

بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر گرایش دینی، اخلاق، پیشرفت تحصیلی و اوقات فراغت جوانان استان همدان

حسن قرا باغی^۱
وحید صالحی^۲
کاظم دلروز^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۷/۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۹/۱۱/۱۲

شبکه‌های اجتماعی از رسانه‌های نوین به شمار می‌روند که بر پایه مشارکت همگانی بنا شده‌اند. در حال حاضر، کاربران به‌ویژه جوانان روزانه زمان قابل توجهی را در فضای مجازی می‌گذرانند؛ به‌گونه‌ای که این شبکه‌ها به عاملی تأثیرگذار بر بسیاری از مؤلفه‌های زندگی افراد تبدیل شده‌اند. پژوهش حاضر به منظور شناسایی اهداف، میزان و نحوه استفاده جوانان استان همدان از شبکه‌های اجتماعی مجازی و نیز تأثیر این شبکه‌ها بر چهار متغیر گرایش دینی، اخلاق، پیشرفت تحصیلی و اوقات فراغت جوانان انجام شد. جامعه آماری پژوهش را کلیه افراد ۱۸ تا ۳۵ سال استان همدان تشکیل می‌دادند. حجم نمونه آماری پژوهش شامل ۴۱۲ نفر بود که با استفاده از فرمول کوکران محاسبه شد. ابزار اندازه‌گیری پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته با مقیاس لیکرت بود که روایی صوری و محتوایی آن مورد تأیید متخصصان قرار گرفت. همچنین، پایایی پرسشنامه با استفاده از روش آلفای کرونباخ مقدار قابل قبول ۰/۷۹ به دست آمد. یافته‌های پژوهش حاکی از تأثیر منفی این شبکه‌ها بر گرایش‌های دینی و اخلاق جوانان، اثر مثبت آن بر فعالیت‌های تحصیلی و پیشرفت تحصیلی و عدم معنی‌داری

در زمینه تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر اوقات فراغت جوانان می‌باشد. نتایج نشان می‌دهد که اغلب جوانان روزانه بین ۱-۲ ساعت را صرف استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌کنند. همچنین، شبکه اجتماعی تلگرام، واتساپ، اینستاگرام، ایتا و سروش پلاس در صدر پرمخاطب‌ترین شبکه‌های اجتماعی خارجی و داخلی قرار دارند و چت و جستجو در اینستاگرام بیشترین فراوانی رفتار جوانان را در این شبکه‌ها تشکیل می‌دهند.

واژگان کلیدی: جوانان، شبکه اجتماعی، گرایش‌های دینی، اخلاق، پیشرفت تحصیلی و اوقات فراغت



مقدمه

عصر اطلاعات و جامعه شبکه‌ای عنوان جهان امروزی است که تعاملی شدن^۱، انعطاف پذیری^۲، جهانی سازی^۳ و مجازی سازی^۴ مهم ترین ویژگی های آن است (مبارکی و شرفی، ۱۳۹۸). فناوری های ارتباطی^۵ و اینترنت^۶، پدیده هایی در حال رشد هستند که همه روزه تعداد کاربران آنها افزایش پیدا می کنند (آیتاک^۷، ۲۰۱۸). از سال ۱۹۹۰، رسانه های جدید بر مبنای اینترنت مفهوم جدیدی از مکان را تولید کردند که «فضای مجازی»^۸ نامیده شده است. این فضا، دنیای جدید و عجیبی است که در جای دیگری قرار گرفته و ویژگی هایی برای آن قائل هستیم که از آنچه ما «دنیای واقعی»^۹ می نامیم، کاملاً متفاوت است (فرقانی، مظفری و کیهان، ۱۳۹۸). در حیطه فضای مجازی، شبکه های اجتماعی^{۱۰} یکی از شگفت انگیزترین پدیده هاست. فیس بوک^{۱۱}، اینستاگرام^{۱۲}، پیام رسان های مختلف و موارد دیگر زمینه را برای ارتباط افراد با یکدیگر فراهم می کنند. بارزترین ویژگی این شبکه ها را می توان اطلاعات و اخباری که در آن ها منتشر می شود، دانست (نعمتی فر و صفورایی پاریزی، ۱۳۹۸).

عنوان شبکه اجتماعی اینترنتی یا وب محور با قالب امروزی برای نخستین بار در سال ۱۹۶۰ در دانشگاه ایلینویز^{۱۳} در ایالات متحده آمریکا مطرح شد و پس از آن در سال ۱۹۹۷ نخستین سایت شبکه اجتماعی به نام سیکس دگریس^{۱۴} اجازه ایجاد پروفایل^{۱۵} را به کاربران داد تا آن ها بتوانند فهرستی از دوستانشان ایجاد کنند. گسترش مفهوم تجارت در وب سایت های اجتماعی در سال ۲۰۰۲ باعث به وجود آمدن شبکه های اجتماعی استر فرند^{۱۶}، اورکات^{۱۷} و لینکدین^{۱۸} و رشد قارچ گونه این سایت ها در فضای مجازی شد. در سال ۲۰۰۶، دسترسی عمومی مردم به فیس بوک آزاد شد، زیرا قبل از آن، این سایت تنها به صورت پایلوت^{۱۹} در دانشگاه هاروارد^{۲۰} استفاده می گردید. توییتر نیز در همین سال پا به عرصه شبکه های اجتماعی گذاشت (قرباغی، یوسفی افراشته و صالحی، ۱۳۹۷). مفهوم شبکه های اجتماعی در ایران به طور گسترده در حدود سال ۱۳۸۳ هجری

1. Becoming interactive
2. Flexibility
3. Globalization
4. Virtualization
5. Communication technologies
6. Internet
7. Aytac
8. Cyberspace
9. real world
10. Social Media
11. Facebook
12. Instagram
13. University of Illinois
14. Six degrees
15. Profile
16. Esther Friend
17. Orkut
18. LinkedIn
19. pilot
20. Harvard University

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

شمسی با حضور شبکه خارجی «اورکات» در میان کاربران ایرانی رواج پیدا کرد و در مدت کوتاهی به قدری سریع رشد کرد که پس از برزیل و آمریکا، ایران سومین کشور حاضر در اورکات شد (افراسیابی، ۱۳۹۳). شبکه‌های اجتماعی به کاربران^۱ این امکان را می‌دهند که محتوای اطلاعاتی را جهت انتشار در سایت‌ها، وبلاگ‌ها^۲ و شبکه‌های اجتماعی ایجاد کنند. کاربر شبکه‌های اجتماعی می‌تواند خالق اطلاعات، تفسیرکننده یا بازنگر اطلاعات در جامعه اجتماعی باشد (دثو^۳، ۲۰۱۴). همچنین شبکه‌های اجتماعی در جهت رونق کسب و کار از طریق تحقیق و توسعه محصول، فروش، بازاریابی و ارائه خدمات به مشتری می‌توانند نقش سودمندی را ایفا کنند. (جیتونگا^۴، ۲۰۱۳) به کارگیری شبکه‌های اجتماعی مزایای مختلفی را برای کاربر فراهم می‌کند؛ مانند تسهیل همکاری بین دوستان، گسترش ارتباطات انسانی و افزایش بهره‌وری شرکت‌ها در جهت توسعه ارتباط با مشتریان (جانگ^۵ و همکاران، ۲۰۱۷).

شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز همانند سایر پدیده‌های جدید فناوری اطلاعات، تعریف جامعی ندارد. با وجود این، بیشتر صاحب‌نظران و پژوهشگران از شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان مکانی مجازی برای برقراری ارتباط و به اشتراک گذاری محتوا یاد می‌کنند که بر تمام جنبه‌های زندگی افراد تأثیر گذاشته است (کین^۶، ۲۰۱۴) در واقع، شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث تقویت و گسترش ارتباطات اجتماعی در فضای اینترنتی می‌شوند. کاربران اطلاعاتی مانند عکس، اطلاعات شخصی، علایق و محل کار خود را بر روی صفحه شخصی خود قرار می‌دهند که این اطلاعات باعث تقویت و گسترش ارتباطات در فضای مجازی می‌شوند (یرمولایوا^۷ و همکاران، ۲۰۰۹).

شبکه‌های اجتماعی مجازی، گونه‌هایی از رسانه‌های اجتماعی اند که بیشترین شباهت را به جامعه انسانی دارند و فارغ از محدودیت‌های زمانی، مکانی، سیاسی و فرهنگی، امکان ارتباط با شمار زیادی از افراد را به فرد می‌دهند. لذا آسیب‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی که زمان چندانی هم از پیدایش آن‌ها نمی‌گذرد، به موضوع موردعلاقه بسیاری از پژوهشگران تبدیل شده است. همگام با رشد شبکه‌های اجتماعی مجازی، در رابطه با استفاده افراطی و وابستگی افراد به ویژه نوجوانان و جوانان به این شبکه‌ها نوعی نگرانی جدی به وجود آمده است (گرت، پوتنزا، وینستین و گورلیک^۸، ۲۰۱۰). پژوهش‌های انجام شده نشان‌دهنده این است که در جهان به صورت تقریبی بیش از ۳۰۱ میلیون نفر از نوعی وابستگی افراطی به شبکه‌های اجتماعی رنج می‌برند؛ به طوری که این وابستگی به شکل معناداری در فعالیت‌های روزانه فرد ایجاد اختلال می‌کند (تادانی و چانگ^۹، ۲۰۱۸). بر طبق نظریات جدید، وابستگی به شبکه‌های اجتماعی اشاره به استفاده افراطی

1. users
2. Sites and blogs
3. Du
4. Gitonga
5. Chang
6. Kin
7. Yermolayeva
8. Grant, Potenza, Weinstein, Gorelick
9. Thadani, Cheung

از این شبکه‌ها دارد که موجب بی‌قراری فرد در زمان عدم دسترسی و ترس از نبود این شبکه‌ها می‌شود (بپتا، پراملی، کاردلا و گوپینات^۱، ۲۰۱۵). وابستگی به اینترنت با نشانه‌هایی همچون اضطراب و تفکرهای وسواسی همراه می‌باشد افراد وابسته در انجام فعالیت‌های روزانه خود دچار اشکال می‌شوند و نمی‌توانند عدم دسترسی به شبکه‌های اجتماعی را کنترل کنند (کاس و گریفت، ۲۰۱۵^۲). در زمینه استفاده از رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مجازی نظریه‌هایی توسط صاحب‌نظران ارائه شده‌اند که در ادامه به بررسی برخی از آنها می‌پردازیم:

● نظریه اهلی سازی تلفن هوشمند

یکی از مشهورترین نظریه‌های موجود در زمینه تحلیل رسانه‌های اجتماعی مبتنی بر موبایل، نظریه‌ای است که با عنوان «اهلی سازی تلفن هوشمند»^۳ ارائه شده است. نظریه اهلی سازی پیش از این در حوزه رسانه‌های صوتی و تصویری مورد توجه بوده است (دی رور، نیکو و باومن^۴، ۲۰۱۶). نظریه پرورش یافته اهلی سازی بر سه فرض استوار است: ۱- کنشگران فعال؛ ۲- مصرف رسانه؛ ۳- بستر اجتماعی (فرقانی، مظفری و کیهان، ۱۳۹۸). فرآیند اهلی سازی فناوری در زمینه شبکه‌های اجتماعی دو بعد فردی و اجتماعی دارد: بعد اجتماعی اهلی سازی به کارکرد فناوری در پیشبرد روابط اجتماعی اشاره دارد. در سطح فردی نیز فناوری رسانه‌ای جدا از قابلیت‌های روابط اجتماعی در نظر گرفته شده و فرد باید با ابزار فناوری در موقعیت‌های شخصی و روزمره زندگی ارتباط برقرار کند و نوآوری برای اهلی شدن نیازمند به راه یافتن در ساحت‌های شخصی زندگی نیز هست (فرقانی و بدیعی، ۱۳۹۴).

