



Investigating the role of "social networks" on interpersonal communication and self-concept of second year high school students (Case study: Isfahan city schools)

Hamid reza Eshghi pour ¹ | Behnaz Rafiei Moghadam ²

1. PhD in culture and communication, lecturer, researcher in the field of culture, communication and media, Esfahan, Iran. E-mail: dr.hamideshghi@gmail.com
2. PhD student in Geology, University of Research Sciences, Tehran. Email: bhnzrafeei@gmail.com

Article Info

Article type:

Research Article

Article history: Received 29

June 2022

Received in revised form 22

July 2022

Accepted 16 September 2022

Published online 15 December 2022

ABSTRACT

Objective:

This research examines the role of non-native and international virtual social networks on interpersonal communication and self-concept of second-year high school students in Isfahan. This study was carried out with a questionnaire and a survey method, in which the students' use of non-native social networks and their interpersonal communication skills and their effects on their self-concept were evaluated. It is studied, evaluated and investigated. The statistical population of this research has nearly 93,000 students, and the number of statistical samples based on Cochran's formula and taking into account the error rate was 385. The statistical samples of this study were selected by random sampling method and evaluated with validity and reliability questionnaires. Finally, the information extracted by the methods of descriptive and inferential statistics monitored, fact analysis and with the help of Pearson's correlation test, it was determined: the use of social networks by a statistical sample on interpersonal communication (0.586) and self-concept. Users (0.658) has a role.

Keywords: Social networks, teenagers, students, users, interpersonal communication, self-concept

Cite this article: Eshghipour, Hamidreza, investigating the role of "social networks" on interpersonal communication and self-concept of secondary school students (case study: Isfahan city schools). (1401), News Sciences, 11 (44), 62-49
Rafiei Moghadam, Behnaz, investigation of the role of "social networks" on interpersonal communication and self-concept of secondary school students (case study: schools of Isfahan city). (1401), News Sciences, 11 (44), 62-49



بررسی نقش «شبکه‌های اجتماعی» بر ارتباطات میان فردی و خودپنداره دانش آموز دوره دوم متوسطه (مطالعه موردی: مدارس شهر اصفهان)

حمید رضا عشقی پور^۱ | بهناز رفیعی مقدم^۲ |

۱. دکترای فرهنگ و ارتباطات، مدرس، پژوهشگر حوزه فرهنگ، ارتباطات و رسانه رایانامه: dr.hamideshghi@gmail.com

۲. دانشجوی دکتری زمین شناسی، دانشگاه علوم تحقیقات، تهران. رایانامه: bhnzrafiei@gmail.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	این پژوهش به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی غیربومی و بین‌المللی بر ارتباطات میان فردی و خودپنداره کاربران دانش آموز دوره دوم متوسطه شهر اصفهان می‌پردازد. این مطالعه با ابزار پرسشنامه و روش پیمایش صورت پذیرفته و در آن ارزیابی میزان استفاده دانش‌آموزان از شبکه‌های اجتماعی غیربومی و نحوه مهارت‌های ارتباطاتی میان فردی و تأثیرات آن بر خودپنداره آنها؛ مورد مطالعه، ارزیابی و بررسی قرار می‌گیرد. جامعه آماری این پژوهش، قریب به ۹۳۰۰۰ نفر محصل دارا می‌باشد که تعداد نمونه آماری بر مبنای فرمول کوکران و احتساب ضریب خطا ۳۸۵ نفر احصاء گردید. نمونه‌های آماری این مطالعه به روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب و با پرسشنامه‌های دارای روایی (اعتبار) و پایایی مورد سنجش قرار گرفتند.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۲۰	در نهایت اطلاعات استخراج شده توسط راهکارهای آمار توصیفی و استنباطی مورد پایش، تجزیه و تحلیل واقع و به کمک آزمون همبستگی پیرسون، مشخص شد: کاربست شبکه‌های اجتماعی توسط نمونه آماری بر ارتباطات میان-فردی (۰/۵۸۶) و خودپنداره کاربران (۰/۶۵۸) نقش دارد.
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۰/۱۱/۲۵	کلیدواژه‌ها: شبکه‌های اجتماعی، نوجوانان، دانش‌آموزان، کاربران، ارتباطات میان فردی، خودپنداره
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۱/۲۸	
تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۱/۲۵	

استناد: عشقی پور، حمیدرضا، بررسی نقش «شبکه‌های اجتماعی» بر ارتباطات میان فردی و خودپنداره دانش‌آموز دوره دوم متوسطه (مطالعه موردی: مدارس شهر اصفهان). (۱۴۰۱)، علوم خبری، ۱۱ (۴۴)، ۴۹-۶۲

رفیعی مقدم، بهناز، بررسی نقش «شبکه‌های اجتماعی» بر ارتباطات میان فردی و خودپنداره دانش‌آموز دوره دوم متوسطه (مطالعه موردی: مدارس شهر اصفهان). (۱۴۰۱)، علوم خبری، ۱۱ (۴۴)، ۴۹-۶۲

مقدمه

پژوهش‌های نشان می‌دهد، احساسی که هرکس درباره خود دارد، نقش مهمی در سلامت روانی وی و بالطبع در سلامت روانی جامعه دارد. «خودپنداره»^۱، به مجموعه‌ای از افکار، احساسات و نگرش‌هایی اطلاق می‌شود که فرد درباره خود در ذهنش می‌پروراند. خودپنداره به آگاهی فرد از خودش بعنوان موجودی متمایز که قادر است فکر کند و وظایف و تکالیف خود را پیگیری و محقق نماید، اطلاق می‌شود.

خودپنداره، تصویر ذهنی انسان از خودش است که ارزیابی کلی فرد را از شخصیتش شامل می‌شود (لوئیس، ۱۹۹۰: ۳۶)؛ این ارزیابی ذهنی است که از ویژگی‌های رفتاری فرد حاصل می‌شود، از اینرو خودپنداره، می‌تواند منفی یا مثبت باشد (لوئیس، ۱۹۹۰: ۷۲). خودپنداره، تا حد زیادی بوسیله تجارب گذشته ما (موفقیت‌ها و شکست‌ها) و آنچه دیگران درباره ما فکر می‌کنند، شکل می‌پذیرد. اهمیت خودپنداره، در برداشتی است که فرد از خودش دارد و اعمال و رفتارش را تحت تاثیر قرار می‌دهد. انسان‌ها آنگونه عمل می‌کنند که فکر می‌کنند. خودپنداره، بر احساس درونی فرد از خودش تاثیر می‌گذارد. افرادی که احساس خوبی درباره خودشان دارند در مقایسه با کسانی که نگرش منفی به خود دارند، از اعتماد به نفس و میزان رضایتمندی بیشتری برخوردار هستند، آنان افراد موفق‌تر و موثرتری هستند که کمتر به سراغ رفتارهای پرخطر می‌روند (شاملو، ۱۳۶۳: ۹۵). خودپنداره، آموختنی است و در نتیجه ارتباطات میان‌فردی مانند: ارتباط با والدین، خانواده، دوستان، اعضاء گروه، جامعه و محیط همراه با کسب تجربیات تازه و براساس باورهای فرد از خود قطعی می‌شود (بائوماستر، ۱۹۹۹: ۴۵). تصور فرد درباره خودش، ممکن است مثبت و قوی یا ضعیف و منفی باشد. تصور ذهنی مثبت، فرد را به سمت جلو حرکت می‌دهد و اعتماد به نفسش را بالا می‌برد؛ اما تصور ذهنی منفی، موجب ناامیدی و عدم احساس ارزشمندی و زیان وی می‌گردد.

