

تأثیر شبکه های اجتماعی اینترنتی بر کیفیت روابط اجتماعی (مطالعه موردی کاربران فیس بوک)

دکتر علی اصغر کیا^۱

چکیده

شبکه های اجتماعی اینترنتی ، امروزه با استقبال فراوانی از سوی کاربران مواجه شده اند و بخش قابل توجهی از اوقات فراغت خود را در این شبکه ها سپری می کنند . در عصر جهانی شدن و با ظهور فناوری های نوین ارتباطی ، یک فضای مجازی در کنار فضای واقعی ایجاد شده که این دو تاثیر متقابلی بر یکدیگر دارند . در همین راستا برای سنجش ارتباط میان این دو فضا اعم از زمانی که افراد به اینترنت اختصاص می دهند و سایر تاثیرات فرهنگی عضویت و حضور در شبکه های اجتماعی ، از روش پیمایش اینترنتی و ارسال پرسشنامه به صورت آنلاین برای کاربران فعال فیس بوک استفاده شده است. افراد با اهداف متنوعی عضو این شبکه ها می شوند که مهمترین آن را سرگرمی دانسته اند . میان عضویت در شبکه های اجتماعی اینترنتی و نحوه اختصاص وقت به سایر فعالیت های اجتماعی ارتباط وجود داشته و بیشتر پاسخ دهندگان اذعان کرده اند که به دلیل استفاده بیش از حد از اینترنت برای فعالیت در شبکه های اجتماعی اینترنتی مورد اعتراض سایر اعضای خانواده واقع شده اند . همچنین میان عضویت در شبکه های اجتماعی اینترنتی با مقوله هایی نظیر نحوه ارتباط با جنس مخالف و شیوه محاورات اعضا در محیط بیرونی ارتباط وجود دارد. بنابراین می توان گفت میان عضویت در شبکه های اجتماعی اینترنتی و روابط اجتماعی ارتباط وجود دارد.

واژه های کلیدی : شبکه های اجتماعی ، فیسبوک ، اینترنت ، روابط اجتماعی

مقدمه

امروزه با گسترش کاربردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات در زندگی روزمره شاهد شکل گیری نسل جدیدی از ابزارهای اینترنتی هستیم که امکانات بیشتری را برای روابط متقابل، مذاکره، گفتگو و به طور کلی ارتباط دو سویه فراهم آورده است. وب ۲ ناظر به شکل گیری اینترنت محاوره ای است که امکان برقراری ارتباطات چند سویه میان کاربران شبکه جهانی اینترنت را فراهم ساخته است. در حالی که وب ۱ امکان استفاده افراد از منابع عظیم اطلاعاتی را از طریق شبکه جهانی اینترنت و ارسال و دریافت ایمیل فراهم می کرد. شبکه های اجتماعی اینترنتی به عنوان مهم ترین مصادیق این امر، به محلی برای حضور افشار مختلف جامعه و مکان تبادل آرا و افکار ایشان و تأمین نیازهای متناسب با زندگی اجتماعی تبدیل شده اند. شبکه اجتماعی مجازی زنجیره ای از ارتباطات و گروه های شبکه اجتماعی با حضور غیر فیزیکی افراد در یک محل مجازی است.

در شبکه اجتماعی مجازی ارتباط افراد و سازمانها با گروه ها رو در رو و بدون واسطه نیست بلکه به ابزاری به نام اینترنت بستگی دارد. این روزها وقتی صحبت از شبکه اجتماعی در اینترنت می شود در واقع در حال صحبت از نوع مجازی و غیر قابل لمس شبکه ای از ارتباطات انسانی هستیم. همزمان با ظهور شبکه های اجتماعی مجازی اصطلاحات جدیدی مثل رسانه اجتماعی و مهندسی اجتماعی نیز به گوش می خورند.

بر اساس تعریف هلن صدیق بنای ((شبکه های اجتماعی واژه ای است که برای نامیدن گروهی از افراد که در میان خود دارای ارتباط وسیع و مستمر هستند و یک حلقه منسجم ارتباطی را تشکیل می دهند به کار می رود)) (صدیق بنای، ۱۳۸۷) وی معتقد است این واژه ی امروزی بیشتر برای نامیدن سایت های اینترنتی بکار می رود که افراد با عضویت در آنها امکان دستیابی به اطلاعات سایر اعضا آشنایی با علایق آنها به اشتراک گذاری تولیدات متنی، صوتی و تصویری و نیز تشکیل گروه هایی بر اساس علایق مشترک با برخی دیگر اعضای سایت را پیدا می کند (صدیق بنای، ۱۳۸۷) بنابراین جذابیت شبکه های اجتماعی اینترنتی از یک سو و سهولت فعالیت در این دسته از جوامع از سوی دیگر سبب می شود تا رابطه ی میان عضویت و حضور در شبکه های اینترنتی و

تغییرات مربوط به روابط اجتماعی به عنوان یک پرسش جدید برای پژوهشگران عرصه فرهنگ و ارتباطات مطرح می شود .

