

بررسی رابطه فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی در دوره های زمانی خاص با میزان تولید محتوا در این شبکه ها

سیدرضا جعفری پورزارع^۱

نازنین ملکیان^۲

چکیده

پژوهش حاضر، با هدف "بررسی رابطه فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی در دوره های زمانی خاص با میزان تولید محتوا در این شبکه ها" صورت گرفته است. روش تحقیق پیمایشی و ابزار اندازه-گیری پرسشنامه است که پس از توزیع پرسشنامه ها، جداول توصیفی و استنباطی از طریق نرم افزار SPSS به دست آمده و تحلیل شد. جامعه آماری تمام دانشجویان دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق است. در این مقاله از نمونه گیری طبقه‌ای استفاده شده است. یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد؛ در فرضیه اول "میان میزان استفاده از اینترنت و میزان تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی" میزان همبستگی برابر با $0/133$ و درجه آزادی سطح معناداری آن برابر ۸ با سطح معناداری $0/02$ است. از آنجاییکه میزان سطح معناداری از $0/05$ کمتر است. لذا فرضیه اول تأیید می شود.

در فرضیه دوم "میان دوره زمانی و شرایط اجتماعی و سیاسی جامعه و میزان تولید محتوای شبکه های اجتماعی" میزان آماره خی دو برابر $18,500$ و درجه آزادی آن برابر ۶ با سطح معناداری $0/05$ است. چون میزان سطح معناداری از $0/01$ کمتر است. لذا فرضیه دوم با 99% اطمینان و 1% خطا تأیید می شود؛

در فرضیه سوم " میان فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی و میزان تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی" میزان آماره خی دو برابر $8,233$ و درجه آزادی آن برابر ۸ با سطح معناداری $0/411$ است. چون میزان سطح معناداری از $0/05$ بیشتر است لذا فرضیه سوم تأیید نمی‌شود؛

^۱ کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی

^۲ نویسنده و مسئول مکاتبات) عضو هیات علمی گروه علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق

nz.malekian@gmail.com

مقدمه

دلیل اهمیت مطالعه شبکه‌های اجتماعی جایگاهی است که این شبکه‌ها امروزه در میان کاربران اینترنت یافته، باعث جذب بسیاری از کاربران شده و عملاً شبکه‌ها را به بخشی از زندگی روزانه آنها بدل کرده است. حتی اگر این عضویت به معنی فعال بودن این کاربران نباشد، عضویت در این سایت‌ها نشان دهنده نوعی دگرگونی در تعاملات اجتماعی افراد از طریق برهم خوردن نظم حوزه خصوصی و عمومی آنهاست. (خلقتی، ۱۳۸۹، ۱۱)

رشد و گسترش شبکه جهانی وب، دسترس پذیری به همه اشکال مختلف اطلاعاتی اعم از متن و فایل‌های صوتی و تصویری و گرافیکی متنوع را برای همه کاربران به راحتی میسر کرده است. در این میان انتشار برخی اطلاعات با محتوای هرزه نگاری، ترویج خشونت و ترور، افشای اطلاعات خصوصی افراد حقیقی و حقوقی، تجارت مواد مخدر، و موارد مشابه که دسترسی به آنها در شبکه اینترنت به آسانی صورت می‌گیرد، دولتها و مقامات مسئول را بر آن داشته است تا کنترل و نظارت بیشتری تا حد مسدود کردن دسترسی به پایگاه‌های مخرب و برخورد قضایی و قانونی با گردانندگان آنها اعمال نمایند که در اصطلاح رایانه ای به آن "فیلترینگ" گفته می‌شود. این موضوع با توجه به نگرش‌های خاص فرهنگی و اجتماعی حاکم بر فرهنگ جوامع مختلف متفاوت است.

فیلترینگ هم از محدود کردن دسترسی کاربران [اینترنت](#) به [وب‌گاه‌ها](#) و خدمات اینترنتی که از دیدگاه متولیان فرهنگی و سیاسی هر کشور برای مصرف عموم مناسب نیست. (مولایی، محمد مهدی، ۱۳۸۵، ۱۲۴)

با توجه به اهمیت این مسئله، مقاله حاضر بر آن شده است تا بررسی نماید آیا فیلتر شدن شبکه های اجتماعی در دوره زمانی و شرایط اجتماعی و سیاسی جامعه در تولید محتوای شبکه های اجتماعی تاثیری دارد.

طرح مساله

در ایران شبکه‌های اجتماعی مختلفی فعالیت می‌کنند. برخی از این شبکه‌ها داخلی و برخی نسخه‌های خارجی هستند. برای مثال، عضویت ایرانی‌ها در فیسبوک، یا توئیتر در چند سال اخیر علیرغم فیلتر شدن آنها بسیار چشم گیر است. در دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران توجه ویژه‌ای به فیسبوک معطوف شد و این شبکه علاوه بر کارکردهای ارتباطی، کارکردهای سیاسی و اجتماعی خاص خود را یافت؛ به نحوی که بسیاری از کاربران ایرانی در

این ایام و برای اولین بار عضویت در یک شبکه اجتماعی را تجربه کردند. در همین دوره بود که فیسبوک در ادبیات سیاسی ایران وارد شد و در عناوین و موضوعات پژوهشی به آن توجه ویژه ای شد. (خلقتی، ۱۳۸۹، ۱۲)

به نظر می رسد فیلترینگ از جمله مباحث پایان ناپذیر در عرصه اطلاع رسانی آنلاین باشد که نظرات و چالش های مختلفی را در پی داشته است. انتشار برخی اطلاعات مخرب در وب و آسانی دسترسی به این گونه اطلاعات، لزوم کنترل انتشار اطلاعات را ایجاب می کند. به این منظور در هر جامعه ای، بسته به نوع نگرشهای موجود در آن نسبت به امر فیلترینگ، استفاده از نرم افزارهای کنترل دسترسی به محتوای وب کاربرد دارند. با توجه به نگرش خاص مذهبی و سیاسی در ایران، استفاده از نرم افزارهای فیلترینگ و کنترل محتوای وب امری اجتناب ناپذیر است.

