

بررسی جامعه‌شناختی عوامل مرتبط با گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی

مورد مطالعه: بین دانش‌آموزان دختر دبیرستان‌های شهر شهرکرد

مهربان پارسامهر*، سیدعلیرضا افشانی**، کبری کریمیان***

تاریخ دریافت: ۹۶/۲/۸ تاریخ پذیرش: ۹۶/۵/۱

چکیده

شبکه‌های اجتماعی، نسل جدیدی از وب‌سایت‌ها هستند که این روزها در کانون توجه کاربران شبکه جهانی اینترنت قرار گرفته‌اند. این‌گونه سایت‌ها بر مبنای تشکیل اجتماعات آنلاین فعالیت می‌کنند و هرکدام، دسته‌ای از کاربران اینترنتی را با ویژگی‌های خاصی گرد هم می‌آورند. به عبارت ساده‌تر، شبکه‌های اجتماعی را گونه‌ای از رسانه‌های اجتماعی دوطرفه می‌دانند که امکان دستیابی به نحوه جدیدی از برقراری ارتباط و به اشتراک‌گذاری محتوا در اینترنت را فراهم آورده‌اند. امروزه میلیون‌ها نفر از کاربران اینترنت، عضو صدها شبکه اجتماعی متفاوت می‌باشند و بخشی از فعالیت آنلاین روزانه

* دکتری جامعه‌شناسی، دانشیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه یزد. parsamehr@yazd.ac.ir
** دکتری جامعه‌شناسی، دانشیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه یزد. afshanalireza@yazd.ac.ir
*** دانشجوی کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه یزد. (نویسنده مسئول). kobra.karimian@gmail.com

خود در فضای اینترنت را در این سایت‌ها انجام می‌دهند. پژوهش حاضر باهدف بررسی جامعه‌شناختی عوامل مرتبط با گرایش نوجوانان دختر دبیرستان‌های شهرکرد به شبکه‌های اجتماعی مجازی انجام شده است. مورد استفاده در این تحقیق پیمایش بوده است. جامعه آماری این پژوهش را کلیه دانش‌آموزان دختر متوسطه شهر شهرکرد که در سال تحصیلی ۹۴-۹۳ مشغول به تحصیل بودند، تشکیل می‌دهد که بر اساس فرمول کوکران حجم نمونه ۳۹۰ نفر برآورد شده است. داده‌ها با استفاده از ابزار پرسشنامه و با استفاده از شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای جمع‌آوری گردید. اعتبار ابزار به‌وسیله روش اعتبار محتوایی مورد تأیید قرار گرفت و برای سنجش پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون‌های آماری اسپیرمن، پیرسون، آزمون تحلیل واریانس، آزمون تعقیبی توکی، رگرسیون چندگانه و تحلیل مسیر استفاده شد. یافته‌ها: نتایج نشان داد بین پایه تحصیلی، پایگاه اقتصادی-اجتماعی والدین دانش‌آموزان، میزان استفاده از اینترنت، مدت‌زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی، سادگی و سهولت استفاده از شبکه‌های اجتماعی، میزان استفاده اطرافیان (دوستان و خانواده)، نیاز به پیشرفت، انزوای اجتماعی، گرایش به جنس مخالف با گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه مستقیم و معنی‌داری وجود داشت. بین انزوای اجتماعی با گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه معکوس و معنی‌داری وجود داشت، اما مشخص شد که تفاوت معنی‌داری بین گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی در رشته‌های تحصیلی وجود ندارد. نتایج رگرسیون گام‌به‌گام نشانگر تأثیر معنادار پنج متغیر میزان استفاده از اینترنت، سادگی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، مدت‌زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی، و میزان استفاده اطرافیان از شبکه‌های اجتماعی مجازی در گرایش نوجوانان به شبکه‌های اجتماعی مجازی است که در این میان میزان استفاده از اینترنت نقش بیش‌تری را در تبیین متغیر گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی ایفا می‌کند. با استفاده از واریانس ترکیب خطی متغیرهای مستقل

می‌توانند ۵۲/۱ درصد از واریانس متغیر گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی را تبیین کنند.

واژه‌های کلیدی: گرایش، شبکه‌های اجتماعی مجازی، عوامل

جامعه‌شناختی، اینترنت، نوجوانان، شهر شهرکرد

مقدمه و بیان مسئله

مفهوم شبکه‌های اجتماعی مجازی نخستین بار در سال ۱۹۶۰م توسط دانشگاه ایلی نویز در ایالت متحده آمریکا مطرح شد. پس از آن در ۱۹۹۷م شبکه اجتماعی مجازی به نشانی SixDegrees.com آغاز به کار کرد. شبکه‌های مجازی در ساده‌ترین شکل آن، بستری است برای ایجاد روابط مشخص مانند دوستی، بین گروه‌هایی که به افراد متصل هستند در نتیجه ارتباطات اجتماعی از آن فرد به شبکه و از شبکه به کل افراد سرایت می‌کند. شبکه اجتماعی مجازی، وبسایت یا مجموعه‌ای از وبسایت‌هایی است که به کاربران امکان می‌دهد، علاقه‌مندی‌ها، افکار و فعالیت‌های خود را با یکدیگر به اشتراک بگذارند. وبلاگ، «فیس‌بوک»^۱، «توییتر»^۲، «یوتیوب»^۳ و «پادکست»^۴ از جمله شبکه‌های اجتماعی مجازی هستند (رحمان زاده، ۱۳۸۹). این شبکه‌ها از جمله رسانه‌های نوینی می‌باشند که به دلیل ویژگی‌های خاص خود توانسته‌اند بسیار بیش از سایر رسانه‌ها توجه مخاطبان، خصوصاً نوجوانان و جوانان را در سراسر جهان به خود جلب کنند. از سویی دیگر، اینترنت نسلی از نوجوانان را پرورش داده است که دانش و مهارت‌های پیچیده‌ای در زمینه فناوری اطلاعات دارند، این مهارت‌ها نیز ارزش‌هایی را عرضه می‌کند که یادگیری از طریق تجربه و ایجاد نوعی فرهنگ در فضای دیجیتال را حمایت می‌کند و ترجیحات اجتماعی خاص خود را دارد. و از آنجایی که جوانان و نوجوانان

-
1. Face book
 2. Twitter
 3. You Tube
 4. Podcast

بخش مهمی از سرمایه انسانی جامعه را تشکیل می‌دهند، از این رو شناخت شبکه‌های اجتماعی مجازی و دلایل گرایش به این نوع از سایت‌ها به یک دغدغه مهم تبدیل شده است که نیازمند دقت نظر و موشکافی‌های عمیق جامعه‌شناختی می‌باشد. این شبکه‌ها، فضایی را ایجاد کرده‌اند که کاربران می‌توانند از طریق آن به جبران محدودیت‌ها و موانع فضای واقعی زندگی خود پردازند و به فرصتی برای تعاملات، ارتباطات و انتقال پیام‌هایشان دست یابند (وایزمن و فاوست، ۱۹۹۴: ۵۶۱). بررسی‌ها نشان می‌دهد که وب‌سایت‌های گوگل^۱، فیس‌بوک^۲، یوتیوب^۳، یاهو^۴، بادیو^۵، ویکی‌پدیا^۶، ویندوز لایو^۷، بلوگ اسپوت^۸، آمازون^۹ و توییتر^{۱۰} به ترتیب، ۱۰ وب‌سایت برتر جهان تا پایان سال ۲۰۱۶ می‌باشند (جعفرپور، ۱۳۹۰: ۱۱۴). حال آن که در میان این ۱۲ وب‌سایت، حداقل نام چهار شبکه اجتماعی مجازی مشاهده می‌شود که نشان دهنده جایگاه شبکه‌های اجتماعی مجازی در جذب کاربران و میزان علاقه آن‌هاست. معروف‌ترین شبکه‌های اجتماعی در میان کشورهای جهان، عبارت‌اند از فیس‌بوک، توییتر و مای‌اسپیس و در داخل کشور نیز کلوب دات کام است. و بر اساس آخرین اطلاعات، سایت فیس‌بوک بعد از گوگل، پربیننده‌ترین سایت است و بیشترین حجم ترافیک را در بازدیدهای روزانه دارد (جعفرپور، ۱۳۹۰: ۱۱۷). از آنجایی که این شبکه‌ها یکی از بانفوذترین فناوری‌های جدید ارتباطی هستند همه ابعاد زندگی بشر را تحت تأثیر خود قرار داده‌اند؛ و به‌نوعی همه ابعاد حیات فردی و جمعی ما متأثر از این فناوری ارتباطی و

-
1. Googla
 2. Facebook
 3. You Tube
 4. Yahoo
 5. Baidu
 6. Wiki pedia
 7. Windows Live
 8. Blogspot
 9. Amazon
 10. Twitter

سایر فناوری‌هاست (هالن^۱، ۱۳۷۶: ۲۱). شبکه‌های اجتماعی تغییرات بنیادینی در سبک زندگی اجتماعی و فرهنگ جوامع مختلف ایجاد می‌کنند، این شبکه‌ها می‌توانند بر ادبیات افراد جامعه تأثیر بگذارند و پوشش آن‌ها و همچنین روابط با جنس مخالف را دگرگون می‌کند. کاربران شبکه‌های اجتماعی از این شبکه‌ها برای بیان رویدادهای زندگی خود، خاطرات، موقعیت‌های اجتماعی و مانند این‌ها استفاده می‌کنند و یا از طریق به اشتراک گذاشتن افکار و عقایدشان با دیگران به گفتگو می‌پردازند و به این ترتیب، احساسات گوناگون خود را به‌نوعی تخلیه می‌کنند (عاملی، ۱۳۸۸: ۳۴). همزمان با گسترش شبکه‌های اجتماعی در جهان، در ایران نیز استفاده از این شبکه‌ها دامنه گسترده‌ای یافته است. اگرچه آمار دقیقی از تعداد کاربران وجود ندارد، آثار و شواهد موجود نشان می‌دهد که این شبکه‌ها نفوذ قابل‌توجهی در میان کاربران ایرانی؛ از جمله نوجوانان و جوانان دارد که سعی دارند اهداف، نگرانی‌ها و دغدغه‌های خود را در فضای مجازی بازتاب دهند. هرچند آمار رسمی مشخصی در این باره وجود ندارد، اما کارشناسان تعداد کاربران ایرانی فیس‌بوک و توئیتر را به ترتیب، در حدود ۱۰ و ۳ میلیون نفر برآورد کرده‌اند. در میان شبکه‌های اجتماعی داخلی نیز سایت کلوب حدود ۳ میلیون عضو دارد (شاوردی، ۱۳۹۲: ۳۹). از سویی اینترنت می‌تواند شکل‌دهنده به ویژگی‌های فرهنگی جدید زندگی اجتماعی جوانان باشد. و از آنجایی که فضاهای دیجیتال مانند وب‌سایت یک شبکه اجتماعی، وبلاگ یا سایت به اشتراک‌گذاری کلیپ و عکس، در مالکیت شرکت‌های تجاری هستند، نوجوانان را هدف گرفته‌اند و سعی دارند الگوهای مصرف آن‌ها را شکل دهند. در همین زمان، نوجوانان با استفاده از این فضاها توانمند می‌شوند و نقشی مهم، مانند تولید یا تأمین محتویات اینترنت را در دست می‌گیرند و با خلاقیت خود، مخاطبان جهانی و گسترده پیدا می‌کنند. یک رویکرد دقیق‌تر این است که با اینترنت نه به‌صورت آنچه دنیای جدیدی خلق کرده است، بلکه

