

تأثیر شبکه های اجتماعی مجازی بر حجاب و عفاف، هویت دینی و فردی، تعامل با خانواده و افسردگی و انزوا در بین جوانان

حسن قراباغی^۱

مجید یوسفی افراشته^۲

وحید صالحی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۵/۱۳

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۸/۱۳

امروزه شبکه های اجتماعی مجازی، تعاملات و جوانب مختلف زندگی افراد جامعه به ویژه جوانان را تحت تأثیر قرار داده اند. پژوهش حاضر به منظور شناسایی اهداف، میزان و نحوه استفاده جوانان استان همدان از شبکه های اجتماعی مجازی و نیز تأثیر این شبکه ها بر چهار متغیر حجاب و عفاف، هویت دینی و فردی، تعامل با خانواده و افسردگی و انزوا اجرا شد. جامعه آماری پژوهش را کلیه افراد ۱۴ تا ۲۹ سال استان همدان تشکیل می دادند. حجم نمونه آماری پژوهش شامل ۴۳۰ نفر بود که با استفاده از فرمول کوکران و با روش نمونه گیری خوشه ای چند مرحله ای محاسبه شد. ابزار اندازه گیری پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته با مقیاس لیکرت بود که روایی محتوایی آن مورد تأیید متخصصان قرار گرفت و پایایی پرسشنامه با استفاده از روش آلفای کرونباخ مقدار قابل قبول ۰/۷۱ به دست آمد. نتایج نشان داد که شبکه های اجتماعی تلگرام رتبه نخست نفوذ در بین جوانان استان همدان را دارا می باشد و تفریح و سرگرمی، مهم ترین هدف هدف استفاده از شبکه های اجتماعی بوده است. یافته ها نشان می دهند که شبکه های اجتماعی مجازی باعث کاهش رعایت حجاب و عفاف، اختلال در هویت فردی و دینی و سستی تعامل افراد با خانواده های خود می شوند. همچنین این یافته ها نشان داد که شبکه های اجتماعی مجازی منجر به رهایی ایشان از انزوای فردی و بالاتر رفتن سطح آگاهی و مشارکت اجتماعی آنان می شود.

واژگان کلیدی: جوانان، شبکه اجتماعی، حجاب و عفاف، هویت فردی و دینی، تعامل جوانان با خانواده،

افسردگی و انزوا

E-mail: H.qarabaghi@malayeru.ac.ir

^۱ استادیار، گروه علوم تربیتی، دانشگاه ملایر، ملایر، ایران (نویسنده مسئول)

^۲ استادیار، گروه روانشناسی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران

^۳ استادیار، گروه علوم تربیتی، دانشگاه سید جمال الدین اسدآبادی، اسدآباد، ایران

مقدمه

با ورود به عصر اطلاعات و جامعه شبکه ای، در بیشتر حوزه ها شاهد تحولات تکنولوژیکی گوناگون هستیم. اینترنت به مثابه رسانه ای جدید و یکی از مهم ترین دستاوردهای انقلاب ارتباطات^۱، از محدودیت های الگوهای چاپ و پخش در ارتباطات فراتر رفته است. هم اکنون از طریق اینترنت و شبکه های وابسته به آن جهان جدیدی به موازات جهان واقعی به وجود آمده است (بابایی، ۱۳۹۴) رسانه های الکترونیکی^۲ مخاطبان گسترده ای دارند و مجموعه هایی از محتوای نمادین را به این مخاطبان عرضه می کنند. در چنین شرایطی فضای مجازی^۳ شکل می گیرد، فرهنگ ها همه از طریق واسطه های الکترونیکی منتقل می شوند و مفاهیم زمان و مکان معانی تازه ای پیدا می کنند. (مجتهدی، ۱۳۹۴). بدین ترتیب، جوامع مختلف تحت تأثیر تحولات بسیار عظیم علمی و فناورانه به سمت جامعه اطلاعاتی^۴ یا جامعه شبکه ای^۵ حرکت می کنند.

شبکه های اجتماعی به عنوان یکی از خدمات برجسته فضای مجازی باعث شکل گیری مفاهیمی همچون صمیمیت و اعتماد در فضای سایبری^۶ شده است؛ مفاهیمی که در گذشته ای نه چندان دور دستیابی و تحقق آن در حد یک رؤیا بود. ارتباطات شبکه های اجتماعی، ارتباطاتی خودگزین هستند. در این سبک ارتباطی نقش افراد در تولید، توزیع و دریافت پیام ها بیشتر است. پیام ها^۷ به صورت دو طرفه و تعاملی^۸ بین مجموعه افراد به چرخش در می آید. شبکه های اجتماعی با توجه به قدمت و محبوبیت خود اولین جایی هستند که می توان حضور کاربران در مقابله با منتشر شدن شایعات و دست به دست شدن مضامین بدون منطق را مشاهده کرد. کاربران ابتدا در صفحات شخصی خود با این موارد مقابله می کردند (پمپک^۹ و همکاران، ۲۰۰۹: ۲۲۸)، اما گسترش سریع و فراگیر شبکه های اجتماعی در بین افراد پرسش هایی را درباره پیامدهای احتمالی آنها برای کاربران و جامعه پدید آورده است.

عنوان شبکه اجتماعی اینترنتی یا وب محور با قالب امروزی برای نخستین بار در سال ۱۹۶۰ در دانشگاه

^۱ Communications revolution

^۲ Electronic media

^۳ Virtual space

^۴ Information society

^۵ Network society

^۶ Cyber space

^۷ Posts

^۸ Interactive

^۹ Pempek

ایلینویز^۱ در ایالات متحده آمریکا مطرح شد و پس از آن در سال ۱۹۹۷ نخستین سایت شبکه اجتماعی به نام سیکس دگریس^۲ اجازه ایجاد پروفایل^۳ را به کاربران داد تا آنها بتوانند فهرستی از دوستان شان ایجاد ایجاد کنند که این سایت به دلیل عدم موفقیت، بعد از سه سال متوقف شد. بعد از آن، انفجار تجارت در وب سایت های اجتماعی در سال ۲۰۰۲ باعث به وجود آمدن شبکه های اجتماعی استر فرند^۴، اورکات^۵ و لینکداین^۶ و رشد قارچ گونه این سایت ها در فضای مجازی شد. در سال ۲۰۰۶ دسترسی عمومی مردم به فیس بوک آزاد شد، زیرا قبل از آن، این سایت تنها به صورت پایلوت^۷ در دانشگاه هاروارد^۸ استفاده می شد. همچنین تویتر نیز در این سال پا به عرصه شبکه های اجتماعی گذاشت (افتاده، ۱۳۹۰).