هدف پژوهش

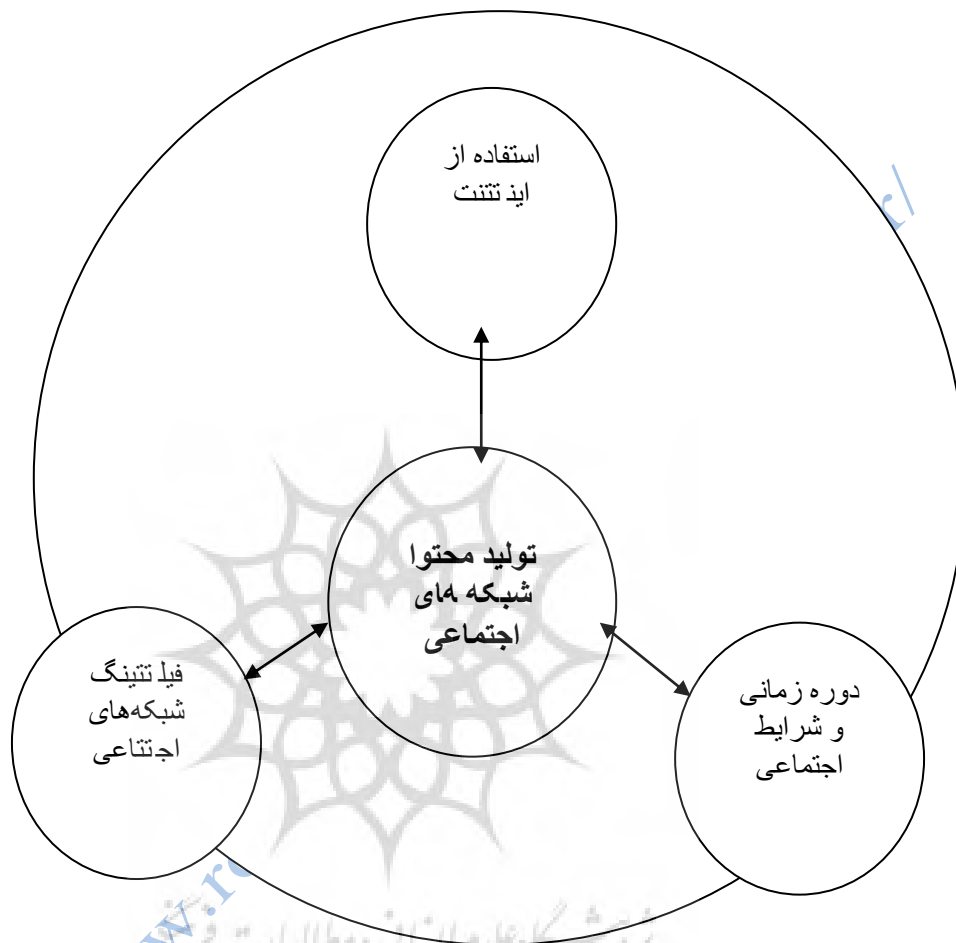
هدف اصلی این تحقیق، بررسی رابطه استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی با میزان تولید محتوا در این شبکه ها است و اهداف دیگری مانند:

۱. بررسی رابطه میزان استفاده از اینترنت با میزان تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی
۲. بررسی رابطه فیلترینگ شبکه های اجتماعی با میزان تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی
۳. بررسی دوره زمانی و شرایط اجتماعی جامعه با میزان تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی مورد توجه بوده است.

فرضیه های پژوهش

- میان استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی با میزان تولید محتوا در این شبکه ها رابطه وجود دارد و فرضیات دیگری مانند:
۱. میان میزان استفاده از اینترنت و میزان تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی رابطه وجود دارد.
 ۲. میان دوره زمانی و شرایط اجتماعی و سیاسی جامعه و میزان تولید محتوای شبکه های اجتماعی رابطه وجود دارد.
 ۳. میان فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی و میزان تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی رابطه وجود دارد.
- بررسی شده است.

مدل تحقیق



چهارچوب نظری تحقیق

مقاله حاضر به بررسی رابطه فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی در دوره های زمانی خاص با میزان تولید محتوا در این شبکه ها می‌پردازد نظریه‌های " حوزه عمومی " و " استفاده و رضامندی " استفاده خواهد شد. در ادامه به هریک از این نظریه ها پرداخته می شود.

حوزه عمومی

هابرماس مدرنیته را پروژه‌ای ناتمام می‌داند که در صورت تلاش و کسب موفقیت انسان در به کمال رساندن آن، سرنوشت و آینده‌ای مثبت در انتظار جامعه بشری خواهد بود. وی رمز این موفقیت را در ارتباط جست و جو کرده و شاه‌کلید آن را کنش ارتباطی انسان معرفی می‌کند. هابرماس در مقام پاسخ‌گویی به این سؤال که حال چگونه می‌توان این‌گونه کنش (کنش ارتباطی) را ترویج داد؟ مسأله حوزه عمومی را مطرح می‌کند. در واقع وی رهایی از سلطه را در گرو ممکن ساختن کنش ارتباطی دانسته و عرصه عمومی یا حوزه عمومی و یا به‌عبارت دیگر گستره همگانی را پایه‌ای برای این کنش به‌شمار می‌آورد که در صورت بسط و رهایی از هرگونه تحدید می‌تواند فضای ارتباط و گفتگو را مهیا کند.

حوزه عمومی مورد نظر هابرماس همان حوزه سیاست و اجتماع است که افکار عمومی می‌توانند در آن به‌طور آزادانه به گفت و گو بپردازند و به‌عبارت بهتر افراد در حوزه عمومی از طریق مفاهمه و استدلال و در شرایطی عاری از هر گونه فشار، اضطراب یا اجبار دورنی یا بیرونی و بر مبنای آزادی و آگاهی تعاملی و در شرایط برابر برای تمام طرف‌های مشارکت‌کننده در حوزه مذکور، مجموعه‌ای از رفتارها، مواضع و جهت‌گیری‌های ارزشی و هنجاری را تولید می‌کنند که در نهایت به‌صورت ابزاری مؤثر برای اثرگذاران بر رفتار و عملکرد دولت به‌ویژه در عقلانی کردن قدرت دولتی عمل می‌کنند. حداقل تصور از این حوزه همان بحث آزاد و باز بوده که در آن تصمیم‌گیری به‌وسیله استدلال عقلانی صورت می‌پذیرد و به‌عبارت دیگر گستره همگانی فضای اظهارنظر، مکالمه و بحث چارچوبی در مسایل همگانی به‌صورتی است که هر کس بالقوه حق و قدرت شرکت در این فضا را دارد و هیچ کس را امتیازی نسبت به دیگران در این فضا نیست. (رزاقی افشین، پیشین، ص ۲۴ و مهدوی، محمدصادق و مبارکی، محمد؛ پیشین، ص ۳)

نانسی فریزر (Nancy Fraser ۱۹۹۲) مفهوم حوزه عمومی هابرماس را به اختصار این‌گونه توصیف کرده است: «این مفهوم، تئاتری را در جوامع مدرن مشخص می‌کند که در آن مشارکت سیاسی از طریق گفتگو اجرا می‌شود. حوزه عمومی فضایی است که در آن شهروندان

درباره امور مشترکشان گفت و گو می‌کنند و از این رو عرصه نهادینه کنش متقابل گفتگویی است.» (کیویسیو، پیتز؛ پیشین، ص ۱۱۱-۱۱۰).
شایان ذکر است که به لحاظ تاریخی، مهم‌ترین نقش را در گستره همگانی، نشریه‌ها و روزنامه‌ها داشته‌اند. (رزاقی، افشین؛ پیشین، ص ۲۴)

