





Investigating the Sociological Causes of the Tendency to Use Mobile Social Networks

* Saeed Mohammadi Sadegh  ** Hossein Ebrahimzadeh Asmin 

* Assistant Professor, Department of Social Sciences, University of Sistan and Baluchistan, Zahedan, Iran. sms@lihu.usb.ac.ir

** Associate Professor, Department of Social Sciences, University of Sistan and Baluchistan, Zahedan, Iran. h.ebrahim@lihu.usb.ac.ir

Received: 31.05.2023

Accepted: 11.07.2023

P.01-24

Abstract

Social networks have a significant impact on the collective and individual lives of people, and the amount and scope of their use increases every day. Social factors are among the most decisive factors in the field of using these types of networks. Therefore, in this research, an attempt has been made to study the effect of these types of factors including family, friends, relatives, ethnicity, media and social base on the use of social networks and its effect on the interpersonal and family relationships of Zahedan youth.

The method of this research is the survey and the method of gathering information using a structured interview-based questionnaire tool, and the sample size is 300 people. In order to extract the data of this research from spss software and to analyze the data from the statistical tests of analysis of variance, the correlation coefficient was used for the intensity of the link between the variables along with the significance level of the test (sig). This research aims to answer the questions of how much the youth of Zahedan use mobile social networks? And what are the social factors affecting the use of these mobile social networks by the youth of Zahedan. The results of this research showed that:

49% of respondents use mobile social networks.

Social factors such as: interpersonal relationships, family and family relationships, etc. can predict a total of 88.2% of the variance of the dependent variable, i.e. the use of mobile social networks.

Keywords: Mobile social networks, Social factors, Family relationships, Interpersonal relationships

Corresponding Autho: Hossein Ebrahimzadeh Asmin - H.ebrahim@lihu.usb.ac.ir



Introduction

Introduction

●Statement of the problem

We live in the age of networks. Our lives are connected with social networks. Interwoven and interconnected communication networks have affected all fields, meanings and concepts and everything in general. Network communication as "the basis of human communication activity" is transforming all human communication. It makes the world local and the environment universal.

Mobile social networks such as Telegram, Instagram, WhatsApp and IMO have been welcomed by more and more people in Iran, and very soon they have become one of the important places to make friends, a place to talk and interact with old friends and fellow students, as well as a place to express and They have become expressions of political tendencies. Therefore, the study of these social networks will be helpful in understanding what tools and how users expressed themselves in social networks at different times, and also explaining how the public domain intended by Habermas is formed in social networks at different times. . The virtual space is a vast and complex world in which different groups and people with different tendencies, beliefs and convictions live.

●Objective:

Determining social factors affecting the use of mobile social networks by Zahedan youth.

●Research questions

The main question

What social factors have caused Zahedan youths to turn to mobile social networks?

Sub questions

1. What groups are the respondent's members of in mobile social networks?
2. To what extent do respondents use mobile social networks?
3. What is the type of activity of respondents in mobile social networks?
4. What are the contents of social networks according to respondents?
5. What is the opinion of the respondents about non-normative and unconventional content in social networks?
6. What are the most important advantages of social networks according to respondents?
7. What personal social characteristics (age, gender, education, income and occupation) do the respondents have in their tendency towards social networks?
8. What are the goals and functions of social networks according to the respondents?
9. What are the consequences and harmful effects of social networks?

●Research background

Bahmani (2013), in a research conducted at the Broadcasting Research Center in order to investigate the spread of mobile social networks among Tehrani citizens and the style of use of its users, showed that 50.6% of users are mostly fans of "Jok, Latifah and Humor" content. 30% are "social and cultural", 27% are "literary and artistic" and 19.5% are "psychology and educational teachings". 50.9% of users usually do not send "political and economic" content, 16.4% "environmental and urban issues", 15.3% "jack, jokes and humor" and 14.2% "religious and moral" content to others.

3. Methodology

The current research uses descriptive-post-event-comparative survey method.

Statistical population of the research and sample size:

The statistical population of this study is young people living in the urban areas of Zahedan. The number of young people living in Zahedan is 337,135 people. The sample size was calculated using Cochran's formula of 384 people.

And in order to implement the questionnaire at the city level, using the three-stage cluster method, the questionnaire has been completed from the selected samples.



Data analysis methods and tools: to analyze data using descriptive and inferential statistics methods. The reason for choosing socio-statistics is their availability and ability to answer research questions and use social networks.

4. Research findings:

The status of using mobile social networks

49% of respondents use mobile social networks; In such a way that 33.7% of the respondents use the social network "Telegram", 9% use the social network "WhatsApp", 6% use the social network "Instagram" and 0.3% use the social network "Line". 51% do not use mobile social networks "at all".

Table 1- Status of using mobile social networks

percent	frequency	answers
33/7	129	telegram
9	35	What's app
6	23	inestagram
0/3	1	line
51	196	No use
100	384	total

In total, about 88.2% of the variance of the dependent variable of using mobile social networks is explained by all variables, and only 11.8% is related to the amount of error (unknown factors).

Table 2- Distribution of direct effects on the dependent variable

(β)direct effects	Variable name
0/198	Intra personal terms
0/258	Increase awareness,data,content
0/286	Social problems,cultural,economy and political
0/273	Family and terms
0/323	Hygiene and personal health

5. Conclusion

The increase in the number of Internet users has been evident in previous years. So that the number of internet users in Iran increased by 17.5% last year. According to the announced indicators, the number of Internet users in Iran in 2015 was about 53.23 percent of the country's population, equal to 42,544,753 people. This amount has grown by 17.5% compared to 2014. In March 2014, the number of internet users in the country was equal to 45.3% of the country's population, equivalent to 36 million 206 thousand 600 people; Therefore, 6 million 337 thousand 953 people were added to the Internet users in Iran only in 2014-2015. (Monitoring Portal of Iranian Intelligence Society, April 1996).

In spite of all its advantages, virtual space has imposed a series of concerns on families. Excessive use of the Internet can cause problems for families, such as affecting interpersonal and family relationships in a negative way and increasing incompatibilities and increasing divorce, increasing mistrust and lying between family members, reducing verbal and face-to-face communication, reducing communication between parents and Children and escape from responsibility. In order to prevent and reduce social damage in the cyberspace, solutions have been proposed that can be effective if implemented in a timely and appropriate manner.

6. References used in the extended abstract

- Bahmani, Mehrzad, (2013); "Investigation of the spread of mobile social networks among Tehrani citizens and the usage style of its users", sound and visage Research Center.



بررسی علل جامعه شناختی گرایش به استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی (مورد مطالعه: جوانان زاهدانی)

*** سعید محمدی صادق

*** استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران sms@lihu.usb.ac.ir

*** دانشیار، گروه علوم اجتماعی دانشگاه سیستان و بلوچستان، زاهدان، ایران h.brahim@lihu.usb.ac.ir

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۴/۲۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۳/۱۰

صص: ۱-۲۴

چکیده

شبکه‌های اجتماعی تأثیر قابل ملاحظه‌ای بر زندگی جمعی و فردی انسان‌ها دارند و هر روز بر میزان و دامنه استفاده از آنها افزوده می‌شود. عوامل اجتماعی جزء عوامل بسیار تعیین کننده‌ای در زمینه استفاده از این نوع شبکه‌ها هستند. بنابراین، در این پژوهش تلاش شده است بر تأثیر این نوع عوامل از جمله خانواده، دوستان، خویشان، قومیت، رسانه و پایگاه اجتماعی بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی و تأثیر آن بر روابط بین فردی و خانوادگی جوانان زاهدانی پرداخته شود.

روش این پژوهش، پیمایش و نحوه گردآوری اطلاعات با استفاده از ابزار پرسشنامه مبتنی بر مصاحبه ساخت یافته است و حجم نمونه ۳۰۰ نفر می‌باشد. جهت استخراج داده‌های این پژوهش از نرم‌افزار SPSS و برای تحلیل داده‌ها از آزمون‌های آماری آنالیز واریانس، ضریب همبستگی برای شدت پیوند بین متغیرها به همراه سطح معنی‌داری آزمون (sig) استفاده گردید. این تحقیق در پی پاسخگویی به سؤالات میزان استفاده جوانان زاهدانی از شبکه‌های اجتماعی موبایلی چقدر است؟ و عوامل اجتماعی مؤثر بر استفاده جوانان زاهدانی از این شبکه‌های اجتماعی موبایلی کدامند می‌باشد. نتایج بدست آمده از این پژوهش نشان داد که ۴۹ درصد پاسخگویان از شبکه‌های اجتماعی موبایلی استفاده می‌کنند؛ به نحوی که ۳۳/۷ درصد پاسخگویان از شبکه اجتماعی «تلگرام»، ۹ درصد از شبکه اجتماعی «واتس آپ»، ۶ درصد از شبکه اجتماعی «اینستاگرام» و ۰/۳ درصد از شبکه اجتماعی «لین» استفاده می‌کنند. ۵۱ درصد «اصلاً» از شبکه‌های اجتماعی موبایلی استفاده نمی‌کنند.

عوامل اجتماعی‌ای از قبیل: روابط بین فردی، خانواده و روابط خانوادگی، بهداشت و سلامت فردی، آموزه‌های تربیتی و اخلاقی، افزایش آگاهی، اطلاعات و محتوا و مسائل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی می‌توانند در مجموع ۸۸/۲ درصد واریانس متغیر وابسته یعنی استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی را پیش‌بینی نمایند.

واژه‌های کلیدی: شبکه‌های اجتماعی موبایلی، عوامل اجتماعی، روابط خانوادگی، روابط بین فردی، مسائل اجتماعی فرهنگی، اقتصادی و سیاسی.

نوع مقاله: علمی

۱- مقدمه

دور و خدمات تلفن بین‌المللی از طریق اینترنت جای اشکال سنتی را خواهد گرفت. در مباحث آسیب‌شناختی نهاد خانواده، یکی از محورهای مهم، بررسی آسیب‌های ناشی از تحولات خانواده است. تحولاتی که خود منشأ بروز دگرگونی‌هایی عمیق و اساسی در نوع روابط و

فضای مجازی، جهان جدیدی خلق کرده است. خوش‌بینان به اثرات این فضا می‌گویند در این جهان جدید که آن را جامعه اطلاعاتی نامیده‌اند، آزادی‌های فکری، تحقیقاتی، آموزشی، تفریحی و شغلی رو به رشد خواهد بود و تجارت الکترونیک، خدمات بهداشتی و پزشکی راه



اجتماعی با خلق محیط‌های دوستانه امکان برقراری ارتباط و وفاق در زندگی اجتماعی را برای کاربران خود به ارمغان آورده‌اند.

شبکه‌های اجتماعی موبایلی نظیر تلگرام، اینستاگرام، واتس‌آپ و ایمو با استقبال فزاینده‌ای در ایران روبه شده‌اند و خیلی زود به یکی از مکان‌های مهم برای دوست‌یابی، محلی برای گفتگو و تعامل با دوستان قدیمی و هم‌دانشگاهی‌ها و همچنین مکانی برای بیان و ابراز گرایش‌های سیاسی تبدیل شده‌اند. بنابراین مطالعه این شبکه‌های اجتماعی در درک این موضوع که کاربران در زمان‌های مختلف با چه ابزارهایی و چگونه خود را در شبکه‌های اجتماعی ابراز می‌کردند و نیز تبیین این موضوع که حوزه عمومی مورد نظر هابرماس در زمان‌های متفاوت در شبکه‌های اجتماعی چگونه شکل می‌گیرد راه‌گشا خواهد بود. فضای مجازی دنیای وسیع و پیچیده‌ای است که گروه‌ها و افراد مختلف با گرایش‌ها، باورها و اعتقادات گوناگون در آن زندگی می‌کنند. واژه «زندگی» در این فضا به اشتباه به کار نرفته است چرا که این دنیا توأمان و همگام با دنیای واقعی و شاید بیشتر بر وجود آدمی و باورهایش اثر می‌گذارد. فضای مجازی مکانی است که فرد می‌تواند فعالیت‌های دنیای واقعی خود را وارد کند. از خصوصیات بارز این فضا بی‌مکانی و بی‌زمانی است. از بین رفتن فاصله مکانی و افزایش بی‌سابقه توان انسان‌ها برای مبادله و مراوده با یکدیگر فرایند هویت‌یابی جمعی افراد را دگرگون کرده است.

به دلیل شرایط بسته سیاسی در ایران و فعال نبودن و مشارکت پایین مردم در عرصه‌های عمومی، مطالعه شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان فضایی در خدمت کاربران ایرانی که در آن مشارکت فعالی دارند و به تبادل اطلاعات و ارتباطات خود در زمینه‌های متنوعی مانند مذهبی، اجتماعی، سیاسی و... در این عرصه می‌پردازند و صفحات شخصی افراد عضو و عضویت آنها در گروه‌ها و استفاده از برنامه‌های موجود در این شبکه‌های اجتماعی نشان‌دهنده علائق و سلیقه افراد در زمینه‌های متنوع است. این مطالب که فراگیری این پدیده در ایران را به خصوص در زاهدان نشان می‌دهد می‌تواند جزء دغدغه‌های اصلی برای دست‌اندرکاران قرار گیرد که در آینده این سیل هجوم جوانان به شبکه‌های اجتماعی به خصوص موبایلی چه تغییراتی در روند مسایل سیاسی، اقتصادی،

ارزش‌های خانوادگی می‌باشند. استفاده بیش از اندازه از اینترنت و نرم‌افزارهای پیام‌رسان موبایلی می‌تواند مشکلاتی را برای خانواده‌ها به وجود آورد از جمله تأثیر منفی بر روابط خانوادگی و افزایش ناسازگاری‌ها و بالا رفتن احتمال طلاق، افزایش بی‌اعتمادی و دروغ‌گویی بین اعضای خانواده، کاهش ارتباط‌های کلامی و چهره‌به‌چهره و کاهش ارتباط بین والدین و فرزندان و فرار از مسئولیت‌پذیری.