مفهوم شبکه های اجتماعی در ایران به طور گسترده در حدود سال ۱۳۸۳ هجری شمسی با حضور شبکه اورکات در میان کاربران ایرانی رواج پیدا کرد و در مدت کوتاهی به قدری سریع رشد کرد که پس از برزیل و آمریکا، ایران سومین کشور حاضر در اورکات شد. اورکات سایتی بود که توسط یکی از مهندسان گوگل^۹ طراحی شد. او که دانشجوی دکترای علوم کامپیوتر در دانشگاه استنفورد^{۱۰} بود، این پایگاه را به صورت یک شبکه اجتماعی اینترنتی طراحی کرد (افراسیابی ۱۳۹۳: ۵۲-۵۰).

شبکه های اجتماعی در بستر یک جامعه اطلاعاتی پیچیده، کارکرد مؤثر شبکه را به تصویر می کشند. با نگاهی دقیق تر، می توان جامعه را ترکیبی از شبکه های متعدد شامل شبکه های میان سازمان ها، شبکه درون سازمانی، شبکه های شخصی، شبکه های رایانه ای و نیز شبکه های فرامرزی تصور نمود که اطلاعات از طریق آنها جاری می شود. لذا این اطلاعات می تواند به عنوان بستر مناسبی برای نظارت نیز مورد استفاده قرار گیرد (برتوت و گریمز^{۱۱}، ۲۰۱۰).

شبکه های اجتماعی در سیر پیشرفت تکنولوژیک خود به عنوان رسانه های اجتماعی^{۱۲} نیز مطرح می شوند. در تعریف رسانه های اجتماعی باید گفت گونه ای از رسانه هستند که بعد از رسانه های جمعی ظهور یافته و امکان تعامل میان تولیدکننده پیام و دریافت کننده آن را فراهم می آورند؛ بدین معنا که در این

^۱ University of Illinois

^۲ Six degrees

^۳ Profile

^۴ Esther Friend

^۵ Orkut

^۶ LinkedIn

^۷ pilot

^۸ Harvard University

^۹ Google

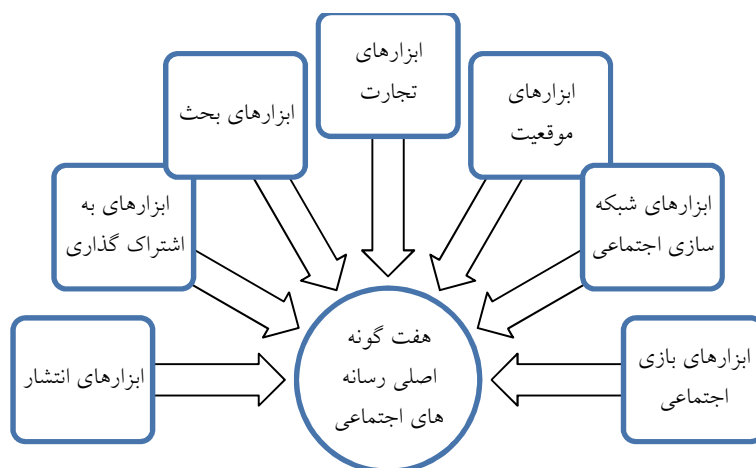
^{۱۰} Stanford University

^{۱۱} Bertot, Grimes

^{۱۲} Social Media

رسانه ها مخاطب و یا گیرنده پیام، منفعل نبوده و به تعامل پویا و فعالانه با پیام، فرستنده، فرآیند ارسال و دریافت و بستر ارائه پیام می پردازد و امکان ایجاد تغییرات در پیام ارسالی و بازنشر آن را دارد که به افراد دیگر پیامی ترکیب شده با اندیشه ها و آموزه های فکری خود را بازنشر دهد (پوتنام^۱، ۲۰۰۰: ۱۷۰).
 تقسیم بندی ها و مدل های گوناگونی از رسانه های اجتماعی ارائه شده است. جدیدترین مدل تقسیم بندی رسانه های اجتماعی در سال ۲۰۱۱ ترسیم شده است که رسانه های اجتماعی را به هفت گروه اصلی تقسیم کرده است. در هر گروه چند نوع مختلف از این رسانه ها قرار می گیرند. به عنوان مثال، وبلاگ ها، میکرو وبلاگ ها و ویکی ها، همگی در یک دسته و با عنوان ابزارهای انتشار نامگذاری شده اند. بر اساس این دسته بندی، هفت گونه اصلی رسانه های اجتماعی و مهمترین مصداق های هر نوع در حال حاضر به شرح زیر هستند که در شکل ۱ بیان شده اند (حسینی، ۱۳۹۴).

نمودار ۱: چشم انداز رسانه های اجتماعی (حسینی، ۱۳۹۴)



در تعریف شبکه اجتماعی باید گفت شبکه های اجتماعی، خدمات آنلاینی هستند که به افراد اجازه می دهند در یک سیستم مشخص و معین پروفایل شخصی خود را داشته باشند، خود را به دیگران معرفی کنند، اطلاعات شان را به اشتراک بگذارند و با دیگران ارتباط برقرار کنند. از این طریق افراد می توانند ارتباطشان با دیگران را حفظ کنند و ارتباط های اجتماعی جدیدی را نیز شکل دهند (بوید و الیسون^۲، ۲۰۱۲). در جمع بندی تعاریف شبکه های اجتماعی می توانیم آنها را در دو مقوله فنی و جامعه شناختی ارتباطی قرار دهیم. در نگاه فنی این شبکه ها، محصول فناوری های مبتنی بر اینترنت که بر بنیاد وب^۳ بنا شده اند می

^۱ Putnam

^۲ Boyd, Ellison,

^۳ Web ۲

باشند و از نگاه جامعه شناختی ارتباطی، محتوای تولیدی بوسیله افراد و روابط حال از تعامل ایجاد شده بوسیله اشتراک محتوای ارسالی در بستر شبکه ها می باشد (برتون^۱، پلانگر^۲ و شاپینو^۳، ۲۰۱۲).

هویت مفهومی چندبعدی است. هویت به درک مردم از اینکه چه کسی هستند و چه چیزی برایشان معنادار است، مربوط می شود. این درک و تلقی در پیوند با خصوصیات معینی شکل می گیرد که بر سایر منابع معنایی اولویت دارند. جامعه شناسان اغلب هویت را به دویبخش اجتماعی و شخصی تقسیم می کنند (روشندل اربطانی، مولایی، ۱۳۹۷).

هویت اجتماعی به معنای ویژگی هایی است که از طرف دیگران به یک فرد نسبت داده می شود. این ویژگی ها را می توان نشانه هایی تلقی کرد که نشان می دهد هر شخص معینی اساسا چه کسی است. در عین حال، این ویژگی ها شخص مذکور را به افراد دیگری مربوط می کند که همین خصوصیات و کیفیات را دارند. همچنین هویت های اجتماعی، بعد جمعی دارند و مشخص می کنند که افراد چگونه شبیه دیگران هستند. هویت شخصی ما را به عنوان افرادی جدا و مجزا از یکدیگر متمایز می کند. هویت شخصی به معنای رشد و تکوین شخصی است که از طریق آن معنای یگانه و منحصر به فردی از خویشتن مان و مناسبت مان با جهان پیرامون خود خلق می کنیم (گیدنز^۴، ۱۳۸۶).

