



نقش میانجی نگرش به رسانه‌های اجتماعی در رابطه نفرت‌پراکنی اینترنتی با احساس امنیت و لذت اجتماعی ورزشکاران نوجوان

زهرا سادات مشیر استخاره^۱

علی اصغر دورودیان^۲



10.22034/SSYS.2022.2259.2618

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۱۲/۱۲

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۱/۱۷

پژوهش حاضر با هدف تبیین رابطه نفرت‌پراکنی اینترنتی با احساس امنیت و لذت اجتماعی ورزشکاران نوجوان با توجه به نقش میانجی نگرش نسبت به رسانه‌های اجتماعی تدوین شده است. روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی مبتنی بر معادلات ساختاری بود و جامعه آماری پژوهش را تمامی ورزشکاران نوجوان تشکیل می‌دادند که با توجه به حجم جامعه نامحدود، تعداد ۳۸۴ نفر بر اساس جدول مورگان مطابق با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای به عنوان نمونه انتخاب شدند. جهت جمع‌آوری داده‌ها پس از تایید روایی و پایایی، از پرسشنامه‌های «امنیت و لذت اجتماعی» گیلبرت و همکاران (۲۰۰۹)، «نگرش رسانه‌های اجتماعی» دیویس (۱۹۹۸) و «نفرت‌پراکنی اینترنتی» پاچیکو و میلهویش (۲۰۱۸) استفاده گردید. تجزیه و تحلیل داده‌ها با آمار توصیفی (میانگین و انحراف معیار) و آمار استنباطی (آزمون همبستگی پیرسون و معادلات ساختاری) و نرم افزار SPSS و Amos انجام شد.

نتایج پژوهش نشان داد که «نفرت‌پراکنی اینترنتی» بر «امنیت و لذت اجتماعی» با ضریب مسیر ($\beta = -0.31$) و «نگرش رسانه‌های اجتماعی» ورزشکاران نوجوان با ضریب مسیر ($\beta = -0.24$)، تأثیر منفی و معناداری دارند. همچنین «نگرش رسانه‌های اجتماعی» بر «امنیت و لذت اجتماعی» ورزشکاران نوجوان با ضریب مسیر ($\beta = -0.46$) تأثیر مثبت و معناداری دارد. در نهایت نتایج حاصل از بررسی نقش متغیر میانجی نشان داد که نگرش رسانه‌های اجتماعی به واسطه نفرت‌پراکنی اینترنتی بر امنیت و لذت اجتماعی ورزشکاران نوجوان تأثیر غیرمستقیم و معناداری دارد.

یافته‌های پژوهش مسیر را برای بررسی‌های بیشتر در زمینه نفرت‌پراکنی اینترنتی هموار می‌کند.

واژگان کلیدی: نفرت‌پراکنی اینترنتی، احساس امنیت، لذت اجتماعی، رسانه‌های اجتماعی و ورزشکاران

نوجوان.

^۱ استادیار، گروه علوم اجتماعی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

^۲ استادیار، گروه تربیت بدنی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

E-mail: Doroudian1980@gmail.com

مقدمه

در طول ۲۰ سال گذشته، استفاده از اینترنت در بیشتر کشورهای جهان رشد کرده و تقریباً به ابزاری مهم در تمام جنبه‌های زندگی روزمره افراد تبدیل شده است. اینترنت را می‌توان برای بسیاری از فعالیت‌های مختلف از جمله برقراری ارتباط، سرگرمی، یادگیری، بازی، خرید و غیره استفاده کرد (ساوسی و همکاران^۱، ۲۰۲۰). به دلیل فرصت‌های ارائه شده توسط اینترنت، تطبیق‌پذیری خدمات، دسترسی آسان به چنین خدمات، ساختار انعطاف‌پذیر و تعاملی خاص، اینترنت به بخشی از زندگی ما به شیوه‌ای شدیدتر تبدیل شده است (آکپینار آیدوگموس و اوزدن یلدریم^۲، ۲۰۱۹).

با توجه به رشد اینترنت در دهه اخیر، استفاده شدید از اینترنت و رسانه‌های اجتماعی زمینه مشترکی برای تحقیقات مختلف مرتبط با اینترنت در رشته‌های مختلف در بین نوجوانان و جوانان بوده است. برخی از این تحقیقات نشان داد اینترنت در رشد کودکان، نوجوانان و جوانان همچون موفقیت تحصیلی (تونسر^۳، ۲۰۰۱)، رشد شناختی (سوبراهمانیان و لین^۴، ۲۰۰۷) و مزایای اجتماعی (مک کنا و برگ^۵، ۲۰۰۰) نقش داشته است. از سوی دیگر، کاربران اینترنت به صورت هفتگی میلیاردها قطعه محتوای آنلاین را در تعدادی از پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی تولید می‌کنند که این محتوا شامل نفرت‌پراکنی^۶ نیز می‌باشد (اورینگان^۷، ۲۰۱۸). فرصت‌های استفاده از اینترنت و فضای مجازی خیلی وقت‌ها چالش‌های ناشی از آن را پوشش می‌دهد. با وجود این، برخی چالش‌های فضای مجازی ابعاد جهانی یافته‌اند و در سطوح گسترده‌ای موجب اختلالاتی شده‌اند. یکی از این چالش‌ها «نفرت‌پراکنی اینترنتی^۸» است. نفرت‌پراکنی اینترنتی نوعی گفتار است که به صورت آنلاین با هدف حمله به شخص یا گروهی بر اساس نژاد، مذهب، منشأ قومی، گرایش جنسی، ناتوانی یا جنسیت انجام می‌شود (جانسون و همکاران^۹، ۲۰۱۹). نفرت‌پراکنی اینترنتی به راحتی قابل تعریف نیست، اما می‌توان آن را با کارکرد تحقیرآمیز یا غیرانسانی که انجام می‌دهد تشخیص داد (گاگلیاردون^{۱۰}، ۲۰۱۵). نفرت‌پراکنی اینترنتی به‌طور کلی به‌عنوان هر کنش دیجیتالی از خشونت، خصومت و ارباب به روی مردم به دلیل هویت یا تفاوت درک شده تعریف می‌گردد (چاکرابورتی و همکاران^{۱۱}، ۲۰۱۴).

1 Savci

2 AKPINAR AYDOĞMUŞ & ÖZDEN YILDIRIM

3 Tuncer

4 Subrahmanyan & Lin

5 McKenna & Bargh

6 Hate Speech

7 O'Regan

8 Online Hate Speech

9 Johnson

10 Gagliardone

11 Chakrabarti

بانکس^۱ (۲۰۱۰) در پژوهش خود نشان داد در یک فضای سایبری گسترده و بدون نظارت، اینترنت به مرز نوین گسترش نفرت تبدیل شده است؛ به طوری که پاچیکو و میلهویش^۲ (۲۰۱۵) در پژوهش خود اشاره داشتند ۱۱ درصد از بزرگسالان نیوزلند گزارش دادند در سال گذشته شخصاً مورد هدف سخنان نفرت پراکنی آنلاین قرار گرفته‌اند. نفرت پراکنی اینترنتی تا حد زیادی در گفتمان روزمره به عنوان یک اصطلاح عمومی مورد استفاده قرار می‌گیرد و تهدیدات عینی برای امنیت افراد و گروه‌ها را با مواردی مخلوط می‌کند که در آن افراد ممکن است به سادگی خشم خود را علیه قدرت تخلیه کنند (گاگیلاردون، ۲۰۱۵). با این حال، نوجوانی یکی از مهم‌ترین گروه‌های خطر است (اوزتورک و همکاران^۳، ۲۰۰۷). علاقه به پیشرفت‌های فناوریانه در دوران نوجوانی و میزان استفاده بالاتر از اینترنت در مقایسه با سایر گروه‌های سنی و ناکافی بودن بلوغ روانی در این دوره، این گروه را به عنوان یک گروه پرخطر بالقوه شناسایی نمود (آکپینار آیدوگموس و اوزدن یلدریم، ۲۰۱۹). تحقیقات نشان می‌دهد از آنجا که نوجوانان هنوز نتوانسته‌اند فرآیندهای رشد شناختی، عاطفی و اجتماعی را کامل کنند، ممکن است بیشتر از سایر گروه‌ها از پیامدهای منفی اینترنت متأثر شوند (تی سای و همکاران^۴، ۲۰۰۱) و در این زمینه ورزشکاران نوجوان نیز ازین مقوله مستثنی نیستند. امروزه نوجوانان و ورزشکاران جوان مدت زمان قابل توجهی را در اینترنت به عنوان یک ابزار اجتماعی در فرایند کشف، یافتن و درک هویت خود می‌گذارند و نفرت پراکنی اینترنتی نیز می‌تواند به عنوان یک عامل خطر مهم برای نوجوانان ورزشکار می‌باشد. به طور کلی نوجوانان در برابر مکانیسم‌هایی که اینترنت ایجاد می‌کند، آسیب‌پذیر هستند، زیرا بسیاری به دنبال گروه‌ها یا عللی هستند که به آنها احساس هویت بدهد. جستجوی هویت بخشی طبیعی از نوجوانی است، اما اگر به حد اعلای آن برسد، این می‌تواند برای افراد تنفر ایجاد کند (آمون^۵، ۲۰۱۰). جوانانی که نفرت آنلاین را تجربه می‌کنند، بیشتر احتمال دارد که اضطراب و افسردگی بگیرند (تین و همکاران^۶، ۲۰۰۸) و اهداف نفرت اینترنتی نیز ممکن است آزار و اذیت و خشونت آنلاین را تجربه کنند (کارسون^۷، ۲۰۱۷).

