

تحلیل رابطه حضور در شبکه اجتماعی فیس بوک و انزوای اجتماعی در بین جوانان شهر تبریز

دکتر صمد رسول زاده اقدام^۱، پویان احمادی^۲، صمد عدلی پور^۳، مریم سهرابی^۴

تاریخ وصول: ۹۳/۶/۱۵

تاریخ پذیرش: ۹۳/۱۰/۷

چکیده:

در عصر حاضر، فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی هم‌چون اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی نقش مهمی در زندگی افراد به‌ویژه جوانان ایفا می‌کنند. به همین خاطر، بسیاری از اندیشمندان اجتماعی این مسئله را مطرح می‌کنند که اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی زندگی افراد را تغییر می‌دهند، اما در چگونگی این تغییر و مثبت و منفی بودن آن اختلاف نظر وجود دارد؛ بنابراین هدف پژوهش حاضر مطالعه‌ی این امر است که آیا حضور در شبکه‌ی اجتماعی فیس بوک باعث انزوای اجتماعی کاربران می‌شود؟ یا باعث گسترش روابط اجتماعی کاربران خود می‌شود؟ نوشتار حاضر به صورت پیمایشی و با استفاده از روش نمونه‌گیری داوطلبانه و در دسترس و بهره‌گیری از پرسش‌نامه‌ی اینترنتی محقق ساخته صورت گرفته است. جامعه‌ی آماری پژوهش را جوانان ۱۸-۳۴ سال کاربر فیس بوک شهر تبریز تشکیل می‌دهند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که بین مدت زمان عضویت، میزان استفاده، میزان مشارکت و فعالیت، استفاده‌ی هدفمند از فیس بوک و انزوای اجتماعی رابطه‌ی معکوس و معناداری وجود دارد؛ اما بین استفاده‌ی غیر هدفمند (انجام بازی‌های آنلاین و دیدن صفحات غیراخلاقی در فیس بوک) از فیس بوک و انزوای اجتماعی، همبستگی مستقیم و معناداری وجود دارد.

مفاهیم کلیدی: شبکه‌های اجتماعی مجازی، فیس بوک، انزوای اجتماعی

^۱ استادیار و عضو هیئت علمی گروه مطالعات خانواده دانشگاه شهید مدنی آذربایجان
samad1356@gmail.com

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد پژوهشگری دانشگاه تبریز pouyan_ehyayi@yahoo.com

^۳ دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه تبریز (نویسنده‌ی مسئول) s.adlipour@tabrizu.ac.ir

^۴ دانشجوی کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه مازندران m_sohrabi_prl@yahoo.com

مقدمه و بیان مسأله

زندگی اجتماعی همان روابط و ارتباطات میان انسان‌ها است. تعامل افراد با یکدیگر و برقراری روابط اجتماعی به‌عنوان بستر مبادلات اجتماعی شرایط لازم برای دسترسی و تأمین منابع را فراهم می‌کنند. در واقع، شرط ضروری و لازم برای برخورداری از منابعی که به صورت مبادلات اجتماعی نیازهای ابزاری، اطلاعاتی و عاطفی افراد را تأمین می‌کنند، داشتن روابط اجتماعی است. اهمیت روابط اجتماعی و عوامل تأثیرگذار بر آن موجب شکل‌گیری مطالعات بسیاری در این خصوص شده است. شناخت آسیب‌هایی که ممکن است این روابط را تهدید نمایند تحقیقات بسیاری را به خود اختصاص داده است. یکی از این آسیب‌ها خطرات محتمل فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی بر این روابط می‌باشد. فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی همچون اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی در سال‌های اخیر رشد چشمگیری را تجربه کرده و نویدها و تهدیدات بسیاری را به همراه داشته‌اند. ایجاد همبستگی‌های جدید اجتماعی، پشتیبانی از دموکراسی‌ها و جنبش‌های اجتماعی جدید، خلق ارزش‌های جدید، نوید زندگی بهتر و آسایش بیشتر، ایجاد فرصت‌های فراوان‌تر، تبادل سریع‌تر اطلاعات و اخبار و تهدیداتی چون از هم پاشیدن شبکه‌های سنتی همسایگی، قطعه‌قطعه شدن افراطی سلیقه‌ها و خرده‌فرهنگ‌ها، آموزش‌های غیراخلاقی به کودکان، کاهش سرمایه‌ی اجتماعی، افزایش انزوای اجتماعی، گسترش بی‌نظمی، کاهش مشارکت اجتماعی، اعتیاد به اینترنت و پیدایش مفاهیمی چون هویت مجازی از جمله تأثیرات شمرده شده فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی هستند (دریفوس، ۱۳۸۳: ۱۱-۱۰).

در زمینه‌ی تأثیر فضای مجازی بر روابط و تعاملات انسانی، اندیشمندانی چون استون^۱ معتقدند که فضای مجازی به عنوان رسانه‌ای با «پهنای باند پایین» در مقایسه با تعامل چهره به چهره فرصت بیشتری را برای دخیل کردن فرایندهای تفسیر، تخیل و آرزوهای طرفین تعامل در گفتگو، فراهم می‌آورد. همچنین میلر^۲ معتقد است ارتباطات الکترونیکی دامنه‌ی جدیدی از چارچوب‌های تعامل را با آداب و رسوم مخصوص وضع می‌کند که اگر چه آشکارا از تعاملات دنیای واقعی و با حضور فیزیکی فقیرترند اما فرصت‌ها و چالش‌های جدیدی را در راه ارائه و نمایاندن خود در دنیای کنونی فراهم می‌کنند (ذکایی و خطیبی، ۱۳۸۵: ۱۸۰-۱۷۸).

در واقع، با توجه به سرعت تحولات پیرامون فضای مجازی، می‌توان پیش‌بینی کرد که اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی همچون فیس‌بوک به تدریج جایگزین روابط واقعی

¹ Stone

² Miller

انسان‌ها در زندگی روزمره شوند و از آن‌جا که زندگی اجتماعی بر اساس همان روابط و ارتباطات میان انسانی بنا می‌شود، شناخت آسیب‌هایی که ممکن است این روابط را تهدید کنند حائز اهمیت است. یکی از آسیب‌ها و تهدیداتی که برخی اندیشمندان بدان اشاره داشته‌اند آن است که استفاده از فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی به تدریج جایگزین روابط واقعی انسان‌ها در زندگی روزمره می‌گردد. از دیدگاه این متفکران اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی ابزاری هستند که از طریق ایجاد و فراهم آوردن فضایی سایبر برای ایجاد رابطه، افراد را از دردسر رو به رو شدن با دیگران و قرار گرفتن در وضعیت جهان واقعی رها می‌سازند (محسنی و همکاران، ۱۳۸۵: ۷۳). به همین خاطر هدف پژوهش حاضر پاسخ‌گویی به این پرسش‌ها است که آیا بین حضور در شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک و انزوای اجتماعی رابطه‌ای وجود دارد؟ و این‌که آیا فیس‌بوک موجب تضعیف پیوندهای افراد می‌شود؟

پیشینه پژوهش

الف) تحقیقات داخلی

یافته‌های سجادیان و نادى (۱۳۸۵)، حاکی از وجود رابطه‌ی مثبت بین افسردگی و انزوای اجتماعی با مدت زمان معمول استفاده از اینترنت در کاربران نوجوان و جوان است (سجادیان و نادى، ۱۳۸۵: ۳۸-۳۳).

پورشهریاری (۱۳۸۵)، در پژوهشی به مقایسه‌ی افسردگی، انزوای اجتماعی و ارتباطات خانوادگی دانش‌آموزان دختر کاربر و غیر کاربر اینترنتی پرداخته است. یافته‌های وی نشان می‌دهد که بین گروه کاربران و غیر کاربران در سه متغیر افسردگی، انزوای اجتماعی و ارتباطات خانوادگی، تفاوت معناداری وجود ندارد.

نادمی (۱۳۸۵)، در پژوهش خود نشان داد که بین میزان استفاده‌ی جوانان از اینترنت و احساس تنهایی در آنان همبستگی مثبت معنادار وجود دارد و میزان اضطراب آنان نیز بیشتر است. وی همچنین دریافت که بین میزان استفاده جوانان از اینترنت و میزان اعتماد به نفس آنان همبستگی منفی معنادار وجود دارد، یعنی هر چه وابستگی به اینترنت در جوانان بیشتر باشد، میزان اعتماد به نفس آنان کاهش پیدا می‌کند.

