

## بررسی رابطه شبکه‌های مجازی و سرمایه فرهنگی شهروندان در شهر تهران

شهرام باوفا<sup>۱\*</sup> مجید کاشانی<sup>۲</sup> نادر بهاری<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۱۵ بهمن ۱۳۹۸

تاریخ پذیرش: ۲۵ اسفند ۱۳۹۸

### چکیده

هدف از اجرای این پژوهش بررسی رابطه بین استفاده از شبکه های اجتماعی با سرمایه فرهنگی شهروندان تهرانی انجام گرفت. روش پژوهش، توصیفی- همبستگی است. جامعه آماری این تحقیق را کلیه شهروندان شهر تهران تشکیل می‌داد و از نمونه‌گیری خوشه‌ای و تصادفی ساده استفاده شد. ۴ منطقه از شهر تهران با توجه به موقعیت جغرافیایی انتخاب شده و سپس نمونه‌ها به صورت تصادفی ساده از ۴ منطقه مذکور انتخاب شدند. حجم نمونه تحقیق با استفاده از جدول مورگان برابر با ۳۸۴ نفر به دست آمد. ابزار اندازه‌گیری پژوهش شامل پرسشنامه سرمایه فرهنگی بوردیو (۱۹۶۵) و پرسشنامه محقق ساخته میزان استفاده از انواع شبکه‌های اجتماعی بود. روایی و پایایی پرسشنامه مورد تأیید قرار گرفته و پس از آن اقدام به توزیع پرسشنامه میان نمونه تحقیق شد. در بخش آمار توصیفی از فراوانی، درصد فراوانی، میانگین و انحراف استاندارد استفاده شد و در بخش آمار استنباطی جهت بررسی توزیع داده‌ها از آزمون کلموگروف اسمیرنوف و به منظور آزمون فرضیات تحقیق از آزمون‌های همبستگی پیرسون و تی مستقل استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد: بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و آشنایی با هنر و موسیقی، ادبیات و تاریخ، شایستگی اجتماعی، سواد رسانه‌ای، شایستگی فرهنگی، برونگرایی و سرمایه فرهنگی شهروندان تهرانی ارتباط معنی‌دار و مثبت وجود دارد ( $P=0/01$ ); همچنین، بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی شهروندان زن و مرد و نیز بین سرمایه فرهنگی شهروندان زن و مرد تهران تفاوت معنی‌داری وجود دارد ( $P<0/05$ ).

۱- نویسنده مسئول: کارشناس ارشد برنامه‌ریزی فرهنگی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

ایمیل نویسنده: [bavafashahram@gmail.com](mailto:bavafashahram@gmail.com)

۲- استادیار جامعه‌شناسی، دانشگاه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی تهران، ایران [fahmm@yahoo.com](mailto:fahmm@yahoo.com)

۳- استادیار دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، مغان (گرمی)، ایران [baharinader@yahoo.com](mailto:baharinader@yahoo.com)

**کلید واژه‌ها:** شبکه های اجتماعی، سرمایه فرهنگی، شهروندان، تهران.

### مقدمه

امروزه مسایل فرهنگی و از جمله سرمایه فرهنگی از مباحث بسیار جدی علوم اجتماعی شده‌اند (Haghighatian et al. 2011). در واقع مفاهیم فرهنگ و هویت، به عنوان دو مؤلفه اساسی در زندگی اجتماعی افراد، نقش بسزایی در پایداری و تداوم شیوه زندگی و پویایی هر جامعه ای داشته و از موضوعات مهم و ریش های در جامعه‌شناسی به شمار می رود (Capilano & Butler. 2010). امروزه فرآیند جهانی شدن و گسترش فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی نیز به چالش‌های هویت فرهنگی دامن زده، یا دست کم بعد تازه‌ای به آنها افزوده است. به‌عنوان مثال، زبان، یکی از عناصر هویتی و معنا ساز در همه فرهنگ‌هاست که می‌تواند تحت تأثیر دامنه و عمق استفاده از رسانه‌ها و مخصوصاً اینترنت، شبکه‌های اجتماعی مجازی و ماهواره به چالش کشیده شود. از خلال زبان است که فرهنگ‌ها ابراز وجود می‌کنند. اگر رخنه‌ای در موجودیت زبان ایجاد شود، آن فرهنگ یا هویت آن به خطر می‌افتد (Christelina. 2007). شکل‌گیری هویت، یک رویداد مستقل که توسط فرد به صورت خود مختار انجام گیرد نمی‌باشد، بلکه از طریق روابط اجتماعی، در تعامل با دیگران و در کنار دیگران بروز می‌کند (Zampetix et al., 2010).

