

تاریخ دریافت: ۹۶/۰۳/۳۰

تاریخ پذیرش: ۹۶/۰۵/۰۷

بررسی تطبیقی
دلایل گرایش دانش‌آموزان
دختر و پسر مقاطع دبیرستانی منطقه ۳
تهران به استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی
(تلگرام، وایبر، واتساپ و تانگو)

نوشته

علی گرانمایه‌پور*

زهرا کرمی**

چکیده

هدف از پژوهش حاضر، بررسی تطبیقی دلایل گرایش دانش‌آموزان دختر و پسر مقاطع دبیرستانی منطقه ۳ تهران به استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی (تلگرام، وایبر، واتساپ و تانگو) است تا بتوان به واسطه آن از وضعیت تمایل دانش‌آموزان به شبکه‌های اجتماعی موبایلی در جامعه آماری مورد مطالعه، آگاهی یافت. تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از حیث روش تحقیق، توصیفی-پیمایشی و به صورت مقطعی است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع دبیرستانی (شاخه نظری) منطقه ۳ تهران، در سال تحصیلی ۹۴-۹۵ به تعداد ۳۶۹۷ نفر است. پژوهش بر اساس داده‌های جمع‌آوری شده از ۳۴۸ تن از آزمودنی‌ها، بر اساس فرمول کوکران با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای از جامعه مورد نظر انجام شده است. اطلاعات مورد نیاز با استفاده از پرسشنامه جمع‌آوری و از طریق نرم‌افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. همچنین برای بررسی فرضیه‌های پژوهش از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف، آزمون T مستقل، آنالیز واریانس یک‌طرفه (آماره F و آماره welch) و آزمون فریدمن استفاده شده است. یافته‌های پژوهش در ارتباط با فرضیه‌های پژوهش نشان می‌دهد، بین ابعاد گذران وقت، هیجان فضای مجازی، تقویت روابط اجتماعی و ارضاء نیازهای شخصی در گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی، در دانش‌آموزان دختر و پسر تفاوت معنادار وجود دارد؛ اما بین ابعاد جریان آزاد اطلاعات و آموزش در گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی، در بین دانش‌آموزان دختر و پسر تفاوت معنادار وجود ندارد. پس فرضیه‌های اول، دوم، چهارم و پنجم پژوهش تأیید و فرضیه‌های سوم و ششم، رد می‌شوند. در فرضیه‌های هفتم و هشتم هم، نتایج نشان داد، بین رشته تحصیلی و پیشرفت تحصیلی با میزان گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی، در دانش‌آموزان دختر و پسر، رابطه معنادار وجود دارد. پس فرضیه‌های هفتم و هشتم پژوهش، تأیید می‌شوند. در پایان با توجه به نتایج حاصل، به منظور استفاده معقول و منطقی دانش‌آموزان از شبکه‌های اجتماعی موبایلی، پیشنهادهای کاربردی و قابل اجرا ارائه شده است.

کلیدواژه: شبکه‌های اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی موبایلی (تلگرام، وایبر، واتساپ و تانگو)، دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع دبیرستانی (شاخه نظری) منطقه ۳ تهران.

* استادیار دانشکده علوم ارتباطات و مطالعات رسانه دانشگاه آزاد اسلامی Ali_phd1970@yahoo.com

** کارشناس ارشد علوم ارتباطات اسلامی (نویسنده مسئول) zh-karami@yahoo.com

طرح مسئله

امروزه اینترنت به بخش جدایی‌ناپذیر در زندگی ما تبدیل شده است و شواهد زیادی وجود دارد که در تمام دنیا به بخش جدایی‌ناپذیر زندگی جوانان تبدیل شده است (لنهارت و همکاران، ۲۰۰۷؛ سابراهامیان و همکاران، ۲۰۰۸). تکنولوژی در زندگی جوانان وارد شده و اغلب آنها با رایانه رشد و پیشرفت می‌کنند، و نمی‌توانند زندگی بدون گوگل، پست الکترونیک یا پیام‌گذاری را تصور کنند. (کروجر، ۲۰۰۳)

یکی از ابزارهای امکانات فناوری اطلاعات و ارتباطات مبتنی بر ابزارهای وب ۲، شبکه‌های اجتماعی مجازی است. در حال حاضر، شبکه‌های اجتماعی در بین کاربران چنان مورد استقبال قرار گرفته که به جرئت می‌توان گفت، یکی از تأثیرگذارترین سرویس‌های ارائه شده است که در سال‌های اخیر، تحول شگرفی در نظام اجتماعی کشورهای مختلف جهان به وجود آورده است. (سلیمانی‌پور، ۱۳۹۰: ۱۷)

دانشمندان اجتماعی از مفهوم شبکه اجتماعی برای اشاره به نظام پیچیده روابط بین افراد در نظام اجتماعی، استفاده کرده‌اند (کرول، ۲۰۰۴). بر اساس تعریف، رسانه‌های اجتماعی تحت عنوان شبکه‌های اینترنتی که یک ارتباط آنلاین برای کاربران جهت تعامل سریع و آسان را فراهم می‌کنند، معرفی شده‌اند (احمد، ۲۰۱۱: ۵۲۴). در سال‌های اخیر، محبوبیت شبکه‌های اجتماعی آنلاین تا حد بی‌سابقه‌ای افزایش یافته است؛ به طوری که محبوب‌ترین آنها، صداها میلیون کاربر دارند. (جوکا و مینا، ۲۰۱۰)

شبکه‌های اجتماعی مجازی به مثابه راه‌های مختلفی هستند که مردم در زمان عبور از آنها می‌توانند، در مورد مسائل مختلف با هم صحبت کنند و اطلاعات عمومی یا خصوصی خود را در قالب‌های مختلف اعم از عکس، ویدیو، واژه‌ها، دست‌نوشته‌ها و ... با فرد خاص یا گروه خاصی به نمایش و اشتراک بگذارند. هدف این گونه شبکه‌ها، کمک به بهبود و تسهیل روابط، همکاری و تعامل بین افراد، سازمان‌ها و مؤسسات در موضوعات گوناگون از قبیل تجارت، پزشکی، مباحث آموزشی و ... در راستای تغییر مثبت است، هر چند که جنبه عمومی آنها مانند دوست‌یابی و گفت‌وگو با دیگران بیش از سایر جوانب، مورد استفاده کاربران عضو این شبکه‌ها قرار می‌گیرد (کرات، ۱۹۹۸). تحقیقات انجام شده پیرامون فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی مجازی نشان داده‌اند که رابطه‌ای جدی، میان عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان وجود دارد. (بشیر و افراسیابی، ۱۳۹۱)

تکنولوژی‌های اینترنت همراه با نرم‌افزارهای شبکه اجتماعی تکامل یافتند. در این سیر تکامل، شبکه‌های اجتماعی که ما آنها را می‌شناسیم، ایجاد شدند و مردم از طریق آنها به اشتراک‌گذاری محتوا و ساخت پروفایل خویش مشغول شدند. همچنین شبکه‌های اجتماعی به مکان‌هایی تبدیل شدند که افراد زیادی از آنها به عنوان راه‌هایی برای ارتباط با اعضای خانواده، همکاران، دوستان و غریبه‌ها استفاده می‌کنند. در واقع، مفهوم کنونی شبکه‌های اجتماعی

گسترده‌تر شده و آنها بخشی از فرایند تکامل وب ۲ در اینترنت محسوب می‌شوند. (زیگلویس و همکاران، ۲۰۰۹)

امروزه تلفن‌های همراه و یا دیگر دستگاه‌های تلفن همراه به ابزاری تبدیل شده‌اند که همه مردم از آنها استفاده می‌کنند و قابلیت مرور در اینترنت را دارند. سیر تکاملی تکنولوژی‌های ارتباطات، سخت‌افزار و دسترسی‌های جدید تعبیه شده در سیستم عامل‌ها، (مانند ios و اندروید) که در صنعت تلفن همراه ارائه شده‌اند؛ چشم‌اندازی برای توسعه سرویس‌های مفید کاربرگرا هستند (همان) که امکان تعامل و استفاده از سرویس‌های وب موجود را می‌دهند. تلفن‌های همراه امروزی به کاربر در حال حرکت با استفاده از مرورگرهایی که تکنولوژی‌های وب کنونی را پشتیبانی می‌کنند، امکان دسترسی به وب را می‌دهند. (لی و چن، ۲۰۰۹)

به دلیل استفاده گسترده از تلفن‌های همراه، رشد سریع سیستم عامل‌های تلفن همراه و توسعه سرویس‌های مکان‌یابی، شبکه‌های اجتماعی از وب به تلفن همراه منتقل شدند. کاربران شبکه‌های اجتماعی می‌توانند با استفاده از تلفن همراه خود پروفایل ایجاد کنند، دوست‌یابی کنند، شرکت‌های نزدیک خود را بیابند و تصاویر و وبلاگ‌های خود را به اشتراک بگذارند. با اینکه کاربران شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه هم اکنون خیلی زیاد هستند، افرادی اعتقاد دارند که این شبکه‌ها در آینده نزدیک خیلی رایج‌تر خواهند شد. همچنین شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه از طریق فراهم کردن این امکانات و سرویس‌ها باعث توسعه شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب شده‌اند. یکی از عوامل پیشروی شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، قابلیت دسترسی سیستم عامل‌های پیشرفته مانند اندروید و ios است که تعاملات رسانه‌ای خیلی قوی را با سرویس‌های شبکه اجتماعی در هر زمان و مکان برقرار می‌کنند. این سیستم عامل‌های تلفن همراه از GPS برای درک خودکار موقعیت مکانی کاربر و اشتراک‌گذاری آن استفاده می‌کنند. (لی و چن، ۲۰۰۹)

