

بررسی سطح سرمایه اجتماعی در میان کاربران جوان شبکه های اجتماعی مجازی مورد مطالعه دانشجویان واحد تهران غرب

مریم غلامرضا بروجردی^۱، دکتر سروش فتحی^۲

چکیده:

با توجه به پیشرفت چشمگیر تکنولوژی و متناسب با دگرگونی شکل حوزه خصوصی تعامل و تقابل انسانها با یک دیگر اشکال دیگری به خود گرفته بطوریکه که حضور فیزیکی افراد حذف و به حضوری مجازی تبدیل شده است. با توجه به کنشهای متعامل در جهت پاسخگویی به نیازهای بشری و عدم امکان حذف آن، شکل دیگری از زندگی اجتماعی را رقم زده است، بدین مفهوم که فعالیتهای انسانی از فضای واقعی به فضای مجازی مهاجرت کرده است. در این میان مفاهیم علوم اجتماعی نیز بار معنایی خود را به شکل دیگری با گذر زمان نمود پر رنگتری پیدا کرده اند، بطوریکه مفهوم سرمایه اجتماعی با ابعاد مشارکت، اعتماد، و همبستگی میان اعضای یک گروه و یا چند گروه که در حال تبادل اطلاعات در فضای دیگری هستند، نظام ساختارمند و هدفمندی را شکل می دهند تا به سوی دستیابی به هدف ارزشمند زندگی اجتماعی رهنمون شوند. بنابراین هدف از تحقیق حاضر بررسی سطح سرمایه اجتماعی در بین کاربران جوان شبکه های اجتماعی مجازی می باشد که با روش پیمایشی انجام شده و ابزار گرد اوری اطلاعات پرسشنامه می باشد و از شیوه نمونه گیری تصادفی به جمع اوری داده ها از تعداد ۴۰۰ نفر نمونه (که براساس فرمول کوکران تعیین گردیده است) پرداخته است.

یافته ها نشان داد سطح اعتماد، مشارکت و همبستگی اجتماعی کاربران در فضای مجازی در حد بالایی است و در نتیجه سطح سرمایه اجتماعی کاربران از متوسط به بالاست. در نتیجه این واقعیت را باید پذیرفت که بسیاری از تعاملات اجتماعی و اقتصادی و سیاسی در فضای مجازی مورد اقبال کاربران می باشد که می تواند تاثیر چشمگیری در زندگی افراد داشته باشد. بطوریکه قطع این ارتباط می تواند شریان زندگی افراد را در زمینه های مختلف مختل کند

واژگان کلیدی: فضای مجازی، اعتماد، همبستگی، مشارکت اجتماعی، سرمایه

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد جامعه شناسی، دانشکده علوم انسانی، واحد الکترونیک، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

^۲ دانشیار گروه جامعه شناسی، دانشکده علوم انسانی، واحد گرمسار، دانشگاه آزاد اسلامی، ایران (نویسنده مسئول) fathi.soroush@gmail.com

مقدمه

امروزه سرمایه اجتماعی، نقشی بسیار مهمتر از سرمایه فیزیکی و انسانی در سازمانها و جوامع ایفاء می‌کند و شبکه‌های روابط جمعی و انسجام بخش میان انسانها با یکدیگر و با سازمانها می‌باشد. درغیاب سرمایه اجتماعی، اثر سایر سرمایه‌ها نیز کم رنگ می‌شود و بدون سرمایه اجتماعی، طی راههای پیشرفت و تکامل فرهنگی و اقتصادی، ناهموار و دشوار می‌شوند. در دیدگاههای سنتی مدیریت توسعه، سرمایه‌های اقتصادی، فیزیکی و نیروی انسانی مهمترین نقش را ایفاء می‌کردند. اما در عصر حاضر برای توسعه، بیشتر از نیاز به آنها به سرمایه اجتماعی نیازمندیم، زیرا بدون این سرمایه استفاده از دیگر سرمایه‌ها به طور بهینه انجام نخواهد شد. یکی از اساسی‌ترین مسائلی که جوامع امروزی با آن مواجهند، مسئله انسجام اجتماعی است و سرمایه اجتماعی یکی از عناصر کلیدی مؤثر در ایجاد انسجام تلقی می‌شود. لذا سرمایه اجتماعی هم از این جهت که نقش مؤثری در مشارکت افراد در حوزه‌های مختلف ایفاء می‌کند و هم از آن جهت که می‌تواند کاستی‌های منابع اقتصادی را تا حدی بپوشاند و بستر مناسبی را برای بهره‌وری از سرمایه انسانی و فیزیکی فراهم آورد، عامل مهمی در رسیدن جوامع به توسعه قلمداد می‌شود.

همچنین سرمایه اجتماعی، موجب می‌شود که افراد یک جامعه به هم اعتماد کنند و با تشکیل گروهها و مجامع داوطلبانه به مشارکت با یکدیگر پردازند. لذا باید زمینه‌هایی را که شبکه ارتباطی بین مردم را گسترده می‌سازد، ایجاد و افزایش داد تا بدین ترتیب بده و بستانهای عاطفی میان فرد و سایر اعضای جامعه صورت گیرد و با تشکیل گروهها و تشکلهای جدید با هم همکاری نمایند، تا از این طریق، روحیه همبستگی اجتماعی و اعتماد افراد به یکدیگر در جامعه افزایش یابد. چیزی که جامعه ما امروزه با توجه به تغییراتی (همچون افزایش جمعیت، دگرگونی زندگی در شهرهای بزرگ، تحولات اقتصادی، سیاسی و اجتماعی و ...) که در دهه اخیر بوجود آمده، بدان نیازمند است. این عامل می‌تواند فضاها و اجتماعات مجازی باشد که برای برنامه ریزی در این عرصه مهم و عمومی نیازمند شناخت علمی و آگاهانه آن در زمینه های مختلف احساس می‌شود.

فضای مجازی نیز مفهوم جدیدی است، که امروزه به همان سادگی مفهوم اجتماعات واقعی به کار می‌رود. مفهوم اجتماعات مجازی، ابتدا در سال ۱۹۹۳ توسط رینگولد، به عنوان گروه اجتماعی موجود در محیط اینترنت که مردم از طریق آن با یکدیگر گفتگو می‌کنند؛ بیان شد. مردم در اینترنت اطلاعات می‌دهند و از دیگران اطلاعات دریافت می‌کنند. مردم در اینترنت گردهم می‌آیند تا آنچه را که اجتماعات مجازی است؛ شکل دهند. به عبارت دیگر هزاران گروه اینترنتی برای بحث در مورد علایق مشترک، در زمینه کار و تجارب و سیاست و غیره شکل گرفته است. اجتماعات مجازی نتیجه انقلاب تکنولوژیهای اطلاعاتی، بخصوص اینترنت است. اما هنوز مطالعاتی که عوامل مؤثر بر تعهد، اعتماد، نوع تعامل، مشارکت و ... اعضا در فضای مجازی را تحلیل کند، بسیار اندک است. هدف آن است که در این تحقیق به این موضوع پرداخته شود لذا با توجه به گستردگی کاربران شبکه های مجازی که امکان بررسی تمامی آنها در این تحقیق میسر نمیباشد و نظر به اینکه قشر جوان اصلی ترین کاربران این شبکه ها میباشند

