

بررسی ابعاد آسیب زای استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی در میان جوانان شهر کرمانشاه

حبیب احمدی^۱ فردین منصوری^۲ سید علی شاه چراغ^۳

چکیده

مقاله حاضر به بررسی ابعاد آسیب زای استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی در میان جوانان شهر کرمانشاه می پردازد روش انجام تحقیق، کمی پیمایشی می باشد. گستردگی جامعه آماری یکی از دلایل استفاده از روش پیمایشی بوده است و اطلاعات مربوط به هر کدام از متغیرها به روش میدانی جمع آوری شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه جوانان ۱۵ تا ۳۵ ساله شهر کرمانشاه تشکیل می دهند؛ که بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۰، ۳۴۱۶۵۲ نفر هستند. برای برآورد حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است که با سطح دقت ۰،۰۵، ۲۷۰ نفر برآورد شده است که از جوانان شهر کرمانشاه گرفته شده است. نتایج تحقیق بیان می کند، بنا بر اعتقاد پاسخگویان این مطالعه، در یک مقیاس ۵ نمره ای، ابعاد آسیب زای (مدگرایی، تنش های خانوادگی، کم رنگ شدن ارزش های دینی، بحران هویت و دوستی های آسیب پذیر) متأثر از شبکه های اجتماعی مجازی، در حد متوسط و بالاتر وجود دارد. همچنین نتایج آزمون فرضیات نشان می دهد که همه فرضیات پژوهش با سطح اطمینان ۹۹ درصد تأیید شده است به این معنی که ارتباط معناداری قوی بین استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و متغیرها و عامل های وابسته که در بالا مطرح شد وجود دارد.

کلید واژه: ابعاد آسیب زای، اینترنت، شبکه اجتماعی مجازی، جوانان، شهر کرمانشاه.

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۰۲/۰۲ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۰۵/۱۰

^۱. استاد دانشگاه شیراز (hahmadi@rose.ac.ir)

^۲. کارشناس ارشد جامعه شناسی دانشگاه علامه طباطبایی (fardinmansori@gmail.com).

^۳. دانشجوی دکتری جامعه شناسی دانشگاه شیراز (shahcheraghi24@gmail.com)

- مقدمه

در دنیای امروز زندگی انسان با شبکه‌های اجتماعی پیوند خورده است، شبکه‌های ارتباطاتی در هم‌تنیده و به هم‌پیوسته تمامی حوزه‌ها، معانی و مفاهیم و به‌طورکلی همه‌چیز را تحت تأثیر قرار داده‌اند. ارتباطات شبکه‌ای به‌مثابه «اساس فعالیت ارتباط انسان» در حال دگرگون ساختن همه ارتباطات انسانی است. جهان را بومی و بوم را جهانی می‌کند. اصطلاح «شبکه‌های اجتماعی» زیرمجموعه رسانه‌های اجتماعی قرار می‌گیرد. رسانه‌های اجتماعی، مفاهیمی کلان هستند که به‌واسطه پیدایی شبکه‌های جدید ارتباطی چون اینترنت و تلفن همراه پدید آمده‌اند. شبکه‌های اجتماعی به علت بی‌مکانی حاکم بر اینترنت بر علایق افراد و گروه‌ها بنیان نهاده شده‌اند. در واقع شبکه‌های اجتماعی بر پایه مشارکت همگانی بنا شده‌اند. این وب‌سایت‌های شبکه اجتماعی با فراهم کردن انگیزه و هدف برای فعالیت در رسانه‌ای که پیش‌ازین جذابیت کمی داشته، به‌طور فزاینده‌ای افراد را به دنیای آنلاین می‌کشند. عمده‌ترین محورهای این فناوری‌های جدید رسانه‌ای استفاده همزمان از امکانات آنلاین و دیجیتال در ارتباط با مخاطب است. در این ارتباط جدید، رفتار مخاطب در برابر رسانه هم دچار دگرگونی و از مخاطب منفعل به مخاطب فعال تبدیل می‌شود. این رابطه دوسویه باعث ایجاد ساختاری نوین در نسل جدید رسانه‌ها می‌شود. در نسل جدید رسانه‌ها، برنامه‌ها علاوه بر «ارائه خطی» دارای خاصیت «گزینه‌ش» از طرف مخاطب نیز است. وب‌سایت‌های شبکه اجتماعی تبدیل به پدیده‌ای جهانی شده‌اند و اجتماعاتی مانند فیس‌بوک صدها میلیون نفر کاربر دارند. این وب‌سایت‌ها با خلق محیط‌های دوستانه امکان برقراری ارتباط و وفاق در زندگی اجتماعی را برای کاربران خود به ارمغان آورده‌اند، اما در کنار امتیازهایی که شبکه‌های اجتماعی دارند پیامدهای منفی و چالش‌های زیادی را هم در زندگی افراد به وجود آورده‌اند، به‌عبارت‌دیگر امروزه به‌خصوص در جامعه ما این شبکه‌ها در حال تبدیل شدن به یک تهدید می‌باشند؛ که این موارد نگاه کارشناسانه‌ای را می‌طلبد که این تهدیدها شناسایی و در جهت کاهش یا حذف آن‌ها گامی برداشته شود.

از طرفی هم طولانی شدن دوره جوانی و نوجوانی، رواج شیوه‌های جدید رفتار اجتماعی برای پر کردن فضای زندگی، فردی شدن و کم‌رنگ شدن شکاف‌های متداول اجتماعی، اهمیت یافتن سبک زندگی و سیاست زندگی برای جوانان، ازهم‌پاشیدگی شبکه‌های سنتی همسایگی و نوسازی شهری از جمله زمینه‌های اصلی‌ای هستند که شرایط جدید را پیش روی جوانان قرار داده‌اند. آنچه

در کنار این روندها متأثر از رشد رسانه‌های جدید قابل ذکر است، اهمیت بیش‌ازپیش حفظ و ایجاد تنوع در اوقات فراغت برای جوانان است. ارتباطات با واسطه شبکه‌های اجتماعی توانسته است فرهنگ فراغت و اجتماع فراغت را نیز تحت‌الشعاع قرار دهد. شبکه‌های اجتماعی مجازی امکانی فراهم می‌آورد تا کاربران بتوانند علاقه‌مندی‌ها، افکار و فعالیت‌های خودشان را با دیگران به اشتراک بگذارند و دیگران هم این افکار و فعالیت‌ها را با آنان سهیم شوند. گمنامی، سرعت ارتباطات و سیال بودن آن پیامدهای گسترده‌ای را در روابط جنسیتی و الگوهای ارتباطی و دوست‌بایی جوانان بر جای می‌گذارد. تداخل طبقه با جنسیت و جغرافیا می‌تواند فضای آزادکننده‌ای را برای دسته‌ای از جوانان پدید آورده و مرزبندی‌های رایج جنسیتی و اجتماعی را در فرهنگ جوانان کم‌رنگ سازد. همچنین شبکه‌های اجتماعی مجازی عموماً به تقلیل سرمایه اجتماعی، انزوا و بریدگی از مشارکت‌های محسوس و عینی، تغییر روابط از اجتماعات و گروه‌های آشنا به اجتماعات شبکه‌ای، سوگیری جوانان به سوی آموزش موزاییکی و نیز قطعه‌قطعه شدن افراطی سلیقه‌ها و خرده‌فرهنگ‌ها و در نتیجه توده‌وار سازی می‌انجامد (بوید و الیسون، ۲۰۰۷: ۲۱۲).

