

# شناسایی موانع ارتقاء سرمایه اجتماعی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی

محسن زمانی پزوه

دکترای تخصصی مدیریت رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)

فائزه تقی پور

دانشیار و عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)

(نویسنده مسؤول) f.taghipour@khuisf.ac.ir

اکبر اعتباریان خوراسگانی

دانشیار و عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)

## چکیده

این پژوهش با هدف شناسایی موانع ارتقاء سرمایه اجتماعی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی انجام شد. روش تحقیق این پژوهش، کیفی و از نوع پدیدار شناسی بوده و حوزه پژوهش شامل اساتید، کارشناسان و متخصصین حوزه رسانه، ارتباطات، جامعه شناسی و علوم اجتماعی بودند که در این زمینه تعداد ۱۸ نفر با روش نمونه گیری هدفمند از نوع نظری انتخاب و اطلاعات آنها با استفاده از مصاحبه عمیق نیمه ساختاریافته استخراج شد که جمع آوری یافته‌ها تا اشیاع نظری اطلاعات ادامه داشت و با روش هفت مرحله ای کلایزی مورد تحلیل قرار گرفت. یافته‌ها نشان داد که مهمترین موانع ارتقاء سرمایه اجتماعی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی عبارتند از حضور کاربر با هویت جعلی، بی اعتمادی به شبکه‌های اجتماعی داخلی، انتشار اخبار منفی به دلایل فرهنگی، بی اعتمادی مردم به حاکمیت، ناتوانی نخبگان در بهره برداری از فضای مجازی، نگاه منفی به فضای مجازی، ضعف در پیام رسانهای داخلی، بی اعتمادی در اثر محتوای نامعتبر، بهره گیری موثرتر دشمن از فضای مجازی، ترویج ارتباطات نابهنجار، گسترش فردگرایی، وارونه نمایی واقعیت، تضعیف سرمایه اجتماعی سنتی، تضعیف اصول اخلاقی، تهدید سنت‌ها و رسوم بومی، ترویج ادبیات غیر بومی، تغییر در باورهای مثبت کاربران و ابزار سلطه غرب بودن فضای مجازی.

**کلمات کلیدی:** شبکه‌های اجتماعی، فضای مجازی، سرمایه اجتماعی، ارتباطات

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۶/۲۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۳/۱۹

## مقدمه

ارتباطات اجتماعی هسته مرکزی تشکیل یک جامعه محسوب می‌گردد و موجب می‌شود اعضای آن جامعه با گسترش ارتباطات خود از طریق ارتباط فراگیر و موثر به اهداف خود دست یابند. علاوه بر سطح بالای جامعه که تعاملات گسترده‌ای را در خود جای می‌دهد، اجتماع کوچک تری به عنوان اجتماع شبکه‌ای مطرح می‌شود که یکی از این اجتماعات شبکه‌ای، شبکه‌های اجتماعی مجازی است که اعضای آن به منظور رسیدن به اهدافی چون گسترش دامنه ارتباط و سطح آگاهی خود گرد هم می‌آیند و در آن تلاش می‌کنند که فارغ از محدودیتهای فیزیکی، ارتباطات رو در رو را به صورت مطلوب مدل سازی کنند. در این شبکه‌ها کاربران ضمن بحث، تبادل نظر و گفتگو، اطلاعاتی را مبادله می‌نمایند که بر رفتار و عملکرد فردی و اجتماعی آنها تاثیرگذار است. نفوذ سریع و افزایش تعداد کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان نسل امروز غیر قابل اغماض است، لذا شبکه‌های اجتماعی مجازی توانسته است بر کیفیت شکل‌گیری روابط اجتماعی در میان افراد جامعه تاثیر گذار باشد. همچنین شبکه‌های اجتماعی مجازی محیط مساعدی را برای مشارکت افراد در جامعه مجازی، برقراری روابط نمادین و کشف مجدد خود فارغ از محدودیتهای فضای واقعی از طریق تعاملات مجازی و نمادین فراهم می‌کنند.

از طرفی مفهوم سرمایه اجتماعی به پیوندها و ارتباطات میان اعضای یک شبکه به عنوان منبع با ارزش اشاره دارد که با خلق هنجارها و اعتماد متقابل موجب تحقق اهداف می‌شود و شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توانند بر ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی تاثیرگذار باشند چراکه عناصری مانند اعتماد، ارزش‌ها، هنجارها و ارتباطات گروهی، همگی از مولفه‌های سرمایه اجتماعی هستند.

شبکه‌های اجتماعی مجازی از یک سو با شکل‌گیری و تقویت خرد جمعی، ارتباط مجازی مستمر، تبلیغ و توسعه ارزش‌های انسانی و اخلاقی، توسعه مشارکت‌های مفید اجتماعی، افزایش اعتماد، صمیمیت و صداقت، کم کردن فاصله‌های فیزیکی، خلاقیت در ایده‌ها و آشنایی با ایده‌های مختلف، تسهیل در اطلاع‌رسانی و... باعث تقویت و بازتولید سرمایه اجتماعی شده و از سوی دیگر با ایجاد فاصله از دنیای واقعی، اعتیاد به فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، به وجود آوردن شکاف نسلی، کم رنگ شدن ارزش‌های اجتماعی، تغییر در سبک زندگی، به خطر انداختن حریم خصوصی، فراهم شدن شرایط برای جرایم مجازی، دسترسی آسان جوانان و نوجوانان به هرزه‌انگاری و... نهادهای مختلف اجتماعی و

به ویژه خانواده ها را مورد تهدید قرار داده و موجب کم رنگ شدن مولفه های سرمایه اجتماعی در جامعه می شوند.

در یک جمع بندی می توان گفت که شبکه های اجتماعی مجازی دارای ابعاد، مولفه ها، عوامل زمینه ای و پیامدهای متنوع و متفاوتی است که تنها با استفاده از یک الگوی صحیح علمی می توان از آن در جهت کاهش آسیب ها و افزایش سرمایه اجتماعی کاربران بهره گرفت.

