

## شناخت و طبقه‌بندی آسیب‌های اجتماعی معطوف به شبکه‌های اجتماعی با رویکرد فراترکیب

محسن نیازی\*

حسن پیری\*\*، علی فرهادیان\*\*\*

### چکیده

امروزه بررسی آسیب‌های اجتماعی معطوف به شبکه‌های اجتماعی مورد توجه بسیاری از محققان قرار گرفته است. هدف این پژوهش آن است که آسیب‌های اجتماعی معطوف به شبکه‌های اجتماعی را شناسایی و طبقه‌بندی کند. به همین دلیل با استفاده از روش فراترکیب، نتایج پژوهش‌های پیشین مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. از سال‌های ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۶ از بین ۱۶۱ مقاله، در نهایت ۵۶ مقاله برای تجزیه و تحلیل انتخاب شدند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که مهمترین آسیب‌های اجتماعی ناشی از مصرف شبکه‌های اجتماعی عبارتند از: واقعیت‌زدایی، عادی‌سازی بی‌اخلاقی، تقویت/ تضعیف‌سازی سرمایه اجتماعی، افزایش اضطراب و نگرانی، افشاگری، تقویت/ تضعیف‌سازی عواطف، تقویت/ تضعیف‌سازی دموکراسی، فاصله‌گیری از تجارب فرهنگی، تقویت رفتارهای پرخطر، فراجنسیت‌گرایی، میل به ابراز وجود، جلوه‌گری خود ایده‌آل، سیالیت ارتباطات، دگردیسی هویتی، صمیمیت‌زدایی و تهدیدهای قومی.

**کلیدواژه‌ها:** طراحی نظام، آسیب‌های اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی، فراترکیب.

\* استاد گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کاشان، niazim@kashanu.ac.ir  
\*\* دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی مسائل اجتماعی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه کاشان (نویسنده مسئول)،

hpiri.1367@gmail.com

\*\*\* دکترای گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه کاشان، Farhadian48@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۶/۱۲، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۹/۱۱

Copyright © 2018, IHCS (Institute for Humanities and Cultural Studies). This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International, which permits others to download this work, share it with others and Adapt the material for any purpose

## ۱. مقدمه و بیان مسئله

رسانه‌ها در دنیای معاصر به عنوان ابزاری قدرتمند شناخته شده‌اند که نقشی قدرتمند بر مخاطب دارند و نادیده گرفتن آن‌ها پیامدهای متفاوت و گاه متعارضی را بر روی مخاطبان نشان به همراه دارد. رسانه‌های الکترونیکی و دیجیتالی و در رأس آن‌ها شبکه‌های اجتماعی و مجازی به مراتب حضور فعال‌تری در بین توده‌های مردم ایفا می‌کنند. امروزه استفاده از رسانه‌های اجتماعی بین عموم مردم به امری روزمره تبدیل شده است. رسانه‌های اجتماعی مجازی، فرصت معرفی، بروز ویژگی‌های شخصیتی و ارتباط با دیگران و حفظ آن را به افراد می‌دهد (بوید، ۲۰۰۸: ۲۳۰). این شبکه‌ها توانایی تغییرات بنیادی چه در شکل فردی و چه در شکل روابط اجتماعی را برای هر فرد فراهم می‌کند (الیسون و همکاران، ۲۰۰۹: ۶). شبکه‌های اجتماعی فقط اثرات منفی ندارند و می‌توان با استفاده از آن‌ها در فرایند آموزشی و یا درمانی، از آن‌ها به طور مؤثر استفاده کرد (دیدار و دیگران، ۲۰۰۳: ۱۱۶۵-۱۱۵۷). تأثیر بالقوه اشکال جدید فناوری اطلاعات و ارتباطات با همه جنبه‌های جامعه، از خانه گرفته تا کار، از آموزش گرفته تا فراغت، از شهروندی گرفته تا مصرف‌گرایی و از سطح محلی تا جهانی در ارتباط هستند (ایونگ استون، ۲۰۰۲: نقل از کلاتری و حسنی، ۱۳۸۷). خطر رسانه‌های جدید در این نیست که وسیله‌ای است برای ساختن و وقت‌گذرانی و تفریح، بلکه در این است که بخواهد مقولات اساسی نظیر علم و سیاست و دین و مذهب و تاریخ و فرهنگ و اخبار با ایدئولوژی را به صورت سرگرمی اشاعه دهد (پستمن، ۱۳۷۸). رسانه‌های اجتماعی ممکن است انواعی از نیازها را برطرف کنند. نیازهای مختلف با توجه به شخصیت، زمینه و نقش‌های اجتماعی، متغیر می‌باشد (چندلر، ۱۹۹۴: ۸۵). با توجه به اینکه رسانه‌های اجتماعی بخاطر برطرف کردن نیازها یا یک نیاز بخصوص، توسط افراد مورد استفاده قرار می‌گیرد، در این تحقیق در پی شناسایی آسیب‌های اجتماعی ناشی از مصرف شبکه‌های اجتماعی و طبقه‌بندی آن‌ها هستیم. با توجه به پیچیدگی‌هایی که در محتوای رسانه‌های اجتماعی وجود دارد، عدم شناخت آسیب‌های مربوط به آن، واقع‌بینی را در مواجهه با این نوع از رسانه‌ها سلب می‌کند. بنابراین شناسایی این آسیب‌ها با توجه به لزوم واقع‌بینی و نیز افزایش غنای اطلاعات این نوع از رسانه‌های جدید لازم و ضروری است. این مقاله در پی آن است تا با استفاده از نظریه‌های مختلف، آسیب‌های اجتماعی ناشی از مصرف رسانه‌ها در ایران را مورد بررسی قرار دهد.

## ۲. چارچوب مفهومی

در برخی منابع از رویکردهای هفتگانه جامعه‌شناسی به مسائل اجتماعی صحبت شده و این رویکردها را رویکردهای آسیب‌شناسی اجتماعی (Social Pathology)، بی‌سازمانی اجتماعی (Social Disorganization)، تضاد ارزش‌ها (Value Conflict)، کجرفتاری (Deviant Behavior)، انگ‌زنی (Labeling)، رویکرد انتقادی (The Critical Perspectiv) و رویکرد بر ساختارگرایی اجتماعی می‌نامند (رایبگتن و واینبرگ، ۱۳۸۲: ۲۰). اما قبل از بیان برخی از این رویکردها که قرابت بیشتری با موضوع دارند، به ذکر نظریات جامعه‌شناسی خواهیم پرداخت که می‌توان گفت رویکردی انتقادی به رسانه و یا جامعه شبکه‌ای شده دارند.

یکی از این نظریات، جامعه شبکه‌ایکاستلز است. مانوئل کاستلز اثرات گسترش رسانه‌های ارتباطی و مهم‌تر از آن، اثرات گسترش تکنولوژی‌های اطلاعات بر زندگی اجتماعی انسان‌ها را بررسی کرده است. به نظر کاستلز، علاوه بر حوزه اقتصاد، حوزه‌های سیاست و فرهنگ نیز کاملاً تحت تأثیر تکنولوژی‌های اطلاعاتی قرار گرفته و دگرگونی‌های عظیمی در آن‌ها پدیدار شده یا در حال پدیدارشدن است. کاستلز جامعه کنونی را تحت عنوان جامعه شبکه‌ای (Network Society) می‌نامد؛ یعنی جامعه‌ای که تمامی عناصر آن به واسطه تکنولوژی اطلاعاتی در هم تنیده‌اند. در چنین جامعه‌ای دگرگونی‌های عظیمی در حوزه‌های هویت و فرهنگ پدیدار شده یا در حال ظهور است. از یک طرف فرهنگ مدرن - غالباً غربی - در حال گسترش به سراسر جهان و بسط هژمونی خود است و از سوی دیگر، در برابر هژمونی این فرهنگ مدرن، در حوزه‌های دینی، فرهنگی، ملی، قومی و محلی مقاومت‌هایی در سراسر جهان - حتی در بخش‌هایی از جهان توسعه‌یافته - پدیدار شده است (کاستلز، ۱۳۸۰: ۱۷). کاستلز معتقد است انقلاب ارتباطی - اطلاعاتی سده ۲۱ را باید بسیار فراتر از صرف الکترونیکی کردن رابطه انسان‌ها دانست. تکنولوژی‌های توین ارتباطی و اطلاعاتی، با فراهم آوردن امکان پیدایی جامعه شبکه‌ای که افراد و جوامع را در قالب‌های تازه هویت بخشیده، نه تنها قواعد و قوانین حاکم بر ارتباط و تعامل میان انسان‌ها، بلکه ایستار ما را نسبت به خود، دیگران و جهان تغییر داده است (همان: ۲۰).

کاستلز با نقد نظریات پیشین خود اکنون «فضای جریان‌ها» را در مقابل فضای مکان‌ها قرار نمی‌دهد و با طرح مفاهیمی چون «مردمی شدن فضای جریان‌ها» از وجود همزمان «فضای جریان‌ها» و «فضای مکان‌ها» سخن می‌گوید که هر دو می‌توانند بیانگر منافع اجتماعی متعارضی باشند، اما الزاماً وجه تمایز آن‌ها نخبگان و عامه نیستند. به این ترتیب،

در اندیشه‌ی کاستلز از آنجا که فرهنگ‌ها بر فرایندهای ارتباطی و همه‌اشکال ارتباط بر مبنای تولید و مصرف نشانه‌ها استوارند، هیچگونه جدایی بین واقعیت و نمایش نمادین وجود ندارد و ویژگی مهم جامعه‌ی شبکه‌ای نه القای واقعیت مجازی بلکه ایجاد مجاز واقعی است (کاستلز، ۱۳۸۰: ۴۳۱).

هربرت مارکوزه (Marcuse, H) نیز با دو مفهوم انسان تک‌ساحتی و فرهنگ بسته‌بندی شده (Culture of package) به انتقاد از وضعیت آگاهی‌بخشی موجود توسط رسانه‌ها پرداخت. او معتقد است در شرایط حاکم جهانی، آگاهی به‌وسیله نظام اجتماعی جذب می‌شود و از آغاز و در هسته و به‌وسیله آن شکل و رنگ می‌گیرد. بنابراین آنچه به‌ظهور می‌رسد انطباق و هماهنگ‌سازی نیست، بلکه تقلید و نوعی یکی شدن فرد با جامعه است. نتیجه آنکه نه تنها آگاهی فردی بلکه تمامی میراث‌های فرهنگی و معنوی گذشته انسان خصوصیت یکپارچگی می‌یابند و شیوه‌های اندیشیدن و سخن گفتن به نحوی یکسان، در این یکپارچگی هضم می‌شود. به این ترتیب اندیشه و رفتار تک‌ساحتی به‌وجود می‌آید. یکی از پدیده‌های مهم که باعث چنین وضعی می‌شود، رسانه‌ها، صنعت سرگرم‌کننده و وقت‌گذران و همچنین آموزش و پرورش است که خلاقیت و اندیشه فردی را از میان می‌برد و پیام چنین وضعی به عقیده مارکوزه غیر سیاسی شدن جامعه و حذف مسائل سیاسی و اخلاقی از زندگی عمومی است. مارکوزه در مفهوم فرهنگ بسته‌بندی شده، به نقش تشدیدکننده‌ی رسانه‌ها و غرق شدن سنت‌های فرهنگی طبقات پایین جامعه در فرهنگ بسته‌بندی شده تأکید می‌کند. بر پایه این نظر، رسانه‌های نوین در پاسخ به ملاحظات صنعت تبلیغات و افزایش مصرف شکل گرفته‌اند و نوعی شعور کاذب ایجاد می‌کنند. در این وضعیت مردم منافع واقعی خود را درک نکرده، به نظم اجتماعی یکپارچه، سرکوبگر و نالایق خو می‌گیرند. مارکوزه با تفکیک خواسته‌های راستین بشر از خواسته‌های کاذب، نقش رسانه‌ها را پس زدن خواسته‌های راستین به ضمیر ناخودآگاه و دامن زدن به خواسته‌های کاذب می‌داند (رزاقی، ۱۳۸۱: ۲۱).