پيامد این امر شکل‌گیری هر شبکه‌ی اجتماعی، فرهنگ ارتباطاتی خاص خود را دارد. یعنی منش و گفتار مخصوص و منحصر به فرد برای خود برگزیده است. البته می‌توان شبکه‌هایی را یافت که فرهنگ ارتباطاتی تقلیدی برای خود برگزیده‌اند. فرد با عضویت در هر شبکه‌ی اجتماعی، درگیر نوع خاصی از فرهنگ ارتباطاتی می‌شود که شامل برخورد، تکه کلام، اصطلاحات مخصوص، رفتار، تیپ شخصیتی و ظاهری و ... است (Zangoui, 2012). در دنیای امروز، شبکه‌های اجتماعی نقش بسیار مهمی در روابط مردم سرتاسر جهان ایفا می‌کنند. به طوری که به جزیی جدایی‌ناپذیر از زندگی بیشتر مردم تبدیل شده‌اند. این در حالی است که اساس پیدایش این شبکه‌ها تسهیل و کوتاه نمودن مسیر ارتباطی میان افراد جامعه تلقی می‌گردد. در ایران نیز این پدیده نه چندان نوظهور روز به روز بر خیل مشتاقان خود می‌افزاید. فراگیر شدن استفاده از این پدیده، پیامدهای مثبت و منفی بسیاری را بر زندگی ما القاء نموده و در مواردی نیز تبعات گریز ناپذیری را بر ما تحمیل داشته است. تا آنجائیکه بعضاً اصطلاحات مرسوم در این شبکه‌ها بخشی از فرهنگ محاوره افراد جامعه ما را تشکیل می‌دهند (Chou & Lim, 2010). ارزش و کاربری رسانه‌های شبکه‌های اجتماعی برای سازمان‌ها همانند همه رسانه‌های دیگر بیشتر از اینکه به ماهیت خود آن رسانه بستگی داشته باشد، به رویکرد سازمان‌ها در مقابل آنها و میزان بهره‌برداری مناسب از آنها بستگی دارد (همپتون و همکاران، ۲۰۱۱). مدتی است که موضوعی با عنوان آسیب‌های نوپدید به‌ویژه آسیب‌های ناشی از اینترنت، تلفن همراه، ماهواره و بازی‌های رایانه‌ای از سوی مسئولان و کارشناسان ذی‌ربط مطرح شده است و بر لزوم برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری در حوزه‌ی پیشگیری از این آسیب‌ها تأکید می‌شود. آسیب‌شناسی را میتوان شناسایی مجموعه‌ی عوامل و شرایطی دانست که موجب عدم سازگاری فعالیت‌ها و اعمال اجتماعی و روانی فرد

با هنجارهای اجتماعی و روانشناسی می‌گردند. آسیب‌های نو پدید در کشور به دلیل توسعه‌ی فناوری‌ها رو به گسترش هستند و در بسیاری از کشورها با در نظر گرفتن افزایش این فناوری‌ها برای پیشگیری و مقابله با آسیب‌های نوپدید برنامه‌ریزی شده است؛ اما در ایران با توجه به سرعت گسترش فناوری‌ها و توسعه‌ی اینترنت و فضای مجازی برنامه‌ریزی و راهکار مؤثری برای مقابله با اینگونه آسیب‌ها تدبیر نشده است و این موجب افزایش دامنه‌ی اینگونه آسیب‌ها در سراسر کشور شده است (Ghadyani & Rostami, 2015). تیلر (۲۰۱۲) نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترکیب با نفوذ قدرت‌های غربی، حرکتی را به سوی همگن‌سازی جهان آغاز کرده‌اند که این حرکت سبب ایجاد تضاد و ستیز در جهان و حرکت برخی ملت‌ها به سوی شکست و تضعیف هویت‌ملی و سنت‌هایشان شده است. همچنین وی معتقد است که به واسطه این شبکه‌های اجتماعی مجازی افراد قابل توجهی در سراسر دنیا در تعامل با یکدیگر قرار گرفته‌اند و با فرهنگ و عقاید بیگانه روبه رو شده‌اند و در خصوص از دست دادن هویت‌های ملی و دین‌یشان احساس خطر کرده‌اند. به نظر می‌رسد استفاده از شبکه‌های اجتماعی سرمایه اجتماعی مردم را تحت تأثیر قرار داده است. بنابراین با توجه به موارد ذکر شده سوال اصلی این تحقیق این است که آیا ارتباطی بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با سرمایه فرهنگی شهروندان تهرانی وجود دارد؟

### روش تحقیق

تحقیق حاضر به لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی می‌باشد و به لحاظ نوع روش تحقیق توصیفی-همبستگی است؛ از شاخه پیمایشی بوده که با استفاده از روش میدانی مورد سنجش قرار گرفته است.