پیشینه پژوهش:

نرخ استفاده از فضای مجازی بالاخص شبکه‌های اجتماعی با عنایت به پیشرفت برق‌آسای فناوری‌های نوین ارتباطاتی بشدت در حال افزایش است. از سوی دیگر وقوع رخداد‌های فرهنگی و اجتماعی مرتبط با گروه‌های سنی نوجوانان یا بومیان پهنه دیجیتال بویژه پس از بروز پاندمی کرونا، ضرورت بازشناسی بنیادین عوامل تاثیرگذار بر زیست دانش‌آموزان نوجوان را حائز اهمیت ساخته است. فضای سایبر و ابزارها و بسترهای ارتباطاتی و اطلاعاتی بویژه وب ۴ و ۵ همگام با پیدایش رسانه‌های مجازی قدرتمند به مدد ایجاد شیوه‌های آسان و راحت ارتباطات میان‌فردی بشدت در حال گسترش است. طی جستجوهای مولفین این مطالعه، پژوهشی ملی با رویکرد بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی بر ارتباطات میان‌فردی و خودپنداره کاربران یافت نگردید، لیکن در حوزه بین‌المللی مواردی در شناسایی گردید که بدان اشاره می‌شود:

شبکه‌های اجتماعی، ضمن اجازه به کاربران در ارائه نظرات و عقاید، امکان استفاده همزمان از ابزار آشنایی با سایرین و ایجاد گروه‌های دوستی با دوستان و دوستان دوستان را مهیا و امکان آسان انعکاس واکنش کاربران به یکدیگر را فراهم می‌سازند (Baker & Oswald, 2019: 837). توانایی ارسال پیام‌های خصوصی برای متعاملان، همگام با اشتراک‌گذاری محتوا (تصاویر، نوشتار، کتب، فیلم، تاریخ تولد، وضعیت، مکان زیست، تعداد دنبال‌کننده و...) و انتشار فعالیت‌ها منطبق با اولویت‌های مدنظر کاربر، شبکه‌های اجتماعی را برای نسل Z از جذابیت برخوردار ساخته است (Tufekci, 2020: 544).

بررسی مستقیم تعاملات اجتماعی دانشجویان ترم نخست دانشگاه‌های آمریکا نشان داد: ۶۴٪ از دانشجویان تعامل چهره‌به‌چهره فیزیکی را بر تعامل تصویری ترجیح می‌دهند و ۱۶/۱٪ نیز فضای مجازی را بهترین امکان برقراری ارتباط می‌دانند. همچنین مطالعات نشان داد استفاده از شبکه‌های اجتماعی در مرادوات روزمره و بهره‌مندی از مزایای متنوع چت‌آنلاین، این ابزار را برای گروه سنی نوجوان و جوان رقیب جدی و جایگزین ایمیل ساخته است (Baym et al., 2018: 117).

طی پژوهشی از میان ۵۱ مورد مطالعاتی دانشجوی شاغل در دانشگاه‌های آمریکا، ۴۹ مورد اذعان داشتند، حداقل به دو روش از سه روش ارتباطات چهره‌به‌چهره، مکالمه تلفنی و فضای مجازی، برای ارتباط استفاده می‌نمایند (Baym et al., 2018: 119)

، بالغ بر ۲۷٪ از نوجوانان بومی پهنه دیجیتال میانگین ۱۷۰ دقیقه در شبانه‌روز را به جستجو و گردش، آپلود و دانلود در شبکه‌های اجتماعی می‌پردازند (Lenhart et al., 2022: 315)، شبکه‌های اجتماعی در بردارنده فعالیت‌های انفرادی است که افراد بصورت متمایز آنرا آغاز، پیگیری و به پایان می‌رسانند، موضوعی که به ساده‌ترین شکل، پاسخگویی به نیاز کاربران در برقراری ارتباط و تعامل با خانواده و دوستان را مهیا می‌سازد (Urista, Dong & Day, 2016: 138).

روش‌شناسی پژوهش:

در این پژوهش از دو نظریه زیربنایی زیر بهره گرفته شده است:

نظریه توسعه انسانی اریکسون^۱ که بیان می‌دارد: رشد روانی و اجتماعی آدمی با رسیدن به سن بلوغ خاتمه نمی‌یابد و این روند با شدت و ضعف از تولد تا کهنسالی استمرار دارد.^۲

نظریه بزرگسالی در حال ظهور آرنت^۳ که بیان می‌دارد: تنوع طلبی زیستی از نوجوانی تا بزرگسالی با شدت و ضعف بصورت مستمر ادامه دارد.^۴

شکل‌گیری هسته اصلی هویت در دوران نوجوانی شکل می‌گیرد، این روند در زندگی فرد با شدت و ضعفی محدود و بشکلی مستمر دنبال می‌شود. در زمان شکل‌گیری هویت، افراد ضمن کنکاش در تغییرات رفتاری سایرین با خود، بالاخص گروه همسالان نسبت به بررسی پیوسته بازخوردهای ارتباطاتی اقدام و در راستای تقویت هویت برساخته خویش قدم برمی‌دارند (Arnett, 2000: 470)، رسانه‌های جمعی از جایگاه ممتازی در گسترش حلقه‌های ارتباطاتی و استمرار بیشتر بازخوردگیری و شکل‌دهی به هویت کاربران نقش دارند (Arnett, 2000: 472)، شبکه‌های اجتماعی بستر مساعدی برای تقویت روابط میان-فردی، بازخوردگیری رفتاری، پیدایش ذهنیت و صورت‌بندی هویت کاربران مهیا می‌سازند (Pempek et al., 2021: 227)، از اینرو اهمیت نقش رسانه‌های نوظهور با رویکرد رفتارشناسانه بر گروه‌های مختلف سنی در نظام تعلیم و تربیت بسیار برجسته و ضروری است.

یافته‌های پژوهش:

اهمیت و کاربرد خودپنداره:

میزان شناخت فرد از خود و نحوه نگرستن به خود، مبنای بسیاری از تصمیمات و رفتارهای افراد است (Bee, 1992: 101). خودپنداره، در حقیقت نقش یک راهنما و نقشه را برای فرد ایفا می‌کند؛ از اینرو دقت، صحت و واقع‌بینی در شکل‌گیری ارتباطات میان‌فردی از اهمیت شایانی برخوردار است. خودپنداره، کمک می‌کند تا نسبت به اشتباهات خود واقع‌بین باشیم و مسئولیت رفتارهایمان را بپذیریم و همواره ارزیابی دقیقی نسبت به عملکرد خود داشته باشیم. خودپنداره مثبت، فرد را در تحقق عملکردهای بهتر فردی و جمعی یاری می‌رساند.

شبکه‌های اجتماعی:

تحولات جدید دنیای پست‌مدرن و ظهور جامعه فرا اطلاعاتی، فناوری‌های تحت‌نت را به روشی کاملاً بدیع و نوآورانه در خدمت ارتباط و مبادله محتوا مابین متعاملین (کاربران) جهانی در بستر وب قرار داده که «شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی»^۱ مجازی از

۱ - Erik Erikson

۲- در پیوند با نظریه زیست ۸ مرحله‌ای همین نظریه پرداز (اعتماد در برابر بی‌اعتمادی؛ خودگردانی در برابر شرم و تردید؛ ابتکار در برابر احساس گناه؛ کوشایی در برابر احساس حقارت؛ صمیمیت در برابر انزوا؛ باروری در برابر بی‌حاصلی؛ یکپارچگی در برابر پریشانی و رکود).

۳ - Emerging adulthood, Jeffrey Arnett

۴- انسان در نوجوانی احساس آزادی و استقلال بیشتری نموده و سعی فراوان در کشف و تجسس در امور پیرامون خود بالاخص شهود تازه‌های زندگی می‌نماید. در این دوره بلوغ رخ می‌دهد و نوجوان حین بررسی احتمالات جاری، احساس ارزشمندی مضاعف نموده و چشم اندازهای زیادی از هستی‌شناسی، انکشاف واقعیت‌های جاری جهان و عشق در مقابلش هویدا می‌گردد.

عمده محورهای ارتباطی آن است. این ساخت نزد شهروندان کلبه جهانی، بالاخص نوجوانان یا «بومیان پهنه دیجیتال»^۲، اقبال شایانی یافته و اهمیت برقراری ارتباط سریع، آسان، ارزان، موثر و بدون دغدغه میان‌فردی کاربران را با سایرین، امری بدیهی و ایجابی ساخته‌است. نسل دیجیتال، زیرمجموعه نسل Z و نخستین نسلی است که با دسترسی به اینترنت و فناوری‌های دیجیتال قابل حمل، در حال رشد است.