جامعه سرشار از نشانه‌ها (Society of full of signs) نظریه‌ای از ژان بودریار است. وی نشان می‌دهد که رسانه‌ها نقشی حساس در مخدوش کردن مرز میان خیال و واقعیت ایفا می‌کنند. او می‌گوید که ما امروزه در جامعه‌ای سرشار از نشانه‌ها زندگی می‌کنیم. او برخلاف نشانه‌شناسان و ساختارگرایان، اعتقاد ندارد که این نشانه‌ها معنای ضمنی دیگری جزء معانی صریح خود داشته باشند. رسانه‌های پست‌مدرن از ملغمه‌ای از تصاویر مختلف

تشکیل شده است که نظم مشخصی ندارند تا حرف خاصی بزنند یا موضوع ویژه‌ای بگیرند و رسانه‌ها آن نقشی میانجی بین این یا آن واقعیت، بین یک حالت از واقعیت و حالت دیگر از آنرا از دست داده است و سطح و سبک به مهمترین جنبه‌های تعریف‌کننده رسانه‌های جمعی بدل شده‌اند و جای محتوا، بحث و مفاهیم را سرگرمی و سطحی‌بودن گرفته است. به نظر وی همچنانکه رسانه‌ها و پیام‌های آن نیز متکثر شده‌اند، هویت و خودشناسی‌های افراد نیز روشن و منسجم نیست و هویت فردی یک بنیاد اجتماعی متشکل از عناصر متفاوت و گاه متضاد است و فردیت محصول طبقه، جنس، نژاد، قومیت، ملیت، سن و عوامل دیگر است و لاجرم هویت آن نه یگانه است و نه تغییرناپذیر، بلکه برعکس چندگانه و متکثر است (ویلیامز، ۱۳۸۶: ۷۶۷۹). از نظر او مردم با جذب صرف پیام‌های رسانه‌ای و بی‌آن‌که به آن واکنش نشان دهند در برابر رسانه‌ها مقاومت می‌کنند. به عبارت دیگر او به قدرت سکوت اشاره می‌کند (همان). بنابراین نظریه بودریلار نیز در چهارچوب مخاطبان منفعل قرار می‌گیرد. بر طبق نظریه وی کاربران شبکه‌های اجتماعی اینترنتی منفعلانه در برابر هنجارها و فرهنگ این نوع رسانه‌ها رفتار می‌کنند. آن‌ها قدرت آنرا ندارند از میان آن همه پیام‌های مندرج در شبکه‌های مذکور دست به گزینش بزنند.

یورگن هابرماس (Habermas) هم به عنوان یکی از مهمترین نظریه‌پردازان انتقادی، به ظهور فن‌آوری‌های ماهواره‌ای و اطلاعات دیجیتال و تأثیر آن در فرایند جهانی شدن تأکید کرده است. به نظر وی اگرچه مهمترین بعد این جهانی شدن، جهانی شدن اقتصاد بوده، اما در عرصه‌های فرهنگی نیز گزارش به تولیدات فرهنگی خاص، نوعی همسازی در فرهنگ‌ها را به دنبال داشته است. وی معتقد است که فرهنگ کالایی شده آمریکا نه تنها خود را بر سرزمین‌های دور تحمیل می‌کند، بلکه حتی در غرب نیز معنادارترین تفاوت‌ها را کم‌رنگ و ریشه‌دارترین سنت‌های محلی را سست بنیاد کرده است (رفعت‌جاه و شکوری، ۱۳۸۴: ۴). همچنین هابرماس در اثر معروف خود با عنوان «دگرگونی ساختاری حوزه عمومی» به چگونگی پیدایش حوزه عمومی در جوامع سرمایه‌داری پرداخته و اظهار کرده که اطلاعات، هسته مرکزی حوزه عمومی است و رسانه‌های جمعی و نهادهای اطلاعاتی در ایجاد و گسترش این حوزه نقش داشته‌اند و کنش ارتباطی باعث تفاهم و موجب هویت منسجمی شده بود. اما در اواخر سده بیستم، غلبه اندیشه‌های فایده‌گرایانه بنگاه‌های اقتصادی و یک‌قطبی شدن حاکمیت قدرت‌های بین‌المللی، جهانی شدن اقتصاد و خصوصی‌سازی، سبب نابودی حوزه عمومی شد. او همچنین ترویج تبلیغات، اقناع،

مدیریت افکار عمومی و رشد سرسام‌آور آگهی‌های بازرگانی را دلیلی بر غلبه غیرسازنده محتوای رسانه‌های جمعی و از میان رفتن حوزه عمومی می‌داند. به اعتقاد او این روند در نهایت به انقیاد افکار عمومی در تاروپود امور بی‌ارزش خواهد انجامید (وبستر، ۱۳۸۰: ۲۷۹). بنابراین می‌توان گفت که هابرماس نسبت به نقش تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و نظام اطلاع‌رسانی مدرن در تقویت حوزه عمومی و گفتگوهای آزاد و انتقادی، دیدگاه تأییدآمیزی ندارد، زیرا ارتباطات گسترده معاصر را حاوی مقدار زیادی اطلاعات تحریف شده می‌داند که بر اصول تجاری و سرگرمی‌هایی تکیه دارند که ابتذال و گریز از واقعیت، محتوای اصلی آن‌ها را تشکیل می‌دهد (هابرماس، ۱۳۸۹: ۶۷).

همانطور که در بالا گفته شد، علاوه بر این موارد، می‌توان از چند رویکرد دیگر به مسائل اجتماعی به طور کلی یاد کرد که به اختصار برخی از آنها ذکر می‌شود، یکی از این رویکردها، نظریه برچسب زنی (Labeling Theory) است. گافمن، داغ یا برچسب را به شکاف میان هویت اجتماعی بالقوه (Virtual social identity)، آن شرایطی که فرد باید باشد تا بهنجار و عادی به نظر برسد با هویت اجتماعی بالفعل (Actual social identity)، یعنی آنچه یک شخص واقعاً است، اطلاق می‌کند. گافمن در مطالعاتش سه نوع داغ را از یکدیگر متمایز می‌سازد: ۱. زشتی بدنی (بدشکلی‌های جسمی) ۲. ناکامی‌های شخصیت فردی (بیکاری، الکلیسم، اعتیاد، همجنس‌گرایی) ۳. گروه‌های اجتماعی (نژاد، ملیت، مذهب). ناتوانی در ایفای نقش‌های عادی و مورد انتظار از سوی جامعه در کار فرناندز به عنوان عامل اساسی در داغ خوردن افراد در نظر گرفته شده است. او داغ را در سه حوزه فردی، اجتماعی و پزشکی از یکدیگر متمایز می‌سازد و از ابعاد شناختی که به احساس و ادراک فرد داغ‌زده شده و سایرین مربوط است و ابعاد رفتاری که به عکس‌العمل سایرین به شرایط مربوط است، آن را مورد بررسی قرار می‌دهد (فرناندز، ۲۰۰۴: ۲۱۳). گافمن، از سه راهبرد برای مقابله با صفات بدنام‌کننده، در افراد دارنده داغ اجتماعی در تعامل‌های اجتماعی یاد می‌کند. این راهبردها عبارتند از: انکار و اجتناب (Passing)؛ تلاش برای کتمان کردن صفت بی‌اعتبار کننده و مورد پذیرش قرار گرفتن به عنوان فرد به هنجار، لاپوشانی (Covering)؛ تلاش برای کاهش اهمیت شرایط بدنام‌کننده و نه انکار وجود آن و انزوا (Withdrawal)؛ کناره‌گیری از فعالیت‌های اجتماعی با افراد بهنجار. گافمن یادآور می‌شود که این راهبردها، تنها از سوی دارندگان داغ به کار برده نمی‌شوند، بلکه ممکن است گاه و بیگاه، توسط افراد بهنجار نیز استفاده شوند (مسعودنیا، ۱۳۹۶: ۶۰۹-۶۱۱).

مرتن در نظریه «فشار اجتماعی» میان سه عامل اصلی قابل به تمیز و تشخیص قائل شد:

۱. اهداف، آرزوها، انتظارات، خواسته‌ها و ارزش‌های فرهنگی؛ ۲. سنجه‌ها و قواعد رفتار اجتماعی که وسایل مشروع جهت نیل به هدفهای فرهنگی را دنبال کنند و از وسایلی بهره گیرند که قواعد رفتار اجتماعی معین کرده است؛ ۳. توزیع واقعی وسایل و فرصتها جهت تحصیل و کسب هدفهای فرهنگی بطریقی مشروع و همساز با قواعد اجتماعی. مرتن مدعی شد وقتی اهداف فرهنگی (مانند توفیق مالی) مورد تأکید فراوان و راه‌های مشروع برای دستیابی به آن اهداف مسدود باشد، آنومی شکل می‌گیرد. مرتن سپس این گونه نظریه-پردازی می‌کند که این شکاف بین ابزار مشروع و اهداف فرهنگی چهار نوع کجروی ایجاد می‌کند: نوآوری، حالتی که ابزار جدید و معمولاً غیر قانونی برای دستیابی به اهداف به کار برده می‌شود. شعایرگرایی، حالتی که افراد از اهداف صرف نظر کرده و بر ابزار تأکید بسیار می‌کنند. عقب‌نشینی، حالتی که افراد هم از اهداف فرهنگی و هم از هنجارهای نهادی شده چشم پوشی می‌کنند؛ و شورش، حالتی که افراد نظام جدیدی را جایگزین نظام تثبیت شده اهداف و ابزار موجود می‌کنند (رایبگتن و واینبرگ، ۱۳۸۲: ۱۰۱). مرتن علاقه‌مند به بررسی آنومی اجتماعی و تدقیق آن در جوامع صنعتی سرمایه‌داری است. به نظر وی در این جوامع بین آنچه که فرهنگ جامعه بعنوان هدف و ارزش تعیین و تبلیغ می‌کند (نظیر رفاه مادی، شهرت، مقام، ثروت، علم و ...) و آنچه که ساخته اجتماعی بعنوان وسیله و راه وصول در نظر می‌گیرد، تناسب و توازن نیست. جامعه از نقطه نظر طبقاتی همگون نیست و با آنکه همه طبقات اجتماعی در معرض تبلیغات ارزشی قرار دارند، معهدا وسایل و ابزار نیل به اهداف فرهنگ برای همگان یکسان وجود ندارد. در چنین وضعیتی احتمال اینکه فرد از وسایل و راه‌های نامشروع و غیرقانونی جهت نیل به اهداف مورد انتظار استفاده کند زیاد است (مرتن، ۱۹۷۶: ۱۴۷).

در بیان ویژگی‌های خاص یک رویکرد «آسیب‌شناسی اجتماعی» هم گفته شده که آن عبارت است از تعریف شرایط و تنظیمات به گونه‌ای است که رفتارهای خوشایند اجتماعی را سالم بر می‌شمرد، اما آنانی را که با رفتارهای «خوشایند» فاصله گرفته‌اند، «بیمار» و در نتیجه بد تلقی می‌کند، بنابراین رویکرد آسیب‌شناسی اجتماعی، تخلف از انتظارات اخلاقی را مسأله اجتماعی و نوعی ناکامی در جامعه‌پذیری می‌داند (رایبگتن و واینبرگ، ۱۳۸۲: ۲۸).

### ۳. روش تحقیق و یافته‌ها

به منظور طراحی نظام شناسایی و طبقه‌بندی ابعاد آسیب‌های اجتماعی معطوف به شبکه‌های اجتماعی، از روش تحقیق فرا ترکیب استفاده شده که از انواع مختلف راهبردهای کیفی تحقیق است. فراترکیب رویکرد سیستماتیکی برای محققان فراهم می‌سازد تا تحقیقات را ترکیب و تم‌ها و استعاره‌های پنهان را شناسایی کند، دانش موجود را توسعه دهد و دیدی جامع و گسترده ایجاد کند (سیئوولانگ (Siau and Long)، ۲۰۰۵). از آنجا که طبقه‌بندی آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی ناشی از مصرف شبکه‌های مجازی مفهومی چند بعدی و گسترده است، فراترکیب به عنوان روشی مناسب برای به دست آوردن تلفیق جامعی از مدل‌های ارائه شده در این حوزه، بر پایه تفسیر و ترجمه آن‌هاست. بنابراین، فراترکیب تصویر بزرگ‌تری را از پدیده مورد مطالعه ارائه می‌دهد و تعمیم‌پذیری بیشتری را در مطالعات مبتنی بر مدرک فراهم می‌سازد (آگاردووال (Aagaard & Hall)، ۲۰۰۸). واحد تحلیل تحقیق حاضر، تحقیقات علمی-پژوهشی چاپ شده در ژورنال‌های مختلف است. به دلیل کم بودن تعداد مقالات تأیید شده نهایی، نمونه‌گیری به صورت تمام‌شماری انجام گرفته است. روش تحقیق حاضر کیفی از نوع فراترکیب است که برای روشن ساختن الگو از مفاهیم و مقولات آشکار و پنهان مقالات مورد بررسی استفاده شده است.