در ارتباط با رشد سریع اینترنت، مفهوم دیگری که به بخشی از زندگی ما تبدیل شده است، رسانه‌های اجتماعی^۸ است. یکی از محبوب‌ترین فعالیت‌ها در اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و به طور کلی تر استفاده از رسانه‌های اجتماعی در انواع مختلف آن است. برنامه‌های کاربردی رسانه‌های اجتماعی مانند فیس

1 Banks

2 Pacheco & Melhuish

3 Öztürk

4 Tsai

5 Amon

6 Tynes

7 Carson

8 social media

بوک و اینستاگرام با ایجاد پروفایل‌های شخصی، فرصت ملاقات با افراد مختلف را فراهم می‌کنند و ارتباط شخصی، اشتراک‌گذاری و بیان ایده‌ها در مورد یک رویداد یا موقعیت را با دیگران در مکان‌های مختلف در سطح جهانی تسهیل می‌کنند (تریم و همکاران^۱، ۲۰۱۶). شبکه‌های اجتماعی با فرصت‌ها و خروجی‌های فراوانی که در اختیار کاربران قرار می‌گیرد، شیوع استفاده آنلاین را در سراسر جهان افزایش داده است (کمپ^۲، ۲۰۱۹). علاوه بر این، مشخص است که بیش از ۵۰۰ ابزار رسانه اجتماعی وجود دارد و تعداد این ابزارها هر روز در حال افزایش است (تامسون و لاقید^۳، ۲۰۱۲). دو دیدگاه متفاوت در مورد نگرش^۴ کاربران رسانه‌های اجتماعی وجود دارد: دیدگاه اول استدلال می‌کند که از آنجایی که ارتباطات رسانه‌های اجتماعی در مقایسه با ارتباط چهره به چهره کیفیت پایینی دارد، ارتباط اینترنتی با مشکل اجتماعی شدن مرتبط است و جوانان با مشکلات مهارت‌های اجتماعی تمایل به ارتباط از طریق اینترنت دارند. بر خلاف این دیدگاه، دیدگاه دوم مدعی است که جوانان ترجیح می‌دهند با دوستان فعلی خود ارتباط برقرار و با آنها ملاقات کنند تا ارتباط از طریق اینترنت و ارتباطات آنلاین به عنوان عوامل اجتماعی شدن (میکامی و همکاران^۵، ۲۰۱۰) - هرچند ادعا می‌شود که اینترنت یک محیط روانی منحصر به فرد را برای کاربران خود ایجاد می‌کند که باعث می‌شود مردم در مورد هنجارهای اجتماعی موجود در زندگی واقعی احساس آزادی کنند (آمیچای-هامبورگر و باراک^۶، ۲۰۰۹).

از سوی دیگر، روابط مبتنی بر اعتماد و جنبه‌های اجتماعی انسان نقش مهمی در داشتن یک زندگی خوب دارد (آکین و همکاران^۷، ۲۰۱۳). افرادی که مشکل احساس امنیت اجتماعی^۸ دارند، با محدودیت‌هایی در زندگی اجتماعی و مشکلاتی برای حضور در رویدادهای حضوری مواجه می‌شوند. علاوه بر این، این افراد تمایل به استفاده بیش از حد از اینترنت نیز دارند (گریفیتس^۹، ۲۰۰۰). نیازهای امنیتی که دومین مرحله سلسله مراتب نیازهای مزلو (۱۹۴۳) است را می‌توان به عنوان گنجاندن در اجتماع تعریف کرد؛ وحدتی که نیازهای زندگی، تعلق و پذیرش را در یک منطقه صلح آمیز و اجتماعی برآورده می‌کند. محیط امن یا ناامن اینترنت می‌تواند عملکردهای شناختی مغز را تحریک کند. در حالی که محیط ناامن باعث تأثیر منفی می‌شود، محیط امن به عاطفه مثبت کمک می‌کند (گیلبرت و همکاران^{۱۰}، ۲۰۰۹). داشتن عواطف

1 Treem et al.

2 Kemp

3 Thampson & Loughheed

4 Attitude

5 Mikami

6 Amichai-Hamburger & Barak

7 Akın

8 Social Security

9 Griffiths

10 Gilbert

نقش میانجی نگرش به رسانه‌های اجتماعی در رابطه نفرت پراکنی اینترنتی با احساس امنیت و لذت اجتماعی ورزشکاران نوجوان

مثبت مانند آرامش و رضایت می‌تواند با حالاتی مانند بهزیستی و آرامش مرتبط باشد (دیپوئی و همکاران^۱، ۲۰۰۵). به گفته کاستر^۲ (۱۹۹۸) اثرات مثبت ممکن است بر پنهان کردن احساسات امنیتی و کاهش کاهش احساس تهدید مؤثر باشد (آکین و همکاران^۳، ۲۰۱۳). گیلبرت و همکاران (۲۰۰۷) از این سیستم به عنوان «امنیت و لذت اجتماعی»^۴ نام برده‌اند. اصطلاح امنیت و لذت اجتماعی برای پرداختن به شرایطی ابداع شده که در نتیجه فعالیت‌های تسکین دهنده سیستم رخ می‌دهد. امنیت و لذت اجتماعی از دیدگاه گیلبرت (۲۰۰۹) اشاره داشت که افراد بر این اساس دنیای اجتماعی خود را امن، گرم و آرام‌بخش تجربه می‌کنند. پس احساس امنیت و لذت اجتماعی حاصل عملکرد سیستم تسکین و آرامش است که به عنوان تجارب و ادراکات افراد از جهان اجتماعی شان به عنوان جهانی امن، صمیمی و آرام، با احساسات تعلق و پذیرش و صمیمیت از جانب دیگران، تعریف شده است (گیلبرت و همکاران، ۲۰۰۹). می‌توان بیان کرد که شرکت در رویدادهای اجتماعی بین فردی (گذراندن وقت با دوستانی که دوستشان دارند) یا رویدادهای غیر اجتماعی ممکن است در به دست آوردن تأثیرات مثبت و یا منفی نقش داشته باشد (گیلبرت و همکاران، ۲۰۰۹).

