

سرمایه اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی واقعی و مجازی^۱ (مورد مطالعه: دختران دانشجوی دانشگاه‌های شهر تهران)

دکتر تهمینه شاوردی^۲

تاریخ وصول: ۹۵/۷/۱۲

تاریخ پذیرش: ۹۶/۱/۲۳

چکیده:

مقاله‌ی حاضر با هدف سنجش تطبیقی سرمایه‌ی اجتماعی دختران دانشجوی در فضای واقعی و مجازی تدوین شده است. روش تحقیق این بررسی پیمایشی و ابزار تحقیق پرسشنامه‌ی "ISCS" دیمیتری ویلیامز می‌باشد. جامعه‌ی نمونه شامل ۸۱۹ نفر از دختران دانشجوی است که با استفاده از روش کوکران تعیین و با بهره‌گیری از نمونه‌گیری چند مرحله‌ای انتخاب شده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که میانگین تمامی مؤلفه‌های سرمایه‌ی اجتماعی به نفع سرمایه‌ی اجتماعی جامعه‌ی واقعی می‌باشد؛ همچنین سرمایه‌ی اجتماعی پل‌زننده در جامعه‌ی واقعی با میانگین ۳۸/۴ بالاترین سطح سرمایه‌ی اجتماعی را در میان دختران دانشجوی و سرمایه‌ی اجتماعی پیوندی در جامعه‌ی مجازی با میانگین ۲۶/۸ کمترین میزان سرمایه‌ی اجتماعی را در میان آنها دارا است. شایان ذکر است که میانگین حمایت عاطفی در شبکه‌های اجتماعی واقعی (۱۲/۰۳) بیش از شبکه‌های مجازی (۸/۳) می‌باشد.

مفاهیم کلیدی: سرمایه‌ی اجتماعی، شبکه‌ی اجتماعی واقعی، شبکه‌ی اجتماعی مجازی

^۱ مقاله‌ی حاضر برگرفته از پژوهشی است که با حمایت پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی در سال ۱۳۹۴ توسط مؤلف انجام شده است.

^۲ دانشیار گروه جامعه‌شناسی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی

مقدمه و بیان مسأله

نقش زنان در محیط اجتماعی و تعاملات آنها در شبکه‌های اجتماعی رسمی و غیر رسمی همواره به‌عنوان بخشی از سرمایه‌ی اجتماعی این قشر، مورد بحث و چالش‌های جدی در میان صاحب‌نظران مسائل اجتماعی بوده است.

به‌طور سنتی، زنان مسئول رفاه خانواده‌ها و تربیت فرزندان هستند. بنابراین اعتماد به شبکه‌های تعاملات غیر رسمی در میان زنان و خانواده‌شان برای به اشتراک گذاشتن مهارت‌ها و اطلاعات، ثبات درآمدها و کاهش خطرات بسیار ضروری است. این امر از این نظر حائز اهمیت است که بسیاری از زنان در بخش‌های رسمی حضور نداشته و از دسترسی به اطلاعاتی که می‌تواند به زندگی یا پیشرفت آنها کمک کند، محروم هستند (بانک جهانی، ۲۰۱۱)؛ همچنین سرمایه‌ی اجتماعی که از این طریق ایجاد می‌شود و میزان اعتمادی که در سایه این روابط در شبکه‌ها شکل می‌گیرد مورد توجه جامعه‌شناسان بوده است.

جمیز کلمن (۱۹۸۰)، معتقد است سرمایه‌ی اجتماعی را باید از طریق کارکردش تعریف کرد. از نظر وی سرمایه‌ی اجتماعی منبعی اجتماعی - ساختاری است که دارایی و سرمایه‌ی افراد محسوب می‌شود. این دارایی شی واحدی نیست؛ بلکه ویژگی‌هایی است که در ساختار اجتماعی وجود دارد و باعث می‌شود افراد با سهولت بیشتری وارد کنش اجتماعی شوند (کلمن، ۱۳۷۷: ۴۹۲)؛ بنابراین او سرمایه‌ی اجتماعی را جنبه‌ای از ساختار اجتماعی برای کنشگران می‌داند که آنها از آن برای کسب منافع‌شان استفاده می‌کنند. باید توجه داشت که جنسیت یک ساخت اجتماعی است که به هویت جنسی معنای فرهنگی می‌دهد. ضمن اینکه به‌عنوان منبع اصلی رفاه اقتصادی و اجتماعی برای اعضا، خانواده به‌عنوان اولین واحد ساختاری در تولید سرمایه‌ی اجتماعی برای جامعه‌ی بزرگ‌تر کمک می‌کند (ببولز^۱، ۱۹۹۸؛ هوگان^۲، ۱۹۹۸). از نظر بانک جهانی (۲۰۰۱)، شبکه‌های اجتماعی زنان بیشتر غیر رسمی هستند و در مقایسه با شبکه‌ی مردان، با خویشاوندان بیش از

^۱ Bubolz

^۲ Hogan

سایرین در ارتباطات هستند (مور^۱، ۱۹۹۰). در مقابل شبکه‌های مردان بیشتر رسمی و شامل مردانی است که درگیر شغلشان هستند. شبکه‌های مردان بیشتر شامل همکاران و در مقایسه با شبکه‌ی زنان کمتر در بردارنده‌ی خویشاوندان هستند؛ بنابراین زنان در واکنش به عدم مشارکتشان در سازمان‌های شغلی رسمی، بیشتر به شبکه‌های غیر رسمی خو گرفته‌اند (بانک جهانی^۲، ۲۰۱۱).

از سوی دیگر اختراع اینترنت منجر به ظهور شیوه‌های نوینی از روابط مجازی و جوامع مجازی گردیده و با طرح رسانه‌های مدرن، جوامع را به لحاظ کیفیت ارتباطات انسانی متحول کرده است. این تحولات عمدتاً از طریق شبکه‌های اجتماعی مجازی بر این ارتباطات تأثیرگذار بوده است، ضمن اینکه اثرات سایر رسانه‌های دیگر را نیز کم‌رنگ ساخته است. در میان برنامه‌های کاربردی گسترده‌ای که هر یک ویژگی‌های خاص خود را دارد، شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز به تدریج پدیدار شد. اجتماع مجازی یا شبکه‌ی اجتماعی اینترنتی، وبسایت یا مجموعه‌ای از وبسایت‌هایی است که به کاربران امکان می‌دهد، علایق، نظرات و فعالیت‌های خود را با یکدیگر به اشتراک بگذارد؛ به عبارت دیگر، "شبکه‌های اجتماعی مجازی" سایت‌هایی هستند که با استفاده از یک موتور جستجوگر و افزودن امکاناتی مانند چت، پیام‌رسانی الکترونیک، انتقال تصویر و صدا و ... امکان ارتباط کاربران را در قالب شبکه‌ای از روابط فردی و گروهی فراهم می‌آورند (خانیک و بابایی، ۲۰۱۳: ۲۰؛ رزنیک^۳، ۲۰۰۰). از جمله این شبکه‌ها می‌توان از وبلاگ، فیس‌بوک، توییتر، یوتیوب، پادکست نام برد.

در میان شبکه‌های اجتماعی مختلف تلگرام در ایران از محبوبیت خاصی برخوردار است و در عین حال سهم قابل توجهی از ترافیک این شبکه‌ی اجتماعی (۳۰/۸٪) مربوط به کاربران ایرانی است. کشور روسیه با ۸/۶٪ بعد از ایران در رتبه‌ی دوم و برزیل با ۵/۷٪ در رتبه‌ی سوم قرار دارند. جدول ۱ میزان ترافیک این شبکه‌ی اجتماعی مجازی را در چند کشور نشان می‌دهد.

¹ Moor

² World Bank

³ Rusnik

جدول ۱: مقایسه‌ی میزان ترافیک تلگرام در ایران و برخی کشورها

آپریل ۲۰۱۶		سپتامبر ۲۰۱۵		
رتبه در کشور	میزان ترافیک	رتبه در میان کشورها	میزان ترافیک	کشور
۱۸	۴۸/۲	۱۲۹	۳۰/۸	ایران
۴۵۱	۷/۷	۱/۴۸۱	۸/۶	روسیه
۴۷۶	۳/۶	۱/۵۰۷	۵/۷	برزیل
۳۴۸	۳/۳	۱/۰۵۱	۵/۲	کره‌ی جنوبی
۵۳۰	۲/۹	۴/۷۲۴	۵/۰	هند

رشد شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌تواند همچون شبکه‌های اجتماعی واقعی تبعاتی را در جامعه به دنبال داشته باشد و بازخورد مثبت ارتباطاتی که در این شبکه‌ها شکل می‌گیرد می‌تواند به‌عنوان یک سرمایه‌ی اجتماعی مورد استفاده قرار گیرد و از ویژگی‌های این سرمایه برخوردار باشد. شبکه‌های اجتماعی مجازی با ایجاد اشکال جدید در تعاملات انسانی، زمینه‌ی ایجاد فضای تعامل افراد با علایق مشترک را خارج از محدودیت‌های مکانی و زمانی فراهم کرده‌اند. فضایی که کاربران بدون دغدغه، نظرات خود را به راحتی و آزادانه مطرح می‌کنند. کاربران در این فضاها می‌توانند با به اشتراک گذاری ایده‌ها، اخبار، نظرات و ... در اشکال چند رسانه‌ای، حجم بالایی از اطلاعات را به دیگر کاربران منتقل سازند. این تعاملات می‌تواند در شکل سازنده‌ی خود، به‌عنوان سرمایه‌ی اجتماعی تلقی گردد و جامعه را در سطح وسیعی از نتایج این سرمایه بهره‌مند سازد. از سوی دیگر چنانچه این فضا نتواند بستر مناسبی برای شکل‌گیری سرمایه‌ی اجتماعی به وجود بیاورد و اثرات آن همچون اعتماد، مشارکت، حمایت و تعامل را تضعیف کند، تأثیرات غیر قابل جبرانی در روابط کاربران در فضای مجازی و به تبع آن در فضای واقعی به دنبال خواهد داشت.

