

بررسی جامعه‌شناختی اثرات شبکه‌های مجازی جدید بر زندگی فردی و اجتماعی (مطالعه موردی: شهروندان شهرضا)

تاریخ دریافت مقاله: ۹۵/۲/۱

تاریخ تأیید مقاله: ۹۵/۴/۲۶

محمدعلی چیت‌ساز*

ساناز سالک**

چکیده

شبکه‌های اجتماعی مجازی به لحاظ عمومیت یافتن در بین کاربران داخلی، برقراری ارتباط خصوصی و شخصی و فارغ بودن از هر نوع کنترل از سوی مراجع قدرت، به وسیله‌ای بی‌بدیل در عرصه ارتباطات تبدیل شده‌اند و زمینه‌های تأثیرگذاری خارج از کنترل دولت‌ها و نهادهای قدرت را در جوامع به‌وجود آورده‌اند. پژوهش حاضر که با هدف بررسی جامعه‌شناختی اثرات شبکه‌های مجازی جدید بر زندگی فردی و اجتماعی شهروندان شهرضا صورت گرفته، از نظر نوع، کاربردی؛ از نظر وسعت، پهنانگر؛ از نظر دامنه، خرد و از نظر زمانی، مقطعی است. روش تحقیق، روش میدانی با استفاده از تکنیک پیمایش و ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه است. جامعه آماری پژوهش، تمامی افراد بالای ۱۸ سال شهرضا و حجم نمونه، ۳۸۲ نفر است. این پژوهش به دنبال بررسی رابطه شبکه‌های مجازی جدید به عنوان متغیر مستقل، با روابط خانوادگی، تغییر شکل گروه‌های دوستی، نحوه گذران اوقات فراغت، احساس محرومیت انسان، مشارکت‌های اجتماعی، سلامت اجتماعی و خلق و خوی افراد به عنوان متغیر وابسته است. نتایج حاکی از آن است که شبکه‌های مجازی جدید با روابط خانوادگی (-۰/۲۱)، تغییر شکل گروه‌های دوستی (۰/۳۷)، احساس انسان (-۰/۲۷)، مشارکت‌های اجتماعی (-۰/۳۴)، سلامت اجتماعی (۰/۱۷) و خلق و خوی (-۰/۲۴) افراد ارتباط دارند؛ اما با نحوه گذران اوقات فراغت رابطه‌ای ندارند. **واژگان کلیدی:** شبکه‌های مجازی جدید، زندگی فردی، زندگی اجتماعی، اینترنت، شهرضا.

الف) مقدمه و بیان مسئله

شبکه‌های اجتماعی مجازی، نسل جدیدی از فضای روابط اجتماعی‌اند که با اینکه عمر خیلی زیادی ندارند، به خوبی توانسته‌اند جای خود را در زندگی مردم باز کنند. افراد بسیاری در سنین و گروه‌های اجتماعی متفاوت، در شبکه‌های اجتماعی مجازی کنار هم گرد می‌آیند و از این طریق، با وجود فاصله‌های بسیار دور از هم در دنیای واقعی، با هم ارتباط برقرار می‌کنند.

شبکه‌های اجتماعی، نقش پررنگی در دنیای امروز دارند که نمی‌توان آنها را نادیده گرفت. این شبکه‌ها بر ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی افراد تأثیر گذارند و به همین دلیل، در حال گسترش‌شدن و در آینده، به مراتب نقش بیشتر و مهم‌تری را در زندگی بازی خواهند کرد.

شبکه‌های اجتماعی، یکی از انواع رسانه‌های اجتماعی به شمار می‌روند. رسانه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر در زندگی آنلاین و آفلاین کاربران اینترنتی، آنچنان تأثیرگذار بوده‌اند که شکل‌های ارتباطات اجتماعی نیز از این رسانه‌های جدید تأثیر پذیرفته‌اند. امروزه رسانه‌های اجتماعی به بخش جدایی‌ناپذیر زندگی بسیاری از مردم تبدیل شده‌اند. شبکه‌های اجتماعی، با اهداف مختلفی ایجاد شده و کاربران بسیار زیادی را به خود جذب کرده‌اند. امروزه بعضی از شبکه‌های اجتماعی با سرویس‌هایی که ارائه می‌دهند و با کاربری‌هایی که دارند، خود به یک رسانه خبری تبدیل شده و اثرات عمیقی بر وقایع مختلف در دنیای واقعی گذاشته‌اند؛ به خصوص بر زندگی افرادی که در آن عضوند.

شبکه‌های اجتماعی از سویی به عنوان یکی از گونه‌های رسانه‌های اجتماعی، امکانات تعاملی قابل توجهی برای کاربران اینترنتی فراهم کرده و در افزایش مشارکت شهروندان در برخی فرایندها مؤثرند و از سوی دیگر، با آسیب‌های گسترده‌ای در حوزه‌هایی همچون: حریم خصوصی، کپی‌رایت، اعتیاد مجازی، سوءاستفاده از کودکان، دزدی اطلاعات و هویت و مواردی این چنینی مواجهند.

با ایجاد شبکه‌های اجتماعی مجازی، شکل جدیدی از زندگی در فضای مجازی شکل گرفت و روابط میان افراد در شکل سنتی آن، فرق کرد و تأثیر غیر قابل انکاری بر روابط اجتماعی بر جای گذاشت. شبکه‌های اجتماعی، یکی از پرطرفدارین رسانه‌ها با مخاطب بسیار، به خصوص در قشر جوان می‌باشند. ویژگی‌های تعاملی و فراهم کردن زمینه برای ایجاد



روابط اجتماعی، از دلایل مورد استقبال واقع شدن شبکه‌های اجتماعی‌اند. این شبکه‌ها با قابلیت‌هایی که در اختیار کاربران خود قرار می‌دهند، به یکی از اولویت‌های اول کاربران اینترنت تبدیل شده‌اند.

هر فرد با طیف وسیعی از افراد در ارتباط است و علایق خود را در زمینه‌های مختلف با آنها به اشتراک می‌گذارد. افراد در شبکه‌های اجتماعی می‌توانند هویتی کاملاً دلخواه داشته باشند و بر پایه همان هویت دلخواه، ارتباط مجازی خود را با دیگران گسترش دهند. ظاهر این شبکه‌ها جمع‌گراست، اما ممکن است سبب فردگرایی افراد نیز بشود.

امروزه تغییرات فرهنگی موجب شده که مردم ترجیح دهند در عین تنهایی، ارتباطات گسترده‌ای با جهان پیرامون خود داشته باشند. شبکه‌های اجتماعی این خواسته را فراهم می‌کنند. این شبکه‌ها با سرویس‌ها و خدمات مختلفی که در اختیار کاربران خود قرار می‌دهند، موجب تأثیرگذاری بیشتر بر زندگی آنها و جامعه و نیز رفتارهای اجتماعی می‌شوند؛ کارکردهای گوناگون اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و ارتباطی دارند و به گفته متخصصان ارتباطات، بیش از پیش، رابطه‌های چهره به چهره را کاهش می‌دهند.