امروزه کاربری شبکه‌های اجتماعی به عنوان ابزاری موثر در برقراری و حفظ ارتباطات میان‌فردی تبدیل به ضرورت شده، شبکه‌های اجتماعی (واتساپ، فیسبوک، یوتیوب، اینستاگرام، توئیتر، تیک‌تاک، مای‌اسپیس، یوتیوب، تلگرام، اسنپ‌چت، پینترست، لینکدین، فلیکر و...) فضایی نامتناهی و آسان برای خلق گروه‌های جدید و دوست شدن با دوستان را فراهم ساخته‌است (Boyd & Ellison, 2017: 215)، شبکه‌های اجتماعی به کاربران اجازه می‌دهند تا پروفایل‌های شخصی خود را آزادانه و با کمترین محدودیت ایجاد و محتوای بر ساخته را با سایرین به اشتراک بگذارند و از موضوعات دلخواه خود پست‌های بدیع، بدور از محدودیت‌های زمانی و مکانی تهیه و آنها را به صورت شخصی یا عمومی منتشر نمایند از اینرو شبکه‌های مجازی از استقبال بالای مخاطبان و محبوبیت متکثر نزد نوجوانان و جوانان برخوردار شده‌اند (Pempek, Yermolayeva, & Calvert, 2021: 227).

پاندمی کرونا موجب جایگزینی کلاس‌های حضوری با مجازی شد و این اتفاق، سهمی بسزایی در حضور فعالانه دانش‌آموزان به جمع کاربران شبکه‌های اجتماعی ایفا نمود. ۷۲٪ از دانش‌آموزان نوجوان در دو سال اخیر گردشگران حرفه‌ای فضای مجازی شده‌اند و ۴۵٪ از آنها در طول شبانه روز از این فضا برای برقراری ارتباط با خانواده و دوستانشان بهره می‌گیرند (Lenhart, Purcell, Smith, and Zickuhr, 2022: 218)، سازندگان اپ‌های همراه با اولویت دادن به خواسته‌های عمومی جامعه هدف مبنی بر تعامل موثر و دلپذیر با دیگر کاربران (خانواده، گروه همسالان، دوستان و...) به ایجاد روش‌هایی جدید و منحصر بفرد برای افزایش رضایتمندی و برقراری ارتباطات میان‌فردی خوش‌آیندتر برای کاربران، بویژه برای نوجوان و جوان اقدام می‌نمایند. هدف غایی این پژوهش بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی بر ارتباطات میان‌فردی و خودپنداره محصلان نوجوان است.

اهمیت پژوهش:

تکنولوژی‌های ارتباطاتی از جمله فضای مجازی بر زیست فردی و جمعی کاربران با شدت و ضعف متفاوتی تاثیر می‌گذارد. عدم آگاهی صحیح و ژرف از دستاوردها، ظرفیت‌ها، تهدیدات و معایب فضای مجازی منجر به بروز رخدادهایی غیرقابل جبران می‌شود که مدیریت صحیح و برنامه‌ریزی دوراندیشانه‌ای در ابعاد مختلف تربیتی و آموزشی بالاخص برای محصلان نوجوان را با عنایت به مقتضیات خاص سنی آنها ضروری می‌سازد. فضای مجازی با بکارگیری الگوریتم‌های رفتارشناسانه اقدام به ساختارسازی‌های متناسب و جامعه‌پذیری هماهنگ در میان کاربران بالاخص بومیان دیجیتال می‌نماید. قدرت بسیج‌کنندگی و «حرکت‌گله‌ای»^۳ با محوریت شبکه‌های اجتماعی تاثیرات ژرفی بر ابعاد مختلف اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی جوامع در عصر اجتماعات متمایز ایجاد می‌نماید که اهمیت پژوهش‌های بنیادین و کاربردی ملی و فراملی را متزاید می‌سازد.

وقوع پاندمی کرونا و اعلان رسمی آغاز بکار نسخه‌های جدید «هوش مصنوعی»^۴، رشد تصاعدی شبکه‌های اجتماعی، ارتقاء گوشی‌های همراه، ازدیاد ارائه خدمات و ظرفیت‌های مبتنی بر فضای سایبر، شکوفایی ارتباطات چندرسانه‌ای و...، دامنه علمی شناخت نقش زیست دیجیتال بر ارتباطات فردی، میان‌فردی و توده‌ای را ناگزیر ساخته و مسئولیت متفکرین و پژوهشگران حوزه-

۱- این پژوهش با نگاهی جامع و همه‌شمول در چارچوب حوزه معرفتی علوم اجتماعی انجام پذیرفته و نظر به اهمیت نقش شبکه‌های اجتماعی غیربومی و رسانه‌های اجتماعی مجازی بین‌المللی بر ساخت زیست اجتماعی بومیان پهنه دیجیتال (نسل Z) و ممانعت از زایش مغالطات و اطاله کلام در این تحقیق، از کلیدواژه «شبکه‌های اجتماعی» در معنای تام آن استفاده گردیده‌است.

Generation Z-۲

Herd behavior - ۳

ChatGPT & AI-۴

های بسیط فرهنگ، ارتباطات و رسانه، مردم‌شناسی، جامعه‌شناسی، رفتارشناسی، انسان‌شناسی، روان‌شناسی و... را در این سپهر راهبردی و ناگزیر می‌سازد.

زیست مجازی نوجوانان و گردشگری مستمر آنها در بستر شبکه‌های اجتماعی و ورود جوامع در حال توسعه به عصر فرااطلاعاتی، گذر از دهکده جهانی به کلبه جهانی و ظهور جامعه معرفتی (دانایی محور) و...، ضرورت درک تأثیرات و پیامدهای ناشی از تکنولوژی‌های نوظهور ارتباطی را بر سنین مختلف ضروری‌تر از همیشه ساخته‌است. در حال حاضر نرخ پژوهش‌های بنیادین و کاربردی آکادمیک در حوزه سایبری و پیامدهای مرتبط با آن از شاخص‌های بنیادین پیشرفت، اقتدار و توسعه در عرصه بین‌المللی محسوب می‌شود.

شبکه‌های اجتماعی بدلیل برقراری ارتباط مستقیم مابین کاربران (متماملین) و بهره‌مندی از ابزارهای تولید محتوای چندرسانه‌ای فارغ از محدودیت زمان و مکان همراه با اخذ بازخوردهای آنی، نقشی بسزا و مستقیمی بر عزت‌نفس کاربران بالاخص نوجوانان ایفا می‌نمایند (Pempek et al., 2021: 227)، کاربران نوجوان دانش‌آموز که از پلتفرم‌های فیسبوک و تلگرام استفاده می‌نمایند، بر اولویت ایجاد و حفظ رابطه مستمر با خانواده و دوستانشان از این پلتفرم‌ها تاکید می‌نمایند. شبکه‌های اجتماعی نوع و نحوه برقراری ارتباطات میان‌فردی را سهل و ساده‌تر ساخته و شکل‌گیری مدلی از وسایل ارتباطات جمعی همگام با نظارت مستمر و نافذ کاربران کنشگر را در برقراری ارتباطات رضایت‌بخش با افرادی که مدت‌های مدیدی از دیدار حضوری آنها محروم بوده‌اند، تسهیل و تسریع نموده‌است (Quan-Haase & Young, 2020: 32).

سؤالات اصلی پژوهش:

بهره برداری نوجوانان دانش‌آموز پایه متوسطه دوم از شبکه‌های اجتماعی چه میزان است؟
 آیا مابین میزان استفاده نوجوانان دانش‌آموز پایه متوسطه دوم از شبکه‌های اجتماعی و ارتباط میان‌فردی آنها رابطه وجود دارد؟
 آیا مابین استفاده نوجوانان دانش‌آموز پایه متوسطه دوم از شبکه‌های اجتماعی با خودپنداره آنها رابطه وجود دارد؟

دامنه کاربری شبکه‌های اجتماعی:

بالغ بر ۸۷٪ از کاربران شبکه‌های اجتماعی سنی مابین ۱۵ تا ۲۹ سال دارند و بالغ بر ۵۷٪ آنها همزمان دارای چندین پروفایل شخصی در چندین شبکه اجتماعی هستند (Lenhart et al., 2022: 76)؛ زمانی که کاربران در شبانه‌روز در شبکه‌های اجتماعی صرف می‌کنند، بشکل معناداری متفاوت و تابع ارزش‌های محتوایی است. تجزیه و تحلیل‌ها نشان می‌دهد کاربران در ۲۴ ساعت بطور میانگین ۳۰ دقیقه فعالانه در شبکه‌های اجتماعی وقت می‌گذرانند که این زمان برای دانش‌آموزان عمدتاً از ۲۱:۰۰ شب تا ۱۲:۰۰ ظهر با میانگین ۴۷ دقیقه می‌باشد (Pempek et al., 2021: 229)؛ همچنین افزون بر ۵۰٪ از دانش‌آموزان چندین بار در شبانه‌روز به شبکه‌های اجتماعی سر زده و محتواهای آن بخصوص کامنت‌ها را رصد و بررسی می‌نمایند (Sheldon, 2022: 40).