هویت ملی و دینی ساختارهای پیچیده ای متشکل از تعدادی عناصر به هم وابسته هستند شامل نژاد، فرهنگ، دین و مذهب قلمرو اقتصاد، سیاست و قانون. هویت ملی و دینی را می توان حداقل به چهار عنصر تقسیم کرد که عبارت اند از: مذهب و نمادهای دینی که از نسلی به نسل دیگر منتقل می شود، زبان، تاریخ و عوامل نهادی که شامل سازمان هایی است که به پیشرفت جنبه های گوناگون زبان و فرهنگ و در نهایت هویت منجر می گردد (روشندل اربطانی و مولایی، ۱۳۹۷).

پژوهش های مختلفی در مورد شبکه های اجتماعی مجازی و نقش و تأثیر آنها بر سبک زندگی فردی و اجتماعی افراد انجام گرفته است. درباره علت گرایش و نحوه استفاده جوانان از شبکه های اجتماعی یافته های پژوهش سجادی (۱۳۹۵) نشان می دهد که بین متغیرهای قومیت، پایگاه اقتصادی اجتماعی، دینداری و تحصیلات فرد با نحوه استفاده از شبکه های اجتماعی رابطه معنی داری وجود دارد و بین مذهب و نحوه استفاده رابطه معنادار نیست. همچنین، پژوهش عاملی (۱۳۸۹) در مورد علل گرایش جوانان

^۱ Berthon

^۲ Plangger

^۳ Shapiro

^۴ Giddens

ایرانی به شبکه اجتماعی فیس بوک که با بهره‌گیری از روش کیفی و مصاحبه عمیق انجام شده، حاکی از آن است که بیشترین دلیل استفاده کاربران از فیس بوک، حفظ ارتباط با دوستان و آشنایان و جستجوی دوستان و همکلاسی‌های قدیمی است. همچنین، شهابی و بیات (۱۳۹۱) در پژوهشی به بررسی اهداف و انگیزه‌های عضویت جوانان شهر تهران در شبکه‌های اجتماعی مجازی پرداخته‌اند. یافته‌های آن‌ها نشان می‌دهد که اکثر کاربران به منظور تسهیل روابط فعلی، احیای ارتباطات قدیمی، ایجاد و حفظ ارتباطات دوستانه بدان روی آورده‌اند و فضای شبکه‌های اجتماعی مجازی را سیاسی نمی‌دانند.

نتایج پژوهش وقاری (۱۳۹۶) نشان می‌دهد که بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی با حجاب و عفاف رابطه معنی داری وجود دارد. همچنین بین دینداری، سرمایه فرهنگی، روابط خانوادگی و سبک زندگی با حجاب و عفاف رابطه معنی داری وجود دارد؛ بدین گونه که با افزایش استفاده از اینستاگرام^۱، تلگرام^۲ و لاین^۳ شاهد کاهش رعایت حجاب و عفاف در بین نمونه آماری این پژوهش هستیم و در بین افرادی که از این شبکه‌ها استفاده نمی‌کنند یا کمتر استفاده می‌کنند، این رابطه معکوس می‌باشد. یافته‌های پژوهش شامانی، واحدی و نوروزی (۱۳۹۵) در مورد مسئله هویت و بحران‌های اجتماعی نشان می‌دهد که بین میزان استفاده جوانان منطقه ۱۲ شهر تهران از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت فرهنگی آنها رابطه معناداری وجود دارد؛ بدین شکل که در چهار مؤلفه مدت زمان حضور، میزان استفاده، میزان فعال بودن کاربر و میزان واقعی تلقی نمودن محتوا در فضای شبکه‌های اجتماعی مجازی با وضعیت هویت فرهنگی جوانان رابطه معنا دار در جهت معکوس وجود دارد- یعنی هر چه این چهار مؤلفه افزایش پیدا می‌کند، هویت فرهنگی بیشتر در مخاطره قرار می‌گیرد. آنها در پژوهش خود هم‌راستا با تحقیقات رفعت‌جاء و شکوری (۱۳۸۷) و قاسمی و قادری (۱۳۸۸) بیان می‌کنند که شبکه‌های اجتماعی عاملی تأثیر گذار بر هویت اجتماعی جوانان هستند و با افزایش مدت زمان عضویت، میزان استفاده، میزان مشارکت و فعالیت و واقعی تلقی کردن محتوای مطالب ارائه شده در این شبکه‌ها هویت ملی و دینی کاربران تضعیف می‌شود. عدلی پور و بدری (۱۳۹۵) در پژوهش خود نشان داده‌اند که هویت جنسیتی کاربران، تحت تأثیر عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی قرار دارد. همچنین، بین مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و هویت جنسیتی، همبستگی معکوسی به چشم می‌خورد؛ یعنی با افزایش مدت زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی، هویت

^۱ Instagram

^۲ Telegram

^۳ Line

جنسیتی کاربران تضعیف می شود. یافته های پژوهش احمدپور و قادی زاده (۱۳۸۹) حاکی از تأثیرپذیری هویت دینی در ابعاد پنج گانه تجربی، پیامدی، اعتقادی، مناسکی و شناختی از تعامل در فضای سایبر است؛ به گونه ای که تعامل بیشتر در فضای سایبر نشان دهنده تأثیرات کمابیش جهانی شدن فرهنگ و تعامل در فضای سایبر دانشجویان است و پیامدهای آن در ایران به طور محسوسی مشاهده می شود. جلالی آذر (۱۳۸۴) در پژوهشی با عنوان «بازنمایی هویت دینی در فضای مجازی» در صدد دستیابی به برخی از تأثیرات حضور در فضای مجازی بر هویت کاربران جوان بوده است. یافته های پژوهش وی نشان می دهد که رابطه معناداری بین وجود مناقشات بین اندیشه دینداران و دینداری یا ظرفیت های مجازی و روی آوردن جوانان به فضای مجازی وجود دارد. محمدی (۱۳۸۸) در پژوهش خود به تحقیقی که توسط مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) انجام شده، اشاره کرده و توضیح می دهد که کم شدن ارتباطات چهره به چهره در میان دوستان، یکی دیگر از مسائلی است که در ارتباط با شبکه های اجتماعی و تغییر سبک زندگی جوانان باید به آن اشاره کرد. نتایج این تحقیق، حاکی از آن است که ۶۴/۳ درصد افرادی که دوست یا دوستان اینترنتی داشته اند، پس از دوستی با آن ها ملاقات نکرده اند و تنها ۳۵/۷ درصد پس از دوستی با هم ملاقات داشته اند. کفاشی (۱۳۸۹) در پژوهش خود به دنبال بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش های خانواده در بین دانشجویان و دستیابی یک الگوی نظری تحلیلی بود. متغیرهای مستقل شامل دسترسی دانشجویان به اینترنت، استفاده بیشتر دانشجویان از اینترنت، میزان وابستگی آنها به اینترنت، محیط تعاملی اینترنت، فضای صمیمیت، روابط احساسی، وارد شدن دانشجویان در بحث و مناظره گروهی، پذیرفته شدن آنها در محیط تعاملی اینترنت، احساس رضایتشان از گمنام بودن در اینترنت، میزان اطلاع خانواده در مورد استفاده فرزندان از محیط های اینترنتی و متغیر وابسته ارزش های خانواده بودند. نتایج این پژوهش از وجود یک رابطه معکوس در بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته حکایت داشت.

