

مطالعه رابطه بین سرمایه اجتماعی کاربران ایرانی در فیس‌بوک و مشارکت مدنی آنها در دنیای واقعی

حسین کرمانی ✉، یوسف پاکدامن *

چکیده

از دهه گذشته تاکنون، شبکه‌های اجتماعی به عنوان یکی از جدیدترین امکانات اینترنت همه‌گیر شده‌اند. ضرورت این پژوهش از آن روست که این شبکه‌ها با استقبال گسترده کاربران رو به رو شده و در حال حاضر تعداد زیادی از این شبکه‌ها فعال هستند. در بین شبکه‌های اجتماعی مجازی، فیس‌بوک از موقعیت متمایزی برخوردار است؛ چراکه در حال حاضر پربازدیدترین شبکه اجتماعی دنیا به شمار می‌رود. هدف این پژوهش مشخص کردن رابطه سرمایه اجتماعی در فیس‌بوک با مشارکت مدنی کاربران در دنیای واقعی است. نمونه‌گیری با استفاده از روش‌های هدفمند و گلوله برفی انجام شده و روش پژوهش نیز پیمایش برخط بوده است. ضمن آنکه تعداد ۶۷۴ نفر به پرسشنامه، پاسخ داده‌اند. بعد از تحلیل داده‌ها مشخص شد بین سرمایه اجتماعی در شبکه اجتماعی فیس‌بوک و مشارکت مدنی در دنیای واقعی رابطه مثبت وجود دارد. همچنین مشخص شد در بین شاخص‌های سرمایه اجتماعی، باز/ بسته بودن شبکه دوستان، تراکم شبکه، شرایط دستیابی به منابع، شکاف بین منابع موجود و مورد انتظار، رعایت هنجارها و قواعد، اعتماد نهادی / مدنی و هنجارهای کنش متقابل شاخص‌های تبیین‌کننده مشارکت مدنی کاربران هستند.

کلید واژه‌ها: مشارکت مدنی، سرمایه اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی مجازی، فیس‌بوک

✉ نویسنده مسئول: دانشجوی دکترای علوم ارتباطات، دانشگاه تهران

Email: hosseinkermani@gmail.com

* کارشناس ارشد مطالعات فرهنگی، دانشگاه علامه طباطبایی

تاریخ دریافت: ۹۴/۱۲/۱۶ تجدید نظر: ۹۵/۲/۱۴ پذیرش نهایی: ۹۵/۶/۳۰

مقدمه

هدف این مقاله، مطالعه رابطه بین سرمایه اجتماعی در شبکه اجتماعی فیس‌بوک با مشارکت مدنی در دنیای واقعی است. سه دلیل عمده، انجام چنین پژوهشی را ضروری می‌سازد. نخست، سرمایه اجتماعی مفهومی است که لازم است ابعاد مختلف آن بیشتر مورد کنکاش قرار گیرد؛ چراکه آن گونه که پوتنام می‌گوید، تسهیل‌کننده روابط اجتماعی است و راه رسیدن به توسعه سیاسی و اجتماعی را هموار می‌کند (پوتنام^۱، ۲۰۰۰). دوم اینکه باید توجه کنیم، سایت‌های شبکه اجتماعی در سال‌های اخیر به محبوبیت بالایی در دنیا دست پیدا کرده‌اند و تبدیل به سوژه‌ای مهم در پژوهش‌های اجتماعی شده‌اند. این شبکه‌ها افراد را قادر می‌سازند تا نمایه شخصی خود را به صورت عمومی یا نیمه عمومی بسازند، فهرستی از اعضا را که در ارتباط با آنها شریک خواهند بود ایجاد کنند و در بین نمایه‌های اعضا به گردش بپردازند و از تازه‌ترین اقدامات آنها باخبر شوند (بوید^۲ و الیسون^۳، ۲۰۰۷). در بین سایت‌های شبکه اجتماعی، فیس‌بوک بزرگ‌ترین سایت است که رتبه دوم پربازدیدکننده‌ترین سایت‌های دنیا را نیز به خود اختصاص داده است با بیش از یک میلیارد و ۶۵ میلیون کاربر فعال (فیس‌بوک، ۲۰۱۵). همین امر نیز باعث شده است تا توجه پژوهشگران به این سایت به عنوان بستری برای انجام پژوهش‌های مختلف جلب شود. پژوهش‌های اولیه در مورد سایت‌های شبکه اجتماعی بر شبکه‌ها و ساختار آنها، مسائل حریم شخصی و مدیریت دوستان و احساسات برخط متمرکز بود (توفکی^۴، ۲۰۰۸ و بوید و الیسون، ۲۰۰۷). برای مثال، برخی از صاحب‌نظران به پژوهش درباره تأثیر سایت‌های شبکه اجتماعی بر جنبش‌های سیاسی معاصر پرداخته‌اند (هارلو^۵، ۲۰۱۲ و گونزاله بایلون^۶ و همکاران، ۲۰۱۱). همچنین، پژوهشگران به رابطه مشارکت سیاسی و سایت‌های شبکه اجتماعی (همپتون^۷ و همکاران، ۲۰۱۱؛

1. Putnam

2. Boyd

3. Ellison

4. Tufekci

5. Harlow

6. Gonzalez-Bailon

7. Hampton

کوشین^۱ و کیشنر^۲، ۲۰۰۹ و پاپاچاریسی^۳، ۲۰۰۴) و مشارکت مدنی و سایت‌های شبکه اجتماعی (دزونگا^۴ و والنزوتلا^۵، ۲۰۱۰ و تاپیا^۶ و اورتیز^۷، ۲۰۱۰) توجه نشان داده‌اند. آکلند^۸ (۲۰۰۹) تفصیل دلایل اهمیت و چگونگی پژوهش در مورد سایت‌های شبکه اجتماعی را برشمرده است. همچنین پاپاچاریسی (۲۰۰۹) نیز فیس بوک را بستر مناسبی برای انجام پژوهش‌های اجتماعی می‌داند.

نکته‌ای که اساس مفهومی این پژوهش را تشکیل می‌دهد، این است که این سایت‌ها با امکاناتی که در اختیار اعضای خود قرار می‌دهند، آنها را قادر می‌سازند تا حجم وسیعی از ارتباطات را تجربه کنند. اعضا در این شبکه‌ها می‌توانند برای دوستان خود پیام ارسال کنند، لینک، ویدئو، فایل صوتی و... به اشتراک بگذارند و با دیگران وارد مباحثه شوند. تمام این کنش‌ها می‌تواند منجر به شکل‌گیری نوعی از سرمایه اجتماعی در سایت‌های شبکه اجتماعی شود. عبداللهیان و کرمانی (۱۳۹۲) شاخص‌های چنین سرمایه اجتماعی را مشخص کرده‌اند و ما در این پژوهش به دنبال بررسی رابطه بین این نوع سرمایه اجتماعی با مشارکت مدنی کاربران در دنیای واقعی هستیم. دلیل اهمیت پرداختن به این موضوع علاوه بر اهمیت بحث سرمایه اجتماعی و نقش آن در توسعه جوامع و همچنین اهمیت روزافزون سایت‌های شبکه اجتماعی، تعداد بالای کاربران ایرانی است. ضریب نفوذ اینترنت در ایران و تعداد کاربران ایرانی نشان می‌دهد که کنشگری و کاربری در این سایت‌ها می‌تواند پیامدهای زیادی برای جامعه داشته باشد که نیازمند پژوهش است. این سومین دلیلی است که ضرورت پژوهش را تبیین می‌کند.