از اساسی ترین ویژگی های جوامع بشری ، ارتباطات اجتماعی است . ارتباط اجتماعی اساس تکوین ، تثبیت و تداوم جامعه را رقم زده و گسترش و تعالی فرهنگ را فراهم می سازد در فرایند ارتباطات آگاهی ها ، نظرات و احساسات میان انسانها تبادل می شود و پیام انسانها به یکدیگر منتقل می گردد ازاین رو است که فقدان آن به معنای سکون نسبی در حیات انسانی بوده و عدم انتقال دانسته ها و رکود فرهنگ را به دنبال دارد .

ضرورت بسط و گسترش ارتباطات اجتماعی به منظور انتقال فرهنگ از جامعه ای به جامعه ای دیگر با هدف تعلق انسانها به خانواده بشری از یک سو و نیاز مکاتب و حکومت ها به تبلیغ به منظور گسترش تفکر و حاکمیت سلطه از سوی دیگر پیدایش، تعدد و نیز رقابت وسایل ارتباطی را موجب گردیده به ویژه در عصر حاضر رشد کمی و کیفی وسایل ارتباطی همگان را به این اندیشه وا داشته که در راه نفوذ و حاکمیت اندیشه آرمان و مکتب خود از آن بهره گیرند . در این میان ، رادیو از جمله نخستین رسانه های جمعی است که کمی بیش از یک قرن از اختراع و کاربرد عمومی آن می گذرد .

در نظام های سنتی شکل گیری هویت بر مبنای اطلاعات و درون شده هایی است که فرد از خانواده ، مدرسه ، گروه هم سالان و دیگر عوامل مهم دریافت می کند . بدین دلیل در طول قرون و اعصار گذشته ، هویت فرهنگی و اجتماعی افراد باعث تشخیص آنها شده و با باز نمایی ویژگی های فرهنگی همگن در یک چهار چوب و مرز بندی معین به شکل گیری جوامع متمایز انجامیده است همگرایی مرزهای جغرافیایی و فرهنگی ، به تنوع فرهنگ ها و تمدن های بشری کمک شایانی کرده و تبادلات فرهنگی رشد و بالندگی جوامع مختلف را تضمین کرده است . اما امروزه در جهان معاصر ، رشد روز افزون فناوری های اطلاعات و ارتباطات از جهات گوناگون موجب شده است هویت فرهنگی جوامع ، تحت تاثیر قرار گیرد . فرایند جهانی سازی ، مفهوم و پدیده ای تازه است که متکی بر فشردگی های فزاینده زمان ، فضا و افزایش آگاهی حاصل از انقلاب اطلاعات بوده و بر رویه های سیاسی _ اقتصادی و به ویژه فرهنگ جوامع تاثیر بسزایی دارد (رضایی بایندر

۸۷:۱۳۸۱) رادیو نیز به عنوان یک رسانه در دسترس از تاثیر گذارترین نهاد ها است که نقش مهمی در شکل دهی هویت جوانان دارد .

زمانی رادیو و تلویزیون به عنوان ابزارهای ارتباطی _ الکترونیکی در مقایسه با چاپ کتاب که عمری به قدمت چندین سده داشته اند . رسانه های مدرن محسوب می شدند اما امروزه این رسانه ها با ورود رسانه های نوین و تحولات دیجیتالی و الکترونیکی که در این عرصه صورت گرفته است ، در زمره رسانه های سنتی جای میگیرند . (عقیلی و مهدی زاده ۱۳۸۸: ۹۸)

امروزه انواع رادیوها از قبیل دیجیتالی ، اینترنتی و ماهواره ای با صدای خالص ، بدون خش و عاری از تداخل های جوی و الکتریکی کیفیتی قابل قبول ارائه می دهند و از همه جا می توان به آنها دسترسی داشت . رادیو به عنوان یک رسانه جمعی برای مخاطبش آرامش بخشی همراهی در زمان کار و تنهایی ، اطلاعات و جامعه پذیری به ارمغان می آورد ولی آنچه آن را از دیگر رسانه های جمعی متمایز می سازد این ویژگی رادیو است که نیاز به توجه ندارد . (عقیلی و باستی ۱۳۸۹: ۱۴۰)

رادیو از لحاظ سرعت و مداومت انتشار و همچنین وسعت حوزه انتشار ، برترین وسیله ارتباط جمعی است . رادیو وقایع و حوادث را زودتر از مطبوعات و حتی تلویزیون در همه جا پخش می کند . در عین حال باید در نظر داشت ، که ویژگی و اصالت کار رادیو ، بیش از آنکه از طرز انتشار پیام های آن سرچشمه بگیرد ، از طرز دریافت آنها ناشی می شود . تا جایی که می توان گفت اصالت خاص رادیو ، در توانایی برقراری رابطه مستقیم با وقایع و حوادث در همان زمان وقوع نهفته زود تر از روزنامه و همچنین تلویزیون در جریان رویدادهای اجتماعی بگذارد . (معتمد نژاد ۱۳۸۳: ۱۹۰)

این رسانه در کشورهای در حال توسعه از آن رو که عمومی ترین وسیله ارتباط جمعی است و با سهولت بیشتری در اختیار مردم قرار می گیرد مخاطبان گسترده ای دارد .