همچنین با گسترش روز افزون اینترنت و توسعه ی همه جانبه امکانات آن، امروزه ما در دنیایی قرار داریم که به شدت تحت تاثیر تواناییها و امکانات آن قرار دارد. امکاناتی که به ما توانایی ارتباطی وسیع تر در همه ابعاد و جنبه های مورد نیاز زندگیمان را می‌دهد. اجتماعات مجازی به گسترش ارتباط، شبکه‌های اجتماعی و درک و تعامل بین اعضای آن نیاز دارد و اجتماعی را درست می‌کند، که در آن افراد ارزش‌های مشترک و فرم‌های مشترکی را دنبال می‌کنند و به گسترش اعتماد کمک می‌کنند (گاتیکر و دیگران، ۲۰۰۱). در واقع اجتماعات در فضای مجازی به حضور عمومی افراد و یا جمع شدن آنها در اینترنت اطلاق می‌شود. بحثی که مطرح است این است که کدام فعالیت ها در فضای مجازی باید در ذیل اجتماعات در فضای مجازی محسوب شود و

کدام نه. به گونه ای که جونز معتقد است که اجتماعات در فضای مجازی چیزی فراتر از یک ارتباطات کامپیوتری است. برای آنکه بتوان به این ارتباطات، اجتماع در فضای مجازی گفت باید چهار شرط داشته باشند. (۱) یک حوزه عمومی مجازی که بخش معناداری از تعاملات مجازی در آن رخ دهد (۲) ارتباط گران گوناگون (۳) وجود حداقلی از اعضای ثابت (۴) وجود حداقلی از تعامل. (جونز، ۱۹۹۷)

حال با توجه به اینکه سرمایه اجتماعی به عنوان یک اصل محوری در راه مشارکت اعضای یک جامعه برای دستیابی به توسعه محسوب می شود و اجتماعات در فضای مجازی نیز یکی از مهمترین بسترهای تعامل، مشارکت و تبادل آراست، ضرورت شناسایی این پدیده ها در جریان یک تحقیق علمی مسجل به نظر می رسد. به عبارت دیگر این شناخت ما را در جهت برنامه ریزی برای میلیون ها کاربر فضاهای مجازی که به طور مداوم در حال ارتباط شبکه ای با یکدیگر هستند هدایت نموده و زمینه های ارائه راهکار و راهبرد بهتر را در عرصه های عمومی و مجازی فراهم می سازد. بنابراین با توجه به مطالب فوق؛ پژوهش حاضر بر آن است تا به بررسی سطح سرمایه اجتماعی در میان کاربران شبکه های اجتماعی مجازی بپردازد.

ملاحظات نظری و تجربی

نتایج تحقیق امانی و توسلی (۱۳۹۱) تحت عنوان "تحلیل و بررسی ابعاد سرمایه اجتماعی در شبکه های اجتماعی مجازی" نشان داد: سرمایه اجتماعی اگرچه مفهومی نوین و نوپا در عرصه مطالعات اجتماعی است اما این مفهوم ریشه در روابط نوع بشر دارد. امروزه این امر مسلم است که رسیدن به توسعه، جامعه مدنی، معیارهای جهان شمول و بستر مناسب برای زیست اجتماعی تنها با وجود سرمایه اجتماعی شکل میگیرد. سرمایه اجتماعی از طریق جریانهای اطلاع رسانی مثل آموزش مربوط به مشاغل، تبادل عقاید، تبادل اطلاعات هنجارهای مربوط به معاملات در شبکه های اجتماعی، مشارکتهای مردمی، گروههای خودیاری، روحیه جمع گرایی در برابر فردگرایی و نوع دوستی شکل میگیرد. سرمایه اجتماعی در بین گروههای دوستی، همسایگان، هم مسلکان، هم مدرسه ای ها، اعضای کلوپ های ورزشی و ... قابل مشاهده است. در کل میتوان سرمایه اجتماعی را زیربنا و زمینه ساز اصلی فرایند مدرنیزاسیون دانست پس به دلیل قراردادن کشور ما در حالت گذار و ضرورت برنامه ریزی های همه جانبه به منظور دستیابی به توسعه پایدار و عبور از حالت گذار و رسیدن به یک ثبات نسبی و واقعی، شناخت میزان و نوع سرمایه اجتماعی و به کارگیری عواملی که سبب افزایش این متغیر اجتماعی می شود لازم است.

خانیک هادی و بصیریان (۱۳۹۴) "کنشگری و ضرورت در شبکه های اجتماعی مجازی (مطالعه کارکردهای فیس بوک در فضای واقعی)" بیان میدارند شبکه های اجتماعی مجازی در سال های اخیر زمینه کنشگری را بیش از سایر رسانه های متاخر فراهم آورده اند. گفتمان قدرت، که زمانی متفکران علوم انسانی را از جنبه های گوناگون، به تفسیر و تاویل این کنش ها وامیداشت، اکنون در فضای مجازی به نحو پیچیده و شبکه ای تعریف می شود. براین اساس کنشگری کاربران، به دنبال خود، بسیج و همسویی پیروان یک عقیده را در فرهنگ رسانه ای مجازی پیش می کشد.

شیخ انصاری، مهین (۱۳۹۳) از "تاثیر کاربری در شبکه اجتماعی فیسبوک بر مدرنیزه شدن روابط کاربران جوان در تهران" نتیجه می گیرد میانگین سرمایه اجتماعی پیوند بخش، پیوند مدار و نگهدارنده و مدارای اجتماعی و اخلاقی کاربران فیسبوک بیشتر از کسانی است که عضو فیسبوک نیستند. همچنین بین افزایش شدت استفاده از فیسبوک و سرمایه اجتماعی پیوند بخش و سرمایه اجتماعی نگهدارنده و مدارای اجتماعی و اخلاقی کاربران فیسبوک در سطح ۰/۵ درصد همبستگی مثبت وجود دارد. به عبارتی کاربری در فیسبوک سرمایه اجتماعی پیوند بخش، مدارای اجتماعی و اخلاقی و نسبی گرایی را افزایش میدهد و به روند مدرنیزه شدن روابط در جامعه کمک میکند. همچنین نتایج مشاهده مشارکتی و مستقیم نشان میدهند که پایه کنش مفاهمه ای - ارتباطی

در فضای مجازی فیسبوک در بین کاربران ایرانی فراهم است و کاربری در فیسبوک سبب نهادینه شدن اخلاق گفت و گو، خودافشایی، نظم اطلاعاتی باز و بازانندیشی رویدادهای تاریخی، مسائل اجتماعی و سیاسی بین کاربران ایرانی میشود که تمامی این موارد باعث مدرنیزه شدن روابط کاربران فیسبوک میشوند. دستاوردهای این تحقیق به این واقعیت مربوطند که محیط آنلاین ضرورتاً به فروپاشی روابط اجتماعی منتهی نمیشود و فیسبوک پیوندهایی ضعیف را که در اثر زندگی شهری تضعیف شده اند، تقویت میکند و باعث انسجام، مدرنیزه و دموکراتیزه تر شدن جامعه میشود. فیسبوک از افول سرمایه اجتماعی به دلیل تغییر مکان و جابجایی جلوگیری میکند و فرصتهایی را در اختیار کاربران قرار میدهد تا توانایی های خود را محک بزنند.