قربان‌نیا و خزائی (۱۳۹۲)، در پژوهشی تحت عنوان "تبیین سازگاری دانش‌آموزان برحسب دانش، نگرش و رفتار آنها نسبت به شبکه‌های اجتماعی"، نشان دادند، از میان مؤلفه‌های دانش، نگرش و رفتار دانش‌آموزان نسبت به شبکه‌های اجتماعی، فقط مؤلفه رفتار از توان تبیین سازگاری عاطفی و سازگاری عمومی دانش‌آموزان و مؤلفه دانش از توان تبیین سازگاری اجتماعی برخوردار بوده‌اند، ولی هیچ‌یک از مؤلفه‌های مذکور، نتوانسته‌اند از عهده تبیین سازگاری آموزشی بر آیند. همچنین بین دانش، نگرش و رفتار دانش‌آموزان نسبت به شبکه‌های اجتماعی بر اساس جنسیت و پایه تحصیلی آنها، تفاوت معنادار وجود داشت.

گوستاومش (۲۰۱۲)، در پژوهشی تحت عنوان "تأثیر اینترنت بر کیفیت ارتباط نوجوانان" نشان داد که ارتباط اینترنتی و میزان استفاده از این فناوری به‌صورت منفی با ادراک نوجوانان از کیفیت ارتباط با فامیل رابطه دارد. یافته‌ها نشان می‌دهند که نوجوانانی که معمولاً از اینترنت استفاده می‌کنند با والدین خود دچار مشکل هستند و این مسئله بر کیفیت ارتباط آنها اثر

می‌گذارد. دانش‌آموزان در تمام سنین ممکن است تا حد نزول نمره‌های درسی و به هم خوردن روابط دوستانه آنها در اینترنت زمان صرف کنند.

با توجه به اهمیت و ضرورت بیان شده برای شبکه‌های اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی موبایل و از طرفی نقش حیاتی نوجوانان در آینده جامعه کنونی، در این پژوهش به دنبال اهدافی چون شناسایی و اولویت‌بندی گرایش به شبکه‌های اجتماعی، شناخت رابطه دموگرافیک و نیز بررسی تطبیقی و شناخت انگیزه‌های گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی در بین دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع دبیرستانی منطقه ۳ تهران هستیم.

ادبیات پژوهش

مبانی نظری پژوهش

شبکه‌های اجتماعی و مزایای آن

شبکه‌های اجتماعی (Social Network)، نقش پررنگی در دنیای امروز دارند و نمی‌توان آنها را نادیده گرفت. این سایت‌ها بر ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی افراد و در سطح کشورها و حتی بین‌الملل تأثیرگذارند به همین دلیل در حال گسترش هستند و در آینده نقش به مراتب بیشتر و مهم‌تری در زندگی بازی خواهند کرد. شبکه‌های اجتماعی مجازی، نسل جدیدی از تارنماهای اینترنتی هستند. در این تارنماها، کاربران اینترنتی حول محور مشترکی به صورت مجازی دور یکدیگر جمع می‌شوند و جماعت‌های آنلاین را تشکیل می‌دهند. (مولایی، ۱۳۸۹)

در واقع، شبکه اجتماعی شبکه‌ای متشکل از افراد و گروه‌ها و ارتباطات بین آنهاست. گرایش به سایت‌های شبکه‌های اجتماعی در سراسر دنیا همچنان رو به رشد است. شبکه‌های اجتماعی یکی از انواع رسانه‌های اجتماعی محسوب می‌شوند. رسانه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر در زندگی آنلاین و آفلاین کاربران اینترنتی آن‌چنان تأثیرگذار بوده‌اند که شکل‌های ارتباطات اجتماعی نیز از این رسانه‌های جدید تأثیر پذیرفته است. رسانه‌های اجتماعی امروزه به بخش جدایی‌ناپذیر زندگی بسیاری از مردم تبدیل شده‌اند. شبکه‌های اجتماعی بخشی از رسانه اجتماعی هستند که با اهداف مختلفی ایجاد شده‌اند و کاربران بسیار زیادی را به خود جذب کرده‌اند. امروزه بعضی از شبکه‌های اجتماعی با سرویس‌هایی که ارائه می‌دهند و با کاربری‌هایی که دارند، خود به یک رسانه خبری تبدیل شده‌اند و تأثیر عمیقی بر وقایع مختلف در دنیای واقعی گذاشته‌اند. شبکه‌های اجتماعی روی زندگی افرادی که در آنها عضو هستند هم بسیار تأثیرگذارند.

یک شبکه اجتماعی، سایت یا مجموعه سایت‌هایی است که به کاربران خود این امکان را می‌دهد تا علاقه‌مندی‌ها، افکار و فعالیت‌های خود را با دیگران به اشتراک بگذارند.

شبکه‌های اجتماعی همان‌طور که فضایی برای پیدا کردن دوستان جدید هستند، به افراد این امکان را می‌دهند که با دوستان قدیمی خود نیز ارتباط برقرار کنند. شبکه‌های اجتماعی به‌طور کلی، مکان‌هایی در دنیای مجازی هستند که مردم خود را به‌طور خلاصه در آن معرفی می‌کنند و ارکان برقراری ارتباط، بین خود و هم‌فکرانشان را در زمینه‌های مختلفی که علاقه دارند، فراهم می‌کنند. در واقع، شکل جدیدی از برقراری ارتباط و به اشتراک گذاری محتوا در اینترنت است. شبکه‌های اجتماعی پایگاه‌های جدیدی هستند که در مرکز توجه کاربران اینترنت قرار گرفته‌اند و هرکدام دسته‌ای از کاربران با ویژگی‌های خاص را گرد هم می‌آورند. (مرجع رسمی مستندات، ۱۳۹۰)

شبکه‌های اجتماعی مزایایی دارند که باعث شده از آنها بسیار استقبال شود، مانند: انتشار سریع و آزادانه اخبار و اطلاعات، افزایش قدرت تحلیل و تقویت روحیه انتقادی. هرچند امکان انتشار اطلاعات نادرست زیاد است اما مخاطب می‌تواند اطلاعات را در پایگاه‌های مختلف با هم مقایسه کند و حتی می‌تواند از این طریق قدرت نقد و تحلیل خود را افزایش دهد.

امکان عبور از مرزهای جغرافیایی و آشنایی با افراد و فرهنگ‌های سایر جوامع؛ کاربران می‌توانند از این راه فرهنگ و آداب و رسوم کشور خود را به دیگران معرفی کنند.

همچنین سازمان‌ها از این طریق می‌توانند دیدگاه خود را منتشر کنند؛ (شکل‌گیری و تقویت خردجمعی؛ خردجمعی به جریان پویای قوه تفکر کاربران در این محیط‌ها گفته می‌شود که به‌عنوان یک پردازشگر بزرگ، اطلاعات را پردازش می‌کند. نیروی ذهن و تفکر کاربران شبکه‌های اجتماعی با یکدیگر ترکیب می‌شود و نیرویی بزرگ با قدرت پردازش بالا به وجود می‌آورد.

امکان بیان ایده‌ها به صورت آزادانه و آشنایی با ایده‌ها، افکار و سلاقی دیگران؛ امکان ارسال بازخورد و همکاری و همگامی کاربران و مشارکت در بحث‌ها وجود دارد. اعضا به مشارکت و کامنت گذاشتن تشویق می‌شوند. مانع جدی برای تولید محتوا وجود ندارد، برخلاف رسانه‌های سنتی که محتوا را تولید و ارسال می‌کردند، در شبکه‌های اجتماعی امکان گفت‌وگو وجود دارد و جریان ارتباط دوسویه است.