جامعه تحقیق کلیه حاضر را کلیه شهروندان شهر تهران و به تعداد نامحدود تشکیل دادند. با توجه به ماهیت تحقیق، از نمونه‌گیری خوشه‌ای و تصادفی ساده استفاده شد. با توجه به فرمول کوکران برای جامعه نامحدود حداقل ۳۸۴ نمونه مورد نیاز بود. بدین منظور ابتدا ۴ منطقه از شهر تهران با توجه به موقعیت جغرافیایی انتخاب شده و سپس نمونه‌ها به صورت تصادفی ساده از ۴ منطقه مذکور و هر منطقه ۱۰۰ نفر انتخاب شدند. بعد از حذف پرسشنامه‌های ناقص ۳۹۱ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

ابزار تحقیق پرسشنامه بود؛ پرسشنامه سرمایه فرهنگی بوردیو (۱۹۶۵) شامل ۲۲ سوال و ۶ مولفه می‌باشد. و هدف آن سنجش ارزش‌ها و نمودهای فرهنگی و هنری در سه شاخص: ۱-تجسم یافته یا سرمایه بدنی و فردی (مهارت ذهنی، مهارت در بیان مطالب درسی) ۲-عینی (مصرف کالاهای فرهنگی، تملک کالاهای فرهنگی، علاقمندی به هنر) ۳-نهادی (مدارک تحصیلی) می‌باشد. این پرسشنامه شامل انباشت ارزش‌ها و نمودهای فرهنگی و هنری ارزشمند، صلاحیت‌های تحصیلی و آموزش رسمی و تمایلات و عادات دیرینی است که در فرایند «جامعه‌پذیری» و فرهنگ‌پذیری حاصل

می‌شود. روایی صور و محتوایی پرسشنامه با استفاده از نظرات اساتید راهنما و مشاور، خوب ارزیابی و تایید شده است. ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه محاسبه شد که مقدار آن برابر با ۸۵/۷ درصد بدست آمد. بنابراین میتوان گفت که پرسشنامه طراحی شده برای انجام این پژوهش از قابلیت اعتماد کافی برخوردار می‌باشد. برای اندازه‌گیری میزان استفاده از انواع شبکه‌های اجتماعی از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. حداکثر، فراوانی، درصد فراوانی و ترسیم نمودارها استفاده شد. در ضمن جهت تعیین طبیعی یا غیر طبیعی بودن توزیع داده‌ها از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف، تعیین ارتباط بین شبکه‌های مجازی و سرمایه فرهنگی و مؤلفه‌های آن از ضریب همبستگی پیرسون، اسپیرمن و رگرسیون استفاده شد. تجزیه و تحلیل یافته‌ها با استفاده از نرم‌افزار spss 20 و Excel انجام گردید.