آذری غلامرضا، امیدوار تابان (۱۳۹۱) به "بررسی نقش شبکه های اجتماعی مجازی بر سرمایه اجتماعی" پرداخته و نتیجه می گیرد تعداد کاربران اینترنت عضو شبکه های اجتماعی مجازی رشد روزافزون دارد و بخشی از اتصال به اینترنت معمولاً به خاطر عضویت در این شبکه هاست. سرمایه اجتماعی در نتیجه شبکه ای از تعاملات و ارتباطات انسانی پدید می آید و شبکه های اجتماعی مجازی نیز امکان تعامل و ارتباطات انسانی را در فضای مجازی فراهم آوردند.

موسوی نسب، سیده لیل (۱۳۹۰) در "بررسی تاثیر عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی بر سرمایه اجتماعی کاربران آن (مطالعه موردی: شبکه اجتماعی مجازی فیس بوک)" اشاره می کند این بستر در حال حاضر نه مدرن است و نه سنتی به عبارتی این بستر "شبه سنتی" نام دارد. در این بستر شبه سنتی که موید در حال گذار بودن جامعه ایران است زمینه های شکل گیری و مخاطرات اجتماعی تغییر کرده است اما این تغییر منجر به شکل گیری گونه اعتماد و در نتیجه مشارکت خاص خود در جامعه ایران نشده است. با توجه به اینکه از میان فرضیه های مطرح شده در بخش کمی تنها فرضیه میزان استفاده از فیس بوک و مشارکت در فضای فیس بوک تایید شده است میتوان استدلال کرد که کاربران همان مناسبات فضای واقعی را در فیس بوک به عنوان نسل سوم وب با تاکید بر ویژگی ظرف خالیه جامعه خود را در آن تخلیه میکند، باز تولید میکنند. بدین معنا که مولفه های سرمایه اجتماعی از قبیل اعتماد و مشارکت اجتماعی همچنان که در فضای واقعی با سطح پایین روبرو است در فضای فیس بوک نیز به همین صورت است. تنها با افزایش فعالیت در فضای فیس بوک مشارکت در همان فضا افزایش مییابد. با تکیه بر داده های بخش کیفی میتوان استدلال کرد که مشارکت افزایش یافته در فضای فیس بوک حاصل فعالیت کاربران در گروههای خانوادگی، شغلی و طنز و سرگرمی است که در راستای حفظ حریم خصوصی و بهره مندی از حضور در جمع به منظور امور تفریحی و یا شغلی است و این نمیتواند در افزایش سرمایه اجتماعی در فضای واقعی و فضای فیس بوک تاثیر داشته باشد.

چارچوب نظری

نظریه ولمن^۳: یکی از اعضای اصلی دیدگاه شبکه، ولمن است. ولمن معتقد است بهترین روش برای مطالعه ساختار اجتماعی مطالعه روابط بین اعضای آن ساختار است. تحلیل گر ساختاری به دنبال شناسایی ساختارهای عمیق است. او می کوشد نشان دهد که چگونه ساختارهای شبکه ای، رفتارها را تحت تاثیر قرار می دهند. به همین جهت ولمن مدعی است که تحلیل شبکه یک ابزار فکری اساسی در مطالعه ساختار های اجتماعی است. (چلبی، ۱۳۸۵: ۶۰)

ولمن معتقد است الگوهای پیوند بین اعضای شبکه، هم نوعی فرصت است و هم نوعی محدودیت، زیرا این الگوها بر میزان دسترسی افراد به منابع نظیر اطلاعات، ثروت و قدرت اثر دارند. از نظر او، نظام اجتماعی به صورت شبکه ای از روابط به هم

³-Wellman

وابسته است که در آن افراد دسترسی یکسانی به منابع کمیاب ندارند. از این رو محقق اجتماعی باید در تبیین رفتار به توزیع فرصتها توجه کند، یعنی دسترسی نابرابر به منابعی مثل اطلاعات، ثروت، نفوذ و دسترسی افراد به منابع. (شارع پور، ۱۳۸۸: ۱۷۰)

ولمن معتقد است در عصر حاضر نوعی تشویش و نگرانی در مورد اجتماع وجود دارد و در دنیای مدرن افراد همواره در این هراس بودند که مبدا اجتماع آنها را طرد کند و با تنهایی و بیگانگی مواجهه شوند. بخش عمده این نگرانی از نوع تفکر و ادراک خاص این دوران نشات می گیرد.

ولمن سه مدل برای تبیین ماهیت اجتماع با توجه به شرایط جدید در دوران مدرن ارائه کرده است، وی بر اساس این پرسش که اجتماع در دوران مدرن چگونه است؛ سه سوال و سه پاسخ ارائه می دهد:

- آیا اجتماعات در دوران مدرن از بین رفته اند؟ **مدل اجتماع گمشده**
 - آیا اجتماعات تراکم، همگنی و انسجام سنتی شان را حفظ کرده اند؟ **مدل اجتماع حفظ شده**
 - آیا اجتماعات به شبکه های کمتر محلی با بافت پراکنده تر، ناهمگن تر و کمتر منسجم تغییر شکل یافته اند؟ **مدل اجتماع آزاد شده**
- الف) مدل اجتماع گمشده:** طبق این مدل، اجتماعات در نتیجه تغییرات عظیم و گسترده از بین رفته اند و به دلیل تغییرات عظیم مثل شهر نشینی، صنعتی شدن، سرمایه داری، بورکراسی، جهانی شدن و توسعه تکنولوژی های ارتباطی، نوع زندگی افراد تغییر کرده و افراد در دنیای مدرن و در شهرها، روابطشان غیر شخصی، زودگذر و ضعیف شده است. وبر، مارکس، انگلس، دورکیم، پارک و ورث از طرفداران این مدل هستند. (ولمن، ۱۹۹۹ به نقل از افروز، ۱۳۸۷)

در این مدل، اندازه شبکه های اجتماع شخصی کوچک است. شدت روابط ضعیف و اغلب از نوع آشنایی است. درصد خویشاوندان و همسایگان در آن پایین است و این موضوع ناشی از تضعیف شدید الزامات فضایی و اجتماعی است. در این مدل به دلیل داوطلبانه بودن روابط، روابط با دوستان بالا است، اما این روابط در زمینه های چندگانه نیست. لذا افراد در زمینه های متفاوت مثل کار یا تفریح دارای دوستان مجزا هستند. دوستان با یکدیگر رابطه زیادی ندارند و یکدیگر را کمتر می شناسند؛ به همین دلیل تراکم در این شبکه ها پایین است. انواع تماس های شایع یعنی تماس چهره به چهره و تلفنی نیز پایین است؛ به علت اینکه تعداد پیوندهای ضعیف زیاد است و ناهمگنی در آن بالاست. (ولمن و پوتر، ۱۹۹۹ به نقل از ایمانی، ۱۳۸۶)

ب) مدل اجتماع حفظ شده: این مدل نشان می دهد که اجتماعات بطور منسجم و متراکم به همان صورت که در اجتماعات سنتی و کوچک وجود داشتند، هنوز هم منبع مهم تامین حمایت و معاشرت هستند و تغییرات عظیم اجتماعی نتوانسته است بر پیوندها و ارتباطات اجتماعی افراد در دوران مدرن تاثیر منفی بگذارد. در اینجا اجتماع را می توان در محلیت ها مشاهده کرد. هربرت گنز را می توان در زمره طرفداران این مدل دانست.