با توجه به توضیحات ارائه شده، بررسی اثرات شبکه‌های مجازی جدید بر زندگی فردی و اجتماعی، مسئله اجتماعی مهمی است و در همین راستا پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به این سؤال اصلی است که اثرات شبکه‌های مجازی جدید بر زندگی فردی و اجتماعی شهروندان شهرضا کدامند؟

ب) اهمیت و ضرورت تحقیق

یکی از مهم‌ترین رسانه‌های اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی‌اند که تعداد زیادی از کاربران اینترنتی در انواع مختلف آنها عضویت دارند. شبکه‌های اجتماعی به مثابه راه‌های مختلفی می‌مانند که مردم در زمان عبور از آن می‌توانند در مورد مسائل مختلف با هم صحبت کنند و اطلاعات عمومی یا خصوصی خود را در قالب‌های مختلف، اعم از عکس، ویدئو، واژه‌ها، دست‌نوشته و ... با فرد خاص یا گروه خاصی به نمایش و اشتراک بگذارند. هدف شبکه‌های اجتماعی، کمک به بهبود و تسهیل روابط، همکاری و تعامل بین افراد، سازمان‌ها و مؤسسات در موضوعات گوناگون از قبیل تجارت، پزشکی، مباحث آموزشی و ... در راستای تغییر مثبت است. به بیانی ساده‌تر؛ شبکه‌های اجتماعی ابزار متنوعی‌اند که همه به صورت آزاد و رایگان



به آن دسترسی دارند. هر فرد می‌تواند مطالب مورد نظر یا یک سری اطلاعات خاص را در یک ثانیه با صدها و حتی هزاران نفر در سراسر جهان به اشتراک بگذارد. این پدیده «به اشتراک گذاری اطلاعات» بسیار قابل توجه است؛ چراکه در گذشته اگر کسی قصد انتشار مطلبی را برای عموم مردم یا یک گروه بزرگ از مخاطبان داشت، می‌بایست با پرداخت هزینه فراوان و وجود مشکلات بسیار زیاد از روزنامه‌ها، تلویزیون و رادیو کمک می‌گرفت. در حال حاضر، با ظهور شبکه‌های اجتماعی، همان اطلاعات را می‌توان در ظرف چند ثانیه و بدون هیچ هزینه و مشکلی منتشر کرد.

هرچند شبکه‌های اجتماعی محاسنی نیز دارند، اما آسیب‌های بی‌شماری را نیز با خود به همراه می‌آورند. افراد در فضای مجازی می‌توانند چهره‌ها و بازنمایی‌های متفاوتی از خود ارائه دهند. در ارتباطات مجازی می‌توان دیوارها را شکست و به حوزه خصوصی دیگران وارد شد و حرف‌هایی را که افراد حاضر نیستند در ارتباط چهره به چهره بگویند، گفت. فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی موجب می‌شوند تا اجتماعات و هویت‌های جدیدی تشکیل شوند. وسایل نوین اطلاعاتی و ارتباطی، تغییراتی را در برداشت‌های فرد به وجود می‌آورند و هویت‌ها را در وضعیت تازه‌ای قرار می‌دهند که با گذشته بسیار متفاوت و حتی گاهی مغایر است.

اغلب ارتباطات در این فضا، نوشتاری است و کیفیت ارتباط در فضای واقعی را ندارد و از احساس کمتری برخوردار است. همین امر موجب کاهش احساسات در فرد می‌شود. ارتباطات متنی، پایه و اساس شبکه‌های اجتماعی را می‌سازند و وسایل ارتباطی جدید هم نتوانسته‌اند خللی در آن ایجاد کنند. این موضوع از آنجا اهمیت دارد که یک نوشته ممکن است حق مطلب را ادا کند، اما به هیچ وجه نمی‌تواند احساس افراد در جریان کنش متقابل را منتقل کند.

از دیگر ویژگی‌های مهم فضای مجازی، گسترش اهمیت فرد و حیطة خصوصی در برابر جمع و حوزه عمومی است. افراد در فضای مجازی در عین حال که می‌توانند در گروه‌های مختلف حضور داشته باشند، می‌توانند خود را جدا از دیگران و تنها نیز حس کنند. نبود مراتب قدرت در فضای مجازی، باعث می‌شود فردیت افراد در جمع حل نشود. در جهان واقعی، قدرت انتخاب افراد، همواره تحت تأثیر عواملی چون: جبر مکان، زمان، فرهنگ، حکومت و... محدود بوده است؛ اما در جهان مجازی این مرزها وجود ندارد و افراد می‌توانند در مقیاس جهانی دست به انتخاب بزنند. بنابر این، بررسی جامعه‌شناختی اثرات شبکه‌های



مجازی جدید بر زندگی فردی و اجتماعی افراد، اهمیت و ضرورت دارد.

اما انجام پژوهش حاضر در بین شهروندان شهرضا، اهمیت و ضرورت مضاعفی دارد. شهرضا به عنوان یکی از مهم‌ترین شهرهای استان اصفهان دارای ارزش‌های سنتی است و با توجه به مذهبی بودن مردم در این شهر همواره سنت‌ها دارای اهمیت بوده‌اند. با توجه به این موضوع، مردم شهرضا دارای پیوندهای عمیقی با یکدیگر داشته‌اند و به نوعی روابط مایی بین آنها برقرار بوده است. اما با وجود رسانه‌ها و فناوری‌های ارتباطی، پیوندهای سنتی تا حدودی تضعیف شده است و به نوعی مردم در بین وضعیت سنتی و مدرن قرار گرفته‌اند. به ویژه نفوذ رسانه‌های جدید موجب شده است که مردم بیش از پیش گوشه‌گیر، منزوی و کم‌تحرک شده و کم‌کم از زمینه عملی زندگی خود دور شوند. به عبارت دیگر؛ شکل‌گیری اجتماعات در فضای مجازی، موجب شده است که اجتماعات در جهان واقعی، به تدریج کمرنگ و بی‌اهمیت شوند. بنابراین، توجه به این موضوع در این شهر، اهمیت و ضرورت دوچندان می‌یابد.

ج) مبانی و چارچوب نظری ۱. نظریه کنش ارتباطی هابرماس

قبل از پرداختن به نظریه کنش ارتباطی هابرماس، ابتدا به حوزه عمومی مورد نظر وی می‌پردازیم. حوزه عمومی مورد نظر هابرماس، فضایی است که در آن، افراد به شیوه عقلانی بتوانند به بحث بپردازند و به توافق برسند. افراد در این محیط‌ها بتوانند به طور برابر شرکت کنند؛ قدرت در این بحث‌ها دخالتی ندارد. هر موضوعی بتواند در این بحث‌ها مطرح شود. در این بحث‌ها افراد بتوانند مسائل خصوصی خود را مطرح کنند؛ این بحث‌ها همیشه باز است و می‌توان به آن رجوع و درباره آن بحث کرد. (پیوژی، ۱۳۷۹: ۵۲)

محیط اینترنت این فضا را فراهم کرده و شرایط حوزه عمومی مورد نظر هابرماس را تا حدودی داراست. حوزه عمومی هابرماس عرصه‌ای است که در آن، افراد به منظور مشارکت در مباحث باز و علنی گرد هم می‌آیند و کنش ارتباطی از طریق بیان و گفتگو تحقق می‌یابد. در فضای محیط‌های تعاملی اینترنت، بحث «شرایط آرمانی سخن» مورد نظر هابرماس تحقق می‌یابد و می‌توان آن را چنین مطرح کرد: هابرماس معتقد است که نیازهای اساسی یا اصیل معینی وجود دارند که تمامی افراد کاملاً آزاد آنها را دارند و این نیازها توسط هر کس که صمیمانه وارد یک گفتگوی عملی شود، ضرورتاً کشف خواهد شد. با توجه به اینکه