۲- بیان مسأله

ما در عصر شبکه‌ها زندگی می‌کنیم. زندگی ما با شبکه‌های اجتماعی پیوند خورده است. شبکه‌های ارتباطاتی در هم تنیده و به هم پیوسته تمامی حوزه‌ها، معانی و مفاهیم و به طور کلی همه چیز را تحت تأثیر قرار داده‌اند. ارتباطات شبکه‌ای به مثابه «اساس فعالیت ارتباطی انسان» در حال دگرگون ساختن همه ارتباطات انسانی است. جهان را بومی و بوم را جهانی می‌کند. این شبکه‌ها نیاز ما به دوست‌یابی، اطلاع‌رسانی، تبادل اطلاعات و نظرات را تأمین می‌کنند. اصطلاح «شبکه‌های اجتماعی» زیر مجموعه رسانه‌های اجتماعی قرار می‌گیرد. رسانه‌های اجتماعی، مفاهیمی کلان هستند که به واسطه پیدایی شبکه‌های جدید ارتباطی چون اینترنت و تلفن همراه پدید آمده‌اند. شبکه‌های اجتماعی به علت بی‌مکانی حاکم بر اینترنت، بر علائق افراد و گروه‌ها بنیان نهاده شده‌اند. در واقع شبکه‌های اجتماعی بر پایه مشارکت همگانی بنا شده‌اند. این وب‌سایت‌های شبکه اجتماعی با فراهم کردن انگیزه و هدف برای فعالیت در رسانه‌ای که پیش از این جذابیت کمی داشته، به طور فزاینده‌ای افراد را به دنیای آنلاین می‌کشند. عمده‌ترین محورهای این تکنولوژی‌های جدید رسانه‌ای استفاده همزمان از امکانات آنلاین و دیجیتال در ارتباط با مخاطب است. در این ارتباط جدید، رفتار مخاطب در برابر رسانه هم دچار دگرگونی شده و از مخاطب منفعل به مخاطب فعال تبدیل می‌شود. این رابطه دو سویه باعث ایجاد ساختاری نوین در نسل جدید رسانه‌ها می‌شود. در نسل جدید رسانه‌ها، برنامه‌ها علاوه بر «ارائه خطی» دارای خاصیت «گزینه‌ش» از طرف مخاطب نیز است.

وب‌سایت‌های شبکه اجتماعی تبدیل به پدیده‌ای جهانی شده‌اند و اجتماعاتی مانند تلگرام، اینستاگرام و واتس‌آپ میلیون‌ها نفر کاربر در ایران دارند. این شبکه‌های

۳. دستیابی به نوع فعالیت پاسخگویان در شبکه‌های اجتماعی موبایلی

۴. شناخت محتوای شبکه‌های اجتماعی از نظر پاسخگویان

۵. دستیابی به نظر پاسخگویان در مورد مطالب غیر هنجاری و غیر عرفی در شبکه‌های اجتماعی

۶. دستیابی به مهمترین مزیت شبکه‌های اجتماعی از نظر پاسخگویان

۷. دستیابی به علل گسترش شبکه‌های اجتماعی موبایلی در بین پاسخگویان

۸. دستیابی به ویژگی‌های فردی اجتماعی پاسخگویان (سن، جنس، تحصیلات، در آمد و شغل) جهت گرایش به شبکه‌های اجتماعی

۹. شناسایی اهداف و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی

۱۰. شناسایی پیامدها و آثار مخرب شبکه‌های اجتماعی

۵- ضرورت پژوهش

شبکه‌های اجتماعی از مهم‌ترین و مدرن‌ترین ابزار رسانه‌های عصر حاضر هستند. نقش جدی پایگاه‌های اجتماعی در اطلاع‌رسانی سریع و گسترده و تاثیرگذاری آنها بر جوامع، جایگاه ویژه‌ای را برای این دسته از پایگاه‌ها به وجود آورده است. مسأله اصلی اینجاست که با وجود تمامی مزایا و معایبی که در کاربرد شبکه‌های اجتماعی مطرح است باید اذعان داشت که بسیاری از جنبه‌های فضای شبکه‌های اجتماعی مجازی هنوز ناشناخته و پنهان مانده است. از این منظر شناخت و درک شبکه‌های اجتماعی از مهمترین گام‌هایی است که برای استفاده حداکثری از ظرفیت رسانه‌های اجتماعی در جهت منافع جامعه می‌توان برداشت. با وجود قابلیت‌های گسترده شبکه‌ها این موضوع مهم و پدیده نو در کشور ما مورد غفلت واقع شده است. با توجه به اهمیتی که شبکه‌های اجتماعی مجازی به خصوص موبایلی در پیشبرد اهداف دارند بررسی چالش‌ها و آسیب‌های این شبکه‌ها در استان زاهدان که دارای قومیت و بیشترین مذهب اهل سنت امری ضروری است امری ضروری تا در یابیم جوانان زاهدانی نیازهای خود را در زمینه‌های مختلف «تفریح و سرگرمی»، «آگاهی از اخبار و تحلیل‌های سیاسی»، «مباحث قومیتی»، «موضوعه‌ای هنری و فرهنگی» و... تا چه حد از طریق شبکه‌های اجتماعی موبایلی مرتفع می‌کنند؟ و این شبکه‌ها چه تاثیری در

فرهنگی، اجتماعی و به خصوص بهداشت روانی و فردی افراد ایجاد خواهد کرد. لذا سعی بر آن است که به بررسی علل و عوامل اجتماعی گرایش جوانان زاهدان به شبکه‌های اجتماعی موبایلی پرداخت تا بتوان برای آینده برنامه‌ریزی علمی و راهکارهای عملی جهت آسیب‌های ایجاد شده از این شبکه‌ها ارائه داد.

۳- سؤال‌های پژوهش

سؤال اصلی

چه عوامل اجتماعی سبب گرایش جوانان زاهدانی به شبکه‌های اجتماعی موبایلی شده است؟

سؤال‌های فرعی

۱. پاسخگویان در چه گروه‌هایی در شبکه‌های اجتماعی موبایلی عضو هستند؟

۲. تا چه میزان پاسخگویان از شبکه‌های اجتماعی موبایلی استفاده می‌کنند؟

۳. نوع فعالیت پاسخگویان در شبکه‌های اجتماعی موبایلی چیست؟

۴. شبکه‌های اجتماعی از نظر پاسخگویان چه محتوایی دارند؟

۵. نظر پاسخگویان در مورد مطالب غیرهنجاری و غیرعرفی در شبکه‌های اجتماعی چیست؟

۶. مهمترین مزیت‌های شبکه‌های اجتماعی از نظر پاسخگویان چیست؟

۷. در گرایش به شبکه‌های اجتماعی پاسخگویان از چه ویژگی‌های فردی اجتماعی (سن، جنس، تحصیلات، در آمد و شغل) برخوردارند؟

۸. اهداف و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی از نظر پاسخگویان چیست؟

۹. پیامدها و آثار مخرب شبکه‌های اجتماعی چیست؟

۴- اهداف پژوهش

هدف اصلی

تعیین عوامل اجتماعی مؤثر بر استفاده جوانان زاهدانی از شبکه‌های اجتماعی موبایلی.

اهداف فرعی

۱. دستیابی به میزان عضویت افراد در شبکه‌های اجتماعی موبایلی

۲. دستیابی به میزان استفاده پاسخگویان از شبکه‌های اجتماعی موبایلی



مفهوم فردگرایی شبکه‌ای را بری ولمن^۱ (۲۰۰۱)، بنیان نهاده است. به نظر وی، جامعه از شکلی از سازمان اجتماعی که ما به آن تعلق داشته‌ایم و در آن با گروه‌های کوچک به هم پیوسته و متجانس در تعامل بوده‌ایم، به شکلی که ما در آن به صورت فردی و با افراد مجزا، مستقل از تعلق آنان به گروه‌های اجتماعی، تعامل داریم، تغییر کرده است. افراد در خانواده به دنیا می‌آیند، در محله زندگی می‌کنند و در شرکت‌ها به کار می‌پردازند. در گذشته تعاملات اجتماعی آنها به این لایه‌های اجتماعی محدود بود و باید در این لایه‌ها با هم ارتباط برقرار می‌کردند، آشنا می‌شدند و وابستگی‌های نزدیک و یا دور اجتماعی پیدا می‌کردند.

۷- تعریف نظری و عملی متغیرهای مستقل و وابسته

متغیر وابسته: شبکه‌های اجتماعی موبایلی شبکه اجتماعی مجازی، خدمات آنلاینی هستند که به افراد اجازه می‌دهند در سیستمی مشخص و معین، پروفایل شخصی خود را داشته باشند، خود را به دیگران معرفی کنند، اطلاعاتشان را به اشتراک بگذارند و با دیگران ارتباط برقرار کنند. از این طریق افراد می‌توانند هم ارتباطشان با دیگران را حفظ کنند و هم ارتباط‌های اجتماعی جدیدی را شکل دهند. در واقع، شبکه‌های اجتماعی برای افزایش و تقویت تعاملات اجتماعی در فضای مجازی طراحی شده‌اند. به طور کلی، از طریق اطلاعاتی که بر روی پروفایل افراد قرار می‌گیرند، مانند عکس کاربر، اطلاعات شخصی و علایق (که همه اینها اطلاعاتی را در خصوص هویت فرد فراهم می‌آورد) برقراری ارتباط تسهیل می‌شود. کاربران می‌توانند پروفایل‌های دیگران را ببینند و از طریق برنامه‌های کاربردی مختلف مانند ایمیل و چت با یکدیگر ارتباط برقرار کنند.

خانواده: کهن‌ترین و اصیل‌ترین نهاد اجتماعی است که اعضای آن در تعامل با یکدیگر وظیفه رشد و تکامل را بر عهده دارند [۳۴].

قومیت: قومیت به دیدگاه‌ها و شیوه‌های عمل فرهنگی که اجتماعی معینی از مردم را متمایز می‌کند، اطلاق می‌شود. اعضای گروه‌های قومی، خود را از نظر فرهنگی متمایز از گروه‌بندی‌های دیگر در جامعه می‌دانند و دیگران آنها را همین گونه در نظر می‌گیرند [۴۵].

نگرش و رفتار جوانان در مسائل اجتماعی و فرهنگی دارد لذا ضروری است که به بررسی نظرات و دیدگاه‌های جوانان در این زمینه پرداخته شود.

۶- تعریف مفاهیم

شبکه اجتماعی

از گروه‌هایی عموماً فردی یا سازمانی تشکیل شده که از طریق یک یا چند نوع از وابستگی‌ها به هم متصل‌اند و در بستر یک جامعه اطلاعاتی پیچیده، کارکرد مؤثر شبکه همگرا را تصویر می‌کنند و موفقیت و محبوبیت روزافزون آنها به دلیل داشتن رنگ و بوی اجتماعی است [۵۵].

جامعه شبکه‌ای

جامعه شبکه‌ای جامعه‌ای است که در آن ترکیبی از شبکه‌های اجتماعی و شبکه‌های رسانه‌ای، مبانی و ساختارهای کلیدی جامعه را در هر سه سطح فردی، سازمانی و اجتماعی شکل می‌دهد. به اعتقاد وی جامعه به طور فزاینده سازمان‌دهی می‌شود و ارتباطات خود را تغییر می‌دهد و این تغییر به واسطه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات محقق شده است. بدین ترتیب، ارتباطات چهره به چهره افراد به ارتباطات مجازی از طریق شبکه‌های رسانه‌ای اجتماعی تغییر کرده است.

تعریف مفهومی موضوع

مفهوم شبکه اجتماعی، مبتنی بر تغییرات اجتماعی بسیاری می‌باشد که از طریق فناوری ایجاد شده است. یک بُعد اصلی این تغییر، ایجاد شرایط جدید فناورانه است که طی آن، فناوری‌های ارتباطی (از جمله اینترنت و تلفن‌های همراه) شکل‌گیری اشکال جدیدی از سازمان‌های اجتماعی و تعاملات اجتماعی را بر پایه شبکه‌های الکترونیکی میسر می‌کنند. فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، دلیل تغییرات اجتماعی نیستند اما زیرساخت‌هایی را برای امکان‌پذیر ساختن تغییر به وجود می‌آورند زیرا ارتباطات لازم را برای شکل‌گیری اشکال جدید محصولات، مدیریت سازمان و جهانی شدن فعالیت‌های اقتصادی فراهم می‌سازند. یک بُعد مهم دیگر شبکه اجتماعی، انتقال فرهنگ به ارتباطات نمادین و به سازمان اطراف سیستم الکترونیکی یکپارچه ارتباطات و سرگرمی است.