در فرایند ارتباطات که با هدف هایی مانند اطلاع رسانی ، آموزش ، سرگرمی ، تغییر در عقاید و ایجاد رفتار مطلوب انجام می پذیرد ، اجزائی وجود دارد که شامل پیام ، فرستنده پیام ، گیرنده پیام ، محل یا رسانه و تاثیر پیام هستند ، طبق این تعریف رسانه

جزئی از فرایند ارتباطات است و می توان گفت که مدیریت رسانه به معنای گزینش و کاربست رسانه متناسب با سایر اجزای فرایند از جمله مخاطب و پیام با هدف درک کامل پیام فرستنده از طرف گیرنده آن است. نتایج نظر سنجی مشهور به ((نظر سنجی ۲۰۰۰)) که توسط انجمن ملی جغرافیا انجام شد و از سپتامبر تا نوامبر ۱۹۹۸ برای اعضای سایت اینترنتی این انجمن که خود نوعی شبکه اجتماعی را تشکیل می دادند، به انواع بیشتری از فعالیت های اینترنتی پرداخته و رفته رفته میزان حضور ایشان در فضای وب بیشتر شده و فعالیت های آنها در اجتماع غیر مجازی کمتر می شود. در حقیقت شبکه های اجتماعی به موضوعی محوری در ساخت و بازسازی سبک زندگی و اجتماع کاربران تبدیل می شود (ولمن و کوان هاس، ۱۳۸۵).

در دنیای امروز با گسترش فرهنگ عضویت در شبکه های اجتماعی اینترنتی زندگی به سبک شبکه های اجتماعی اینترنتی، به سرعت در حال گسترش است. این وضعیت در اثر افزایش روز افزون کاربران اینترنت و شبکه های اجتماعی اینترنتی به وجود آمده است. کسب رتبه ۲ توسط تارنمای فیسبوک از نظر میزان بازدید کننده در میان کلیه تارنماهای جهان به استناد آمار الکسا شاهدهی بر این مدعاست. در روابط اجتماعی روزمره معمولاً ما فقط با کسی رابطه برقرار می کنیم که در فعالیتهای روزمره ما دخیل باشد. این روابط اجتماعی می تواند به صورت مکالمه رودرو، ارسال پیامک، مکالمه تلفنی و یا رفتن به مکانی همراه با آن شخص باشد. این گونه ارتباطات فعالیت هایی هستند که معمولاً در زندگی روزمره به آنها مبادرت می ورزیم، اما به نظر می رسد امروزه رشد کاربران اینترنت و شبکه های اجتماعی اینترنتی، پیدایش سبک جدیدی از زندگی به نام سبک زندگی جوامع مجازی را در پی داشته است. این شیوه زندگی که درآمیخته با شبکه های اجتماعی مجازی است، سبک جدیدی از زندگی بوده که همه فعالیت های روزمره را تحت تاثیر قرار می دهد، اما لازم است تا جزئیات ارتباط میان عضویت و حضور در شبکه های اجتماعی اینترنتی و مقوله های مختلف روابط اجتماعی مورد بررسی قرار گیرد تا بتوانیم درک درستی از محدوده روابط میان شبکه های اجتماعی اینترنتی و روابط اجتماعی به دست آوریم.

روش تحقیق

در این مقاله تلاش کرده ایم رابطه میان عضویت و حضور در میان شبکه های اجتماعی اینترنتی و روابط اجتماعی را از طریق انجام نظر سنجی از طریق پیمایش اینترنتی بررسی کنیم تا بتوانیم پاسخ مناسبی برای پرسشهای تحقیق بیابیم .

سوالات

- ۱- آیا شبکه های اجتماعی بر ایجاد شرایط برقراری ارتباط با جنس مخالف موثر است ؟
- ۲- تاثیر شبکه های اجتماعی بر ادبیات برقراری ارتباط با دیگران چگونه است ؟

فرضیه ها

- شبکه های اجتماعی بر ایجاد شرایط برقراری ارتباط با جنس مخالف موثر است .
- شبکه های اجتماعی بر ادبیات برقراری ارتباط با دیگران موثر است .

روش

روش تحقیق به صورت پیمایشی است . پیمایش روشی برای بدست آوردن اطلاعاتی درباره دیدگاهها ، باورها ، نظرات رفتارها یا مشخصات گروهی از اعضای یک جامعه آماری از راه انجام تحقیق است . (بای ، ۱۹۷۳ ؛ روز نفلد ؛ ادوارد و توماس ؛ ۱۹۹۵) و ابزار مورد استفاده نیز پرسشنامه است که از طریق اینترنت برای اعضا ارسال گردید و جامعه آماری از بین اعضای شبکه اجتماعی فیسبوک در یکی از گروهها که جامعه آماری قابل قبولی جهت نمونه گیری داشت انتخاب شد با توجه به اینکه آمار دقیقی در مورد تعداد اعضای فعال در دسترس نیست به همین دلیل برای انجام پروژه از روش نمونه گیری غیر احتمالی استفاده شده است .