در محیط اینترنت، به خصوص در محیط تعاملی اینترنت، افراد به راحتی می‌توانند نیازهای خود را مطرح کنند و این طرح نیازها باعث شکل‌گیری فضای گفتگو و مباحثه شده و در این مباحثه، افکار جدیدی شکل می‌گیرد، هابرماس می‌افزاید روابط میان گویندگان و شنوندگانی که از توان ارتباط برخوردارند، موجب می‌شود تا یکی دیگر از کارکردهای گفتار، که همان شیوه یا کاربرد زبان عادی تلفیق شده است، وارد عمل شود. در کاربرد توصیفی زبان هر گفتار کنش نوعی در بر دارنده قول صمیمیت یا صداقتی است که با آن، من گوینده احساسات، نیازها و نیت‌های درونی‌ام را برای شنونده ابراز می‌کنم. درست در همین بعد است که گفتار، شنونده را به دنیای درونی احساس‌ها و انگیزه‌های من و همین‌طور به ارزیابی صحت گفته‌های من می‌کشاند. (همان)

پس احساسات باعث می‌شود روابط بین افراد، صمیمی شده، نیازهای خود را بیان و انرژی عاطفی خود را در این محیط مصرف کنند. اگر بخواهیم نظریه کنش ارتباطی را به صورت مدل علی درآوریم، به صورت ذیل می‌باشند. پس محیط تعاملی اینترنت را می‌توان فضایی در نظر گرفت که کاربران به راحتی در آن به گفتگو می‌پردازند. از طرفی، فضای صمیمیت و ابراز احساسات در محیط‌های تعاملی اینترنت شکل می‌گیرد که کاربران از یکدیگر تأثیر پذیرفته، نیازهای و مسائل و مشکلات خود را برای هم مطرح و انرژی عاطفی خود را در این محیط‌ها مصرف می‌کنند؛ که احتمالاً این تخلیه انرژی می‌تواند بر ارزش‌های خانواده و ارتباط اعضای خانواده با یکدیگر مؤثر واقع شود. (کیانی، ۱۳۹۳: ۱۳۰)

۲. نظریه کلی و ولخارت در مورد تأثیر گروه

کلی و ولخارت دریافتند افرادی که از انگیزه بالایی برای حفظ عضویت فرد در گروه برخوردارند و بنابر این وابستگی بیشتری به تأیید دارند، بعید به نظر می‌رسد ارتباطات و پیام‌هایی را قبول کنند که نقطه مقابل هنجارها و ارزش‌های گروه هستند. بنابر این، افراد بیشتر فردی و شخصی عمل می‌کنند. فرد باید موافقت و تأیید را به دست آورد. این را می‌توان به پذیرش توسط گروه تعبیر کرد؛ یعنی اینکه اعضا هرچه بیشتر مورد پذیرش گروه قرار بگیرند، احتمال تأثیر پیام بر گروه بیشتر است. مناظره گروهی نسبت به سخنرانی‌ها از اثر بخشی درازمدت در تغییر نگرش‌ها برخوردار است. همچنین اگر این مناظره گروهی به طور آزادانه برگزار شود، تأثیر بیشتری در اثربخشی به اعضای گروه خواهد داشت. بحث و مناظره آزاد، تغییر بیشتری در افکار و عقاید به وجود می‌آورد. هر چه کاربر اینترنتی احساس

کند که در محیط اینترنت بیشتر مورد پذیرش واقع می‌شود، احتمالاً باعث خواهد شد که بر ارزش‌های خانواده و ارتباط اعضای دوستان با یکدیگر مؤثر واقع شود و همچنین هرچه کاربران بیشتر وارد بحث و مناظرهٔ گروهی شوند، احتمالاً باعث مطرح کردن موضوعات خود با محیط‌های تعاملی اینترنت می‌شوند و کمتر مسائل خود را با خانواده یا دوستان مطرح می‌کنند و این امر باعث کم اهمیت شدن ارزش‌های خانواده و ارتباط‌های عمیق دوستی با یکدیگر می‌شود. (امیدوار و صارمی، ۱۳۸۱: ۸۴)

۳. محیط‌های شبه تعاملی

محیط‌های شبه‌تعاملی به محیط‌هایی می‌گویند که کاربر نمی‌تواند در آن محیط‌ها ارتباط دو طرفه برقرار کند؛ مثل انواع صفحات وب در اینترنت که در آنها برای تأثیر بر ارزش‌های خانواده و ارتباط اعضای خانواده با یکدیگر، از نظریه‌های ارتباط جمعی استفاده می‌شود که البته ممکن است برای محیط‌های تعاملی نیز به کار رود. (همان)

۴. نظریه‌های ارتباط جمعی

دی‌فلور و بال‌روکیچ در الگوی خویش دربارهٔ وابستگی به رسانه‌ها بر این باورند که شرط مهم برای بروز اثرات، میزان وابستگی به بعضی رسانه‌های ارتباطی است. مجرایی که مردم برای به دست آوردن اطلاعات مهم، نسبت به آن احساس وابستگی می‌کنند، توان بیشتری برای ایجاد اثرات دارد، تا مجرایی که تفاوتی با مجاری دیگر ندارد و اطلاعاتی که فراهم می‌کند فاقد اهمیت است. با کمک این نظریه می‌توان وابستگی به اینترنت را مطرح کرد؛ بدین صورت که کاربر اینترنتی با وابسته شدن به اینترنت، فرصت کمتری برای پرداختن به خانواده دارد و این ممکن است باعث کم اهمیت شدن خانواده نزد کاربر اینترنتی و در نتیجه، کاهش ارزش‌ها و ارتباط اعضای خانواده با یکدیگر شود. (تامپسون، ۱۳۸۰: ۱۴)

۵. نظریهٔ روان‌کاوی

این نظریه، اعتیاد را در آسیب‌های دورهٔ کودکی و در ارتباط با صفات شخصیتی معین با اختلالات دیگر و آمادگی‌های روان‌شناختی ارثی در نظر می‌گیرد. در این زمینه، سو (۱۹۹۴) الگوی آمادگی-استرس را مطرح می‌کند. بعضی افراد به علت عوامل گوناگون ممکن است آمادگی بیشتری را برای اعتیاد به یک چیز مثلاً الکل، هروئین، قماربازی، خرید کردن، بازی‌های رایانه‌ای و بالاخره اینترنت داشته باشند. اگرچه بعضی از این افراد ممکن است در تمام عمر به چیزی معتاد نشوند، اما اگر عوامل استرس‌زا در زمان معین آنها را تحت فشار



قرار دهد، ممکن است به اعتیاد روی بیاورند. بنابر این، اگر ترکیب مناسبی از زمان، شخص و واقعه فراهم شود، فرد ممکن است به اینترنت معتاد شود. (اسلوین، ۱۳۸۱: ۸۸)

۶. نظریه شناختی

این دیدگاه تأکید ویژه‌ای بر شخص به عنوان پردازش‌کننده اطلاعات دارد. اختلال اعتیاد به اینترنت برآمده از شناخت‌های معیوب یا پردازش معیوب شناختی است و درمان آن مبتنی بر تصحیح فرایند شناخت‌های معیوب است. (شعیبی، ۱۳۹۰: ۱۲۱)

۷. نظریه رفتاری

این نظریه بر اساس مطالعات بی.اف. اسکینر، بر شرطی‌سازی کنشگر تکیه دارد که در آن، شخص رفتار معینی را انجام می‌دهد و برای انجام آن رفتار، پاداش دریافت می‌کند و تقویت می‌شود. اگر فرد یاد بگیرد چیزی مانند اینترنت می‌تواند برای او شرایطی فراهم کند از واقعیت فرار کند، احتمالاً در آینده نیز به این کار مبادرت خواهد ورزید. این کار برای او عامل تقویت‌کننده خواهد بود و به صورت چرخه‌ای عمل کرده، باعث افزایش رفتار خواهد شد. براون و همکاران (۱۹۸۹) با توجه به اصول تقویت مثبت که در نظریه شرطی شدن فعال مطرح است. پس از بررسی ۲۱ بازی، به این نتیجه رسیدند که طراحان بازی‌های رایانه‌ای به اصول شرطی کردن توجه داشته‌اند؛ لذا در جریان یادگیری بازی، دست به تقویت و پاداش بازیگران می‌زنند. (آزادارمکی و امامی، ۱۳۸۳: ۲۱)

