



Kharazmi University



Investigating the relationship between the use of virtual social networks and cultural capital with social capital in high school students of Ahvaz

Shahla Boazar¹ | Alireza Ghorbani^{2✉} | Nazmohammad Ounagh³

1. Master of Sociology, Payam Noor University, Bojnourd, Iran. **E-mail:** shahla.boazar71@gmail.com
2. Corresponding author, Assistant Professor, Faculty of Social Sciences, Payam Noor University, Tehran, Iran . **E-mail:** a.ghorbani@pnu.ac.ir
3. Assistant Professor, Assistant Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Humanities, University Bojnord, Bojnord, Iran. **E-mail:** n.Ounagh@ub.ac.ir

Article Info	ABSTRACT
<p>Article type: Research Article</p> <p>Article history: Received 12 June 2025 Received in revised form 14 July 2025 Accepted 15 July 2025 Published online 16 September 2025</p> <p>Keywords: Virtual social networks, cultural capital, social capital, high school students</p>	<p>Aims: This study aimed to explore the relationship between the level of virtual social network usage and cultural capital with social capital among high school students in Ahvaz.</p> <p>Method: The research employed a descriptive and survey-based approach. The statistical population included all high school students in Ahvaz, from which a sample of 320 individuals was selected using Cochran's formula and multi-stage cluster random sampling. Data collection instruments comprised questionnaires assessing social capital, cultural capital, and usage of virtual social networks. Data analysis was conducted using SPSS software.</p> <p>Findings: The results revealed a significant positive correlation between the components of perceived usefulness, adaptability, social influence, and perceived enjoyment with both social and cultural capital. This indicates that virtual social networks enhance individuals' social and cultural capital by increasing their adaptability, exerting social influence on their behaviors, elevating their perceived enjoyment, and demonstrating their usefulness. Additionally, the use of virtual social networks and cultural capital emerged as predictors of social capital levels among high school students in Ahvaz.</p> <p>Conclusion: Virtual social networks can serve as effective tools for enhancing students' social capital through the reinforcement of their cultural capital. It is recommended that these networks be targeted for application within educational environments.</p>

Cite this article: Boazar, Sh., Ghorbani, A.R., & Ounagh, n. (2025). Investigating the relationship between the use of virtual social networks and cultural capital with social capital in high school students of Ahvaz, *Human-Information Interaction*, 12(2), 94-113.

© The Author(s). Publisher: University of Kharazmi.





Kharazmi University



Extended Abstract

Introduction

In the 21st century, digital media has evolved into a fundamental and constitutive element of modern social existence, permeating all spheres of human activity, including social relations, political discourse, economic transactions, educational processes, and cultural consumption (Moradi, 2015). The current cohort of digital natives, having been socialized within hyper-connected media ecologies since birth, demonstrates a pronounced dependence on digital platforms for the acquisition of cultural schemas, value systems, and normative behavioral patterns (Wang, 2017). Empirical evidence indicates that social networking platforms have achieved near-universal penetration across demographic groups, fundamentally restructuring patterns of human interaction and information consumption (Bennett, 2015).

This paradigmatic shift in communicative practices has precipitated significant transformations in social behavior, manifesting in both constructive and problematic outcomes. The present investigation employs Bourdieu's capital theory to examine the tripartite relationship between virtual social network engagement, cultural capital accumulation, and social capital formation among adolescent populations in Ahvaz, Iran. The study addresses the primary research question: To what extent does a statistically significant correlation exist between virtual social network usage patterns, cultural capital assets, and social capital reserves among secondary education students in this regional context?

Methods and Materials

This study employs a quantitative, descriptive research design utilizing a cross-sectional survey approach. As an applied research project, it aims to generate practical insights for educational policy and the development of digital literacy. The target population consists of all high school students (N = 42,507) enrolled in Ahvaz public schools during the 2022-2023 academic year, as documented by the Ahvaz Education Department. A representative sample of 320 participants was determined using Morgan's sampling table, with proportional sampling techniques employed to ensure demographic representation.

Measurement Instruments :Three standardized instruments were administered: the Social Capital Assessment Scale (Jafari, 2021) .18-item Likert-type scale (1-5 range) .Measures five dimensions .Cultural Capital Inventory (Sharepour et al., 2019) .18-item Likert-scale measure.Digital Network Engagement Index (Lee, 2005) .21-item psychometric tool.

Results and Discussion

The first hypothesis of the study showed that there is a significant relationship between the use of virtual social networks and cultural capital with social capital in high school students in Ahvaz. The results are consistent with the findings of Soleimani et al. (2012), Adlipour et al. (2015), Tavasli and Amoli-Kalarijani (2012), Reкуро et al. (2019), Ansari et al. (2016), McEwan et al. (2015), and Arampatzi et al. (2018), confirming the effect of using virtual social networks on social capital. It is also consistent with the findings of the study by Kalkohi-Moghaddam et al. (2012), Kohi et al. (2015), and McEwan et al. (2015), confirming the role of virtual social networks in the cultural capital of individuals.

The second hypothesis of the study showed that there is a significant relationship between the use of virtual social networks and cultural capital in high school students in Ahvaz. This finding is consistent with the results of the study by Kalkohi Moghadam et al. (1401), which confirmed the relationship between network relationships and lifestyle and cultural



Kharazmi University

Journal of Human-Information Interaction

Online ISSN: 2423-7418

<https://hiikhu.ac.ir/>



capital in Iran. It is also consistent with the findings of the study by Kohi et al. (1400) confirming the role of cyberspace in individuals' cultural capital. The results of this study also confirm and are consistent with the findings of McEwan et al. (2015), who found that social and virtual media have a significant impact on the transfer of cultural capital. Examining the third hypothesis of the study showed that there is a significant relationship between the use of virtual social networks and social capital in high school students in Ahvaz. This finding is consistent with the results of the study by Soleimani et al. (1401), which confirms the effect of social networks on social capital. It is also consistent with the findings of Adlipour et al. (2015), and Tavasli and Amoli-Klarijani (2012), who showed that the quality and quantity of using virtual space had a significant effect on social capital. This result confirms and is consistent with the findings of McEwan et al. (2015), Reкуро et al. (2019), and Arampatzi et al. (2018), who found that virtual networks have a significant effect on the transfer of social capital. The fourth hypothesis of the study showed that the use of virtual social networks and cultural capital can predict the amount of social capital in high school students in Ahvaz. The results are consistent with the findings of Kalkohi-Moghaddam et al. (1401), Kohi et al. (1400), McEwan et al. (2015) confirming the role of virtual social networks in the cultural capital of individuals, as well as the findings of the studies of Soleimani et al. (1401), Adlipour et al. (2015), Tavassoli and Amoli-Kalarijani (2012), Reкуро et al. (2019), Ansari et al. (2016), McEwan et al. (2015), and Arampatzi et al. (2018) confirming the effect of using virtual social networks on social capital. In explaining the results of this study, it can be stated that virtual social networks can provide a basis for learning many behaviors by providing informal educational experiences. On the other hand, these social networks themselves are effective in changing subcultures and dominating dominant cultures, and their manifestation can be observed in the behaviors of individuals imitating famous people. Cultural capital also increases people's understanding of life and increases their level of activism in various activities, making them superior and prominent. In addition, when a person is active in virtual networks, they have more connections and cooperation between this person and other people who are members of virtual networks and their participation in virtual programs and campaigns leads to the expansion of mutual support relationships, and along with the association with the values and norms belonging to these groups, it leads to further strengthening of social capital. Also, the longer a person is a member of social networks, the more relationships, familiarity, and mutual acceptance between him and the people he is in contact with are strengthened, and this in itself can lead to strengthening of social capital among people with a long history of membership in social networks. Thus, the conclusion of the present study regarding the significance of the relationship between the use of virtual social networks and cultural capital with social capital seems logical.

Conclusion

Virtual social networks can serve as effective tools for enhancing students' social capital through the reinforcement of their cultural capital. It is recommended that these networks be targeted for application within educational environments.

Keywords: Virtual social networks, cultural capital, social capital, high school students.

بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی و سرمایه فرهنگی با سرمایه اجتماعی در دانش‌آموزان متوسطه دوم شهر اهواز

شهلا بوعدار^۱، علیرضا قربانی^۲، نازمحمد اونق^۳

۱. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه پیام نور، بجنورد، ایران. رایانامه: shahla.boaazar71@gmail.com
۲. نویسنده مسئول، استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. رایانامه: ghorbani@pnu.ac.ir
۳. استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه بجنورد، بجنورد، ایران. رایانامه: n.ounagh@ub.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	هدف: مقاله باهدف شناسایی رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و سرمایه فرهنگی با سرمایه اجتماعی در دانش‌آموزان متوسطه شهر اهواز انجام‌یافته است.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۳/۲۲	روش: روش تحقیق توصیفی و پیمایشی و جامعه آماری تحقیق شامل کلیه دانش‌آموزان دوره متوسطه شهر اهواز بودند که از این تعداد، طبق فرمول کوکران تعداد ۳۲۰ نفر به‌عنوان نمونه با استفاده از نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای و تصادفی انتخاب شدند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه‌های سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی و استفاده از شبکه‌های مجازی بود. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش با استفاده از نرم‌افزار اسپس پی اس انجام شد.
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۴/۲۳	یافته: یافته‌های پژوهش نشان داد: بین مؤلفه‌های مفید بودن، سازگاری، تأثیر اجتماعی و لذت درک شده با متغیر سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی رابطه معنادار و مثبت برقرار است. یعنی شبکه‌های اجتماعی مجازی با بالا بردن سازگاری افراد، با گذاشتن تأثیر اجتماعی بر روی کنش افراد، بالا بردن لذت درک شده در افراد و مفید واقع شدن این شبکه‌ها باعث افزایش لایه‌های سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی افراد شده است. استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و سرمایه فرهنگی می‌تواند میزان سرمایه اجتماعی در دانش‌آموزان متوسطه شهر اهواز را پیش‌بینی کنند.
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۴/۲۰	نتیجه: می‌توان نتیجه گرفت که شبکه‌های اجتماعی مجازی از طریق تقویت سرمایه فرهنگی، ابزاری مؤثر برای افزایش سرمایه اجتماعی دانش‌آموزان هستند و به‌کارگیری هدفمند آن‌ها در محیط‌های آموزشی توصیه می‌شود.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۶/۲۵	
کلیدواژه‌ها: شبکه‌های اجتماعی، سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی، دانش‌آموزان	

استناد: شهلا؛ بوعدار، علیرضا؛ قربانی و نازمحمد؛ اونق (۱۴۰۴). بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی و سرمایه فرهنگی با سرمایه اجتماعی در دانش‌آموزان متوسطه دوم شهر اهواز. *تعمّل انسان و اطلاعات*، ۱۱۳-۹۴، (۲)۱۱۳-۹۴.



© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه خوارزمی تهران.

مقدمه

رسانه‌ها در دوران معاصر، جایگاهی بنیادین در ساحت زندگی اجتماعی افراد احراز کرده‌اند. استفاده مستمر از محتوای رسانه‌ای در حوزه‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، آموزشی و سرگرمی، به پدیده‌ای دائمی تبدیل شده است. پرورش نسل کنونی در بستر محیطی رسانه‌محور، سبب گردیده تا این نسل، عمده‌ترین مؤلفه‌های فرهنگی، ارزشی و هنجاری جامعه خود و جوامع دیگر را از طریق رسانه‌ها جذب و درونی سازد (مردادی، ۱۳۹۴).