جوینسون^۱ (۲۰۰۸) نیز در مطالعه ای با این هدف که چه چیزی در سایت های مورد نظر وجود دارد که شخص را تحریک به ماندن در فضای شبکه می کند، اقدام به مصاحبه با کاربران شبکه ها نموده و خصوصیات شخصی، باورها، ارزیابی رفتار، نیازها و عوامل انگیزشی افراد را شناسایی کرده است. این پژوهش تعیین نمود که حفظ تماس، دلیل اصلی استفاده از فیس بوک است.

^۱ Joinson

مازمن^۱ (نقل از مارتینز و وارتمن^۲، ۲۰۱۲) پژوهشی با عنوان تفاوت های جنسیتی در استفاده از شبکه های اجتماعی را انجام داده است. هدف او از این مطالعه، مشخص کردن اهداف شخصی استفاده از شبکه های اجتماعی با تمرکز بر تفاوت های ممکن در بین زنان و مردان بوده است. تحلیل نتایج پژوهش مذکور نشان داد که اهداف استفاده را می توان به چهار بخش شامل برقراری ارتباط، ایجاد روابط جدید، استفاده برای اهداف آکادمیک و پیگیری دستور کار مشخص تقسیم کرد. تفاوت های معنی داری در بین جنسیت در همه اهداف یاد شده یافت گردید- درحالی که تفاوت در ایجاد مخاطبان جدید به نفع مردان بود، تفاوت ها در سه هدف دیگر کاربران به نفع زنان بود.

همان گونه که پیشتر اشاره شد، این فناوری ها، سبک های زندگی^۳ کاربران خود به ویژه جوانان را بیش از سبک های زندگی سایر گروه های سنتی تغییر داده اند. بنابراین مسئله جالب توجه این است که جوانان چگونه خود را با شرایط حاکم در جهان مبتنی بر فناوری وفق می دهند. به عبارت دیگر، در فضای کنونی جامعه که شاهد گرایش کاربران به شبکه های مثل توئیتر^۴، واتساپ^۵ و اینستاگرام^۶ و نیز افزایش ضریب نفوذ شبکه های اجتماعی به خصوص با تلفن های همراه هوشمند^۷ در بین افراد جامعه به ویژه جوانان هستیم، نمی توان کارکرد شبکه های اجتماعی را به عنوان یکی از کارگزاران جامعه پذیری نادیده گرفت. بدین منظور پژوهش حاضر به منظور شناسایی اهداف، میزان و نحوه استفاده جوانان استان همدان از شبکه های اجتماعی مجازی و چالش های پیش روی آنان با بررسی میزان تأثیر این شبکه ها بر چهار متغیر حجاب و عفاف، هویت دینی و فردی، تعامل با خانواده و افسردگی و انزوا انجام گرفت.

روش شناسی پژوهش

انتخاب یک روش تحقیق علمی و قابل اطمینان، از مهم ترین اصول و معیارها در یک پژوهش می باشد و رسیدن به اهداف علمی مورد نظر بدون انتخاب یک روش صحیح و منطقی امکان پذیر نیست. مطالعه حاضر از نمونه مطالعات توصیفی پیمایشی بوده که در سطح استانی به دنبال شناسایی وضعیت گرایش به شبکه های اجتماعی مجازی با تأکید بر بررسی تأثیر این شبکه ها بر حجاب و عفاف، هویت دینی و فردی، تعامل با خانواده و افسردگی و انزوا در بین جوانان استان همدان می باشد. این پژوهش به لحاظ هدف، جزو

^۱ Mazman

^۲ Martínez & Wartman

^۳ Life styles

^۴ Twitter

^۵ Whatsapp

^۶ Instagram

^۷ Smart phones

پژوهش های کاربردی است و جامعه آماری آن کلیه جوانان استان همدان می باشند. لازم به ذکر است طبق اعلام رسمی وزارت ورزش و جوانان کلیه افراد ۱۴ تا ۲۹ سال جوان محسوب می شوند. بر اساس آخرین سرشماری صورت گرفته، جمعیت جوان استان همدان ۶۲۷۴۴۲ نفر اعلام شده است. روش نمونه گیری هم به صورت خوشه ای چند مرحله ای بود؛ بدین صورت که در ابتدا تمامی شهرستان های استان همدان به عنوان خوشه اول در نظر گرفته شد سپس در خوشه دوم بر اساس نواحی شهری مشخص شده، سه خیابان از ناحیه شهری انتخاب و در خوشه سوم نیز در بین جوانان ساکن در سه محله، به تعداد مشخص شده پرسشنامه توزیع شد. گفتنی است با محاسبه از طریق فرمول کوکران، حجم نمونه در نهایت ۴۳۰ نفر در نظر گرفته شد.

برای ساخت و تهیه ابزار جمع آوری اطلاعات، ابتدا مبانی نظری پژوهش مورد بررسی قرار گرفت و در نهایت برای جمع آوری اطلاعات و داده ها از پرسشنامه های محقق ساخته استفاده شد. روایی محتوایی پرسشنامه بر اساس نظرات و بازخوردهای ده نفر از افراد صاحب نظر در حوزه شبکه های اجتماعی مجازی به دست آمد. همچنین برای به دست آوردن پایایی پرسشنامه ها ابتدا پرسشنامه ها در بین حدود ۱۰ درصد از افراد جامعه توزیع و با استفاده از روش آلفای کرونباخ، میزان پایایی آن با مقدار قابل قبول ۰/۷۱ به دست آمد. گفتنی است در پرسشنامه مذکور میزان استفاده از شبکه های اجتماعی، اهداف استفاده و شرایط مربوط به حجاب و عفاف، هویت فردی، تعامل خانوادگی و افسردگی و انزوا در این شبکه ها مورد بررسی قرار گرفت.