بنابراین تحقیق حاضر با بررسی تأثیرات اجتماعی و فرهنگی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در جوانان در پی پاسخگویی به این سؤال است که مهم‌ترین تأثیرات اجتماعی و فرهنگی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان جوانان چیست؟

- پیشینه تجربی تحقیق

مطالعه‌ای توسط محمود شهابی و قدسی بیات، با موضوع اهداف و انگیزه‌های عضویت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی با مطالعه درباره جوانان شهر تهران، انجام شده است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که توسعه کیفیت و کمیت در روابط و کنش‌های اجتماعی از عوامل مهم روی آوردن جوانان تهرانی به کنش‌گری شبکه‌ای است. به این معنا که کاربران جوان، فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی را امکانی برای ادامه همراهی و هم‌نوایی با حلقه دوستان می‌پندارند و شبکه‌های اجتماعی مجازی را سیاسی نمی‌دانند. بروز خود واقعی و تخلیه عاطفی، بدین معنا که کاربران در این فضا راحت‌تر می‌توانند به برون‌ریزی باورها، دیدگاه‌ها، عواطف و تجربه‌های خود پردازند. اطلاع‌یابی و اطلاع‌رسانی عمومی، تفریح، از دیگر اهداف و انگیزه‌های کاربران جوان از عضویت در این شبکه‌هاست. بر اساس این مطالعه، دلیل و انگیزه مهم دیگر جوانان، برقراری ارتباط با غیر ایرانیان است که تمایل به ایجاد بستری چند فرهنگی را تداعی می‌کند. (شهابی و بیات، ۱۳۹۱).

در مطالعه دیگری که توسط حسن بشیر و محمدصادق افراسیابی با موضوع شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان انجام شده است، نتایج نشان می‌دهد که جوانان با اهداف متنوعی

عضو این شبکه‌ها می‌شوند که مهم‌ترین آن، سرگرمی است. میان عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی و نحوه اختصاص وقت به دیگر فعالیت‌های اجتماعی، ارتباط وجود دارد. کاربران جوان اشاره کرده‌اند که برای بهره‌مندی بیش‌ازحد از این شبکه‌ها، مورد اعتراض دیگر اعضای خانواده قرار گرفته‌اند. میان عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی با مؤلفه‌هایی مانند رابطه با جنس مخالف و شیوه محاورات اعضا در محیط بیرونی و بین عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی و سبک زندگی جوانان ارتباط وجود دارد. همچنین بین عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی مجازی جوانان رابطه وجود دارد. (بشیر، افراسیابی: ۱۳۹۲).

نوری مرادآبادی و کیا در پژوهشی با عنوان عوامل مرتبط با گرایش دانشجویان به شبکه اجتماعی فیس‌بوک، به بررسی علل گرایش دانشجویان آمریکا و ایران به شبکه‌های اجتماعی مجازی پرداخته‌اند. در این تحقیق، نخست با روش اسنادی و کتابخانه‌ای به بررسی ۱۸ مقاله معتبر چاپ‌شده در ژورنال‌های مهم جهان درباره علل گرایش دانشجویان آمریکایی، پرداخته و در ادامه با روش پیمایش و با روش نمونه‌گیری هدفمند، به بررسی علل گرایش دانشجویان ایرانی به فیس‌بوک پرداخته‌اند. نتایج این تحقیق در مرحله اول، بعد از یک مقوله‌بندی از میان پژوهش‌های انجام‌شده، ایجاد روابط جدید، حفظ روابط قدیمی، جست‌وجوی اخبار، اطلاعات و سرگرمی را مهم‌ترین دلایل عضویت دانشجویان آمریکایی تشخیص دادند و در مرحله دوم، از مهم‌ترین علل پیوستن دانشجویان ایرانی به فیس‌بوک، می‌توان به اشتراک‌گذاری اطلاعات و اخبار، آزادی در ارتباط، جریان آزاد اطلاعات در شبکه، توانایی کنترل مخاطب بر اطلاعات شخصی و برابری اصولی در شبکه اشاره کرد. (مرادآبادی و کیا، ۱۳۹۱: ۱۸۱-۲۰۰).

مطالعه‌ای نیز در زمینه تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی و اوقات فراغت جوانان توسط اکبری تبار و هزار جریبی انجام‌شده است. پژوهشگران در این پژوهش به فرا تحلیلی نظری در باب تحقیقات خارجی این حوزه پرداخته‌اند. تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر زندگی جوانان و چگونگی گذران اوقات فراغت و گونه‌های جدید تعامل و شیوه‌های نوین از زندگی، جزو موضوعاتی است که بررسی شدند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که گونه‌های جدید از تعامل و ارتباط و شیوه‌های جدید از زندگی، تحت تأثیر حضور در فضای مجازی برای جوانان ایجاد شده است. نتیجه دیگر حاکی از آن است که شبکه‌های اجتماعی مجازی، تأثیرات عدیده و چندوجهی بر زندگی جوانان و چگونگی گذراندن اوقات فراغت آنان دارد (اکبری تبار و هزارجریبی، ۱۳۹۲).

- مبانی نظری تحقیق

- اعتیاد به اینترنت

لفظ اعتیاد بیشتر تداعی گر اعتیادهای سنتی هم چون اعتیاد به الکل، نیکوتین، مواد مخدر و قمار است؛ اما اعتیاد از طریق اینترنت با وجهی جدیدی روبرو شده است. گسترش رایانه‌های شخصی و افزایش اتصال به اینترنت در خانه و محل کار منجر به ظهور معضلی به نام اعتیاد اینترنتی شده است. اعتیاد به اینترنت شامل اعتیاد به اتاق‌های گپ‌زنی، هرزه‌نگاری، قمار آنلاین و خریدهای اینترنتی می‌شود. همچون دیگر اعتیادها این نوع اعتیاد نیز فرد معتاد را از خانواده و اطرافیانش منزوی می‌سازد. اعتیادهای رفتاری، همچون اعتیاد به شبکه اینترنت می‌تواند موجب تخریب سلامت، روابط، احساسات و نهایتاً روح و روان فرد شود (گریفیلد، ۱۳۸۴).

- تعاریف اعتیاد اینترنتی

اگرچه مفاهیمی چون "اعتیاد به تکنولوژی" در نوشته‌های "گریفیتز" و اعتیاد به رایانه در آثار "شاتون" ۱ مورد مطالعه قرار گرفته بودند اما اعتیاد به اینترنت اصطلاحی بود که اولین بار به وسیله یانگ مطرح گردید. این اختلال با عناوین متفاوتی از قبیل "وابستگی رفتاری به اینترنت"، "استفاده مرضی از اینترنت"، "استفاده مشکل‌زا از اینترنت"، "استفاده بیش‌ازحد به اینترنت"، "سوءاستفاده از اینترنت"، "غیر سازشی" و اختلال اعتیاد به اینترنت معرفی می‌شود؛ اما عناوین اختلال به اینترنت و استفاده مرضی از اینترنت در نوشته‌های اخیر کسانی چون "یانگ"، "دیویس" ۲، "کاپلان" ۳، "گلدبرگ" ۴، "گروهل" ۵ و "گریفیتز" بیشتر از عناوین دیگر به کار رفته است. به‌طور کلی این اختلال را می‌توان به‌عنوان نوعی استفاده از اینترنت که بتواند مشکلات روان‌شناختی، اجتماعی، درسی یا شغلی در زندگی فرد ایجاد کند، تعریف کرد.