1 .Barry Wellman



هزینه زیاد، عرضه و استفاده می‌شود! در رتبه‌بندی نت ایندکس در رابطه با سرعت دانلود اینترنت موبایل، ایران در جایگاه ۹۸ از میان ۱۱۴ کشور جهان قرار دارد، مصر، بوسنی، اندونزی و فلسطین در این رده‌بندی بالاتر از ایران قرار گرفته‌اند. بر اساس این گزارش ایران در میان ۲۰۰ کشور جهان از نظر سرعت دانلود اینترنت پهن باند در رتبه ۱۴۷ قرار دارد.^۱

مک لوهان معتقد بود که تحت تأثیر وسایل ارتباط الکترونیکی، انسان‌ها وارد مرحله جدیدی از زندگی اجتماعی می‌شوند، این وسایل جدید به انحصار ارتباط چاپی پایان می‌دهد و بیان شفاهی و ادراک سمعی را احیاء می‌کند. اکنون تحت تأثیر وسایل الکترونیکی در راه ایجاد چنین جامعه‌ای طرز زندگی، نظام آموزشی، ادبیات، هنرها و به‌طور کلی همه نظام فرهنگ انسانی دگرگون شده است [۲۶].

رسانه‌ها را بسیاری، به‌درستی ابزار فرهنگی می‌دانند، زیرا از بطن فرهنگ برمی‌خیزند، با توجه به هر فرهنگ کاربردی متمایز می‌یابد و سپس بر جامعه تأثیر می‌گذارد. از طریق همین ابزار تهاجم فرهنگی صورت می‌پذیرد و ملل ضعیف عالم با فرهنگ کشی یا حذف مبانی خویش مواجه می‌شوند [۲۶].

پیام‌هایی که از رسانه‌ها (مانند اینترنت) پخش می‌شوند گاه در تعارض با ارزش‌ها و هنجارهای موجود در خانواده قرار می‌گیرد و موجب سر برآوردن چشم‌داشت‌هایی می‌شود که طرف مقابل از نظر فرهنگی و تربیتی قصد برآورده نمودن آن را ندارد زیرا پذیرش انتظارات جدید طرف مقابل و عمل به آن‌ها را به‌نوعی زیر سؤال بردن ارزش‌ها و هنجارهای پذیرفته شده خود می‌داند و آن‌ها را در تقابل با فرهنگ خود می‌بیند که این امر خود می‌تواند زمینه‌ساز بروز بحران‌های خانوادگی شود ([۴۴]).

۹- روش پژوهش

پژوهش حاضر از روش پیمایشی توصیفی- پس رویدادی -مقایسه‌ای استفاده می‌کند.

جامعه آماری: جوانان زاهدانی ساکن در مناطق شهری زاهدان

حجم نمونه: با استفاده از فرمول کوکران

۱. اینترنت سایت رویکرد اقتصادی ۱۳۹۴/۰۶/۱۸.

برای تشخیص دادن گروه‌های قومی مختلف از یکدیگر می‌توان به ویژگی‌های مختلفی اشاره کرد. رایج ترین آنها عبارتند از:

زبان، تاریخ یا تبار، مذهب، نوع پوشش و نحوه آرایش.

دوستان: جمع دوست است اما گاه به معنی مفرد استعمال می‌شود (لغت‌نامه دهخدا)

خویشان: [خوی/خی] خویش، اقارب، اقوام، منسوبان. (لغت‌نامه دهخدا)

جدول ۱- متغیرهای پژوهش، مقیاس متغیرها و نوع

متغیرها

نوع متغیر	مقیاس	نام متغیر	
مستقل	ترتیبی	خانواده و روابط خانوادگی	متغیرهای مستقل و وابسته
مستقل	ترتیبی	روابط بین فردی	
مستقل	ترتیبی	بهداشت و سلامت فردی	
مستقل	ترتیبی	آموزه‌های تربیتی و اخلاقی	
مستقل	ترتیبی	افزایش آگاهی، اطلاعات و محتوا	
مستقل	ترتیبی	مسائل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی	
وابسته	فاصله‌ای	میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی	متغیرهای جمعین شناختی
مستقل	اسمی	جنس	
مستقل	فاصله‌ای	سن	
مستقل	ترتیبی	تحصیلات	
مستقل	اسمی	وضعیت تأهل	
مستقل	اسمی	قومیت	
مستقل	اسمی	شغل	

۸- رسانه‌های نوین و تأثیرات آن‌ها

رواج گوشی‌های هوشمند تلفن همراه و شبکه‌های اجتماعی موبایلی، سبک و میزان استفاده از اینترنت را در ایران تغییر داده و به میان همه اعضای خانواده برده است. این در حالی است که اینترنت در ایران با سرعت پایین و

۱۱- پژوهش‌های انجام شده در ایران

زنگویی و سام‌بند، (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «بازنمایی هویت مجازی دانشجویان شهر تهران در شبکه‌های اجتماعی مجازی» تلاش کرده‌اند با بهره‌مندی از روش تحلیل محتوا، چگونگی بازنمایی هویت مجازی را مورد بررسی قرار دهند. در این تحقیق که با یک دستورالعمل، کدگذاری شده متشکل از ۲۰ متغیر تنظیم شده، پروفایل ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شده‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد؛ میان متغیرهای جنس و وضعیت تأهل و تعداد و محتوای بارگذاری شده و رعایت حجاب اسلامی در عکس‌های بارگذاری شده، رابطه وجود دارد. بازنمایی هویت مجازی به تفکیک دو متغیر جنس و وضعیت تأهل متفاوت است.

بشیر و افراسیابی (۱۳۹۱) در پژوهش خود با عنوان «شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان» با بهره‌مندی از روش پیمایش و پرسشنامه اینترنتی، به این نتیجه رسیدند که میان عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و نحوه اختصاص وقت به دیگر فعالیت‌های اجتماعی، ارتباط هست. همچنین عضویت در این شبکه‌های اجتماعی با مقوله‌هایی مانند شیوه ارتباط با جنس مخالف و محاورات اعضا در محیط بیرونی، ارتباط وجود دارد. بنابراین می‌توان گفت، میان عضویت در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان ارتباط وجود دارد.

بهمنی (۱۳۹۳)، در پژوهشی که در مرکز تحقیقات صداوسیما به‌منظور بررسی میزان گسترش شبکه‌های اجتماعی موبایلی در بین شهروندان تهرانی و سبک استفاده کاربران آن انجام گردید، نشان داد که ۵۰/۶ درصد از کاربران، بیشتر طرفدار محتواهای «جک، لطیفه و طنز»، ۳۰ درصد «اجتماعی و فرهنگی»، ۲۷ درصد «ادبی و هنری» و ۱۹/۵ درصد «روانشناسی و آموزه‌های تربیتی» هستند. ۵۰/۹ درصد از کاربران، معمولاً محتواهای «سیاسی و اقتصادی»، ۱۶/۴ درصد «محیط زیست و مسائل شهری»، ۱۵/۳ درصد «جک، لطیفه و طنز» و ۱۴/۲ درصد «مذهبی و اخلاقی» را به دیگران ارسال نمی‌کنند.

و جهت اجرای پرسشنامه در سطح شهر با استفاده از روش خوشه‌ای سه مرحله‌ای از نمونه‌های منتخب پرسشنامه تکمیل شده است.

روش‌ها و ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها: برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از دو روش آمار توصیفی و استنباطی.

دلیل انتخاب جامعه آماری: در دسترس بودن و توانایی آنان در پاسخ به سؤال‌های پژوهش و استفاده از شبکه‌های اجتماعی است.

۱۰- پیشینه پژوهش

پژوهش‌های انجام شده در جهان

تاکنون در خارج از ایران، روی شبکه‌های اجتماعی مجازی و الگوی استفاده نوجوانان از این شبکه‌ها پژوهش‌های فراوانی انجام گرفته است. در این جا برای پرهیز از طولانی شدن مطلب به چند مورد از این پژوهش‌ها اشاره می‌شود.

۱. یافته‌های پژوهشی تیلر (۲۰۱۲) نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترکیب با نفوذ قدرت‌های غربی، حرکتی را به سوی همگن سازی جهان آغاز کرده‌اند که سبب ایجاد تضاد و ستیز در جهان و حرکت برخی ملت‌ها به سوی شکست و تضعیف هویت ملی و سنت‌ها شده است. همچنین وی معتقد است که به واسطه این شبکه‌های اجتماعی مجازی، افراد قابل توجهی در سراسر دنیا در تعامل با یکدیگر قرار گرفته و با فرهنگ و عقاید بیگانه روبرو شده و در خصوص از دست دادن هویت‌های ملی و دینی‌شان احساس خطر کرده‌اند.

۲. (اسمیت، ۲۰۱۱)، نتایج پیمایشی که در سال ۲۰۱۱ از سوی مؤسسه پیو با عنوان «آمریکایی‌ها در شبکه‌های اجتماعی چه می‌کنند؟» انجام شد، نشان می‌دهد که کاربران شبکه‌های اجتماعی بیشتر از این رسانه‌ها به عنوان ابزارهای اجتماعی بهره می‌برند. نتایج همچنین حاکی از این است که ۶۷ درصد از کاربران برای حفظ ارتباط با دوستان از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، ۶۴ درصد ارتباط با خانواده، ۵۰ درصد تماشای محتوای صفحه دوستان، ۱۴ درصد اتصال به دیگران به منظور سرگرمی، ۹ درصد شکل‌گیری دوستی‌های جدید، ۵ درصد خواندن دیدگاه‌های مشاهیر و ۳ درصد پیگیری روابط عاشقانه را دلیل اصلی استفاده از شبکه‌های اجتماعی بیان کرده‌اند.

۱۲- نظریه ارتباطی فضای مجازی

نظریه دو فضایی شدن جهان، به‌عنوان چارچوب نظری این پژوهش در نظر گرفته‌شده که به‌اختصار به آن اشاره می‌شود.

- دو فضایی شدن جهان، مهم‌ترین تحول ساختاری در مسیر زندگی به‌طور عام و خانواده به‌طور خاص، دو فضایی شدن جهان و یا ظهور پارادایم ارتباطی جدیدی به نام دوج جهانی شدن است. مطالعه خانواده تحت تأثیر فضای مجازی و دو جهانی شدن امری ضروری است، زیرا امروزه عرصه‌های تخصصی همچون پژوهش نیز در این بستر قابل‌مطالعه‌اند. با به وجود آمدن فضای مجازی و پیدایش روش‌های جدید انجام تحقیقات، بازنگری در مفاهیم علوم اجتماعی و نیز روش‌های تحقیقات ضروری شده است [۳۴]. دو فضایی شدن جهان پیامدهای جدی را در

خصوص ارزش‌های اخلاقی خانواده داشته است که می‌توان آن را در دو سطح پیامدهای فوری و پیامدهای آینده و ماندگار بررسی کرد. تکثر فرهنگی و تجزیه ارتباطی دو پیامد فوری فضای مجازی در خانواده است. نسبت‌گرایی دینی، توسعه احساس فقر، کاهش واقعیت‌گرایی، از بین رفتن جهت زندگی و توسعه افراطی سکولاریسم و بنیادگرایی دینی پیامدهای ماندگار فضای مجازی است [۴۴].

۱۳- چهارچوب نظری

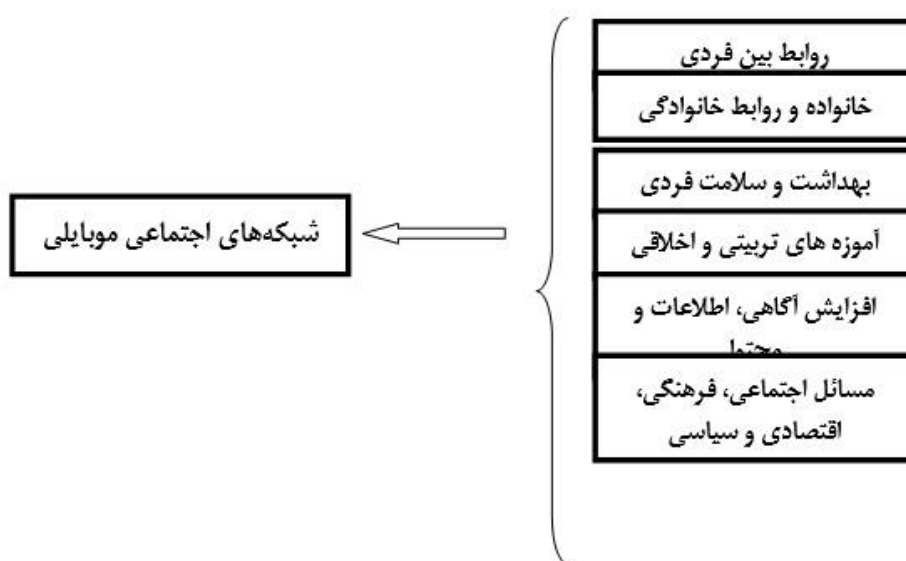
در این قسمت، با توجه به دیدگاه‌های مطروحه و تجربیات و مطالعه‌های مقدماتی پژوهش، برخی از نظریات و مفاهیم مرتبط با آن را که در کار تحلیل عوامل اجتماعی مؤثر بر استفاده جوانان زاهدانی از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، رادرچارچوب جدول زیر نشان می‌دهیم.