● نظریه گلوله جادویی^۵

نظریه «گلوله جادویی» اشاره بر این دارد که رسانه‌های گروهی تأثیر مستقیم، فوری و قدرتمندی بر روی مخاطبان دارند. این نظریه معتقد است که رسانه‌ها تأثیر بسیار قوی، عمیق و یکنواختی بر روی سطح وسیعی از مخاطبان دارند که می‌توان با ارسال مستقیم پیام همانند شلیک کردن یک گلوله و یا تزریق یک آمپول در آنان از طریق طراحی یک پیام مشخص، آنان را وادار به عکس العمل نمود و پاسخ دلخواه و مورد انتظار را از آنان دریافت کرد. نظریه گلوله جادویی بر این باور است که پیام همانند یک گلوله است که از دهانه یک تفنگ (یک رسانه) به مغز یک نفر (مخاطب یا دریافت کننده) شلیک می‌شود (ساروخانی، ۱۳۹۴: ۹۸). مک گوایر^۶ این نظریه را گسترش داد و مدلی برای آن ارائه نمود. او فرایند اثر پیام رسانه‌ای بر مخاطب را دارای شش مرحله به شرح شکل ۱ صورت بندی نمود (متانی، رئیسی نافیچی و تقی زاده، ۱۳۹۸). بر مبنای این نظریه، شبکه‌های اجتماعی در حال حاضر با شلیک و تزریق اطلاعات مدنظر در ذهن و جان مخاطبان اثرگذاری فراوانی دارند و در نهایت باعث شکل گیری رفتار مدنظر مدیران این شبکه‌ها در بین مخاطبان این شبکه‌ها می‌شوند.

1. Bipeta, Yerramilli, Karredla, Gopinath
2. Kuss, Griffiths
3. Domestication of smartphones and mobile
4. de Reuver, Nikou, Bouwman
5. Magic bullet theory
6. McGuire



شکل ۱: مدل اثر پیام رسانه‌ای بر مخاطب مک گوایر (متانی، رئیسی نافچی و تقی زاده، ۱۳۹۸)

● نظریه کاشت^۱

نظریه «کاشت یا پرورش» جورج گربرن^۲، برکنش متقابل میان رسانه و مخاطبانی که از آن رسانه استفاده می‌کنند و نیز بر چگونگی تأثیرگذاری رسانه‌ها بر مخاطبان تأکید دارد. فرض اساسی این نظریه آن است که بین میزان مواجهه و استفاده از رسانه و واقعیت محتوا و برنامه‌های آن رسانه ارتباط مستقیم وجود دارد؛ به این صورت که ساعت‌های متمادی مواجهه با رسانه باعث ایجاد نگرش موافق با محتوای رسانه می‌شود (بایلی و اوچلانکی^۳، ۲۰۱۰: ۷۶). نظریه کاشت برای اشاعه الگویی از تحلیل، تبیین شده است تا نشان‌دهنده تأثیر بلندمدت رسانه‌هایی باشد که اساساً در سطح برداشت اجتماعی عمل می‌کنند. در واقع، محور بحث این است که اهمیت تاریخی رسانه‌ها بیشتر در ایجاد شیوه‌های مشترک در انتخاب مسائل و موضوعات و چگونگی نگرستن به رخدادها و وقایع است. این شیوه‌های مشترک محصول استفاده از فناوری و نظام ارائه پیام است که نقش واسطه را به عهده دارد و به دید مشترک و درک مشترک از جهان اطراف منجر می‌شود. گربرن محصول چنین فرایندی را «کاشت الگوهای مسلط ذهنی» می‌نامد (لتیل جان، ۱۳۹۴). بر اساس نظریه کاشت، می‌توان استنباط کرد که میزان استفاده و مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی و واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی اینترنتی بر هویت فرهنگی کاربران مؤثر است. می‌توان گفت هر چه میزان استفاده و مدت زمان عضویت در شبکه‌ها اجتماعی افزایش یابد، احتمال تأثیرپذیری کاربر بیشتر است. برعکس هر چه میزان، مدت زمان استفاده و مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی کاهش یابد، احتمال تأثیرپذیری وی کمتر خواهد بود (عدلی پور و همکاران، ۱۳۹۳: ۸۳).

1. The Cultivation Theory
2. Gerbner, J.
3. Bailey Arlene & Ojelanki

● نظریه ساخت یابی

نظریه «ساخت یابی» گیدنز^۱ از جمله نظریه‌های مهم علوم ارتباطات اجتماعی است که می‌توان از آن در تبیین تأثیر شبکه‌ها اجتماعی بر ارزش‌های اجتماعی استفاده کرد. بر اساس این نظریه، هر چند ساختارها توسط کنش و کردارها اجتماعی آرمیان ساخته می‌شود، ولی برخی مواقع رفتار و کنش آدم‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد و همین‌طور، کنش و کردار آدمیان بر روی ساختارها تأثیر می‌گذارند و باعث تغییر، تولید و بازتولید آن‌ها می‌شوند. در نظریه ساخت یابی، فرد و ساخت نظام اجتماعی در زمان و مکان به همدیگر ارتباط پیدا می‌کنند و قلمرو مطالعات علوم اجتماعی بررسی اعمال اجتماعی است که در پهنه زمان و مکان نظم پیدا کرده‌اند. گیدنز به وضوح بر اهمیت کردار اجتماعی بسیار تأکید می‌کند. همچنین با اطمینان به این امر اعتقاد دارد و می‌داند که رفتار اغلب به صورت‌های کامل بازتولید می‌رود، اما از این مسئله نیز آگاه است که تغییر و تحریف در کردار، بخشی از زندگی اجتماعی است؛ یعنی هر رسم و روال اجتماعی دربرگیرنده فرصت‌ها و موقعیت‌هایی است که امکان نوآوری را فراهم می‌کند و کردار در هر موقعیتی دارای امکاناتی است که می‌تواند نتایج تعجب‌برانگیز را به بار آورد. با استفاده از نظریه ساخت یابی گیدنز می‌توان استنباط کرد که هر چه کاربران به فعالیت بازتابانه و مشارکت جویانه در شبکه اجتماعی بپردازند، بیشتر در تولید معنا سهیم هستند و لذا احتمال تأثیرپذیری آن‌ها بیشتر است، ولی هر چه کاربران منفعل و غیر مشارکت جویانه در شبکه اجتماعی حضور یابند، کمتر در بازتولید معنا سهیم هستند و احتمال تأثیرپذیری آن‌ها کمتر خواهد بود (فرامرزیانی، هاشمی و فرهنگی، ۱۳۹۵: ۱۳۳).

در حوزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تأثیر آن بر نوجوانان و جوانان در ابعاد مختلف، پژوهش‌های متعددی در داخل و خارج از کشور انجام گرفته است که در ادامه به تعدادی از آنها اشاره می‌شود: موسوی (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «شیوع اعتیاد به اینترنت و وضعیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در نوجوانان و جوانان ایرانی در سال ۹۷» گزارش می‌کند که شیوع کلی اعتیاد شدید به اینترنت، ۲/۴ درصد و برحسب جنسیت در پسران، ۲/۹ درصد و در دختران، ۲ درصد و برحسب گروه‌های سنی در نوجوانان، ۲/۵ درصد و در جوانان، ۲/۳ درصد است.

توکلی و منصور لکوریج (۱۳۹۹) در پژوهش خود با عنوان «تأثیر شبکه‌های اجتماعی در تغییر ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب» گزارش داده‌اند که ۴۷ درصد از تبیین واریانس مربوط به تغییر ویژگی‌های شخصیتی و انزوای فردی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب متأثر از شبکه‌های اجتماعی است.

بور، بلیاد و ژیان باقری (۱۳۹۹) در پژوهش خود با عنوان «اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی بر اساس روان‌بنه‌های ناسازگار و تحریف‌های شناختی با میانجی‌گری جو عاطفی خانواده در دانشجویان» گزارش داده‌اند که تحلیل معادله‌های ساختاری نشان می‌دهد افرادی که دچار خلأ عاطفی هستند، با گرایش افراطی به شبکه‌های اجتماعی، خلأ و نیاز خودشان را به صورت مصنوعی پاسخ می‌دهند.

نعمتی فر و صفوریایی پاریزی (۱۳۹۸) در پژوهش خود با عنوان «بررسی تأثیر استفاده از شبکه‌های

اجتماعی بر حجاب و پوشش کاربران با تأکید بر ابعاد دین داری (مورد مطالعه: کاربران زن شبکه اجتماعی اینستاگرام)» به این یافته‌ها رسیده‌اند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر ابعاد اعتقادی و مناسکی (مربوط به متغیر دین داری) تأثیر مستقیم دارند و میزان اعتماد به شبکه‌های اجتماعی و میزان رضایت از شبکه‌های اجتماعی بر بعد پیامدی مربوط به متغیر دین داری به ترتیب دارای بیشترین اثر گذاری هستند.

یارگر روش و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهش خود با عنوان «استفاده آسیب‌زا از شبکه‌های اجتماعی مجازی در مادران جوان» به این نتایج رسیدند که رضایت زناشویی و رابطه مادر- کودک در استفاده آسیب‌زا و مشکلات رفتاری نقش واسطه‌ای معنادار دارند. در بخش دیگری از این پژوهش که به صورت کیفی انجام گرفت، یافته‌های نتایج کمی مورد تأیید قرار گرفت و نشان داد که وابستگی به شبکه‌ها در ارتباط با همسر و فرزند مداخله می‌کند و سبب ایجاد مشکلات رفتاری در کودکان می‌شود.

فروتی و بحرانی (۱۳۹۸) در پژوهشی دیگر با عنوان «سنجش تأثیر شاخص‌های روانی و عملکردی بر تمایل دانشجویان به استفاده از شبکه‌های اجتماعی» تأثیر سه شاخص را بر تمایل دانشجویان به شبکه‌های اجتماعی تأیید کردند. از بین شاخص‌های عملکردی، دو شاخص ارزش و اعتماد و از بین شاخص‌های روانی، منافع و باورهای مشترک بر میزان استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی تأثیر معناداری دارند، ولی تأثیر سایر شاخص‌ها معنادار نبود.