بر این اساس مقاله‌ی حاضر تلاش می‌کند دریابد ۱- چه تفاوت‌هایی میان میانگین شاخص‌های سرمایه‌ی اجتماعی زنان در شبکه‌های اجتماعی واقعی و مجازی وجود دارد؟
 ۲- چه تفاوت‌هایی میان نوع سرمایه‌ی اجتماعی زنان در شبکه‌های اجتماعی واقعی و مجازی وجود دارد؟

پیشینه پژوهش

الف) تحقیقات داخلی

تشکیل شبکه‌های اجتماعی مجازی موج گسترده‌ای از مطالعات و پژوهش‌های علمی در این حوزه را به دنبال داشته است. پژوهشگران و صاحب‌نظران در این حوزه تلاش کرده‌اند که با انجام مطالعات گسترده رابطه‌ی میان شبکه‌های اجتماعی مجازی با سایر متغیرهای تأثیرپذیر را مورد بررسی قرار دهند. رابطه‌ی میان شبکه‌های اجتماعی مجازی و سرمایه‌ی اجتماعی نیز از همین سنخ است. با این وجود سنجش سرمایه‌ی اجتماعی زنان در شبکه‌های اجتماعی مجازی و واقعی کمتر مورد توجه قرار گرفته است؛ بنابراین در این بخش به مطالعاتی که به صورت غیر مستقیم هم به موضوع این مطالعه مرتبط بوده‌اند پرداخته شده است.

نتایج مطالعه‌ی مرکز نظرسنجی ایسپا (۱۳۹۴)، نشان می‌دهد که در مجموع ۵۳ درصد از کل مردم ایران حداقل عضو یکی از شبکه‌های اجتماعی هستند؛ همچنین نتایج ایسپا نشان می‌دهد که ۵۵ درصد مردان و ۵۱ درصد زنان حداقل عضو یکی از شبکه‌های اجتماعی هستند. استفاده از شبکه‌های اجتماعی در بین افراد دارای تحصیلات آکادمیک به مراتب بیشتر است؛ به این ترتیب که ۷۵ درصد افرادی که دارای تحصیلات دانشگاهی هستند عضو حداقل یکی از شبکه‌های اجتماعی هستند در حالی که این میزان برای افراد دارای تحصیلات دیپلم و پایین‌تر برابر با ۳۹ درصد است؛ همچنین شبکه‌ی اجتماعی تلگرام به پرطرفدارترین شبکه‌ی اجتماعی در بین مردم ایران تبدیل شده و ۳۷/۵ درصد مردم بالای ۱۸ سال کشور اعلام کرده‌اند عضو تلگرام هستند. اگر جمعیت افراد ۱۸ سال به بالای کشور را طبق سرشماری سال ۱۳۹۰ برابر با حدود ۵۴ میلیون نفر در نظر بگیریم می‌توان گفت حدود ۲۰ میلیون نفر از شهروندان ایرانی که بالای ۱۸ سال سن دارند عضو تلگرام هستند (ایسپا، ۱۳۹۴).

مطالعه‌ای توسط موسوی و حدادی (۱۳۹۰)، انجام شده است. در این مطالعه از روش پیمایش استفاده شده است و جمعیت نمونه شامل ۳۸۴ نفر از جوانان شهر اصفهان بوده است. شیوه‌ی نمونه‌گیری دو مرحله‌ای تصادفی و طبقه‌ای متناسب به کار گرفته شده است.

جوانان ۱۵ تا ۲۴ سال مراجعه کننده به کافی نت های اصفهان انتخاب و در سال ۱۳۹۰ مورد مطالعه قرار گرفته اند. برخی از یافته های این مطالعه به شرح زیر است:

سرمایه ی اجتماعی جوانان هم در جهان واقعی و هم مجازی پایین تر از حد متوسط است.

- بین سرمایه ی اجتماعی جوانان در جهان مجازی و جهان واقعی ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد؛ هر چند این ارتباط چندان قوی نیست.

- ارتباط مثبت و مستقیم بین سرمایه ی اجتماعی افراد در جهان واقعی و مجازی نشان دهنده ی نوعی رابطه ی انعکاسی و بازتابی بین جهان واقعی و مجازی است. بر این اساس به نظر می رسد کاربرانی که در جهان واقعی دارای سرمایه ی اجتماعی بوده اند در جهان مجازی نیز از این سرمایه برخوردار بوده اند. لذا نمی توان عضویت در این شبکه ی اجتماعی را در کاهش یا افزایش سرمایه ی اجتماعی مؤثر دانست (موسوی و حدادی، ۱۳۹۰).

نوغانی و همکاران (۱۳۹۱)، طی مطالعه ای در خصوص سرمایه ی اجتماعی و فیس بوک به بررسی دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد در سال تحصیلی ۹۱-۹۰ می پردازد. حجم نمونه از ۱۵۶ نفر است و با استفاده از روش پیمایشی و ابزار پرسشنامه اطلاعات را جمع آوری کرده است. نتایج به دست آمده بیانگر این است که شبکه ی اجتماعی فیس بوک می تواند باعث کاهش سرمایه ی اجتماعی پیوندی و افزایش سرمایه ی اجتماعی پل زنده گردد (نوغانی و همکاران، ۱۳۹۱).

توسلی و کلاریجانی (۱۳۹۱)، با بررسی سرمایه ی اجتماعی در شبکه های اجتماعی مجازی (سرمایه ی اجتماعی شبکه) رابطه ی این دو متغیر را در میان کاربران شبکه های اجتماعی مورد بررسی قرار داده اند. این پژوهش از روش پیمایشی و با استفاده از پرسشنامه انجام شده است و علاوه بر بررسی ابعاد سرمایه ی اجتماعی، تأثیر برخی متغیرهای اجتماعی را بر سرمایه ی اجتماعی شبکه مورد آزمون قرار داده است. جامعه ی آماری این تحقیق کلیه ی شبکه های اجتماعی مجازی فارسی زبان بوده است. حجم نمونه ۳۸۶ نفر است که با روش نمونه گیری غیر احتمالی گلوله برفی انتخاب شده اند. نتایج این پژوهش

حاکمی از آن است که وضعیت سرمایه‌ی اجتماعی در ابعاد مختلف متفاوت بوده و در هر یک از ابعاد ساختی، تعاملی و کارکردی نتایج حاصل گردید که ممکن است با وضعیت سرمایه‌ی اجتماعی در جهان واقعی تفاوت‌هایی داشته باشد. تأثیر برخی متغیرهای اجتماعی و زمینه‌ای بر سرمایه‌ی اجتماعی شبکه در این تحقیق موجب تأیید فرضیات تحقیق گشته و مدل علی تحقیق را با تأثیر و تأثر متقابل تشکیل داده‌اند (توسلی و کلاریجانی، ۱۳۹۱).

ب) تحقیقات خارجی

ونکاتاناتان^۱ (۲۰۱۱)، طی مطالعه‌ای با عنوان "شبکه و سرمایه‌ی اجتماعی فردی" دریافته است در حوزه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی پیوندی، افراد درون‌گرا بیش از افراد برون‌گرا از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. وی همچنین با مقایسه‌ی میان زنان و مردان در این مطالعه نشان داده است که به‌طور کلی سرمایه‌ی اجتماعی پیوندی در میان زنان بیش از مردان است. با این حال زمانی که ساختار شبکه‌ای شخص برای سرمایه‌ی اجتماعی پل زننده یا پیوندی مورد توجه قرار می‌گیرد (اعمال نفوذ می‌کند)، هیچ تفاوت جنسیتی معناداری دیده نمی‌شود (ونکاتاناتان، ۲۰۱۱).

بر اساس یک پژوهش ملی جدید تحت عنوان: پروژه‌ی اینترنت و زندگی آمریکایی توسط "Pew" منتشر شده است، بیش از نیمی از ۵۵ درصد کاربران جوان آمریکایی که در سنین ۱۲ تا ۱۷ سال قرار دارند از سایت‌های شبکه‌های اجتماعی آنلاین استفاده می‌کنند. این تحقیق همچنین نشان داده است که جوانان، به‌خصوص دختران، بیشتر از پسران از این سایت‌ها استفاده می‌کنند؛ و نیز دختران از سایت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی در درجه‌ی اول مکانی برای تقویت و ادامه‌ی دوستی‌هایی است که از قبل داشته‌اند. در حالیکه پسران از این شبکه‌ها به‌عنوان فرصت‌هایی برای طرح مسائل عاطفی و پیدا کردن دوستان جدید استفاده می‌کنند (به نقل از شاوردی و همکاران، ۱۳۹۴).