ارتباط مجازی مستمر با دوستان و آشنایان در شبکه‌های اجتماعی موجب گسترده‌تر شدن دامنه ارتباطات شده است. ما می‌توانیم کسانی که از آنها بسیار دور هستیم یا کسانی که مدت زیادی است که ارتباطی با آنها نداشته‌ایم را در این شبکه‌ها پیدا و ارتباط برقرار کنیم. کارکرد تبلیغی و محتوایی؛ یکی از کارکردهای مهم شبکه‌های اجتماعی امکان تبلیغ ارزش‌های دینی، اعتقادی، انسانی و اخلاقی را فراهم می‌کند. یکپارچه‌سازی بسیاری از امکانات اینترنتی و وبی؛ شبکه‌های اجتماعی با فراهم آوردن امکاناتی چون ایجاد صفحات شخصی، ساخت وب‌نوشت، جست‌وجوی اینترنتی، اطلاع از اخبار و رویدادها، شرکت در فضاها، گفت‌وگو مثل چت، و امکان آپلود فایل‌ها، امکانات پایگاه‌های مختلف را یکپارچه کرده‌اند. (فصلنامه ره‌آورد، ۱۳۹۳)

هویت شخصی و اجتماعی کاربران در گرایش به شبکه‌های اجتماعی

هویت انسان معاصر، به روایت آنتونی گیدنز و بسیاری از نظریه پردازان اجتماعی دیگر، خصلت "بازاندیشانه یا بازتابی" دارد. بازتابندگی هویت به معنای سیال بودن هویت و تغییر آن در نتیجه تغییر شرایط فرهنگی و اجتماعی و ظهور دانش‌ها است. دانستنی‌ها به‌خصوص تکنولوژی‌های ارتباطی و رسانه‌ای جدید است. به تعبیری دیگر، آن تلقی یا تصور هویت به‌مثابه امری ثابت و ازلی و ابدی به پایان رسیده است.

از طرفی، کاستلز هویت را مرتبط با متن و زمینه‌های اجتماعی می‌داند که سیاست‌های مربوط به آن را باید در جایگاه آن بررسی کرد. به نظر او، دنیا و زندگی ما به دست جریان‌های متضاد جهانی شدن و هویت شکل می‌گیرد. انقلاب تکنولوژی اطلاعات و بازسازی ساختارهای سرمایه‌داری، شکل تازه‌ای از جامعه یعنی جامعه‌ای شبکه‌ای را پایه گذارده است. وی هویت را فرایند معناسازی بر اساس یک ویژگی فرهنگی، یا مجموعه‌ای به هم پیوسته از ویژگی‌های فرهنگی که به معنایی دیگر اولویت داده می‌شود، تعریف می‌کند که برای کُنشگر جمعی ممکن است چندین هویت وجود داشته باشد؛ اما این کثرت برای خودنمایی و کُنش اجتماعی سرچشمه تنش و تناقض است. معنا به منزله یکی شدن نمادین کُنشگران اجتماعی با مقصود و هدف کُنش است. او خصیصه‌های متمایزی برای جامعه شبکه‌ای و اطلاعاتی کنونی قائل است که منجر به هویت‌های متمایزی نسبت به دوران ماقبل می‌شود، چراکه با افزایش ارتباط متقابل تحت تأثیر جهانی شدن و از طرف دیگر با تأکید بر هویت‌های محلی روند هویت‌گزینی افراد دستخوش تغییر و دگرگونی است و برحسب تعامل دیالکتیکی محلی و جهانی بازشناخته می‌شوند. کُنشگران اجتماعی بر مبنای احساس کاهش مشروعیت نظام سیاسی خود و احساس تبعیض ناعادلانه سیاسی و اقتصادی و اجتماعی واکنش نشان داده و هویت یا تشخص خود را از جماعت‌هایی می‌گیرند که با ویژگی تدافعی و یا برنامه‌دار درصدد هویت جدید هستند و این امر به دو صورت خاص گرایانه و عام‌گرایانه است. (کاستلز، ۱۳۸۵)

عوامل گرایش به استفاده از بسترهای ارتباطی تلفن همراه

فناوری‌های اطلاعات و ارتباطی به طور کلی و تلفن همراه به‌طور خاص به فناوری‌های جوانان تبدیل شده است. جوانان مصرف کنندگان عمده فناوری تلفن همراه هستند و اغلب پیشگامان آن محسوب شده‌اند. طی تحقیقات انجام شده، از نظر جوانان تلفن همراه مهم‌ترین وسیله ارتباطی در زندگی روزمره آنان محسوب می‌شود. آنها از طریق تلفن همراه می‌توانند امور خود را مدیریت کنند و به حلقه بلافاصل خانواده و دوستان متصل شوند.

لذت‌گرایی. لذت‌گرایی خصیصه اصلی نسل جوان در تعامل با تلفن همراه است. از دیگر مواردی که در این خصوص باید به آن پرداخت بحث حریم خصوصی و از جمله حقوقی است که انسان‌ها به دلیل نیازهای شخصی به آن وابسته‌اند. (حقیقت، ۱۳۷۸)

روابط اجتماعی. در حال حاضر استفاده از تلفن همراه امری فردی است که به شدت تحت تأثیر عوامل و فرایندهای اجتماعی قرار دارد. بررسی‌ها گویای روند رو به رشدی در نهادینه شدن تلفن همراه به عنوان عاملی مؤثر در فرایندهای اجتماعی شدن افراد است؛ آنها را در حضور دائمی و مزاحمت‌ها و دردها قرار می‌دهد. خاموش کردن آن نیز می‌تواند به خستگی، انتظار و یا تنش‌های روحی طالب تماس بینجامد به نوعی موجب تضعیف کارآمدی فرد شود. (عاملی، ۱۳۸۵)

قابل دسترس بودن. دردسترس بودن، مهم‌ترین ویژگی ارتباطات مبتنی بر تلفن همراه است که این امکان را برای فرد ایجاد می‌کند که در محیط کار، با افراد مربوط به زندگی خصوصی خود تماس برقرار کند و برعکس، هنگامی که خارج از محیط درگیر زندگی خصوصی خود است، تماس‌هایی در زمینه فعالیت‌های حرفه‌ای خود دریافت کند. (گسر، ۲۰۰۲)

استقلال فردی. تلفن همراه به عنوان وسیله‌ای ارتباطی مطرح است که در ظرفیت‌های رو به توسعه آن، این ابزار ارتباطی را تبدیل به ظرفیت‌های رایانه‌ای و چند رسانه‌ای کرده با این نگاه تلفن همراه، نوعی فناوری فردی محسوب می‌شود که حوزه استقلال جدید فردگرایی را منعکس می‌کند. (عاملی، ۱۳۸۳)

علل گرایش به شبکه‌های اجتماعی و بسترهای مجازی

دکتر حمید پورشریفی، متخصص روانشناسی سلامت، به مقوله گرایش زیاد جوانان ایرانی به عضویت در شبکه‌های اجتماعی دنیای مجازی نگاه خاصی دارد. او می‌گوید:

شبکه‌های اجتماعی بر اساس نیازهای جهان امروز است و این امری جهانی و انکارناپذیر است. اما بخشی از علل عمده گرایش ایرانیان به این مسئله این است که در جامعه ما افراد آنچه را که می‌خواهند نمی‌توانند در محیط‌های واقعی و طبیعی به دست آورند. یعنی نمی‌توانند به راحتی خودافشاگری داشته باشند و از افکار و احساسات‌شان صحبت کنند، چرا که نقد و قضاوت‌ها آنقدر در جامعه ما زیاد است که شخص سعی می‌کند از طریق این شبکه‌ها به بیان افکار و احساسات خود بپردازد. البته باید توجه کرد که هرچه در فضای مجازی هست نباید به آن اطمینان کرد؛ چراکه گاهی برخی با اسم‌های مستعار وارد این شبکه‌ها می‌شوند و سعی می‌کنند خود را بهتر از آنچه هستند عرضه کنند. (خبرگزاری مهر، ۲۸ مهر ۱۳۹۳)

برای مشخص شدن میزان گستردگی شبکه‌های اجتماعی در سراسر جهان، ژانویه ۲۰۱۵ مرکز Wear Social مطالعه جامعی انجام داد. در پایان مشخص شد تا آن زمان ۷/۲ میلیارد نفر روی کره خاکی ساکن بودند. سه میلیارد نفر از آنها، به صورت دائم، از مزایای اینترنت بهره می‌بردند، ۲/۰۷ میلیارد حساب کاربری فعال در شبکه‌های اجتماعی مختلف مورد استفاده قرار گرفته است، ۳/۶ میلیارد کاربر جهانی از دستگاه تلفن همراه استفاده می‌کردند و از میان تمام مشترکان شبکه‌های اجتماعی ۱/۶ میلیارد نفر با دستگاه‌های تلفن همراه از مزایای آنها بهره می‌بردند.

ارتباط نزدیک و روزانه با اعضای خانواده، دوستان و اطرافیان مهم‌ترین دلیلی است که باعث می‌شود مردم جهان در شبکه‌های اجتماعی حضور یابند. این دلیلی است که مرکز Global WebIndex

براساس آخرین مطالعه جهانی خود توضیح داده و می‌گوید از میان دو میلیارد مشترکی که به صورت مستمر وارد شبکه‌های اجتماعی می‌شوند، ۵۵ درصد دلیل اصلی خود را برقراری ارتباط با دوستان و اطرافیان اعلام کرده‌اند و بر این باورند که شبکه‌های اجتماعی نسبت به دیگر روش‌های ارتباطی مطمئن‌تر و سریع‌تر هستند و از این طریق می‌توانند تمام نیازهای ارتباط خود برای حضور مجازی در کنار اعضای خانواده یا نزدیکان را پاسخ گویند.

