

مطالعه رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی واتس آپ و تلگرام با سبک زندگی دانشجویان رشته‌های علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران

رضا عیدی‌زاده^۱

حاجی محمد احمدی بلوطکی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۲/۲۵

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۳۹۶/۱۲/۱۲

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام با سبک زندگی دانشجویان رشته‌های علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران انجام گرفت. روش پژوهش از حیث هدف کاربردی و از نظر نوع آن توصیفی-پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه دانشجویان رشته علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران که تعداد آن‌ها ۹۶۰ نفر است. حجم نمونه با استفاده از فرمول عمومی کوکران تعداد ۲۷۴ نفر می‌باشد که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شده‌اند ابزار سنجش دو پرسشنامه استاندارد ۷۰ سوالی سبک زندگی LSQ و پرسشنامه ۲۰ سوالی محقق ساخته شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌باشد که بر اساس مقیاس ۵ گزینه‌ای لیکرت تهیه و تنظیم گردیده است. اعتبار پرسشنامه‌ها توسط اساتید و کارشناسان و پایایی آن از طریق ضریب آلفای کرونباخ به ترتیب ۰,۸۷ و ۰,۸۱ به دست آمده است. نتایج نشان داد که بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام با سبک زندگی و تمامی ابعاد آن رابطه معکوس و معنی‌داری وجود دارد. به عبارت دیگر با افزایش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام کیفیت همه ابعاد سبک زندگی دانشجویان رشته‌های علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران کاهش می‌یابد.

واژگان کلیدی: شبکه‌های اجتماعی مجازی، واتس آپ، تلگرام، سبک زندگی، دانشجویان.

۱. کارشناسی ارشد ارتباطات اجتماعی، گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز- ایران.

۲. گروه ارتباطات اجتماعی، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران- ایران (نویسنده مسئول).

مقدمه

امروزه، گسترش فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، بر ابعاد مختلف زندگی بشر (سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، امنیتی و اقتصادی) تاثیر گذاشته است. با کم رنگ شدن اهمیت زمان و مکان و بی‌نیازی به مکان مشترک برای برقرار ارتباط، افراد به شکل بسیار آسان‌تری می‌توانند در فضای مجازی با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. این شکل جدید برقراری ارتباط موجب تحول در فرهنگ و هویت جوامع می‌شود (نورمحمدی، ۱۳۸۸)، و از طرفی هدف مشترک توسعه در سطوح محلی، ملی و بین‌المللی بهبود کیفیت زندگی است و آینده زندگی بشر بر درک عواملی متکی خواهد بود که بر کیفیت زندگی انسان تأثیرگذار هستند. بخشی از این عوامل مربوط به کیفیت روابط ما با سایرین، گروه‌ها و نهادهای رسمی و غیر رسمی می‌شود (خوش‌فر و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۵۲). مفهوم شیوه یا سبک زندگی در زندگی اجتماعی امروزین معنایی خاص به خود می‌گیرد. هرچه نفوذ و کشش صنعت کمتر می‌شود و هرچه زندگی روزمره بیشتر برحسب تأثیرات متقابل عوامل محلی و جهانی بازسازی می‌شود، افراد بیشتر ناچار می‌شوند سبک زندگی خود را از میان گزینه‌های مختلف انتخاب کنند. البته عوامل استاندارد کننده هم، به ویژه از طریق کالایی کردن بیشتر تولیدات اجتماعی، نقش خاص خود را دارند؛ چرا که فرایندهای تولید و توزیع سرمایه‌داری در واقع مؤلفه‌های هسته‌های نهادهای مدرنیته را تشکیل می‌دهند. با این وصف، به دلیل باز بودن زندگی اجتماعی امروزین و هم‌چنین به علت تکثر زمینه‌های عمل و تنوع مراجع انتخاب، سبک زندگی بیش از پیش در ساخت هویت شخصی و فعالیت روزمره اهمیت یافته است (گیدنز، ۱۳۸۳). با ورود به عصر اطلاعات و جامعه شبکه‌ای، ما در بیشتر حوزه‌ها شاهد تحولات تکنولوژیکی گوناگون هستیم. اینترنت به مثابه «رسانه جدید» و یکی از مهم‌ترین دستاوردهای انقلاب ارتباطات، از محدودیت‌های الگوهای چاپ و پخش در ارتباطات فراتر رفته است. از جمله پدیده‌های جدید که بر اثر ادغام فناوری‌های مختلف ارتباطی در سال‌های اخیر شکل گرفته، شبکه‌های اجتماعی مجازی است. این شبکه‌ها با عضوگیری‌های رایگان از کاربران توانسته‌اند در جریان‌سازی‌های مختلف نقشی اساسی بر عهده داشته باشند. دو نمونه از مهم‌ترین این شبکه‌ها واتس‌آپ و تلگرام هستند. شبکه‌های که توانستند در سال‌های اخیر محبوبیت زیادی کسب کنند و این محبوبیت هم‌چنان رو به افزایش است، به طوری که در سراسر جهان بیش از صدها میلیون کاربر دارند. و بخش عمده‌ای از زندگی دانشجویان را به خود اختصاص می‌دهند. جدیدترین آمار از وضعیت دسترسی به فناوری اطلاعات و ارتباطات در ایران نشان می‌دهد که بر اساس نشانگرهای فناوری اطلاعات و نیز با توجه به گزارش مرکز آمار ایران، هم اکنون ۳۵ میلیون و ۱۷ هزار و ۸۵۰ نفر کاربر اینترنت در ایران هستند. نسبت خانوار با دسترسی به اینترنت در این بررسی‌ها ۴۴/۷۳ درصد و ضریب نفوذ اینترنت نیز در ایران ۳۹/۳۵ درصد اعلام شده است. در همین حال نسبت خانوارهای دارای دسترسی به رایانه در ایران ۵۲/۴۷ درصد اعلام شد (خبرگزاری مهر، ۱۳۹۴). جالب است بدانید، براساس آمار حدود ۲۰ میلیون ایرانی کاربر تلگرام هستند (روزنامه ابتکار، ۱۳۹۴). در رابطه با شبکه