در این مدل اندازه شبکه بزرگ است، نوع روابط قوی و در زمینه های چندگانه است. روابط داوطلبانه به علت الزامات فضایی و اجتماعی پایین است، تراکم در شبکه به علت اینکه خویشاوندان و همسایگان با یکدیگر ارتباط دارند و یکدیگر را می شناسند، بالاست. بیشتر تماس ها، تماس چهره به چهره است و به شکل گروهی انجام می شود. در این مدل به علت وجود زیاد پیوندهای قوی روابط اعضای شبکه همگن است و حمایت اجتماعی در سطح بالا قرار دارد.

⁴ Lost community

⁵ Saved community

ج) مدل اجتماع رها شده⁶: این مدل که در واقع رویکرد تحلیل شبکه می‌باشد معتقد است که روابط در شهرها در دنیای مدرن، نه کاملاً از بین رفته (اجتماع گمشده) و نه شکل روستایی و محله‌ای دارد (اجتماع حفظ شده)، بلکه حالت پخش و پراکنده دارد و همسایگی کمتر در آن دیده می‌شود. این مدل اگر چه از اهمیت پیوندهای اولیه و همسایگی حمایت می‌کند، اما معتقد است که بیشتر پیوندها امروزه جایگزین انسجامات متراکم و انبوه و شدیداً مرزبندی شده گردیده است. در اجتماع رها شده افراد در گروه‌های چندگانه و بر مبنای علاقه خود عضویت دارند. دیدگاه تحلیل شبکه با این رویکرد به اجتماع می‌پردازد و معتقد است که اجتماع هرگز از بین نرفته بلکه تغییر کرده و از حالت همسایگی و محله‌ای به شکل فرامرزی، پراکنده، متراکم و کمتر مرزبندی شده تغییر شکل یافته و تغییرات عظیم اجتماعی تنها توانسته‌اند تغییراتی در الگو و ساختار روابط ایجاد نمایند و نه اینکه آن را کاملاً از بین ببرند (ولمن، ۱۹۹۹ به نقل از افروز، ۱۳۸۸).

در این مدل اندازه شبکه اجتماع شخصی بزرگ، شدت رابطه در شبکه قوی و بیشتر با دوستان است. درگیری فرد با خویشاوندان و همسایگان در سطح پایین است و این به دلیل ضعیف شدن الزامات قضایی و اجتماعی است. افراد در این مدل اجتماع روابطشان را داوطلبانه انتخاب می‌کنند و در آنها میزان دوستی بالاست و افراد در زمینه‌های متفاوت اجتماعی دوستان زیادی دارند؛ اما با وجود اینکه روابط با دوستان در زمینه‌های متفاوت است، این روابط کمتر چندگانه است. تراکم در این مدل به نسبت دو مدل قبلی به علت اینکه بعضی از دوستان یکدیگر را می‌شناسند و با یکدیگر رابطه دارند، در سطح متوسطی است. در این مدل تماس‌ها بیشتر از نوع تماس تلفنی است و تعداد تماس چهره به چهره پایین است و حمایت اجتماعی در این مدل در مقایسه با دو مدل قبلی متوسط است (همان منبع).

ولمن (که خود به دیدگاه شبکه اجتماعی تعلق دارد) معتقد است دیدگاه شبکه اجتماعی، جامعه را به عنوان شبکه روابط مورد بررسی قرار می‌دهد، نه مجموعه‌ای از افراد که به طور هنجاری یا الزامی گرد هم جمع شده‌اند. این دیدگاه ساخت اجتماعی را سازمان‌الگو بندی شده‌ی اعضای شبکه و روابطشان در نظر می‌گیرد و بهترین روش مطالعه جوامع را بررسی بود و نبود روابط، قوت، ترکیب و نوع روابط، شیوه تماس و منابع حمایت‌های موجود در پیوندها می‌داند و به مطالعه این مساله می‌پردازد که آیا روابط اجتماعی و اجتماعات در دوره مدرن ضعیف و کمرنگ شده و از بین رفته‌اند (جامعه گمشده)، یا هنوز تراکم سنتی و تجانس و انسجامشان را حفظ کرده‌اند، (جامعه حفظ شده) یا به شبکه پراکنده، نامتراکم کمتر محلی و کمتر منسجم تغییر یافته‌اند (جامعه رها شده). (ولمن، ۱۹۹۹: ۵۲)

روش شناسی

در پژوهش حاضر با توجه به ماهیت موضوع مورد بررسی از روش پیمایش استفاده شده است. بنابراین در بخش نظری تحقیق جهت تدوین مبانی و چارچوب نظری پژوهش و با توجه به مرور منابع و تحقیقات پیشین از روش کتابخانه‌ای (اسنادی) بهره گرفته شده است. در بخش عملی تحقیق نیز با استفاده از روش میدانی به پیمایش کمی پرداخته ایم. جامعه مورد مطالعه در این تحقیق دانشجویان در حال تحصیل دانشکده‌های علوم انسانی، فنی و مهندسی، هنر و معماری و مدیریت می‌باشند که تعداد آنها برابر با ۱۴۰۲۶ نفر است. بنابراین با استفاده از فرمول کوکران میزان آن برابر با ۴۰۰ بدست آمد. و با استفاده از شیوه نمونه‌گیری تصادفی متناسب با حجم طبقات انتخاب شدند.

⁶ Liberated community

در این پژوهش از شیوه ی اعتبار صوری برای بررسی اعتبار استفاده شده است و از شیوه ی آلفای کرونباخ جهت بررسی میزان پایایی ابزار مورد مطالعه استفاده کرده ایم و نتایج حاصل از آن برابر با ۰/۷۳ است با توجه به بالا بودن این درصد نسبت به حداقل پایایی مورد قبول با این شیوه «۰/۷۰» می توان گفت که ابزار از پایایی نسبتاً خوبی برخوردار است.

جدول شماره ۱: میزان الفای کرونباخ متغیرهای مورد مطالعه

متغیر	ابعاد	تعداد گویه	ضرب آلفا
سرمایه اجتماعی	اعتماد اجتماعی	۵	۰/۷۱
	آگاهی	۵	۰/۷۸
	مشارکت اجتماعی	۵	۰/۷۳
	شبکه ارتباطات اجتماعی	۵	۰/۷۲
کل			۰/۷۳

یافته های تحقیق

بیش از نیمی (معادل ۶۵/۳ درصد) پاسخگویان این تحقیق زن و مابقی پاسخگویان را که ۳۴/۸ درصد می باشد را مردان تشکیل می دهد. بنابراین، می توان گفت که تعداد زنان در مقایسه با مردان از تفاوت بارز و بالایی برخوردار بوده و تقریباً به یک اندازه نمی باشد. با توجه به یافته های بدست آمده ۶۶ درصد پاسخگویان در گروه سنی بین ۱۷ تا ۲۸ سال قرار دارند. بعلاوه، ۲۴/۵ درصد در گروه سنی بین ۲۹ تا ۳۷ سال و در نهایت، ۷/۳ درصد در گروه سنی بالاتر از ۳۸ سال جای گرفته اند. بنابراین می توان گفت که با دسته بندی از سنهای بین ۱۷ سال به بالا (که طیف سنی دانشجوی مورد تحقیق بودند) به عمل آمد، گروه سنی بین ۱۷ تا ۲۸ سال بیشترین نمونه را به خود اختصاص داده است که تقریباً نیمی از پاسخگویان را تشکیل داده است. که میانگین و میانه بدست آمده نیز دلالت بر این امر دارد.