برای این روش هفت مرحله وجود دارد:

- مرحله اول: طرح سؤال‌های تحقیق

در مرحله اول تمرکز بر «چه چیزی» است. این تحقیق به‌تیین و دسته‌بندی مؤلفه‌های آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی ناشی از مصرف شبکه‌های مجازی می‌پردازد. در این مرحله باید به سوال‌های ذیل جواب داده شود:

(۱) چه کسی: ناظر به تبیین جامعه مدنظر است. در این پژوهش ژورنال‌ها و مجلات مختلف علمی، پایگاه‌ها و سایت‌های مختلف مدنظر قرار گرفته شده است.

(۲) محدوده زمانی مدنظر: تحقیقات انجام شده در این پژوهش در بازه زمانی سال‌های ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۶ صورت گرفته است.

(۳) روش تحقیق: تحلیل‌نوع روش مقالات در جریان فراترکیب و مقالاتی که مورد تأیید قرار می‌گیرند، است.

- مرحله دوم: تحلیل قاعده‌مند منابع



شناخت و طبقه‌بندی آسیب‌های اجتماعی معطوف به شبکه‌های ... ۲۸۹

با در نظر گرفتن کلیدواژه‌های مدنظر در مقالات و پژوهش‌های مختلف برای سال‌های ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۶ تعداد ۱۶۱ مقاله استخراج شد.

#### جدول ۱-واژه کلیدهای تحقیق

شبکه‌های مجازی، شبکه‌های اجتماعی، رسانه، رسانه‌های اجتماعی، مصرف رسانه، تلگرام، اینستاگرام، فیسبوک، وایبر، لاین، واتس‌آپ، آسیب‌های اجتماعی.

- مرحله سوم: تبیین مقالات مورد تأیید
- ملاک‌های انتخاب مقالات طبق جدول ذیل شناسایی شدند:
- محل چاپ مقاله: مقالات پذیرش در پایگاه‌های مرجع، مجلات علمی و پژوهشی، علمی و ترویجی و علمی تخصصی
- موضوع مدنظر: آسیب‌های اجتماعی ناشی از مصرف شبکه‌های اجتماعی
- حیطه کلی تحقیق: شبکه‌های اجتماعی
- روش تحقیق: فراترکیب
- محدوده زمانی تحقیق: پژوهش‌های از سال ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۶
- زبان‌های مورد استفاده شده: فارسی
- بر مبنای برنامه مهارت‌های ارزیابی حیاتی به بررسی کیفیت مقالات بر اساس ۱۰ معیار ذیل پرداخته شد (هر معیار حداکثر ۵ امتیاز):
- هدف پژوهش، اصول و روش‌ها، ساختار پژوهش، نمونه، مرتب‌سازی داده‌ها، انعکاس-پذیری، مبانی اخلاق حرفه‌ای، دقت تحقیق، تبیین روشن نتایج، نتیجه‌گیری کلی تحقیق. نتایج نهایی پنجاه و شش مقاله نهایی به شرح ذیل می‌باشد:

#### جدول ۲- امتیازات داده شده به پنجاه و شش مقاله منتخب

مقاله	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶
نمره نهایی	۴۲	۴۳	۴۰	۴۷	۳۸	۳۶	۳۸	۴۰	۳۷	۴۴	۴۰	۳۹	۴۶	۳۶	۴۷	۴۶
مقاله	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۲۷	۲۸	۲۹	۳۰	۳۱	۳۲

نمره نهایی	۴۴	۴۵	۳۸	۳۶	۳۸	۳۸	۴۴	۳۵	۴۱	۳۸	۴۵	۴۸	۴۲	۴۰	۳۸	۳۵
مقاله	۳۳	۳۴	۳۵	۳۶	۳۷	۳۸	۳۹	۴۰	۴۱	۴۲	۴۳	۴۴	۴۵	۴۶	۴۷	۴۸
نمره نهایی	۳۶	۴۷	۴۵	۴۵	۳۸	۳۴	۳۸	۴۰	۴۴	۴۲	۳۸	۳۶	۴۵	۴۷	۳۹	۳۸
مقاله	۴۹	۵۰	۵۱	۵۲	۵۳	۵۴	۵۵	۵۶	-	-	-	-	-	-	-	-
نمره نهایی	۳۶	۴۰	۴۲	۴۴	۳۹	۳۸	۴۰	۴۳	-	-	-	-	-	-	-	-

در این مرحله از بین ۱۶۱ مقاله ابتدا ۵۹ مقاله بر اساس معیارهایی مانند عنوان، چکیده و محتوا حذف گردید و سپس ۱۰۲ مقاله باقیمانده بر اساس ده معیار ذکر شده از لحاظ کیفیت، مورد بررسی نهایی قرار گرفت که در نهایت ۵۶ مقاله جهت بررسی تایید نهایی شد. با توجه به نتایج حاصل شده حداکثر امتیاز داده شده به مقالات ۴۷ و حداقل امتیاز داده شده ۳۴ بوده است.

#### جدول ۲- نتایج گزینش مقالات نهایی

- تعداد کل مقالات و منابع اولیه: ۱۶۱
- تعداد مقالات پذیرش نشده بر اساس عنوان تحقیق: ۸
- تعداد مقالات پذیرش نشده بر اساس چکیده تحقیق: ۲۴
- تعداد مقالات پذیرش نشده بر اساس محتوای کلی تحقیق: ۲۷
- تعداد مقالات پذیرش نشده بر اساس کیفیت تحقیق: ۴۶
- تعداد مقالات پذیرفته شده نهایی: ۵۶

#### - مرحله چهارم: تبیین و استخراج نتایج

در مرحله تبیین و استخراج نتایج، اطلاعات پژوهش‌ها دسته‌بندی می‌شوند. به صورتی که در ستون اول سرفصل‌های مشخص شده شبکه‌های اجتماعی که در هر مقاله به آن‌ها اشاره کرده است تشریح می‌گردد. در ستون دوم منابع مربوط به آن سرفصل نام برده می‌شود.

در جدول زیر نتایج حاصل شده تشریح گردیده است. که برای خبرگان بیان و نهایی شده است.

جدول ۳- سرفصل‌های مشخص شده جهت طراحی نظام شبکه‌های اجتماعی

ردیف	سرفصل‌های مشخص شده	مأخذ	ردیف	سرفصل‌های مشخص شده	مأخذ
۱	شکاف میان فضای واقعی و فضای مجازی	(همتی و دیگران، ۱۳۹۵)؛ (حسنی و کلاتری، ۱۳۹۶)؛	۷۹	یادگیری الکترونیک	(تولایی و دیگران، ۱۳۹۶)
۲	اغراق و بزرگنمایی	(قصایی و نقیب-السادات، ۱۳۹۴)	۸۰	انتشار اطلاعات نادرست	(تولایی و دیگران، ۱۳۹۶)
۳	تأثیر شبکه‌های اجتماعی با زندگی واقعی	(بشیر و افراسیابی، ۱۳۹۱)	۸۱	ارتباط با دوستان قدیمی و جدید	(همتی و دیگران، ۱۳۹۵)؛ (رازقی و دیگران، ۱۳۹۵)
۴	ارتباط ایماء محور و شبیه‌سازی شده که تفاوت بنیادین با زندگی واقعی دارد.	(محمدی و دیگران، ۱۳۹۵)	۸۲	افزایش سرمایه اجتماعی	(همتی و دیگران، ۱۳۹۵)
۵	جلوه‌نمایی	(محمدی و دیگران، ۱۳۹۵)	۸۳	کاهش تعاملات واقعی	(همتی و دیگران، ۱۳۹۵)
۶	پیگیری علاقه واقعی در دنیای غیر واقعی	(محمدی و دیگران، ۱۳۹۵)	۸۴	تسهیل در روابط خانوادگی و دوستان	(زمانی و تقی-پور، ۱۳۹۶)
۷	عادی جلوه دادن قبح بعضی اعمال	(همتی و دیگران، ۱۳۹۵)	۸۵	تقویت ارتباطات گروهی	(زمانی و تقی-پور، ۱۳۹۶)
۸	مطالب پوچ و غیر اخلاقی	(همتی و دیگران، ۱۳۹۵)	۸۶	در اختیار قرار دادن تجربه خود به دیگران و کسب تجربه از دیگران	(زمانی و تقی-پور، ۱۳۹۶)
۹	سوء استفاده از اطلاعات شخصی	(همتی و دیگران، ۱۳۹۵)	۸۷	تسهیل همکاری با دیگران	(زمانی و تقی-پور، ۱۳۹۶)
۱۰	نقض حریم خصوصی	(حسینی نثار، ۱۳۹۵)	۸۸	کثرت و ترس از گم شدن	(بی‌باک‌آبادی و دیگران، ۱۳۹۵)
۱۱	فحاشی‌های غیر اخلاقی در کامنت‌ها	(حسنی و کلاتری، ۱۳۹۶)؛	۸۹	شکندگی بودن روابط	(صانع پور، ۱۳۹۰)
۱۲	کم‌رنگ شدن ارزش‌های دینی	(طالب‌پور و دیگران، ۱۳۹۶)	۹۰	لایک به منزله روابط اجتماعی	(حسنی و کلاتری، ۱۳۹۶)
۱۳	تقابل اخلاقی دعا بر سر رویدادهای	(دهقان و	۹۱	کامنت به منزله	(حسنی و کلاتری،

	جنگالی	مولایی، (۱۳۹۵)	میدان گفتگو	(۱۳۹۶)
۱۴	انتشار ارزش‌های غیراخلاقی	(تولایی و دیگران، ۱۳۹۶)	ارزشمندبودن کمین فالورها	(حسنی و کلانتری، ۱۳۹۶)
۱۵	کار و مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی	(حسینی نثار، ۱۳۹۵)	تناقض دوستی در فالوینگ	(حسنی و کلانتری، ۱۳۹۶)
۱۶	تقویت خرد جمعی	(حسینی نثار، ۱۳۹۵)	ارتباط با جنس مخالف	(بشیر و افراسیابی، ۱۳۹۱)
۱۷	فعالیت‌های اجتماعی قومی	(حیدری و شاوردی، ۱۳۹۲)	ارتباط و تعامل	(سراجی و دیگران، ۱۳۹۶)؛ (معینی کیا، ۱۳۹۴)
۱۸	افزایش سرمایه اجتماعی	(کرمانی، ۱۳۹۵)؛ (اخوان ملایری، ۱۳۹۳)	ارتباط با دیگران جهت ارضای نیازهای عاطفی	(نوغانی و چرخ-زرین، ۱۳۹۲)
۱۹	بازسازی اجتماعی	(رازقی و دیگران، ۱۳۹۵)	حفظ روابط	(مرادی و دیگران، ۱۳۹۳)
۲۰	عضویت در اجتماع	(رازقی و دیگران، ۱۳۹۵)	تعامل با نخبگان	(قاضی نوری و دیگران، ۱۳۹۵)
۲۱	جمع‌گیری مجازی	(محمدی و دیگران، ۱۳۹۵)	ارتباطات مخرب	(تولایی و دیگران، ۱۳۹۶)
۲۲	کاهش سرمایه اجتماعی پیوندی و افزایش سرمایه اجتماعی پل‌زننده	(نوغانی و چرخ-زرین، ۱۳۹۲)	امکان تشکیل حوزه‌های عمومی	(عبداللهیان و شیخ-انصاری، ۱۳۹۵)
۲۳	افزایش مشارکت مدنی	(کرمانی و پاکدامنی، ۱۳۹۵)	افشای هویت	(همتی و دیگران، ۱۳۹۵)
۲۴	اتحاد اجتماعی	(کرمانی و پاکدامنی، ۱۳۹۵)	شکل‌گیری هویت سیال و بازاندیشانه	(مهدی‌زاده، ۱۳۹۴)؛ (صانع‌پور، ۱۳۹۰)؛ (عدلی‌پور، ۱۳۹۲)
۲۵	کاهش محرومیت اجتماعی زنان	(سبیلزاده و طلائی، ۱۳۹۵)	هویت آنلاین	(بصیریان جهرمی و دیگران، ۱۳۹۵)
۲۶	سازماندهی گروه‌های اجتماعی	(تولایی و دیگران، ۱۳۹۵)	بازنمایی هویت از طریق عکس	(بصیریان جهرمی و دیگران، ۱۳۹۵)
۲۷	استرس زنان	(حسینی نثار، ۱۳۹۵)	پیوند هویت خود با دغدغه‌های انسانی و طبیعی	(بصیریان جهرمی و دیگران، ۱۳۹۵)
۲۸	لایک‌شدن پست‌ها به منزله دلمشغولی ذهنی	(حسنی و کلانتری، ۱۳۹۶)	تزلزل هویت شخصی و اجتماعی	(صانع‌پور، ۱۳۹۰)
۲۹	افشاگرایانه	(قصابی و نقیب-السادات، ۱۳۹۴)؛ (مرادی و ...)	برساخت هویت نسلی	(علیزاده و محمدی، ۱۳۹۴)