نظریه استفاده و رضامندی

نظریه استفاده و رضامندی ضمن فعال انگاشتن مخاطب، بر نیازها و انگیزه‌های وی در استفاده از رسانه‌ها تأکید می‌کند و بر آن است که ارزشها، علایق و نقش اجتماعی مخاطبان مهم است و مردم براساس این عوامل آنچه را می‌خواهند ببینند و بشنوند، انتخاب می‌کنند. پرسش اساسی نظریه استفاده و رضامندی این است که چرا مردم از رسانه‌ها استفاده می‌کنند و آنها را برای چه منظوری به کار می‌گیرند؟ پاسخی که داده می‌شود این است که مردم برای کسب راهنمایی، آرامش، سازگاری، اطلاعات و شکل‌گیری هویت شخصی، از رسانه‌ها استفاده می‌کنند. (مهدی زاده، ۱۳۸۹، ۷۲)

بر اثر نظریه استفاده و رضامندی تغییر کاملاً قاطعی در کیفیت توجه به مخاطب روی داد. این نظریه خط بطلان بر کلیه نظریه‌های مربوط به اثرات رسانه کشید. مخاطب را فعال فرض کرد؛ به طوری که خودش براساس نیازها انتخاب و گزینش می‌کند. کاتز استدلال کرد که حوزه‌ای که در ارتباطات مشرف به موت است، مطالعه ارتباط جمعی تحت عنوان متقاعدسازی است. کاتز پرسش مردم با رسانه‌ها چه می‌کنند؟ را جایگزین پرسش رسانه‌ها با مردم چه می‌کنند؟ کرد. او نشان داد که افراد مختلف می‌توانند از پیام‌های ارتباط جمعی مشابه برای اهداف خیلی متفاوت استفاده کنند. (سورین و تانکارد، ۱۳۸۴، ۳۲۱-۳۲۵)

پیشینه تحقیق

رضایی، آسیه "شبکه‌های اجتماعی و جنبش‌های خاورمیانه و شمال آفریقا: مطالعه موردی شبکه اجتماعی فیس‌بوک و جنبش‌های اجتماعی مصر و تونس" پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهراء، ۱۳۹۲

رضایی، در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود با مطالعه شبکه‌های اجتماعی مجازی و کشورهای شمال آفریقا و خاورمیانه که جنبش‌اجتماعی در آنها رخ داده بود، شبکه اجتماعی فیس‌بوک و کشورهای مصر و تونس برای مطالعه موردی انتخاب شدند و روابط فعالان جنبش و نقش آنها در جریان گسترش اطلاعات جنبش‌های اجتماعی مصر و تونس، در شبکه اجتماعی فیس‌بوک، با رویکرد شبکه‌های کل مورد مطالعه قرار گرفت. این پژوهش با استفاده از دو روش مردم‌نگاری

مجازی و تحلیل شبکه‌های اجتماعی انجام شده است. از بین ۲۶ گروهی که در زمینه جنبش‌های اجتماعی مصر و تونس فعال بودند، گروه الاتحاد بین مصر و تونس جهت مطالعه موردی انتخاب شد. این گروه ۲۴۷ نفر عضو دارد و شبکه روابط اعضای گروه حدود ۲۰۳۰۶ رابطه را در برمی‌گیرد. با توجه به حجم ارتباطات موجود، ارتباطات گروه در فاصله زمانی فوریه تا دسامبر سال ۲۰۱۱ استخراج شده و مورد بررسی قرار گرفت. نتایج این پژوهش نشان داد که شبکه اجتماعی فیسبوک در تبادل اطلاعات جنبش مورد استفاده جوانان شهرنشین و عمدتاً تحصیل کرده قرار گرفته است و همچنین در تبادل اطلاعات، مردان فعال‌تر از زنان هستند. بر اساس مشاهدات بحث‌های گروه، بیشترین محتوی در تبادل اطلاعات، محتوای تحولات و وقایع دو کشور بود. روابط آنلاین در شکل‌گیری روابط آنلاین موثر بوده است، به عبارتی اعضای گروه با کسانی روابط آنلاین و تبادل اطلاعات داشتند که از قبل در دنیای واقعی می‌شناخته‌اند. شبکه روابط گروه نشان داد که سازنده گروه، مرکزیت‌ترین عضو شبکه است. سازنده گروه اگر چه در تبادل اطلاعات نقش عمده‌ای ایفا می‌کند و میزان زیادی از اطلاعات از طریق وی در میان اعضا تبادل می‌شود اما او کنترل‌کننده جریان تبادل اطلاعات نیست. بر اساس نتایج به دست آمده، پیوندهای ضعیف توانسته‌اند در برقراری ارتباط بین اعضای مصری و تونسی و تبادل اطلاعات بین آن‌ها موثر باشند.

اسدی، سکینه "نقش شبکه‌های اجتماعی در تحول گستره عمومی در ایران پس از انتخابات دهمین دوره ریاست جمهوری با تأکید بر وبلاگ‌های فارسی زبان"، پایان نامه

کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی، ۱۳۹۰

اسدی در پایان نامه کارشناسی ارشد خود با بررسی نقش وبلاگ‌ها در تحولات پس از انتخابات ریاست جمهوری ۲۲ خرداد ۱۳۸۸ است. ده فرضیه و پنج سوال در این پژوهش مطرح شده است و جامعه آماری، وبلاگ نویسان فارسی که در موضوع‌های مختلف فعالیت داشته‌اند. روش نمونه‌گیری تصادفی جامعه آماری در دسترس است. برای گردآوری داده‌ها، از پرسشنامه ۲۳ سوالی استفاده شده که ۴ سوال اول مربوط به اطلاعات شخصی و ۱۹ سوال آن نیز میزان استفاده از اینترنت و گرایش به مشارکت سیاسی و اجتماعی است. نتایج پژوهش نشان داد که رابطه معناداری بین شبکه‌های اجتماعی و تحول گستره عمومی در ایران پس از انتخابات دهمین دوره ریاست جمهوری وجود دارد.

ابراهیمی، مرضیه "نقش رسانه‌های جدید بر افکار عمومی در روند انتخابات ۱۳۸۸ ریاست جمهوری ایران از دیدگاه کارشناسان و متخصصان علوم ارتباطات اجتماعی با

تکیه بر فیسبوک و یوتیوب"، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز، ۱۳۸۹.

ابراهیمی در پایان نامه کارشناسی ارشد خود نظرات ۱۱۰ نفر از متخصصان و کارشناسان علوم ارتباطات اجتماعی درباره ابعاد مختلف رسانه های جدید مورد پرسش قرار داده است و پاسخ آنها را به این امر در پژوهش منعکس کرده است. هدف از انجام این تحقیق درک کاربردهای سایتهای فیسبوک و یوتیوب در میان کاربران ایرانی است و اینکه مشخص شود چه نوعی از فرصتها و تهدیدهایی را برای کاربران ایرانی به همراه دارند تا میزان رقابت میان رسانه های دهه های گذشته با رسانه های جدید مشخص شود. نتایج تحقیق نشان می دهد که رسانه های جدید نقش چشم گیری در ایجاد تحولات اجتماعی دارند.