بیش از ۷۰ درصد پاسخگویان (۷۵/۸ درصد) از افراد مجرد هستند این درحالیست که ۲۴/۳ درصد متأهل هستند. بنابراین، اکثریت قریب به اتفاق پاسخگویان مجرد هستند که این امر با توجه به گروه سنی پاسخگویان که بین ۱۷ سال و بالاتر قرار دارند، امری دور از انتظار به نظر نمی رسد. بیش از نیمی پاسخگویان (۵۲/۳ درصد) دانشجوی کارشناسی، ۳۵/۸ درصد دانشجوی کارشناسی ارشد و ۱۱/۸ درصد دانشجوی دکتری می باشند. بنابراین، بیشتر پاسخگویان تحقیق دانشجوی کارشناسی هستند که بیش از نیمی از پاسخگویان را تشکیل می دهند.

اکثریت پاسخگویان (۸۹ درصد معادل ۳۵۶ نفر) اظهار داشته اند که از شبکه های مجازی استفاده می کنند. این درحالیست که تنها ۱۰/۵ درصد پاسخگویان بیان کرده اند که از فضای مجازی استفاده ای نمی کنند. بنابراین، اکثریت قریب به اتفاق پاسخگویان اظهار داشته اند که از فضای مجازی استفاده می کنند.

نوع شبکه مجازی مورد استفاده

جدول شماره ۲: توزیع فراوانی بر حسب نوع شبکه مجازی

شرح	فراوانی مطلق	فراوانی نسبی
فیس بوک	۴	۱
تلگرام	۲۲۹	۵۷/۲۵
فیس بوک و تلگرام	۲۰	۵

۱/۲۵	۵	توییت و تلگرام
۱۰/۷۵	۴۳	تلگرام و واتس آپ
۱	۴	فیس بوک و توییت و تلگرام
۸/۲۵	۳۳	فیس بوک و تلگرام و واتس آپ
۱	۴	اینستاگرام
۴	۱۶	همه موارد
۸۹/۵	۳۵۸	جمع
۱۰/۵	۴۲	بی جواب
۱۰۰	۴۰۰	جمع نهایی

بیش از نیمی (۵۷/۲۵ درصد معادل ۲۲۹ نفر) اظهار داشته‌اند که از تلگرام استفاده می‌کنند از سوی دیگر، ۱۰/۷۵ درصد نیز از تلگرام و واتس آپ استفاده می‌کنند و مابقی افراد نیز از فضاهای مختلفی استفاده می‌نمایند که در جدول بالا آمده است .. بنابراین، بیش از نیمی از افراد از تلگرام استفاده می‌کنند.

مدت زمان استفاده از شبکه های مجازی

جدول شماره ۳: توزیع فراوانی بر حسب مدت زمان استفاده از شبکه های مجازی

فراوانی نسبی	فراوانی مطلق	شرح
۵۷/۲۵	۲۲۹	کمتر از ۳ ساعت
۲۱/۷۵	۸۷	بین ۴ تا ۶ ساعت
۷/۲۵	۲۹	بیش از ۷ ساعت
۸۶/۲۵	۳۴۵	جمع
۱۳/۷۵	۵۵	بی جواب
۱۰۰	۴۰۰	جمع نهایی

سه پنجم پاسخگویان اظهار داشته‌اند که کمتر از ۳ ساعت در روز از فضاهای مجازی استفاده می‌نمایند (۵۷/۲۵ درصد)، از سوی دیگر، ۲۱/۷۵ درصد از افراد نیز بین ۴ تا ۶ ساعت استفاده و ۷/۲۵ درصد هم بیشتر از ۷ ساعت از فضای مجازی استفاده می‌نمایند.

زمان استفاده از شبکه های اجتماعی

جدول شماره ۴: توزیع فراوانی بر حسب زمان استفاده از شبکه های اجتماعی

فراوانی نسبی	فراوانی مطلق	شرح
۲/۵	۱۰	صبح
۳/۵	۱۴	ظهر
۹/۸	۳۹	عصر
۵۶	۲۲۴	صبح و عصر
۰/۵	۲	صبح و شب
۳/۵	۱۴	ظهر و عصر

۰/۸	۳	ظهر و شب
۱	۴	عصر و شب
۱۴/۴	۵۷	زمانهای مختلف
۹۱/۸	۳۶۷	جمع
۸/۳	۳۳	بی جواب
۱۰۰	۴۰۰	جمع نهایی

۵۶ درصد اظهار داشته اند که صبح ها و عصرها از شبکه های اجتماعی استفاده می کنند و مابقی زمانها توسط پاسخگویان را در جدول بالا مشاهده می کنیم بنابراین، بیشتر پاسخگویان مدت زمان دسترسی خود به اینترنت را صبح ها و عصرها می دانند.

اطلاع رسانی از رویدادهای مختلف

جدول شماره ۵: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب اطلاع رسانی از رویدادها

شرح	فراوانی مطلق	فراوانی نسبی	درصد معتبر	درصد تجمعی
دوستان و خویشاوندان	۶۲	۱۵/۵	۱۶/۳	۱۶/۳
رویدادهای ورزشی	۳۵	۸/۸	۹	۲۵/۳
رویدادهای اجتماعی	۲۰	۵	۱۵/۵	۴۰/۹
رویدادهای فرهنگی	۷	۱/۸	۱۷/۴	۵۸/۳
رویدادهای سیاسی	۷	۱/۸	۷/۶	۶۵/۹
رویدادهای علمی	۲۳	۵/۸	۰/۸	۶۶/۸
تلفیقی از رویدادهای مختلف	۲۱۰	۵۲/۵	۵۷/۶	۱۰۰
جمع	۳۶۴	۹۱/۸	۱۰۰	
بی جواب	۳۶	۸/۳		
جمع نهایی	۴۰۰	۱۰۰		

۵۲/۵ درصد (معادل ۲۱۰ نفر) پاسخگویان جهت اطلاع از رویدادهای مختلف از شبکه های مجازی در حوزه های مختلف استفاده می نمایند.

علاقه مندی به کدام یک از برنامه های شبکه اجتماعی

جدول شماره ۶: توزیع فراوانی بر حسب علاقه مندی به برنامه ها

شرح	فراوانی مطلق	فراوانی نسبی
کلیپ ها و ویدیوها	۴۶	۱۱/۵
موسیقی	۴۶	۱۱/۵
اخبار، گزارش و تفسیرهای سیاسی و اجتماعی	۴۳	۱۰/۸
اخبار و گزارش های ورزشی	۳۰	۷/۵
برنامه های علمی	۳۳	۸/۳

۴۲/۵	۱۷۰	تلفیقی از سایر موارد
۹۲	۳۶۸	جمع
۸	۳۲	بی جواب
۱۰۰	۴۰۰	جمع نهایی

۴۲/۵ درصد پاسخگویان (معادل ۱۷۰ نفر) اظهار داشته‌اند که تلفیقی از برنامه های مختلف را مشاهده می کنند. این درحالیست که ۱۰/۸ درصد اخبار و تفسیرهای سیاسی و ۱۱/۵ درصد موسیقی و سایر موارد را هم در جدول بالا مشاهده می کنیم.