مطالعات نشان می‌دهند رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی به بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی بسیاری از افراد بزرگسال و کودکان تبدیل شده‌اند (بنت^۱، ۲۰۱۵ ص ۲۱؛ وانگ^۲، ۲۰۱۷ ص ۴۷). گسترش سریع و افزایش محبوبیت نرم‌افزارهای اجتماعی مانند برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی با تغییرات سریع در رفتار مصرف‌کننده همراه است. این تغییر رفتار به سمت وابستگی به نرم‌افزارهای اجتماعی به‌طور چشمگیری افزایش یافته است (بنت، ۲۰۱۵ ص ۲۱). چنین پدیده‌ای برای تمام کسانی که در عصر دیجیتال زندگی می‌کنند، بیشتر مشهود است (باقریان فر، سیادت و لهرابی، ۱۳۹۷، ص ۸۵)، تا جایی که می‌توان برای آن‌ها، پیامدهای مثبت و منفی قائل شد.

تسهیل شناخت، فعالیت و ارتباطات مبتنی بر دغدغه‌های مشترک و پیگیری اخبار و اطلاعات و به اشتراک گذاردن آن‌ها از طریق شبکه‌های مجازی و پیام‌رسان، به‌طور روزانه در حال افزایش است (مارستون، هیر و آلن^۳، ۲۰۱۰، ص ۲۹). کاملیوس و مارستون^۴ (۲۰۰۹) معتقدند مردم با استفاده از ابزارهای پیام‌رسان قادرند در سناریوهای شبیه‌سازی برای تصمیم‌گیری در موقعیت‌های دشوار اجتماعی شرکت کنند و از مزایای آن برخوردار شوند (بابایی فرد، ۱۳۹۵، ص ۸۰). امروزه نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی و اثر آن در سرمایه اجتماعی و فرهنگی از نکات کلیدی و مورد توجه علمای علوم اجتماعی است. امروزه مشاهده می‌شود که دانشجویان علاوه بر فضای حقیقی در فضای مجازی باهم رابطه دارند. نوع و جنس این روابط از دیدگاه جامعه‌شناسی اهمیت پیدا کرده است. سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از شبکه‌ها، هنجارها ارزش‌ها و درکی است که همکاری درون گروه‌ها و بین گروه‌ها را جهت کسب منافع متقابل تسهیل می‌کند (کالکوهی مقدم، رحمانی مقدم و تنهایی، ۱۴۰۱، ص ۱۳۱). سرمایه اجتماعی به زندگی فرد معنی و مفهوم می‌بخشد و زندگی را ساده‌تر و لذت‌بخش‌تر می‌سازد. این نوع از سرمایه با حمایت متقابل افراد در زندگی جمعی وجود عامل اعتماد در بین آنان بیان می‌شود. به بیان دیگر سرمایه اجتماعی اطلاعات مفیدی است که حاصل شبکه اجتماعی است و مزایایی چون ارتباطات کاری مفید در فضایی دانش‌آموزان به دلیل وجود امکانات برای استفاده از رایانه و اینترنت با فضای سایبر آشنا می‌شوند و این فضا، جهت‌گیری‌های شناختی، عاطفی و علمی آن‌ها را تحت‌الشعاع خود قرار می‌دهد. چنین فضایی موجب شده است تا در اوضاع کنونی پرداختن به روابط و سرمایه اجتماعی دانش‌آموزان کاربر اینترنت، به موضوعی درخور توجه واجد اهمیت مبدل شود. دانش‌آموزان به‌عنوان قشر جوان جامعه یکی از کاربران اصلی شبکه‌های اجتماعی می‌باشند که به دلیل برخورداری از سواد رسانه‌ای بیشتر از سایر اقشار جامعه از شبکه‌های اجتماعی می‌کنند (صراف‌زاده و علوی، ۱۳۹۲، ص ۵۳).

همچنین سرمایه فرهنگی از جمله مفاهیمی است که در راستای توجه بوردیو^۵ به انواع سرمایه مطرح شده است. از نظر وی، سرمایه فرهنگی در خلأ عمل نمی‌کند، بلکه نیرویی است که ایفای نقش خود را در یک ساختار گسترده‌تر اجتماعی انجام می‌دهد. به نظر بوردیو سرمایه فرهنگی عبارت از شناخت و ادراک فرهنگ و هنرهای متعالی داشتن ذائقه‌ی خوب و شیوه‌های عمل متناسب است (کالکوهی و همکاران، ۱۴۰۱، ص ۱۳۵). بر این اساس روابط اجتماعی بین اعضای یک جامعه

¹ Bennet

² Wang

³ Marston, Hare & Allen

⁴ Comelius & Marston

⁵ Bordiu

می‌تواند ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی مرتبط با رفتارهای اجتماعی وی را سازمان دهد (کاووسی، ۱۳۹۲، ص ۱۵۱). در این رابطه، نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان پدیده‌ای نوظهور از فناوری که موجب تغییرات اجتماعی و فرهنگی در جوامع گردیده، قابل‌تأمل است. نتایج برخی پژوهش‌ها از جمله رهبر (۱۳۹۶)، نشان می‌دهد که فضای مجازی و ابعاد آن با انتقال فرهنگ‌ها و ایده‌های جدید موجب ایجاد خرده‌فرهنگ‌های نوپدید و یا تغییر فرهنگ و ارزش‌های حاکم گردیده است. علاوه بر این، ظهور شبکه‌های اجتماعی مجازی، این قابلیت را به افراد داده است تا زندگی خصوصی خود را برای دوستان و بینندگان صفحات خود، به تصویر بکشند. این قابلیت مطابق پژوهشی که کاظمی (۱۳۹۵) انجام داده است، این شبکه‌ها را به ابزاری برای خودنمایی و تظاهر بدل کرده است که ارزش‌های نمادین فرهنگی در جامعه ایران را به چالش می‌کشد. از این‌رو، به نظر می‌رسد با توجه به گسترش روزافزون استفاده از این شبکه‌ها در میان دانش‌آموزان وجود جنبه‌های مثبت و منفی کاربرد این فناوری، بررسی ارتباط استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با سرمایه اجتماعی و فرهنگی دانش‌آموزان ضروری باشد. شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان بستری جدید، ماهیت و کیفیت روابط اجتماعی و فرهنگی کاربران را دگرگون ساخته‌اند. از یک‌سو، این شبکه‌ها با تسهیل ارتباطات، اشتراک‌گذاری اطلاعات و تشکیل گروه‌های مبتنی بر علایق مشترک، می‌توانند به تقویت سرمایه اجتماعی (شبکه‌های ارتباطی، اعتماد و هنجارهای همکاری) بین دانش‌آموزان منجر شوند. از سوی دیگر، محتوای منتشرشده در این فضاها، اعم از ارزش‌ها، هنجارها و نمادهای فرهنگی، به‌طور مستقیم بر سرمایه فرهنگی دانش‌آموزان (شناخت، ذائقه و رفتارهای فرهنگی) اثر می‌گذارد. این تأثیر می‌تواند به‌صورت مثبت (انتقال ایده‌های سازنده و گسترش افق فرهنگی) یا منفی (تضعیف ارزش‌های بومی و ترویج خودنمایی و ظاهرسازی) ظاهر شود. بنابراین، پژوهش حاضر درصدد است تا رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی را با هر یک از این دو نوع سرمایه (اجتماعی و فرهنگی) در بین دانش‌آموزان موردبررسی علمی قرار دهد.

اگرچه مطالعات پراکنده‌ای بر روی دانش‌آموزان وجود دارد، اما پژوهش جامعی که به‌طور هم‌زمان و در یک نمونه آماری بزرگ (جامعه ۴۳ هزارنفری)، رابطه سه‌گانه‌ی «میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی» را با روشی علمی انجام داده باشد، انجام‌نشده است. بنابراین، نوآوری این تحقیق نه در بیان یک مسئله کاملاً بکر، که در «تبیین این رابطه خاص در این جامعه آماری منحصربه‌فرد و با این وسعت» است. این ادعا نه بر اساس فقدان مطلق پژوهش، بلکه بر اساس تکمیل خلأ موجود در ادبیات موضوع استوار است. بنابراین سؤالات پژوهش به شرح ذیل است:

- آیا بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و سرمایه اجتماعی در دانش‌آموزان متوسطه شهر اهواز رابطه معناداری وجود دارد؟

- آیا بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و سرمایه فرهنگی در دانش‌آموزان متوسطه شهر اهواز رابطه معناداری وجود دارد؟

- آیا بین سرمایه فرهنگی و اجتماعی در دانش‌آموزان متوسطه شهر اهواز رابطه معناداری وجود دارد؟

- آیا استفاده از شبکه‌های اجتماعی و سرمایه فرهنگی می‌تواند میزان سرمایه اجتماعی در دانش‌آموزان متوسطه شهر اهواز را پیش‌بینی کنند؟

در نظر بوردیو (۱۹۸۴) جامعه با عنوان فضای اجتماعی بازنمایی می‌شود. این فضای اجتماعی که جایگاه رقابتی شدید و بی‌پایان است و در جریان این رقابت‌ها تفاوت‌هایی ظهور می‌کند که ماده و چارچوب لازم برای هستی اجتماعی را فراهم می‌آورد (فاضلی، ۱۳۸۲). موجودیتی غیر یکپارچه است که در آن مدل‌های کوچک متمایزی از قواعد، مقررات و اشکال قدرت وجود دارد. این مدل‌های کوچک متمایز میدان خوانده می‌شوند (حیدری، ۱۳۹۴). میدان گسترده‌ای از نوع خاصی از اعمال است به باور بوردیو اگر از میان این میدان‌های امکانات هیچ‌کدام بیش از دنیای اقلام تجملی و به‌خصوص اقلام فرهنگی مستعد آشکار ساختن تفاوت‌های اجتماعی نیستند، از این جهت است که رابطه مبتنی بر تشخیص و تمایز به‌طور عینی در این اقلام مندرج است و با هر عمل مصرف، از طریق ابزارهای تصرف اقتصادی و فرهنگی که لازمه آن است از نو

فعال می‌شود (بورديو، ۱۳۹۱، ص ۳۰۹)؛ بنابراین فضای (میدان) اجتماعی را باید به‌مثابه ساختاری از موانع تفکیک یافته‌ای برگرفت که در هر مورد، بر اساس جایگاهی تعریف می‌شود که این مواضع در توزیع یک نوع خاص از سرمایه اشغال کرده‌اند.