یافته‌های پژوهش محسنی و همکاران (۱۳۸۵)، حاکی از آن است که بین زمان استفاده از اینترنت در طول شبانه‌روز و انزوای اجتماعی رابطه‌ی معکوسی وجود دارد؛ همچنین استفاده اجتماعی از اینترنت موجب کاهش انزوای اجتماعی می‌گردد.

سلیمی و همکاران (۱۳۸۸)، به بررسی نقش ادراک حمایت اجتماعی و احساس تنهایی در کاربران اینترنت پرداخته و دریافتند که ادراک حمایت اجتماعی به طور مستقیم

پیش‌بینی‌کننده‌ی منفی ضعیفی برای استفاده از اینترنت است؛ همچنین، احساس تنهایی خانوادگی و اجتماعی نقش واسطه‌ای بین ادراک حمایت اجتماعی و میزان استفاده از اینترنت دارند (سلیمی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۰۲-۸۱).

موسوی و حدادی (۱۳۹۰)، در پژوهشی به تحلیل مقایسه‌ای سرمایه‌ی اجتماعی در جهان واقعی و مجازی پرداخته‌اند. یافته‌های آن‌ها حاکی از آن است که بین سرمایه‌ی اجتماعی در جهان واقعی و جهان مجازی رابطه‌ی مستقیمی وجود دارد. فضای مجازی به‌عنوان یک فضای تعاملی اینترنتی، منعکس‌کننده‌ی همان حجم سرمایه‌ی اجتماعی افراد در دنیای واقعی است. بدین معنا که فضای مجازی، سرمایه‌ی اجتماعی افراد را کاهش یا افزایش نمی‌دهد بلکه حجم این سرمایه در جهان مجازی کم و بیش بارتاب‌دهنده‌ی حجم سرمایه‌ی اجتماعی افراد در دنیای واقعی است (موسوی و حدادی، ۱۳۹۰: ۱۲۹-۱۱۰).

ربیعی و محمدزاده (۱۳۹۱)، در پژوهشی تحت عنوان: آسیب‌شناسی فضای مجازی؛ بررسی تأثیر استفاده از اینترنت بر انزوای اجتماعی دانشجویان؛ نشان دادند که استفاده اجتماعی از اینترنت با بتای ۲۴ درصد دارای تأثیر مستقیمی بر انزوای اجتماعی است (ربیعی و محمدزاده، ۱۳۹۱: ۶۰-۴۱).

یافته‌های روحانی و علی‌زاده‌فرد (۱۳۹۱)، نشان داد که ساعات کاربری و اهداف کاربری در بین دانشجویان و ساعات کاربری و تداوم تنهایی در بین غیر دانشجویان، متغیرهای پیش‌بینی‌کننده‌ی معناداری برای احساس تنهایی بودند (روحانی و علی‌زاده‌فرد، ۱۳۹۱: ۲۵-۱۲).

یافته‌های شهابی و بیات (۱۳۹۱)، حاکی از آن است که جوانان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی را فرصتی برای بیشتر بودن با دوستان فضای واقعی می‌دانند و این شبکه‌ها امکان زنده شدن ارتباطات قدیمی را در عین دوری مکانی فراهم می‌آورند. اعضای شبکه‌های اجتماعی اینترنتی حس تعلق به گروه و داشتن علاقه و عقیده‌ی مشترک با دیگران را ادراک و از آن احساس رضایت می‌کنند. همچنین جوانان فعالیت در فضای شبکه‌ها را جایگزینی مناسب برای اوقات تنهایی خود می‌دانند و با این شبکه‌ها امکان سپری کردن اوقات بیکاری را فراهم می‌آورند (شهابی و بیات، ۱۳۹۱: ۱۸۰-۱۵۱).

حقیقتیان (۱۳۹۲)، در پژوهشی به بررسی عوامل مؤثر بر انزوای اجتماعی جوانان پرداخته است. یافته‌های پژوهش وی نشان داد که بین استفاده از اینترنت با انزوای اجتماعی رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد (حقیقتیان، ۱۳۹۲: ۹۷-۸۷).

عبداللهیان و کرمانی (۱۳۹۲)، در پژوهشی به سنجش سرمایه‌ی اجتماعی کاربران ایرانی شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک پرداخته‌اند. یافته‌های آن‌ها بیانگر این است که تحصیلات افراد در فیس‌بوک می‌تواند میزان سرمایه‌ی اجتماعی آن‌ها را در این شبکه

افزایش دهد. افراد با سرمایه‌ی اجتماعی بالاتر در فیس‌بوک از مشارکت مدنی و سیاسی بالاتری در دنیای واقعی برخوردارند.

عبداللهیان و شیخ‌انصاری (۱۳۹۲)، بر اساس فرضیات الیسون^۱ به تبیین همبستگی مثبت بین افزایش شدت استفاده از فیس‌بوک و افزایش سرمایه‌ی اجتماعی کاربران ایرانی فیس‌بوک پرداخته‌اند. جامعه‌ی آماری این پژوهش در روش آنلاین کاربران اینترنت و در روش آفلاین دانش‌آموزان ساکن تهران که کاربر اینترنت هستند، در نظر گرفته شد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بین افزایش شدت استفاده از فیس‌بوک و سرمایه‌ی اجتماعی پیوندبخش و سرمایه‌ی اجتماعی نگهدارنده کاربران فیس‌بوک همبستگی مثبت وجود دارد. دستاورد پژوهش آن‌ها این است که شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک پیوندهای ضعیف را تقویت می‌کند (عبداللهیان و شیخ‌انصاری، ۱۳۹۲: ۲۶-۱).

ب) تحقیقات خارجی

نتایج پژوهش گروهول^۲ (۲۰۰۳)، در خصوص دلایل گرایش افراد به اینترنت و استفاده‌ی اعتیادآور از آن، نشان داد افرادی که وقت زیادی را صرف استفاده از کامپیوتر می‌کنند، کسانی هستند که در زندگی با مشکلاتی مواجهند. در واقع، این افراد چون رغبتی به برخورد با مشکلات‌شان در زندگی ندارند و مایل نیستند که حتی با آنها رو به رو شوند، به فعالیت اعتیادآور در اینترنت می‌پردازند. کاتز و رایس^۳ در مطالعات خود نشان دادند که اینترنت به جای آن که تعاملات اجتماعی را کاهش دهد، باعث افزایش آنها شده و به نوع جدیدی از سرمایه‌ی اجتماعی منجر شده است (هارگی‌تی، ۲۰۰۴: ۱۵).

چانهو^۴ (۲۰۰۶)، طی انجام پژوهشی دریافت که اولاً میزان تنهایی با مقدار کاربری وبلاگ ارتباطی ندارد و ثانیاً افرادی که کمتر احساس تنهایی می‌کنند در وبلاگ‌نویسی، خود را بیشتر مثبت و خوب نشان می‌دهند.

هانیون^۵ (۲۰۰۷)، نیز در پژوهشی نشان داد که احساس تنهایی و کاهش عزت نفس با کاربری وبلاگ ارتباط مستقیم دارد.

یافته‌های پژوهش هامپتون^۶ و همکاران (۲۰۰۹)، در پژوهشی با عنوان: انزوای اجتماعی و فناوری‌های جدید؛ حاکی از آن است که استفاده از فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی همچون تلفن همراه و اینترنت باعث انزوای اجتماعی نمی‌شوند بلکه این

¹ Ellison

² Grohol

³ Kats & Rise

⁴ Chun Ho

⁵ Hanyun

⁶ Hampton

فناوری‌ها باعث درگیری یا مشارکت اجتماعی آنها می‌شوند. کاربران اینترنت از طریق انتشار عکس‌ها و مطالب خود در شبکه‌های اجتماعی مجازی، پیوندهای صمیمانه‌ای با دوستان خود برقرار می‌سازند.

چارچوب نظری پژوهش

انزوای اجتماعی از لحاظ مفهومی در تقابل با درگیری اجتماعی، انسجام اجتماعی و سرمایه‌ی اجتماعی قرار دارد و با از خود بیگانگی، احساس تنهایی و کناره‌گیری نزدیکی مفهومی دارد. در واقع، محققان در بررسی‌های خود از سویی مفهوم سرمایه‌ی اجتماعی را در تقابل با مفهوم انزوای اجتماعی و از سوی دیگر مفهوم انزوای اجتماعی را در تقابل با مفهوم سرمایه‌ی اجتماعی، توصیف و شاخص‌سازی کرده‌اند؛ به طوری که افزایش و کاهش سرمایه‌ی اجتماعی به منزله‌ی کاهش و افزایش انزوای اجتماعی می‌باشد و بالعکس. به همین خاطر در ادامه به بیان برخی از تأثیرات احتمالی اینترنت و شبکه‌های اجتماعی بر سرمایه‌ی اجتماعی اکتفا می‌شود. دیدگاه‌های مربوطه در سه گروه قابل تفکیک هستند.