"اعتیاد اینترنتی به گستره وسیعی از مشکلات رفتاری و کنترل‌انگیزه استفاده از اینترنت اشاره دارد. اعتیاد اینترنتی به‌عنوان یک رفتار وسواسی یا آرزوی برقراری پیوند، یا شاید حتی نمودی از انتقال و یا بازتاب روابط ابژه و یا رفع نیاز قلمداد می‌شود" (معیدفر، حبیب پورگتایی و گنجی، ۱۳۸۴).

Shatton. ۱

Davis. ۲

Caplan. ۳

Golaberg. ۴

Grohol. ۵

افرادی چون یانگ و سایر روانشناسان معتقدند که زیاده‌روی در استفاده از اینترنت، می‌تواند برای سلامتی فکری فیزیکی شخص خطرناک باشد. اعتیاد به اینترنت کارکرد انطباقی شخص را مختل می‌کند. گروهی دیگر از روان‌شناسان معتقدند که لذتی که به خاطر استفاده از اینترنت به فرد دست می‌دهد به هیچ‌وجه قابل‌مقایسه با لذت حاصل از کوکائین و یا هر نوع ماده مخدر دیگری نیست. به‌طور خلاصه، مروربر ادبیات نظری تجربی پیرامون اعتیاد اینترنتی، نشانگر آن است که اعتیاد اینترنتی پدیده‌ای است که از سه ویژگی برخوردار است:

(۱) اعتیاد اینترنتی، نوعی اختلال و بی‌نظمی و سواسی است که برخی ویژگی‌های آن مشابه شرایط آسیب‌شناسانه است. در واقع زمانی می‌توان گفت که فرد دچار اعتیاد به اینترنت شده است که دارای علائم خستگی زودرس، تنهایی و افسردگی و غیره باشد.

(۲) اعتیاد اینترنتی نوعی اختلال و بی‌نظمی روانی است. از این دیدگاه زمینه تحقیق جدیدی تحت عنوان روان‌درمانی اینترنتی ظهور کرده است. این دیدگاه معتادان اینترنتی را به‌عنوان بیمار می‌بیند.

(۳) اعتیاد اینترنتی نوعی مشکل رفتاری است. دلیل این مسئله نیز، وجود یک رابطه قوی بین اعتیاد اینترنتی و وابستگی شیمیایی است. مطالعات نشان داده است که افرادی که مشکلات وابستگی شیمیایی دارند در هفته وقت بیشتری را صرف اینترنت می‌کنند تا کاربران وابسته غیر شیمیایی (معید فر، حبیب پور گنابی و گنجی، ۱۳۸۴).

"اوزراک" در ۱۹۹۹ اعتیاد به اینترنت را به عنوان اختلال در نظر می‌گیرد. نوعی اختلال که مردمی که رابطه صفحه رایانه را جذاب‌تر از واقعیت زندگی روزمره می‌بینند، از آن رنج می‌برند. به نظر او هرکسی که رایانه دارد، در معرض اعتیاد است اما افرادی که خجالتی، افسرده، تنها و بی‌حوصله هستند یا آن‌هایی که از یک اعتیاد دیگر بهبودی می‌یابند به‌خصوص آسیب‌پذیری بیشتری دارند. اعتیاد تکنولوژی به‌طور عملیاتی می‌تواند به عنوان اعتیاد غیر شیمیایی (رفتاری) که شامل تعامل انسان و دستگاه است تعریف شود. این اعتیاد ممکن است انفعالی (مثلاً تلویزیون) یا فعال (بازی‌های رایانه‌ای) باشد و معمولاً جنبه‌های القاکننده و تقویت‌کننده‌ای دارد که ممکن است به افزایش تمایل اعتیادی کمک کند (امیدوار و صارمی، ۱۳۸۱).

تحقیقاتی که اخیراً درباره اعتیاد به اینترنتی صورت گرفته‌اند، چندین معیار برای اعتیاد به اینترنت و بازشناسی آن برشمرده‌اند. سه مورد از این معیارهای مهم عبارت‌اند از:

۱) هنگامی که شخصی سعی می‌کند تا از اینترنت خارج شود احساس بی‌قراری و بدخلقی می‌کند.

۲) از اینترنت برای فرار از مشکلات و یا کاستن از احساس یاس ناامیدی، گناه، اضطراب و یا افسردگی استفاده می‌شود.

۳) کاربر اینترنت در مورد میزان و وسعت استفاده خود از اینترنت، به اعضای خانواده و یا دوستانش دروغ گفته و آن را کتمان می‌کند و نهایتاً شخص باوجود هزینه بالای استفاده از اینترنت مکرراً از آن استفاده می‌کند (معیدفر، حبیب پور گنابی و گنجی، ۱۳۸۴).

- فضای مجازی و جوانان

مفاهیم نسل X، نسل Y و نسل M براساس مصرف رسانه‌ای در جامعه آمریکایی طراحی شده‌اند. با وجود این، برخی معتقدند که مفهوم نسل Y در حال حاضر قابل تعمیم به نسل جوان ایران است. ویژگی‌های خاصی برای نسل Y برشمرده شده‌اند که وجه مشترک همه آن‌ها استفاده از اینترنت است و چنان‌که گفته شد، این نوع طبقه‌بندی نسلی از استفاده هر نسل از رسانه‌ها نتیجه شده است. آرمور (۲۰۰۵) ویژگی‌های نسل Y را علاوه بر استفاده از اینترنت، توقع زیاد از خود، توقع زیاد از کارفرمایان، تلاش برای موفق شدن به صورت سریع، تلاش بی‌وقفه برای آموختن معطوف به هدف بودن می‌داند. همچنین او هوش اقتصادی، تغییرخواهی، تمایل به عدم تبعیت از هنجارها و تلاش برای حفظ تعادل را هم از دیگر ویژگی‌های نسل Y می‌داند. پرز (۲۰۰۸) هم نسل Y را همراهان همیشگی کامپیوترها می‌داند و معتقد است برخلاف نسل X تلویزیون برای این نسل همه چیز نیست. تأثیرپذیری از همالان هم ویژگی دیگر این نسل است که پرز معتقد است این تأثیرپذیری بسیار بیشتر از تأثیرپذیری از آگهی‌های رسانه‌ای است. همچنین پرز به هوشیاری اجتماعی این نسل اشاره می‌کند و معتقد است برای این نسل شغل همه چیز نیست بلکه، آن‌چه در اطراف می‌گذرد، برای او به همان اندازه اهمیت دارد. شورت و ریوز (۲۰۰۹) این نسل را نسل مجازی و با دوره‌های کوتاه توجه می‌خوانند. بر این اساس پژوهش حاضر ویژگی‌های عمده نسل Y را این‌چنین برمی‌شمارد:

الف) استفاده از اینترنت، این نسل اصولاً بر مبنای مصرف اینترنتی تعریف می‌شود و بنابراین اگر قرار باشد در جایی نسل Y شکل بگیرد، استفاده از اینترنت ویژگی اصلی خواهد بود.