هدف این پژوهش شناسایی موانع ارتقاء سرمایه اجتماعی در استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی می باشد که بر همین اساس محقق درصدد است با مطالعه کیفی نحوه استفاده کاربران از شبکه های اجتماعی مجازی به این سوال پاسخ دهد که موانع ارتقاء سرمایه اجتماعی در استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی چیست؟

### مبانی نظری پژوهش

#### شبکه های اجتماعی مجازی

در تئوری شبکه اجتماعی سنتی، یک شبکه اجتماعی مجموعه ای از نهادهای اجتماعی شامل مردم و سازمان هاست که به وسیله مجموعه ای از روابط معنی دار اجتماعی به هم متصل اند و با هم در به اشتراک گذاشتن ارزش ها تعامل دارند (معمار و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۵۷).

ترکل<sup>۱</sup> (۲۰۱۶) معتقد است که فضای مجازی «در حال سوق دادن انسان به فرهنگی پسامدرن بر مبنای تمایز و پراکندگی است، چرا که حضور در فضای مجازی به علت ویژگی های خاص آن از جمله امکان گمنامی و حذف نشانه های فیزیکی به خود کاربر اجازه می دهد که به آسانی نقش های متعدد و متفاوتی را در زمان های مختلف و با تنظیمات مختلف مورد دلخواه و مورد پسند خود بازی کند». علاوه بر این، فضای مجازی از نظر وی تا حدی فضایی رها بخش است؛ چرا که به خود کاربر اجازه می دهد که در آن واحد خالق، بازیگر، کارگردان، تهیه کننده و در مجموع همه کاره نمایش مطلوب خود باشد (شاه آبادی و زارع بیدکی، ۱۳۹۲: ۴۰).

از ویژگی های فضای مجازی سرعت عمل، ناشناس ماندن و سیال بودن است و اینکه کاربران در این فضا ظاهرا احساس امنیت می کنند و تفاوت های جنسیتی، قومی، نژادی و مذهبی

---

1 Turkle

مهم نیست. این ویژگی‌ها همگی برای شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز صادق است (رستمی، ۱۳۹۰: ۲۹).

بر اساس این نظریه مجموع نیازها و انگیزه‌های مخاطب در استفاده از رسانه‌ها را می‌توان در چهار مقوله اصلی جای داد: (۱) آگاهی و نظارت؛ (۲) روابط شخصی؛ (۳) هویت شخصی؛ و (۴) سرگرمی و گریز از واقعیت عنوان نمود (مهدی زاده، ۱۳۹۲: ۶۳).

در این میان فرامرزیانی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهش خود تحت عنوان «نقش استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه بر ارزش‌های اجتماعی» به این نتیجه رسیدند که بین استفاده از شبکه اجتماعی موبایلی و میزان تفاوت‌های ارزشی بین‌نسلی رابطه وجود دارد اما در بیشتر موارد، این همگرایی مثبت نیست و منجر به کاهش گرایش نسل‌های جوان و میانسال به ارزش‌های اجتماعی جامعه ایرانی شده است. همچنین بین میزان بهره‌مندی از شبکه اجتماعی، با ارزش‌های فردگرایی، انتخاب پوشش مدرن و معیارهای ظاهری همسرگزینی، رابطه معنادار و مستقیم برقرار است اما در ارزش‌های قانون‌گرایی، دین‌گرایی، مسئولیت‌پذیری و معیارهای اخلاقی همسرگزینی، رابطه معنادار و معکوس است.

همچنین دراهوسوا و بالکو (۲۰۱۷) در بررسی مزایا و معایب استفاده از رسانه‌های اجتماعی در اتحادیه اروپا نشان دادند بیشترین پلتفرم استفاده از وب ۲ در اتحادیه اروپا به ترتیب عبارتست از ویکی سیستم‌ها، وب سایت‌های اشتراک ویدیو، ماشین‌های جستجو و سایت‌های اجتماعی. همچنین سه رسانه اجتماعی که بیشترین استفاده را در اتحادیه اروپا دارند به ترتیب عبارتست از فیس بوک، گوگل پلاس و اینستاگرام. در این تحقیق مزایای رسانه‌های اجتماعی بترتیب عبارتست از تبادل اطلاعات و ارتباطات، به اشتراک گذاری اطلاعات، آموزش، کار تیمی و کار از خانه و خدمات و همچنین معایب رسانه‌های اجتماعی بترتیب عبارتست از اعتیاد به اینترنت، عدم امنیت، اطلاعات بیش از حد و از دست دادن ارتباطات اجتماعی (دراهوسوا و بالکو، ۲۰۱۷: ۱۰۰۵).

### سرمایه اجتماعی

پاتنام<sup>۱</sup> (۱۹۹۳)، معتقد است: «تمام ویژگی‌های اجتماعی نهادها و سازمان‌ها از قبیل اعتماد، هنجارها و شبکه‌های اجتماعی، سرمایه اجتماعی نامیده می‌شوند». پاتنام محور اصلی این بحث را به ارزش‌های ناشی از شبکه اجتماعی باز می‌گرداند که جمعی و آشنای جامعه است و مردم تمایل دارند در روابط اجتماعی آنها را به ظهور رسانده و در تعاملات خود به کار گیرند. مطابق نظر پاتنام سرمایه اجتماعی به شکل یک پدیده فرهنگی تعریف

---

1 Putnam R

می شود که میزان ذهنیت مدنی اعضای جامعه، وجود هنجارهای اجتماعی اشاعه دهنده کنش جمعی و میزان اعتماد به نهادهای عمومی را در بر می گیرند. بر خلاف تعریف پاتنام، سرمایه اجتماعی در تعریف پی یر بوردیو<sup>۱</sup> (۱۹۸۳)، به سرمایه گذاری افراد در شبکه های اجتماعی اشاره دارد. در این تعریف سرمایه اجتماعی یک کالای خصوصی است که می توان به سرمایه فرهنگی، ثروت واقعی یا «سرمایه ی نمادین» که نمایانگر جایگاه اجتماعی است، تبدیل شود. بنابراین میزان بهره مندی فرد از سرمایه اجتماعی، تعیین کننده بخش بسیار مهمی از قدرت او در جامعه است (جمشیدیها، ۱۳۸۳: ۶۶).

