

تبیینی بر همبستگی بین شدت استفاده از فیسبوک و سرمایه اجتماعی کاربران فیسبوک

حمید عبداللهیان، دانشیار گروه ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران*

مهین شیخ انصاری، دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه پیام نور تهران

چکیده

این تحقیق براساس فرضیات الیسون به تبیین همبستگی مثبت بین افزایش شدت استفاده از فیسبوک و افزایش سرمایه اجتماعی کاربران ایرانی فیسبوک پرداخته است. جمع‌آوری داده‌ها به روش پیمایشی و به شکل آفلاین و آنلاین و نیز از طریق کاربرد گروه کانون انجام شد. تحلیل داده‌ها نیز با استفاده از روش‌های آماری کمی و فازی انجام شده است. جامعه آماری این تحقیق در روش آنلاین کاربران اینترنت و در روش آفلاین دانش‌آموزان ساکن تهران که کاربر اینترنت هستند، در نظر گرفته شد. حجم نمونه نهایی در مجموع بالغ بر ۲۴۳۷ نفر شد که تحلیل‌ها نیز بر همین اساس انجام شد. فرضیه‌ها را به دو روش زیر ارزیابی کرده‌ایم: ۱- ارزیابی همبستگی بین شدت استفاده از فیسبوک و افزایش سه نوع سرمایه اجتماعی پیوند بخش، پیوند مدار و نگهدارنده کاربران فیسبوک و ۲- ارزیابی تفاوت میانگین سه نوع سرمایه اجتماعی دو گروه کنترل (کسانی که عضو فیسبوک نیستند) و گروه آزمایش (گروهی که عضو فیسبوک هستند). نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بین افزایش شدت استفاده از فیسبوک و سرمایه اجتماعی پیوند بخش و سرمایه اجتماعی نگهدارنده کاربران فیسبوک در سطح ۰,۰۵ همبستگی مثبت وجود دارد. در میان گروه کنترل و گروه آزمایش نیز بین سه نوع سرمایه اجتماعی تفاوت وجود دارد. به عبارت دیگر، میانگین این سه نوع سرمایه در بین کاربران فیسبوک نسبت به کسانی که کاربر نیستند، بیشتر است. دستاورد این تحقیق آن است که شبکه اجتماعی فیسبوک پیوندهای ضعیف را تقویت می‌کند.

واژه‌های کلیدی: سرمایه اجتماعی پیوند بخش، سرمایه اجتماعی پیوند مدار، سرمایه اجتماعی نگهدارنده، عزت نفس، فیسبوک.

مقدمه و بیان مسأله

شبکه اجتماعی فیسبوک در فوریه ۲۰۰۴ توسط یک دانشجوی دانشگاه هاروارد به وجود آمد، اما اکنون، فیسبوک از نظر تعداد بازدیدکنندگان دومین سایت در اینترنت محسوب می‌شود (استنفیلد، ۲۰۰۸). کاربران این سایت در جهان اکنون در سال ۲۰۱۳ میلادی از مرز ۹۰۰ میلیون نفر گذشته‌اند^۱. سایت وینکاس بلاگ^۲ نشان می‌دهد که در سپتامبر ۲۰۱۳ حدود ۱۱۵۵۰۰۰۰۰ (بیش از یک میلیارد) در ماه به فیسبوک مراجعه می‌کنند. در ایران طبق آخرین آمار، تعداد کاربران اینترنتی از مرز ۴۲ میلیون نفر گذشته است و شبکه‌های اجتماعی مجازی، مخصوصاً فیسبوک بین جوانان ایرانی همچون سایر جوامع، محبوبیت نسبی پیدا کرده است. رشد محبوبیت و عمومیت این شبکه اجتماعی از یک طرف و امکاناتی که این شبکه‌ها برای تسهیل روابط بین افراد فراهم کرده‌اند، از طرف دیگر باعث شده است که این شبکه‌ها بر ارتباطات اجتماعی بین مردم تأثیر بگذارند. همین موضوع، ضرورت و علاقه را برای تحقیقات در مورد رفتار و روابط کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشتر کرده است. با رشد سریع کاربران فیسبوک در ایران، تحقیق در مورد تأثیر فیسبوک بر روابط کاربران ضروری است. یکی از مسائلی که گاه از طرف مسئولان و یا نهادهای آکادمیک در خصوص آسیب‌ها یا فواید کاربری در اینترنت مطرح می‌شود، به تفاوت سرمایه اجتماعی در شبکه‌های واقعی و مجازی مربوط است. به همین دلیل، این مقاله سعی دارد که تأثیر فیسبوک را بر

سرمایه اجتماعی کاربرانش ارزیابی کند.

چارچوب نظری تحقیق: تبیین کاربری فیسبوک و

افزایش سرمایه اجتماعی

چارچوب نظری مقاله را براساس ادبیات نظری سرمایه اجتماعی و ادبیات تجربی سرمایه اجتماعی در شبکه‌های مجازی بنا نهاده‌ایم. کلمن با تأکید بر اینکه سرمایه اجتماعی، به طور ذاتی در ساختار روابط کنشگران با هم و رابطه بین آنها حضور دارد (تاجبخش، ۱۳۸۹: ۴۹) روابط را تشکیل دهنده منابع سرمایه اجتماعی "از طریق ایجاد تعهدات و انتظارات بین کنشگران، اعتمادسازی در محیط اجتماعی و بازکردن کانال‌هایی برای اطلاعات می‌داند" (فیلد، ۱۳۸۸: ۴۴). پوتنام بین دو شکل از سرمایه اجتماعی که عبارتند از: سرمایه اجتماعی ارتباط دهنده (یا جامع) و درون گروهی (یا انحصاری) تفاوت گذاشته است (فیلد، ۱۳۸۸: ۵۶). وی همچنین اتصالات ارتباط‌دهنده برای نشر اطلاعات و روابط درون گروهی را که برای انتقال همبستگی کاربرد دارد، مفید دانسته است (فیلد، ۱۳۸۸: ۵۶). نتایج تحقیقات در آمریکا (الیسون، ۲۰۰۷؛ استنفیلد، ۲۰۰۸)، انگلستان (لویس، ۲۰۰۹)، ایتالیا (تومی، ۲۰۱۰) و تایوان (لین، ۲۰۰۹) حاکی از آن است که در تمامی موارد همبستگی مثبت بین افزایش شدت استفاده از فیسبوک و افزایش سرمایه اجتماعی پیوند بخش کاربران وجود دارد. در این مقاله، "سرمایه اجتماعی پیوندبخش" به روابط ضعیف بین افراد که چندان هم شخصی یا احساسی نیست، اطلاق می‌شود (الیسون، ۲۰۰۷). این ارتباطات اغلب از نظر کمی و تعداد بسیار بزرگ است و باعث نشر و کسب اطلاعات می‌شود، اما نمی‌تواند همانند روابط خانوادگی عمل کند (همان). در مقابل، "سرمایه

^۱ همشهری آنلاین، تاریخ ۹ آذر ۱۳۹۱. همچنین، به سایت زیر توجه

شود که تعداد کل کاربران فیسبوک را در جهان نشان می‌دهد:

<http://www.checkfacebook.com>

^۲ <http://vincos.it/world-map-of-social-networks/>

روش‌شناسی تحقیق^۱

آزمون فرضیه‌های بالا و مقایسه نتایج آن با ادعاهای نظری مقاله ما را ملزم می‌کند که تنها از روش کمی و یا تنها از روش کیفی استفاده نکنیم. این امر بدان جهت است که ماهیت و ویژگی‌های آماری میدان تحقیق و داده‌هایی که باید از این میدان جمع‌آوری شود، با کاربرد روش ترکیبی انطباق بیشتری دارد. بنابراین، روش تحقیق در این مطالعه، یک روش ترکیبی است که در آن هر دو رهیافت کمی و کیفی، به طور هم ارز استفاده شده‌اند. در عین حال، باید اشاره شود که روش محوری در این مطالعه همان روش پیمایش است و روش تکمیلی عبارت از مطالعه در گروه‌های کانون است.

جامعه آماری، واحد تحلیل و مشاهده: جامعه آماری کاربران اینترنت را در این مطالعه، افراد ۱۶ تا ۳۵ ساله ساکن تهران تشکیل می‌دهند. شایان ذکر است که به علت استفاده از روش آنلاین عده‌ای از پاسخگویان عضو جامعه آماری نبودند، زیرا کاربر اینترنت محسوب نمی‌شدند. واحد تحلیل در روش پیمایش و گروه‌های کانون، کاربران اینترنت در نظر گرفته شدند اما واحدهای مشاهده در روش پیمایش، پرسشنامه‌های تکمیل شده آنلاین و نیز کاربران دبیرستان‌های تهران بودند که به شیوه آنلاین مشاهده شدند. واحدهای مشاهده در گروه‌های کانون نیز چنانکه بی (۲۰۰۷: ۹۷) می‌نویسد، می‌تواند اظهارات اعضای این گروه‌ها باشد و ما هم همین را مبنا قرار دادیم.