¹ Venkatanathan

رنزولی^۱ (۲۰۰۰)، نیز طی پژوهشی به بررسی سرمایه‌ی اجتماعی در میان کارآفرینان زن و مرد پرداخته‌اند. او دریافته است که زنان به‌طورکلی شبکه‌هایی همگن‌تر از مردان دارند و غالباً برخویشاوندان خود به‌عنوان اعضای شبکه تکیه کنند (رنزولی و همکاران، ۲۰۰۰).

الیسون^۲ و همکاران (۲۰۰۷)، در پژوهش دیگری به بررسی رابطه‌ی میان استفاده از فیسبوک به‌عنوان یک شبکه‌ی اجتماعی محبوب و نحوه‌ی شکل‌گیری و نگهداری سرمایه‌ی اجتماعی می‌پردازد. وی علاوه بر سنجش سرمایه‌ی اجتماعی پیونددهنده و پل‌زننده، یک بُعد دیگر از سرمایه‌ی اجتماعی که "توانایی فرد برای حفظ ارتباط با اعضای پیشین" می‌باشد را نیز می‌سنجد که آن را حفظ سرمایه‌ی اجتماعی می‌نامد. نتایج به‌دست آمده از این نظرسنجی که جامعه‌ی نمونه‌ی آن را ۲۸۶ نفر از دانشجویان مقطع کارشناسی تشکیل می‌دهد نشان می‌دهد که رابطه‌ی قوی میان استفاده از فیسبوک و سه نوع سرمایه‌ی اجتماعی وجود دارد که قوی‌ترین آن ارتباطات با سرمایه‌ی اجتماعی پل‌زننده است؛ علاوه بر این استفاده از فیسبوک در تعامل سنجش سلامت روانی، نشان می‌دهد که این شبکه‌ی اجتماعی فواید زیادی برای کاربران با تجربه با اعتماد به نفس پایین و رضایت از زندگی پایین به همراه داشته است (الیسون، استینفیلد^۳، لامپ^۴، ۲۰۰۷).

مبانی نظری پژوهش

اولین بار عبارت سرمایه‌ی اجتماعی توسط شخصی به نام هانیفان که در آموزش و پرورش ایالت ویرجینیای آمریکا خدمت می‌کرد به کار گرفته شد (ووکوک^۵، ۱۹۹۸). از نظر هانیفان سرمایه‌ی اجتماعی شامل دارایی‌هایی است که در زندگی روزانه‌ی افراد وجود دارند مانند حسن تفاهم^۶، رفاقت و دوستی، احساس همدردی و روابط اجتماعی در بین

^۱ Renzulli

^۲ Ellison

^۳ Steinfield

^۴ Lomp

^۵ Woolcock

^۶ good will

افراد و خانواده‌هایی که یک واحد اجتماعی را تشکیل می‌دهند. نظریه‌ی وی به مدت نیم قرن مسکوت ماند تا در سال ۱۹۶۱ جاکوب در اثر خود به نام زندگی و مرگ شهرهای بزرگ آمریکایی به سرمایه‌ی اجتماعی پرداخت و نقش آن را در ارتباط با حفظ نظافت، برخورد با جرم و جنایات خیابانی در محدوده‌های حومه و قدیمی شهری مطرح کرد (شریفیان‌ثانی، ۱۳۸۰: ۱۱). با وجود اینکه ابعاد مختلفی از سرمایه‌ی اجتماعی طی سال‌های اخیر اگر حوزه‌ای وجود داشته باشد که در آن ادبیات سرمایه‌ی اجتماعی ضعیف است، آن حوزه جنسیت است (کیلی^۱، ۲۰۰۲). به‌عبارتی با وجود پژوهش‌های متعددی که ابعاد مختلف سرمایه‌ی اجتماعی را بررسی کرده است، ابعاد قومی و جنسیتی آن تقریباً ناشناخته باقیمانده است (مولیناس^۲، ۱۹۹۸؛ فاکس و گرشمن^۳، ۲۰۰۰). با این وجود به نظر می‌رسد شبکه‌های زنان برخلاف مردان بیشتر به روابط غیر رسمی گرایش دارد (نیوهوسر^۴، ۱۹۹۵) و بیشتر شامل خویشاوندان می‌باشد (مور^۵، ۱۹۹۰). زنان در واکنش به عدم مشارکت شغلی در سازمان‌ها، به شبکه‌های غیر رسمی عادت کرده‌اند. در عین حال در مطالعه‌ای در خصوص زنان کاربر اینترنت مشخص شد که زنان بیشتر مصرف‌کنندگان فضای مجازی هستند و سهم کمتری در مقایسه با مردان در تولید محتوا را دارند (روبینز^۶، ۲۰۰۲).

گر چه پاتنم تلاش‌هایی کرده است تا در بولینگ به تنهایی، تا اندازه‌ای به جنسیت به‌عنوان یک فاکتور در ایجاد و کاهش سرمایه‌ی اجتماعی بپردازد، اما نظرات او نشان داد که او نگرشی نسبتاً امپرسیونیسمی (ژرفانگری) دارد و فقدان شواهد این امر را نشان می‌دهد (فیلد، ۲۰۰۳). به نظر می‌رسد این نگرش در نظرات بوردیو و کلمن نیز دیده می‌شود؛ زیرا آثار آنها نیز هیچ‌گونه شواهدی مبنی بر تفاوت جنسیتی دیده نمی‌شود.

¹ Kilby

² Molinas

³ Fox And Gershman

⁴ Neuhouser

⁵ Moore

⁶ Robins

ممکن است دریابیم که یک گروه ظرفیت کمی برای رشد سرمایه‌ی اجتماعی محدود یا در برخی در حوزه‌ها محدود باشد. برای مثال مدیران زن بسیار کمتر از مردان به کارهای بین‌المللی که می‌تواند به گسترش دامنه‌ی شبکه‌های آنها منجر شود می‌پردازند. از سوی دیگر همان‌طور که قبلاً اشاره شد روابط جنسیتی در بسیاری از مطالعات و ادبیات پیشین دیده نشده است و تأکید اصلی روی شبکه‌های مردان است. به‌طوری که هیچ‌یک از مطالب ارسالی در وبسایت بانک جهانی روی سرمایه‌ی اجتماعی (تا سال ۲۰۱۱) به‌صورت مستقیم به مسائل جنسیت اشاره نکرده‌اند.

از طرف دیگر وقتی روابط دو جنس مورد تأیید واقع می‌شود؛ اغلب با فرض هنجاری در مورد زنان رمزگذاری می‌شود. این زنان روابط مؤثرشان بد جلوه داده می‌شود و منجر به طرح سؤالاتی می‌شود که شایستگی‌شان را خدشه‌دار می‌سازد.

به عقیده‌ی وولکاک و نارایان (۲۰۰۰)، ایده‌ی اصلی سرمایه‌ی اجتماعی این است که خانواده، دوستان و آشنایان یک فرد، یک دارایی مهمی را تشکیل می‌دهند که می‌توان در مواقع بحرانی از آن استمداد کرده و آن را برای کسب منافع بکار گرفت. افرادی که از شبکه‌های اجتماعی بیشتری بهره‌مندند، قادر به رویارویی بهتری در برابر چالش‌های فراروی‌شان هستند (بانک جهانی^۱، ۲۰۱۱).

به‌طور کلی گروه‌های مختلفی که در شبکه‌های اجتماعی شکل می‌گیرد از نظر سطح ارتباطات به دو دسته تقسیم می‌شوند: گروه‌های پیوندی و گروه‌های پل‌زننده. به گفته‌ی پاتنم "سرمایه‌ی اجتماعی پل‌زننده" به شبکه‌ی اجتماعی اطلاق می‌شود که افرادی را از انواع مختلف دور هم گرد می‌آورد و "سرمایه‌ی اجتماعی پیوندی" که مردمی را از نوع مشابه گرد هم جمع می‌کند. این یک تمایز مهم است، زیرا اثرات جانبی گروه‌هایی که پل‌زننده هستند احتمالاً مثبت است، در حالی که شبکه‌هایی که پیوندی هستند (محدود به بخش‌های اجتماعی خاص) در معرض خطر بیشتری از پیامدهای جانبی منفی قرار دارند (نوریس^۲ و اینگلهارت^۳، ۲۰۰۳).

¹ World Bank

² Norris

³ Inglehart

در مجموع سه رویکرد نسبت به شبکه‌های اجتماعی مجازی و تأثیر آن بر سرمایه‌ی اجتماعی وجود دارد:

۱- از نظر گروه اول دنیای مجازی به تدریج جایگزین دنیای واقعی قدیمی خواهد شد (برتون، ۱۳۸۲ به نقل از عدلی‌پور و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۲۰-۹۹). آنها معتقدند که اینترنت به تدریج به ترویج تغییرات مثبت کمک می‌کند و همچنین شبکه‌های اجتماعی مجازی امروزه با فراهم آوردن فضای ملاقات برای افراد دارای علایق مشترک و غلبه بر محدودیت‌های مکان و زمان، موجب تجدید حیات اجتماعی می‌شوند. از این رویکرد روابط شکل گرفته در فضای اطلاعاتی به تدریج به فضای فیزیکی تسری پیدا می‌کند و به اشکال نوینی از اجتماعی منتهی می‌شود که ترکیبی از تعاملات شبکه‌ای دارد. بسیاری از هواداران این گروه معتقدند که اینترنت ارتباطات شبکه‌ای و غیر شبکه‌ای را گسترش می‌دهد. از این دیدگاه اینترنت نه تنها فرصت‌های تماس با دوستان و خویشان را با هزینه‌ی پایینی فراهم می‌کند، بلکه نتیجه‌ی آگاهی اعضای شبکه از نیازهای یکدیگر، بر تعداد ارتباطات رودرو و تلفنی آنها می‌افزاید (ولمن و همکاران، ۲۰۰۱؛ به نقل از عدلی‌پور، ۱۳۹۴).