بورديو فضای اجتماعی را با چند محور ترسیم می‌کند: سرمایه اقتصادی، سرمایه فرهنگی، سرمایه نمادین، سرمایه اجتماعی. سرمایه اقتصادی: شامل درآمد و بقیه انواع منابع مالی است که در قالب مالکیت جلوه نهادی پیدا می‌کند. سرمایه فرهنگی: دربرگیرنده تمایلات پایدار فرد است که در خلال اجتماعی شدن در فرد انباشته می‌شود. تحصیلات را نمودی از سرمایه فرهنگی می‌دانست. سرمایه نمادین: جزئی از سرمایه فرهنگی است و به معنای توانایی مشروعیت دادن، تعریف کردن، ارزش گذاردن در میدان فرهنگ است. سرمایه اجتماعی: همه منابع واقعی و بالقوه‌ای است که می‌تواند در اثر عضویت در شبکه اجتماعی کنشگران یا سازمان‌ها به دست آید. (چولی، ۱۳۸۹)

وولکاک و نارایان با استفاده از رویکرد همکاری، سرمایه اجتماعی را در سه بعد، اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی و تعاملات اجتماعی مورد ارزیابی قرار می‌دهند. به‌طور کلی این ابعاد شامل: الف) سرمایه اجتماعی محدود یا درون‌گروهی (ب) سرمایه اجتماعی اتصالی یا برون‌گروهی (ج) سرمایه اجتماعی ارتباطی می‌باشند (وولکاک و نارایان، ۲۰۰۰، ص ۲۳۰). سرمایه اجتماعی محدود به پیوندهای اجتماعی اشاره دارد که بر تشابه و صمیمت متکی هستند. این بعد از سرمایه اجتماعی بر منابع شخصی محدود مانند پیوندهای خانوادگی، همسایگی و پیوندهای دوستی نزدیک تأکید می‌کند. سرمایه اجتماعی اتصالی به شبکه‌های ارتباطات نامتجانس‌تر برون‌گروهی اشاره دارد که در بین افراد به‌جای اتکا به نزدیکی‌های شخصی و هویت مشترک، بر علایق مشترک متکی است (هیلی و همکاران، ۲۰۰۳، ص ۱۲۳). سرمایه اجتماعی ارتباطی به‌طور خاص به پیوندهای اجتماعات و افراد با قدرت رسمی و به‌طور عام به ارتباطات بین افراد و گروه‌هایی اشاره دارد که در ساختار قدرت، موقعیت‌های متفاوتی را اشغال می‌کنند. این نوع پیوندها به اعتماد به حکمرانی و نظام‌های کارشناسی ربط دارند. کارکرد اصلی این سرمایه را باید در دسترسی افراد و گروه‌ها به بخش‌های مختلف دولتی، غیردولتی، تجاری و بازرگانی دید (غفاری و اونق، ۱۳۸۵، ص ۱۶۰).

پاتنام سرمایه اجتماعی را با ارتباطات بین افراد، شبکه‌های اجتماعی، هنجارهای اجتماعی و اعتماد در ارتباط می‌بیند (قمری، ۲۰۱۲، ص ۳۵۴). کسانی که مدت طولانی سرمایه اجتماعی بدست آورده‌اند می‌توانند برای حل مشکلات، ترتیبات نهادینی ایجاد کنند. شهرت و قابل‌اعتماد بودن، سرمایه باارزش هرکسی است که می‌خواهد عضو انجمن‌ها باشد. هنجار عمل متقابل، مرکز ثقل انجمن‌هاست که مولدترین جزء سرمایه اجتماعی هستند (قانع‌ی راد و حسینی، ۱۳۸۴، ص ۱۰۵). پاتنام معتقد است اعتماد و مشارکت دو وجه عاملی سرمایه اجتماعی است. تعریف پاتنام از سرمایه اجتماعی آن دسته از ویژگی‌های زندگی اجتماعی، شبکه‌ها، هنجارها و اعتماد است که مشارکت‌کنندگان را قادر می‌سازد تا به شیوه‌ای مؤثرتر اهداف مشترک خود را تعقیب نمایند (پاتنام، ۱۹۹۶، ص ۵۶ به نقل از فیلد، ۱۳۸۶، ص ۵۵). پاتنام سرمایه اجتماعی را ذاتاً مادی نمی‌داند، بلکه معتقد است که سرمایه اجتماعی در روابط بین افراد است و همان‌جا ظاهر می‌شود. بر این مبنا هرگاه یک جامعه یا نهاد بتواند مشارکت اعضای خود را برای دستیابی به اهداف خاص یا حل مسئله جلب نماید، گفته می‌شود آن جامعه دارای سرمایه اجتماعی است. این مشارکت می‌تواند اجتماعی، سیاسی، فرهنگی یا هر نوع دیگر باشد (موسوی، ۱۳۸۷، ص ۷۳). از نظر بورديو نیز افراد در ساختارها و عرصه‌های تعاملاتی، به میزان متفاوتی دارای انواع سرمایه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی هستند (بورديو، ۱۳۸۱، ص ۲۴۱).

سرمایه فرهنگی را می‌توان در سه دسته طبقه‌بندی نمود. نخست تعاریفی که بر چنیه کالایی (اقتصادی) و طبقه‌ای (مارکسی) مفهوم سرمایه فرهنگی تأکید می‌کنند که از آن جمله می‌توان به تعاریف تراسی و دومایس اشاره کرد. دوم تعاریفی که با تأکید بر قانون‌مندی، نظام‌یافتگی و نهادینگی مفهوم سرمایه فرهنگی به تعریف این مفهوم می‌پردازند مانند تعریف لامونت و لارو. دسته سوم تعاریفی را در برمی‌گیرد که بر ویژگی تجسم‌یافتگی سرمایه فرهنگی اشاره می‌کنند.

نظریه‌پردازانی چون آشافنبورک و موس، موهر و دیماجیو، سالیوان، وان ایک و کالینز^۱ در این گروه جای می‌گیرند (گنجی و حیدریان، ۱۳۹۳، ص ۸۰-۷۹). سرمایه فرهنگی از نظر بوردیو به تمرکز و انباشت انواع مختلف کالاهای فرهنگی، توانایی در اختیار گرفتن این کالاها و همچنین استعداد و ظرفیت افراد در شناخت و کاربرد کالاهای فرهنگی اشاره دارد (ترابی و افروغ، ۱۳۸۹، ص ۱۶۹). سرمایه فرهنگی عبارت است از شناخت و ادراک فرهنگ و هنرهای متعالی، داشتن ذائقه خوب و شیوه‌های عمل متناسب (باینگانی و کاظمی، ۱۳۸۹، ص ۹).

از آنجاکه بوردیو موضوع مصرف و ذائقه را مطرح می‌کند و آن را در بستری اجتماعی می‌بیند و سرمایه فرهنگی در دیدگاه بوردیو هم‌جوار با سرمایه اقتصادی و در پیوند با ذائقه مصرفی است، دیدگاه وی می‌تواند به‌عنوان مبنای نظری برای مطالعاتی که به مصرف و مصرف‌گرایی می‌پردازند، به کار گرفته شود. پژوهش از منظر جامعه‌شناختی به بحث مصرف و سرمایه فرهنگی پرداخته، نه صرفاً از منظر اقتصادی و از سویی در اندیشه بوردیو مضامین اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی درهم آمیخته‌اند؛ از این‌رو نظریه بوردیو به‌عنوان چارچوب نظری مورد استفاده قرار می‌گیرد.

پیشینه

سیفاللهی و یحیوی (۱۴۰۲) در پژوهش خود با عنوان تحلیل نقش تبلیغات، رسانه‌های اجتماعی و سرمایه اجتماعی بر سبک زندگی و نگرش دانش‌آموزان نتیجه گرفتند: تبلیغات، رسانه اجتماعی و سرمایه اجتماعی بر سبک زندگی و نگرش تأثیر مثبت و معنادار دارند. از بین سه متغیر، تبلیغات با ضریب مسیر ۰/۵۵ بیشترین تأثیر را بر سبک زندگی و نگرش دانش‌آموزان دارد. سلیمانی و همکاران (۱۴۰۱) تحقیقی با عنوان «تأثیر شبکه‌های اجتماعی، سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری بر مدیریت دانش در وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران» انجام و نشان دادند سرمایه اجتماعی بر سرمایه فکری دارای تأثیر مثبت و معنادار است. همچنین شبکه‌های اجتماعی بر سرمایه فکری تأثیر مثبت و معنادار دارد. از طرفی سرمایه فکری بر مدیریت دانش تأثیر مثبت و معنادار دارد. کالکوهی مقدم و همکاران (۱۴۰۱) در تحقیقی با عنوان «بررسی روابط شبکه‌ای در سبک زندگی با تأثیرپذیری از مشارکت اجتماعی و سرمایه فرهنگی» نشان داد معنادار بودن اثر روابط شبکه‌ای بر سرمایه فرهنگی، اثر روابط شبکه‌ای بر مشارکت اجتماعی، اثر سرمایه فرهنگی بر مشارکت اجتماعی و اثر روابط شبکه‌ای بر سبک زندگی را. پاک‌نهاد، تقی‌پوریان، فرخ‌سرشت و سلیمیان (۱۴۰۰) تحقیقی با عنوان مفهوم‌پردازی مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی مبتنی بر شبکه اجتماعی مجازی انجام دادند. سرمایه اجتماعی مبتنی بر شبکه اجتماعی مجازی را در ۸ بعد به نام‌های اعتماد (۲۴ گزینه)، مشارکت و همیاری، انسجام و همبستگی، آگاهی اجتماعی، شناختی، ساختاری، ارتباطی و حمایت اجتماعی دسته‌بندی کرد و مدل کیفی طراحی گردید. درودیان و همکاران (۱۴۰۰) در تحقیقی با عنوان رابطه میزان استفاده از شبکه‌های تلویزیونی صداوسیما و سرمایه فرهنگی دانشجویان نشان دادند بین میزان استفاده از شبکه‌های تلویزیونی صداوسیما و سرمایه فرهنگی رابطه وجود دارد در عین حال همبستگی مستقیمی بین میزان استفاده از شبکه‌های تلویزیونی صداوسیما با ابعاد سرمایه فرهنگی وجود دارد. کوهی و واحدیان (۱۳۹۹) تحقیقی با عنوان بررسی نقش فضای مجازی در سرمایه فرهنگی (مطالعه موردی: دانشجویان پیام نور مرکز اصفهان) انجام و نشان دادند متغیرهای جنسیت و ساعات حضور در فضای مجازی بر میزان سرمایه فرهنگی کاربران این شبکه مؤثر است. سنگری و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان «تأثیر شبکه‌های اجتماعی سازمانی بر سرمایه اجتماعی» دریافتند: تأثیر معنادار شبکه‌های اجتماعی سازمانی بر ابعاد اعتماد، شبکه‌ها، همکاری، روابط، هم‌سویی ارزش‌ها، درک متقابل و تعهد سرمایه اجتماعی وجود دارد. پاک‌نهاد، تقی‌پوریان، فرخ‌سرشت و سلیمیان (۱۳۹۹) در پژوهش‌شان با عنوان تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سرمایه اجتماعی و قابلیت‌های یادگیری سازمانی با نقش میانجی کنش‌های یاریگرانه دریافتند: شبکه اجتماعی مجازی بر سرمایه اجتماعی، قابلیت یادگیری سازمانی، کنش‌های یاریگرانه دارد و سرمایه اجتماعی بر قابلیت یادگیری سازمانی و کنش‌های یاریگرانه بر قابلیت یادگیری سازمانی تأثیر دارد. روشن و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش‌شان