کلمن<sup>۲</sup> (۱۹۹۸) نیز بر مزایای سرمایه اجتماعی برای افراد یا شبکه های افراد تأکید می کند. در نظر کلمن، سرمایه اجتماعی شامل برآیندی از «سرمایه رابطه ای» است که تعدادی از افراد دارای آن می باشند و از طریق هنجارهای بده بستان که با فشار همنوعان اجرا می شوند، مدیریت می شود و به خاطر شهرت به دست می آید یا از بین می رود. در این زمینه فوکویاما<sup>۳</sup> معتقد است؛ سرمایه اجتماعی را به سادگی می توان به عنوان وجود مجموعه معینی از هنجارها یا ارزش های غیر رسمی تعریف کرد؛ به طوری که اعضای گروهی که همکاری و تعاون میانشان مجاز است، در آن سهیم هستند. مشارکت در ارزشها و هنجارها به خودی خود باعث تولید سرمایه اجتماعی نمی شود؛ چرا که این ارزش ها ممکن است ارزشهای منفی باشد. (فوکویاما، ۱۳۷۹: ۱۰).

لین<sup>۴</sup> (۱۹۹۹) با طرح نظریه منابع اجتماعی مشخصا این مسئله را مطرح کرده است که دست یابی به منابع اجتماعی و استفاده از آن ها می تواند به موقعیت های اجتماعی اقتصادی بهتر منجر شود. بر همین اساس لین در سای های اخیر مفهوم سرمایه اجتماعی را برای طرح نظرات پیشین خود برگزیده و آن را به مثابه منابع نهفته در ساختار اجتماعی تعریف می کند که با کنش های هدفمند قابل دسترسی یا گردآوری است. به این ترتیب از نظر لین، سرمایه اجتماعی از سه جزء تشکیل شده است: منابع نهفته در ساختار اجتماعی، قابلیت دسترسی افراد به این گونه منابع اجتماعی و استفاده یا گردآوری این گونه منابع اجتماعی در کنش های هدفمند (لین، ۱۹۹۹: ۷).

---

1 Bourdieu

2 Coleman

3 Fukuyama

4 Lin

وینتر<sup>۱</sup> (۲۰۰۰) معتقد است یک تعریف مستدل و مورد توافق از مفهوم سرمایه اجتماعی وجود دارد. او یک تعریف کاربردی مانند «روابط اجتماعی که به نفع طرفین می‌باشد و به وسیله معیارهای اعتماد و تعامل متقابل توصیف می‌شود» را ارائه می‌نماید. این تعریف در برگزیده ارتباطات دوطرفه، مفروضات و انتظارات نهفته در وظایفی که مردم، گروه‌ها و مؤسسات نسبت به یکدیگر دارند، می‌باشد. تا زمانی که دلایلی مغایر با این تعریف ارائه نشده، این تعریف به عنوان یک تعریف کاربردی مورد استفاده قرار می‌گیرد (وینتر، ۲۰۰۰: ۹۴).

### پیشینه پژوهش

وثوقی و رحمانی خلیلی (۱۳۹۳) در پژوهش خود تحت عنوان «رابطه رسانه‌های جمعی و سرمایه اجتماعی در کلان‌شهر تهران» با روش پیمایشی در بین ۳۹۱ شهروند تهرانی به این نتیجه رسیدند که میزان زمان صرف شده برای تماشای تلویزیون و استفاده از اینترنت، با سرمایه اجتماعی، رابطه مثبت و معنادار دارد که در بررسی علی توسط آزمون رگرسیون، از بین دو متغیر مذکور، بیشترین تأثیر مربوط به میزان زمان صرف شده برای استفاده از اینترنت است.

زیویار و شهیر (۱۳۹۴) در پژوهش خود تحت عنوان «احساس امنیت کاربران ایرانی در شبکه‌های اجتماعی از منظر جنسیت، سن، میزان تحصیلات و میزان استفاده (مطالعه موردی شبکه اجتماعی فیس بوک)» با روش تحقیق پیمایشی، پس از تحلیل محتوای مصاحبه‌های انجام‌شده با خبرگان و اساتید و فعالان حوزه‌های مرتبط و تحقیقات انجام‌شده قبلی محقق، نخست مفهوم احساس امنیت از تراکنش‌های الکترونیکی در حکم مهم‌ترین تهدیدها برای جذب کاربران ایرانی به شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی شناسایی شد و سپس از طریق پرسش‌نامه الکترونیکی، داده‌ها جمع‌آوری و از طریق نرم‌افزارهای مرتبط این نتیجه به دست آمد که میان جنسیت، سن و میزان استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک با احساس امنیت و آسایش کاربران شبکه‌های اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

میرفردی و ولی نژاد (۱۳۹۴) در پژوهش خود تحت عنوان «ارزیابی رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سرمایه اجتماعی دانشجویان دانشگاه یاسوج» با استفاده از روش پیمایش و بر اساس فرمول لین، حجم نمونه ۴۰۰ نفر محاسبه شده که با روش نمونه‌گیری تصادفی از نوع طبقه‌ای چند مرحله‌ای انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه ترکیبی محقق ساخته و دیگران ساخته بوده که پس از تأیید اعتبار آن توسط صاحب

نظران، پایایی پرسشنامه سرمایه اجتماعی با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ (۰/۹۵۳)، محاسبه و مورد استفاده قرار گرفت. نتایج نشان داد که متغیر سابقه عضویت در شبکه های اجتماعی اینترنتی (متغیر مستقل) تأثیر معکوس و معناداری بر سرمایه اجتماعی (متغیر وابسته) داشته و با افزایش سابقه عضویت، از میزان سرمایه اجتماعی کاسته شده و بالعکس. این یافته با نظریه پاتنام و کلمن همخوانی داشت. در مقابل، رابطه معناداری بین سرمایه اجتماعی و میزان استفاده از شبکه های اجتماعی اینترنتی (متغیر مستقل) وجود نداشت. نتایج همچنین نشان داد تفاوتی در سرمایه اجتماعی دانشجویان با توجه به وضعیت عضویت و نوع استفاده آنها از شبکه های اجتماعی اینترنتی (متغیرهای مستقل) وجود نداشته است. به بیان دیگر، وضعیت و نوع استفاده از شبکه های اجتماعی تأثیری بر سرمایه اجتماعی دانشجویان نداشته است.