۲- گروه دوم استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجزا را باعث کاهش سرمایه‌ی اجتماعی می‌دانند. از این رویکرد استفاده از شبکه‌های اجتماعی و اینترنت مانع توجهی افراد به اجتماع واقعی می‌شود؛ زیرا تعاملات شبکه‌ای آنها، از میزان ارتباطات مستقیم‌شان پیشی می‌گیرد. پیوندهای اینترنتی و فیسبوکی به ندرت به ترویج دوستی‌های عمیق، ارائه‌ی غیر ملموس (مانند حمایت عاطفی) و ارائه‌ی کمک‌های مادی واقعی منتهی می‌شوند. کار با اینترنت نه تنها زمان پرداختن به سایر فعالیت‌ها را کاهش می‌دهد، بلکه توجهی افراد را از محیط اطراف خود باز می‌دارد. مطالعه‌ی انجام شده درباره‌ی کاربران، نشان می‌دهند که با افزایش استفاده از اینترنت نه تنها زمان پرداختن به سایر فعالیت‌ها را کاهش می‌دهد، بلکه توجهی افراد را از محیط اطراف خود باز می‌دارد. مطالعه‌ی انجام شده درباره‌ی کاربران، نشان می‌دهد که با افزایش استفاده از اینترنت، تماس اجتماعی خارج از شبکه کاهش می‌یابد. از این رویکرد بیشتر فعالیت‌ها در اینترنت با هدف جستجوی اطلاعات یا پرداختن به تفریحات انفرادی صورت می‌گیرد. کامپیوتری کردن و استفاده از

اینترنت می‌تواند مرز منزل و محل کار را بر هم بزند. افراد کار را به منزل بیاورند و به جای ارتباط با خانواده، دوستان و سایر فعالیت‌ها مشغول انجام یک کار خاص شوند.

۳- گروه سوم اعتقاد دارند که تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر کاهش یا افزایش سرمایه‌ی اجتماعی کاربران با سبک زندگی آنها معنا می‌یابد. از نظر آنها این فناوری به شیوه‌ی تدریجی موجب تداوم و گسترش انتقال روابط میان فردی از شبکه‌های "در به در" به شبکه‌های "مکان به مکان" و "شخص به شخص" می‌شود. اگر چه تماس‌های چهره به چهره و تلفنی تداوم پیدا خواهد کرد، ولی این تماس‌ها در نتیجه‌ی نقش اینترنت در پیوند میان افراد حاضر در موقعیت‌های جغرافیایی مختلف و سازمان‌های هم‌پیمان تکمیل می‌شود (همان).

این رویکرد بر این امر تأکید دارد که در جوامعی که سرمایه‌ی اجتماعی آنها پایین است نمی‌توان انتظار داشت که در فضای مجازی از سرمایه‌ی اجتماعی بالاتری برخوردار باشند. این نگاه فضای مجازی را دنباله فضای واقعی می‌داند. بر این اساس شبکه‌های اجتماعی مجازی را نیز بر اساس ساختار روابط در شبکه‌های اجتماعی واقعی تحلیل می‌کند و معتقد است سرمایه‌ی اجتماعی افراد در زندگی واقعی، سرمایه‌ی اجتماعی را در همان حد و اندازه، در دنیای مجازی شکل خواهد داد، زیرا سرمایه‌ی اجتماعی مجازی بازتابی از سرمایه‌ی اجتماعی واقعی است. رابطه‌ی بازتابی با استناد به نظرات «نود و آتما» نوعی رابطه‌ی انعکاسی و "آینه‌وار" میان دو پدیده، دو حالت و یا وضعیت مرتبط با هم است که به گونه‌ای خصوصیات و ویژگی‌های یکی را - به‌طور کامل و یا تقریباً کامل - بتوان در دیگری مشاهده کرد (نود و آتما، ۲۰۰۶: ۵).

با توجه به نظرات مطرح شده، مبانی نظری پژوهش حاضر بر رویکرد سوم تکیه دارد که سرمایه‌ی اجتماعی در فضای اجتماعی مجازی متناظر با فضای واقعی است.

روش‌شناسی پژوهش

در این بررسی از روش پیمایشی برای دستیابی به اهداف تحقیق استفاده شده است. جامعه‌ی آماری شامل دختران دانشجویی است که در سال تحصیلی ۹۵-۹۴ در دانشگاه‌های دولتی شهر تهران شاغل به تحصیل بوده‌اند. جامعه‌ی نمونه شامل ۸۱۹ نفر از

دانشجویان می‌باشد که با استفاده از فرمول کوکران تعیین شده و با استفاده از روش چند مرحله‌ای انتخاب شده‌اند. ابزار تحقیق پرسشنامه‌ی استاندارد می‌باشد. این پرسشنامه شامل چهار بخش است. بخش اول مربوط به سؤالات ویژگی‌های فردی، بخش دوم شامل سؤالات سنجش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی، بخش سوم شامل سؤالات مربوط به سنجش سرمایه‌ی اجتماعی‌ای (فردی) است. بخش چهارم پرسشنامه "ISCS" می‌باشد که توسط دیمتری ویلیامز، تحت عنوان مقیاس سرمایه‌ی اجتماعی اینترنتی برای اندازه‌گیری سرمایه‌ی اجتماعی در محیط‌های آنلاین و اینترنتی تدوین شده است. این مقیاس به‌طور مقایسه‌ای سرمایه‌ی اجتماعی را در هر دو وضعیت (آفلاین و آنلاین) اندازه‌گیری می‌کند. این پرسشنامه دارای ۴۰ سؤال می‌باشد که ۲۰ سؤال آن مربوط به سرمایه‌ی اجتماعی در فضای واقعی و ۲۰ سؤال آن مربوط به فضای مجازی می‌باشد؛ همچنین ۱۰ سؤال اول هر پرسشنامه بیانگر سرمایه‌ی اجتماعی پیوندی و ۱۰ سؤال دوم سرمایه‌ی اجتماعی پل‌زننده پاسخگویان می‌باشد. ضمناً ۴ سؤال اول هر پرسشنامه بیانگر سرمایه‌ی اجتماعی حمایت‌کننده می‌باشد. در این پرسشنامه از طیف لیکرت استفاده شده است و گزینه‌ها در پنج سطح بسیار مخالفم=۱، مخالفم=۲، بی‌نظر=۳، موافقم=۴ و بسیار موافقم=۵ می‌باشد.

تعریف متغیرها

سرمایه‌ی اجتماعی پیوندی: از نظر پوتنام^۱ (۲۰۰۰)، سرمایه‌ی اجتماعی پیوندی به منابع عاطفی در دسترس فرد اشاره دارد که به سبب پیوندی قوی با گروه‌های متجانس چون خانواده یا دوستان صمیمی کسب می‌شود.

سرمایه‌ی اجتماعی پل‌زننده: سرمایه‌ی اجتماعی پل‌زننده به آن دسته از منابع اطلاعاتی مربوط می‌شود که فرد در خلال پیوندهای ضعیفش با گروه‌های نامتجانس مانند دوستان غیر صمیمی و یا آشنایان به دست می‌آورد (همان).

^۱ Putnam

یافته‌های پژوهش

الف) ویژگی‌های جمعیت‌شناختی

در این مرحله ابتدا ویژگی‌های جامعه‌ی آماری معرفی می‌شود و سپس با توجه به اهداف مقاله نتایج به دست آمده ارائه می‌شود.