در روش پژوهشی پیمایش نمونه گیری به دونوع کلی تقسیم می شود : نمونه گیری احتمالی و غیر احتمالی . ((نمونه گیری احتمالی نمونه گیری است که در آن هر فرد

شانس برابری یا دست کم معینی برای انتخاب شدن دارد. در حالی که در نمونه گیری غیر احتمالی پاره ای از افراد شانسی بیشتر ولی نامعینی برای انتخاب شدن دارند. مطمئن ترین راه احتمال برابر در انتخاب شدن استفاده از اصل انتخاب تصادفی است. این شیوه متضمن تهیه فهرست تمامی اعضای جمعیت و قرعه کشی بین آنهاست. اما در مواقعی که چهار چوب نمونه گیری موجود نیست یا پراکندگی جمعیت آن قدر زیاد است که نمونه گیری خوشه ای کارآمد نیست، از نمونه گیری غیر احتمالی استفاده می شود. (نایی، ۱۳۸۲: ۸۴-۶۷)

اطلاعات و داده ها

با توجه به اینکه ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه اینترنتی بود در مجموع ۱۰۰۰ درخواست به اعضای گروه فرستاده شد که از این میان ۶۰۰ نفر اعلام آمادگی کردند که از آن میان ۴۵۰ پرسشنامه دریافت شد که بعد از مرتب کردن و بازبینی پرسشنامه های ناقص و آنهایی که از حیظ انتفاع خارج بودند در مجموع ۳۸۰ پرسشنامه مورد قبول واقع شد و مبنای تحلیل این پژوهش قرار گرفت سپس پرسشنامه ها مرتب و در نرم افزار SPSS وارد گردید و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

تجزیه و تحلیل

در این بخش از پژوهش برای مشخص شدن نتایج تحقیق، یافته های حاصل از پیمایش تحلیل شده و روابط میان عضویت و حضور در شبکه های اجتماعی با شاخص های مرتبط با روابط اجتماعی مورد مطالعه قرار خواهد گرفت. شیوه کار به این صورت است که یافته های حاصل از پاسخ کاربران فیسبوک به پرسشنامه اینترنتی، به عنوان داده به نرم افزار SPSS ارائه و تحلیل آماری آن به صورت جداول و نمودارهایی تحلیل خواهد شد.

در ذیل هر نمودار تجزیه و تحلیل مربوط به آن نمودار آورده شده تا بتوانیم میان یافته ها و شاخص های مرتبط با موضوع تحقیق مقایسه ای کنیم. علاوه بر این یافته

های پژوهش بیانگر تفکیک سنی ، جنسیتی و سطح تحصیلات پاسخ دهندگان است و از این نظر ، نمایی کلی را در مورد ایشان به تصویر می کشد .

نخستین جدول به تفکیک جنسی شرکت کنندگان در پیمایش اینترنتی می پردازد . نتایج در جدول شماره ۱ ارائه می شود.

جدول شماره ۱ . جنسیت پاسخگویان

جنس	درصد فراوانی نسبی	فراوانی
زن	۶۰ درصد	۲۲۸
مرد	۴۰ درصد	۱۵۲
کل	۱۰۰ درصد	۳۸۰

یافته های جدول شماره ۱ نشان می دهد ۶۰ درصد پاسخگویان را زنان و ۴۰ درصد بقیه را مردان تشکیل می دهد .

در پژوهش حاضر ، ۱۵۲ نفر از پاسخگویان را مردان و ۲۲۸ نفر را زنان تشکیل می دادند. همچنین ۸۵ درصد از پاسخگویان در رده سنی ۱۵ تا ۲۹ ساله بودند و ۱۵ درصد باقی مانده نیز بین ۳۰ تا ۵۰ سال داشتند . این آمار نشان می دهد بیشتر اعضای شبکه اجتماعی اینترنتی فیسبوک را قشر جوان تشکیل می دهند .

گفتنی است طبق مصوبه شورای عالی جوانان در سال ۱۳۸۱ سن جوانی در ایران بین ۱۵ تا ۲۹ سال تعریف شده است .

داده های پیمایش همچنین نشان دهنده این امر است که میان پاسخگویان ، هیچ عضوی کمتر از ۱۵ سال وجود ندارد .