اجتماعی واتس آپ نیز باید گفت که این نرم افزار در سال ۱۳۹۳ به قیمت ۱۹ میلیارد دلار توسط شرکت فیس‌بوک خریداری شد و توانست از آن زمان تاکنون به مقدار قابل توجهی تعداد کاربران خود را افزایش دهد. فیس‌بوک اعلام کرده است که واتس آپ با ۹۰۰ میلیون نفر کاربر فعال توانسته نرم افزار پیام رسان اصلی فیس‌بوک با ۷۰۰ میلیون نفر کاربر را پشت سر بگذارد و به یکی از بزرگ‌ترین پیام رسان‌های جهان تبدیل شود (سایت تابناک، ۱۳۹۴). برآورد دقیقی از تعداد کاربران واتس آپ در کشور ما وجود ندارد ولی بعضی از وب سایت‌های غیر موثق تعداد کاربران واتس آپ در ایران را ۲۱ میلیون نفر تخمین زده‌اند (سایت سامانه شارژ واتس آپ، ۱۳۹۴). شبکه‌های اجتماعی مجازی با توجه به کارکردهای متنوع‌شان برای ترویج سبک زندگی مبتنی بر اینترنت، مورد استقبال قرار گرفته‌اند. در این رسانه اجتماعی نوین، رسانه دیگر مالک مخاطبان نیست، محدودیت زمان و مکان وجود ندارد، متن، صوت و تصویر در دسترس همگان قرار گرفته است و برقراری ارتباط می‌تواند با کارهای روزانه عجین شود. در این میان جوانان بیش از همه، این رسانه اجتماعی را در زندگی خود به کار گرفته‌اند (امیرپور و گریوانی، ۱۳۹۳). همه چیز دیجیتال شده، سبک زندگی دیجیتال، زندگی و آیین زندگی در فرآیند دیجیتالی شدن است، زندگی در عصر دیجیتال با مؤلفه‌های دیجیتال، فناوری دیجیتال با رسانه‌های دیجیتال و در ادامه در تعریف شبکه‌های اجتماعی مجازی باید گفت: شبکه‌هایی هستند که در آن انتشار محتوا به کمک ابزارهای دیجیتال اتفاق می‌افتد مانند اینترنت، نرم افزارها و تلفن همراه و ...