جدول ۲: توزیع دختران دانشجویان بر حسب ویژگی‌های فردی

درصد	تعداد	متغیرهای زمینه‌ای	
۲۷/۸	۲۲۸	۱۸-۲۰	گروه سنی (میانگین)
۳۴/۱	۲۷۹	۲۱-۲۳	
۱۷/۲	۱۴۱	۲۴-۲۶	
۷/۴	۶۱	۲۷-۲۹	
۵/۴	۴۴	۳۰-۳۲	
۵/۴	۳۷	۳۳ و بیشتر	
۳/۵	۲۹	اظهار نشده	
۱۰۰	۸۱۹	جمع	
۵۷/۴	۴۷۰	علوم انسانی	گروه‌های آموزشی
۴/۸	۳۹	علوم پایه	
۳/۵	۲۹	پزشکی	
۲۴/۸	۲۰۳	مهندسی	
۶/۵	۵۳	هنر	
۳/۱	۲۵	اظهار نشده	
۱۰۰	۸۱۹	جمع	
۷۰	۵۷۵	مجرد	وضعیت تأهل
۲۰/۳	۱۶۶	متأهل	
۱/۲	۱۷	مطلقه	
۰/۲	۲	سایر (بیوه، جدا از هم و ...)	
۷/۲	۵۹	اظهار نشده	
۱۰۰	۸۱۹	جمع	
۲۳/۴	۱۹۲	شاغل	وضعیت شغلی
۶۶/۳	۵۴۳	بیکار	
۱۰/۳	۸۴	اظهار نشده	
۱۰۰	۸۱۹	جمع	

همان‌گونه که در جدول ۲ ذکر شده است دختران سنین ۲۱ تا ۲۳ سال با ۳۴/۱ درصد بالاترین میزان را به خود اختصاص داده‌اند. ۵/۴ درصد نیز دختران دانشجوی ۳۳ ساله و بالاتر بوده‌اند. میانگین سنی دختران دانشجو ۲۳/۳ سال بوده است. با توجه به توزیع گروه‌های آموزشی تلاش شد که در انتخاب نمونه گروه‌های آموزشی نیز در نظر گرفته شود. نتایج نشان داده است که دختران مجرد با ۷۰ درصد کل جامعه‌ی نمونه بیشترین میزان را به خود اختصاص داده‌اند؛ در عین حال ۲۰/۳ درصد دانشجویان متأهل می‌باشند، همچنین ۶۶ درصد دختران دانشجو به کاری اشتغال ندارند.

ب) جداول توصیفی

جدول ۳: میزان و سابقه‌ی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی

درصد	تعداد	گروه‌ها	
۱۱/۱	۹۱	یک ساعت و کمتر	میزان استفاده از شبکه‌های مجازی (روز)
۳۲/۰	۲۶۲	دو تا سه ساعت	
۲۴/۷	۲۰۲	چهار تا پنج ساعت	
۹/۰	۷۴	شش تا هفت ساعت	
۱۱/۷	۹۶	هشت ساعت و بیشتر	
۱۱/۵	۹۴	اظهار نشده	
۱۰۰	۸۱۹	جمع	
۱۶/۴	۱۳۴	یک سال و کمتر	سابقه‌ی استفاده از شبکه‌های اجتماعی
۳۵/۷	۲۹۲	دو تا سه سال	
۱۹/۰	۱۵۶	چهار تا پنج سال	
۱۷/۹	۱۴۷	شش سال و بیشتر	
۱۱	۹۰	اظهار نشده	
۷۳/۳	۶۰۰	تلفن همراه	وسیله‌ی مورد استفاده
۱۰/۶	۸۷	تبلت	
۵/۳	۴۳	دسکتاپ	
۶/۵	۵۳	تلفن همراه و وسیله‌ی دیگر	

درصد	تعداد	گویه‌ها	
۰/۳	۳	ترکیب وسایل دیگر	
۳/۸	۳۱	اظهار نشده	
۱۰۰	۸۱۹	جمع	
۵۷/۰	۴۶۷	تلگرام	شبکه‌های اجتماعی
۴/۰	۳۳	فیسبوک	
۱/۶	۱۳	وایبر	
۲/۷	۲۲	واتس‌آپ	
۰/۳	۳	کلوب	
۱/۲	۱۷	سایر	
۲۴/۳	۱۹۹	تلگرام و سایر موارد	
۷/۹	۶۵	ترکیب موارد بالا به جز تلگرام	
۱۰۰	۸۱۹	جمع	

یافته‌ها همچنین بیانگر این است که ۳۲ درصد دانشجویان مورد بررسی دو تا سه ساعت در روز در شبکه‌های اجتماعی حضور دارند. میانگین ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی ۴/۳ ساعت در روز می‌باشد. در عین حال بیشترین طول مدت حضور در شبکه‌های اجتماعی دو تا سه سال است. نتایج نیز نشان می‌دهد که ۳۵/۷ درصد پاسخگویان دو تا سه سال است که در این شبکه‌های فعالیت دارند که با احتساب کسانی که یک سال و کمتر است که عضو این شبکه‌ها می‌باشند می‌توان گفت بیش از نیمی از کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی طی سه سال اخیر به این شبکه‌ها پیوسته‌اند. میانگین سابقه‌ی حضور در شبکه‌های اجتماعی ۳/۷ سال می‌باشند.

وسایله‌ای که کاربران برای حضور در شبکه‌های اجتماعی از آن استفاده می‌کنند عمدتاً موبایل است. بیش از ۷۳ درصد پاسخگویان از طریق موبایلشان به شبکه‌های اجتماعی مجازی متصل می‌شوند. کسانی که از شبکه‌های اجتماعی مجازی تحت ویندوز استفاده می‌کنند تنها ۵/۳ درصد هستند و این امر نشان می‌دهد که بیش از ۹۵ درصد

کاربران از وسیله‌ای استفاده می‌کنند که تقریباً در تمامی مکان‌ها امکان دسترسی آن‌ها را به فضای مجازی فراهم می‌کند.

اندازه‌ی شبکه‌ی مورد استفاده در فضای مجازی از دیگر متغیرهایی است که در این مطالعه مورد بررسی قرار گرفته است. یافته‌ها بیانگر این است که ۶۷/۳ درصد پاسخگویان از یک شبکه، ۱۹/۳ درصد از دو شبکه، ۶/۶ درصد از سه شبکه، ۱/۵ درصد از چهار شبکه و ۹/۰ درصد از پنج شبکه و بیشتر استفاده کرده‌اند. در عین حال بررسی شبکه‌های مورد استفاده نشان می‌دهد که تلگرام با ۵۷ درصد بیشتر تعداد کاربران را به خود اختصاص داده است. ضمن اینکه ۲۴/۳ درصد پاسخگویان از تلگرام همزمان با سایر شبکه‌های اجتماعی آنلاین استفاده می‌کنند که مجموعاً می‌توان گفت ۸۱/۳ کاربران از تلگرام استفاده می‌کنند. بررسی نوع گروه نیز با توجه به اینکه هر یک از پاسخویان به چند مورد اشاره داشته‌اند، نشان می‌دهد که ۶۵ درصد دختران دانشجوی عضو گروه‌های دوستان هستند، پس از آن گروه خانواده با ۱۶/۸ درصد و همکاران با ۱۳/۷ درصد قرار دارند.

ج) جداول تحلیلی

جدول ۴: مقایسه‌ی مؤلفه‌های سرمایه‌ی اجتماعی آنلاین و آفلاین دختران دانشجوی

Sig	df	t-value	میانگین در جامعه مجازی	میانگین در جامعه واقعی	
۰/۰۰۰	۷۷۳	۲۶/۷۵	۲/۷۸	۴/۳۰	در دنیای واقعی / مجازی کسانی هستند که برای حل مشکلات به آنها اعتماد دارم
۰/۰۰۰	۷۹۴	۲۵/۳۷	۲/۷۰	۴/۱۸	در دنیای واقعی / مجازی کسی هست که من می‌توانم برای مشاوره در تصمیم‌گیری‌های خیلی مهم به او مراجعه کنم
۰/۰۰۰	۷۸۶	۱۱/۱۵	۲/۷۷	۳/۵۰	در دنیای واقعی / مجازی کسی نیست که بتوانم با خیال راحت درباره‌ی امور شخصی و محرمانه با او صحبت کنم

Sig	df	t-value	میانگین در جامعه مجازی	میانگین در جامعه واقعی	
۰/۰۰۰	۷۸۹	۱۱/۳۰	۳/۱۷	۳/۸۳	زمانی که احساس تنهایی می‌کنم حداقل چندین نفر در دنیای واقعی / مجازی هستند که می‌توانم با آنها صحبت کنم
۰/۰۰۰	۷۹۵	۲۶/۷۴	۲/۳۵	۴/۰۵	اگر نیاز به یک وام ۵۰۰ هزار تومانی داشته باشم، می‌دانم در دنیای واقعی / مجازی حداقل یک نفر هست که می‌توانم روی کمک او حساب کنم
۰/۰۰۰	۷۸۸	۲۱/۳۲	۲/۵۲	۳/۷۲	من از اعتبار و منزلت کسانی که در دنیای واقعی / مجازی با آنها تعامل دارم، استفاده می‌کنم
۰/۰۰۰	۷۷۱	۱۷/۹۰	۲/۸۵	۳/۸۱	کسانی که در دنیای واقعی / مجازی با آنها ارتباطم، حاضرند کارهای خوبی به من معرفی کنند
۰/۰۰۰	۷۸۳	۲۱/۶۳	۲/۲۸	۳/۴۱	کسانی که در دنیای واقعی / مجازی با آنها در ارتباطم حاضرند سرمایه‌ی مالی کم خود هم را با من شریک شوند
۰/۰۰۰	۷۷۲	۱۱/۳۷	۲/۵۸	۳/۳۱	من در دنیای واقعی / مجازی شناخت کافی از افراد ندارم که انجام کارهای مهم را به آنها بسپارم
۰/۰۰۰	۷۵۹	۱۱/۶۳	۲/۹۱	۳/۵۳	کسانی که در دنیای واقعی / مجازی با آنها ارتباط دارم، حاضرند علیه بی‌عدالتی به من کمک می‌کنند
۰/۰۰۱	۷۹۰	۳/۲۶	۳/۵۲	۳/۶۸	ارتباط با افراد در دنیای واقعی / مجازی، مرا به مسائلی که خارج از محل سکونت‌م اتفاق می‌افتد علاقه‌مند می‌کند
۰/۰۰۰	۷۸۲	۹/۱۱	۳/۵۰	۳/۹۵	کسانی که در دنیای واقعی / مجازی با آنها در ارتباطم، باعث می‌شود بخواهم تجارب جدیدی به دست بیاورم
۰/۰۰۵	۷۹۱	۲/۸۲	۳/۳۶	۳/۵۰	کسانی که در دنیای واقعی / مجازی با آنها ارتباط دارم، مرا به نظرات افرادی که شبیه من فکر نمی‌کنند علاقه‌مند می‌سازد
۰/۰۰۲	۷۸۲	۳/۱۷	۳/۶۹	۳/۸۴	گفتگو با افرادی که در دنیای واقعی / مجازی با آنها در ارتباطم، مرا نسبت به مناطق دیگر جهان کنجکاو می‌کند