جدول شماره ۲. توزیع فراوانی سنی پاسخگویان

سن پاسخگویان	فراوانی	درصد فراوانی نسبی
۱۱-۱۵	-	-
۱۵-۲۹	۳۲۳	۸۵
۳۰-۵۰	۵۷	۱۵
جمع کل	۳۸۰	۱۰۰ درصد

نتایج حاصل از پیمایش اینترنتی در میان اعضای فیسبوک بیانگر این بود که بیشتر پاسخ دهندگان با فراوانی ۴۵/۳ درصد دارای تحصیلات لیسانس بوده و پس از آن مقاطع فوق لیسانس، دیپلم و فوق دیپلم به ترتیب بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده اند. همچنین هیچ یک از شرکت کنندگان در مطالعه پیمایشی مذکور متعلق به مقطع تحصیلی دکتری نبوده است.

جدول شماره ۳. سطح تحصیلات پاسخگویان

سطح تحصیلات	فراوانی	درصد فراوانی نسبی
دیپلم	۷۸	۲۰/۵
فوق دیپلم	۳۲	۸/۴
لیسانس	۱۷۲	۴۵/۳
فوق لیسانس	۹۸	۲۵/۸
دکتری	-	۰
جمع کل	۳۸۰	۱۰۰ درصد

جایگاه اینترنت و شبکه های اجتماعی اینترنتی در میان کاربران

پس از مشخص شدن تفکیک سنی، جنسیتی و سطح تحصیلات کاربران، نخستین شاخص مرتبط با بررسی ارتباط میان شبکه های اجتماعی اینترنتی و روابط اجتماعی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در این بخش ابتدا از کاربران پرسش شده بود در اوقات فراغت خود در مقایسه با سایر فعالیت ها چه میزان وقت خود را به استفاده از اینترنت اختصاص می دهید؟

پس از آن این پرسش مطرح شد که در زمان استفاده از اینترنت چه مدت را صرف حضور در شبکه های اجتماعی می کنید؟

یافته ها نشان داد نزدیک به ۵۰ درصد زنان در مقادیر بالا شامل خیلی زیاد و زیاد در مقایسه با سایر فعالیت های فراغتی از اینترنت استفاده می کنند. این مقدار برای مردان هم نزدیک به پنجاه درصد است. اما حدود ۴۰ درصد زنان و ۲۹ درصد مردان اظهار کردند که میزان استفاده ایشان از اینترنت در مقایسه با سایر فعالیت های اجتماعی در حد متوسط است و تنها بخش اندکی از پاسخگویان (۱۲/۵۵ درصد زنان و ۲۱/۷ درصد مردان) اظهار داشته اند که به میزان کم و خیلی کم در مقایسه با سایر فعالیت های اجتماعی از اینترنت استفاده می کنند بنابراین یافته ها بیانگر نظریه کاستلز در مورد ویژگیهای سیستم جدید ارتباطات الکترونیک و گسترش قلمرو ارتباط الکترونیکی به کل زندگی بشری است (کاستلز، ۱۳۹۰)؛ چرا که بیشتر اعضای شبکه اجتماعی فیسبوک اظهار داشته اند که در مقایسه با سایر فعالیت های فراغتی بیشتر وقت خود را به استفاده از اینترنت اختصاص می دهند که این امر نشان دهنده ی نفوذ اینترنت به زندگی اجتماعی و تغییر در سبک زندگی کاربران شبکه های اجتماعی اینترنتی است به گونه ای که استفاده از اینترنت در سبد کالای مصرفی اعضای شبکه های اجتماعی اینترنتی جایگاه ویژه ای را به خود اختصاص داده و استفاده اعضای جوامع مجازی از اینترنت در مقایسه با سایر فعالیت های فراغتی در مقادیر بالا و متوسط نسبت به سایر مقادیر کاملاً برتری دارد همچنین داده ها در مورد میزان استفاده پاسخ دهندگان از شبکه های اجتماعی نسبت به سایر پایگاه های اینترنتی نیز بیانگر آن است که ۵۴/۶ درصد مردان و ۵۴/۴ درصد زنان به میزان خیلی زیاد و زیاد وقت خود را به شبکه های اجتماعی اختصاص می دهند

همچنین میزان استفاده مردان ۲۶/۳ درصد و ۲۸/۹ درصد زنان از شبکه های اجتماعی در حد متوسطی است. در این میان تنها ۱۹ درصد مردان و ۱۶/۶ درصد زنان اذعان داشته اند که در مقادیر کم و خیلی کم از شبکه های اجتماعی اینترنتی استفاده می کنند بنابراین می توان گفت میان عضویت و حضور در شبکه های اجتماعی اینترنتی و افزایش ساعات حضور در شبکه های اجتماعی اینترنتی رابطه مثبتی وجود دارد

جدول شماره ۴ . جایگاه اینترنت و شبکه های اجتماعی اینترنتی در میان کاربران

خیلی زیاد		زیاد		تا حدودی		کم		خیلی کم		میزان استفاده از اینترنت و شبکه های اجتماعی
مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن	
۱۲/۱	۲۵/۷	۳۵/۹	۲۳/۷	۳۹/۵	۲۸/۹	۱۰/۳	۱۷/۸	۲/۲	۳/۹	میزان استفاده از اینترنت در مقایسه با سایر فعالیت ها
۱۳/۲	۱۸/۴	۴۱/۲	۳۶/۲	۲۸/۹	۲۶/۳	۱۱/۸	۱۱/۸	۴/۸	۷/۲	میزان استفاده از شبکه های اجتماعی