۹ دلیلی که موجب شده کاربران اینترنتی جهان در شبکه‌های اجتماعی حضور یابند و به صورت مستمر انواع مختلف آن را مورد استفاده قرار دهند، به ترتیب زیر اعلام شده است:

۱. ارتباط نزدیک با خانواده و اطرافیان
۲. به روز بودن، دریافت آخرین اخبار و در جریان اتفاقات روز دنیا قرار گرفتن
۳. پر کردن اوقات فراغت
۴. پیدا کردن محتوای سرگرم‌کننده از جمله نوشته‌ها و تصاویر ویدیویی
۵. به اشتراک گذاشتن عکس‌ها و ویدیوها با دیگران
۶. اشتراک در شبکه‌های اجتماعی به دلیل حضور بسیاری از دوستان و اطرافیان
۷. در اختیار داشتن شبکه گسترده و جامع با دیگران
۸. ملاقات با افراد جدید
۹. به اشتراک گذاشتن جزئیاتی که در طول روز و زندگی عادی اتفاق می‌افتد

به هر حال، افرادی که فکر می‌کنند حضور در شبکه‌های اجتماعی نوعی وقت تلف کردن است و فضاهایی مانند فیس‌بوک، توئیتر، اینستاگرام و ... طی چند سال آینده از عرصه رقابتی بیرون می‌روند و فناوری‌های جدیدتر جایگزین آنها می‌شود، باید توجه داشته باشند که به دلایل مذکور یک سوم مردم جهان در این فضای اجتماعی آنلاین حضور دارند و به صورت مستمر خدمات و مزایای آن را مورد استفاده قرار می‌دهند.

پیش‌بینی شده که ابتدای سال ۲۰۱۸ میلادی تعداد مشترکان شبکه‌های اجتماعی جهان از ۲/۴۴ میلیارد نفر هم فراتر رود تا حضور در این فضا به نوعی التزام برای انسان‌های مدرن بدل شود.

تأثیر اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت

لغت‌نامه روان‌شناسی جامعه‌شناسی کولینز هویت را این‌گونه تعریف می‌کند: «حس (شعور) و استمرار (تداوم) خود که ابتدا همان‌طور که کودک را متفاوت از والدین و خانواده می‌کند، گسترش می‌یابد و سبب شرکت او در اجتماع می‌شود». «هویت ترکیبی از بُعدهای خیلی متفاوت است. قومیت، جنسیت، طبقه اجتماعی و اقتصادی و غیره برخی از فاکتورهایی هستند که در تعیین هویت نقش دارند و از این‌رو هویت در جریان تعاملی که بین افراد برقرار می‌شود، با موفقیت شکل می‌گیرد.» (کفاشی، ۱۳۸۸)

همچنین هویت واجد سه عنصر است: هویت شخصی، هویت فرهنگی و هویت اجتماعی که هر یک در تکوین هویت فرد نقش مهمی ایفا می‌کنند.

هویت شخصی به تعریف و برداشت شخص از خودش اطلاق می‌شود که در جریان اجتماعی شدن و در فرایند تعامل با دیگران ایجاد می‌شود. هویت شخصی یکی از هویت‌های اجتماعی مهم است که در کودکی شکل می‌گیرد و اگر چه ویژگی فردی و من فاعلی در آن تأثیر دارد ولی بخش زیادی از آن تحت تأثیر محیط، شرایط اجتماعی و به ویژه خانواده ساخته و یا بازسازی می‌شود. هویت شخصی بازتابی از زندگی روزمره و تجربیات شخصی فرد در اجتماع است و نحوه برخورد و ارتباط با افراد دیگر را مشخص می‌سازد.

هویت اجتماعی (نقش‌های اجتماعی درونی شده و متنوع) و منظور از آن حوزه‌ای از حیات اجتماعی است که فرد خود را با ضمیر "ما" متعلق و منتسب بدان می‌داند و در برابر آن احساس تعهد و تکلیف می‌کند. این هویت جمعی را می‌توان در سطوحی مرتبط از کوچک و خاص به بزرگ و عام چون خویشاوندی، هم‌طایفه‌گی، هم‌محلی، هم‌روستایی، هم‌زبانی، هم‌شه‌ری، هم‌مذهب و هم‌نوع تقسیم‌بندی کرد. هویت فرهنگی، (درک و کاربرد نمادهای فرهنگی) در پیوند با گروه‌ها و اجتماعات مختلف شکل می‌گیرد.

اینترنت صحنه فرهنگی و اجتماعی است که فرد خود را در موقعیت‌های متنوع نقش‌ها و سبک‌های زندگی قرار می‌دهد. تعاملی که در تکنولوژی ارتباطی مدرنی مانند اینترنت، استفاده می‌شود، متفاوت از تعامل چهره‌به‌چهره است. فاکتورهایی از قبیل کمبود علامت‌های بصری (دیداری) و گمنامی شخص، یک شیوه تعامل کاملاً متفاوت از تعامل چهره‌به‌چهره را فراهم کرده است، در نتیجه، این احتمال وجود دارد که هویت‌هایی که در طول تعامل اجتماعی با موفقیت تشکیل می‌شوند، به وسیله تعامل آنلاین و مجازی متأثر شوند. بعضی از این تغییرات به احتمال مثبت و بقیه منفی خواهد بود. روان‌شناسان در تحقیقات خود نشان دادند که اینترنت به مردم اجازه می‌دهد که آگاهانه و ماهرانه هویت آنلاین‌شان را کنترل کنند و هویت‌های جدید و متفاوتی را تجربه کنند. به این ترتیب اینترنت می‌تواند مفید باشد؛ چرا که این آزادی را به افراد می‌دهد تا هویتی را که نسبت به آن احساس بهتری دارند کشف و انتخاب کنند. (رحیمی، ۱۳۹۲)

ویژگی‌های ارتباطات الکترونیکی حاکم بر فضای مجازی، شرایطی متفاوت از روابط حقیقی و رو در رو را برای کاربران آن فراهم می‌کند. سرعت عمل، ناشناس ماندن و سیال بودن می‌تواند فضای یکسان و مشابهی را فارغ از الزامات ساختی (جنسیتی، طبقاتی، قومی، نژادی و مکانی) فراهم سازد که مستعد تجارب متفاوتی برای کاربران آن است. تعاملات آزمایشی، کنجکاوانه و یا با نیت افزایش ظرفیت شناختی، کاربران اینترنتی را با ذهنیت و گرایش جدیدی تجهیز می‌کند که می‌تواند رفتار و تعاملات آنها در دنیای حقیقی را به چالش کشانده و تغییراتی را هر چند جزئی، در میدان عمل اجتماعی آنها فراهم سازد. (رحیمی، ۱۳۹۲)

فضای مجازی این امکان را فراهم می‌کند تا افراد نیازها، خواسته‌ها و بازاندیشی در هویت خویش را با درجاتی به دنیای حقیقی خود تسری دهند و شرایط تازه‌ای را برای گفت‌وگو، تفاهم و تعامل در دنیای مجازی و حقیقی فراهم سازند، ذکاوی نیز معتقد است ماهیت غیر رودرروی ارتباطات الکترونیکی اینترنتی می‌تواند انگیزه بیشتری را برای کاربران آن در بازی با هویت، رفتارهای آزمایشی و ارائه تصویری غیر واقعی فراهم سازد که ریسک شرمندگی در آن کمتر است. (آقابابایی، ۱۳۹۰)

اینترنت و رشد اجتماعی در جوانان و نوجوانان

رشد اجتماعی، در فرهنگ علوم رفتاری، به تغییراتی گفته می‌شود که در نتیجه تأثیر متقابل با اشخاص، اوضاع و احوال اجتماعی، آداب و رسوم اجتماعی و سازمان‌های اجتماعی در فرد پدیدار می‌شود. رشد اجتماعی، یکی از جنبه‌های رشد انسان است که بر اثر تعامل‌ها و تجربیات فرد با عوامل و عناصر محیط‌های اجتماعی بر مبنای دو فرایند اجتماعی کردن و اجتماعی شدن به وجود می‌آید. کسانی به رشد اجتماعی می‌رسند که رفتارهای اجتماعی و معیارهای مورد انتظار سن خویش را کسب کرده باشند. به موازات تغییراتی که اعتیاد به اینترنت می‌تواند روی رشد اجتماعی افراد داشته باشد، انگیزش نیز متغیر دیگری است که از تأثیرات آن مصون نخواهد بود. مشکل‌های انگیزش باعث می‌شود که دانش‌آموزان در حد توانایی، استعداد و شایستگی خودشان عمل نکرده و پایین‌تر از حد انتظار فعالیت کنند. اگر مشکل‌های انگیزش در دوره دبیرستان مورد توجه قرار نگیرد، می‌تواند برای رفتار و یادگیری افراد پیامدهای جدی به بار آورد. انگیزه، عبارت است از یک نیروی درونی که بر اثر عوامل درونی و بیرونی در فرد ایجاد می‌شود و او را برای رسیدن به هدف و یا هدف‌هایی به حرکت در می‌آورد. انگیزه تحصیل یکی از ملزومات یادگیری است که به رفتار- برای تحصیل و یادگیری- شدت و جهت می‌بخشد و در حفظ و تداوم آن به ما کمک می‌کند. انگیزه تحصیلی، شامل هدفی با ارزش بالا برای دانش‌آموزان است و به اندازه‌ای درونی شده که در درون آنها شوق و هیجان و کشش ایجاد می‌کند، تا با انجام رفتارهای خاص، به اهداف نزدیک شوند. دانش‌آموزانی که از انگیزش تحصیلی و یادگیری بالایی برخوردارند، در مقایسه با سایر دانش‌آموزان، نمرات تحصیلی بهتر و موفقیت آموزشی بالایی دارند. (زنجانی، ۱۳۸۴)

روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، تحقیقی کاربردی (Applied Res) است و از نظر روش، توصیفی- تحلیلی (غیر آزمایشی)، از گروه پیمایشی و به صورت مقطعی است. جامعه آماری پژوهش، شامل کلیه دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع دبیرستانی (شاخه نظری) منطقه ۳ تهران، در سال تحصیلی ۹۵-۹۴ است. طبق آمار اخذ شده از اداره کل آموزش و پرورش منطقه ۳ تهران، تعداد اعضای جامعه آماری ۳۶۹۷ نفر، شامل ۱۳۸۶ نفر پسر و ۲۳۱۱ نفر دختر، است.