اجتماعی پیوند مدار به عنوان روابط بسیار نزدیک شرح داده می‌شود، بخصوص در جایی که نوعی پشتیبانی احساسی در بین افراد مبادله می‌شود" (استفیلد، ۲۰۰۸). همچنین پوتنام یکی از علل افول سرمایه اجتماعی در آمریکا را جابه جایی و تغییر مکان دانسته است (استفیلد، ۲۰۰۸). در این مقاله "سرمایه اجتماعی نگهدارنده به حفظ روابط با دوستان یا آشنایان قدیمی اشاره می‌کند" (الیسون و همکاران، ۲۰۰۷) و کارکرد سرمایه اجتماعی در سطح فردی مورد توجه قرار گرفته است. اگر مبنا را این رویکرد نظری در نظر بگیریم، در آن صورت فرضیه زیر را می‌توان از آن استخراج و اعتبار این رویکرد نظری را برای تبیین کارایی فیسبوک در ارتقای سرمایه اجتماعی ارزیابی کرد.

فرضیه نظری تحقیق: میزان کاربری در محیط فیسبوک به افزایش سرمایه اجتماعی کمک می‌کند. این فرضیه را به منظور انجام عملیات سنجش به فرضیه‌های عملیاتی زیر خرد کردیم.

فرضیه‌های عملیاتی تحقیق

- میانگین سه نوع سرمایه اجتماعی پیوند بخش، پیوند مدار، نگهدارنده و رضایت از رابطه با دوستان کاربران فیسبوک بیشتر از کسانی است که کاربر فیسبوک نیستند.

- هرچه شدت استفاده کاربران از فیسبوک افزایش می‌یابد، سه نوع سرمایه اجتماعی پیوند بخش، پیوند مدار، نگهدارنده و رضایت از رابطه با دوستان کاربران فیسبوک هم افزایش می‌یابد.

- آن دسته از کاربران فیسبوک که دارای عزت نفس پایین هستند، بیشتر از کاربرانی که عزت نفس بالایی دارند، از فیسبوک برای گسترش روابطشان استفاده می‌کنند.

^۱ با توجه به اینکه این مقاله از پایان نامه دکترای مهین شیخ انصاری استخراج شده است، روش‌شناسی مقالاتی که در مجله‌های گوناگون چاپ شده‌اند، در اساس شبیه به هم است. اما در عین حال، تفاوت‌های بارزی در شیوه عرضه روش‌شناسی برحسب موضوع مقاله‌ها دیده می‌شود که در اینجا توضیح داده شده است.

روش مصاحبه در گروه‌های متمرکز

در روش مصاحبه‌های گروه‌های کانون، چهار گروه کانون و هر کدام با ۶ نفر و با معیار کاربری در اینترنت و آشنایی با فیسبوک را انتخاب کرده و تشکیل دادیم. البته، هر کدام از گروه‌های کانون با فاصله زمانی یک هفته تشکیل شدند. شایان ذکر است که افراد متعلق به دو گروه را از میان اعضای فیسبوک و افراد متعلق به دو گروه دیگر را از میان افرادی انتخاب کردیم که عضو فیسبوک نبودند. این به ما اجازه می‌داد تا الگوی رفتاری کاربران و غیرکاربران فیسبوک را بهتر شناخته و در تحلیل‌ها به کار ببریم. به دلیل اینکه ۶۹/۱ درصد از پاسخگویان دانش‌آموز بودند، گروه‌های کانون از بین دانشجویان یا کارمندان ۲۵ تا ۳۵ ساله انتخاب شدند. سرانجام این‌که، گردآوری داده‌های گروه کانون از طریق مباحث جمعی در این گروه‌ها و ضبط و پیاده‌سازی و دسته‌بندی آنها صورت پذیرفت. محورهای مورد بحث در گروه‌های کانون به شرح زیر بودند:

- رابطه اعضای گروه‌ها با آشنایان قدیمی خود (سرمایه اجتماعی نگهدارنده)
- میزان صمیمیت با دوستان (سرمایه اجتماعی پیوندهار)
- تعداد و گستردگی دامنه دوستان (پیوندهای ضعیف)
- اعتماد به دیگران برای برقراری رابطه (شعاع اعتماد) (فوکویاما، ۱۹۹۷: ۱۲۶)
- کسب و نشر اطلاعات

شرح اجرای روش پیمایش

در اینجا نکته برجسته آن است که به سه شیوه متفاوت؛ یعنی آنلاین، آنلاین خوشه‌ای هدفمند و خوشه‌ای آنلاین، داده‌ها جمع‌آوری شدند که ویژگی‌های اجرایی

آنها در اینجا شرح داده می‌شود.

حجم نمونه در روش پیمایش

طبق آخرین نتایج سرشماری سال ۱۳۹۰^۱ تعداد کاربران اینترنت جوان تهرانی حدود ۱ میلیون و پانصد هزار نفر تخمین زده شد که با احتساب واریانس ۰/۴۱۵ و استفاده از فرمول شکل ۱ حجم نمونه به شیوه نمونه‌گیری موجی و وارونه تعیین شد (عبداللهیان، ۱۳۹۱).

شکل ۱- محاسبه حجم نمونه در جوامع آماری کلان

مقدار اشتباه قابل قبول که بر عهده محقق است تا از $E=$ میان یک تا ۵ درصد تعیین کند

$$Z=1.96$$

مقدار صفت متغیر کمی مورد مطالعه در هر فرد $\bar{Y}_i = i$

مقدار میانگین \bar{Y}_N

حجم نمونه $n=$

واریانس $S^2=$

شیوه محاسبه واریانس به شرح زیر است

$$S^2 = \frac{\sum_{i=1}^n (\bar{Y}_i - \bar{Y}_N)^2}{n-1}$$

شیوه محاسبه حجم نمونه براساس جاگذاری ارقام واریانس در فرمول زیر است:

$$n = \frac{z^2 \frac{s^2}{E^2}}{1 + \frac{1}{N} z^2 \frac{s^2}{E^2}}$$

بر این اساس، حجم نمونه معادل ۶۳۸ نفر تخمین زده شد، اما با توجه به اینکه ۴۳٪ از پاسخگویان در روش آنلاین و آنلاین خوشه‌ای هدفمند، به دلیل محل سکونت و یا سن در جامعه آماری قرار نمی‌گرفتند، از تکنیک افزایش حجم نمونه تا ۱۲۰۰ نمونه استفاده کردیم تا

¹ www.islamshar.gov.ir

قرار گرفت و دانش‌آموزان به شیوه تصادفی انتخاب شده و به شیوه آنلاین به پرسشنامه پاسخ دادند.

اما گزینش نمونه‌ها در روش آنلاین متفاوت و از نوع وارونه (عبداللهیان، ۱۳۹۱) و در دو مرحله انجام شد: در مرحله اول، با استفاده از نرم‌افزار سوپر ایمیل اسپایدر، تولید پرسشنامه در محیط گوگل درایو و ارسال پرسشنامه‌های الکترونیکی نمونه‌گیری انجام شد و پیمایش همزمان صورت گرفت. در مرحله دوم و بعد از ۱۱ ماه لینک پرسشنامه بر روی صفحه چند نفر از کاربران فعال فیسبوک، صفحه نیمه عمومی فیسبوک دخترانه و متولدان مرداد ماه قرار داده شد. بعد از انجام آزمون همبستگی بین شدت استفاده از فیسبوک و سه نوع سرمایه اجتماعی در بین کاربران فیسبوک و اطمینان از یکسان بودن نتایج با سه روش بالا، داده‌ها را با هم ادغام و در تحلیل‌ها از آنها استفاده کردیم.

تعریف عملیاتی متغیرها

تعریف عملیاتی متغیرهای اصلی براساس تعاریف نظری آنها و با استفاده از مقیاس الیسون (۲۰۰۷) انجام و از طیف لیکرت پنج گزینه‌ای برای سنجش متغیرها استفاده شده است.