گروه اول که دیدگاه‌شان در حال تبدیل شدن به یک ایدئولوژی برتر است، از یک «دنیای تازه» سخن می‌گویند که در تعارض به دنیای قدیمی است. از نظر آنها دنیای مجازی به تدریج جایگزین «دنیای واقعی» قدیمی خواهد شد (برتون، ۱۳۸۲: ۲۱). آنها معتقدند که اینترنت به ترویج تغییرات مثبت کمک می‌کند. اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی با فراهم آوردن فضای ملاقات برای افراد دارای علایق مشترک و غلبه بر محدودیت‌های مکان و زمان، موجب تجدید حیات اجتماعی می‌شوند، گفتگوی آزاد دموکراتیک را رواج می‌دهند، چشم‌اندازهای چندجانبه را ارائه می‌دهند و اقدام جمعی را امکان‌پذیر می‌سازند. روابط شکل گرفته در فضای اطلاعاتی به تدریج به فضای فیزیکی تسری پیدا می‌کند و به اشکال نوینی از اجتماع منتهی می‌شود که ترکیبی از تعاملات شبکه‌ای و غیرشبکه‌ای دارد. هواداران این گروه معتقدند که اینترنت ارتباطات شبکه‌ای و غیر شبکه‌ای را گسترش می‌دهد. از این دیدگاه اینترنت نه تنها فرصت‌های تماس با دوستان و خویشان را با هزینه‌ی پایینی فراهم می‌کند، بلکه نتیجه‌ی آگاهی اعضای شبکه از نیازهای یکدیگر، بر تعداد ارتباطات رو در رو و تلفنی آنها می‌افزاید (ولمن و کوان - هس، ۲۰۰۲: ۳-۱).

در رأس این گروه روشنفکرانی از تبار مک‌لوهان^۱ هستند که به هواداران جامعه اطلاعات و سپس اینترنت مبدل شده‌اند. موضع آنان اغلب آغشته به نوعی مذهب‌گرایی است. «بنیادگرایان اینترنت» در این دسته قرار دارند. از جمله صاحب‌نظران این گروه

^۱ Mc Luhan

می‌توان به دانیل بل^۱ اشاره نمود. اساس نظریه‌ی وی این بود که تغییری - از تولید کالا به ارائه‌ی خدمات - به وقوع پیوسته و اساساً این تغییر تولید دانش است (دارنلی و فدر، ۱۳۸۴: ۲۵-۲۴).

گروه دوم اعتقاد دارند استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی موجب افول سرمایه‌ی اجتماعی است. از نظر آنان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و اینترنت مانع توجه افراد به اجتماع واقعی می‌شود؛ زیرا تعاملات شبکه‌ای آنها، از میزان ارتباطات مستقیم‌شان پیشی می‌گیرد. پیوندهای اینترنتی و فیس‌بوکی به ندرت به ترویج دوستی‌های عمیق، ارائه‌ی غیر ملموس (مانند حمایت عاطفی) و ارائه‌ی کمک‌های مادی واقعی منتهی می‌شوند. کار با اینترنت نه تنها زمان پرداختن به سایر فعالیت‌ها را کاهش می‌دهد، بلکه توجه افراد را از محیط اطراف خود باز می‌دارد. مطالعه‌ی انجام شده درباره‌ی کاربران، نشان می‌دهد که با افزایش استفاده از اینترنت، تماس اجتماعی خارج از شبکه کاهش می‌یابد و این وضعیت بر احتمال افسردگی و احساس تنهایی می‌افزاید. اگر چه اینترنت پیوندهای ضعیف شبکه‌ای را افزایش می‌دهد، اما از آن‌جا که هم زمان تعاملات عمیق‌تر خارج از شبکه را کاهش می‌دهد افق دید و چشم‌اندازهای فکری افراد را محدود می‌سازد. همه‌ی کاربران اینترنتی و فضای مجازی ماهیت اجتماعی ندارند. بیشتر فعالیت‌ها در اینترنت با هدف جستجوی اطلاعات یا پرداختن به تفریحات انفرادی صورت می‌گیرد. کامپیوتری کردن و استفاده از اینترنت می‌تواند مرز منزل و محل کار را بر هم بزند. افراد کار را به منزل بیاورند و به جای ارتباط با خانواده، دوستان و سایر فعالیت‌ها مشغول انجام یک کار خاص شوند. این گروه از متفکران منتقد از سر شناخت، ناآگاهی یا صرفاً خشم، با نوعی مقاومت غیرفعال، پنهانی اما مؤثر با اشاعه‌ی فناوری‌های جدید اطلاعاتی مخالفت می‌ورزند. برای برخی از مردم، فن، خیلی زود معادل گناه شمرده می‌شود. این قبیل ضدیت‌ها بر وجود ارزش‌های مذهبی یا حداقل تأویلی از این ارزش‌ها تکیه دارد (برتون، ۱۳۸۲: ۲۱).

از جمله صاحب‌نظران این گروه می‌توان به هابرماس^۲ اشاره کرد. هابرماس در اوایل دهه‌ی ۱۹۶۰ مفهوم «حوزه‌ی عمومی»^۳ را طرح کرد. وی معتقد است افول حوزه‌ی عمومی و بخش‌بخش شدن پسامدرنیستی جامعه به رشد رسانه‌های پژوهی و دسترس‌پذیری سریع این همه اطلاعات از طریق کانال‌های ارتباطی متعدد ربط دارد (دارنلی و فدر، ۱۳۸۴: ۲۹).

در کل صاحب‌نظران این رویکرد معتقدند که فضای مجازی به دو دلیل می‌تواند افراد را از تماس‌های اجتماعی محروم سازد. نخست آن‌که این پتانسیل در اینترنت وجود دارد

^۱ Daniell Bell

^۲ Habermas

^۳ Public Sphere

که به واسطه تعاملات مجازی، جایگزین تماس‌های اجتماعی حقیقی شود که معمولاً در معاملات اقتصادی به چشم می‌خورد و دوم این که وقت‌گیر است. هر چه انسان به تنوع همجواری مجازی بیشتر توجه کند و بیشتر آن را فرا گیرد، وقت کمتری را به کسب و به کارگیری مهارت‌های لازم برای همجواری غیرمجازی اختصاص می‌دهد (باومن، ۱۳۸۴: ۱۰۹). از طرفی بعضی همچون دریفوس^۱ عقیده دارند که استفاده از شبکه درگیری فرد در دنیای فیزیکی و اجتماعی را کاهش می‌دهد. این امر به نوبه خود درک فرد از واقعیت و از معنای زندگی خودش را کاهش می‌دهد. در حقیقت به نظر می‌رسد، هر چه بیشتر از شبکه استفاده می‌کنیم، ما را به درون دنیای غیرواقعی، تنها و بی‌معنای آنهایی می‌کشاند که می‌خواهند از همه دردسرهایی که بدن میراث بر آن است بگریزند (دریفوس، ۱۳۸۳: ۱۶۱).

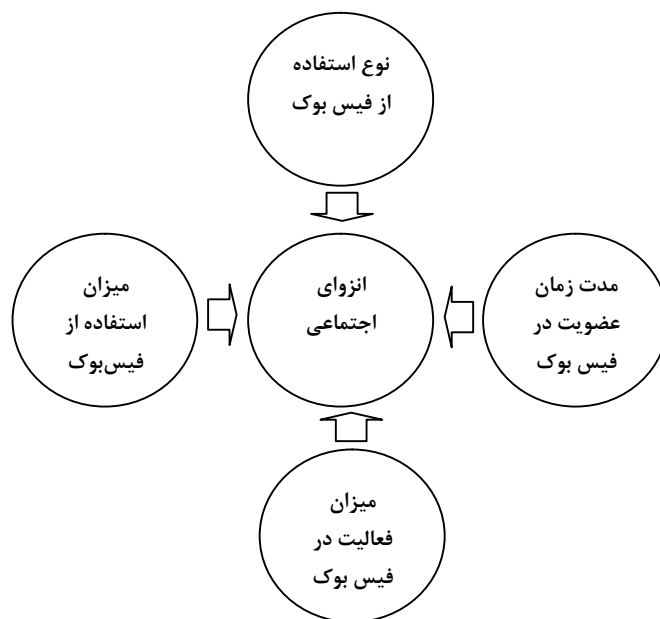
بر اساس این دیدگاه می‌توان استنباط کرد که مدت زمان عضویت، میزان استفاده، میزان مشارکت و فعال بودن کاربران در استفاده از شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک بر میزان انزوای اجتماعی کاربران مؤثر است. در واقع می‌توان گفت هر چه مدت زمان عضویت، میزان استفاده و مشارکت کاربر در فیس‌بوک افزایش یابد، احتمال تأثیرپذیری کاربر بیشتر است؛ برعکس هر چه مدت زمان عضویت، میزان استفاده و مشارکت کاربر در فیس‌بوک کاهش یابد، احتمال تأثیرپذیری وی کمتر خواهد بود.