مطالعات نشان می‌دهد ۸۳٪ از دانش‌آموزان دبیرستانی از این فضا برای حفظ ارتباط با دوستان خارج از جغرافیای محل سکونت و تا سال‌های متمادی پس از فارغ‌التحصیلی استفاده می‌نمایند (Quan-Haase & Young, 2020: 225)، تحقیقات حاکی است، دانش‌آموزان جوان‌تر به نسبت بیشتر از دانش‌آموزان معمرتر از شبکه‌های اجتماعی برای ارتباط با خانواده و دوستان زادگاهشان استفاده می‌کنند (Pempek et al., 2021: 230)، زمانی که فناوری وابسته به اینترنت در حوزه عمومی مابین کنشگران محبوبیت یافت، اهمیت بررسی ارتباطات میان‌فردی و چهره‌به‌چهره بسیار ضروری شد. کیفیت دلچسب این فضا، میزان فزاینده تعاملات، عدم محدودیت زمان و مکان، کنشگری آنلاین و...، وجاهت شبکه‌های اجتماعی را نسبت به دیگر رسانه‌های جمعی بشدت افزایش داد. شبکه‌های اجتماعی با بهره‌مندی از چندرسانه‌ای‌ها و کیفیت بالای تصاویر مجازی، هزینه

اندک و...، عملاً گفتگوی آنلاین را بخش لاینفک زیست اهالی دهکده جهانی دیجیتال نمودند و کاربران را به استفاده بیشتر اغوا ساختند (Baym et al, 2018: 310).

جنسیت، یکی از عمده‌ترین متغیرهای جمعیتی است که میزان و نحوه استفاده از شبکه‌های اجتماعی را متأثر ساخته‌است. تحقیق در حوزه فیسبوک و لینکدین نشان داده، زنان بیشتر از مردان از نمایه‌های شخصی استفاده می‌نمایند، از سوی دیگر مردان نیز بیشتر از زنان نسبت به حفظ و برجسته سازی پروفایل‌های خود اقدام می‌نمایند. یعنی در این دو فضا میزان استقبال و کاربست کاربران، عملاً تابع جنسیت شده‌است (Lenhart et al., 2022: 39)، پژوهشگران جرم‌شناسی معتقدند: زنان چهار تا پنج برابر بیشتر از مردان در شبکه‌های اجتماعی مورد تهدید یا آزار و اذیت قرار می‌گیرند (Tufekci, 2020: 548)، همچنین زنان تمایل بیشتری به کاربری شبکه‌های اجتماعی برای حفظ روابط با خانواده و دوستان خود بمنظور وقت‌گذرانی و سرگرمی دارند، در حالیکه مردان از این پهنه بیشتر برای ملاقات و آشنایی با افراد جدید استفاده می‌نمایند (Sheldon, 2020: 42)، آمارها نشان می‌دهد در اکثر جوامع زنان بیش از مردان از اینترنت برای ارتباطات میان‌فردی خود بهره می‌گیرند (Baym et al., 2021: 742).

شبکه‌های اجتماعی و مهارت‌های ارتباطی:

عمده‌ترین دلایل پیوستن نوجوانان به شبکه‌های اجتماعی وقت‌گذرانی، سرگرمی، نگهداری و توسعه ارتباطات میان‌فردی با خانواده و دوستانی است که با آنها معاشرت و ارتباط حقیقی داشته‌اند (Sheldon, 2020: 45)، اکثر کاربران شبکه‌های اجتماعی بر قدرت این بستر در ایجاد تعامل و بهره‌مندی از حمایت توانمندساز حلقه دوستان و خانواده متفق‌القول هستند. اولویت کاربران نوجوان شبکه‌های اجتماعی، ادامه روند حمایت از روابط اجتماعی پیشین و تحقق ملاقات با افراد جدید است (Boyd & Ellison, 2017: 215)، کاربران شبکه‌های اجتماعی از این ساحت برای حفظ ارتباطات میان‌فردی و ارسال پیام‌های فوری یا محتوای رسانه‌ای استفاده می‌نمایند. این شبکه‌ها به کاربران امکان می‌دهند تا با خانواده و دوستان خود فعالانه، آسان و راحت در ارتباط باشند. مطالعات نشان داد، عموم کاربران از ایمیل برای زمینه‌چینی ایمن و تحقق ملاقات‌های جدید استفاده می‌کنند (Quan-Haase et al., 2020: 354).

نوجوانان دانش‌آموز، از شبکه‌های اجتماعی برای برقراری ارتباط و ارسال اطلاعات به دوستان و خانواده بهره می‌گیرند و زمان زیادی را برای انجام و تعقیب فعالیت‌های نهفته و مشاهده مکرر محتواهای چندرسانه‌ای بارگذاری شده، بررسی پروفایل‌ها، کامنت‌ها و رصد اخبار اختصاص می‌دهند (Pempek et al., 2021: 230). در سایه افزایش حلقه‌های ارتباطی کاربران در شبکه‌های اجتماعی، حمایت اجتماعی پرورش یافته و میزان کمروبی و احساس خجالت کاربران در تعاملات روزمره آنها کاهش می‌یابد. شبکه‌های اجتماعی، محیطی بی‌دغدغه‌ای برای افراد خجالتی و کمرو فراهم می‌سازند تا فارغ از هرگونه استرس و دشواری با دیگران تعامل نمایند (Baker & Oswald, 2019: 875)، دوستی و روابط کاربران شبکه‌های اجتماعی از کیفیت مطلوبتری برخوردار است، زیرا با کنکاش در محتواهای برساخته افراد در پهنه مجازی می‌توان شناخت عمیق‌تری از تفکر و تمایلات سایرین حاصل نمود. شبکه‌های اجتماعی احساس راحتی بیشتری به کاربران داده و آنها می‌توانند آسانتر و بی‌پرده‌تر در سایه چتر حمایت اجتماعی قوی‌تری به تعامل بپردازند (Baker & Oswald, 2019: 876).

تطهیر اجتماعی یکی دیگر از ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی است که میزان تاثیرگذاری ارتباطات و تعاملات جاری مابین کاربران را مبرز می‌نمایند. شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری، استمرار و تاثیرگذاری شایعات به شکلی چشمگیر موثرند، همچنین مدیریت پاسخگویی کارآمد و تنویر افکار کاربران در تطهیر اجتماعی نقش بارزی دارد (Tufekci, 2020: 551).

شبکه‌های اجتماعی و ابعاد شخصیتی کاربران:

شبکه‌های اجتماعی راهی سریع و آسان برای دریافت بازخورد و برقراری ارتباط با سایر کاربران فراهم ساخته‌اند. این شبکه‌های اجتماعی بر نگرش کاربران نقشی موثر دارند (Pempek et al., 2021: 233). رسانه‌های اجتماعی به کاربران امکان می‌دهند تا در فرآیندهای اجتماعی و شکل‌گیری و پردازش هویت فردی و جمعی نقشی کنشگرایانه ایفا نمایند (Urista et al., 2019: 217)، نمایه‌های شخصی کاربران، ارائه دهنده اطلاعات و شناساننده آنها است؛ به کمک فناوری‌های نوین و سامانه‌های تحلیلی، اطلاعات قابل توجهی در مورد فعالیت‌های کاربران و متعاملان آنها آشکار می‌شود (Pempek et al., 2021: 233). شبکه‌های اجتماعی در خلق فضای صمیمی و خودافشاگری کاربران موثر هستند (Jiang, Bazarova, & Hancock, 2018: 59)، پروفایل شخصی جذاب و تحسین برانگیز کاربران شبکه‌های اجتماعی نشان از خودپنداره قوی و موثر آنها دارد (Jiang et al., 2018: 61). نوجوانان نسبت به کشف و تجربه تازه‌ها، استقلال طلبی، آزادی‌های فردی و خودافشاگری علاقه‌مند هستند. گرفتن بازخوردهای مثبت و تحسین برانگیز از طرف دیگر کاربران در تقویت روابط میان‌فردی و خودافشاگری آنها بسیار موثر است (Pempek et al., 2021: 234). بخش اعظمی از چالش‌های هویتی کاربران شبکه‌های اجتماعی و امدار خودافشاگری‌های دوران نوجوانی است. کاربران نوجوان شبکه‌های اجتماعی همواره سعی در ساختن هویت مجازی ایده‌آلی که تحت تاثیر تفکرات دیگران است، نموده و آنرا پرورش می‌دهند. این فرایند سهم عمده‌ای در بهبود سرمایه اجتماعی، عزت‌نفس و خودپنداره آنها ایفا می‌نماید (Urista et al., 2019: 223). در اینستاگرام بالغ بر ۸۰٪ از اعضاء گروه‌ها از رده همسالان با سن‌های مشابه هستند که این اتفاق در ایجاد تشابه نگرش آنها موثر است. گروهی از خانواده‌ها عضویت در شبکه‌های اجتماعی را عامل عمده تجاوز به حریم خصوصی دانسته و معتقدند: شبکه‌های اجتماعی، زندگی خصوصی را به عرصه عمومی کشانده و پیامدی غیر از آسیب به خودپنداره اعضاء خانواده، بالاخص فرزندان ندارند (West et al., 2021: 620).