### یافته‌ها

توصیف وضعیت نمونه‌های تحقیق بر اساس جنسیت نشان داد که ۴۵/۵ درصد از نمونه زن و ۵۴/۵ درصد مرد بودند. توصیف وضعیت نمونه‌های تحقیق بر اساس سن نشان داد که ۲۶/۱ درصد از نمونه ۳۱ تا ۴۰ سال بودند در حالیکه ۱۴/۳ درصد زیر ۲۰ سال بودند. توصیف وضعیت نمونه‌های تحقیق بر اساس میزان تحصیلات نشان داد که مدرک تحصیلی ۳۴/۰ درصد از نمونه کارشناسی و ۳/۳ درصد دکتری بود. همچنین ۲۰/۵ درصد از نمونه فوق‌لیسانس داشتند. توصیف وضعیت نمونه‌های تحقیق بر اساس وضعیت تاهل نشان داد که ۳۱/۵ درصد از نمونه مجرد و ۴۶/۸ درصد متاهل بودند. توصیف وضعیت نمونه‌های تحقیق بر اساس مدت زمان ازدواج نشان داد که از بین نمونه‌های متاهل، بیشترین فراوانی مربوط به افراد با مدت ازدواج ۶ الی ۱۰ سال با درصد فراوانی ۲۶/۲ و کمترین فراوانی مربوط به افراد با مدت ازدواج بالای ۲۰ سال با درصد فراوانی ۶/۶ بود. توصیف وضعیت نمونه‌های تحقیق بر اساس وضعیت اشتغال نشان داد که ۲۵/۸ درصد از نمونه کارمند و ۱۵/۹ درصد خانه‌دار بودند. توصیف وضعیت نمونه‌های تحقیق بر اساس وضعیت اشتغال همسر نشان داد که همسر ۲۷/۹ درصد از نمونه متاهل دارای مشاغل آزاد و همسر ۱۲/۶ درصد از نمونه متاهل بیکار بودند. توصیف وضعیت نمونه‌های تحقیق بر اساس میزان درآمد خانواده (ماهانه) نشان داد که میزان درآمد خانواده ۲۴/۶ درصد از نمونه ۱۱/۵ الی ۲ میلیون تومان در ماه و میزان درآمد خانواده ۱۱/۰ درصد از نمونه بیشتر از ۳ میلیون تومان در ماه بود. توصیف وضعیت نمونه‌های تحقیق بر اساس میزان استفاده روزانه از شبکه‌های مجازی نشان داد که ۳۱/۵ درصد از نمونه بین ۱ الی ۲ ساعت در روز از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کردند. توصیف وضعیت نمونه‌های تحقیق بر اساس شبکه مجازی مورد استفاده نشان داد که ۵۳/۵ درصد از نمونه بیشتر از تلگرام استفاده می‌کنند. توصیف وضعیت نمونه‌های تحقیق بر اساس ادمن شبکه‌های مجازی بودن نشان داد که ۷/۴ درصد از نمونه به صورت ادمن در شبکه‌های اجتماعی فعالیت می‌کنند. توصیف نشان داد که از بین مؤلفه‌های سرمایه فرهنگی، بالاترین میانگین مربوط به سواد رسانه‌ای و پایین‌ترین میانگین مربوط به آشنایی با هنر و موسیقی بود.

جدول ۱- نتایج همبستگی پیرسون بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و آشنایی با هنر و موسیقی شهروندان تهرانی

آشنایی با هنر و موسیقی			متغیر
ضریب همبستگی	تعداد	سطح معنی‌داری	
۰/۴۲۹	۳۹۱	۰/۰۱	میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی

با توجه به نتایج جدول، بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و آشنایی با هنر و موسیقی شهروندان تهرانی ارتباط معنی‌دار و مثبت مشاهده شد ( $r_{391} = 0/429, p = 0/01$ ). با این تفسیر فرضیه صفر رد می‌شود.

با توجه به طبیعی بودن توزیع داده‌های میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و آشنایی با ادبیات و تاریخ جهت پاسخگویی به فرضیه تحقیق از آزمون پیرسون استفاده شد.

جدول ۲- نتایج همبستگی پیرسون بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و آشنایی با ادبیات و تاریخ شهروندان تهرانی

آشنایی با ادبیات و تاریخ			متغیر
ضریب همبستگی	تعداد	سطح معنی‌داری	
۰/۵۲۷	۳۹۱	۰/۰۱	میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی

با توجه به نتایج جدول، بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و آشنایی با ادبیات و تاریخ شهروندان تهرانی ارتباط معنی‌دار و مثبت مشاهده شد ( $r_{391} = 0/527, p = 0/01$ ). با این تفسیر فرضیه صفر رد می‌شود.

با توجه به طبیعی بودن توزیع داده‌های میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و شایستگی اجتماعی جهت پاسخگویی به فرضیه تحقیق از آزمون پیرسون استفاده شد.

جدول ۳- نتایج همبستگی پیرسون بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و شایستگی اجتماعی شهروندان تهرانی

شایستگی اجتماعی			متغیر
ضریب همبستگی	تعداد	سطح معنی‌داری	
۰/۴۷۱	۳۹۱	۰/۰۱	میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی

با توجه به نتایج جدول، بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و شایستگی اجتماعی شهروندان تهرانی ارتباط معنی‌دار و مثبت مشاهده شد ( $r_{391} = 0/471, p = 0/01$ ). با این تفسیر فرضیه صفر رد می‌شود.

با توجه به طبیعی بودن توزیع داده‌های میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و سواد رسانه‌ای جهت پاسخگویی به فرضیه تحقیق از آزمون پیرسون استفاده شد.

جدول ۴ - نتایج همبستگی پیرسون بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی

سواد رسانه‌ای			متغیر
ضریب همبستگی	تعداد	سطح معنی داری	
۰/۴۵۵	۳۹۱	۰/۰۱	میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی

با توجه به نتایج جدول، بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی ارتباط معنی دار و مثبت مشاهده شد ( $r_{391} = 0/455, p = 0/01$ ). با این تفسیر فرضیه صفر رد می شود.