نتایج این پژوهش بیانگر قدرت رسانه های جدید در مقابل دیگر وسایل ارتباط جمعی است که تاکنون آنها را در اختیار داشته ایم. همچنین نتایج نشان می دهد که فیلترینگ این رسانه ها تأثیر آنچنانی در تعداد مخاطبان آنها ندارد و کاربران هرکدام به شکلی همچنان دسترسی خود را به این سایت میسر است.

نیری، هومن "شبکه های اجتماعی اینترنتی و مشارکت سیاسی" پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته علوم سیاسی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران، ۱۳۸۹

نیری در پایان نامه کارشناسی ارشد خود تأثیرگذاری شبکه های اجتماعی اینترنتی بر مشارکت سیاسی کاربرانشان در انتخابات دوره دهم ریاست جمهوری در ایران مورد بررسی قرار گرفته است. سوال اصلی تحقیق این است که شبکه های اجتماعی اینترنتی چه تأثیری بر کمیت و کیفیت مشارکت سیاسی دانشجویان در انتخابات ریاست جمهوری دهم داشته است؟ محقق با فرض اینکه شبکه های اجتماعی اینترنتی موجب افزایش مشارکت سیاسی دانشجویان، به ویژه مشارکت سیاسی غیرمتعارف آنان (به عنوان مثال شرکت در تجمعات اعتراضی و یا سازماندهی تجمعات اعتراضی) شده است، تحقیق خود را انجام داده است. در این پژوهش که به روش پیمایش انجام شده، داده ها از طریق پرسشنامه و با جامعه آماری ۳۸۰ نفر از دانشجویان دانشگاه تهران گردآوری شده است.

نتایج تحقیق نشان می دهد که شبکه های اجتماعی بیشتر در جهت افزایش مشارکت سیاسی غیرمتعارف دانشجویان تأثیرگذار بوده اند و به افزایش مشارکت آنان در کنشهای مشارکت جویانه غیرمتعارف اعتراضات به نتایج انتخابات دوره دهم ریاست جمهوری یاری رسانده اند. در چارچوب نظری تحقیق نیز از (فرضیه تقویت) و (فرضیه بسیج) استفاده شده است.

روش تحقیق

انتخاب روش پیمایش در این پژوهش به دلیل ماهیت و موضوع پژوهش است که بررسی رابطه فیلترینگ شبکه های اجتماعی در دوره های زمانی خاص با میزان تولید محتوا در این شبکه ها می پردازد. بنابراین روش تحقیق پژوهش حاضر توصیفی از نوع همبستگی و از نظر هدف کاربردی است.

جامعه آماری

در این بررسی تمام دانشجویان دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد واحد تهران شرق در مقاطع تحصیلی کاردانی، کارشناسی، کارشناسی ارشد جامعه آماری محسوب می شوند که با توجه به روش پژوهش که مبتنی بر جمع آوری اطلاعات از نمونه ای کوچکتر است، نمونه ای از آن انتخاب می شود. تعداد دانشجویان مزبور حدود ۳۲۲۶ نفر است.

حجم نمونه و روش نمونه گیری

برای برآورد حجم نمونه با در اختیار داشتن حجم کل جامعه آماری از فرمول کوکران استفاده شده است.

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

رقم حاصل از فرمول فوق ۳۴۳ نفر است که محقق ۳۵۰ نفر را برای حجم نمونه تشخیص داده است.

در این پژوهش، از نمونه گیری طبقه‌ای استفاده شده است. زیرا نمونه‌گیری طبقه‌ای روشی برای دستیابی به درجه بالاتری از معرف بودن را به دست می‌دهد.

ابزار گردآوری داده‌ها

در پژوهش حاضر پس از تعریف عملیاتی متغیرها و تعیین سطح اندازه‌گیری آنها و تبدیل هر متغیر به پرسش یا پرسش‌های مناسب، پرسشنامه محقق ساخته تدوین شد که مبنای گردآوری اطلاعات از جمعیت نمونه قرار گیرد.

روایی تحقیق

در پژوهش حاضر، برای بررسی اعتبار شاخصها و سوالات از شیوه های اعتبار محتوا استفاده شده است. یعنی با مراجعه به استاد راهنما و اساتید و پژوهشگران حوزه علوم ارتباطات به رفع کاستی‌های پرسشنامه پرداخته شد.

پایایی تحقیق

برای اطمینان از پایایی این پرسشنامه از تعداد ۳۰ پرسشنامه pre test گرفته شد که مقدار ضریب آلفای کرونباخ آن برابری ۰.۸۳٪ محاسبه گردیده است که نشان می دهد پرسشنامه از اعتبار بالایی برخوردار است.

متغیر های مستقل

میزان استفاده از اینترنت
دوره زمانی و شرایط اجتماعی
فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی

متغیر وابسته

تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی

تعریف کاربردی متغیرها

تعریف عملیاتی	نوع متغیر	متغیر
مکان اتصال به اینترنت، مدت زمان استفاده از اینترنت	مستقل	میزان استفاده از اینترنت
دوره زمانی و شرایط اجتماعی اعم از (تأثیر تحولات اجتماعی، سیاسی، فرهنگی منطقه) مذاکرات هسته ای، تحولات سیاسی عربستان و یمن، انتخابات ایران، وقوع اتفاقات اجتماعی ایران) تأثیری در تولید محتوا دارد یا خیر	مستقل	دوره زمانی و شرایط اجتماعی و سیاسی جامعه
طریقه عبور از فیلترینگ	مستقل	فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی
میزان آپلود عکس، متن و فیلم در شبکه‌های اجتماعی	وابسته	تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی

تعریف نظری دوره زمانی و شرایط اجتماعی: به معنی برحه‌هایی از زمان و یا زمان‌های خاصی است و شرایط اجتماعی به این معنی است که جامعه در مواقعی دارای شرایط خاص و مختلفی می‌شود.

تعریف عملیاتی دوره زمانی و شرایط اجتماعی: برای پاسخ به این سوال که آیا دوره زمانی و شرایط اجتماعی اعم از (تأثیر تحولات اجتماعی، سیاسی، فرهنگی منطقه) مذاکرات هسته ای، تحولات سیاسی عربستان و یمن، انتخابات ایران، وقوع اتفاقات اجتماعی ایران) تأثیری در تولید محتوا دارد یا خیر؟

تعریف نظری فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی: به معنی بسته شدن و فیلتر شدن برخی از شبکه‌های اجتماعی مجازی برای عدم دسترسی کاربران به آنها است.

تعریف عملیاتی فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی: در این پژوهش، محقق در می‌یابد آیا فیلتر شدن شبکه‌های اجتماعی تأثیری در تولید محتوا دارد یا خیر و همچنین پاسخگویان برای عبور از فیلترینگ از چه ابزارهایی استفاده می‌کنند.

