

Online Social Capital in the World of Information and Communication Technology; Examining and Analyzing Opposing and Agreeing Points of View

Fatemeh Taheri  *

Assistant Professor, College of Farabi,
University of Tehran, Qom, Iran

Abstract

Social capital, defined by the World Bank as social norms hidden in social structures, has the role of coordinating people's actions to achieve goals. With the increase of electronic communication, the platform of social capital has changed and the concern of researchers has moved towards online social capital. The purpose of this article is to analyze the opinions of experts against and in favor of the emergence of this variable. Due to the review nature of the article, 138 international articles were reviewed, and due to the inappropriateness of the title, abstract, and content of 78 articles, 60 were considered for final review. The review of these cases examines the studies conducted in the field of online social capital and the results from the experts' point of view. The results show that although online social capital has been approved by researchers to a large extent, the opposing opinions in this regard show that the use of online social capital in a favorable situation requires strengthening electronic communication skills, the development of different platforms, and how to use them correctly. So there is still no collective agreement among experts regarding the status of social capital in online social networks, and more research is needed to identify the status of this nascent concept more clearly. This study, as an opening to start coherent studies of the state of social capital in social networks and electronic communications, guides the importance and necessity of different qualitative and quantitative research in this connection.


Keywords: Online social capital, online social networks, social capital, virtual communities.

* Corresponding Author: F_taheri@ut.ac.ir

How to Cite: Taheri, F. (2023). Online Social Capital in the World of Information and Communication Technology; Examining and Analyzing Opposing and Agreeing Points of View, *Journal of New Media Studies*, 8(32), 37-70.



سرمایه اجتماعی آنلاین در دنیای فناوری اطلاعات و ارتباطات؛ بررسی و تحلیل دیدگاه‌های مخالف و موافق

فاطمه طاهری  * استادیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، پردیس فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران

چکیده

سرمایه اجتماعی توسط بانک جهانی به عنوان هنجارهای اجتماعی نهفته در ساختارهای اجتماعی تعریف شده است که نقش هماهنگی اقدامات افراد برای نیل به اهداف را بر عهده دارد. با افزایش ارتباطات الکترونیکی، بستر سرمایه اجتماعی تغییر نموده و دغدغه پژوهشگران را به سمت سرمایه اجتماعی آنلاین پیش برده است. هدف این مقاله واکاوی نظرات مخالف و موافق صاحب‌نظران در ارتباط با ظهور این متغیر می‌باشد. با توجه به ماهیت مروری مقاله، تعداد ۱۳۸ مقاله معتبر بین‌المللی مورد بررسی اولیه قرار گرفت که با توجه به نامناسب بودن عنوان، چکیده و محتوای ۷۸ مقاله، تعداد ۶۰ مورد برای بررسی نهایی در نظر گرفته شد. مرور این موارد به بررسی مطالعات صورت گرفته در حوزه سرمایه اجتماعی آنلاین و نتایج حاصل از دیدگاه صاحب‌نظران می‌پردازد. نتایج نشان می‌دهد اگرچه سرمایه اجتماعی آنلاین تا حد زیادی توسط پژوهشگران مورد تأیید قرار گرفته است، اما آراء مخالف در این ارتباط نشان می‌دهند بهره‌گیری از سرمایه اجتماعی آنلاین در وضعیت مطلوب نیازمند تقویت مهارت‌های ارتباطات الکترونیکی، توسعه پلتفرم‌های مختلف و چگونگی استفاده صحیح از آن‌ها می‌باشد. در واقع هنوز بین صاحب‌نظران، توافق جمعی در ارتباط با وضعیت سرمایه اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی آنلاین وجود ندارد و پژوهش‌های بیشتری مورد نیاز است تا وضعیت این مفهوم نو پا را با وضوح بیشتری مورد شناسایی قرار دهد. این مطالعه به عنوان روزه‌ای برای شروع مطالعات منسجم وضعیت سرمایه اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی و ارتباطات الکترونیکی، اهمیت و ضرورت پژوهش‌های کیفی و کمی مختلف در این ارتباط را رهنمون می‌شود.

کلیدواژه‌ها: سرمایه اجتماعی آنلاین، شبکه‌های اجتماعی آنلاین، سرمایه اجتماعی، جوامع مجازی.

مقدمه

تأثیر فناوری‌های مختلف رسانه‌ای بر نتایج اجتماعی، از سیاست گرفته تا خشونت و رفتار و نگرش‌های فردی، موضوع ادبیات گسترده‌ای در علوم اجتماعی بوده است. دلیل این امر آن است که آن‌ها ممکن است بر سرمایه اجتماعی تأثیر بگذارند. سرمایه اجتماعی مفهومی با ساختار علمی اجتماعی چند وجهی، سخت تعریف شده و در عین حال بسیار مفید است (Campante, Durante & Tesei, 2022) که در حوزه جامعه‌شناسی ظهور پیدا نمود (Granovetter, 1973; Bourdieu, 1986; Putnam, 2000)، اما پیشرفت‌های اخیر، افزایش علاقه به آن را در مرزهای دیگر دانش نیز به وجود آورده است و صاحب‌نظران آن را به صورت موضوعی بین‌رشته‌ای متناسب با تمام مشاغل حتی در زمینه‌های مختلف سیاسی و تجاری و به عبارتی به عنوان سرمایه اجتماعی حرفه‌ای¹ در نظر گرفته‌اند. (Hodson, Dale & Petersen, 2018; Ma & Leung, 2019; Chu, Oldford & Gao, 2022) دلیل این امر آن است که سرمایه اجتماعی، همکاری و تعامل برای نیل به اهداف مشترک و مزایای متقابل را تسهیل می‌کند و خروجی آن ایجاد ارزش در همه موقعیت‌ها است. پاتنام معتقد است همان‌گونه که سرمایه فیزیکی یا سرمایه انسانی منجر به افزایش بهره‌وری می‌گردد، تعاملات اجتماعی نیز بر بهره‌وری افراد و گروه‌ها تأثیر مثبت می‌گذارد؛ اما به هر حال اقدامات جمعی مستلزم پذیرش چالش‌های اطلاعاتی و هماهنگی است (Zhou & Ning, 2022). هر فرد بایستی ارزیابی کند که آیا دیگران اولویت‌های خود را در رابطه با آن پروژه جمعی خاص به اشتراک می‌گذارند و اینکه آیا افراد همفکر واقعاً در تلاش برای اقدام جمعی هستند یا خیر. این امر فوراً نشان می‌دهد که چگونه رسانه‌ها و تکنولوژی‌های ارتباطی می‌توانند بر سرمایه اجتماعی تأثیر بگذارند، زیرا آن‌ها در اصل ابزارهایی برای انتشار و به اشتراک‌گذاری اطلاعات هستند، از جمله اطلاعاتی که امکان هماهنگی بین افراد را فراهم می‌آورند (Barbera & Jackson, 2019). در واقع رویکرد سرمایه اجتماعی اگرچه در دنیای تعاملات و ارتباطات فیزیکی اهمیت خود را به خوبی نشان داده است، اما در دنیای تعاملات کامپیوتری و هیجانه رسانه‌های اجتماعی بر بستر

1 Professional social capital

ارتباطات، مفهومی جدید به شمار می‌رود و تاکنون تحقیقات منسجمی در مورد آن صورت نپذیرفته و در واقع چه‌بسا این خلأ باعث عدم بروز و ظهور شایستگی‌های شبکه‌های اجتماعی گردیده است. (Yoganathan, Osburg & Bartikowski, 2021) در این ارتباط ویلیامز^۱ (۲۰۰۶) مطرح می‌کند هرچقدر فعالیت‌های افراد به صورت آنلاین افزایش پیدا می‌کند، پژوهش‌های بیشتری برای درک اثرات این نوع جدید از تعاملات اجتماعی نیاز است. این در حالی است که امروزه ارتباطات و تعاملات انسانی از طریق شبکه‌های اجتماعی آنلاین (فیس‌بوک^۲، مای اسپیس^۳، توییتر^۴، لینکدین^۵ و دیگر شبکه‌ها) به صورت پدیده‌ای جهانی در آمده است. بیش از بیست بلیون نفر در سرتاسر جهان از طریق اجتماعات آنلاین با یکدیگر ارتباط دارند، با دوستان و شرکای تجاری و غیرتجاری خود ارتباط برقرار می‌کنند و دانش و اطلاعات مفیدی را با یکدیگر مورد مبادله قرار می‌دهند (Kaye, Kowert & Quinn, 2017).

این موضوع در سال‌های اخیر در ایران نیز به موضوع قابل توجهی تبدیل شده است و تعداد زیادی از افراد را به عنوان کاربر به خود اختصاص داده است؛ طوری که بیش از ۵۳ درصد از افراد بالای ۱۸ سال در ایران از حداقل یک پلتفرم رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. بر این اساس می‌توان مطرح نمود که حدود ۲۸,۵ میلیون نفر از جمعیت ایران، جزء کاربران فعال در رسانه‌های اجتماعی هستند. در گزارشی دیگر از آمار جهانی اینترنت^۶ (۲۰۱۶)، ایران با جمعیت بیش از ۸۲,۵ میلیون نفر، با داشتن حدود ۵۶,۷ میلیون نفر کاربر اینترنت و ۱۷,۲ میلیون نفر کاربر فیس‌بوک، رتبه نخست خاورمیانه را به خود

1. Williams

۲. Face book: یک سرویس شبکه اجتماعی برخط است که در ۴ فوریه سال ۲۰۰۴ میلادی در دانشگاه هاروارد به وجود آمد.

۳. Myspace: یک وبگاه شبکه اجتماعی است که دفتر مرکزی آن در کالیفرنیا می‌باشد.

۴. Twitter: یک شبکه اجتماعی و سرویس ارائه دهنده میکروبلگ است که به کاربران اجازه می‌دهد تا ۲۸۰ حرف، پیام متنی را که به انگلیسی توییت نامیده می‌شود ارسال کنند.

۵. LinkedIn: یک سرویس شبکه اجتماعی تجاری برای کسب و کار است که به عنوان مهم‌ترین شبکه‌ی اجتماعی حرفه‌ای و تجاری فعالیت می‌کند.

6. Internet World Stat

اختصاص داده است؛ بنابراین با توجه به تأثیر و وسعت استفاده از رسانه‌های اجتماعی در ایران، شکل جامعه، نوع ارتباطات و هویت آن تحت تأثیر قرار گرفته است (Techrasa, 2016).