۸. نظریه شناختی رفتاری

در دهه گذشته، درمان شناختی- رفتاری توجه زیادی را به خود جلب کرده است. رویکردها و فنون درمانی جدید، به طور مستمر گسترش یافته است و به جهان بالینی معرفی شده‌اند. در این دیدگاه، اعتقاد بر این است که اختلال اعتیاد به اینترنت از مشکل شناختی فرد همراه با رفتارهایی که یا پاسخ غیر سازشی را حفظ می‌کند یا شدت آن را افزایش می‌دهد، ناشی می‌شود. به نظر دیویس (۱۹۹۹) اگرچه نشانه‌های مسلط اختلال عاطفی و رفتاری است، اما نشانه‌های شناختی تأثیر فراوان تری دارند و می‌توانند نشانه‌های رفتاری و عاطفی را ایجاد کنند، برعکس باورهای غیر منطقی و غیر سازشی. اینکه فرد فقط در اینترنت قدرت کنترل دارد، فقط در آنجا برای خود کسی است و فقط در آنجا قابل احترام است، نمونه‌هایی از افکار شناختی مشکل‌زا در زمینه «خود» می‌باشند. (اسلامی، ۱۳۸۹: ۸۸)

باورهای غیر منطقی دیگر از جمله: هیچ کس در بیرون از اینترنت از من خوشش

نمی‌آید، یا اینترنت تنها جایی است که واقعاً می‌شود مردم را شناخت و هر کسی به نوعی به اینترنت آلوده است، افکار شناختی مشکل‌زا در زمینه «دنیا» می‌باشند. (همان: ۸۹)

۹. نظریه بیولوژیکی

بر پایه نظریه بیولوژیکی (زیستی- پزشکی)، عوامل ارثی و مادرزادی یا اختلالات شیمیایی در مغز و فرا رسانه‌ها، دلایل اصلی روی آوردن فرد به اعتیادند. از نظر این دیدگاه، وجود برخی کروموزوم‌ها، هورمون‌ها و مواد زائد یا فقدان مواد شیمیایی لازم و مشخص و فرا رسانه‌هایی که فعالیت مغز و سایر دستگاه‌های عصبی را تنظیم می‌کنند، در بروز اعتیاد در فرد مؤثرند. از این نظر، روش‌های چندی وجود دارد که طی آن استفاده از اینترنت احتمالاً باعث تحریک این فرایند عصبی- بیولوژیکی می‌شود. روش‌های مورد نظر عبارتند از:

- تجربه بالقوه شدید قدرت، هیجان، خوشحالی، تحریک، تحقق اهداف و رضایت، که در نتیجه آن، فرد قادر خواهد بود در یک لحظه پیرامون هر چیزی به منبع گسترده اطلاعات وصل شود.

- احساس مخاطره‌جویی، مانند شرط‌بندی، با ناشناخته ماندن چیزی که شاید اتصال بعدی به اینترنت بتواند آن را مشخص کند، همراه است. حال، این امر ناشناخته ممکن است کسب اطلاعات جدید، رفتن به اتاق گفتگو، هرزه‌نگاری، خرید برخط و جزء اینها باشد. (تامپسون، ۱۳۸۰: ۸۸)

- اثر خویشتن‌داری رضایت‌بخشی که گمنامی کاربرد در نت به وی می‌دهد. این امر باعث تسریع روند صمیمیت و پیوند اجتماعی می‌شود که ظاهراً صداقت آن از ارتباط شفاهی بیشتر است و نیز موجب می‌شود فرد دچار خواب و خیال شود.

- اثر هیپنوتیزم‌آور حرکات تصاویر روی صفحه مانیتور.

۱۰. نظریه سازه‌گرایی اجتماعی

نظریه سازه‌گرایی اجتماعی با تلقی نسبی بودن تأثیرات فناوری‌های ارتباطی به ویژه تلفن همراه، این تأثیرات را تابع زمینه، تفسیر و فهمی می‌داند که کاربران و افراد حاضر در حوزه ارتباط، از آن به عمل می‌آورند. ساخت‌های اجتماعی تعیین‌کننده معنای ارتباط به شمار می‌آیند. (همان)

با توجه به نظریات متعدد، فرضیه‌های تحقیق از نظریه‌های هابرماس، دی‌فلور و بال روکیچ، ژان کازنو، کلی و ولخارت و نظریه‌های روان‌کاوی استخراج شده است.



د) پیشینه پژوهش

نقیب و قصابی (۱۳۹۱) مطالعه‌ای را با عنوان «ساختار و طراحی شبکه‌های اجتماعی، تحلیل محتوای ساختار و طراحی شبکه‌های اجتماعی ایرانی و غیر ایرانی» به انجام رساندند. در این پژوهش، از روش تحلیل محتوا استفاده شده است. این پژوهش نشان داد بیشتر از تصاویر واقعی، عکس‌های شخصی، جذابیت زیاد، طراحی قالب شبکه، شیوه نمایش ثابت، قالب تولید محتوای متن و تصویر، رنگ‌های گرم و سرد و جاذبه احساسی برای رنگ، کامنت زیاد با بیش از ۱۰ کامنت، عدم نشانه نمادین و لایه‌بندی مطالب گوناگون، در ساختار و طراحی شبکه‌های اجتماعی استفاده شده است. در ضمن مشخص شد میان نوع عکس واقعی، رنگ، قالب تولید محتوا، تعداد کامنت و لایه‌بندی مطالب با شبکه‌های اجتماعی ایرانی و غیر ایرانی رابطه معنادار وجود دارد.

بشیر و افراسیابی (۱۳۹۱) پژوهشی را با عنوان «شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان: مطالعه موردی بزرگ‌ترین جامعه مجازی ایرانیان» به انجام رساندند. یافته‌ها نشان می‌دهد که میان عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و نحوه اختصاص وقت به سایر فعالیت‌های اجتماعی، ارتباط وجود داشته و بیشتر پاسخ‌دهندگان اذعان کرده‌اند که به دلیل استفاده بیش از حد از اینترنت برای فعالیت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، مورد اعتراض سایر اعضای خانواده واقع شده‌اند. همچنین میان عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی با مقوله‌هایی نظیر نحوه ارتباط با جنس مخالف و شیوه محاورات اعضا در محیط بیرونی ارتباط وجود دارد. بنابر این، می‌توان گفت میان عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان ارتباط وجود دارد.

کیا و نورمرادآبادی (۱۳۹۱) مطالعه‌ای را با عنوان «عوامل مرتبط با گرایش دانشجویان به شبکه اجتماعی فیس‌بوک (بررسی تطبیقی دانشجویان ایران و آمریکا)» به انجام رساندند. نتایج قسمت دوم نشان می‌دهد که عواملی نظیر اشتراک اطلاعات و اخبار، آزادی در ارتباط، جریان آزاد اطلاعات در شبکه، توانایی کنترل مخاطب بر اطلاعات شخصی و برابری اصولی در شبکه، در پیوستن دانشجویان به این شبکه نقش اساسی داشته است.