سرمایه اجتماعی پیوند بخش

براساس تعریف سرمایه اجتماعی پیوند بخش ابعاد زیر را برای آن تعریف می‌کنیم: ۱- احساس تعلق و علاقه به دوستان که برای تداوم رابطه لازم است؛ ۲- تشریح مساعی و تلاش برای کسب تجربه‌های جدید؛ ۳- نشر و کسب اطلاعات. لازم است اشاره شود که این بعد را در گروه‌های متمرکز و با عنوان "سرمایه اجتماعی مجاری اطلاعاتی" (تاجبخش، ۱۳۸۹: ۶۱) ارزیابی می‌کنیم؛ ۴-

حجم نهایی نمونه با حذف مواردی که ذکر شد، نهایتاً به ۶۳۸ نفر تخمین زده، برسد.

از روش آفلاین خوشه‌ای نیز برای ارزیابی درستی روش آنلاین استفاده شد. برای چنین ارزیابی و با احتساب اینکه $\frac{2}{3}$ از کل پاسخگویان عضو فیسبوک نیستند، حجم نمونه را هم‌تراز روش آنلاین و مساوی با آن؛ یعنی ۱۲۰۰ نفر در نظر گرفتیم. در مجموع، حجم نمونه پس از حذف جواب‌های ناقص با احتساب نمونه‌های آفلاین و آنلاین در دو نوبت افزایش یافته، به ۲۴۳۷ نفر رسید. در مرحله اجرا، از این تعداد ۱۱۱۰ نفر در روش آنلاین و ۱۳۲۷ در روش آفلاین مورد پیمایش واقع شدند.

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

- برای گزینش نمونه‌ها در روش آفلاین به روش خوشه‌ای از مناطق ۱، ۲، ۳، ۵، ۶، ۷، ۱۰، ۸، ۱۱ و ۱۷ خوشه‌ها انتخاب و مورد پیمایش واقع شدند. برای اطمینان از پایایی مقیاس‌ها بعد از ۱۱ ماه از مناطق ۲، ۳، ۸ و ۱۱ نیز در دبیرستان‌های دخترانه و پسرانه، نمونه‌هایی به شیوه‌ای تصادفی انتخاب شدند.

- 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 از دبیرستان‌ها لینک پرسشنامه به ایمیل دانش‌آموزان ارسال شد. ۲- در بعضی دیگر لینک پرسشنامه بر روی وب سایت دبیرستان قرار گرفت. ۳- در بعضی دیگر از دبیرستان‌ها، لینک پرسشنامه بر روی تعدادی از رایانه‌های دبیرستان مربوطه

توانایی ایجاد روابط جدید.

روش فازی کردن داده‌های کمی

درجه عضویت پاسخگویان در مجموعه‌های فازی را با استفاده از تابع ذوزنقه‌ای در فاصله [۳ ۴ ۵ ۶] حساب کردیم. جدول ۱ نشان‌دهنده وضعیت عضویت در مجموعه فازی با توجه به درجه عضویت است.

جدول ۱- وضعیت عضویت با توجه به درجه عضویت

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

اگر امتیاز هر کدام از پاسخگویان مساوی یا بین ۴ و ۵ باشد، درجه عضویت او ۱ و اگر مساوی یا بین ۱ و ۲ باشد، درجه عضویتش صفر و اگر بین ۳ و ۴ باشد، درجه عضویتش بین صفر تا ۱ است.

اعتبار و روایی مقیاس‌ها

شایان ذکر است که برای ارزیابی اعتبار مقیاس‌ها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده کردیم (جدول ۲).

سرمایه اجتماعی پیوند مدار

براساس تعریف سرمایه اجتماعی پیوند مدار ابعاد زیر را برای آن تعریف کرده‌ایم: ۱- قرض دادن (میلر، ۱۳۸۰: ۴۲۷)؛ ۲- کمک در حل مشکلات؛ ۳- راهنمایی کردن و ۴- در میان گذاشتن رازها (میلر، ۱۳۸۰: ۴۴۳). شایان ذکر است که بعد چهارم را در مطالعه مربوط به گروه‌های کانون ارزیابی کرده‌ایم.

سرمایه اجتماعی نگهدارنده

براساس تعریف سرمایه اجتماعی نگهدارنده می‌توان ابعاد زیر را برای آن تعریف کرد: ۱- خبر داشتن از دوستان قدیمی؛ ۲- حفظ روابط با دوستان در صورت تغییر مکان؛ ۳- برقراری ارتباط مجدد با دوستان قدیمی؛ ۴- درخواست کمک و مشاوره.

شدت استفاده از فیسبوک

برای "سنجش شدت استفاده از فیسبوک" از دو بعد زیر استفاده کرده‌ایم: ۱- میانگین ساعتی که در روز در فیسبوک است. ۲- میزان علاقه و وابستگی کاربر به فیسبوک.

جدول ۲- ارزیابی اعتبار مقیاس‌ها

مقیاس	سرمایه اجتماعی پیوندبخش	سرمایه اجتماعی پیوندمدار	سرمایه اجتماعی نگهدارنده	رضایت از رابطه با دوستان	شدت استفاده از فیسبوک	عزت نفس	استفاده از فیسبوک برای ارتباط با دوستان در زندگی واقعی
تعداد گویه‌ها	۷	۴	۵	۲	۷	۷	۵
آلفای کرونباخ	۰/۷۲۴	۰/۷۵۵	۰/۷۳۰	۰/۷۴۳	۰/۸۰۳	۰/۷۶۵	۰/۸۳۲

پایایی داده با تکرار جمع‌آوری داده‌ها بعد از ۱۱ ماه و استفاده از تحلیل عاملی و چرخش پروماکس انجام شد به دست آوردن نتایج یکسان اثبات شد. روایی سازه با (جدول ۳).

جدول ۳- ارزیابی روایی مقیاس‌ها

مقیاس	آزمون KMO	آزمون 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
سرمایه اجتماعی نگهدارنده	۰/۷۸۷	۲۱۸۴/۰۰۶	۰/۰۰۰
رضایت از رابطه با دوستان	۰/۵۰۰	۱۰۴۷/۴۱۲	۰/۰۰۰
عزت نفس	۰/۸۴۲	۳۸۰۵/۳۳۴	۰/۰۰۰
استفاده از فیسبوک برای ارتباط با دوستان در زندگی واقعی	۰/۸۰۹	۱۸۴۰/۳۴۴	۰/۰۰۰

در بحث زیر به ارزیابی یافته‌هایی می‌پردازیم که از کاربرد نظریه ترکیبی سرمایه اجتماعی و روش ترکیبی بالا به دست آمده است.

در بحث زیر به ارزیابی یافته‌هایی می‌پردازیم که از کاربرد نظریه ترکیبی سرمایه اجتماعی و روش ترکیبی بالا به دست آمده است.

۶۹/۱ در صد از کل پاسخگویان، دانش‌آموز هستند (جدول ۵). این نکته طبیعی است چرا که داده‌های خود را از میان این میدان تحقیق و این گروه‌ها به دست آورده‌ایم.

یافته‌های تحقیق

متغیرهای جنسیت، سن و تحصیلات (فیروزآبادی، ناطق‌پور، ۱۳۸۴) بر سرمایه اجتماعی تأثیرگذار هستند. به همین دلیل لازم است ابتدا آمار توصیفی این متغیرها را ارائه کنیم:

جدول ۵- توزیع فراوانی تحصیلات

نوع عضویت تحصیلات	کل پاسخگویان فراوانی درصد
دانش آموز	۱۶۸۵ ۶۹/۱
دیپلم	۱۴۲ ۵/۸
لیسانس	۳۶۹ ۱۵/۱
فوق لیسانس	۱۸۷ ۷/۷
دکتری	۴۹ ۲
جمع	۲۴۳۲ ۹۹/۸
بی جواب	۵ ۰/۲
جمع کل	۲۴۳۷ ۱۰۰/۰

۱- تحلیل آمار توصیفی

۵۷/۳ در صد از کل پاسخگویان زن هستند (جدول ۴). به نظر ما این نکته نشان می‌دهد که فعالیت زنان در این حوزه بیش از مردان است.

جدول ۴- توزیع فراوانی جنسیت

نمونه‌ها جنسیت	کل پاسخگویان فراوانی درصد
زن	۱۳۹۶ ۵۷/۳
مرد	۱۰۳۶ ۴۲/۵
بی جواب	۵ ۰/۲
جمع	۲۴۳۷ ۱۰۰

۸۴ در صد از کل پاسخگویان در رده سنی ۱۶ تا ۳۵ قرار گرفته‌اند (جدول ۶). این نیز مطابق با هدفگذاری راهبرد تحقیق بوده است که در میان این گروه سنی

تحقیق کنیم.