شبکه های اجتماعی مجازی و روابط اجتماع

در ادامه به این موضوع پرداخته شده که چه رابطه ای میان عضویت و حضور در شبکه های اجتماعی و نمادهای فرهنگی مرتبط با روابط اجتماعی وجود دارد این موضوع یعنی ارتباط میان عضویت و حضور در شبکه های اجتماعی و نماد های عینی مرتبط با روابط اجتماعی از دو منظر نحوه بکار گیری الفاظ و عبارات مرتبط با ادبیات افراد و ایجاد شرایط برقراری ارتباط با جنس مخالف مورد پرسش قرار گرفته است دلیل انتخاب این دو مقوله آن است که کاربران فیسبوک به دلیل عینی بودن این موارد می توانند به راحتی قضاوت خود را در مورد این رابطه بیان کنند .

همانطور که داده ها نشان می دهد در پاسخ به گویه نخست ، $45/2$ درصد زنان و $25/2$ درصد مردان معتقدند عضویت در فیسبوک در مقادیر بالا (کاملاً ، خیلی زیاد و زیاد) این امکان را برای اعضا فراهم ساخته که در شرایط راحت تری نسبت به فضای واقعی با جنس مخالف ارتباط دوستانه برقرار کنند همچنین $20/6$ درصد زنان و $26/5$ درصد مردان بر این باور هستند که عضویت در فیسبوک تا اندازه ای تاثیراتی بر این موضوع دارد . این در حالی است که $24/5$ درصد مردان معتقدند عضویت در فیسبوک هیچ تغییری را در نوع برقراری ارتباط دوستانه ایشان با جنس مخالف نسبت به فضای حقیقی جامعه ایجاد نکرده و در نهایت تنها 14 درصد زنان بر این باور هستند که عضویتشان در فیسبوک فاقد هر گونه تاثیر بر شیوه برقراری ارتباط با جنس مخالف بوده است با توجه به آنکه در جامعه دینی ایران همواره مفهوم حیا برای بانوان مسئله ای مهم تلقی می شود ، آمار مذکور به خوبی بیانگر نوعی تغییر در سبک برقراری ارتباط میان بانوان و جنس مخالف است بانوان که در محیط بیرونی جامعه دارای محدودیت هایی برای برقراری ارتباط با جنس مخالف هستند در جوامع مجازی برخی محدودیتها را کنار گذاشته و رفته رفته به ارتباط صمیمانه با جنس مخالف مبادرت می ورزند طبق تی محاسبه شده ($2T=7$) با بیش از 99 درصد اطمینان می توان گفت که تفاوت میانگین درصد فراوانی دو جنس در این زمینه معنادار است.

بر اساس نظریه دو جهانی شدن عاملی (1388) شاهدیم که فیزیکی _ مجازی شدن ارتباط انسانی ، فیزیکی _ مجازی شدن فرهنگ به معنای جدا شدن فرهنگ از مشخصه

های چسبیده به جغرافیا را به دنبال داشته است و یافته های مذکور به خوبی ارتباط میان عضویت و حضور در شبکه های اجتماعی اینترنتی با شیوه های برقرار ارتباط و روابط اجتماعی را نشان می دهند گویه مطرح شده بعدی به تاثیر شبکه های اجتماعی مجازی بر شیوه بیان و انتخاب نوع الفاظ اعضا می پردازد در حقیقت این گویه بیانگر رابطه ای است که میان عضویت در فیسبوک ، سبک ادبیات و زبان محاوره ای اعضا وجود دارد درحالی که درصد فراوانی مردانی که معتقد هستند عضویت در فیسبوک کاملاً بر شیوه بیان آنها موثر بوده صفر است ، ۱۱ درصد زنان معتقدند عضویت در فیسبوک کاملاً بر نوع زبان محاوره ایشان اثرگذار بوده است در سطوح خیلی زیاد و زیاد نیز در مجموع ۳۰/۶ درصد مردان و ۳۰/۳ درصد زنان معتقدند عضویت در شبکه اجتماعی فیسبوک دارای تاثیراتی بر سبک زبان گزینی ایشان بوده است در این میان تنها ۱۰/۹ درصد مردان و ۶/۶ درصد زنان به طور کلی تاثیر عضویت در شبکه اجتماعی فیسبوک و شیوه بیان و انتخاب الفاظ را انکار کرده اند آمار همچنین بیانگر وجود ارتباط در سطوح مختلف میان عضویت در شبکه های اجتماعی اینترنتی و روابط اجتماعی است. تی محاسبه شده $(2T =)$ نشان می دهد با بیش از ۹۵ درصد اطمینان $(Sig = /04)$ می توان گفت بین دو جنس ، تفاوتی معنادار است و حاکی از تصادف نیست .