نتایج تحقیقات مرتبط با پژوهش هاشمیان و همکاران (۱۳۹۲) نشان داد احساس امنیت اجتماعی با میزان استفاده از رسانه‌های داخلی، تلویزیون، رادیو و ماهواره رابطه معنی‌داری دارد، ولی با میزان استفاده از اینترنت، مجله و روزنامه رابطه معنی‌داری ندارد. خواجه نوری و کاوه (۱۳۹۲) نیز در پژوهش خود بیان کردند که تأثیر تعاملی استفاده از تلویزیون داخلی و رادیوی داخلی بیشترین تأثیر را بر احساس امنیت داشته است. آکینار آیدوگموس و اوزدن یلدیریم (۲۰۱۹) در پژوهش خود به بررسی نقش میانجی نگرش رسانه‌های اجتماعی بر رابطه با استفاده مشکل‌زا از اینترنت و امنیت اجتماعی و لذت در بین ۴۶۱ نفر از دانش‌آموزان نوجوانان در ترکیه پرداختند. بر اساس نتایج نقش میانجی معنادار نگرش رسانه‌های اجتماعی (ابعاد شایستگی اجتماعی و نیاز به اشتراک‌گذاری) در رابطه بین استفاده مشکل‌زا از اینترنت و امنیت اجتماعی و لذت در نوجوانان تأیید گردید. همچنین بین امنیت اجتماعی و لذت و نگرش رسانه‌های اجتماعی رابطه مثبت و بین امنیت اجتماعی و لذت و استفاده مشکل‌ساز از اینترنت رابطه منفی وجود داشت. گلدر و همکاران^۵ (۲۰۱۹) در پژوهش خود بیان کردند نگرش کاربران رسانه‌های اجتماعی به طور کلی در مورد استفاده از داده‌های رسانه‌های اجتماعی برای اهداف تحقیقاتی مثبت بود. نتایج ساوسی و همکاران^۶ (۲۰۲۰) در پژوهش خود

1 Depue

2 Caster

3 Akın

4 Security and social pleasure

5 Golder

6 Savci

نشان داد که رضایت از زندگی خانوادگی یک واسطه معنادار در رابطه بین استفاده مشکل ساز از رسانه‌های اجتماعی و ارتباط اجتماعی است. کیپی و همکاران^۱ (۲۰۱۷) در کتاب خود مبنی بر نفرت اینترنتی و محتوای مضر اشاره کردند که نفرت اینترنتی پیامدهای مختلفی بر روی جوانان از جمله رفاه و بهزیستی ذهنی، اعتماد و امنیت، تصویر از خود و روابط اجتماعی دارد. یوسال^۲ (۲۰۱۵) نیز بیان کرد استفاده مشکل ساز از فیس بوک با امنیت و شکوفایی اجتماعی همبستگی منفی داشت. علاوه بر این، یافته‌ها نشان داد که امنیت و شکوفایی اجتماعی پیش‌بینی‌کننده‌های مهمی برای استفاده مشکل ساز فیس‌بوک هستند. به طور کلی در حال حاضر رسانه‌های اجتماعی نسبت به رسانه‌های سنتی یعنی رادیو، تلویزیون و مجله‌ها ظرفیت بسیار بیشتری برای دسترسی به عموم مردم از جمله نوجوانان و جوانان ورزشکار دارند. علاوه بر این، کاربران اینترنت از رسانه‌های سنتی دور شده و برای جستجوی اطلاعات هرچه بیشتر از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. همچنین ماهیت سخنان مشوق نفرت‌پراکنی اینترنتی و پیامدهای احتمالی آن باعث شده است که برای مدتی موضوع مورد توجه عمومی و مورد علاقه تحقیقاتی گردد. امروزه، دامنه نفرت از هر زمان دیگری گسترده تر شده است، زیرا دسترسی آسان و اغلب ناشناس به حجم عظیمی از محتوای آنلاین، راه اینترنت را برای استفاده و سوء استفاده در بین نوجوانان باز کرده است. اینترنت با ارائه امکاناتی برای دسترسی ارزان و فوری بدون ارتباط با موقعیت جغرافیایی یا سیستم شناسایی کاربر، به گروه‌های نفرت‌انگیز و افراد طرفدار نفرت اجازه می‌دهد تا ایده‌های خود را به مخاطبان سراسر جهان منتقل کنند. محتوای متنفر و مضر آنلاین بر نقش محتوای آنلاین بالقوه مضر، به‌ویژه در میان جوانان و ورزشکاران تمرکز دارد. همین امر نگرانی‌ها در مورد تبدیل نفرت‌پراکنی اینترنتی به یک رفتار فراگیر را در بین نوجوانان ورزشکاران افزایش داده است. با این حال، علیرغم توجه روزافزون به این موضوع، تحقیقات مستقر در ایران که به تجربیات شخصی و/یا قرار گرفتن در معرض نفرت آنلاین می‌پردازد، وجود ندارد که همین امر مسئله و خلا پژوهش حاضر را دوچندان می‌کند. از این رو، پژوهش حاضر با هدف تبیین رابطه بین نفرت‌پراکنی اینترنتی با امنیت و لذت اجتماعی با نقش میانجی نگرش رسانه‌های اجتماعی در بین ورزشکاران نوجوان به عنوان اولین پژوهش در این حیطه در ایران مورد تدوین قرار گرفته است.

روش‌شناسی پژوهش

این تحقیق به لحاظ هدف از نوع کاربردی و از لحاظ روش تحقیق جزو تحقیقات توصیفی-پیمایشی بصورت همبستگی مبتنی بر معادلات ساختاری بود. جامعه آماری این پژوهش را کلیه نوجوانان ورزشکار شهر تهران تشکیل می‌دادند. با توجه به حجم جامعه نامحدود ورزشکاران و بر اساس جدول

1 Keipi

2 Uysal

نقش میانجی نگرش به رسانه‌های اجتماعی در رابطه نفرت پراکنی اینترنتی با احساس امنیت و لذت اجتماعی ورزشکاران نوجوان

مورگان تعداد ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند که در نهایت تعداد ۳۶۴ نفر بر اساس نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی به عنوان نمونه نهایی انتخاب شدند. برای نمونه‌گیری از چنین جامعه‌ای ابتدا شهر تهران به ۴ قسمت (شمالی، جنوبی، غربی و شرقی) تقسیم گردید و برای هر منطقه تعداد ۱۰۰ پرسش‌نامه- با این پیش‌فرض که احتمالاً تلفات آماری در پرسش‌نامه وجود دارد تعداد پرسش‌نامه‌های بیشتری توزیع گردید- در نظر گرفته شد و در هر منطقه به طور تصادفی تعداد ۴ باشگاه و فضای ورزشی انتخاب و برای هر باشگاه و فضای ورزشی ۲۵ پرسش‌نامه بین ورزشکاران نوجوان این باشگاه‌ها که تمایل به همکاری داشتند توزیع گردید. گفتنی است در این بخش پرسش‌نامه‌های مخدوش پس از گردآوری کنار گذاشته شد و در نهایت تعداد ۳۶۴ پرسش‌نامه برای تحلیل‌های آماری در نظر گرفته شد.

۱- مقیاس احساس امنیت و لذت اجتماعی (SSPS)^۱

در این پژوهش از مقیاس احساس امنیت و لذت اجتماعی (SSPS) استفاده شده است. پرسشنامه امنیت و لذت اجتماعی دارای ۱۱ گویه و به صورت خود گزارشی است که توسط گیلبرت و همکاران (۲۰۰۹) جهت سنجش احساس امنیت اجتماعی ساخته شده است. این مقیاس، تجربه فرد را از درک جهان اجتماعی اش به صورت محیطی امن، صمیمی و پذیرا نشان می‌دهد. شرکت‌کنندگان توافق خود را با جملات، از طریق مقیاس لیکرت از ۱ تا ۵ درجه بندی می‌کنند (۱= تقریباً هرگز تا ۵= تقریباً همیشه). نمره فرد از جمع نمرات ۱۱ گویه به دست می‌آید. Top of Form علوی و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهش خود فرآیند ترجمه و بازترجمه برای تهیه نسخه فارسی SSPS را در بین ۵۲۱ نفر از دانشجویان سه دانشگاه در تهران در سال تحصیلی ۹۵-۱۳۹۴ انجام دادند و به همراه مقیاس امنیت و لذت اجتماعی پرسش‌نامه‌های مشکلات بین‌فردی، افسردگی بک و هراس اجتماعی نیز پاسخ داده شد. برای بررسی اعتبار مقیاس از اعتبار سازه (تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی) و اعتبار واگرا استفاده شد. نتایج تحلیل عاملی اکتشافی مقیاس امنیت و لذت اجتماعی حاکی از وجود یک ساختار تک‌عاملی است و تحلیل عاملی تأییدی نیز موید این ساختار است. ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۱ و ضریب پایایی بازآزمایی ۰/۸۲ به دست آمد. اعتبار واگرا نیز از راه محاسبه همبستگی مقیاس با سه پرسش‌نامه مشکلات بین‌فردی، افسردگی بک و هراس اجتماعی تأیید شد.