توسلی و کلاریجانی (۱۳۹۱) پژوهشی را با عنوان «سرمایه اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی (سرمایه اجتماعی شبکه)» به انجام رساندند. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که وضعیت سرمایه اجتماعی در ابعاد مختلف متفاوت بوده و در هر یک از ابعاد ساختی، تعاملی

و کارکردی نتایجی حاصل شد که ممکن است با وضعیت سرمایه اجتماعی در جهان واقعی تفاوت‌هایی داشته باشد. تأثیر برخی متغیرهای اجتماعی و زمینه‌ای بر سرمایه اجتماعی شبکه در این تحقیق، موجب تأیید فرضیات تحقیق شده و مدل علی تحقیق را با تأثیر و تأثر متقابل تشکیل داده‌اند.

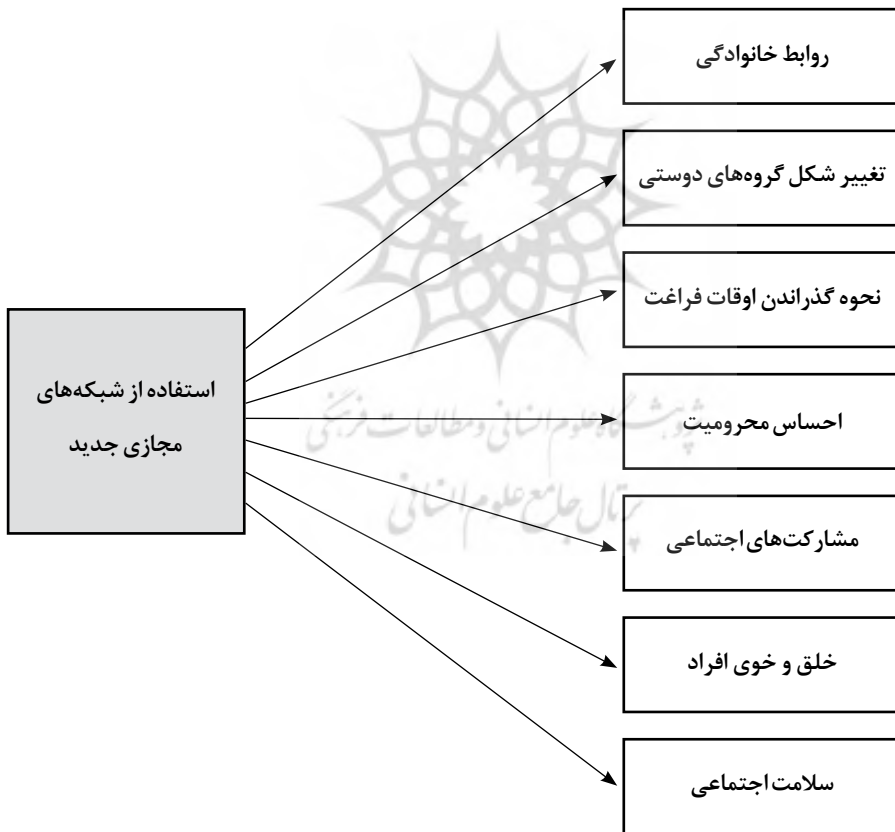
هارت (۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان «بررسی میزان استفاده دانش‌آموزان از شبکه‌های مجازی اجتماعی» نشان داد دوران مختلف تحصیل بر استفاده یا لذت بردن محصلان از سایت‌های شبکه‌های اجتماعی تأثیر دارد و هر چه آنان مراحل بالاتری را سپری می‌کنند، رفتار و نگرششان نسبت به استفاده از این شبکه‌های اجتماعی برخط، کاربردی‌تر می‌شود. مطالعات انجام شده درباره شبکه‌های اجتماعی توسط کراول (۲۰۰۰) نشان می‌دهد که از عوامل مؤثر برای موفقیت در بازار کار این است که چه کسانی را می‌شناسیم. الگوهای بازار کار بیانگر آن است که مزایای استفاده از تماس‌ها برای پیدا کردن کار، بستگی به این دارد که فرد چگونه به شبکه‌های ارتباطی متصل شده است. البته تنها استفاده از این تماس‌ها مهم نیست، بلکه کمیت و کیفیت منابع اجتماعی، که از طریق استفاده از تماس‌ها قابل دستیابی‌اند نیز مهم است.

هورجاناتان جی (۲۰۰۱) تأثیر اینترنت را در زمینه اجتماعی، از سه بعد کارکرد خانواده، فعالیت‌های اوقات فراغت، آزادی‌های فردی و پنهان‌کاری مورد بررسی قرار داده است. در مورد کارکرد خانواده، فعالیت با اعضای خانواده است که بین استفاده‌کنندگان و عدم استفاده‌کنندگان تفاوت معناداری به وجود می‌آورد. در مورد اوقات فراغت، سه متغیر از پنج متغیر که مربوط به روزنامه خواندن، گوش دادن به رادیو و تماشای تلویزیون، ارتباط با دوستان است، در بین استفاده‌کنندگان و کسانی که از اینترنت استفاده می‌کنند تفاوت معناداری وجود دارد. در خصوص تأثیر بر آزادی‌های مدنی مربوط به خشونت و محتوای وقیع و به دست آوردن نوع دوستان نیز در بین کاربران و غیر کاربران تفاوت معناداری وجود دارد.

ه) فرضیه‌های تحقیق

۱. بین استفاده از شبکه‌های مجازی جدید و روابط خانوادگی افراد، رابطه وجود دارد.
۲. بین استفاده از شبکه‌های مجازی جدید و تغییر شکل گروه‌های دوستی افراد، رابطه

- وجود دارد.
۳. بین استفاده از شبکه‌های مجازی جدید و نحوه گذراندن اوقات فراغت افراد، رابطه وجود دارد.
۴. بین استفاده از شبکه‌های مجازی جدید و احساس محرومیت انسان، رابطه وجود دارد.
۵. بین استفاده از شبکه‌های مجازی جدید و مشارکت‌های اجتماعی افراد، رابطه وجود دارد.
۶. بین استفاده از شبکه‌های مجازی جدید و خلق و خوی افراد، رابطه وجود دارد.
۷. بین استفاده از شبکه‌های مجازی جدید و سلامت اجتماعی افراد، رابطه وجود دارد.



مدل نظری پژوهش

و) روش تحقیق

تحقیق حاضر بر اساس نوع داده‌های جمع‌آوری و تحلیل شده، تحقیقی کمی و از لحاظ نوع برخورد با مسئله مورد بررسی و ورود به آن، مطالعه‌ای میدانی است. تکنیک مورد استفاده در این پژوهش، پیمایش است. در مطالعه میدانی، برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. پیش از آغاز پیمایش، پرسشنامه ابتدایی مورد آزمون اولیه قرار گرفت و با استفاده از نتایج به دست آمده، نقایص موجود، برطرف و پرسشنامه نهایی تنظیم شد.

جامعه آماری پژوهش حاضر، تمامی شهروندان ۱۸ سال به بالای شهرضا است که بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۰، جمعیت آنها ۱۱۷۳۰۰ نفر بوده است. لذا جامعه آماری در این پژوهش ۱۱۷۳۰۰ نفر از شهروندان ۱۸ سال به بالای شهرضا می‌باشد.