روش نمونه‌گیری در این پژوهش، طبقه‌ای چند مرحله‌ای است، به طوری که منطقه سه شهر تهران به چند منطقه فرضی تقسیم شده و این منطقه‌ها هر کدام معرف یک طبقه‌اند. دبیرستان‌های واقع شده در هر یک از منطقه‌های فرضی هم، به‌عنوان طبقه‌های کوچک‌تر، در نظر گرفته شده‌اند. پرسشنامه‌ها به طور تصادفی در بین دانش‌آموزان هر طبقه، بر اساس میزان جمعیت آنها، پخش شد و نمونه‌ها به طور تصادفی در هر طبقه انتخاب شدند. تعداد نمونه‌ها (آزمودنی‌ها) که بر اساس فرمول کوکران انتخاب شده‌اند؛ ۳۴۸ نفر است.

ابزار اصلی این پژوهش جهت جمع‌آوری اطلاعات لازم، پرسشنامه طراحی شده بود. در پژوهش حاضر، عوامل گرایش به شبکه‌های اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی موبایلی در پژوهش‌های داخلی و خارجی پیشین در نظر گرفته شد و در نهایت شش عامل به شرح ۱. گذران وقت، ۲. هیجان فضای مجازی، ۳. جریان آزاد اطلاعات، ۴. تقویت روابط اجتماعی، ۵. ارضاء نیازهای شخصی و ۶. آموزش، به‌عنوان عوامل گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی، شناسایی و تعیین شدند. به منظور بررسی وضعیت متغیرها و آزمون فرضیه‌های پژوهش، پرسشنامه‌ای مشتمل بر ۳۱ سؤال طراحی شد.

تعاریف عملیاتی واژه‌ها

گذران وقت

به لحاظ عملیاتی در این پژوهش، منظور از گذران وقت، میانگین مجموع نمراتی است که آزمودنی با پاسخگویی به ۵ سؤال پرسشنامه مورد استفاده (پرسشنامه استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی)، شامل سؤالات ۱ تا ۵، کسب می‌کند و بر این اساس، وضعیت تأثیر این بُعد در گرایش آزمودنی به استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی، مشخص می‌شود.

هیجان فضای مجازی

به لحاظ عملیاتی در این پژوهش، منظور از هیجان فضای مجازی، میانگین مجموع نمراتی است که آزمودنی با پاسخگویی به ۵ سؤال پرسشنامه مورد استفاده (پرسشنامه استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی)، شامل سؤالات ۶ تا ۱۰، کسب می‌کند و بر این اساس، وضعیت تأثیر این بعد در گرایش آزمودنی به استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی، مشخص می‌شود.

جریان آزاد اطلاعات

به لحاظ عملیاتی در این پژوهش، منظور از جریان آزاد اطلاعات، میانگین مجموع نمراتی است که آزمودنی با پاسخگویی به ۶ سؤال پرسشنامه مورد استفاده (پرسشنامه استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی)، شامل سؤالات ۱۱ تا ۱۶، کسب می‌کند و بر این اساس، وضعیت تأثیر این بعد در گرایش آزمودنی به استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی، مشخص می‌شود.

تقویت روابط اجتماعی

به لحاظ عملیاتی در این پژوهش، منظور از تقویت روابط اجتماعی، میانگین مجموع نمراتی است که آزمودنی با پاسخگویی به ۵ سؤال پرسشنامه مورد استفاده (پرسشنامه استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی)، شامل سؤالات ۱۷ تا ۲۱، کسب می‌کند و بر این اساس، وضعیت تأثیر این بُعد در گرایش آزمودنی به استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی، مشخص می‌شود.

ارضای نیازهای شخصی

به لحاظ عملیاتی در این پژوهش، منظور از ارضای نیازهای شخصی، میانگین مجموع نمراتی است که آزمودنی با پاسخگویی به ۵ سؤال پرسشنامه مورد استفاده (پرسشنامه استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی)، شامل سؤالات ۲۲ تا ۲۶، کسب می‌کند و بر این اساس، وضعیت تأثیر این بُعد در گرایش آزمودنی به استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی، مشخص می‌شود.

یادگیری

به لحاظ عملیاتی در این پژوهش، منظور از یادگیری، میانگین مجموع نمراتی است که آزمودنی با پاسخگویی به ۵ سؤال پرسشنامه مورد استفاده (پرسشنامه استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی)، شامل سؤالات ۲۷ تا ۳۱، کسب می‌کند و بر این اساس، وضعیت تأثیر این بُعد در گرایش آزمودنی به استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی، مشخص می‌شود.

فرضیه‌های پژوهش

۱. میان‌گذران وقت در گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی، بین دانش‌آموزان دختر و پسر تفاوت وجود دارد.
۲. میان هیجان فضای مجازی در گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی، بین دانش‌آموزان دختر و پسر تفاوت وجود دارد.
۳. میان کسب اطلاعات در گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی، بین دانش‌آموزان دختر و پسر تفاوت وجود دارد.
۴. میان تقویت روابط اجتماعی در گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی، بین دانش‌آموزان دختر و پسر تفاوت وجود دارد.
۵. میان ارضای نیازهای شخصی در گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی، بین دانش‌آموزان دختر و پسر تفاوت وجود دارد.
۶. میان شیوه یادگیری در گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی، بین دانش‌آموزان دختر و پسر تفاوت وجود دارد.
۷. میان رشته تحصیلی و گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی، بین دانش‌آموزان دختر و پسر، رابطه وجود دارد.

۸. میان پیشرفت تحصیلی و گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی، بین دانش‌آموزان دختر و پسر، رابطه وجود دارد.

با استفاده از روش‌های آمار توصیفی از قبیل رسم جداول فراوانی و نمودارها (Frequency distribution)، درصد فراوانی، فراوانی نسبی تجمعی، میانگین، میانه، انحراف معیار، حداقل و حداکثر به توصیف داده‌ها پرداخته شد و جهت تجزیه و تحلیل، از روش‌های آمار استنباطی شامل آزمون کولموگروف-اسمیرنوف، آزمون T مستقل، آنالیز واریانس یک‌طرفه (آماره F و آماره welch) و آزمون فریدمن، استفاده شد. از نرم‌افزار SPSS جهت بررسی و آزمون فرضیه‌های پژوهش و همچنین از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف جهت بررسی نرمال بودن داده‌های حاصل از متغیرهای تحقیق، بهره گرفته شد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

یافته‌های توصیفی

در بررسی توصیفی، ۱۳۰ نفر پسر (۳۷/۴ درصد) و ۲۱۸ نفر دختر (۶۲/۶ درصد) در تحقیق بوده‌اند. همچنین ۱۳۹ نفر کمتر از ۱۷ سال (۵۵/۵ درصد)، ۱۰۶ نفر بین ۱۷ تا ۱۹ سال (۳۰/۵ درصد) و ۴۹ نفر (۱۴/۱ درصد) بیشتر از ۱۹ سال بوده‌اند. در خصوص رشته تحصیلی آزمودنی‌ها ۷۱ نفر علوم انسانی (۲۰/۴ درصد)، ۱۵۴ نفر علوم تجربی (۴۴/۳ درصد)، ۶۶ نفر ریاضی و فیزیک (۱۹ درصد)، ۱۵ نفر مهارت اسلامی (۴/۳ درصد) و ۴۲ نفر (۱۲/۱ درصد) هنرستانی بوده‌اند. در نهایت در بررسی توصیفی معدل آزمودنی‌ها، ۱۷ نفر (۴/۹ درصد) کمتر از ۱۴، ۲۵ نفر (۷/۲ درصد) ۱۴ تا ۱۶، ۲۰۶ نفر (۵۹/۲ درصد) ۱۶ تا ۱۸ و ۱۰۰ نفر (۲۸/۷ درصد) بیشتر از ۱۸ بوده‌اند.

یافته‌های تحلیلی

پس از جمع‌آوری اطلاعات مربوط به متغیرهای تحقیق، آزمون کولموگروف-اسمیرنوف انجام گرفت که یافته‌ها نشان داد، تمامی متغیرهای پژوهش نرمال‌اند، بنابراین از آزمون‌های پارامتری جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش استفاده شد.