خودافشایی در شبکه‌های اجتماعی یک روند مشخص و واحد نیست، بلکه متکی به تفسیر دیگران از این افشاها و ارتباطات میان‌فردی است (Jiang et al., 2018: 63). حمایت‌های اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی، خودافشاگری کاربران را در پی دارد. کاربر نیز برای حمایت اجتماعی ارتباطات میان‌فردی را تعمیق می‌بخشد و این رویکرد کیفیت زندگی وی را تحت تاثیر قرار می‌دهد (Lui & LaRose, 2018: 313). پاسخگویی مستمر و به موقع باعث افزایش میزان رضایتمندی و خشنودی فردی و جمعی متعاملان و تقویت‌کننده هویت کاربر است (Urista et al., 2019: 218)، خودافشایی در شبکه‌های اجتماعی تدوین‌گر چارچوبی کارآمد برای مدلی نظری است که در آن با افزایش افشاء، صمیمیت افزون‌تر شده و روابط میان‌فردی تعمیق می‌یابد. صمیمیت، عامل جذب کاربران بیشتر است که سهمی بسزا در خودپنداره کاربر دارد (Jiang et al., 2018: 65).

روش پژوهش:

بنابر آمارهای دریافت شده، جامعه آماری متوسطه دوم شهر اصفهان قریب به ۹۳۰۰۰ نفر دانش‌آموزان مشغول به تحصیل در مدارس هستند که بر مبنای فرمول کوکران و با احتساب ضریب خطا، نمونه آماری ۳۸۵ نفر احصاء گردید که شرکت‌کنندگان به روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب و پرسشنامه‌هایی که بر مبنای نظرسنجی «لنهارت، پورسل، اسمیت و زیکوهر» و با رعایت پارادایم‌های: جمعیت‌شناسی، میزان استفاده از شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی، تأثیر فضای مجازی بر ارتباطات میان‌فردی و خودپنداره کاربران تهیه گردیده بود به ایشان ارائه و پس از تکمیل، جمع‌آوری و

اطلاعات مدنظر پس از استخراج و پایش بر مبنای راهبردهای آمار توصیفی و استنباطی بررسی، تحلیل و تدوین گردید. ابزار سنجش و ارکان این پژوهش از روایی و پایایی لازم برخوردار می‌باشند.

بحث و نتیجه‌گیری:

نمونه آماری ۳۸۵ نفری محصلین در این تحقیق شامل: ۲۶۹ نفر (۶۹/۸٪) دختر و ۱۱۶ نفر (۳۰/۲٪) پسر می‌باشند که ۹۸٪ آنها مابین ۱۵ تا ۱۸ سال سن دارند. این محصلین در چهار مقطع تحصیلی متوسطه دوم به نسبت یکسان (۲۵٪) مشغول بودند. میزان تسلط متعارف نمونه آماری بر زبان انگلیسی ۸۸/۳٪ و تسلط به دیگر زبان‌های محاوره‌ای رایج ۲۸/۳٪ می‌باشد.

- رهیافت سؤال، بهره‌برداری نوجوانان دانش‌آموز پایه متوسطه دوم از شبکه‌های اجتماعی چه میزان است؟
 برای اندازه‌گیری میزان بهره‌مندی و استفاده از شبکه‌های اجتماعی، ۵ سؤال زیر طرح گردید:
- ۱) از کدامیک از شبکه‌های اجتماعی غیربومی استفاده می‌کنید؟
 - ۲) از کدامیک از اشکال محتوایی (نوشتاری، شنیداری، دیداری و چندرسانه‌ای) شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنید؟
 - ۳) اغلب کدامیک از شبکه‌های اجتماعی را روزرسانی، رصد و تعقیب می‌نمایید؟
 - ۴) در طول ۲۴ ساعت چند مرتبه شبکه‌های اجتماعی را جستجو و بازدید می‌نمایید؟
 - ۵) اصلی‌ترین دلیل استفاده موثر و مستمر شما از شبکه‌های اجتماعی چیست؟

جدول ۱

نام شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی	تعداد کاربران نمونه آماری	درصد کاربران دانش‌آموز
اینستاگرام	۳۸۱	۹۹٪
تلگرام	۱۳۶	۳۵٪
واتساپ	۴۰	۱۰٪
تویتر	۸	۳٪
پست الکترونیک (Email)	۳۴۵	۹۰٪
سایر ...	۸	۳٪

سپس یافته‌های نمونه آماری مورد سنجش، تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نمره ۱۴ بالاترین امتیازی بود که فرد می‌توانست برای متغیرهای کاربری شبکه‌های اجتماعی کسب نماید که میانگین امتیاز نیز ۹/۶ احصا گردید. نتایج حاکی بود: ۶۵/۶٪ از شرکت‌کنندگان بین ۱۰ تا ۱۳ امتیاز احراز نموده و بیشترین فراوانی به نمره ۱۰ به میزان ۴۰/۶٪ از کل نمونه آماری اختصاص یافت.

مطابق جدول ۱، مشارکت‌کنندگان در پژوهش اعلام نمودند، بسته به شرایط از یک تا چند شبکه اجتماعی استفاده می‌نمایند.

شرکت‌کنندگان در پژوهش بیشترین روزرسانی را به ترتیب به صفحات اینستاگرام (۸۸/۵٪) و تلگرام (۱۱/۵٪) اظهار داشتند. میزان فراوانی نشان می‌دهد ۲۳۰ نمونه (۵۹/۴٪) چندین بار در طول شبانه‌روز از یک یا چند شبکه

اجتماعی بازدید می‌نمایند. بررسی‌ها نشان داد از نگاه نمونه آماری دلایل استفاده از شبکه‌های اجتماعی متفاوت است. ارتباط با خانواده و دوستان به میزان ۹۱/۷٪ محبوب‌ترین دلیل استفاده است، ۵۹/۴٪ دلیل اصلی استفاده خود را سرگرمی و ۵۷/۳٪ رفع احساس خستگی و روزمرگی، ۳۳/۳٪ اهمیت حضور در فعالیت‌های اجتماعی و آگاهی از اولویت‌های افکار عمومی، ۱۱/۵٪ همراهی با خانواده و آشنایان و ۱۰/۴٪ سایر، عنوان نمودند.