گروه سوم بر این باور هستند که فضای مجازی دارای نقش تکمیلی است. آنان معتقد هستند قضاوت در مورد این که اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی موجب کاهش یا افزایش سرمایه‌ی اجتماعی می‌شود در چارچوب زندگی شخص، معنا پیدا می‌کند. اینترنت در چرخه‌ی زندگی روزمره ادغام می‌شود و به تدریج زندگی در شبکه، همانند فعالیت‌های خارج از شبکه تلقی می‌شود. این فناوری به شیوه‌ای تدریجی موجب تداوم و گسترش انتقال روابط میان فردی از شبکه‌های «در به در» به شبکه‌های «مکان به مکان» و «شخص به شخص» می‌شود. اگر چه تماس‌های چهره به چهره و تلفنی تداوم پیدا خواهد کرد، ولی این تماس‌ها در نتیجه‌ی نقش اینترنت در پیوند میان افراد حاضر در موقعیت‌های جغرافیایی مختلف و سازمان‌های هم پیمان تکمیل می‌شود. این احتمال وجود دارد که نقش اینترنت در حفظ پیوندهای موجود مؤثرتر از نقش آن در ایجاد پیوندهای جدید باشد، در این صورت اینترنت تکمیل‌کننده‌ی سرمایه‌ی اجتماعی خواهد شد (ولمن و کوان - هس، ۲۰۰۲: ۳-۱).

از جمله صاحب‌نظران این گروه می‌توان به ولمن اشاره کرد. وی در یک گونه‌شناسی از اجتماعات انسانی از سه نوع اجتماع صحبت می‌کند که عبارتند از: الف) اجتماع از دست

^۱ Dreyfus

رفته، ب) اجتماع حفظ شده و ج) اجتماع آزاد شده. گونه سوم به موضوع پژوهش حاضر مرتبط است. «اجتماع آزاد شده» ولمن به معنای آن است که ظهور وسایل حمل و نقل سریع، و تکنولوژی نوین مثل تلفن همراه و اینترنت، تعلق و وابستگی فرد را به جغرافیا و محل کمتر ساخته و به تعبیری، نقش زمان و مکان در ارتباطات انسانی کمتر شده است. اما این بدان معنا نیست که اجتماع نابود شده است، بلکه اجتماع در اشکال جدیدی خود را از طریق شبکه‌های اجتماعی، بازتولید می‌کند (ولمن، ۲۰۰۱). به اعتقاد ولمن اینترنت تنها یک ابزار ارتباطی نیست. امکانات بسیار متنوعی در اینترنت وجود دارد. در واقع ولمن دو گونه استفاده از اینترنت را برمی‌شمارد: استفاده‌های اجتماعی مثل ایمیل، چت و استفاده‌های غیر اجتماعی مثل وب‌گردی و دانلود موسیقی و بازی. زمانی که اینترنت مردم را با فعالیت‌های غیراجتماعی درگیر می‌کند، حتی بیش از تلویزیون می‌تواند آنان را از اجتماع، سازمان‌ها، مشارکت سیاسی و زندگی خانوادگی دور کند. در مقابل زمانی که مردم از اینترنت برای ارتباط با دوستان، خویشان و سازمان‌ها استفاده می‌کنند، آنگاه اینترنت همچون ابزاری برای ساختن و حفظ سرمایه اجتماعی خواهد (ولمن و فرانک، ۲۰۰۱: ۳۰). در واقع، ولمن اثرات اینترنت را کاملاً در جهت افزایش ارتباطات اجتماعی ارزیابی نمی‌کند، بلکه آن را تابع نوع استفاده‌ای که از آن می‌شود، می‌داند. بدین ترتیب، نظریه‌ی ولمن نیز در تبیین برخی ابعاد موضوع تحقیق (نوع استفاده از فیس بوک) می‌تواند کمک نماید.



شکل ۱: مدل نظری پژوهش

فرضیه‌های پژوهش

- ۱- بین مدت زمان عضویت در شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک و انزوای اجتماعی رابطه‌ی معناداری وجود دارد.
- ۲- بین میزان استفاده از شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک و انزوای اجتماعی رابطه‌ی معناداری وجود دارد.
- ۳- بین میزان مشارکت و فعالیت کاربران در شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک و انزوای اجتماعی رابطه‌ی معناداری وجود دارد.
- ۴- بین نوع انگیزه و هدف کاربران در استفاده از شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک و انزوای اجتماعی رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

روش‌شناسی پژوهش

از آن جایی که فضای مجازی دارای مکان خاصی در دنیای واقعی نیست و فضایی است بین رایانه‌ای و مجازی و با لحاظ کردن این نکته که دسترسی به کاربران متنوع و متفاوت شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک عملاً در دنیای واقعی به علت پراکندگی جغرافیایی آنان امکان‌پذیر نمی‌باشد و اصولاً مطالعه‌ی یک کاربر شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک در فضای کاربری و در محیط مورد مطالعه، شایسته‌تر و پربازده‌تر است، در این پیمایش از تکنیک پرسشنامه‌ی اینترنتی استفاده شده است. جامعه‌ی آماری این پیمایش نیز شامل جوانان تبریزی ۱۸-۳۴ سال کاربر شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک است. در پیمایش فوق به علت موجود و در دسترس نبودن هیچ‌گونه چارچوب نمونه‌گیری مشخص و پراکندگی جمعیت آماری مورد نظر، از نمونه‌گیری غیر احتمالی با استفاده از نمونه‌های در دسترس و داوطلبانه استفاده شده است. در واقع پرسشنامه‌ی این پژوهش در ابتدا برای نزدیک سه هزار نفر از کاربران شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک شهر تبریز فرستاده شد و در مرحله‌ی بعد، از پرسشنامه‌های بازگشته و تکمیل شده توسط کاربران، با توجه به تعریف جمعیت آماری پژوهش و پس از حذف پرسشنامه‌های ناقص و مشکل‌دار در نهایت ۳۸۴ پرسشنامه مورد ارزیابی و استفاده قرار گرفت. لازم به توضیح است که این حجم نمونه با توجه به عدم اطلاع درست از تعداد واقعی جمعیت آماری مورد مطالعه و متعاقب آن عدم امکان استفاده از فرمول‌های رایج تعیین حجم نمونه، به طور تجربی و با عنایت به حجم نمونه در پژوهش‌های مشابه انتخاب شده است.

در پژوهش حاضر، جهت تأمین اعتبار طیف‌های بکار رفته در سنجش متغیرها از اعتبار محتوایی و همچنین اعتبار صوری استفاده شده است؛ بدین صورت که هر متغیر با استفاده از تعاریف نظری موجود و سازه‌های نظری به صورت یک سازه‌ی عملیاتی

مفهوم‌بندی شده است (اعتبار محتوایی)؛ همچنین پرسشنامه پس از طراحی توسط دو نفر از اساتید جامعه‌شناسی مورد تأیید قرار گرفته است (اعتبار صوری)؛ و نیز برای سنجش میزان قابلیت اعتماد پرسشنامه از آلفای کرونباخ استفاده شده است. برای تمام متغیرها میزان آلفا بیش از ۰/۷ به‌دست آمد. این محاسبات در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱: ضرایب آلفای کرونباخ و آماره‌ی *K.M.O* برای متغیرهای پرسشنامه

متغیر	ابعاد	تعداد گویه	آلفای کرونباخ	میزان آماره <i>K.M.O</i>
انزوای اجتماعی	دامنه‌ی شبکه‌ی اجتماعی فرد	۱۰	۰/۸۱	۰/۷۰
	میزان منابع موجود در شبکه	۱۸	۰/۷۹	۰/۷۵
	میزان روابط فرد	۱۷	۰/۷۶	۰/۸۰