نتایج توصیفی

جدول ۱ توزیع فراوانی و درصدی پاسخگویان بر حسب آسان و در دسترس بودن استفاده از فیلترشکن

در دسترس بودن فیلترشکن	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
خیلی زیاد	۵۲	۱۴/۹٪	۱۴/۹٪
زیاد	۱۲۱	۳۴/۶٪	۴۹/۴٪
تاحدی	۱۳۵	۳۸/۶٪	۸۸٪
کم	۳۸	۱۰/۹٪	۹۸/۹٪
خیلی کم	۴	۱/۱٪	۱۰۰٪
جمع	۳۵۰	۱۰۰٪	

با توجه به جدول بالا می‌توان گفت ۵۲ نفر معادل ۱۴/۹ درصد خیلی زیاد و ۱۲۱ نفر معادل ۳۴/۶ درصد زیاد و ۱۳۵ نفر معادل ۳۸/۶ درصد تا حدی و ۳۸ نفر معادل ۱۰/۹ درصد کم و نهایتاً ۴ نفر معادل ۱/۱ درصد پاسخ‌گویان به این سوال خیلی کم آسان بودن و در دسترس بودن فیلترشکن را پاسخ داده‌اند. این نشان می‌دهد که اکثریت پاسخگویان تا حدی در دسترس بودن و آسان بودن فیلترشکن را پاسخ داده‌اند.

جدول ۲ توزیع فراوانی و درصدی پاسخگویان بر حسب تأثیر فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی در عدم دسترسی دانشجویان به این سایتها

تأثیر فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی در عدم دسترسی دانشجویان به این سایتها	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
خیلی زیاد	۴۰	۱۱/۴٪	۱۱/۴٪
زیاد	۴۳	۱۲/۳٪	۲۳/۷٪
تاحدی	۹۷	۲۷/۷٪	۵۱/۴٪
کم	۱۰۷	۳۰/۶٪	۸۲٪
خیلی کم	۵۰	۱۴/۳٪	۹۶/۳٪
بدون پاسخ	۱۳	۳/۷٪	۱۰۰٪
جمع	۳۵۰	۱۰۰٪	

با توجه به جدول بالا می‌توان گفت ۴۰ نفر معادل ۱۱/۴ درصد خیلی زیاد و ۴۳ نفر معادل ۱۲/۳ درصد زیاد و ۹۷ نفر معادل ۲۷/۷ درصد تا حدی و ۱۰۷ نفر معادل ۳۰/۶ درصد کم و ۵۰ نفر معادل ۱۴/۳ درصد خیلی کم و نهایتاً ۱۳ نفر معادل ۳/۷ درصد پاسخ‌گویان به این سوال پاسخ

نداده‌اند. این نشان می‌دهد که اکثریت پاسخگویان فیلترشدن شبکه‌های اجتماعی به میزان کم را در عدم دسترسی دانشجویان به این سایتها موثر می‌دانند.

جدول ۳ توزیع فراوانی و درصدی پاسخگویان بر حسب تأثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی اینترنتی در تحولات

تأثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی اینترنتی در تحولات	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
انتخابات ایران	۶۵	۱۸/۶٪	۱۸/۶٪
وقوع اتفاقات مهم اجتماعی و فرهنگی	۴۵	۱۲/۹٪	۳۱/۴٪
تحولات سیاسی کشورهای منطقه (عربستان، یمن، عراق، سوریه و ...)	۸۵	۲۴/۳٪	۵۵/۷٪
وقوع اتفاقات مهم سیاسی و اقتصادی مانند (مذاکرات هسته‌ای و اختلاس)	۱۲۸	۳۶/۶٪	۹۲/۳٪
بدون پاسخ	۲۷	۷/۷٪	۱۰۰٪
جمع	۳۵۰	۱۰۰٪	

با توجه به جدول بالا می‌توان گفت ۶۵ نفر معادل ۱۸/۶ درصد انتخابات ایران و ۴۵ نفر معادل ۱۲/۹ درصد وقوع اتفاقات مهم اجتماعی و فرهنگی و ۸۵ نفر معادل ۲۴/۳ درصد تحولات سیاسی کشورهای منطقه و ۱۲۸ نفر معادل ۳۶/۶ درصد وقوع اتفاقات مهم سیاسی و اقتصادی و نهایتاً ۲۷ نفر معادل ۷/۷ درصد به این سوال پاسخ نداده‌اند. این نشان می‌دهد که اکثریت پاسخگویان، شبکه‌های اجتماعی اینترنتی را در وقوع اتفاقات مهم سیاسی و اقتصادی مانند (مذاکرات هسته‌ای و اختلاس) تأثیرگذار می‌دانند.

جدول ۴ توزیع فراوانی و درصدی پاسخگویان بر حسب میزان اعتماد به مطالب منتشر شده در شبکه‌های اجتماعی

میزان اعتماد به مطالب منتشر شده در شبکه‌های اجتماعی	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
خیلی زیاد	۵	۱/۴٪	۱/۴٪
زیاد	۶۰	۱۷/۱٪	۱۸/۶٪
تاحدی	۱۸۸	۵۳/۷٪	۷۲/۳٪
کم	۶۶	۱۸/۹٪	۹۱/۱٪
خیلی کم	۲۲	۶/۳٪	۹۷/۴٪
بدون پاسخ	۹	۲/۶٪	۱۰۰٪
جمع	۳۵۰	۱۰۰٪	

با توجه به جدول بالا می‌توان گفت ۵ نفر معادل ۱/۴ درصد خیلی زیاد و ۶۰ نفر معادل ۱۷/۱ درصد زیاد و ۱۸۸ نفر معادل ۵۳/۷ درصد تاحدی و ۶۶ نفر معادل ۱۸/۹ درصد کم و ۲۲ نفر معادل ۶/۳ خیلی کم و نهایتاً ۹ نفر معادل ۲/۶ درصد به این سوال پاسخ نداده‌اند. این نشان می‌دهد که اکثریت پاسخگویان تاحدی اعتماد به مطالب منتشر شده در شبکه‌های اجتماعی دارند.

جدول ۵ توزیع فراوانی و درصدی پاسخگویان بر حسب علاقه مند بودن به انتشار مطالب سیاسی در شبکه های اجتماعی

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	علاقه مند بودن به انتشار مطالب سیاسی در شبکه های اجتماعی
%۱۰/۳	%۱۰/۳	۳۶	خیلی زیاد
%۳۳/۴	%۲۳/۱	۸۱	زیاد
%۶۲/۳	%۲۸/۹	۱۰۱	تاحدی
%۸۲/۶	%۲۰/۳	۷۱	کم
%۹۷/۷	%۱۵/۱	۵۳	خیلی کم
%۱۰۰	%۲/۳	۸	بدون پاسخ
	%۱۰۰	۳۵۰	جمع

با توجه به جدول بالا می‌توان گفت ۳۶ نفر معادل ۱۰/۳ درصد خیلی زیاد و ۸۱ نفر معادل ۲۳/۱ درصد زیاد و ۱۰۱ نفر معادل ۲۸/۹ درصد تاحدی و ۷۱ نفر معادل ۲۰/۳ درصد کم و ۵۳ نفر معادل ۱۵/۱ خیلی کم و نهایتاً ۸ نفر معادل ۲/۳ درصد به این سوال پاسخ نداده‌اند. این نشان می‌دهد که اکثریت پاسخگویان تاحدی علاقه‌مند به انتشار مطالب سیاسی در شبکه‌های اجتماعی هستند