سایت آمار «اینترنت در دنیا» (۲۰۱۵) تعداد کاربران ایرانی را در آذرماه ۱۳۹۴، حدود ۴۶ میلیون و ۸۰۰ هزار نفر تخمین زده است و بر اساس محاسبه این سایت ضریب نفوذ اینترنت در ایران ۵۷ درصد است. همچنین، مرکز مدیریت توسعه ملی اینترنت، ضریب نفوذ اینترنت در ایران را در اردیبهشت ۱۳۹۵، حدود ۵۹ درصد اعلام کرده است. این

-
- | | | |
|--------------|---------------|-----------------|
| 1. Kushin | 2. Kitchener | 3. Papacharissi |
| 4. De Zuniga | 5. Valenzuela | 6. Tapia |
| 7. Ortiz | 8. Ackland | |

اعداد نشان‌دهنده بالا بودن ضریب نفوذ اینترنت در ایران است. علاوه بر این، کاربران ایرانی همواره جزو بزرگ‌ترین جمعیت‌های کاربری سایت‌های شبکه اجتماعی در دنیا بوده‌اند. کاربران ایرانی در سایت اورکات در سال ۱۳۸۴ رتبه سوم را در بین تمام کشورها به خود اختصاص داده بودند (کوثری، ۱۳۸۶). علاوه بر اینها، رتبه سایت کلوب در بین سایت‌های پربازدید در ایران (که بین ۵ تا ۸ در نوسان است) نشانگر حضور فعال کاربران ایرانی در شبکه‌های اجتماعی مجازی است. تعداد کاربران ایرانی شبکه اجتماعی فیس‌بوک نیز قابل توجه است. البته باید توضیح دهیم که به دلیل فیلتر بودن فیس‌بوک در ایران و نبود آمار، امکان دسترسی به تعداد دقیق کاربران ایرانی در این سایت میسر نیست، اما تخمین‌ها در زمان انجام این پژوهش نشان می‌داد که حدود ۱۱ میلیون نفر ایرانی کاربر فیس‌بوک بودند (مشرق‌نیوز، ۱۳۹۲). همچنین، مفهوم مشارکت مدنی نیز در سال‌های اخیر مورد توجه پژوهشگران بوده است (بولیان^۱، ۲۰۱۶). این مفهوم که ناظر بر مشارکت مدنی شهروندان در امور مختلف به صورت داوطلبانه و غیراجباری است، به دلیل کارایی در تحلیل جوامع محلی مورد توجه بوده و این امر با رشد رسانه‌های اجتماعی و پیش از آن، اینترنت تشدید شده است (همان). در واقع، سایت‌های شبکه اجتماعی، به دلیل ساختار مدنی و مشارکتی خود زمینه مناسبی برای تسهیل فعالیت‌های داوطلبانه و مدنی فراهم می‌کنند و همین نکته یکی از محورهای اجرای این پژوهش را فراهم کرده است.

با در نظر گرفتن این دلایل، این مقاله می‌کوشد رابطه بین سرمایه اجتماعی در سایت فیس‌بوک با مشارکت مدنی در دنیای واقعی را مطالعه کند. سرمایه اجتماعی مفهومی است که در دهه‌های اخیر در رشته‌های مختلف علوم انسانی جای خود را باز کرده است. بوردیو^۲، کلمن^۳ و پوتنام سه نظریه‌پرداز اصلی این مفهوم هستند. با وجود اینکه پژوهش‌های متعددی در مورد این مفهوم در دنیای واقعی صورت گرفته است، اما تعداد پژوهش‌هایی که این مفهوم را در فضای مجازی مورد مطالعه قرار داده‌اند، محدود است. پیش از این عبداللهیان و کرمانی (۱۳۹۲) شاخص‌های سنجش سرمایه اجتماعی در فیس‌بوک را معرفی کرده‌اند که ما از آنها در این پژوهش استفاده خواهیم کرد.

1. Boulianne

2. Bourdieu

3. Colman

اهمیت این پژوهش از آنجا ناشی می‌شود که تاکنون رابطه بین این دو متغیر کمتر مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است و در واقع نوعی خلأ پژوهشی در این حوزه به چشم می‌خورد. علاوه بر این، انجام چنین پژوهشی می‌تواند مشخص سازد که آیا می‌توان از سرمایه اجتماعی در فضای مجازی برای پیش بینی متغیرهای دنیای واقعی استفاده کرد یا خیر؟ این مسئله بویژه با توجه به رابطه نزدیک سرمایه اجتماعی و مشارکت مدنی در دنیای واقعی (آدلر^۱ و گاگین^۲، ۲۰۰۵ و ویگل^۳، ۲۰۰۶) اهمیت پیدا می‌کند.

چارچوب نظری: سرمایه اجتماعی در سایت‌های شبکه اجتماعی

سرمایه اجتماعی مفهومی است که هرچند در سال‌های دور از سوی هانیفان^۴ و جاکوب مطرح شده (هانیفان، ۱۹۲۰؛ منظور و یادی‌پور، ۱۳۸۷ و تاجبخش، ۱۳۸۴) با کارهای بوردیو، کلمن و پوتنام جای خود را در اغلب رشته‌های علوم انسانی باز کرده است (ون‌هوت^۵، ۲۰۱۱ و فیلد، ترجمه غفاری و رضانی، ۱۳۸۸). در واقع این سه نفر بیشترین تأثیر را در این حوزه از خود بر جای گذاشته‌اند. هریک از این افراد تعریفی از سرمایه اجتماعی ارائه کرده‌اند که از زاویه‌ای خاص این مفهوم را مورد کنکاش قرار داده است، اما این رابرت پوتنام بود که با انتشار کتاب «بولینگ تنها» مفهوم سرمایه اجتماعی را عمومی کرد و آن را به مرکز مباحثات علمی کشاند (فارل^۶ و همکاران، ۲۰۰۳؛ فیلد، ترجمه غفاری و رضانی، ۱۳۸۸ و پوتنام، ۱۹۹۵).

پوتنام سرمایه اجتماعی را وسیله‌ای برای رسیدن به توسعه سیاسی و اجتماعی در نظام‌های مختلف سیاسی می‌داند (رابتیوتچر^۷، ۲۰۰۷ و الوانی و سیدنقوی، ۱۳۸۰)؛ به عبارت دیگر، پوتنام، این سرمایه را وجهی از ساختار اجتماعی و گرایش‌های تسهیل‌کننده همکاری و هماهنگی برای رسیدن به منافع مشترک قلمداد می‌کند (پوتنام، ۱۹۹۵). وی به تأسی از دوتوکویل^۸ و دورکیم^۹، زندگی انجمنی را به عنوان پایه رسیدن به دموکراسی در نظر می‌گیرد (پوتنام، ۲۰۰۰).

-
- | | | |
|-----------------|-------------------|-------------|
| 1. Adler | 2. Goggin | 3. Wagle |
| 4. Hanifan | 5. Vanhoutte | 6. Farrel |
| 7. Robteutscher | 8. De Tocqueville | 9. Durkheim |

وی سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از مفاهیمی مانند اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها می‌داند که موجب ایجاد ارتباط و مشارکت بهینه اعضای یک اجتماع می‌شود و در نهایت منافع متقابل آنها را تأمین خواهد کرد. پوتنام چندین تعریف متفاوت از سرمایه اجتماعی در کتاب‌ها و مقالات خود ارائه داده، اما در آخرین تعریفی که از سرمایه اجتماعی در سال ۲۰۰۰ ارائه کرده است، می‌گوید: ایده اصلی سرمایه اجتماعی این است که شبکه‌های اجتماعی ارزشمند هستند. تماس‌های اجتماعی بر کارایی افراد و گروه‌ها تأثیر می‌گذارند.

پوتنام در اینجا اعتماد را به همراه کنش متقابل به عنوان یک جزء ذاتی هنجارهایی که در نتیجه شبکه‌های اجتماعی به وجود می‌آیند، مطرح می‌سازد و به این طریق، به جای سه عنصر اصلی که پیشتر در کارهایش ارائه کرده بود، از دو عنصر اصلی یعنی شبکه‌ها و هنجارها برای شرح سرمایه اجتماعی استفاده می‌کند (فیلد، ترجمه غفاری و رضانی، ۱۳۸۸). منظور از هنجارها در نظریه سرمایه اجتماعی «برداشت‌ها، قواعد و رسوم غیررسمی مشترکی است که رفتارهای معینی را در اوضاع مختلف تجویز، ممنوع یا تعدیل می‌کند» (پوتنام، ۲۰۰۰). از دیدگاه پوتنام مهم‌ترین هنجارها در تولید سرمایه اجتماعی، هنجارهای کنش متقابل هستند و یک شبکه، یک گروه از افراد است که معمولاً یک ویژگی مشترک دارند (همان).