تعریف مفهومی و عملیاتی مفاهیم

الف) شبکه اجتماعی فیس‌بوک

شبکه‌های اجتماعی مجازی سایت یا مجموعه سایت‌هایی هستند که امکاناتی فراهم می‌آورند تا کاربران بتوانند علاقه‌مندی‌ها، افکار و فعالیت‌های خودشان را با دیگران به اشتراک بگذارند و دیگران هم این افکار و فعالیت‌ها را با آنان سهیم شوند. یک شبکه‌ی اجتماعی، مجموعه‌ای از سرویس‌های مبتنی بر وب است که این امکان را برای اشخاص فراهم می‌آورد که توصیفات عمومی یا خصوصی برای خود ایجاد کنند، یا با دیگر اعضای شبکه ارتباط برقرار کنند، منابع خود را با آن‌ها به اشتراک بگذارند و از میان توصیفات عمومی دیگر افراد، برای یافتن اتصالات جدید استفاده کنند (بوید و الیسون، ۲۰۰۷: ۲۱۲). از مهم‌ترین شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توان به فیس‌بوک اشاره نمود. افراد عضو فیس‌بوک می‌توانند عکس‌های خود را به اشتراک بگذارند، پیغام بفرستند، چت کنند، عکس‌ها را برای خود و دیگران علامت‌گذاری کنند، روی وال‌های خود و دیگران بنویسند، عضو گروه‌ها شوند، گروه جدیدی ایجاد کنند، ایده‌های خود را در بحث‌های گروهی به اشتراک بگذارند، انواع درخواست‌ها را اضافه کنند و در فیس‌بوک بازی کنند. برای عملیاتی کردن متغیر شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک از معرف‌های زیر استفاده شده است:

مدت زمان عضویت در فیس‌بوک: عبارت است از مدت زمانی که فرد به عضویت فیس‌بوک در آمده است. در پژوهش حاضر؛ مدت زمان عضویت کاربران در فیس‌بوک در پنج طبقه: ۱- کمتر از شش ماه، ۲- از شش ماه تا کمتر از یک سال، ۳- از یک سال تا کمتر از دو سال، ۴- از دو سال تا کمتر از سه سال، ۵- از سه سال تا بیشتر، دسته‌بندی شده است.

میزان استفاده از فیس‌بوک: عبارت است از مدت زمانی از شبانه‌روز که فرد از فیس‌بوک استفاده می‌کند. در پژوهش حاضر؛ میزان دسترسی کاربران به فیس‌بوک در شش طبقه: ۱- کمتر از پانزده دقیقه، ۲- بین پانزده دقیقه تا نیم ساعت، ۳- بیشتر از نیم ساعت تا کمتر از یک ساعت، ۴- از یک ساعت تا کمتر از دو ساعت، ۵- از دو ساعت تا کمتر از سه ساعت و ۶- از سه ساعت تا بیشتر، دسته‌بندی شده است.

مشارکت و فعال بودن کاربران در استفاده از فیس‌بوک: به میزان درگیری تعامل کاربران در فیس‌بوک اطلاق می‌شود. در پژوهش حاضر، برای سنجش میزان مشارکت و فعال بودن کاربران در استفاده از فیس‌بوک از شاخص‌های ذیل استفاده شده است: ۱- دیدن پروفایل‌ها، عکس‌ها و آلبوم‌های شخصی دوستان، ۲- فقط خواندن وال‌ها و موضوعات به بحث گذاشته شده، ۳- اغلب خواندن و گاهی نوشتن بر روی وال و موضوعات به بحث گذاشته شده، ۴- شروع یک بحث تازه در بین گروه‌های عضو، ۵- دنبال کردن لینک اخبار و موضوعات سیاسی، ۶- دنبال کردن لینک اخبار و موضوعات اجتماعی و فرهنگی.

انگیزه و هدف کاربران در استفاده از فیس‌بوک: به میزان علاقه، نیاز و شرایطی اطلاق می‌شود که کاربران را به استفاده از شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک سوق می‌دهد. در پژوهش حاضر، تفاوت در نیازها، اهداف و انگیزه‌های افراد در استفاده از فیس‌بوک در دو نوع جهت‌گیری به شرح ذیل منعکس می‌شود:

جهت‌گیری هدفمند: این نوع جهت‌گیری به رفتار رسانه‌ای فعال و هدفمند اشاره می‌کند که به انتخاب و استفاده از محتوای رسانه برای هدف خشنودی نیازهایی مانند برقراری ارتباط با دوستان، آشنایان و همکلاسی‌ها، پیدا کردن دوستان دوران کودکی و قدیمی، پیدا کردن دوستان جدید (دوست‌یابی)، تشکیل گروه و شرکت در بحث‌های گروهی، بیان احساسات و افکار خود، به اشتراک‌گذاری عکس، ویدئو و غیره با دیگران منجر می‌شود.

جهت‌گیری غیر هدفمند: این نوع جهت‌گیری به رفتار رسانه‌ای اشاره می‌کند که کمتر هدفمند و فعال است و برای تفریح و سرگرمی (بازی‌های آنلاین)، و دیدن صفحات و ویدئوهای غیر اخلاقی به کار می‌رود.

ب) انزوای اجتماعی

انزوای اجتماعی حالت یا وضعیتی است که در آن شخص فاقد پیوندهای کافی جهت جذب حمایت و منابع اجتماعی است. بر این اساس انزوای اجتماعی شامل دو بعد است. بعد اول به شبکه‌ی اجتماعی پیرامون فرد یا بعبارت دیگر دامنه‌ی شبکه‌ی وی مربوط می‌شود.

دامنه‌ی شبکه شامل اندازه‌ی شبکه‌ی اجتماعی فرد و تنوع نهفته در آن است. بعد دوم انزوای اجتماعی مربوط به میزان حمایتی است که این شبکه امکان تأمین آن را فراهم می‌کند (محسنی و همکاران، ۱۳۸۵: ۸۸)؛ بنابراین برای سنجش میزان انزوای اجتماعی میزان روابط، اندازه، تنوع و میزان حمایت اجتماعی نهفته در شبکه‌ی اجتماعی فرد را سنجیدیم. جدول ۲ نشان‌دهنده‌ی ابعاد و معرف‌های انزوای اجتماعی است.

جدول ۲: ابعاد و معرف‌های انزوای اجتماعی

مفهوم	بعد	معرف
دامنه‌ی شبکه‌ی اجتماعی فرد	اندازه‌ی شبکه	تعداد دوستان
	تنوع شبکه	تنوع دوستان از حیث جنس، تحصیلات، قومیت و ...
میزان منابع موجود در شبکه	حمایت عاطفی	همدلی و همدردی زمان پیش‌آمدن ناراحتی
	اطلاعات و مشورت دادن	کمک در تصمیم‌گیری و ارائه‌ی راهنمایی و مشورت
	کمک مالی	قرض دادن پول زمان نیاز
	همراهی و مشارکت	بیرون رفتن برای گشت و گذار
میزان روابط فرد	خدمات کوچک و بزرگ	قرض دادن وسیله‌ی نقلیه هنگام نیاز
	روابط خانوادگی	روابط فکری و عاطفی فرد با اعضای خانواده
	روابط محلی	روابط غیر رسمی فرد با افراد هم‌محله خود
	روابط فرامحلی	روابط رسمی فرد با افراد دیگر

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی پژوهش بیانگر آن است ۴۳ درصد پاسخگویان را مردان و ۵۷ درصد را زنان تشکیل می‌دهند. بیشترین تعداد پاسخگویان در گروه سنی ۲۴-۲۰ سال و کمترین تعداد در گروه سنی ۳۴-۳۰ سال قرار دارند و میانگین سنی آنها ۲۳ سال است. از نظر وضعیت تحصیلی، ۹ درصد پاسخگویان دیپلم، ۲۱ درصد کاردانی، ۴۱ درصد کارشناسی و ۲۹ درصد کارشناسی ارشد و دکتری هستند؛ ۴۸ درصد پاسخگویان دانشجوی، ۱۸ درصد بیکار، ۲۲ درصد شاغل و ۱۲ درصد نیز خانه‌دار هستند.

توزیع مدت زمان عضویت کاربران در فیس‌بوک در جدول ۳ نشان داده شده است. همان‌گونه که در این جدول ملاحظه می‌شود، از میان کاربران مورد مطالعه در این پژوهش به ترتیب ۸/۶ درصد کمتر از ۶ ماه، ۱۳/۳ درصد از ۶ ماه تا کمتر از ۱ سال، ۱۸/۳ درصد از ۱ سال تا کمتر از ۲ سال، ۲۶ درصد از ۲ سال تا کمتر از ۳ سال و ۳۳/۸ درصد از ۳ سال تا بیشتر از ۳ سال عضو فیس‌بوک بوده‌اند.