¹ Aschaffenburg and Moss, Mohr and DiMaggio, Sullivan, Van Eyck and Collins

با عنوان رابطه سرمایه اجتماعی و سرمایه نمادین اجتماعی با توجه به نقش تعدیل گر سرمایه فرهنگی دریافتند: شدت رابطه (۲) ابعاد سرمایه اجتماعی (اعتماد، انسجام، مشارکت)، معنادار و با سرمایه نمادین اجتماعی برابر با ۰/۷۶، ۰/۷۵ و میزان کلی سرمایه اجتماعی با سرمایه نمادین اجتماعی با توجه به نقش تعدیل کنندگی ۰/۶۸ سرمایه فرهنگی، برابر با ۰/۸۶ و معنادار است. تمنا و صمدی (۱۳۹۵) در تحقیق خود با عنوان رابطه سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی با میزان آگاهی دانشجویان از فرهنگ دانشگاهی نتیجه گرفتند: بین شاخص‌های سرمایه اجتماعی نظیر شبکه روابط اجتماعی، اعتماد اجتماعی، اعتماد نهادی و همیاری و میزان آگاهی دانشجویان از فرهنگ دانشگاهی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. همچنین بین شاخص‌های سرمایه فرهنگی نظیر تمایلات و گرایش‌های روانی فرد، مصرف کالاها و فرآورده‌های فرهنگی، مدارک و مدارج تحصیلی با میزان آگاهی دانشجویان از فرهنگ دانشگاهی نیز رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل رگرسیونی نیز حاکی از آن است که متغیرهای شبکه روابط اجتماعی، اعتماد اجتماعی، همیاری و مصرف کالاها و فرآورده‌های فرهنگی ۳۴/۲ درصد از واریانس میزان آگاهی از فرهنگ دانشگاهی را تبیین می‌کنند. خواجه‌نوری، پرنیان و همت (۱۳۹۳) در پژوهش شان با عنوان مطالعه رابطه سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و هویت اجتماعی مطالعه موردی: جوانان شهر بندرعباس نتیجه گرفتند: متغیر سرمایه اجتماعی به عنوان متغیر مستقل شامل میزان ارتباطات اجتماعی، صمیمیت اجتماعی، حمایت اجتماعی و مشارکت اجتماعی بوده و متغیر سرمایه فرهنگی نیز با سنجش میزان مصرف کالاها و فرهنگی به طور عینی و مهارت‌ها و توانایی‌های علمی، تحصیلی و فرهنگی و سطح تحصیلات سنجیده شده است. بر اساس نتایج رگرسیون چندمتغیره، چهار متغیر مشارکت مذهبی - سنتی، مشارکت فرهنگی - مدنی، مسافرت خارج، و صمیمیت اجتماعی وارد معادله شده و در مجموع ۴۷/۵ درصد از تغییرات متغیر هویت اجتماعی را تبیین کرده است. پراکوچ و پترینجاک^۱ (۲۰۲۱) مطالعه‌ای با عنوان «جامعه‌پذیری مجازی بین جوامع مجازی و فردگرایی شبکه‌ای» انجام دادند. یافته‌ها نشان داد جوامع مجازی نقش قابل توجهی در افزایش فردگرایی به خصوص در بین جوانان دارند. میشرآ^۲ (۲۰۲۰) مطالعه‌ای با عنوان «شبکه‌های اجتماعی، سرمایه اجتماعی، حمایت اجتماعی و موفقیت تحصیلی در دانش‌آموزان» انجام داد. شواهد نشان می‌دهد که شبکه‌های دانشجویان شامل خانواده، وابستگی‌های قومی و مذهبی، دوستان و اعضای هیئت‌علمی در موفقیت تحصیلی نقش دارند. این مقاله چارچوبی را شرح می‌دهد که چگونه اعضای شبکه گروه‌های دارای نمایندگی کمتر یکدیگر را با توجه به منابع ارائه شده تکمیل می‌کنند و به دانشگاه کمک می‌کنند.

رکورو و همکاران^۳ (۲۰۱۹) مطالعه‌ای با عنوان «استفاده از تحلیل شبکه‌های اجتماعی و سرمایه اجتماعی برای شناسایی نقش‌های کاربران در توییتر» انجام دادند. پژوهش چهار نقش را شناسایی کرد که هر کدام با جنبه‌های مختلف سرمایه اجتماعی و معیارهای شبکه اجتماعی مرتبط هستند: فعالان، برش دهنده‌های اخبار، رهبران افکار و تأثیرگذاران اطلاعات. این نقش‌ها به ویژه برای درک اینکه چگونه اقدامات کاربران در گفتگوهای سیاسی ممکن است بر ساختار جریان اطلاعات تأثیر بگذارد مفید هستند. آرامپاتزی و همکاران^۴ (۲۰۱۸) مطالعه‌ای با عنوان «سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، سرمایه اجتماعی فردی و شادی» انجام دادند. آن‌ها دریافتند یک ارتباط منفی بین تعداد ساعت‌های صرف شده برای سرمایه اجتماعی و شادی کاربران که از نظر اجتماعی احساس جدایی و تنهایی می‌کنند، پیدا کردیم. نتایج زمانی باقی می‌ماند که ویژگی‌های اجتماعی-دموگرافیک، اعتماد، ساعات صرف شده در سایر سایت‌های اینترنتی و درآمد خانوار را کنترل کنیم.

مک ایوان و همکاران^۵ (۲۰۱۱) مطالعه‌ای با عنوان «جهان‌وطنی مجازی: ساخت فرهنگ‌های سوم و انتقال سرمایه اجتماعی و فرهنگی از طریق رسانه‌های اجتماعی» انجام دادند. این مقاله بررسی می‌کند که چگونه CMC می‌تواند جهان‌وطنی مجازی و فرهنگ‌های سوم مجازی را با مرور ادبیات فعلی در مورد فضاهای فرهنگ سوم مجازی و داده‌های قوم‌نگاری در

¹ Peračković & Petrinjak

² Mishra

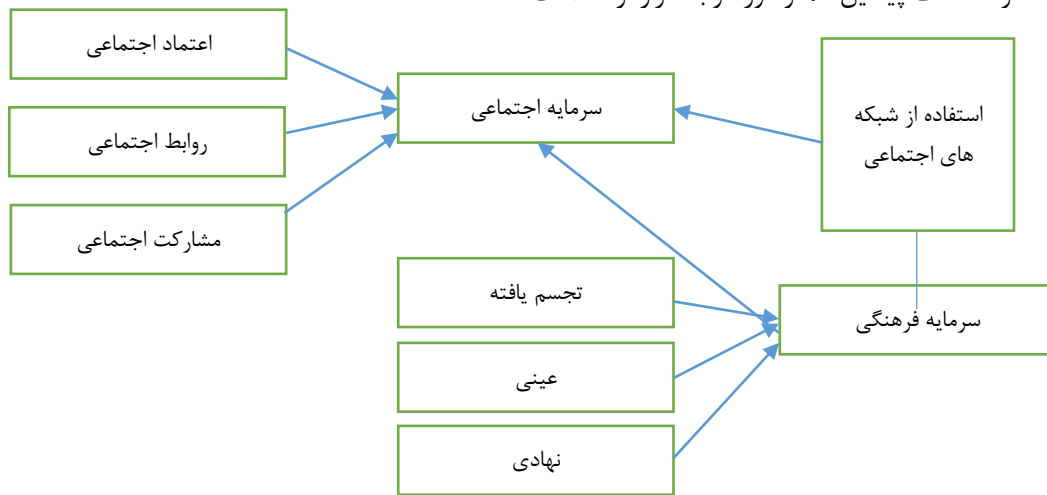
³ Recuero et al

⁴ Arampatzi et al

⁵ McEwan et al

کاوش جهان‌وطنی مجازی تسهیل کند. متیسا و همکاران^۱ (۲۰۱۰) پژوهشی به‌منظور شناسایی ابعاد سرمایه اجتماعی بر اساس مدل ناهایت و گوشال انجام دادند. نتایج نشان داد در بعد سرمایه رابطه‌ای مؤلفه‌هایی مانند همکاری و مشارکت صبر و صمیمیت در افزایش سرمایه اجتماعی مؤثرند.

تمرکز بر جامعه آماری خاص و بزرگ، بررسی هم‌زمان سه متغیر اصلی (میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی، سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی) به‌طور انحصاری در جامعه بزرگ و نمایانگر دانش‌آموزان مقطع متوسطه (اهواز با ۴۳ هزار نفر) که در مطالعات پیشین به این وسعت و ویژگی دیده نشده است. تبیین رابطه سه‌گانه و علی، اکثر پیشینه‌ها به رابطه دوتایی یا نقش تعدیل‌گری پرداخته‌اند. این پژوهش به دنبال تدوین و آزمون یک مدل علی جامع است که چگونگی تأثیرگذاری مستقیم و غیرمستقیم استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر هر دو نوع سرمایه (اجتماعی و فرهنگی) را به‌صورت یکپارچه بررسی می‌نماید. تأکید بر بافت فرهنگی ویژه، واکاوی این روابط در بافت خاص اجتماعی-فرهنگی ایران و در میان نسل نوجوان که بیشترین مصرف‌کننده این فناوری هستند، به درک بهتر پیامدهای بوم‌شناختی این پدیده کمک می‌کند که در مطالعات پیشین کمتر مورد توجه قرار گرفته است.



شکل (۱). مدل نظری تحقیق

روش‌شناسی

این پژوهش از نظر روش، توصیفی بوده و با روش پیمایشی انجام شده است. همچنین از حیث هدف، مطالعه کاربردی و به لحاظ زمان در زمره تحقیقات مقطعی قرار دارد. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه دانش‌آموزان دوره متوسطه شهر اهواز بودند به تعداد ۴۲ هزار و ۵۰۷ نفر در سال تحصیلی ۱۴۰۲-۱۴۰۱ که بر اساس جدول مورگان حجم نمونه ۳۲۰ نفر برآورد گردید.

به علت ناهمگنی، پراکندگی و گسترده بودن جامعه دانش‌آموزان دوره متوسطه شهر اهواز، روش نمونه‌گیری تصادفی از نوع خوشه‌ای چندمرحله‌ای است. مدارس شهر اهواز به ۵ بخش شمالی، جنوبی، شرقی و غربی و مرکزی تقسیم شده و سپس به نمایندگی از هر منطقه یک مدرسه انتخاب شده و معلمان آن به‌طور تصادفی برای شرکت در پژوهش انتخاب شدند. پرسشنامه‌های پژوهش شامل:

۱. پرسشنامه استاندارد سرمایه اجتماعی بوردیو: این پرسشنامه توسط جعفری (۱۴۰۰) ساخته شده و دارای ۱۸ گویه بسته است. پرسشنامه پنج بعد اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی، هنجارهای اجتماعی و امنیت اجتماعی را

^۱ Metisa et al

مورد بررسی قرار می‌دهد. دامنه پاسخ در طیف لیکرت از کاملاً مخالف (۱) تا کاملاً موافق (۵) بوده و کمترین نمره ۱۸ و بالاترین نمره ۹۰ است. این پرسشنامه در سطح آلفای ۰/۸۳۳ توسط سازنده اعتباریابی شد.

۲. پرسشنامه استاندارد سرمایه فرهنگی بوردیو: این پرسشنامه توسط جعفری (۱۴۰۰) ساخته شده و دارای ۱۸ سؤال است. هدف آن سنجش ارزش‌ها و نمودهای فرهنگی و هنری در سه شاخص: ۱. تجسم‌یافته یا سرمایه بدنی و فردی (مهارت ذهنی، مهارت در بیان مطالب درسی) ۲. عینی (مصرف کالاهای فرهنگی، تملک کالاهای فرهنگی، علاقه‌مندی به هنر) ۳. نهادی (مدارک تحصیلی و فرهنگی) است. دامنه پاسخ در طیف لیکرت از کاملاً مخالف (۱) تا کاملاً موافق (۵) بوده و کمترین نمره ۱۸ و بالاترین نمره ۹۰ است. این پرسشنامه در سطح آلفای ۰/۸۱۱ توسط سازنده اعتباریابی شد.