			دیگران، ۱۳۹۳)		
۳۰	صراحت در بیان	(قصابی و نقیب- السادات، ۱۳۹۴)؛	۱۰۸	هویت فرهنگی جوانی	(مهدی‌زاده و اتابک، ۱۳۹۵)
۳۱	برانگیختن احساسات و عواطف	(قصابی و نقیب- السادات، ۱۳۹۴)	۱۰۹	هویت فردگرایانه	(مهدی‌زاده و اتابک، ۱۳۹۵)
۳۲	لایک به منزله تحسین دیگران	(حسنی و کلاتری، ۱۳۹۶)	۱۱۰	هویت مصرف‌گرا	(مهدی‌زاده و اتابک، ۱۳۹۵)
۳۳	اعتراض اعضای خانواده	(بشیر و افراسیابی، ۱۳۹۱)	۱۱۱	هویت	(کرمانی، ۱۳۹۰)
۳۴	بهبود وضعیت فردی	(مرادی و دیگران، ۱۳۹۳)	۱۱۲	نمایش هویت ساختگی	(محمدی و دیگران، ۱۳۹۵)
۳۵	تأثیر افزایش بر تجربه و احساس مثبت و تأثیر کاهش بر تجربه و احساس منفی که منجر به افزایش شادکامی می‌شود	(اخوان ملایری، ۱۳۹۳)	۱۱۳	تغییر فرایند کسب معنا و هویت	(محمدی و دیگران، ۱۳۹۵)
۳۶	خوانش کاربران از عملکرد نخبگان سیاسی	(طالبی و نجف- پور، ۱۳۹۵)	۱۱۴	کسب هویت شخصی	(ذوالقدر و قاسم- زاده‌عراقی، ۱۳۹۲)
۳۷	افزایش مشارکت سیاسی	(طالبی و نجف- پور، ۱۳۹۵)	۱۱۵	تقویت هویت شخصی مدرن بین دختران	(افشار و دیگران، ۱۳۹۵)؛ (افشاریان، ۱۳۹۰)
۳۸	افزایش مدت زمان عضویت باعث افزایش فرهنگ سیاسی دموکراتیک می‌شود	(رهبرقاضی، ۱۳۹۶)	۱۱۶	بحران هویت	(طالب‌پور و دیگران، ۱۳۹۶)
۳۹	افزایش مصرف روزانه باعث کاهش فرهنگ سیاسی دموکراتیک می‌شود	(رهبرقاضی، ۱۳۹۶)	۱۱۷	هویت جنسیتی	(قاسمی و دیگران، ۱۳۹۵)
۴۰	تأثیرگذار بر گرایش سیاسی	(رهبرقاضی، ۱۳۹۶)	۱۱۸	تضعیف هویت فرهنگی	(عدلی‌پور و دیگران، ۱۳۹۳)
۴۱	امکانات مربوط به روند مشاوره‌ها	(شریعتمدار، ۱۳۹۵)	۱۱۹	نقش شبکه‌های اجتماعی در جنبش‌های اجتماعی	(رفیعی و دیگران، ۱۳۹۵)
۴۲	دگرگونی فرهنگی و هویتی	(زارعی و جعفری- نویمی‌پور، ۱۳۹۵)	۱۲۰	رسانه‌ای کردن سرکوبات و موضوعات مهم	(رفیعی و دیگران، ۱۳۹۵)
۴۳	مخرب فرهنگ دینی	(همتی و ...)	۱۲۱	رسانیدن اعتراضات	(رفیعی و ...)

	دیگران، ۱۳۹۵)		به گوش جهانیان	دیگران، ۱۳۹۵)	
۴۴	(حیدری و شاوردی، ۱۳۹۲)	۱۲۲	صمیمیت‌زدایی	(تقوایی و آبکار، ۱۳۹۶)	بازنمایی فرهنگی
۴۵	(حیدری و شاوردی، ۱۳۹۲)	۱۲۳	انزوا و تنهایی	(طالب‌پور و دیگران، ۱۳۹۶)	فعالیت‌های فرهنگی قومی
۴۶	(پوررضا کریم- سرا، ۱۳۹۳)	۱۲۴	سبک‌فرزندپروری	(رستمی‌نژاد و شوکتی‌راد، ۱۳۹۵)	جایه‌جایی ارزش‌های مسلط
۴۷	(پوررضا کریم- سرا، ۱۳۹۳)	۱۲۵	کاهش ارتباط بین اعضای خانواده	نوغانی و چرخ- زرین، ۱۳۹۲)	اختلال در فرایند انتقال ارزش‌ها
۴۸	(پوررضا کریم- سرا، ۱۳۹۳)	۱۲۶	تنش خانوادگی	(طالب‌پور و دیگران، ۱۳۹۶)	شکل‌گیری و انتشار ارزش‌های جدید فراملی و فراتجربی
۴۹	(پوررضا کریم- سرا، ۱۳۹۳)	۱۲۷	خبررسانی و گزارشگری	(همتی و دیگران، ۱۳۹۵)؛ (قصایی و نقیب- السادات، ۱۳۹۴)	کاهش/منسوخ شدن مقبولیت گروه‌های مرجع
۵۰	(پوررضا کریم- سرا، ۱۳۹۳)	۱۲۸	فعالیت‌های علمی- پژوهشی	(معینی کیا، ۱۳۹۴)	رویش سازمان‌های ضد مرکز
۵۱	(پوررضا کریم- سرا، ۱۳۹۳)	۱۲۹	تفریحی و سرگرمی	(همتی و دیگران، ۱۳۹۵)؛ (زمانی و تقی‌پور، ۱۳۹۶)؛ (رازقی و دیگران، ۱۳۹۵)؛ (بشیر و افراسیابی، ۱۳۹۱)؛ (سراجی و دیگران، ۱۳۹۶)؛ (معینی کیا، ۱۳۹۴)	شکل‌گیری ذائقه‌های رنگین‌کمانی
۵۲	(محمدی و دیگران، ۱۳۹۵)	۱۳۰	فرصتی برای گذراندن اوقات فراغت	(مرادی و دیگران، ۱۳۹۲)؛ (حبیبی، ۱۳۹۵)؛ (تولایی و دیگران، ۱۳۹۶)	اعتیاد مجازی
۵۳	(قربانی و خسروی، ۱۳۹۵)	۱۳۱	گرفتن ایده‌های جدید	(همتی و دیگران، ۱۳۹۵)	گرایش به اعتیاد با تبلیغات منفی (تناسب اندام، کاهش استرس و ...)
۵۴	(عبدالملکی و دیگران، ۱۳۹۵)	۱۳۲	نمایش به‌روزی بودن	(رازقی و دیگران، ۱۳۹۵)	ترس از جرم (جرایم مالی)
۵۵	(طالب‌پور و دیگران، ۱۳۹۶)	۱۳۳	بی‌اعتمادی به تلویزیون	(همتی و دیگران، ۱۳۹۵)	ارتباط با ناهنجارهای اجتماعی
۵۶	(طالب‌پور و دیگران، ۱۳۹۶)	۱۳۴	بی‌اعتمادی به دیگران	(همتی و دیگران، ۱۳۹۵)	مدگرایی
۵۷	(قربانی و خسروی، ۱۳۹۵)	۱۳۵	رهایی‌بخشی	(همتی و دیگران، ۱۳۹۵)	ارتباط با خشونت و

دیگران، ۱۳۹۵):			(۱۳۹۶)	مصرف مواد مخدر	
(همتی و دیگران، ۱۳۹۵):	ترغیب به قرار دادن عکس‌های لختی	۱۳۶	(مهدی‌زاده و اتابک، ۱۳۹۵)	هویت فرهنگی جوانی و کنشی	۵۸
(حسینی نثار، ۱۳۹۵): (رازی و دیگران، ۱۳۹۵):	امکان بیان ایده‌ها به صورت آزادانه	۱۳۷	(مهدی‌زاده و اتابک، ۱۳۹۵)	فراجنسیتی	۵۹
(حسینی نثار، ۱۳۹۵)	روابط آزاد	۱۳۸	(کمال‌جو و دیگران، ۱۳۹۶):	فرازناشویی	۶۰
(محمدی و دیگران، ۱۳۹۵)	زمان و مکان زدایی	۱۳۹	(طالب‌پور و دیگران، ۱۳۹۶)	انحراف جنسی	۶۱
(حسینی نثار، ۱۳۹۵)	مصرف‌گرایی	۱۴۰	(پوررضا کریم- سرا، ۱۳۹۳)	تغییر/فروپاشی مرزهای جنسیتی	۶۲
(سامانی و فراهانی، ۱۳۹۵): (معینی- کیا، ۱۳۹۴)	پنهان‌سازی	۱۴۱	(همتی و دیگران، ۱۳۹۵): (سلیمانی و کریمی، ۱۳۹۶)	افزایش اعتماد به نفس	۶۳
(حسینی و کلاتری، ۱۳۹۶)	چالشی شدن معنای واقعی دوستی	۱۴۲	(همتی و دیگران، ۱۳۹۵): (سلیمانی و کریمی، ۱۳۹۶)	استقلال فردی	۶۴
(حیدری و شاوردی، ۱۳۹۲)	طرح مطالبات قومی	۱۴۳	(همتی و دیگران، ۱۳۹۵)	وابستگی مداوم	۶۵
(حیدری و شاوردی، ۱۳۹۲)	فعالیت‌های اجتماعی قومی	۱۴۴	(زمانی و تقی‌پور، ۱۳۹۶)	تقویت ارزش‌های شخصی	۶۶
(حیدری و شاوردی، ۱۳۹۲)	تهدیدهای اجتماعی فرهنگی	۱۴۵	(مهدی‌زاده، ۱۳۹۴).	تجربه‌های خود متفاوت	۶۷
(حیدری و شاوردی، ۱۳۹۲)	شناخت متقابل تفاوت‌های فرهنگی قومی	۱۴۶	(سامانی و فراهانی، ۱۳۹۵): (کرمانی، ۱۳۹۵): (رازی و دیگران، ۱۳۹۵): (سراجی و دیگران، ۱۳۹۶)	ارائه و نمایش خود	۶۸
(کرمانی و ساعی، ۱۳۹۶)	هویت قومی	۱۴۷	(همتی و دیگران، ۱۳۹۵)	امکان تظاهر و دروغ	۶۹
(بی‌باک‌آبادی و دیگران، ۱۳۹۵)	روایت‌های معمولی به جای روایت‌های رسمی	۱۴۸	(همتی و دیگران، ۱۳۹۵)	بازی نقش‌های متعدد	۷۰
(بی‌باک‌آبادی و دیگران، ۱۳۹۵)	حساسیت‌زدایی از تابوها	۱۴۹	(همتی و دیگران، ۱۳۹۵)	استفاده از اسم غیرواقعی	۷۱
(بی‌باک‌آبادی و دیگران، ۱۳۹۵)	در معرض دید قرار دادن حرفه و هنر	۱۵۰	(محمدی و دیگران، ۱۳۹۵)	شهرت‌طلبی	۷۲