خوش صفا و کفاشی (۱۳۹۶) در پژوهش خود تحت عنوان «بررسی رابطه شبکه های اجتماعی مجازی و ارزش های خانواده» با روش پیمایشی و نمونه براساس فرمول کوکران شامل ۳۸۴ نفر از شهروندان بجنوردی ۱۷ تا ۴۰ ساله و نمونه گیری تصادفی خوشه ای و ابزار پرسشنامه، از طریق آمار توصیفی و استنباطی با استفاده از نرم افزار اس.پی.اس.اس<sup>۱</sup> تجزیه و تحلیل ها نشان می دهد شاخص های متغیر مستقل شامل گمنامی، سابقه کاربری، میزان استفاده و تعاملی بودن ارتباطات در شبکه های اجتماعی مجازی توانسته اند متغیر وابسته را تبیین کنند و بیشترین تأثیرگذاری را در ارزش های خانواده داشته باشند.

شهرام نیا و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش خود تحت عنوان «سنجش تأثیر شبکه های اجتماعی بر مشارکت سیاسی: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه مازندران» با روش تحلیل همبستگی و تحلیل رگرسیون چندمتغیره با این نتیجه رسیدند که رابطه ای کاملاً مثبت بین شبکه بندی اجتماعی (سلسله مراتب شبکه و انواع مشارکت) و مشارکت سیاسی وجود دارد و بعد ساختی شبکه های اجتماعی بیشترین تأثیر را بر رفتار انتخاباتی دانشجویان داشته اند.

عالی زاد و ابراهیم طاری (۱۳۹۶) در پژوهش خود تحت عنوان «عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی و فعالیت در عرصه عمومی غیرمجازی (با تأکید بر دانشجویان دانشگاه های دولتی شهر تهران)» با روش پیمایشی و حجم نمونه ۳۱۰ نفر و شیوه نمونه گیری از نوع احتمالی چند مرحله ای، دریافتند که می توان به دو مورد اشاره کرد: نخست، عضویت در تعداد اندکی از شبکه های اجتماعی مجازی و یا در تعداد کثیری از آن ها، هیچ

<sup>۱</sup> spss

نقش تعیین کننده ای در میزان فعالیت در عرصه عمومی غیرمجازی (فعالیت در انجمن ها و تشکل های مدنی) نداشته است. دوم، با افزایش میزان فعالیت دانشجویان در شبکه های اجتماعی مجازی، میزان فعالیت آنان در عرصه عمومی غیرمجازی کاهش یافته است. یانگ چنگ<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان «استفاده از سرویس های شبکه اجتماعی در دستگاه های تلفن همراه، بررسی نگرش های مدنی و مشارکت مدنی در چین» با استفاده از روش پژوهش پیمایشی که داده ها در بررسی ۷۶۰ دانشجوی دانشگاهی جمع آوری شد نشان دادند که تساوی تسهیلات فنی (دسترسی)، تبادل اطلاعات (نیازهای شناختی) و تعامل اجتماعی (نیازهای شناختی) به طور قابل توجهی از مشارکت مدنی پیش بینی شده است. نتایج همچنین نشان داد که نگرش های شهروندی و استفاده از سرویس های شبکه اجتماعی در دستگاه های تلفن همراه به طور مثبت در ارتباط با مشارکت مدنی مرتبط است. این یافته ها نشان داد که نقش مهم ارتباطات مبتنی بر تلفن همراه در ارتباط شهروندان با جامعه مدنی را نشان می دهد.

زیمل و کی<sup>۲</sup> (۲۰۱۴) در تحقیق خود با عنوان «اشتراک گذاری رسانه های تصویری دیجیتال: نگرانی های حریم خصوصی و اعتماد میان جوانان» با استفاده از روش تحقیق کمی پیمایشی به مقایسه نگرش دانشجویان کالج در رابطه با حفظ حریم خصوصی و اعتماد در اشتراک گذاری تصاویر دیجیتالی و ویدئویی خود از طریق رسانه های مبتنی بر اینترنت در سه شکل فیس بوک، شبکه های اجتماعی، و تلفن همراه پرداختند، نشان دادند که اعتماد به گیرنده تصاویر ارسال شده از طریق تلفن همراه به میزان قابل توجهی بیشتر از رسانه های دیگر بود.

دراهوسوا و بالکو (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «تجزیه و تحلیل مزایا و معایب استفاده از رسانه های اجتماعی در اتحادیه اروپا» از طریق نظرسنجی که رسانه های اجتماعی از آن استفاده می کنند، نشان دادند که بزرگترین مزیت استفاده از رسانه های اجتماعی تبادل اطلاعات و ارتباطات است. این به عنوان بزرگترین مزیت توسط ۹۷٫۷٪ از پاسخ دهندگان مورد مطالعه در کشورهای عضو اتحادیه اروپا مطرح شد. دومین مزیت بزرگ رسانه های اجتماعی از دید ۸۳٫۳٪ از پاسخ دهندگان به اشتراک گذاری داده ها است. از طرفی معایب از نظر شرکت کنندگان عبارتند از عدم امنیت، اعتماد به اینترنت، اضافه بار اطلاعات، از

---

1 Yang Cheng

2 Zemmels & Khey

دست دادن ارتباطات اجتماعی و افزایش درصد زمان صرف شده در رسانه های اجتماعی است.