تعیین حجم نمونه

با توجه به گستردگی میزان جامعه آماری و عدم امکان دسترسی به همه اعضای جامعه، باید تعدادی از افراد را که معرف جامعه کل باشند، به عنوان حجم نمونه انتخاب کنیم. در این پژوهش با استفاده از فرمول کوکران، حجم نمونه استخراج شده که نمونه پژوهش حاضر ۳۸۲ نفر می‌باشد.

$$n = \frac{\frac{t^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{t^2 pq}{d^2} - 1 \right)}$$

$$N = 117300 \quad t = 1/96 \quad P = 0/5 \quad q = 0/5 \quad d = 0/05$$

$$n = \frac{\frac{(1/96)^2 \times (0/5)(0/5)}{(0/05)^2}}{1 + \frac{1}{117300} \left(\frac{(1/96) \times (0/5)(0/5)}{(0/05)^2} - 1 \right)} = 382$$



N : مقدار جامعه.

t : در سطح اطمینان $0/95$ مقدارش ثابت و به میزان $1/96$ است.

p : مقدار نسبت صفت موجود در جامعه است. اگر در اختیار نباشد می‌توان آن را $0/5$ در نظر گرفت. در این حالت نقدار واریانس به حداکثر مقدار خود می‌رسد.

q : درصد افرادی که فاقد صفت موجود در جامعه‌اند و برابر با $(q=1-p)$ است.

d : سطح خطای قابل قبول پژوهشگر است که معمولاً $0/05$ انتخاب می‌شود.

روش نمونه‌گیری در پژوهش حاضر، خوشه‌ای و تصادفی است. بدین صورت که با استفاده از نمونه‌گیری خوشه‌ای تعدادی از مناطق شهر شهرضا را انتخاب و از هر منطقه به صورت تصادفی نمونه‌نهایی استخراج و سپس پرسشنامه‌ها تحویل پاسخگویان داده شد تا هر کدام پاسخ‌های مورد نظرشان را بدهند.

در این رابطه برای اطمینان از اعتبار لازم، به مشاوره و بهره‌گیری از نظرات اساتید و کارشناسان مربوطه مراجعه و همچنین از آزمون آلفای کرونباخ برای پایایی پرسشنامه اقدام شده است. بر اساس ضریب آلفا، ضریب پایایی تمامی متغیرها بالاتر از $0/7$ است.

ز) تجزیه و تحلیل داده‌ها

۱. آمار توصیفی

داده‌های متغیر جنس نشان می‌دهد که $52/62$ درصد افراد مورد مطالعه، مرد و $47/38$ درصد دیگر را زن تشکیل داده‌اند. داده‌های متغیر وضعیت تأهل نشان می‌دهد که $59/68$ درصد افراد مورد مطالعه، متأهل و $40/32$ درصد دیگر را مجرد تشکیل داده‌اند. بر اساس متغیر سن، $7/59$ درصد پاسخگویان دارای سن کمتر از ۲۰ سال، $26/96$ درصد پاسخگویان دارای سن ۲۱ تا ۲۵ سال، $27/22$ درصد دارای سن ۲۶ تا ۳۰ سال، $15/70$ درصد دارای سن ۳۱ تا ۴۰، $10/48$ درصد دارای سن ۴۱ تا ۴۹ سال، $11/01$ درصد دارای سن ۵۰ تا ۵۹ سال و $1/04$ درصد پاسخگویان دارای سن بالاتر از ۶۰ سال بوده‌اند.

۲. آمار استنباطی

یک) آزمون کلموگروف - اسمیرنوف

برای استفاده از آزمون‌های پارامتریک، پیش شرط‌هایی وجود دارد که عبارتند از: نرمال بودن داده‌ها و تصادفی بودن داده‌ها. شرط اول برای کلیه داده‌ها بایستی مورد استفاده قرار



گیرد، اما شرط دوم تنها برای داده‌های تاریخی (داده‌هایی که در طول زمان به دست آمده است، مانند تحلیل‌های رگرسیون زمانی) مورد استفاده قرار می‌گیرد. بنابر این، از این آزمون برای بررسی شرط مورد نظر استفاده خواهیم کرد. برای بررسی نرمال بودن عامل‌ها، از آزمون تک نمونه‌ای کلموگروف - اسمیرنوف به قرار زیر استفاده می‌شود.

H_0 : داده‌ها از توزیع نرمال برخوردارند

H_1 : داده‌ها از توزیع نرمال برخوردار نیستند

جدول ۱: آزمون کلموگروف - اسمیرنوف برای تعیین نرمال بودن متغیرهای پژوهش

مؤلفه‌های پژوهش	روابط خانوادگی	تغییر شکل گروه‌های دوستی	گذراندن اوقات فراغت	احساس محرومیت	مشارکت اجتماعی	خلق و خوی	سلامت اجتماعی
تعداد	۳۸۲	۳۸۲	۳۸۲	۳۸۲	۳۸۲	۸۲	۳۸۲
پارامترهای میانگین نرمال	۳۳۹	۳۴۵	۳۰۹	۳۳۴	۳۰۶	۳،۲۶	۳،۵۵
انحراف معیار	۰،۹۴	۰،۹۲	۰،۹۳	۰،۹۳	۰،۸۹	۰،۹۵	۰،۹۹
مقادیر کلموگروف - اسمیرنوف	۰،۸۰۹	۱،۷۴	۲،۵۶	۲،۵۹	۲،۶۲	۲،۷۱	۲،۹۹
سطح معناداری (دو دامنه)	۰،۰۸۰	۰،۰۶۱	۰،۱۲۹	۰،۴۴۵	۰،۱۱۱	۰،۰۸۱	۰،۱۴۲

با توجه به جدول ۱ می‌توان نتیجه گرفت که چون مقادیر سطح معناداری کلیه متغیرهای پژوهش بیشتر از ۰،۰۵ می‌باشند، می‌توان گفت که این مؤلفه‌ها به لحاظ توزیع داده‌ها نرمال می‌باشند. پس می‌توان در تحلیل فرضیه‌های پژوهش، آزمون‌های پارامتریک را به کار گرفت.

دو) آزمون فرضیه‌ها

فرضیه ۱: بین استفاده از شبکه‌های مجازی جدید و روابط خانوادگی افراد رابطه وجود دارد. برای آزمون این فرضیه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. صورت‌بندی فرضیه:

$$H_0: r = 0$$

$$H_1: r \neq 0$$

جدول ۲. همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی جدید و روابط خانوادگی

روابط خانوادگی		ضریب همبستگی	متغیرهای پژوهش
تعداد	سطح معناداری		
۳۸۲	۰/۰۰۰	-۰،۲۱	استفاده از شبکه‌های مجازی جدید



با توجه به مقدار معناداری محاسبه شده بین دو دامنه که برابر با ۰.۰۰۰ و این عدد کوچک‌تر از ۰.۰۵ است، لذا بین دو متغیر استفاده از شبکه‌های مجازی جدید با روابط خانوادگی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به شدت همبستگی به دست آمده که برابر با -۰.۲۱ است، لذا همبستگی منفی با شدت متوسط و با جهت معکوس بین دو متغیر استفاده از شبکه‌های مجازی جدید و روابط خانوادگی وجود دارد؛ بدین صورت که هرچه استفاده از شبکه‌های مجازی جدید بیشتر باشد، میزان روابط خانوادگی کمتر می‌شود. لذا بر این اساس، فرضیه ۱ پژوهش حاضر تأیید می‌شود.

فرضیه ۲: بین استفاده از شبکه‌های مجازی جدید و تغییر شکل گروه‌های دوستی افراد رابطه وجود دارد.

برای آزمون این فرضیه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. صورت‌بندی فرضیه:

$$H_0: r = 0$$

$$H_1: r \neq 0$$

جدول ۳: همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی جدید و تغییر شکل گروه‌های دوستی

تغییر شکل گروه‌های دوستی			متغیرهای پژوهش
تعداد	سطح معناداری	ضریب همبستگی	
۳۸۲	۰/۰۰۰	۰,۳۷	استفاده از شبکه‌های مجازی جدید

با توجه به مقدار معناداری محاسبه شده بین دو دامنه که برابر با ۰.۰۰۰ و این عدد کوچک‌تر از ۰.۰۵ است، لذا بین دو متغیر استفاده از شبکه‌های مجازی جدید با تغییر شکل گروه‌های دوستی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به شدت همبستگی به دست آمده که برابر با ۰.۳۷ است، لذا همبستگی مثبت، با شدت متوسط و با جهت مستقیم بین دو متغیر استفاده از شبکه‌های مجازی جدید و تغییر شکل گروه‌های دوستی وجود دارد؛ بدین صورت که هرچه استفاده از شبکه‌های مجازی جدید بیشتر باشد، میزان تغییر شکل گروه‌های دوستی بیشتر می‌شود. لذا بر این اساس، فرضیه ۲ پژوهش حاضر تأیید می‌شود. **فرضیه ۳:** بین استفاده از شبکه‌های مجازی جدید و نحوه گذراندن اوقات فراغت افراد رابطه وجود دارد.