پس از سنجش و تایید روایی و پایایی، پرسشنامه ها در بین افراد نمونه توزیع و پس از تکمیل و گردآوری، داده های مورد نیاز با استفاده از نرم افزار تحلیل داده های آماری SPSS در دو سطح توصیفی و استنباطی مورد تحلیل قرار گرفت.

یافته های پژوهش

به منظور تحلیل داده های حاصل از پژوهش، ابتدا برخی از داده ها به صورت توصیفی گزارش می شود. همچنین برای بررسی معنی داری هر یک از گویه های مربوط به وضعیت شبکه های اجتماعی مجازی و جوانان با استفاده از آزمون t تک نمونه ای به سؤال های پژوهش پاسخ داده می شود.

نتایج به دست آمده از پژوهش در مورد محبوب ترین شبکه های اجتماعی مورد استفاده نشان می دهد که ۹۶/۷ درصد از پاسخ دهندگان از تلگرام^۱ به عنوان همه گیرترین شبکه استفاده می کنند و پس از آن رتبه دوم به اینستاگرام^۲ تعلق دارد که حدود ۴۷ درصد از پاسخ دهندگان از آن استفاده می کنند و جایگاه سوم نیز به پیام رسان واتس آپ^۳ با ضریب نفوذ ۱۸/۸ تعلق دارد.

همچنین، نتایج در خصوص اهداف جوانان از استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی نشان داد که تفریح و سرگرمی اولین هدفی است که پاسخ دهندگان دنبال می کرده اند. پس از آن، هدف های خانوادگی، علمی، اجتماعی، خبری، آموزشی اقتصادی، شغلی، هنری، ورزشی، تحصیلی، مذهبی، دوست یابی و در نهایت آگاهی سیاسی به عنوان آخرین اولویت در هدف استفاده افراد از شبکه های اجتماعی مجازی بیان شده است.

توصیف جوانان استان همدان از شرایط فرهنگی حاکم بر جو عمومی شبکه های اجتماعی پر بازدید بر مبنای متغیر های کلیدی پژوهش در جدول ۱ نمایش داده شده است. نتایج حاصل در واقع نمایش میانگین و انحراف معیار گویه های مربوط به وضعیت فرهنگی شبکه های مجازی است که از پاسخ به سؤالات پرسشنامه در مورد توصیف وضعیت موجود و همچنین رعایت این عنصر از سوی خود فرد و با در نظر گرفتن میانگین نظری ۳ به دست آمده است.

جدول ۱: میانگین و انحراف معیار گویه های مربوط به وضعیت فرهنگی شبکه های مجازی

متغیر	ردیف	گویه	میانگین	انحراف معیار
حجاب و عفاف	۱	در شبکه های اجتماعی مفاهیم دینی همچون حجاب و عفاف رعایت می شود.	۳/۲۵	۱/۳۱
	۲	در شبکه های اجتماعی مفاهیم دینی همچون حجاب و عفاف را رعایت می کنم.	۲/۲۱	۱/۰۴
	۳	پوشش افراد در زندگی واقعی آنها تأثیر زیادی از شبکه های اجتماعی می پذیرد.	۲/۳۴	۱/۱۲
	۴	نوع پوشش من در زندگی واقعی از شبکه های اجتماعی الگو گرفته می شود.	۳/۶۴	۱/۲۲
هویت افراد	۵	همه افراد با مشخصات واقعی در شبکه های اجتماعی حضور دارند.	۳/۸۰	۱/۲۱
	۶	دنیای مجازی به من امکان برقراری روابط اجتماعی آسان تری با دیگران را می دهد.	۲/۴۰	۱/۲۶
	۷	دنیای مجازی من را ترغیب می کند تا خود و تجربیاتم را معرفی کنم.	۲/۶۸	۱/۱۰
	۸	افراد در دنیای واقعی رفتار متفاوتی با آنچه در شبکه های اجتماعی ابراز می کنند، دارند.	۲/۲۷	۱/۱۶
	۹	من با مشخصات واقعی در شبکه های اجتماعی حضور دارم.	۲/۱۹	۱/۳۲
تعامل با خانواده	۱۰	حضور افراد در شبکه های اجتماعی بر کاهش تعاملات خانوادگی تأثیر ندارد.	۳/۲۳	۱/۳۰
	۱۱	حضور من در شبکه های اجتماعی بر کاهش تعاملات خانوادگی تأثیر ندارد.	۳/۰۶	۱/۶۵
	۱۲	یکی از پیامدهای حضور در شبکه های اجتماعی، سست شدن ارکان خانواده هاست.	۲/۴۷	۱/۲۸

^۱ Telegram
^۲ Instagram
^۳ WhatsApp

۱/۲۱	۲/۶۸	مشکلی با استفاده خانواده ام از شبکه های اجتماعی ندارم.	۱۳	افسردگی و انزوا
۱/۱۸	۲/۵۵	شبکه های اجتماعی، میزان و کیفیت تعاملات اجتماعی در فضای مجازی را افزایش می دهند.	۱۴	
۱/۰۸	۲/۷۰	اعضای شبکه های اجتماعی به صورت مستقیم یا غیرمستقیم به فعالیت-های اجتماعی واقعی ترغیب می شوند.	۱۵	
۱/۱۰	۲/۶۸	شبکه های اجتماعی باعث انزوا و کاهش سطح مرادوات اجتماعی در زندگی اجتماعی می شوند.	۱۶	
۱/۱۸	۲/۹۴	دوستانی که افراد در شبکه مجازی پیدا می کنند باعث جبران تنهایی آنها می شوند.	۱۷	
۱/۲۳	۳/۰۶	استفاده از شبکه های اجتماعی به من حس آرامش بیشتری از فعالیت در جهان واقعی را می دهد.	۱۸	
۱/۲۸	۳/۱۸	اگر یک یا دو ساعت نتوانم از محتوای شبکه های اجتماعی آگاهی یابم، حس بدی خواهم داشت.	۱۹	