به صورت بازتابی از شرایط اجتماعی روبه‌رو شویم. اینترنت فضایی برای فعالیت است، اما کارکرد آن محدود به افزودن ابزارهای موجود (چهره به چهره، تلفن همراه و تلفن) و در برخی موارد، جایگزین آن‌هاست (برمن^۱ و مؤدی^۲، ۲۰۰۴). تجربه نشان داده، هر میزان نیاز به برقراری ارتباط، بسته به توسعه و دگرگونی جوامع انسانی افزایش یافته، نوع این وسایل نیز متأثر از این توسعه و نیز تحت تأثیر تغییرات تکنولوژیکی و فناوری، متفاوت‌تر شده است. هرکدام از اختراعات و ابداعات فنی گوناگونی که در طول تاریخ، در زمینه انتقال و انتشار پیام‌های انسانی پدید آمده‌اند، ترکیب و طبیعت وسایل ارتباطی را دگرگون ساخته‌اند. البته تحول وسایل ارتباطی، یک پدیده استثنایی نیست و جزئی از جریان کلی تحول تاریخ بشری به شمار می‌رود (معمد نژاد، ۱۳۸۳: ۲۲۸-۲۲۷). بنابراین این فرایند ادامه می‌یابد و بشر وارد عصری جدید که با عنوان عصر دوم رسانه‌ها نام‌گذاری می‌گردد، می‌شود. عصر دوم رسانه‌ها که از دیدگاه نظریه‌پردازان با ظهور و شکل‌گیری نوع جدیدی از جامعه نیز همراه شده، از طریق ادغام تکنولوژی‌های جدید ارتباطی ماهواره‌ای با رایانه، تلویزیون و تلفن ظاهر شده است. از این‌رو، رسانه‌های الکترونیکی جدید، حامل پیام‌ها و فرهنگ خاصی هستند که با گسترش آن‌ها، پیام‌ها و فرهنگ‌ها نیز انتشار می‌یابد. از میان این رسانه‌های جدید می‌توان به نقش حساس فضای مجازی و شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی مجازی اشاره کرد (مهرداد، ۱۳۸۰: ۵۲). همچنین لازم به ذکر است که شهر شهرکرد هماهنگ با کل کشور با مسائل و چالش‌های متعدد دوران گذار مواجه بوده است. مسائلی که در نتیجه تضاد زندگی به شکل گذشته و سنتی با نیازهای ناشی از هجوم زندگی جدید و مدرن است. مسلماً در هر نقطه از ایران، در هر شهر و استان، بررسی مشکل فوق ضروری و حیاتی است. ایستادن در نیمه‌راه تجدد، برای دختران نوجوان شهرکردی، که در دوره شکل‌گیری شخصیت هستند، حالتی دوگانه داشته است؛ از طرفی آنان از یوغ سنت‌های

1. Beraman
2. Moody

دست و پاگیر، رها شده‌اند و از طرفی ممکن است دچار تنش در زندگی خانوادگی شوند. و اگر این تعارض و کشمکش ادامه پیدا کند و نتوانند نسبتی متعادل بین این دو برقرار نمایند، این چالش در آن‌ها موجب بروز استرس و تضاد می‌شود و در نهایت شاید به شکل افراطی به یک‌سو کشیده شود. از سویی دیگر نظام آموزش و پرورش کل استان چهارمحال و بختیاری، در عرصه سیاست‌گذاری فضای مجازی، کمتر توجهی به نیازهای ارتباطی و اجتماعی مخاطبان و نیز دلایل گرایش دانش‌آموزان شهرکردی در پیوستن به شبکه‌های مجازی دارند و نیز باید یادآور شد که یافته‌های دقیقی از تعداد دانش‌آموزانی که عضو شبکه‌های اجتماعی مجازی بودند و چرایی عضویت در این شبکه‌ها، در دسترس نبود همین مسئله باعث شد تا این پژوهش به‌عنوان یک طرح تحقیقاتی از سوی دفتر تحقیقات کاربردی فرماندهی نیروی انتظامی استان چهارمحال و بختیاری مورد پژوهش و حمایت قرار گیرد و نیز باید یادآور شد از آنجایی که هر پژوهشی نیاز به داشتن داده‌های دقیق آماری است و در این پژوهش امکان دسترسی به این جامعه آماری فراهم بود و پژوهشگر نیز عضوی از اعضای همین شهر و آشنا به ویژگی‌های شخصیتی و خلیات جامعه آماری بوده سعی بر آن شد تا پژوهش حاضر در بین این قشر انجام گیرد. و از آنجایی که شبکه‌های اجتماعی مجازی، در عصر حاضر نقش عمده و مهمی را در عرصه تغییر و تحولات اجتماعی بر عهده داشته و این وسایل منشأ بسیاری از تحولات معاصر، راهنما و کنترل‌کننده جریان‌ها و تحولات در جهان محسوب می‌شوند بنابراین هدف پژوهش حاضر پاسخ‌گویی به این پرسش است که چه عوامل جامعه‌شناختی سبب گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین دانش‌آموزان دختر دبیرستان‌های شهر شهرکرد شده است؟

پیشینه پژوهش

الف) تحقیقات داخلی

فرزانه و همکاران (۱۳۹۴)، به این نتیجه دست یافته‌اند که میانگین گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی در حد متوسط رو به بالا است و میانگین گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی در بین دانش‌آموزان با پایگاه اقتصادی اجتماعی پایین کمتر از دانش‌آموزان با پایگاه اقتصادی اجتماعی بالا است. همچنین هر چه دیدگاه‌های خانواده منفی‌تر باشد، میزان گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی کمتر می‌شود. متغیرهای مستقل میزان اعتماد اجتماعی، دیدگاه خانواده نسبت به شبکه‌های اجتماعی مجازی و پایگاه اقتصادی اجتماعی بیشترین تأثیر را بر متغیر وابسته (شبکه‌های اجتماعی مجازی) داشته است.

یافته‌های تحقیق پاینده (۱۳۹۳) نشان داد که متغیرهای مستقل محیط آموزشی، دوستان، منطقه سکونت در گرایش دانشجویان به شبکه‌های اجتماعی تأثیر دارند و رابطه معناداری با متغیر وابسته گرایش به شبکه‌های اجتماعی دارند اما متغیر مستقل محیط خانواده رابطه معناداری را با متغیر وابسته گرایش به شبکه‌های اجتماعی نشان نداد.

محسنی و همکاران (۱۳۸۵) به این نتیجه رسیدند که بین زمان استفاده از اینترنت در طول شبانه‌روز و انزوای اجتماعی پاسخگویان رابطه‌ای معنادار و معکوس وجود دارد. همچنین استفاده جمعی و گروهی از اینترنت موجب کاهش انزوای اجتماعی شده است. همچنین، استفاده اجتماعی از اینترنت موجب کاهش انزوای اجتماعی می‌گردد.

مهدی زاده (۱۳۸۶)، در پژوهشی نشان داد که بیش از ۷۰٪ از نوجوانان تهرانی به اینترنت و ماهواره دسترسی داشته و به‌طور متوسط در شبانه‌روز بیش از ۲ ساعت از اوقات خود را به آن جهت سرگرمی اختصاص می‌دهند و توسعه امکانات در فضاهای

مجازی به گسترش امکان گفتگو، دوست‌یابی، روابط اجتماعی و انتقال اخبار و اطلاعات انجامیده است.

عبدالهیان و جوکار (۱۳۸۳)، در مطالعه خود به این نتیجه رسیدند که در سال‌های اخیر با دگرگونی‌های نهادی و اجتماعی چون: شهرنشینی، صنعتی شدن، بالا رفتن سطح سواد و تحصیلات، افزایش حضور زنان و دختران در جامعه، تغییر در سبک زندگی، گسترش روزافزون رسانه‌های ارتباطی (ماهواره، اینترنت) و نیز گسترده شدن روزافزون مکان‌های حضور زنان و مردان، دوستی و روابط دختران و پسران یافته است و به‌گونه‌ای که اقشاری از جوانان و نوجوانان به داشتن چنین روابطی گرایش دارند.

یافته‌های پژوهش عدلی پور و همکاران (۱۳۹۳) حاکی از آن بود که بین مدت‌زمان عضویت، میزان استفاده، میزان مشارکت و فعالیت و استفاده هدفمند از فیس‌بوک رابطه معکوس و معنادار وجود دارد اما بین استفاده غیر هدفمند (انجام بازی‌های آنلاین و دیدن صفحات غیراخلاقی در فیس‌بوک) از فیس‌بوک و انزوای اجتماعی، همبستگی مستقیم و معناداری وجود دارد.

نتایج پژوهش علیزاده و ایزدی (۱۳۹۰) نشان داد هر چه قدر گرایش به دوست‌یابی‌های موقت نظیر توجه به جنس مخالف بیشتر باشد به همان میزان گرایش به چت کردن نیز افزون‌تر می‌شود.

مرادی (۱۳۹۳) در پژوهشی نشان داد که افراد به‌واسطه نیازها و انگیزه‌های مختلفی که دارند از کارکردهای مختلف شبکه‌های اجتماعی برای برطرف کردن نیازهایشان استفاده می‌کنند، لذا وجود قابلیت‌های متعدد برای برطرف کردن طیف وسیع نیازهای مخاطبان برای شبکه‌های اجتماعی اولویت دارد.

دهقان و نیکبخش (۱۳۸۳) به این نتیجه رسیده‌اند که گمنامی کاربران در این اتاق‌ها باعث بازی نقش و خود افشایی بالاتر آن‌ها می‌شود و آنچه را که در دنیای

واقعی امکان بازگو کردنش را ندارند، ابراز می‌کنند و برقراری ارتباط در محیط مجازی زمینه را برای شکل‌گیری روابط صمیمانه آماده می‌سازد.

ب) تحقیقات خارجی

یافته‌های پژوهش‌های هامپتون^۱ و همکاران (۲۰۰۹)، در پژوهشی با عنوان: انزوای اجتماعی و فناوری‌های جدید؛ حاکی از آن است که استفاده از فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی همچون تلفن همراه و اینترنت باعث انزوای اجتماعی نمی‌شود بلکه این فناوری‌ها باعث درگیری یا مشارکت اجتماعی آن‌ها می‌شوند. کاربران اینترنت از طریق انتشار عکس‌ها و مطالب خود در شبکه‌های اجتماعی مجازی، پیوندهای صمیمانه‌ای با دوستان خود برقرار می‌سازند.