فیسبوک تقریباً چهار برابر بیشتر از کسانی که عضو فیسبوک نیستند، از اینترنت استفاده می‌کنند. تفاوت میانگین استفاده از اینترنت می‌تواند باعث شکاف بین نسلی بین دو گروه کنترل و آزمایش از لحاظ دسترسی به اطلاعات شود. همچنین، باید اشاره شود که ۵۹/۵ درصد از کاربران فیسبوک، بیشترین استفاده از اینترنت را به منظور برقراری ارتباط با دیگران داشته‌اند. این در حالی است که ۳/۲۰ درصد از کسانی که عضو فیسبوک نیستند، بیشترین استفاده‌ای که از اینترنت می‌کنند، برای ارتباط با دیگران است، این ارقام خود بیانگر این است که روابط اجتماعی کاربران فیسبوک بیشتر از کسانی است که عضو فیسبوک نیستند (جدول ۷).

جدول ۶- توزیع فراوانی سن

نوع عضویت	کل پاسخگویان	فراوانی	درصد
کمتر و برابر با ۱۵	۲۷۲	۱۱/۲	
۱۶ تا ۳۵	۲۰۴۶	۸۴	
بالتر از ۳۵	۱۱۹	۴/۹	
جمع کل	۲۴۳۷	۱۰۰	

ارزیابی نتایج نشان می‌دهد میانگین زمانی که کاربران فیسبوک روزانه با اینترنت کار می‌کنند ۲ ساعت و کسانی که عضو فیسبوک نیستند، نیم‌ساعت است. کاربران

جدول ۷- مقایسه دو گروه کنترل و آزمایش از نظر زمان و نوع استفاده از اینترنت

گروه	زمان استفاده از اینترنت در روز (ساعت)	ایمیل و شبکه‌های مجازی	کارهای علمی و یا کار	دانلود فیلم یا بازهای اینترنتی	سایت‌های قرار ملاقات	بی‌جواب
عضو فیسبوک	۲	۵۹/۵	۲۶/۴	۱۳	۱/۱	-
غیر عضو فیسبوک	۰/۵	۲۰/۳	۴۴	۲۸/۱	۰/۹	۶/۷

است که از طریق فیسبوک با آنها آشنا شده‌اند. نتایج مشاهده مشارکتی و گروه‌های کانون در تأیید نتایج کمی نشان می‌دهد که کاربر فیسبوک آشنایان خود در زندگی واقعی و دوستان جدید در جهان مجازی را در صفحه فیسبوک خود جمع کرده، با آنها به تعامل و گفتگو می‌پردازد.

میانگین مدت عضویت کاربران در فیسبوک ۲/۳ سال و بیشترین زمانی که کاربران در هفته اخیر در فیسبوک بوده‌اند ۲۴۰ دقیقه و بیشتر آخر هفته زمان بیشتری را در صفحه فیسبوک خود هستند (جدول ۸). میانگین حلقه آشنایان کاربران فیسبوک ۱۹۰ نفر است و دامنه حلقه آشنایان کاربران در فیسبوک گسترده و شامل افراد فامیل، همکاران، همکلاسی‌ها، همسایگان و دوستان جدیدی

جدول ۸- میانگین تعداد حلقه آشنایان کاربر در فیسبوک و نوع رابطه آنها با کاربر

نوع رابطه	تعداد کل حلقه آشنایان کاربر در فیسبوک	تعداد افراد فامیل و همسایه در بین حلقه آشنایان فیسبوک کاربر	همکاران فعلی یا سابق (کارمندان) در بین حلقه آشنایان فیسبوک کاربر	همکلاسی یا هم دانشکده‌ای فعلی یا سابق در بین حلقه آشنایان فیسبوک کاربر	از طریق فیسبوک با آنها آشنا شده‌ام در بین حلقه آشنایان فیسبوک کاربر
میانگین	۱۹۰	۱۰۹	۸۰	۸۱	۱۳۲

۲- تحلیل استنباطی داده‌های: ارزیابی فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اول: میانگین سه نوع سرمایه اجتماعی و رضایت از رابطه با دوستان کاربران فیسبوک بیشتر از کسانی است که کاربر فیسبوک نیستند.

ابتدا با انجام آزمون یک نمونه‌ای سیمرنوف - کولموگوروف نرمال بودن توزیع متغیرها را ارزیابی کردیم و سپس آزمون t بین سه نوع سرمایه اجتماعی را

بر کل داده‌ها انجام دادیم. یافته‌ها نشان می‌دهند که میانگین سرمایه اجتماعی پیوند بخش، پیوند مدار، نگهدارنده و رضایت از رابطه با دوستان اعضای فیسبوک بیشتر از کسانی است که در فیسبوک عضو نیستند. این تفاوت تصادفی نبوده است و بدین معناست که کاربری در فیسبوک باعث افزایش سه نوع سرمایه اجتماعی کاربران فیسبوک می‌شود (جدول ۹).

جدول ۹- آزمون معناداری تفاوت میانگین سه نوع سرمایه اجتماعی و رضایت از رابطه با دوستان در دو گروه کنترل و آزمایش

میانگین فازی سرمایه اجتماعی در کل پاسخگویان		کل پاسخگویان		رضایت از رابطه با دوستان	
غیر عضو در فیسبوک	عضو در فیسبوک	سطح معنی داری	آزمون T	نوع سرمایه اجتماعی	
۳/۴۵۵	۳/۶۵۷	۰/۰۰۰	-۶/۳۶۹	پیوند مدار	
۳/۷۸۶	۳/۹۵۸	۰/۰۰۰	-۷/۵۹۴	پیوند بخش	
۳/۴۷۶	۳/۵۹۵	۰/۰۰۰	-۴/۵۵۴	نگهدارنده	
۴	۴/۱	۰/۰۰۱	-۳/۲۲۲		

دوستانشان در دنیای واقعی و فضای مجازی فیسبوک بیشتر از نوع روابط ضعیف است و کاربری در فیسبوک نوع روابط را تغییر نداده است، بلکه فقط مقدار سه نوع سرمایه اجتماعی کاربران فیسبوک را افزایش داده است.

مقایسه میانگین سه نوع سرمایه اجتماعی در دو گروه کنترل و آزمایش نشان می‌دهد که میانگین سرمایه اجتماعی پیوند بخش کسانی که عضو فیسبوک نیستند و همچنین، کاربران فیسبوک از سرمایه اجتماعی پیوند مدار آنها بیشتر است، که بدین معناست روابط جوانان با

ارزیابی فرضیه اول با تحلیل نتایج گروه‌های کانون

شاخص‌های سرمایه اجتماعی پیوند بخش، پیوندهای ضعیف و شعاع اعتماد است. نتایج گروه‌های کانون نشان می‌دهد که، دامنه دوستان اعضای فیسبوک بسیار وسیع و شامل تمام آشنایان او در مراحل مختلف زندگی و افراد جدید است. دامنه دوستان اعضا در میان افراد غیر عضو در فیسبوک، محدود به افرادی است که در زمان حاضر در دنیای واقعی با آنها رابطه چهره به چهره دارند. شعاع اعتماد اعضای فیسبوک برای دوستی بسیار بالاست و براحتی دعوت دوستی دیگران را در دنیای مجازی می‌پذیرند، در حالی که افرادی که عضو فیسبوک نبودند، بر حفظ حریم خصوصی و احتیاط در قبول دوستی دیگران تأکید داشتند. گردش و وسعت اطلاعات در بین اعضای فیسبوک بسیار سریع و گسترده است و کاربران با سر زدن به صفحات فیسبوک ناخواسته در جریان رخدادهای اجتماعی از طریق منابع غیررسمی قرار می‌گرفتند، در حالی که افرادی که عضو فیسبوک نبودند، براساس علاقه شخصی به موضوعی اخبار را دنبال می‌کردند. برای نمونه، در مورد چند رخداد که در رسانه‌های ملی بازتاب نداشت، چند پرسش از اعضای دو گروه پرسیدیم که نتایج نشان می‌دهد اعضای فیسبوک کاملاً در جریان بودند، در حالی که افرادی که عضو فیسبوک نبودند، اطلاعی نداشتند.

تفاوت بین دو گروه از نظر رابطه با دوستان قدیمی بسیار چشمگیر بود. افراد متأهل که عضو فیسبوک نبودند، بعد از ازدواج رابطه‌شان با دوستان بسیار صمیمی قطع یا محدود شده بود، در حالی که تمامی اعضای فیسبوک دوستان قدیمی خود را پیدا کرده و به حلقه

آشنایان خود دعوت کردند.