سوارت<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «آیین های جدید برای ارتباط عمومی، تجربیات روزمره روزنامه نگاری دیجیتال، مشارکت مدنی و زندگی اجتماعی» با استفاده از مصاحبه عمیق و روش کیو<sup>۲</sup> با کاربران خبری هلندی از سن، جنسیت و سطح تحصیلی مخلوط در سه منطقه متفاوت، نشان دادند که اخبار همچنان یک قاب اصلی از اشاره به مسائل عمومی در ارتباطات روزمره کاربران است. به جای «کامل کردن» رویه های خبری، که در آن هیچ مسیر مشترک برای اتصال به زندگی عمومی دیگر قابل تشخیص نیست، تسهیل «تجدید دوباره» ارتباط عمومی را می دهد که در آن منطق رسانه های سنتی و جدید تعامل می کند. در حالی که اخبار هنوز هم ارتباط، خودآموزی و امنیت را تسهیل می کند، شکل های مشارکت مردم برای برآورده ساختن این نیازها به طور فزاینده ای در اطراف افراد متمرکز می شوند.

کی ژو و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «تأثیر استفاده از رسانه های جدید بر ویژگی های شخصیت کاربر» از طریق نمونه گیری در شانگهای و با استفاده از مدل معادلات ساختاری به داده ها، این مطالعه راه نفوذ را مورد بررسی قرار داد و نتیجه گرفت که استفاده از رسانه های جدید تأثیر مثبت قابل ملاحظه ای بر روی برون گرا بودن، باز بودن و توافق از طریق حس تعلق دارد و تأثیر منفی بر روی ثبات احساسی و با وجدان بودن از طریق خود نظارتی دارد. علاوه بر این، جنسیت کاربر به طور قابل ملاحظه ای ارتباط بین استفاده از رسانه های جدید و حس تعلق خاطر را تعدیل می کند، به این معنی که این رابطه برای زن بیشتر از مردان است.

### پرسش تحقیق

#### پرسش اصلی

موانع ارتقاء سرمایه اجتماعی در استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی چیست؟

#### پرسش های فرعی

عوامل زمینه ای مانع ارتقاء سرمایه اجتماعی در استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی چیست؟

پیامدهای منفی استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی منتهی به کاهش سرمایه اجتماعی چیست؟

---

1 Swart

2 Q-methodology

## روش تحقیق

در این پژوهش با توجه به موضوع مورد مطالعه از روش کیفی «پدیدار شناسی» استفاده شد تا با استفاده از یافته‌ها به عصاره ذات تجربه مشارکت کنندگان پی برده شود. پدیدار شناسی به عنصر اساسی تجربه در زندگی روزمره مردم توجه دارد. لذا تجربه، نقطه مرکزی تمرکز پدیدار شناسی قرار گرفته است (ایمان، ۱۳۹۱: ۱۱۲). در این پژوهش روش‌های گردآوری اطلاعات، شامل دو بخش کتابخانه‌ای و میدانی است. از روش کتابخانه‌ای برای جمع‌آوری اطلاعات در زمینه پیشینه مطالعات داخلی و خارجی استفاده شد. در روش‌های میدانی نیز پژوهشگر با انجام مصاحبه‌های عمیق نیمه ساختاریافته تا رسیدن به اشباع نظری اطلاعات به جمع‌آوری اطلاعات ادامه داد. حوزه پژوهش این تحقیق شامل شامل اساتید، کارشناسان و متخصصین حوزه رسانه، ارتباطات، جامعه‌شناسی و علوم اجتماعی بود که در این زمینه تعداد ۱۸ نفر مشارکت کننده با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند از نوع نظری انتخاب شدند. همچنین تجزیه و تحلیل یافته‌ها با روش هفت مرحله‌ای کلایزی<sup>۱</sup> به شرح ذیل انجام شد: ابتدا، توصیفات همه شرکت‌کنندگان خوانده و عیناً ثبت شد. دوم، به هر کدام از پروتکل‌ها رجوع شده و عبارات مهم استخراج گردید که در این راستا تعداد ۱۸۳ جمله مهم استخراج شد. سوم، معنی یا مفهوم هر عبارت مهم که تحت عنوان مفاهیم تنظیم شده مطرح است توسط محقق انجام گرفت که در این زمینه تعداد ۱۵۰ مفهوم اولیه به دست آمد که از این میان ۵۳ مفهوم مرتبط با موضوع پژوهش به دست آمد. چهارم، مفاهیم تنظیم شده، درون دسته‌های موضوعی سازماندهی شد. پنجم، یافته‌ها به درون یک توصیف جامع از پدیده مورد نظر تلفیق و در قالب ۱۸ مفهوم یا تم اصلی (بعد) تنظیم شد. ششم، توصیف جامع از پدیده مورد تحقیق به شکل یک بیانیه صریح و روشن تنظیم و مواع ارتقاء سرمایه اجتماعی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بیان شد. در مرحله آخر (هفتم) نتایج به شرکت‌کنندگان بازگردانده شد و در مورد یافته‌ها از آنها سؤال پرسیده شد.

پس از آن اعتبار و پایایی مطالب تایید شد بدین ترتیب که جهت تایید اعتبار با استفاده از تکنیک کنترل های اعضا، از طریق ارائه تحلیل های داده ای و نتایج آن به پاسخگویان جهت آگاهی و استفاده از واکنش های ایشان در گزارش نوشته ها، یافته ها را به مشارکت کنندگان نشان داده و نظرات ایشان اخذ و اعمال شد.

علاوه بر آن محقق جهت تایید پایایی یافته ها، مفاهیم استخراج شده را به چند نفر از پژوهشگران و اساتید تخصصی این حوزه به عنوان کمیته راهنما نشان داد و از اجماع ایشان در ارزیابی عینی و علمی یافته ها اطمینان حاصل نمود.