۲- مقیاس نگرش به رسانه اجتماعی^۲

جهت سنجش نگرش نسبت به رسانه‌های اجتماعی از پرسشنامه دیویس (۱۹۹۸) استفاده شده است. این پرسشنامه دارای ۹ سوال و ۳ مولفه سودآوری درک‌شده، درک سهولت استفاده و پذیرش رسانه می‌باشد. بر اساس مقیاس ۵ ارزشی لیکرت از کاملاً موافقم عدد ۵ الی کاملاً مخالفم عدد ۱ مورد سنجش

1 Social Safeness and Pleasure Scale

2 Social Media Attitude Scale

قرار گرفته است. روایی پژوهش با استفاده از روایی محتوا و روایی سازه در پژوهش گل محمدی (۱۳۹۷) مورد سنجش و تأیید قرار گرفت و پایایی پرسشنامه نیز با استفاده از آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی، سنجیده و تأیید گردید- ضریب آلفای کرونباخ برای نگرش رسانه اجتماعی برابر با ۰/۸۳، سودآوری درک شده ۰/۸۲، درک سهولت استفاده ۰/۶۶ و پذیرش رسانه ۰/۷۴ به دست آمد.

۳-مقیاس نفرت پراکنی اینترنتی^۱

جهت سنجش نفرت پراکنی اینترنتی از مقیاس نفرت پراکنی اینترنتی پاچیکو و میلهویش (۲۰۱۸) الگو گرفته شد؛ به طوری که این پرسشنامه به صورت آنلاین در بین ۱۰۰۱ نفر از شرکت کنندگان بالای ۱۸ سال در نیوزلند مورد استفاده قرار گرفت. پرسشنامه نظرسنجی پژوهش حاضر شامل ۱۰ سوال بود. اولین سوال تجربیات شخصی شرکت کنندگان از سخنان نفرت پراکنی آنلاین در ۱۲ ماه گذشته را اندازه گیری کرد. سپس، از شرکت کنندگانی که می گفتند تنفر آنلاین را تجربه کرده اند، یک سوال در مورد دلایل درک شده برای هدف محتوای نفرت انگیز پرسیده شد. برای این سوال، فهرست گزینه ها شامل نژاد، قومیت، جنسیت، ملیت و گرایش جنسی بود. پرسش های نظرسنجی بعدی میزان قرار گرفتن در معرض نفرت آنلاین را اندازه گیری کردند. در این رابطه، از همه شرکت کنندگان سوال شد که آیا در ۱۲ ماه گذشته در معرض محتوای نفرت انگیز بوده اند یا خیر. سپس، شرکت کنندگانی که در معرض نفرت آنلاین بودند به سؤالی درباره دلایلی که معتقد بودند دیگران با محتوای نفرت انگیز هدف قرار گرفته اند، پاسخ دادند. همچنین سوال دیگر به دنبال سنجش میزان تعامل شرکت کنندگان با سایت های آنلاینی بود که محتوای نفرت انگیز را تبلیغ یا توزیع می کنند. به طور خاص، از آنها خواسته شد تا مشخص کنند که به چه اندازه از چنین وب سایت، انجمن آنلاین و/یا گروه رسانه های اجتماعی بازدید کرده اند.

جهت تعیین روایی صوری و محتوای پرسشنامه و صحت و سقم سئوالات، پرسشنامه در بین ۱۰ از خبرگان و متخصصان مدیریت ورزشی توزیع شد و پس از اطمینان از نتایج به دست آمده، پرسشنامه در جامعه آماری پژوهش پخش گردید. پرسشنامه ها با توجه به استاندارد بودن از قابلیت روایی و پایایی مطلوبی برخوردار بودند. همچنین روایی سازه پرسشنامه مقیاس نفرت پراکنی اینترنتی بر اساس تحلیل عاملی مورد بررسی و تأیید قرار گرفت و شاخص های برازش همچون CFI، GFI، AGFI و غیره مطلوب و نشان دهنده مناسب بودن ابزار بود. به منظور اندازه گیری قابلیت پایایی، از روش آلفای کرونباخ استفاده گردید. بدین منظور بخش کوچکی از جامعه آماری (۳۰ نفر) انتخاب و پرسشنامه ها به شکل مطالعه مقدماتی در جامعه توزیع شد. این مقدار بر اساس داده های حاصل برای پرسشنامه نگرش رسانه اجتماعی $\alpha = 0.79$ ، امنیت و لذت اجتماعی $\alpha = 0.72$ و مقیاس نفرت پراکنی اینترنتی $\alpha = 0.7$ می باشد

1 Online Hate Speech Scale

نقش میانجی نگرش به رسانه‌های اجتماعی در رابطه نفرت پراکنی اینترنتی با احساس امنیت و لذت اجتماعی ورزشکاران نوجوان

که نشان دهنده آن است که پرسشنامه مورد استفاده، از قابلیت پایایی لازم برخوردار می‌باشد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی (میانگین و انحراف معیار) و آمار استنباطی (آزمون همبستگی پیرسون و معادلات ساختاری) و نرم‌افزار SPSS و Amos نسخه ۲۴ استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

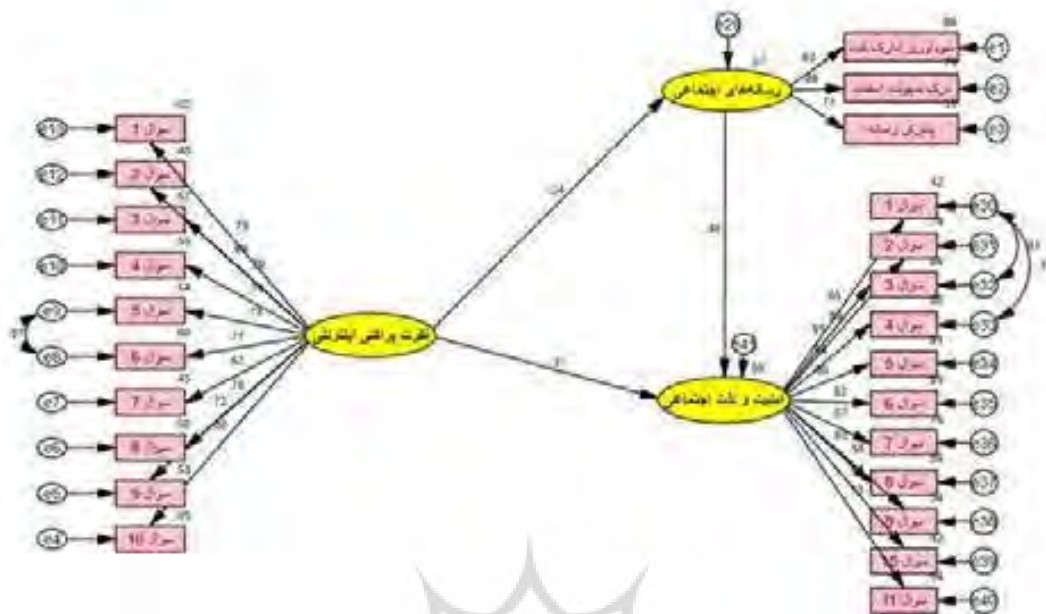
بر اساس نتایج پژوهش، میانگین سنی افراد نمونه ۱۷/۱۲ و انحراف معیار سنی ۱/۳۸ بود. کمترین سن برابر با ۱۶ سال با فراوانی ۱۰ نفر و بالاترین سن نیز برابر با ۲۴ سال با فراوانی ۳۸ نفر بود. ۱۸۳ نفر مرد و ۱۸۱ نفر نیز زن بوده‌اند. همچنین ۲۵۶ نفر از پاسخگویان این تحقیق مجرد و ۱۰۸ نفر نیز متاهل بودند. همچنین بر اساس نتایج آمار توصیفی متغیرهای پژوهش، میانگین نگرش به رسانه‌های اجتماعی ($M=۳/۴۱۷$)، احساس امنیت و لذت اجتماعی ($M=۳/۰۳۵$) و نفرت پراکنی اینترنتی ($M=۳/۵۰۹$) به دست آمد. یکی از پیش‌فرض‌های تحقیق انجام وجود ارتباط خطی بین متغیرهای مستقل و وابسته باشد. به همین منظور ارتباط بین متغیرها با توجه به مدل تحقیق در ابتدا مورد بررسی قرار گرفت. با توجه به نرمال بودن توزیع داده‌ها به منظور بررسی فرضیه تحقیق از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد.