Sig	df	t-value	میانگین در جامعه مجازی	میانگین در جامعه واقعی	
۰/۰۰۰	۷۸۰	۷/۸۰	۳/۴۸	۳/۸۹	ارتباط با افراد در دنیای واقعی / مجازی، باعث می‌شود خود را قسمتی از یک جامعه بزرگ‌تر حس کنم
۰/۰۰۰	۷۷۵	۷/۵۱	۳/۴۹	۳/۸۵	ارتباط با افراد در دنیای واقعی / مجازی، باعث می‌شود خود را با مسائل کلان‌تری در ارتباط احساس کنم
۰/۰۰۰	۷۸۴	۳/۵۷	۳/۷۷	۳/۹۵	تعامل با افراد در دنیای واقعی / مجازی، به من یادآوری می‌کند که همه‌ی افراد جهان با هم در ارتباط هستند
۰/۰۰۰	۷۸۷	۱۶/۸۰	۳/۰۳	۳/۸۸	من مایلیم زمانی را صرف حمایت از فعالیت‌های جامعه‌ی واقعی / مجازی کنم
۰/۰۰۰	۷۸۳	۶/۳۵	۳/۵۷	۳/۹۱	تعامل با افراد در دنیای واقعی / مجازی، افراد جدیدی را برای گفتگو و معاشرت کردن به من معرفی می‌کند
۰/۰۰۰	۷۸۳	۴/۳۷	۳/۵۷	۳/۸۱	دنیای واقعی / مجازی، جایی است که می‌توانم هر لحظه با افراد جدیدی در ارتباط باشم

با توجه به یافته‌های تحقیق می‌توان دریافت که تفاوت فاحشی میان مؤلفه‌های سرمایه‌ی اجتماعی جامعه‌ی واقعی و مجازی وجود دارد. میانگین تمامی این مؤلفه‌ها به نفع سرمایه‌ی اجتماعی در جامعه‌ی واقعی می‌باشد؛ همچنین میزان معناداری تفاوت میان این متغیرها در فضای واقعی و مجازی را تأیید می‌کند.

جدول ۵: میانگین ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی در فضای واقعی و مجازی

Sig	df	t-value	میانگین در جامعه‌ی مجازی	میانگین در جامعه‌ی واقعی	
۰/۰۰۰	۶۵۲	۲۸/۷۶	۲۶/۸۹	۳۷/۸۴	سرمایه‌ی اجتماعی پیوندی
۰/۰۰۰	۶۸۱	۸/۹۹	۳۵/۲۵	۳۸/۴۵	سرمایه‌ی اجتماعی پل‌زننده
۰/۰۰۰	۵۸۳	۲۱/۶۷	۶۲/۵۹	۷۶/۵۳	سرمایه‌ی اجتماعی
۰/۰۰۰	۷۵۱	۲۶/۵۹	۸/۲۴	۱۲/۰۳	حمایت عاطفی

بررسی میانگین سرمایه‌ی اجتماعی پیوندی و پل‌زننده در میان دختران دانشجو بیانگر فاصله‌ی قابل توجه میان این دو متغیر می‌باشد. همان‌طور که اشاره شد دختران بیشتر گرایش به شبکه‌های خانوادگی و خویشاوندی دارند و این شبکه‌ها گسترش و تقویت سرمایه‌ی اجتماعی پیوندی را به دنبال دارد؛ ولی نتایج نشان می‌دهد که سرمایه‌ی اجتماعی پیوندی در شبکه‌های اجتماعی واقعی بیش از شبکه‌های اجتماعی مجازی است؛ همچنین سرمایه‌ی اجتماعی در میان تعاملات در دنیای واقعی بیش از دنیای مجازی است (۷۶/۵۳ به ۶۲/۵۹).

بررسی حمایت عاطفی دختران دانشجو را در دو شبکه‌ی اجتماعی واقعی و مجازی نشان می‌دهد که میانگین حمایت عاطفی دختران در فضای واقعی (۱۲/۰۳) بیشتر از فضای مجازی (۸/۲۴) است و حمایت عاطفی در شبکه‌های اجتماعی واقعی پررنگ‌تر از شبکه‌های اجتماعی مجازی است.

جدول ۶: مقایسه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی دانشجویان دانشگاه‌های مورد بررسی بر اساس وضعیت تأهل

Sig	F	df	میانگین	وضعیت تأهل	سرمایه‌ی اجتماعی و ابعاد آن
۰/۰۱۴	۳/۱	۴	۳۸/۰	مجرد	سرمایه‌ی اجتماعی پیوندی در فضای واقعی
			۳۷/۷	متأهل	
			۳۵/۶	مطلقه / بیوه	
۰/۰۱۰	۳/۳	۴	۳۸/۶	مجرد	سرمایه‌ی اجتماعی پل‌زننده در فضای واقعی
			۳۸/۰	متأهل	
			۳۷/۸	مطلقه / بیوه	
۰/۰۰۰	۱۷/۶	۴	۲۶/۷	مجرد	سرمایه‌ی اجتماعی پیوندی در فضای مجازی
			۲۶/۰	متأهل	
			۳۱/۳	مطلقه / بیوه	
۰/۰۰۰	۲۱/۱	۴	۳۵/۷	مجرد	سرمایه‌ی اجتماعی پل‌زننده در فضای مجازی
			۳۳/۷	متأهل	
			۳۹/۰	مطلقه / فوت شده	

Sig	F	df	میانگین	وضعیت تأهل	سرمایه‌ی اجتماعی و ابعاد آن
۰/۰۰۲	۴/۲	۴	۷۶/۸	مجرد	سرمایه‌ی اجتماعی واقعی
			۷۵/۵	متاهل	
			۷۳/۶	مطلقه / فوت شده	
۰/۰۰۰	۲۶/۵	۴	۶۲/۷	مجرد	سرمایه‌ی اجتماعی مجازی
			۵۹/۹	متاهل	
			۷۲/۷	مطلقه / فوت شده	
۰/۰۰۰	۱۸/۹	۴	۱۳۹/۷	مجرد	سرمایه‌ی اجتماعی کل
			۱۳۶/۳	متاهل	
			۱۴۹/۰	مطلقه / فوت شده	

همان‌گونه که در جدول ۶ مشاهده می‌شود مقایسه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی دانشجویان و ابعاد آن با توجه به وضعیت تأهل دانشجویان را نشان می‌دهد. بررسی میانگین سرمایه‌ی اجتماعی در بین سه گروه مجرد، متاهل، مطلقه یا بیوه نشان می‌دهد که سرمایه‌ی اجتماعی پیوندی در میان دانشجویان مجرد بیش از دو گروه دیگر است. در حالی که دانشجویان مطلقه یا آنهایی که همسرشان فوت کرده است از سرمایه‌ی اجتماعی کمتری در این زمینه نسبت به دو گروه دیگر برخوردارند. این مقایسه در خصوص سرمایه‌ی اجتماعی پل‌زنده در فضای واقعی نیز وجود دارد. در حالی که در فضای مجازی سرمایه‌ی اجتماعی پیوندی در میان دانشجویان مطلقه یا بیوه از میزان بیشتری برخوردار است و کمترین میزان سرمایه‌ی اجتماعی پیوندی متعلق به دانشجویان متاهل است. این برتری در مقایسه با سرمایه‌ی اجتماعی پل‌زنده در فضای مجازی نیز وجود دارد. در مجموع هنگامی که میزان سرمایه‌ی اجتماعی واقعی دانشجویان را مورد بررسی قرار می‌دهیم این ارجحیت باز به نفع دانشجویان مجرد و در سرمایه‌ی اجتماعی مجازی به نفع دانشجویان مطلقه یا کسانی که همسرشان فوت شده است، می‌باشد. در مقایسه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی به شکل کلی آن نیز این ترتیب به چشم می‌خورد. میزان معناداری در کلیه ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی نیز این تطابق را تأیید می‌کند.