جدول ۲. نظریه پردازان، نظریه‌ها و نتایج

نتایج	نظریه	نظریه‌پرداز یا محقق
افزایش سابقه کاربری کاربران در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی میزان ارتباطات غیرعینی (مجازی) آنها را افزایش می‌دهد.	فعالیت‌های انسانی تنها به وسیله کنشگران پدید نمی‌آیند بلکه از طریق راه‌هایی که کنشگران برای ابراز وجودشان در پیش می‌گیرند پیوسته باز ایجاد می‌شوند. عوامل اجتماعی از طریق فعالیت‌هایشان شرایطی را ایجاد می‌کنند که این فعالیت‌ها را امکان‌پذیر می‌کند.	گیدنز
افزایش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و یا سایر امکانات اینترنت موجب کاهش انزوای اجتماعی می‌گردد.	اینترنت دنیای تازه‌ای است که در تعارض با دنیای قدیمی است و در آن دنیای مجازی (فضای سایبری) به تدریج جایگزین دنیای واقعی خواهد شد.	مک لوهان و دانیل بل
افزایش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و یا سایر امکانات اینترنت موجب کاهش انزوای اجتماعی می‌گردد.	اینترنت سبب تنبلی‌های جسمی و کم تحرکی شده و تلاش برای برقراری روابط با دیگران را در دنیای واقعی کاهش و منجر به انزوای اجتماعی می‌شود.	دل
با افزایش سابقه کاربری کاربران در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی میزان ارتباطات خانوادگی آنها کاهش می‌یابد.	افراد که بیشتر از اینترنت استفاده می‌کنند ارتباط کمتری با مادر و دوستان خود دارند	ساندرز
افزایش گمنامی کاربران در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی موجب افزایش غلبه بر تنهایی می‌گردد.	اثرات درازمدت بیش از اثرات کوتاه مدت مورد توجه قرار می‌گیرد، یا به نوعی اگر از یک پیام به طور طولانی مدت استفاده شود تأثیر آن پیام بیشتر است.	والدهال (تئوری ارتباط جمعی)
	استفاده از اینترنت، مرز منزل و محل کار را در هم می‌شکند و موجب انتقال کار به خانه می‌شود لذا افراد به جای ارتباط با خانواده، دوستان و سایر فعالیت‌ها، مشغول انجام کاری خاص می‌شوند.	جواهری و باقری
افزایش گمنامی کاربران در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی موجب افزایش غلبه بر تنهایی می‌گردد.	کاربران این شبکه‌ها به دلیل گمنامی، تعاملات اجتماعی خود را کنترل کرده و با روابط دوستانه خود مهارت‌های اجتماعی تازه‌ای کسب نموده و از این طریق اضطراب اجتماعی خود را کاهش داده و بر تنهایی خود غلبه می‌نمایند.	توکلی

روابط اجتماعی کاربران بیش از روابط اجتماعی کاربران غیراجتماعی است.	درصد زیادی از کاربران اینترنت، به اشتراک مطالبی چون فایل‌های ویدئویی، عکس و متن (درسی و غیردرسی) می‌پردازند. درصدی نیز صاحب وبلاگ هستند و اینترنت را به تلویزیون و سینما ترجیح می‌دهند. همچنین کاربران برای یافتن سایت‌های سرگرمی، ارسال فوری پیام، دریافت اطلاعات برای سرگرمی‌های خاص فردی، استفاده از اخبار، چت یا گپ اینترنتی، دانلود موسیقی و خرید آنلاین نیز از اینترنت استفاده می‌کنند.	مؤسسه پژوهشی پیو
--------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------

۱۴- مدل مفهومی:



۱۵- یافته‌های پژوهش:

روش گردآوری اطلاعات

روش گردآوری اطلاعات در این تحقیق مصاحبه حضوری با فرد پاسخگو (نمونه انتخابی) و پرس و جوی شخصی است. محقق، نمونه‌های خود را با واحد فرد با مراجعه به بلوک‌های مسکونی مطابق با نمونه سیستماتیک مشخص شده از فهرست بلوک‌های مناطق مسکونی شهر زاهدان انتخاب کرده و پس از انجام مرحله گردآوری اطلاعات، کار کنترل و بازبینی پرسشنامه با دقت و جدیت انجام شده است.

۱۶- ابزار گردآوری اطلاعات

ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش، انحصاراً پرسشنامه ساخت‌دار و محقق ساخته (با تلفیقی از انواع سؤال‌های باز بسته) است. پرسشنامه‌ها پس از تکمیل و بازبینی به مرحله کدگذاری و ورود اطلاعات وارد شده و در نهایت، استخراج توسط نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۳ انجام شده و داده‌ها در این نرم‌افزار مورد پردازش و تحلیل قرار گرفته‌اند.

۱۷- جامعه آماری تحقیق و حجم نمونه:

جامعه آماری این مطالعه جوانان ساکن در مناطق شهری زاهدان است. تعداد جوانان ساکن در شهر زاهدان ۳۳۷۱۳۵ نفر است. و حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۴ نفر محاسبه گردید.

۱۸- یافته‌های توصیفی

وضعیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی

۴۹ درصد پاسخگویان از شبکه‌های اجتماعی موبایلی استفاده می‌کنند؛ به نحوی که ۳۳/۷ درصد پاسخگویان از شبکه اجتماعی «تلگرام»، ۹ درصد از شبکه اجتماعی «واتس آپ»، ۶ درصد از شبکه اجتماعی «اینستاگرام» و ۰/۳ درصد از شبکه اجتماعی «لین» استفاده می‌کنند. ۵۱ درصد «اصلاً» از شبکه‌های اجتماعی موبایلی استفاده نمی‌کنند.

۴۹ درصد پاسخگویان از شبکه‌های اجتماعی موبایلی استفاده می‌کنند؛ به نحوی که ۳۳/۷ درصد پاسخگویان از شبکه اجتماعی «تلگرام»، ۹ درصد از شبکه اجتماعی «واتس آپ»، ۶ درصد از شبکه اجتماعی «اینستاگرام» و



جدول ۵. مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی به دقیقه

مدت (دقیقه)	فراوانی	درصد
۳۰ دقیقه و کمتر	۱۹	۱۰/۲
۳۱-۶۰ (دقیقه)	۳۷	۱۹/۷
۶۱-۱۲۰ (دقیقه)	۵۷	۳۰/۶
۱۲۱-۱۸۰ (دقیقه)	۴۰	۲۱/۱
۱۸۱ دقیقه و بیشتر	۳۵	۱۸/۴
جمع	۱۸۸	۱۰۰

پیگیری اخبار و مسائل روز کشور از سوی کاربران شبکه‌های اجتماعی موبایلی ۵۱/۷ درصد کاربران شبکه‌های اجتماعی از «صداوسیما»، ۳۸/۸ درصد از «تلگرام، وایبر، واتس آپ و ...»، ۳/۴ درصد از «ماهواره»، ۲/۷ درصد از «دوستان و آشنایان» و ۰/۷ درصد از «سایت‌های خبری اینترنتی» برای پیگیری اخبار و مسائل روز کشور استفاده می‌کنند. ۲/۷ درصد کاربران در خصوص منبع پیگیری اخبار و مسائل روز کشور پاسخی نداده‌اند.

جدول ۶. پیگیری اخبار و مسائل روز کشور از سوی

کاربران شبکه‌های اجتماعی

پاسخ‌ها	فراوانی	درصد
صداوسیما	۹۸	۵۱/۷
تلگرام، وایبر، واتس آپ و ...	۷۳	۳۸/۸
ماهواره	۶	۳/۴
دوستان و آشنایان	۵	۲/۷
سایت‌های خبری اینترنتی	۱	۰/۷
بی‌پاسخ	۵	۲/۷
جمع	۱۸۸	۱۰۰

۲۱- موقعیت‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی در بین کاربران

۷۶/۹ درصد کاربران شبکه‌های اجتماعی در «اتوبوس، تاکسی، زمان‌های انتظار و ...»، ۱۳/۶ درصد در «محل کار» و ۶/۸ درصد در «مدرسه و دانشگاه» از شبکه‌های اجتماعی موبایلی استفاده می‌کنند.

۳/۰ درصد از شبکه اجتماعی «لین» استفاده می‌کنند. ۵۱ درصد «اصلاً» از شبکه‌های اجتماعی موبایلی استفاده نمی‌کنند.

جدول ۳. وضعیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی

پاسخ‌ها	فراوانی	درصد
تلگرام	۱۲۹	۳۳/۷
واتس آپ	۳۵	۹
اینستاگرام	۲۳	۶
لین	۱	۰/۳
استفاده نمی‌کنم (اصلاً)	۱۹۶	۵۱
جمع	۳۸۴	۱۰۰

۱۹- دلایل استفاده نکردن از شبکه‌های اجتماعی موبایلی

دلایل غیرکاربران برای استفاده نکردن از شبکه‌های اجتماعی (۵۱ درصد از کل پاسخگویان)؛ به ترتیب عبارتند از: «عضو این شبکه‌ها نبودن» (۴۲/۵ درصد)، «وقت نداشتن» (۳۵/۹ درصد)، «نحوه کار با آنها را بلد نبودن» (۱۰/۵ درصد)، «گوشی ساده داشتن» (۷/۲ درصد) و «علاقه نداشتن» (۳/۹ درصد).

جدول ۴. دلایل استفاده نکردن از شبکه‌های اجتماعی

موبایلی

پاسخ‌ها	فراوانی	درصد
عضو این شبکه‌ها نبودن	۸۳	۴۲/۵
وقت نداشتن	۷۰	۳۵/۹
نحوه کار با آنها را بلد نبودن	۲۱	۱۰/۵
گوشی ساده داشتن	۱۴	۷/۲
علاقه نداشتن	۸	۳/۹
جمع	۱۹۶	۱۰۰

۲۰- مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی در بین کاربران

۱۰/۲ درصد کاربران شبکه‌های اجتماعی «۳۰ دقیقه و کمتر»، ۱۹/۷ درصد «۳۱-۶۰ دقیقه»، ۳۰/۶ درصد «۶۱-۱۲۰ دقیقه»، ۲۱/۱ درصد «۱۲۱-۱۸۰ دقیقه» و ۱۸/۴ درصد «۱۸۱ دقیقه و بیشتر» روزانه از شبکه‌های اجتماعی موبایلی استفاده می‌کنند. میانگین استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی در میان کاربران این شبکه‌ها ۲ ساعت ۲۷ دقیقه در روز است.



جدول ۷. موقعیت‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی

موبایلی در بین کاربران

پاسخ‌ها	فراوانی	درصد
اتوبوس، تاکسی، زمان‌های انتظار و ...	۱۵۰	۷۹/۶
محل کار	۲۵	۱۳/۶
مدرسه و دانشگاه	۱۳	۶/۸
جمع	۱۸۸	۱۰۰

۲۲- روابط بین فردی

شاخص روابط بین فردی از میزان موافقت/مخالفت کاربران شبکه‌های اجتماعی با گزاره‌هایی درباره شبکه‌های اجتماعی موبایلی حاصل شده است. میزان موافقت (درصد کاملاً موافق یا موافق) کاربران با این گزاره‌ها عبارت‌اند از: «شبکه‌های اجتماعی سبب ارتباط راحت‌تر با دیگران

می‌شود» (۹۲/۵ درصد)، «شبکه‌های اجتماعی سبب برقراری ارتباط بیشتر با دیگران می‌شود» (۸۵/۷ درصد)، «شبکه‌های اجتماعی صله رحم را از بین می‌برد» (۶۸/۷ درصد)، «شبکه‌های اجتماعی موجب منزوی شدن افراد می‌شود» (۶۳/۳ درصد)، «شبکه‌های اجتماعی روابط اجتماعی میان مردم را تقویت می‌کند» (۵۵/۸ درصد) و «شبکه‌های اجتماعی باعث افزایش دوستی‌های سالم می‌شود» (۵۵/۷ درصد). با هم جهت کردن گزاره‌ها و دوباره دسته بندی کردن، شاخص روابط بین فردی در یک طیف ۴ درجه‌ای حاصل می‌شود. در این شاخص (روابط بین فردی) ۵۹/۹ درصد کاربران «کاملاً موافق یا موافق» و ۴۰/۱ درصد کاربران «مخالف یا کاملاً مخالف» با گزاره‌های روابط بین فردی هستند.