در مطالعه پمپک^۲ و همکاران (۲۰۰۹)، مشخص گردید که ارتباطات با دوستان قدیمی، که در حال حاضر در دسترس نبوده‌اند، مهم‌ترین دلیل استفاده دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی مجازی بوده است. سهولت کار با این شبکه‌ها و بازه گسترده اطلاعاتی این پایگاه‌ها، مهم‌ترین دلیل استفاده دانشجویان از این شبکه‌ها جهت پیدا کردن دوستان قدیمی است.

بریگل^۳ (۲۰۰۸)، نشان داد که اینترنت، می‌تواند دوستی‌های قوی منحصربه‌فردی را افزایش دهد. کنش‌های مکاتباتی نوشته شده در اینترنت دوستی‌های عمیق را افزایش می‌دهد و دقت در انتخاب و خصوصیات شخصی هر فرد و دوستانش را بیشتر می‌کند.

ثرین^۴ (۲۰۰۳)، پذیرش مدل پذیرش فناوری در بین نوجوانان نروژی را بررسی کرده و با تمرکز بر رفتار و توان پذیرش مدل پذیرش فناوری بر مبنای دو فرضیه اساسی، (سهولت کاربرد و سودمندی) عوامل مؤثر بر پذیرش این فناوری‌ها را

-
1. Hampton
 2. Pempek
 3. Brigel
 4. Thrane

تقسیم‌بندی کرده است. بر اساس نخستین فرضیه او مبنی بر وجود رابطه بین مدل پذیرش فناوری و کاربران برای پذیرش این فناوری‌ها، عوامل مؤثر بر پذیرش عبارت‌اند از ویژگی‌های مدل پذیرش فناوری، ویژگی‌های کاربر، و ویژگی‌های مربوط به ارتباط بین مدل پذیرش فناوری و کاربر. در فرضیه دوم، وجود احساس نیاز به مدل پذیرش فناوری و وجود امکانات برای پذیرش آن دو شرط اساسی پذیرش برشمرده شده‌اند. او ماتریس دوبعدی (یکی، خواسته‌ها و امکانات و دیگری، کاربر، مدل پذیرش فناوری) را در شش طبقه عوامل مؤثر بر پذیرش مدل پذیرش فناوری را ارائه کرده و نیز درآمد خانوار را عاملی مؤثر بر پذیرش مدل پذیرش فناوری دانسته است.

پورنساکولوانیچ^۱ و همکاران (۲۰۰۸) در مطالعه‌ای تحت عنوان "تأثیر خلق‌وخو و انگیزه اینترنت بر روی رضایت از ارتباطات آنلاین و نزدیکی رابطه" سعی داشتند تا تأثیر عدم تمایل به برقراری ارتباط، تنهایی، انگیزه‌های استفاده از اینترنت و تعامل و رضایت از ارتباطات اینترنتی و آنلاین را نشان دهند. به صورت کلی، مشارکت‌کنندگانی که مورد پاداش قرار می‌گیرند، از رایانه استفاده می‌کردند و احساسات شخصی‌شان را نسبت به شریک آنلاین‌شان نشان می‌دادند. علاوه بر این، آن‌هایی که از اینترنت برای اهداف خود شکوفایی و محبت استفاده می‌کردند و قصد داشتند تا احساساتشان را به دیگران نشان دهند، از ارتباطات آنلاین‌شان احساس رضایت داشته‌اند.

مبانی نظری پژوهش

در این پژوهش از نظریات ذیل که شامل نظریه کاشت، تئوری ارزیابی برنامه رُسی، نظریه اینگلهارت، نظریه انتظار تلاش، نظریه اتکینسون، نظریه دیگران مهم و نظریه انزوای اجتماعی استفاده شده است. بر اساس نظریه کاشت می‌توان استنباط کرد که هر چه مدت‌زمان، میزان استفاده و میزان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی افزایش یابد

احتمال اثرپذیری کاربران نیز بیشتر شود. بر اساس تئوری ارزیابی رُسی می‌توان استنباط کرد که دانش‌آموزان بر اساس این که متعلق به کدام طبقه اجتماعی هستند تأثیرات متفاوتی از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌پذیرند. با کمک از دیدگاه اینگلهارت، نگرش دختران نسبت به رابطه با جنس مخالف، تحت تأثیر فرایندهای جامعه‌پذیری انگاشته شده که دختران، به‌ویژه در دوران نوجوانی، در گروه‌های مرجعی چون خانواده و دوستان آن را تجربه کرده و از آن تأثیر می‌پذیرند. بر اساس نظریه انتظار تلاش می‌توان استنباط کرد که سادگی و سهولت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، میزان کاربرد آن را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد و افزایش این میزان را باید با افزایش قصد رفتاری برای استفاده از شبکه‌های مجازی همراه دانست. بر اساس نظریه اتکینسون نیاز به پیشرفت یک ویژگی نسبتاً باثبات و دائمی برای رسیدن به موفقیت است. بر اساس این نظریه با افزایش نیاز به پیشرفت، میزان گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز افزایش می‌یابد. و بر اساس نظریه دیگران مهم، ارزش‌های دوستان، آشنایان و خانواده با توجه به مطلوبیت آن‌ها برای افراد، یک ملاک در نظر گرفته می‌شود و افراد سعی می‌کنند ارزش‌های خود را با آن‌ها تطبیق دهند؛ بنابراین اگر در بین اطرافیان دانش‌آموزان، استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان یک ارزش مهم باشد، گرایش آن‌ها به این شبکه‌ها بیشتر خواهد شد.

نظریه کاشت^۱ یا پرورش گربنر^۲، یکی از اشکال اثر رسانه‌ها در سطح شناختی بوده و مربوط به این موضوع است که قرار گرفتن در معرض رسانه‌ها، تا چه حد می‌تواند به باورها و تلقی عموم از واقعیت خارجی، شکل دهد؟ نظریه کاشت با اشاعه برای ارائه‌الگویی از تحلیل، تبیین شده است؛ تا نشان‌دهنده تأثیر بلندمدت رسانه‌هایی باشد، که اساساً در سطح برداشت اجتماعی، عمل می‌کنند (احمدزاده کرمانی، ۱۳۹۰: ۳۳۶).

1. Cultivation Theory
2. Gerbner

این نظریه از جمله نظریاتی است که به تأثیر محدود رسانه‌ها اشاره می‌کند و مبتنی بر اصول زیر است:

۱- رسانه‌های همگانی به‌طور معمول، شرط لازم و کافی برای تأثیرگذاری بر مخاطب به شمار نمی‌روند، بلکه آن‌ها تنها از طریق سایر عوامل که نقش واسطه را بازی می‌کنند، می‌توانند دارای تأثیر باشند.

۲- رسانه‌های همگانی در فرایند تأثیرگذاری بر مخاطب تنها نقش تقویت‌کننده شرایط موجود را بازی می‌کنند. این عوامل واسطه‌ای شامل: فرایندهای انتخابی (مانند قدرت انتخابی، ادراک توسط مخاطب، انتخاب مخاطب برای این که خود را در معرض یک رسانه قرار دهد و انتخاب نگهداری) فرایندهای گروهی دلالت دارد، قانون حداقل اثر نامیده می‌شود (هرمز، ۱۳۸۰: ۱۶۱). در واقع، محور بحث گربنر 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 تکنولوژی و نظام ارائه پیام است که نقش واسطه را به عهده دارند و به دیدی مشترک و درک مشترک از جهان اطراف منجر می‌شود. گربنر محصول چنین فرایندی را کاشت الگوهای مسلط ذهنی می‌نامد. از نظر وی رسانه‌ها متمایل به ارائه دیدگاه‌های هم‌شکل و کم‌وبیش یکسان از واقعیت اجتماعی هستند و مخاطبان آن‌ها بر اساس این‌چنین مکانیسمی فرهنگ پذیر می‌شوند (سورین و تانکارد، ۱۳۸۴: ۳۹۲). بر اساس نظریه کاشت می‌توان استنباط کرد که میزان استفاده، مدت‌زمان عضویت، و ویژگی‌های فردی و اجتماعی (چون پایگاه اقتصادی اجتماعی، پایه تحصیلی و رشته تحصیلی دانش‌آموزان) می‌تواند در گرایش دانش‌آموزان به شبکه‌های اجتماعی مؤثر باشد و هر چه مدت‌زمان و میزان استفاده افزایش یابد و هر چه از نظر ویژگی‌های فردی و اجتماعی در سطح بالایی از اجتماع باشند، احتمال اثرپذیری کاربران بیشتر است.

برعکس هر چه میزان استفاده، مدت‌زمان کاهش یابد، و در سطح پایینی از اجتماع قرار گرفته باشند، احتمال تأثیرپذیری بر روی آن‌ها، کمتر خواهد بود.

تئوری مربوط به ارزیابی برنامه رُسی: رُسی و همکارانش (به نقل از رفیع پور، ۱۳۷۲) در کتابشان تحت عنوان «ارزیابی برنامه‌ها»^۱ ضمن اشاره به محدودیت‌های تئوری‌های علوم اجتماعی در جهت یافتن متغیرها و مشکلات و موانعی که در نتیجه، در راه بررسی و ارزیابی تأثیرات نهادها، سازمان‌ها و برنامه‌ها وجود دارد چند دسته از متغیرهایی را که لازم هستند ذکر می‌کنند:

- ۱- ویژگی‌های فردی (مانند سن، جنس، میزان تحصیلات، وضعیت اقتصادی، تأهل)،
- ۲- ویژگی‌های خانوادگی (مانند درآمد خانوار، میزان تحصیلات والدین و شغل آن‌ها)،
- ۳- ویژگی‌های واحد سازمانی و ویژگی‌های مجتمع‌ها بر اساس تقسیمات کشوری (مانند روستاها، شهرستان‌ها، وضعیت جغرافیایی، جمعیت، نرخ رشد).

با توجه به آنچه گفته شد می‌توان حدس زد که مثلاً دانش‌آموزان و یا آن‌هایی که ثروت بیشتری دارند هر یک ممکن است تأثیرات متفاوتی از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی را پذیرفته باشند. بنابراین، به‌منظور بررسی و مطالعه منظم موارد یاد شده، می‌توان از متغیرهای مذکور در تئوری رُسی و همکارانش استفاده کرد.