جدول ۷: مقایسه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی دانشجویان در گروه‌های آموزشی

Sig	F	df	میانگین	گروه‌های آموزشی	سرمایه‌ی اجتماعی
۰/۹۵	۰/۱۷۴	۴	۳۷/۸	علوم انسانی	سرمایه‌ی اجتماعی پیوندی در فضای واقعی
			۳۷/۱	علوم پایه	
			۳۸/۱	پزشکی	
			۳۸/۰	مهندسی	
			۳۸/۱	هنر و کشاورزی	
۰/۴۵	۰/۹۱۲	۴	۳۸/۶	علوم انسانی	سرمایه‌ی اجتماعی پل‌زننده در فضای واقعی
			۳۹/۴	علوم پایه	
			۳۷/۹	پزشکی	
			۳۸/۶	مهندسی	
			۳۷/۲	هنر و کشاورزی	
۰/۱۳	۱/۷۴	۴	۲۶/۹	علوم انسانی	سرمایه‌ی اجتماعی پیوندی در فضای مجازی
			۲۷/۸	علوم پایه	
			۲۵/۶	پزشکی	
			۲۶/۳	مهندسی	
			۲۹/۵	هنر و کشاورزی	
۰/۰۰۰	۳/۷۶	۴	۳۵/۸	علوم انسانی	سرمایه‌ی اجتماعی پل‌زننده در فضای مجازی
			۳۴/۹	علوم پایه	
			۳۲/۳	پزشکی	
			۳۴/۳	مهندسی	
			۳۸/۴	هنر و کشاورزی	
۰/۹۷	۰/۱۱۰	۴	۷۶/۷	علوم انسانی	سرمایه‌ی اجتماعی واقعی
			۷۷/۲	علوم پایه	
			۷۵/۸	پزشکی	
			۷۶/۴	مهندسی	
			۷۶/۱	هنر و کشاورزی	
۰/۰۰	۳/۹۳	۴	۶۳/۰	علوم انسانی	سرمایه‌ی اجتماعی مجازی
			۶۲/۵	علوم پایه	

Sig	F	df	میانگین	گروه‌های آموزشی	سرمایه‌ی اجتماعی
			۵۹/۳	پزشکی	
			۶۰/۴	مهندسی	
			۶۸/۶	هنر و کشاورزی	
۰/۰۲	۲/۸۳	۴	۱۴۰/۰	علوم انسانی	سرمایه‌ی اجتماعی کل
			۱۴۰/۳	علوم پایه	
			۱۳۷/۹	پزشکی	
			۱۳۶/۵	مهندسی	
			۱۴۶/۸	هنر و کشاورزی	

همان‌گونه که مشاهده می‌شود میان سرمایه‌ی اجتماعی مجازی به صورت کلی و نیز در بعد پل‌زننده با رشته‌ی تحصیلی تفاوت معنادار وجود دارد. به‌عبارتی دختران دانشجو در رشته‌ی هنر و کشاورزی از سرمایه‌ی اجتماعی بیشتری در این بعد برخوردارند (۳۸/۴) در حالیکه این میزان در میان دانشجویان پزشکی از کمترین میزان برخوردار است (۳۲/۳). در مجموع مقایسه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی مجازی میان ۵ گروه آموزشی نیز نشان می‌دهد که دانشجویان رشته‌ی هنر و کشاورزی توانسته‌اند در فضای مجازی تعامل، همکاری و مشارکت بیشتری با سایر کاربران داشته باشند (۶۸/۶). در حالیکه این ارتباطات در میان دانشجویان رشته‌های پزشکی پایین است (۵۹/۳). با این وجود سرمایه‌ی اجتماعی به‌طور اعم آن در میان رشته‌های مهندسی از سایر گروه‌های آموزشی کمتر است. شایان ذکر است که محاسبات انجام شده بیانگر این است که میان گروه‌های سنی و سرمایه‌ی اجتماعی در ابعاد و سطوح مختلف آن وجود ندارد رابطه‌ای وجود ندارد. احتمالاً دلیل این امر نزدیک بودن فاصله‌ی گروه‌های سنی با یکدیگر می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج به‌دست آمده نشان می‌دهد که ۳۲ درصد دانشجویان مورد بررسی دو تا سه ساعت در روز در شبکه‌های اجتماعی مجازی حضور دارند. میانگین ساعات استفاده از

شبکه‌های اجتماعی ۴/۳ ساعت در روز می‌باشد؛ همچنین کاربرانی که دو تا سه سال است عضو شبکه‌های اجتماعی مجازی با ۳۵/۷ درصد بیشتر میزان را به خود اختصاص داده‌اند. میانگین سال‌های عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی ۳/۷ سال می‌باشد. کاربران عمدتاً از موبایل برای ارتباط با شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند و بیش از ۷۳ درصد پاسخگویان از این وسیله استفاده می‌کنند. اندازه‌ی شبکه‌های اجتماعی مجازی مورد استفاده‌ی کاربران نیز نشان می‌دهد که نزدیک به ۷۰ درصد پاسخگویان تنها از یک شبکه استفاده می‌کنند. شایان ذکر است که ۸۱/۳ درصد پاسخگویان عضو تلگرام هستند. با وجود اینکه نوع گروه در شبکه نیز بیانگر این است که دختران دانشجوی بیشتر عضو شبکه‌های دوستان هستند.

برخلاف نظریه‌ی مور که اعتقاد داشته است زنان بیشتر عضو شبکه‌ی خویشاندان هستند، نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که عضویت ۶۵ درصد دختران دانشجوی در گروه‌های دوستان است که این امر با نظریه‌ی مورد مغایرت دارد. به نظر می‌رسد که علت این تفاوت عدم توجه به متغیر سن است. به عبارتی دختران جوان بیشتر تمایل به ارتباطات با دوستان خود در شبکه‌های اجتماعی دارند؛ همچنین به نظر می‌رسد متغیر تحصیلات می‌تواند تأثیرگذار باشد و تحصیل‌کردگان به گروه دوستان گرایش بیشتری دارند. اما همان‌گونه که الیسون (۲۰۰۷)، اظهار داشته است شبکه‌های اجتماعی آنلاین بیشتر بر شبکه‌ی اجتماعی پل‌زننده تأثیر دارند. نتایج نیز این نظر را تأیید کرده است.

۱- مقایسه‌ی مؤلفه‌های سرمایه‌ی اجتماعی در دنیای واقعی و مجازی نشان می‌دهد که در تمامی ۲۰ مؤلفه، میانگین‌های جامعه‌ی واقعی بیشتر از جامعه‌ی مجازی است. بیشترین شکاف میان سرمایه‌ی اجتماعی در دو جامعه نیز مربوط به "شراکت در سرمایه‌ی مالی کم" می‌باشد که میانگین در جامعه‌ی واقعی ۳/۴۱ و در جامعه‌ی مجازی ۲/۲۸ است. در مجموع نتایج نشان می‌دهد که سرمایه‌ی اجتماعی کاربران در دنیای واقعی بیش از سرمایه‌ی اجتماعی آنها در دنیای مجازی است.

۲- با وجود اینکه گروه‌هایی که دختران دانشجوی عضو آنها می‌باشند عمدتاً گروه دوستان بوده است؛ لکن نتایج نشان داده است که این گروه نتوانسته سرمایه‌ی اجتماعی

کاربران را در جامعه‌ی مجازی تقویت کند. به عبارتی مقایسه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی پل‌زننده در جامعه‌ی واقعی (۳۷/۸۴) که در ارتباط با شبکه‌های دوستان غیر صمیمی و خویشاوندان دورتر می‌باشد با همین سرمایه‌ی اجتماعی در جامعه‌ی مجازی (۲۶/۸۹) تفاوت قابل توجه دارد و به نفع سرمایه‌ی اجتماعی پل‌زننده در جامعه‌ی واقعی است. این نتیجه تأییدی بر نظریه‌ی نود و آتما (۲۰۰۶)، می‌باشد که اعتقاد داشتند فضای مجازی و فضای واقعی یکدیگر را تکمیل می‌کنند. به عبارتی ابعادی در سرمایه‌ی اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی (سرمایه‌ی اجتماعی پل‌زننده) قوی‌تر و ابعادی از سرمایه‌ی اجتماعی (سرمایه‌ی اجتماعی پیوندی) در شبکه‌های اجتماعی واقعی قوی‌تر است. نتایج نیز نشان داده است که سرمایه‌ی اجتماعی پیوندی که دوستان صمیمی و اعضای خانواده و خویشاوندان بسیار نزدیک را در بر می‌گیرد در جامعه‌ی واقعی (۳۸/۴۵) با میانگین آن در جامعه‌ی مجازی (۲۵/۲۵) نیز تفاوت دارد.

۳- با این وجود به نظر می‌رسد که سرمایه‌ی اجتماعی در کل در جامعه‌ی واقعی بیش از جامعه‌ی مجازی است. به عبارتی سرمایه‌ی اجتماعی دختران دانشجو در جامعه‌ی واقعی (۷۶/۵۳) و در جامعه‌ی مجازی (۶۲/۵۹) است که نشان می‌دهد در مجموع سرمایه‌ی اجتماعی دانشجویان در دنیای واقعی بیش از دنیای مجازی است.

۴- مقایسه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی کاربران در فضای مجازی و فضای واقعی این نیز بیانگر این است که حمایت عاطفی در شبکه‌های واقعی ۱۲/۰۳ می‌باشد در صورتی که همین حمایت در شبکه‌های مجازی ۸/۳ می‌باشد که نشان می‌دهد حمایت عاطفی نیز در شبکه‌های اجتماعی واقعی بیش از شبکه‌های اجتماعی مجازی است.