ب) تغییرخواهی. جوانان این نسل تغییرخواه هستند. این بدان معناست که این گروه اجتماعی وضعیت موجود را نمی‌پذیرند و از توانایی‌های رسانه‌ای خود برای ایجاد تغییر استفاده می‌کنند. این مسئله به ویژگی سوم نسل Y منتهی می‌شود.

پ) ناهمسازی سیاسی. جوانان این نسل به لحاظ سیاسی با وضعیت حال حاضر مشکل دارند. در برخی موارد این ناهمسازی ممکن است به اعمال غیر قانونی و تخریب هم منجر شود.

ت) مسئولیت اجتماعی. جوانان این نسل به مسائل اجتماعی اهمیت می‌دهند. برای این نسل ناهنجاری‌های اجتماعی مسائلی مربوط به دیگران نیست بلکه همه در برابر مشکلات اجتماعی مسئولند. حال اجازه دهید با مرور وضعیت کلی اینترنت و جوانان در ایران، به بررسی وضعیت این چهار شاخص در میان جوانان ایرانی کاربر اینترنت پردازیم.

- فضای مجازی و جوانان در ایران

به نظر می‌رسد که اینترنت رسانه‌ای جدید و متفاوت از رسانه‌های پیشین است. این مسئله باعث بروز نگرانی‌هایی در جامعه امروز ایران شده است. اما، نباید فراموش کرد که نگرانی‌ها در مورد رسانه‌های نوظهور به هیچ عنوان جدید نیستند. برخی نویسندگان مثل جوینسون (2005) نشان می‌دهند که در هر دوره تاریخی، رسانه‌های نوین مثل روزنامه، سینما، رادیو و تلویزیون، نگرانی‌هایی را در جوامع غربی ایجاد کرده‌اند. در کشور ما هم با نگاهی به تاریخ رسانه‌ها، متوجه خواهیم شد که نگرانی از اثرات فرهنگی، سیاسی و اجتماعی ورود رسانه‌های جدید، اصلاً مسئله جدیدی نیست. اینترنت در اواخر دهه ۷۰ در میان جوانان ایران رواج یافت و بلافاصله محبوبیت فزاینده‌ای در میان آنان پیدا کرد. برخلاف رسانه‌های سنتی، افراد بی‌سواد یا کم‌سواد نمی‌توانند از اینترنت استفاده کنند. اینترنت نیاز به نوع جدیدی از سواد رسانه‌ای دارد که به مراتب پیچیده‌تر از سواد لازم برای کار با رسانه‌های پیشین است. امروزه بیش از ۴۵ درصد کاربران اینترنت در خاورمیانه در ایران زندگی می‌کنند. نشان می‌دهد که جوانان نسل انفجار جمعیت به خوبی خود را با شرایط روز جهان وفق داده‌اند، در حالی که ایرانیان در تحقیقی که دانیل لرنر در حدود شش دهه پیش انجام داده بود، در میان شش کشور خاورمیانه، رتبه آخر را در میزان استفاده از رسانه‌ها کسب کرده بودند. شاهره اطلاعاتی: چنان‌که دیدیم، اینترنت در میان جوانان ایران رسانه پرطرفداری است. دلایل متفاوتی می‌توان برای این امر ذکر کرد. اینترنت به جوانان کمک می‌کند تا با سایر هم‌فکرانشان جماعت تشکیل دهند (سیلوراستون، ۲۰۰۴).

ویژگی گمنامی در اینترنت، به جوانان ایران امکان می‌دهد تا بدون هراس از عواقب اجتماعی، مسائل عقیدتی، عاطفی و پزشکی خود را با مشاوران در میان گذارند. مهدوی (۱۳۸۱) نشان می‌دهد که ایرانیان، به سؤالات حساسیت برانگیز مثلاً در مورد روابط جنسی، در اینترنت خیلی راحت‌تر از فضای واقعی پاسخ می‌دهند. روابط اینترنتی، سرمایه اجتماعی را افزایش می‌دهد (منتظر قائم و تاتار، ۱۳۸۴؛ بست و کروگر، ۲۰۰۶)، بدین معنا که اینترنت می‌تواند به وسیله امکانات خود، پیوندهای درون‌گروه را مستحکم نماید و در نتیجه این پیوند، اعتماد بین اعضا بیشتر می‌شود. در این صورت می‌توان انتظار داشت که اتحاد بین آن‌ها افزایش یابد و به بیشتر شدن قدرت آن‌ها منجر گردد. با قدرتمند شدن گروه، اعضا می‌توانند روابط اجتماعی خود را افزایش داده و کیفیت آن را بالا ببرند. همچنین در مورد جوانان، شکاف جنسیتی در استفاده از اینترنت بسیار کمتر از میزان شکاف جنسیتی در دسترسی به سایر رسانه‌هاست (سورین و تانکارد، ۲۰۰۱؛ کلی و دیگران، ۲۰۰۶). این ویژگی اینترنت باعث شده که زنان ایرانی به شدت به سمت اینترنت و وبلاگ‌نویسی روی بیاورند. بعداً در بخش بررسی وبلاگ‌ها خواهیم دید که زنان ایرانی از ابتدای رواج پدیده وبلاگ‌نویسی در ایران، پایه‌پای مردان و حتی گاهی جلوتر از آن‌ها حرکت کرده‌اند. از سوی دیگر، اینترنت جوانان ایرانی را با چالش‌هایی هم مواجه کرده است. باومن (۲۰۰۳) با مطرح کردن پدیده «عشق سیال» مدعی شد. روابط اینترنتی بین دو جنس مخالف بسیار متفاوت از روابطی است که با واسطه سایر رسانه‌ها انجام می‌شود و این روابط به دلیل ماهیت مجازی و دروغین آن‌ها به شدت زندگی بشریت را تهدید می‌کنند. باومن نسبت به این که مفاهیم سنتی وفاداری و عشق واقعی تزیین شده‌اند، ابراز نگرانی می‌کند. عدم امکان تماس جسمی در این محیط باعث می‌شود برخی افراد فکر کنند که چنین روابطی بی‌اشکال است اما شنایدر معتقد است مجازی بودن این روابط، نشانه بدون اشکال بودن آن نیست و به‌رحال روابط مجازی به نوعی زندگی دوم و مخفی فرد محسوب می‌شوند. کم‌تحرکی، ارضای آنی، گمنامی و این ایده که در اینترنت تماس بدنی انجام نمی‌شود، باعث روی آوردن گسترده افراد به سمت روابط اینترنتی می‌شود. در ایران، چنین پدیده‌ای بسیار رایج شده است و با توسعه اینترنت به مناطق دوردست و سنتی‌تر، به راحتی می‌توان پیش‌بینی کرد که در سال‌های آینده، گستره و عمق آثار آن افزایش قابل ملاحظه‌ای پیدا خواهد کرد. در واقع جوان ایرانی در خانواده سنتی پیرامون، امکانات ارزان و کم‌درد فضای مجازی برای برقراری ارتباط با جنس مخالف را، به سختی با دردسرهای ازدواج پرهزینه سنتی عوض خواهد کرد. این واقعیت خودبه‌خود به پیش‌بینی کاهش نرخ ازدواج در میان جوانان ایرانی در سال‌های آتی منجر می‌شود. چنان‌که گفته شد، اینترنت رسانه‌ای با امکاناتی متفاوت از تمامی رسانه‌های

پیش از خود و واجد تمام امکانات آنهاست. بنابراین طبیعی است کسانی که از این رسانه استفاده می‌کنند ظرف مدت کوتاهی به لحاظ آگاهی از دیگران فاصله بگیرند. این شکاف آگاهی می‌تواند به بزرگ‌تر شدن شکاف نسلی میان نسل سوم و نسل‌های پیش از آن منجر شود. بوربور (۱۳۸۳) با انجام تحقیقی بر روی کاربران ایرانی اینترنت، نشان داده است که اینترنت در ایران شکاف نسلی را عریض‌تر کرده است.