رونالد اینگلهارت: بر اساس نظریه اینگلهارت تغییرات ارزشی از سنتی به سکولار- عقلانی و تغییر و تحول در سبک زندگی مدرن، ازجمله آثار مهم دگرگونی‌های اجتماعی- فرهنگی در دهه‌های اخیر است، چنانکه بررسی این پدیده، راهی برای تعیین نگرش افراد بوده و اهمیت آن برای تحلیل‌های اجتماعی روزبه‌روز افزایش می‌یابد. در این زمینه جهانی‌شدن و فرایندهای مدرنیزاسیون با تأثیر بر فرهنگ عینی، فرهنگ ذهنی، ارزش‌ها و نگرش‌های افراد را تحت تأثیر خود قرار داده، و با مبادله ایده‌ها و ارزش‌ها در سرتاسر جهان، بر تغییر نگرش و رفتار انسان‌ها مؤثر است

(اینگله‌هارت و بیکر، ۲۰۰۰: ۲۱). بنابراین در این زمینه، با کمک از دیدگاه اینگله‌هارت، نگرش دختران نسبت به رابطه با جنس مخالف، تحت تأثیر فرایندهای جامعه‌پذیری انگاشته شده که دختران، به‌ویژه در دوران نوجوانی، در گروه‌های مرجعی چون خانواده و دوستان آن را تجربه کرده و از آن تأثیر می‌پذیرند. این فرایند ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی جامعه را در قالب الگوهای رفتاری هنجارمند به افراد منتقل کرده و بدین‌سان نسل‌ها را به یکدیگر پیوند می‌دهد. افراد از این راه یاد می‌گیرند که به نیازهای زیستی و اجتماعی خود، به‌گونه‌ای که از نظر اجتماعی پذیرفته شده باشد، پاسخ‌گویند تا به ارزش‌ها، هنجارها و اهداف فرهنگی آسیب نرسد. از دیدگاه جامعه‌شناسان در همه فرهنگ‌ها، خانواده سازه بنیادین جامعه‌پذیری در دوران کودکی است. اما با افزایش سن، بسیاری از سازه‌های گروهی نقش مهمی در جامعه‌پذیری افراد می‌یابند (گیدنز، ۱۳۸۱: ۱۰۳). بنابراین نگرش مثبت دختران نسبت به رابطه با جنس مخالف، تحت تأثیر تغییرات ارزشی مدرن و سکولار قرار دارد که مخالف با آموزه‌ها و ارزش‌های سنتی در این‌باره بوده و حاکی از هویت مدرن افراد در زمینه روابط بین دو جنس است. قابل‌ذکر است رشد و نفوذ ارزش‌های مدرن و دیدگاه‌های سکولار در میان دختران، بر میزان اعتقادات، ارزش‌ها و پایبندی دینی آنان مؤثر بوده و نگرش آنان نسبت به رابطه با جنس مخالف را متأثر می‌سازد. همچنین با بروز مدرنیسم، بررسی سبک زندگی، شکل اجتماعی نوینی برای تعیین ارزش‌ها، نگرش و رفتار افراد بوده و تغییر و تحول آن از آثار مهم دگرگونی‌های اجتماعی - فرهنگی در دهه‌های اخیر است. از این نظر، ویژگی‌های نگرش دختران نسبت به رابطه با جنس مخالف، تحت تأثیر مدرنیزاسیون انگاشته شده که تحول سبک‌های زندگی و دگرگونی‌های ساختاری مدرنیته مربوط بدان را با یکدیگر پیوند زده است. از این‌رو می‌توان چنین انگاشت که هر قدر نگرش خانواده و دوستان دختران نسبت به رابطه با جنس مخالف مطلوب‌تر باشد، فرایندهای

جامعه‌پذیری آنان در نهاد خانواده و دوستان بیشتر مدرن بوده و نگرش آنان را نیز متأثر می‌نماید (سیدان، ۱۳۹۱: ۱۰۱).

نظریه انتظار تلاش^۱: انتظار تلاش به‌عنوان درجه‌ای از سهولت تعریف شده که با کاربرد سیستم همراه است؛ چراکه سهولت استفاده از شبکه‌های اجتماعی، میزان کاربرد آن را تحت تأثیر قرار می‌دهد و افزایش این میزان را باید با افزایش قصد رفتاری برای استفاده از شبکه‌های مجازی همراه دانست (الگاتنی و دیگران، ۲۰۰۷: ۶۸۱). همچنین در این رابطه، میزان تجربه فرد نیز می‌تواند تأثیرگذار باشد (ویلز و دیگران، ۲۰۰۸: ۳۹۶)؛ کاربران باتجربه‌تر، کمتر تحت تأثیر سهولت استفاده قرار می‌گیرند و سن نیز می‌تواند دیدگاه کاربران را درباره وضوح، قابلیت درک پذیری، انعطاف و سهولت استفاده فناوری هدف، تحت تأثیر قرار دهد.

نظریه دیگران مهم: به نظر اسچاfer^۲، مید واژه دیگران مهم را برای افرادی به کار می‌برد که اغلب در توسعه «خود» افراد مهم می‌باشند. این نظریه بیشتر ناظر به شکل‌گیری شخصیت و مخصوصاً مفهوم خود، نزد افراد می‌باشد. زندگی خانوادگی افراد به‌انحاء مختلف با افراد دیگری ارتباط پیدا می‌کند. دیگران به‌وسیله روابط گوناگون فAMILI، شغلی، همسایگی و روابط دوستانه شبکه روابط متقابل اعضاء خانواده را تحت تأثیر قرار می‌دهند. بدیهی است همان‌قدر که ارتباط اعضاء خانواده با محیط‌های گوناگون و خانواده‌های دیگر بیشتر می‌شود، احتمال تأثیرگذاری دیگران نیز بر زندگی آنها می‌تواند بیشتر باشد. در روند جامعه‌پذیری، شخص تحت تأثیر افرادی قرار می‌گیرد که هنجارها و ارزش‌ها را مستقیماً از آنها فرامی‌گیرد و یا به جهت پاره‌ای از ارزش‌ها با خصوصیات همان افراد تمایل بیشتری به پذیرش آنها دارد و شخص برای قضاوت رفتارهای اجتماعی، رفتار آنها را مبنا قرار داده و همه‌چیز را بر اساس الگوهای رفتاری افراد مرجع ارزیابی می‌کند. این افراد از دیدگاه گروه‌های اجتماعی

1. Effort Expectancy
2. Schaefer

به‌عنوان گروه مرجع شخص تلقی می‌شوند (مهدوی، ۱۳۷۵: ۴۱-۳۹). با در نظر گرفتن روابط عاطفی بین والدین و فرزندان در بحث از «دیگران مهم» می‌توان گفت که طرز نگرش، احساسات و تمایلات والدین برای فرزندان حائز اهمیت است. و گرایش‌های فرزندان می‌تواند تحت تأثیر گرایش‌ها، تمایلات و احساسات والدین و سایر اشخاص مهم (برای فرزندان) باشد. علاوه بر والدین، روابط عاطفی بین دوستان، معلمان (استادان) و فرد نیز می‌تواند منجر به تغییر گرایش‌ها و تمایلات وی گردد و چه‌بسا میزان اثرگذاری این رابطه بیش از رابطه بین والدین و فرزندان باشد. بنابراین می‌توان گفت که دیگران مهم در گرایش‌های جوانان تأثیرگذار هستند.

انزوای اجتماعی: از حیث مفهومی در تقابل با درگیری اجتماعی، انسجام اجتماعی^۱، و سرمایه اجتماعی قرار دارد و با ازخودبیگانگی، احساس تنهایی و کناره‌گیری نزدیکی مفهومی دارد. در واقع، محققان در بررسی‌های خود از سویی مفهوم سرمایه اجتماعی را در تقابل با مفهوم انزوای اجتماعی و از سوی دیگر مفهوم انزوای اجتماعی را در تقابل با مفهوم سرمایه اجتماعی، توصیف و شاخص‌سازی کرده‌اند؛ به‌طوری که افزایش و کاهش سرمایه اجتماعی به‌منزله کاهش و افزایش انزوای اجتماعی می‌باشد و بالعکس. در مورد تأثیرات احتمالی اینترنت و شبکه‌های اجتماعی بر سرمایه اجتماعی سه گروه دیدگاه جامعه‌شناسی قابل تفکیک است که از میان این سه دیدگاه، می‌توان به نظریه **ولمن** اشاره داشت. ولمن بر این باور است که فضای مجازی دارای نقش تکمیلی است. وی معتقد است قضاوت در مورد این که اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی موجب کاهش یا افزایش سرمایه اجتماعی می‌شود در چارچوب زندگی شخص، معنا پیدا می‌کند. اینترنت در چرخه زندگی روزمره ادغام می‌شود و به تدریج زندگی در شبکه، همانند فعالیت‌های خارج از شبکه تلقی می‌شود. این فناوری به شیوه‌ای تدریجی موجب تداوم و گسترش انتقال روابط میان فردی از شبکه‌های «دربه‌در» به شبکه‌های «مکان به مکان» و «شخص به شخص» می‌شود. اگرچه

تماس‌های چهره به چهره و تلفنی تداوم پیدا خواهد کرد، ولی این تماس‌ها در نتیجه نقش اینترنت در پیوند میان افراد حاضر در موقعیت‌های جغرافیایی مختلف و سازمان‌های هم‌پیمان تکمیل می‌شود. این احتمال وجود دارد که نقش اینترنت در حفظ پیوندهای موجود مؤثرتر از نقش آن در ایجاد پیوندهای جدید باشد، در این صورت اینترنت تکمیل‌کننده سرمایه اجتماعی خواهد شد (ولمن و کوان- هس، ۲۰۰۲: ۳-۱). وی در یک گونه شناسی از اجتماعات انسانی از سه نوع اجتماع صحبت می‌کند که عبارت‌اند از: الف) اجتماع ازدست‌رفته، ب) اجتماع حفظ شده و ج) اجتماع آزاد شده. گونه سوم به موضوع پژوهش حاضر مرتبط است. «اجتماع آزاد شده» ولمن به معنای آن است که ظهور وسایل حمل‌ونقل سریع، و تکنولوژی نوین مثل تلفن همراه و اینترنت، تعلق و وابستگی فرد را به جغرافیا و محل کمتر ساخته و به تعبیری، نقش زمان و مکان در ارتباطات انسانی کمتر شده است. اما این بدان معنا نیست که اجتماع نابود شده است، بلکه اجتماع در اشکال جدیدی خود را از طریق شبکه‌های اجتماعی، بازتولید می‌کند (ولمن، ۲۰۰۱). به اعتقاد ولمن اینترنت تنها یک ابزار ارتباطی نیست. امکانات بسیار متنوعی در اینترنت وجود دارد. در واقع ولمن دو گونه استفاده از اینترنت را برمی‌شمارد: استفاده‌های اجتماعی مثل ایمیل، چت و استفاده‌های غیراجتماعی مثل وب‌گردی و دانلود موسیقی و بازی. زمانی که اینترنت مردم را با فعالیت‌های غیراجتماعی درگیر می‌کند، حتی بیش از تلویزیون می‌تواند آنان را از اجتماع، سازمان‌ها، مشارکت سیاسی و زندگی خانوادگی دور کند. در مقابل زمانی که مردم از اینترنت برای ارتباط با دوستان، خویشان و سازمان‌ها استفاده می‌کنند، آنگاه اینترنت همچون ابزاری برای ساختن و حفظ سرمایه اجتماعی خواهد بود (ولمن و فرانک، ۲۰۰۱: ۳۰). در واقع، ولمن اثرات اینترنت را کاملاً در جهت افزایش اطلاعات اجتماعی ارزیابی نمی‌کند، بلکه آن را تابع نوع استفاده‌ای که از آن می‌شود، می‌داند. بدین ترتیب، نظریه ولمن نیز در تبیین برخی از ابعاد موضوع تحقیق نوع استفاده از شبکه‌های مجازی) می‌تواند کمک نماید.