جوانان به خاطر داشتن روحیه تنوع‌طلبی، خلاقیت، گرایش به برقراری ارتباط با دیگران، حس کنجکاوی و علاقه به داشتن زندگی متفاوت به عضویت در شبکه‌های اجتماعی گرایش بیشتری دارند. آن‌ها در این شبکه‌ها با توجه به محدودیت‌های اجتماعی که در جامعه ایران وجود دارد به تبادل اطلاعات، کسب خبر و دوست‌یابی می‌پردازند. شبکه‌های اجتماعی فی‌نفسه ابزاری برای بی‌هویتی نیستند، ولی اگر جوانان آگاه نباشند و از کارکردهای نادرست این رسانه اجتماعی اطلاع نداشته باشند، این ابزار تبدیل به تهدیدی جدی برای جوانان و جامعه خواهد شد. شبکه‌های اجتماعی مثل شمشیر دو لبه‌اند، اگر از آن‌ها درست استفاده نشود، بیشترین آسیب را به کاربران خواهند رساند، بنابراین به جای منع جوانان به استفاده از این رسانه‌های اجتماعی بهتر است آن‌ها را از فرصت‌ها و تهدیدهای این رسانه اجتماعی آگاه کرد (امیرپور و گریوانی، ۱۳۹۳).

هدف این پژوهش، بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی دانشجویان و ابعاد آن است. سوال اصلی تحقیق بدین صورت ارائه می‌شود که: آیا بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی واتس آپ و تلگرام با سبک زندگی دانشجویان رشته علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران رابطه وجود دارد؟

اهداف تحقیق

هدف کلی پژوهش

تعیین رابطه میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام با سبک زندگی دانشجویان رشته‌های علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران.

هدف‌های جزئی پژوهش

۱. تعیین رابطه میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام با بعد سلامت جسمانی رشته‌های علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران.
۲. تعیین رابطه میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام با بعد ورزشی و تندرستی رشته‌های علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران.
۳. تعیین رابطه میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام با بعد کنترل وزن و تغذیه رشته‌های علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران.
۴. تعیین رابطه میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام با بعد پیشگیری از بیماری‌های رشته‌های علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران.
۵. تعیین رابطه میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام با بعد سلامت روان‌شناسی رشته‌های علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران.

پیشینه پژوهش

مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (۱۳۹۴)، وابسته به جهاد دانشگاهی، بررسی روندی دیدگاه مردم نسبت به شبکه‌های اجتماعی و میزان مصرف آن را در دستور کار خود قرار داده است. بر این اساس ایسپا در آخرین نظرسنجی ملی خود که در آذرماه امسال انجام شده است به بررسی این موضوع پرداخته است. نمونه آماری در این نظرسنجی از کل کشور شامل مراکز استان‌ها، شهرهای درجه دو و روستاها انتخاب شده‌اند. نظرسنجی مذکور به صورت نمونه‌گیری چند مرحله‌ای و با حجم نمونه ۴۳۹۰ نفر انجام شد. حدود ۵۱ درصد نمونه مرد و ۴۹ درصد زن بوده‌اند. میانگین سنی پاسخگویان ۳۸ سال، کمترین سال ۱۸ و بیشترین سن ۸۰ سال بوده است. نزدیک به ۴۰ درصد پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی و مابقی دارای تحصیلات دیپلم و پایین‌تر از آن بوده‌اند. به گزارش ایسنا، نتایج نظرسنجی ایسپا نشان داد که در مجموع ۵۳ درصد از کل مردم ایران حداقل عضو یکی از شبکه‌های اجتماعی هستند. ۵۶ درصد شهروندان مراکز استان‌ها، ۵۶ درصد شهروندان شهرهای درجه دو و ۴۲ درصد مردم روستاها حداقل

عضو یکی از شبکه‌های اجتماعی هستند. نتایج نظرسنجی ایسپا بیانگر این است که ۷۲ درصد جوانان ۱۸ تا ۲۹ ساله کشور اعلام کرده‌اند حداقل عضو یکی از شبکه‌های اجتماعی هستند. این میزان برای افراد ۳۰ تا ۴۹ ساله برابر با ۵۳ درصد و برای افراد بالای ۵۰ سال برابر با ۲۵ درصد است.

هم‌چنین نتایج ایسپا نشان می‌دهد که ۵۵ درصد مردان و ۵۱ درصد زنان حداقل عضو یکی از شبکه‌های اجتماعی هستند. استفاده از شبکه‌های اجتماعی در بین افراد دارای تحصیلات آکادمیک به مراتب بیشتر است؛ به این ترتیب که ۷۵ درصد افرادی که دارای تحصیلات دانشگاهی هستند عضو حداقل یکی از شبکه‌های اجتماعی هستند در حالیکه این میزان برای افراد دارای تحصیلات دیپلم و پایین‌تر برابر با ۳۹ درصد است.