در مورد روابط صمیمی با دوستان، کاربران فیسبوک ترجیح می‌دادند که حرف‌های خصوصی را با دوستان صمیمی خارج از صفحه فیسبوک پیش ببرند و کسانی که عضو فیسبوک نبودند یک یا دو دوست صمیمی داشتند که مسائل خصوصی خود را با آنها مطرح می‌کردند. تفاوت چشمگیری از نظر صمیمت با دوستان در دو گروه عضو در فیسبوک و کسانی که عضو نبودند دیده نمی‌شد، اما از نظر روابط خانوادگی، بیشتر همسالان فامیل عضو حلقه آشنایان اعضای فیسبوک بودند. به همین دلیل حتی اگر روابط فامیلی در زندگی واقعی قطع می‌شد، این روابط بین فرزندان از طریق فیسبوک تداوم داشت و در روزهای خاصی برای هم پیام تبریک می‌فرستادند.

فرضیه دوم: شدت استفاده از فیسبوک و سرمایه اجتماعی پیوند بخش کاربران فیسبوک با هم رابطه همبستگی مثبت دارند. شایان ذکر است که کدهای جنسیت را به ۰ و ۱ تغییر دادیم. با انجام رگرسیون چند متغیره با روش استپ وایز همبستگی جزئی متغیرها را ارزیابی کردیم. یافته‌ها نشان می‌دهند که متغیر "عزت نفس" و "شدت استفاده از فیسبوک" و "تحصیلات" نقش پیشگویی کننده‌ای برای سرمایه اجتماعی پیوند بخش دارد که نشان می‌دهد از بین عوامل تأثیرگذار سن، جنسیت و تحصیلات (فیروز آبادی، ۱۳۸۹) بر سرمایه اجتماعی تحصیلات بر میزان سرمایه اجتماعی پیوند بخش (جدول ۱۰) و گسترش روابط و پیوندهای ضعیف مؤثر است.

جدول ۱۰- رگرسیون چند متغیره سرمایه اجتماعی پیوند بخش

مدل	ضرایب استاندارد نشده	B	ضرایب استاندارد شده		درجه اطمینان
			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	۰/۰۹۸	۰/۰۱۹	۵/۳۱۱	۰/۰۰۰
	تحصیلات	-۰/۳۷۵	۰/۱۰۲	-۰/۱۱۰	-۳/۷۷

متغیر وابسته: سرمایه اجتماعی پیوندبخش

نشان‌دهنده وجود همبستگی بین "شدت استفاده از فیسبوک" و "سرمایه اجتماعی پیوند بخش" است (جدول ۱۱).

همبستگی بین شدت استفاده از فیسبوک و سرمایه اجتماعی پیوند بخش را با کنترل متغیر "عزت نفس" و "تحصیلات" محاسبه کردیم. یافته‌های این آزمون

جدول ۱۱- آزمون همبستگی با کنترل عزت نفس و تحصیلات

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

مقدار ثابت ۰/۷۴۱۲ در خط رگرسیون شماره ۱ نشان می‌دهد که مقدار اولیه سرمایه اجتماعی پیوند بخش کاربران فیسبوک به مقدار قابل توجهی زیاد است که یکی از علل آن جامعه آماری تحقیق است که ۶۹/۱ درصد دانش‌آموز هستند و ۹ ماه از سال با همکلاسی‌های خود در مدارس به سر می‌برند. نتایج آزمون پیرسون (جدول

همچنین، با انجام رگرسیون فازی ضریب رگرسیون بین شدت استفاده از فیسبوک و سرمایه اجتماعی پیوند بخش را به دست آورده‌ایم که مساوی ۰/۱۴۲۳ است. معادله خط رگرسیون به شرح زیر است:
معادله خط ۱

$$Y = 0.1423X + 0.7412$$

شدت استفاده از فیسبوک = ۰/۱۴۲۳X + ۰/۷۴۱۲

همبستگی دارند. ارقام جدول ۱۲ نیز بیانگر معنی‌دار بودن همبستگی جزئی بین سرمایه اجتماعی پیوند مدار با متغیرهای عزت نفس و سن است که نشان می‌دهد از بین عوامل تأثیرگذار سن، جنسیت و تحصیلات (فیروز آبادی، ۱۳۸۹) بر سرمایه اجتماعی، سن بر میزان سرمایه اجتماعی پیوند مدار (جدول ۱۲) و تقویت روابط قوی مؤثر است.

(۱۱) و مقدار ضریب رگرسیون فازی ۰/۱۴۲۳ نشان می‌دهند که افزایش شدت استفاده از فیسبوک موجب افزایش مقدار سرمایه اجتماعی پیوند بخش می‌شود و کاربری در فیسبوک پیوندهای سست را تقویت و انتقال اطلاعات بین کاربران را تسهیل می‌کند.

فرضیه سوم: شدت استفاده از فیسبوک و سرمایه اجتماعی پیوند مدار کاربران فیسبوک با هم رابطه

جدول ۱۲- رگرسیون چند متغیره سرمایه اجتماعی پیوند مدار

مدل	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	
	B	اشتباه معیار	Beta	آزمون T درجه اطمینان
۱ (مبنای ثابت)	۸/۵۵۵	۰/۷۹۳	۱۰/۷۹۳	۰/۰۰۰
عزت نفس	۰/۱۹۹	۰/۰۲۳	۰/۲۶۹	۸/۷۶۶
شدت استفاده از فیسبوک	۰/۰۲۶	۰/۰۱۶	۰/۰۵۴	۱/۶۴۱
جنسیت	۰/۲۰۷	۰/۱۹۹	۰/۰۳۲	۱/۰۴۳
سن	-۰/۱۳۸	۰/۰۵۰	-۰/۰۹۸	-۲/۷۵۹

متغیر وابسته : سرمایه اجتماعی پیوند مدار

این آزمون نشان می‌دهد که بین سرمایه اجتماعی پیوند مدار و شدت استفاده از فیسبوک رابطه همبستگی وجود ندارد.

با کنترل متغیرهای "عزت نفس" و "سن"، همبستگی بین "سرمایه اجتماعی پیوند مدار" و "شدت استفاده از فیسبوک" را به آزمون گذاشتیم (جدول ۱۳). یافته‌های

جدول ۱۳- رابطه همبستگی با کنترل متغیرهای سن و عزت نفس

متغیرهای کنترل		سرمایه اجتماعی پیوند مدار	
شدت استفاده از فیسبوک	رابطه همبستگی	شدت استفاده از فیسبوک	رابطه همبستگی
۰/۰۲۵	رابطه همبستگی	۱/۰۰۰	۰/۰۲۵
۰/۴۳۴	درجه اطمینان دو دامنه	.	۰/۴۳۴
۹۹۱	درجه آزادی	۰	۹۹۱
۱/۰۰۰	رابطه همبستگی	۰/۰۲۵	۰/۰۲۵
.	درجه اطمینان دو دامنه	۰/۴۳۴	۰/۴۳۴
۰	درجه آزادی	۹۹۱	۹۹۱

انجام رگرسیون فازی ضریب رگرسیون بین شدت استفاده از فیسبوک و سرمایه اجتماعی پیوند مدار را به دست آورده‌ایم که مساوی ۰/۰۲۶۹ است. معادله خط رگرسیون به شرح زیر است:

معادله خط ۲

$$Y = 0.0269X + 0.6278$$

شدت استفاده از فیسبوک = ۰/۰۲۸ × پیوند مدار

مقدار ثابت ۰/۶۲۷۸ در خط رگرسیون ۲ نشان می‌دهد که مقدار اولیه سرمایه اجتماعی پیوند مدار کاربران فیسبوک نسبتاً بالاست، ولی کمتر از مقدار سرمایه اجتماعی پیوند بخش آنهاست و ضریب همبستگی ۰/۰۲۵ و ضریب رگرسیون فازی ۰/۰۲۶۹ نشان می‌دهد که افزایش شدت استفاده از فیسبوک موجب افزایش سرمایه اجتماعی پیوند مدار کاربران فیسبوک نمی‌شود که

بدین معناست که در روابط کاربران فیسبوک با حلقه آشنایانشان حق و تکلیف به وجود نمی‌آورد و کاربری در فیسبوک روابط قوی را تقویت نمی‌کند.

فرضیه چهارم: شدت استفاده از فیسبوک و سرمایه اجتماعی نگهدارنده کاربران فیسبوک با هم رابطه همبستگی مثبت دارند. ارقام جدول ۱۴ نیز بیانگر معنادار بودن همبستگی جزئی بین سرمایه اجتماعی نگهدارنده با متغیرهای "عزت نفس" و "سن" و شدت استفاده از فیسبوک است که نشان می‌دهد از بین عوامل تأثیرگذار سن، جنسیت و تحصیلات (فیروز آبادی، ۱۳۸۹) بر سرمایه اجتماعی مؤثر است. همچنین، متغیر سن بر میزان سرمایه اجتماعی نگهدارنده و حفظ روابط با دوستان قدیمی مؤثر است (جدول ۱۴).