فرضیه‌ها

- بین پایه تحصیلی دانش‌آموزان دختر دبیرستان‌های شهرکرد و گرایش به شبکه‌های اجتماعی رابطه وجود دارد.
- بین رشته تحصیلی دانش‌آموزان دختر دبیرستان‌های شهرکرد و گرایش به شبکه‌های اجتماعی رابطه وجود دارد.
- بین مدت‌زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی و گرایش به این شبکه‌ها رابطه وجود دارد.
- بین گرایش به جنس مخالف در بین دانش‌آموزان دختر دبیرستان‌های شهرکرد با میزان گرایش به شبکه‌های اجتماعی رابطه وجود دارد.
- بین انزوای اجتماعی در بین دانش‌آموزان دختر دبیرستان‌های شهرکرد با میزان گرایش به شبکه‌های اجتماعی رابطه وجود دارد.
- بین میزان استفاده از اینترنت و گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد.
- بین پایگاه اقتصادی اجتماعی والدین دانش‌آموزان با میزان گرایش آن‌ها به شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد.
- بین سادگی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با گرایش به این شبکه‌ها رابطه وجود دارد.
- بین احساس نیاز به پیشرفت با میزان گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد.
- بین میزان استفاده اطرافیان (دوستان و اعضای خانواده) و گرایش به شبکه‌های اجتماعی رابطه وجود دارد.

روش‌شناسی پژوهش

مطالعه حاضر، به لحاظ اجرا از نوع پیمایشی^۱، به لحاظ معیار زمان، مقطعی؛ به لحاظ ماهیت، کاربردی و به لحاظ وسعت، پهنانگر است. و به منظور تدوین پیشینه نظری و سوابق تجربی از روش کتابخانه‌ای (اسنادی) بهره گرفته شده است. جمعیت آماری تحقیق را کلیه دانش‌آموزان دختر متوسطه شهر شهرکرد تشکیل می‌دهند که در سال تحصیلی ۹۳-۹۴ مشغول به تحصیل بودند که بر اساس آمار دریافتی از اداره کل آموزش و پرورش شهرکرد، تعداد کل آن‌ها ۲۶۲۷ نفر بوده است حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران،^۲ ۳۹۰ نفر مشخص شد. روش نمونه‌گیری در این تحقیق، خوشه‌ای چندمرحله‌ای^۳ بوده است. ابزار مورد استفاده در این مطالعه، پرسش‌نامه است. پرسشنامه پس از احراز اعتبار^۴ و پایایی^۵ آن در مراحل مقدماتی تحقیق، - برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز- در مرحله نهایی مورد استفاده قرار گرفت. به همین منظور، ابتدا سعی شد برای متغیرهای مستقل گویه‌هایی استفاده شوند که متغیرها را بسنجند و یا برای انتخاب بهترین گویه‌ها از نظرات محققین و استادان دیگر کمک گرفته شود. بنابراین اعتبار تحقیق حاضر از نوع محتوایی^۶ است. در ضمن برای سنجش متغیر وابسته، گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی از پرسشنامه استاندارد استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌های آماری جمع‌آوری شده در راستای پاسخگویی به سؤال‌های پژوهش به کمک نرم‌افزار spss از آزمون‌های آماری اسپیرمن، پیرسون، رگرسیون چندگانه و تحلیل مسیر استفاده شد.

-
1. Survey
 2. Cochran
 3. Multistage Cluster
 4. Validity
 5. Reliability
 6. Content Validity

برای سنجش میزان قابلیت اعتماد پرسشنامه از آلفای کرونباخ استفاده شده است. با توجه به این که مقدار آلفای تمام متغیرها بالاتر از ۰/۷۰ بوده بنابراین همبستگی درونی گویه‌ها بالا و به عبارت دیگر ابزار تحقیق از پایایی مطلوبی برخوردار بوده است.

جدول ۱- ضرایب پایایی متغیرهای مختلف تحقیق

متغیر	نوع متغیر	تعداد گویه	آلفای کرونباخ
گرایش به جنس مخالف	مستقل	۹	۰/۹۶
انزوای اجتماعی	مستقل	۱۱	۰/۷۰
سادگی استفاده از شبکه‌های اجتماعی	مستقل	۸	۰/۸۷
میزان استفاده اطرافیان	مستقل	۲	۰/۶۱
نیاز به پیشرفت	مستقل	۸	۰/۸۵
گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی	وابسته	۱۳	۰/۹۳

یافته‌های توصیفی

سن پاسخگویان

جدول ۲- توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب سن

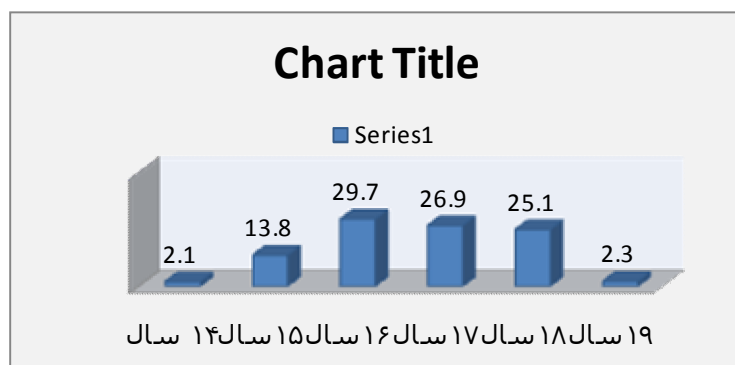
گروه سنی	تعداد	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
۱۴ سال	۸	۲,۱	۲,۱	۲,۱
۱۵ سال	۵۴	۱۳,۸	۱۳,۸	۱۵,۹
۱۶ سال	۱۱۶	۲۹,۷	۲۹,۷	۴۵,۶
۱۷ سال	۱۰۵	۲۶,۹	۲۶,۹	۷۲,۶
۱۸ سال	۹۸	۲۵,۱	۲۵,۱	۹۷,۷
۱۹ سال	۹	۲,۳	۲,۳	۱۰۰
جمع کل	۳۹۰	۱۰۰	۱۰۰	

۱۹۰ فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال سوم، شماره ۱۰، تابستان ۱۳۹۶

جدول ۲ نشان می‌دهد؛ ۲,۱ درصد (۸ نفر) از پاسخگویان ۱۴ ساله، ۱۳/۸

درصد (۵۴ نفر) ۱۵ ساله، ۲۹,۷ درصد (۱۱۶ نفر) ۱۶ ساله، ۲۶,۹ درصد (۱۰۵ نفر) ۱۷

ساله، ۲۵,۱ درصد (۹۸ نفر) ۱۸ ساله و ۲,۳ درصد (۹ نفر) ۱۹ سال سن دارند.



نمودار ۱- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سن

یافته‌های استنباطی

فرضیه ۱: بین پایه تحصیلی دانش‌آموزان دختر دبیرستان‌های شهرکرد و گرایش

به شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد.

جدول ۳- خروجی آزمون تحلیل واریانس برای آزمون تفاوت تأثیر پایه تحصیلی بر گرایش به شبکه‌های اجتماع مجازی

سطح معنی داری	F	میانگین مربعات		میانگین	سطوح	متغیر
		درون گروهی	بین گروهی			
۰/۰۰۷	۴/۱۵۱	۱۳۲/۱۲۸	۵۴۸/۴۴۴	۳۸/۷	اول دبیرستان	پایه تحصیلی
				۳۸/۴۴	دوم دبیرستان	
				۳۹/۰۸	سوم دبیرستان	
				۳۳/۹۳	چهارم دبیرستان	

با توجه به اطلاعات جدول فوق، مقدار ($F=4/2$) و سطح معنی داری ($P=0/007$) می‌باشد، بنابراین مشخص می‌شود که تفاوت معنی داری بین افراد با پایه‌های تحصیلی مختلف در گرایش به شبکه‌های اجتماعی وجود دارد. بنابراین فرضیه شماره ۱ تأیید می‌شود. برای بررسی دقیق‌تر از آزمون تعقیبی توکی استفاده شد که نتایج آن بدین صورت بوده است

جدول ۴- خروجی آزمون تعقیبی توکی برای مقایسه زوجی میانگین‌ها

سطح معنی‌داری	خطای معیار	اختلاف میانگین (I-J)	(J)	(I)
۰/۰۳۴	۱/۸	-۴/۸	اول دبیرستان	چهارم دبیرستان
۰/۰۲۱	۱/۶	-۴/۵	دوم دبیرستان	چهارم دبیرستان
۰/۰۱۴	۱/۷	-۵/۲	سوم دبیرستان	چهارم دبیرستان

داده‌های جدول بالا نشانگر این است که افراد چهارم دبیرستان در مقایسه با سایر پایه‌های تحصیلی، تأثیر معنی‌داری دارند ($P > ۰/۰۵$)
فرضیه ۲: بین رشته تحصیلی دانش‌آموزان دختر دبیرستان‌های شهرکرد و گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد.

جدول ۵- خروجی آزمون تحلیل واریانس برای آزمون تفاوت تأثیر رشته تحصیلی بر گرایش به شبکه‌های اجتماعی

سطح معنی‌داری	F	میانگین مربعات		میانگین	سطوح	متغیر
		درون‌گروهی	بین‌گروهی			
۰/۲۴۰	۱/۳۸۲	۱۳۰/۷۴۷	۱۸۰/۶۶۰	۳۴/۵۵	انسانی	رشته تحصیلی
				۳۶/۶۵	تجربی	
				۳۸/۶۱	ریاضی	
				۳۸/۵۰	فنی	
				۳۹/۲۶	کار و دانش	

گونه‌شناسی الگوهای بازنمایی بدن رسانه‌ای ... ۱۹۳

با توجه به اطلاعات جدول فوق، مقدار ($F=1/4$) و سطح معنی‌داری ($P=0/240$) می‌باشد، بنابراین مشخص می‌شود که تفاوت معنی‌داری بین گرایش به شبکه‌های اجتماعی در رشته‌های تحصیلی وجود ندارد. بنابراین فرضیه شماره ۲ تأیید نمی‌شود.
فرضیه ۳: بین مدت‌زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی و گرایش به این شبکه‌ها رابطه وجود دارد.