در جدول بالا، میانگین و انحراف معیار برای گویه های پرسشنامه مشخص است. حد وسط ۳ است. در گویه هایی که میانگین کمتر از ۳ دارند، پاسخ دهندگان با آنها موافق بوده اند و با گویه هایی که میانگین بالای ۳ دارند، اعلام مخالفت بیشتری کرده اند. گویه شماره ۱ دارای میانگین ۳/۲۵ است و بیانگر این است که به طور کلی پاسخ دهندگان بر این باور بوده اند که در شبکه های اجتماعی مفاهیم دینی همچون حجاب و عفاف رعایت نمی شود. گویه شماره ۲ دارای میانگین ۲/۲۱ است که در واقع نشان می دهد افراد خود را در رعایت حجاب و عفاف مقید گزارش کرده اند. گویه شماره ۳ بیانگر این است پاسخ دهندگان بر این باور بوده اند پوشش افراد در زندگی واقعی آنها تأثیر زیادی از شبکه های اجتماعی می پذیرد. گویه شماره ۴ بیانگر این است پاسخ دهندگان بر این باور بوده اند نوع پوشش خودشان در زندگی واقعی از شبکه های اجتماعی الگو نگرفته است. گویه شماره ۵ بیانگر این است همه افراد با مشخصات واقعی در شبکه های اجتماعی حضور ندارند و از هویت های جعلی استفاده می کنند. گویه شماره ۶ بیانگر این واقعیت است که دنیای مجازی به آنها امکان برقراری روابط اجتماعی آسان تری با دیگران را می دهد و در ادامه، گویه شماره ۷ مویید این نکته است که دنیای مجازی آنها را ترغیب می کند تا خود و تجربیاتشان را به دیگران معرفی نمایند. در مورد گویه شماره ۸ و ۹ باید گفت که پاسخ دهندگان معتقدند که دیگران در دنیای واقعی رفتار متفاوتی با آنچه در شبکه های اجتماعی ابراز می کنند، دارند و البته شخص خودشان این گونه نبوده و با مشخصات واقعی در شبکه های اجتماعی حضور دارند. همچنین افراد در گویه های شماره ۱۰ و ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ که پیرامون تشریح شرایط تعامل افراد با خانواده ها در فضای مجازی است، بیان داشته اند که حضور خود و افراد دیگر در شبکه های اجتماعی بر کاهش تعاملات خانوادگی تأثیر دارد و یکی از پیامدهای

حضور در شبکه های اجتماعی، سست شدن ارکان خانواده هاست، ولی در عین حال و با آگاهی از این وضعیت، مشکلی هم با حضور افراد خانواده خود در شبکه های مجازی اجتماعی ندارند. در بررسی گویه شماره ۱۴ تا ۱۹ به این نتیجه می رسیم که افراد معتقدند شبکه های اجتماعی، میزان و کیفیت تعاملات اجتماعی را افزایش می دهند و اعضای شبکه های اجتماعی به صورت مستقیم یا غیرمستقیم به فعالیت- های اجتماعی واقعی ترغیب می شوند، ولی در عین حال شبکه های اجتماعی باعث انزوا و کاهش سطح مراودات اجتماعی فرد در زندگی اجتماعی می شوند و برای پاسخ به این انزوا، دوستانی که افراد در شبکه مجازی پیدا می کنند باعث جبران تنهایی آنها می شوند. نکته مهم دیگر اینکه افراد معتقدند که استفاده از شبکه های اجتماعی به آنها حس آرامش بیشتری از فعالیت در جهان واقعی را نمی دهد و اگر یک یا دو ساعت نتوانند از محتوای شبکه های اجتماعی آگاهی یابند، حس بدی نخواهند داشت.

در ادامه و بر اساس تحلیل نتایج ارائه شده در جدول ۲، فرضیه های زیر در مورد تأثیر استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی مورد بررسی قرار گرفت:

۱. شبکه های اجتماعی مجازی باعث کاهش رعایت حجاب و عفاف در بین جوانان می شود.
۲. شبکه های اجتماعی مجازی باعث ایجاد اختلال در هویت فردی و دینی جوانان می شود.
۳. شبکه های اجتماعی مجازی باعث کاهش تعامل جوانان با خانواده ها می گردد.
۴. شبکه های اجتماعی مجازی باعث افزایش افسردگی و انزوای جوانان می شود.

به منظور بررسی فرضیه های مطرح شده در مورد تأثیر استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر ۴ متغیر حجاب و عفاف، هویت فردی و دینی، تعامل جوانان با خانواده ها و افسردگی و انزوای افراد با استفاده از آزمون t تک نمونه ای به بررسی و تحلیل یافته های پژوهش پرداختیم. لازم به ذکر است که با استفاده از نظر کارشناسان و متخصصان، میانگین نظری ۳ برای پاسخ به سؤالات در نظر گرفته شد. همچنین برای قضاوت درباره اینکه میانگین به دست آمده برای هر مؤلفه با میانگین نظری یا حد وسط ۳ دارای تفاوت معنی دار و قابل تعمیم به کل جامعه است یا صرفاً دارای تفاوت جزئی و غیرقابل تعمیم است، آزمون آماری t تک نمونه ای یکی از بهترین آزمون ها خواهد بود. نتایج این آزمون در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲. نتایج آزمون t تک نمونه‌ای برای مقایسه میانگین به دست آمده برای هر گویه با میانگین نظری (حد وسط) ۳

ردیف	مؤلفه	میانگین	انحراف معیار	مقدار t نظری: ۳	
				درجه آزادی	t
۱	تأثیر شبکه های اجتماعی مجازی بر حجاب و عفاف	۲/۸۱	۰/۶۰	۴۲۹	-۶/۵۱
۲	تأثیر شبکه های اجتماعی مجازی بر هویت فردی و دینی	۲/۶۸	۰/۵۶	۴۲۹	-۱۲/۶۵
۳	تأثیر شبکه های اجتماعی مجازی بر تعامل با خانواده	۲/۸۹	۰/۷۷	۴۲۹	-۳/۳۸
۴	تأثیر شبکه های اجتماعی مجازی بر افسردگی و انزوای جوانان	۳/۱۰	۰/۵۰	۴۲۹	۴/۱۹

در جدول ۲ میانگین و انحراف معیار، مقدار t، درجه آزادی و سطح معنی داری مشخص است. موافقت و مخالفت با گویه‌هایی که سطح معنی داری برای آنها از ۰/۰۵ پایین تر است را می توان به کل جامعه تعمیم داد. همچنین مقادیر t منفی نشانه پایین بودن میانگین به دست آمده از میانگین نظری (موافقت با تأثیر منفی آن) و مقادیر t مثبت بیانگر بیشتر بودن میانگین آن مؤلفه نسبت به میانگین نظری ۳ (موافقت با تأثیر مثبت آن) است.

در بررسی فرض نخست مبنی بر نقش استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر کاهش رعایت حجاب و عفاف جوانان باید گفت مقدار t به دست آمده (-۶/۵۱) و سطح معنی داری ۰/۰۰ نشان می دهد که استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی، عامل تضعیف حجاب و عفاف در بین جوانان می باشد. بنابراین نتایج به دست آمده فرض صفر را رد می کند.

در بررسی فرض دوم مبنی بر تأثیر استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر هویت فردی و دینی جوانان باید گفت مقدار t به دست آمده (-۱۲/۶۵) و سطح معنی داری ۰/۰۰ نشان می دهد که استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی عامل قوی در ایجاد اختلال در هویت فردی و دینی در بین جوانان می باشد. بنابراین نتایج به دست آمده فرض صفر را رد می کند.