- فرضیه های تحقیق

- ۱- استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی موجب ایجاد تنش‌های خانوادگی در میان جوانان شهر کرمانشاه می‌شود.
- ۲- استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی موجب بحران هویت جوانان شهر کرمانشاه می‌شود.
- ۳- استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی موجب مدگرایی در میان جوانان شهر کرمانشاه می‌شود.
- ۴- استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی موجب کم‌رنگ شدن ارزش‌های دینی جوانان شهر کرمانشاه می‌شود.
- ۵- استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی موجب ایجاد دوستی‌های آسیب‌پذیر در میان جوانان شهر کرمانشاه می‌شود.

- روش شناسی تحقیق

پژوهش حاضر، از نظر مسیر، توصیفی بوده و از نظر هدف کاربردی است. روش مورد استفاده برای گردآوری اطلاعات نیز، میدانی و اسنادی است. در بخش اسنادی، مدارک و اطلاعات موجود در خصوص موضوع گردآوری شده و در بخش میدانی نیز پیمایشی از نمونه مورد مطالعه (جوانان شهر کرمانشاه) انجام شده است.

در این پژوهش هیچ‌گونه دست‌کاری آزمایشی صورت نگرفته است اما، همان‌گونه که در تعریف این نوع پژوهش ذکر گردید، در این پژوهش، پژوهشگر با طراحی پرسش‌هایی و تعریف نظری و عملیاتی متغیرها به ساخت ابزار پرسشنامه پرداخته و نگرش جوانان را مدنظر قرار داده و

سعی می‌کند بر اساس داده‌های جمع‌آوری‌شده، وضعیت موجود را با الگو نمایش دهد، آن را توصیف نماید و در نهایت به تبیین برسد.

همان‌طور که ذکر شد جامعه آماری پیمایش مذکور را کلیه جوانان ۱۵ تا ۳۵ ساله شهر کرمانشاه تشکیل می‌دهند که بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۰، ۳۴۱۶۵۲ نفر هستند. در این تحقیق برای برآورد حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است.

$$\frac{Nz^2pq}{Nd^2 + Z^2Pq}$$

ضریب اطمینان: ۹۵٪ $Z: 1,96$ $p=q: 0,5$

$$n = \frac{341652 * 1.96^2 * 0.05^2}{341652 * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.05^2} = 267 \quad d: 0,5$$

بنابراین نمونه مناسب ۲۶۷ نفر است که به ۲۷۰ نفر افزایش می‌یابد، و از جوانان شهر کرمانشاه گرفته شده است. در پژوهش حاضر برای این‌که نمونه انتخابی از تمام مناطق شهر کرمانشاه انتخاب گردد و پرسشنامه نیز در مناطق مختلف شهر پخش شود، از شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای و سیستماتیک استفاده شده است. بنابراین نمونه بر اساس نواحی شهر کرمانشاه شامل جدول زیر است.

جدول ۱: انتخاب نمونه‌ها بر مبنای نواحی سه‌گانه کرمانشاه

| نواحی | ناحیه یک | ناحیه دو | ناحیه سه | جمع |
|-------------------|----------|----------|----------|-----|
| نمونه‌های انتخابی | ۹۰ نفر | ۹۰ نفر | ۹۰ نفر | ۲۷۰ |

برای سنجش روایی **Validity** مقیاس‌ها از تکنیک تحلیل عامل استفاده گردیده است، به این ترتیب که گویه‌هایی که در هیچ‌کدام از عامل‌های یک مقیاس جای نگیرند به‌عنوان گویه‌ای که موضوع دیگری را می‌سنجد حذف می‌شود. برای سنجش پایایی مقیاس‌ها، از تکنیک آلفای کرونباخ استفاده شده است. روش کار در این تکنیک به این صورت است که آلفای یک مقیاس در صورتی که کمتر از ۰/۷۵ باشد آن مقیاس ناپایا شناخته شده و در این صورت باید گویه‌هایی را که در ناپایا بودن مقیاس تأثیر بیشتری دارند برای افزایش آلفا حذف نمود. در جدول زیر میزان آلفای هر کدام از متغیرهای تحقیق آمده است.

جدول ۲: میزان آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق

| ردیف | متغیر | میزان آلفا |
|------|--------------------------|------------|
| ۱ | تنش های خانوادگی | .۸۳۵۰ |
| ۲ | بحران هویت | .۹۳۳۳ |
| ۳ | مدگرایی | .۸۵۴۰ |
| ۴ | کم رنگ شدن ارزش های دینی | .۸۴۹۰ |
| ۵ | دوستی های آسیب پذیر | .۷۵۳۱ |

- یافته های تحقیق

در این قسمت به بررسی و تجزیه و تحلیل یافته های توصیفی و تبیینی تحقیق پرداخته شده است.

- یافته توصیفی

جدول زیر فراوانی متغیر جنسیت و وضعیت تأهل پاسخگویان را نشان می دهد.

جدول ۳: فراوانی متغیر جنسیت و وضعیت تأهل

| متاهل | مجرد | زن | مرد | ---- |
|-------|------|------|------|---------|
| ۳۳ | ۲۲۴ | ۹۷ | ۱۷۳ | فراوانی |
| ۱۲,۰ | ۸۱,۸ | ۳۵,۴ | ۶۳,۱ | درصد |

با توجه به نتایج جدول فوق بیشتر پاسخگویان با ۶۳,۱ درصد مرد و ۳۵,۴ درصد آن ها نیز زن می باشد. همچنین بیشتر پاسخگویان با ۸۱,۸ درصد مجرد و ۱۲,۰ درصد آنان نیز متأهل می باشند. ۳,۶ درصد نیز به سایر تعلق دارند.

جدول زیر توزیع جمعیت به لحاظ وضعیت سن و میزان تحصیلات را نشان می‌دهد.