در این شرایط برخی صاحب‌نظران معتقدند که سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، پتانسیل ایجاد جوامع مردمی به صورت آنلاین را دارند. در واقع آن‌ها از ویژگی‌های سودمند و مفید اجتماعی اما به شکلی نوین برخوردارند؛ رشد رسانه‌های دیجیتال باعث تحول جامعه به شکلی الکترونیک و از طریق شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک و توییتر شده است. به زعم آن‌ها این نوع ارتباطات با نفوذ شدید در زندگی افراد با هر موقعیتی از لحاظ سنی و تسهیل ارتباطات میان آن‌ها - البته به شرط برخورداری از مهارت‌های کار با اینترنت و شبکه‌های اجتماعی - موجب تقویت سرمایه اجتماعی شده‌اند (Nguyen, Hunsaker & Hargittai, 2022). در مقابل برخی دیگر با توجه به ویژگی‌های ماهوی سرمایه اجتماعی و بر اساس نظریه‌های علمی احصا شده که در ادامه بدان خواهیم پرداخت، معتقدند شبکه‌های اجتماعی ممکن است عاملی بازدارنده برای ایجاد سرمایه اجتماعی باشند زیرا مردم را از تعاملات رودررو دور می‌کنند؛ لذا به میزان مشارکت افراد و ماهیت آن در جوامع آنلاین با تردید می‌نگرند. به زعم آن‌ها، کاربران (بخصوص پر استفاده) سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی به احتمال بیشتری دچار انزوای اجتماعی می‌شوند و به طور کلی تکنولوژی‌های نوین ارتباطی منجر به مسخ هویت و فروپاشی جامعه می‌شوند. در این بین نقش سرمایه اجتماعی در جوامع آنلاین اهمیت خود را نشان می‌دهد. موضوعی که تحت عنوان سرمایه اجتماعی آنلاین^۱ از آن نام برده شد.

سرمایه اجتماعی آنلاین به منابع اجتماعی متقابلی اشاره دارد که هر فردی از طریق مشارکت در شبکه‌های الکترونیکی به دست می‌آورد (Putnam, 2000; Williams, 2006). این سرمایه در پی جستجوی راه‌هایی برای افزایش مشارکت و انسجام اجتماعی از طریق شبکه‌های اجتماعی و در دنیای الکترونیک است. این موضوع در ایران تاکنون مورد بررسی قرار نگرفته است و به عنوان پدیده‌ای نوظهور تلقی می‌شود؛ در عین حال

به‌واسطه رشد روزافزون استفاده از شبکه‌های اجتماعی از اهمیت بسزایی برخوردار است. در این مقاله پس از تعریف سرمایه اجتماعی و سرمایه اجتماعی آنلاین، سیر دیدگاه‌های مطرح در مورد جوامع آنلاین مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد؛ اینکه آیا سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، به تقویت اجتماعی شدن جوامع کمک می‌کنند یا باعث تکه‌تکه شدن اجتماعی و ازهم‌گسیختگی اجزای آن می‌گردند. بدین منظور ابتدا نگاه‌های مطرح منتقد نسبت به تأثیر منفی رسانه‌های اجتماعی بر سرمایه اجتماعی مورد بحث و موشکافی قرار می‌گیرد. پس از آن دیدگاه‌های مثبت مورد تفقد قرار می‌گیرد که معتقدند سایت‌های شبکه‌های اجتماعی و به‌طور کلی دنیای آنلاین را می‌توان به‌عنوان نوعی جامعه قلمداد نمود. این دسته پژوهشگران مطرح می‌کنند که ساختارهای جدید ارتباطات شخصی می‌توانند جایگزین جوامع سنتی در غالب ارتباطات شبکه‌ای گردد. در این ارتباط نقش سرمایه اجتماعی به‌صورت آنلاین می‌تواند حائز اهمیت باشد. پس از آن ابعاد و مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی آنلاین و نقش شبکه‌های الکترونیکی بر هر یک از آن‌ها مرور می‌شود. در انتها نتیجه کسب‌شده از دیدگاه‌های مختلف در معرض قضاوت خوانندگان قرار می‌گیرد.

اما همان‌طور که پیش‌ازین مطرح شد امروزه تکنولوژی‌های ارتباطات کامپیوتری بخصوص سایت‌های شبکه‌های اجتماعی که در دسترس عموم قرار دارند زمینه‌های جدیدی از دسترسی و استفاده از شبکه‌های اجتماعی را فراهم آورده است. سرمایه اجتماعی این چنین شبکه‌های ارتباطی به‌واسطه عدم حضور و ارتباط چهره به چهره یا فیزیکی کاربران در مقابل یکدیگر به سرمایه اجتماعی آنلاین شهره پیدا نموده است (Huang et al., 2017). دانشمندان علوم اجتماعی نیز این تغییر را به‌خوبی درک کرده‌اند که سرمایه اجتماعی به‌عنوان یک روش مطلوب مطالعه تغییرات در محیط‌های آنلاین ظهور پیدا نموده است. پژوهشگرانی همچون ویلیامز (۲۰۰۶) و الیسون و همکارانش^۱ (۲۰۰۷) اولین کسانی بودند که این ارتباط را تشخیص دادند. مطالعات متعاقب توسط اسمیت و همکارانش^۲ (۲۰۰۹) و فورت و همکارانش^۳ (۲۰۱۲) ادامه پیدا کرد و بر اساس

1. Ellison, Steinfield & Lampe

2. Smith, Giraud-Carrier & Purser

3. Forte, Peiró-Palomino & Tortosa-Ausina,

آن‌ها حوزه سرمایه اجتماعی به پژوهش‌های مرتبط با شبکه‌های آنلاین اضافه شد.

سرمایه اجتماعی و سرمایه اجتماعی آنلاین

اصطلاح سرمایه اجتماعی ریشه در آثار بورديو (۱۹۸۶) و کلمن (۱۹۸۸) دارد و توسط پاتنام^۱ (۱۹۹۵) و لین^۲ (۲۰۰۱) توسعه پیدا کرد. بورديو سرمایه اجتماعی را ترکیبی از منابع حقیقی یا پنهان با شبکه‌ای ثابت از «روابط نهادینه شده با آشنایان و شناخت متقابل» تعریف کرد. این شبکه‌ها دربرگیرنده منابع کلیدی همچون دسترسی به اطلاعات مفید، کمک‌های عاطفی و مواجهه با باورهای فرهنگی متنوع هستند. به‌طور کلی سرمایه اجتماعی مجموعه منابع ناملموس گوناگونی است که افراد از طریق دسترسی به شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به دست آورند. این منابع ممکن است دارای تنوع بسیار از اطلاعات مفید و بدیع تا حمایت‌های مادی، عاطفی و معنوی و حتی روابط غیررسمی و صمیمی باشد. به‌عبارت‌دیگر سرمایه اجتماعی فعالیت‌های اجتماعی را توصیف می‌کند که همکاری بین افراد برای نیل به منافع متقابل از انواع حمایت‌های مطرح‌شده تا به اشتراک‌گذاری اطلاعات دقیق و ارائه مشاوره را افزایش می‌دهد.

این مفهوم در خط‌مشی اجتماعی به‌عنوان یک ارزش برای سنجش «بهره‌وری» شبکه‌های اجتماعی شامل ارتباطات همسایگی، مشارکت در باشگاه‌ها و انجمن‌های داوطلبانه بکار برده می‌شود. در این راستا، سرمایه اجتماعی برای تبیین منافع حاصل از روابط و تعاملات بین افراد از طریق شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده قرار می‌گیرد. سرمایه اجتماعی مانند سرمایه انسانی یا مالی در ارتباط بین افراد به‌صورت فردی یا در سطح گروه سنجیده می‌شود (Ellison et al., 2011). تعاریف مختلف سرمایه اجتماعی نقش ساختار اجتماعی، هنجارهای اجتماعی، حمایت متقابل، اعتماد، جریان اطلاعات و همبستگی را در آن به‌عنوان مؤلفه‌های اصلی ذکر کرده‌اند.

اما همان‌طور که پیش‌ازین مطرح شد امروزه تکنولوژی‌های ارتباطات کامپیوتری

1. Putnam

2. Lin

بخصوص سایت‌های شبکه‌های اجتماعی که در دسترس عموم قرار دارند زمینه‌های جدیدی از دسترسی و استفاده از شبکه‌های اجتماعی را فراهم آورده است. سرمایه اجتماعی این چنین شبکه‌های ارتباطی به واسطه عدم حضور و ارتباط چهره به چهره یا فیزیکی کاربران در مقابل یکدیگر به سرمایه اجتماعی آنلاین شهره پیدا نموده است (Huang et al., 2017). دانشمندان علوم اجتماعی نیز این تغییر را به خوبی درک کرده‌اند که سرمایه اجتماعی به عنوان یک روش مطلوب مطالعه تغییرات در محیط‌های آنلاین ظهور پیدا نموده است. پژوهشگرانی همچون ویلیامز (۲۰۰۶) و ایسون و همکارانش^۱ (۲۰۰۷) اولین کسانی بودند که این ارتباط را تشخیص دادند. مطالعات متعاقب توسط اسمیت و همکارانش^۲ (۲۰۰۹) و فورت و همکارانش^۳ (۲۰۱۲) ادامه پیدا کرد و بر اساس آن‌ها حوزه سرمایه اجتماعی به پژوهش‌های مرتبط با شبکه‌های آنلاین اضافه شد؛ اما اینکه سرمایه اجتماعی با ظهور این شرایط ارتباطی جدید دچار چه تغییراتی می‌گردد مستلزم بررسی دقیق‌تر تعاریف و مؤلفه‌های اصلی این متغیر است.

لین^۴ سرمایه اجتماعی را دارای سه جزء توصیف می‌کند. اول منابعی که در شبکه اجتماعی فرد حفظ می‌شود، دوم دسترسی به آن منابع و سوم توانایی استفاده واقعی از آن منابع است. برای اینکه سرمایه اجتماعی وجود داشته باشد باید هر سه معیار رعایت شود. مؤلفه‌های ذکر شده سرمایه اجتماعی نیازمند سرمایه‌گذاری یا تلاش برای ساختن و حفظ هستند و بنابراین توسط محدودیت‌های فیزیکی مکان^۵، زمان^۶ و مکان-زمان^۷ احاطه می‌گردند (Lin, 2001) نقش مکان و زمان در کنش اجتماعی که در مرکز مطالعه جغرافیای انسانی قرار دارد از دیدگاه‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفته است (Harvey, 1996; Massey, 2005). تریفت^۸ در ارتباط با مفهوم‌سازی تعامل اجتماعی در قالب فضا-

-
1. Ellison, Steinfield & Lampe
 2. Smith, Giraud-Carrier & Purser
 3. Forte, Peiró-Palomino & Tortosa-Ausina,
 4. Lin
 5. Space
 6. Time
 7. Space-Time
 8. Thrift

زمان مطرح نمود: « این نه مکان است و نه زمان که برای مطالعه نظم‌های متقابل انسان مهم است، بلکه زمان- مکان است» (Thrift, 1996 p.1). توسعه و حفظ روابط و درک مشترک دو بعد زمانی و مکانی دارند و اگرچه فناوری تا حدی هزینه‌ها و محدودیت‌های موجود را کاهش داده است، اما این عوامل همچنان مهم هستند.