در بخش ارتباط با جنس مخالف نیز پژوهش‌هایی انجام گرفته است؛ از جمله طالعی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهش «آسیب‌شناسی ارتباط با جنس متفاوت در شبکه‌های اجتماعی مجازی: یک مطالعه پدیدارشناسی با نوجوانان» گزارش کرده‌اند که شبکه‌های اجتماعی مجازی سبب تسهیل هر چه بیشتر ارتباط نوجوانان با جنس متفاوت و تقویت این روابط می‌شوند و زمینه را برای ارتباط آن‌ها در دنیای واقعی و پیامدهای آسیب‌زای آن فراهم می‌کنند.

استفاده از شبکه‌های اجتماعی در زمینه‌های مختلفی مورد بررسی قرار گرفته است؛ به عنوان مثال، روزبهبانی، ساروخانی و پروین (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «بررسی جامعه‌شناختی مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی و تسامح قومی در بین شهروندان تهرانی (با تأکید بر گفتگوی اجتماعی)» به این نتیجه رسیدند که فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، امکان برقراری ارتباط و گفتگو را به‌عنوان سازوکاری مناسب جهت تقویت پیوندهای فرهنگی، اجتماعی و سیاسی بین خرده‌فرهنگ‌ها و نیز قومیت‌های یک جامعه فراهم می‌نمایند و در نتیجه تسامح بین آن‌ها را ارتقا می‌بخشند.

حسین پور و بشیری (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «رابطه استفاده از شبکه پیام رسان تلگرام در گرایش جوانان به جرائم اخلاقی» به این یافته‌ها رسیدند که محتوای شبکه اجتماعی تلگرام در تبلیغ سبک‌های زندگی غربی، اطلاع‌رسانی نامطلوب، ترویج بی‌بندوباری، کم‌رنگ کردن ارزش‌های مذهبی و تضعیف نظارت خانوادگی تأثیر داشته است.

شبکه‌های اجتماعی همانند دیگر حوزه‌های مربوط به زندگی اجتماعی، بر روی فعالیت‌های آموزشی و تحصیلی دانش‌آموزان و دانشجویان نیز اثر گذار بوده‌اند. الواری و مقامی (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «بررسی

تأثیر اجتماع یادگیری بر مهارت‌های اجتماعی و پیشرفت تحصیلی دانشجویان دانشگاه علامه طباطبائی» نشان دادند که اجتماع یادگیری (مجازی) بر مهارت‌های اجتماعی تأثیر دارد و آن را افزایش می‌دهد؛ چنان‌که بین میزان پیشرفت تحصیلی دانشجویان در دو گروه آزمایش و کنترل تفاوت معنی‌داری وجود دارد. به عبارت دیگر، دانشجویانی که با روش اجتماع یادگیری آموزش دیده‌اند، از پیشرفت تحصیلی بیشتری برخوردار بوده‌اند.

یافته‌های پژوهش مالمیر و همکاران (۱۳۹۵) با عنوان «تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر پیشرفت تحصیلی و یادداری دانشجویان پرستاری در آموزش زبان انگلیسی» نشان داد میزان پیشرفت تحصیلی و یادداری دانشجویانی که زبان انگلیسی را از طریق شبکه اجتماعی مجازی آموزش دیدند، بیش‌تر از میزان پیشرفت تحصیلی یادداری دانشجویانی بود که به روش سنتی زبان انگلیسی را آموزش دیدند.

امامی ریزی (۱۳۹۵) در پژوهش خود با عنوان «تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر پیشرفت تحصیلی دانشجویان» نشان داده است که بین نمره پیشرفت تحصیلی دانشجویانی که کاربر عادی شبکه‌های اجتماعی و دارای اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی خفیف و دارای اعتیاد به شبکه‌های مجازی شدید تفاوت معنادار وجود دارد.

دامنه تأثیر شبکه‌های اجتماعی بسیار گسترده است و پژوهشگران متعددی با توجه به حیطه تخصصی و زمینه علمی خود به این موارد گسترده پرداخته‌اند. به عنوان نمونه، خانیکی و خجیر (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در توسعه جامعه مدنی ایران»، به شناسایی نقش مثبت و منفی شبکه‌های اجتماعی مجازی در توسعه جامعه مدنی ایران و میزان استفاده از هر یک از آن‌ها بین فعالان مدنی شهر تهران پرداخته‌اند.

در زمینه تأثیرات استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر روی گرایش‌های دینی نیز پژوهش‌های زیادی انجام گرفته است. از جمله شریفی و شهرستانی (۱۳۹۶) در پژوهش خود با عنوان «بررسی رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی موبایلی (تلگرام) با رفتار و اخلاق اجتماعی کاربران با رویکرد دینی فرهنگ در دانشگاه آزاد اسلامی» گزارش کرده‌اند که بین میزان استفاده از تلگرام و متغیرهای آسیب به روابط خانوادگی، روابط جنسی نامناسب، عدم رعایت ادب و عدم خود واقعی، رابطه معنادار مشاهده شد. نتایج به دست آمده از پژوهش حاکی از آن است که استفاده از تلگرام تأثیر نامطلوبی بر رفتار و اخلاق اجتماعی کاربران دارد.

در پژوهش دیگری با عنوان «بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب بر هویت دینی دانشجویان دهه دوم و سوم انقلاب اسلامی (مورد مطالعه: دانشگاه‌های همدان)» نیز موسیوند و همکاران (۱۳۹۶) گزارش می‌دهند که کاربست مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب، ۶۲ درصد از تغییرات هویت دینی را تبیین می‌کند که از بین شاخص‌های تشکیل‌دهنده هویت دینی، شاخص‌های احساسی و اعتقادی به ترتیب بالاترین اولویت‌ها و شاخص پیامدی از پایین‌ترین اولویت برخوردار است. بنابراین، بین میزان استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب و هویت دینی آنان رابطه معناداری وجود دارد.

دامنه پژوهش‌ها در زمینه تربیت دینی به عنوان یکی از حوزه‌های حساس در ارتباط با شبکه‌های اجتماعی گسترده است؛ از جمله پژوهش هدایتی و همکاران (۱۳۹۵) با عنوان «آسیب‌شناسی شبکه‌های اجتماعی

مجازی موبایل محور در زمینه تربیت دینی) نشان می‌دهد هر چه مدت زمان عضویت، میزان استفاده، میزان مشارکت و فعال بودن دانش‌آموزان در استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی افزایش پیدا می‌کند، از میزان تربیت دینی‌شان کاسته می‌شود.

حساسیت به شبکه‌های اجتماعی و رصد کردن تأثیر آن‌ها بر زندگی اجتماعی در حوزه‌های مختلف محدود به جامعه ایرانی نیست و در کشورهای مختلف این شبکه‌ها و تأثیرات اجتماعی آن‌ها با دقت نظر بررسی می‌شود. از جمله در کشور پاکستان، عباس^۱ و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهش خود بر دانشجویان دانشگاه‌های منتخب، با عنوان «تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر رفتار یادگیری در آموزش پایدار» این‌گونه گزارش داده‌اند که این مطالعه برای بررسی رفتار دانشجویان در استفاده از رسانه‌های اجتماعی، از نظریه رضایت اجتماعی استفاده می‌کند. یافته‌ها نشان داد که استفاده از رسانه‌های اجتماعی در پاکستان علاوه بر جنبه‌های مثبت بر پیشرفت تحصیلی، تأثیر منفی بر رفتار دانشجویان دارد.

اگرچه تفاوت‌های فرهنگی و اعتقادی در بین کشورها و جوامع مختلف، موضوع‌های پژوهش را تحت تأثیر قرار می‌دهد، اما در همه جوامع شبکه‌های اجتماعی و تأثیر گذاری آن‌ها بر روی جنبه‌های مختلف زندگی اجتماعی با حساسیت دنبال می‌شود.

در پژوهشی که توسط فو، زیو، ژوآ و یو^۲ (۲۰۱۸) با عنوان «اختلال در جهت‌گیری در جوانان مبتلا به اعتیاد به اینترنت: شواهدی از توجه در تکالیف شبکه محور» انجام گرفت نتایج نشان داد بسیاری از مردم برای مدیریت و دور شدن از احساسات ناخواسته خود، همچون استرس، تنهایی، افسردگی و اضطراب به اینترنت و شبکه‌های مجازی روی می‌آورند. آن‌ها اینترنت را آسان‌ترین راه برای خروج از این احساسات می‌دانند که همین نقطه آغاز وابستگی به اینترنت است. با توجه به یافته‌های پژوهش اگرچه کاربران برای رهایی از تنش‌ها به سمت شبکه‌های اجتماعی گرایش پیدا می‌کنند، ولی در ادامه تحت تأثیر استفاده افسارگسیخته، این گرایش‌ها به اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و به طور کلی اینترنت منجر می‌شود.

از دیدگاهی دیگر با موضوع پذیرش شبکه‌های اجتماعی به عنوان یک دستاورد نوآورانه، چن و کئو^۳ (۲۰۱۷) در تحقیق خود با عنوان «مقاومت در برابر نوآوری و پیامدهای راهبردی رسانه‌های اجتماعی» به این نتیجه رسیدند که بر اساس دیدگاه سنتی، دانش‌داری بسیار با ارزشی است و اگر دارندگان دانش، بر این باور باشند که با اشتراک دانش، چیز با ارزشی به دست نخواهند آورد، در مقابل این رفتار مقاومت خواهند کرد.

با نگاهی به پژوهش‌های انجام شده در زمینه تأثیر گذاری شبکه‌های اجتماعی شاید بتوان گفت تأثیر این شبکه‌ها بر روی زندگی خانوادگی از بیشترین فراوانی برخوردار است. در این راستا مک دانیل، دروینو کرونز^۴ (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «رفتارهای مرتبط با خیانت و رضایت زناشویی در سایت‌های رسانه‌های اجتماعی» به این نتیجه رسیده‌اند که رسانه‌های اجتماعی مجازی مسیری یکنواخت برای رفتارهایی که ممکن

1. Abbas

2. Fu, Xu, Zhao, Yu

3. Chen, Kuo

4. Mc Daniel, Drouin, Cravens

است به صورت بالقوه به روابط زوجین صدمه بزند، فراهم می‌کند- مثل برقراری ارتباط با یک دوست جایگزین که ممکن است منجر به ایجاد تعارض، شکاف در رابطه و در نهایت طلاق شود.