۷۳	یادگیری و آموزش منطبق با رشته تحصیلی	(همتی و دیگران، ۱۳۹۵)	۱۵۱	عدم شکل‌گیری دوستی‌های عمیق	(حسینی و کلانتری، ۱۳۹۶)
۷۴	اطلاع‌رسانی و اطلاع یابی	(زمانی و تقی - پور، ۱۳۹۶)؛ (رازی و دیگران، ۱۳۹۵)؛ (سراجی و دیگران، ۱۳۹۶)؛ (مرادی و دیگران، ۱۳۹۳)	۱۵۲	سطحی بودن روابط	(حسینی و کلانتری، ۱۳۹۶)
۷۵	اشاعه و انتشار اطلاعات	(بصیریان‌جهرمی و دیگران، ۱۳۹۶)	۱۵۳	دوفضایی شدن	(عاملی و حسینی، ۱۳۹۲)
۷۶	آموزش و برنامه‌ریزی در برابر فاجعه	(بصیریان‌جهرمی و دیگران، ۱۳۹۶)	۱۵۴	فضای دوم	(عاملی و حسینی، ۱۳۹۲)
۷۷	حل مسئله و تصمیم- گیری	(بصیریان‌جهرمی و دیگران، ۱۳۹۶)	۱۵۵	اتخاذ سیاست‌های ارتباطی کلان(افزایش سطح سواد رسانه‌ای، عرضه گوشی‌های مخصوص نوجوانان، آگاهی بخشی به والدین و نوجوانان)	(منتظر قائم و عرفانی حسین پور، ۱۳۹۴)
۷۸	دست‌یابی به پایگاه دانشی منسجم	(قاضی‌نوری و دیگران، ۱۳۹۵)			

- مرحله پنجم: بررسی و ادغام نتایج

برای تجزیه و تحلیل پژوهش‌های انجام شده در ارتباط با شبکه‌های اجتماعی از کدگذاری استفاده شده است. منظور از کدگذاری عبارت است از عملیاتی که طی آن داده‌ها تجزیه، مفهوم‌سازی و به شکل تازه‌ای در کنار یکدیگر قرار داده می‌شوند. کدگذاری باز قصد دارد تا داده‌ها و پدیده‌ها را در قالب مفاهیم درآورد. سپس این کدها را براساس پدیده‌های کشف‌شده در داده‌ها که مستقیماً به پرسش تحقیق مربوط می‌شوند، دسته‌بندی کنیم (فلیک، ۱۳۹۱: ۳۳۳-۳۲۸). در اینجا محقق ابتدا به خلق مفاهیم و سپس مقولات و روابط آن‌ها براساس متن و سوالات تحقیق پرداخته است. مفاهیم بر اساس وجه اشتراک و ارتباطشان با یکدیگر تشکیل مقوله می‌دهند. نتایج فرایند مذکور برایشناسایی دسته‌بندی شبکه‌های اجتماعی در جدول ۴ ارائه شده‌است.



جدول ۴- دسته‌بندی مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی استخراج شده

ردیف	مقوله‌ها	مفاهیم	مأخذ	فراوانی
۱	واقعیت‌زدایی	شکاف میان فضای واقعی و فضای مجازی؛ اغراق و بزرگنمایی؛ تأثیر شبکه‌های اجتماعی با زندگی واقعی؛ ارتباط ایماء محور و شبیه‌سازی شده که تفاوت بنیادین با زندگی واقعی دارد؛ جلوه‌نمایی؛ پیگیری علاقه واقعی در دنیای غیرواقعی؛ انتشار اطلاعات نادرست	(همتی و دیگران، ۱۳۹۵)؛ (حسنی و کلاتری، ۱۳۹۶)؛ (قصابی و نقیب‌السادات، ۱۳۹۴)؛ (بشیر و افراسیابی، ۱۳۹۱)؛ (محمدی و دیگران، ۱۳۹۵)؛ (تولایی و دیگران، ۱۳۹۶)	۶
۲	عادی‌سازی بی‌اخلاقی	عادی جلوه دادن قبح بعضی اعمال؛ مطالب پوچ و غیر اخلاقی؛ سوء استفاده از اطلاعات شخصی؛ نقض حریم خصوصی؛ فحاشی- های غیراخلاقی در کامنت‌ها؛ تقابل اخلاقی دعوا بر سر رویدادهای جنجالی؛ انتشار ارزش‌های غیراخلاقی	(همتی و دیگران، ۱۳۹۵)؛ (حسنی- نثار، ۱۳۹۵)؛ (حسنی و کلاتری، ۱۳۹۶)؛ (دهقان و مولایی، ۱۳۹۵)؛ (تولایی و دیگران، ۱۳۹۶)	۵
۳	تقویت- تضعیف- سازی سرمایه اجتماعی	کار و مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی؛ تقویت خرد جمعی؛ فعالیت‌های اجتماعی قومی؛ افزایش سرمایه اجتماعی؛ بازسازی اجتماعی؛ عضویت در اجتماع؛ جمع‌گیری مجازی؛ افزایش مشارکت مدنی؛ اتحاد اجتماعی؛ کاهش محرومیت اجتماعی زنان؛ سازماندهی گروه- های اجتماعی؛ امکانات مربوط به روند مشاوره‌ها	(حسینی نثار، ۱۳۹۵)؛ (حیدری و شاوردی، ۱۳۹۲)؛ (کرمانی، ۱۳۹۵)؛ (اخوان ملایری، ۱۳۹۳)؛ (رازقی و دیگران، ۱۳۹۵)؛ (محمدی و دیگران، ۱۳۹۵)؛ (کرمانی و پاکدامنی، ۱۳۹۵)؛ (سیدزاده و طلاتپه، ۱۳۹۵)؛ (تولایی و دیگران، ۱۳۹۵)؛ (شریعتمدار، ۱۳۹۵)	۱۱
۴	افزایش اضطراب و نگرانی	استرس زنان؛ لایک شدن پست‌ها به منزله دلمشغولی ذهنی	(حسینی نثار، ۱۳۹۵)؛ (حسنی و کلاتری، ۱۳۹۶)	۲
۵	افشاگری	افشاگری؛ صراحت در بیان	(قصابی و نقیب‌السادات، ۱۳۹۴)؛ (مرادی و دیگران، ۱۳۹۳)	۲
۶	تقویت- تضعیف- سازی	برانگیختن احساسات و عواطف؛ لایک به منزله تحسین دیگران؛ اعتراض اعضای خانواده؛ بهبود	(قصابی و نقیب‌السادات، ۱۳۹۴)؛ (حسنی و کلاتری، ۱۳۹۶)؛ (بشیر و افراسیابی، ۱۳۹۱)؛ (مرادی و	۵

	دیگران، (۱۳۹۳)؛ (اخوان ملایری، ۱۳۹۳)	وضعیت فردی؛ تأثیر افزایش بر تجربه و احساس مثبت و تأثیر کاهش بر تجربه و احساس منفی که منجر به افزایش شادکامی می‌شود	عواطف	
۲	(طالبی و نجف‌پور، ۱۳۹۵)؛ (رهبرقاسمی، ۱۳۹۶)	خوانش کاربران از عملکرد نخبگان سیاسی؛ افزایش مشارکت سیاسی؛ افزایش مدت زمان عضویت باعث افزایش فرهنگ سیاسی دموکراتیک می‌شود؛ افزایش مصرف روزانه باعث کاهش فرهنگ سیاسی دموکراتیک می‌شود؛ تأثیرگذار بر گرایش سیاسی	تقویت / تضعیف - سازی دموکراسی	۷
۵	(زارعی و جعفری‌نویمی‌پور، ۱۳۹۵)؛ (همتی و دیگران، ۱۳۹۵)؛ (حیدری و شاوردی، ۱۳۹۲)؛ (پوررضا کریم‌سرا، ۱۳۹۳)؛ (طالب - پور و دیگران، ۱۳۹۶)؛	دگرگونی فرهنگی و هویتی؛ مخرب فرهنگ دینی؛ بازنمایی فرهنگی؛ فعالیت‌های فرهنگی قومی؛ جابه‌جایی ارزش‌های مسلط؛ اختلال در فرایند انتقال ارزش‌ها؛ شکل‌گیری و انتشار ارزش‌های جدید فراملی و فراترجمی؛ کاهش/منسوخ شدن مقبولیت گروه‌های مرجع؛ رویش سازمان‌های ضد مرکز؛ کم‌رنگ شدن ارزش‌های دینی؛	فاصله‌گیری از تجارب فرهنگی	۸
۶	(پوررضا کریم‌سرا، ۱۳۹۳)؛ (محمدمدی و دیگران، ۱۳۹۵)؛ (عبدالملکی و دیگران، ۱۳۹۵)؛ (طالب‌پور و دیگران، ۱۳۹۶)؛ (قربانی و خسروی، ۱۳۹۶)	شکل‌گیری ذائقه‌های رنگین - کمانی؛ اعتیاد مجازی، گرایش به اعتیاد با تبلیغات منفی (تناسب اندام، کاهش استرس و ...)؛ ترس از جرم (جرایم مالی)؛ ارتباط با ناهنجارهای اجتماعی؛ مدگرایی؛ ارتباط با خشونت و مصرف مواد مخدر	تقویت رفتارهای پرخطر	۹
۴	(مهدی‌زاده و اتابک، ۱۳۹۵)؛ (کمال‌جو و دیگران، ۱۳۹۶)؛ (طالب‌پور و دیگران، ۱۳۹۶)؛ (پوررضا کریم‌سرا، ۱۳۹۳)	هویت فرهنگی جوانی واکنشی؛ فراجنسیتی؛ فرا زناشویی؛ انحراف جنسی؛ تغییر/فروپاشی مرزهای جنسیتی	فراجنسیت - گرایی	۱۰
۸	(همتی و دیگران، ۱۳۹۵)؛ (سلیمانی و کریمی، ۱۳۹۶)؛ (زمانی و تقی‌پور، ۱۳۹۶)؛ (مهدی -	افزایش اعتماد به نفس؛ استقلال فردی؛ وابستگی مداوم؛ تقویت ارزش‌های شخصی؛ تجربه‌های	میل به ابراز وجود	۱۱