جدول ۸. میزان موافقت/مخالفت کاربران با گزاره‌هایی درباره شبکه‌های اجتماعی موبایلی در شاخص روابط بین فردی

میانگین	جمع	کاملاً مخالف	مخالف	موافق	کاملاً موافق	کمیت	میزان موافقت/مخالفت
							گزاره‌ها (جملات)
۲/۵۹	۱۸۸	۵	۷۸	۹۵	۱۰	تعداد	شبکه‌های اجتماعی باعث افزایش دوستی‌های سالم می‌شود.
	۱۰۰	۲/۷	۴۱/۵	۵۰/۳	۵/۴	درصد	
۲/۵۶	۱۸۸	۶	۷۷	۹۹	۶	تعداد	شبکه‌های اجتماعی روابط اجتماعی میان مردم را تقویت می‌کند.
	۱۰۰	۳/۴	۴۰/۸	۵۲/۴	۳/۴	درصد	
۲/۸۱	۱۸۸	۶	۶۳	۷۹	۴۰	تعداد	شبکه‌های اجتماعی موجب منزوی شدن افراد می‌شود.
	۱۰۰	۳/۴	۳۳/۳	۴۲/۲	۲۱/۱	درصد	
۳/۰۴	۱۸۸	۰	۲۷	۱۲۶	۳۵	تعداد	شبکه‌های اجتماعی سبب برقراری ارتباط بیشتر با دیگران می‌شود.
	۱۰۰	۰	۱۴/۳	۶۷/۳	۱۸/۴	درصد	
۲/۹۰	۱۸۸	۵	۵۴	۸۴	۴۵	تعداد	شبکه‌های اجتماعی صله رحم را از بین می‌برد.
	۱۰۰	۲/۷	۲۸/۶	۴۴/۹	۲۳/۸	درصد	
۳/۰۵	۱۸۸	۰	۱۴	۱۵۱	۲۳	تعداد	شبکه‌های اجتماعی سبب ارتباط راحت‌تر با دیگران می‌شود.
	۱۰۰	۰	۷/۵	۸۰/۳	۱۲/۲	درصد	
۲/۶۰	۱۸۸	۱۵	۶۰	۹۹	۱۴	تعداد	شاخص روابط بین فردی
	۱۰۰	۸/۱	۳۲	۵۲/۴	۷/۵	درصد	

۲۳- خانواده و روابط خانوادگی

ازدواج جوانان آسیب می‌رساند» (۶۴درصد) و « شبکه‌های اجتماعی آمارطلاق را افزایش می‌دهد» (۷۴/۹درصد). با هم جهت کردن گزاره‌ها و دوباره دسته بندی کردن، شاخص خانواده و روابط خانوادگی در یک طیف ۴ درجه‌ای حاصل می‌شود. در این شاخص (خانواده و روابط خانوادگی) ۶۱/۹درصد کاربران «کاملاً موافق یا موافق» و ۳۸/۱درصد کاربران «مخالف یا کاملاً مخالف» با گزاره‌های خانواده و روابط خانوادگی هستند.

شاخص خانواده و روابط خانوادگی از میزان موافقت/ مخالفت کاربران شبکه‌های اجتماعی با گزاره‌هایی درباره شبکه‌های اجتماعی موبایلی حاصل شده است. میزان موافقت (درصد کاملاً موافق یا موافق) کاربران با این گزاره‌ها عبارت‌اند از: «شبکه‌های اجتماعی موجب تزلزل بنیان خانواده و اعضای آن می‌شود» (۵۵/۸درصد)، «شبکه‌های اجتماعی باعث از بین رفتن حریم و احترام در خانواده می‌شود» (۵۲/۴درصد)، «شبکه‌های اجتماعی به

جدول ۹. میزان موافقت/مخالفت کاربران با گزاره‌هایی درباره شبکه‌های اجتماعی موبایلی در شاخص خانواده و روابط خانوادگی

میانگین	جمع	کاملاً مخالف	مخالف	موافق	کاملاً موافق	کمیت	میزان موافقت/مخالفت
							گزاره‌ها (جملات)
۲/۶۷	۱۸۸	۱۵	۶۸	۶۸	۳۷	تعداد	شبکه‌های اجتماعی موجب تزلزل بنیان خانواده و اعضای آن می‌شود.
	۱۰۰	۸/۲	۳۶/۱	۳۶/۱	۱۹/۷	درصد	
۲/۶۱	۱۸۸	۹	۸۱	۷۳	۲۵	تعداد	شبکه‌های اجتماعی باعث از بین رفتن حریم و احترام در خانواده می‌شود.
	۱۰۰	۴/۸	۴۲/۹	۳۸/۸	۱۳/۶	درصد	
۲/۷۳	۱۸۸	۴	۶۴	۹۸	۲۲	تعداد	شبکه‌های اجتماعی به ازدواج جوانان آسیب می‌رساند.
	۱۰۰	۲	۳۴	۵۲/۴	۱۱/۶	درصد	
۲/۹۰	۱۸۸	۵	۴۲	۱۰۶	۳۵	تعداد	شبکه‌های اجتماعی آمارطلاق را افزایش می‌دهد.
	۱۰۰	۲/۷	۲۲/۴	۵۶/۵	۱۸/۴	درصد	
۲/۷۳	۱۸۸	۸	۶۴	۸۷	۲۹	تعداد	شاخص خانواده و روابط خانوادگی
	۱۰۰	۴/۱	۳۴	۴۶/۳	۱۵/۶	درصد	

۲۴- بهداشت و سلامت فردی

جهت کردن گزاره‌ها و دوباره دسته بندی کردن، شاخص بهداشت و سلامت فردی در یک طیف ۴ درجه‌ای حاصل می‌شود. در این شاخص (بهداشت و سلامت فردی) ۷۳/۵درصد کاربران «کاملاً موافق یا موافق» و ۲۶/۵درصد کاربران «مخالف یا کاملاً مخالف» با گزاره‌های بهداشت و سلامت فردی هستند. میانگین شاخص بهداشت و سلامت فردی در بین کاربران ۲/۹۳ است.

شاخص بهداشت و سلامت فردی از میزان موافقت/مخالفت کاربران شبکه‌های اجتماعی با گزاره‌هایی درباره شبکه‌های اجتماعی موبایلی حاصل شده است. میزان موافقت (درصد کاملاً موافق یا موافق) کاربران با این گزاره‌ها عبارت‌اند از: «شبکه‌های اجتماعی برای سلامتی (چشم) ضرر دارد» (۹۰/۵درصد)، «شبکه‌های اجتماعی باعث کم تحرکی می‌شود» (۸۴/۴درصد)، «شبکه‌های اجتماعی موجب آسیب فکری و اخلاقی می‌شود» (۷۰/۱درصد)، «شبکه‌های اجتماعی باعث آسیب‌های مغزی و آلزایمر می‌شود» (۶۶/۷درصد) و «شبکه‌های اجتماعی باعث بلوغ زودرس می‌شود» (۵۴/۵درصد). با هم



جدول ۱۰. میزان موافقت/مخالفت کاربران با گزاره‌هایی درباره شبکه‌های اجتماعی موبایلی در شاخص بهداشت و سلامت فردی

میانگین	جمع	کاملاً مخالف	مخالف	موافق	کاملاً موافق	کمیت	میزان موافقت/مخالفت
							گزاره‌ها (جملات)
۳/۳۲	۱۸۸	۰	۱۸	۹۲	۷۸	تعداد	شبکه‌های اجتماعی برای سلامتی (چشم) ضرر دارد.
	۱۰۰	۰	۹/۵	۴۹	۴۱/۵	درصد	
۳/۱۲	۱۸۸	۱	۲۸	۱۰۵	۵۴	تعداد	شبکه‌های اجتماعی باعث کم تحرکی می‌شود.
	۱۰۰	۰/۷	۱۵	۵۵/۸	۲۸/۶	درصد	
۲/۸۴	۱۸۸	۵	۵۱	۱۰۰	۳۲	تعداد	شبکه‌های اجتماعی موجب آسیب فکری و اخلاقی می‌شود.
	۱۰۰	۲/۷	۲۷/۲	۵۲/۱	۱۷	درصد	
۲/۷۸	۱۸۸	۴	۵۹	۱۰۰	۲۵	تعداد	شبکه‌های اجتماعی باعث آسیب‌های مغزی و آلزایمر می‌شود.
	۱۰۰	۲	۳۱/۳	۵۲/۱	۱۳/۶	درصد	
۲/۶۰	۱۸۸	۵	۸۱	۸۷	۱۵	تعداد	شبکه‌های اجتماعی باعث بلوغ زودرس می‌شود.
	۱۰۰	۲/۷	۴۲/۹	۴۶/۳	۸/۲	درصد	
۲/۹۳	۱۸۸	۲	۴۷	۹۸	۴۱	تعداد	شاخص بهداشت و سلامت فردی
	۱۰۰	۱/۳	۲۵/۲	۵۱/۷	۲۱/۸	درصد	

۲۵- آموزه‌های تربیتی و اخلاقی

می‌برد» (۷۶/۹ درصد)، «شبکه‌های اجتماعی باعث رواج فضای دروغ‌گویی و نیرنگ می‌شود» (۷۷/۶ درصد)، «شبکه‌های اجتماعی موجب تضعیف اعتقادات جوانان می‌شود» (۶۱/۲ درصد). با هم جهت کردن گزاره‌ها و دوباره دسته بندی کردن، شاخص آموزه‌های تربیتی و اخلاقی در یک طیف ۴ درجه‌ای حاصل می‌شود. در این شاخص (آموزه‌های تربیتی) ۷۰/۷ درصد کاربران «کاملاً موافق یا موافق» و ۲۹/۳ درصد کاربران «مخالف یا کاملاً مخالف» با گزاره‌های آموزه‌های تربیتی و اخلاقی مطرح شده هستند. میانگین شاخص آموزه‌های تربیتی و اخلاقی در بین کاربران ۲/۸۸ است.

شاخص آموزه‌های تربیتی و اخلاقی از میزان موافقت/مخالفت کاربران شبکه‌های اجتماعی با گزاره‌هایی درباره شبکه‌های اجتماعی موبایلی حاصل شده است. میزان موافقت (درصد کاملاً موافق یا موافق) کاربران با این گزاره‌ها عبارت‌اند از: «شبکه‌های اجتماعی احساس پوچی و بی‌هدفی را در بین جوانان افزایش می‌دهد» (۵۵/۷ درصد)، «شبکه‌های اجتماعی باعث گسترش بی‌حجابی و بی‌عفتی می‌شود» (۷۲/۸ درصد)، «شبکه‌های اجتماعی تأثیر منفی در تربیت نوجوانان دارد» (۸۲/۳ درصد) و «شبکه‌های اجتماعی توقع جوانان را بالا

جدول ۱۱. میزان موافقت/مخالفت کاربران با گزاره‌هایی درباره شبکه‌های اجتماعی موبایلی در شاخص آموزه‌های تربیتی

و اخلاقی

میانگین	جمع	کاملاً مخالف	مخالف	موافق	کاملاً موافق	کمیت	میزان موافقت/مخالفت
							گزاره‌ها (جملات)
۲/۶۰	۱۸۸	۹	۷۴	۸۸	۱۷	تعداد	شبکه‌های اجتماعی احساس پوچی و بی‌هدفی را در بین جوانان افزایش می‌دهد.
	۱۰۰	۴/۸	۳۹/۵	۴۶/۹	۸/۸	درصد	
۲/۹۶	۱۸۸	۶	۴۵	۸۷	۵۰	تعداد	شبکه‌های اجتماعی باعث گسترش بی‌حجابی و بی‌عفتی می‌شود.
	۱۰۰	۳/۴	۲۳/۸	۴۶/۳	۲۶/۵	درصد	

۳/۰۴	۱۸۸	۳	۳۱	۱۱۱	۴۳	تعداد	شبکه‌های اجتماعی تأثیر منفی در تربیت نوجوانان دارد.
	۱۰۰	۱/۴	۱۶/۳	۵۹/۲	۲۳/۱	درصد	
۲/۹۰	۱۸۸	۳	۴۱	۱۱۶	۲۸	تعداد	شبکه‌های اجتماعی توقع جوانان را بالا می‌برد.
	۱۰۰	۱/۴	۲۱/۷	۶۱/۹	۱۵	درصد	
۲/۹۸	۱۸۸	۳	۴۰	۱۰۳	۴۲	تعداد	شبکه‌های اجتماعی باعث رواج فضای دروغ‌گویی و نیرنگ می‌شود.
	۱۰۰	۱/۴	۲۱/۱	۵۵/۱	۲۲/۵	درصد	
۲/۷۸	۱۸۸	۶	۶۷	۷۷	۳۸	تعداد	شبکه‌های اجتماعی موجب تضعیف اعتقادات جوانان می‌شود.
	۱۰۰	۳/۴	۳۵/۴	۴۰/۸	۲۰/۴	درصد	
۲/۸۸	۱۸۸	۵	۵۰	۹۷	۳۶	تعداد	شاخص آموزه‌های تربیتی و اخلاقی
	۱۰۰	۲/۸	۲۶/۵	۵۱/۷	۱۹	درصد	

(۸۷درصد)، «شبکه‌های اجتماعی سبب بالا رفتن اطلاعات علمی می‌شود» (۸۷درصد) و «شبکه‌های اجتماعی سبب بالا رفتن آگاهی سیاسی می‌شود» (۸۵درصد). با هم جهت کردن گزاره‌ها و دوباره دسته بندی کردن، شاخص افزایش آگاهی، اطلاعات و محتوا در یک طیف ۴ درجه‌ای حاصل می‌شود. در این شاخص (افزایش آگاهی، اطلاعات و محتوا) ۸۹/۸ درصد کاربران «کاملاً موافق یا موافق» و ۱۰/۲ درصد کاربران «مخالف یا کاملاً مخالف» با گزاره‌های افزایش آگاهی، اطلاعات و محتوا هستند. میانگین شاخص افزایش آگاهی، اطلاعات و محتوا در بین کاربران ۳/۰۶ است.