جدول ۶- خروجی ضریب همبستگی اسپیرمن متغیر مدت‌زمان عضویت در شبکه‌های

اجتماعی

متغیر مستقل	ضریب اسپیرمن	سطح معناداری	تعداد
مدت‌زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی	۰/۳۹۲	۰/۰۰۰	۳۹۰

همان‌طور که در جدول ۶ مشاهده می‌شود ضریب اسپیرمن مربوط به دو متغیر مدت‌زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی و گرایش به این شبکه‌ها برابر ۰/۳۹۲ و سطح معنی‌داری برابر ۰/۰۰۰ است که از سطح خطا ۰/۰۵ کمتر بوده که نشان‌دهنده آن است ارتباط معناداری میان این دو متغیر وجود دارد. با توجه به این که ضریب همبستگی بین این دو متغیر دارای علامت مثبت است، ارتباط مستقیم و معناداری بین دو متغیر وجود دارد. یعنی هر چه مدت‌زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی بیشتر باشد تمایل آن‌ها برای عضویت و گرایش به شبکه‌های اجتماعی افزایش می‌یابد.
فرضیه ۴: بین گرایش به جنس مخالف در بین دانش‌آموزان دختر دبیرستان‌های شهرکرد با میزان گرایش آن‌ها به شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد.

جدول ۷- خروجی ضریب همبستگی پیرسون متغیر گرایش به جنس مخالف

متغیر مستقل	ضریب همبستگی	سطح معناداری	تعداد
گرایش به جنس مخالف	۰/۲۵۵	۰/۰۰۰	۳۹۰

همان‌گونه که در جدول فوق ملاحظه می‌شود ضریب همبستگی پیرسون برابر ۰/۲۵۵ و سطح معنی‌داری برابر ۰/۰۰۰ شده است چون میزان سطح معناداری از ۰/۰۵ کمتر است بنابراین بین میزان گرایش به جنس مخالف در بین دانش‌آموزان با میزان گرایش آن‌ها به شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود دارد یعنی هر چه دانش‌آموزان نسبت به گویه‌های مربوط به برقراری رابطه دوستی با جنس مخالف نظر مساعدتری داشته باشند، تمایل بیشتری به عضویت و گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی دارند. بنابراین فرضیه شماره ۴ مبنی بر این‌که: بین گرایش به جنس مخالف دانش‌آموزان دختر دبیرستان‌های شهرکرد با میزان گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد، تأیید می‌شود.

فرضیه ۵: بین انزوای اجتماعی در بین دانش‌آموزان دختر دبیرستان‌های شهرکرد با گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد.

جدول ۸- خروجی ضریب همبستگی پیرسون متغیر انزوای اجتماعی دانش‌آموزان

متغیر مستقل	ضریب همبستگی	سطح معناداری	تعداد
انزوای اجتماعی	-۰/۱۲۰	۰/۰۱۸	۳۸۹

همان‌گونه که در جدول فوق ملاحظه می‌شود ضریب همبستگی پیرسون برابر $0/120-$ و سطح معنی‌داری برابر $0/018$ شده است یعنی این رابطه معنی‌دار است. با توجه به منفی بودن ضریب مشخص می‌گردد که هر چه سطح انزوای اجتماعی دانش‌آموزان بیشتر باشد، گرایش آن‌ها به شبکه‌های مجازی کاهش می‌یابد. بنابراین فرضیه شماره ۵ مبنی بر این که: بین انزوای اجتماعی دانش‌آموزان دختر دبیرستان‌های شهرکرد با میزان گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد، تأیید می‌شود. **فرضیه ۶:** بین میزان استفاده از اینترنت و گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد.

جدول ۹- خروجی ضریب همبستگی اسپیرمن متغیر میزان استفاده از اینترنت

متغیر مستقل	ضریب اسپیرمن	سطح معناداری	تعداد
میزان استفاده از اینترنت	۰/۵۹۸	۰/۰۰۰	۳۹۰

همان‌طور که در جدول ۷ ملاحظه می‌شود ضریب همبستگی اسپیرمن برابر $0/598$ و سطح معنی‌داری برابر $0/000$ است که از سطح خطا $0/05$ کمتر بوده که نشان‌دهنده آن است بنابراین ارتباط مستقیم و معناداری میان این دو متغیر وجود دارد. به این معنا که هرچه میزان استفاده دانش‌آموزان از اینترنت در طول یک شبانه‌روز بیشتر باشد، گرایش آن‌ها نیز به شبکه‌های اجتماعی مجازی افزایش می‌یابد. **فرضیه ۷:** بین پایگاه اقتصادی اجتماعی والدین دانش‌آموزان دختر دبیرستان‌های شهرکرد با میزان گرایش آن‌ها به این شبکه‌ها رابطه وجود دارد.

جدول ۱۰- خروجی ضریب همبستگی پیرسون متغیر پایگاه اقتصادی اجتماعی والدین

متغیر مستقل	ضریب همبستگی	سطح معناداری	تعداد
پایگاه اقتصادی اجتماعی والدین	۰/۱۶۴	۰/۰۰۱	۳۸۴

همان‌گونه که در جدول فوق ملاحظه می‌شود ضریب همبستگی پیرسون برابر $0/164$ که رابطه مستقیمی را نشان می‌دهد ضمن این که سطح معنی‌داری برابر $0/001$ شده است. بنابراین این رابطه مثبت و معنادار است. به عبارتی، هر چه پایگاه اقتصادی اجتماعی والدین دانش‌آموزان بالاتر باشد، گرایش آن‌ها نیز به شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشتر است و دانش‌آموزانی که دارای پایگاه بالاتری هستند، گرایش بیشتری به شبکه‌های اجتماعی مجازی دارند.

فرضیه ۸: بین سادگی استفاده از شبکه‌های اجتماعی با گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد.

جدول ۱۱- خروجی ضریب همبستگی پیرسون متغیر سادگی استفاده از شبکه‌های اجتماعی

متغیر مستقل	ضریب همبستگی	سطح معناداری	تعداد
سادگی استفاده از شبکه‌های اجتماعی	$0/534$	$0/000$	۳۹۰

همان‌گونه که در جدول فوق ملاحظه می‌شود ضریب همبستگی پیرسون برابر $0/534$ است که رابطه مستقیمی را نشان می‌دهد ضمن این که سطح معنی‌داری برابر $0/000$ است این رابطه معنادار است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که هر چه سادگی کار با شبکه‌های مجازی بیشتر باشد گرایش به این نوع از شبکه‌ها نیز افزایش می‌یابد.

فرضیه ۹: بین نیاز به پیشرفت در بین دانش‌آموزان دختر دبیرستان‌های شهرکرد و گرایش آن‌ها به این شبکه‌ها رابطه وجود دارد.

جدول ۱۲- ضریب همبستگی پیرسون متغیر نیاز به پیشرفت

متغیر مستقل	ضریب همبستگی	سطح معناداری	تعداد
نیاز به پیشرفت	$0/295$	$0/000$	۳۹۰

گونه‌شناسی الگوهای بازنمایی بدن رسانه‌ای ... ۱۹۷

اطلاعات جدول ۱۰ نشان می‌دهد که، ضریب همبستگی پیرسون بین نیاز به پیشرفت و میزان گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی برابر با ۰/۲۹۵ می‌باشد که رابطه مستقیمی را نشان می‌دهد ضمن این که سطح معنی‌داری برابر با ۰/۰۰۰ و کوچک‌تر از ($p < ۰/۰۰۱$) می‌باشد، رابطه مستقیم معناداری بین دو متغیر وجود دارد، بدین معنی که هر چه فرد بیشتر احساس نیاز به پیشرفت کند، میزان گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز افزایش می‌یابد و برعکس.

فرضیه ۱۰: بین میزان استفاده اطرافیان (دوستان و خانواده) و گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد.

جدول ۱۳- خروجی ضریب همبستگی پیرسون متغیر میزان استفاده اطرافیان (دوستان و خانواده)

متغیر مستقل	ضریب همبستگی	سطح معناداری	تعداد
میزان استفاده اطرافیان	۰/۲۹۵	۰/۰۰۰	۳۹۰

اطلاعات جدول بالا نشان می‌دهد، که ضریب همبستگی پیرسون برابر ۰/۲۹۵ و سطح معنی‌داری برابر ۰/۰۰۰ است که از سطح خطا ۰/۰۵ کمتر بوده که نشان‌دهنده آن است که ارتباط مثبت و معناداری میان دو متغیر میزان استفاده اطرافیان (دوستان و خانواده) و گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی وجود دارد. یعنی هرچه میزان استفاده افراد خانواده و دوستان افزایش یابد، گرایش دانش‌آموزان نیز به شبکه‌های اجتماعی مجازی افزایش می‌یابد.

- رگرسیون چندگانه برای سنجش اثر متغیرهای مستقل بر گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی

از مجموع متغیرهای وارد شده در معادله رگرسیون، ۵ متغیر مستقل تأثیر معنی‌داری بر متغیر وابسته داشته‌اند. از بین متغیرهای باقیمانده در مدل رگرسیون، میزان استفاده از اینترنت، سادگی استفاده از شبکه و مدت‌زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی و میزان استفاده اطرافیان از شبکه‌های اجتماعی و ارضای نیازها در مجموع بیشترین اثر را بر متغیر گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی داشته‌اند.

جدول ۱۴- رگرسیون تأثیر متغیرهای اثرگذار بر متغیر وابسته

متغیر	ضرایب استاندارد ن شده		ضرایب استاندارد شد (Beta) °	T	سطح معنی‌داری
	B	خطای معیار			
میزان استفاده از اینترنت	۱/۴۱۹	۰/۱۳۳	۰/۴۱۷	۱۰/۶۹۴	۰/۰۰۰
سادگی استفاده	۰/۵۸۳	۰/۰۸۲	۰/۲۹۳	۷/۰۸۰	۰/۰۰۰
مدت‌زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی	۱/۰۸۸	۰/۳۳۳	۰/۱۲۴	۳/۲۷۱	۰/۰۰۱
احساس نیاز به پیشرفت	۰/۱۲۴	۰/۰۶۱	۰/۰۸۷	۲/۰۲۴	۰/۰۴۴
میزان استفاده اطرافیان از شبکه‌های اجتماعی	۰/۴۰۳	۰/۲۳۸	۰/۰۶۳	۱/۶۹۷	۰/۰۹۱

بر اساس اطلاعات جدول بالا، متغیر میزان استفاده از اینترنت در بین متغیرهای مستقل، بیشترین تأثیر را بر متغیر وابسته دارد.