	زاده، ۱۳۹۴؛ (سامانی و فراهانی، ۱۳۹۵)؛ (کرمانی، ۱۳۹۵)؛ (رازقی و دیگران، ۱۳۹۵)؛ (سراجی و دیگران، ۱۳۹۶)	خود متفاوت؛ ارائه و نمایش خود		
۵	(همتی و دیگران، ۱۳۹۵)؛ (محمدی و دیگران، ۱۳۹۵)؛ (سامانی و فراهانی، ۱۳۹۵)؛ (معینی‌کیا، ۱۳۹۴)؛ (حسینی و کلانتری، ۱۳۹۶)	امکان تظاهر و دروغ؛ بازی نقش- های متعدد؛ استفاده از اسم غیر واقعی؛ شهرت طلبی؛ پنهان- سازی؛ چالشی شدن معنای واقعی دوستی	جلوه‌گری خود ایده‌آل	۱۲
۶	(همتی و دیگران، ۱۳۹۵)؛ (بی‌باک- آبادی و دیگران، ۱۳۹۵)؛ (صانع- پور، ۱۳۹۰)؛ (حسینی و کلانتری، ۱۳۹۶)؛ (تولایی و دیگران، ۱۳۹۶)؛ (نوغانی و چرخ زرین، ۱۳۹۲)؛	کاهش تعاملات واقعی؛ کثرت و ترس از گم شدن؛ شکنندگی بودن روابط؛ تناقض دوستی در فالوینگ؛ ارتباطات مخرب؛ کاهش سرمایه اجتماعی پیوندی و افزایش سرمایه اجتماعی پل‌زننده	سیالیت ارتباطات	۱۳
۱۴	(همتی و دیگران، ۱۳۹۵)؛ (مه‌دی- زاده، ۱۳۹۴)؛ (صانع‌پور، ۱۳۹۰)؛ (عدلی‌پور، ۱۳۹۲)؛ (بصیریان- جهرمی و دیگران، ۱۳۹۵)؛ (علیزاده و محمدی، ۱۳۹۴)؛ (مه‌دی‌زاده و محمدی و اتابک، ۱۳۹۵)؛ (محمدی و دیگران، ۱۳۹۵)؛ (ذوالقدر و قاسم- زاده عراقی، ۱۳۹۲)؛ (افشار و دیگران، ۱۳۹۵)؛ (افشاریان، ۱۳۹۰)؛ (طالب‌پور و دیگران، ۱۳۹۶)؛ (قاسمی و دیگران، ۱۳۹۵)؛ (عدلی- پور و دیگران، ۱۳۹۳)	افشای هویت؛ شکل‌گیری هویت سیال و بازاندیشانه؛ هویت آنلاین؛ بازنمایی هویت از طریق عکس؛ تزلزل هویت شخصی و اجتماعی؛ برساخت هویت نسلی؛ هویت فرهنگی جوانی؛ هویت مصرف- گرا؛ نمایش هویت ساختگی؛ تغییر فرایند کسب معنا و هویت؛ بحران هویت؛ هویت جنسیتی؛ تضعیف هویت فرهنگی	دگر دینی هویتی	۱۴
۷	(تقوایی و آیکار، ۱۳۹۶)؛ (طالب‌پور و دیگران، ۱۳۹۶)؛ (همتی و دیگران، ۱۳۹۵)؛ (رستمی‌نژاد و شوکتی‌راد، ۱۳۹۵)؛ (نوغانی و چرخ‌زرین، ۱۳۹۲)؛ (حسینی و کلانتری، ۱۳۹۶)	انزوا و تنهایی؛ بی‌اعتمادی به تلوزیون؛ بی‌اعتمادی به دیگران؛ کاهش ارتباط بین اعضای خانواده؛ تنش خانوادگی؛ عدم شکل‌گیری دوستی‌های عمیق؛ سطحی بودن روابط	صمیمیت- زدایی	۱۵
۲	(حیدری و شاوردی، ۱۳۹۲)؛ (کرمانی و ساعی، ۱۳۹۶)	تهدیدهای قومی؛ رویکردهای تضعیف قومی؛ تقویت عصبیت قومی؛ امکان نفوذ جریان‌های بیگانه به قصد ایجاد تفرقه و هدایت مطالبات قومی؛ تضعیف	تهدیدهای قومی	۱۶

	ارتباط اقوام با فرهنگ ملی؛ گسترش نفوذ فرهنگی بیگانه؛ تضعیف نماد ملی؛ تضعیف انسجام ملی؛ شکل‌گیری کمپین فشار به دولت		
--	--	--	--

- مرحله ششم: تعیین کیفیت نتایج

محقق جهت کنترل نتایج استخراجی خود از مقایسه نظرات خود با یک خبره دیگر نیز استفاده نموده است و سپس نتایج از طریق شاخص کاپا ارزیابی گردید.

- مرحله هفتم: اعلام نتایج

در مرحله هفتم فراترکیب نتایج بدست آمده از مراحل قبل ارائه می‌گردد که خلاصه‌ای از گروه‌بندی‌ها و کدها در جدول ۴ ارائه شده است.

#### ۴. بحث و نتیجه‌گیری

همانطور که گفته شد این مقاله در پی آن است که آسیب‌های اجتماعی ناشی از مصرف رسانه‌ها در ایران را شناسایی کند، نتایج تجزیه و تحلیل مطالعات انجام شده از برخی آسیب‌ها حکایت دارد که در ادامه توضیح داده خواهند شد.

فراترکیب حاضر نشان می‌دهد یکی از آسیب‌های رایج شبکه‌های اجتماعی «واقعیت-زدایی از زندگی بسیاری از کاربران» است. برای بسیاری از این کاربران در بسیاری از ابعاد زندگی واقعی و مجازی درک و تجربه تازه‌ای شکل می‌گیرد، به زعم ژان بودریلار نیز رسانه‌ها نقشی حساس در مخدوش کردن مرز میان خیال و واقعیت ایفا می‌کنند. به تعبیر گافمن در خود اظهاری‌ها تفاوت فاحشی بین پشت صحنه و جلو صحنه ایجاد می‌شود و تصویری که وی از خود، علائق، احساسات، عواطف، افکار و نیاتش در قالب پست‌ها، عکس‌ها و ... ارائه می‌دهد «فرای واقعیت» است. بسیاری از کاربران از اغراق، بزرگنمایی و تلاش برای خاص‌بودگی در بیان مطالبشان استفاده می‌کنند. «در وضعیت سیطره نشانه‌های تصویری و گراف واقعیت‌ها، دیگر آینه‌ای وجود ندارد که فرد در آن تصویر خوب یا بد خود را باز یابد؛ آنچه هست صرفاً ویتروینی است که فرد در پشت آن به تماشای بازی بی-پایان نشانه‌ها، اشیاء، ایماژها و تصاویر نشسته است» (محمدی و دیگران، ۱۳۹۵). کاربران با

ورود به این شبکه‌ها در زمینه نمایش هویت، دوست‌یابی، ابراز وجود و ... وارد اشکالی از تعامل می‌شوند که در دنیای واقعی لزوماً وجود ندارد.

میل به ابراز وجود همیشه نمی‌تواند فی‌نفسه امری مثبت قلمداد شود، شبکه‌های اجتماعی برای بسیاری از کاربران ابزاری برای نمایش خود غیر واقعی آنهاست که با تقویت خیال‌بافی و دوری‌گزینی از واقعیت همراه است، همانطور که گفته شد مارکوزه نیز با تفکیک خواسته‌های راستین بشر از خواسته‌های کاذب، نقش رسانه‌ها را پس‌زدن خواسته‌های راستین به ضمیر ناخودآگاه و دامن‌زدن به خواسته‌های کاذب می‌داند، بسیاری از کاربران «هویتی آنلاین را شکل می‌دهند که در بده بستانی با هویت افلاینشان است». بسیاری از آنها برای تحقق بخشیدن به این میل، اطلاعات نادرست و کاملاً سطحی را از خود به نمایش می‌گذارند یا با ارسال عکس‌های مختلف سبک زندگی خود را به رخ دیگران می‌کشند.

افزایش اضطراب و نگرانی یکی دیگر از آسیب‌هایی است که فضای مجازی برای کاربران با خود به همراه دارد. تلاش برای افزایش میزان لایک، بدون توجه به محتوای پیام گاهی برای کاربران به وسوسه‌ای فکری تبدیل می‌شود. بنابراین آنها برای افزایش این میزان لایک که نوعی منزلت مجازی را برای آنها به ارمغان می‌آورد گاهی اوقات از دست‌زدن به کارها و کنش‌های نامتعارف دریغ نمی‌ورزند. به زعم مرتن نیز از آنجایی که وسایل و ابزار نیل به اهداف برای همگان یکسان وجود ندارد، در چنین وضعیتی احتمال اینکه فرد از وسایل و راه‌های نامشروع جهت نیل به اهداف مورد انتظار استفاده کند زیاد است، یکی از این راه‌ها برای بسیاری از کاربران توسل به فضای مجازی و انجام کنش‌های نوآورانه و یا نامتعارف است. حضور بیش از حد بسیاری از کاربران در فضای مجازی و تلاش برای نمایش کنش‌های نوآورانه برای افزایش دریافت لایک یکی از شاخص‌هایی است که نشان‌دهنده این اضطراب و نگرانی برای چک کردن دائمی صفحات شخصی خود است.

فاصله‌گیری از تجارب فرهنگی ارزشمند و مهم یکی دیگر از آسیب‌های فرهنگی مصرف رسانه‌های اجتماعی است، برخی شبکه‌ها ترویج‌کننده سبک‌هایی از زندگی هستند که مغایر و ناسازگار با فضای فرهنگی و اجتماعی بسیاری از خانواده‌هاست، این امر در بلندمدت می‌تواند هویت، نظام معنایی و ارزشی جامعه را به مخاطره انداخته و موجب بی-تفاوتی یا حساسیت‌زدایی ارزشی و فرهنگی شود.

از دیگر آسیب‌های شناسایی شده ناشی از مصرف شبکه‌های اجتماعی، عادی‌سازی بی-اخلاقیات است. در فضاهای مجازی ارزش‌های اخلاقی، عرفی، دینی، خانوادگی، رفتاری و روانی راحت‌تر سست و بی‌ارزش می‌شود. حریم‌های خصوصی راحت‌تر نقض می‌شود، فحاشی‌های غیراخلاقی بیشتر دیده می‌شود. یکی از دلایل آن هم این است که فشارهای عرفی، اجتماعی، مذهبی، قانونی و ... که افراد را به سوی بروز رفتارهای هنجارمند سوق می‌دهد کمرنگ است. بنابراین می‌توان این تخلف از انتظارات اخلاقی جامعه را نوعی آسیب اجتماعی دانست، که رویکرد آسیب اجتماعی در تعریف آسیب بر آن تاکید می‌کند.

از دیگر آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی شناسایی شده، دگردیسی بسیار سریع هویتی است که در مواردی به بحران هویتی منجر می‌شود. به نظر بودریار نیز همچنانکه رسانه‌ها و پیام‌های آن نیز متکثر شده‌اند، هویت و خودشناسی‌های افراد نیز شفافیت و انسجام خود را از دست می‌دهند و در این صورت هویت فردی متشکل از عناصر متفاوت و گاه متضاد است. جوانان از طریق مصرف مداوم محصولات شبکه‌های اجتماعی در پی تحقق خویش هستند. آنها دائماً در رفت و آمد بین خود مجازی و واقعی‌شان‌اند. به نظر می‌رسد با افزایش مصرف شبکه‌های اجتماعی، هویت فرهنگی کاربران ضعیف‌تر می‌شود، تجارب آنها در فضای مجازی مترادف با بی‌مکانی و بی‌زمانی است، بسیاری از کاربران به هویت مدرن گرایش دارند، برخی هویت‌های مذهبی یا ملی خود را به چالش می‌کشند و برخی بین ابعاد مختلف هویتی خود سردرگم‌اند.

از دیگر آسیب‌های اجتماعی همراه با رسانه‌های اجتماعی تهدیدات قومی است. کم-رنگ شدن هویت ملی و چالشی شدن مطالبات اقوام می‌تواند اختلافات قومی و شکاف قومیت‌ها را بالا ببرد که نتایج فراترکیب حاضر آن را تأیید کرده است. برخی اوقات گروه‌های بیگانه با نفوذی سازمان‌یافته به درون این شبکه‌ها مطالبات و خواسته‌های اقوام را هدایت و اختلافات درونی قومیت‌ها را دامن می‌زنند.

سیالیت عواطف و احساسات در عصر جدید را فضاهای مجازی بسیار تسریع می‌کند، در رسانه‌های اجتماعی تعامل و روابط بنیانی مستحکم و قوی ندارد، شکنندگی در آنها بسیار قوی بوده و هر لحظه احتمال فروپاشی این رابطه وجود دارد، در ساحت دوفضایی کاربران این گونه از شکنندگی روابط ممکن است عواطف و احساسات آنها با افراد را در دنیای واقعی تحت تأثیر خود قرار دهد.

افزایش رابطه‌های مبتنی بر فرازناشویی، خیانت، تغییر تعاریف متداول از جنسیت، عادی‌سازی گپ و گفتگوهای جنسی، تنوع‌طلبی، ظهور مردان زن نما و یا بالعکس نمونه‌هایی هستند که نشان از شکل‌گیری روابط نامتعارف و میل به فراجنسیت‌گرایی شده که در بسیاری از موارد با استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی همبستگی معناداری دارد.