۳. پرسشنامه استاندارد استفاده از شبکه‌های مجازی: این پرسشنامه توسط لی (۲۰۰۵) ساخته شده و دارای ۲۱ سؤال است. هدف آن سنجش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در هفت شاخص: ۱. نیت استفاده ۲. نگرش ۳. مفید بودن درک شده ۴. سهولت استفاده درک شده ۵. سازگاری ۶. تأثیر اجتماعی ۷. لذت درک شده. دامنه پاسخ در طیف لیکرت از کاملاً مخالف (۱) تا کاملاً موافق (۵) بوده و کمترین نمره ۲۱ و بالاترین نمره ۱۰۵ است. این پرسشنامه در سطح آلفای ۰/۸۴۷ توسط سازنده اعتباریابی شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و استنباطی با استفاده از نرم‌افزار SPSS استفاده شده است.

یافته‌ها

۳۴/۷ درصد از پاسخگویان در پایه دهم؛ ۳۸/۱ درصد یازدهم و ۲۷/۲ درصد دوازدهم، ۳۵/۹ درصد در رشته انسانی؛ ۴۰/۹ درصد تجربی و ۲۳/۱ درصد ریاضی بودند. ۱۵/۹ درصد درآمد خانواده‌شان زیر سه میلیون تومان؛ ۱۹/۴ درصد سه تا پنج میلیون تومان؛ ۱۷/۸ درصد درآمد پنج تا هفت میلیون تومان؛ ۳۳/۱ درصد هفت تا ده میلیون تومان و ۱۳/۸ درصد درآمد بالاتر از ده میلیون داشته‌اند. ۱۴/۱ درصد شغل مادرشان آزاد؛ ۲۲/۸ درصد کارمند و ۲۲/۸ درصد کارگر و ۴۰/۳ درصد خانه‌دار بودند، ۴۸/۱ درصد شغل پدرشان آزاد؛ ۵/۳ درصد کارمند؛ ۳۲/۲ درصد کارگر و ۱۴/۴ درصد سایر شغل‌ها بوده است.

در پرسشنامه سرمایه اجتماعی، مؤلفه‌های انسجام اجتماعی و مشارکت اجتماعی به ترتیب بیش‌ترین میانگین‌ها را با مقدار ۱۳/۹۹ (انحراف استاندارد برابر با ۲/۳۴) و ۱۳/۸۴ (انحراف استاندارد برابر با ۲/۵۸) و مؤلفه هنجارهای اجتماعی با میانگین ۹/۴۶ (و انحراف استاندارد ۲/۶۳) کم‌ترین میانگین را به خود اختصاص داده است. متغیر سرمایه اجتماعی در کل میانگین ۶۰/۱۲ و انحراف استاندارد ۳/۳۹ را به خود اختصاص داده است.

در پرسشنامه سرمایه فرهنگی، مؤلفه عینیت‌یافتگی بیش‌ترین میانگین را با مقدار ۲۴/۵۳ (انحراف استاندارد برابر با ۲/۸۵) و مؤلفه نهادینه شدن با میانگین ۱۰/۱۰ (و انحراف استاندارد ۲/۰۲) کم‌ترین میانگین را به خود اختصاص داده است. متغیر سرمایه فرهنگی در کل میانگین ۵۱/۵۲ و انحراف استاندارد ۴/۰۴ را به خود اختصاص داده است.

در پرسشنامه شبکه مجازی، مؤلفه سهولت استفاده درک شده بیش‌ترین میانگین را با مقدار ۱۴/۳۵ (انحراف استاندارد برابر با ۲/۳۸) و مؤلفه‌های سازگاری و تأثیر اجتماعی با میانگین ۷/۰۵ و ۷/۱۰ (و انحراف استاندارد ۱/۶۴ و ۱/۷۸) کم‌ترین میانگین را به خود اختصاص داده‌اند. متغیر شبکه مجازی در کل میانگین ۷۱/۷۴ و انحراف استاندارد ۶/۰۴ را به خود اختصاص داده است.

آیا بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و سرمایه اجتماعی در دانش‌آموزان متوسطه شهر اهواز رابطه معناداری وجود دارد؟ برای آزمون این سؤال از ضریب همبستگی اسپیرمن و سطح معنی‌داری بین متغیر مستقل تحقیق و مؤلفه‌های آن (شبکه مجازی) با متغیر وابسته (سرمایه اجتماعی) استفاده شده است.

جدول شماره (۱). ماتریس همبستگی متغیر مستقل شبکه مجازی و متغیر وابسته سرمایه اجتماعی

شبکه اجتماعی	نیت استفاده	نگرش	مفید بودن	سهولت استفاده	سازگاری	تأثیر اجتماعی	درک لذت شده	
۰/۳۴**	۰/۰۰۳	۰/۰۰۹	۰/۲۳**	۰/۰۰۲	۰/۱۸***	۰/۲۷**	۰/۲۱**	ضریب همبستگی اسپیرمن
۰/۰۰	۰/۰۵۲	۰/۱۱۰	۰/۰۰۰	۰/۶۲	۰/۰۰۰۱	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	سطح معناداری

** همبستگی در سطح ۰.۰۱ (دو دامنه) معنی‌دار است.

بر اساس نتایج حاصل از جدول ۱، بین مؤلفه‌های مفید بودن، سازگاری، تأثیر اجتماعی و لذت درک شده با متغیر سرمایه اجتماعی رابطه معنادار و مثبت برقرار است. یعنی شبکه‌های اجتماعی مجازی با بالا بردن سازگاری افراد، با گذاشتن تأثیر اجتماعی بر روی کنش افراد، بالا بردن لذت درک شده در افراد و مفید واقع شدن این شبکه‌ها باعث افزایش لایه‌های سرمایه اجتماعی افراد شده است. همچنین در متغیر شبکه مجازی به صورت کلی با ضریب همبستگی (۰/۳۴) و سطح معناداری ($Sig=0/000$) می‌توان گفت که با اطمینان ۹۹ درصد و سطح خطای کمتر از یک درصد، بین متغیر استفاده از شبکه مجازی و افزایش سرمایه اجتماعی رابطه معنی‌دار مستقیم و مثبت وجود دارد. صرف در دسترس بودن شبکه‌ها و سهولت استفاده از آن‌ها و نوع نگرش تأثیری را در افزایش سرمایه اجتماعی افراد نشان نداده است. شبکه‌ها زمانی سرمایه اجتماعی را در افراد افزایش داده‌اند که به صورت مفید در ارائه اطلاعات به کاررفته باشند، باعث افزایش سازگاری اجتماعی در افراد شده باشند، تأثیر اجتماعی گذاشته باشند و لذت استفاده از آن درک شده باشد.

آیا بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و سرمایه فرهنگی در دانش‌آموزان متوسطه شهر اهواز رابطه معناداری وجود دارد؟ برای آزمون این سؤال از ضریب همبستگی اسپیرمن و سطح معنی‌داری بین متغیر مستقل تحقیق و مؤلفه‌های آن (شبکه مجازی) با متغیر میانجی (سرمایه فرهنگی) استفاده شده است.

جدول شماره (۲). ماتریس همبستگی متغیر مستقل شبکه مجازی و متغیر وابسته سرمایه فرهنگی

شبکه اجتماعی	نیت استفاده	نگرش	مفید بودن	سهولت استفاده	سازگاری	تأثیر اجتماعی	درک لذت شده	
۰/۴۴**	۰/۰۰۳	۰/۰۰۴	۰/۱۹**	۰/۰۰۴	۰/۱۶**	۰/۲۶**	۰/۱۷**	ضریب همبستگی اسپیرمن
۰/۰۰۱	۰/۰۵۵	۰/۱۳۹	۰/۰۰۰	۰/۴۸	۰/۰۰۰۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۲	سطح معناداری

** همبستگی در سطح ۰.۰۱ (دو دامنه) معنی‌دار است.

بر اساس نتایج حاصل از جدول ۲، بین مؤلفه‌های مفید بودن، سازگاری، تأثیر اجتماعی و لذت درک شده با متغیر سرمایه فرهنگی رابطه معنادار و مثبت برقرار است. یعنی شبکه‌های اجتماعی مجازی با بالا بردن سازگاری افراد، با گذاشتن تأثیر اجتماعی بر روی کنش افراد، بالا بردن لذت درک شده در افراد و مفید واقع شدن این شبکه‌ها باعث افزایش لایه‌های سرمایه فرهنگی افراد شده است. همچنین در متغیر شبکه مجازی به صورت کلی با ضریب همبستگی (۰/۴۴) و سطح معناداری ($Sig=0/000$) می‌توان گفت که با اطمینان ۹۹ درصد و سطح خطای کمتر از یک درصد، بین متغیر استفاده از شبکه مجازی و افزایش سرمایه فرهنگی رابطه معنی‌دار مستقیم و مثبت وجود دارد. یعنی هر چه استفاده از شبکه‌های

مجازی در پاسخ‌گویان بیش‌تر بوده است، میزان سرمایه فرهنگی در افراد رشد بیش‌تری داشته است. صرف در دسترس بودن شبکه‌ها و سهولت استفاده از آن‌ها و نوع نگرش تأثیری را در افزایش سرمایه فرهنگی افراد نشان نداده است. شبکه‌ها زمانی سرمایه فرهنگی را در افراد افزایش داده‌اند که به‌صورت مفید در ارائه اطلاعات به‌کاررفته باشند، باعث افزایش سازگاری اجتماعی در افراد شده باشند، تأثیر اجتماعی گذاشته باشند و لذت استفاده از آن درک شده باشد.

- آیا بین سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی در دانش‌آموزان متوسطه شهر اهواز رابطه معناداری وجود دارد؟ برای آزمون این سؤال از ضریب همبستگی اسپیرمن و سطح معناداری بین دو متغیر سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی استفاده شده است.

جدول شماره (۳). ماتریس همبستگی سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی

		مشارکت	اعتماد اجتماعی	انسجام	هنجارها	امنیت	سرمایه اجتماعی
ضریب اسپیرمن	تجسم‌یافتگی	۰/۲۴۸**	۰/۱۴۶**	۰/۱۷۲**	۰/۳۷۲**	۰/۳۷۶**	۰/۱۹۴**
	مقدار آزمون						
	سطح	۰/۰۰۰	۰/۰۰۹	۰/۰۰۲			۰/۰۰۰
	معنی‌داری				۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	عینیت	۰/۰۰۸	۰/۰۶۴	۰/۰۵۹	۰/۰۱۶	۰/۰۰۶	۰/۰۰۲
	یافتگی	۰/۸۸۲	۰/۲۵۶	۰/۲۹۳	۰/۷۷۷	۰/۹۱۸	۰/۶۴۶
	معنی‌داری						
	نهادی شده	۰/۰۰۰	۰/۰۱۸	۰/۰۲۲	۰/۰۵۸	۰/۰۸۲	۰/۰۱۳
	مقدار آزمون						
	سطح	۰/۹۹۹	۰/۷۴۹	۰/۶۸۸	۰/۲۹۹	۰/۱۴۵	۰/۸۱۳
	معنی‌داری						
	سرمایه فرهنگی	۰/۲۴۰**	۰/۱۵۲**	۰/۱۹۰**	۰/۳۴۴**	۰/۴۱۴**	۰/۱۹۰
سطح	۰/۰۰۰	۰/۰۰۶	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۱	
معنی‌داری							

** همبستگی در سطح ۰.۰۱ (دو دامنه) معنی‌دار است.

* همبستگی در سطح ۰.۰۵ (دو دامنه) معنی‌دار است.

