹۱.
- فیروزآبادی، سید احمد (۱۳۸۴)، «نقد و معرفی کتاب یک نفره بولینگ»، *مجله جامعه‌شناسی*، شماره ۲: ۱۵۶-۱۶۴.
- فیلد، جان، (۱۳۸۸)، *سرمایه اجتماعی*، ترجمه غلامرضا غفاری و حسین رضائی، تهران، نشر کویر.
- محمدپور، احمد (۱۳۸۹)، *فراروش بنیان‌های فلسفی و علمی روش تحقیق ترکیبی در علوم اجتماعی و رفتاری*، تهران، انتشارات جامعه‌شناسان.
- میلر، دلبرت (۱۳۸۰)، *راهنمای سنجش و تحقیقات اجتماعی*، مترجم هوشنگ نابی، تهران، نشر نی.
- Babbie, Earl (2012), **The Practice of Social Research**, New York: Cengage Learning.
- Breiger, I. Ronald(2004), The analysis of social networks, Department of sociology University of Arizona, Breiger@U.Arizona.Edu, edited by Melissa Hardy and Alan Bryman. London: Sage Publications, 2004 "pp. 505-526 in **Handbook of Data Analysis**.
- Ellison, Nicole B., Charles Steinfield and Cliff Lampe (2007), The Benefits of Facebook "Friends" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites, **Journal of**

Computer-Mediated Communication, 12(4),
articlehttp://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.htm.

- Hew, Khe Foon (2011), Students' and Teachers' Use of Facebook. **Computers in Human Behavior, 27(2):** 662-676. Also available at: www.elsevier.com/locate/comphumbeh.
- Lewis, Jane and Anne West (2009), 'Friending': London-based Undergraduates' Experience of Facebook, **New Media Society** at: <http://nms.sagepub.com/content/11/7/1209>; also available at: New Media & Society, <http://nms.sagepub.com>.
- Lin, Yi-jie. (2009), Social Capital and College Student' Use of Facebook in Taiwan, National Chung Hsing University. email: jesslin@dragon.nchu.edu.tw
- Putnam, R.D. (2000) **Bowling Alone: the Collapse and Revival of American Community, New York: Simon and Schuster.**
- Steinfield, Charles, Nicole B. Ellison and Cliff Lampe (2008), Social Capital, Self-esteem, and Use of Online Social Network Sites: A Longitudinal Analysis, **Journal of Applied Developmental Psychology, 29:** 434-445.
- Tomai, Manuela, Veronica Rosaa, Author Vitae, Minou Ella Mebane, Alessia D'Acuntia, Maura Benedettia and Donata Francescatoa (2010), Virtual Communities in School as Tools to Promote Social Capital with High School Students. **Computers & Education, Vol. 54, Issue 1, January 2010,** pp. 265-274.
- Walther B. Joseph, Heide Van Der Brandon, Hamel M. Lauren and Shulman C.
- Hillary (2009), Self-Generated Versus Other-Generated Statements and Impressions in Computer-Mediated Communication : A Test of Warranting Theory Using Facebook, **Communication Research** 2009, 36: 229. Originally published online 28 January 2000, online version available at <http://crx.sagepub.com/content/36/2/229>
- Wright, Kevin B. (June 2004). On-line Relational Maintenance Strategies and Perceptions of Partners Within Exclusively Internet Based and Primarily Internet Based Relationships". **Communication Studies, 55 (2):** pp. 239-253.