جدول ۱: ماتریس همبستگی پیرسون بین متغیرهای تحقیق

متغیرها	نفرت پراکنی اینترنتی	نگرش به رسانه‌های اجتماعی	احساس امنیت و لذت اجتماعی
نفرت پراکنی اینترنتی	۱	-	-
نگرش به رسانه‌های اجتماعی	$-۰/۵۶۵^{**}$	۱	-
احساس امنیت و لذت اجتماعی	$-۰/۵۴۲^{**}$	$۰/۶۱۴^{**}$	۱
	$۰/۰۰۲$	$۰/۰۰۳$	$۰/۰۰۱$
	سطح معناداری	سطح معناداری	سطح معناداری
	ضریب همبستگی	ضریب همبستگی	ضریب همبستگی

* معناداری در سطح $P \leq ۰/۰۵$ ؛ ** معناداری در سطح $P \leq ۰/۰۱$

با توجه به نتایج آزمون همبستگی پیرسون در جدول ۱ مشاهده می‌شود که بین نفرت پراکنی اینترنتی و نگرش به رسانه‌های اجتماعی ($r=-۰/۵۴۲$, $Sig=۰/۰۰۱$)، بین نفرت پراکنی اینترنتی و احساس امنیت و لذت اجتماعی ($r=-۰/۵۶۵$, $Sig=۰/۰۰۱$) رابطه منفی معنادار و بین نگرش به رسانه‌های اجتماعی و احساس امنیت و لذت اجتماعی ($r=۰/۶۱۴$, $Sig=۰/۰۰۱$) در بین ورزشکاران نوجوان رابطه مثبت معناداری وجود دارد. پس از بررسی ارتباط بین متغیرهای تحقیق، مدل تحقیق در نرم‌افزار Amos نسخه ۲۴ اجرا و بر اساس نتایج به دست آمده فرضیات تحقیق مورد بررسی قرار گرفت:



شکل ۱: مدل تحقیق (در حالت ضرایب رگرسیونی استاندارد شده)

بر مبنای یافته‌های حاصل از مدل معادلات ساختاری و نتایج کلیه بارهای عاملی (ضرایب رگرسیونی استاندارد شده) از مقادیر تی (t) قابل قبولی در سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ برخوردار بودند که این شاخص‌ها نشان می‌دهند که متغیرهای مشاهده‌ای اندازه‌گیری شده به خوبی انعکاسی از متغیرهای پنهان نفرت پراکنی اینترنتی، امنیت و لذت اجتماعی و نگرش رسانه‌های اجتماعی می‌باشند. در شکل ۱ مدل ارتباطی تحقیق در حالت ضرایب رگرسیونی استاندارد شده (بار عاملی) ارائه شده است. در ادامه شاخص‌های برازش مدل تحقیق به منظور بررسی تأیید یا عدم تأیید مدل ارتباطی گزارش شده است.

جدول ۲: شاخص‌های برازش مدل ارتباطی تحقیق

تفسیر	مقادیر شاخص‌ها	مقدار مطلوب	شاخص‌های برازش
-	۴۷۵/۷۴۳	-	کای اسکوار (کای دو) ^۱
-	۱۶۳	-	درجه آزادی ^۲
مطلوب	۲/۹۱۸	کمتر از ۵	نسبت کای اسکوار به درجه آزادی (χ^2/df)
مطلوب	۰/۹۴۲	بیشتر از ۰/۹	شاخص نیکویی برازش ^۳ (GFI)

1 Chi-Square

2 Degrees of Freedom (df)

3 Goodness of Fit (GFI)

مطلوب	۰/۸۴۰	بیشتر از ۰/۸	شاخص نیکویی برازش تعدیل شده ^۱ (AGFI)
مطلوب	۰/۰۸۹	کمتر از ۰/۱	ریشه دوم میانگین خطای برآورد ^۲ (RMSEA)
مطلوب	۰/۰۴۱	کمتر از ۰/۰۵	ریشه دوم میانگین مجذورات باقیمانده ^۳ (RMR)
مطلوب	۰/۹۳۵	بیشتر از ۰/۹	شاخص برازش تطبیقی ^۴ (CFI)
مطلوب	۰/۹۴۲	بیشتر از ۰/۹	شاخص برازش هنجار شده ^۵ (NFI)
مطلوب	۰/۹۳۵	بیشتر از ۰/۹	شاخص برازش افزایشی ^۶ (IFI)

با توجه به جدول ۲ مشاهده می‌شود شاخص برازش تطبیقی (CFI) و شاخص نیکویی برازش (GFI) به‌عنوان شاخص‌های اصلی برازش مدل بیشتر از ۰/۹ بوده که نشان از تأیید مدل دارد. نسبت کای اسکوار به درجه آزادی (۲/۹۱۸) کمتر از ۵ بوده که به‌منظور تأیید مدل تحقیق از مقدار قابل قبولی برخوردار است. همچنین با توجه به اینکه ریشه دوم میانگین خطای برآورد (RMSEA) که در این شاخص مقادیر کمتر یک از قابل قبول به‌عنوان شاخص مطلوب بودن مدل به‌شمار می‌رود، مقدار شاخص RMSEA برابر با ۰/۰۸۹ به‌دست آمده که نشان از برازش قابل قبول مدل دارد. بنابراین با توجه به مقادیر به‌دست آمده، مدل ارتباطی تحقیق از برازش کافی برخوردار است. در ادامه بر اساس نتایج به‌دست آمده فرضیات تحقیق بر اساس نتایج حاصل از مدل تحقیق مورد بررسی قرار گرفت.

جدول ۳: نتایج تحلیل مسیر ساختاری (اثر مستقیم)

مسیر بین متغیرها	بار عاملی	مقدار t	سطح معناداری
نفرت پراکنی اینترنتی --- < احساس امنیت و لذت اجتماعی	-۰/۳۱۲	۵/۶۳۴	۰/۰۰۱
نفرت پراکنی اینترنتی --- < نگرش به رسانه‌های اجتماعی	-۰/۲۴۱	۴/۹۹۳	۰/۰۰۱
نگرش به رسانه‌های اجتماعی --- < احساس امنیت و لذت اجتماعی	۰/۴۶۴	۶/۷۹۶	۰/۰۰۱

بر اساس نتایج (جدول ۴) مشاهده می‌شود که «نفرت پراکنی اینترنتی» بر «احساس امنیت و لذت اجتماعی» با ضریب مسیر $(\beta = -0.31)$ و «نفرت پراکنی اینترنتی» بر «نگرش به رسانه‌های اجتماعی» با ضریب مسیر $(\beta = -0.24)$ ، تأثیر منفی و معناداری دارند. همچنین نتایج نشان می‌دهد که «نگرش به رسانه‌های اجتماعی» بر «احساس امنیت و لذت اجتماعی» با ضریب مسیر $(\beta = -0.46)$ تأثیر مثبت و معناداری دارد.