### یافته ها

این پژوهش با هدف شناسایی موانع ارتقاء سرمایه اجتماعی در استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی انجام شد که خلاصه مهمترین یافته های این پژوهش در قالب جداول شماره ۱ و ۲ بیان شده است:

جدول(۱): عوامل زمینه ای موانع ارتقاء سرمایه اجتماعی در استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی

مقوله ها	مفاهیم
حضور کاربر با هویت جعلی	گمنامی افراد در فضای مجازی باعث ایجاد بی هویتی
	امکان حضور در فضای مجازی با هویت جعلی
	حضور با هویت جعلی دلیل احساس آزادی افراد در فضای مجازی
	بی اعتمادی بین کاربران به دلیل هویت های ساختگی
	هویت جعلی عامل کاهش اعتماد و سرمایه اجتماعی
انتشار اخبار منفی به دلایل فرهنگی	پرداختن به نقاط منفی و تعارضات در فضای مجازی به دلیل وجود ریشه های فرهنگی در مردم
	کاهش اعتماد اجتماعی با انتشار اخبار منفی در فضای مجازی
	کارکرد منفی شبکه های اجتماعی مجازی بدلیل وجود بستر فرهنگی مخرب
بهره گیری موثرتر دشمن از فضای مجازی	بهره مندی بیشتر دشمن از فضای مجازی جهت مشارکت سیاسی و اجتماعی
	فضای مجازی ابزار استعمار مدرن
بی اعتمادی در اثر محتوای نامعتبر	کاهش اعتماد اجتماعی با افزایش اطلاعات غیر واقعی در فضای مجازی
	مصرف کننده محتوا بودن اکثر کاربران فضای مجازی

	نامشخص بودن منابع تولید محتوا در فضای مجازی
ضعف در پیام رسانهای داخلی	عدم وجود پیام رسان داخلی واحد باعث کاهش انسجام بین افراد
	ضعف در ارائه خدمات پیام رسانهای داخلی
بی اعتمادی به شبکه های اجتماعی داخلی	سرمایه اجتماعی پایین شبکه های اجتماعی داخلی
	بدلیل عدم احساس آزادی و امنیت در آنها
	عدم احساس آزادی و امنیت مردم در استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی داخلی
	ترس کاربران شبکه های اجتماعی داخلی از درز اطلاعات خود عامل بی اعتمادی به این شبکه ها
	بی اعتمادی به حاکمیت دلیل بی اعتمادی به پیام رسانهای داخلی
	تبلیغات منفی دشمن از دلایل بی اعتمادی مردم به پیام رسان های داخلی
	احتمال دسترسی حاکمیت به اطلاعات شخصی افراد دلیل بی اعتمادی به شبکه های اجتماعی داخلی
بی اعتمادی مردم به حاکمیت	انتشار اخبار منفی در فضای مجازی واکنشی به عملکرد غیر قابل قبول مسئولین
	تناقض در رفتار و ادعای حاکمان عامل ایجاد بی اعتمادی به حاکمیت
	رفتارهای منفی مردم در فضای مجازی ناشی از استبداد گذشته و احساس آزادی امروز
ناتوانی نخبگان	ناآشنایی با فضای مجازی دلیل حذف افراد نخبه از فضای مجازی
	ناتوانی برخی نخبگان در بهره مندی از فضای مجازی
	نقش آفرینی شبه نخبگان در صورت عدم وجود کنش فعال نخبگان در فضای مجازی
نگاه منفی به فضای مجازی	وجود نگاه منفی به شبکه های اجتماعی مجازی در اثر شکاف دیجیتالی بین نسل قدیم و جدید
	نگاه منفی برخی نخبگان به فضای مجازی
ابزار سلطه غرب بودن فضای مجازی	رهبری افکار عمومی جهان توسط غرب به وسیله شبکه های اجتماعی مجازی

جدول (۲): پیامدهای منفی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی منتهی به کاهش سرمایه اجتماعی

مقوله‌ها	مفاهیم
تغییر در باورهای مثبت کاربران	ایجاد تغییر در باورها در طول زمان توسط شبکه‌های اجتماعی مجازی
	تأثیر تغییرات باوری در رفتار کاربران فضای مجازی
	قدرت رسانه در تغییر باورهای مردم
	تأثیر پذیری قدرت نرم (باور و اعتقاد) از فضای مجازی
ترویج ادبیات غیر بومی	تبدیل برخی مفاهیم و فرهنگ حاکم بر فضای مجازی به فرهنگ رسمی جامعه
	تأثیر فضای مجازی بر فضای حقیقی جامعه
وارونه‌نمایی واقعیت	وارونه‌نمایی واقعیت توسط فضای مجازی
	توان بازنمایی غیر واقعی موضوعات توسط رسانه
ترویج ارتباطات نابهنجار	انتشار تصاویر غیر اخلاقی در فضای مجازی
	امکان ارتباط آسان با جنس مخالف در فضای مجازی
	فضای مجازی ترویج دهنده نگاه‌های غیر اخلاقی در افراد جامعه
تضعیف سرمایه اجتماعی سنتی	ایجاد پیوندهای ضعیف و کوتاه مدت در فضای مجازی
	شبکه‌های اجتماعی مجازی عامل از بین رفتن سرمایه اجتماعی سنتی
	آسیب دیدن سرمایه اجتماعی سنتی با مجازی شدن روابط اجتماعی
	چالش سرمایه اجتماعی سنتی توسط شبکه‌های مجازی
گسترش فردگرایی	ایفای نقش منفی شبکه‌های اجتماعی مجازی با ترجیح منافع فردی بر منافع جمعی
	امکان گسترش فردیت در فضای مجازی
تضعیف اصول اخلاقی	عادی‌سازی توهین در فضای مجازی
	عادی‌سازی خشونت در فضای مجازی
	بی‌اهمیت شدن ارزشهای اخلاقی در فضای مجازی
تهدید سنت‌ها و رسوم بومی	بی‌علاقگی افراد به سنت‌ها و هنجارهای ایرانی
	ابراز علاقه افراد به آداب و رسوم غربی
	بی‌اهمیت شدن تعاملات اجتماعی سنتی

## بحث و نتیجه گیری

یافته ها نشان داد که مهمترین موانع ارتقاء سرمایه اجتماعی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی عبارتند از حضور کاربر با هویت جعلی، بی اعتمادی به شبکه های اجتماعی داخلی، انتشار اخبار منفی به دلایل فرهنگی، بی اعتمادی مردم به حاکمیت، ناتوانی نخبگان در بهره برداری از فضای مجازی، نگاه منفی به فضای مجازی، ضعف در پیام رسانهای داخلی، بی اعتمادی در اثر محتوای نامعتبر، بهره گیری موثرتر دشمن از فضای مجازی، ترویج ارتباطات نابهنجار، گسترش فردگرایی، وارونه نمایی واقعیت، تضعیف سرمایه اجتماعی سنتی، تضعیف اصول اخلاقی، تهدید سنت ها و رسوم بومی، ترویج ادبیات غیر بومی، تغییر در باورهای مثبت کاربران و ابزار سلطه غرب بودن فضای مجازی.