مثال‌های متعددی وجود دارد که نشان می‌دهند چگونه فضا-زمان جنبه‌های سرمایه اجتماعی را محدود می‌کنند. یک مورد از آن‌ها این است که ایجاد و حفظ روابط، مستلزم تعاملی است که در مکان و زمان اتفاق می‌افتد. اینکه تفاهم مشترک از طریق تعامل و ارتباط حاصل و حفظ می‌شود؛ ساختارهای اجتماعی ایجاد و حفظ می‌گردند؛ افراد می‌بایست وظایف مربوط به نقش‌های خود را انجام دهند؛ و قوانین باید طراحی، مستندسازی و اجرا شوند. این مثال‌ها زمان‌بر نیز بوده و بسیاری از آن‌ها دارای یک بعد فاصله‌ای^۱ هستند زیرا بسیاری از کنش‌های اجتماعی به حضور فیزیکی نیاز دارند که در آن تعامل یا تبادل چهره به چهره^۲ رخ می‌دهد یا تقویت می‌شود. در این ارتباط در نظر گرفتن این نکته مهم است که پیشرفت‌های تکنولوژیکی نیاز به برخی از اشکال کنش اجتماعی چهره به چهره را کاهش می‌دهند یا حذف می‌کنند (Schams, Hauffa & Groh, 2018). یکی از دلایل این وضعیت به نظریه حضور اجتماعی^۳ که توسط شورت و همکاران (۱۹۷۶) مطرح شد برمی‌گردد. بر اساس این نظریه روش‌ها و فناوری‌های ارتباطی مختلف منجر به درجات متفاوتی از حضور اجتماعی یا «احساس بودن با دیگری» می‌شوند. رسانه‌های برخوردار از شرایط کنش چهره به چهره (ارتباطات حضوری، تماس تصویری و گاهی تماس تلفنی) بیشترین میزان و ارتباطات نوشتاری (ایمیل و نامه) مبتنی بر متن کمترین میزان حضور اجتماعی است. نظریه حضور اجتماعی نشان می‌دهد موقعیت‌های با حضور اجتماعی کم در ارتباطات در مقایسه با سایر رسانه‌های با حضور اجتماعی بالاتر و برخوردار از ارتباطات چهره به چهره، منجر به کاهش نفوذ اجتماعی می‌شود. پژوهشگران معتقدند با پیشرفت فناوری، برای افزایش سرمایه اجتماعی بایستی امکان افزایش تعامل از

1. Spatial

2. Face to Face

3. Social Presence theory

راه دور و نزدیک شدن به سطح حضور تعامل چهره به چهره فراهم شود. نکته دیگر آنکه صرف‌نظر از پیشرفت‌های تکنولوژیکی، ایجاد و حفظ روابط زمان می‌برد که در نهایت با وجود این شرایط، تحقق حداکثر سرمایه اجتماعی با محدودیت مواجه خواهد شد (Biocca, Harms, & Burgoon, 2003). به‌طور کلی پژوهش‌های اولیه و ابتدایی در مورد تأثیر شبکه‌های الکترونیکی بر سرمایه اجتماعی نشان داد استفاده از اینترنت سبب انزوا و بیگانگی افراد می‌شود و به تبع آن تأثیر مخربی بر سرمایه اجتماعی دارد. این وضعیت باعث کاهش شبکه‌های ارتباطی بین اعضای شبکه‌های مذکور و در نتیجه تضعیف رضایت آن‌ها از زندگی می‌گردد (Kraut et al., 1998).

اما یکسری مطالعات دیگر نیز مطرح نمودند نه تنها این پیامدها با گذشت زمان از بین می‌رود، بلکه این افراد به‌مرور به‌واسطه حمایت‌های قوی جلب شده از طریق شبکه‌ها، نسبت به افراد با حمایت‌های ضعیف، مزایا و منافع بیشتری کسب می‌کنند (Kraut et al., 2002). بر اساس این پژوهش‌ها افرادی که از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی برای تعاملات و ارتباطات خود استفاده می‌کنند، افراد اجتماعی هستند که به‌جای ارتباط چهره به چهره از شبکه‌های مذکور استفاده می‌کنند؛ اما به‌رحال هدف آن‌ها قابل‌دستیابی است و حتی ممکن است مزایای بیشتری نسبت به ارتباطات رودررو قابل حصول باشد.

پژوهش‌های دیگر به نتایج متفاوت از یافته‌های فوق رسیدند مبنی بر اینکه اینترنت بایستی صرفاً به‌عنوان مکملی در کنار سایر ارتباطات اجتماعی در نظر گرفته شود. مطالعه‌ای که توسط هامپتون^۱ و ولمن^۲ (۲۰۰۳) صورت گرفت نشان داد که اینترنت توانسته است جایگزین هیچ نوع وسیله ارتباطی از جمله تلفن یا ارتباطات چهره به چهره گردد. بلکه این ابزار تنها هنگامی استفاده شده است که سایر وسیله‌های دیگر در دسترس نبودند. از سوی دیگر مطالعه دیگری که توسط ولمن و همکارانش (۲۰۰۱) صورت گرفت نشان داد که اینترنت بر میزان استفاده از انواع دیگر وسیله‌های ارتباطی تأثیری نگذاشته؛ بلکه این ابزار توانسته است مشارکت در عرصه‌های سیاسی و نهادهای دیگر را تکامل بخشد (Wellman

1. Hampton

2. Wellman

(et al., 2001)؛ بنابراین، اینترنت نه تنها سرمایه اجتماعی را تغییر نمی‌دهد، بلکه اگر در ترکیب با سایر شیوه‌های ارتباطی بکار گرفته شود به‌عنوان یک ابزار تسهیل‌کننده جانبی استفاده می‌شود (Quan Haase and Wellman, 2004).

لذا پژوهش‌های مختلف به نتایج مختلفی رسیده‌اند و هنوز موارد بسیاری برای فهم بهتر مسئله در پیش است. با این شرایط، مطالعه حاضر سیر دیدگاه‌های اولیه (مخالف) و دیدگاه‌های متعاقب (موافق) در ارتباط با ماهیت ارتباطات الکترونیک و نقش سرمایه اجتماعی بر آن‌ها با عنوان سرمایه اجتماع آنلاین را به‌صورت تفصیلی مورد بحث و بررسی قرار می‌دهد و در عین حال به ارائه راه‌کارهایی برای بهبود وضعیت سرمایه اجتماعی در بستر بهره‌گیری از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات می‌پردازد.

سایت‌های شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان جامعه؟؛ سیر دیدگاه‌های مخالف

آیا شبکه‌های اجتماعی با راه‌اندازی سایت‌ها، گروه‌ها و کانال‌های مختلف می‌توانند جایگزین جامعه به معنای واقعی آن شوند؟ به‌عبارت‌دیگر آیا جوامع آنلاین از ویژگی‌های جوامع واقعی برخوردار هستند؟ اولین سری پاسخ‌ها به این سؤالات موجی از انتقادات در رابطه با جایگزینی جوامع فیزیکی به جوامع آنلاین را در بر داشت. یکی از اصلی‌ترین واکنش‌های منفی مطرح در این ارتباط آن بود که کاربران اینترنت به لحاظ اجتماعی منزوی‌تر از سایر افراد خواهند بود. پاتنام و فلد آستین^۱ (۲۰۰۳) در مطالعه خود دریافته‌اند نسل‌های جدیدتر تا چه اندازه نسبت به نسل‌های قبل مشارکت مدنی، سیاسی و اجتماعی کمتری دارند. قابل‌ذکر است مشارکت مدنی به معنای حضور در فعالیت‌های سازمان‌یافته داوطلبانه است که بر کمک به دیگران و حل مسئله تمرکز دارد (Zukin et al., 2006). مشارکت سیاسی به معنای همکاری در فعالیتی است که بر سیاست عمومی یا انتخاب کسانی که سیاست‌های عمومی را وضع می‌کنند تأثیر می‌گذارد. مشارکت اجتماعی نیز به این بحث اشاره دارد که این نگرانی وجود دارد که اینترنت موجب تضعیف رابطه اجتماعی با دوستان، همکاران و همسایگان (مشارکت اجتماعی) و کاهش فعالیت در سازمان‌های

1. Feldstein

داوطلبانه یا امور مدنی گردد. خروجی این وضعیت تضعیف احساس هویت مشترک و افول سرمایه شبکه‌ای (میزان تماس اجتماعی با دوستان، همکاران و بستگان) خواهد بود (Gil de Zúñiga et al., 2012).

نکته دیگر در ارتباط با این دسته از آراء اینکه همه تحقیقات، این ایده را که ارتباط از طریق کامپیوتر می‌تواند تکامل بخش تعهد اجتماعی - آنچه توسط ولمن (۲۰۰۱) مطرح شد - باشد را تأیید نمی‌کنند. نیل پستمن (۱۹۸۵) کار خود در این زمینه را با تلویزیون آغاز کرد و بعدها کار او به اشکال جدید تکنولوژی نیز تعمیم یافت. پستمن در ارتباط با چگونگی تأثیرگذاری رسانه‌ها بر بافت اجتماعی افراد بیان می‌دارد هر رسانه جدیدی با ورود خود به جامعه، به تدریج ساختار گفتگوی بین افراد را تغییر می‌دهد. اگر شیوه بیان، مفهوم مدنظر پیام را تغییر دهد محتوای اجتماعی و روان‌شناختی آن نیز متفاوت خواهد شد؛ چنانکه نهایتاً ممکن است به یک ارزش تبدیل گردد. او در مثالی مطرح می‌کند که کامپیوتر باعث خودمداری بیشتر افراد می‌گردد چراکه شبکه‌های اجتماعی مانند مای اسپیس و فیس‌بوک عمدتاً بر فرد تمرکز دارند. اگرچه این سؤال ابتدائاً زمانی مطرح شد که شبکه‌های اجتماعی هنوز محبوبیت عام نیافته بودند، اما به تدریج به عنوان یک ارزش در بین افراد رسوخ کرد و جای پای خود را پیدا کرد. لذا همچنان که مهارت‌های منسوخ در فرهنگ کامپیوتری جامعه جدید اهمیت خود را از دست می‌دهند، سنت‌های رایج و مطلوب جامعه نیز در این فرهنگ گم خواهند شد. این وضعیت برای رسانه‌های جدید از تلویزیون گرفته تا پیشرفته‌ترین آن‌ها صدق می‌کند (Postman, 1985).

مطالعه نوریس در سال ۱۹۹۶ با در نظر گرفتن اظهارات پستمن در مورد اینکه تلویزیون باعث از بین رفتن سرمایه اجتماعی می‌شود، انجام شد. پژوهش مقطعی او بر روی نمونه‌ای از کشور آمریکا نشان داد کسانی که روزانه بیش از ۳/۵ ساعت تلویزیون تماشا می‌کنند، در مقایسه با آن‌هایی که ۲/۵ ساعت تلویزیون تماشا می‌کنند مشارکت مدنی کمتری دارند. سایر نتایج این پژوهش نکات عمیق و جالبی در پی داشت. نوریس دریافت اگرچه کاهش میزان تماشای تلویزیون باعث افزایش مشارکت مدنی افراد می‌گردد اما

ممکن است مشارکت سیاسی آن‌ها را در پی نداشته باشد؛ بدین معنی که مسائلی همچون اعتماد اجتماعی و اعتماد به دولت با افزایش مشارکت مدنی محقق نشود (Norris, 1996) و این در حالی است که گسترش فضای اعتماد یکی از مؤلفه‌های مهم سرمایه اجتماعی است. نتیجه آنکه اگرچه برخی مدافعان استفاده از شبکه‌های اینترنتی، آن را عاملی مهم در تسهیل ارتباطات اجتماعی می‌دانند، اما اگر استفاده از شبکه‌های اینترنتی تنها به منظور اجتماعی شدن گروه‌های افراد باشد درحالی که جو اعتماد بین آن‌ها همچنان کم‌رنگ باشد، سرمایه اجتماعی تخریب خواهد شد؛ پس اجتماعی شدن را نباید با اعتماد کردن اشتباه گرفت (Beheshtifar, 2015).