اما نگاهی به گویه های مطرح شده بیانگر آن است که حضور در شبکه های اجتماعی اینترنتی همان گونه که عاملی می گوید فرصت های بی مانندی را برای دنبال کردن فعالانه و متعامل پروژه های مرتبط با هویتی که استفاده از آنان غیر ممکن و حتی باور نکردنی است ، ارائه کرده (عاملی ، ۱۳۸۸) و میان عضویت و حضور در شبکه های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی افراد در جهان واقعی شاهد وجود نوعی ارتباط هستیم .

از سوی دیگر ، یافته های پیمایش به خوبی بیانگر فرایند فیزیکی _ مجازی شدن (عاملی ، ۱۳۸۸) به نحوی است که افراد به صورت شبانه روزی در معرض ارتباطات تازه هستند و با جهان اجتماعی و در پی آن با ارزش ها ، هنجارها ، آئین ها و امور تازه ای مواجه و آشنا می شوند .

جدول شماره ۵. بررسی رابطه میان عضویت در شبکه اجتماعی فیسبوک و روابط اجتماعی

فعالیت ها		خیلی زیاد		زیاد		تا حدودی		کم		خیلی کم	
مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن
۱۸/۴	۱۰/۹	۲۶/۸	۱۴/۳	۲۰/۶	۲۶/۵	۲/۲	۲۰/۴	۳۲	۲۷/۹	تا چه اندازه شبکه های اجتماعی این امکان را برای شما فراهم ساخته تا در شرایط راحت تری نسبت به فضای واقعی با جنس مخالف ارتباط دوستانه برقرار کنید؟	
۲۴/۵	۳/۴	۱۵/۸	۲۷/۲	۱۴/۵	۲۱/۱	۱۰/۵	۱۸/۴	۲۹	۲۹/۹	به نظر شما نوع بیان و الفاظ شما تا چه اندازه تحت تاثیر عضویت در شبکه های اجتماعی بوده است؟	

بنا بر این یافته های مذکور بیانگر آن است که رابطه ای جدی میان عضویت در شبکه های اجتماعی اینترنتی و روابط اجتماعی وجود دارد. همچنین یافته های گذشته نشان

داد رابطه‌ی میان عضویت و حضور در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی با روابط اجتماعی دارای ارتباط معنادار است و نباید از آن غفلت کرد. درک ارتباط میان عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی اعضا اعم از سبک زندگی واقعی و مجازی نکته‌ای تامل برانگیز است که می‌توان از آن به عنوان فرصتی برای ترویج سبک زندگی بومی بهره‌گرفت.

نتیجه‌گیری

امروزه با گسترش کارکردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات شاهد تغییراتی چشمگیر در ابعاد مختلف زندگی انسان‌ها هستیم تغییراتی که در نگاهی کلان، منجر به تغییر روابط اجتماعی انسان عصر جامعه اطلاعاتی شده است. ایجاد جوامع مجازی به عنوان آخرین دستاورد وب ۲ توانسته کارکردهای گوناگون فناوری اطلاعات و ارتباطات را با زندگی اجتماعی افراد گره زند و به دو شکل منجر به تغییر روابط اجتماعی افراد شود. اینکه افزایش ساعات استفاده از اینترنت و گشت و گذار در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، نتیجه‌ی مستقیم ایجاد چنین جوامعی است و دیگر اینکه تغییر نحوه زندگی افراد در ارتباط با شیوه برقراری رابطه با جنس مخالف، ادبیات گفتاری اعضا و... ناشی از تأثیرات جوامع مجازی است جوامعی که به ظاهر مانند جامعه حقیقی عمل می‌کنند با این تفاوت که هویت حقیقی اعضا در نگاه اول مجهول است. اما همین هویت‌ها توانسته‌اند تا اندازه‌ی زیادی بر زندگی سایر اعضا اثر گذار باشند و حتی ادبیات گفتاری و نحوه حضور دیگران در فضای مجازی را تحت تأثیر قرار دهند شاید زمانی که برای نخستین بار پدیده شبکه‌های اجتماعی اینترنتی در ایران ظهور پیدا کرد، کسی فکر نمی‌کرد روزی همین شبکه‌های اجتماعی با اعضای که اثبات هویت واقعی شان در فضای مجازی عملی دشوار است به منبعی برای تأثیر گذاری بر جامعه ایرانی تبدیل شوند انجام این مطالعه که در قالب نظر سنجی از طریق پیمایش اینترنتی انجام شد بیانگر این مطلب است که میان شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و روابط اجتماعی ارتباطی وجود دارد که نباید از آن چشم‌پوشی کرد.