یافته های تحقیق حاکی از آن است که ۱۸ مانع اصلی بر سر راه ارتقاء سرمایه اجتماعی در استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی وجود دارد که شامل ۱۰ عامل زمینه ای و ۸ پیامد منفی است که می توانند مانع ارتقاء سرمایه اجتماعی یا منجر به کاهش سرمایه اجتماعی شوند.

مطابق جدول (۱) عوامل زمینه ای منفی یا موانع ارتقاء سرمایه اجتماعی در استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی عبارتست از: ابزار سلطه غرب بودن فضای مجازی، حضور کاربر با هویت جعلی، بی اعتمادی به شبکه های اجتماعی داخلی، انتشار اخبار منفی به دلایل فرهنگی، بی اعتمادی مردم به حاکمیت، ناتوانی نخبگان، نگاه منفی به فضای مجازی، ضعف در پیام رسانهای داخلی، بی اعتمادی در اثر محتوای نامعتبر و بهره گیری موثرتر دشمن. همچنین مطابق جدول (۲) پیامدهای منفی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی که مانع ارتقاء سرمایه اجتماعی یا منجر به کاهش سرمایه اجتماعی می شود عبارتست از: تغییر در باورهای مثبت کاربران، ترویج ادبیات غیر بومی، ترویج ارتباطات نابهنجار، گسترش فردگرایی، وارونه نمایی واقعیت، تضعیف سرمایه اجتماعی سنتی، تضعیف اصول اخلاقی و تهدید سنت ها و رسوم بومی.

مطابق یافته ها، کلیه مفاهیم حاصل از پژوهش که بیان کننده موانع ارتقاء سرمایه اجتماعی در استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی می باشد عبارتست از گمنامی افراد در فضای مجازی، امکان حضور در فضای مجازی با هویت جعلی، حضور با هویت جعلی دلیل احساس آزادی افراد در فضای مجازی، بی اعتمادی بین کاربران به دلیل هویت های ساختگی، هویت جعلی عامل کاهش اعتماد و سرمایه اجتماعی، پرداختن به نقاط منفی و تعارضات در فضای مجازی به دلیل وجود ریشه های فرهنگی در مردم، کاهش اعتماد اجتماعی با انتشار اخبار

منفی در فضای مجازی، کارکرد منفی شبکه های اجتماعی مجازی بدلیل وجود بستر فرهنگی مخرب، عدم وجود پیام رسان داخلی واحد باعث کاهش انسجام بین افراد، ضعف در ارائه خدمات پیام رسانهای داخلی، سرمایه اجتماعی پایین شبکه های اجتماعی داخلی بدلیل عدم احساس آزادی و امنیت در آنها، عدم احساس آزادی و امنیت مردم در استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی داخلی، ترس کاربران شبکه های اجتماعی داخلی از درز اطلاعات خود عامل بی اعتمادی به این شبکه ها، احتمال دسترسی حاکمیت به اطلاعات شخصی افراد دلیل بی اعتمادی به شبکه های اجتماعی داخلی، بهره مندی بیشتر دشمن از فضای مجازی جهت مشارکت سیاسی و اجتماعی، فضای مجازی ابزار استعمار مدرن، ایجاد تغییر در باورها در طول زمان توسط شبکه های اجتماعی مجازی، تاثیر تغییرات باوری در رفتار کاربران فضای مجازی، قدرت رسانه در تغییر باورهای مردم، تاثیر پذیری قدرت نرم (باور و اعتقاد) از فضای مجازی، تبدیل برخی مفاهیم و فرهنگ حاکم بر فضای مجازی به فرهنگ رسمی جامعه، تاثیر فضای مجازی بر فضای حقیقی جامعه، وارونه نمایی واقعیت توسط فضای مجازی، توان بازنمایی غیر واقعی موضوعات توسط رسانه، ایفای نقش منفی شبکه های اجتماعی مجازی با ترجیح منافع فردی بر منافع جمعی، امکان گسترش فردیت در فضای مجازی، انتشار اخبار منفی در فضای مجازی واکنشی به عملکرد غیر قابل قبول مسئولین، تناقض در رفتار و ادعای حاکمان عامل ایجاد بی اعتمادی به حاکمیت، رفتارهای منفی مردم در فضای مجازی ناشی از استبداد گذشته و احساس آزادی امروز، ناآشنایی با فضای مجازی دلیل حذف افراد نخبه از فضای مجازی، ناتوانی برخی نخبگان در بهره مندی از فضای مجازی، نقش آفرینی شبه نخبگان در صورت عدم وجود کنش فعال نخبگان در فضای مجازی، وجود نگاه منفی به شبکه های اجتماعی مجازی در اثر شکاف دیجیتالی بین نسل قدیم و جدید، نگاه منفی برخی نخبگان به فضای مجازی، کاهش اعتماد اجتماعی با افزایش اطلاعات غیر واقعی در فضای مجازی، مصرف کننده محتوا بودن اکثر کاربران فضای مجازی، نامشخص بودن منابع تولید محتوا در فضای مجازی، انتشار تصاویر غیر اخلاقی در فضای مجازی، امکان ارتباط آسان با جنس مخالف در فضای مجازی، فضای مجازی ترویج دهنده نگاه های غیر اخلاقی در افراد جامعه، شبکه های اجتماعی مجازی عامل از بین رفتن سرمایه اجتماعی سنتی، آسیب دیدن سرمایه اجتماعی سنتی با مجازی شدن روابط اجتماعی، عادی سازی توهین در فضای مجازی، عادی سازی خشونت در فضای مجازی، بی اهمیت شدن ارزشهای اخلاقی در فضای مجازی، بی علاقه ای افراد به سنت ها و هنرهای ایرانی، ابراز علاقه افراد به آداب و رسوم غربی، بی اهمیت شدن

تعاملات اجتماعی سنتی و رهبری افکار عمومی جهان توسط غرب به وسیله شبکه های اجتماعی مجازی.