جدول ۳: توزیع کاربران بر حسب مدت زمان عضویت در فیس‌بوک

درصد	فراوانی	مدت زمان عضویت در فیس‌بوک
۸/۶	۳۳	کمتر از ۶ ماه
۱۳/۳	۵۱	از ۶ ماه تا کمتر از ۱ سال
۱۸/۳	۷۰	از ۱ سال تا کمتر از ۲ سال
۲۶	۱۰۰	از ۲ سال تا کمتر از ۳ سال
۳۳/۸	۱۳۰	از ۳ سال تا بیشتر از ۳ سال
۱۰۰	۳۸۴	کل

توزیع میزان استفاده کاربران از فیس‌بوک در جدول ۴ نشان داده شده است. همان‌گونه که در این جدول ملاحظه می‌شود، از میان کاربران مورد مطالعه در پژوهش حاضر به ترتیب ۷/۹ درصد کمتر از پانزده دقیقه، ۱۵/۶ درصد بین پانزده دقیقه تا کمتر از نیم ساعت، ۳۱/۲ درصد از نیم‌ساعت تا کمتر از یک ساعت، ۲۳/۴ درصد از یک ساعت تا کمتر از دو ساعت، ۱۲ درصد از دو ساعت تا کمتر از سه ساعت و ۸/۹ درصد از سه ساعت تا بیشتر از سه ساعت از فیس‌بوک استفاده می‌کردند.

جدول ۴: توزیع کاربران بر حسب میزان استفاده از فیس‌بوک

درصد	فراوانی	میزان استفاده‌ی کاربران از فیس‌بوک
۷/۹	۳۰	کمتر از پانزده دقیقه
۱۵/۶	۶۰	بین پانزده دقیقه تا کمتر از نیم ساعت
۳۱/۲	۱۲۰	از نیم ساعت تا کمتر از یک ساعت
۲۳/۴	۹۰	از یک ساعت تا کمتر از دو ساعت
۱۲	۵۰	از دو ساعت تا کمتر از سه ساعت
۸/۹	۳۴	از سه ساعت و بیشتر
۱۰۰	۳۸۴	کل

از نظر میزان مشارکت و فعالیت کاربران در استفاده از فیس‌بوک، به ترتیب ۲۲/۳ درصد دارای میزان مشارکت و فعالیت پایین، ۴۱/۲ درصد متوسط و ۳۶/۶ درصد نیز دارای مشارکت و فعالیت بالا در استفاده از فیس‌بوک بودند؛ همچنین از نظر نوع انگیزه و هدف کاربران در استفاده از فیس‌بوک، ۸۱ درصد دارای جهت‌گیری هدف‌مند و ۱۹ درصد نیز دارای جهت‌گیری غیر هدف‌مند در استفاده از فیس‌بوک بودند.

شاخص‌های متغیر انزوای اجتماعی در پژوهش حاضر، سه شاخص میزان روابط فرد، دامنه‌ی شبکه‌ی اجتماعی فرد و میزان منابع موجود در شبکه است. نتایج مربوط به شاخص کمی انزوای اجتماعی نشان می‌دهد که کمترین میزان این متغیر ۲۰ و بیشترین

مقدار آن ۶۵ است. میانگین نیز نشان می‌دهد که متوسط انزوای اجتماعی در بین نمونه‌ی مورد بررسی (۳۸۴ نفر) ۴۵/۹ است. ضریب چولگی به دست آمده ۰/۴۲- است که نشان می‌دهد انزوای اجتماعی پاسخگویان کمتر از میانگین است.

جدول ۵: توصیف متغیر انزوای اجتماعی

آماره‌ها	میزان روابط	منابع موجود در شبکه	دامنه‌ی شبکه اجتماعی	انزوای اجتماعی
میانگین	۱۳/۳۴	۲۳/۱۹	۵۰/۱۴	۴۵/۹
انحراف استاندارد	۵/۱۰	۶/۲۵	۶/۳۳	۸/۸۹
ضریب چولگی	-۰/۴۳	-۰/۶۰	۰/۹۸	-۰/۴۲
کمینه	۱	۳	۱	۲۰
بیشینه	۲۰	۳۵	۵۰	۶۵

همان‌طور که قبلاً هم گفته شد، پژوهش حاضر دارای چهار فرضیه بود که به منظور بررسی صحت و سقم این فرضیات از آزمون کندالسی استفاده شده که در این قسمت، به آن‌ها پرداخته می‌شود. در فرضیه‌ی اول تا چهارم تحقیق مطرح می‌شود که بین مدت زمان عضویت، میزان استفاده، میزان مشارکت و فعالیت و نوع انگیزه و هدف کاربران در استفاده از شبکه‌ی اجتماعی فیس بوک و انزوای اجتماعی رابطه‌ی معناداری وجود دارد. نتایج حاصل از آزمون‌ها نشان می‌دهد که بین مدت زمان عضویت، میزان استفاده، میزان مشارکت و فعالیت، استفاده هدفمند در استفاده از فیس بوک و انزوای اجتماعی رابطه‌ی معکوس و معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر، با افزایش مدت زمان عضویت، میزان استفاده، میزان مشارکت و فعالیت، انگیزه‌ی هدفمند کاربران در استفاده از فیس بوک، انزوای اجتماعی افراد کاهش پیدا می‌کند. اما بین استفاده‌ی غیرهدفمند (انجام بازی‌های آنلاین و دیدن صفحات غیراخلاقی در فیس بوک) از فیس بوک و انزوای اجتماعی همبستگی مستقیم و معناداری وجود دارد؛ به عبارت دیگر با افزایش استفاده‌ی غیر هدفمند از فیس بوک، میزان انزوای اجتماعی کاربران افزایش می‌کند.

جدول ۶: آزمون فرضیه‌های پژوهش

متغیر	مقدار	سطح معناداری	آزمون فرضیه
مدت زمان عضویت و انزوای اجتماعی	-۰/۳۵	۰/۰۰۰	تأیید فرضیه
میزان استفاده و انزوای اجتماعی	-۰/۳۰	۰/۰۰۱	تأیید فرضیه
میزان مشارکت و فعالیت در فیس بوک و انزوای اجتماعی	-۰/۳۳	۰/۰۰۴	تأیید فرضیه
استفاده‌ی هدفمند از فیس بوک و انزوای اجتماعی	-۰/۳۹	۰/۰۰۰	تأیید فرضیه
استفاده‌ی غیر هدفمند و انزوای اجتماعی	۰/۲۸	۰/۰۰۵	تأیید فرضیه

در ادامه به منظور مشخص شدن سهم تأثیر هر یک از متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته به تحلیل رگرسیونی پرداخته می‌شود. جدول ۷ مدل رگرسیونی چند متغیره‌ی انزوای اجتماعی کاربران را نشان می‌دهد.

جدول ۷: مدل رگرسیونی چند متغیره‌ی انزوای اجتماعی کاربران

متغیرها	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد	
	B	خطای استاندارد	Beta	مقدار t
مدت زمان عضویت	-۰/۱۰	۰/۰۴	-۰/۲۵	-۲/۱۱
میزان استفاده	-۰/۱۲	۰/۰۳	-۰/۲۶	-۲/۲۵
مشارکت و فعال بودن	-۰/۱۴	۰/۰۵	-۰/۲۹	-۳/۲۰
استفاده هدفمند	-۰/۱۷	۰/۰۴	-۰/۳۱	-۳/۹۴
استفاده غیر هدفمند	۰/۱۱	۰/۰۲	۰/۲۲	۱/۹۹

آماره‌های موجود در جدول فوق نشان می‌دهند که متغیر استفاده‌ی هدفمند از فیس‌بوک با بتای $-۰/۳۱$ - بیشتر از سایر متغیرهای مستقل دیگر بر انزوای اجتماعی کاربران تأثیر می‌گذارد. جهت تأثیر این متغیر نیز منفی است و این مطلب را نشان می‌دهد که با افزایش استفاده‌ی هدفمند از فیس‌بوک، میزان انزوای اجتماعی کاربران کاهش پیدا می‌کند. علاوه بر این، متغیر میزان مشارکت و فعالیت در فیس‌بوک با بتای $-۰/۲۹$ - بعد از متغیر استفاده‌ی هدفمند، بیشترین تأثیرگذاری را بر انزوای اجتماعی کاربران دارد. همچنین، متغیرهای میزان استفاده با بتای $-۰/۲۶$ -، مدت زمان عضویت در فیس‌بوک با بتای $-۰/۲۵$ - به ترتیب بر انزوای اجتماعی کاربران تأثیر دارند. در متغیر استفاده‌ی غیر هدفمند، جهت تأثیر این متغیر بر انزوای اجتماعی مثبت است و این مطلب را نشان می‌دهد که با افزایش استفاده‌ی غیرهدفمند از فیس‌بوک، انزوای اجتماعی کاربران افزایش می‌یابد. برای مشخص شدن این‌که متغیرهای مستقل تا چه حد توانسته‌اند تغییرات متغیر وابسته‌ی پژوهش را تبیین کنند، شاخص‌ها و آماره‌های تحلیل رگرسیونی انزوای اجتماعی کاربران در جدول ۸ نشان داده شده است.