نتایج تفکیکی نظرسنجی برای شهر تهران نشان می‌دهد ۶۰ درصد شهروندان شهر تهران اعلام کرده‌اند حداقل عضو یکی از شبکه‌های اجتماعی هستند. نزدیک به ۸۲ درصد جوانان ۱۸ تا ۲۹ ساله شهر تهران حداقل عضو یکی از شبکه‌های اجتماعی هستند. این میزان برای افراد ۳۰ تا ۴۹ ساله تهرانی برابر با ۶۵ درصد و برای افراد بالای ۵۰ سال تهرانی برابر با ۳۳ درصد است.

نتایج نظرسنجی ایسپا نشان می‌دهد، شبکه اجتماعی تلگرام به پرتعدادترین شبکه اجتماعی در بین مردم ایران تبدیل شده است؛ به این ترتیب که ۳۷٫۵ درصد مردم بالای ۱۸ سال کشور اعلام کرده‌اند عضو تلگرام هستند. اگر جمعیت افراد ۱۸ سال به بالای کشور را طبق سرشماری سال ۱۳۹۰ برابر با حدود ۵۴ میلیون نفر در نظر بگیریم می‌توان گفت حدود ۲۰ میلیون نفر از شهروندان ایرانی که بالای ۱۸ سال سن دارند عضو تلگرام هستند. براین اساس می‌توان گفت تعداد کاربران تلگرام در ایران بیش از ۲۰ میلیون نفر است؛ چرا که سن استفاده از شبکه‌های اجتماعی در ایران قطعاً زیر ۱۸ سال است. هم‌چنین از بین کسانی که حداقل عضو یکی از شبکه‌های اجتماعی هستند ۷۱ درصدشان عضو تلگرام هستند. در این نظرسنجی ۴۸ درصد مردم شهر تهران گفته‌اند عضو تلگرام هستند که در این بین ۶۵ درصد جوانان ۱۸ تا ۲۹ ساله تهرانی اعلام کرده‌اند عضو شبکه اجتماعی تلگرام هستند. نکته قابل توجه این است که بر اساس نتایج نظرسنجی ایسپا در فروردین امسال (۱۳۹۴) حدود ۲۵ درصد مردم تهران گفته بودند عضو تلگرام هستند که مقایسه نتایج دو نظرسنجی نشان می‌دهد در فاصله حدود ۸ ماه کاربران تلگرام در شهر تهران به حدود دو برابر افزایش پیدا کرده‌اند.

پس از تلگرام، شبکه اجتماعی واتس آپ در رده دوم استفاده مردم ایران قرار دارد؛ به گونه‌ای که ۲۶ درصد مردم بالای ۱۸ سال کشور عضو واتس آپ هستند. اینستاگرام با ۱۶٫۶ درصد، لاین با ۱۶٫۵ درصد، وایبر با ۱۲٫۷ درصد، فیسبوک با ۱۰٫۶ درصد، تانگو با ۴٫۷ درصد، گوگل پلاس با ۲٫۸ درصد، توییتر با ۲٫۳ درصد و ویچت با ۱٫۸ درصد در رده بعدی قرار گرفته‌اند. از نکات جالب توجه نظرسنجی این است که در نظرسنجی اخیر فقط ۱۳ درصد مردم تهران گفته‌اند عضو وایبر هستند در حالی که نظرسنجی

ایسپا در مرداد پارسال نشان داد ۲۷٫۶ درصد مردم تهران عضو وایبر بوده‌اند. همچنین طبق نتایج نظرسنجی ایسپا در فروردین ۹۴ حدود ۴۲ درصد مردم شهر تهران عضو وایبر بوده‌اند.

در ادامه نظرسنجی سوالی از پاسخگویان مبنی بر محتوای گروه‌هایی که عضو هستند پرسیده شده است که در این سوال پاسخگویان می‌توانستند سه گزینه انتخاب نمایند. بر این اساس ۶۷ درصد پاسخگویان اعلام کرده‌اند در گروه‌هایی که عضو هستند مطالب طنز و جوک رد و بدل می‌شود. ۴۶ درصد پاسخگویان اعلام کرده‌اند در این گروه‌ها مطالب علمی رد و بدل می‌شود. حدود ۳۸ درصد پاسخگویان گفته‌اند اخبار و تحلیل‌های سیاسی رد و بدل می‌شود. ۲۶ درصد اخبار خانوادگی، ۱۶ درصد مطالب ورزشی، ۱۵ درصد آشپزی، ۱۴ درصد مطالب مذهبی و هفت درصد مسائل جنسی را جزو گزینه‌های خود انتخاب کرده‌اند (با توجه به این که در این سوال پاسخگویان می‌توانستند چند گزینه انتخاب نمایند جمع گزینه‌ها بیشتر از ۱۰۰ می‌شود).