با توجه به طبیعی بودن توزیع داده‌های میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و شایستگی فرهنگی جهت پاسخگویی به فرضیه تحقیق از آزمون پیرسون استفاده شد.

جدول ۵ - نتایج همبستگی پیرسون بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و شایستگی فرهنگی شهروندان تهرانی

شایستگی فرهنگی			متغیر
ضریب همبستگی	تعداد	سطح معنی داری	
۰/۶۲۹	۳۹۱	۰/۰۱	میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی

با توجه به نتایج، بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و شایستگی فرهنگی شهروندان تهرانی ارتباط معنی دار و مثبت مشاهده شد ( $r_{391} = 0/629, p = 0/01$ ). با این تفسیر فرضیه صفر رد می شود.

با توجه به طبیعی بودن توزیع داده‌های میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و برونگرایی جهت پاسخگویی به فرضیه تحقیق از آزمون پیرسون استفاده شد.

جدول ۶ - نتایج همبستگی پیرسون بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و برونگرایی شهروندان تهرانی

برونگرایی			متغیر
ضریب همبستگی	تعداد	سطح معنی داری	
۰/۶۸۰	۳۹۱	۰/۰۱	میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی

با توجه به نتایج، بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و برونگرایی شهروندان تهرانی ارتباط معنی دار و مثبت مشاهده شد ( $r_{391} = 0/680, p = 0/01$ ). با این تفسیر فرضیه صفر رد می شود.

با توجه به طبیعی بودن توزیع داده‌های میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و سرمایه فرهنگی جهت پاسخگویی به فرضیه تحقیق از آزمون پیرسون استفاده شد.

جدول ۷- نتایج همبستگی پیرسون بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و سرمایه فرهنگی شهروندان  
تهرانی

سرمایه فرهنگی			متغیر
ضریب همبستگی	تعداد	سطح معنی داری	
۰/۶۸۲	۳۹۱	۰/۰۱	میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی

با توجه به نتایج، بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و سرمایه فرهنگی شهروندان تهرانی ارتباط معنی دار و مثبت مشاهده شد ( $r=0.682, p=0.01$ ). با این تفسیر فرضیه صفر رد می شود. با توجه به طبیعی بودن توزیع متغیر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی از آزمون تی مستقل برای بررسی فرضیه استفاده شد.

جدول ۸- نتایج آزمون تی مستقل

متغیر	جنسیت	میانگین	آزمون لوین		درجه آزادی	t	سطح معنی داری
			Sig	F			
استفاده شبکه‌های اجتماعی	زن	۳/۰۰	۰/۱۷	۰/۶۷	۳۸۹	۲/۷۱	۰/۰۱
	مرد	۳/۶۸					

با توجه به نتایج، بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی شهروندان زن و مرد تهرانی تفاوت معنی داری مشاهده شد ( $t=2.71, P<0.05$ ). با این تفسیر شهروندان زن بیش از شهروندان مرد از شبکه‌های اجتماعی استفاده می کنند.

با توجه به طبیعی بودن توزیع متغیر میزان سرمایه فرهنگی از آزمون تی مستقل برای بررسی فرضیه استفاده شد.

جدول ۹- نتایج آزمون تی مستقل

متغیر	جنسیت	میانگین	آزمون لوین		درجه آزادی	t	سطح معنی داری
			sig	F			
سرمایه فرهنگی	زن	۳/۴۳	۰/۰۱	۸/۲۶	۳۸۷/۶۶	۲/۷۹	۰/۰۱
	مرد	۳/۲۶					

با توجه به نتایج، بین سرمایه فرهنگی شهروندان زن و مرد تهرانی تفاوت معنی داری مشاهده شد- ( $t=2.74, P<0.05$ ). با این تفسیر که سرمایه فرهنگی شهروندان زن بیش از شهروندان مرد بود.

## بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به نتایج، بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و آشنایی با هنر و موسیقی شهروندان تهرانی ارتباط معنی‌دار و مثبت مشاهده شد. با این تفسیر که افزایش در میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی با افزایش در میزان آشنایی با هنر و موسیقی همراه است. هنر مجموعه‌ای از آثار یا فرآیندهای ساخت انسان است که در جهت اثرگذاری بر عواطف، احساسات و هوش انسانی و یا به‌منظور انتقال یک معنا یا مفهوم خلق می‌شوند. همچنین می‌توان گفت هنر توان و مهارت خلق زیبایی است. حال با توجه به پیشرفت روز افزون تکنولوژی‌های ارتباطی می‌توان شاهد تلفیق و ترویج انواع موسیقی بود و دسترسی به تاریخچه، مفاهیم، آموزش و ... سبک‌های مختلف موسیقی بسیار آسان‌تر شده است. بنابراین نتیجه به دست آمده منطقی به نظر می‌رسد.