جدول ۱۴- رگرسیون چند متغیره سرمایه اجتماعی نگهدارنده

مدل و متغیرها	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده		آزمون T	درجه اطمینان
	B	اشتباه معیار	Beta	شده		
مدل ۱ (مبنای ثابت)	۹/۴۸۸	۰/۸۲۳			۱۱/۵۳۵	۰/۰۰۰
جنسیت	-۰/۱۹۳	۰/۲۰۶	-۰/۰۲۸		-۰/۹۳۷	۰/۳۴۹
سن	-۰/۱۸۱	۰/۰۵۲	-۰/۱۲۲		-۳/۵۰۰	۰/۰۰۰
عزت نفس	۰/۲۲۴	۰/۰۲۴	۰/۲۸۶		۹/۴۹۶	۰/۰۰۰
شدت استفاده از فیسبوک	۰/۰۹۴	۰/۰۱۶	۰/۱۸۶		۵/۷۶۴	۰/۰۰۰

متغیر وابسته: سرمایه اجتماعی نگهدارنده

این آزمون نشان می‌دهد که بین سرمایه اجتماعی نگهدارنده و شدت استفاده از فیسبوک رابطه همبستگی وجود دارد.

با کنترل متغیرهای "عزت نفس" و "سن"، همبستگی بین "سرمایه اجتماعی نگهدارنده" و "شدت استفاده از فیسبوک" را به آزمون گذاشتیم (جدول ۱۵)، یافته‌های

جدول ۱۵- رابطه همبستگی با کنترل متغیرهای عزت نفس و سن

متغیرهای کنترل		سرمایه اجتماعی نگهدارنده	شدت استفاده از فیسبوک
عزت نفس و سن	سرمایه اجتماعی نگهدارنده	۱/۰۰۰	۰/۱۶۱
	رابطه همبستگی درجه اطمینان دو دامنه	.	۰/۰۰۰
شدت استفاده از فیسبوک	درجه آزادی	۰	۹۹۱
	رابطه همبستگی درجه اطمینان دو دامنه	۰/۱۶۱	۱/۰۰۰
	درجه آزادی	۰/۰۰۰	.
		۹۹۱	۰

با انجام رگرسیون فازی ضریب رگرسیون بین شدت استفاده از فیسبوک و سرمایه اجتماعی نگهدارنده را به دست آورده‌ایم که مساوی ۰/۱۳۱۲ است. معادله خط رگرسیون به شرح زیر است:

معادله خط ۳

$$Y = 0.5419 + \text{شدت استفاده از فیسبوک} \times 1329X = \text{نگهدارنده}$$

مقدار ثابت ۰/۵۴۱۹ در خط رگرسیون فازی شماره ۳ نشان می‌دهد که مقدار اولیه سرمایه اجتماعی نگهدارنده از سرمایه اجتماعی پیوند بخش و پیوند مدار کمتر است و این نشان می‌دهد که تغییر مدرسه یا محل زندگی جوانان باعث قطع یا ضعیف شدن رابطه آنها با دوستان قدیمی‌شان شده است. ضریب همبستگی ۰/۱۶۱ و

ضریب رگرسیون فازی ۰/۱۳۲۱ نشان می‌دهد که کاربری در فیسبوک به حفظ و یا برقراری مجدد روابط با دوستان قدیمی کاربران کمک می‌کند.

فرضیه پنجم: شدت استفاده از فیسبوک و رضایت از رابطه با دوستان کاربران فیسبوک با هم رابطه همبستگی مثبت دارند. ارقام جدول ۱۶ نیز نشان دهنده معنادار بودن همبستگی جزئی بین رضایت از رابطه با دوستان با متغیرهای "عزت نفس" و "جنسیت" و "شدت استفاده از فیسبوک" است که نشان می‌دهد، جنسیت در رضایت از رابطه با دوستان مؤثر است و زنان از رابطه با دوستان خود راضی تر هستند.

جدول ۱۶- رگرسیون چند متغیره رضایت از رابطه با دوستان

مدل و متغیرها	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	
	B	اشتباه معیار	Beta	آزمون T
(مبنای ثابت)	۶/۵۳۶	۰/۳۹۳		۱۶/۶۴۱
جنسیت	-۰/۲۷۵	۰/۰۹۹	-۰/۰۸۸	-۲/۷۵
سن	-۰/۰۱۵	۰/۰۲۵	-۰/۰۲۲	-۰/۶۰۷
عزت نفس	۰/۰۶۲	۰/۰۱۱	۰/۱۷۱	۵/۴۷۷
شدت استفاده از فیسبوک	۰/۰۲۳	۰/۰۰۸	۰/۰۹۷	۲/۹۱۶
متغیر وابسته: رضایت از رابطه با دوستان				

۱۷). یافته‌های این آزمون نشان داد که بین رضایت از رابطه با دوستان و شدت استفاده از فیسبوک رابطه همبستگی وجود دارد.

با کنترل متغیرهای "جنسیت" و "عزت نفس" همبستگی بین "رضایت از رابطه با دوستان" و "شدت استفاده از فیسبوک" را مجدداً به آزمون گذاشتیم (جدول

جدول ۱۷- رابطه همبستگی با کنترل متغیرهای جنسیت و عزت نفس

رضایت از رابطه با دوستان		متغیرهای کنترل	
فیسبوک	شدت استفاده از		
۰/۱۰۶	۱/۰۰۰	رابطه همبستگی	رضایت از رابطه
۰/۰۰۱	.	درجه اطمینان دو دامنه	با دوستان
۹۸۶	۰	درجه آزادی	جنسیت و عزت نفس
۱/۰۰۰	۰/۱۰۶	رابطه همبستگی	شدت استفاده از فیسبوک
.	۰/۰۰۱	درجه اطمینان دو دامنه	
۰	۹۸۶	درجه آزادی	

نتایج آزمون پیرسون (جدول ۱۷) نشان می‌دهد که با افزایش شدت استفاده از فیسبوک رضایت از رابطه با دوستان به مقدار کمی افزایش می‌یابد.

فرضیه ششم: کسانی که دارای عزت نفس پایین هستند، بیشتر از کسانی که عزت نفس بالایی دارند، از فیسبوک برای گسترش روابطشان استفاده می‌کنند.

با استفاده از روش آماری رگرسیون چند متغیره، ضریب رگرسیون بین شدت استفاده از فیسبوک و سرمایه اجتماعی پیوند بخش کاربران فیسبوک که عزت نفس پایین دارند را به دست آورده‌ایم (جدول ۱۸).

با انجام رگرسیون فازی ضریب رگرسیون بین شدت استفاده از فیسبوک و "رضایت از رابطه با دوستان" را به دست آورده‌ایم که مساوی ۰/۰۸۴۸ است. معادله خط رگرسیون به شرح زیر است:

معادله خط ۴

$$+ \text{ شدت استفاده از فیسبوک} = 0.0757X + \text{رضایت از روابط با دوستان} Y$$

مقدار ثابت ۰/۷۹۷۵ در خط رگرسیون فازی شماره ۴ نشان می‌دهد که مقدار اولیه رضایت از دوستان در بین کاربران بسیار زیاد است که یکی از دلایل می‌تواند جامعه آماری تحقیق باشد که ۶۹/۱ درصد آن دانش‌آموز هستند.

جدول ۱۸- رگرسیون بین شدت استفاده از فیسبوک و سرمایه اجتماعی پیوندبخش کاربران فیسبوک (کسانی که عزت نفس پایینی دارند).

مدل	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	
	B	اشتباه معیار	Beta	آزمون T
۱ (مبنای ثابت)	۲۱/۲۲۰	۲/۲۱۳	۹/۵۸۸	۰/۰۰۰
شدت استفاده از فیسبوک	۰/۱۹۷	۰/۰۹۳	۰/۲۲۰	۲/۱۲۶

متغیر وابسته: سرمایه اجتماعی پیوند بخش کاربران فیسبوکی که عزت نفس پایین دارند

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که میانگین سرمایه اجتماعی پیوند بخش آن دسته از کاربران فیسبوک که عزت نفس بالایی دارند معادل ۲۷/۹ بوده و این میانگین در میان کاربرانی که عزت نفس پایین دارند، ۲۵/۷ است. معادله خط رگرسیون فازی بین شدت استفاده از فیسبوک و سرمایه اجتماعی پیوند بخش کاربران فیسبوکی که اعتماد به نفس پایین دارند را به دست آوردیم و ضریب رگرسیون ۰/۲۳۵۲ است.