در هر حال نتیجه پژوهش بیان کننده نقش موثر شبکه های اجتماعی مجازی در ارتقاء سرمایه اجتماعی می باشد و چنانچه اقتضائات و ملاحظات لازم در نحوه سیاستگذاری از طرف حاکمیت و بکارگیری این شبکه ها توسط کاربران رعایت نگردد، احتمال تاثیر عکس و کاهش سرمایه اجتماعی توسط شبکه های اجتماعی مجازی وجود خواهد داشت و این شبکه ها به مانعی بر سر راه ارتقاء سرمایه اجتماعی تبدیل می شوند.

### منابع

- ایمان م ت. (۱۳۹۱). روش شناسی تحقیقات کیفی، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- جمشیدپناه غ ر. (۱۳۸۳). پیدایش نظریه های جامعه شناسی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- خوش صفاح، کفاشی م. (۱۳۹۶). «بررسی رابطه شبکه های اجتماعی مجازی و ارزش های خانواده»، فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، س ۶، ش ۲۳: ص ۳۵-۲۲.
- رستمی م. (۱۳۹۰). نقش فضای مجازی و سایبر در برنامه ریزی فعالیت های فرهنگی و تبلیغی مساجد، مدارس و مراکز فرهنگی، کرج: نشر پرهیب.
- زیویار ف و شهیر ا. (۱۳۹۴). «احساس امنیت کاربران ایرانی در شبکه های اجتماعی از منظر جنسیت، سن، میزان تحصیلات و میزان استفاده (مطالعه موردی شبکه اجتماعی فیس بوک)»، فصلنامه رسانه و فرهنگ، د ۵، ش ۹: ۸۲-۵۷.
- شهرام نیا و همکاران. (۱۳۹۶). «سنجش تاثیر شبکه های اجتماعی بر مشارکت سیاسی: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه مازندران»، فصلنامه جامعه شناسی کاربردی، س ۲۸، ش ۱: ص ۶۲-۴۷.
- عالی زاد او ابراهیم طاری ن. (۱۳۹۶). «عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی و فعالیت در عرصه عمومی غیرمجازی (با تأکید بر دانشجویان دانشگاه های دولتی شهر تهران)»، فصلنامه مطالعات رسانه های نوین، س ۳، ش ۱۰: ص ۱۱۲-۸۹.
- فرامرزیانی س، هاشمی ش، فرهنگی ع ا. (۱۳۹۵). «نقش استفاده از شبکه های اجتماعی تلفن همراه بر ارزش های اجتماعی (مطالعه موردی: جوانان و میانسالان ساکن در شهرهای پنج استان کشور)»، فصلنامه پژوهش های ارتباطی، د ۲۳، ش ۸۷: ص ۱۳۵-۱۱۳.

- معمار ث، عدلی پور ص، خاکسار ف. (۱۳۹۱). «شبکه های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران)»، فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، د ۱، ش ۴: ص ۱۷۶-۱۵۵.
- مهدی زاده م. (۱۳۹۲). نظریه های رسانه اندیشه های رایج و دیدگاه های انتقادی، تهران: انتشارات همشهری.
- میرفردی ا، ولی نژاد ع. (۱۳۹۴). «ارزیابی رابطه بین استفاده از شبکه های اجتماعی اینترنتی و سرمایه اجتماعی دانشجویان (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه یاسوج ۱۳۹۴)»، مجله جهانی رسانه، د ۵، ش ۲۰: ص ۲۵۰-۲۳۶.
- وثوقی م، رحمانی خلیلی ا. (۱۳۹۳). «رابطه رسانه های جمعی و سرمایه اجتماعی در کلان شهر تهران»، فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات، د ۱۵، ش ۵۸: ص ۲۳۳-۲۰۹.
- Bourdieu, P. (1983). "Okonomisches Kapital, Kulturelles Kapital, Soziales Kapital." In *Soziale Ungleichheiten (Soziale Welt, Sonderheft 2)*. R. Kreckel (Eds). Goettingen, Otto Schartz & Co, 19(4): 183-198.
- Ke Xue, ChangZheng & MingYang Yu. (2018). "International Journal of Methodology." March 2018, 52(2): 739-758.
- Lin, Nan, (1999). "Building a Network Theory of Social Capital." In, Nam Lin, Katern Cook and Ronald S. Burt, *Social Capital: Theory and Research*, NewYork: Aldine de Gruyter.
- Martina Drahošová, Peter Balco. (2017). "1877-0509 © 2017 The Authors." Published by Elsevier B.V. *Procedia Computer Science* 109C (2017): 1005-1009.
- Putnam, R. (1993). "Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy." Princeton: Princeton University Press.
- Swart, J., Peters, C., & Broersma, M. (2017). "New rituals for public connection Social Media Use, and Online Civic Engagement." Springer: Berlin, 18(3): 181-200.
- Winter, I. (2000). "Towards a Theorised understanding of Family life and social capital." Australian Institution of Family studies.
- Zemmels, D.R & Khey D N. (2014). "Sharing of Digital Visual Media: privacy Concerns and Trust Among young people." *American Journal of Criminal Justice* May 2014 (online), link: <http://Link.springer.com/article.10.1007/s12103-014-92-45-7>.