جدول ۴: فراوانی متغیر وضعیت سن و میزان تحصیلات

| میزان تحصیلات | فراوانی | درصد | میزان سن | فراوانی | درصد |
|----------------|---------|------|----------|---------|------|
| ابتدایی | ۶ | ۲,۲ | ۲۰-۱۵ | ۲۹ | ۱۰,۵ |
| راهنمایی | ۹ | ۳,۳ | ۲۵-۲۰ | ۶۹ | ۲۵,۵ |
| دیپلم | ۸۴ | ۳۰,۷ | ۳۰-۲۵ | ۷۳ | ۲۹,۵ |
| فوق دیپلم | ۶۱ | ۲۲,۳ | ۳۵-۳۰ | ۹۹ | ۲۷,۰ |
| کارشناسی | ۷۶ | ۲۷,۷ | کمینه | ۱۶ | |
| کارشناسی ارشد | ۲۴ | ۸,۸ | بیشینه | ۳۶ | |
| دکتری و بالاتر | ۵ | ۱,۸ | میانگین | ۲۷,۵۹۲ | |
| تحصیلات حوزوی | ۵ | ۱,۸ | ----- | ----- | |

جدول فوق فراوانی متغیرهای میزان تحصیلات و میزان سن پاسخگویان را نشان می‌دهد. در مورد متغیر میزان تحصیلات بیشتر پاسخگویان دارای تحصیلات دیپلم با ۳۰,۷ درصد و بعد از آن بیشتر پاسخگویان دارای تحصیلات کارشناسی با ۲۷,۷ درصد می‌باشند.

جدول زیر توزیع جمعیت به لحاظ میزان استفاده از اینترنت را نشان می‌دهد.

جدول ۵: فراوانی متغیر میزان استفاده از اینترنت

| میزان استفاده از اینترنت | فراوانی | درصد | درصد معتبر |
|--------------------------|---------|------|------------|
| کمتر از یک ساعت | ۲۹ | ۱۰,۶ | ۱۰,۷ |
| یک تا دو ساعت | ۳۰ | ۱۰,۹ | ۱۱,۱ |
| دو تا سه ساعت | ۶۰ | ۲۱,۹ | ۲۲,۲ |
| سه تا چهار ساعت | ۶۴ | ۲۳,۴ | ۲۳,۷ |
| چهار تا پنج ساعت | ۵۰ | ۱۸,۲ | ۱۸,۵ |
| بیشتر از پنج ساعت | ۳۷ | ۱۳,۵ | ۱۳,۷ |
| داده‌های مفقوده | ۴ | ۱,۵ | ----- |

معتبر

جدول فوق میزان ساعات استفاده از اینترنت در میان پاسخگویان را در طول شبانه‌روز نشان می‌دهد. که با توجه به آن بیشتر پاسخگویان با ۲۳,۴ درصد بین سه تا چهار ساعت در طول شبانه‌روز از اینترنت استفاده می‌کنند.

جدول زیر توزیع جمعیت به لحاظ اهداف و منظور استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی را نشان می‌دهد.

جدول ۶: فراوانی متغیر اهداف و منظور استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی

| اهداف و منظور استفاده | فراوانی | درصد | درصد معتبر |
|-----------------------|---------|------|------------|
| تفریح و سرگرمی | 99 | 36.1 | 36.7 |
| دوستیابی | 37 | 13.5 | 13.7 |
| گفتگو و دیدن دوستان | 22 | 8.0 | 8.1 |
| استفاده علمی - آموزشی | 15 | 5.5 | 5.6 |
| انجام امورات کاری | 11 | 4.0 | 4.1 |
| وقت گذرانی | 86 | 31.4 | 31.9 |
| سایر | ۴ | ۱,۵ | --- |

جدول فوق اهداف و منظورهای پاسخگویان را از استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی را نشان می‌دهد که با توجه به آن، تفریح و سرگرمی با ۳۶,۱ درصد بیشترین هدف و بعد از آن وقت گذرانی با ۳۱,۴ درصد بیشترین هدف و منظور استفاده است. همچنین استفاده به منظور انجام امورات کاری با ۴,۰ درصد کمترین منظور استفاده است.

در جدول زیر میانگین و انحراف معیار مربوط به هرکدام از متغیرهای وابسته بیان شده است.

جدول ۷: میانگین و انحراف معیار مربوط به متغیرهای وابسته

| آماره | مدگرایی | تنش های خانوادگی | کم رنگ شدن ارزش دینی | بحران هویت | دوستی آسیب پذیر |
|--------------|---------|------------------|----------------------|------------|-----------------|
| میانگین | 3.33 | 3.47 | 3.20 | 3.41 | 3.21 |
| انحراف معیار | .51 | .40 | .45 | .43 | .54 |

بنابر داده های جدول فوق به اعتقاد پاسخگویان این مطالعه در یک مقیاس ۵ نمره ای، ابعاد آسیب زای (مدگرایی، تنش خانوادگی، کم رنگ شدن ارزش دینی، بحران هویت و دوستی آسیب

پذیر) متأثر از شبکه های اجتماعی مجازی، در حد متوسط و بالاتر وجود دارد. در واقع پاسخگویان این مطالعه اعتقاد دارند که شبکه های اجتماعی مجازی در حد متوسط به بالا موجب ایجاد ابعاد آسیب زای فوق می شوند .

- یافته های تبیینی

برای بررسی و تحلیل فرضیات تحقیق از همبستگی استفاده شده است. آزمون مذکور این امکان را فراهم می نمایند تا با لحاظ کردن سطح معنی داری ($\alpha < 0/05$)، بتوان معنی دار بودن تایید یا رد فرضیه تحقیق را بررسی و ارائه نمود. با توجه به اینکه در این تحقیق از نرم افزار آماری SPSS استفاده شده است و با عنایت به اینکه این نرم افزار پس از محاسبه آماره آزمون، سطح معنی داری آن را ارائه می کند لذا در نتایج تحلیلها هرگاه سطح معنی داری کمتر از $0/05$ بوده است این نتیجه حاصل شده است که فرض صفر آزمون مورد نظر مورد تایید قرار نگرفته است و فرضیه محقق تایید می گردد. در ادامه نتایج حاصل از آزمون های آماری مورد استفاده آورده شده است.

- آزمون فرضیات تحقیق

از آنجایی که شاخص های این مطالعه با یک مقیاس ۵ نمره ای اندازه گیری شده اند بنابراین می توان گفت عدد ۳ حد وسط این مقیاس است و چنانچه میانگین هر یک از شاخص های ناهنجاریهای اجتماعی به طور معنی داری از مقدار ۳ بیشتر شود این به معنی تأیید آماری و علمی تأثیر افزایشی شبکه های اجتماعی مجازی بر ناهنجاری های اجتماعی از نظر جوانان خواهد بود. لذا به منظور آزمون فرضیات تحقیق از آزمون T تک نمونه ای استفاده شده است.