رهیافت سؤال، آیا مابین میزان استفاده نوجوانان دانش‌آموز پایه متوسطه دوم از شبکه‌های اجتماعی و ارتباط میان-فردی آنها رابطه وجود دارد؟

برای سنجش مهارت‌های ارتباطی کاربران، ۹ سؤال زیر طرح گردید:

- ۱) چه میزان از شبکه‌های اجتماعی بمنظور برقراری ارتباط با دوستان و آشنایان استفاده می‌کنید؟
- ۲) چه میزان از شبکه‌های اجتماعی بمنظور برقراری ارتباط با خانواده استفاده می‌کنید؟
- ۳) چه میزان ترجیح می‌دهید از ارتباط چهره‌به‌چهره از طریق شبکه‌های اجتماعی استفاده کنید؟
- ۴) عموماً در شبکه‌های اجتماعی از چه مدل محتوایی (نوشتاری، دیداری، شنیداری، چندرسانه‌ای) بمنظور ارتباط با دوستان و خانواده استفاده می‌کنید؟
- ۵) از طریق شبکه‌های اجتماعی هرچند مدت، یکبار با دوستان و خانواده ارتباط برقرار می‌نمایید؟
- ۶) آیا شبکه‌های اجتماعی ارتباط و پیگیری مستمر از وضعیت دوستان و خانواده را برای شما آسان کرده‌است؟
- ۷) آیا استفاده مستمر از شبکه‌های اجتماعی، شما را از دیدار چهره‌به‌چهره حقیقی خانواده و دوستان بی‌نیاز ساخته-است؟
- ۸) آیا از امکانات شبکه‌های اجتماعی، بمنظور شبکه‌سازی و ایجاد گروه‌های مورد علاقه با خانواده و دوستان اقدام کرده‌اید؟
- ۹) استفاده مستمر از شبکه‌های اجتماعی، چه میزان شما را در برقراری ارتباط موثرتر چهره‌به‌چهره با سایرین کمک کرده‌است؟

جدول ۲

خیر	بله	سؤال
۶٪	۹۴٪	• آیا برقراری ارتباط با دوستان و خانواده توسط شبکه‌های اجتماعی، فعالیت‌های شما را آسانتر از قبل کرده است؟
۵٪	۹۵٪	• آیا از شبکه‌های اجتماعی برای دیدار چهره‌به‌چهره مجازی و گفتگو با خانواده و دوستانی که به ندرت با آنها ملاقات حقیقی (حضوری) دارید، استفاده می‌کنید؟
۱۵٪	۸۵٪	• آیا از شبکه‌های اجتماعی برای دیدار چهره‌به‌چهره مجازی و گفتگو با خانواده و دوستانی که به کرات با آنها ملاقات حقیقی (حضوری) دارید، استفاده می‌کنید؟
۳۴٪	۶۶٪	• آیا شبکه‌های اجتماعی به شما در برقرار نمودن ارتباط موثر چهره‌به‌چهره با خانواده و دوستان کمک می‌کند؟

سپس یافته‌های نمونه آماری مورد سنجش، تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نمره ۲۱ بالاترین امتیازی محاسبه شد که فرد می‌توانست برای متغیر مهارت‌های ارتباطی، کسب نماید. نتایج حاصل از این سنجش، حاکی از میانگین امتیاز ۱۴ و مد ۱۳ است.

مطابق جدول ۲ اهمیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی، بعنوان کانال ارتباطی کاربر با خانواده و دوستان مشخص گردید.

شرکت‌کنندگان در پژوهش، به ترتیب اعلام داشتند: ۵۰٪ هر روز و مستمر، ۴۰٪ چند روز در هفته، ۸٪ هر چند هفته یکبار و ۲٪ در مواقعی محدود از طریق شبکه‌های اجتماعی با دوستان و خانواده‌های خود در ارتباط هستند. با توجه به تعداد ۳۸۵ نفر نمونه آماری، ۲۹۷ نفر (۷۷٪) اعلام داشتند ارتباط چهره‌به‌چهره مجازی از طریق شبکه‌های اجتماعی با خانواده و دوستان را ترجیح می‌دهند و ۸۸ نفر (۲۳٪) اظهار داشتند با ارتباط چهره‌به‌چهره حقیقی موافق هستند.

جدول ۳

	استفاده از شبکه‌های اجتماعی	ارتباط با خانواده و دوستان
همبستگی پیرسون Sig. (2-tailed) N	۱ ۳۸۵	۰/۵۸۶** ۳۸۵
همبستگی پیرسون Sig. (2-tailed) N	۰/۵۸۶** ۰/۰۰۰ ۳۸۵	۱ ۳۸۵

**. همبستگی است قابل توجه در ۰/۰۱ مرحله (۲ دم).

پس از بررسی همبستگی پیرسون مابین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی با میزان برقراری ارتباط با خانواده و دوستان (**۰/۵۸۶) جدول ۳ حاصل گردید که مبین وجود رابطه معناداری میان این دو مقوله است. رهیافت سؤال، آیا مابین استفاده نوجوانان دانش‌آموز پایه متوسطه دوم از شبکه‌های اجتماعی با خودپنداره آنها رابطه وجود دارد؟

برای سنجش خودپنداره کاربران، ۷ سؤال زیر طرح گردید:

- ۱) چه میزان در کشف و برقراری روابط جدید از طریق شبکه‌های اجتماعی فعال و موفق هستید؟
- ۲) چه مدت زمانی را برای برقراری رابطه در شبکه‌های اجتماعی بمنظور شناسایی، رصد و کنکاش صرف می‌نمایید؟
- ۳) چند مدت یکبار وضعیت پروفایل و نمایه‌های خود را در شبکه‌های اجتماعی بروزرسانی می‌نمایید؟
- ۴) چند مدت یکبار در خصوص وضعیت پروفایل و نمایه‌های شخصیتان در شبکه‌های اجتماعی به نظرخواهی یا نظرسنجی می‌پردازید؟
- ۵) آیا از ترفندهایی که کاربران شبکه‌های اجتماعی را هنگام بازدید از صفحه شما، تحت تاثیر قرار می‌دهد، استفاده می‌کنید؟
- ۶) ارتباطی که دیگر کاربران شبکه‌های اجتماعی با شما برقرار می‌نمایند، چه تاثیری بر میزان اعتماد به نفس شما دارد؟

۷) چگونه از شبکه‌های اجتماعی برای افزایش میزان مقبولیت عمومی و رضایتمندی دیگران استفاده می‌کنید؟

جدول ۴

	استفاده از شبکه‌های اجتماعی	خودپنداره کاربران
همبستگی پیرسون Sig. (2-tailed) N	۱ ۳۸۵	۰/۶۵۸** ۳۸۵
همبستگی پیرسون Sig. (2-tailed) N	۰/۶۵۸** ۰/۰۰۰ ۳۸۵	۱ ۳۸۵

**. همبستگی است قابل توجه در ۰/۰۱ مرحله (۲ دم).

سپس یافته‌های نمونه آماری مورد سنجش، تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نمره ۲۹ بالاترین نمره‌ای معین شد که فرد می‌توانست برای متغیر خودپنداره کسب نماید. نتایج کلی این سنجش حاکی از میانگین امتیاز ۱۶ و مد ۱۹ بود. از بین ۳۸۵ نفر نمونه آماری، ۱۸۰ نفر (۴۷٪) اظهار داشتند که عمدتاً روزانه یک شبکه اجتماعی را مورد رصد و کنکاش قرار می‌دهند و ۴۹٪ نیز تاکید کردند این ساحت بر آنها بصورت رندوم (کاتوره‌ای) تاثیر مثبت و منفی داشته‌است. پس از بررسی همبستگی پیرسون مابین میزان استفاده نمونه آماری از شبکه‌های اجتماعی با خودپنداره (**۰/۶۵۸) مشخص گردید مابین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی با خودپنداره کاربران مطابق جدول ۴ رابطه معناداری وجود دارد.

محدوده جمعیتی کاربرانی که در تعامل با نمونه‌های آماری این پژوهش در شبکه‌های اجتماعی در ارتباط هستند، به ترتیب ۳۹٪ (مابین ۳۰۱-۶۰۰ نفر)، ۳۳٪ (مابین ۰-۳۰۰ نفر)، ۱۰٪ (مابین ۶۰۱-۹۰۰ نفر)، ۶٪ (مابین ۹۰۱-۱۲۰۰ نفر)، ۴٪ (مابین ۱۲۰۱-۱۵۰۰ نفر)، ۳٪ (مابین ۱۸۰۱-۲۱۰۰ نفر)، ۲٪ (مابین ۱۵۰۱-۱۸۰۰ نفر) و تنها ۲٪ (افزون بر ۲۱۰۱ نفر) را شامل می‌شوند.