دیری نپایید که نظام‌های آموزشی در کشورهای مختلف تحت تاثیر شبکه‌های اجتماعی قرار گرفتند و این تاثیر گذاری هم با نگاه خوشبینانه مورد استقبال قرار گرفت و هم با نگاه آسیب شناسی به تاثیرات این شبکه‌ها در عملکرد تحصیلی یادگیرندگان و دیگر مخاطبان مد نظر قرار گرفتند. پژوهش چیزوبا^۱ (۲۰۱۷) با عنوان «تأثیر سایت‌های شبکه‌های اجتماعی^۲ بر عملکرد تحصیلی دانشجویان دانشگاه پلی تکنیک ایبیا در نیجریه» نشان می‌دهد که بیشتر شرکت‌کنندگان در پاسخ به سؤال‌های پرسشنامه تأیید کردند که SNS^۳ها در مباحث درسی برای آن‌ها تأثیر مثبت می‌گذارد. این تأثیرگذاری در عملکرد تحصیلی به ویژه از نظر بحث با همکلاسی‌ها، ارتباط با استاد راهنما یا مدرس و تقسیم تکالیف بوده است.

۸۱

نتایج پژوهش تازر^۴ و همکاران (۲۰۱۷) با عنوان «بررسی تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر پیشرفت دانشگاهی و نگرش‌های آینده‌نگر بر دانشجویان معلمان» نشان می‌دهد که دانشجویان معلمان آینده‌نگر که دارای حساب‌های کاربری برای استفاده از رسانه‌های اجتماعی هستند در مقایسه با دانشجویان معلمان که هیچ حساب رسانه اجتماعی ندارند، نمرات بهتری در آزمون‌های پیشرفت تحصیلی کسب می‌کنند.

کارپینسکی^۵ و همکاران (۲۰۱۶) در پژوهشی با عنوان «کاوش در استفاده از سایت شبکه‌های اجتماعی و عملکرد علمی در میان دانشجویان دانشگاه‌های ایالات متحده و اروپا» به این نتیجه رسیدند که بین میزان استفاده از این رسانه‌ها و تفکر عمیق و اهمیت به اهداف اخلاقی زندگی، ارتباط معنادار و معکوس وجود دارد. راسل و کلیتون^۶ (۲۰۱۴) پژوهشی با عنوان «چرخه سوم: تأثیر استفاده از شبکه اجتماعی توییتر در رابطه با خیانت و طلاق» انجام داده‌اند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان می‌دهد که استفاده افراطی از توییتر می‌تواند منجر به افزایش میزان مناقشه در میان همسران شود. چنین شرایطی می‌تواند بسترساز اختلاف میان همسران و جدایی منجر به طلاق گردد.

کمپل^۷ (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان «رابطه بین استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک و دین‌داری در بین بزرگسالان» گزارش داده است که استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک باعث تضعیف دین‌داری (گرایش دینی، اعتقادات دینی و میزان پایبندی دینی) کاربران آن می‌شود.

یافته‌های تیلر^۸ (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان «شبکه‌های اجتماعی و جهانی شدن» نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترکیب با نفوذ قدرت‌های غربی، حرکتی را به سوی همگن‌سازی جهان آغاز کرده‌اند که این حرکت سبب ایجاد تضاد و ستیز در جهان و حرکت برخی ملت‌ها به سوی شکست و تضعیف

1. Chizoba

2. SNS

3. Social Networking Service

4. Tezer

5. Karpinski

6. Russell, Clayton

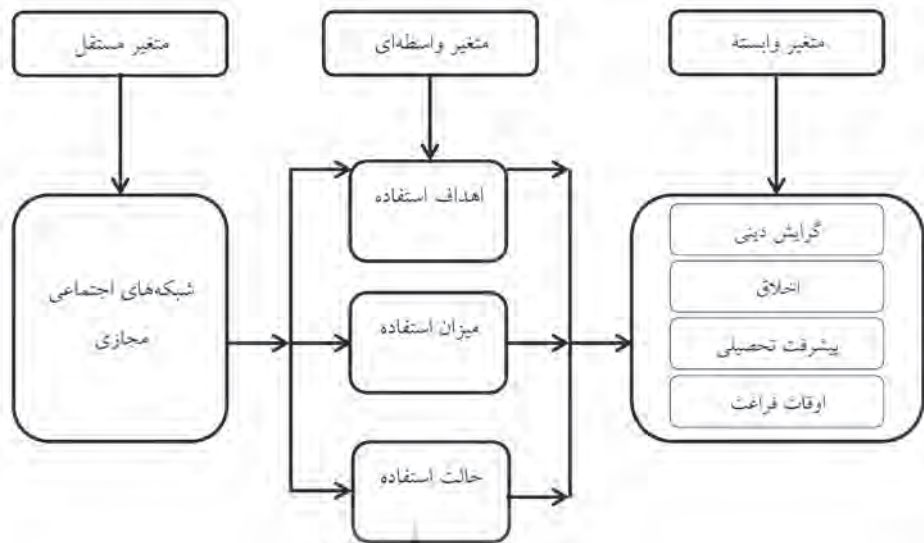
7. Campbell

8. Tyler

هویت ملی و سنت‌هایشان شده است.

همانگونه که اشاره شد، شبکه‌های اجتماعی یکی از پرطرفدارترین رسانه‌ها هستند که مخاطبان بسیاری به ویژه از قشر جوان دارند. افراد در شبکه‌های اجتماعی می‌توانند هویتی کاملاً دلخواه داشته باشند و بر پایه همان هویت دلخواه، ارتباط مجازی خود را با دیگران گسترش دهند. لذا با توجه به استقبال گسترده کاربران اینترنتی به ویژه جوانان از شبکه‌های اجتماعی و افزایش ضریب نفوذ شبکه‌های اجتماعی به خصوص با گسترش تلفن‌های همراه هوشمند در بین افراد جامعه به ویژه جوانان نمی‌توان کارکرد شبکه‌های اجتماعی را به عنوان یکی از کارگزاران جامعه‌پذیری نادیده گرفت و یا حذف نمود، بلکه باید با تعامل درست با این پدیده نوظهور مواجه شد تا از این طریق بتوان از الگوپذیری‌های متفاوت و آسیب‌های بنیادین بر جامعه، نهاد خانواده و جوانان جلوگیری نمود. در پژوهش حاضر مهم‌ترین مسئله پاسخ به دو پرسش اساسی است: نخست، بررسی میزان گرایش جوانان استان همدان به شبکه‌های اجتماعی مجازی و دیگری، فرصت‌های احتمالی و چالش‌ها و آسیب‌های احتمالی از سوی این شبکه‌ها برای جوانان که در قالب سؤالات زیر مطرح خواهد شد:

۱. آیا استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر گرایش دینی جوانان تأثیر دارد؟
 ۲. آیا استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اخلاق جوانان تأثیر دارد؟
 ۳. آیا استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر پیشرفت تحصیلی جوانان تأثیر دارد؟
 ۴. آیا استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اوقات فراغت جوانان تأثیر دارد؟
- بر اساس سؤالات فوق و با توجه به مبانی نظری و پیشینه پژوهش، فرضیات زیر مطرح شدند:
۱. استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر گرایش دینی کاربران جوان تأثیر دارد.
 ۲. استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر اخلاق کاربران جوان تأثیر دارد.
 ۳. استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر پیشرفت تحصیلی کاربران جوان تأثیر دارد.
 ۴. استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر اوقات فراغت کاربران جوان تأثیر دارد.
- همچنین، در این پژوهش از مدل مفهومی زیر استفاده شده است:

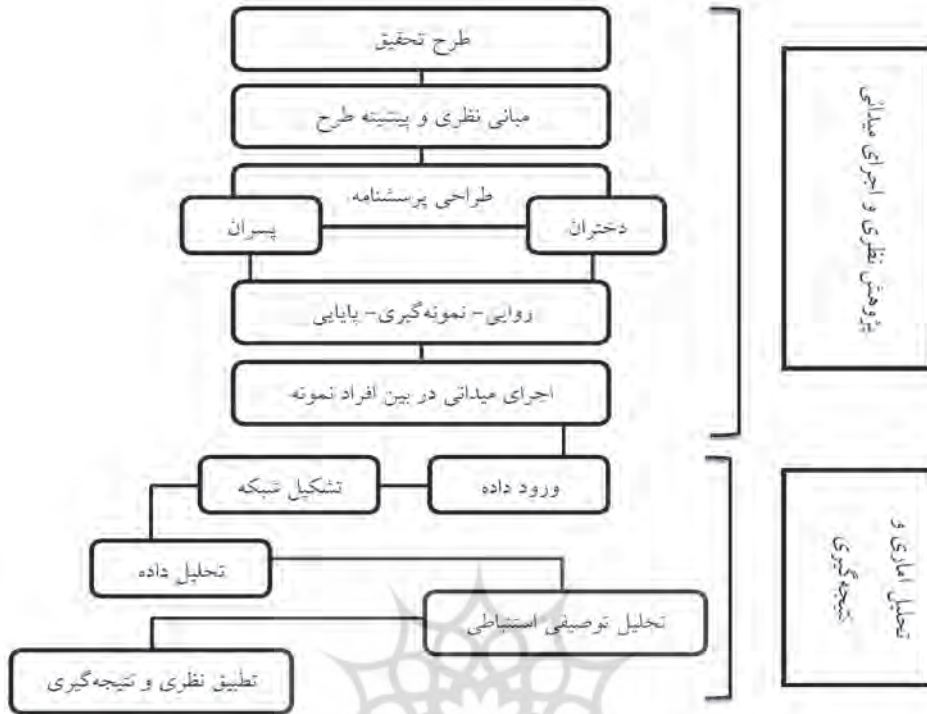


شکل ۲: مدل نظری پژوهش

روش شناسی پژوهش

مطالعه حاضر به لحاظ هدف، جزو پژوهش‌های کاربردی و از لحاظ ماهیت، در زمره مطالعات توصیفی است که به دنبال شناسایی وضعیت گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی با تأکید بر بررسی تأثیر این شبکه‌ها بر گرایش دینی، اخلاق، پیشرفت تحصیلی و اوقات فراغت در بین جوانان استان همدان می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش کلیه جوانان استان همدان می‌باشند. بر اساس تصویب «شورای عالی جوانان» مورخه ۱۳۹۷/۹/۱۱ کلیه افراد ۱۸ تا ۳۵ سال جوان محسوب می‌شوند و بر اساس آخرین سرشماری صورت گرفته جمعیت جوان استان همدان ۶۲۷۴۴۲ نفر اعلام شده است. روش نمونه‌گیری هم به صورت خوشه‌ای چندمرحله‌ای بود. حجم نمونه آماری موردنیاز بر اساس فرمول کوکران محاسبه و در نهایت ۴۳۰ نفر به عنوان گروه نمونه در نظر گرفته شدند.