سنجش میزان استفاده از اینترنت در مقایسه با سایر فعالیتهای فراغتی در میان اعضای فیسبوک نشان داد اعضا تمایل زیادی برای استفاده از اینترنت در مقایسه با سایر فعالیتهای فراغتی دارند این میزان برای زنان اندکی بیشتر از مردان است از سوی دیگر از

میان کسانی که اینترنت را به سایر فعالیتهای فراغتی ترجیح می دهند درصد قابل توجهی از افراد (بیش از نیمی از آنان) بیشتر وقت خود را به استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی می گذرانند . این میزان در میان زنان و مردان مشابه است . همچنین بررسی رابطه میان شبکه های اجتماعی اینترنتی با روابط اجتماعی از ابعاد مختلف نیز نتایج قابل توجهی را در برداشت ، در بخش نخست ، داده های پژوهش حاکی از آن بود که جوامع مجازی باعث شده تا روابط با جنس مخالف در میان اعضا نسبت به جامعه بیرونی فزونی داشته باشد که البته این موضوع جای تامل دارد و لازم است به عنوان یکی از چالشهای مرتبط با موضوع عفاف مورد مطالعه قرار گیرد . در بخش دوم با بررسی تاثیر عضویت در فیسبوک بر شیوه بیان و انتخاب الفاظ ملاحظه شد که تقریباً یک سوم اعضا در مقادیر بالا به پذیرش تاثیرات داشته اند . در این سطح هم زنان بیش از مردان تاثیر پذیرفته اند .

بر همین اساس پژوهش مذکور نشان داد رابطه ای جدی میان عضویت در شبکه های اجتماعی اینترنتی و روابط اجتماعی وجود دارد : کاستلز معتقد است شبکه های اجتماعی اینترنتی « سیستمی است که در آن خود واقعیت (وجود مادی _ نمادین مردم) کاملاً در متنی از تصاویر مجازی و در جهانی واقع نما غرق شده که در آن چیزهایی که بر روی صفحه ظاهر می شوند فقط تصاویری نیستند که تجربه از طریق آنها منتقل می شود ، بلکه خود به تجربه تبدیل می شوند » (کاستلز ، ۱۳۹۰ : ۴۳۲) .

در نهایت با توجه به مطالب ذکر شده و نتایجی که طی تجزیه و تحلیل آمار مختلف بدست آوردیم نتیجه می گیریم که میزان استفاده از اینترنت و فضای مجازی به ویژه شبکه های اجتماعی در روابط اجتماعی افراد در جامعه تاثیرگذار بوده تا جایی که گاهی اوقات زندگی واقعی جای خود را به زندگی مجازی داده و روابط اجتماعی در قالب فضای مجازی و گاهی در قالب هویت های غیر واقعی شکل می گیرد که این خود نیز بر کاهش سطح روابط اجتماعی افراد در فضای واقعی تاثیر گذار است

منابع :

- رضایی بایندر ، محمد رضا (۱۳۸۱) هویت فردی و فرهنگی در عصر ماهواره و ارتباطات جهانی : فصل نامه پژوهش و سنجش : شماره ۳۱ تابستان
- صدیق ، بنایی ؛ (۱۳۸۷) آشنایی با شبکه های اجتماعی ؛ اینترنتی ؛ تهران ؛ مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ای روزنامه
- عاملی ؛ س . ر (۱۳۸۸) شبکه های علمی مجازی ، تهران : پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی
- عقیلی ، وحید (پاییز ۱۳۸۸) و دیگران ، ظهور رادیو دیجیتال در ایران ؛ فرصت ها و تهدیدها . در فصلنامه پژوهش های ارتباطی ، سال شانزدهم ، شماره ۳ ، پیاپی ۵۹ .
- عقیلی ، سید وحید و باستی ، حمدالله (زمستان ۱۳۸۹) موانع مشارکت اجتماعی و راه های تقویت آن در رادیو . در فصلنامه پژوهش های ارتباطی . سال هفدهم شماره ۴ ، پیاپی ۶۴ .
- کاستلز ، م (۱۳۹۰) عصر اطلاعات ، اقتصاد ، جامعه و فرهنگ (ظهور جامعه شبکه ای) ، مترجم : احمد علیقلیان و افشین خاکباز ، چاپ هفتم ، تهران : انتشارات طرح نو .
- معتمد نژاد ، کاظم (۱۳۸۳) . وسایل ارتباط جمعی . تهران : دانشگاه علامه طباطبایی ، چاپ چهارم
- نایی ، ه (۱۳۸۲) پیمایش در تحقیقات اجتماعی ، تهران : نشر نی ، چاپ سوم .
- ولمن ، ب . و کوان هاس ، آ (۱۳۸۵) ((شبکه های اجتماعی ، مشارکت و تعهد اجتماعی)) ، ترجمه شیرزاد فلاح آزاد ، نشریه فرهنگ و فناوری
- 10. Babbie, E. R. (1973) Survey research methods, Belmont, CA :
Wadsworth
- 11. [http:// support.day.ir/kb/whatssocialnetwork](http://support.day.ir/kb/whatssocialnetwork)