صمیمیت‌زدایی و افزایش تنش‌های خانوادگی پیامد منفی دیگری از مصرف رسانه‌های اجتماعی است. مطالعات نشان می‌دهد زنانی که صمیمیت عاطفی و جنسی بالایی دارند، در صورتی که نیازهای آنها در چارچوب روابط زناشویی و توسط همسرانشان برطرف نشود با توجه به موقعیت و شرایطی که در شبکه‌های اجتماعی در اختیار آنها قرار می‌دهد، احتمال گرایش آنها به شبکه‌های اجتماعی و برقرار ارتباط با افراد جنس مخالف زیاد خواهد بود که در دراز مدت جایگزین صمیمیت زناشویی توسط همسر می‌شود. بنابراین بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و تنش‌های خانوادگی رابطه وجود دارد. همچنین رسانه‌های اجتماعی باعث کاهش ارتباط با اعضای خانواده و میزان صمیمیت می‌شود.

فراترکیب مطالعات نشان می‌دهد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند افزایش رفتارهای پرخطر را نیز به دنبال داشته باشد. برخی از این رفتارهای پرخطر عبارتند از بلوغ زودرس، اختلالات جسمانی و پیامدهای آن، افزایش اعتیاد، گرایش به خودکشی، گرایش به بزهکاری، افزایش نیازهای کاذب و جرایم بخصوص جرایم مالی، و آنومیک شدن فضای اجتماعی.

با توجه به جستجو و تحلیل پیشینه تجربی تحقیق و نیز خلأهای موجود، مقاله حاضر برخی راهبردهای پژوهشی را در حوزه آسیب‌های اجتماعی پیشنهاد می‌کند: توجه جدی به بحث زنان و رسانه چه در حوزه آسیب‌شناسی و چه در حوزه ایجاد ظرفیت؛ انجام مطالعاتی در حوزه امکان‌سنجی ظرفیت رسانه‌ها در کاهش مسائل گروه‌های آسیب‌پذیر و حاشیه‌ای در جامعه و ارتقای توانمندی آنان، اهتمام بیشتر به انجام پژوهش در مورد آسیب-شناسی رسانه در دانش‌آموزان و شناسایی وضعیت سواد رسانه‌ای والدین.

## کتابنامه

اخوان‌ملایری، فائزه؛ نوغانی، محسن؛ مظلوم‌خراسانی، محمد. (۱۳۹۳). رسانه و فرهنگ. سال چهارم. شماره دوم. صص ۲۴-۱.

افشار، سیمین؛ میرمحمدتبار، سیداحمد؛ پیرحیاتی، نرگس؛ اقبالی، سمیه. (۱۳۹۵). شبکه اجتماعی فیس-بوک و هویت شخصی مدرن دختران و زنان شهر تهران. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. سال بیست و سوم. شماره ۳. صص ۱۵۷-۱۳۷.

افشاریان، ندا. (۱۳۹۶). پیش‌بینی شکل‌گیری هویت مدرن در دانشجویان دختر براساس میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. سال بیست و چهارم. شماره ۱. صص ۱۴۷-۱۲۱.

اووه؛ فلیک. ۱۳۹۱. درآمدی بر تحقیقات کیفی. ترجمه هادی جلیلی. تهران: نشر نی.  
بشیر، حسن؛ افراسیابی، محمدصادق. (۱۳۹۱). شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان: مطالعه موردی بزرگ‌ترین جامعه مجازی ایران. فصلنامه تحقیقات فرهنگی. دوره پنجم. شماره ۱. صص ۶۲-۳۱.

بصیریان‌جهرمی، حسین؛ عبدالحسینی، محمد؛ بردبار، ملیکا. (۱۳۹۵). رسانه‌های اجتماعی و مدیریت بحران (نقش تلفن‌های هوشمند در کنشگری اجتماعی. رسانه. سال بیست و هفتم. شماره ۱. صص ۸۳-۵۷.

بصیریان‌جهرمی، حسین؛ نحوی نظام‌آبادی، مرضیه. (۱۳۹۵). نشانه‌شناسی عناصر بازنمایی هویت آنلاین (مطالعه کاربران پرترفدار ایرانی در اینستاگرام). رسانه. سال بیست و هفتم. شماره ۴. صص ۲۸-۵.  
بی‌باک‌آبادی، غزال؛ سلطانی‌فر، محمد؛ دلاور، علی. (۱۳۹۵). مطالعه رابطه فرهنگ و زندگی روزمره در شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه موردی: شبکه اجتماعی فیس‌بوک). فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. سال بیست و سوم. شماره ۳. صص ۱۱۲-۹۳.

پستمن، نیل. (۱۳۸۷). نقش رسانه‌های تصویری در دوران کودکی، تهران: انتشارات اطلاعات  
پوررضا کریم‌سرا، ناصر. (۱۳۹۳). تأثیر رسانه بر شبکه‌های اجتماعی و کنش اجتماعی در ایران. رسانه و فرهنگ. سال چهارم. شماره دوم. صص ۷۲-۵۵.

پولادی، کمال (۱۳۸۷) جهانی‌شدن و هویت فرهنگی، پژوهش‌نامه پژوهش‌کده تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام، شماره ۱۹.

تقوایی، داود؛ آبکار، نرگس. (۱۳۹۶). مقایسه نگرش صمیمانه نسبت به همسر در زنان متأهل کاربر و غیرکاربر شبکه‌های اجتماعی. پژوهش‌نامه اسلامی زنان و خانواده. سال پنجم. شماره هشتم. صص ۱۴۳-۱۲۹.

تولایی، روح‌الله؛ صباغی، زهرا؛ نظافتی، نوید. (۱۳۹۶). شناسایی و تحلیل فرصت‌ها و تهدیدهای شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی؛ مورد مطالعه، دانشجویان دانشگاه شهید بهشتی. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران. دوره دهم. شماره ۳. صص ۱۷۵-۱۵۳.

حبیبی، میترا؛ بهنامی‌فرد، فائزه. (۱۳۹۶). رابطه بین میزان رضایت نوجوانان کرجی از فضاهای شهری با گذران اوقات فراغت آنها در شبکه‌های اجتماعی مجازی. رسانه. سال بیست و هشتم. شماره ۱. صص ۱۰۲-۸۱.



شناخت و طبقه‌بندی آسیب‌های اجتماعی معطوف به شبکه‌های ... ۳۰۵

حسینی، حسین؛ کلاتری، عبدالحسین. (۱۳۹۶). تحلیل پدیدارشناختی تجربه زیسته کاربران شبکه اجتماعی تصویری اینستاگرام در ایران. مطالعات فرهنگ-ارتباطات. دوره هجدهم. شماره چهارم. صص ۶۳-۳۳.

حسینی‌نار، مجید. (۱۳۹۵). شبکه‌های مجازی و توانمندسازی زنان (مروری بر نظریه‌ها و تحقیق). فصلنامه تخصصی جستارهای اجتماعی. سال دوم. شماره سوم. صص ۷۶-۵۳.

حیدری، حسین؛ شاوردی، همینه. (۱۳۹۲). شبکه‌های اجتماعی مجازی و قومیت: فرصت‌ها و تهدیدهای پیش‌رو. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. سال بیستم. شماره ۴. صص ۶۴-۳۷.

دهقان، علیرضا؛ مولایی، محمدمهدی. (۱۳۹۵). تقابل‌های اخلاقی در تعاملات کاربران ایرانی رسانه‌های اجتماعی: مطالعه موردی تعاملات پیرامون شش رویداد در یوتیوب، فیس‌بوک و اینستاگرام. مطالعات فرهنگ-ارتباطات. سال هفدهم. شماره سی و چهارم. صص ۲۳۲-۲۰۷.

ذوالقدر، حسین؛ قاسم‌زاده‌عراقی، مرتضی. (۱۳۹۲). بررسی انگیزه‌های کاربران در استفاده از رسانه‌های اجتماعی (مطالعه موردی کاربران شبکه اجتماعی فیس‌بوک). فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. سال بیستم. شماره ۳. صص ۵۸-۳۵.

رایبگتن، ارل، واینبرگ، مارتین (۱۳۸۲). رویکردهای نظری هفتگانه در بررسی مسائل اجتماعی، ترجمه رحمت‌اله صدیق سروستانی، تهران: دانشگاه تهران.

رازقی، نادر؛ شارع‌پور، محمود؛ علیزاده، مهدی. (۱۳۹۵). تحلیل کیفی انگیزه‌های عضویت در شبکه اجتماعی فیس‌بوک. فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات. سال سیزدهم. شماره ۴۷. صص ۴۲-۱۱.

رزاقی، افشین (۱۳۸۱). نظریه‌های ارتباطات اجتماعی. تهران: نشر پیکان.

رستمی‌نژاد، محمدعلی؛ شوکتی‌راد، احمدرضا. (۱۳۹۵). پیش‌بینی عضویت در شبکه‌های مجازی و عملکرد تحصیلی دانش‌آموزان براساس سبک‌های فرزندپروری و سازگاری. فصلنامه روان‌شناسی کاربردی. سال ۱۰. شماره ۲. صص ۲۰۸-۱۹۳.

رفعت‌جاه، مریم و شکوری، علی (۱۳۸۴). اینترنت و هویت اجتماعی، فصلنامه پژوهش زنان، دوره اول، شماره دو.

رفیع، حسین؛ بلباسی، میثم؛ قربی، سیدمحمدجواد. (۱۳۹۵). جنبش‌های اجتماعی جدید، جهانی‌شدن و اینترنت؛ مطالعه موردی: جنبش تسخیر وال‌استریت. فصلنامه دانش سیاسی. سال دوازدهم. شماره اول. صص ۱۶۶-۱۲۹.

رهبرقاضی، محمودرضا؛ آشنایی، سهیلا؛ شهریاری، اعظم. (۱۳۹۶). بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های مجازی و گسترش فرهنگ سیاسی دموکراتیک: مطالعه موردی شهروندان شهر اصفهان. فصلنامه سیاستگذاری عمومی. دوره ۳. شماره ۲. صص ۲۳۳-۲۱۷.

رهبر قاضی، محمود رضا؛ فدایی ده چشمه، مرضیه. (۱۳۹۶). انتخابات مجلس شورای اسلامی سال ۹۴: نقش رسانه‌ها در رفتار انتخاباتی. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. سال بیست و چهارم. شماره ۱. صص ۶۵-۹۱.

زارعی، بتول؛ جعفری نویمی پور، نیما. (۱۳۹۵). ترویج سبک زندگی ایرانی و اسلامی با استفاده از ظرفیت شبکه‌های مجازی و اجتماعی. فصلنامه علمی-ترویجی اخلاق. سال ۶. شماره ۲۲. صص ۲۱۹-۲۴۹.

زمانی، عباس؛ تقی پور فائزه. (۱۳۹۶). شناسایی عوامل جذابیت شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه از منظر کاربران. جامعه پژوهی فرهنگی. سال هشتم. شماره دوم. صص ۵۱-۸۰.

سامانی، سمانه؛ فراهانی، اعظم. (۱۳۹۵). هویت آنلاین و اینستاگرام (مطالعه چگونگی نمایش هویت جوانان در اینستاگرام). رسانه. سال بیست و هفتم. شماره ۲. صص ۵۸-۱۰۴.

سراجی، فرهاد؛ حبیب‌زاده، اصحاب؛ شریفی رهنمو، سعید. (۱۳۹۶). انگیزه‌های استفاده دانش‌آموزان متوسطه از شبکه‌های مجازی اجتماعی. مطالعات فرهنگ-ارتباطات. دوره هجدهم. شماره سی و نه. صص ۱۸۳-۲۰۵.

سلیمانی، ندا؛ کریمی، لاله. (۱۳۹۶). تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر سطح اعتماد به نفس جوانان. رسانه. سال بیست و هشتم. شماره ۲. صص ۱۰۱-۱۱۷.

سیدزاده‌طلاتیپه، مریم؛ مهدوی، سیدمحمدصادق؛ ازکیا، مصطفی. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی و مشارکت بر محرومیت اجتماعی زنان (مورد مطالعه: زنان شهر ارومیه). بررسی مسائل اجتماعی ایران. دوره هشتم. شماره اول. صص ۲۷۲-۲۵۳.

شریعتمدار، آسیه. (۱۳۹۵). کارورزی مشاوره در شبکه‌های مجازی: پرورش و تقویت هویت حرفه‌ای، امکانات و موانع. فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین. سال دوم. شماره ۷. صص ۳۵-۶۰.