جدول ۸: آزمون فرضیات تحقیق (رابطه بین متغیر شبکه های اجتماعی مجازی با متغیرهای وابسته)

| متغیر | مقدار آماره t | مقدار آزمون = ۳ | | | میانگین بدست آمده = ۳/۳۳ | |
|--------------------------|---------------|-------------------------------------|----------|---------|--------------------------|---------|
| | | درجه آزادی معنی داری اختلاف میانگین | میانگین | | فاصله ۹۵ درصد اختلاف | |
| | | | حد پایین | حد بالا | حد پایین | حد بالا |
| بحران هویت | ۱۵.۴۳ | ۲۶۹ | .۰۰۰ | .۴۱ | .۳۵ | .۴۶ |
| تنش خانوادگی | ۱۸.۹۴ | 269 | .۰۰۰ | .۴۷ | .۴۲ | .۵۲ |
| مد گرایی | ۱۰.۷۳ | 269 | .۰۰۰ | .۳۴ | .۲۷ | .۴ |
| کم رنگ شدن ارزش های دینی | ۷.۴ | 269 | .۰۰۰ | .۲ | .۱۵ | .۲۶ |

| | | | | | | |
|-----------------|------|-----|------|-----|-----|-----|
| دوستی آسیب پذیر | ۶.۴۴ | 269 | .000 | .۲۱ | .۱۵ | .۲۸ |
|-----------------|------|-----|------|-----|-----|-----|

در جدول زیر اولویت بندی آسیب های منبعث از شبکه های اجتماعی مجازی از نظر پاسخگویان ارائه شده است.

جدول ۹: آزمون رتبه ای اسپیرمن

| شاخصها | میانگین رتبه | رتبه |
|-------------------------|--------------|-------|
| تنش خانوادگی | 4.48 | اول |
| بحران هویت | 4.17 | دوم |
| مدگرایی | 3.91 | سوم |
| دوستی آسیب پذیر | 3.46 | چهارم |
| کم رنگ شدن ارزشهای دینی | 3.25 | پنجم |

$$X^2 = 92/2 \quad df = 6 \quad sig = 0/000$$

همچنان که داده های جدول فوق نشان می دهد در سلسله مراتب آسیب های متأثر از شبکه های اجتماعی مجازی از نظر پاسخگویان شاخص تنش خانوادگی با میانگین رتبه ای ۴/۴۸ در رتبه اول قرار دارد، سپس بحران هویت با میانگین رتبه ۴،۱۷، در رتبه دوم. مدگرایی با میانگین رتبه ۳،۹۱، در رتبه سوم. دوستی آسیب پذیر با میانگین رتبه ۳،۴۶ در رتبه چهارم و کم رنگ شدن ارزش های دینی با میانگین رتبه ۳،۲۵ در رتبه پنجم قرار دارد. بنابراین از نظر پاسخگویان این مطالعه شبکه های اجتماعی مجازی در وهله اول موجب تنش خانوادگی می شوند، سپس بحران هویت و بعد از آن مدگرایی در میان جوانان می شود.

- نتیجه گیری و پیشنهادات

در این قسمت به بررسی و نتایج آزمون فرضیات مطرح شده پرداخته می شود.

فرضیه اول: استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی موجب ایجاد تنش های خانوادگی در میان جوانان شهر کرمانشاه می شود. با توجه به سطح معنی داری (۰.۰۰۰) و آماره T (18.94)، با ۹۹ درصد اطمینان این فرضیه تأیید می شود که از نظر جوانان شهر کرمانشاه شبکه های اجتماعی مجازی موجب تنش خانوادگی می شوند.

فرضیه دوم: استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی موجب بحران هویت جوانان شهر کرمانشاه می شود. با توجه به سطح معنی داری (۰.۰۰۰) و آماره T (15.43)، با ۹۹ درصد اطمینان این

فرضیه تأیید می شود که از نظر جوانان شهر کرمانشاه شبکه های اجتماعی مجازی موجب بحران هویت در جوانان می شوند.

فرضیه سوم: استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی موجب مدگرایی در میان جوانان شهر کرمانشاه می شود. با توجه به سطح معنی داری (۰۰۰) و آماره T (10.73) با ۹۹ درصد اطمینان این فرضیه تأیید می شود که از نظر جوانان شهر کرمانشاه شبکه های اجتماعی مجازی موجب مدگرایی می شوند.

فرضیه چهارم: استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی موجب کم رنگ شدن ارزش های دینی جوانان شهر کرمانشاه می شود. با توجه به سطح معنی داری (۰۰۰) و آماره T (7,4)، با ۹۹ درصد اطمینان این فرضیه تأیید می شود که از نظر جوانان شهر کرمانشاه شبکه های اجتماعی مجازی موجب کم رنگ شدن ارزش های دینی می شوند.

فرضیه پنجم: استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی موجب ایجاد دوستی های آسیب پذیر در میان جوانان شهر کرمانشاه می شود. با توجه به سطح معنی داری (۰۰۰) و آماره T (6.44)، با ۹۹ درصد اطمینان این فرضیه تأیید می شود که از نظر جوانان شهر کرمانشاه شبکه های اجتماعی مجازی موجب دوستی های آسیب پذیر می شوند.

- بحث و تحلیل یافته ها

بدیهی است رسانه به خودی خود نمی تواند مضر و مخرب باشد بلکه آسیب پذیری و مخرب بودن آن بستگی به این دارد که افراد جامعه چه رویکرد و نگرشی از نظر ارزشی به این رسانه ها دارند. اینکه آیا افراد شناخت کافی از تکنولوژی های نوین رسانه ای دارند یا خیر؟ آیا آنها خود را مقید به حد و مرزهای استفاده از این رسانه ها می دانند؟ آیا افراد در باب مخاطرات استفاده از تکنولوژی های رسانه ای جدید هیچ گونه شناختی دارند؟

به نظر می رسد مردم در جامعه ما به خصوص جوانان به صورت افسار گسیخته ای از رسانه های مختلف (اینترنت، ماهواره و شبکه های اجتماعی مجازی جدید) استفاده می کنند و هیچ گونه حد و مرزی برای خود در این زمینه قائل نیستند. البته فقدان منابع شناختی و ترمیمی در این زمینه برای جوانان و مردم از طریق نهادهای واسطه ای (رسمی و غیر رسمی) به وضوح نمایان است. به عبارتی در این زمینه ما نتوانسته ایم از نظر هنجاری و ارزشی استراتژی خاصی متناسب با فرهنگ و ارزش های دینی و ملی نسبت به رسانه های اجتماعی مجازی نو پدید، اتخاذ کنیم. در واقع مردم در زمینه نحوه و میزان استفاده از آنها و نحوه آسیب زا بودن این رسانه ها اطلاعات چندانی ندارند. بنابراین روز به روز شاهد آسیب پذیری مردم و جوانان از این رسانه های جدید هستیم که

موجبات تغییر و تحول ارزشی، هنجاری و نگرشی در مردم و جوانان می شوند و به آسیب های روانی و اجتماعی دامن می زنند.

نتایج تحقیق حاضر به خوبی مؤید این مطلب است به طوری که اکثر پاسخگویان این مطالعه اعتقاد داشته اند که استفاده از شبکه های اجتماعی جدید موجب نوعی بحران هویت، مدگرایی، کم رنگ شدن ارزشهای دینی و اخلاقی، تنش های خانوادگی و دوستی های آسیب پذیر شده است. اینکه تحت چه ساز و کاری این رسانه ها می توانند آسیب زا باشند نیاز به بحث و واکاوی ژرفانگر دارد. از آنجایی که کار با شبکه های اجتماعی مجازی با گوشی های همراه مستلزم صرف زمان می باشد و افراد تعاملات و ارتباطات خود را با دیگران به این واسطه محدود می کنند بنابراین این نظر کاملاً درست است که استفاده از شبکه های اجتماعی به صورت تدریجی به نوعی اعتیاد منجر می شود و روابط افراد با دیگر اعضای خانواده و دیگر افراد نزدیک به شدت محدود و مختل می شود و در عوض به مسیرهای انحرافی دوست یابی های مجازی منجر می شود.