به‌غیر از این انتقاد، پاتنام تلویزیون را حتی به خاطر کاهش مشارکت مدنی نیز زیانبار دانست. او در پژوهش خود دریافت که جوانان امروز مشارکت مدنی کمتری نسبت به والدین یا پدربزرگ‌ها و مادربزرگ‌های خود دارند. وی معتقد بود برخوردهای زنده با دیگران از اهمیت بیشتری برخوردار است و باعث ایجاد روابط محکم‌تر و عمیق‌تری می‌شود، اما میزان نسبی این برخوردها به دلیل وجود قرائنی همچون فشار زمان، پول، خانواده‌های دو شغله، ایاب و ذهاب و تفاوت نسل‌ها رو به کاهش است (Putnam, 2000). دیگر تحقیقات نیز اذعان نمودند اینترنت حتی روشی برای افزایش مشارکت افراد قلمداد نمی‌شود؛ بدین معنی که این ابزار روح اجتماعی جدیدی به وجود نمی‌آورد بلکه صرفاً مکملی در کنار سایر رفتارهای اجتماعی می‌تواند در نظر گرفته شود. به‌زعم این سری پژوهشگران ایجاد سرمایه اجتماعی مستلزم صرف زمان و تلاش قابل ملاحظه‌ای است و تعامل رودررو بیش از سایر عوامل مؤثر حائز اهمیت است. سرمایه اجتماعی پدیده‌ای محلی است زیرا مستلزم ارتباطات میان افرادی است که یکدیگر را می‌شناسند؛ بنابراین شبکه‌های اجتماعی از ایجاد و حفظ سرمایه اجتماعی ناتوان هستند. آن‌ها در این ارتباط به طرح مثالی می‌پردازند: فرض کنید نهادی در سائیتی از شبکه‌های اجتماعی حضور داشته باشد و افراد مختلفی را برای اداره رویدادی به عضویت آن شبکه درآورده باشد. پس از پایان رویداد چه اتفاقی رخ می‌دهد؟ آیا روابط همچنان حفظ می‌شود؟ اگر رویداد دیگری

در آینده نباشد، این گروه چه وضعیتی پیدا خواهد کرد؟ آیا اعضا دوباره به سایت مراجعه می‌کنند تا درباره موضوعات دیگر بحث کنند؟ قطعاً پس از اتمام رویداد ارتباطات آنلاین میان این افراد ضعیف شده و حتی عضویت آن‌ها ممکن است ملغی گردد؛ بنابراین به‌زعم و این (۲۰۰۸)، نه تنها ارتباطات آنلاین این افراد به ارتباط رودررو منجر نمی‌شود بلکه عضویت آن‌ها در این شبکه نیز به‌صورت مخومه درخواهد آمد (Oslander et al., 2000; Feldstein, L., & Putnam, 2003).

در کنار همه این انتقادات و نگاه‌های منفی نسبت به تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر ایجاد و تقویت سرمایه اجتماعی، دسته دیگری از پژوهش‌ها مطرح نمودند که افزایش مشارکت و متعهد نمودن افراد به‌صورت آنلاین اتفاق می‌افتد؛ بدین معنی که سایت‌های شبکه‌های اجتماعی باعث تقویت پیوندهای اجتماعی بین کاربران صرف‌نظر از عدم وجود تعاملات رودررو می‌شوند. درواقع اگرچه محققانی همچون پاتنام و پستمن به‌ضرورت وجود ارتباطات رودررو اعتقاد داشتند، برخی دیگر از آن‌ها (Wellman et al., 2003; Ellison et al., 2007) معتقدند درگیر شدن به‌صورت آنلاین حاصل می‌شود. بخش بعد به بررسی الزاماتی می‌پردازد که مسیر تشکیل جوامع آنلاین به‌عنوان یک جامعه واقعی را تسهیل می‌سازد.

سایت‌های شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان جامعه؟ سیر دیدگاه‌های موافق

به‌طور کلی در شرایط امروزی که رواج استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات و ارتباط افراد به‌صورت آنلاین با کسانی که به‌صورت آفلاین می‌شناسند افزایش یافته است، بسیاری از مطالعات بین سرمایه اجتماعی آنلاین و آفلاین تمایزی قائل نمی‌شوند (Nguyen, Hunsaker & Hargittai, 2022)؛ اما آیا رسانه‌های اجتماعی واقعاً می‌توانند تسهیل‌گر مشارکت و پیوندهای اجتماعی باشند؟

در پاسخ به این سؤال اولاً بایستی مطرح نمود مفهوم استفاده از اینترنت برای تماس و ارتباط افراد با دیگران (رسانه‌های اجتماعی) با راه‌اندازی سایت "six degrees.com" در سال ۱۹۹۶ آغاز شد (Boyd, 2012). پس از گذشت چند سال محدود از بروز این ابزار

ارتباطی، نتایج پژوهشی در کشور آمریکا در سال ۲۰۰۱ نشان داد افراد این منطقه از اینترنت برای تنظیم ملاقات‌های خود در کلیسا، گردهمایی‌های محلی، طرح درخواست به سیاستمداران محلی و یافتن اطلاعات در مورد منطقه، سازمان‌ها و تجار محلی به خوبی استفاده می‌کنند. پژوهشگران این مطالعه مطرح نمودند که ۳۵٪ کاربران «اغلب» یا «گاهی اوقات» به صورت آنلاین از اخبار و رویدادهای منطقه خود مطلع می‌شوند. همچنین، ۱۱٪ اعلام کردند دست کم از یکی از مسائل محلی که در آن اینترنت در هماهنگ‌سازی شهروندان برای ارتباط با مسئولین دولت نقش داشته است مطلع هستند. در این مطالعه اگرچه کاربران مختلفی مورد مطالعه قرار گرفتند اما تمرکز اصلی پژوهشگران بر گروه هدف مشارکت مدنی بود. یافته‌های این پژوهش نشان داد برای افراد بخصوص با سنین کمتر، سرگرمی و تفریحات، انگیزه اصلی و تقویت مشارکت مدنی، انگیزه‌ای ثانویه برای ملحق شدن آن‌ها به شبکه‌های آنلاین محسوب می‌شود. درحالی که برای افراد با سن و تحصیلات بالاتر، مشارکت مدنی، اولویت اول محسوب می‌شد. ۲۰ درصد از افراد گروه دوم با گروه‌های محلی و ۳۰ درصد نیز با مراکز خیریه ارتباط آنلاین داشتند. مؤلفان این پژوهش نتیجه گرفتند اینترنت می‌تواند به راه جدیدی برای مشارکت مدنی جوانان تبدیل شود (Raine et al., 2012). محققان دیگری از قبیل جنینگز و زیتنر (۲۰۰۳) و اوسلاتر (۲۰۰۰) نیز این نتیجه را تأیید کردند.

پژوهشگران رشته‌های مختلف معتقدند سرمایه اجتماعی آنلاین در بسیاری از رشته‌ها (حتی رشته پزشکی) گسترش یافته است. این شرایط نه فقط برای دانشجویان یا افراد جوان جاری و ساری است بلکه مطالعات نشان می‌دهند بزرگسالان و حتی جمعیت‌های مسن‌تر می‌توانند سرمایه اجتماعی خود را از طریق ارتباط و تعامل با دیگران به صورت آنلاین افزایش دهند. برای مثال، سینکلر و گریو از افراد مسن (بین ۵۵ تا ۸۱ سال) در مورد استفاده آن‌ها از فیس‌بوک نظرسنجی کردند و دریافتند که این سایت می‌تواند منبع سرمایه اجتماعی در سالمندان باشد. این بدان معناست که محققان در تلاش‌اند تا درک خود را از چگونگی تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر توسعه افراد و استفاده از منابع سرمایه

اجتماعی آنها افزایش دهند (Gheitasy, Abdelnour-Nocera, Nardi, & Rigas, 2014).

درواقع همان‌طور که شاهد اضافه شدن فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات جدید به لیست ابزارهای ارتباطی اجتماع هستیم، نظاره‌گر افزایش تحقیقاتی هستیم که بررسی می‌کنند چگونه استفاده از این ابزارها بر توسعه و نگهداری سرمایه اجتماعی تأثیر می‌گذارد. تحقیقات اولیه عمدتاً بر ایمیل و انجمن‌های آنلاین متمرکز بودند؛ اما با گذشت زمان، تحقیقات سرمایه اجتماعی به رسانه‌های اجتماعی و بازی‌های آنلاین گسترش یافته است. به نظر می‌رسد تحقیقات اولیه و حتی برخی مطالعات اخیر رسانه‌های اجتماعی منحصراً بر چگونگی تأثیر فیس‌بوک بر میزان رشد افراد یا استفاده از منابع سرمایه اجتماعی آنلاین آنها متمرکز نموده است. اخیراً، محققان پلتفرم‌های دیگری مانند اینستاگرام، توییتر، لینکدین، حتی ریسرچ گیت^۱ و آکادمیا^۲ را نیز در مطالعات خود گنجانده‌اند. تمرکز بر این پلتفرم‌های جدید نشان می‌دهد که چگونه گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات موجود می‌تواند به افراد کمک کند تا سرمایه اجتماعی آنلاینی را به دست آورند که مستقیماً به افزایش سرمایه اجتماعی شخصی و حرفه‌ای آنها منجر می‌شود (Spottswood & Wohn, 2020).

لی و همکاران^۳ نیز معتقدند به‌طور کلی بحث در مورد اینکه آیا سرمایه اجتماعی آنلاین از نظر کیفی بهتر یا بدتر از سرمایه اجتماعی آفلاین است یا خیر، به اتمام رسیده و جایگزین این امر، وجود الزام نسبت به ارتقای درک دقیق‌تر و کسب توانایی‌های مختلف مرتبط با فناوری‌های جایگزین، شامل درک پلت‌فرم‌ها و روش‌های مختلف ارتباطات آنلاین گردیده است. به‌عنوان مثال، لی و همکارانش در مطالعه خود نشان دادند چگونه ارتباط با افرادی که به‌صورت آفلاین می‌شناسند با استفاده از رسانه‌های اجتماعی و سایر فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، سرمایه اجتماعی فرد را ارتقا می‌بخشد که به‌نوبه خود بر بهروزی آنها تأثیر مثبت می‌گذارد. همچنین بر اساس مطالعات دیگر، سرمایه اجتماعی

1. ResearchGate

2. Academic.edu

3. Lee, Chung & Park

درون گروهی (که در ادامه بدان خواهیم پرداخت) ارتباط منفی با مشارکت سیاسی آنلاین دارد. این امر به این دلیل است که سرمایه اجتماعی پیوندی به شبکه سطح اول فرد از روابط نزدیک آنلاین (خانواده، دوستان نزدیک و غیره) اشاره دارد. از آنجا که بیان باورهای سیاسی گاهی اوقات باعث ایجاد اختلاف در روابط نزدیک افراد می‌شود، آن‌ها از بیان باورهای سیاسی به صورت آنلاین خودداری می‌کنند. این شرایط و مطالعات دیگر نشان می‌دهد که منابع سرمایه اجتماعی آنلاین افراد تحت تأثیر مهارت‌های آن‌ها در استفاده از پلتفرم‌های آنلاین ارتباطی است (Claridge, 2022).