بر اساس نتایج بین مؤلفه تجسم‌یافتگی با متغیر سرمایه اجتماعی رابطه معنادار و مثبت برقرار است (ضریب همبستگی ۰/۱۹ و سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰). به‌طور کلی رابطه مثبت و معنی‌داری بین متغیر سرمایه فرهنگی و متغیر سرمایه اجتماعی دیده شده است (مقدار آزمون ۰/۱۹ و $p\text{-value}=0/001$).

رگرسیون چندمتغیره^۱: جهت تعیین سهم متغیرهای مستقل در پیش‌بینی متغیر وابسته از تحلیل رگرسیون استفاده می‌شود. در تحلیل رگرسیون هدف پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته با توجه به تغییرات متغیرهای مستقل است. با استفاده از رگرسیون چند متغیره، محقق می‌تواند رابطه خطی موجود بین مجموعه‌ای از متغیرهای مستقل با یک متغیر وابسته را به شیوه‌ای مطالعه نماید که در آن، روابط موجود فی‌مابین متغیرهای مستقل نیز مورد ملاحظه قرار گیرد. تحلیل رگرسیون چند متغیره برای مطالعه تأثیرات چند متغیر مستقل در متغیر وابسته کاملاً مناسب است.

مطابق جدول ۴ مقدار ضریب همبستگی (R) بین متغیرها ۰/۴۱ است که نشان داد بین مجموعه متغیرهای مستقل و متغیر وابسته تحقیق (سرمایه اجتماعی) همبستگی متوسط رو به پایین وجود دارد. اما مقدار ضریب تعیین تعدیل شده که برابر با ۰/۱۳۷ است، نشان داد که ۱۳/۷ درصد از کل تغییرات میزان سرمایه اجتماعی افراد، وابسته به دو متغیر مستقل ذکر شده در این معادله (شبکه مجازی و سرمایه فرهنگی) بوده است. با توجه به معنی‌داری مقدار فیشر (۵/۲۲) در سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۱، می‌توان نتیجه گرفت که مدل رگرسیونی تحقیق مرکب از دو متغیر مستقل و یک متغیر وابسته

¹ Multiple Regression

(سرمایه اجتماعی) مدل خوبی بوده و مجموع دو متغیر مستقل فوق (شبکه مجازی و سرمایه فرهنگی) قادرند سرمایه اجتماعی را تبیین کنند.

جدول (۴). خلاصه مدل آماری و نتایج تحلیل واریانس

مدل	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
۱	^a ۰/۴۱۲	۰/۱۷۰	۰/۱۳۷	۵/۰۵۸۴۸
مدل	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	مقدار اف فیشر
رگرسیون	۱۶۰۲/۴۲۳	۱۲	۱۳۳/۶۱۹	۵/۲۲۲
باقیمانده	۷۸۵۵/۵۷۷	۳۰۷	۲۵/۵۸۸	^b ۰/۰۰۰
کل	۹۴۵۹/۰۰۰	۳۱۹		

متغیر وابسته سرمایه اجتماعی

a

متغیر پیش‌بین کننده: شبکه مجازی، سرمایه فرهنگی، ابعاد شبکه مجازی و سرمایه فرهنگی

b

جدول (۵). نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیری برای پیش‌بینی میزان سرمایه اجتماعی از طریق ابعاد شبکه مجازی و سرمایه فرهنگی

مدل	ضریب غیراستاندارد		ضریب استاندارد	تی	معناداری
	بتا	اشتباه			
عدد ثابت	۵۷/۳۹۳	۱/۸۳۸		۱۱/۸۶۳	۰/۰۰۰
تجسم‌یافتگی	۰/۲۷۰	۰/۰۸۶	۰/۱۸۰	۳/۱۲۸	۰/۰۰۲
عینیت یافتگی	۰/۰۹۱	۰/۱۱۱	۰/۰۴۶	۰/۸۲۶	۰/۴۱۰
نهادی شده	۰/۲۱۴	۰/۱۴۰	۰/۰۸۱	۱/۵۲۹	۰/۱۲۷
نیت	۰/۰۶۸	۰/۸۱۴	۰/۰۳۰	۰/۰۸۳	۰/۹۳۴
نگرش	۰/۲۸۳	۰/۸۱۸	۰/۱۱۱	۰/۳۴۶	۰/۷۳۰
مفیدبودن	۰/۰۹۶	۰/۸۰۷	۰/۰۴۵	۰/۱۱۹	۰/۹۰۵
سهولت	۰/۰۵۷	۰/۸۱۲	۰/۰۲۵	۰/۰۷۰	۰/۹۴۴
سازگاری	۰/۴۸۲	۰/۸۳۵	۰/۱۴۶	۰/۵۷۹	۰/۵۶۳
تاثیر اجتماعی	۰/۵۰۱	۰/۸۲۶	۰/۱۶۴	۰/۶۰۷	۰/۵۴۴
لذت	۰/۲۴۴	۰/۸۱۵	۰/۰۹۳	۰/۲۹۹	۰/۷۶۵
سرمایه فرهنگی	۰/۱۸۹	۰/۰۳۶	۰/۳۲۶	۵/۱۷۷	۰/۰۰۰
شبکه اجتماعی	۰/۰۹۱	۰/۸۰۵	۰/۱۰۱	۰/۱۱۳	۰/۹۱۰

a. متغیر وابسته: سرمایه اجتماعی

همان‌گونه که در جدول ۵ مشاهده می‌گردد، مقادیر *P-Value* هر یک از ابعاد متغیر شبکه اجتماعی بالاتر از ۰/۰۵ بوده است و نتوانسته‌اند هیچ‌گونه از تغییرات متغیر سرمایه اجتماعی را تبیین کنند. اما بعد تجسم‌یافتگی از متغیر سرمایه فرهنگی میزان *P-Value* آن کم‌تر از ۰/۰۵ بوده است ($P-Value = ۰/۰۲$) که جمعاً توانسته است ۱۸ درصد از تغییرات سرمایه اجتماعی در افراد را تبیین کند. هم‌چنین متغیر سرمایه فرهنگی ($B=32/0$ $P-Value=0/000$) در کل ۳۲ درصد از تغییرات سرمایه اجتماعی افراد را تبیین کرده است.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف مقاله شناسایی رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و سرمایه فرهنگی با سرمایه اجتماعی در دانش‌آموزان متوسطه شهر اهواز بود. بررسی سؤال اول پژوهش نشان داد که بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و سرمایه اجتماعی در دانش‌آموزان متوسطه شهر اهواز رابطه معناداری وجود دارد. نتیجه حاصل با یافته‌های سلیمانی و همکاران (۱۴۰۱)، عدلی‌پور و همکاران (۱۳۹۴)، توسلی و آملی‌کلاریجانی (۱۳۹۱)، رکورو و همکاران (۲۰۱۹)، انصاری و همکاران (۱۳۹۵)، مک ایوان و همکاران (۲۰۱۵) و آرامپاتزی و همکاران (۲۰۱۸) مبتنی بر تأیید تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سرمایه اجتماعی را تأیید نمود. توسلی و آملی‌کلاریجانی (۱۳۹۱) که نشان دادند کیفیت و کمیت استفاده از فضای مجازی بر سرمایه اجتماعی تأثیر معنی‌داری داشته، سازگاری دارد.

بررسی سؤال دوم پژوهش نشان داد که بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و سرمایه فرهنگی در دانش‌آموزان متوسطه شهر اهواز رابطه معناداری وجود دارد. این یافته با نتایج مطالعه کالکوهی مقدم و همکاران (۱۴۰۱) که رابطه بین روابط شبکه‌ای و سبک زندگی و سرمایه فرهنگی در ایران را تأیید نمود، هم‌خوانی دارد. هم‌چنین با یافته‌های تحقیق کوهی و همکاران (۱۴۰۰) مبنی بر تأیید نقش فضای مجازی در سرمایه فرهنگی افراد نیز سازگاری دارد. نتایج حاصل از این پژوهش، یافته‌های مک‌ایوان و همکاران (۲۰۱۵) که دریافتند رسانه‌های اجتماعی و مجازی در انتقال سرمایه فرهنگی تأثیر به‌سزایی دارند را نیز تأیید کرده و با آن هم‌راستا است. هم‌چنین با یافته‌های مطالعه کالکوهی مقدم و همکاران (۱۴۰۱)، کوهی و همکاران (۱۴۰۰)، مک ایوان و همکاران (۲۰۱۵) مبنی بر تأیید نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در سرمایه فرهنگی افراد نیز سازگاری دارد.

بررسی سؤال سوم نشان داد بین سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی دانش‌آموزان متوسطه شهر اهواز رابطه معناداری وجود دارد. این یافته‌ها با نتایج تمنا و صمدی (۱۳۹۵)، خواجه‌نوری، پرنیان و همت (۱۳۹۳)، روشن، یعقوبی، کمالیان، نوری، نامدارجویمی، راشکی‌قلعه‌نو و راشکی‌قلعه‌نو (۱۳۹۶)؛ خواجه‌نوری، پرنیان و همت (۱۳۹۳) که سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی رابطه معناداری دارند هم‌خوانی دارد.

بررسی سؤال چهارم پژوهش نشان داد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و سرمایه فرهنگی می‌تواند میزان سرمایه اجتماعی در دانش‌آموزان متوسطه شهر اهواز را پیش‌بینی کنند. نتیجه حاصل با یافته‌های کالکوهی مقدم و همکاران (۱۴۰۱)، کوهی و همکاران (۱۴۰۰)، مک ایوان و همکاران (۲۰۱۵) مبنی بر تأیید نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در سرمایه فرهنگی افراد و هم‌چنین یافته‌های حاصل از پژوهش‌های سلیمانی و همکاران (۱۴۰۱)، عدلی‌پور و همکاران (۱۳۹۴)، توسلی و آملی‌کلاریجانی (۱۳۹۱)، رکورو و همکاران (۲۰۱۹)، انصاری و همکاران (۱۳۹۵)، مک‌ایوان و همکاران (۲۰۱۵) و آرامپاتزی و همکاران (۲۰۱۸) مبتنی بر تأیید تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سرمایه اجتماعی را تأیید نموده و با آن‌ها هم‌خوانی دارد.