اما سرمایه اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی مسئله‌ای است که کمتر مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. پژوهشگرانی چون پاپاچاریسی و مندلسون^۱ (۲۰۱۱)؛ ولمن^۲ و همکاران (۲۰۰۱)؛ الیسون و همکاران (۲۰۰۷) و کوبایاشی^۳ (۲۰۰۹) به مطالعه رابطه سرمایه اجتماعی با کاربری اینترنت یا سایت‌های شبکه اجتماعی پرداخته اما همگی آنها سرمایه اجتماعی را امری مجزا در نظر گرفته‌اند و تأثیر آن را به طور مثال در کاهش یا افزایش استفاده از اینترنت یا سایت‌های شبکه اجتماعی مورد مطالعه قرار داده‌اند، در حالی که منظور ما در اینجا از سرمایه اجتماعی در فیس‌بوک،

1. Mendelson

2. Wellman

3. Kobayashi

مطالعه رابطه بین سرمایه اجتماعی کاربران ایرانی در فیس‌بوک ... ❖ ۱۵

سرمایه اجتماعی است که در خود سایت و در نتیجه کنش‌ها و اقدامات کاربران به وجود می‌آید. برخی از پژوهشگران (پاپاچاریسی و مندلسون، ۲۰۱۱ و عاملی، ۱۳۸۹) وجود این سرمایه را پذیرفته اما در مورد شاخص‌ها و جنس آن صحبتی نکرده‌اند. عبداللهیان و کرمانی (۱۳۹۲) با استفاده از نظریه سرمایه اجتماعی پوتنام و شاخص‌هایی که فرانک (۲۰۰۵) و استون^۱ (۲۰۰۱) برای سنجش سرمایه اجتماعی در دنیای واقعی ارائه کرده‌اند، شاخص‌های سنجش سرمایه اجتماعی در شبکه اجتماعی فیس‌بوک را مشخص ساخته‌اند که در این مقاله نیز برای سنجش سرمایه اجتماعی کاربران در فیس‌بوک از آنها استفاده شده است (جدول ۱).

**جدول ۱- شاخص‌های سنجش سرمایه اجتماعی در شبکه اجتماعی فیس‌بوک
(عبداللهیان و کرمانی، ۱۳۹۲)**

سرمایه اجتماعی شخصی	مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی که باید اندازه‌گیری شوند.		
شبکه‌های بین شخصی			
- میزان کنش‌هایی مانند پسند کردن، برچسب زدن، کامنت گذاشتن، ارسال و دریافت پیام، ارسال و دریافت درخواست دوستی، گفتگو، اشتراک‌گذاری، ایجاد و دعوت دوستان به رویداد - درصد اعضای فهرست دوستان کاربر که جزو دوستان واقعی یا اعضای خانواده و ... وی هستند.	تراکم شبکه، شدت و بسامد تماس	مشخصات ساختاری شبکه‌ها	حضور سرمایه اجتماعی
- تعداد اعضای فهرست دوستان کاربر که هم‌وطن وی هستند یا خیر. - جهانی / محلی بودن سازندگان گروه‌های مرجع کاربر و صفحات موردپسند وی	جهانی / محلی بودن		

1. Stone

ادامه جدول ۱

سرمایه اجتماعی شخصی	مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی که باید اندازه‌گیری شوند.		
شبکه‌های بین شخصی	اندازه‌گیری شوند.		
- میزان سهل‌گیری کاربر در ارسال و پذیرفتن درخواست‌های دوستی - توقف یا عدم توقف عضوگیری صفحات موردپسند و گروه‌های مرجع کاربر	باز/ بسته بودن		کارکرد سرمایه اجتماعی (شبکه‌ها)
حذف پسند، برچسب (که از سوی خود کاربر ایجاد شده است) و پست‌های دیگر اعضا	سرمایه اجتماعی منفی		
- درصد اعضای فهرست دوستان کاربر که جزو دوستان واقعی یا اعضای خانواده و ... وی هستند. - شرکت در رویدادها و نحوه گفتن تبریک تولد	نزدیکی فضایی اعضای شبکه		
بود یا نبود راه‌حل‌های جایگزین، احساس وابستگی، سختی‌ها برای درخواست کمک، ارزیابی محدودیت‌های موجود در ظرفیت شبکه برای کمک و غیره	بسیج شبکه‌ها: شرایط دستیابی به منابع		
انتظارات درباره منابع و حمایت‌های موجود (به صورت بالقوه) و حمایت‌ها و منابع دریافت شده (به صورت بالفعل)	بسیج شبکه‌ها: شکاف بین منابع مورد انتظار و دریافت شده	پویایی شبکه‌ها	
هنجارها: ابعاد اخلاقی و فرهنگی رابطه‌ها (مانند اعتماد، تعلق، تحمل، انعطاف و غیره) قواعد: کنش متقابل، تشابه، برابری، انتقال‌پذیری	هنجارها و قواعد داخلی شبکه		

مشارکت مدنی

تاپیا و اورتیز (۲۰۱۰) مشارکت مدنی را اعمال فردی و جمعی می‌دانند که به منظور شناخت و حل مشکلات مربوط به نگرانی‌های عمومی صورت می‌گیرند. آنها همچنین به تعریف نوریس^۱ (۲۰۰۱) از مشارکت مدنی اشاره می‌کنند، اما سعی دارند آن را کامل کنند. نوریس مشارکت مدنی را مشغولیت فردی و جمعی شهروندان به امور عمومی می‌داند. دزونگا و والنزوتلا (۲۰۱۰) نیز با استفاده از تعریف وربا^۲ و همکاران (۱۹۹۵) مشارکت مدنی را فعالیت‌های مدنی داوطلبانه تعریف کرده‌اند. آنها معتقدند، منظورشان از مشارکت مدنی، فعالیت‌هایی است که هدفشان حل مسائل اجتماعی یا محلی است و این فعالیت‌ها در ذات خود سیاسی نیستند، اما خیر عمومی را در نظر دارند. منظور آنها از داوطلبانه نیز این است که این فعالیت‌ها نباید با زور یا با پرداخت پول انجام شوند. در نهایت آنها تأکید می‌کنند که مشارکت مدنی مربوط به اعمال و رفتار شهروندان است و با عقاید و نگرش‌های آنها ارتباطی ندارد.

این بخش را با بحثی در مورد رابطه این مفهوم با سرمایه اجتماعی به پایان می‌بریم. در اینجا لازم است توضیح دهیم که هرچند پوتنام به طور مستقیم در پژوهش‌های خود از مشارکت مدنی نام نبرده، اما به طور مکرر از این مفهوم در ارتباط با سرمایه اجتماعی یاد کرده است. وی تشخیص می‌دهد که زندگی انجمنی در امریکا در حال کم‌رنگ شدن است و این مسئله را عاملی برای کاهش سرمایه اجتماعی در امریکا برمی‌شمارد (پوتنام، ۱۹۹۵). با توجه به تعاریفی که مطرح شد، می‌توان دید که زندگی انجمنی در واقع شکلی از مشارکت مدنی است. به دلیل اینکه تعریف این متغیر و مطالعه رابطه آن با سرمایه اجتماعی بعد از انتشار پژوهش‌های پوتنام مشخص‌تر شده است، در این زمینه از پژوهش‌های دیگران بیشتر از پژوهش‌های خود پوتنام کمک گرفته‌ایم؛ با عطف به این نکته که پژوهش‌های پوتنام در زمینه سرمایه اجتماعی و رابطه آن با مشارکت مدنی که بویژه در کارهای او در مورد حکومت محلی ایتالیا و سرمایه اجتماعی در امریکا مشهود است، نقطه آغاز پژوهش‌های بعدی بوده است (پوتنام، ۱۹۹۳ و ۱۹۹۵).