یکی دیگر از دغدغه‌های اصلی پژوهشگران در ارتباط با تأثیر مثبت رسانه‌های اجتماعی بر سرمایه اجتماعی، اطمینان از وجود اعتماد در این شبکه‌های ارتباطی است. در این ارتباط، محققان مدافع تأثیر مثبت ارتباطات آنلاین بر ایجاد سرمایه اجتماعی معتقدند اینترنت نه عامل ایجاد اعتماد یا سرمایه اجتماعی به شمار می‌آید و نه باعث از بین رفتن آن می‌شود. شواهد زیادی در این زمینه وجود ندارد که تأیید کند اینترنت، افراد را از روابط اجتماعی مرسوم آن‌ها دور می‌کند یا باعث می‌شود کمتر قابل اعتماد باشند (اوسلانر، ۲۰۰۰). اینترنت راه تازه‌ای برای مشارکت مدنی افراد است ولی عاملی برای افزایش یا کاهش این مشارکت محسوب نمی‌شود بلکه مکملی برای مشارکت آنلاین رایج در نهادها و سیاست می‌باشد. در واقع افرادی که در سیاست، نهادها و یا انجمن‌های محلی خود مشارکت می‌کنند، به همان نسبت مشارکت آنلاین هم دارند، منتهی هر چه افراد زمان بیشتری را صرف فعالیت آنلاین می‌کنند، حس جمعی بیشتری نسبت به جوامع آنلاین پیدا می‌کنند (Dutta-Bergman, 2006).

در عین حال یافته‌های برخی مطالعات دیگر در رابطه با اعتماد و شبکه‌های اجتماعی آنلاین نشان می‌دهند این شبکه‌ها با اعتمادسازی بیشتر می‌توانند فعالیت‌های خود را به صورت پررنگ‌تری ادامه دهند. به عنوان مثال، کاربران فیس‌بوک، به ویژه آن‌هایی که بارها در طول روز از آن استفاده می‌کنند، به نظر می‌رسد بیشتر قابل اعتماد هستند. شبکه‌های اجتماعی می‌توانند هنجارهای ارتباط متقابل و اعتماد را تقویت و فرصت‌هایی را برای

مشارکت ایجاد کنند (Hampton et al., 2009). دوگان^۱ و برنر^۲ (۲۰۱۳) نیز به نتایج مشابهی دست یافتند. آن‌ها مطرح نمودند یک کاربر شبکه اجتماعی کمتر از یک فرد عادی ممکن است دچار انزوای اجتماعی گردد، روابط نزدیک‌تری دارد و بیشتر قابل اعتماد است.

ترینور^۳ (۲۰۱۲) در پژوهش خود باهدف بررسی ارتباط رسانه‌های اجتماعی با مشتریان و شرکت‌ها عنوان کرد از آنجا که کاربران به واسطه عضویت در شبکه‌های اجتماعی حس جمعی بهتری دارند، میزان مشارکت خود را در شبکه‌های اجتماعی افزایش می‌دهند. همچنین بیش از نیمی از افراد تحت مطالعه، رسانه‌های اجتماعی را تسهیل‌گر نیل به هدف آن‌ها که مشارکت فعال می‌باشد می‌دانند چرا که به‌زعم آن‌ها این رسانه‌ها با تجمیع زیادی از افراد در یک جامعه آنلاین حمایت از هدف را با قوت بیشتری دنبال می‌کنند. از سوی دیگر کاربران هنگامی که خود را عضو فعالی در ایجاد ارزش برای گروه بدانند، بیشتر احساس قدرت می‌کنند (ترینور، ۲۰۱۲). هنگامی که تبادل اطلاعات از طریق سایت‌های شبکه‌های اجتماعی انجام می‌شود، روابط قابل‌اعتمادی بین اعضای گروه در شبکه اجتماعی ایجاد می‌شود و در نتیجه سرمایه اجتماعی افزایش می‌یابد (گیل دی زونینگا و همکاران، ۲۰۱۲).

ولمن و همکاران (۲۰۰۳) اظهار داشتند تکنولوژی‌های نوین الکترونیکی می‌توانند سبب تسهیل تحقق مشارکت مدنی به شکل شهروندی الکترونیک نیز گردند. در این حالت اگرچه مشارکت در مقایسه با مفاهیم سنتی مشارکت مدنی مشهود و علنی نخواهد بود، اما این تحولات این امکان را برای افراد فراهم می‌کند که همیشه ارتباط آنلاین داشته باشند و بتوانند تجربیات خود را به‌صورت سریع‌تر و راحت‌تری در اختیار دیگران قرار دهند (Wellman et al., 2003). لذا ارتباطات آنلاین چیزی بیش از صرفاً ارسال تصاویر در شبکه‌های اجتماعی می‌باشد؛ آن‌ها می‌توانند با ایجاد تعاملات آنلاین و آفلاین، نمایش مشارکت سیاسی خود در همه عرصه‌ها و دسترسی به اهداف بزرگ‌تر اجتماعی، نقش

1. Duggan
2. Brenner
3. Trainor

بزرایی در شکوفایی سرمایه اجتماعی داشته باشند (Katz and Rice, 2002). بنابراین بر اساس آنچه تاکنون مطرح شد مدافعان جوامع آنلاین در واکنش نسبت به انتقادات مطرح شده از گروه اول در ارتباط با تأثیر منفی شبکه‌های اجتماعی بر سرمایه اجتماعی، ابراز داشتند بایستی در نظر داشت اینترنت چه نقشی می‌تواند در اشکال جدید تعامل جوامع داشته باشد که با استفاده از شاخص‌های استاندارد سرمایه اجتماعی قابل سنجش نیست. دیدگاه‌های موافق در این رابطه معتقدند که تقریباً همه شاخص‌های سرمایه اجتماعی در این ارتباط تحقق پیدا می‌کند. به‌عنوان مثال حتی می‌توان با استفاده از اجتماعی شدن الکترونیکی، افراد را به سمت مشارکت بیشتر سوق داد. می‌توان با استفاده از تکنولوژی، «جوامع الکترونیکی» ایجاد کرد تا با تقویت اجتماع واقعی، افراد با یکدیگر ارتباط داشته باشند و با همین مکانیسم، حمایت اجتماعی بقیه را جلب کنند. نهادهای اجتماعی مبتنی بر ارتباطات کامپیوتری (CMC)^۱ عموماً بر اساس هویت و ارزش‌های مشترک شکل می‌گیرند. در این صورت، افراد می‌توانند به‌طور فعال به دنبال یافتن افراد و منابع متناسب با موقعیت خود به‌جای تکیه بر یک جامعه واحد در جهت ارتقای سرمایه اجتماعی باشند. در واقع شبکه‌های اجتماعی فرصت‌هایی را برای ارتباطات اجتماعی و مشارکت اعضا فراهم می‌کند که پیش از آن قابل‌دستیابی نبود. به‌عنوان مثال تشکیل گروه‌های کاری، انجام فعالیت‌های گروهی و کسب اطلاعات از اعضای گروه فرصت‌های جدیدی را پیش رو قرار داده است. چنانکه پژوهشگران معتقدند وارد شدن به یک ارتباط از طریق سایت‌های شبکه‌های اجتماعی می‌تواند روشی ایمن و مطمئن برای بررسی گروه‌های تازه تأسیس، به اشتراک گذاشتن نظرات، تبادل نظر پیرامون موضوع‌های مختلف و رویدادها، تشویق نسل‌های جوان‌تر به مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی، تمرکز بیشتر و افزایش سرمایه اجتماعی باشد. برخی مطالعات صورت گرفته در اوایل قرن اخیر، حتی پتانسیل بیشتری برای این شبکه‌ها در رابطه با درگیر شدن هر قشری از افراد جامعه در فعالیت‌های اجتماعی قائل شده‌اند؛ چنانکه ممکن است مشارکت‌کنندگان غیرفعال (به‌عنوان مثال افراد ناشنوا) در گروه باشند که به گروه‌های مجازی ملحق شوند و

1. Computer Mediated Communication

فعالیت‌های آن‌ها را دنبال کنند اما وارد گفتگوها و فعالیت‌ها نشوند. مشارکت غیرفعال برای اعضای ناتوان ممکن است به مثابه درگیر شدن نباشد اما همین مشارکت برای عضو غیرفعال کافی است تا خود را جزء گروه بداند. لذا بخش قابل توجهی از این قشر که نمی‌توانند به صورت چهره به چهره با افراد دیگر ارتباط داشته باشند با ارتباطات آنلاین فرصت قابل توجهی برای ایجاد مشارکت پیدا می‌کنند.

الیسون^۱، استینفیلد^۲ و لمپ^۳ (۲۰۰۶) نیز در مطالعه خود با این سؤال که آیا سایت‌های شبکه اجتماعی اعضای خود را تشویق به مشارکت در فعالیت‌هایی می‌کنند که به ایجاد و حفظ سرمایه اجتماعی کمک کنند و آیا این شکل از تعامل آنلاین، مزایای اجتماعی دسترسی به منابع و همبستگی را فراهم می‌کند یا خیر، مطرح نمودند اگرچه گمانه‌زنی‌های رسانه‌ای این تصور را در ذهن افراد ایجاد کرده است که تعاملات آنلاین با دلسرد کردن افراد از مشارکت در دنیای واقعی، مانع توسعه روابط می‌شود، اما مطالعات بسیاری نیز نشان داده‌اند که کاربران سایت‌هایی مانند فیس‌بوک با احتمال بسیار کمی دچار انزوای اجتماعی می‌شوند (Hampton et al., 2011).

پس تاکنون هر آنچه در ارتباط با دیدگاه دسته دوم صاحب‌نظران مطرح شد، دفاع و حمایت از شبکه‌های اجتماعی در رابطه با تأثیر مثبت آن‌ها بر بروز سرمایه اجتماعی به شرط ارتقای توانایی‌ها و مهارت‌های لازم برای کار با این شبکه‌ها و افزایش شبکه‌های با قابلیت بیشتر برخوردار از ارتباطات چهره به چهره بود.