برای آزمون این فرضیه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. صورت‌بندی فرضیه:

$$H_0: r = 0$$

$$H_1: r \neq 0$$

جدول ۴: همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی جدید و نحوه گذراندن اوقات فراغت

نحوه گذراندن اوقات فراغت			متغیرهای پژوهش
تعداد	سطح معناداری	ضریب همبستگی	
۳۸۲	۰/۰۹۴	۰,۱۲	استفاده از شبکه‌های مجازی جدید



با توجه به مقدار معناداری محاسبه شده بین دو دامنه که برابر با ۰.۹۴ و این عدد بزرگ‌تر از ۰.۰۵ است، لذا بین دو متغیر استفاده از شبکه‌های مجازی جدید با نحوه گذراندن اوقات فراغت رابطه معناداری وجود ندارد. لذا بر این اساس، فرضیه ۳ پژوهش حاضر رد می‌شود.

فرضیه ۴: بین استفاده از شبکه‌های مجازی جدید و احساس محرومیت انسان رابطه وجود دارد.

برای آزمون این فرضیه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. صورت‌بندی فرضیه:

$$H_0: r = 0$$

$$H_1: r \neq 0$$

جدول ۵: همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی جدید و احساس محرومیت

روح و روان			متغیرهای پژوهش
تعداد	سطح معناداری	ضریب همبستگی	
۳۸۲	۰/۰۰۰	-۰,۲۷	استفاده از شبکه‌های مجازی جدید



با توجه به مقدار معناداری محاسبه شده بین دو دامنه که برابر با ۰.۰۰۰ و این عدد کوچک‌تر از ۰.۰۵ است، لذا بین دو متغیر استفاده از شبکه‌های مجازی جدید با روح و روان رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به شدت همبستگی به دست آمده که برابر با ۰.۲۷- است، لذا همبستگی منفی، با شدت متوسط و با جهت معکوس بین دو متغیر استفاده از شبکه‌های مجازی جدید و وضعیت احساس محرومیت انسان وجود دارد؛ بدین صورت که هرچه استفاده از شبکه‌های مجازی جدید بیشتر باشد، میزان احساس محرومیت انسان کمتر می‌شود. لذا بر این اساس، فرضیه ۴ پژوهش حاضر تأیید می‌شود.

فرضیه ۵: بین استفاده از شبکه‌های مجازی جدید و مشارکت‌های اجتماعی افراد رابطه وجود دارد.

برای آزمون این فرضیه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. صورت‌بندی فرضیه:

$$H_0: r = 0$$

$$H_1: r \neq 0$$

جدول ۶: همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی جدید و مشارکت‌های اجتماعی

مشارکت‌های اجتماعی		متغیرهای پژوهش	
تعداد	سطح معناداری	ضریب همبستگی	
۳۸۲	۰/۰۰۰	-۰,۳۴	استفاده از شبکه‌های مجازی جدید

با توجه به مقدار معناداری محاسبه شده بین دو دامنه که برابر با ۰.۰۰۰ و این عدد کوچک‌تر از ۰.۰۵ است، لذا بین دو متغیر استفاده از شبکه‌های مجازی جدید با مشارکت‌های اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به شدت همبستگی به دست آمده که برابر با ۰.۳۴- است، لذا همبستگی منفی، با شدت متوسط و با جهت معکوس بین دو متغیر استفاده از شبکه‌های مجازی جدید و مشارکت‌های اجتماعی وجود دارد؛ بدین صورت که هرچه استفاده از شبکه‌های مجازی جدید بیشتر باشد، میزان مشارکت‌های اجتماعی کمتر می‌شود. لذا بر این اساس، فرضیه ۵ پژوهش حاضر تأیید می‌شود.

فرضیه ۶: بین استفاده از شبکه‌های مجازی جدید و خلق و خوی افراد رابطه وجود دارد.

برای آزمون این فرضیه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. صورت‌بندی فرضیه:

$$H_0: r = 0$$

$$H_1: r \neq 0$$

جدول ۷: همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه بین استفاده از شبکه‌های مجازی جدید و خلق و خوی

خلق و خوی			متغیرهای پژوهش
تعداد	سطح معناداری	ضریب همبستگی	
۳۸۲	۰/۰۰۱	-۰,۲۴	استفاده از شبکه‌های مجازی جدید

با توجه به مقدار معناداری محاسبه شده بین دو دامنه که برابر با ۰.۰۰۱ و این عدد کوچک‌تر از ۰.۰۵ است، لذا بین دو متغیر استفاده از شبکه‌های مجازی جدید با خلق و خوی افراد رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به شدت همبستگی به دست آمده که برابر با -۰.۲۴ است، لذا همبستگی منفی، با شدت متوسط و با جهت معکوس بین دو متغیر استفاده از شبکه‌های مجازی جدید و وضعیت خلق و خوی انسان وجود دارد؛ بدین صورت که هر چه استفاده از شبکه‌های مجازی جدید بیشتر باشد، وضعیت خلق و خوی افراد بدتر می‌شود. لذا بر این اساس، فرضیه ۶ پژوهش حاضر تأیید می‌شود.

فرضیه ۷: بین استفاده از شبکه‌های مجازی جدید و سلامت اجتماعی افراد رابطه وجود دارد.

برای آزمون این فرضیه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌شود. صورت‌بندی فرضیه:

$$H_0: r = 0$$

$$H_1: r \neq 0$$

جدول ۸: همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه بین استفاده از شبکه‌های مجازی جدید و سلامت اجتماعی

خلق و خوی			متغیرهای پژوهش
تعداد	سطح معناداری	ضریب همبستگی	
۳۸۲	۰/۰۰۰	۰,۱۷	استفاده از شبکه‌های مجازی جدید



با توجه به مقدار معناداری محاسبه شده بین دو دامنه که برابر با ۰.۰۲ و این عدد کوچک‌تر از ۰.۰۵ است، لذا بین دو متغیر استفاده از شبکه‌های مجازی جدید با سلامت اجتماعی افراد رابطه معناداری وجود دارد. همچنین با توجه به شدت همبستگی به دست آمده که برابر با ۰.۱۷ است، لذا همبستگی مثبت، با شدت ضعیف و با جهت مستقیم بین دو متغیر استفاده از شبکه‌های مجازی جدید و سلامت اجتماعی افراد وجود دارد؛ بدین صورت که هر چه استفاده از شبکه‌های مجازی جدید بیشتر باشد، سلامت اجتماعی افراد بالاتر می‌آید. لذا بر این اساس فرضیه ۷ پژوهش حاضر تأیید می‌شود.

ح) نتیجه‌گیری و بحث

یافته‌های پژوهش حاضر با نظریه استفاده و رضایت‌مندی، نظریه هابرماس و نظریه دی‌فلور و بال‌روکیچ همخوانی دارد. هر کدام از نظریه‌های مذکور به ارتباط بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و روابط خانوادگی اشاره کرده‌اند.