ضریب همبستگی چندگانه ^۱	ضریب تعیین ^۲	ضریب تعیین تعدیل شده ^۳
۰/۷۵۴	۰/۵۶۹	۰/۵۵۸

1. R
2. R Square
3. Adjusted R Square

با استفاده از واریانس ترکیب خطی متغیرهای مستقل می‌توان ۵۵/۸ درصد از واریانس متغیر گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی را توضیح داد. مابقی تغییرات متغیر وابسته به دلیل پیچیده و چندبعدی بودن متغیر وابسته تحقیق یعنی میزان گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی و به حساب نیامدن برخی از متغیرهایی است که بر این متغیر تأثیرگذار هستند.

تحلیل مسیر

به منظور تعیین چگونگی تأثیر مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته از تحلیل مسیر استفاده شده است. در جدول زیر اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته تحقیق نشان داده شده است.

جدول ۱۵- نتایج محاسبه اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل تحقیق بر گرایش به شبکه‌های اجتماعی

کل	ضرایب اثر		نام متغیر
	اثر غیرمستقیم	اثر مستقیم	
۰/۴۶۷*	۰/۱۴۶*	۰/۳۲۱*	سادگی استفاده
۰/۴۴۵*	-	۰/۴۴۵*	میزان استفاده از اینترنت
۰/۱۲۷**	-	۰/۱۲۷**	مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی
۰/۰۹۹*	-	۰/۰۹۹*	میزان استفاده اطرافیان
۰/۰۹۵*	-	۰/۰۹۵*	احساس نیاز به پیشرفت

** معنادار در سطح ۹۹ درصد * معنادار در سطح ۹۵ درصد

نتایج جدول فوق نشان می‌دهد که متغیر سادگی استفاده از شبکه‌ها با ۴۶ درصد اثرگذاری کل، دارای بیشترین تأثیر بر گرایش به شبکه‌های اجتماعی می‌باشد. به طوری که این متغیر دارای ۳۲ درصد اثر مستقیم و ۱۴ درصد اثر غیرمستقیم است. میزان استفاده از اینترنت با ۴۴ درصد اثر مستقیم و بدون اثر غیرمستقیم دومین متغیر در تحلیل مسیر می‌باشد. متغیرهای دیگر به ترتیب مدت‌زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی با ۱۲ درصد، میزان استفاده اطرافیان با ۱۰ درصد و احساس نیاز به پیشرفت با ۹ درصد می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش ما در پی بررسی عواملی هستیم که مرتبط با گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی است و با توجه به متغیرهای مطرح شده، این پژوهش توانست به نتایجی که مورد انتظار بوده است، دست پیدا کند. در مورد کارایی این پژوهش باید اذعان داشت که دختران امروز، به لحاظ نقشی که در نهاد خانواده ایفا خواهند نمود و همچنین نقش آن‌ها در تربیت فرزندان جامعه نیازمند توجه ویژه‌ای هستند، از این رو اهتمام و تلاش در مورد مسائل آن‌ها در سنین نوجوانی، نوید برخورداری از نسل سالم، خلاق و پرتحرک را در آینده می‌دهد. از طرفی، تغییرات فرهنگی را نمی‌توان به حال خود رها کرد. متفکران عرصه اجتماعی بر این باورند که دگرگونی‌های ارزشی، مانند حرکت سایه و آفتاب، در صورت دقت و تمرکز در یک‌زمان محدود، اصلاً ملموس نیستند. اما با حرکت زمانی نه‌چندان طولانی، مردم و مسئولین جامعه متوجه می‌شوند که کجا بوده‌اند و اکنون کجا هستند (رفیع پور، ۱۳۷۶: ۲۳۳). از طرفی دیگر، در صورتی که مرتب درصدد بازبینی و آسیب‌شناسی جای‌جای فرهنگ خود باشیم، می‌توانیم امید داشته باشیم، جهت و سوی تغییرات برای جامعه ما حالتی مثبت داشته باشد. هرگونه برنامه‌ریزی و مدیریت در امور جوانان، مستلزم داشتن تصویری از

گرایش‌های موجود و چشم اندازهای آتی در هر دو بعد کمی و کیفی است. در این مسیر لازم است برای شناخت عوامل و ریشه‌های تغییرات گرایشی و رفتاری دختران نوجوان، پژوهش‌های منظمی صورت گیرد. همچنین این پژوهش، با تأکید بر لزوم تحقیقات بیشتر که فهم کنش جوانان را در متن خودشان تسهیل کند، پاسخ به سؤال غیبت مطالعات درزمینه دختران نوجوان در شهرکرد، است مطالعه بر روی تمایلات و گرایش‌های رفتاری نوجوانان در این شهر می‌تواند، شناختی هرچند اجمالی از متد علمی از نوجوانان این شهرستان ارائه دهد، تا مراکز و سازمان‌های مرتبط با امور جوانان را در اتخاذ راهکارهای مناسب یاری رساند. و نیز باید یادآور شد، با گذر حدود ۱۰۰ سال از تجربه مدرنیته در ایران، یعنی از زمان آشنایی آن با غرب همچنان رابطه سنت و مدرنیته در جامعه ایرانی به‌عنوان یک مشکل تلقی می‌شود، ایران امروز دچار دگرگونی‌های زیادی ناشی از مدرن‌گرایی و پیامدهای آن در جامعه و سایر نهادهای اجتماعی می‌باشد و نشانگر آن است که جامعه ایرانی تا حد زیادی در راه تجدید پیشرفته است. این تغییرات در حد ظواهر نیست بلکه ساخت‌های اساسی در حال تغییرند، و به دنبال آن بازناندیشی در اعمال و رفتار و تمایلات و خواسته‌های ناشی از تجدیدگرایی در افراد بر اساس نتایج تجربی اتفاق افتاده است. تغییر در رفتار و نیازهای نوجوانان و نحوه برآوردن آن‌ها یکی از نشانه‌ها و مؤلفه‌های تغییرات گسترده فرهنگی است که در جامعه در حال گذار ایران در حال شکل‌گیری است. همچنان که گیدنز و اینگلهارت معتقدند تمایل به تغییر در ارزش‌ها مهم‌ترین عامل تعیین‌کننده جهت‌گیری رفتار افراد و در نتیجه تأثیرگذار بر سمت‌وسوی تحولات و دگرگونی‌های جامعه است. و از سویی دیگر شبکه‌های اجتماعی مجازی که معلول فناوری‌های ارتباطی جدید مخصوصاً اینترنت می‌باشند، باعث تحولات گسترده‌ای در تمامی جنبه‌های زندگی افراد گشته‌اند. عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی که هرروز نیز بر تعداد کاربران آن‌ها افزوده می‌شود و نقشی که این شبکه‌ها در ارتباطات نوشتاری، گفتاری و تصویری با

هزینه کم و دوست‌یابی‌های اعضای این شبکه‌ها دارند، باعث تحول کیفی در روابط اجتماعی و روحیات افراد می‌گردد. نتایج نشان داد که رابطه معنادار و مثبتی بین پایگاه اقتصادی - اجتماعی و گرایش به شبکه‌های اجتماعی وجود دارد. هرچه پایگاه اقتصادی اجتماعی والدین دانش‌آموزان افزایش یابد، گرایش آن‌ها نیز به شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشتر می‌گردد و دانش‌آموزانی که دارای پایگاه بالاتری هستند، گرایش بیشتری به شبکه‌های اجتماعی مجازی دارند. بنابراین این فرضیه تأیید شد؛ در تبیین این امر می‌توان گفت که افراد دارای پایگاه اجتماعی - اقتصادی بالاتر، ارتباطات بیشتری دارند و یکی از راه‌هایی که این افراد می‌توانند ارتباطات خود را گسترش دهند، عضویت در شبکه‌های مجازی است. و نیز نتایج بیانگر آن است که بین میزان استفاده از اینترنت و گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی، رابطه معناداری وجود دارد؛ هرچه میزان استفاده دانش‌آموزان از اینترنت در طول روز بیشتر باشد، گرایش آن‌ها به شبکه‌های مجازی افزایش می‌یابد؛ این نتیجه با یافته‌های عدلی پور (۱۳۹۱)، همخوانی داشت. همچنین بین مدت‌زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی و گرایش به آن، رابطه معناداری وجود دارد. هرچه فرد مدت‌زمان بیشتری در شبکه‌های اجتماعی مجازی عضو باشد، گرایش او به این شبکه‌ها بیشتر است. این نتیجه با یافته‌های عدلی پور (۱۳۹۱)، هماهنگ بود. بر اساس نظریه کاشت، مواجهه با رسانه در ساعت‌های متمادی، باعث ایجاد دیدگاه‌های موافق با محتوا و گرایش به آن می‌شود؛ در واقع این امر یک اثر ذهنی در فرد ایجاد می‌کند که به آن کاشت الگوهای مسلط ذهنی می‌گویند. بنابراین مدت‌زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی و میزان استفاده از اینترنت، باعث شکل‌گیری گرایش فرد در جهت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی خواهد شد. همچنین نتایج حاکی از آن است که گرایش به جنس مخالف با گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه مثبت و معنادار دارد. هر چه دانش‌آموزان نسبت به گویه‌های مربوط به برقراری رابطه دوستی با جنس مخالف نظر مساعدتری داشته باشند، تمایل بیشتری به عضویت و گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی دارند. بنابراین این فرضیه

تأیید شد؛ این نتیجه با یافته‌های تحقیق بریگل (۲۰۰۸)، علیزاده و ایزدی (۱۳۹۰)، عبداللهیان و جوکار (۱۳۸۳) دهقان و نیکبخش (۱۳۸۳) هماهنگ بود. بر اساس نظریه اینگلهارت می‌توان دریافت رفتار و نگرش درصد قابل‌توجهی از دختران نسبت به دوستی و روابط با جنس مخالف، عمیقاً تحت تأثیر عوامل و مؤلفه‌های مدرنیسم است، چنان‌که این ارتباطات، روابط شخصی و دوستی‌ها، نقش مهمی در طرح هویت شخصی آنان یافته است. بنابراین شبکه‌های اجتماعی مجازی نقش یک محرک را دارد که فرد را برای ایجاد رابطه دوستی با جنس مخالف تحریک می‌کند. همچنین یافته‌های پژوهش نشان داد بین سادگی استفاده از شبکه‌های اجتماعی و گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی، رابطه معنادار وجود دارد؛ بنابراین این فرضیه تأیید شد. این یافته با نتایج تحقیق پمپک^۱ و همکاران (۲۰۰۹) همخوانی داشت. از سویی دیگر، هرچه سادگی کار با شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشتر باشد، گرایش افراد به این نوع شبکه‌ها بیشتر خواهد شد. بر اساس نظریه انتظار تلاش، شرایط تسهیلگر در صورت بروز انتظار تلاش نمود می‌یابد. در واقع سهولت استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر روی کاربرد این شبکه‌ها تأثیرگذار است و افزایش کاربرد این شبکه‌ها با افزایش قصد رفتاری برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی همراه است. و نیز یافته‌ها حاکی از آن است که رابطه معناداری بین میزان استفاده اطرافیان و گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی وجود دارد؛ هرچه میزان استفاده افراد خانواده و دوستان از شبکه‌های اجتماعی مجازی افزایش یابد، گرایش دانش‌آموزان نیز نسبت به این شبکه‌ها بیشتر خواهد شد؛ بنابراین این فرضیه تأیید شد؛ بر اساس نظریه دیگران مهم اینگلهارت، ارزش‌های دوستان، آشنایان و خانواده با توجه به مطلوبیت آن‌ها برای افراد، یک ملاک در نظر گرفته می‌شود و افراد سعی می‌کنند ارزش‌های خود را با آن‌ها تطبیق دهند؛ بنابراین اگر در بین اطرافیان دانش‌آموزان، استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان یک ارزش