بررسی فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اول. میان گذران وقت در گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی، بین دانش‌آموزان دختر و پسر تفاوت وجود دارد.

برای بررسی فرضیه اول پژوهش، با توجه به نرمال بودن سرگرمی و گذران وقت در هر گروه پسر و دختر از آزمون t مستقل استفاده می‌کنیم.

جدول ۱. آزمون t مستقل جهت مقایسه میانگین متغیر گذران وقت در دو گروه پسر و دختر

متغیر	گروه	تعداد	میانگین	انحراف از معیار	آماره t	درجه آزادی	Sig.	نتیجه
گذران وقت	پسر	۱۳۰	۳/۲۵	۰/۷۵	-۲/۸۳	۲۴۸/۵۱	۰/۰۰۵	رد فرضیه صفر
	دختر	۲۱۸	۳/۴۸	۰/۶۷				

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، مقدار میانگین نمرات گذران وقت در پسران برابر با ۳/۲۵ با انحراف از معیار ۰/۷۵ و در دختران دارای میانگین برابر با ۳/۴۸ با انحراف از معیار ۰/۶۷ که با توجه مقدار آماره t که برابر با -۲/۸۳ و مقدار sig. کمتر از ۰/۰۵، میانگین متغیر گذران وقت در دو گروه پسر و دختر با هم اختلاف معنادار دارند و در بین دختران بیشتر است. پس فرضیه اول پژوهش، تأیید می‌شود.

فرضیه دوم. میان هیجان فضای مجازی در گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی، بین دانش‌آموزان دختر و پسر تفاوت وجود دارد. برای بررسی فرضیه دوم پژوهش، با توجه به نرمال بودن هیجان فضای مجازی در هر دو گروه پسر و دختر از آزمون t مستقل استفاده می‌کنیم.

جدول ۲. آزمون t مستقل جهت مقایسه میانگین متغیر هیجان فضای مجازی در دو گروه پسر و دختر

متغیر	گروه	تعداد	میانگین	انحراف از معیار	آماره t	درجه آزادی	Sig.	نتیجه
هیجان فضای مجازی	پسر	۱۳۰	۳/۲۹	۰/۷۶	-۲/۹۵	۳۴۶	۰/۰۰۳	رد فرضیه صفر
	دختر	۲۱۸	۳/۵۹	۰/۷۰				

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، مقدار میانگین متغیر هیجان فضای مجازی در پسران برابر با ۳/۲۹ با انحراف از معیار ۰/۷۶ و در دختران دارای میانگین برابر با ۳/۵۹ با انحراف از معیار ۰/۷۰ که با توجه مقدار آماره t که برابر با -۲/۹۵ و مقدار sig. کمتر از ۰/۰۵، میانگین هیجان فضای مجازی در دو گروه پسر و دختر با هم اختلاف معنادار دارند و در بین دختران بیشتر است. پس فرضیه دوم پژوهش، تأیید می‌شود.

فرضیه سوم. بین نحوه کسب اطلاعات در گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی، بین دانش‌آموزان دختر و پسر تفاوت وجود دارد.

برای بررسی فرضیه سوم پژوهش، با توجه به نرمال بودن کسب اطلاعات در هر گروه پسر و دختر از آزمون t مستقل استفاده می‌کنیم.

جدول ۳. آزمون t مستقل جهت مقایسه میانگین متغیر کسب اطلاعات در دو گروه پسر و دختر

متغیر	گروه	تعداد	میانگین	انحراف از معیار	آماره t	درجه آزادی	Sig.	نتیجه
کسب اطلاعات	پسر	۱۳۰	۴/۰۱	۰/۳۷	-۰/۷۵	۳۴۶	۰/۴۵	تأیید فرضیه صفر
	دختر	۲۱۸	۳/۹۸	۰/۳۵				

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، مقدار میانگین متغیر کسب اطلاعات در پسران برابر با ۴/۰۱ با انحراف از معیار ۰/۳۷ و در دختران دارای میانگین برابر با ۳/۹۸ با انحراف از معیار ۰/۳۵ که با توجه مقدار آماره t که برابر با ۰/۷۵ و مقدار sig. بیشتر از ۰/۰۵، میانگین متغیر کسب اطلاعات در دو گروه پسر و دختر با هم اختلاف معنادار ندارند. پس فرضیه سوم پژوهش، رد می‌شود.

فرضیه چهارم. میان تقویت روابط اجتماعی در گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی، بین دانش‌آموزان دختر و پسر تفاوت وجود دارد.

برای بررسی فرضیه چهارم پژوهش، با توجه به نرمال بودن تقویت روابط اجتماعی در هر دو گروه پسر و دختر از آزمون t مستقل استفاده می‌کنیم.

جدول ۴. آزمون t مستقل جهت مقایسه میانگین متغیر تقویت روابط اجتماعی در دو گروه پسر و دختر

متغیر	گروه	تعداد	میانگین	انحراف از معیار	آماره t	درجه آزادی	Sig.	نتیجه
تقویت روابط اجتماعی	پسر	۱۳۰	۳/۳۶	۰/۷۲	-۲/۳۶	۳۴۶	۰/۰۱۹	رد فرضیه صفر
	دختر	۲۱۸	۳/۵۵	۰/۶۸				

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، مقدار میانگین متغیر تقویت روابط اجتماعی در پسران برابر با ۳/۳۶ با انحراف از معیار ۰/۷۲ و در دختران دارای میانگین برابر با ۳/۵۵ با انحراف از معیار ۰/۶۸ که با توجه مقدار آماره t که برابر با -۲/۳۶ و مقدار sig. کمتر از ۰/۰۵، میانگین تقویت روابط اجتماعی در دو گروه پسر و دختر با هم اختلاف معنادار دارند و در دختران بیشتر است. پس فرضیه چهارم پژوهش، تأیید می‌شود.

فرضیه پنجم. بین بعد ارضاء نیازهای شخصی در گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی، میان دانش‌آموزان دختر و پسر تفاوت وجود دارد.

برای بررسی فرضیه پنجم پژوهش، با توجه به نرمال بودن ارضاء نیازهای شخصی در هر دو گروه پسر و دختر از آزمون t مستقل استفاده می‌کنیم.

جدول ۵. آزمون t مستقل جهت مقایسه میانگین متغیر ارضاء نیازهای شخصی در دو گروه پسر و دختر

متغیر	گروه	تعداد	میانگین	انحراف از معیار	آماره t	درجه آزادی	Sig.	نتیجه
ارضاء نیازهای شخصی	پسر	۱۳۰	۴/۰۵	۰/۳۷	۷/۷۴	۳۴۵/۸۰	۰/۰۰۰۹	رد فرضیه صفر
	دختر	۲۱۸	۳/۵۸	۰/۶۳				

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، مقدار میانگین متغیر ارضاء نیازهای شخصی در پسران برابر با ۴/۰۵ با انحراف از معیار ۰/۳۷ و در دختران دارای میانگین برابر با ۳/۵۸ با انحراف از معیار ۰/۶۳ که با توجه مقدار آماره t که برابر با ۷/۷۴ و مقدار sig. کمتر از ۰/۰۵، میانگین متغیر ارضاء نیازهای شخصی در دو گروه پسر و دختر باهم اختلاف معنادار دارند و در پسران بیشتر است. پس فرضیه پنجم پژوهش، تأیید می‌شود.

فرضیه ششم. میان شکل یادگیری در گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی، بین دانش‌آموزان دختر و پسر تفاوت وجود دارد.

برای بررسی فرضیه ششم پژوهش، با توجه به نرمال بودن شیوه یادگیری در هر دو گروه پسر و دختر از آزمون t مستقل استفاده می‌کنیم.

جدول ۶. آزمون t مستقل جهت مقایسه میانگین متغیر شیوه یادگیری در دو گروه پسر و دختر

متغیر	گروه	تعداد	میانگین	انحراف از معیار	آماره t	درجه آزادی	Sig.	نتیجه
شیوه یادگیری	پسر	۱۳۰	۳/۴۶	۰/۵۰	۰/۷۳	۳۴۶	۰/۴۶	تأیید فرضیه صفر
	دختر	۲۱۸	۳/۴۱	۰/۴۹				

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، مقدار میانگین متغیر شیوه یادگیری در پسران برابر با ۳/۴۶ با انحراف از معیار ۰/۵۰ و در دختران دارای میانگین برابر با ۳/۴۱ با انحراف از معیار ۰/۴۹ که با

توجه مقدار آماره t که برابر با $۰/۷۳$ و مقدار sig. کمتر از $۰/۰۵$ ، میانگین متغیر شیوه یادگیری در دو گروه پسر و دختر با هم اختلاف معنادار ندارند. پس فرضیه ششم پژوهش، رد می‌شود.

فرضیه هفتم. بین رشته تحصیلی و میزان گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی، در دانش‌آموزان دختر و پسر، رابطه وجود دارد.