به منظور ساخت و تهیه ابزار جمع‌آوری اطلاعات، ابتدا مبانی نظری پژوهش مورد بررسی قرار گرفت و در نهایت برای جمع‌آوری اطلاعات و داده‌ها، از پرسشنامه‌های محقق ساخته استفاده شد. روایی پرسشنامه با استفاده از فن روایی محتوایی بر اساس نظرات و بازخوردهای ده نفر از افراد صاحب نظر در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی به دست آمد. همچنین برای به دست آوردن پایایی پرسشنامه ابتدا پرسشنامه در بین حدود ۱۰ درصد از افراد جامعه توزیع و با استفاده از روش آلفای کرونباخ میزان پایایی آن مقدار قابل قبول ۰/۷۹ به دست آمد. شکل ۳، نمودار اجرای روش پژوهش را نمایش می‌دهد:



شکل ۳: نمودار اجرای روش پژوهش

یافته‌های پژوهش

به منظور تحلیل داده‌های حاصل از پژوهش ابتدا جدول‌های توزیع فراوانی و توصیفی گزارش شده‌اند. همچنین برای بررسی معنی داری هر یک از گویه‌های مربوط به وضعیت شبکه‌های اجتماعی مجازی و جوانان علاوه بر جدول توصیفی، با استفاده از آزمون t تک نمونه‌ای به سؤال‌های پژوهش پاسخ داده شد. جدول ۱، توزیع فراوانی نمونه آماری پژوهش را برحسب شهر محل زندگی نشان می‌دهد:

جدول ۱: توزیع فراوانی نمونه برحسب شهر

ردیف	شهر	فراوانی	درصد فراوانی	ردیف	شهر	فراوانی	درصد فراوانی
۱	همدان	۱۱۰	۲۵/۶	۶	رزن	۳۲	۷/۴
۲	ملایر	۷۴	۱۷/۲	۷	کبودرآهنگ	۳۵	۸/۱
۳	نهاوند	۴۵	۱۰/۵	۸	بهار	۳۰	۷/۰
۴	اسدآباد	۳۵	۸/۱	۹	تویسرکان	۲۹	۶/۷
۵	رزن	۳۲	۷/۴	۱۰	فامنین	۴۰	۹/۳
مجموع:				۴۳۰			

همان گونه که مشاهده می شود، بیشترین فراوانی با تعداد ۱۱۰ نفر از همدان و کمترین فراوانی با تعداد ۲۹ نفر از تویسرکان بوده است. جدول ۲، توزیع فراوانی نمونه برحسب شبکه های اجتماعی مورد استفاده را نشان می دهد:

جدول ۲: توزیع فراوانی نمونه برحسب شبکه های اجتماعی مورد استفاده

ردیف	عنوان	فراوانی	درصد فراوانی	ردیف	عنوان	فراوانی	درصد فراوانی
۱	تلگرام	۴۱۶	۹۶/۷	۶	لایکی	۳۵	۸/۱
۲	واتساپ	۴۰۵	۹۴/۱۸	۷	تانگو	۲۶	۶/۰
۳	اینستاگرام	۳۹۰	۹۰/۸	۸	توییت	۲۲	۵/۱
۴	فیس بوک	۵۳	۱۲/۳	۹	اپتا	۱۶	۳/۷
۵	لاین	۳۸	۸/۸	۱۰	سروش پلاس	۱۵	۳/۴۸

با توجه به اینکه در اینجا هر شرکت کننده بیش از یک گزینه را می توانست انتخاب کند، مجموع پاسخ ها بیش از مجموع پاسخ دهندگان است. داده های جدول بیانگر آن است که پر استفاده ترین شبکه تلگرام است که ۹۶/۷ درصد از پاسخ دهندگان از آن استفاده کرده اند. رتبه دوم به واتساپ تعلق دارد که حدود ۹۴/۱۸ درصد از پاسخ دهندگان از آن استفاده می کنند. جدول ۳، بیانگر اهداف جوانان در استفاده از شبکه های اجتماعی است:

جدول ۳: اهداف استفاده از شبکه های مجازی

ردیف	هدف استفاده	میانگین رتبه	ردیف	هدف استفاده	میانگین رتبه
۱	تفریح سرگرمی	۴/۹۴	۸	شغلی	۸/۳۲
۲	خانوادگی	۶/۱۲	۹	هنری	۸/۳۵
۳	علمی	۶/۶۵	۱۰	ورزشی	۸/۳۸
۴	اجتماعی	۷/۲۳	۱۱	تحصیلی	۸/۶۸
۵	خبری	۷/۲۳	۱۲	مذهبی	۸/۷۰
۶	آموزشی	۷/۲۷	۱۳	دوست یابی	۹/۳۷
۷	اقتصادی	۷/۹۵	۱۴	سیاسی	۱۸/۸۶

در این سؤال از پاسخ دهندگان خواسته شده بود، ۱۴ گزینه مربوط به هدف استفاده از شبکه های مجازی را بر اساس اولویت های خود از نمره ۱ (مهم ترین اولویت) تا نمره ۱۵ (کم ترین اولویت) رتبه بندی کنند. همان طور که در جدول مشخص است، برای تفریح و سرگرمی میانگین رتبه های داده شده به این گزینه ۴/۹۴ بوده است که بر اساس انتخاب بیشترین عدد ۱ و کمترین رتبه میانگینی محسوب می شود. در واقع می توان گفت تفریح

و سرگرمی، اولین هدفی است که پاسخ دهندگان دنبال می‌کرده‌اند. پس از آن، هدف‌های خانوادگی، علمی، اجتماعی، خبری، آموزشی اقتصادی، شغلی، هنری، ورزشی، تحصیلی، مذهبی، دوست‌یابی و در نهایت هدف سیاسی به عنوان آخرین اولویت در هدف استفاده افراد از شبکه‌های اجتماعی مجازی بیان شده است. جدول ۴، توزیع فراوانی افراد نمونه را بر اساس میزان ساعات استفاده از شبکه‌های مجازی در روز نشان می‌دهد:

جدول ۴: میزان ساعات استفاده از شبکه‌های مجازی

ردیف	ساعات استفاده در روز	فراوانی	درصد فراوانی	ردیف	ساعات استفاده در روز	فراوانی	درصد فراوانی
۱	کمتر از ۱ ساعت	۹۳	۲۱/۶	۵	۴ تا ۵ ساعت	۴۵	۱۰/۵
۲	۱ تا ۲ ساعت	۱۰۳	۲۴/۰	۶	۶ تا ۷ ساعت	۲۴	۵/۶
۳	۲ تا ۳ ساعت	۵۸	۱۳/۵	۷	بیش از ۷ ساعت	۴۱	۹/۵
۴	۳ تا ۴ ساعت	۶۶	۱۵/۳	مجموع		۴۳۰	۱۰۰/۰

در جدول بالا، درصد فراوانی و درصد تراکمی مشخص شده است. رایج‌ترین میزان استفاده ۱ تا ۲ است که توسط ۱۰۳ نفر معادل ۲۴ درصد انتخاب شده است. در جدول ۵، نتیجه رتبه‌بندی انواع استفاده از شبکه‌های مجازی توسط پاسخ‌دهندگان مشخص شده است:

جدول ۵: انواع حالت‌های استفاده از شبکه‌های مجازی

ردیف	هدف استفاده	میانگین رتبه	ردیف	هدف استفاده	میانگین رتبه
۱	چت با دوستان	۲/۹۵	۵	پیگیری افراد معروف	۵/۰۳
۲	مطالعه	۳/۷۱	۶	پیگیری مطالب طنز	۴/۹۲
۳	عکس و فیلم	۳/۷۴	۷	مدیریت صفحه، گروه، کانال	۵/۴۲
۴	پیگیری دوستان	۴/۴۳	۸	بی‌هدف	۵/۸۵

در این سؤال پرسشنامه از پاسخ‌دهندگان خواسته شده بود، ۸ گزینه مربوط به نوع استفاده از شبکه‌های مجازی را رتبه‌بندی کنند. همان‌طور که در جدول مشخص است برای مثال گزینه اول مربوط به چت است که کمترین رتبه‌ای که به آن داده شده است ۱ و بیشترین رتبه آن ۸ بوده است. میانگین رتبه‌های داده شده به این گزینه ۲/۹۵ بوده است که کمترین رتبه محسوب می‌شود. در واقع می‌توان گفت بیشترین شکل استفاده از شبکه‌های مجازی، چت است.

در جدول ۶ نتایج به‌دست آمده از توصیف جوانان استان همدان از شرایط فرهنگی حاکم بر جو عمومی

شبکه‌های اجتماعی پربازدید در استان همدان بر مبنای متغیرهای کلیدی پژوهش آمده است. لازم به ذکر است که نتایج حاصل در واقع نمایش میانگین و انحراف معیار گویه‌های مربوط به وضعیت فرهنگی شبکه‌های مجازی است که از پاسخ به سؤالات پرسشنامه در زمینه توصیف وضعیت موجود و همچنین رعایت این عنصر از سوی خود فرد و با در نظر گرفتن میانگین نظری ۳ به دست آمده است.

جدول ۶: میانگین و انحراف معیار گویه‌های مربوط به وضعیت گرایش دینی، اخلاق، پیشرفت تحصیلی و اوقات فراغت جوانان در

شبکه‌های مجازی

متغیر	ردیف	گویه	میانگین	انحراف معیار
گرایش دینی	۱	همه افراد در شبکه‌های اجتماعی حدود دینی را رعایت می‌کنند.	۳/۳۹	۱/۳۱
	۲	من در شبکه‌های اجتماعی حدود دینی را رعایت می‌کنم.	۲/۴۷	۱/۱۹
	۳	هدف برخی افراد و محتواها در شبکه‌های اجتماعی، حمله به اعتقادات دینی است.	۳/۴۹	۱/۲۴
اخلاق	۴	در شبکه‌های اجتماعی محتواهای غیراخلاقی منتشر نمی‌شود.	۳/۴۲	۱/۳۵
	۵	اغلب افراد در شبکه‌های مجازی حریم‌های اخلاق را رعایت می‌کنند.	۳/۰۲	۱/۳۰
	۶	در شبکه‌های اجتماعی، حریم خصوصی افراد را به خطر می‌افتد.	۲/۵۴	۱/۲۲
	۷	افراد مختلف ممکن است با عضویت در شبکه‌های اجتماعی درگیر نوع نادرستی از فرهنگ ارتباطاتی با جنس مخالف شوند.	۲/۱۵	۱/۰۴
	۸	با استفاده از شبکه‌های اجتماعی، دانش آموزان و دانش جویان می‌توانند به یادگیری بپردازند.	۲/۲۹	۱/۰۴
	۹	استفاده افراطی از شبکه‌های اجتماعی باعث افت تحصیلی دانش آموزان و دانش جویان می‌شود.	۲/۳۴	۱/۱۴
پیشرفت تحصیلی	۱۰	شبکه‌های اجتماعی می‌توانند باعث تبادل اطلاعات تخصصی و عمومی افراد با یکدیگر شوند.	۲/۳۴	۱/۴۵
	۱۱	در اوقاتی که در بین جمع خانواده و دوستان هستیم مایلیم از شبکه‌های اجتماعی استفاده نمایم.	۳/۱۲	۱/۲۸
	۱۲	بیشتر اوقات فراغت خود را به بررسی محتوای شبکه‌های اجتماعی می‌پردازم.	۳/۱۰	۱/۲۹
	۱۳	پرداختن به شبکه‌های مجازی من را از انجام برنامه‌های جدی زندگی ام باز می‌دارد.	۲/۹۹	۱/۳۱
	۱۴	بازدید از شبکه‌های اجتماعی، بخش بزرگی از برنامه زندگی من است.	۳/۱۲	۱/۳۶
اوقات فراغت	۱۵	دوستانم در شبکه‌های اجتماعی هر روز برایم پیام می‌گذارند.	۲/۶۳	۱/۳۳

در جدول بالا میانگین و انحراف معیار برای گویه‌های پرسشنامه مشخص است. حد وسط ۳ است. در گویه‌هایی که میانگین کمتر از ۳ دارند، پاسخ‌دهندگان با آن‌ها موافق بوده‌اند و با گویه‌هایی که میانگین بالای ۳ دارند، اعلام مخالفت بیشتری کرده‌اند.