۲۶- افزایش آگاهی، اطلاعات و محتوا

شاخص افزایش آگاهی اطلاعات و محتوا از میزان موافقت/ مخالفت کاربران شبکه‌های اجتماعی با گزاره‌هایی درباره شبکه‌های اجتماعی موبایلی حاصل شده است. میزان موافقت (درصد کاملاً موافق یا موافق) کاربران با این گزاره‌ها عبارت‌اند از: «شبکه‌های اجتماعی سبب دسترسی راحت به محتواهای مورد علاقه می‌شود» (۹۴/۶درصد)، «شبکه‌های اجتماعی سبب به روز رسانی اطلاعات می‌شود» (۹۲/۵درصد)، «شبکه‌های اجتماعی سبب دسترسی به محتواهای مورد علاقه می‌شود» (۹۱/۱درصد)، «شبکه‌های اجتماعی سبب بالا رفتن آگاهی می‌شود»

جدول ۱۲. میزان موافقت/ مخالفت کاربران با گزاره‌هایی درباره شبکه‌های اجتماعی موبایلی در شاخص افزایش آگاهی، اطلاعات و محتوا

گزاره‌ها (جملات)	میزان موافقت/مخالفت	کمیت	کاملاً موافق	موافق	مخالف	کاملاً مخالف	جمع	میانگین
شبکه‌های اجتماعی سبب بالا رفتن آگاهی می‌شود.	تعداد	۳۶	۱۲۸	۲۱	۳	۱۸۸	۳/۰۵	
	درصد	۱۹	۶۸	۱۱/۶	۱/۴	۱۰۰		
شبکه‌های اجتماعی سبب دسترسی به محتواهای مورد علاقه می‌شود.	تعداد	۵۰	۱۲۱	۱۷	۰	۱۸۸	۳/۱۸	
	درصد	۲۶/۵	۶۴/۶	۸/۹	۰	۱۰۰		
شبکه‌های اجتماعی سبب بالا رفتن اطلاعات علمی می‌شود.	تعداد	۳۶	۱۲۸	۲۳	۱	۱۸۸	۳/۰۵	
	درصد	۱۹	۶۸	۱۲/۲	۰/۷	۱۰۰		
شبکه‌های اجتماعی سبب بالا رفتن آگاهی سیاسی می‌شود.	تعداد	۱۹	۱۴۱	۲۸	۰	۱۸۸	۲/۹۵	
	درصد	۱۰/۲	۷۴/۸	۱۵	۰	۱۰۰		
شبکه‌های اجتماعی سبب به روز رسانی اطلاعات می‌شود.	تعداد	۲۳	۱۵۱	۱۴	۰	۱۸۸	۳/۰۵	
	درصد	۱۲/۲	۸۰/۳	۷/۵	۰	۱۰۰		
شبکه‌های اجتماعی سبب دسترسی راحت به محتواهای مورد علاقه می‌شود.	تعداد	۲۸	۱۵۰	۱۰	۰	۱۸۸	۳/۱۰	
	درصد	۱۵	۷۹/۶	۵/۴	۰	۱۰۰		
شاخص افزایش آگاهی، اطلاعات و محتوا	تعداد	۳۲	۱۳۷	۱۸	۱	۱۸۸	۳/۰۶	
	درصد	۱۷	۷۲/۸	۹/۵	۰/۷	۱۰۰		

موجب افزایش بیکاری می‌شود» (۷۰ درصد) و «شبکه‌های اجتماعی باعث عقب ماندن از درس و پیشرفت می‌شود» (۶۸ درصد). با هم جهت کردن گزاره‌ها و دوباره دسته بندی کردن، شاخص مسائل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی در یک طیف ۴ درجه‌ای حاصل می‌شود. در این شاخص (مسائل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی) ۷۴/۲ درصد کاربران «کاملاً موافق یا موافق» و ۲۵/۸ درصد کاربران «مخالف یا کاملاً مخالف» با گزاره‌های مسائل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی هستند. میانگین شاخص افزایش آگاهی، اطلاعات و محتوا در بین کاربران ۲/۹۴ است.

۲۷- مسائل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی
شاخص مسائل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی از میزان موافقت/مخالفت کاربران شبکه‌های اجتماعی با گزاره‌هایی درباره شبکه‌های اجتماعی موبایلی حاصل شده است. میزان موافقت (درصد کاملاً موافق یا موافق) کاربران با این گزاره‌ها عبارت‌اند از: «شبکه‌های اجتماعی وقت‌گیر است» (۸۲/۸ درصد)، «شبکه‌های اجتماعی اعتیادآور است» (۷۸/۳ درصد)، «شبکه‌های اجتماعی مسئولان و دست‌اندرکاران را به چالش می‌کشد» (۷۴/۱ درصد)، «شبکه‌های اجتماعی باعث حک شدن اطلاعات شخصی کاربران می‌شود» (۷۲/۷ درصد)، «شبکه‌های اجتماعی

جدول ۱۳. میزان موافقت/مخالفت کاربران با گزاره‌هایی درباره شبکه‌های اجتماعی موبایلی در شاخص مسائل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی

میانگین	جمع	کاملاً مخالف	مخالف	موافق	کاملاً موافق	کمیت	میزان موافقت/مخالفت
							گزاره‌ها (جملات)
۳/۱۰	۱۸۸	۵	۲۸	۹۹	۵۶	تعداد	شبکه‌های اجتماعی وقت‌گیر است.
	۱۰۰	۲/۷	۱۵	۵۲/۴	۲۹/۹	درصد	
۳/۱۵	۱۸۸	۴	۳۷	۷۴	۷۳	تعداد	شبکه‌های اجتماعی اعتیادآور است.
	۱۰۰	۲	۱۹/۷	۳۹/۵	۳۸/۸	درصد	
۲/۸۳	۱۸۸	۱۱	۴۹	۸۸	۴۰	تعداد	شبکه‌های اجتماعی باعث عقب ماندن از درس و پیشرفت می‌شود.
	۱۰۰	۶/۱	۲۵/۹	۴۶/۹	۲۱/۱	درصد	
۲/۸۸	۱۸۸	۴	۵۲	۹۵	۳۷	تعداد	شبکه‌های اجتماعی موجب افزایش بیکاری می‌شود.
	۱۰۰	۲	۲۷/۹	۵۰/۳	۱۹/۷	درصد	
۲/۸۶	۱۸۸	۳	۴۶	۱۱۴	۲۵	تعداد	شبکه‌های اجتماعی مسئولان و دست‌اندرکاران را به چالش می‌کشد.
	۱۰۰	۱/۴	۲۴/۵	۶۰/۵	۱۳/۶	درصد	
۲/۸۰	۱۸۸	۳	۴۹	۱۱۹	۱۷	تعداد	شبکه‌های اجتماعی باعث حک شدن اطلاعات شخصی کاربران می‌شود.
	۱۰۰	۱/۴	۲۵/۹	۶۳/۹	۸/۸	درصد	
۲/۹۴	۱۸۸	۵	۴۳	۹۹	۴۱	تعداد	شاخص مسائل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی
	۱۰۰	۲/۷	۲۳/۱	۵۲/۴	۲۱/۸	درصد	

«علمی»، ۱۰/۲ درصد از محتوای «فرهنگی-اجتماعی» و ۹/۵ درصد از محتوای «خبر و مسائل سیاسی» شبکه‌های اجتماعی موبایلی استفاده می‌کنند. نتایج تفصیلی در جدول و نمودار آمده است.

۲۸- موضوع‌های محتوای مورد استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی در بین کاربران
۳۲/۷ درصد کاربران شبکه‌های اجتماعی از محتوای «جوک، لطیفه، طنز و سرگرمی»، ۱۶/۳ درصد از محتوای «علاقه شغلی و سلیقه شخصی»، ۱۲/۹ درصد از محتوای

جدول ۱۴. موضوع‌های محتوای مورد استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی در بین کاربران

پاسخ‌ها	فراوانی	درصد
جوک، لطیفه، طنز و سرگرمی	۶۱	۳۲/۷
علائق شغلی و سلايق شخصي	۳۱	۱۶/۳
علمی	۲۴	۱۲/۹
مسائل فرهنگی-اجتماعی	۱۹	۱۰/۲
خبر و مسائل سیاسی	۱۸	۹/۵
ادبی و هنری	۱۷	۸/۸
سلامت، بهداشت و محیط زیست	۹	۴/۸
دینی- مذهبی و اخلاقی	۵	۲/۷
آموزه‌های تربیتی	۴	۲
جمع	۱۸۸	۱۰۰

جدول ۱۶. امکانات مورد استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی در بین کاربران

پاسخ‌ها	فراوانی	درصد
شنیدن و خواندن محتوا (ادبی، هنری، مذهبی، علمی، لطیفه و ...)	۱۰۵	۷۱/۴
ارسال پیامک و گفتگو با افراد	۶۹	۴۶/۹
دیدن عکس	۵۶	۳۸/۱
دسترسی به افراد	۱۶	۱۰/۹
به اشتراک‌گذاری محتوا	۱۶	۱۰/۹
تماس تلفنی یا پیغام صوتی	۱۲	۸/۲
راه‌اندازی گروه، کانال و ...	۱۱	۷/۵
اطلاعات و محتواهای بین‌المللی	۲	۴/۸
جمع	*	*

۳-۱ میزان موافقت/مخالفت کاربران شبکه‌های اجتماعی با گزاره‌هایی درباره شبکه‌های اجتماعی موبایلی

۸۷/۸ درصد پاسخگویان با گزاره «فعالیت در شبکه‌های اجتماعی گاهی باعث دردسر و سوءتفاهم می‌شود (مثل انتشار اطلاعات شخصی کاربران به نفع خود استفاده می‌کنند)»، ۶۶ درصد با گزاره «معمولاً بدون برنامه‌ریزی سراغ شبکه‌های اجتماعی می‌روم»، ۶۴/۶ درصد با گزاره «به طور کلی از فعالیت در شبکه اجتماعی رضایت دارم»، ۶۴ درصد با گزاره «به نظر می‌رسد صاحبان شبکه‌های اجتماعی از اطلاعات شخصی کاربران به نفع خود استفاده می‌کنند»، ۶۴ درصد با گزاره «نظراتم را در خصوص مسائل و مشکلات جامعه، به صورت شفاف و صریح در شبکه‌های اجتماعی مطرح می‌کنم» و ۶۳/۹ درصد با گزاره «فعالیت در شبکه‌های اجتماعی سبب آزادی عمل و کنترل شخصی و اراده فردی می‌شود» کاملاً موافق یا موافق هستند. در حالی که، ۷۰/۸ درصد با گزاره «برایم پیش آمده که در فعالیت‌های اجتماعی که در شبکه‌های اجتماعی دعوت می‌شوم، شرکت کنم» و ۶۴/۶ درصد با گزاره «ترجیح می‌دهم که اطلاعات شخصی من در اختیار گردانندگان شبکه‌های اجتماعی خارجی قرار گیرد تا داخلی» کاملاً مخالف یا مخالف هستند.

۲۹- نحوه حضور کاربران در شبکه‌های اجتماعی موبایلی

۵۹/۸ درصد کاربران شبکه‌های اجتماعی با «نام و هویت اصلی»، ۲۵/۲ درصد «گاهی با هویت مشخص و گاهی ناشناس» و ۱۵ درصد با «هویت ناشناس» در شبکه‌های اجتماعی موبایلی حضور پیدا می‌کنند.

جدول ۱۵. نحوه حضور کاربران در شبکه‌های اجتماعی موبایلی

پاسخ‌ها	فراوانی	درصد
با نام و هویت اصلی	۱۱۲	۵۹/۸
گاهی با هویت مشخص و گاهی ناشناس	۴۸	۲۵/۲
با هویت ناشناس	۲۸	۱۵
جمع	۱۸۸	۱۰۰

۳۰. امکانات مورد استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی در بین کاربران

۷۱/۴ درصد کاربران شبکه‌های اجتماعی از امکان «شنیدن و خواندن محتوا»، ۴۶/۹ درصد از امکان «ارسال پیامک و گفتگو با افراد»، ۳۸/۱ درصد از امکان «دیدن عکس»، ۱۰/۹ درصد از امکان «دسترسی به افراد»، ۱۰/۹ درصد از امکان «به اشتراک‌گذاری محتوا»، ۸/۲ درصد از امکان «تماس تلفنی یا پیغام صوتی»، ۷/۵ درصد از امکان «راه‌اندازی گروه، کانال و ...» و ۴/۸ درصد از امکان «اطلاعات و محتواهای بین‌المللی» شبکه‌های اجتماعی موبایلی استفاده می‌کنند.

*. چون هر کاربر می‌توانسته به بیش از یک مورد اشاره کند جمع‌درصدها بیش از ۱۰۰ است.