در تبیین نتایج حاصل از این پژوهش می‌توان بیان داشت سرمایه فرهنگی، فهم افراد از زندگی را بالا برده و میزان کنشگری آن‌ها را در فعالیت‌های مختلف بیشتر می‌کند و باعث برتری و برجسته بودن فرد می‌گردد. علاوه بر آن، زمانی که فردی در شبکه‌های مجازی فعالیت دارد، ارتباطات بیشتری داشته و همکاری میان این فرد با سایر افرادی که در شبکه‌های مجازی عضویت دارند و مشارکت وی در برنامه‌ها و کارزارهای مجازی موجب گسترش روابط حمایتی دوجانبه شده و در کنار همراهی با ارزش و هنجارهای متعلق بدین گروه‌ها، منجر به تقویت بیشتر سرمایه اجتماعی می‌شود. هم‌چنین فرد هرچقدر مدت‌زمان طولانی‌تری در شبکه‌های اجتماعی عضو باشد روابط و آشنایی و پذیرش متقابل میان او و افرادی که با آن‌ها در ارتباط است بیشتر تقویت می‌شود و این امر خود می‌تواند منجر به تقویت سرمایه اجتماعی در بین افراد دارای سابقه بالا در عضویت در شبکه‌های اجتماعی شود. به این ترتیب، به نظر می‌رسد نتیجه به‌دست‌آمده از مطالعه حاضر مبنی بر معنی‌داری رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و سرمایه فرهنگی با سرمایه اجتماعی، منطقی باشد. می‌توان نتیجه گرفت که شبکه‌های اجتماعی مجازی از طریق تقویت سرمایه فرهنگی، ابزاری مؤثر برای افزایش سرمایه اجتماعی دانش‌آموزان هستند و به‌کارگیری هدفمند آن‌ها در محیط‌های آموزشی توصیه می‌شود.

با توجه به نتایج پژوهش پیشنهاد می‌گردد سیاست‌گذاران اجتماعی و فرهنگی زیرساخت‌های فنی و امنیتی لازم برای دسترسی دانش‌آموزان به شبکه‌های اجتماعی مجازی را فراهم نموده و از طریق آموزش‌های مداوم در مدارس باهدف فرهنگ‌سازی برای فعالیت آنان در فضای مجازی شرایط لازم را فراهم کنند. والدین و مسئولین ذی‌ربط بسترهای مناسب برای تقویت و آموزش زبان‌های خارجی را فراهم نمایند تا دانش‌آموزان بتوانند با بهبود مهارت‌های زبانی و فراگیری آن در شبکه‌های اجتماعی مجازی فعالیت نموده و بتوانند با سایر هم‌تایان خود در سایر جوامع ارتباط برقرار نموده و با اشتراک فرهنگ و آداب و رسوم، سرمایه فرهنگی خود را افزایش دهند. مسئولان سازمان آموزش و پرورش با برگزاری جلسات آموزشی و توجیهی برای مدیران مدارس متوسطه، آنان را تشویق به راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی ویژه در سطح مدارس، منطقه و استان نموده تا آنان با عضویت و فعالیت در این شبکه‌های اجتماعی مجازی تحت نظارت و استفاده از مطالب مفید و کاربردی بتوانند سرمایه اجتماعی خود را بهبود بخشند. واحدهای فوق‌برنامه ویژه‌ای پیرامون آشنایی دانش‌آموزان دوره متوسطه با فعالیت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی و همچنین تقویت مهارت‌های فنی و اجتماعی آنان در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی ایجاد گردد. همچنین زمینه‌های لازم برای ارتقای سرمایه فرهنگی آنان از طریق تسهیل بهره‌مندی بیشتر از فرایند تحصیل و اقلام و آموزه‌های فرهنگی در مدارس متوسطه فراهم گردد.

تقدیر و تشکر

از همه کسانی که در انجام این پژوهش ما را یاری رساندند کمال نشکر را داریم.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

نویسندگان اصول اخلاقی را در انجام و انتشار این پژوهش علمی رعایت نموده‌اند و این موضوع مورد تأیید همه آنهاست.

مشارکت نویسندگان

مشارکت نویسندگان در مقاله مستخرج از پایان‌نامه تقریباً به شکل زیر است:
نویسنده اول: تهیه و آماده‌سازی نمونه‌ها، انجام آزمایش و گردآوری داده‌ها، انجام محاسبات، تجزیه و تحلیل آماری داده‌ها، تحلیل و تفسیر اطلاعات و نتایج، تهیه پیش‌نویس مقاله
نویسنده دوم: استاد راهنمای پایان‌نامه، طراحی پژوهش، نظارت بر مراحل انجام پژوهش، بررسی و کنترل نتایج، اصلاح، بازبینی و نهایی‌سازی مقاله

نویسنده سوم: استاد مشاور پایان‌نامه، مشارکت در طراحی پژوهش، نظارت بر پژوهش، مطالعه و بازبینی مقاله

تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.

منابع

- بابائی‌فرد، اسداله. (۱۳۹۵). تأثیر اینترنت به عنوان یکی از ابزارهای جهانی شدن بر هویت فرهنگی دانشجویان دانشگاه تهران. علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد. ۱۱۳(۱): ۱۰۸-۷۳.
- باینگانی، بهمن و کاظمی، علی. (۱۳۸۹). بررسی مبانی تئوریک مفهوم سرمایه فرهنگی، برگ فرهنگ، ۲۱: ۲۱-۸.
- باقریان‌فر، مصطفی، سیادت، علی و لهرابی، یعقوب. (۱۳۹۷). تبیین مؤلفه‌های هویت اجتماعی دانشجویان براساس استفاده از برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی (مورد مطالعه: دانشجویان کارشناسی دانشگاه اصفهان). جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۹(۴): ۹۸-۷۹.
- پاکنهاد، فاطمه، تقی‌پوریان، محمد جواد، فرخ سرشت، بهزاد و سلیمیان، معصومه‌علی. (۱۴۰۰). مفهوم‌پردازی مولفه‌های سرمایه اجتماعی مبتنی بر شبکه اجتماعی مجازی. علوم اجتماعی، ۱۵(۲): ۲۰-۱.

- پاکنهاد فاطمه، تقی پوریان محمدجواد، فرخ سرشت بهزاد، سلیمیان معصومعلی. (۱۳۹۹). تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سرمایه اجتماعی و قابلیت‌های یادگیری سازمانی با نقش میانجی کنشهای یاریگرانه، *رفاه اجتماعی*، ۲۰ (۷۸): ۴-۷۴.
- ترابی، سیدمصطفی، افروغ، عماد. (۱۳۸۹). راهبرد سرمایه فرهنگی در هدایت نسل جوان، *مطالعات راهبردی دفاعی*، ۱۱۲: ۱۸۶-۱۵۷.
- توسلی، غلامعباس، امانی کلاریجانی، ام‌الله. (۱۳۹۱). سرمایه اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی (سرمایه اجتماعی شبکه). *مدیریت فرهنگی*، ۶ (۱۷): ۵۵-۷۰.
- تمنا، سعید و صمدی، سمیه. (۱۴۰۱). رابطه سرمایه فرهنگی و سرمایه اجتماعی با میزان آگاهی دانشجویان از فرهنگ دانشگاهی. *فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی*، ۲۲ (۱): ۹۹-۱۲۶.
- درودیان، حمید، محمدپور، سارا، شیرین، طهمورث. (۱۳۹۹). رابطه میزان استفاده از شبکه‌های تلوزیونی صدا و سیما و سرمایه فرهنگی دانشجویان (دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب). *پژوهش اجتماعی*، ۱۲ (۴۶): ۱۹-۳۳.
- رهبری، محمد. (۱۳۹۶). شبکه‌های اجتماعی مجازی و آنومی‌های نوظهور، پایان‌نامه کارشناسی ارشد حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران.
- روشن، سیدعلیقلی، یعقوبی، نورمحمد، کمالیان، امین رضا، نوری، همایون، نامدارجویی، احسان و راشکی‌قلعه‌نو، مهین. (۱۳۹۶). رابطه سرمایه اجتماعی و سرمایه نمادین اجتماعی با توجه به نقش تعدیل‌گر سرمایه فرهنگی (مورد مطالعه: دانشجویان ورزشکار دانشگاه سیستان و بلوچستان)، <https://civilica.com/doc/1352197>.
- زارع، مرضیه و پارسانیا، حمید. (۱۳۹۸). بازتعریف سرمایه اجتماعی در میدان مجازی. *اسلام و مطالعات اجتماعی*، ۷ (۲): (پیاپی ۲۶): ۱۱۴-۱۳۵.
- سنگری، نگین، حیدری‌پور، مریم و نوح‌زاده ملک‌شاه، نسیم. (۱۳۹۹). تأثیر شبکه‌های اجتماعی سازمانی بر سرمایه اجتماعی، *مدیریت منابع انسانی پایدار*، ۲ (۳): ۱۹۵-۲۱۱.
- سلیمانی، مسعود، سجادی، نصرالله، رجیبی نوش آبادی، حسین، حمیدی، مهرزاد. (۱۴۰۱). تأثیر شبکه‌های اجتماعی، سرمایه اجتماعی و سرمایه فکری بر مدیریت دانش در وزارت ورزش و جوانان جمهوری اسلامی ایران. *فصلنامه مرکز مطالعات راهبردی وزارت ورزش و جوانان*، ۱۰ (۷): ۹-۲۷.
- سیف‌اللهی، ناصر و یحیوی، مجید. (۱۴۰۲). تحلیل نقش تبلیغات، رسانه‌های اجتماعی و سرمایه اجتماعی بر سبک زندگی و نگرش دانش‌آموزان. *روان‌شناسی مدرسه و آموزشگاه*، ۱۲ (۱): ۶۲-۶۹.
- صراف‌زاده، مریم، علوی، سهیلا. (۱۳۹۲). جایگاه شبکه‌های اجتماعی آنلاین در میان دانشجویان کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی، *تعامل انسان و اطلاعات*، ۱۱ (۱): ۵۶-۴۴.
- عدلی‌پور، صمد، بنیاد، لیلی و بردیافر، نیما. (۱۳۹۴). تحلیل رابطه سبک زندگی با هویت فرهنگی جوانان شهر تبریز. *فصلنامه مطالعات ملی*، ۱۶ (۶۴): ۹۳-۱۱۴.
- غفاری، غلامرضا و اوقن، نازمحمد. (۱۳۸۵). سرمایه اجتماعی و کیفیت زندگی. *مجله مطالعات اجتماعی ایران*، ۱۱ (۱): ۱۵۹-۱۹۹.
- کالکوهی مقدم، ژیلدا، رحمانی خلیلی، احسان، ابوالحسن‌تنهایی، حسین. (۱۴۰۱). بررسی روابط شبکه‌ای در سبک زندگی با تأثیرپذیری از مشارکت اجتماعی و سرمایه فرهنگی. *مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، ۱۴ (۵۴): ۱۴۰-۱۲۷.
- کوهی، محسن و واحیدیان، مرتضی. (۱۳۹۹). بررسی نقش فضای مجازی در سرمایه فرهنگی (مطالعه موردی: دانشجویان پیام نور مرکز اصفهان). *مطالعات هنر و رسانه*، ۲ (۴): ۸۵-۱۱۱.
- گنجی، محمد و حیدریان، امین. (۱۳۹۳). سرمایه فرهنگی و اقتصاد فرهنگ. *فصلنامه علمی راهبرد*، ۲۳ (۳): ۹۷-۷۷.
- فاضلی، محمد. (۱۳۸۲). *مصرف و سبک زندگی*، قم: صبح صادق.
- قانع‌راد، محمدمبین و حسینی، فریده. (۱۳۸۴). ارزش‌ها، شبکه روابط و مشارکت در سازمان‌های غیردولتی (مطالعه تجربی در بین جوانان تهران). *مجله جامعه‌شناسی ایران*، ۶ (۳): ۹۷-۱۲۳.
- مرادی، بهروز. (۱۳۹۴). نقش وسایل ارتباط جمعی بر میزان جامعه‌پذیری سیاسی، کنفرانس بین‌المللی علوم و مهندسی، <https://civilica.com/doc/424516>.
- موسوی، میرطاهر. (۲۰۰۷). مشارکت اجتماعی به عنوان یکی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی، *رفاه اجتماعی*، ۶ (۲۳): ۶۷-۹۲.