1. Norris

2. Verba

تاپیا و اورتیز (۲۰۱۰) مشارکت مدنی را مؤلفه کلیدی و ستون فقرات دموکراسی مدرن در تعریف پوتنام از سرمایه اجتماعی می‌دانند و در «بولینگ تنها» می‌بینیم که این‌گونه است (پوتنام، ۱۹۹۳). آنها اعتقاد دارند که مشارکت مدنی حکومت خوب را تسهیل و تمامی سطوح حاکمیت را مؤثرتر و قابل دسترس‌تر می‌کند. اشنایدر^۱ (۲۰۰۷) نیز در مقاله خود به طور جامع شباهت‌ها و تفاوت‌های سرمایه اجتماعی و مشارکت مدنی را نشان داده است. وی معتقد است که این دو مفهوم، عناصر مشترکی دارند که برای کمک به اجتماع و رفع نیازهایش مهم‌اند. این عناصر عبارت‌اند از: اعتماد، روابط بین افراد، هنجارها، ارزش‌ها و نگرش‌های فرهنگی؛ اما این دو مفهوم به‌گونه‌ای متفاوت از این عناصر بهره می‌گیرند. اشنایدر تفاوت کلیدی بین این دو مفهوم را در این می‌داند که چه کسی از تلاش‌ها برای متحد کردن منابع اجتماع و نوع اعتماد بهره می‌برد. مفهوم مشارکت مدنی دربردارنده این فرض است که کل اجتماع از این موارد نفع می‌برد، در حالی که مفهوم سرمایه اجتماعی چنین فرض می‌کند که افراد عضو در شبکه از مواهب سرمایه منتفع می‌شوند. با توجه به چارچوب نظری و اهداف پژوهش می‌توان فرضیه زیر را در مورد رابطه سرمایه اجتماعی در سایت فیس‌بوک با مشارکت مدنی در دنیای واقعی مطرح کرد:

فرضیه پژوهش: افراد با سرمایه اجتماعی بالاتر در شبکه اجتماعی مجازی فیس‌بوک از تمایل بالاتری برای مشارکت مدنی در دنیای واقعی برخوردارند.

این فرضیه پیش از این سوی پژوهشگران چون والنزولا و همکاران (۲۰۰۹) مورد آزمایش قرار گرفته است. او و همکارانش به همبستگی مثبت بین متغیر استفاده از فیس‌بوک و گروه‌های فیس‌بوکی و میزان مشارکت سیاسی و مدنی، رضایت از زندگی و اعتماد اجتماعی اشاره کرده‌اند. ما در این پژوهش این رابطه را با وارد کردن مفهوم سرمایه اجتماعی در مطالعه فیس‌بوک با دقت بیشتری مورد آزمایش قرار خواهیم داد تا دستاورد علمی این مقاله را معرفی کنیم. البته این توضیح ضروری است که امکان دارد

مشارکت مدنی فرد بر سرمایه اجتماعی تأثیر بگذارد؛ همان‌طور که چنین رابطه‌ای در دنیای واقعی محتمل است و این دو متغیر با هم برهم کنش دارند (آدلر و گاگین، ۲۰۰۵)، اما در فضای مجازی از آنجا که مشارکت مدنی جزو متغیرهای تبیین‌کننده استفاده از اینترنت نیست، هرچند ممکن است تأثیر داشته باشد، این تأثیر در مقایسه با متغیرهای دیگر ناچیز است (باسله^۱ و همکاران، ۱۹۹۹ و ژیاومینگ^۲ و کی^۳، ۲۰۰۴)؛ بنابراین احتمال اثرگذاری مشارکت مدنی بر سرمایه اجتماعی شکل گرفته در فیس‌بوک ضعیف‌تر از فرضیه‌ای برعکس آن است؛ یعنی با وجود اینکه احتمال برهم کنش و رابطه دوسویه این دو متغیر وجود دارد، اما احتمال وجود رابطه‌ای بر مبنای فرضیه پژوهش بیشتر است. منطق این استدلال نیز به این صورت است که سرمایه اجتماعی شکل گرفته در فیس‌بوک می‌تواند به گسترده شدن شبکه‌های فرد در دنیای واقعی و همچنین فیس‌بوک بینجامد، بنابراین فرد در روابط بیشتری دخیل می‌شود و این به‌خودی‌خود می‌تواند وی را برای فعالیت در حوزه مدنی تهییج کند و در نتیجه مشارکت مدنی افزایش یابد، اما فعالیت بالای یک فرد در حوزه مدنی در دنیای واقعی الزاماً به کاربری فیس‌بوک و بالا رفتن سرمایه اجتماعی فیس‌بوک نمی‌انجامد، هرچند ممکن است فرد برای اهداف تبلیغی از فضای مجازی یا سایت‌های شبکه اجتماعی بهره‌برد.

روش‌شناسی پژوهش

روش نمونه‌گیری در این پژوهش تلفیقی از دو روش هدفمند و گلوله برفی بود. بیبی (ترجمه فاضل، ۱۳۸۴) این دو روش را در زمره روش‌های تصادفی غیر احتمالی دسته‌بندی کرده است. در روش هدفمند، اعضای نمونه با توجه به اهداف پژوهش انتخاب می‌شوند. روش گلوله برفی نیز بدین صورت است که ابتدا از افرادی که دارای ویژگی مورد نظر هستند می‌خواهیم تا افراد دیگری را که دارای آن ویژگی هستند، به ما

1. Busselle

2. Xiaoming

3. Kay

معرفی کنند (همان). روش هدفمند از آنجا برای تعیین اعضای نمونه در این پژوهش مناسب است که فهرست معتبری از دانشجویان ایرانی عضو شبکه اجتماعی فیس‌بوک در دست نیست و بنابراین نمی‌توان از روش‌های احتمالی استفاده کرد.

این پژوهش با استفاده از روش پیمایش برخط انجام شده است. انجام پیمایش به شیوه برخط مزایایی نسبت به شیوه‌های سنتی دارد که عاملی (۱۳۸۸) به ده مورد آن اشاره کرده است: بهره‌وری بالای هزینه‌ای، دموکراتیزه شدن پژوهش و رها شدن علم از وابستگی به نهادهای اقتدار، سریع بودن پژوهش مجازی، چندرسانه‌ای بودن پژوهش مجازی، بی‌مکانی و محدود نبودن به زمان و همچنین بی‌مرکزی و برابر بودن طرفین گفتگو، کوتاه کردن فرایند تحلیل اطلاعات، کاهش ضعف‌های اخلاقی پژوهش، دائمی بودن پژوهش، هایپرلینک بودن پژوهش‌های مجازی، انتقال سریع و گسترده پرسشنامه در بین تعداد افراد فراوان.

جمعیت مورد مطالعه در این پژوهش دانشجویان دانشگاه‌های تهران، شهید بهشتی، صنعتی شریف، صنعتی امیرکبیر، خواجه نصیر، علامه طباطبایی، علم و صنعت و تربیت مدرس بوده‌اند که در فیس‌بوک عضویت دارند. دلیل انتخاب دانشجویان به عنوان جمعیت آماری که تعداد دقیق کاربران ایرانی عضو در فیس‌بوک مشخص نیست، بنابراین مشخص است که نمی‌توان از روش‌های احتمالی استفاده کرد و حتی نمی‌توان حجم نمونه مورد نیاز برای اجرای پژوهش را تخمین زد. به همین دلیل بایستی با استفاده از روش‌های دیگر، نمونه خود را انتخاب کنیم. از آنجا که نتایج پژوهش‌ها نشان داده است اکثریت استفاده‌کنندگان از فیس‌بوک را جمعیت جوان و تحصیلکرده تشکیل می‌دهند (پاپاچاریسی و مندلسون، ۲۰۱۱ و چن^۱ و سو^۲، ۲۰۱۵)، با انتخاب این افراد به عنوان جمعیت آماری می‌توان ادعا کرد که نتایج پژوهش از روایی بالاتری برخوردار خواهد بود. به همین دلیل جمعیت آماری از میان دانشجویان انتخاب شدند که عموماً جوان و تحصیلکرده هستند.