هدف استفاده از شبکه های اجتماعی

جدول شماره ۷: توزیع فراوانی بر حسب هدف استفاده

درصد تجمعی	درصد معتبر	فراوانی نسبی	فراوانی مطلق	شرح
۱۶/۳	۱۶/۳	۱۵	۶۰	تفریح و سرگرمی
۲۵/۳	۹	۸/۳	۳۳	پرکردن اوقات فراغت
۴۰/۹	۱۵/۵	۱۴/۳	۵۷	کسب خبر و آموزش
۵۸/۳	۱۷/۴	۱۶	۶۴	افزایش اطلاعات عمومی
۶۵/۹	۷/۶	۷	۲۸	اطلاع از وضعیت دوستان
۱۰۰	۳۴/۰۵	۳۱/۲۵	۱۲۵	تلفیقی از موارد بالا
	۱۰۰	۹۱/۸	۳۶۷	جمع
		۸/۳	۳۳	بی جواب
		۱۰۰	۴۰۰	جمع نهایی

نزدیک به نیمی از پاسخگویان (۳۱/۲۵ درصد) اظهار داشته‌اند که تلفیقی از افزایش اطلاعات، کسب خبر، پرکردن اوقات فراغت و ... هدفشان از شبکه های مجازی می باشد. این در حالیست که مابقی پاسخگویان هدفشان به شبکه های اجتماعی را چنین ذکر نموده‌اند: تفریح و سرگرمی (۱۵ درصد)، پرکردن اوقات فراغت (۸/۳ درصد)، کسب خبر و آموزش (۱۴/۳ درصد)، افزایش اطلاعات عمومی (۱۶ درصد) و اطلاع از وضعیت دوستان (۷ درصد) می باشد.

بهترین امکان فضای مجازی

جدول شماره ۸: توزیع فراوانی بر حسب بهترین امکان

فراوانی نسبی	فراوانی مطلق	شرح
۳۲	۱۲۸	امکان ارتباط با افراد مختلف و متعدد
۵	۲۰	امکان نشر عقاید و نظرات مختلف
۳۵/۸	۱۴۳	امکان دستیابی نسبتاً آسان و سریع به اطلاعات مختلف و متعدد
۱۹	۷۶	تلفیقی از موارد
۹۱/۸	۳۶۷	جمع

۸/۳	۳۳	بی جواب
۱۰۰	۴۰۰	جمع نهایی

با توجه به یافته‌های بدست آمده از جدول فوق ۳۲ درصد امکان ارتباط با دیگران را پیدا کرده اند، ۳۵/۸ درصد امکان دستیابی به اطلاعات را دارند، ۵ درصد امکان نشر عقایدشان و ۱۹ درصد هم امکان تلفیقی از موارد را دارند. بنابراین، می توان گفت بیشتر پاسخگویان اظهار داشته اند که فضای مجازی برای آنها امکان دستیابی سریع به اطلاعات مختلف را فراهم کرده است.

میزان اثر بخشی شبکه های اجتماعی مجازی

جدول شماره ۹: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب تأثیرات شبکه های اجتماعی

فراوانی نسبی	فراوانی مطلق	شرح
۱۳/۸	۵۵	پایین
۴۷/۵	۱۹۰	متوسط
۲۷	۱۰۸	بالا
۸۸/۳	۳۵۳	جمع
۱۱/۸	۴۷	بی جواب
۱۰۰	۴۰۰	جمع کل

کمتر از نیمی از پاسخگویان (۴۷/۵ درصد معادل ۱۹۰ نفر) تأثیرات شبکه های مجازی را متوسط می دانند و ۲۷ درصد معادل ۱۰۸ نفر نیز این تأثیر را بالا و در نهایت، تنها ۱۳/۸ درصد معادل ۵۵ نفر تأثیر شبکه های اجتماعی مجازی را پایین می دانند. بنابراین می توان گفت که بیشتر پاسخگویان به میزان متوسط و بالایی این تأثیر را می دانند. میانگین بدست آمده نیز مؤید این نتیجه است.

اعتماد اجتماعی

جدول شماره ۱۰: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب اعتماد به تعاملات در فضای مجازی

درصد تجمعی	درصد معتبر	فراوانی نسبی	فراوانی مطلق	شرح
۱۷/۴	۱۷/۴	۱۶/۳	۶۵	پایین
۶۹/۲	۵۱/۷	۴۸/۳	۱۹۳	متوسط
۱۰۰	۳۰/۸	۲۸/۸	۱۱۵	بالا
	۱۰۰	۹۳/۳	۳۷۳	جمع
		۶/۸	۲۷	بی جواب
		۱۰۰	۴۰۰	جمع کل

کمتر از نیمی از پاسخگویان (۴۸/۳ درصد معادل ۱۹۳ نفر) اعتماد اجتماعی اشان متوسط است و ۲۸/۸ درصد معادل ۱۱۵ نفر نیز این اعتماد را بالا و در نهایت، تنها ۱۶/۳ درصد معادل ۶۵ نفر اعتمادشان را پایین می دانند. بنابراین می توان گفت که بیشتر پاسخگویان به میزان متوسط و بالایی این تأثیر را می دانند. میانگین بدست آمده نیز مؤید این نتیجه است.

مشارکت اجتماعی

جدول شماره ۱۱: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب مشارکت اجتماعی

شرح	فراوانی مطلق	فراوانی نسبی	درصد معتبر	درصد تجمعی
پایین	۲۸	۷	۷/۵	۷/۵
متوسط	۱۶۵	۴۱/۳	۴۴	۵۱/۵
بالا	۱۸۲	۴۵/۵	۴۸/۵	۱۰۰
جمع	۳۷۵	۹۳/۸	۱۰۰	
بی جواب	۲۵	۶/۳		
جمع کل	۴۰۰	۱۰۰		

کمتر از نیمی از پاسخگویان (۴۱/۳ درصد معادل ۱۶۵ نفر) مشارکت اجتماعی اشان را متوسط می دانند و ۴۵/۵ درصد معادل ۱۸۲ نفر نیز این مشارکت را بالا و در نهایت، تنها ۷ درصد معادل ۲۸ نفر مشارکت اشان را پایین می دانند. بنابراین می توان گفت که بیشتر پاسخگویان مشارکت اشان بالا است. میانگین بدست آمده نیز مؤید این نتیجه است.

همبستگی اجتماعی

جدول شماره ۱۲: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب همبستگی

شرح	فراوانی مطلق	فراوانی نسبی	درصد معتبر	درصد تجمعی
پایین	۳۶	۹	۹/۶	۹/۶
متوسط	۲۴۷	۶۱/۸	۶۵/۹	۷۵/۵
بالا	۹۲	۲۳	۲۴/۵	۱۰۰
جمع	۳۷۵	۹۳/۸	۱۰۰	
بی جواب	۲۵	۶/۳		
جمع کل	۴۰۰	۱۰۰		

بیش از نیمی از پاسخگویان (۶۱/۸ درصد معادل ۲۴۷ نفر) همبستگی را متوسط می دانند و ۲۳ درصد معادل ۹۲ نفر نیز این همبستگی را بالا و در نهایت، تنها ۹ درصد معادل ۳۶ نفر همبستگی را پایین می دانند. بنابراین می توان گفت که بیشتر پاسخگویان همبستگی اشان متوسط می باشد. میانگین بدست آمده نیز مؤید این نتیجه است.