گویه شماره ۱ دارای میانگین ۳/۳۹ است و بیانگر این است که به‌طورکلی پاسخ‌دهندگان بر این باور بوده‌اند که در شبکه‌های اجتماعی گرایش دینی افراد تضعیف می‌گردد. گویه شماره ۲ دارای میانگین ۲/۴۷ است که در واقع نشان می‌دهد افراد خود را در رعایت شئون دینی مقید گزارش کرده‌اند. گویه شماره ۳ بیانگر این است پاسخ‌دهندگان بر این باور بوده‌اند که در شبکه‌های اجتماعی عده‌ای از افراد تمعداً به انتشار محتوای غیراخلاقی می‌پردازند.

گویه شماره ۴ بیانگر این است پاسخ‌دهندگان معتقدند که محتواهای غیراخلاقی به‌وفور در این شبکه‌ها دیده می‌شود. گویه شماره ۵ بیانگر این است پاسخ‌دهندگان بر این باور بوده‌اند که افراد در این شبکه‌ها به رعایت حدود اخلاقی اهمیت کمتری می‌دهند. گویه شماره ۶ بیانگر این است که پاسخ‌دهندگان اعتقاد دارند حریم خصوصی افراد در شبکه‌های مجازی به خطر نمی‌افتد. گویه شماره ۷ بیانگر این واقعیت است که دنیای مجازی به آن‌ها امکان برقراری روابط اجتماعی آسان‌تری با جنس مخالف را می‌دهد.

گویه شماره ۸ بیانگر این است که پاسخ‌دهندگان معتقدند با استفاده از شبکه‌های اجتماعی، دانش‌آموزان و دانشجویان می‌توانند به یادگیری بپردازند. گویه شماره ۹ بیانگر این است که پاسخ‌دهندگان بر این باور بوده‌اند که استفاده افراطی از شبکه‌های اجتماعی باعث افت تحصیلی دانش‌آموزان و دانش‌جویان می‌شود.

گویه شماره ۱۰ بیانگر این است که پاسخ‌دهندگان اعتقاد دارند شبکه‌های اجتماعی می‌توانند باعث تبادل اطلاعات تخصصی و عمومی افراد به یکدیگر شوند. گویه شماره ۱۱ دارای میانگین ۳/۱۲ است و بیانگر این است که به‌طورکلی پاسخ‌دهندگان بر این باور بوده‌اند که در بین جمع خانواده و دوستان از شبکه‌های اجتماعی کم‌تر استفاده می‌کنند. گویه شماره ۱۲ دارای میانگین ۳/۱۰ است که در واقع نشان می‌دهد بیشتر اوقات فراغت خود را به بررسی محتوای شبکه‌های اجتماعی نمی‌پردازند.

گویه شماره ۱۳ بیانگر این است پاسخ‌دهندگان بر این باور بوده‌اند که حضور در شبکه‌های اجتماعی افراد را از انجام برنامه‌های جدی زندگی بازمی‌دارد. گویه شماره ۱۴ بیانگر این است که بازدید از شبکه‌های اجتماعی، بخش بزرگی از برنامه زندگی آن‌ها نیست و گویه شماره ۱۵ نشان می‌دهد که دوستان این افراد به صورت روزانه برای آن‌ها پیام ارسال نمی‌کنند.

در ادامه و بر اساس تحلیل نتایج ارائه شده در جدول ۷، به سؤال‌های پژوهش در زمینه تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی پاسخ داده می‌شود و فرضیات مطرح‌شده مورد آزمون قرار می‌گیرند.

جدول ۷: نتایج آزمون t تک نمونه‌ای برای مقایسه میانگین به دست آمده برای گویه گرایش دینی، اخلاق، پیشرفت تحصیلی و اوقات فراغت جوانان

ردیف	مؤلفه	میانگین	انحراف معیار	مقدار t نظری: ۳		
				t	درجه آزادی	سطح معنی داری
۱	تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر گرایش دینی جوانان	۲/۸۷	۰/۷۱	-۳/۶۰	۴۲۹	۰/۰۰*
۲	تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اخلاق جوانان	۲/۵۶	۰/۷۶	-۱۱/۸۹	۴۲۹	۰/۰۰*
۳	تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر پیشرفت تحصیلی جوانان	۳/۲۷	۰/۷۱	۷/۰۰	۴۲۹	۰/۰۰*
۴	تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اوقات فراغت جوانان	۲/۹۹	۰/۸۰	-۰/۲۳	۴۲۹	۰/۱۵

به منظور ارائه پاسخ به سؤالات پژوهش در زمینه تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر ۴ متغیر گرایش دینی جوانان، اخلاق جوانان، پیشرفت تحصیلی و اوقات فراغت، با استفاده از آزمون t تک نمونه‌ای به بررسی و تحلیل یافته‌های پژوهش پرداختیم. گفتنی است که بنا بر نظر کارشناسان و متخصصان، میانگین نظری ۳ برای پاسخ به سؤالات در نظر گرفته شد. همچنین برای قضاوت درباره اینکه میانگین به دست آمده برای هر مؤلفه با میانگین نظری یا حد وسط ۳ دارای تفاوت معنی دار و قابل تعمیم به کل جامعه است یا صرفاً دارای تفاوت جزئی و غیرقابل تعمیم است، آزمون آماری t تک نمونه‌ای یکی از بهترین آزمون‌ها خواهد بود. نتایج این آزمون در جدول ۷ آمده است. در این جدول میانگین و انحراف معیار، مقدار t، درجه آزادی و سطح معنی داری مشخص است. موافقت و مخالفت با گویه‌هایی که سطح معنی داری برای آن‌ها از ۰/۰۵ پایین‌تر است را می‌توان به کل جامعه تعمیم داد. همچنین مقادیر t منفی نشانه پایین بودن میانگین به دست آمده از میانگین نظری (موافقت با تأثیر منفی آن) و مقادیر t مثبت بیانگر بیشتر بودن میانگین آن مؤلفه نسبت به میانگین نظری ۳ (موافقت با تأثیر مثبت آن) است.

سؤال اول: آیا استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر گرایش دینی جوانان تأثیر دارد؟

با توجه به یافته‌های جدول ۷، مقدار t به دست آمده برابر با -۳/۶۰ و سطح معنی داری ۰/۰۰ نشان می‌دهد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی عامل تضعیف گرایش دینی در بین جوانان می‌باشد و فرض پژوهش مبنی بر تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر گرایش دینی جوانان تایید می‌گردد- البته این اثرگذاری به صورت منفی است.

سؤال دوم: آیا استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اخلاق جوانان تأثیر دارد؟

طبق نتایج جدول ۷، مقدار t به دست آمده برابر با $11/89$ - و سطح معنی داری $0/00$ نشان می‌دهد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی عامل قوی در ایجاد اختلال اخلاق در بین جوانان است و فرض پژوهش مبنی بر تأثیر استفاده از شبکه‌های مجازی بر کاهش اخلاق جوانان تأیید می‌گردد- البته این اثرگذاری به صورت منفی است.

سؤال سوم: آیا استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر پیشرفت تحصیلی جوانان تأثیر دارد؟

با توجه به یافته‌های جدول ۷، مقدار t به دست آمده برابر با $7/00$ و سطح معنی داری $0/00$ نشان می‌دهد که جوانان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی را عامل افزایش پیشرفت تحصیلی خود می‌دانند و فرض پژوهش مبنی بر تأثیر استفاده از شبکه‌های مجازی بر کاهش اخلاق جوانان تأیید می‌گردد- البته این اثرگذاری به صورت مثبت است.

سؤال چهارم: آیا استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اوقات فراغت جوانان تأثیر دارد؟

طبق نتایج جدول ۷، مقدار t به دست آمده برابر با $0/23$ - و سطح معنی داری $0/15$ نشان می‌دهد که جوانان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی را عامل تأثیرگذاری بر کم و کیف اوقات فراغت خود نمی‌دانند و میانگین به دست آمده هم تفاوت معنی داری با حد متوسط پاسخ‌ها ندارد. در واقع باید گفت پاسخ‌دهندگان موافقت یا مخالفت خاصی با این گویه ابراز نکرده‌اند و فرض پژوهش مبنی بر تأثیر استفاده از شبکه‌های مجازی بر کاهش اوقات فراغت جوانان تأیید نمی‌گردد.

بحث و نتیجه‌گیری

امروز با رسانه‌ای شدن جهان اجتماعی، این رسانه‌ها هستند که دگرگونی‌های ساختاری و فرهنگی عمیقی را نه تنها در نهادهای اجتماعی، بلکه در روابط اجتماعی بین انسان‌ها به وجود آورده‌اند. در همین راستا، رسانه‌ها به افراد این امکان را داده‌اند که با افرادی آن‌سوی فضای اجتماعی خود ارتباط گرفته، کنشگری کنند و اشکال جدیدی از رابطه، معنا، عواطف و احساسات مرتبط با پیوندهای انسانی محقق شود. شبکه‌های اجتماعی به عنوان یکی از فعال‌ترین رسانه‌های اجتماعی، به دلیل جذابیت ذاتی بیش از سایر رسانه‌ها مورد توجه قرار می‌گیرند و استفاده از آن‌ها روبه افزایش است. شبکه‌های اجتماعی مجازی، بیشترین شباهت را به جامعه انسانی دارند و فارغ از محدودیت‌های زمانی، مکانی، سیاسی و فرهنگی، امکان ارتباط با شمار زیادی از افراد را به فرد می‌دهند. لذا آسیب‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی که زمان چندانی هم از پیدایش آن‌ها نمی‌گذرد، قابل تامل و با اهمیت هستند؛ چرا که این شبکه‌ها نیز مانند سایر شبکه‌های ارتباطی می‌توانند در جهت مثبت و منفی به کار گرفته شوند. شبکه‌های اجتماعی مجازی فواید زیادی دارند، اما آسیب‌های ناشی از آن‌ها نیز گریبان‌گیر جوانان و به‌طورکلی جامعه و خانواده‌ها شده است.