روش تعیین جمعیت دانشجویان هر دانشگاه بدین گونه بود که ابتدا به سایت خود دانشگاه مراجعه شد و سپس در مواردی هم که در سایت دانشگاه تعداد دانشجویان ذکر نشده بود، با مسئول روابط عمومی دانشگاه مربوط مکاتبه گردید و تعداد اعضا به دست آمد. تعداد دانشجویان این دانشگاه‌ها که همگی از دانشگاه‌های دولتی واقع در تهران بودند، به ۹۰۲۰۰ نفر رسید؛ اما برای تخمین زدن تعداد دانشجویانی که عضو فیس‌بوک هستند، از روش تخمین حجم جوامع کلان (عبداللهیان، ۱۳۸۷) استفاده شد. برای انجام این کار در خوابگاه کوی دانشگاه تهران سه جمعیت ۲۵۰ نفری و در دانشگاه تربیت مدرس نیز یک جمعیت ۲۵۰ نفری انتخاب و با پرسش از آنها مشخص شد که بین ۷۰ تا ۸۰ نفر از این افراد عضو شبکه اجتماعی فیس‌بوک هستند؛ بنابراین مشخص شد که حداکثر ۳۲ درصد از دانشجویان این دانشگاه‌ها عضو فیس‌بوک هستند. بر این اساس، حجم جمعیت آماری پژوهش بالغ بر ۲۸۱۹ نفر تخمین زده شد. پس از تعیین حجم جمعیت آماری، با استفاده از فرمول، تعیین حجم نمونه برای جوامع کلان تخمین زده شد.

برای تعیین دقیق حجم نمونه از پیش‌آزمون بهره گرفته شد. در واقع بعد از گردآوری ۲۱۸ پاسخنامه در مرحله پیش‌آزمون از آنها برای تعیین حجم نمونه استفاده شد. حجم نمونه مورد نیاز که ۶۶۹ نفر بود، دست آمد. شایان ذکر است که نتایج پژوهش نمونه‌ای از جمعیت دانشجویان دانشگاه‌های تهران است و نتایج این پژوهش را نمی‌توان به کل کاربران فیس‌بوک در کشور تعمیم داد.

پرسشنامه پژوهش با استفاده از سایت گوگل داکس طراحی و جاگذاری شد. بر اساس روش هدفمند و گلوله برفی، ابتدا پرسشنامه برای آن دسته از گروه نمونه که جزو دوستان پژوهشگر و دانشجو در یکی از دانشگاه‌های مورد مطالعه بودند، فرستاده شد و به همین طریق با یادآوری شرایط اعضای نمونه، از آنها خواسته شد تا این پرسشنامه را برای اعضای که این شرایط را دارا هستند، ارسال کنند. همچنین فهرستی از رایانامه دانشجویان این دانشگاه‌ها با مراجعه حضوری آماده و پرسشنامه برای آنها ارسال شد. در نهایت ۶۷۴ نفر به پرسشنامه پاسخ دادند. از آنجا که فرمول مورد استفاده در تعیین

حجم نمونه برخلاف فرمول کوکران، واریانس واقعی یک متغیر کمی را مبنای محاسبه حجم نمونه قرار می‌دهد، اگرچه تعیین حجم نمونه کاملاً تصادفی نبود، ولی این فرمول با افزایش حجم نمونه، از سوگیری آن کاسته و روایی پژوهش را افزایش داده است.

یافته‌های پژوهش

توزیع نمونه بر اساس مدرک به این صورت بود: کارشناسی ارشد (۵۹/۹ درصد)، کارشناسی (۲۸/۶ درصد)، کاردانی یا پایین‌تر (۵/۹ درصد)، دکترا و بالاتر (۵/۵). دامنه تغییرات سنی جمعیت نمونه نیز از ۱۷ سال تا ۵۰ سال را در برمی‌گرفت. نتایج این مطالعه همچنین نشان می‌دهد؛ ۲۵۰ نفر از اعضای نمونه مذکرند که ۳۷/۱ درصد از کل جمعیت نمونه را تشکیل می‌دهند و از طرف دیگر، ۶۲/۹ درصد از جمعیت نمونه را زنان شکل داده‌اند (این موضوع با توجه به بیشتر بودن دانشجویان دختر در دانشگاه‌ها منطقی به نظر می‌رسد). این نتایج نشان می‌دهد که اغلب اعضای نمونه، زن ۲۳ تا ۲۶ ساله و دارای مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد هستند.

در این قسمت آمار توصیفی مربوط به مشارکت مدنی ارائه می‌شود. لازم است یادآوری شود گویه‌های مربوط که میزان مشارکت مدنی افراد را در دنیای واقعی می‌سنجد، از دزونگا و والنزوتلا (۲۰۱۰) اقتباس شده است. گویه‌های این پرسش بر اساس طیف لیکرت با ۹ درجه ساخته شده‌اند. میانگین و انحراف استاندارد متغیر مشارکت مدنی به ترتیب ۱۳/۳۱ و ۷/۴۸ است و دامنه نمرات از ۵ تا ۳۷ را در برمی‌گیرد.

جدول ۲- آمار توصیفی متغیرهای مشارکت سیاسی و مدنی

متغیر	فراوانی	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف
مشارکت مدنی	۶۷۴	۵	۳۷	۱۳/۳۱	۷/۴۸

جدول ۳ نیز آمار توصیفی گویه‌های تشکیل‌دهنده متغیر مشارکت مدنی را نشان می‌دهد. یافته‌های پژوهش در مورد متغیر مشارکت مدنی حاکی از این است که اعضای

نمونه بیشتر مایل به صرف پول در امور خیریه هستند تا انجام کارهای دیگر. البته در مورد این دو متغیر باید یادآور شد که در تمامی گویه‌ها، میانگین از حد متوسط (نمره ۵) پایین تر است.

جدول ۳- آمار توصیفی گویه‌های تشکیل دهنده متغیر مشارکت مدنی

SD	میانگین	تعداد	گویه‌ها
۲/۳۵	۲/۷۱	۶۴۷	کار کردن داوطلبانه برای گروه‌های غیرسیاسی
۲/۱۶	۳/۱۲	۶۷۴	صرف پول در امور خیریه
۱/۷۱	۱/۹۷	۶۷۴	شرکت در جلسه‌ای برای صحبت در مورد مشکلات محله زندگی‌تان
۲/۴۸	۲/۸۵	۶۷۴	خرید مارک یا برند خاصی بنا به دلایل اجتماعی
۲/۲۱	۲/۶۵	۶۷۴	تحریم مارک یا برند خاصی بنا به دلایل اجتماعی

فرضیه: افراد با سرمایه اجتماعی بالاتر در شبکه اجتماعی مجازی فیس بوک از مشارکت مدنی بالاتری در دنیای واقعی برخوردارند.

برای پاسخ به این فرضیه، با توجه به سطح اندازه‌گیری فاصله‌ای برای هر دو سرمایه اجتماعی و مشارکت مدنی از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است که نتایج آن در جدول ۴ ارائه می‌شود.