جدول ۶ توزیع فراوانی و درصدی پاسخگویان بر حسب دنبال شدن موضوع انتخابات، مذاکرات هسته ای، اتفاقات عربستان و یمن،

اتفاقات فرهنگی و اقتصادی و ... در فیسبوک

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	دنبال شدن موضوع انتخابات، مذاکرات هسته ای، اتفاقات عربستان و یمن، اتفاقات فرهنگی و اقتصادی و ... در فیس بوک
%۷۷/۷	%۷۷/۷	۲۷۲	خیلی زیاد
%۹۱/۴	%۱۳/۷	۴۸	زیاد
%۹۴/۳	%۲/۹	۱۰	تاحدی

کم	۱۷	٪۴/۹	٪۹۹/۱
خیلی کم	۳	۹/۰٪	٪۱۰۰
جمع	۳۵۰	٪۱۰۰	

با توجه به جدول بالا می‌توان گفت ۲۷۲ نفر معادل ۷۷/۷ درصد خیلی زیاد و ۴۸ نفر معادل ۱۳/۷ درصد زیاد و ۱۰ نفر معادل ۲/۹ درصد تاحدی و ۱۷ نفر معادل ۴/۹ درصد کم و ۳ نفر معادل ۰/۹٪ خیلی کم به سوالات پرسشنامه پاسخ داده‌اند. این نشان می‌دهد که اکثریت پاسخگویان خیلی زیاد موضوعات انتخابات، مذاکرات هسته ای، اتفاقات عربستان و یمن، اتفاقات فرهنگی و اقتصادی و ... را در فیسبوک دنبال می‌نمایند.

جدول ۷ توزیع فراوانی و درصدی پاسخگویان بر حسب استفاده از شبکه های اجتماعی به دلیل گفت و گو پیرامون مسائل سیاسی و اجتماعی و فرهنگی

استفاده از شبکه های اجتماعی به دلیل گفتگو پیرامون مسائل سیاسی و اجتماعی و فرهنگی	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
خیلی زیاد	۷۱	٪۲۰/۳	٪۲۰/۳
زیاد	۶۷	٪۱۹/۱	٪۳۹/۴
تاحدی	۶۵	٪۱۸/۶	٪۵۸
کم	۴۶	٪۱۳/۱	٪۷۱/۱
خیلی کم	۶۹	٪۱۹/۷	٪۹۰/۹
بدون پاسخ	۳۲	٪۹/۱	٪۱۰۰
جمع	۳۵۰	٪۱۰۰	

با توجه به جدول بالا می‌توان گفت ۷۱ نفر معادل ۲۰/۳ درصد خیلی زیاد و ۶۷ نفر معادل ۱۹/۱ درصد زیاد و ۶۵ نفر معادل ۱۸/۶ درصد تاحدی و ۴۶ نفر معادل ۱۳/۱ درصد کم و ۶۹ نفر معادل ۱۹/۷ درصد خیلی کم و نهایتاً ۳۲ نفر معادل ۹/۱ درصد به این سوال پاسخ نداده اند. این نشان می‌دهد که اکثریت پاسخگویان خیلی زیاد از شبکه‌های اجتماعی به دلیل گفتگو پیرامون مسائل سیاسی و اجتماعی و فرهنگی استفاده می‌کنند.

نتایج استنباطی

فرضیه اول: میان میزان استفاده از اینترنت و میزان تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی رابطه وجود دارد.

جدول ۸ نتایج همبستگی جهت بررسی رابطه میان میزان استفاده از اینترنت و میزان تولید محتوای شبکه های اجتماعی

همبستگی	مقدار	درجه آزادی	سطح معناداری
اسپیرمن	۰/۱۳۳	۸	۰,۰۲

با توجه به اینکه سطح سنجش متغیرها ترتیبی بوده است از آزمون اسپیرمن استفاده شده است.

میزان همبستگی برابر با ۰/۱۳۳ و درجه آزادی سطح معناداری آن برابر ۸ با سطح معناداری ۰,۰۲ است. چون میزان سطح معناداری از ۰,۰۵ کمتر است لذا فرضیه اول تأیید می شود. بنابراین میان میزان استفاده از اینترنت و میزان تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه دوم: میان دوره زمانی و شرایط اجتماعی و سیاسی جامعه و میزان تولید محتوای شبکه های اجتماعی رابطه وجود دارد.

جدول ۹ نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه میان دوره زمانی و شرایط اجتماعی و سیاسی جامعه و میزان تولید محتوای شبکه های اجتماعی

آزمون	مقدار	درجه آزادی	سطح معناداری	ضریب همبستگی کرامر
خی دو	۱۸,۵۰۰	۶	۰۰۵	۱۸۰

با توجه به اینکه سطح سنجش متغیرها اسمی بوده است از آزمون خی دو استفاده شده است. میزان آماره خی دو برابر ۱۸,۵۰۰ و درجه آزادی آن برابر ۶ با سطح معناداری ۰,۰۵ است. چون میزان سطح معناداری از ۰,۰۱ کمتر است. لذا فرضیه چهارم با ۹۹٪ اطمینان و ۱٪ خطا تأیید می شود؛ بنابراین میان دوره زمانی و شرایط اجتماعی و سیاسی جامعه و میزان تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه سوم: میان فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی و میزان تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی رابطه وجود دارد.

جدول ۱۰ نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه میان فیلترینگ شبکه های اجتماعی و میزان تولید محتوای شبکه های اجتماعی

آزمون	مقدار	درجه آزادی	سطح معناداری
خی دو	۸,۲۳۳	۸	۰,۴۱۱

با توجه به اینکه سطح سنجش متغیرها اسمی بوده است از آزمون خی دو استفاده شده است. میزان آماره خی دو برابر ۸,۲۳۳ و درجه آزادی آن برابر ۸ با سطح معناداری ۰,۰۵ است. چون میزان سطح معناداری از ۰,۰۵ بیشتر است لذا فرضیه پنجم تأیید نمی‌شود؛ بنابراین بین فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی و میزان تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی رابطه معناداری وجود ندارد.

جمع بندی و نتیجه گیری

تحقیق حاضر با هدف " بررسی رابطه فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی در دوره‌های زمانی خاص با میزان تولید محتوا در این شبکه‌ها " انجام گرفته است. که نتایج حاصل از آن به شرح زیر است:

بررسی‌ها نشان داد ۵۸ درصد اظهار کرده‌اند دسترسی آنها به شبکه‌های اجتماعی از طریق فیلترشکن انجام می‌شود همچنین ۴۹/۴ درصد معتقدند که استفاده از فیلترشکن به میزان زیاد و خیلی زیاد برای آنها آسان و در دسترس است و ۵۵/۴ درصد به میزان زیاد و خیلی زیاد از فیلترشکن برای اتصال به شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و ۳۸/۳ درصد از پاسخگویان اظهار کرده‌اند که به میزان زیاد و خیلی زیاد برای اتصال به شبکه‌های اجتماعی از VPN استفاده می‌کنند.