برای بررسی فرضیه فوق از آزمون آنالیز واریانس یک‌طرفه (One Way Anova) استفاده می‌کنیم، همان‌طور که می‌دانیم آنالیز واریانس یک‌طرفه برای مقایسه میانگین بین دو گروه مستقل مورد استفاده قرار می‌گیرد. پیش‌فرض استفاده از این آزمون عبارت‌اند از: ۱. نرمال بودن داده‌ها در گروه‌های مستقل ۲. برابر بودن واریانس در گروه‌های مختلف. بنابر جدول ۵-۴ نرمال بودن متغیرها در هر گروه (رشته تحصیلی) بررسی شد که همگی نرمال بوده‌اند. برای بررسی پیش‌فرض دوم از آزمون لون استفاده می‌کنیم در صورتی که مقدار sig. این آزمون بیشتر از $۰/۰۵$ باشد، واریانس‌ها همگن هستند، در غیر این صورت برای بررسی اختلاف میانگین متغیرها در بین گروه‌های مختلف از آماره ولج (welch) استفاده می‌کنیم.

در صورتی که مقدار آماره F در جدول ANOVA بزرگ باشد، یا به‌طور معادل مقدار sig. کوچک‌تر از $۰/۰۵$ باشد فرضیه برابری میانگین‌ها در گروه‌های مختلف رد می‌شود و حداقل یکی از گروه‌ها میانگین نابرابری با سایر گروه‌ها دارد. برای مشخص شدن اختلاف دوبه‌دوی گروه‌ها در صورت همگن بودن واریانس‌ها از آزمون توکی (Tukey) و در صورتی که واریانس‌ها برابر نباشند، از آزمون تمهنه (Tamhane) استفاده می‌کنیم.

جدول ۷ نتایج آزمون برابری واریانس‌ها در بین گروه‌های مختلف تحصیلی را نشان می‌دهد.

جدول ۷. آزمون برابری واریانس‌ها برای گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی در بین گروه‌های مختلف تحصیلی

آماره لون Leven	Df1	Df2	Sig.	نتیجه
۵/۲۹	۴	۳۴۳	۰/۰۰۰۹	همگن نیست

همان‌طور که در جدول ۷ ملاحظه می‌شود، واریانس نمرات گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی در بین گروه‌های مختلف تحصیلی برابر نیست، بنابراین در جدول آنالیز واریانس از آماره ولج جهت بررسی اختلاف میانگین در بین این پنج رشته تحصیلی استفاده می‌کنیم.

جدول ۸. تحلیل واریانس یک طرفه (ANOVA) برای بررسی اختلاف میانگین گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی

متغیر	رشته تحصیلی	تعداد	میانگین	انحراف از معیار	آماره welch	Sig.	نتیجه
گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی	انسانی	۷۱	۳/۵۵	۰/۳۳	۱۹/۷۷۸	۰/۰۰۰۹	اختلاف معنادار است
	تجربی	۱۵۴	۳/۷۱	۰/۳۱			
	ریاضی و فیزیک	۶۶	۳/۵۸	۰/۳۸			
	معارف اسلامی	۱۵	۳/۴۲	۰/۲۷			
	هنرستان	۴۲	۳/۳۴	۰/۲۱			

همان‌طور که در جدول ۸ ملاحظه می‌کنیم با توجه به مقدار آماره welch که برابر با ۱۹/۷۷۸ بوده و مقدار sig. که کمتر از ۰/۰۵ است بین میانگین گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی در بین رشته‌های مختلف تحصیلی اختلاف معناداری وجود دارد.

براساس آزمون تعقیبی تمهنه (Tamhane) میانگین گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی در گروه علوم انسانی با علوم تجربی و هنرستان اختلاف معنادار دارد. میانگین گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی در گروه علوم تجربی با مهارت اسلامی و هنرستان اختلاف معنادار دارد. میانگین گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی در ریاضی و فیزیک با هنرستان اختلاف معنادار دارد. به زبان ساده‌تر، بین رشته تحصیلی و گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی، در دانش‌آموزان دختر و پسر، رابطه وجود دارد. پس فرضیه هفتم پژوهش، تأیید می‌شود.

فرضیه هشتم. بین پیشرفت تحصیلی و گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی، در دانش‌آموزان دختر و پسر، رابطه وجود دارد.

برای بررسی فرضیه هشتم نیز از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه استفاده می‌کنیم که در این آزمون پیشرفت تحصیلی بر مبنای معدل دانش‌آموزان بوده است.

جدول زیر نتایج آزمون برابری واریانس‌ها در بین گروه‌های مختلف از نظر معدل را نشان می‌دهد.

جدول ۹. آزمون برابری واریانس‌ها برای گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی بر اساس پیشرفت تحصیلی

آماره لون Leven	Df1	Df2	Sig.	نتیجه
۱۳/۱۸	۳	۳۴۴	۰/۰۰۰۹	همگن نیست

همان‌طور که در جدول ۹ ملاحظه می‌شود، واریانس نمرات گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی در بین بین گروه‌های مختلف از نظر معدل برابر نیست، بنابراین در جدول آنالیز واریانس از آماره ولچ جهت بررسی اختلاف میانگین در بین این چهار گروه دارای معدل مختلف استفاده می‌کنیم.

جدول ۱۰. تحلیل واریانس یک‌طرفه (ANOVA) برای بررسی اختلاف میانگین گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی

متغیر	معدل	تعداد	میانگین	انحراف از معیار	آماره welch	Sig.	نتیجه
گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی	کمتر از ۱۴	۱۷	۳/۹۲	۰/۱۲	۸۶۴۵	۰/۰۰۰۹	اختلاف معنادار است
	۱۴ تا ۱۶	۲۵	۳/۸۶	۰/۱۸			
	۱۶ تا ۱۸	۲۰۶	۳/۵۰	۰/۳۴			
	بیشتر از ۱۸	۱۰۰	۳/۶۸	۰/۲۸			

همان‌طور که در جدول ۱۰ ملاحظه می‌کنیم، با توجه به مقدار آماره welch که برابر با ۴۵/۸۶ بوده و مقدار sig. که کمتر از ۰/۰۵ است، بین میانگین گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی در بین گروه‌های مختلف از نظر معدل، اختلاف معناداری وجود دارد.

بر اساس آزمون تعقیبی تمهنه (Tamhane) میانگین گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی در دانش‌آموزان با معدل کمتر از ۱۴ به‌جز با دانش‌آموزان با معدل ۱۴ تا ۱۶ اختلاف معنادار دارد. میانگین گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی در افراد با معدل ۱۴ تا ۱۶ با گروه‌های ۱۶ تا ۱۸ و بیشتر از ۱۸ اختلاف معنادار دارد. میانگین گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی در گروه با معدل ۱۶ تا ۱۸ نیز با گروه بیشتر از ۱۸ اختلاف معنادار دارد. به زبان ساده‌تر، بین پیشرفت تحصیلی و گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی، در دانش‌آموزان دختر و پسر، رابطه وجود دارد. پس فرضیه هشتم پژوهش، تأیید می‌شود.

پس از بررسی فرضیه‌های تحقیق به رتبه‌بندی متغیرها با استفاده از آزمون فریدمن می‌پردازیم.

جدول ۱۱. رتبه‌بندی متغیرهای پژوهش با استفاده از آزمون فریدمن

نام متغیر	میانگین رتبه	اولویت
گذران وقت	۳/۰۱	پنجم
هیجان فضای مجازی	۳/۲۰	چهارم
کسب اطلاعات	۴/۶۷	اول
تقویت روابط اجتماعی	۳/۲۷	سوم
ارضاء نیازهای شخصی	۳/۹۸	دوم
شیوه یادگیری	۲/۸۷	ششم

همان‌طور که در جدول ۱۱ ملاحظه می‌شود از نظر دیدگاه دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع دبیرستان (شاخه نظری) منطقه ۳ تهران، بیشترین اهمیت و اولویت اول مربوط به متغیر کسب اطلاعات با میانگین رتبه ۴/۶۷، اولویت دوم مربوط به متغیر ارضاء نیازهای شخصی با میانگین رتبه ۳/۹۸، اولویت سوم مربوط به متغیر تقویت روابط اجتماعی با میانگین رتبه ۳/۲۷، اولویت چهارم مربوط به متغیر هیجان فضای مجازی با میانگین رتبه ۳/۲۰، اولویت پنجم مربوط به متغیر گذران وقت با میانگین رتبه ۳/۰۱ و در نهایت، پایین‌ترین اولویت مربوط به متغیر شیوه یادگیری با میانگین رتبه ۲/۸۷ بوده است.

خلاصه و نتیجه‌گیری

در ابتدا آزمون کولموگرووف - اسمیرنوف به منظور بررسی توزیع داده‌های متغیرهای کمی، مورد استفاده قرار گرفت و نتایج نشان داد، تمام متغیرهای پژوهش دارای توزیع نرمال هستند و پس از انجام این آزمون و حصول این نتیجه، مجاز به استفاده از آزمون‌های پارامتری، جهت بررسی و آزمون فرضیه‌های پژوهش، بوده‌ایم.