نتایج تحقیق نشان داد که بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و آشنایی با ادبیات و تاریخ شهروندان تهرانی ارتباط معنی‌دار و مثبت مشاهده شد. با این تفسیر که افزایش در میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی با افزایش در میزان آشنایی با ادبیات و تاریخ همراه است. امروزه با جستجویی ساده و یا عضویت در گروه‌های خاص شبکه‌های اجتماعی، به سادگی می‌توان اطلاعات مفصلی از ادبیات و تاریخ مورد نظر یافت. بنابراین، نتیجه به دست آمده مبنی بر ارتباط بین استفاده از شبکه‌های مجازی و آشنایی با ادبیات و تاریخ شهروندان تهرانی کاملاً منطقی است.

در همین راستا، با توجه به نتایج تحقیق، بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و شایستگی اجتماعی شهروندان تهرانی ارتباط معنی‌دار و مثبت مشاهده شد. با این تفسیر که افزایش در میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی با افزایش در میزان شایستگی اجتماعی همراه است.

شایستگی اجتماعی توانایی عملکرد انسان در اجرای استقلال شخصی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی است. بر کسی پوشیده نیست که با عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی، می‌توان مهارت‌های نام‌برده را تقویت نمود. به عنوان نمونه، با عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی افراد می‌توانند در روابط مثبت با دیگران، تصمیم‌گیری‌های عاقلانه و منطقی، مهارت‌های پردازش اطلاعات دریافتی، رشد اخلاقی و ... بهتر عمل نمایند. البته ناگفته نماند که اثر شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌تواند مخرب بوده و تمامی مهارت‌های نام‌برده را تضعیف نماید اما به هر حال، نتیجه به دست آمده مبنی بر رابطه بین شبکه‌های اجتماعی مجازی و شایستگی اجتماعی منطقی است.

نتایج تحقیق نشان داد بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی ارتباط معنی‌دار و مثبت مشاهده شد. با این تفسیر که افزایش در میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی با افزایش در میزان سواد رسانه‌ای همراه است. از لحاظ نظری افرادی که دارای سواد رسانه‌ای هستند، به عنوان مثال مخاطبی که دارای سواد رسانه‌ای است از اهداف و سایت‌های رسانه‌های مختلف آگاه است و از محتوای پیام‌ها به شیوه‌ای آگاهانه و فعالانه استفاده می‌کند. به طور مثال او نقش صدا، موسیقی و سایر جلوه‌های ویژه و نیز جذابیت بصری برای القای فضا و معنی در تلویزیون و سینما، روزنامه‌ها، مجله‌ها، رادیو، ویدئو، تابلوهای بزرگ تبلیغاتی، بلیبورد و یا بازی‌های رایانه‌ای را



می‌داند و این که این عناصر چگونه می‌تواند اثرات متفاوتی از خود در ذهن مخاطب به جا بگذارد. حال با مشارکت در شبکه های اجتماعی مجازی، افراد روزانه با اطلاعات مختلفی برخورد می‌کنند که آنها را دچار چالش می‌کند. چالش ایجاد شده آنان را ملزم به جستجو در رابطه با واقعیت امر می‌کند و این پروسه می‌تواند موجبات بهبود سواد رسانه‌ای را فراهم نماید. بنابراین نتیجه به دست آمده مبنی بر ارتباط بین شبکه‌های اجتماعی مجازی و سواد رسانه ای منطقی به نظر می‌رسد.

همچنین، باتوجه به نتایج تحقیق، بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و شایستگی فرهنگی شهروندان تهرانی ارتباط معنی‌دار و مثبت مشاهده شد. با این تفسیر که افزایش در میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی با افزایش در میزان شایستگی فرهنگی همراه است. در جامعه ایران نیز مانند سایر کشورها به علت رشد پدیده مهاجرت، از روستاها به شهرها و از شهرهای کوچکتر به کلان شهرها، افراد با فرهنگ های مختلف در کنار هم قرار دارند که هر یک ارزش های مختص به خود را دارند. این ارزش ها در بطن فرهنگ جامعه نهفته است و بر تمام رفتارهای اجتماعی افراد تأثیر می گذارند و جهت گیری آن را تعیین می کند. از آنجا که عضویت و فعالیت در شبکه های اجتماعی مجازی موجب آشنایی با افراد خرده فرهنگ های مختلف و نیز کسب اطلاعات گسترده از فرهنگ های مختلف می شود، به نظر می رسد این افراد بهتر بتوانند اختلافات و تفاوت های فرهنگی را کنار گذاشته و تعامل بهتری با خرده فرهنگ های دیگر داشته باشند. نتیجه به دست آمده نیز این نتیجه گیری را تأیید می کند.