در بررسی فرض سوم مبنی بر نقش استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر تعامل جوانان و خانواده ها باید گفت مقدار t به دست آمده (-۳/۳۸) و سطح معنی داری ۰/۰۰ نشان می دهد که استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی، عامل پایین آمدن سطح تعامل جوانان و خانواده ها و به تبع آن ایجاد مشکلات درون خانوادگی می باشد. بنابراین نتایج به دست آمده فرض صفر را رد می کند.

در بررسی فرض چهارم مبنی بر تأثیر استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر افسردگی و انزوای جوانان باید گفت مقدار t به دست آمده (۴/۱۹) و سطح معنی داری ۰/۰۰ نشان می دهد که استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی، عامل پایین آمدن سطح افسردگی جوانان و رهایی ایشان از انزوای فردی و بالاتر

رفتن سطح آگاهی و مشارکت اجتماعی آنان می باشد. بنابراین نتایج به دست آمده نمی تواند فرض صفر را رد نماید.

بحث و نتیجه گیری

شبکه های اجتماعی در بستر یک جامعه اطلاعاتی پیچیده، کارکرد موثر شبکه که همان همگرایی است را تصویر می کنند. با نگاهی دقیق تر، جامعه ترکیبی از شبکه های متعدد است: شبکه های میان سازمان ها، شبکه درون سازمانی، شبکه های شخصی، شبکه های رایانه ای و علاوه بر این ها شبکه های فرا مرزی و اطلاعات. خرد جمعی در شبکه های اجتماعی، مطالعه خروجی شبکه های اجتماعی، شبکه های اجتماعی و تبلیغات آنلاین، کاربران گزینشگر، انتقال فرهنگ های مختلف، اعتماد و صداقت و صمیمیت از جمله ویژگی هایی هستند که شبکه های اجتماعی موجود در بستر اینترنت را به طور انحصاری در اختیار دارند. از سوی دیگر، امروزه این شبکه ها به دلیل اینکه تبدیل به مخازن بزرگی از انواع فرآورده های فرهنگی از قبیل نوشتارها، عکس ها، فیلم ها و دیگر داده های تصویری و غیرتصویری متعلق به کاربران شان شده اند، عرصه های پژوهشی مهمی در حوزه های مختلف دانش بشری محسوب می شوند؛ از جمله حوزه های مطالعاتی میان رشته ای همچون جامعه شناسی تصویری که از ارتباط دوسویه هنرهای تصویری و علوم جامعه شناختی نشئت گرفته و به تبیین رابطه عناصر تصویری با زندگی اجتماعی می پردازد. این حوزه، مطالعه انواع مواد تصویری از جمله گونه های تصویری تولید شده در جوامع را به عنوان بخشی از فرهنگ آنها شامل می شود. بنا به گفته متخصصان شبکه های اجتماعی هم مثل سایر فناوری های دیگر هنجارها و ناهنجاری های خاص خود را دارند. شبکه های اجتماعی مجازی و شکل گیری روابط فرهنگی و اجتماعی در قالب آن، در عین حال که ابزار مفیدی برای کسب و تبادل اطلاعات و نیز فضا برای بروز و نشان دادن هویت فرهنگی اعضای آن است می تواند مخرب نیز باشد. به بیان دیگر، شبکه های اجتماعی ابزار قدرتمندی است که هم می تواند باعث فساد به دلیل عدم پابندی به مؤلفه ها و ارزش ها و هنجارهای جامعه شود و هم ابزار آموزش و تعلیم و رشد علمی، فرهنگی و اجتماعی افراد را فراهم آورد. بنابراین با وجود شبکه های اجتماعی مجازی، شکل جدیدی از زندگی در فضای مجازی شکل گرفته و روابط میان افراد با شکل سنتی آن تفاوت کرده و تغییرات غیرقابل انکاری بر روابط اجتماعی بر جای مانده است. لذا هدف اصلی این پژوهش هم شناسایی میزان گرایش جوانان استان همدان به شبکه های اجتماعی مجازی و

مشخص کردن تأثیرات استفاده از این شبکه ها بر ۴ مورد از متغیر های کلیدی زندگی جوانان می باشد. برای رسیدن به این هدف سئوالات و فرضیاتی طرح و بررسی شد که به طور خلاصه عبارت اند از:

- گونه های مختلف شبکه های اجتماعی مجازی مورد استفاد در بین جوانان برحسب سیستم عامل ها؛ یافته ها نشان می دهند که شبکه های اجتماعی تلگرام، اینستاگرام، واتس آپ، فیسبوک، لاین، گوگل پلاس، وایبر و تانگو به ترتیب پر طرفدارترین شبکه های اجتماعی مجازی در بین جوانان استان همدان هستند.

- اهداف استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی در بین جوانان؛

یافته های نشان می دهند که اهداف استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی در بین جوانان استان همدان به ترتیب تفریح و سرگرمی، خانوادگی، علمی، بهره گیری خبری و اجتماعی، آموزشی، اقتصادی، آگاهی شغلی، هنری، ورزشی، تحصیلی، مذهبی، دوست یابی و در نهایت سیاسی است.

- نقش شبکه های اجتماعی مجازی بر وضعیت حجاب و عفاف جوانان؛

یافته ها نشان می دهند که استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر وضعیت عفاف و جوانان تأثیرات منفی دارد و عملاً باعث ترویج مشکلاتی در این زمینه برای جوانان می گردد.

- نقش شبکه های اجتماعی مجازی بر هویت فردی و دینی؛

یافته ها نشان می دهند که استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر هویت فردی و دینی تأثیرات منفی دارد و عملاً باعث ترویج مشکلاتی در این زمینه برای جوانان می گردد.

- نقش شبکه های اجتماعی مجازی بر تعامل با خانواده؛

یافته ها نشان می دهند که استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر تعامل افراد با خانواده تأثیرات منفی دارد و عملاً باعث ترویج مشکلاتی در این زمینه برای جوانان می گردد.

- نقش شبکه های اجتماعی مجازی بر افسردگی و انزوا؛

یافته ها نشان می دهند که استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی عامل پایین آمدن سطح افسردگی جوانان و رهایی ایشان از انزوای فردی و بالاتر رفتن سطح آگاهی و مشارکت اجتماعی آنان می باشد.