جدول ۱۷. میزان موافقت/ مخالفت پاسخگویان با گزاره‌هایی درباره شبکه‌های اجتماعی موبایلی

میزان موافقت/مخالفت	مبنا	کاملاً موافق	موافق	مخالف	کاملاً مخالف	جمع	گزاره‌ها (جملات)
تعداد	۳۳	۸۷	۶۳	۵	۱۸۸	به نظر می‌رسد صاحبان شبکه‌های اجتماعی از اطلاعات شخصی کاربران به نفع خود استفاده می‌کنند.	
درصد	۱۷/۷	۴۶/۳	۳۳/۳	۲/۷	۱۰۰		
تعداد	۳۳	۱۳۲	۲۳	۰	۱۸۸	فعالیت در شبکه‌های اجتماعی گاهی باعث دردسر و سوء تفاهم می‌شود (مثل انتشار اطلاعات خصوصی مانند عکس، شماره موبایل و ...).	
درصد	۱۷/۷	۷۰/۱	۱۲/۲	۰	۱۰۰		
تعداد	۶	۱۱۵	۵۸	۹	۱۸۸	به طور کلی از فعالیت در شبکه اجتماعی رضایت دارم.	
درصد	۳/۴	۶۱/۲	۳۰/۶	۴/۸	۱۰۰		
تعداد	۲۰	۱۰۰	۶۳	۵	۱۸۸	نظراتم را در خصوص مسائل و مشکلات جامعه، به صورت شفاف و صریح در شبکه‌های اجتماعی مطرح می‌کنم	
درصد	۱۰/۹	۵۳/۱	۳۳/۳	۲/۷	۱۰۰		
تعداد	۱۳	۱۱۱	۵۹	۵	۱۸۸	معمولاً بدون برنامه‌ریزی سراغ شبکه‌های اجتماعی می‌روم.	
درصد	۶/۸	۵۹/۲	۳۱/۳	۲/۷	۱۰۰		
تعداد	۴	۱۱۶	۶۴	۴	۱۸۸	فعالیت در شبکه‌های اجتماعی سبب آزادی عمل و کنترل شخصی و اراده فردی می‌شود.	
درصد	۲	۶۱/۹	۳۴	۲	۱۰۰		
تعداد	۵	۶۱	۸۱	۴۱	۱۸۸	ترجیح می‌دهم که اطلاعات شخصی من در اختیار گردانندگان شبکه‌های اجتماعی خارجی قرار گیرد تا داخلی.	
درصد	۲/۷	۳۲/۷	۴۲/۹	۲۱/۸	۱۰۰		
تعداد	۴	۵۱	۹۷	۳۶	۱۸۸	برایم پیش آمده که در فعالیت‌های اجتماعی (گردهمایی، شرکت در مراسم خاص و ...) که در شبکه‌های اجتماعی دعوت می‌شوم، شرکت کنم.	
درصد	۲	۲۷/۲	۵۱/۸	۱۹	۱۰۰		

معتقدند از «تبلیغ علیه نظام سیاسی کشور» و ۲۲/۴ درصد معتقدند از «نشر مطالبی در مخالفت با عقاید مذهبی» در شبکه‌های اجتماعی موبایلی بایستی جلوگیری و محدودیت در این باره اعمال شود. ۵/۴ درصد کاربران معتقدند «هیچ محدودیتی نباید ایجاد شود».

۳۲- نظر کاربران شبکه‌های اجتماعی موبایلی در باره اعمال محدودیت در محتوای شبکه‌های اجتماعی
۴۴/۲ درصد کاربران شبکه‌های اجتماعی معتقدند از «نشر مطالب توهین به اقلیت قومی و مذهبی»، ۲۷/۹ درصد

جدول ۱۸. نظر کاربران درباره اعمال محدودیت در محتوای شبکه‌های اجتماعی موبایلی

پاسخ‌ها	فراوانی	درصد
نشر مطالب حاوی توهین به اقلیت قومی و مذهبی	۸۴	۴۴/۲
تبلیغ علیه نظام سیاسی کشور	۵۲	۲۷/۹
نشر مطالبی در مخالفت با عقاید مذهبی	۴۲	۲۲/۴
هیچ محدودیتی نباید ایجاد شود	۱۰	۵/۴
جمع	۱۸۸	۱۰۰

رگرسیون‌ی روش مرحله به مرحله در سطح معنی‌داری ۵ درصد دارای ۵ مرحله می‌باشد. برطبق این جدول ضریب رگرسیون چند متغیره در مرحله پنجم ۰/۹۳۹ است ($R=0/939$).

ضریب تعیین در این مرحله نشان می‌دهد با ۵ متغیر عوامل اجتماعی روابط بین فردی، خانواده و روابط خانوادگی، بهداشت و سلامت فردی، افزایش آگاهی، اطلاعات و محتوا، آموزه‌های تربیتی و اخلاقی، مسائل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی در مجموع ۸۸/۲ درصد واریانس متغیر وابسته (یعنی استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی) را پیش‌بینی نمود. در جدول میزان سهم متغیرهای عوامل روابط بین فردی، خانواده و روابط خانوادگی، بهداشت و سلامت فردی، افزایش آگاهی، اطلاعات و محتوا، آموزه‌های تربیتی و اخلاقی، مسائل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی در معادله، در تبیین واریانس متغیر وابسته یعنی میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی در ۵ مرحله به ترتیب براساس میزان اثرگذاری نشان داده شده است. بیشترین میزان تأثیر مربوط به متغیر روابط بین فردی و کمترین میزان تأثیر مربوط به متغیر بهداشت و سلامت فردی در بین پاسخگویان است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت هرچه پاسخگویان اهمیت بیشتری به عامل اجتماعی خانواده و روابط خانوادگی می‌دهند بر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی افزوده می‌شود. ضمن اینکه عامل آموزه‌های تربیتی و اخلاقی بر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی تأثیری ندارد و از مدل خطی خارج می‌شود.

۳۳- نظر کاربران درباره بهترین سیاست در برابر فعالیت شبکه‌های اجتماعی موبایلی

از نظر کاربران شبکه‌های اجتماعی بهترین سیاست در قبال فعالیت شبکه‌های اجتماعی موبایلی عبارت‌اند از: «فعالیت شبکه‌ها مجاز باشد اما برخی محتواها محدود شود» (۶۶ درصد)، «شبکه‌های اجتماعی بومی ایجاد شود» (۴۰/۹ درصد) و «کاملاً آزاد گذاشتن شبکه‌های اجتماعی موبایلی» (۱۹ درصد). ۱۰/۹ درصد کاربران معتقد به «فیلتر شدن» شبکه‌های اجتماعی موبایلی هستند.

جدول ۱۹. نظر کاربران درباره بهترین سیاست در برابر شبکه‌های اجتماعی موبایلی

درصد	فراوانی	پاسخ‌ها
۶۶	۱۲۴	فعالیت شبکه‌ها مجاز باشد اما برخی محتواها محدود شود
۴۰/۸	۷۷	شبکه‌های اجتماعی بومی ایجاد شود
۱۹	۳۶	کاملاً آزاد بگذارند
۱۰/۹	۲۰	کلاً فیلتر شود
*	*	جمع

۳۴- یافته‌های تحلیلی

تحلیل چند متغیره

رگرسیون چند متغیری روش تحلیل نیرومندی است برای تحلیل متغیرهای مستقل در تغییرات متغیر وابسته و معمولاً برای متغیرهای فاصله‌ای است.

ارزیابی اثرات جمعی متغیرهای عوامل اجتماعی و استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی به روش گام به گام (Stepwise)

نتایج به دست آمده از جدول نشان می‌دهد که معادله

جدول ۲۰. توزیع ضریب همبستگی، ضریب تعیین و آزمون F عوامل مؤثر بر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی (روش گام به گام) (Stepwise)

نام متغیرها	R	میزان افزایش R از یک مرحله به مرحله دیگر	R ²	میزان افزایش R ² از یک مرحله به مرحله دیگر	آزمون F	Sig
روابط بین فردی	۰/۸۲۴		۰/۶۸۰		۶۹۷/۵۵۶	۰/۰۰۰
افزایش آگاهی، اطلاعات و محتوا	۰/۸۹۵	۰/۰۷۱	۰/۸۰۰	۰/۱۲۰	۱۹۸/۴۲۳	۰/۰۰۰
مسائل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی	۰/۹۱۹	۰/۰۲۴	۰/۸۴۵	۰/۰۴۵	۹۴/۰۱۵	۰/۰۰۰
خانواده و روابط خانوادگی	۰/۹۳۴	۰/۰۱۵	۰/۸۷۳	۰/۰۲۸	۷۱/۵۷۶	۰/۰۰۰
بهداشت و سلامت فردی	۰/۹۳۹	۰/۰۰۵	۰/۸۸۲	۰/۰۰۹	۲۶/۶۱۷	۰/۰۰۰

*. چون هر کاربر می‌توانسته به بیش از یک مورد اشاره کند جمع درصدها بیش از ۱۰۰ است.

جدول ۲۱. توزیع اثرات مستقیم بر متغیر وابسته

نام متغیرها	اثرات مستقیم (β)
روابط بین فردی	۰/۱۹۸
افزایش آگاهی، اطلاعات و محتوا	۰/۲۵۸
مسائل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی	۰/۲۸۶
خانواده و روابط خانوادگی	۰/۲۷۳
بهداشت و سلامت فردی	۰/۳۲۳

۳۶- نتیجه‌گیری و تحلیل نهایی

افزایش تعداد کاربران اینترنت در سال‌های قبل مشهود بوده است. به طوری که سال قبل ۱۷/۵ درصد به تعداد کاربران اینترنت در ایران افزوده شده است. بر اساس شاخص‌های اعلام‌شده، تعداد کاربران اینترنت ایران در سال ۹۵ حدود ۵۳/۲۳ درصد جمعیت کشور برابر با ۴۲ میلیون و ۵۴۴ هزار و ۷۵۳ نفر بوده است. این میزان نسبت به سال ۹۴ رشد ۱۷/۵ درصدی داشته است. اسفندماه سال ۹۴، تعداد کاربران اینترنت در داخل کشور برابر با ۴۵/۳ درصد جمعیت کشور معادل ۳۶ میلیون و ۲۰۶ هزار و ۶۰۰ نفر بود؛ بنابراین ۶ میلیون و ۳۳۷ هزار و ۹۵۳ نفر تنها در سال ۹۴ تا ۹۵ به کاربران اینترنت در ایران افزوده شدند. (درگاه پایش جامعه اطلاعاتی ایران فروردین ۹۶).

فضای مجازی علی‌رغم همه مزیت‌هایی که دارد یکسری دغدغه‌ها و نگرانی‌هایی را بر خانواده‌ها تحمیل نموده است. استفاده بیش‌ازاندازه از اینترنت می‌تواند مشکلاتی را برای خانواده‌ها به وجود آورد از جمله تأثیر بر روابط بین فردی و خانوادگی به صورت منفی و افزایش ناسازگاری‌ها و بالا رفتن طلاق، افزایش بی‌اعتمادی و دروغ‌گویی بین اعضای خانواده، کاهش ارتباط‌های کلامی و چهره به چهره کاهش ارتباط بین والدین و فرزندان و فرار از مسئولیت، به‌منظور پیشگیری و کاهش آسیب‌های اجتماعی در فضای مجازی راهکارهایی مطرح‌شده‌اند که در صورت اجرای به‌موقع و مناسب می‌توانند ثمربخش واقع شوند.

بنابر این معادله خط رگرسیون میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی در بین جوانان زاهدانی به صورت زیر است:

$E +$ (افزایش آگاهی، اطلاعات و محتوا) (۰/۲۵۸) + (روابط بین فردی) (۰/۱۹۸) + $6/828 =$ استفاده از شبکه اجتماعی موبایلی + (بهداشت و سلامت فردی) (۰/۳۲۳) + (خانواده و روابط خانوادگی) (۰/۲۷۳) + (مسائل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی) (۰/۲۸۶) +

۳۵- تحلیل مسیر:

تحلیل مسیر شیوه‌ای در تحلیل و ارائه نتایج است که بر تکنیک رگرسیون استوار است و برای آزمون مدل‌های علی بکار می‌رود و مستلزم تنظیم مدلی به صورت علی است، در تحلیل مسیر از ضرایب تعیین استفاده می‌شود. از این رو می‌توان میزان مناسب بودن مدل را ارزیابی کرد و با استفاده از ضرایب بتا (β) مقدار اثر هر متغیر را تعیین کرد. در تحلیل مسیر دو شرط اساسی برای رسم نمودار لازم است که عبارت‌اند از: نظم علی و بستگی علی (دواس، ۱۳۷۶: ۲۲۲) که هر دو در این تحقیق رعایت شده است.

در این تحقیق برای ارزیابی میزان تناسب و اثر متغیرهای مستقل مدل نسبت به هم و نسبت به متغیر وابسته (استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی در بین جوانان زاهدانی) از تحلیل مسیر استفاده شده است. همان طور که در جدول مشاهده می‌شود در بین متغیرهای مستقل مؤثرترین اثر در مجموع (مستقیم و غیر مستقیم) مربوط به متغیر عامل اجتماعی روابط بین فردی ($\beta = -0/198$) و کمترین اثر مربوط به متغیر بهداشت و سلامت فردی ($\beta = 0/323$) است.

در مجموع حدود ۸۸/۲ درصد واریانس متغیر وابسته استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی توسط کلیه متغیرها تبیین می‌شود و تنها ۱۱/۸ درصد به کمیت خطا (عوامل ناشناخته) مربوط می‌شود.