نتایج تحقیق نشان داد که بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و برونگرایی شهروندان تهرانی ارتباط معنی‌دار و مثبت مشاهده شد. با این تفسیر که افزایش در میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی با افزایش در میزان برونگرایی همراه است.

برون گرایی و درون گرایی یک صفت شخصیتی و یک بُعد اصلی (مرکزی) در نظریه شخصیت انسان است. درون گراها برون گراها را به پر حرف بودن، سطحی بودن، پر خاشگر بودن و بی توجهی به دیگران متهم می‌کنند. با تمام این اوصاف و با توجه به فعالیت افراد در گروه های شبکه های اجتماعی مجازی، افراد بیشتر به تعامل با دیگران پرداخته و این تعامل بیشتر می تواند آن ها را به سوی برون گرایی سوق دهد.

با توجه به نتایج تحقیق، بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و سرمایه فرهنگی شهروندان تهرانی ارتباط معنی‌دار و مثبت مشاهده شد. با این تفسیر که افزایش در میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی با افزایش در میزان سرمایه فرهنگی همراه است. شبکه های اجتماعی مجازی با فراهم آوردن تجارب آموزش غیر رسمی، می تواند زمینه یادگیری بسیاری از رفتارها را فراهم نماید. از طرفی دیگر، این شبکه های اجتماعی خود در تغییر خرده فرهنگ ها و تسلط فرهنگ های غالب موثر است و نمود آن را می توان در رفتارهای افراد به تقلید از افراد معروف و مشهور مشاهده کرد. به این ترتیب،

به نظر می‌رسد نتیجه به دست آمده مبنی بر ارتباط بین شبکه‌های اجتماعی مجازی با سرمایه فرهنگی منطقی باشد.

نتایج نشان داد بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی شهروندان زن و مرد تهرانی تفاوت معنی‌داری مشاهده شد. با این تفسیر شهروندان زن بیش از شهروندان مرد از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. احتمالاً بتوان یکی از دلایل نتیجه به دست آمده را به وضعیت اشتغال زنان و مردان نسبت داد چرا که در جامعه اسلامی ایرانی ما، وظیفه کسب درآمد بر عهده مردان و وظیفه خانه‌داری بر عهده زنان است. حال آنکه زمان زیادی از مردان صرف اشتغال می‌شود در حالیکه با پیشرفت‌های تکنولوژیک، بسیاری از مسئولیت‌های زنان در خانه ماشینی شده و آنان از اوقات فراغت بیشتری نسبت به زنان نسل قبلی برخوردارند. احتمالاً زنان زمان زیادی از اوقات فراغت خود را به وبگردی و فعالیت در شبکه‌های مجازی مشغول بوده و بدین ترتیب، نتیجه به دست آمده منطقی است. همچنین، نتیجه آزمون تحقیق بیانگر تفاوت معنی‌دار بین سرمایه فرهنگی شهروندان زن و مرد تهرانی بود. با این تفسیر که سرمایه فرهنگی شهروندان زن بیش از شهروندان مرد بود. با توجه به نتیجه فرضیه هفت تحقیق مبنی بر ارتباط بین شبکه‌های اجتماعی با سرمایه فرهنگی، میتوان نتیجه به دست آمده را نیز منطقی دانست چرا که زنان نسبت به مردان زمان بیشتری از وقت خود را به استفاده از شبکه‌های اجتماعی مشغول هستند؛ بنابراین طبیعی است که از سرمایه فرهنگی بالاتری نسبت به مردان برخوردار باشند.

به طور کلی به نظر می‌رسد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی شهروندان شهر تهران را به‌سوی بهبود سرمایه فرهنگی و مولفه‌های آن سوق می‌دهد که این موضوع بسیار مفید و مثبت است اما بایستی توجه داشت که در بسیاری از شبکه‌های اجتماعی رفتارها و مطالب نابهنجار نیز دست به دست می‌شود.