References

Arampatzi, E., Burger, M. J., & Novik, N. (2018). Social network sites, individual social capital and happiness. *Journal of Happiness Studies*, 19(1): 99-122. <https://doi.org/10.1007/s10902-016-9808-z>

- Adlipour, S., Bonyad, L., & Bardiafar, N. (2015). The Relationship Analysis of Lifestyle with Cultural Identity among the Youth in Tabriz City. *National Studies Journal*, 16(64), 93-114. (In Persian) <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.1735059.1394.16.64.6.6>
- Bennett, S. (2015). "28% of Time Spent Online Is Social Networking." *SocialTimes*. Adweek, 27 Jan. 2015. Web (<https://www.adweek.com/socialtimes/time-spent-online/613474>)
- Babaiefard, A. (2016). The Impact of the Internet, as One of the Tools of Globalization, on Students' Cultural Identity at Tehran University. *Ferdowsi University of Mashhad Journal of Social Sciences*, 13(1), 73-108. (In Persian) doi: 10.22067/jss.v13i1.22633
- Bagherian far, M., Siadat, A. and Lohrabi, Y. (2018). Explaining Students Social Identity Indices Based on Using Mobile Messenger Apps (Case Study: Isfahan Undergraduate Students. *Journal of Applied Sociology*, 29(4), 79-98. (In Persian) <https://doi.org/10.22108/jas.2018.104932.1140>
- Bayangani, B., Kazemi, A. (2010), A study of the theoretical foundations of the concept of cultural capital, *Barg Farhang Journal*, *Barg Farhang Quarterly*, 21: 21-8. (In Persian) <https://www.sid.ir/paper/94151/en>
- Bourdieu, P. (2012), *Distinction, a social critique of judgments of taste*, translated by Hassan Chavoshian, Tehran: Nei. (In Persian)
- Bourdieu, P. (2002). *Sporting Actions and Social Actions*, translated by Mohammad Reza Farzad, *Arghanun*, 20, 227-245. (In Persian)
- Chouli, M., Bagheri, M., Hosseinzadeh, A. H. (2010) Study of socio-cultural factors affecting the lifestyle of Iranian families (case study: Urmia city), Master's thesis in Sociology, Shahid Chamran University, Ahvaz. (In Persian)
- Cornelius, S. & Marston, P. (2009). "Towards an Understanding of the Virtual Context in Mobile Learning." *Journal of Research Learning Technology*, 17(3): 161-172. <https://doi.org/10.1080/09687760903247617>
- Dourodiyan, H., Mohammad pour, S., & Shirie, T. (2020). Investigating the relationship between the use of IRIB TV channels and students' cultural capital (Study: Students of Islamic Azad University, West Tehran Branch). *Social Research*, 12(46), 19-33. (In Persian) <https://www.magiran.com/p2172931>
- Healy, K., Ayres, L., & Hampshire, A. (2003). Social capital and quality of life in geographically diverse communities affected by rapid social and economic change. *Benevolent Society*.
- Ghafari, Gh., Ounagh, N.M. (2006). Social Capital and Quality of Life. *Iranian Journal of Social Studies*, 1(1), 159-199.
- Ghamari, M. (2012). The relationship of social capital and happiness among high school students of Karaj city. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2(1), 353-363. https://hrmars.com/papers_submitted/8774/the-relationship-of-social-capital-and-happiness-among-high-school-students-of-karaj-city.pdf
- Ghanei Rad, M.A., Hossein, F. (2005). Values, Network of Relationships and Participation in Non-Governmental Organizations (An Empirical Study Among Tehran Youth), *Iranian Journal of Sociology*, 6(3): 123-97. (In Persian)
- Ganji, M., Heydarian, A. (2014). Cultural Capital and the Economy of Culture (with Emphasis on the Theories of Pierre Bourdieu and David Thrasby), *Strategy Quarterly*, 23(72): 77-97. (In Persian) https://rahbord.csr.ir/article_152940.html?lang=en
- Fazeli, M. (2003) *Consumption and Lifestyle*, Qom: Sobh Sadegh. (In Persian) Heidari, Sh. (2015). Lifestyle and Consumption from the Perspective of Pierre Bourdieu. Available at: <https://shheidari.blogfa.com/post/114> Date of Access 2025/9/9. (In Persian)
- Field, John (2013). *Social Capital*, translated by Hossein Ramezani and Gholamreza Ghaffari, Tehran: Kavir. (In Persian)
- Lee, C., Kuskowski, M., Premoli, J., Skemp, N., & Monga, M. (2005). Randomized evaluation of ureteral stents using validated symptom questionnaire. *Journal of endourology*, 19(8), 990-993. <https://doi.org/10.1089/end.2005.19.990>

- Kalkoohi Moghadam, Z., Rahmani Khalili, E., & Abolhassan Tanhaei, H. (2022). Investigating network relationships in lifestyle with the impact of social participation and cultural capital. *Journal of Iranian Social Development Studies*, 14(54), 127-140. (In Persian)
<https://www.sid.ir/paper/1064038/en>
- Kohi, M., Vahidian, M. (2019). Investigating the role of virtual space in cultural capital (case study: students of Payam Noor center of Isfahan). *Art and media studies*. 2(4), 85-111. (In Persian)
https://ami.journals.hozehkh.com/article_277.html
- Khajeh Nouri, B. , Parnian, L. and Hemmat, S. (2014). Study of the Relationship Between Cultural and Social Capital and Social Identity (A case study of youth in Bandar Abbas city). *National Studies Journal*, 15(57), 95-120. (In Persian)
<https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.1735059.1393.15.57.5.4>
- Mat Isa, R., Abdollah, N. L., & Senick, Z. C. (2010). Social Capital Dimension for tacit knowledge sharing: exploring the indicators. *Journal Pengurusan*, 30, 75-91.
<https://d1wqtxs1xzle7.cloudfront.net/52542708/335-620-1-SM-libre.pdf?1491648035=&response-content>
- McEwan, B., & Sobre-Denton, M. (2011). Virtual cosmopolitanism: Constructing third cultures and transmitting social and cultural capital through social media. *Journal of International and Intercultural Communication*, 4(4), 252-258. <https://doi.org/10.1080/17513057.2011.598044>
- Mishra, S. (2020). Social networks, social capital, social support and academic success in higher education: A systematic review with a special focus on 'underrepresented' students. *Educational Research Review*, 29, 100307.
- Moradi, B. (2014). The role of mass communication tools on the level of political socialization, International Science and Engineering Conference, (In Persian)
<https://civilica.com/doc/424516>
- Marston, E. G., Hare, A., & Allen, J. P. (2010). Rejection sensitivity in late adolescence: Social and emotional sequelae. *Journal of research on adolescence*, 20(4), 959-982.
<https://doi.org/10.1111/j.1532-7795.2010.00675.x>
- Moosavi M. (2007). Social Participation as a Component of Social Capital. *refahj*. 6(23), 67-92. (In Persian) <http://refahj.uswr.ac.ir/article-1-1963-en.html>
- Paknahad, F., Taghipourian, M. J., Farokhsersht, B., & salimian, M. (2021). Conceptualization of social capital components based on virtual social network. *Social Science Quarterly*, 15(2), 20-1. (In Persian)
- Paknahad F, Taghipourian M, farokhsersht B, salimian M. (2020). Investigating the Impact of Virtual Social Networks on Social Capital and Organizational Learning Capabilities with the Mediating Role of Helpful Activities. *refahj*. 20(78), 47-74. (In Persian)
<https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.17358191.1399.20.78.2.2>
- Peračković, K., & Petrinjak, H. (2021). Virtual Sociability-Between Virtual Communities and Networked Individualism. *Disputatio philosophica: International Journal on Philosophy and Religion*, 23(1)4363.
<https://ojs.srce.hr/index.php/disputatiophilosophica/article/view/22249>
- Recuero, R., Zago, G., & Soares, F. (2019). Using social network analysis and social capital to identify user roles on polarized political conversations on Twitter. *Social Media+ Society*, 5(2), 2056305119848745. <https://doi.org/10.1177/2056305119848745>
- Rahbari, M. (2016). Virtual social networks and emerging anomies, Master's thesis in law and political science, University of Tehran. (In Persian)
- Roshan, S. A. Q., Yaghoubi, N. M., Kamalian, A. R., Nouri, H., Namdarjoimi, E., Rashki-Qalae-No, M., Rashki-Qalae-No, F. (2017). The relationship between social capital and symbolic social capital with regard to the moderating role of cultural capital (case study, student athletes of the University of Sistan and Baluchestan), *Art and Culture Studies*, 2(3): 1-17. (In Persian)
- Sangari, N., Heidaripour, M., & Nouhzadeh Malekshah, N. (2020). The impact of organizational social networks on social capital. *Journal of Sustainable Human Resource Management*, 2(3), 211-195. (In Persian) <https://doi.org/10.22080/shrm.2020.3028>

- Soleimani, M., sajadi, N., Rajabi Noush Abadi, H., & hamidi, M. (2022). The Effect of Social Media, Social Capital & Intellectual Capital on Knowledge Management in the Ministry of Sport and Youth. *Strategic Studies on Youth and Sports*, (), (In Persian) <https://doi.org/10.22034/ssys.2022.1331.1922>
- Sarafzadeh M, Alavi S. (2014). The State of Online Social networking among Library and Information Sciences Students. *Human Information Interaction*. 1(1), 44-56. (In Persian) <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.24237418.1393.1.1.4.4>
- Seifollahi, Naser and Yahyavi, M. (2014) Analysis of the role of advertising, social media and social capital on students' lifestyle and attitudes. *School and Educational Psychology*, 12(1): 69-62. (In Persian) https://jsp.uma.ac.ir/article_2228.html?lang=en
- Tavasli, G.A., Clarijani Amani. A. (2012). Social capital in virtual social networks (Social Networking). *Journal of Cultural Management*, 6(17), 55-70. (In Persian)
- Tamana, S. and Samadi, S. (2023). The relationship between students' awareness of academic culture and social and cultural capital. *Quarterly Journal of Research and Planning in Higher Education*, 22(1), 99-126. (In Persian) https://journal.irphe.ac.ir/article_702892_en.html
- Torabi, S.M., Afrogh, E. (2010) "Cultural Strategy in Guiding the Young Generation", *Defense Strategic Studies*, 112: 157-186. (In Persian)
- Wang, T. (2017) "Social Identity Dimensions and Consumer Behavior in Social Media." *Asia Pacific Management Review*, 22: 45-51. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2016.10.003>
- Woolcock, M., & Narayan, D. (2000). Social capital: Implications for development theory, research, and policy. *The world bank research observer*, 15(2), 225-249. <https://doi.org/10.1093/wbro/15.2.225>
- Zare, M., & Parsania, H. (2019). Redefining Social Capital in the Virtual Arena. *Journal of Islam and Social Studies*, 7(26), 114-135. (In Persian) https://jiss.isca.ac.ir/article_68235_en.html?lang=en