منابع

- احمدپور، علی و و قادی زاده، محمد. (۱۳۸۹). «بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش های دانش آموزان دبیرستان مشهد». مجله جامعه شناسی ایران. دوره ۶، شماره ۲.
- افتاده، جواد. (۱۳۹۰). «کاربران تولیدکننده محتوا بر بنیان روابط عمومی در عصر رسانه های اجتماعی». مجموعه مقالات اولین همایش بین المللی روابط عمومی. تهران: کارگزار روابط عمومی.
- افراسیابی، محمدصادق. (۱۳۹۳). «مطالعات شبکه های اجتماعی و سبک زندگی جوانان». تهران: انتشارات سیمای شرق
- بابایی، محمود. (۱۳۹۴). «فضای سایبر و الگوهای گفتمانی». پایان نامه دوره دکترا. دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران.
- حسینی، محمد. (۱۳۹۴). «عصر ارتباطات و فن آوری». مجله رسانه. شماره ۲.
- رفعت جاه، مریم و شکوری، علی. (۱۳۸۷). «اینترنت و هویت اجتماعی». فصلنامه جهانی رسانه. شماره ۵، صص ۱-۱۷.
- سجادی، سید عبدالله. (۱۳۹۵). «بررسی عوامل فرهنگی - اجتماعی اثرگذار بر نحوه استفاده از شبکه های اجتماعی (کاربران ۱۸ تا ۳۰ ساله شهر ورامین)». فصلنامه مدیریت شهری. شماره ۴۵.
- شامانی، اسمعیل؛ واحدی، مهدی و نوروزی، داریوش. (۱۳۹۵). «رابطه استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی با هویت جوانان شهر تهران». فصلنامه فرهنگ مشاوره و روان درمانی. سال هفتم، شماره ۲۲، زمستان ۱۳۹۵.
- شهابی، محمود و قدسی، بیات. (۱۳۹۱). «شبکه های اجتماعی مجازی و کاربران جوان؛ از تداوم زندگی واقعی تا تجربه جهان وطنی». فصلنامه مجلس و راهبرد. سال نوزدهم، شماره ۶۹.
- عاملی، سعیدرضا. (۱۳۸۹). «جهانی شدن ها و جامعه جهانی اضطراب». فصلنامه علوم اجتماعی. شماره ۲۱: ۱۴۳-۱۷۴.
- قاسمی، وحید و قادری، مهدی. (۱۳۸۸). «تحلیلی بر وضعیت هویت اجتماعی جوانان در شهر کرمانشاه». نشریه دانشکده علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه تبریز. ۱۲-۱۴.

- کفاشی، مجید. (۱۳۸۸). «بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش های خانواده». فصلنامه پژوهش اجتماعی. دوره دوم، شماره ۳.
- مجتهدی، محمود. (۱۳۹۴). «تأثیر شبکه های اجتماعی بر مسائل اجتماعی و سیاسی ایران از سال ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۳». پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
- محمدی، سمانه. (۱۳۸۸). «بررسی تأثیر اینترنت بر انزوای اجتماعی کاربران». پایان نامه کارشناسی، دانشگاه اصفهان.
- معمار، ثریا؛ عدلی پور، صمد و خاکسار، فائزه. (۱۳۹۱). «شبکه های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران)». فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران. ۱-۴.
- وقاری، مهدی. (۱۳۹۶). «بررسی میزان تأثیر شبکه های اجتماعی بر حجاب و عفاف دانش آموزان (مورد مطالعه: دانش آموزان متوسطه دوره دوم شهر بجنورد)». فصلنامه دانش انتظامی خراسان شمالی. سال چهارم، شماره ۱۳، ۳۷-۵۶. بهار ۱۳۹۶
- روشندل اربطانی، طاهر و مولایی، سید محمد. (۱۳۹۷). «ارائه مدل تقویت هویت ملی جوانان با استفاده از ظرفیت شبکه های اجتماعی داخلی». فصلنامه مطالعات فرهنگ-ارتباطات. دوره نوزدهم شماره چهل و دوم: ۱۱۹-۱۳۴
- Berthon, P. R., Pitt, L. F., Plangger, K. & Shapiro, D. (۲۰۱۲). **“Marketing meets Web ۲.۰, social media, and creative consumers: Implications for international marketing strategy”**. Business Horizons, ۵۵ (۳): ۲۶۱-۲۷۱
- Bertot, J. C., Jaeger, P. T., & Grimes, J. M. (۲۰۱۰). **“Using ICTs to create a culture of transparency: E-government and social media as openness and anti-corruption tools for societies”**. Government Information Quarterly, ۲۷ (۳): ۲۶۴-۲۷۱
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (۲۰۰۷). **“Social network sites: definition, history, and scholarship”**. Journal of Computer-Mediated Communication, ۱۳(۱: ۲۱۰-۲۳۰).
- Joinson, Adam N. (۲۰۰۸). **Looking at, looking up or keeping up with people? Motives and use of Facebook, proceedings of ACM CHI ۲۰۰۸,**

Conference on Human Factors in Computing Systems. New York, University of Bath, Bath, United Kingdom, NY, pp. 1027-1036, people.bath.ac.uk/aj266/pubs-pdf/1149-joinson.pdf.

- Martínez-Alemán, A.M. & K. Lynk Wartman. (2012). **Online Social Networking on Campus: Understanding What Matters in Student Culture.** St Ed, New York: Taylor & Francis Routledge
- Pempek, T.A., Yermolayeva, Y.A. & Calvert, S. (2009). **“College students’ social networking experiences on Facebook”.** Journal of Applied Developmental Psychology, 30(3), 227-238.
- Putnam, R. D. (2000). **Bowling alone.** NY: Simon & Schuster

Effect of Virtual Social Networks on Veil and Chastity, Religious and Individual Identity, Interacting with Family and Depression and Isolation among the Youth

Hassan Qarabaghi

Ph.D., Assistant Professor, Educational Sciences Department, Malayer University, Malayer, Iran

Majid Yousefi Afrashteh

Ph.D., Assistant Professor, Psychology Department, University of Zanjan, Zanjan, Iran

Vahid Salehi

Ph.D., Assistant Professor, Educational Sciences Department, Sayyed Jamaledin Asadabadi University, Asadabad, Iran

Received: ۴ Aug. ۲۰۱۸

Accepted: ۴ Nov. ۲۰۱۸

The study is to identify the purpose, extent and method of using the youth of Hamadan province from virtual social networks and the challenges facing them by examining the impact of these networks on four variables of hijab and chastity, religious and individual identity, interaction with family and depression and isolation. The statistical population of this study was all individuals aged ۱۴ to ۲۹ years old in Hamadan province. A researcher-made questionnaire was used to collect data, which was validated by experts and the reliability level of ۰,۷۱ was obtained using Cronbach's alpha method. T-test was used to analyze the data according to the level of measurement of variables. The results showed that Telegram has the first rank of influence among the youth and entertainment and entertainment has been the main purpose of using social networks. Findings with a significance level of ۰/۰۵ showed that virtual social networks reduce compliance with hijab and chastity, disturbing individual and religious identities, and weakness in the interaction of individuals with their families. The findings also indicated that virtual social networks do not have a significant effect on the degree of depression and individual isolation of young people.

Keywords: Youth, Social Network, Veil and Chastity, Identity, Family Interaction and Depression