## منابع

- Chou, A & Lim, B. (2010) "A framework for measuring happiness in online social network". Illinois state university
- Haghighatian, M. Truth, f. Qureshi, R. Mohsenipour, P. (2011). The effect of family relationships on children's mental health in Isfahan, Journal of Health System Research, Year 7, No. 3, pp. 11-1. [In persian]
- Hampton KN, Goulet LS, Rainie L, Purcell K. (2011). Social Networking Sites and Our Lives: How People's Trust, Personal Relationships, and Civic and Political Involvement are connected to Their Use of Social Networking Sites and Other Technologies. 2011, Pew Research: Washington, D.C [Online]. 2011; Available from: URL: [http:// www.pewinternet.org/Reports /2011/Technology-and-social-networks.aspx](http://www.pewinternet.org/Reports/2011/Technology-and-social-networks.aspx) /Journal of Family Issues, 33(2).
- Herrenkohl, T.I, McMorris, B.J, Catalano, R. F. AbbottR.D., Hemphill, S. A, Toumbourou, J. W. (2007). Risk Factors for Violence and Relational Aggression in Adolescence, Journal of Interpersonal Violence, 22 (4): 386-405.

- Kosha,k.(2006).The relationship between weblinks to Iranian universityweb sites and their scholarly publishing indicator: exploring motivations for creation of academic links .Library and Information science; 9 (2):35-52[Article in Persian].
- Linton Freeman. (2006). the Development of Social Network Analysis. Vancouver: Empirical.
- Pempek, T., & et al. (2009), "College students' social networking experiences on Facebook", Journal of Applied Developmental Psychology, 30: 227–238.
- Qadyani F., Rostami M. (2015). Internet and social network management in the family, Yadafarin Publishing, June, p.38.[In persian]
- Scott, John.(1991). Social Network Analysis. London: Sage.
- Thompson, J. (1998), Community identity and world citizenship. In Archibugi, Held and Kohler (Eds), Culture and global Change, London: Routledge.
- Tyler,T.(2012).“Social networking and Globalization”, Mediterranean Journal of Social Sciences,Vol.4,No.6,July 2013.
- Ulldemolins, J. R. 2014. “Culture and authenticity in urban regeneration processes: Place branding in central Barcelona”. Urban Stud published.
- Wouters, A.(2006). Scharnhorst Resumen de Web indicators: a new generationof S &TIndicators? The Virtual Knowledge Studio,Cruquiusweg;31,1019 AT Amsterdam, the Netherlands. Editorial: Middle Eastern universities ranked according webometric]. 2007 available from: URL.

## Investigate the relationship between the use of social networks and cultural capital among Tehran citizens

Shahram Bavafa<sup>۱\*</sup>, Majid Kashani<sup>۲</sup>, Nader Bahari<sup>۳</sup>

Received: February 4, 2020

Accepted: March 15, 2020

### Abstract:

The purpose of this study was to investigate the relationship between the use of social networks and cultural capital of Tehran citizens. The purpose of this study is to investigate the applied research method and is descriptive-correlational in terms of the type of research method. Also, it was a survey field that was conducted using fieldwork. The statistical population of this research was all citizens of Tehran. Regarding the nature of the research, cluster sampling and simple random sampling were used. At first, four districts of Tehran were selected according to the geographical location and then the samples were selected randomly from the four mentioned areas. The sample size of the study was 384 with Morgan table. The research instrument was Bourdieu Cultural Capital Questionnaire (1965) and a researcher-made questionnaire on the use of various types of social networks. Validity and reliability of the questionnaire were confirmed and then the questionnaire was distributed among the sample. In the descriptive statistics section, frequency, frequency, mean and standard deviation were used. In the inferential statistics, Kolmogorov-Smirnov test was used to examine the data distribution and Pearson correlation and independent t-test were used to test the hypotheses of the research. Statistical analysis was performed using SPSS software version 22. The results of the research indicate that there was a significant relationship between the use of social networks and familiarity with arts and music literature and history social competence, media literacy, cultural competence, extroversion, and cultural capital of Tehranians, were positive ( $P = 0.01$ ), With the interpretation that the increase in the use of social networks is associated with an increase in the amount of variables mentioned. Also, there is a significant difference between the amount of use of social networks of men and women and between the cultural capital of men and women in Tehran ( $P < 0.05$ ); with this the interpretation that the use of social networks and cultural capital of female citizens was more than male citizens.

---

1 Master of Cultural Planning, Faculty of Social Sciences, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

2 Assistant Professor of Sociology, University of Social Sciences, Islamic Azad University of Tehran, Iran fahmm@yahoo.com

3 Department of Management and Cultural Planning, Garmi Branch, Islamic Azad University, Garmi, Iran

• Corresponding Author: bavafashahram@gmail.com

**Keywords:** Social Networks, Cultural Capital, Citizens, Tehran