سطح سرمایه اجتماعی

جدول شماره ۱۳: توزیع فراوانی برحسب سرمایه اجتماعی

شرح	فراوانی مطلق	فراوانی نسبی	درصد معتبر	درصد تجمعی
پایین	۴۴	۱۱	۱۲/۴	۱۲/۴
متوسط	۱۷۰	۴۲/۵	۴۷/۹	۶۰/۳
بالا	۱۴۱	۳۵/۳	۳۹/۷	۱۰۰
جمع	۳۵۵	۸۸/۸	۱۰۰	
بی جواب	۴۵	۱۱/۳		
جمع نهایی	۴۰۰	۱۰۰		

۴۲/۵ درصد پاسخگویان (معادل ۱۷۰ نفر) از سرمایه اجتماعی متوسطی برخوردارند. این در حالیست که ۳۵/۳ درصد (معادل ۱۴۱ نفر) سرمایه اجتماعی بالا و در نهایت، ۱۱ درصد (معادل ۴۴ نفر) از سرمایه اجتماعی پایینی برخوردارند. میانگین بدست آمده نیز حاکیست که سرمایه اجتماعی افراد متوسط رو به بالا می باشد.

بحث و نتیجه گیری

یافته های تحقیق نشان داد: بیش از نیمی (معادل ۶۵/۳ درصد) پاسخگویان این تحقیق زن و مابقی پاسخگویان را که ۳۴/۸ درصد می باشد را مردان تشکیل می دهد. بعلاوه، با دسته بندی از سنهای ۱۷ سال به بالا (که طیف دانشجویان مورد تحقیق بودند) به عمل آمد، گروه سنی بین ۱۷ تا ۲۸ سال بیشترین نمونه را به خود اختصاص داده است که تقریباً بیش از نیمی از پاسخگویان را تشکیل داده است. همچنین اکثریت قریب به اتفاق پاسخگویان مجرد هستند که این امر با توجه به گروه سنی پاسخگویان که دانشجویان هستند، امری دور از انتظار به نظر نمی رسد. همچنین، بیشتر پاسخگویان تحقیق دانشجویان مقطع کارشناسی هستند که بیش از نیمی از پاسخگویان را تشکیل می دهند. و اکثریت پاسخگویان نیز در رشته های فنی و مهندسی مشغول به تحصیل می باشند و بیش از نیمی از آنها شاغل هستند، محل تولد اکثریت آنان شهرهای مختلف می باشد.

نتایج این تحقیق بیانگر آنست که اکثریت پاسخگویان از شبکه های اجتماعی مجازی استفاده می کنند. و بیشترین شبکه ای که از آن استفاده می نمایند تلگرام می باشد. همچنین، نزدیک به دو سوم پاسخگویان کمتر از ۳ ساعت در روز از شبکه استفاده می کنند. و تعداد سالهایی که آنان از شبکه های اجتماعی مجازی استفاده می کنند کمتر از ۴ سال است و معمولاً صبح ها و عصرها از آن استفاده می نمایند در تحقیقی که هولمز^۷ انجام داده است وی مطرح می سازد که هرگاه میزان استفاده از اینترنت به کمتر از ۱۹ ساعت در هفته برسد، در آن صورت می گوئیم که فرد بصورت طبیعی از اینترنت استفاده می کند.

بنابراین، از مقایسه نتیجه تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات هولمز و یونگ می توان گفت که با توجه به مقدار استفاده از اینترنت در میان نوجوانان و جوانان مورد مطالعه این افراد بعنوان کاربران معمولی قلمداد می شوند که هنوز مدت استفاده از اینترنت در میان آنها به حد بالایی کشیده نشده است. البته تعمیم یک معیار مورد قبول در یک جامعه برای مکانها و جوامع دیگر مورد مناقشه است. چه بسا نمی توان معیار ۱۹ ساعت در هفته را در ایران را معیار خوبی قلمداد نماییم. زیرا اینترنت به تازگی وارد ایران شده

⁷ Holmes

است و میزان نفوذ، سرعت و اشاعه آن بی هیچ وجه با کشورهای پیشرفته قابل مقایسه نیست. چه بسا در ایران یک نوجوان و جوان برای استفاده از اینترنت هزینه قابل توجه و دچار مشکلات عدیده ای گردد. بنابراین، توجه به این نکته لازم است. تلفیقی از رویدادهای مختلف مورد نظر افراد هستند برای استفاده آنان از شبکه ها و تلفیقی از برنامه های مختلف مورد نظر علاقمندی افراد برای ورود به شبکه های مجازی هستند زمان استفاده از اینترنت می باشد. چه بسا مدعای این گفته توسط مطالعات خارجی انجام شده تایید می گردد. اگر استفاده از اینترنت به منظور گذران اوقات فراغت باشد بالطبع زمانهای خاصی را می طلبد از جمله روزهای تعطیل. اگر افرادی که اعتیاد به اینترنت دارند مستثنی نمایم (بدین خاطر که از زمانهای خاصی برای استفاده از اینترنت استفاده نمی کنند) سایر افراد معمولاً زمانهای استفاده آنها از اینترنت الگومند است و هدف افراد از استفاده شبکه مجازی تلفیقی از افزایش اطلاعات، کسب خبر، پر کردن اوقات فراغت و ... می باشد که نزدیک به نیمی از پاسخگویان (۳۱/۲۵ درصد) می باشد. این در حالیست که مابقی پاسخگویان هدفشان به شبکه های اجتماعی را چنین ذکر نموده اند: تفریح و سرگرمی (۱۵ درصد)، پرکردن اوقات فراغت (۸/۳ درصد)، کسب خبر و آموزش (۱۴/۳ درصد)، افزایش اطلاعات عمومی (۱۶ درصد) و اطلاع از وضعیت دوستان (۷ درصد) می باشد و ۴۲ درصد پاسخگویان (معادل ۱۶۸ نفر) اظهار داشته اند که تاحدودی شبکه های اجتماعی مجازی مفید هستند. همچنین، ۱۳/۳ درصد گفته اند خیلی زیاد، ۲۰/۵ درصد زیاد، ۷/۳ درصد کم، ۴/۸ درصد خیلی کم و ۲/۵ درصد هم اصلاً آن را مفید نمی دانند. در مجموع، می توان گفت که بیشتر پاسخگویان اشاره داشته اند که شبکه های اجتماعی مجازی مفید هستند و بیش از نیمی پاسخگویان (۴۴/۸ درصد معادل ۱۷۹ نفر) بر این امر اذعان داشته اند که تا حدودی به طرق مختلف با سایر کاربران ارتباط دارند. این درحالیست که ۷/۳ درصد بسیار زیاد، ۱۷/۳ درصد زیاد، ۱۵/۳ درصد کم، ۷/۸ درصد هم خیلی کم ارتباط دارند. بنابراین، می توان گفت بیشتر پاسخگویان زیاد ارتباط دارند. ۳۲ درصد امکان ارتباط با دیگران را پیدا کرده اند، ۳۵/۸ درصد امکان دستیابی به اطلاعات را دارند، ۵ درصد امکان نشر عقایدشان و ۱۹ درصد هم امکان تلفیقی از موارد را دارند. بنابراین، می توان گفت بیشتر پاسخگویان اظهار داشته اند که فضای مجازی برای آنها امکان دستیابی سریع به اطلاعات مختلف را فراهم کرده است.

بنابراین در مقایسه نتیجه این تحقیق با نتایج تحقیقات دیگر نشان می دهد تشابه بسیار زیادی بین نوع استفاده از اینترنت در میان کاربران در این تحقیقات وجود دارد. بطوریکه، چک کردن ایمیل، استفاده از رسانه های خبری، استفاده علمی و آموزشی و چت کردن بیشترین شکل استفاده از اینترنت در میان کاربران بوده است.