جدول ۵

		ارتباط
استفاده از شبکه‌های اجتماعی	همبستگی پیرسون	۰/۳۵۷**
	Sig. (2-tailed)	۰/۰۰۰
	N	۳۸۵
ارتباط با خانواده و دوستان	همبستگی پیرسون	۰/۳۰۱**
	Sig. (2-tailed)	۰۰۳
	N	۳۸۵
خودپنداره کاربران	همبستگی پیرسون	۰/۶۴۸**
	Sig. (2-tailed)	۰/۰۰۰
	N	۳۸۵

** همبستگی است قابل توجه در را ۰/۰۱ مرحله (۲ دم)

همچنین پس از بررسی آزمون همبستگی پیرسون مابین سه مقوله میزان بهره‌مندی کاربران نوجوان دانش‌آموز پایه متوسطه دوم از شبکه‌های اجتماعی، با میزان ارتباط این کاربران با خانواده و دوستان و مولفه خودپنداره، مطابق جدول ۵ مشخص گردید، این همبستگی معنادار بوده و متغیر خودپنداره نسبت به ارتباط و میزان کاربست شبکه‌های اجتماعی توسط کاربران با تعداد دوستان و آشنایان از همبستگی لازم برخوردار است.

نتیجه نهایی تحقیق حاضر نشان داد، دانش‌آموزان نوجوان به صورت تامل برانگیزی از شبکه‌های اجتماعی بین-المللی در راستای رفع نگرانی، سرگرمی، روزمرگی و سپری ساختن اوقات فراغت استفاده می‌نمایند. دانش‌آموزان در این بستر به آسانی گروه‌هایی با تعداد ۳۰۰ تا ۶۰۰ نفر ایجاد نموده و بمنظور پویایی فعالانه آن اقدام به تهیه و تدوین محتوا می‌نمایند. دختران نوجوانان بیش از پسران نوجوانان از شبکه‌های اجتماعی برای برقراری ارتباطات میان‌فردی استفاده می‌کنند. شبکه‌های اجتماعی بدلیل مختلف همچون پاندمی کرونا، سرگرمی، گذران اوقات فراغت و... از استقبال شایان و محبوبیت بالایی در میان عموم، بالخصوص و نوجوانان و جوانان برخوردار است که ایجاد و گسترش زیرساخت‌های ارتباطاتی، بروز رسانی اپ‌ها و ارتقاء گوشی‌های همراه در فراهم نمودن محیط بکر برای فعالیت‌های کنشگرایانه بومیان

پهنه دیجیتال یا کاربران نسل Z از نقشی بسزا و شاخص برخوردار است. این پژوهش مشخص ساخت: شبکه‌های اجتماعی باعث تسهیل و تسریع در برقراری ارتباطات میان فردی، مابین کاربر با دوستان و خانواده آنها شده و بر خودپنداره کاربران (درک، ذهنیت و احساسی که فرد نسبت به خویشتن خویش دارد) نقش موثر دارد.

مطالعه انجام شده نشان می‌دهد به دلیل پیدایش دهکده جهانی و تئوری کلبه جهانی، همچنین پیدایش پدیده شهروندی جهانی در پیوند با ظهور بازارهای جذاب مالی دیجیتالی و محبوبیت اکوسیستم‌های استارت‌آپی و فاین‌تک‌ها، نسل نوجوان بیشتر از هر زمان دیگری به سمت آشنایی و کاربست ابزارهای فضای مجازی ترغیب و تشویق می‌شود و شبکه‌های اجتماعی را کانالی ارتباطی بمنظور کسب اطلاعات نافع‌تر و جامع‌تر بحساب می‌آورد.

یافته‌های این تحقیق در تایید مطالعات پیشین موید این است که تقریباً همه نمونه‌آماری و بالطبع درصد قابل توجهی از دانش‌آموزان مقطع متوسطه دوم در شهر اصفهان همزمان کاربران فعال بیش از یک شبکه اجتماعی بین‌المللی هستند.

دلایل متعددی در خصوص بهره‌گیری دانش‌آموزان از شبکه‌های اجتماعی اظهار گردید که مهمترین دلیل آن برقراری ارتباط با خانواده و دوستان بمنظور سرگرمی، گذران اوقات فراغت، رفع کسالت و روزمرگی بود.

نتایج این تحقیق تصریح نمود، ترجیح بیشتر دانش‌آموزان استفاده از طریق ارتباط چهره‌به‌چهره حقیقی است، ولیکن به دلیل مشغله درسی و حضور در آزمون‌های سراسری، برقراری ارتباط توسط شبکه‌های اجتماعی از مطلوبیت خاصی نزد ایشان و مصاحبانشان برخوردار است که مطالعات بایم و همکارانش را تایید می‌نماید.

در تصدیق مطالعات قبلی، مسجل گردید دانش‌آموزان نسبت به بروزرسانی پروفایل‌ها و نمایه‌های صفحات شخصی خود، رصد ژست‌ها و وضعیت دیگر کاربران و بررسی کامنت‌های منتشر شده در شبکه‌های اجتماعی اهتمام زیادی دارند.

استفاده ۹۹٪ نمونه‌آماری از اینستاگرام و ۳۵٪ از تلگرام، از محبوبیت‌های محتوایی و جذابیت‌های ساختاری این شبکه‌های اجتماعی حکایت دارد. از نگاه نمونه‌آماری مزایای این دو فضا، شامل: عضویت آسان، گروه‌سازی راحت، استفاده موثر چندرسانه‌ای‌ها، امکانات جانبی کارآمد، حجم بارگذاری و... می‌باشد.

بروز پاندمی کرونا و ضرورت برگزاری کلاس‌های غیرحضوری در بستر اینترنت و الزام بر گسترش امکانات زیرساختی ارتباطات آنلاین، در پیوند با انگیزه وافر نوجوان در کسب آزادی، استقلال‌طلبی، هویت‌یابی و شکوفایی، امتیازات حضور فعال در عرصه جهانی، فقدان محدودیت‌های فضاهای حقیقی، کنشگرایی آنلاین و... مجموعه عواملی هستند که در استقبال فعالانه دانش‌آموز نوجوان از شبکه‌های اجتماعی نقشی بنیادین دارند.

مطالعه فوق نشان داد، بالغ بر ۹۰٪ از کاربران نمونه‌آماری از ایمیل بصورت موثر استفاده می‌نمایند که می‌توان تاثیر آموزش غیرحضوری و درس آشنایی با سواد رسانه را از دلایل عمده این استقبال معنادار برشمرد و این یافته نشان می‌دهد به‌رغم نتایج مطالعات بایم و همکارانش، اگرچه شبکه‌های اجتماعی در مراودات روزمره نوجوانان دانش‌آموز از اقبال گسترده‌ای برخوردار شده ولیکن از محبوبیت ایمیل نزد آنها کاسته نشده و چت در شبکه‌های اجتماعی جایگزین ایمیل نشده‌است.

استفاده ۳۵٪ مشارکت‌کنندگان در تحقیق، از تلگرام با توجه به تجربه طولانی‌تر بهره‌مندی عمومی کاربران ایرانی از آن، در پیوند با دارا بودن پروکسی اختصاصی، قابلیت مبادله فایل‌های حجیم همچون محتواهای ورد، پی‌دی‌اف، فیلم، کلیپ، سازگاری کمی و کیفی این شبکه با خطوط ناهمگن دیتا، این فضا را در رتبه دوم استقبال کاربران نمونه‌آماری قرار داده‌است. از سوی دیگر نظر به محدودیت‌های رایج واتساپ همچون ایجاد گروه‌های ۵۱۲ عضوی، اشتراک‌گذاری

محدود محتوا، عدم وجود پروکسی اختصاصی و... میزان استفاده از آن در میان اعضاء نمونه آماری نسبت به دو رسانه اجتماعی اینستاگرام و تلگرام به نحوی معنادار اندک (۱۰٪) می‌باشد.

توئیتر باتوجه به محدودیت‌های محتوایی مانند ارسال تعداد کاراکترهای محدود و نقش عمده این فضا در حوزه سیاست‌ورزی بین‌المللی و عدم سنخیت محتوایی با دیدگاه‌های عمومی کاربران نوجوانان از محبوبیت خاصی (۳٪) میان کاربران دانش‌آموز برخوردار نمی‌باشد.

در این مطالعه مشخص گردید، مهمترین و عمده‌ترین دلیل کاربری دانش‌آموزان نوجوان از شبکه‌های اجتماعی برقراری ارتباط با خانواده و دوستان است که این ارتباط عمدتاً بدلیل خاص همچون رفع نگرانی‌های رایج (مشکل کرونا)، سرگرمی، سپری نمودن اوقات فراغت و وقت‌گذرانی محقق و پیگیری می‌شود.

دانش‌آموزان در این تحقیق عنوان نمودند از شبکه‌های اجتماعی استفاده موثر می‌نمایند ولی آنرا هرگز جایگزین ارتباطات چهره‌به‌چهره حقیقی نمی‌دانند و بدان رجحان نمی‌دهند و اما بدلیل مشغله‌های جاری خود و روزمرگی این فضا را گزینه مناسب و راحتی می‌دانند.