معادله خط ۵

$$Y = 0.2644X + 0.5203$$

شدت استفاده از فیسبوک = سرمایه اجتماعی پیوند بخش

با استفاده از روش آماری رگرسیون چند متغیره، ضریب رگرسیون بین شدت استفاده از فیسبوک و سرمایه اجتماعی پیوند بخش کاربران فیسبوکی که عزت نفس بالایی دارند را به دست آورده‌ایم (جدول ۱۹).

جدول ۱۹- رگرسیون بین شدت استفاده از فیسبوک و سرمایه اجتماعی پیوند بخش کاربران فیسبوک (کسانی که عزت نفس بالایی دارند).

مدل	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب استاندارد شده	
	B	اشتباه معیار	Beta	آزمون T
۱ (مینای ثابت)	۲۵/۶۲۳	۰/۴۵۸		۵۵/۹۴۹
شدت استفاده از فیسبوک	۰/۱۰۰	۰/۰۱۹	۰/۱۷۲	۵/۲۵۰

متغیر وابسته: سرمایه اجتماعی پیوند بخش کاربران فیسبوکی که عزت نفس بالایی دارند

خط رگرسیون فازی بین شدت استفاده از فیسبوک و سرمایه اجتماعی پیوند بخش کاربران فیسبوکی که عزت نفس بالایی دارند را به دست آوردیم. ضریب رگرسیون ۰/۱۲۹۹ است (معادله خط ۶).

معادله خط ۶

$$Y = 0.1005x + 0.7651$$

مقایسه مقدار ثابت مساوی با ۰/۵۲۰ در خط رگرسیون فازی شماره ۵ با مقدار ثابت مساوی با ۰/۷۶۵۱ در معادله خط ۶ نشان می‌دهد کسانی که عزت نفس پایینی دارند، میانگین سرمایه اجتماعی پیوند بخش آنها به مقدار قابل ملاحظه‌ای کمتر از کسانی است که عزت نفس بالایی دارند، که بدین معنی است که افراد با عزت نفس پایین در برقراری روابط با دیگران ضعیف هستند. این نتایج تأییدی بر تأثیر متغیر عزت نفس در گسترش روابط

اجتماعی شخص است. مقایسه ضریب همبستگی ۰/۲۲ و ضریب رگرسیون فازی ۰/۲۳۵۲ در جدول ۱۸ و معادله خط ۵ (کسانی که عزت نفس پایینی دارند) با ضریب همبستگی ۰/۱۷۲ و ضریب فازی ۰/۱۲۹۹ در جدول ۱۹ و معادله خط ۶ (کسانی که عزت نفس بالایی دارند) نشان می‌دهد کسانی که عزت نفس پایین دارند، به علت عدم حضور فیزیکی، در فضای مجازی از فیسبوک بیشتر از دیگران برای گسترش روابط خود استفاده می‌کنند.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج داده‌های کمی (جدول ۸) و گروه‌های کانون نشان می‌دهد که دامنه روابط کاربران در فیسبوک بسیار گسترده است و شبکه‌های اجتماعی مجازی به کاربر این امکان را داده است که بر مشکلاتی که زمان و مکان در دنیای

واقعی برای تداوم روابط او با دوستانش به وجود آورده است، غلبه کند، آشنایان قدیمی خود را پیدا و به حلقه آشنایان خود دعوت کند و با افرادی جدیدی (جدول ۸، یافته‌های گروه‌های کانون) آشنا شود. نتایج مشاهده مشارکتی (عبداللهیان، شیخ انصاری، ۱۳۹۱) نشان می‌دهد که فیسبوک با خود لغات جدیدی را وارد واژگان نسل جوان کاربر فیسبوک کرده است، مانند کامنت، پست، تگ کردن، پک کردن که هر کدام بار معنایی برای کاربران فیسبوک دارد. همچنین، مفاهیمی که در دنیای واقعی به کار می‌روند به گونه‌ای دیگر در فضای مجازی فیسبوک باز تعریف می‌شوند، برای نمونه، تعداد زیاد دوستان در فیسبوک برای کاربر اعتبار به همراه می‌آورد. دسترسی به اطلاعات و گستردگی ارتباطات یک شکاف بین نسلی در جوانان ایجاد کرده است، میزان اطلاعات اعضای فیسبوک از رخدادهای اجتماعی، سیاسی و روزمره به شکل چشمگیری با اعضای غیرعضو در فیسبوک متفاوت بود (نتایج گروه‌های کانون)، تفاوت میانگین ساعت کار کردن با اینترنت بین دو گروه کنترل و آزمایش به چهار برابر می‌رسد (جدول ۷) که می‌تواند شاخص خوبی برای مقایسه دو گروه از نظر استفاده از فناوری‌های جدید باشد. نکته قابل توجه دیگر، تفاوت شعاع اعتماد به دیگران برای دوستی است که در بین اعضای گروه کنترل در حداقل خود بود و در برقراری روابط با دیگران بسیار محتاط بودند و می‌گفتند "زمانی را که می‌خواهند با غریبه‌ها بگذرانند، می‌توانند با خانواده خود باشند". این افراد با افرادی که از نظر پایبندی به اعتقادات مذهبی شبیه به آنها نبودند، رابطه دوستی برقرار نمی‌کردند یا روابط با دوستان را "مختص به دوران قبل از ازدواج" می‌دانستند، اما اعضای فیسبوک در گروه کانون به راحتی با دیگران دوست می‌شدند. در فیسبوک توانایی فرد برای

برقراری ارتباط باعث تفاوت در دامنه و گستردگی حلقه آشنایان می‌شود، در گروه‌های کانون کاربران فیسبوکی که در ایجاد ارتباط با دیگران قوی بودند حلقه آشنایانشان بیش از ۴۰۰ نفر بود و افرادی که در ایجاد ارتباط با دیگران ضعیف بودند حلقه آشنایانشان محدود و کمتر از ۵۰ نفر بود (تحلیل گروه‌های کانون). پر مشغله بودن یا نبودن کاربر در زندگی واقعی بر مدت زمانی که در فیسبوک یا دنیای مجازی است، تأثیر دارد. نتایج گروه‌های کانون نشان می‌دهد، معمولاً افرادی که وقتشان پر بود، به صفحه فیسبوک سر می‌زدند تا ببینند چه خبر است و یا عکس یا اظهارنظر بر صفحه خود بگذارند، اما افرادی که مشغله نداشتند، وقت زیادی را برای گشتن در فیسبوک و دیدن عکس‌ها می‌گذراندند. فیسبوک در بین فامیل کارکردی دوگانه دارد؛ چرا که از یک طرف روابط را در حداقل حفظ کرده است و از طرف دیگر تبدیل به وسیله‌ای برای رصد یکدیگر شده، بدون اینکه این افراد در دنیای واقعی با هم ارتباطی داشته باشند. براساس تحلیل نتایج گروه‌های کانون و تحلیل همبستگی نتیجه می‌گیریم که فیسبوک امکاناتی در اختیار کاربران قرار داده است تا بتوانند ورای محدودیت‌هایی که زمان و مکان، ویژگی‌های فردی و موقعیت اجتماعی برای ارتباط برقرار کردن با دیگران برای آنها ایجاد کرده است، روابط خود را گسترش دهند. برای نمونه، می‌توان به افرادی اشاره کرد که عزت نفس پایینی دارند، یا به دلایلی روابطشان در دنیای واقعی به حداقل رسیده است (ازدواج نکردن، اتمام درس، کار نداشتن) و یا دوستان قدیمی که همدیگر را در گذر زمان گم کرده‌اند، یا افرادی که متأهل هستند و ادامه رابطه با دوستان در دنیای واقعی برایشان مشکل است (جدول ۱۸ و ۲۱، تحلیل نتایج کانون). در چنین شرایطی یک ابزار جدید اجتماعی

شدن را به این دسته از کاربران معرفی کرده است. نتایج آزمون همبستگی و فازی نشان داد که روابط جوانان با دوستان از نوع ضعیف است و کاربری در فیسبوک باعث می‌شود که دامنه این روابط گسترده‌تر شود و در نتیجه میزان سرمایه اجتماعی پیوند بخش آنها افزایش یابد ارقام جدول ۲۰ نشان می‌دهد که ۸۱/۴ درصد از کاربران فیسبوک دارای سرمایه اجتماعی پیوند بخش بالایی هستند (جدول‌های ۲۰ و ۲۱). همچنین ۶۰/۱ درصد از کاربران فیسبوک دارای سرمایه اجتماعی نگهدارنده بالایی هستند و با افزایش شدت استفاده از فیسبوک، سرمایه اجتماعی نگهدارنده آنها افزایش می‌یابد. این امر نشان می‌دهد که کاربری در فیسبوک باعث می‌شود تغییر مکان و جابه جایی کمتر باعث افول سرمایه اجتماعی در جامعه شود. نتایج تحلیل همبستگی نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی پیوند مدار با شدت استفاده از فیسبوک رابطه همبستگی ندارد، اما میانگین این سرمایه در گروه آزمایش بیشتر از گروه کنترل است. برای پیدا کردن علت تفاوت میانگین در دو گروه کنترل و آزمایش، بین تمامی گویه‌های سرمایه اجتماعی پیوند