منابع

۱. آذرخش، محمود. "اختلال اعتیاد به اینترنت". *فصلنامه معنا*، شماره ۱۶، زمستان (۱۳۸۲).
۲. آزادارمکی، تقی، و یحیی امامی. "تکوین حوزه عمومی و گفت‌وگوی عقلانی". *مجله جامعه‌شناسی ایران*، ۵، ۱. (۱۳۸۳).
۳. ابراهیم‌پور کومله، سمیرا، و کامیان خرابی، "آسیب‌های نوپدید". *شبکه‌های اجتماعی مجازی در کمین خانواده‌ی ایرانی*، اینترنت.
۴. ابری، انسبه. "فضای مجازی عرصه ظهور خلاقیت". *اولین اجلاس ملی خلاقیت شناسی مهندسی و مدیریت نوآوری ایران* (۱۳۸۷).
۵. استیون، "خرد، عدالت و نوگرایی". ترجمه محمد حریری/کبری، تهران. قطره (۱۳۸۰).
۶. احمدی، جمشید. *اینترنت، قاره ششم جهان جدید*، اینترنت. (۱۳۹۳).
۷. استوری، جان. "مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه". ترجمه حسین پاینده، نشر آگه، ۱۳۸۶.
۸. اسفندیار، سرور، "خانواده در کوچه پس کوچه‌های اینترنت". اینترنت (۱۳۹۳).
۹. اکبری، ابوالقاسم. و مینا اکبری. "آسیب‌شناسی اجتماعی". تهران. انتشارات رشد و توسعه (۱۳۹۰).
۱۰. احمدوند، علی‌محمد. و امیر مسعود عطایی. "نقش فناوری اطلاعات در سیستم پلیس و فضاهای مجازی جرائم با رویکردی راهبردی، دومین کنفرانس مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات". (۱۳۸۵).
۱۱. اینترنت. "علل و عوامل پیدایش آسیب‌های اجتماعی، به‌ویژه در میان نوجوانان و جوانان". سایت تبیان. (۱۳۹۳).
۱۲. باتامور، بی. تی، جامعه‌شناسی. ترجمه سیدحسن منصور، تهران: انتشارات فرانکلین، ۱۳۵۷.
۱۳. باقری، مجتبی. "اوقات فراغت، بازی، ورزش: سه دنیای متفاوت، سایت انسان‌شناسی و فرهنگ".
۱۴. بزرگواری، رسول. "واگذاری چیستی اخلاق در شهر الکترونیکی". *دومین کنفرانس بین‌المللی شهر الکترونیک*. (۱۳۸۸).
۱۵. بهمنی، مهرزاد. "نظرسنجی از شهروندان ۱۵ تا ۴۰ ساله تهرانی درباره عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی و نحوه تعامل با آن‌ها". *مرکز تحقیقات صداوسیما* (۱۳۹۱).
۱۶. بهمنی، مهرزاد. "مطالعه پنداشت‌ها و برداشت‌های موجود در جامعه درباره شبکه‌های اجتماعی با روش کیو". *اداره کل پژوهش‌های اجتماعی و سنجش برنامه‌ای، مرکز تحقیقات صداوسیما*، (۱۳۹۲).
۱۷. بهمنی، مهرزاد. "بررسی میزان گسترش شبکه‌های اجتماعی موبایلی در بین شهروندان تهرانی و سبک استفاده کاربران آن". *مرکز تحقیقات صداوسیما*. (۱۳۹۳).
۱۸. پایا، علی. "فناوری، فرهنگ و اخلاق". تهران، پژوهشگاه فرهنگ و ارتباطات. (۱۳۸۷).
۱۹. پیوزی، م. یورگن‌هابرماس. ترجمه احمد تدین: هرمس. (۱۳۷۹).
۲۰. حسین‌زاده، مجید. "ویژه‌نامه نوروزی روزنامه خراسان". فروردین. (۱۳۹۴).
۲۱. حقیقی، مهرداد. "مجازی‌سازی راهکاری برای آینده". *دومین کنفرانس بین‌المللی شهرداری الکترونیکی*. (۱۳۸۸).
۲۲. دیلمقانی، میترا. و رضا ثانی. "شهروند الکترونی در عصر اطلاعات". *فصلنامه رسانه*، سال ۱۴ شماره ۳ پاییز (۱۳۸۲).
۲۳. ذوالقدر، حسین. و مرتضی قاسم‌زاده عراقی. *رسانه‌های اجتماعی در جهان مجازی*. تهران، زیتون سبز، چاپ اول. (۱۳۹۲).
۲۴. ربویر، کلود. "درآمدی بر انسان‌شناسی". ناصر فکوهی، تهران، نی: ۲۵۳. (۱۳۷۹).
۲۵. زنگویی، فرنوش. و میثم سام‌بند. "بازنمایی هویت مجازی دانشجویان شهر تهران در شبکه‌های اجتماعی مجازی مطالعه موردی". *فصلنامه تخصصی مطالعات جوان و رسانه*. شماره سیزدهم. بهار ۱۳۹۳.
۲۶. ساروخانی، باقر. "جامعه‌شناسی ارتباطات". تهران، انتشارات اطلاعات. (۱۳۷۹).
۲۷. سعدی‌پور، اسماعیل. "بررسی اثرات اینترنت بر خانواده‌های دارای فرزند نوجوان". *پژوهش‌های ارتباطی*، سال بیستم، شماره ۷۶ زمستان. (۱۳۹۲).
۲۸. شاهنوشی، مجتبی. و محمدرضا تاجی. "تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی جوانان شهرستان شهرکرد". *فصلنامه مطالعات ملی*. سال سیزدهم. شماره سوم. (۱۳۹۱).



- شهروند مسئول.
۴۳. کرمشایی، فائزه؛ پناهی، امین؛ صادق نیا، احمد و زیدی، یاسر. "بررسی اعتیاد به اینترنت و فضاهای مجازی در بین جوانان و نوجوانان". همایش ملی صنایع فرهنگی نقش آن در توسعه پایدار. (۱۳۹۰).
۴۴. گونتر بری و مگ الر. "کودک و تلویزیون". ترجمه نصرت فتن، تهران، سروش. (۱۳۸۰).
۴۵. گیدنز، آنتونی. "درآمدی بر جامعه‌شناسی". مترجم منوچهر صبوری کاشانی، تهران، نشرنی. (۱۳۸۶).
۴۶. وثوقی، منصور و علی‌اکبر نیک‌خلق. "مبانی جامعه‌شناسی". تهران، خردمند. چاپ یازدهم. (۱۳۷۶)؛ ۱۲۶-۱۲۷. (۱۳۷۶).
۴۷. مهدی‌زاده، سیدمحمد. "نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی" تهران. نشر همشهری، چاپ دوم. (۱۳۹۱).
۴۸. هدفیلد، ژ. آ. "اخلاق و روان‌شناسی". ترجمه علی پرویز، تهران. انتشارات علمی فرهنگی. (۱۳۶۶)؛
۴۹. یاسمی‌نژاد، عرفان، اکرم آزادی، و محمدرضا امویی. "فضای مجازی، امنیت اجتماعی، راهبردها و استراتژی‌ها". همایش ملی صنایع فرهنگی نقش آن در توسعه پایدار. (۱۳۹۱).
50. Greenfield, P.M. "Inadvertent Exposure to Pornography on the Internet: Implications for Peer-to-Peer File Sharing Networks for Child Development and Families". *Applied Developmental Psychology*. 25. (2004). 741-750.
51. Horst, H., Families. I., Mizuko H. Horst, M. Bitanti, D. Boyd, S. Herr, P.G. Lange et al. "Hanging Out, Messing Around, Geeking Out: Living and Learning With New Media. Boston: MIT Press." (2008).
52. Hughes, T.R. and Hans, J.G. "Computers, the internet and families. *Journal of Family Issues*." 22. 776-790.
53. Kennedy, T.L.M.; Smith, A.; Wells. "A.T. & Wellman, B. Networked Families. Washington, DC: Pew Internet and American Life Project." (2001).
54. Kiesler, S.; Zdaniuk, B.; Lundmark, V. & Kraut, R. Troubles with the internet: "the dynamics of help at home. Human-
۲۹. شهبابی، محمود. و بیات قدسی. "اهداف و انگیزه‌های عضویت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه درباره جوانان شهر تهران)". *مطالعات فرهنگ و ارتباطات*. دوره ۲۰، شماره ۱۳. ۸۶-۶۱. (۱۳۹۱).
۳۰. صبوری خسروشاهی، حبیب. "بررسی آسیب‌های اجتماعی اینترنت". دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی. (۱۳۸۶).
۳۱. ضیایی پرور، حمید. "آسیب‌شناسی نسل اینترنت". *اینترنت سایت خبرنگار*. (۱۳۸۲).
۳۲. عاملی، سعیدرضا. "شبکه‌های علمی مجازی". تهران، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی. (۱۳۸۸)
۳۳. عاملی، سعیدرضا. "مطالعات جهانی شدن". تهران، انتشارات سمت. (۱۳۹۰).
۳۴. عاملی سعیدرضا و دیگران. "فضای مجازی ملاحظات اخلاقی و حقوقی و اجتماعی". تهران، انتشارات دانشگاه تهران. (۱۳۹۰).
۳۵. عاملی، سعیدرضا. و حسین حسینی. "دو فضای شدن آسیب‌ها و ناهنجاری‌های فضای مجازی: مطالعه تطبیقی سیاست‌گذاری‌های بین‌المللی". *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، دوره پنجم، شماره اول. (۱۳۹۱).
۳۶. فخریان، فرزانه. "روش کنترل و هنجار سازی مثبت برای استفاده از فضای مجازی در ایران". همایش ملی صنایع فرهنگی و نقش آن در توسعه پایدار. (۱۳۹۰).
۳۷. قرائی مقدم، امان‌الله. «مبانی جامعه‌شناسی»، تهران، ابجد، ص ۱۶۲. (۱۳۷۴).
۳۸. قربانی، عزیز الله. نظرسنجی "بررسی چگونگی ارتباط شهروندان تهرانی با اعضای خانواده‌شان". مرکز تحقیقات صداوسیما. (۱۳۹۳).
۳۹. قلی‌زاده، آذر. مبانی جامعه‌شناسی، کاشان، محتشم. ۷۴. (۱۳۷۴).
۴۰. قلی‌زاده، آذر. و زهرا خسروی. "چالش‌های فرهنگی فناوری‌های نوین ارتباطی، همایش ملی صنایع فرهنگی و نقش آن در توسعه پایدار". دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه ۱۷ و ۱۸ اسفند ۱۳۹۰.
۴۱. کفاشی، مجید. "آثار نظم و تضاد خانواده بر خشونت علیه کودکان". *فصلنامه پژوهش اجتماعی*، سال سوم، شماره ۶. (۱۳۸۹).
۴۲. کشتی‌آرای، نرگس و اکبریان، اکرم (۱۳۹۰)؛ «عصر مجازی و چالش‌های پیش‌رو»، اولین کنفرانس بین‌المللی



- Divisions." *Sociology*, 42 (2008). 635-652.
63. Watt, D. and White, J.M. "Computers and the Family life: a Family Developmental Perspective." *Journal of Comparative Family Studies*. (1994).
۶۴. ثقفی، فاطمه و دیگران. شبکه‌های اجتماعی بستر نظارت، نشریه دانشگاه علم و صنعت ایران (دسترسی در www.iust.ac.ir ۱۳۹۳/۰۸/۲۰).
۶۵. رفعت‌جاه، مریم. "اوقات فراغت و نیازهای مردم." سایت انسان‌شناسی و فرهنگ.
۶۶. رفعت‌جاه، مریم. "پیشینه تاریخی فراغت." سایت انسان‌شناسی و فرهنگ.
۶۷. رفعت‌جاه، مریم. "تأثیر جنسیت بر اوقات فراغت." سایت انسان‌شناسی و فرهنگ.
۶۸. رفعت‌جاه، مریم. "دختران جوان و اوقات فراغت." سایت انسان‌شناسی و فرهنگ.
۶۹. رفعت‌جاه، مریم. "عوامل تأثیرگذار بر زمان و فضای فراغت." سایت انسان‌شناسی و فرهنگ.
۷۰. کیانی، یلدا. "از قاهره تا لندن، تأثیر شبکه‌های مشابه و نتایج متفاوت، بازیابی شده در تاریخ ۱۳۹۳/۰۷/۱۰ از: <http://www.DW-world.DE>."
۷۱. قیاسی، مجید. اینترنت، خانواده، جهانی شدن (درون شبکه‌ای)، مجله مجازی. www.majazi.m.com (۱۳۸۶).
- Computer Interaction" 15. 322-351. (2000).
55. Lee, S.J. and Chae, Y.G. "Children's Internet use in a Family Context: Influence on Family Relationships and Paternal Mediation." *Cyber Psychology and Behavior*. 10. 2. (2007). 640-644.
56. Mathews, G. "Global Caiture, Individual Identity: Searching and Informatics." 23. (2000).316-331.
57. Murali, V., and George. S. "Lost online: an overview of internet addiction." *Advance in psychiatric treatment* (2007).
58. Park, s.k. Jae, Kim, j. y & Cho, C. B. (2008). Prevalence of internet addiction and correlations with family factors among South Korean adolescents. *Adolescence*,
59. Rosen, L.D. Me, MySpace, and I: "Parenting the Net Generation. London: Palgrave Macmillan. (2007).
60. Wolak, J.; Mitchell, K.J. and Finkelhor, D. "Escaping or Connecting? Characteristics of Youth Who Form Close Online Relationships." *Journal of Adolescence*. 26. (2003). 105-119.
61. Yates, S.J. and Lockley, E. "Moments of Separation: Gender." Not so (2008).
62. Wajcman, J.; Bittman, M. and Brown, J.E. "Families Without Borders: Mobile Phones, Connectedness and Work Home