در ادامه نظرسنجی سوالی نیز در خصوص نگرش کلی مردم به شبکه‌های اجتماعی پرسیده شده است که در مجموع ۳۸ درصد پاسخگویان از کل کشور این شبکه‌ها را ابزار خوبی اعلام کرده‌اند و ۲۳ درصد نیز آن را ابزار بدی دانسته‌اند. ۳۱ درصد نیز نظر بینابین داشته و آن را نه خوب و نه بد دانسته‌اند. از بین کسانی که حداقل عضو یکی از شبکه‌های اجتماعی هستند حدود ۵۵ درصدشان گفته‌اند این شبکه‌ها ابزار خوبی هستند و ۹ درصد نیز آن را بد ارزیابی کرده‌اند و ۳۳ درصد نیز آن را نه خوب و نه بد دانسته‌اند (ایسپا، ۱۳۹۴؛ به نقل از خبرگزاری ایسنا، ۱۳۹۴).

قاسمی و همکاران (۱۳۹۴)، در پژوهشی به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در شکل‌دهی به سبک زندگی دانشجویان دختر پرداخت. این پژوهش جهت بررسی نقش تعاملی شبکه‌های اجتماعی مجازی در شکل‌دهی به سبک زندگی دانشجویان دختر و نتایج این تاثیر در ایجاد خرده فرهنگ‌های دخترانه در بین ۶۳۶ دانشجوی دختر سه دانشگاه صنعتی اصفهان علوم پزشکی اصفهان و آزاد دخترانه فلاورجان و با استفاده از پرسشنامه به انجام رسیده است برای بررسی سبک زندگی مولفه‌های چگونگی گذران اوقات فراغت و نحوه ارتباطات انسانی با دیگران اعم از خانواده و دوستان و به صورت ویژه ارتباط با جنس مخالف مورد نظر قرار گرفت. نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که بین سبک زندگی دختران دانشجو با عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد و با افزایش زمان استفاده و حضور در این شبکه‌ها مولفه‌های گذران اوقات فراغت و ارتباط با دیگران تغییر کرده به گونه‌ای که موجب ایجاد خرده فرهنگ‌های دخترانه در بین دانشجویان دختر شده است اما در مورد ارتباط با جنس مخالف معناداری این رابطه ضعیف است.

عبدالله نژاد فراهانی (۱۳۹۳)، در پژوهشی با عنوان تبیین جامعه‌شناختی تاثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی انجام داد و جامعه مورد بررسی در آن دانشجویان دانشگاه علمی و کاربردی واحدهای تهران در سال تحصیلی ۹۳-۱۳۹۲ می‌باشد که بر اساس روش پیمایش انجام گرفته است.

نمونه تحقیق شامل ۴۰۰ نفر از دانشجویان است که با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی به تصادف انتخاب شده‌اند. ابزار مورد استفاده در این تحقیق پرسشنامه است. یافته‌های پژوهش نشان داد: ۲۵۸ نفر معادل ۶۷٫۷ درصد کاردانی، ۱۱۲ نفر معادل ۲۹٫۴ درصد کارشناسی و ۱۱ نفر معادل ۲٫۹ درصد کارشناسی ارشد می‌باشند. ۱۳۹ نفر معادل ۴۰٫۳ درصد از فیس‌بوک، ۲۶ نفر معادل ۷٫۵ درصد از توئیتر، ۱۲ نفر معادل ۳٫۵ درصد از کلوب، ۵۲ نفر معادل ۱۵٫۱ درصد از گوگل پلاس، ۱۱۶ نفر معادل ۳۳٫۶ درصد از سایر شبکه‌ها استفاده می‌کنند. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که بین میزان استفاده از شبکه‌های مجازی و سبک زندگی رابطه معکوس وجود دارد، سبک زندگی به تفکیک نوع برنامه‌های استفاده از شبکه‌های مجازی متفاوت است، بین میزان استفاده از شبکه‌های مجازی و رفتارهای دینی و همچنین نگرش به ازدواج رابطه معکوس وجود دارد و بین میزان تماشای برنامه‌های ماهواره و مدگرایی رابطه مستقیم وجود دارد، بین میزان استفاده از شبکه‌های مجازی و اوقات فراغت و همچنین شیوه تغذیه رابطه مستقیم وجود دارد با افزایش استفاده از شبکه‌های مجازی نوع گذران اوقات فراغت و شیوه تغذیه نیز تغییر کرده است. بین زنان و مردان از لحاظ میزان استفاده از شبکه‌های مجازی تفاوت مشاهده شد که زنان بیشتر از مردان از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند، بین وضعیت تاهل و استفاده از شبکه‌های مجازی تفاوت وجود ندارد. بین سن و میزان استفاده از شبکه‌های مجازی رابطه معکوس وجود دارد. میزان استفاده از شبکه‌های مجازی میان دانشجویان مقطع کاردانی و کارشناسی ارشد بیشتر از کارشناسی بود و میزان استفاده از شبکه‌های مجازی میان گروه‌های شغلی متفاوت است، افراد بیکار بیشتر از این گونه شبکه‌ها استفاده می‌کنند.