1 Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)

2 Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)

3 Root Mean Squared Residuals (RMR)

4 Comparative Fit Index (CFI)

5 Normed of Fit Index (NFI)

6 Incremental of Fit Index (IFI)

جدول ۴: اثر میانجی نگرش به رسانه‌های اجتماعی در رابطه نفرت پراکنی اینترنتی با احساس امنیت و لذت اجتماعی ورزشکاران نوجوان

متغیر مستقل	متغیر میانجی	متغیر وابسته	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم
نفرت پراکنی اینترنتی	نگرش به رسانه‌های اجتماعی	احساس امنیت و لذت اجتماعی	-۰/۳۱	۰/۴۹=۰/۷۴*۰/۶۸

بر اساس نتایج (جدول ۵) مشاهده می‌شود که با توجه به حاصل ضرب (۰/۴۶*۰/۲۴-) ضریب مسیر اثر غیرمستقیم نفرت پراکنی اینترنتی از طریق نگرش به رسانه‌های اجتماعی بر احساس امنیت و لذت اجتماعی برابر با (β=-۰/۱۲) بود. بنابراین می‌توان گفت که نفرت پراکنی اینترنتی از طریق نقش میانجی نگرش به رسانه‌های اجتماعی بر احساس امنیت و لذت اجتماعی ورزشکاران نوجوان اثر منفی معناداری دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

بر اساس نتایج به دست آمده بین نگرش نسبت به رسانه‌های اجتماعی با احساس لذت و امنیت اجتماعی در بین ورزشکاران نوجوان رابطه معنی داری وجود دارد. همچنین نتایج معادلات ساختاری نیز نشان داد که نگرش نسبت به رسانه‌های اجتماعی دارای اثر مثبت و معنی داری بر احساس لذت و امنیت اجتماعی در بین ورزشکاران نوجوان است. این نتایج همسو با یافته‌های خواجه نوری و کاوه (۱۳۹۲)، گلدر و همکاران (۲۰۱۹) و آکپینار آیدوگموس و اوزدن یلدریم (۲۰۱۹) می‌باشد. خواجه نوری و کاوه (۱۳۹۲) در پژوهش خود نشان دادند که بین میزان توجه و اعتماد به رسانه‌های داخلی و احساس امنیت اجتماعی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد و یا گلدر و همکاران (۲۰۱۹) بیان کردند که نگرش نسبت به رسانه‌های اجتماعی دارای پیامدهای مثبتی برای کاربران می‌باشد. در تبیین نتایج می‌توان بیان کرد که رسانه‌ها با توجه به توسعه کمی و کیفی که یافته‌اند، در عمل می‌توانند هم فرصت و هم تهدیدی برای دوام و قوام فرصت‌ها و تهدیدات اجتماعی باشند که مفهوم امنیت و نظم اجتماعی از جمله آنهاست. در واقع، ایفای نقش اثرگذار رسانه‌های اجتماعی، آنها را به عنوان اثرگذارترین عامل نظم، امنیت اجتماعی، وفاق، همبستگی و مشارکت مردمی در آورده است. رسانه‌های اجتماعی نقش بسیار مهمی در ارائه و اجرای برنامه‌های سیاسی، امنیتی و همچنین برانگیختن مشارکت افراد در تامین امنیت و نظم اجتماعی ایفا می‌کنند. همچنین می‌توان گفت که افراد از عناصر مختلفی در رسانه‌های اجتماعی برای ابراز وجود استفاده می‌نمایند. اعتقاد بر این است که محیط‌های رسانه‌های اجتماعی فرصت‌های خوداظهاری و شناخت آسان‌تر را از نظر شایستگی اجتماعی فراهم می‌کنند (آتالی^۱، ۲۰۱۴) و این باعث می‌شود ورزشکاران نوجوان از نظر اجتماعی احساس امنیت کنند و از زندگی خود رضایت بیشتری پیدا نمایند؛ به طوری که آکپینار آیدوگموس و اوزدن یلدریم (۲۰۱۹)

نقش میانجی نگرش به رسانه‌های اجتماعی در رابطه نفرت پراکنی اینترنتی با احساس امنیت و لذت اجتماعی ورزشکاران نوجوان

اشاره داشتند که هر اندازه میزان نگرش نوجوانان نسبت به رسانه‌های اجتماعی مطلوب‌تر باشد، به همان اندازه امنیت اجتماعی و لذت نیز بالاتر می‌رود.

بر اساس نتایج به‌دست آمده بین نفرت پراکنی اینترنتی با احساس لذت و امنیت اجتماعی در بین ورزشکاران نوجوان رابطه معنی‌داری وجود دارد. همچنین نتایج معادلات ساختاری نیز نشان داد که نفرت-پراکنی اینترنتی دارای اثر منفی و معنی‌داری بر احساس لذت و امنیت اجتماعی است. این نتایج همسو با پژوهش روباتوم^۱ (۲۰۱۲)، یوسال (۲۰۱۵) و کیپی و همکاران (۲۰۱۷) می‌باشد؛ به طوری که یوسال (۲۰۱۵) در پژوهش خود اشاره داشت که استفاده مشکل‌ساز از فیس‌بوک با امنیت و شکوفایی اجتماعی یک رابطه منفی داشته است. همچنین کیپی و همکاران (۲۰۱۷) اشاره کردند که نفرت اینترنتی پیامدهای مختلفی بر روی جوانان از جمله رفاه و بهزیستی ذهنی، اعتماد و امنیت، تصویر از خود و روابط اجتماعی دارد. دنتی و همکاران (۲۰۱۲) نیز بیان کردند بین استفاده مشکل‌زا و نادرست از فیس‌بوک و بهزیستی ذهنی و روانشناختی رابطه معنی‌دار منفی وجود دارد. در تبیین این نتایج می‌توان گفت که در معرض قرار گرفتن گفتار نفرت‌افکن می‌تواند نوجوانان را به انزوا از بحث‌های عمومی آنلاین و آفلاین سوق دهد و به مشارکت مدنی و گفتار آزاد و نیز امنیت اجتماعی آسیب وارد کند. نفرت پراکنی اینترنتی اثرات مخرب بسیاری دارد. قرار دریافت در معرض نفرت پراکنی اینترنتی با طیف وسیعی از نتایج رفتاری منفی ارتباط دارد. به عنوان مثال، به کاهش اعتماد و امنیت اجتماعی، انتقال بین نسلی با ایدئولوژی افراطی، تقویت تبعیض علیه گروه‌های مورد هدف و ترس و خشم در میان اعضای یک گروه می‌توان اشاره نمود. قرار دریافت در معرض این رفتار افراطی نیز با اعمال خشونت‌آمیز مرتبط است که بر روی نظم و امنیت اجتماعی افراد از جمله ورزشکاران نوجوان اثر می‌گذارد. بر اساس نتایج می‌توان گفت ورزشکاران نوجوانی که اینترنت را به عنوان ابزار اجتماعی تلقی می‌کنند و در محیط مجازی احساس امنیت بیشتری دارند، درک «امنیت و لذت اجتماعی» بالاتری نسبت به دنیای واقعی دارند. برعکس چنانچه نفرت پراکنی در اینترنت بیشتر باشد، ورزشکاران نوجوان امنیت و لذت اجتماعی کمتری دارند. بنابراین، اعتقاد بر این است که امنیت اجتماعی و ادراک لذت، عامل مهمی برای نفرت پراکنی اینترنتی می‌باشد. اعتقاد بر این است که اگر اعضای خانواده، معلمان و دوستانی که با نوجوانان ورزشکار در ارتباط اجتماعی هستند، محیطی را فراهم کنند که بتوانند احساس امنیت کنند و سطح رضایت بالاتری داشته باشند تا بدین طریق میزان نفرت پراکنی از اینترنت کاهش یابد.

بر اساس نتایج به‌دست آمده بین نفرت پراکنی اینترنتی با نگرش نسبت به رسانه‌های اجتماعی در بین ورزشکاران نوجوان رابطه معنی‌داری وجود دارد. همچنین نتایج معادلات ساختاری نیز نشان داد که نفرت پراکنی اینترنتی دارای اثر منفی و معنی‌داری بر نگرش نسبت به رسانه‌های اجتماعی است. نتایج تا

حدودی همسو با پژوهش آکپینار آیدوگموس و اوزدن یلدریم (۲۰۱۹) می‌باشد که در پژوهش خود نشان دادند استفاده نادرست از اینترنت می‌تواند بر روی نگرش کاربران نسبت به رسانه‌های اجتماعی تأثیر منفی بگذارد. به عبارت دیگر، می‌توان گفت هر اندازه میزان نگرش مثبت ورزشکاران جوان نسبت به رسانه‌های اجتماعی بهتر و بالاتر باشد و درک درستی از رسانه‌های اجتماعی داشته باشند، به همان اندازه میزان نفرت، خشونت، آزار و اذیت و مسائلی که مرتبط با نفرت پراکنی هستند، کاهش می‌یابد. نفرت پراکنی آنلاین برخی از اقدامات قانونی را که برای رسانه‌های دیگر توضیح داده شده است، ناکارآمد یا نامناسب می‌کند و رویکردهایی را می‌طلبد که بتوانند ماهیت خاص تعاملات فعال شده توسط فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات دیجیتال (ICT) را در نظر بگیرند. خطر تداوم یک تویییت بدون فکر کردن به عواقب احتمالی، با یک تهدید واقعی که بخشی از یک کمپین سیستماتیک نفرت است، وجود دارد (روباتوم، ۲۰۱۲).