صانع‌پور، مریم. (۱۳۹۰). هویت در عصر رسانه‌های دیجیتال. مطالعات میان‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ. سال اول. شماره دوم. صص ۱۱۵-۱۳۰.

طالب‌پور، اکبر؛ منصوری، فردین؛ رستمی، تورج. (۱۳۹۶). تأثیر استفاده غیرمتعارف و بی‌رویه از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر گرایش جوانان به ناهنجاری‌های اجتماعی (مورد مطالعه کرمانشاه). بررسی مسائل اجتماعی ایران. دوره هشتم. شماره دوم. صص ۱۰۳-۱۲۶.

طالبی، ابوتراب؛ نجف‌پور، آذر. (۱۳۹۵). خوانش شهروندان از نقض قانون توسط نخبگان: مطالعه موردی حضور دولتمردان در شبکه اجتماعی فیس‌بوک. مطالعات فرهنگ-ارتباطات. سال هفدهم. شماره سی و چهار. صص ۱۳۹-۱۶۲.

عاملی، سعیدرضا؛ حسینی، حسین. (۱۳۹۱). دوفضایی شدن آسیب‌ها و ناهنجاری‌های فضای مجازی: مطالعه تطبیقی سیاست‌گذاری‌های بین‌المللی. فصلنامه تحقیقات فرهنگی. دوره پنجم. شماره ۱. صص ۱-۳۰.

شناخت و طبقه‌بندی آسیب‌های اجتماعی معطوف به شبکه‌های ... ۳۰۷

عبداللهیان، حمید؛ شیخ‌انصاری، مهین. (۱۳۹۵). مفهوم‌سازی و عملیاتی‌کردن کنش ارتباطی هابرماس در فیس‌بوک. جامعه‌پژوهی فرهنگی. سال هفتم. شماره سوم. صص ۹۷-۱۲۶.

عبدالملکی، احمد؛ ملکی، امیر؛ زاهدی‌مازندرانی، محمدجواد؛ علی‌اکبریف اسماعیل. (۱۳۹۵). فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. سال بیست و سوم. شماره ۴. صص ۷۱-۵۳.

عدلی‌پور، صمد؛ قاسمی، وحید؛ میرمحمدتبارف سداحمد. (۱۳۹۳). تأثیر شبکه اجتماعی فیس‌بوک بر هویت فرهنگی جوانان شهر اصفهان. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران. دوره هفتم. شماره ۱. صص ۲۸-۱.

عدلی‌پور، صمد؛ یزدخواستی، بهجت؛ خاکسار، فائزه. (۱۳۹۲). شبکه اجتماعی فیس‌بوک و شکل‌گیری هویت بازاندیشانه در بین دانشجویان دانشگاه تبریز. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. سال بیستم. شماره ۳. صص ۱۲۸-۱۰۱.

علیزاده، توحید؛ محمدی، نریمان. (۱۳۹۴). بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی وایبر در برساخت هویت نسبی جوانان. مطالعات فرهنگ-ارتباطات. سال شانزدهم. شماره سی و دو. صص ۱۴۴-۱۱۹.

قاسمی، وحید؛ عدلی‌پور، صمد؛ برندگی، بدری. (۱۳۹۵). تبیین رابطه استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک با هویت جنسیتی دانشجویان دانشگاه اصفهان. رسانه و فرهنگ. سال ششم. شماره دوم. صص ۱۰۰-۷۷.

قاضی‌نوری، سیدسروش؛ روشنی، سعید؛ رجبزاده، مهسا. (۱۳۹۵). الزامات طراحی و راه‌اندازی شبکه اجتماعی مجازی اختصاصی برای نخبگان ایرانی. مطالعات فرهنگ-ارتباطات. سال هفدهم. شماره سی و ششم. صص ۱۷۳-۱۴۵.

قربانی، ابراهیم؛ کیانی، جواد؛ ابراهیمی، علی؛ مالکی، اسدالله. (۱۳۹۵). پیش‌بینی سهم فضای سایبر (شبکه‌های مجازی) در میزان گرایش به سوء‌مصرف مواد مخدر و روانگردان. فصلنامه پژوهش‌های اطلاعاتی و جنایی. سال دوازدهم. شماره دوم. صص ۲۸-۹.

قربانی، علیرضا؛ خسروی، مصطفی. (۱۳۹۶). رفتارهای پرخطر پیامد عضویت در شبکه‌های مجازی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه پیام نور مرکز گنبد کاووس). بررسی مسائل اجتماعی ایران. دوره هشتم. شماره دوم. صص ۱۶۹-۱۴۹.

قصابی، فاطمه؛ نقیب‌السادات، سیدرضا. (۱۳۹۴). نقش ارزش‌های فرهنگی در محتوای شبکه‌های اجتماعی (مطالعه تطبیقی محتوای شبکه‌های اجتماعی ایرانی و غیرایرانی). رسانه و فرهنگ. سال پنجم. شماره اول. صص ۱۰۳-۷۹.

کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰) عصر اطلاعات: ظهور جامعه شبکه‌ای، ترجمه: احد علیقلیان. افشین خاکباز، ج اول. تهران: طرح نو.

کریمی بلان، الهام (۱۳۸۷) جهانی‌شدن و هویت فرهنگی، پژوهش‌نامه پژوهشکده تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام، شماره ۱۹.

- کرمانی، حسین. (۱۳۹۵). مشاهده مشارکتی در گروه‌های تلگرامی؛ راهنمای عمل و نمونه موردی. مطالعات فرهنگ-ارتباطات. سال هفدهم. شماره سی و پنج. صص ۷۹-۵۳.
- کرمانی، حسین؛ پاکدامن، یوسف. (۱۳۹۵). مطالعه رابطه بین سرمایه اجتماعی کاربران ایرانی در فیس‌بوک و مشارکت مدنی آنها در دنیای واقعی. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. سال بیست و سوم. شماره ۳. صص ۳۵-۹.
- کرمانی، حسین؛ ساعی، منصور. (۱۳۹۶). مطالعه تأثیر استفاده از سایت‌های شبمه اجتماعی بر هویت قومی دانشجویان دانشگاه‌های تهران. رسانه و فرهنگ. سال هفتم. شماره اول. صص ۱۰۸-۸۹.
- کفاشی، مجید (۱۳۸۸). بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده، فصلنامه پژوهش اجتماعی، سال دوم، شماره سوم.
- کلاتری، عبدالحسین؛ حسینی، حسین. (۱۳۸۷). رسانه‌های نوین و زندگی روزمره: تأثیر تلفن همراه بر هویت و سبک زندگی جوانان. رسانه، صص ۱۳۶-۱۱۹.
- کمال‌جو، علی؛ نریمانی، محمد؛ عطادخت، اکبر؛ ابوالقاسمی، عباس. (۱۳۹۵). مدل علی تأثیرات هوش معنوی و اخلاقی بر روابط فرازناشویی با واسطه‌های شبکه‌های مجازی و رضایت زناشویی. پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی. دوره ۶. شماره ۲۴. صص ۷۳-۵۳.
- کمال‌جو، علی؛ نریمانی، محمد؛ عطادخت، اکبر؛ ابوالقاسمی، عباس. (۱۳۹۵). پیش‌بینی روابط فرازناشویی براساس هوش معنوی، هوش اخلاقی، رضایت زناشویی و استفاده از شبکه‌های مجازی اجتماعی با نقش تعدیل‌گری جنسیت. مجله مشاوره و روان‌درمانی خانواده. سال ۶. شماره ۲. صص ۶۷-۳۹.
- محسنی، منوچهر (۱۳۸۰). جامعه‌شناسی جامعه اطلاعاتی. تهران: دیدار.
- محمدی، جمال؛ خالق‌پناه، کمال؛ غلامی، الهه. (۱۳۹۵). تجربه مصرف شبکه‌های اجتماعی (مطالعه موردی: شبکه اجتماعی بی‌تاک). فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران. دوره نهم. شماره ۴. صص ۸۸-۵۹.
- مرادی، شهاب؛ رجب‌پور، مجتبی؛ کیان‌ارثی، فرحناز؛ حاجلو، نادر؛ رادبخش، ناهید. (۱۳۹۳). انگیزه‌های استفاده از شبکه‌های مجازی اجتماعی. فرهنگ در دانشگاه اسلامی. سال چهارم. شماره اول. صص ۱۱۸-۹۵.
- مسعودنیا، ابراهیم (۱۳۹۶). جامعه‌شناسی پزشکی، تهران: مؤسسه چاپ و انتشارات دانشگاه تهران.
- معینی‌کیا، مهدی؛ زاهدبابلان، عادل؛ آریانی، ابراهیم؛ خالق‌خواه، علی. (۱۳۹۴). بررسی اهداف و انگیزه‌های دانشجویان از کاربری شبکه‌های اجتماعی مجازی. رسانه. سال بیست و ششم. شماره ۴. صص ۱۳۰-۱۰۵.
- منتظر قائم، مهدی؛ عرفانی حسین‌پور، رضوانه. (۱۳۹۴). استفاده نوجوانان از تلفن همراه: آسیب‌شناسی و روش‌های فرهنگی و فنی مقابله. رسانه و فرهنگ. سال پنجم. شماره دوم. صص ۸۳-۵۵.

شناخت و طبقه‌بندی آسیب‌های اجتماعی معطوف به شبکه‌های ... ۳۰۹

مهدی‌زاده، سیدمحمد؛ اتابک، محمد. (۱۳۹۵). استفاده از شبکه‌های اجتماعی و شکل‌گیری فرهنگ جوانی در جوانان تهرانی کاربر فیس‌بوک. مطالعات فرهنگ-ارتباطات. سال هفدهم. شماره سی و چهار. صص ۱۳۸-۱۰۳.

مهدی‌زاده، سیدمحمد؛ توفیقی، مظاهر. (۱۳۹۴). رابطه حضور در فضای مجازی و هویت مدرن. رسانه. سال بیست و ششم. شماره ۳. صص ۱۷۹-۲۰۰.

نوغانی، محسن؛ چرخ‌زرین، مرتضی. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر فیس‌بوک بر سرمایه اجتماعی پیوندی و پل-زنده در بین جوانان. فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی جوانان. سال چهارم. شماره دوازدهم. صص ۱۸۸-۱۷۳.

هابرماس، بورگن (۱۳۸۹) جهانی‌شدن و آینده دموکراسی منظومه پساملی، ترجمه: کمال پولادی. تهران: نشر مرکز، چاپ پنجم.

همتی، رضا؛ حاجیلری، آمنه؛ اصلانی، شهناز. (۱۳۹۵). دانشجویان دختر و تجربه فیس‌بوک: یک پژوهش کیفی. فرهنگ در دانشگاه اسلامی. سال ۶. شماره ۱. صص ۸۰-۴۵.

وبستر، فرانک (۱۳۸۰) نظریه‌های جامعه اطلاعاتی، ترجمه: اسماعیل قدیمی. تهران: قصیده‌سرا.

ویلیامز، کوین (۱۳۸۶) درک تئوری رسانه‌ها، ترجمه: رحیم قاسمیان، تهران: نشر ساقی.

Aagaard, H., & Hall, E. O. C. (2008). Mothers' experiences of having a preterm infant in the Neonatal Care Unit: A meta-synthesis. *Journal of Pediatric Nursing*, 23(3), e26-e36. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.pedn.2007.02.003>.

Boyd, D. m., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x

Chandler, D. (1994). Why do people watch television. Retrieved November, 8, 2007 .

Ellison NB, Lampe C, & Steinfield C. (2009) Feature Social network sites and society: current trends and future possibilities. *interactions*, 16(1): p. 6-9.

fernandes, p. (2004). stigma scale of epilepsy. conceptual issues."journal of empilepsy and clinical neurophysiology". 10. pp :213-218.

Merton, R. K. (1976). *Sociological ambivalence and other essays*: Simon and Schuster.

Siau, K., & Long, Y. (2005). Synthesizing e-government stage models—a meta-synthesis based on metaethnography approach. *Industrial Management & Data Systems*, 105(4), 443-458.

Yedidia MJ, Gillespie CC, Kachur E, Schwartz MD, Ockene J & Chepaitis AE. (2003) MBA Effect of Communications Training on Medical Student Performance. *JAMA*,. 290(9): p. 1157- 1165.