ضریب همبستگی بین سرمایه اجتماعی با مشارکت مدنی برابر با ۰/۳۰ است. همچنین با توجه به مثبت بودن جهت همبستگی می‌توان گفت که با افزایش سرمایه اجتماعی در فیس بوک، مشارکت مدنی فرد در دنیای واقعی بیشتر می‌شود و با کاهش سرمایه اجتماعی در فیس بوک، مشارکت مدنی در دنیای واقعی نیز کاهش می‌یابد؛ اما همبستگی موجود بین این دو متغیر رابطه قوی چندانی را نشان نمی‌دهد، بنابراین با وجود اینکه بین مشارکت مدنی و سرمایه اجتماعی در فیس بوک رابطه معنادار وجود دارد، این رابطه در حدی نیست که با اطمینان از روی یک متغیر دیگری را پیش‌بینی کنیم. یک راه برای رفع مسئله یاد شده این است که مشخص شود کدام یک از

مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در فیس‌بوک نقش بیشتری در این ارتباط دارند. برای روشن شدن این مسئله، ابتدا همبستگی هریک از مؤلفه‌های تشکیل دهنده سرمایه اجتماعی در فیس‌بوک با مشارکت مدنی در دنیای واقعی مشخص شده است.

جدول ۴- همبستگی سرمایه اجتماعی با مشارکت مدنی

متغیرها	نوع همبستگی	میزان همبستگی	مجذور R (R^2)	جهت همبستگی	سطح معناداری
سرمایه اجتماعی با مشارکت مدنی	پیرسون	۰/۳۰	۰/۰۹	مثبت	۰/۰۰۱

جدول ۵ نشان می‌دهد که به جز باز/ بسته بودن شبکه حاصل از صفحه‌ها، گروه‌ها و هنجارهای کنش متقابل، بقیه متغیرها با مشارکت مدنی همبستگی دارند اما مقادیر این همبستگی‌ها ضعیف است. به منظور مشخص کردن توان تبیینی این مدل، از رگرسیون همزمان استفاده شده است.

جدول ۵ - نتیجه آزمون همبستگی برای متغیرهای تشکیل دهنده سرمایه اجتماعی در فیس‌بوک با مشارکت مدنی در دنیای واقعی

متغیرها	میزان همبستگی	مجذور R (R^2)	جهت همبستگی	سطح معناداری
جهانی/ محلی بودن شبکه‌ها	۰/۰۹	۰/۰۳۶	منفی	۰/۰۵
باز/ بسته بودن شبکه دوستان	۰/۱۴	۰/۰۲۶	مثبت	۰/۰۱
باز/ بسته بودن شبکه حاصل از صفحه‌ها و گروه‌ها	۰/۰۴	۰/۰۰۱۶	منفی	۰/۳۲
تراکم شبکه	۰/۱۷	۰/۰۲۹	-	۰/۰۱
سرمایه اجتماعی منفی	۰/۱۳	۰/۰۱۷	منفی	۰/۰۱

ادامه جدول ۵

منعدها	میزان همبستگی	مجذور R (R ²)	جهت همبستگی	سطح معناداری
نزدیکی فضایی اعضای شبکه	۰/۱۸	۰/۰۳۲	-	۰/۰۱
شرایط دستیابی به منابع	۰/۲۴	۰/۰۵۸	-	۰/۰۱
شکاف بین منابع	۰/۲۴	۰/۰۵۸	-	۰/۰۱
رعایت هنجارها و قواعد داخلی شبکه	۰/۲۶	۰/۰۶۸	-	۰/۰۱
هنجارهای اعتماد به دوستان	۰/۱۱	۰/۰۱۲	-	۰/۰۱
اعتماد نهادی/ مدنی	۰/۱۶	۰/۰۲۶	منفی	۰/۰۱
هنجارهای کنش متقابل	۰/۰۷	۰/۰۰۵	-	۰/۰۹

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که مقدار F مربوط به رگرسیون در گام اول، برابر با ۱۲/۶۱ است. این نتیجه به این معنا است که مدل پیشنهادی، توانایی پیش‌بینی و تبیین واریانس مشارکت مدنی را دارد، مقدار همبستگی چندگانه آن ۰/۴۳ است و در مجموع ۰/۱۹ از واریانس و تغییرپذیری مشارکت مدنی را تبیین می‌کند.

همان‌گونه که به نظر می‌رسد با وجود همبستگی بین سرمایه اجتماعی در شبکه اجتماعی فیس‌بوک و مشارکت مدنی در دنیای واقعی، متغیر مستقل نمی‌تواند مقدار زیادی از واریانس متغیر وابسته را تبیین کند؛ بنابراین لازم است با اجرای پژوهش‌های بیشتر مشخص شود که چه متغیرهای دیگری باید در نظر گرفته شوند تا این امر حاصل شود.

جدول ۶- خلاصه مدل پیش‌بینی مشارکت مدنی بر اساس مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی

آماره	SS	df	MS	F	Sig	R	R ²
رگرسیون	۷۰۱۴/۱۱	۱۲	۵۸۴/۵۱	۱۲/۶۱	۰/۰۰۱	۰/۴۳	۰/۱۹
باقیمانده	۳۰۶۳۶/۰۸	۶۶۱	۴۶/۳۵				
کل	۳۷۶۵۰/۱۹	۶۷۳					

برای نشان دادن نقش هریک از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در پیش‌بینی واریانس مشارکت مدنی از ضرایب استاندارد رگرسیونی (Beta) استفاده شده است. با توجه به یافته‌های پژوهش، دیده می‌شود که بین مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی و مشارکت مدنی رابطه چندگانه وجود دارد. مجذور R که نشان‌دهنده همپوشانی واریانس‌هاست، نشان می‌دهد؛ در مجموع ۱۹ درصد از واریانس متغیر مشارکت مدنی را مؤلفه سرمایه اجتماعی تبیین می‌کند. همچنین جدول ضرایب بتا (Beta) که نقش جزئی هریک از مؤلفه‌ها را نشان می‌دهد، حکایت از این دارد که از بین مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده سرمایه اجتماعی در فیس‌بوک؛ باز/ بسته بودن شبکه دوستان ($t=3/82$ ، $p<0/01$)، تراکم شبکه ($t=3/24$ ، $p<0/01$)، شرایط دستیابی به منابع ($t=2/25$ ، $p<0/05$)، شکاف بین منابع موجود و مورد انتظار ($t=3/77$ ، $p<0/01$)، رعایت هنجارها و قواعد داخلی شبکه ($t=4/08$ ، $p<0/01$) و اعتماد نهادی/ مدنی ($t=3/50$ ، $p<0/01$) نقش معناداری در تبیین واریانس مشارکت مدنی دارند.

جدول ۷- ضرایب استاندارد مربوط به مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی

Sig	T	Beta	B	پیش‌بین
۰/۸۷	-۰/۱۶	-۰/۰۰۴	-۰/۰۲	جهانی/ ملی بودن شبکه‌ها
۰/۰۱	۳/۸۲	۰/۱۴	۰/۳۵	باز/ بسته بودن شبکه دوستان
۰/۸۵	-۰/۱۹	-۰/۰۰۷	-۰/۰۲	باز/ بسته بودن شبکه گروه‌ها و صفحه‌ها
۰/۳۵	۰/۹۳	۰/۰۴	۰/۰۲	سرمایه اجتماعی منفی
۰/۰۱	۳/۲۴	۰/۱۱	۰/۰۲	تراکم شبکه
۰/۱۲	۱/۵۶	۰/۰۶	۰/۰۱	نزدیکی فضایی اعضای شبکه
۰/۰۵	۲/۲۵	۰/۱۰	۰/۲۶	شرایط دسترسی به منابع
۰/۰۱	۳/۷۷	۰/۱۶	۰/۵۹	شکاف بین منابع
۰/۰۱	۴/۰۸	۰/۱۶	۰/۲۷	رعایت هنجارها و قواعد داخلی شبکه
۰/۸۴	۰/۲۰	۰/۰۱	۰/۰۲	اعتماد به دوستان
۰/۰۱	۳/۵۰	۰/۱۳	۰/۲۸	اعتماد نهادی/ مدنی
۰/۷۱	۳/۲۵	۰/۱۲	۰/۸۴	هنجارهای اعتماد متقابل

درواقع می‌توان گفت به ازای هر واحد افزایش در متغیر سرمایه اجتماعی در فیس‌بوک، مشارکت مدنی در دنیای واقعی ۱۹ درصد افزایش پیدا می‌کند. تبیین این افزایش ۱۹ درصدی از طریق شش مؤلفه باز/ بسته بودن شبکه دوستان، تراکم شبکه، شرایط دستیابی به منابع، شکاف بین منابع موجود و مورد انتظار، رعایت هنجارها و قواعد و اعتماد نهادی/ مدنی متقابل صورت می‌گیرد و شاخص‌های دیگر که همبستگی معناداری با سرمایه اجتماعی داشته‌اند، در این مورد، نقش تبیینی ندارند و سهم آنها در قالب این شش مؤلفه قابل تبیین است.