در زمینه مدگرایی باید گفت هم اکنون شاهد اوج گیری ارزشهای مصرف و مصرف گرایی هستیم، مردم بیش از گذشته به تجمل گرایی و مدگرایی روی می آورند و در این راستا شبکه های اجتماعی مجازی به شدت به این مسأله دامن می زنند، چرا که از این طریق بسیار کم هزینه، در کمترین زمان می توان اجناس مختلف را تبلیغ کرد. که به این ترتیب مردم از این کانال با اجناس تزئینی و لوکس بیشتر آشنایی پیدا می کنند و در آن آنها احساس نیاز به صورت هر روزی و لحظه به لحظه بازتولید می شود. در نتیجه یکی از آثار این در معرض هر روزی تبلیغات بودن تغییر ذائقه مصرف و تجمل گرایی و مدگرایی خواهد بود. به این ترتیب ارزشهای دینی و اخلاقی مربوط به گذشت و ایثار، قناعت، درست مصرف کردن، عدم اصراف و تبذیر و ... در این کارزار روز به روز کم رنگ تر و کم فروغ تر خواهند شد.

- پیشنهادات کاربردی

در این قسمت به منظور کاهش و تعدیل تاثیرات منفی و آسیب زای استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی پیشنهادات کاربردی ارائه می شود.

- افزایش سواد رسانه ای نوجوانان، جوانان و خانواده ها.
- آموزش های لازم به جوانان و خانواده ها در زمینه استفاده صحیح از شبکه های اجتماعی مجازی.
- ارزیابی مدل بومی شبکه های اجتماعی.

- تولید و ساخت برنامه ها و نرم افزارهایی برای آشنایی و آموزش رایگان نحوه استفاده شبکه های اجتماعی.
- ایجاد پژوهش هایی در این زمینه به گونه ای که بتوان آن را به جامعه کاربران ایرانی تعمیم داد.
- افزایش انگیزه در میان جوانان جهت شرکت در انجمن و تشکل های گروهی و روابط نهادی.
- اصلاح نظام آموزشی و تربیتی کشور بر مبنای اخلاق دینی.
- اجرای میزگردهای تخصصی با حضور کارشناسان و متخصصان.
- طراحی و پیاده سازی سامانه های هوشمند نظارت و پویس شبکه های اجتماعی.
- فعالیت مسئولان به منظور مدیریت حس اعتماد عمومی در فضای شبکه های اجتماعی.
- به کارگیری تیم های فنی برای هدایت کاربران و محتوا.

- منابع:

- احمدپور، مریم و قادرزاده، امید (۱۳۸۹)، «تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان»، فصلنامه پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، شماره ۵: ۷۵-۹۹.
- اسلامی، مروارید. (۱۳۹۱). بررسی شبکه‌های اجتماعی و تأثیرات آن بر ابعاد مختلف زندگی. نخستین کنگره ملی مجازی و آسیب‌های اجتماعی نو پدید.
- اکبری تبار، علی اکبر و هزار جریبی، جعفر (۱۳۹۲). مطالعه ای در باب تأثیرات شبکه های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی و اوقات فراغت جوانان، کنگره ملی اداره کل ورزش و جوانان شیراز و پژوهشکده علوم اجتماعی دانشگاه شیراز.
- بخارایی، احمد (۱۳۹۳). جامعه شناسی انحرافات اجتماعی در ایران، تهران: انتشارات جامعه شناسان.
- بوربورحسین بیگی، مریم (۱۳۸۳). بررسی رابطه اینترنت و شکاف ارزش‌ها در بین دو نسل، پایان‌نامه برای اخذ درجه کارشناسی ارشد، استاد راهنما اعظم راودراد، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- بینام، امیر علی (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین استفاده از شبکه های اجتماعی و گرایش دینی) مورد پژوهی: دانشجویان دانشکده هنرهای زیبا دانشگاه تهران). همایش تخصصی بررسی ابعاد شبکه های اجتماعی.
- پناپای، لوسین و دیگران (۱۳۸۰). بحران‌ها و توالی‌ها در توسعه سیاسی، ترجمه غلامرضا خواجه سروی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- تامپسون، ج (۱۳۸۰). رسانه ها و مدرنیته: نظریه اجتماعی رسانه، ترجمه: مسعود اوحدی، تهران، نشر سروش.
- ذکایی، محمد سعید (۱۳۹۲). جامعه شناسی جوانان ایران، تهران: انتشارات آگه.
- شهابی، محمود و بیات، قدسی (۱۳۹۱). اهداف انگیزه های عضویت کاربران در شبکه های اجتماعی مجازی (مطالعه ای درباره جوانان شهر تهران)، فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات فرهنگ و ارتباطات، شماره ۵۲.
- صدیق سروستانی، رحمت الله (۱۳۸۵). آسیب شناسی اجتماعی، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
- عاملی، سعید رضا (۱۳۸۲). دو جهانی شدن‌ها و آینده جهان، کتاب ماه علوم اجتماعی، شماره

- کیا، علی اصغر؛ نوری مرادآباد، یونس(۱۳۹۱). عوامل مرتبط با گرایش دانشجویان به شبکه اجتماعی فیس بوک، مطالعات فرهنگ و ارتباطات، سال ۱۳، شماره ۱۷.
- کاستلز، م(۱۳۸۰)، عصر اطلاعات: ظهور جامعه شبکه ای، جلد یک، ترجمه: احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران: نشر طرح نو.
- گرت هافستد(۱۳۸۹). تصویرهایی از اروپا: گذشته، حال و آینده، در مدیریت در عرضه فرهنگ‌ها مباحث و دیدگاه‌ها، ترجمه نروزی.
- منتظر قائم، مهدی و تاتار، عبد العزیز(۱۳۸۴). اینترنت، سرمایه اجتماعی و گروه‌های خاموش، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال اول، شماره ۴.
- مهدوی، مهدی(۱۳۸۳). بررسی وضعیت دینداری کاربران ایرانی اینترنت، پایان‌نامه برای اخذ درجه کارشناسی ارشد، استاد راهنما سعید رضا عاملی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- Armour, Stephanie (2005) Generation Y: They arrived at Work With a new attitude, USA Today.
- Bauman, z.(2003) liquid Love, Cambridge, policy press.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007), "Social network sites: definition, history, and scholarship", Journal of ComputerMediated Communication,: 210-230.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007), "Social network sites: definition, history, and scholarship", Journal of ComputerMediated Communication,: 210-230.
- joinson, Adam N.(2005) Deviance and the Internet : New Challenges for social Science. social Science Computer Review23.
- Praprotnik, T(2004).How to Understand Identity in Anonymous, Communication "Available in :www.hsd.hr/revija/pdf/01/2004-2-1-praprotnik.pdf.
- Silverstone,Roger,(2004) Regulation, Media Literacy and Media Civics, journal of media , culture & society:440.
- Severin, j, werner & Tankard w james (2001), communication Theores: Origins Methods and USE IN THE mass Media, 5/E, Texas, longman.