و آیا بعد از مطرح شدن دیدگاه‌های موافق و رعایت الزامات احصا شده، همچنان سرمایه اجتماعی آنلاین از وضعیت مطلوبی در شبکه‌های الکترونیکی و اجتماعی برخوردار است؟

با توجه به اینکه هدف این مقاله نقد و بررسی آراء و دیدگاه‌های مطرح در ارتباط با سرمایه اجتماعی آنلاین است، در این قسمت نتایج پژوهش دیگری را مطرح می‌کنیم که هم‌زمان

1. Ellison
2. Steinfield
3. Lampe

با آراء حامی شبکه‌های اجتماعی و پس از تمام شدن دوره انتقادات، حمایت تمام‌قد پژوهشگران از تأثیر مثبت شبکه‌های الکترونیکی بر این نوع سرمایه اجتماعی را زیر سؤال برد؛ نکته‌ای که باعث روشن شدن این نکته می‌گردد که سیر مطالعات صورت گرفته در ارتباط با سرمایه اجتماعی آنلاین هنوز از یکپارچگی نظری برخوردار نیست و راه طولانی برای کشف واقعیت‌های این مفهوم در پیش است.

پارکز^۱ (۲۰۱۱) در مطالعه‌ای در ایالات متحده آمریکا مبنی بر اینکه آیا سایت‌های شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به عنوان یک «جامعه» عمل کنند یا خیر، عواملی را شناسایی کرد که می‌توان از آن‌ها برای اندازه‌گیری مشارکت و متعهد نمودن جامعه آنلاین استفاده نمود: توانایی به مشارکت طلبیدن افراد در فعالیت‌های جمعی، تسهیم اطلاعات، مقررات اجتماعی و هنجارهای مشترک، احساس تعلق و درگیری و خودآگاهی آن‌ها به عنوان عضوی از جامعه. او ادعا می‌کند که مفهوم «جامعه آنلاین» را می‌توان برای توصیف وب - سایت‌های شبکه اجتماعی در صورتی در نظر گرفت که این سایت‌ها قابلیت‌های اجتماعی و تکنولوژیکی پیگیری خواسته‌های جوامع آنلاین را داشته باشند. لذا طراحان سایت‌های شبکه‌های اجتماعی اغلب برای افزایش مقبولیت خود بر پتانسیل اجتماعی و ارتباطی این سایت‌ها تأکید می‌کنند و آن را برجسته می‌سازند. به عنوان مثال، مای اسپیس دسترسی آسان به گروه‌های متنوعی از افراد را ارائه می‌دهد، گزینه‌های مختلفی برای کاربران با تمرکز بر علائق فردی آن‌ها فراهم می‌آورد و به گونه‌ای سازمان‌دهی می‌شود که ارتباطات و لینک‌های ارتباطی بین اعضا را تقویت کند. باین حال آنچه قابل توجه است اینکه با وجود تلاش این شبکه‌ها برای به مشارکت طلبیدن افراد و درگیر نمودن آن‌ها، سطح کمتری از تعهد اعضا نسبت به این نوع از جامعه و پیوستن یا مشارکت نمودن در آن دیده می‌شود. در این رابطه پارکز بر این باور است که تلاش‌های شبکه‌های الکترونیکی و رسانه‌ها در راستای ایجاد یک جامعه به معنای واقعی بسیار کم‌تر از آنچه معمولاً تصور می‌شود اتفاق می‌افتد. از این رو او معتقد است جوامع آنلاین ویژگی‌های یک جامعه به معنای واقعی را ندارند؛ چراکه تعداد کاربران فعال برای تعامل با دیگران و ایجاد یک جامعه واقعی بسیار

محدود است و حتی کسانی هم که به اندازه کافی تعامل فعال با دیگران دارند، خود را به شیوه متفاوتی از یک جامعه واقعی در نظر می‌گیرند و مطرح می‌کنند؛ بنابراین برای در نظر گرفتن شبکه‌های الکترونیکی به عنوان جوامع واقعی می‌بایست بحث سرمایه اجتماعی آنلاین با جدیت بیشتری مورد پیگیری و پیاده‌سازی قرار گیرد.

ابعاد سرمایه اجتماعی و نقش آن‌ها در شبکه‌ها

از نگاه پاتنام، برخی شبکه‌ها از نظر کیفیت روابط با دیگر شبکه‌ها متفاوت هستند؛ این وضعیت زمینه‌ساز بروز انواع گوناگون سرمایه اجتماعی با سطوح متفاوتی می‌گردد. او در سال ۲۰۰۰ دو مفهوم «میان‌گروهی»^۱ (ارتباط‌دهنده) و «درون‌گروهی»^۲ (پیونددهنده) را به عنوان دو بعد متمایز سرمایه اجتماعی مطرح نمود.

سرمایه اجتماعی میان‌گروهی

سرمایه اجتماعی میان‌گروهی نوع خاصی از سرمایه اجتماعی است که به ایجاد ارتباطات خارج از گروه -بین گروه‌ها- تأکید و تمرکز دارد. در واقع زمانی این نوع سرمایه شکل می‌گیرد که افراد با پیش‌زمینه‌های گوناگون در شبکه‌های اجتماعی با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند (Gedajlovic et al., 2013). این افراد با یکدیگر ارتباطات سطحی و ابتدایی با عمق پایین دارند، لذا ممکن است خروجی آن ایجاد «پیوندهای ضعیف» بین اعضا باشد. پوتنام (۲۰۰۰) با تأکید بر مزایای ارتباطات ضعیف بین گروه‌ها، سرمایه اجتماعی میان‌گروهی را نوعی ارتباطات آزاد و غیرعاطفی که عمدتاً منجر به تبادل اطلاعات و حتی دسترسی یا تغییر در سیستم باورهای افراد می‌شود توصیف می‌کند. این تبادل اطلاعات می‌تواند زمینه‌ساز ایجاد نوآوری برای اعضای گروه‌ها باشد این نوع سرمایه اجتماعی فراگیر است و ممکن است در سطح وسیعی قابل مشاهده باشد. از نتایج این نوع سرمایه اجتماعی گسترش افق دید اجتماعی و کل‌نگر در افراد و فرصت جذب اطلاعات و منابع جدید برای آن‌ها است و از طرف دیگر حمایت‌های اجتماعی کمی در پی خواهد داشت.

1. Bridging Social Capital

2. Bonding Social Capital

محققان مدافع شبکه‌های اجتماعی (با دیدگاه موافق شبکه‌های اجتماعی) بیان می‌کنند سایت‌های شبکه‌های اجتماعی برای ارائه مزایای اجتماعی از طریق پیوندهای ضعیف گزینه خوبی در نظر گرفته می‌شوند؛ اگرچه پژوهش‌های اولیه در این ارتباط بدبین بودند.

سرمایه اجتماعی درون‌گروهی

برعکس سرمایه اجتماعی میان‌گروهی، سرمایه اجتماعی درون‌گروهی به روابط داخلی گروه تأکید و تمرکز دارد و انحصاری است. این سرمایه اجتماعی زمانی شکل می‌گیرد که افراد پیوند و علقه‌های محکمی همچون پیوندهای بین اعضای یک خانواده با گروه‌هایی که در آن‌ها قرار گرفته‌اند، دارند و از حمایت‌های عاطفی و محکم آن‌ها برخوردار می‌شوند. نتیجه این وضعیت ایجاد اعتماد، کمک، تسهیم دانش و ارائه کمک‌های مشاوره‌ای است. افراد با سرمایه اجتماعی درون‌گروهی در شبکه‌هایی عضویت دارند که تنوع پیش‌زمینه‌ای در آن‌ها کم و در عوض ارتباطات قوی شخصی در آن‌ها جاری و ساری است. این ارتباطات به صورت متقابل در این شبکه‌ها حکم فرماست و نتیجه آن حمایت‌های بنیادی و ایجاد توانایی بسیج منابع است (Vissa, 2012).

از نظر پاتنام این دو نوع سرمایه اجتماعی با هم مرتبط هستند اما یکسان نیستند. پاتنام در ابداع این دو اصلاح از کار مارک گرانووتر^۱ متأثر بود. کار او در خصوص چگونگی جستجوی اشتغال افراد و مشخص کردن آنچه خود، پیوندهای قوی و ضعیف می‌نامد، بود. او دریافت، کسانی که در یافتن شغل موفق بودند، کسانی با ارتباطات قوی و دوستان صمیمی نیستند، بلکه جویندگان موفق کار، کسانی با روابط ضعیف و گسترده هستند. مطالعات بعدی یافته‌های گرانووتر را تأیید نمود. این یافته‌ها نشان داد که پیوندهای بیشتر، نسبت به پیوندهای کمتر، بهتر هستند و شبکه‌های با پیوند ضعیف به دستاوردهای بیشتری دست پیدا می‌کنند. با پذیرش تدریجی این ایده در مطالعات انجام شده درباره اینترنت مشخص شد که اینترنت می‌تواند به حفظ پیوندهای ضعیف و قوی کمک کند. دیگر پژوهشگران مطرح می‌کنند که تکنولوژی‌های ارتباطی جدید ذاتاً برای شکل‌گیری و حفظ

1. Mark Granovetter

یا غنا بخشیدن پیوندهای ضعیف شبکه‌ای مفید هستند. پوتنام سرمایه اجتماعی میان گروهی را به‌عنوان پل ارتباطی گروه‌های اجتماعی گوناگون تعریف می‌کند؛ درحالی‌که سرمایه اجتماعی درون گروهی تنها گروه‌ها با اعضای متجانس (هم‌جنس) را پیوند می‌زند (Newbert and Tornikoski, 2012).

در ارتباط با تأثیر سایت‌های شبکه‌های اجتماعی بر هر کدام از این دو بعد سرمایه اجتماعی بایستی اذعان نمود از آنجا که سایت‌های شبکه اجتماعی لزوماً تعداد پیوندهای مستحکم بین افراد را افزایش نمی‌دهند و نیز شواهدی وجود دارد مبنی بر این که فناوری‌های نوین اغلب از تشکیل و حفظ پیوندهای ضعیف حمایت می‌کنند، در نتیجه سرمایه اجتماعی میان گروه کاربران افزایش می‌دهند (Donath and Boyd 2004).

همان‌طور که گرانووتر (۱۹۸۳) استدلال می‌کند که یک شبکه قابل توجه از روابط ضعیف، مزایای حاصل از دسترسی گسترده‌تر به اطلاعات بیشتر و متنوع را فراهم می‌آورد. محققان دریافته‌اند که کاربران شبکه اجتماعی می‌توانند تعداد زیادی از دوستان خود را به‌عنوان آشنایان برای کمک به آن‌ها برای یافتن اشتغال یا اطلاعات استفاده کنند. ارزش سرمایه اجتماعی میان گروهی از طریق شناسایی افرادی است که پیوندهای اجتماعی آن‌ها طیف وسیعی از منافع از جستجوی فرصت‌های شغلی تا کسب اطلاعات در مورد سلامتی را در بر می‌گیرد؛ بنابراین به نظر می‌رسد سایت‌های شبکه‌های اجتماعی به تسهیل خلق شبکه‌های اجتماعی و به‌واسطه آن به کاهش هزینه‌های مالی و یا موقت ارتباطی کمک می‌کنند و این به‌نوبه خود منافع سرمایه اجتماعی را در بر می‌گیرد. این امر به این دلیل است که رسانه‌ها با برقراری ارتباط، به‌روز بودن با صدها یا حتی هزاران «دوست» را تسهیل می‌کنند.