بحث و نتیجه‌گیری

رسانه‌های اجتماعی در حال حاضر نقش ویژه‌ای در مباحث اجتماعی - سیاسی یافته‌اند و تأثیرگذاری خود را در این حوزه‌ها نشان داده‌اند. یکی از انواع رسانه‌های اجتماعی که در دهه اخیر توجه زیادی را به خود جلب کرده، سایت‌های شبکه اجتماعی هستند. از آنجا که این سایت‌ها تعداد کاربران زیادی دارند، تحلیل و بررسی ابعاد مختلف آنها امری ضروری است. استفاده از این سایت‌ها می‌تواند آثار اجتماعی، سیاسی و روانی مختلفی داشته باشد که تعداد زیادی از شهروندان هر جامعه را درگیر خود می‌سازد؛ بنابراین در مقاله حاضر سعی شده است با شناسایی اثرگذاری سرمایه اجتماعی شکل گرفته در فیس‌بوک بر مشارکت مدنی در دنیای واقعی، بخشی از چنین مسئله‌ای مورد بررسی قرار دهد. مشارکت مدنی مفهومی است که به طور مستقیم به فعالیت‌های عام‌المنفعه و داوطلبانه شهروندان برمی‌گردد و تقویت آن می‌تواند به پیدایش جامعه‌ای بهتر و هم‌دل‌تر کمک کند؛ بنابراین پژوهش حاضر نشان می‌دهد که با استفاده از سایت‌های شبکه اجتماعی و بویژه فیس‌بوک چگونه می‌توان مشارکت مدنی را در جامعه بالا برد؛ این امر خود جامعه‌ای را پدید می‌آورد که در آن شهروندان بیشتر به یکدیگر کمک کرده و در فعالیت‌های مدنی و داوطلبانه حضور می‌یابند.

نتایج پژوهش نشان می‌دهد که چارچوب نظری به‌کار رفته و شاخص‌های ارائه شده برای سنجش سرمایه اجتماعی در فیس‌بوک توان پیش‌بینی متغیر مشارکت مدنی را در دنیای واقعی دارند و این نتیجه‌ای مهم است چراکه نشان می‌دهد با مطالعه سرمایه اجتماعی در فیس‌بوک و یافتن راهکارهای ارتقای آن می‌توان از این امر برای بالا بردن مشارکت مدنی شهروندان ایرانی بهره برد و راه‌های افزایش اتحاد اجتماعی را هموار کرد. اهمیت این مسئله از اینجا ناشی می‌شود که هر ساله دولت‌ها، مبالغ هنگفتی را برای افزایش مشارکت سیاسی و مدنی شهروندان هزینه می‌کنند، اما با استفاده از نتایج این پژوهش و استفاده از فیس‌بوک می‌توان با هزینه‌ای بسیار کمتر به این اهداف دست یافت.

تحلیل‌های بیشتر نقش هر یک از مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده سرمایه اجتماعی شکل گرفته در فیس‌بوک را در تبیین مشارکت مدنی آفلاین مشخص کرده است. با توجه به جدول رگرسیون، باز/ بسته بودن شبکه دوستان، تراکم شبکه، شرایط دستیابی به منابع، شکاف بین منابع موجود و مورد انتظار، رعایت هنجارها و قواعد و اعتماد نهادی/مدنی، شش شاخص تبیین‌کننده مشارکت مدنی کاربران هستند. با توجه به این نتایج می‌توان گفت که برای افزایش مشارکت مدنی کاربران در دنیای واقعی باید به افزایش سرمایه اجتماعی آنها در سایت‌های شبکه اجتماعی همت گماشت؛ بنابراین این یافته‌ها را می‌توان به این صورت تحلیل و مشخص کرد که برای افزایش مشارکت مدنی کاربران در دنیای واقعی با استفاده از سایت‌های شبکه اجتماعی، اقدامات زیر توصیه می‌شود:

• هرچه شبکه دوستان کاربر در سایت‌های شبکه اجتماعی بازتر (در دسترس‌تر) باشد، مشارکت مدنی افزایش می‌یابد؛ بنابراین باید راهکارهایی اتخاذ کرد که موجب می‌شود شبکه دوستان کاربر در این سایت‌ها توسعه یابد.

• هرچه تراکم شبکه‌های کاربر بیشتر باشد، مشارکت مدنی افزایش می‌یابد. برای افزایش تراکم شبکه نیز می‌توان با اقداماتی این امر را محقق کرد. تحقق این امر مستلزم

آشنایی کاربر با افراد بیشتر و همچنین وابسته به مورد قبلی یعنی تسهیل پذیرش دیگران از طرف وی است.

• برای افزایش مشارکت مدنی باید شرایط دستیابی به منابع را برای کاربر تسهیل کرد. به این منظور فعال شدن سازمان‌ها و نهادهای مختلف در سایت‌های شبکه اجتماعی که موجب تسهیل این امر خواهد شد، توصیه می‌شود.

• همچنین کاهش شکاف بین منابع موجود و مورد انتظار می‌تواند زمینه افزایش مشارکت مدنی را در دنیای واقعی فراهم آورد. برای تحقق این امر نیز لازم است که کاربر آنچه را انتظار دارد، به دست آورد. بنابراین حضور و فعالیت سازمان‌ها و نهادها در سایت‌های شبکه اجتماعی باید واقعی باشد و خدماتی را ارائه کنند که در دنیای واقعی نیز قابل تحقق باشد.

• رعایت هنجارها و قواعد در سایت‌های شبکه اجتماعی موجب افزایش مشارکت مدنی در دنیای واقعی می‌شود؛ بنابراین آموزش‌های لازم برای افزایش آشنایی با این قواعد و همچنین رعایت آنها توصیه می‌شود. یکی از مفاهیمی که در اینجا می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد، سواد رسانه‌ای و تلاش برای تقویت آن در بین کاربران است.

• اعتماد نهادی/ مدنی نیز به تقویت مشارکت مدنی آفلاین منجر می‌شود؛ بنابراین لازم است در سایت‌های شبکه اجتماعی اعتماد تقویت شود. اعتماد به نهادهای مختلف کشور یکی از این موارد است که لازمه تحقق آن، به انجام رساندن موارد پیشین است.

در نهایت می‌توان گفت که اگر قرار باشد از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی برای تقویت مشارکت مدنی شهروندان استفاده شود، بهترین راهکار تسهیل حضور و استفاده از این شبکه‌ها در کنار ارائه آموزش‌های لازم است تا در نهایت، به تقویت اعتماد و توسعه شبکه‌های کاربر منجر شود و در ادامه تأثیر خود را بر مشارکت مدنی شهروندان به جا نهد.