مقاله حاضر به دنبال شناسایی میزان گرایش جوانان استان همدان به شبکه‌های اجتماعی مجازی و مشخص کردن تأثیرات استفاده از این شبکه‌ها بر ۴ متغیر گرایش‌های دینی، اخلاق، پیشرفت تحصیلی و اوقات فراغت در زندگی جوانان می‌باشد.

ابتدا گونه‌های مختلف شبکه‌های اجتماعی مجازی مورد استفاده در بین جوانان استان همدان شناسایی شد. بر اساس یافته‌ها، شبکه اجتماعی تلگرام با ۹۶/۷، پیام‌رسان واتساپ با ۹۴/۱۸ و شبکه اجتماعی اینستاگرام با ۹۰/۰۸، پرطرفدارترین شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین جوانان استان همدان هستند. در گام دوم، اهداف افراد از عضویت و استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی مورد بررسی قرار گرفت که در این زمینه یافته‌ها نشان داد که اهداف جوانان استان همدان به ترتیب اهمیت عبارت‌اند از: تفریح و سرگرمی، اشتراک محتوای خانوادگی، جستجو و بهره‌مندی علمی، بهره‌گیری خبری و اجتماعی، دریافت محتوای آموزشی، افزایش ظرفیت‌های اقتصادی، افزایش آگاهی شغلی، تقویت جنبه‌های هنری، آگاهی از محتوای برنامه‌های ورزشی، تامین اهداف تحصیلی، دریافت محتوای مذهبی، دوست‌یابی و درنهایت، هدف سیاسی. در گام سوم، بررسی زمان حضور افراد در این شبکه‌ها نشان داد بیشترین زمان حضور در شبکه‌های اجتماعی برای جوانان ۱ تا ۲ ساعت با ۲۴ درصد از فراوانی است. زمان‌های کمتر از ۱ ساعت با ۲۱/۶ درصد، ۳ تا ۴ ساعت با ۱۵/۳ درصد، ۲ تا ۳ ساعت با ۱۳/۵ درصد و ۴ تا ۵ ساعت با ۱۰/۵ درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند و متأسفانه ۹/۵ درصد از جوانان هم بیش از ۷ ساعت از وقت خود را در شبانه‌روز در این شبکه‌ها سپری می‌کنند.

بررسی تأثیرات استفاده این شبکه‌های اجتماعی بر گرایش‌های دینی جوانان نشان می‌دهند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر وضعیت گرایش دینی جوانان تأثیرات منفی داشته و عملاً باعث ترویج مشکلاتی در این زمینه برای جوانان می‌گردد. این نتیجه با یافته‌های پژوهش نعمتی فر، صفورایی پاریزی (۱۳۹۸)، عبدالرحمانی، حسین پور و بشیری (۱۳۹۷)، موسیوند، صفایی، صفایی شکیب و ویسه (۱۳۹۶) و کمپل (۲۰۱۲) همخوانی دارد. در تحلیل این نتیجه پژوهش می‌توان گفت که استفاده آزاد از شبکه‌های اجتماعی مجازی در جوانانی بیشتر رواج دارد که اعتقادات و باورها و درنهایت تربیت دینی آن‌ها ضعیف‌تر است. البته این مسئله از عوامل دیگری نیز سرچشمه می‌گیرد؛ چون به‌صورت منطقی رژیم مصرف برای محتوای رسانه‌های اجتماعی طراحی و فراگیر نمی‌شود، این رسانه‌ها و امکانات اطلاعاتی و ارتباطی، بیشتر مروج فرهنگ مادی نگر و لذت‌جو و فردگرایانه هستند که یکی از جنبه‌های آسیب‌زای آن کاهش تعلقات دینی و اخلاقی در جوانان است.

یافته‌های پژوهش در مورد تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اخلاق جوانان گویای تأثیرات منفی این عامل بر روی این متغیر است و این یافته با نتایج پژوهش‌های بوری، بلیاد و ژیان باقری (۱۳۹۹)، طالعی و همکاران (۱۳۹۸)، روزبھانی، ساروخانی و پروین (۱۳۹۸)، عبدالرحمانی، حسین پور و بشیری (۱۳۹۷)، شریفی و شهرستانی (۱۳۹۶)، مک دانیل، دروینو و کرونز (۲۰۱۷)، کارپینسکیو همکاران (۲۰۱۶) و راسل و کلیتون (۲۰۱۴) همسویی دارد. می‌توان گفت حضور بیش از حد در فضای مجازی، از یک سو سبب وقت‌گذاری کمتر برای خانواده و کاهش نظارت خانواده بر کنش‌های افراد می‌شود و از سوی دیگر، وجود روابط ناسالم در فضای مجازی، فرد را به این شبکه‌ها وابسته می‌کند و باعث دریافت و یا ارسال محتوای خارج از عرف و در فضای مجازی می‌شود که این امر به اخلاق فرد آسیب می‌زند.

همچنین یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر پیشرفت

تحصیلی جوانان تأثیرات مثبت دارد. یافته‌های پژوهش‌های الواری و مقامی (۱۳۹۷)، مالمیر و همکاران (۱۳۹۵)، امامی ریزی کیرا (۱۳۹۵)، حجازی و همکاران (۱۳۹۵)، عباس و همکاران (۲۰۱۹)، چیزوبا (۲۰۱۷) و تازر و همکاران (۲۰۱۷) مؤید این نتیجه پژوهش است. عامل تأثیرگذاری مثبت شبکه‌های اجتماعی بر بهبود پیشرفت تحصیلی جوانان را می‌توان در ویژگی‌های اصلی شبکه‌های اجتماعی چون تعاملی بودن، مشارکتی بودن و امکان استفاده از محتوای چندرسانه‌ای دانست. در محیط‌های مجازی آموزشی، افراد خود مسئول یادگیری‌شان هستند و فعال‌اند که همین عوامل موجب بهبود پیشرفت می‌گردد.

یافته این پژوهش در زمینه تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اوقات فراغت جوانان نشانگر تأثیرات مشخص مثبت و یا منفی نیست و این یافته با نتایج یافته‌های حاصل از پژوهش‌های موسوی (۱۳۹۹)، توکلی و منصور لکوریج (۱۳۹۹)، خانیکی و خجیر (۱۳۹۷) و فو، زیو، ژوآ و یو (۲۰۱۸) که تا حدود زیادی همخوانی دارد. در تحلیل این نتیجه نیز باید گفت که شبکه‌های اجتماعی در ابعاد مختلف زندگی افراد تأثیر می‌گذارند و تغییرات زیادی در زندگی و نحوه زندگی آنها ایجاد می‌کنند؛ از جمله می‌توانند تغییراتی بر سبک زندگی افراد ایجاد کنند و نوعی جدیدی از سبک زندگی یا همان سبک زندگی مجازی را به وجود آورند. یکی از ابعاد سبک زندگی که می‌توان گفت تا حدود زیادی تحت تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی است، اوقات فراغت می‌باشد. نکته اصلی اینجاست که کاربرانی که از شبکه‌های اجتماعی مجازی برای پر کردن اوقات فراغت خود استفاده می‌کنند، اغلب دو حالت دارند: یا به صورت بی‌هدف در شبکه‌های مختلف گشت زنی می‌کنند و یا اینکه به صورت هدفمند، اوقات فراغتشان را با توجه به شبکه‌های اجتماعی مجازی برنامه‌ریزی می‌نمایند. بر این اساس، نتیجه پژوهش مؤید تأثیرات مشخص مثبت و یا منفی در این زمینه نبوده است.

بدین ترتیب، در دنیای کنونی که انفجار اطلاعات در آن به وقوع پیوسته و بخش عظیمی از انسان‌ها به‌ویژه جوانان در معرض پیامدهای آن قرار گرفته‌اند، بسیاری از متغیرها معنای گذشته خود را از دست داده‌اند و شدت و دامنه تغییرات به حدی است که در برخی موارد چالش‌ها و بحران‌های اجتماعی جدید را پدید آورده است. با توجه به اهمیت این موضوع و شناخت رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و اوقات فراغت، این پژوهش نشان می‌دهد که فرایند انتقال و نظارت در زمینه ارزش‌ها، باورها و رفتارها از خانواده و اجتماعات محلی به رسانه‌های جمعی به‌ویژه رسانه‌های اجتماعی ملی و بین‌المللی منتقل شده و برای جلوگیری و کاهش مسائل احتمالی نیاز به یک برنامه ریزی هماهنگ و منطبق با این فرایند است.

منابع

- افراسیابی، محمدصادق. (۱۳۹۳). مطالعات شبکه‌های اجتماعی و سبک زندگی جوانان. تهران: انتشارات سیمای شرق
- الواری، شادی و مقامی، حمیدرضا. (۱۳۹۷). «بررسی تأثیر اجتماع یادگیری بر مهارت‌های اجتماعی و پیشرفت تحصیلی دانشجویان دانشگاه علامه طباطبائی». فصلنامه روان‌شناسی تربیتی. دوره ۱۴، شماره ۴۷، صص ۷۵-۹۳.
- امامی ریزی، کبرا. (۱۳۹۵). «تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر پیشرفت تحصیلی دانشجویان». مجله راهبردهای آموزش در علوم پزشکی. سال ۹، شماره ۳، صص ۲۰۶-۲۱۴.
- بور، سمانه؛ بلیاد، محمدرضا و ژیان باقری، معصومه. (۱۳۹۹). «اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی بر اساس روان‌بنه‌های ناسازگار و تحریف‌های شناختی با میانجی‌گری جو عاطفی خانواده در دانشجویان». اندیشه و رفتار. دوره چهاردهم، شماره ۵۵، صص ۶۷-۷۹.
- توکلی، سعید منصور و لکورج، محمدهادی. (۱۳۹۹). «تأثیر شبکه‌های اجتماعی در تغییر ویژگی‌های شخصیتی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب». فصلنامه مدیریت و چشم‌انداز آموزش. سال دوم، شماره اول.
- خانیکی، هادی و خجیر، یوسف. (۱۳۹۷). «نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در توسعه جامعه مدنی ایران». فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات. سال نوزدهم، شماره ۴۴.
- روزبهرانی، منیر؛ ساروخانی، باقر و پروین، ستار. (۱۳۹۸). «بررسی جامعه‌شناختی مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی و تسامح قومی در بین شهروندان تهرانی». فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین. سال پنجم، شماره ۲۰، صص ۳۱۳-۳۵۶.
- ساروخانی، باقر. (۱۳۹۴). جامعه‌شناسی ارتباطات. تهران: انتشارات اطلاعات
- شریفی، سید مهدی و شهرستانی، عقیده. (۱۳۹۶). «بررسی رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی موبایلی (تلگرام) با رفتار و اخلاق اجتماعی کاربران با رویکرد دینی». فرهنگ در دانشگاه اسلامی. دوره ۷، شماره ۲۴، صص ۲۷۷-۲۹۸.
- طالعی، علی؛ اسمعیلی، معصومه؛ فلسفی نژاد، محمدرضا؛ کاظمیان، سمیه و برجعلی، احمد. (۱۳۹۸). «آسیب‌شناسی ارتباط با جنس متفاوت در شبکه‌های اجتماعی مجازی: یک مطالعه پدیدارشناسی با نوجوانان». تحقیقات علوم رفتاری. دوره هفدهم، شماره ۱، پیاپی ۵۵.
- عبدالرحمانی، رضا؛ حسین پور، جعفر و بشیری، هادی. (۱۳۹۷). «بررسی نقش مصرف شبکه پیام‌رسان تلگرام در گرایش جوانان به جرائم اخلاقی». دو فصلنامه پژوهش‌های انتظامی - اجتماعی زنان و خانواده. صص ۴۷-۶۶.
- عدلی پور، صمد؛ قاسمی، وحید و میرمحمدتبار، سید احمد. (۱۳۹۳). «تأثیر شبکه اجتماعی فیس‌بوک بر هویت فرهنگی جوانان شهر اصفهان». تحقیقات فرهنگی ایران. سال هفتم، شماره ۱.
- فرامرزیانی، سعید؛ هاشمی، شهناز و فرهنگی، علی اکبر. (۱۳۹۵). «نقش رسانه‌ها مجاز در تغییرات ارزش‌ها اجتماعی با تأکید بر شبکه‌ها اجتماعی تلگرام و فیس‌بوک». توسعه اجتماعی. دوره دهم، شماره ۴.