1. Pempek

مهم باشد، گرایش آن‌ها به این شبکه‌ها بیشتر خواهد شد. همچنین نتایج نشان داد که بین انزوای اجتماعی و گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی، رابطه معنادار و معکوس وجود دارد و با توجه به منفی بودن ضریب مشخص می‌گردد که هر چه سطح انزوای اجتماعی دانش‌آموزان بیشتر باشد، گرایش آن‌ها به شبکه‌های مجازی کاهش می‌یابد و برعکس. در نتیجه این فرضیه تأیید شد؛ این یافته با نتایج تحقیق هامپتون^۱ و همکاران (۲۰۰۹)، عدلی پور و همکاران (۱۳۹۳)، محسنی و همکاران (۱۳۸۵)، همخوانی داشت. بنابراین می‌توان به این نکته اشاره کرد که برخلاف بیشتر پژوهش‌های داخلی و خارجی که در رابطه با تأثیر شبکه‌های مجازی بر انزوای اجتماعی کاربران آن انجام شده و گویای این نکته هستند که استفاده از شبکه‌های مجازی باعث انزوای اجتماعی می‌شود، اینجا و در این پژوهش می‌توان به صراحت بیان کرد که شبکه‌های مجازی عامل ایجاد انزوای اجتماعی در بین کاربران نیست بلکه استفاده از این شبکه‌ها رابطه معکوس با انزوای اجتماعی کاربران آن دارد. و در آخر نتایج حاصل از این تحقیق بیانگر آن است که رابطه معنادار و مثبتی بین نیاز به پیشرفت و گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی وجود دارد. با افزایش نیاز به پیشرفت، میزان گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز افزایش می‌یابد و برعکس. پس با توجه به نتایج حاصل شده، این فرضیه تأیید می‌شود. بنابراین با عنایت به نقش حساس رسانه‌های نوین بویژه اینترنت و فضاهای مجازی، پیشنهادهایی اجرایی و پژوهشی برای محققان و مسئولان ارائه می‌شود: ۱. ترغیب صاحب‌نظران و مجریان به همکاری با محققان در اجرای تحقیقات علمی مرتبط با فضاهای اجتماعی مجازی ۲. این مطالعه تنها بر روی مقطع متوسطه صورت گرفته پیشنهاد می‌شود مطالعات آینده عمومیت بیشتری را در نظر بگیرند تا قادر باشند کاربرد و پیشنهادهای بیشتری داشته باشند. ۳. به جای اقدامات قهری باید برنامه‌ای برای ارتقاء فرهنگی داشت. آموزش‌های لازم به نوجوانان از طریق رسانه‌ها، خانواده و نهادهای

1. Hampton

آموزشی، نقش سازنده‌ای در افزایش مهارت جوانان و کاهش آسیب‌های ناشی از این فناوری‌های ارتباطی را در بر خواهد داشت ۴. در این میان، آنچه از اهمیتی مضاعف برخوردار است، توجه به نیازهایی است که افراد در تلاش‌اند تا آن‌ها را از طریق شبکه‌های اجتماعی مجازی، تأمین و ارضا کنند.

منابع

- احمدزاده کرمانی، روح‌الله. (۱۳۹۰). *بازاندیشی در فرهنگ و رسانه*، تهران: نشر چاپار.
- احمدی ده قطب‌الدینی، محمد. (۱۳۸۷). بررسی رابطه تجربه کار با رایانه، تناسب تکلیف- فناوری، خودکارآمدی رایانه، اضطراب رایانه، لذت ادراک شده رایانه، سازه‌های مدل پذیرش فناوری دیویس، *طرح پژوهشی در دانشگاه آزاد اسلامی واحد انار*.
- پاینده، محبوبه. (۱۳۹۳). بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر میزان گرایش به شبکه‌های اجتماعی (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه پیام نور کوهپایه)، *کنفرانس بین‌المللی علوم رفتاری و مطالعات اجتماعی*، سال اول، شماره سوم، بهار ۹۳.
- جعفر پور، محمود. (۱۳۹۰). مفهوم شناسی و بررسی متغیرهای مؤثر بر پذیرش شبکه‌های اجتماعی مجازی و نقش سازمان‌های مردم‌نهاد در آن‌ها. *فصلنامه مطالعات بسیج*، سال چهاردهم، شماره (۵۲).
- دهقان، علیرضا و مرسده نیکبخش. (۱۳۸۵): "مطالعه شیوه رفتار افراد در محیط مجازی: شکل‌گیری روابط صمیمانه در اتاق‌های گپ‌زنی اینترنتی"، *فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، سال دوم، شماره ۶.

- رحمان زاده، سیدعلی. (۱۳۸۹)، کارکرد شبکه‌های اجتماعی مجازی در عصر جهانی شدن، فصلنامه مطالعات راهبردی جهانی شدن، سال اول، پیش شماره اول.
- رفیع پور، فرامرز. (۱۳۷۶). *توسعه و تضاد*. تهران: مرکز چاپ و انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- رفیع پور، فرامرز. (۱۳۷۲). سنجش گرایش روستائیان نسبت به جهاد سازندگی، *پژوهشی در سه استان اصفهان، فارس و خراسان*. تهران: مرکز تحقیقات و بررسی مسائل روستایی وزارت جهاد سازندگی.
- سیدان، فریبا. (۱۳۹۱). بررسی عوامل مؤثر بر نگرش دختران نسبت به روابط با جنس مخالف، *مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی* دانشگاه فردوسی مشهد: شماره (اول).
- سورین، ورنر جی؛ جیمز دبلیو تانکارد. (۱۳۸۴). *نظریه‌های ارتباطات*، ترجمه: علیرضا دهقان، تهران: انتشارات سیمای شرق.
- شاوردی، تهمینه. (۱۳۹۲). شبکه‌های اجتماعی مجازی و قومیت؛ فرصت‌ها و تهدیدهای پیش‌رو. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال بیستم، شماره (۴).
- علیزاده، فرشته و ایزدی، حسین. (۱۳۹۰). بررسی عوامل مؤثر بر گرایش جوانان به چت در شهر بابل (با تأکید بر استفاده نامتعارف)، *مجموعه مقالات همایش منطقه‌ای آسیب‌های اجتماعی نوپدید*، دفتر تحقیقات کاربردی و معاونت اجتماعی نیروی انتظامی استان مازندران.
- عاملی، سعید رضا. (۱۳۸۸). *شبکه‌های علمی مجازی*. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- فرزانه، سیفالله؛ فلاحتی شهاب‌الدینی، راضیه. (۱۳۹۴). بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی (مورد مطالعه: دانش‌آموزان دختر دوره دوم شهر بابل)، *دو فصلنامه مشارکت و توسعه اجتماعی*، سال اول، شماره یک.

- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۱). *جامعه‌شناسی*، ترجمه: منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
- مهدی زاده، شراره و الهه عبدالهی. (۱۳۸۶). "بررسی رابطه میان نحوه استفاده از اینترنت و ماهواره با برگزاری روز دوستی (ولنتاین) در میان جوانان تهرانی"، *فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، سال سوم، شماره (۹).
- مهدوی، محمدصادق. (۱۳۷۵). *عوامل مؤثر بر رضایت زن و شوهر*. تهران: مبتکران.
- مرادی، ش. رجب پور، م. کیان ارشی، ف. حاجلو، ن. رادبخش، ن. (۱۳۹۳). انگیزه‌های استفاده از شبکه‌های مجازی اجتماعی. *فصلنامه فرهنگ در دانشگاه اسلامی*، شماره ۱۰.
- محسنی، منوچهر و همکاران. (۱۳۸۵). بررسی اثرات استفاده از اینترنت بر انزوای اجتماعی کاربران اینترنت (در میان کاربران کافی‌نت‌های تهران)، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره هفتم، شماره ۴.
- مهرداد، هرمز. (۱۳۸۰). *مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی*، تهران: مؤسسه فرهنگی - پژوهشی فاران.
- معتمد نژاد، کاظم. (۱۳۸۳). *وسایل ارتباط جمعی*، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.
- هرمز، مهرداد. (۱۳۸۰). *مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی*، تهران: انتشارات فاران.
- هالن، هارلی. (۱۳۷۶). *راهنمای جامع اینترنت*. ترجمه: محمدرضا آیت الله زاده شیرازی. تهران: کانون نشر علوم.
- Al-Gahtani, Said S.; Geoffrey S. Hubona & Jijie Wang (2007). "Information Technology (IT) In Saudi Arabia: Culture and the Acceptance and Use of IT", *Information & Management*, 44, 681-691.

- Beraman, P.S. & Moody, J. (2004). Adolescents Suicidability. *American journal of public Health*, 94, 89-95.
- Briggles, A.(2008). Real Friends: How the Internet can Foster Friendship. *Ethics and Information Technology*. 10, 71-79.
- Hampton, K & et al., (2009). *Social Isolation and New Technology*, New York: Princeton Survey Research Associates International.
- Inglehart, Ronald, Wayne E.Baker.(2000): Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values. *American Sociological Review*, 65: 19-51.
- pempek, Tiffany A., Yermolayeva, Yevdokiya A. Calvert, Sandra L. (2009). Collega students' Social Networking Experiences on Facebook, *Journal of Applied Developmental Psycholog*", 30: 227-238.
- Pornsakulvanich, Vikanda, Haridakis, Paul and Alan M. Rubin (2008): "The influence of disposition and Internet motivation on online communication satisfaction and relationship closeness", *Computers in Human Behavior*, Vol.24, pp. 2292-2310.
- Thrane, k. (2003), "Adoption of ICT in Norwegian teenage homes". Available on: http://www.telenor.com/rd/pub/rep03/R_20_2003.pdf.
- United Nations conference on Trade and Development (UNCTAD) (2006), The Divide Report: ICT Diffusion Index 2005,. NewYork and Geneva: United Nations.
- Wasserman, Stanley & Katherine Faust (1994). *Social Network Analysis*, Methods and Applications, Cambridge, University Press.
- Wills, Matthew J.; Omar F. El-Gayar & Dorine Bennett (2008). "Examining Healthcare Professionals' Acceptance of Electronic Medical Records Using UTAUT ", *Issues In Information Systems*, IX,2: 396-401.