منابع

- الوانی، مهدی و سیدنقوی، علی. (۱۳۸۰). سرمایه اجتماعی، مفاهیم و نظریه‌ها. فصلنامه مطالعات مدیریت، ۳۳ و ۳۴.
- بی، ارل. (۱۳۸۴). روش‌های پژوهش در علوم اجتماعی (ترجمه رضا فاضل). تهران: سمت.
- تاجبخش، کیان. (۱۳۸۴). سرمایه اجتماعی، اعتماد، دموکراسی و توسعه (ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان). تهران: شیرازه.
- عاملی، سعید رضا. (۱۳۸۸). پژوهش مجازی. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- عاملی، سعید رضا. (۱۳۸۹). شبکه‌های علمی مجازی. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- عبداللهیان، حمید. (۱۳۸۷). پیمایش و نمونه‌گیری روی خط؛ مشکل معرف بودن و راه‌حل‌های آن. مجموعه مقالات اولین سمینار تخصصی نظرسنجی الکترونیکی، تهران: مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران.
- عبداللهیان، حمید و کرمانی، حسین. (۱۳۹۲). مطالعه سرمایه اجتماعی کاربران ایرانی در سایت فیس‌بوک. فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ۲۳.
- فیلد، جان. (۱۳۸۸). سرمایه اجتماعی (ترجمه غلامرضا غفاری و حسین رضائی). تهران: کویر.
- کوثری، مسعود. (۱۳۸۶). جهان فرهنگی کاربران ایرانی اورکات. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- مشوق نیوز. (۱۳۹۲). چند میلیون ایرانی کاربر فیس‌بوک هستند؟ بازنمایی شده از: <http://www.masheghnews.ir>
- منظور، داوود و یادی‌پور، مهدی. (۱۳۸۷). سرمایه اجتماعی عامل توسعه اجتماعی و اقتصادی. راهبرد یاس، ۱۵.

- Ackland, R. (2009). Social Network Services as Data Sources and Platforms for E-Researching Social Networks. **Social Science Computer Review** 27; 481 Riginally published online Mar 30, 2009. DOI: 10.1177/0894439309332291.
- Adler, R. P. & Goggin, J. (2005). What Do We Mean By 'Civic Engagement'?. **Journal of Transformative Education**, 3: 236, DOI: 10.1177/1541344605276792.
- Boulianne, S. (2016). Online News, Civic Awareness, and Engagement in Civic and Political Life, **New Media & Society**, Vol. 18, No. 9, Pp. 1840-1856.
- Boyd, D. & Ellison, N. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, Vol. 13, No. 1. Retrieved from, <http://www.danah.org/papers/JCMCIntro.pdf>
- Busselle, R.; Reagan, J.; Pinkleton, B. & Jackson, K. (1999). Factors Affecting Internet use in a saturated-access population. **Telematics and Informatics**, Vol. 16, Issues 1–2, Pp. 45-58, ISSN: 0736-5853, from, [http://www.dx.doi.org/10.1016/S0736-5853\(99\)00018-0](http://www.dx.doi.org/10.1016/S0736-5853(99)00018-0).
- Chen, Xin. & Siu, Kin Wai Michael. (2015). Smart Communication in the Context of Lifestyle Transformation: A Case Study of Smartphone User Behaviour among Hong Kong's Young. **The International Journal of Interdisciplinary Studies in Communication**, Vol. 9.
- De Zuniga, H. G. & Valenzuela, S. (2010). **The Mediating Path to a**

Stronger Citizenship: Online and Offline Networks, Weak Ties, and Civic Engagement, *Communication Research*, 2011, 38: 397 Originally published online 8 December 2010, DOI: 10.1177/0093650210384984.

Ellison, N. B.; 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**, Vol. 12, No. 4, Pp. 1143-1168 from, <http://www.jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>.

Facebook. (2015). Retrieved September, 5, 2011, from, <http://www.alexa.com/siteinfo/facebook.com>

Farrell, A.; Tayler, C. P. & Tennent, L. (2003). Social Capital and Early Childhood Education. **Perspectives on Educational Leadership**, Vol. 13, No.7.

Franke, S. (2005). **Measurement of Social Capital**, Reference Document for Public Policy Research, Development, and Evaluation. Toronto: Canada.

Gonzalez-Bailon, S.; Borge-Holthoefer, J.; Rivero, A. & Moreno, Y. (2011). The Dynamics of Protest Recruitment Through an Online Network. **Scientific Reports**, 1, 197. DOI: 10.1038/srep00197.

Hampton, K. N.; Sessions, G.L.; Rainie, L. & Purcell, K. (2011). Social Networking Sites and Our Lives: How People's Trust, Personal Relationships, and Civic and Political Involvement are Connected to Their Use of Social Networking Sites and other Technologies. **Pew Internet & American Life Project**.

- Hanifan, L. J. (1920). **The Community Center**, Boston: Silver Burdett.
- Harlow, S. (2012). Social Media and Social Movements: Facebook and an online Guatemalan justice Movement that Moved offline, **New Media & Society**, Vol. 14, No. 2, Pp. 225-243.
- Internet World Stats**. (2015). Iran (Islamic Republic of) Retraiveble from, <http://www.internetworldstats.com/middle.htm#ir>
- Kobayashi, T. (2009). **Bridging Social Capital in online Communities: Heterogeneity and Social Tolerance of online Game Players in Japan**, Information and Society Research Division, National Institute of Informatics, Chiyoda-ku, Tokyo 101-843, Japan.
- Kushin, M. J. & Kitchener, K. (2009). Getting political on Social Network Sites: Exploring online Political Discourse on Facebook. **First Monday**, Vol. 14.
- Norris, P. (2001). **Digital Divide? Civic Engagement, Information Poverty and the Internet in Democratic Societies**. New York: Cambridge Univ. Press.
- Papacharissi, Z. & Mendelson, A. (2011). **Toward a New(er) Sociability: Uses, Gratifications and Social Capital on Facebook, Media Perspectives for the 21st Century**, Stelios Papathanassopoulos (Ed.), Routledge.
- Papacharissi, Z. (2004). Democracy online: Civility, Politeness, and the Democratic potential of online Political Discussion groups. **New Media & Society**, Vol. 6, No. 2.
- Papacharissi, Z. (2009). The Virtual Geographies of Social Networks:

A Comparative Analysis of Facebook, LinkedIn and ASmallWorld. **New Media & Society**, Vol. 11, No. 1-2.

Putnam, R. D. (1993). **Making Democracy Work. Civic Traditions in Modern Italy**, Princeton: Princeton University Press.

Putnam, R. D. (1995). Bowling Alone: America's Declining Social Capital, **Journal of Democracy**, Vol. 6.

Putnam, R.D. (2000). **Bowling alone. the Collapse and Revival of American Community**, New York: Simon and Schuster.

Robteutscher, S. (2007). **Social Capital and Civic Engagement: a Comparative perspective**, New York: Oxford.

Schneider, J. A. (2007). **Connections and Disconnections Between Civic Engagement and Social Capital in Community-Based Nonprofits**, *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 36: 572 Originally published online 9 October 2007, DOI: 10.1177/0899764006297236.

Stone, W. (2001). **Measuring Social Capital**, Sydney: Australian Institute of Family Studies.

Tapia, H. & Ortiz, J. A. (2010). Network Hopes: Municipalities Deploying Wireless Internet to Increase Civic Engagement, **Social Science Computer**, 28: 93, DOI: 10.1177/0894439309335169.

Tufekci, Z. (2008). Grooming, gossip, Facebook and Myspace: What can we Learn about these Sites from those who won't Assimilate?. **Information, Communication & Society**, Vol. 11, Pp. 544–564.

- Valenzuela, S., et. al. (2009). Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 14.
- Vanhoutte, B. (2011). **Social Capital and Well-Being in Belgium (Flanders), Identifying the Role of Networks and Context**, PHD thesis.
- Verba, S.; Kay, L.S. & Henry, E. B. (1995). **Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics**, Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Wagle, U.R. (2006). Political Participation and Civic Engagement in Kathmandu: An Empirical Analysis with Structural Equations, **International Political Science Review**, Vol. 27, No. 3.
- Wellman, B., et.al. (2001). Does the Internet Increase, Decrease, or Supplement Social Capital? : Social Networks, Participation, and Community Commitment. **American Behavioral Scientist**, 45, P. 436.
- Xiaoming, H. & Kay, C. S. (2004). Factors Affecting Internet Development: An Asian survey. **First Monday**, Vol. 9, No. 2.