بر اساس نتایج مشاهده گردید که نفرت پراکنی اینترنتی از طریق نقش میانجی نگرش رسانه‌های اجتماعی بر احساس امنیت و لذت اجتماعی ورزشکاران نوجوان اثر منفی معناداری دارد. این نتایج همسو با یافته یوسال (۲۰۱۵) و ساوسی و همکاران (۲۰۲۰) و آکپینار آیدوگموس و اوزدن یلدریم (۲۰۱۹) می‌باشد. آکپینار آیدوگموس و اوزدن یلدریم (۲۰۱۹) در پژوهش خود نشان دادند که نگرش رسانه‌های اجتماعی دارای یک نقش میانجی در رابطه بین استفاده مشکل‌زا و نادرست از اینترنت و امنیت اجتماعی و لذت در بین نوجوانان می‌باشد. در همین زمینه آتالای (۲۰۱۴) بیان کرد که نوجوانانی که از رسانه‌های اجتماعی برای ابراز خود استفاده می‌کنند، دارای سطح بالایی از امتیازات صلاحیت و شایستگی اجتماعی هستند. یوسال (۲۰۱۵) نیز نشان داد که اعتیاد به فیس بوک نقش واسطه‌ای بر شادی و رفاه ذهنی دارد. طبق نظر باراکتوتان^۱ (۲۰۰۵)، محیط اینترنت محیطی را فراهم می‌کند که در آن کاربران می‌توانند از مشکلات زندگی واقعی دور شوند، بدون تحقیر یا قضاوت، خود را ابراز کنند، فضایی برای خود در بستر مجازی ایجاد کنند و احساس آزادی و کنترل به دست آورند. ازین رو می‌توان بیان کرد چنین فرصت‌هایی که توسط اینترنت ارائه می‌شود ممکن است باعث استفاده مشکل‌ساز از اینترنت و ایجاد نفرت پراکنی در آن شود. همچنین ورزشکارانی که نگرشی مثبتی نسبت به رسانه‌های اجتماعی دارند می‌توانند امنیت و لذت اجتماعی را بهبود بخشند؛ به طوری که آکپینار آیدوگموس و اوزدن یلدریم (۲۰۱۹) در پژوهش خود اشاره کردند که نگرش مثبت یا منفی نوجوان، امنیت اجتماعی و لذت، نقش استفاده مشکل‌زا از اینترنت را نمایان می‌کند. بر اساس استنباط‌های یاد شده می‌توان گفت نگرش ورزشکاران نوجوان به رسانه‌های اجتماعی می‌تواند نقش جزئی در رابطه بین نفرت پراکنی اینترنتی و امنیت و لذت اجتماعی ایفا نماید. در نتیجه این مطالعه، مشخص شد که نفرت پراکنی اینترنتی با نگرش رسانه‌های اجتماعی و امنیت و لذت

نقش میانجی نگرش به رسانه‌های اجتماعی در رابطه نفرت پراکنی اینترنتی با احساس امنیت و لذت اجتماعی ورزشکاران نوجوان

اجتماعی رابطه معنی‌داری دارد. اعتقاد بر این است که همانطور که کارشناسان، امنیت و لذت اجتماعی و نگرش رسانه‌های اجتماعی ورزشکاران نوجوان را در تحقیقات و مطالعات آتی در مورد نفرت پراکنی اینترنتی بررسی می‌کنند، می‌توان اثرات بیش از اندازه اینترنت و نیز نفرت پراکنی اینترنتی را کاهش داد یا از بین برد و از بروز مجدد آن کاست. با در نظر گرفتن شرایط محیطی نوجوانی ممکن است بر شکل‌گیری نفرت پراکنی اینترنتی تأثیر بگذارد. ازین رو، مطالعات آینده ممکن است مدل‌هایی را در مورد تأثیر عوامل محیطی بر نفرت پراکنی اینترنتی آزمایش کنند.

با در نظر گرفتن شرایط محیطی، نوجوانی و ورزشکار بودن ممکن است تأثیری بر شکل‌گیری رفتار نادرست نفرت پراکنی اینترنتی داشته باشد. مطالعات آینده ممکن است مدل‌هایی را در رابطه با تأثیر عوامل محیطی آزمایش کنند. بر این اساس، امنیت و لذت اجتماعی به عنوان درک دنیای اجتماعی به عنوان امن، گرم و آرامش بخش تعریف می‌شود. وقتی فرد احساس امنیت اجتماعی می‌کند، نیاز کمتری به دفاع (فعالیت سیستم تهدید) یا رقابت برای به دست آوردن منابع (فعالیت سیستم رانده) دارد. فرض بر این است که ورزشکارانی که در محیط‌های اولیه خود گرمای کافی را تجربه نمی‌کنند، ممکن است یک سیستم تسکین دهنده نابالغ یا کمتر بالغ داشته باشند که منجر به مشکلاتی در احساس امنیت و آرامش می‌شود. گیلبرت (۲۰۰۹) معتقد است که مشکل در دستیابی به امنیت اجتماعی آسیب‌پذیری فراتشخیصی در طیفی از مشکلات روانی است. بر اساس مکانیسم توضیح امنیت و لذت اجتماعی اعتقاد بر این است که از آنجا که ورزشکاران نوجوان با سطح امنیت اجتماعی پایین‌تر، احساس گرما و امنیت در روابط اجتماعی خود ندارند، ممکن است در درک، جستجو و/یا اعتماد به شفقت دریافتی از دیگران شکست بخورند.

مشخص است که شرکت‌های ارائه‌دهنده اینترنت کمپین‌های جذابی را برای افزایش درصد استفاده از اینترنت ارائه می‌دهند. با چنین کمپین‌هایی، افزایش درصد استفاده از اینترنت طبیعی است. بنابراین توصیه می‌شود هدف و میزان استفاده در محیط‌هایی مانند مدرسه، خانواده و کافی نت که از اینترنت شخصی استفاده می‌شود، کنترل گردد. ارائه مشارکت در فعالیت‌های فرهنگی یا ورزش تا نوجوانی همراه با فعالیت‌های راهنمایی می‌تواند از تبدیل شدن مشکل‌ساز استفاده از اینترنت به بازی‌های دیجیتال و عادت‌های تعامل با رسانه‌های اجتماعی و نیز ایجاد نفرت پراکنی اینترنتی جلوگیری کند. از آنجا که فرد در دوران نوجوانی نیازهای حمایتی را از خانواده، دوستان و محیط مدرسه دریافت می‌کند و فعالیت‌های اجتماعی ناکافی در این زمینه‌ها، جلوگیری از نفرت پراکنی اینترنتی را سخت‌تر می‌کند، لازم است با پشتیبانی حرفه‌ای به ویژه حمایت عاطفی خانواده و آموزش‌های درست و نیز انجام ورزش به صورت اصولی و پرکردن اوقات فراغت با ورزش بتوان در این مسیر درست گام برداشت.

پژوهش حاضر با محدودیت هایی نیز همراه بود که مهمترین آنان نبود مطالب و پژوهش های مرتبط با نفرت پراکنی اینترنتی بوده است. همچنین پژوهش محدود به ورزشکاران نوجوان شهر تهران بوده است که لازم است در این زمینه تعمیم نتایج با احتیاط صورت گیرد. در مطالعات آتی، این مطالعه می تواند در شهرهای مختلف اعمال شود و شرکت کنندگان ممکن است از بین ورزشکاران رشته های مختلف و یا از بین عموم افراد دبستان، دبیرستان و دانشگاه انتخاب شوند.