- فرقانی، محمد مهدی؛ مظفری، افسانه و کیهان، امیر. (۱۳۹۸). «نقش شبکه‌های اجتماعی موبایلی در بازتولید هویت قومی دانشجویان کرد دانشگاه‌های تهران». فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین. سال پنجم، شماره ۱۸، صص ۹۷-۱۲۹.
- فرقانی، محمد مهدی و بدیعی، بهار. (۱۳۹۴). «فرآیند اهلی سازی فناوری رسانه‌ای: تجربه زیسته جوانان ایرانی در پذیرش تلفن همراه هوشمند». فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین. شماره ۴، صص ۱۷۸-۱۳۳.
- فروتنی، زهرا و بحرانی، عطیه. (۱۳۹۸). «سنجش تأثیر شاخص‌های روانی و عملکردی بر تمایل دانشجویان به استفاده از شبکه‌های اجتماعی». فرهنگ در دانشگاه اسلامی. سال نهم، شماره دوم، صص ۲۳۱-۲۵۱.
- قرباغانی، حسن؛ یوسفی افراشته، مجید و صالحی، وحید. (۱۳۹۷). «تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر حجاب و عفاف، هویت دینی و فردی، تعامل با خانواده و افسردگی و انزوا در بین جوانان». فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. پیاپی ۴۲، صص ۲۵۷-۲۷۲.
- کریمی، فریده؛ صابری، زهرا و کریمی، مه‌لقا. (۱۳۹۴). «شبکه‌های اجتماعی و تأثیر آن بر اخلاق جامعه». دومین کنفرانس ملی جامعه‌شناسی و اخلاق، تهران.
- مال میر، مرتضی؛ زارع، محمد؛ فیض‌آبادی، نرگس و ساریخانی، راحله. (۱۳۹۵). «تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر پیشرفت تحصیلی و یادداری دانشجویان پرستاری در آموزش زبان انگلیسی». مجله ایرانی آموزش در علوم پزشکی.
- مبارکی، احسان و شرفی، محمد. (۱۳۹۸). «بررسی رابطه بین استفاده از ماهواره، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی و نگرش به دوستی با جنس مخالف قبل از ازدواج». فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال پنجم، شماره ۱۸، صص ۱۳۱-۱۶۶.
- متانی، مهرداد؛ رئیس نافیجی، ابوالقاسم و تقی زاده، نسرتین. (۱۳۹۸). «بررسی ارتباط بین استفاده از رسانه‌های جمعی و پایبندی به فرهنگ شهروندی (مطالعه موردی: افراد ۱۸ سال به بالا در شهر قائم‌شهر)». فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد واحد شوشتر. دوره ۱۳، شماره ۴. پیاپی ۴۷.
- موسوی، ولی اله. (۱۳۹۹). «شیوع اعتیاد به اینترنت و وضعیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در نوجوانان و جوانان ایرانی». مجله طب نظامی. دوره ۲۲، شماره ۳، صص ۲۸۱-۲۸۸.
- موسیوند، مریم؛ صفایی، صفی‌الله؛ صفایی شکیب، علی و ویسه، مهدی. (۱۳۹۶). «بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب بر هویت دینی دانشجویان دههٔ دوم و سوم انقلاب اسلامی (مورد مطالعه: دانشگاه‌های همدان)». فرهنگ در دانشگاه اسلامی. دوره ۷، شماره ۲۵، صص ۵۰۳-۵۲۴.
- نارمنجی، سید مهدی؛ ریاحی نیا، نصرت؛ نوکاریزی، محسن و زره ساز، محمد. (۱۳۹۹). «بررسی تأثیرگذاری رفتار اشتراک‌گذاری اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سرمایه اجتماعی». پژوهش‌نامه پردازش و مدیریت اطلاعات. دوره ۳۵، شماره ۳۵، صص ۶۰۴-۶۳۳.
- نعمتی فر، نصرت‌الله؛ صفورایی پاریزی، محمد مهدی. (۱۳۹۸). «بررسی تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر حجاب و پوشش کاربران با تأکید بر ابعاد دین‌داری». دو فصلنامه علمی - پژوهشی دین و ارتباطات. سال بیست و ششم، شمار اول پیاپی (۵۵)، صص ۳۶۲-۳۶۵.
- یاریگر روش، محیا؛ عامری، فریده؛ فرح بیجاری، اعظم و دهشیری، غلامرضا. (۱۳۹۸). «استفادهٔ آسیب‌زا از

شبکه‌های اجتماعی مجازی در مادران». فصلنامه خانواده و پژوهش شماره ۴۶، صص ۸۱-۶۳.

- Abbas Jaffar, Aman Jaffar, Nurunnabi Mohammad, Shaheer Bano. (2019). **“The Impact of Social Media on Learning Behavior for Sustainable Education: Evidence of Students from Selected Universities in Pakistan”**. Sustainability 2019, 11, 1683; doi:10.3390/su11061683.
- Aytac, K.Y. (2010). **“Investigating the Impact of Internet Dependency on Student Teachers’ Loneliness of Adiyaman University”**. Journal of Education and Training Studies, 6 (2), 58-64.
- Bailey, Arlene & Ojelanki, Ngwenyama. (2010). **“Bridging the generate gap in ICT use: Interrogating Identity, Technology and interactions in community Telecenters”**. Common wealth secretariat.
- Bipeta, R. Yerramilli, S. S. Karredla, A. R. & Gopinath, S. (2015). **“Diagnostic Stability of Internet Addiction in obsessive-compulsive disorder: Data from a naturalistic one-year treatment study”**. Innovations in Clinical Neuroscience, 12 (1), 14 -23
- Campbell, H. (2012). **“The Relationship between Facebook use and Religiosity among Emerging Adults”**. Ph. D Thesis, University of South Carplina.
- Chang, S. E. Liu, A. Y. & Shen, W. C. (2017). **“User trust in social networking services: A comparison of Facebook and LinkedIn”**. Computers in Human Behavior, 29, 312-302
- Chen, P.T. & S.C. Kuo. (2017). **“Innovation Resistance and Strategic Implications of Enterprise Social Media Websites in Taiwan through Knowledge Sharing Perspective”**. Technol. Forecast. Soc. Change: <http://dx.doi.org/10.1016/j.techfore.2017.02.002>
- Chizoba, P. (2017). **“The Effect of Social Networking Sites on Academic Performance of Students of Abia State Polytechnic”**. American Journal of Art and Design. 2(4): 100-104. doi: 10.11648/j.ajad.20170204.13
- Du, J. (2014). **“The information journey of marketing professionals: Incorporating work task-driven information seeking, information judgments, information use, and information sharing”**. Journal of the Association for Information Science and Technology, 65 (9): 1850–1869.
- De Reuver Mark, Nikou Shahrokh, Bouwman Harry. (2016). **“Domestication of smartphones and mobile applications: A quantitative mixed-method study”**. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2050157916649989>
- Fu, J. Xu, P. Zhao, L. & Yu, G. (2018). **“Impaired Orienting In Youth With Internet Addiction: Evidence From The Attention Network Task (ANT)”**. Psychiatry Research, 264, 54-57

- Gitonga, M. M. A. (2013). **“Information sharing among humanitarian organizations in Kenya”**. M.A. thesis. University of Nairobi.
- Grant, J. E. Potenza, M. N. Weinstein, A. & Gorelick, D. A. (2018). **“Introduction to Behavioral Addictions”**. The American Journal of Drug and Alcohol Abuse, 36(5), 233–241.
- Karpinski, A.C.P.A. Kirschner, I. Ozer, J.A. Mellott & P. Ochwo. (2013). **“An Exploration of Social Networking Site Use, Multitasking, and Academic Performance among United States and European University Students”**. Computers in Human Behavior, 29: 1182-1192.
- Kin, W. H. (2015). **“Social media marketing and its influence on international entrepreneurship”**. Doctoral dissertation.
- Kuss D.J. & Griffiths, M. D. (2015). **Internet Addiction: A Real Addiction? In: Internet Addiction in Psychotherapy. Palgrave Studies in Cyber psychology.** Palgrave Pivot, London
- McDaniel, Brandon.T., Drouin, M., Cravens, J.D. (2017). **“Do You Have Anything to Hide? Infidelity- Related Behaviors on Social Media Sites and Marital Satisfaction”**. Computers in Human Behavior, Volume 66, pp. 88-95. Retrieved from: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.031>
- Russell B. & Clayton, MA. (2014). **“The Third Wheel: The Impact of Twitter Use on Relationship Infidelity and Divorce”**. Cyberpsychology Behavior and Social Networking, Vol. 17, No. 7. Retrieved from: <https://doi.org/10.1089/cyber.2013.0570>
- Tezer Murat, Taşpolat Ata, Sami Kaya Ömer, Fatih Sapanca Hamza. (2017). **“The impact of using social media on academic achievement and attitudes of prospective teachers”**. International Journal of Cognitive Research in Science, Engineering and Education, Vol. 5, No. 2, 2017.
- Tyler, T. (2012). **“Social networking and Globalization”**. Mediterranean Journal of Social Sciences, Vol. 4, No. 6.
- Yermolayeva, Y.A, Pempek, T.A & Calvert, S.L. (2009). **“College students’ social networking experiences on Facebook”**. Journal of Applied Developmental Psychology, 30, 227-238.