تأثیر شبکه‌های رسانه اجتماعی بر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی

اگرچه بیشتر مطالعات سه مورد ساختاری، شناختی و رابطه‌ای را به‌عنوان مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در نظر گرفته‌اند، اما این متغیر از دید برخی صاحب‌نظران دارای سه مؤلفه فرا شخصی، بین شخصی و رفتاری می‌باشد.

بعد فراشخصی با رضایت از زندگی فرد ارتباط دارد. به طور کلی رضایت از زندگی به این معناست که فرد از زندگی خود در حال حاضر و چشم‌اندازی که برای آینده خود تصویر کرده است احساس مطلوبی دارد. پیوندهای اجتماعی تا حدی رضایت از زندگی فرد را رقم می‌زنند. تحقیقات نشان می‌دهد رضایت از زندگی بالاتر با شادی بیشتر فرد، خانواده و حتی دوستان او مرتبط است. ارتباط بین رضایت از زندگی و مشارکت در شبکه‌های اجتماعی نیز می‌تواند متقابل باشد. هدف برخی افراد از پیوستن به شبکه‌های اجتماعی ممکن است افزایش رضایت از زندگی باشد.

بعد بین شخصی با اعتماد بین افراد مرتبط است. بیودوین^۱ (۲۰۰۸) اشاره می‌کند که اعتماد بین افراد جزء اصلی و حیاتی سرمایه اجتماعی است. هر فردی با داشتن شبکه‌ای وسیع از ارتباطات قابل اعتماد، احتمال دریافت حمایت‌های عاطفی بیشتری در زمان مورد نیاز دارد.

بعد رفتاری نیز مشارکت فعال افراد در فعالیت‌های مدنی را مدنظر قرار می‌دهد. مشارکت مدنی شامل فعالیت‌هایی است که به نفع جامعه است. رسانه اجتماعی ابزاری قدرتمند برای سازمان‌دهی فعالیت‌های جمعی است. سایت‌ها می‌توانند فعالیت‌ها و اطلاعات پراکنده در مورد مسائل بحرانی را به یکدیگر پیوند دهند.

پژوهش‌های صورت گرفته نشان می‌دهند فیس‌بوک افراد را به مشارکت در تعهد مدنی تشویق می‌کند. افرادی که در حال حاضر علاقه‌مند به مسائل اجتماعی هستند بیشتر احتمال دارد در فعالیت‌های مدنی مشارکت کنند. همچنین خدمات شبکه‌های اجتماعی، آگاهی افراد نسبت به مسائل اجتماعی را افزایش می‌دهد که غالباً منجر به بروز کنشی از سوی آنها نیز می‌گردد. همچنین استفاده از فیس‌بوک ارتباط مثبت قوی با رضایت از زندگی، اعتماد اجتماعی و مشارکت مدنی دارد.

اگرچه مرور مطالعات تأثیر مثبت استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر سه مؤلفه مطرح شده سرمایه اجتماعی را نشان می‌دهد، اما ممکن است انجام پژوهش‌های بیشتر این یافته‌ها را نیز زیر سؤال ببرد (Valenzuela et al., 2009; Waren et al., 2014).

بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نظریه سرمایه اجتماعی در چند سال گذشته تغییر چندانی نکرده است. در عوض، بومی‌سازی و افزایش انواع فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات از زمان ظهور آن‌ها در سال ۱۹۹۶، نحوه غالب ارتباط افراد را از آفلاین به آنلاین تغییر داده است که در نگاه اول به‌نوبه خود میزان حفظ و حتی به دست آوردن منابع سرمایه اجتماعی بیشتری را افزایش داده است. به‌عنوان مثال، همه‌گیری کرونا در سال ۲۰۲۰ نشان داد که چگونه مردم از فناوری اطلاعات و ارتباطات برای حفظ منابع سرمایه اجتماعی آفلاین خود با به اشتراک گذاشتن اطلاعات کلیدی (مانند اشتراک‌گذاری منابع برای یادگیری یا کار از راه دور)، ارائه حمایت‌های عاطفی (مثلاً نمایش آغوش مجازی)، ابراز دلتنگی نسبت به یکدیگر و حتی ارائه کمک‌های ملموس (به‌عنوان مثال، استفاده از خدمات تحویل الکترونیکی برای ارسال آفلاین غذا و لوازم موردنیاز) استفاده می‌کنند؛ بنابراین این شبکه‌ها امروزه به‌عنوان جزئی اصلی از زندگی درصد زیادی از مردم تبدیل شده است.

اما مرور پژوهش‌های مختلف صورت گرفته نشان می‌دهد وقتی تکنولوژی جدیدی وارد جامعه می‌شود، ممکن است باعث کاهش یا افزایش سرمایه اجتماعی گردد. در واقع با حرکت روبه‌جلوی این شرایط، برای محققان مهم است که چگونگی تأثیر تغییرات آفلاین بر استفاده از منابع سرمایه اجتماعی آنلاین را در نظر بگیرند. از آنجا که سرمایه اجتماعی مستلزم پیوستن به گروه‌ها و برقراری ارتباط با آن‌ها است، برخی صاحب‌نظران معتقدند با ظهور اینترنت و شبکه‌های اجتماعی افراد حس جمعی خود را از دست داده‌اند و لذا مشارکت کمتری در اجتماعات و گروه‌ها دارند (پاتنام و پستمن). در مقابل برخی مطالعات دیگر نشان داده‌اند شبکه‌های اجتماعی فرصت‌های جدیدی را در اختیار افراد قرار داده است تا افراد مختلف صرف‌نظر از نزدیکی جغرافیایی با یکدیگر ارتباط برقرار کنند (ولمن، ۲۰۰۳). پژوهش حاضر نشان داد اگرچه اغلب دیدگاه‌های موافق در سال‌های اخیر و پس از دیدگاه‌های مخالف ارائه شده‌اند، اما آخرین تحقیقات همچنان نشان می‌دهد وضعیت سرمایه اجتماعی آنلاین در شبکه‌های آنلاین همچنان از اطمینان خاطر برخوردار

نیست و این نوع ارتباطات، فواید و اثرات مثبت سرمایه اجتماعی را رو به افول قرار داده است. در این ارتباط بوجیا^۱ (۲۰۰۵) عبارت آگاهی در هم شکافته^۲ را مطرح کرد که از این حقیقت ناشی می‌شود که بخش اعظم تعامل هم در فضای واقعی و هم در فضای مجازی رخ می‌دهد. وی خاطر نشان کرد تکنولوژی ارتباطات جایگزین افراد شد و ابراز نگرانی نمود که با صرف زمان بسیار برای تلویزیون و کامپیوتر به جای تعامل رودررو با دیگران، صبر، مدنیت و احترام به دیگران از بین رفته است. وی با اشاره به پژوهش پاتنام تأیید نمود که برای ساختن شخصیت و مشارکت مدنی به تعامل رودررو نیاز داریم. او معتقد است باید به صورت سه بعدی زندگی کنیم؛ زندگی به صورت خطی (زمانی که صرف تعامل با دیگران می‌کنیم)، افقی (در روابطی که داریم، فراتر از نژاد، جنس و طبقه) و عمقی (در نقشی که ما در تعاملات و روابط داریم) (بوجیا، ۲۰۰۵). جایگزینی لزوماً مفهوم منفی ندارد. در عین حال برای بهبود وضعیت مواجهه با این شرایط، راهکارهایی عملیاتی و اجرایی احصا شده است. در این ارتباط مطالعات مطرح می‌کنند که برای جلوگیری از کاهش سرمایه اجتماعی در اثر اتکا به شبکه‌های ارتباطی آنلاین، برخی راهکارها از جمله ارائه آموزش‌های لازم متناسب با شرایط سنی و اجتماعی افراد، ارتقاء توانایی‌های افراد در استفاده صحیح و میزان استفاده از پلتفرم‌ها، افزایش پلتفرم‌های ارتباطی با میزان برخورداری بیشتر از ارتباطات چهره به چهره و کاهش محدودیت‌های زمان-فضا می‌تواند قابل پیاده‌سازی باشد (Nguyen, Hunsaker & Hargittai, 2022). خروجی نهایی تحقق چنین شرایطی، نه تنها بهره بردن از دستیابی به سرمایه اجتماعی در بستر تعاملات الکترونیک، بلکه منتفع شدن از جذابیت شبکه‌های گوناگون ارتباطی در دنیای امروزی می‌باشد (Yoganathan, Osburg, & Bartikowski, 2021).

پس مطالعات مختلف، سیر سینوس وار دیدگاه‌ها نسبت به چگونگی تحت تأثیر قرار گرفتن سرمایه اجتماعی در این وضعیت را نشان می‌دهد. نتیجه کلی را می‌توان از این قرار عنوان نمود که اگرچه ارتباطات آنلاین از مزایا و نقاط قوت متعددی برخوردار است، اما

1. Bugeja

2. Split Consciousness

سیاست‌گذاران و مدیران هر جامعه‌ای به گونه‌ای برنامه‌ریزی کنند که در کنار نکات مطرح‌شده فوق، این درجه مجازی شدن به صورت افسارگسیخته کلیه تعاملات انسانی را تحت تأثیر قرار ندهد و در واقع تعاملات فیزیکی و چهره به چهره همچنان به عنوان بخشی الزامی در ارتباطات انسانی مطرح باشد. البته این نتیجه بر اساس پژوهش‌هایی است که تاکنون صورت گرفته است و ممکن است با سیاست‌گذاری در حوزه‌های مختلف رفتاری و فناوری بتوان نتایج فعلی را تحت تأثیر قرار داد.

امید آن می‌رود این مطالعه به عنوان یکی از بررسی‌های پیشرو در حوزه سرمایه اجتماعی آنلاین، «چراها» و «چگونگی‌های» مختلفی را در ذهن خوانندگان آن برانگیخته باشد. لذا به پژوهشگران علاقه‌مند به این حوزه مطالعاتی پیشنهاد می‌شود با بررسی وضعیت سرمایه اجتماعی آنلاین در شبکه‌های اجتماعی و الکترونیکی ایران به سنجش سطح آن بپردازند و وضعیت داخلی کشور از این لحاظ مورد شناسایی قرار گیرد. شایان ذکر است این متغیر از پرسشنامه استاندارد برخوردار است (Williams, 2006) و می‌توان از این ابزار کمی برای سنجش وضع موجود و تحقیقات اولیه استفاده نمود. ضمناً با مطالعه‌های عمیق‌تر کیفی بر روی کاربران این شبکه‌ها، چگونگی حفظ و ارتقای سرمایه اجتماعی آنلاین مورد پژوهش قرار گیرد. از سوی دیگر این موضوع به عنوان هدفی بلندمدت در پژوهش‌ها مدنظر قرار گیرد که در عین مجازی شدن اکثر فعالیت‌ها و استفاده حداکثری از شبکه‌های آنلاین، چگونه امکان حفظ سرمایه اجتماعی و حتی ارتقای آن را می‌توان ایجاد نمود.