نکته قالب توجه در این قسمت این است که همواره بحثهای بر سر استفاده علمی و صحیح و درست ملل پیشرفته از اینترنت و استفاده نادرست و غیرعلمی از اینترنت در میان ایرانیان مطرح بوده است. که جا دارد همین جا با استناد به نتایج فوق و مقایسه تحقیقات اظهار داشت که در مقام مقایسه تفاوت بارزی میان اشکال استفاده از اینترنت در میان ایرانیان و ملل پیشرفته نیست. از سوی دیگر، کسانی که به قول باراک و کینگ جنبه منفی اینترنت را می بینند شاید یکی از علت های که به اینترنت مسئله ای می نگرند این است که فکر می کنند ملل پیشرفته اینترنت را برای به انحراف کشاندن افراد جامعه ما به خصوص نوجوانان و جوانان ما ایجاد نموده و قصد دارد ارزشها و هنجارهای سنتی جامعه را خدشه دار، خانواده ها را متزلزل و افراد را گمراه نماید. چه بسا انجام برخی از تحقیقات نیز دال بر صحنه چنین طرز فکری در میان افراد قابل توجه ای می باشد. دونالد مک کنزی و جودی واجمن با مطرح نمودن بحث جبرگرایی فن آوری به خوبی این موضوع را مورد عنایت قرار می دهد. ایشان مطرح می نمایند که اینترنت بعنوان یک فناوری باعث تغییرات می گردد. سوال اینجاست که باید ما خود را با این تغییرات سازگار کنیم یا اینکه آن را شکل داد. چه بسا بقول گروهول می توان از آن برای اجتماعی شدن استفاده نمود.

۱. آذری غلامرضا، امیدوار تابان (۱۳۹۱) "بررسی نقش شبکه های اجتماعی مجازی بر سرمایه اجتماعی" فرهنگ ارتباطات : تابستان ۱۳۹۱، دوره ۲، شماره ۶، از صفحه ۱۸۱ تا صفحه ۲۰۹
۲. وفه، کلاوس (۱۳۸۴)؛ چگونه می توان به شهروندان اعتماد داشت، در تاجبخش، کیان. سرمایه اجتماعی، اعتماد، دموکراسی و توسعه، ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، تهران، نشر شیرازه
۳. باستانی، سوسن و کمالی، افسانه و صالحی، مریم (۱۳۸۶)؛ سرمایه اجتماعی شبکه و اعتماد متقابل بین شخصی، مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی، سال ۱۶، شماره ۶۱
۴. بیگر، وان (۱۳۸۲)؛ مدیریت و سرمایه اجتماعی، ترجمه سید مهدی الوانی و محمد رضا ربیعی، تهران، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی
۵. بیگر، وان (۱۳۸۲)؛ مدیریت و سرمایه اجتماعی، ترجمه مهدی الوانی و محمدرضا رحیمی، تهران، سازمان مدیریت صنعتی
۶. پاتنام، رابرت (۱۳۸۰)؛ دموکراسی و سنت های مدنی (تجربه ای برای کشورهای در حال توسعه)، ترجمه محمد تقی دلفروز، دفتر مطالعات و تحقیقات وزارت کشور
۷. پاتنام، رابرت (۱۳۸۴)؛ جامعه برخوردار، سرمایه اجتماعی و زندگی عمومی، در تاجبخش کیان، سرمایه اجتماعی، اعتماد، دموکراسی و توسعه، ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، تهران، نشر شیرازه
۸. پاتنام، رابرت (۱۳۸۴)؛ سرمایه اجتماعی، اعتماد، دموکراسی و توسعه، ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، تهران، نشر شیرازه
۹. توسلی، غلامعباس (۱۳۷۹)؛ نظریه های جامعه شناسی، تهران، انتشارات سمت
۱۰. توسلی، غلامعباس (۱۳۸۲)؛ مشارکت اجتماعی در شرایط جامعه آنومیک، تهران، انتشارات سمت
۱۱. توسلی، غلامعباس و موسوی، مرضیه (۱۳۸۴)؛ مفهوم سرمایه اجتماعی در نظریات کلاسیک و جدید، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۶
۱۲. جهانی، حدیث (۱۳۸۸)؛ بررسی رابطه حضور در فضای مجازی و شکل گیری هویت مدرن، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات
۱۳. خانیکی هادی و حسین بصیریان جهرمی (۱۳۹۴) "کنشگری و ضرورت در شبکه های اجتماعی مجازی (مطالعه کارکردهای فیس بوک در فضای واقعی) فصلنامه علوم اجتماعی شماره ۶۱
۱۴. شیخ انصاری، مهین (۱۳۹۳) "تاثیر کاربری در شبکه اجتماعی فیسبوک بر مدرنیته شدن روابط کاربران جوان در تهران پایان نامه دکتری به راهنمایی حمید عبداللهیان و مشاوره آقایان رحمت الله صدیق سروستانی و محمدجواد زاهدی، دانشگاه پیام نور مرکز - دانشکده علوم اجتماعی
۱۵. چلبی، مسعود (۱۳۷۳)؛ تحلیل شبکه در جامعه شناسی، فصلنامه علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی، شماره ۶.۵
۱۶. دلاور، علی (۱۳۸۵)؛ روش تحقیق در روان شناسی و علوم اجتماعی، تهران، انتشارات نشر ویرایش
۱۷. سلمانی پور، رضا (۱۳۸۹)؛ بررسی سرمایه اجتماعی با تاکید بر اعتماد، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات
۱۸. صالحی، مریم (۱۳۸۴)؛ بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی شبکه و اعتماد متقابل بین شخصی و جنسیت، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهرا تهران
۱۹. صوری، صداقت (۱۳۸۸)؛ بررسی سرمایه اجتماعی و عوامل موثر بر آن در شهر گرمی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات
۲۰. فاین، بن (۱۳۸۵)؛ سرمایه اجتماعی و نظریه اجتماعی، ترجمه کمال سروریان، تهران پژوهشکده مطالعات راهبردی

۲۱. فوکویاما، فرانسیس (۱۳۸۴)؛ سرمایه اجتماعی و جامعه مدنی، در تاجبخش، کیان. سرمایه اجتماعی، اعتماد، دموکراسی و توسعه، ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، تهران، نشر شیرازه
۲۲. فیلد، جان (۱۳۸۶)؛ سرمایه اجتماعی، ترجمه غلامرضا غفاری و حسین رضانی، تهران، انتشارات کویر
۲۳. قاضی طباطبایی، محمود (۱۳۷۴)؛ تکنیک های خاص تحقیق، تهران، انتشارات دانشگاه پیام نور
۲۴. کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰)؛ عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ، ترجمه احمد عقیلیان و افشین خاکباز، تهران، انتشارات طرح نو
۲۵. کاستلز، مانوئل و اینس، مارتین (۱۳۸۴)؛ گفتگو با مانوئل کاستلز، ترجمه حسن چاووشیان و لیلا جوافشانی، تهران، نشر نی
۲۶. کلمن، جیمز (۱۳۷۷)؛ بنیادهای نظریه اجتماعی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران، نشر نی
۲۷. موسوی نسب، سیده لیلا (۱۳۹۰) "بررسی تاثیر عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی بر سرمایه اجتماعی کاربران آن (مطالعه موردی: شبکه اجتماعی مجازی فیس بوک)" پایان نامه دکتری به راهنمایی محمد سعید ذکایی و مشاوره عباس اسدی، دانشگاه علامه طباطبایی - پردیس آموزشهای نیمه حضوری