بررسی‌ها نشان داد ۴۴/۹ درصد از پاسخگویان معتقدند فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی به میزان کم و خیلی کمی می‌تواند در عدم دسترسی دانشجویان به این سایتها تأثیر داشته باشد. بررسی‌ها نشان داد ۳۹/۴ درصد از پاسخگویان اظهار کرده‌اند که مهمترین دلیل استفاده آنها از شبکه‌های اجتماعی گفت و گو پیرامون مسائل سیاسی و اجتماعی و فرهنگی به میزان زیاد و خیلی زیادی است

همچنین ۴۱/۴ درصد از پاسخگویان بیشتر مطالبی که در شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌کنند به میزان زیاد و خیلی زیاد محتوای سیاسی دارند و ۹۱/۴ درصد از پاسخگویان معتقدند که موضوع انتخابات و رخدادهای بعد از آن در شبکه فیسبوک به میزان زیاد و خیلی زیادی دنبال شده است. همچنین ۵۷/۴ درصد از پاسخگویان معتقدند که موضوع انتخابات و رخدادهای بعد از آن در شبکه یوتیوب به میزان زیاد و خیلی زیادی دنبال شده است و ۴۰/۹ درصد از پاسخگویان معتقدند که موضوع انتخابات و رخدادهای بعد از آن در شبکه توئیتر به میزان زیاد و خیلی زیادی دنبال شده است.

بررسی‌ها نشان داد ۷۳/۷ درصد از پاسخگویان اعتقاد دارند که شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به عنوان یک منبع اطلاعاتی عمل کنند و ۵۳/۷ درصد از پاسخگویان تا حدی به مطالب منتشر شده در شبکه‌های اجتماعی اعتماد دارند.

بر طبق بررسی‌ها ۳۵/۴ درصد از پاسخگویان علاقه کم و خیلی کمی به انتشار مطالب سیاسی در شبکه‌های اجتماعی دارند و ۳۶/۶ درصد از پاسخگویان شبکه‌های اجتماعی اینترنتی را در وقوع اتفاقات مهم سیاسی و اقتصادی مانند (مذاکرات هسته‌ای و اختلاس) تأثیرگذار می‌دانند. مقاله حاضر در مقایسه با پایان‌نامه‌های موجود به شرح زیر است:

در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خانم آسیه رضایی تحت عنوان "شبکه‌های اجتماعی و جنبش‌های خاورمیانه و شمال آفریقا: مطالعه موردی شبکه اجتماعی فیس‌بوک و جنبش‌های اجتماعی مصر و تونس" نتایج این پژوهش نشان داد که شبکه اجتماعی فیس‌بوک در تبادل اطلاعات جنبش مورد استفاده جوانان شهرنشین و عمدتاً تحصیل‌کرده قرار گرفته است و همچنین در تبادل اطلاعات، مردان فعال‌تر از زنان هستند. بر اساس مشاهدات بحث‌های گروه، بیشترین محتوا در تبادل اطلاعات، محتوای تحولات و وقایع دو کشور بود. روابط آنلاین در شکل‌گیری روابط آنلاین موثر بوده است، به عبارتی اعضای گروه با کسانی روابط آنلاین و تبادل اطلاعات داشتند که از قبل در دنیای واقعی می‌شناخته‌اند. شبکه روابط گروه نشان داد که سازنده گروه، مرکزی‌ترین عضو شبکه است. سازنده گروه اگر چه در تبادل اطلاعات نقش عمده‌ای ایفا می‌کند و میزان زیادی از اطلاعات از طریق وی در میان اعضا تبادل می‌شود اما او کنترل‌کننده جریان تبادل اطلاعات نیست. بر اساس نتایج به دست آمده، پیوندهای ضعیف توانسته‌اند در برقراری ارتباط بین اعضای مصری و تونسی و تبادل اطلاعات بین آن‌ها موثر باشند. و نتیجه تحقیق رضایی نیز این مورد را تأیید می‌نماید.

با توجه به نتیجه فرضیه دوم مقاله حاضر "میان دوره زمانی و شرایط اجتماعی و سیاسی جامعه و میزان تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی" با ۹۹٪ اطمینان و ۱٪ خطا که تأیید شده است؛ بنابراین میان دوره زمانی و شرایط اجتماعی و سیاسی جامعه و میزان تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.

در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خانم سکینه اسدی تحت عنوان "نقش شبکه‌های اجتماعی در تحول گستره عمومی در ایران پس از انتخابات دهمین دوره ریاست جمهوری با تأکید بر وبلاگ‌های فارسی زبان"

هدف از این پژوهش، بررسی نقش وبلاگ‌ها در تحولات پس از انتخابات ریاست جمهوری ۲۲ خرداد ۱۳۸۸ است. جامعه آماری، وبلاگ‌نویسان فارسی که در موضوع‌های مختلف فعالیت

داشته‌اند. نتایج پژوهش نشان داد که رابطه معناداری بین شبکه‌های اجتماعی و تحول گستره عمومی در ایران پس از انتخابات دهمین دوره ریاست جمهوری وجود دارد.

با توجه به نتیجه فرضیه دوم مقاله حاضر " میان دوره زمانی و شرایط اجتماعی و سیاسی جامعه و میزان تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی " با ۹۹٪ اطمینان و ۱٪ خطا که تأیید شده است؛ بنابراین میان دوره زمانی و شرایط اجتماعی و سیاسی جامعه و میزان تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد و همچنین نتیجه تحقیق خانم سکینه اسدی؛ لذا نتیجه می‌گیریم یافته‌های مقاله با یافته‌های تحقیق ایشان همخوانی دارد.

در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خانم مرضیه ابراهیمی تحت عنوان "نقش رسانه‌های جدید بر افکار عمومی در روند انتخابات ۱۳۸۸ ریاست جمهوری ایران از دیدگاه کارشناسان و متخصصان علوم ارتباطات اجتماعی با تکیه بر فیس بوک و یوتیوب"

نتایج این پژوهش بیانگر قدرت رسانه‌های جدید در مقابل دیگر وسایل ارتباط جمعی است که تاکنون آنها را در اختیار داشته‌ایم. همچنین نتایج نشان می‌دهد که فیلترینگ این رسانه‌ها تأثیر آنچنانی در تعداد مخاطبان آنها ندارد و کاربران هرکدام به شکلی همچنان دسترسی خود را به این سایت میسر است.

با توجه به نتیجه فرضیه سوم مقاله حاضر " میان فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی و میزان تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی " رابطه معناداری وجود ندارد. با توجه به یافته تحقیق اینجانب می‌توان گفت ۱۱/۴ درصد خیلی زیاد و ۱۲/۳ درصد زیاد و ۲۷/۷ درصد تا حدی و ۳۰/۶ درصد کم و ۱۴/۳ خیلی کم به سوالات پاسخ داده‌اند. این نشان می‌دهد که اکثریت پاسخگویان کم فیلتر شدن شبکه‌های اجتماعی در عدم دسترسی دانشجویان به این سایتها را موثر می‌دانند. لذا با نتیجه تحقیق ابراهیمی همخوانی دارد.