یافته‌های پژوهش در ارتباط با فرضیه‌های پژوهش نشان داد، بین ابعاد گذران وقت، هیجان فضای مجازی، تقویت روابط اجتماعی و ارضاء نیازهای شخصی در گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی، در دانش‌آموزان دختر و پسر تفاوت معنادار وجود دارد، اما بین ابعاد کسب اطلاعات و شیوه یادگیری در گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی، در بین دانش‌آموزان دختر و پسر تفاوت معنادار وجود ندارد. پس فرضیه‌های اول، دوم، چهارم و پنجم پژوهش تأیید و فرضیه‌های سوم و ششم، رد می‌شود. در فرضیه‌های هفتم و هشتم هم، نتایج نشان داد، بین رشته تحصیلی و پیشرفت تحصیلی با گرایش به شبکه‌های اجتماعی موبایلی، در دانش‌آموزان دختر و پسر، رابطه معنادار وجود دارد. پس فرضیه‌های هفتم و هشتم پژوهش، تأیید می‌شود.

بر اساس داده‌های به‌دست آمده و با توجه به وضعیت گرایش دانش‌آموزان دختر و پسر مقاطع دبیرستانی منطقه ۳ تهران به استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی (تلگرام، وایبر، واتس‌آپ و تانگو)، پیشنهادهایی به شرح ذیل برای استفاده معقول و منطقی دانش‌آموزان از شبکه‌های اجتماعی موبایلی، ارائه می‌شود:

۱. برنامه‌ریزی مناسب و دقیق دانش‌آموزان برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی به منظور مدیریت صحیح زمان و جلوگیری از هدر رفتن وقت، به‌خصوص در زمان امتحانات.
۲. همراهی و همدلی با اعضای خانواده و کسب آرامش در کنار آنان، به میزان زیادی اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی را کاهش می‌دهد و فرد (دانش‌آموز) را در جهت استفاده مفید و بهینه از شبکه‌های اجتماعی سوق خواهد داد.
۳. یکی از راه‌های استفاده مفید از شبکه‌های اجتماعی و جلوگیری از اتلاف وقت، محدود کردن عضویت در گروه‌های مختلف شبکه‌های اجتماعی مانند تلگرام، وایبر و ... است. نیازی نیست که برای مثال فرد (دانش‌آموز) در ۱۵ شبکه اجتماعی عضو باشد. در واقع حتی نیازی نیست در ۲ شبکه اجتماعی که کارایی یکسانی دارند عضو شود؛ از بین وایبر و واتس‌آپ یکی را انتخاب کند. به احتمال زیاد همین کار، تعداد گروه‌هایی را که فرد در آنها عضو است و زمانی را که صرف فعالیت در آنها می‌کند، به میزان زیادی کاهش خواهد داد.
۴. تعیین محدودیت زمانی، بدین صورت که فرد برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی، محدودیت زمانی قائل شود؛ برای مثال شخص می‌تواند روزی سی دقیقه تا چهل و پنج دقیقه را به این کار اختصاص دهد. در ضمن در زمان‌هایی که فرد در کنار اعضای خانواده است، تا حد امکان از شبکه‌های اجتماعی استفاده نکند.
۵. تلاش در جهت کشف احتیاجات و نیازهایی که دانش‌آموز برای رفع آن به انواع شبکه‌های اجتماعی روی می‌آورد و تأمین آن از راه‌های دیگر، بدون شک استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی را در حد معقولی نگه خواهد داشت.

محدودیت‌های پژوهش

به‌طور کلی، پژوهش پیرامون موضوعات علوم اجتماعی و انسانی از پیچیدگی خاص برخوردار است و محدودیت‌های بسیاری را به محققان در انجام پژوهش، تحمیل می‌کنند. این محدودیت‌ها عبارت است از محدودیت‌های زمانی، انسانی، اجتماعی و اقتصادی که در انجام پژوهش مشکلاتی را به‌وجود می‌آورند. این پژوهش نیز به مانند سایر پژوهش‌ها و مطالعات، با محدودیت‌هایی مواجه بوده است. از جمله این محدودیت‌ها می‌توان به این موارد اشاره کرد:

۱. داشتن ماهیت مقطعی زمانی و مکانی، یکی از محدودیت‌های اساسی این پژوهش بوده است، یعنی اینکه نتایج حاصله مختص همین جامعه آماری و در همین محدوده زمانی انجام پژوهش است.

۲. کیفی بودن متغیر پژوهش.

۳. عدم تمایل بعضی از آزمودنی‌ها به شرکت در روند پژوهش و پاسخگوئی به پرسشنامه، هرچند که تلاش شد با توجیه آنان، مبنی بر اینکه هدف از پژوهش حاضر، صرفاً یک کار علمی است، آزمودنی‌ها معجب به شرکت در روند پژوهش شوند.

۴. استفاده از پرسشنامه و عدم استفاده از دیگر ابزارهای جمع‌آوری اطلاعات.

منابع

- آقابابایی، عزیزاله، سهیلا باقری و محبوبه باقری (۱۳۹۰)، "اینترنت و روابط خانوادگی".
آنتونی، گیدنز (۱۳۸۰)، *جهان رها شده، گفتارهایی درباره یکپارچگی جهان*، ترجمه علی‌اصغر سعیدی و یوسف حاجی عبدالوهاب، علم و ادب، تهران.
- بشیر، حسن و محمدصادق افراسیابی (۱۳۹۱)، "شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان: مطالعه موردی بزرگ‌ترین جامعه مجازی ایرانیان"، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، دوره ۵، شماره ۱.
- خبرگزاری مهر (۱۳۹۳)، "موافقان و مخالفان اینترنت پرسرعت، کمیته فضایی مجازی و جوانان آستین بالا زد"، ۲۸ مهر.
- رحیمی محمد و رادیه پرنده (۱۳۹۲)، "آسیب‌شناسی فضای مجازی و خانواده: تهدیدها و چالش‌ها"، *سایت علوم اجتماعی*.
- زائری، محمدحسین و امیر خوش‌لهجه نافع (۱۳۹۳)، "ارزیابی میزان استفاده و تأثیرپذیری فرهنگی و اجتماعی دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی (مطالعه موردی: دانشجویان رشته کامپیوتر دانشکده سما دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم)"، همایش ملی مهندسی رایانه و مدیریت فناوری اطلاعات، شرکت علم و صنعت طلوع فرزین، تهران.
- زنجانی‌زاده هما و علی محمد جوادی (۱۳۸۴)، "بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده در بین دانش‌آموزان دبیرستانی ناحیه ۳ مشهد (در سال ۸۲-۸۳)"، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، علوم اجتماعی.
- سلیمانی‌پور روح‌الله (۱۳۹۰)، "شبکه‌های اجتماعی فرصت‌ها و تهدیدها"، *نشریه راه‌آور نور*، شماره ۳۱، تهران.
- شبکه‌های اجتماعی: فرصت‌ها و تهدیدها. *فصلنامه راه‌آور*، شماره ۸۹.
- قربان‌نیا میرک محله، نرجس و کامیاب خزایی (۱۳۹۲)، "تبیین سازگاری دانش‌آموزان برحسب دانش‌نگرش و رفتار آنها نسبت به شبکه‌های اجتماعی، همایش تخصصی بررسی ابعاد شبکه‌های اجتماعی، جهاد دانشگاهی، پژوهشکده فناوری اطلاعات، تهران.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۵)، *عصر اطلاعات، قدرت و هویت*، ترجمه حسن چاووشیان، جلد ۲، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تهران.
- کفاشی، مجید (۱۳۸۸)، *بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده*، *فصلنامه پژوهش اجتماعی*، سال دوم، شماره سوم، تابستان ۱۳۸۸.
- A. Ahmed (2011), "Social networking sites and its popularity", *International Journal of Research and Reviews in Computer Science*.
- Crowell, L.F., Weak ties (2004), "A mechanism for helping women to expand their social networks and increase their capital", *The social science journal*.
- Geser, H. (2004), "Towards a Sociological Theory of the Mobile Phone", available at http://socio.ch/mobile/t_geser1.Pdf.
- Gjoka, Mina (2010), "Measurement of Online Social Networks", ProQuest LLC, Ph.D. Dissertation, University of California, Irvine.
- http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_SNS_Data_Memo_.pdf, 2007
- Kroger, J.(2003), "Identity development during adolescence". In G. R. Adams & M. D. Berzonsky (Eds.), *Blackwell handbook of adolescence* Malden, MA:Blackwell Publishing.
- Lenhart, A., & Madden (2007), "M., Social networking websites and teens" An overview. Washington, DC: Pew Internet & American Life Project Retrieved August, from.
- Li, N and Chen, G. (2009) "Geographic Community Analysis of Mobile Social Network".
- Subrahmaniam, K, Reich.S.M, Waechter.N, Espinosa.G(2008), "Online and offline social networks: Use of social networking sites by emerging adults"; *Journal of Applied Developmental Psychology*.
- Zigkolis, C, Kompatsiaris, Y and Vakali, A.(2009), "Information analysis in mobile social networks for added-value services", W3C Workshop on the Future of Social Networking.