بر اساس نظریه هابرماس، محیط تعاملی اینترنت را می‌توان فضایی در نظر گرفت که کاربران به راحتی در آن به گفتگو می‌پردازند. فضای صمیمیت و ابراز احساسات در محیط‌های تعاملی اینترنت شکل می‌گیرد. کاربران در این فضاها از یکدیگر تأثیر پذیرفته، نیازها، مسائل و مشکلات خود را با هم مطرح و انرژی عاطفی خود را در این محیط‌ها مصرف می‌کنند. این تخلیه انرژی احتمالاً بر ارزش‌های خانواده و ارتباط اعضای خانواده با یکدیگر می‌تواند مؤثر واقع شود.

دی‌فلور و بال‌روکیچ در الگوی خویش درباره وابستگی به رسانه‌ها بر این باورند که شرط مهم برای بروز اثرات، میزان وابستگی به بعضی رسانه‌های ارتباطی است. مجرای که مردم برای به دست آوردن اطلاعات مهم نسبت به آن احساس وابستگی می‌کنند، توان بیشتری برای ایجاد اثرات دارد، تا مجرای که تفاوتی با مجاری دیگر ندارد و اطلاعاتی که فراهم می‌کند فاقد اهمیت است.

همچنین بر اساس نظریه کلی و ولخارت، هر چه کاربر اینترنتی احساس کند که در محیط اینترنت بیشتر مورد پذیرش واقع می‌شود، احتمالاً باعث خواهد شد که بر ارزش‌های خانواده و ارتباط اعضای دوستان با یکدیگر مؤثر واقع شود و همچنین، هر چه کاربران بیشتر وارد بحث و مناظره گروهی شوند، احتمالاً باعث مطرح کردن موضوعات خود با محیط‌های



تعاملی اینترنت شده، کمتر مسائل خود را با خانواده یا دوستان مطرح می‌کنند و این امر باعث کم اهمیت شدن ارزش‌های خانواده و ارتباط‌های عمیق دوستی با یکدیگر می‌شود. یافته‌های پژوهش حاضر مبنی بر ارتباط بین استفاده از شبکه‌های مجازی و نحوه گذراندن اوقات فراغت با یافته‌های نظریهٔ امپریالیسم فرهنگی همخوانی دارد. طبق این نظریه، رسانه‌های غربی با در هم شکستن مرزهای سنی و جنسی و با بهره‌گیری از تبلیغات، تمایل روزافزون برای مصرف کالاهای خارجی و تغییر در نگرش به اوقات فراغت را در بین گروه‌های مختلف ایجاد کرده‌اند و فعالیت‌های روزانهٔ افراد را در جهت تحقق مقاصد شکل می‌دهند. مدگرایی، تجمل‌گرایی و تهاجم فرهنگی از عمده‌ترین پیامدهای وسایل ارتباط جمعی در غرب است که موجب ترویج فرهنگ غرب در بین نوجوانان کشورهای جهان سوم می‌شود.

از سوی دیگر، نتایج تحقیق نشان می‌دهد که ارتباط بین استفاده از شبکه‌های مجازی و احساس محرومیت انسان، با نظریهٔ مکتب انتقادی همخوانی دارد. بر اساس این نظریه، وسایل ارتباط جمعی در افزایش سطح آگاهی افراد مؤثرند و افزایش سطح آگاهی منجر به بالا رفتن سطح انتظارات شده و احساس محرومیت و نارضایتی و در نتیجه، مشکلات روانی را افزایش می‌دهد.

در نهایت اینکه، یافته‌های پژوهش بر ارتباط بین استفاده از شبکه‌های مجازی و خلق و خوی افراد با یافته‌های نظریه‌های روان‌کاوی و بیولوژیکی همخوانی دارد. بر پایهٔ نظریهٔ بیولوژیکی (زیستی- پزشکی)، عوامل ارثی و مادرزادی یا اختلالات شیمیایی در مغز و فرا رسانه‌ها، دلایل اصلی روی آوردن فرد به اعتیادند. از نظر این دیدگاه، وجود برخی کروموزوم‌ها، هورمون‌ها و مواد زائد یا فقدان مواد شیمیایی لازم و مشخص و فرا رسانه‌هایی که فعالیت مغز و سایر دستگاه‌های عصبی را تنظیم می‌کنند، در بروز اعتیاد در فرد مؤثرند. از این نظر، روش‌های چندی وجود دارد که طی آن استفاده از اینترنت احتمالاً باعث تحریک این فرایند عصبی- بیولوژیکی می‌شود.

منابع

- آزادارمکی، تقی و یحیی امامی (۱۳۸۳). «تکوین حوزهٔ عمومی و گفت و گوی عقلانی». مجله جامعه‌شناسی ایران، دورهٔ پنجم، ش ۱.



- اسلامی، مرورید (۱۳۸۹). «بررسی شبکه‌های اجتماعی و تأثیرات آنها بر ابعاد مختلف زندگی». نخستین کنگره ملی فضای مجازی و آسیب‌های اجتماعی نوپدید.
- اسلوین، جیمز (۱۳۸۱). اینترنت و جامعه. ترجمه عباس گیلوری و علی رادباوه. تهران: کتابدار.
- امیدوار، احمدعلی و علی‌اکبر صارمی (۱۳۸۱). اعتیاد به اینترنت: توصیف، سبب‌شناسی، پیشگیری، درمان و مقیاس‌های سنجش اختلال اعتیاد به اینترنت. مرکز مشاوره و خدمات روان‌شناختی پردیس. مشهد: تمرین.
- بشیر، حسن و محمدصادق افراسیابی (۱۳۹۱). «شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان: مطالعه موردی بزرگ‌ترین جامعه مجازی ایرانیان». تحقیقات فرهنگی، سال پنجم، ش ۱ (پیاپی ۱۷).
- پیوزی، مایکل (۱۳۷۹). یورگن هابرماس. ترجمه احمد تدین. تهران: هرمس.
- تامپسون، جان بروکشایر (۱۳۸۰). رسانه‌ها و نوگرایی: نظریه‌ای اجتماعی درباره رسانه‌ها. ترجمه علی ایثاری کسمایی. تهران: مؤسسه ایران.
- توسلی غلامعباس و امراه کلاریجانی امانی (۱۳۹۱). «سرمایه اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی مجازی (سرمایه اجتماعی شبکه)». مدیریت فرهنگی، دوره ششم، ش ۱۷ (پاییز).
- شعبی، محیا (۱۳۹۰). بررسی تأثیر اینترنت بر هویت ملی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی. دهقان: دانشگاه آزاد اسلامی.
- کیا، علی‌اصغر و یونس نوری (۱۳۹۱). «عوامل مرتبط با گرایش دانشجویان به شبکه اجتماعی فیس بوک (بررسی تطبیقی دانشجویان ایران و آمریکا)». مطالعات فرهنگ-ارتباطات، دوره سیزدهم، ش ۱۷ (مسلسل ۴۹).
- کیانی، مجید (۱۳۹۳). اینترنت و شبکه‌های مجازی. تهران: صداقت.
- نقیب‌السادات، سید رضا و فاطمه قصابی (۱۳۹۱). «ساختار و طراحی شبکه‌های اجتماعی، تحلیل محتوای ساختار و طراحی شبکه‌های اجتماعی ایرانی و غیر ایرانی». مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی، دوره اول، ش ۳ (زمستان).
- Hart, Michael J. (2011). "A Study on the Motives of High School and Undergraduate College Students for Using the Social Network Site Facebook". Proquest.
- Kurawal, Martin (2000). "Internet Behavior and its Impact on Health". Psychosom Med, 65: 5-12.