پیشنهاد می گردد دولت ها به جای مقابله با نفرت پراکنی و نقش کنترلی، به دنبال آموزش قربانیان این مسئله و اطلاع یابی آنان از حقوقشان باشند. با توجه به نتایج به دست آمده، تلاش در جهت آگاه سازی و آموزش مخاطبان اهمیت فراوان دارد. آموزش به مخاطبان و ورزشکاران این امکان را فراهم می کند تا مخاطبان به گیرندگان منفعل و پذیرنده تبدیل نشوند و قدرت تجزیه و تحلیل محتوای رسانه را داشته باشند. در این صورت رسانه های جمعی نمی توانند به راحتی وارد حریم ذهن مخاطب شوند و آن را آنگونه که خود می - خواهند تغییر دهند؛ البته این اقدام در پرتو جلب اعتماد مخاطبان به رسانه های داخلی تأثیرگذار است.

همچنین پیشنهاد می شود که در برنامه های تلویزیونی، برنامه ای تخصصی و گفت و گو محور، در باب نفرت پراکنی های اینترنتی با حضور کارشناسان اجتماعی، جامعه شناسی، روانشناسی و... برگزار شود تا به تعمیق و کنکاش در باب این پدیده بپردازند و اطلاعات کارشناسانه آنها در نزد مخاطبان صداوسیما قرار گیرد. یکی از مهمترین راهبردهای مبارزه با گفتار نفرت پراکنی آنلاین، تعدیل کردن محتواست که شامل ممنوع کردن حساب های کاربری یا اجتماعی است که از شرایط استفاده از خدمات سکوها یا قواعد بیان شده تخطی می کنند.

منابع

- خواجه نوری، بیژن و کاوه، مهدی. (۱۳۹۲). «مطالعه رابطه بین مصرف رسانه ای و احساس امنیت اجتماعی». پژوهش های راهبردی مسائل اجتماعی ایران. ۲(۲)، صص ۵۷-۷۸.
- گل محمدی، لیلا. (۱۳۹۷). «تأثیر نگرش و استفاده از رسانه های اجتماعی بر فروش با تأکید بر نقش یادگیری در شرکت های بیمه خصوصی شهر سنندج». پایان نامه کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی، پردیس دانشگاه کردستان.
- هاشمیان فر، سیدعلی؛ دهقانی، حمید و اکبرزاده، فاطمه. (۱۳۹۲). «تأثیر دین داری و رسانه های جمعی بر احساس امنیت اجتماعی دانشجویان». پژوهش های راهبردی مسائل اجتماعی ایران، ۲(۱)، صص ۵۳-۷۲.
- Ahmet, A., Uysal, R., & Çitemel, N. (2012). "Sosyal güvende hissetme ve memnuniyet ölçeğinin türkçe formunun geçerlik ve güvenirlik çalışması". Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 9(1), 34-40.
- Akpınar Aydoğmuş, Nur, E., Özden Yildirim, & Seray, M. (2019). "A mediator role of social media attitudes on the relationship of problematic internet use with social safeness and pleasure in adolescents". Trakya University Journal of Social Science, 21(1).
- Alavi, K., Asghari Moghadam, M. A., Rahiminezhad, A., Farahani, H., & Modares Gharavi, M. (2016). "Psychometric properties of social safeness and pleasure scale (SSPS)". Journal of fundamentals of mental health, 19(1), 5-13.
- Amichai-Hamburger, Y., & Barak, A. (2009). **Internet and well-being**. Cambridge University Press.

- Atalay, R. (2014). "Lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları ile algıladıkları sosyal destek düzeyleri arasındaki ilişki (Bahçelievler ilçesi örneği)". Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çetin, A. B. (2015). "Ergenlerin internet ve problemleri internet kullanım davranışlarının bazı psiko-sosyal özellikler açısından incelenmesi". Anadolu University (Turkey)].
- Depue, R. A., & Morrone-Strupinsky, J. V. (2005). "A neurobehavioral model of affiliative bonding: Implications for conceptualizing a human trait of affiliation". Behavioral and Brain Sciences, 28(3), 313-349.
- Gagliardone, I., Gal, D., Alves, T., & Martinez, G. (2015). **Countering online hate speech**. Unesco Publishing.
- Gilbert, P. (2015). "An evolutionary approach to emotion in mental health with a focus on affiliative emotions". Emotion Review, 7(3), 230-237.
- Gilbert, P., McEwan, K., Hay, J., Irons, C., & Cheung, M. (2007). "Social rank and attachment in people with a bipolar disorder". Clinical Psychology & Psychotherapy, 14(1), 48-53.
- Gilbert, P., McEwan, K., Mitra, R., Richter, A., Franks, L., Mills, A., Bellew, R., & Gale, C. (2009). **An exploration of different types of positive affect in students and patients with bipolar disorder**.
- Golder, S., Scantlebury, A., & Christmas, H. (2019). "Understanding public attitudes toward researchers using social media for detecting and monitoring adverse events data: multi methods study". Journal of medical Internet research, 21(8), e7081.
- Griffiths, M. (2000). "Internet addiction: fact or fiction?" The Psychologist, 12 (5); 246-251. In.
- Johnson, N. F., Leahy, R., Restrepo, N. J., Velasquez, N., Zheng, M., Manrique, P., Devkota, P., & Wuchty, S. (2019). "Hidden resilience and adaptive dynamics of the global online hate ecology". Nature, 573(7773), 261-265.
- Keipi, T., Näsi, M., Oksanen, A., & Räsänen, P. (2016). **Online hate and harmful content: Cross-national perspectives**. Taylor & Francis.
- Kemp, D. (2019). "Digital around the world in 2019". From: <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>
- Lennings, C. J., Amon, K. L., Brummert, H., & Lennings, N. J. (2010). "Grooming for terror: The Internet and young people. Psychiatry". Psychology and Law, 17(3), 424-437.
- McKenna, K. Y., & Bargh, J. A. (2000). "Plan 9 from cyberspace: The implications of the Internet for personality and social psychology". Personality and social psychology review, 4(1), 57-75.
- Mikami, A. Y., Szwedlo, D. E., Allen, J. P., Evans, M. A., & Hare, A. L. (2010). "Adolescent peer relationships and behavior problems predict young adults' communication on social networking websites". Developmental psychology, 46(1), 46.
- O'Regan, C. (2018). "Hate speech Online: An (intractable) contemporary challenge?" Current Legal Problems, 71(1), 403-429.
- Otrar, M., & Arın, F. S. (2015). "Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması". Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, 4(1), 391-403.
- Pacheco, E., & Melhuish, N. (2018). "Online hate speech: a survey on personal experiences and exposure among adult New Zealanders". Available at SSRN 3272148.
- Rowbottom, J. (2012). "To rant, vent and converse: Protecting low level digital speech". The Cambridge Law Journal, 71(2), 355-383.
- Savci, M., Akat, M., Ercengiz, M., Griffiths, M. D., & Aysan, F. (2020). "Problematic social media use and social connectedness in adolescence: the mediating and moderating role of family life satisfaction". International Journal of Mental Health and Addiction, 1-17.
- Saymer, İ. (2008). **Sanal ortamda halkla ilişkiler**. Beta.
- Scott, D. M. (2015). **The new rules of marketing and PR: How to use social media, online video, mobile applications, blogs, news releases, and viral marketing to reach buyers directly**. John Wiley & Sons.
- Subrahmanyam, K., & Lin, G. (2007). "Adolescents on the Net: Internet use and well-being". adolescence, 42(168).

- Thompson, S. H., & Lougheed, E. (2012). "Frazzled by Facebook? An exploratory study of gender differences in social network communication among undergraduate men and women". College student journal, 46(1), 88-99.
- Treem, J. W., Dailey, S. L., Pierce, C. S., & Biffel, D. (2016). "What we are talking about when we talk about social media: A framework for study". Sociology Compass, 10(9), 768-784.
- Tsai, C.-C., Lin, S. S., & Tsai, M.-J. (2001). "Developing an Internet attitude scale for high school students". Computers & Education, 37(1), 41-51.
- Tuncer, N. (2001). "İnternet: Çocuklar ve yasalar". Türk Kütüphaneciliği, 15(4), 427-435.
- Tynes, B. M., Giang, M. T., Williams, D. R., & Thompson, G. N. (2008). "Online racial discrimination and psychological adjustment among adolescents". Journal of adolescent health, 43(6), 565-569.
- Uysal, R. (2015). "The predictive roles of social safeness and flourishing on problematic Facebook use". South African Journal of Psychology, 45(2), 182-193.