همچنین تأثیر و نقش سایر متغیرهای مطرح بخصوص در حوزه رفتار سازمانی در سطح فردی (سرمایه روان‌شناختی، سلامت ذهنی و...)، گروهی و سازمانی (نقش فرهنگ و ساختار و سیاست‌های کلی) بر سرمایه اجتماعی آنلاین می‌تواند از موارد جذاب و کاربردی در ارتباط با موضوع این مطالعه باشد.

چگونگی پر کردن شکاف دیجیتالی در جوامعی که از خدمات کمتری برخوردار هستند و افزایش دسترسی آن‌ها به فناوری اطلاعات و ارتباطات کمک می‌کند تا بتوانند منابع سرمایه اجتماعی آفلاین و آنلاین خود را افزایش دهند؛ اما این بررسی نشان می‌دهد


سرمایه اجتماعی آنلاین در دنیای فناوری اطلاعات و ارتباطات.... ؛ طاهری | ۶۵

فناوری اطلاعات و ارتباطات می تواند با رعایت نکات و الزامات تشریح شده در این مطالعه به افراد کمک کند تا سرمایه اجتماعی خود را توسعه دهند.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

ORCID

Fatemeh Taheri  <https://orcid.org/0000-0003-3420-6106>

References

- Beheshtifar, M. (2015). Investigate the relationship between social capital and trust within the organization in the MELLI Bank branch, *Computers and the Humanities*, 2(1), 66-71.
- Barbera, S., & Jackson, M. O. (2019). A model of protests, revolution, and information. *Revolution, and Information* (October 2019).
- Bode, S., Sewell, D. K., Lilburn, S., Forte, J. D., Smith, P. L., & Stahl, J. (2012). Predicting perceptual decision biases from early brain activity. *Journal of Neuroscience*, 32 (36), 12488-12498.
- Biocca, F., Harms, C., & Burgoon, J. K. (2003). Toward a more robust theory and measure of social presence: Review and suggested criteria. *Presence: Teleoperators & virtual environments*, 12(5), 456-480.
- Bourdieu, P. (1986). *Distinction: Towards a social critique of the judgment of taste*.
- Boyd, D. (2012). Participating in the always-on lifestyle. *The Social Media Reader*. (Ed: Michael Mandiberg). New York: New York University, 71-76.
- Bugeja, M. (2005). *Interpersonal divide*. Oxford University Press. New York.
- Campante, F., Durante, R., & Tesei, A. (2022). Media and social capital. *Annual Review of Economics*, 14, 69-91.
- Chu, S., Oldford, E., & Gao, C. (2022). Does social capital alleviate financing constraints? A study of China's creative economy. *Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics*, 1-24.
- Claridge, T. (2022). Exploring the limits of social capital.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American journal of sociology*, 94, 95-120.
- Lin, Nan. & Burt, Ronald S. & Cook, Karen S. (2001). *Social capital: theory and research*. New York: Aldine de Gruyter NJ: Transaction Publishers, 2001:3-30.
- Lee, S., Chung, J. E., & Park, N. (2018). Network environments and well-being: An examination of personal network structure, social capital, and perceived social support. *Health communication*, 33 (1), 22-31.
- Donath, J., & Boyd, D. (2004). Public displays of connection. *BT Technology Journal*, 22(4), 71-82.
- Duggan, M., & Brenner, J. (2013). *The demographics of social media users, 2012* (Vol. 14). Washington, DC: Pew Research Center's Internet & American Life Project.
- Dutta-Bergman, M. J. (2006). Community participation and Internet use after September 11: Complementarity in channel consumption. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2),

469-484.

- 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(4), 1143-1168.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2011). Connection strategies: Social capital implications of Facebook-enabled communication practices. *New media & society*, 13(6), 873-892.
- Feldstein, L., & Putnam, R. (2003). *Better together*. New York: Simon & Schuster.
- Forte, A., Peiró-Palomino, J., & Tortosa-Ausina, E. (2015). Does social capital matter for European regional growth?. *European Economic Review*, 77, 47-64.
- Gedajlovic, E., Honig, B., Moore, C. B., Payne, G. T., & Wright, M. (2013). Social capital and entrepreneurship: A schema and research agenda.
- Gil de Zúñiga, H., Jung, N., & Valenzuela, S. (2012). Social media use for news and individuals' social capital, civic engagement and political participation. *Journal of computer-mediated communication*, 17(3), 319-336.
- Gheitasy, A., Abdelnour-Nocera, J., Nardi, B., & Rigas, D. (2014, June). Designing for online collaborative consumption: a study of sociotechnical gaps and social capital. In *International Conference on Human-Computer Interaction* (pp. 683-692). Springer, Cham.
- Granovetter, M. (1983). The strength of weak ties: A network theory revisited.
- Hampton, K. N., Sessions, L. F., Her, E. J., & Rainie, L. (2009). Social isolation and new technology. *Pew Internet & American Life Project*, 4.
- Hampton, K., Goulet, L. S., Rainie, L., & Purcell, K. (2011). Social networking sites and our lives. *Pew Internet & American Life Project*, 16, 1-85.
- Harvey, D. (1996). *Justice, nature and the geography of difference*.
- Hodson, J., Dale, A., & Petersen, B. (2018). The Instagram# climatechange hashtag community: Does it impact social capital and community agency. *Int. J. Interdiscip. Environ. Stud*, 12(3), 17-35.
- Huang, G., Liu, Z., Van Der Maaten, L., & Weinberger, K. Q. (2017). Densely connected convolutional networks. In *Proceedings of the IEEE conference on computer vision and pattern recognition*, 4700-4708.
- Internet world stats (2016), “Middle EAST”, available at: www.internetworldstats.com/middle.htm#ir (accessed November 24, 2016).
- Katz, J. E., & Rice, R. E. (2002). Access, civic involvement, and social

- interaction on the Net. *The Internet in everyday life*, 114-138.
- Kaye, L. K., Kowert, R., & Quinn, S. (2017). The role of social identity and online social capital on psychosocial outcomes in MMO players. *Computers in Human Behavior*, 74, 215-223.
- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V., & Crawford, A. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of social issues*, 58(1), 49-74.
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukophadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being?. *American psychologist*, 53(9), 1017.
- Lin, N., Cook, K. S., & Burt, R. S. (Eds.). (2001). *Social capital: Theory and research*. Transaction Publishers.
- Ma, S. Q., & Leung, L. (2019). The impacts of personality traits, use intensity and features use of LinkedIn on bridging social capital. *Applied Research in Quality of Life*, 14(4), 1059-1078.
- Massey, D. B. (2005). For space. *For Space*, 1-232.
- Nguyen, M. H., Hunsaker, A., & Hargittai, E. (2022). Older adults' online social engagement and social capital: The moderating role of Internet skills. *Information, Communication & Society*, 25 (7), 942-958.
- Newbert, S. L., & Tornikoski, E. T. (2012). Supporter networks and network growth: a contingency model of organizational emergence. *Small Business Economics*, 39(1), 141-159.
- Norris, P. (1996). Does television erode social capital? A reply to Putnam. *PS: Political Science & Politics*, 29(3), 474-480.
- Oslander, D., Brummel-Smith, K., & Beck, J. (2000). *Comprehensive geriatric assessment*. New York: McGraw Hill.
- Paris Granovetter, M. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*.
- Parks, M. (2011) 'Social Network Sites as Virtual Communities', in Papacharissi, Z. (ed.), *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. New York: Routledge, 105-123.
- Postman, N. (1985). The disappearance of childhood. *Childhood Education*, 61(4), 286-293.
- Putman, R.D. and Feldstein, L.M. (2003) *Better Together: Restoring the American Community*. New York: Simon and Schuster.
- Putnam, R. D. (1995). Tuning in, tuning out: The strange disappearance of social capital in America. *PS: Political science & politics*, 28(4), 664-683.
- Putnam, R. D. (2000). Bowling alone: America's declining social capital. In *Culture and politics*. Palgrave Macmillan, New York, 223-234.
- Quan-Haase, A., & Wellman, B. (2004). How does the Internet affect social

- capital. *Social capital and information technology*, 113, 135-113.
- Raine, L., Lehnhart, A., Smith, A. (2012). The tone of life on social networking sites.
- Schams, S., Hauffa, J., & Groh, G. (2018). Analyzing a user's contributive social capital based on activities in online social networks and media. In *Companion Proceedings of the Web Conference*, 1457-1464
- Smith, M., Giraud-Carrier, C., & Purser, N. (2009). Implicit affinity networks and social capital. *Information Technology and Management*, 10(2-3), 123-134.
- Spottswood, E. L., & Wohn, D. Y. (2020). Online social capital: recent trends in research. *Current opinion in psychology*, 36, 147-152.
- Techrasa. (2016). Infographic: social media demographics in Iran. Available at: <http://techrasa.com/2016/08/26/infographic-social-media-iran>.
- Thrift, N. (1996). *Spatial Formations*. Vol. 42. Sage.
- Trainor, K. (2012). Relating social media technologies to performance: A capabilities based perspective. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 32, 3.
- Valenzuela, S., Park, N., & Kee, K. 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*, 14, 875-901.
- Vissa, B. (2012). Agency in action: Entrepreneurs' networking style and initiation of economic exchange. *Organization Science*, 23(2), 492-510.
- Warren, D. E., Power, J. D., Bruss, J., Denburg, N. L., Waldron, E. J., Sun, H., & Tranel, D. (2014). Network measures predict neuropsychological outcome after brain injury. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(39), 14247-14252.
- Washington, DC: Pew Research Center. Retrieved from <http://bit.ly/Qgnhcu>
- Wellman, B., Haase, A. Q., Witte, J., & Hampton, K. (2001). Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital? Social networks, participation, and community commitment. *American behavioral scientist*, 45(3), 436-455.
- Wellman, B., Quan-Haase, A., Boase, J., Chen, W., Hampton, K., Díaz, I., & Miyata, K. (2003). The social affordances of the Internet for networked individualism. *Journal of computer-mediated communication*, 8(3), JCMC834.
- Williams, D. (2006). On and off the'Net: Scales for social capital in an online era. *Journal of computer-mediated communication*, 11(2), 593-628.
- Yoganathan, V., Osburg, V. S., & Bartikowski, B. (2021). Building better employer brands through employee social media competence

- and online social capital. *Psychology & Marketing*, 38(3), 524-536.
- Zhou, M., & Ning, X. (2022). Does Internet Use Promote or Inhibit Social Capital? Empirical Evidence from the 2017 Chinese General Social Survey. *Journal of asian sociology*, 51(3), 225-248.
- Zukin, C., Keeter, S., Andolina, M., Jenkins, K., & Carpini, M. X. D. (2006). *A new engagement?: Political participation, civic life, and the changing American citizen*. Oxford University Press.

استناد به این مقاله: طاهری، فاطمه. (۱۴۰۱). سرمایه اجتماعی آنلاین در دنیای فناوری اطلاعات و ارتباطات؛ بررسی و تحلیل دیدگاه‌های مخالف و موافق، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، ۸(۳۲)، ۳۷-۷۰.

DOI: 10.22054/nms.2023.46677.1022



New Media Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License..