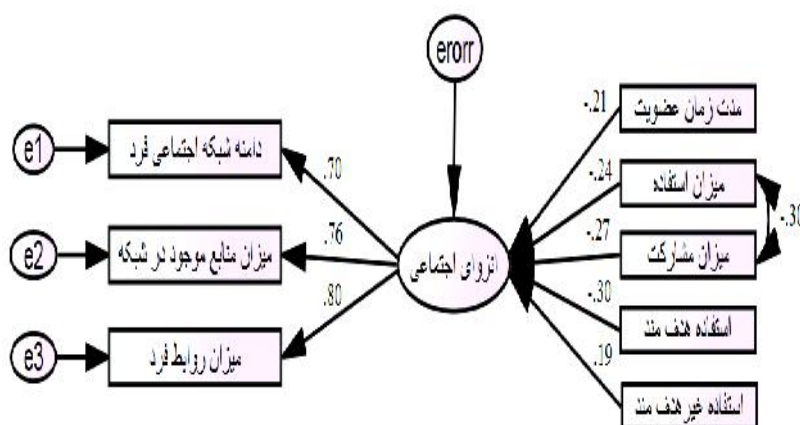
جدول ۸: شاخص‌ها و آماره‌های تحلیل رگرسیونی انزوای اجتماعی کاربران

ضریب تعیین	ضریب تعیین تصحیح شده	سطح معناداری
۰/۲۳	۰/۱۸	۰/۰۰۱

همان‌گونه در جدول فوق ملاحظه می‌شود، ضریب تعیین برابر با $۰/۲۳$ است و این مطلب را بیان می‌کند که ۲۳ درصد از تغییرات انزوای اجتماعی کاربران را متغیرهای

موجود در معادله تبیین می کنند؛ همچنین، با توجه به سطح معناداری بدست آمده که کمتر از ۰/۰۱ است، می توان به این نکته پی برد که متغیرهای مستقل بر انزوای اجتماعی تأثیر داشته اند.

در ادامه، مدل معادله‌ی ساختاری پژوهش حاضر ترسیم شده است. مدل با استفاده از نرم افزار *AMOS* رسم گردیده و ملاحظه می شود که متغیر پنهان وابسته یعنی انزوای اجتماعی از سه بُعد تشکیل شده است. در این مدل، پنج ضریب همبستگی مشاهده می شود که تأثیر متغیر مستقل یعنی شبکه‌ی اجتماعی فیس بوک بر انزوای اجتماعی کاربران را نشان می دهند. متغیر مدت زمان عضویت ۰/۲۱-، میزان استفاده ۰/۲۴-، میزان مشارکت و فعالیت کاربران ۰/۲۷-، استفاده هدفمند ۰/۳۰- و استفاده غیرهدفمند ۰/۱۹- بر انزوای اجتماعی کاربران تأثیر دارند.



شکل ۲: مدل معادله‌ی ساختاری

برازش مدل بطور کلی خوب است. در جدول ۹، تعدادی از مهم ترین معیارهای برازش و تفسیر آن‌ها و مقدارش در مدل مفروض آمده است. به طور کلی می توان گفت که عمده شاخص‌های برازش مدل قابل قبول هستند؛ بنابراین مدل ترسیم شده، نشان می دهد که داده‌های تجربی ما می توانند تا حدودی با نظریه‌ها پوشش داده شوند.

جدول ۹: معیارهای برازش مدل و تفسیر برازش قابل قبول

وضعیت پذیرش	تفسیر	سطح قابل قبول	مقدار حاصل در مدل مفروض	معیار برازش مدل
قابل قبول	مقدار نزدیک به ۰/۹۵ منعکس کننده یک برازش مطلوب است	۰ (عدم برازش) تا ۱ (برازش کامل)	۰/۹۳	نیکویی برازش (GFI)
قابل قبول	مقدار نزدیک به ۰/۹۵ منعکس کننده یک برازش مطلوب است	۰ (عدم برازش) تا ۱ (برازش کامل)	۰/۹۲	نیکویی برازش اصلاح شده (AGFI)
قابل قبول	مقدار کمتر از ۰/۰۸ یک برازش خوب را نشان می‌دهد	کوچکتر از ۰/۰۵	۰/۰۴	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)
قابل قبول	مقدار نزدیک به ۰/۹۵ منعکس کننده یک برازش مطلوب است	۰ (عدم برازش) تا ۱ (برازش کامل)	۰/۹۶	توکر لوئیس (TLI)
قابل قبول	مقدار نزدیک به ۰/۹۵ منعکس کننده یک برازش مطلوب است	۰ (عدم برازش) تا ۱ (برازش کامل)	۰/۹۲	شاخص برازش هنجار شده (NFI)
قابل قبول	مقدار کمتر از ۱ نشان دهنده ضعف برازش و مقدار بیشتر از ۵ منعکس کننده نیاز به بهبود است	۱ تا ۵	۳/۰۹	کای اسکوئر نسبی (CMIN/DF)
قابل قبول	بالاتر از ۰/۵۰ یا ۰/۶۰		۰/۵۷	شاخص برازش هنجار شده مقتصد (PNFI)
قابل قبول	بالاتر از ۰/۵۰ یا ۰/۶۰		۰/۶۰	شاخص برازش تطبیقی مقتصد (PCFI)

بحث و نتیجه گیری

در عصر حاضر استفاده از رسانه‌های نوین بسیار فراگیر شده است، به طوری که گاه زندگی بدون آنها سخت و حتی غیر ممکن جلوه می‌کند. دیجیتالی شدن رسانه‌ها یکی از پیامدهای تکنولوژیک ارتباطی است که در دنیای جدید به وجود آمده است. گسترش فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی در اکثر سطوح جامعه منجر به انتقال بخش بزرگی از ارتباطات سنتی رو در رو به فضای مجازی شده است. این روند به شکستن الگوهای سنتی از تماس‌های انسانی به ایجاد دوستی‌های اینترنتی و گسترش حجم روابط آنلاین رسیده

است. برای این افراد، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی یک ارتباط طبیعی و محیطی است که بسیاری از اوقات خود را صرف آن می‌کنند؛ همچنین یکی از مسائل مهمی که درباره‌ی گرفتاری‌های اجتماعی در جهان امروز به چشم می‌آید، میزان انزوای اجتماعی و گسستگی حاصل از آن است که از لحاظ ذهنی در انسان احساس بی‌پناهی مضاعف و عدم امنیت و اعتماد و از این طریق احساس محرومیت و عدم رضایت‌مندی از زندگی ایجاد می‌کند. این مسئله به خودی خود ایجادکننده‌ی چند مشکل اساسی برای جامعه است، چرا که از یک طرف فرد را از وارد شدن به روابط اجتماعی که به نحوی نیازهای اساسی‌اش را برطرف می‌کند، محروم می‌سازد و از طرف دیگر، امکان فراهم آمدن زمینه‌های همبستگی اجتماعی را از بین می‌برد (ریبیعی و محمدزاده، ۱۳۹۱: ۵۸).

یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد که بین مدت زمان عضویت، میزان استفاده، میزان مشارکت و فعالیت، استفاده‌ی هدفمند در استفاده از فیس‌بوک و انزوای اجتماعی رابطه‌ی معکوس و معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر، با افزایش مدت زمان عضویت، میزان استفاده، میزان مشارکت و فعالیت، انگیزه‌ی هدفمند کاربران در استفاده از فیس‌بوک، انزوای اجتماعی افراد کاهش پیدا می‌کند. اما بین استفاده‌ی غیر هدفمند (انجام بازی‌های آنلاین و دیدن صفحات غیر اخلاقی در فیس‌بوک) از فیس‌بوک و انزوای اجتماعی همبستگی مستقیم و معناداری وجود دارد؛ به عبارت دیگر با افزایش استفاده غیر هدفمند از فیس‌بوک، میزان انزوای اجتماعی کاربران افزایش می‌کند. در واقع، با توجه به نتایج به‌دست آمده می‌توان گفت که شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک بر انزوای اجتماعی کاربران تأثیر می‌گذارد و این تأثیر منفی است، بدین معنا که حضور در شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک بطور کلی موجب کاهش انزوای اجتماعی یا به تعبیر دیگر افزایش ارتباطات اجتماعی فرد می‌شود. این یافته‌ها در راستای یافته‌های پژوهش محسنی و همکاران (۱۳۸۵)، ریبیعی و محمدزاده (۱۳۹۱)، عبداللهیان و شیخ‌انصاری (۱۳۹۲) و هامپتون و همکاران (۲۰۰۹) و سایر پژوهش‌های مطرح‌شده در پیشینه‌ی پژوهش است که نشان دادند بین استفاده از اینترنت و انزوای اجتماعی رابطه‌ی معکوسی وجود دارد.