مدار با شدت استفاده از فیسبوک جداگانه آزمون همبستگی گرفتیم. گویه " در بین دوستانم اشخاصی هستند که می‌توانند مرا در تصمیمات مهم راهنمایی کنند" با ضریب همبستگی ۰/۰۸۹ و درجه اطمینان ۰/۰۰۵ با شدت استفاده از فیسبوک رابطه همبستگی داشت، درحالی‌که ضریب همبستگی گویه مربوط به "کمک مالی خواستن از دوستان" منفی و مساوی ۰/۰۰۶- بود. با انجام همین کار برای گویه‌های سرمایه اجتماعی نگهدارنده دو گویه مربوط به «باخبر شدن از یا رابطه برقرارکردن با دوستان قدیمی» بالاترین ضریب همبستگی و گویه مربوط به اینکه از "دوستان قدیمی‌ام می‌توانم بخواهم برای من یک کار کوچک انجام دهند" کمترین ضریب همبستگی را داشت، بنابر این، نتیجه می‌گیریم، در روابط اجتماعی کاربر فیسبوک با حلقه آشنایانش در فیسبوک اطلاعات، مشاوره و راهنمایی رد و بدل می‌شود و حق و تکلیف مبادله نمی‌شود و فیسبوک پیوندهای ضعیف را تقویت می‌کند (نتایج گروه‌های کانون، جدول‌های ۱۱ و ۲۰).

جدول ۲۰- فراوانی اعضای فیسبوک با توجه به درجه عضویت در مجموعه‌های فازی با مقادیر بالا

میانگین فازی	بیشتر درون مجموعه و عضویت کامل	فراوانی‌ها با توجه به نوع عضویت
۰/۷۷۹۹	۸۱/۴	سرمایه اجتماعی پیوندبخش
۰/۶۳۷۱	۵۸/۵	سرمایه اجتماعی پیوندمدار
۰/۵۸۵۷	۶۰/۱	سرمایه اجتماعی نگهدارنده

اجتماعی پیوندبخش افرادی که عزت نفس پایینی دارند (در جدول ۲۱) است؛ چرا که مقدار آن بزرگتر از بقیه شیبهاست^۱.

ما معتقدیم فیسبوک آنجا امکاناتی را در اختیار کاربر می‌گذارد که در دنیای واقعی در دسترس او نیست، تأثیرش بر روابط و به تبع سرمایه اجتماعی کاربر بیشتر است. شاهد این ادعا نتایج گروه‌های کانون و مقدار شیب خط رگرسیون سرمایه اجتماعی نگهدارنده و سرمایه

^۱ شیب خط میزان تأثیرپذیری متغیر وابسته از متغیر مستقل را می‌رساند

جدول ۲۱- ضریب و شیب خط رگرسیون فازی و ضریب همبستگی متغیرهای زیر با شدت استفاده از فیسبوک

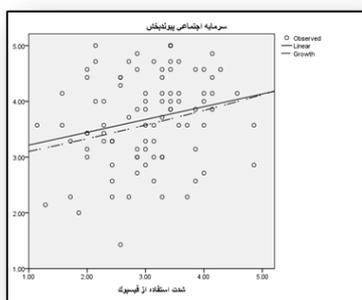
متغیر وابسته	متغیر مستقل	شیب خط رگرسیون
سرمایه اجتماعی پیوندبخش	شدت استفاده از فیسبوک	۰/۱۱۷۴
سرمایه اجتماعی پیوندمدار	شدت استفاده از فیسبوک	۰/۰۲۸۰
سرمایه اجتماعی نگهدارنده	شدت استفاده از فیسبوک	۰/۱۳۲۹
رضایت از رابطه با دوستان	شدت استفاده از فیسبوک	۰/۰۷۵۷
عزت نفس بالا دارند	شدت استفاده از فیسبوک	۰/۱۰۰۵
عزت نفس پایین دارند	شدت استفاده از فیسبوک	۰/۲۶۴۴

افراد جوان با سرمایه اجتماعی بیشتر، درگیر رفتارهایی مانند موفقیت‌های آکادمیک می‌شوند که به سلامت بیشتر و رشد احساسات آنها منجر می‌شود (استفیلد، ۲۰۰۸). نتایج این تحقیق نیز در همین راستا نشان می‌دهد. کاربران فیسبوکی که عزت نفس پایین دارند، از فیسبوک بیشتر برای گسترش روابطشان استفاده می‌کنند. کاربران فیسبوک رضایت بیشتری از رابطه با دوستانشان دارند و از بودن با دوستان خود بیشتر لذت می‌برند (نمودارهای ۱ و ۲، جدول‌های ۱۷ و ۲۱). تأثیر برقراری روابط مجدد با دوستان قدیمی، حفظ پیوندهای حداقلی خانوادگی و روابط بین دوستان در صورت تغییر مکان بر سلامت روانی، موضوعاتی است که باید درباره آنها مطالعه شود.

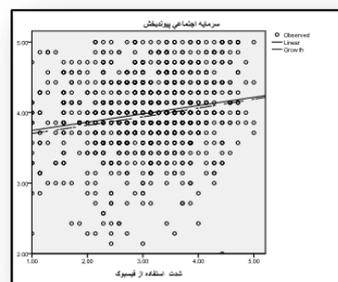
فیسبوک امکاناتی را برای برقراری مجدد با دوستان قدیمی در اختیار کاربر می‌گذارد که در دنیای واقعی وجود ندارد. همچنین افرادی که عزت نفس پایینی دارند، به دلیل نبودن حضور فیزیکی در دنیای مجازی بهتر می‌توانند روابطشان را گسترش دهند.

سلامت روانی

دورکیم اولین جامعه‌شناسی بود که به رابطه بین سلامت روانی و روابط اجتماعی اشاره کرد و نشان داد جوامع با انسجام اجتماعی پایین‌تر میزان خودکشی بیشتری دارند. "سولیوان" مطرح می‌کند که سرمایه اجتماعی به رشد مؤلفه‌های روانی فرد کمک می‌کند. "موروو" می‌گوید



نمودار ۲- خط رگرسیون بین شدت استفاده از فیسبوک و سرمایه اجتماعی افرادی که عزت نفس بالایی دارند



نمودار ۱- خط رگرسیون بین شدت استفاده از فیسبوک و سرمایه اجتماعی پیوند بخش افرادی که عزت نفس پایینی دارند

سرمایه اجتماعی مجاری اطلاعاتی

فیسبوک به یک کانال انتقال اخبار رویدادهای اجتماعی، هنری، ورزشی و سیاسی و خانواده تبدیل شده است. گذاشتن عکس‌های خانوادگی (تولد، عروسی و مسافرت‌ها) در فیسبوک یک کار روتین است، از طرف دیگر، هر کاربر با توجه به علائقش اخباری بر صفحه فیسبوک خودش می‌گذارد که معمولاً از کانال‌های غیر از منابع خبری رسمی به دست آمده‌اند و مهمتر از اخبار، تعاملاتی است که بین کاربران در ارتباط با رخداد‌های اجتماعی در صفحات فیسبوک انجام می‌شود. همچنین، بعضی از کاربران از فیسبوک برای تبلیغ کارشان، پیدا کردن مشتری و شریک استفاده می‌کنند، ولی براساس نتایج گروه‌های کانون و مشاهده مشارکتی (عبداللهیان، شیخ انصاری، ۱۳۹۱) کاربران از فیسبوک برای پیشبرد کارهای درسی خود استفاده نمی‌کنند.

منابع

تاجبخش، کیان. (۱۳۸۹). *سرمایه اجتماعی: اعتماد، دموکراسی و توسعه*، مترجمان: افشین خاکباز، 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، ناطق‌پور، محمدجواد. (۱۳۸۴). «سرمایه اجتماعی و عوامل مؤثر بر شکل‌گیری آن

در شهر تهران»، *جامعه‌شناسی ایران*، دوره ششم، ش ۴، صص ۵۹-۹۱.

فیلد، جان. (۱۳۸۸). *سرمایه اجتماعی*، مترجمان: غلامرضا غفاری، 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 نائی، تهران: نشر نی

Babbie, Earl. (2007) *The Practice of Social Research*, Belmont: Wadsworth.

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), article <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.htm>

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

Steinfeld, 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.