در پایان‌نامه کارشناسی ارشد آقای هومن نیری تحت عنوان "شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و مشارکت سیاسی" نتایج تحقیق نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی بیشتر در جهت افزایش مشارکت سیاسی غیرمتعارف دانشجویان تأثیرگذار بوده‌اند و به افزایش مشارکت آنان در کنشهای مشارکت جویانه غیرمتعارف اعتراضات به نتایج انتخابات دوره دهم ریاست جمهوری یاری رسانده‌اند.

با توجه به نتیجه فرضیه دوم مقاله حاضر " میان دوره زمانی و شرایط اجتماعی و سیاسی جامعه و میزان تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی " با ۹۹٪ اطمینان و ۱٪ خطا که تأیید شده است؛ بنابراین میان دوره زمانی و شرایط اجتماعی و سیاسی جامعه و میزان تولید محتوای

شبکه‌های اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد و همچنین نتیجه تحقیق آقای هومن نیری؛ لذا نتیجه می‌گیریم یافته‌های این مقاله با یافته‌های تحقیق مذکور همخوانی دارد. از این رو با توجه به مطالب فوق نتیجه می‌گیریم:

بنابراین فرضیه اول " میان میزان استفاده از اینترنت و میزان تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی " رابطه معناداری وجود دارد.

بنابراین فرضیه دوم " میان فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی و میزان تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی " رابطه معناداری وجود ندارد.

بنابراین فرضیه سوم " میان دوره زمانی و شرایط اجتماعی و سیاسی جامعه و میزان تولید محتوای شبکه‌های اجتماعی " رابطه معناداری وجود دارد.

شبکه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر جایگاه قابل توجهی در اینترنت پیدا کرده‌اند و به رده پربیننده‌ترین‌های فضای مجازی راه یافته‌اند. گرایش به سایت‌های شبکه‌های اجتماعی در سراسر دنیا همچنان رو به رشد است.

شبکه‌های اجتماعی با اینکه عمر خیلی زیادی ندارند اما در زندگی روزمره افراد نقش بسیار پررنگی داشته‌اند و بسیاری از کاربران روزانه حداقل یک بار به صفحه شخصی خود در شبکه اجتماعی که عضو هستند سر می‌زنند.

شبکه‌های اجتماعی مختلف، کاربری‌های متفاوت دارند. شبکه‌های اجتماعی خاص کاربران محدودتری دارند ولی شبکه‌های اجتماعی عمومی کاربران زیادی دارند و کاربری‌های متنوعی را نیز در اختیار کاربران قرار می‌دهند و این موجب جذب مخاطبان و استفاده زیاد آنها از سایت می‌شود.

امروزه با توجه به نقشی که تا کنون در ابعاد مختلف زندگی داشته‌اند، نمی‌توان آن‌ها را نادیده گرفت و در آینده نقش و تاثیر بیشتری نیز خواهند داشت.

در کنار همه آثار مثبت شبکه‌های اجتماعی، تصور برخی از پیامدهای منفی آنها و چالش‌هایی که ایجاد نموده‌اند، امری بدیهی است. آنچه مسلم است اینکه به جای برخورد سلبی با این پدیده نوین، بررسی و ریشه‌یابی مشکلات و پیامدهای منفی ناشی از آن و در پیش گرفتن راه‌های اصلاحی، قطعاً نتایج بهتری را در بر خواهد داشت.

پیشنهاد برای محققین بعدی

الف) پیشنهادهای نظری

درباره چالش‌های شبکه‌های اجتماعی در ایران پژوهش شود.

محققان دیگر در خصوص اینکه افکار عمومی در شبکه‌های اجتماعی به چه می‌اندیشند تحقیق کنند.

نظرسنجی از جوانان پیرامون حوزه‌های دیگر رسانه‌های اجتماعی انجام شود.

(ب) پیشنهادهای کاربردی

میزان استقبال جوانان از شبکه‌های اجتماعی از سوی دیگر دانشجویان و محققان انجام شود. تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر رویدادهای مختلف اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و غیره بررسی شود.

تحلیل محتوای مطالب تولیدشده در شبکه‌های اجتماعی توسط دیگر محققان انجام شود. محققین در جهت استفاده از شبکه‌های اجتماعی ایرانی به جای استفاده جوانان از شبکه‌های غیر ایرانی فعالیت نمایند.

در زمینه تأثیر فیلترینگ کار دسترسی شبکه‌های اجتماعی بر جوانان تحقیق نمایند. ایجاد و راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی سالم و مفید برای مبارزه با شبکه‌های اجتماعی مخرب؛ نظارت کارشناسانه و مستمر بر فضای جوامع مجازی و برنامه‌ریزی برای آینده

منابع

۱. ابراهیمی، مرضیه "نقش رسانه‌های جدید بر افکار عمومی در روند انتخابات ۱۳۸۸ ریاست جمهوری ایران از دیدگاه کارشناسان و متخصصان علوم ارتباطات اجتماعی با تکیه بر فیس‌بوک و یوتیوب"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز، ۱۳۸۹.
۲. اسدی، سکینه "نقش شبکه‌های اجتماعی در تحول گسترده عمومی در ایران پس از انتخابات دهمین دوره ریاست جمهوری با تأکید بر وبلاگ‌های فارسی زبان"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی، ۱۳۹۰.
۳. خلقتی، مرضیه "اطلاع‌رسانی کتاب از طریق رسانه‌های اجتماعی" ۱۳۸۹، فصلنامه کتاب مهر، شماره ۱، ۱.

۴. رضایی، آسیه "شبکه‌های اجتماعی و جنبش‌های خاورمیانه و شمال آفریقا: مطالعه موردی شبکه اجتماعی فیس‌بوک و جنبش‌های اجتماعی مصر و تونس" پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهراء، ۱۳۹۲
۵. سورین، ورنر و تانکارد، جیمز "نظریه های ارتباطات"، ترجمه علیرضا دهقان، انتشارات دانشگاه آزاد، ۱۳۸۴
۶. کاستلز، مانوئل "عصر اطلاعات: ظهور جامعه شبکه ای"، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران، انتشارات طرح نو، جلد اول، ۱۳۸۰
۷. محسنی، منوچهر "جامعه شناسی جامعه اطلاعاتی"، تهران، دیدار، ۱۳۸۰
۸. مک کی، هیو، با همکاری میلیز، وندی و رینولدز، پال "تحقیق در جامعه اطلاعاتی"، ترجمه رامین کریمی‌مان، تهران، دفتر مطالعات و توسعه رسانه ها، ۱۳۸۶
۹. مهدیزاده، سیدمحمد "نظریه های رسانه: اندیشه های رایج و دیدگاه های انتقادی"، تهران، انتشارات همشهری، ۱۳۸۹
۱۰. نیری، هومن "شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و مشارکت سیاسی" پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته علوم سیاسی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران، ۱۳۸۹