نتیجه‌ی حاصله به نظریه‌ی گروه اول نزدیک است که معتقدند که شبکه‌های اجتماعی مجازی با فراهم آوردن فضای ملاقات برای افراد دارای علایق مشترک و غلبه بر محدودیت‌های مکان و زمان، موجب تجدید حیات اجتماعی می‌شوند، گفتگوی آزاد دموکراتیک را رواج می‌دهند، چشم‌اندازهای چندجانبه را ارائه می‌دهند و اقدام جمعی را امکان‌پذیر می‌سازند. روابط شکل گرفته در فضای اطلاعاتی به تدریج به فضای فیزیکی تسری پیدا می‌کند و به اشکال نوینی از اجتماع منتهی می‌شود که ترکیبی از تعاملات

شبکه‌ای و غیر شبکه‌ای دارد. بسیاری از هواداران این گروه معتقدند که شبکه‌های اجتماعی مجازی ارتباطات شبکه‌ای و غیر شبکه‌ای را گسترش می‌دهند. اگر چه یافته‌های پژوهش بیانگر این است که شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک باعث کاهش انزوای اجتماعی یا افزایش ارتباطات اجتماعی کاربران خود می‌شود، اما فیس‌بوک بیش از آن که در افزایش یا کاهش روابط اجتماعی تأثیر داشته باشد، با ایجاد تغییراتی در در اشکال سنتی‌تر رابطه‌ی اجتماعی، صورت‌های تعامل اجتماعی را تنوع بخشیده است. در واقع، برخلاف نگرانی‌های موجود، استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی موجب انزوای اجتماعی نشده‌اند بلکه ارتباطات افراد را گسترش داده و باعث تقویت سرمایه‌ی اجتماعی آن‌ها شده‌اند. به نظر می‌رسد استفاده از شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک بیش از آن که میزان ارتباطات اجتماعی را تغییر داده باشد، نوع و سبک آن را دگرگون کرده است. به این معنا که تعامل‌های مبتنی بر ویژگی‌های انتسابی مانند سن، جنسیت، نژاد و قومیت را به سمت تعامل‌های مبتنی بر ویژگی‌های اکتسابی نظیر سبک زندگی، هنجارهای مشترک و علائق داوطلبانه سوق داده است.

فهرست منابع:

- باومن، زیگموند (۱۳۸۴). عشق سیال، ترجمه عرفان ثابتی، تهران: ققنوس.
- برتون، فیلیپ (۱۳۸۲). آیین اینترنت، ترجمه‌ی علی اصغر سرحدی و جمشیدی، تهران: انتشارات امیرکبیر.
- پورشهریاری، مه‌سیما (۱۳۸۵). مقایسه افسردگی، انزوای اجتماعی و ارتباطات خانوادگی دانش‌آموزان دختر کاربر و غیر کاربر اینترنتی دبیرستان‌های تهران، مطالعات روان‌شناختی، سال سوم، شماره‌ی ۲.
- حقیقتیان، منصور (۱۳۹۲). عوامل اجتماعی مؤثر بر انزوای اجتماعی جوانان، مطالعات توسعه‌ی اجتماعی ایران، سال پنجم، شماره‌ی ۴.
- دارنلی، جیمز و جان فدر (۱۳۸۴). جهان شبکه‌ای؛ درآمدی بر نظریه و عمل در باب جامعه‌ی اطلاعاتی، ترجمه‌ی نسرین امین دهقان و مهدی شجاعی، تهران: انتشارات چاپار.
- دریفوس، هیوبرت (۱۳۸۳). درباره‌ی اینترنت، ترجمه‌ی علی فارسی‌نژاد، تهران: ساقی.
- ذکایی، محمدسعید و خطیبی، فاخره (۱۳۸۵). اینترنت و تغییرات هویتی در ایران؛ پژوهشی در میان کاربران جوان حرفه‌ای، فصلنامه‌ی انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال دوم، شماره‌ی ۷.
- ربیعی، علی و محمدزاده یزد، عاطفه (۱۳۹۱). آسیب‌شناسی فضای مجازی؛ بررسی تأثیر استفاده از اینترنت بر انزوای اجتماعی دانشجویان، راهبرد اجتماعی فرهنگی، سال دوم، شماره‌ی ۶.
- روحانی، ریحانه‌سادات و علی‌زاده‌فرد، سوسن (۱۳۹۱). رابطه‌ی احساس تنهایی و کاربری وبلاگ در دانشجویان و غیر دانشجویان، پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی، سال دوم، شماره‌ی ۵.
- سجادیان، ایلناز و نادى، محمدعلی (۱۳۸۵). ارتباط بین افسردگی و انزوای اجتماعی کاربران اینترنت نوجوان و جوان با مدت زمان روزانه معمول کاربری اینترنت، دوفصلنامه‌ی تحقیقات علوم رفتاری، سال چهارم، شماره‌ی ۱ و ۲.
- سلیمی، عظیمه، جوکار، بهرام و نیک‌پور، روشنگر (۱۳۸۸). ارتباطات اینترنتی در زندگی: بررسی نقش ادراک حمایت اجتماعی و احساس تنهایی در استفاده اینترنت، مطالعات روان‌شناختی، سال پنجم، شماره‌ی ۳.
- شهابی، محمود و بیات، قدسی (۱۳۹۱). شبکه‌های اجتماعی مجازی و کاربران جوان: از تداوم زندگی واقعی تا تجربه جهان‌وطنی، مجلس و راهبرد، سال نوزدهم، شماره‌ی ۶۹.

عبداللهیان، حمید و شیخ‌انصاری، مهین (۱۳۹۲). تبیینی بر همبستگی بین شدت استفاده از فیس‌بوک و سرمایه‌ی اجتماعی کاربران فیس‌بوک، جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست و چهارم، شماره ۴.

عبداللهیان، حمید و کرمانی، حسین (۱۳۹۲). سنجش سرمایه‌ی اجتماعی کاربران ایرانی شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک، تحقیقات فرهنگی ایران، سال ششم، شماره ۳.

محسنی، منوچهر، دوران، بهزاد و سهرابی، محمدحادی (۱۳۸۵). بررسی اثرات استفاده از اینترنت بر انزوای اجتماعی کاربران اینترنت، مجله‌ی جامعه‌شناسی ایران، سال هفتم، شماره ۴.

موسوی، سیدکمال‌الدین و حدادی، فریده (۱۳۹۰). تحلیل مقایسه‌ای سرمایه‌ی اجتماعی در جهان واقعی و در جهان مجازی: با تأکید بر جوانان ۱۵ تا ۲۴ ساله‌ی مراجعه‌کننده به کافی‌نت‌ها در شهر اصفهان، مجله‌ی جهانی رسانه، سال ششم، شماره ۲.

نادمی، فرح‌انگیز (۱۳۸۵). بررسی میزان استفاده از اینترنت و پیامدهای روانی - اجتماعی آن در دانشجویان دانشگاه آزاد مشهد، رساله‌ی کارشناسی ارشد، دانشکده‌ی علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.

Boyd, D. & Ellison, N. (2007). "Social Network Sites: Definition, History and Scholarship", *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 13: 210- 230.

Chun Ho, K. L. (2006). Perceived credibility, loneliness, and self-disclosure on blogs, A Thesis for the degree of Master of Science, The Chinese University of Hong Kong.

Grohol, J. (2003). Internet addiction guide, retrieved from the www.psychcentral.com/netaddiction.

Hampton, K & et al., (2009). Social Isolation and New Technology, New York: Princeton Survey Research Associates International.

Hanyun, H. (2007). Gratification-opportunities, self-esteem, loneliness in determining usage preference of bbs and blog among mainland teenagers, A thesis for the degree of Master of Science, The Chinese University of Hong Kong.

Hargittai, E. (2004). "Internet Access and Use in Context", *Journal of New Media a Society*, Vol. 6, No. 1: 137-143.

Wellman B. & Frank, K. (2001). "Network capital in a multi-level world: getting Support from Personal Communities", Draft of article forthcoming in: *Social Capital: Theory and Research*, edited by Nan Lin, Ron Burt and Karen Cook. Chicago: Aldine De Gruyter.