۵- نتایج نشان داده است که میانگین سرمایه‌ی اجتماعی هم در فضای مجازی و هم در فضای واقعی میان سه گروه از نظر وضعیت تأهل یعنی مجردین، متأهلین و افرادی که مطلقه می‌باشند یا همسرشان فوت کرده است متفاوت است. محاسبات انجام شده نیز تفاوت این گروه‌ها را معنادار گزارش کرده است. میزان سرمایه‌ی اجتماعی پیوندی و پل‌زننده در میان مجردین در فضای مجازی بیشتر از دو گروه دیگر است و افراد مطلقه و بیوه از کمترین سرمایه‌ی اجتماعی برخوردارند در حالی که سرمایه‌ی اجتماعی متأهلین در

فضای مجازی کمتر از دو گروه دیگر است. این امر می‌تواند ناشی از ارتباطات کم‌رنگ و تعاملات کمتر افراد متأهل در این گروه‌ها باشد. ضمن اینکه مقایسه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی پیوندی در هر سه گروه نشان می‌دهند که با ورود شبکه‌های اجتماعی مجازی ارتباطات افراد از حالت پیوندی به سمت پل‌زننده رفته است. به عبارتی میزان سرمایه‌ی اجتماعی از نظر نوع آن تغییر پیدا کرده است. این امر در میان افراد مطلقه و بیوه مشهودتر است.

۶- مقایسه‌ی سرمایه‌ی اجتماعی دانشجویان در فضای مجازی و واقعی در رشته‌های مورد بررسی بیانگر این است که تنها میان سرمایه‌ی اجتماعی پل‌زننده در فضای مجازی با رشته‌های مختلف تفاوت معنادار وجود دارد. داده‌ها نیز حاکی از بالا بودن سرمایه‌ی اجتماعی مجازی دانشجویان رشته‌ی هنر و کشاورزی نسبت به سایر گروه‌ها به‌خصوص در بعد پل‌زننده‌ی آن می‌باشد.

با توجه به اینکه عضویت و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی رو به تزاید و کم‌کم دارد جای ارتباط کاربران با دوستان و اطرافیان‌شان را در جامعه‌ی مجازی می‌گیرد، لازم است که تمهیدات و سیاست‌های لازم برای تقویت سرمایه‌ی اجتماعی کاربران در فضای مجازی نیز صورت گیرد تا این شکاف باعث نشود جامعه دچار بحران سرمایه‌ی اجتماعی گردد.

آموزش‌های مرتبط با این موضوع می‌بایست از سنین کودکی و در مقطع دبستان و راهنمایی ارائه گردد. یعنی در زمانی که کودک آنچه را فرا می‌گیرد نهادینه می‌کند. لکن آگاه نمودن جوانان نیز باید به موازات این امر صورت پذیرد. نشست‌های تخصصی در دانشگاه‌ها و نیز بحث و گفتگو از طریق تریبون‌های آزاد می‌تواند گامی مؤثر در هوشیار نمودن جوانان نسبت به این تغییر که نقش مهمی در توسعه‌ی اجتماعی دارد، باشد.

فهرست منابع:

- ایسنا (۹۴/۱۰/۱۰). عضویت نیمی از ایرانی‌ها در شبکه‌های اجتماعی، بیش از ۲۰ میلیون نفر در تلگرام، کد خبر ۹۴۱۰۱۰۰۵۱۴۳۴۵، زمان مراجعه: ۹۵/۲/۲.
- توسلی، غلامعباس و امانی کلاریجانی، امرالله (۱۳۹۱). "تحلیل و بررسی ابعاد سرمایه‌ی اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی (با تأکید بر تئوری شبکه)"، مطالعات رسانه‌ای، سال هفتم، شماره‌ی ۱۸.
- خانیکی، هادی و بابایی، محمود (۱۳۹۰). "فضای سایبر و شبکه‌های اجتماعی"، فصلنامه‌ی انجمن ایرانی مطالعات جامعه‌ی اطلاعاتی، دوره‌ی اول، شماره‌ی ۱، پاییز و زمستان.
- شاوردی، تهمینه؛ محمدی، آتوسا و بیاتی، پروانه (۱۳۸۴). سبک زندگی و تلفن همراه هوشمند، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- شریفیان‌ثانی، مریم (۱۳۸۰). "سرمایه‌ی اجتماعی: مفاهیم اصلی و چارچوب نظری"، فصلنامه‌ی رفاه اجتماعی، دوره‌ی ۱، شماره‌ی ۲.
- عدلی‌پور، صمد؛ میرمحمدتبار، سید احمد؛ افشار، سیمین و سهرابی، مریم (۱۳۹۴). "تأثیر شبکه‌ی اجتماعی کلوب بر سرمایه‌ی اجتماعی دختران و زنان شهر تبریز"، مطالعات جامعه‌شناختی جوانان، سال ششم، شماره‌ی ۱۹.
- کلمن، جمیز (۱۳۷۷). بنیادهای نظری اجتماعی، ترجمه‌ی منوچهر صبوری، تهران، نشر نی.
- موسوی، سید کمال‌الدین و حدادی، فریده (۱۳۹۰). "تحلیل مقایسه‌ای سرمایه‌ی اجتماعی در جهان واقعی و جهان مجازی، با تأکید بر جوانان ۱۵-۲۵ ساله‌ی مراجعه‌کننده به کافی‌نت‌های شهر اصفهان"، مجله‌ی جهانی رسانه، (۲) ۶.
- نوغانی، محسن؛ چرخ زرین، مرتضی و صادقی، عطیه (۱۳۹۱). تأثیر فیسبوک بر کاهش سرمایه‌ی اجتماعی پیوندی در خانواده، نخستین کنگره‌ی ملی فضای مجازی و آسیب‌های اجتماعی نوپدید، تهران: وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی.

Alexa, <http://www.alex.com/siteinfo/telegram.org> (Revised 2016/03/11).

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*, 12, 1143-1168.

Ellison, Nicole B., Steinfield, Ch., 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, Issue 4, pages 1143-1168, July 2007.

Feiled, J. (2003). *Social Capital*, Routledge, London.

Fox, J., and Gershman, J. (2000). "The World Bank and social capital: Lessons from ten rural development projects in the Philippines and Mexico", *Policy Sciences* 33: 399-419.

Glaeser, E., L. (2001). The formation of social capital, 381-93, in J.F. Helliwell (ed)' *the Contribution of Human and Social Capital to Sustained Economic Growth and Well-Being*. Human Resources Development Canada/Organization for Economic Co-operation and Growth, Ottawa/Paris.

<http://www.internetworldstats.com/me/ir.htm> (Revised 2016/03/11).

<http://www.alex.com/siteinfo/telegram.org>

Inglehart, Ronald F., and Norris P. (2003). *Rising Tide: Gender Equality and Cultural Change Around the World*. New York: Cambridge University Press.

Kilby, P. (2002). "Social capital and civil society", Canberra: National Centre for Development Studies at ANU, Pp. 1-15.

Lenhart, A. and Madden, M. (2007). *Social Networking Websites and Teens: An Overview*, <http://www.pewinternet.org> (Revised 2016/03/11).

Lima, Sh. and others (2011). "A study on Singaporean women's acceptance of using mobile phones to seek health information", *International Journal of Medical Informatics*, Vol.

80, Issue 12, December 2011, Pages e189-e202, Designing for Healthy Living.

Moore G. (1990). "Structural Determinants of Men's and Women's Personal Network", *American Sociological Review*, N. 55.

Nood, D. & Attema, J. (2006). *Second life: The second life of virtual reality*. (S. V. Everdingen, Trans.) EPN-Electronic Highway Platformfrom, http://www.ecp.nl/sites/default/files/EPN_report_, (Retrieved 1 December 2006).

Norris, P., and Inglehart, R. (2005). "Gendering Social Capital: Bowling in the Women's Leagues?", *Gender and Social Capital*. Ed. Brenda O'Neill. Routledge, Ch. 4, 73-98.

Pew Research Center (2016). <http://www.pewglobal.org/> (Revised 2016/02/20).

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

Renzulli, L.A., Aldrich, H., Moody, J., (2000). "Family matters: gender, networks, and entrepreneurial outcomes", *Social Forces* 79, 523-546.

Resnick, P., R. Zeckhauser, et al. (2000). "Reputation Systems: Facilitating Trust in Internet Interactions", *Communications of the ACM* 43(12).

Robins, M. B. (2002). "Are African women online just ICT consumers?", *Gazette (Leiden, Netherlands)*, 64(3), 235-249.

Valenzuela, S., Park, N., Kee, Kerk F. (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*.

Valenzuela, Sebastian; Park, Namsu; Kee, Kerk F. (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*, *Journal of Computer-Mediated Communication* 14 875-901.

Venkatanathan, J., Evangelos, K. (2012). "Network, Personality and social capital", Proceedings of the 4th Annual ACM Web Science Conference, Pages 326-329.

Williams, D. (2006). "On and off the 'Net: Scales for social capital in an online era", Journal of Computer Mediated Communication, 11, 593-628.

Wookock, M. (1998). Social Capital and Economic Development: Toward A Theoretical Synthesis and Policy Framework, Theory and Society, 27(2): 151-208.

World Bank (2011). Social Capital and Gender, <http://go.worldbank.org/5N0O2Z1TC0> (Revised 2016/03/11).