این پژوهش نشان داد شبکه‌های اجتماعی به حفظ ارتباط منظم دانش‌آموزان با خانواده و دوستان کمک موثری می‌نماید. همچنین این فضاها به دانش‌آموزان کمک می‌کنند تا بهتر با دیگران ارتباط چهره‌به‌چهره برقرار سازند و از حمایت اجتماعی بیشتری برخوردار گردند و میزان استرس آنها به شکل قابل توجهی کاهش یابد.

۹۷٪ از نمونه آماری، کیفیت ارتباطات مجازی را در شبکه‌های اجتماعی ایده‌آل ندانسته، اما به آن نگاه مثبت داشته و آنرا خوب ارزیابی کرده‌اند.

۷۸٪ از نمونه آماری بر عدم تاثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی بر کاربران متفق‌القول بودند که خلاف تحقیقات جیانگ و همکاران وی می‌باشد.

در این مطالعه مشخص گردید میزان بررسی، رصد و کنکاش کاربران در محتواهای شبکه‌های اجتماعی متفاوت است و عمدتاً کاربران بیش از چندین مرتبه در شبانه‌روز به بررسی و رصد محتواهای آپلود شده، می‌پردازند که نتایج تحقیقات پمپک و همکارانش را تایید می‌نماید.

این پژوهش تایید کرد، استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر عزت‌نفس کاربران تاثیر مستقیم داشته و بسته به مضمون محتواهای بارگذاری شده در آن فضا در کاهش و یا افزایش اعتماد به نفس مثبت یا منفی کاربران نقش بارز دارد. البته در این تحقیق هیچ یک از نمونه‌ها از بروز احساسات منفی ناشی از کاربری شبکه‌های اجتماعی اظهار نظر نکرد.

در این تحقیق تایید شد نظرات کاربران دانش‌آموز بر تعاملین و دیگر کاربران با شدت و ضعفی متفاوت نقش دارد. در نهایت، این مطالعه تایید کرد، عقیده و اندیشه خانواده و دوستان کاربران نوجوان دانش‌آموز در بستر شبکه‌های اجتماعی بر خودپنداره آنها موثر است.

در این پژوهش مشخص شد، درصد بالایی از دانش‌آموزان مشارکت‌کننده در این تحقیق از طریق شبکه‌های اجتماعی به ایجاد گروه‌هایی مابین ۳۰۰-۶۰۰ کاربر اقدام می‌نمایند که با مطالعه پمپک و همکارانش همخوانی دارد.

منابع

- بوید، دانا (۱۴۰۱). شبکه‌گردی نوجوانان، ترجمه مارینافرهودی‌زاده، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- پرتیرا، آنا کریستینا (۱۴۰۱). انسانی‌شناسی رسانه برای عصر دیجیتال، ترجمه حمیدرضابیژنی، تهران: انتشارات اندیشه احسان.
- حسینی، سیدرسول (۱۴۰۱). فضای مجازی و شکل‌گیری تمدن اقتصادی اجتماعی نوین، تهران: انتشارات موسسه مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- رولینگر، دینا (۱۴۰۱). جامعه و رسانه‌های نوین، ترجمه میلادپوررجبی و حمیدرضابیژنی، تهران: انتشارات نقد فرهنگ.
- سینها، آمبر (۱۴۰۱). شبکه‌های اجتماعی و سیاست قدرت، ترجمه مهساجزینی و امیرپسندپور، تهران: انتشارات پیله.
- شرودر، رالف (۱۴۰۱). نظریه‌های اجتماعی بعد از اینترنت، ترجمه حمیدرضابیژنی، تهران: انتشارات نقد فرهنگ.
- شهباء، محمد و مهرداد پورعلم (۱۴۰۰). درسنامه علوم‌شناختی و رسانه، تهران: انتشارات افکار جدید.
- صفدری شریانی، ابوطالب (۱۴۰۱). کنش جمعی آنلاین، تهران: انتشارات سوره مهر.
- طاهری کیا، حامد (۱۴۰۱). زندگی عریان در جغرافیای دیجیتال، تهران: انتشارات موسسه مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- علی محمدی، امیرعلی (۱۴۰۱). اینستاگرام سازوبرگ ایدئولوژیک سرمایه‌داری، تهران: انتشارات سوره مهر.
- علیدادی، رضا (۱۴۰۰). رسانه‌های مجازی در مسیر تکامل، تهران: انتشارات سروش.
- فرقانی، محمدمهدی، ربابه مهاجری (۱۳۹۶). رابطه بین میزان استفاده شبکه‌های مجازی و تغییر در سبک زندگی جوانان، تهران: مجله مطالعات رسانه‌های نوین.
- فریس، کری، کریس روجک و الیور دریسنز و جاشوا گامسون (۱۴۰۱). جامعه‌شناسی سلبریتی، ترجمه فردین‌علیخواه، تهران: انتشارات گل‌آذین.
- فلوریدا، لوچیانو (۱۴۰۱). منطق اطلاعات، ترجمه شهربانو پهلوان‌مازندرانی، تهران: انتشارات مهرآزاد.
- کاستلز، مانوئل (۱۴۰۱). شبکه‌های خشم و امید، ترجمه مجتبی‌قلی‌پور، تهران: انتشارات مرکز.
- کیسینجر، هنری و اریک اشمیت و دانیل هوتنلوچر (۱۴۰۱). عصر هوش مصنوعی و آینده‌انسانی ما، ترجمه سامان-صفرزائی، تهران: انتشارات کتاب پارسه.
- گلداسمیت، جک ال و تیم وو (۱۴۰۰). چه کسی اینترنت را کنترل می‌کند، ترجمه سهیل‌رضانژاد، تهران: انتشارات نشرمون.
- لیور، تام، تیم هابفیلد و کریستال ابیدین (۱۴۰۰). اینستاگرام فرهنگ‌های رسانه‌های اجتماعی دیداری، ترجمه محمدمهدی‌وحیدی، تهران: انتشارات سوره مهر.
- نورمن، کنتال (۱۳۹۱). روانشناسی سایبری، ترجمه فاطمه‌وحدت‌نیا، تهران: انتشارات آسیم.
- یورگنسن، کارن وال (۱۴۰۱). احساسات رسانه و سیاست، ترجمه محسن‌گودرزی، تهران: انتشارات لوگوس.

References

- Arnett, J.J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*.
- Baker, L. R., & Oswald, D. L. (2019). Shyness and online social networking services. *Journal of Social & Personal Relationships*.
- Baym, N. K., Zhang, Y. B., & Lin, M. (2018). Social interactions across media. *New Media & Society*.
- Baym, N. K., Zhang, Y.B., Kunkel, A., Ledbetter, A., & Mei-Chen, L. (2021). Relational quality and media use in interpersonal relationships. *New Media & Society*.
- Boyd, D.M. & Ellison, N.B. (2017). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication*.
- Jiang, L. C., Bazarova, N. N., & Hancock, J. T. (2018). The disclosure-intimacy link in

computer-mediated communication: An attributional extension of the hyperpersonal model. *Human Communication Research*.

- Lenhart, A., Purcell, L., Smith, A., & Zickuhr, K. (2022). Social media and young adults. Pew Internet and American Life Project, from <http://www.pewinternet.org/>
- Lui, X. & LaRose, R. (2018). Does using the internet make people more satisfied with their lives? The effects of the internet on college students' school life satisfaction. *CyberPsychology & Behavior*.
- Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., & Calvert, S. L. (2021). College students' social networking experiences on facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*.
- Quan-Haase, A., & Young, A. L. (2020). Uses and gratifications of social media: A comparison of facebook and instant messaging. *Bulletin of Science, Technology & Society*.
- Sheldon, P. (2022). Student favorite: Facebook and motives for its use. *Southwestern Mass Communication Journal*.
- Tufekci, Z. (2020). Grooming, gossip, facebook, and myspace. *Information, Communication & Society*.
- Urista, M.A., Dong, Q., & Day, K.D. (2019). Explaining why young adults use myspace and facebook through uses and gratifications theory. *Human Communication*.
- West, A., Lewis, J., & Currie, P. (2021). *Students' facebook 'friends': public and private spheres. Journal of Youth Studies*.