پارک (۲۰۰۵)، به بررسی رابطه بین فعالیت‌های ورزشی غیر حرفه‌ای و سبک زندگی زنان جوان در اولسان پرداخت. نتایج نشان داد که بین نوع فعالیت‌های ورزشی غیر حرفه‌ای زنان و سبک زندگی آنان رابطه معنی‌داری وجود دارد، به طوری که در افراد دارای سبک زندگی بالاتر، مدت زمان و تعداد دفعات ورزش در هفته افزایش می‌یابد. وی بیان کرد که زنان به انجام فعالیت‌های ورزشی با شدت کمتر، علاقه بیشتری نشان می‌دهند چرا که این گونه فعالیت‌ها در واقع باعث خودشناسی مثبت، مدیریت سلامت و رضایت از کیفیت زندگی در آنان می‌شود (پارک، ۲۰۰۵).

مطالعات اخیر نشان داده‌اند که بیش از ۹۵ درصد از دانشجویان مقطع کارشناسی در انگلیس به طور مداوم از سایت‌های شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. دانشجویان تحت مطالعه ادعا کردند که پیش از ثبت نام در دانشگاه به فیس‌بوک پیوسته بودند، زیرا فیس‌بوک را ابزاری برای پیدا کردن دوستان جدید در دانشگاه می‌دانستند؛ ضمن این که می‌توانستند با دوستان قبلی و اعضای خانواده خود هم چنان در تماس باشند. از طرف دیگر، این دانشجویان تصور می‌کردند که فیس‌بوک اغلب برای دلایل اجتماعی‌اش مورد استفاده قرار می‌گیرد نه برای اهداف آموزش رسمی؛ اگرچه گاهی اوقات از آن به طور

غیر رسمی برای مقاصد آموزشی نیز استفاده می‌شود ولی مراقبت‌ها در خصوص فیس‌بوک باید نسبت به مزایای آن بیشتر در نظر گرفته شود (مادج، ۲۰۰۹).

باورز (۲۰۰۴)، بیان می‌کند، عواطف اجتماعی قوی مثل محبت و نفرت، غرور و شرم، شادی و غم که همه بخشی از وجود انسان است، در شبکه اجتماعی شکل می‌گیرد (باورز، ۲۰۰۴؛ به نقل از کومارو و دیگران^۲، ۲۰۰۸). اسمیت^۳ (۲۰۰۹)، نیز این گونه توصیف می‌کند که کیفیت تماس اجتماعی افراد باهم درون شبکه اجتماعی موجب بروز عواطف اجتماعی مختلف در آن‌ها می‌شود. به طور نمونه افرادی که طلاق می‌گیرند و یا افرادی که از گروه دلخواه خود اخراج می‌شوند، به علت بروز مشکلاتی در کیفیت شبکه اجتماعی و از دست دادن روابطی که دوست دارند، معمولاً اندوه را تجربه می‌کنند (اسمیت، ۲۰۰۹).

فرضیه‌های تحقیق

۱. بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام با سبک زندگی دانشجویان رشته‌های علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران رابطه وجود دارد.
۲. بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام با بعد سلامت جسمانی رشته‌های علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران رابطه وجود دارد.
۳. بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام با بعد ورزشی و تندرستی رشته‌های علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران رابطه وجود دارد.
۴. بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام با بعد کنترل وزن و تغذیه رشته‌های علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران رابطه وجود دارد.
۵. بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام با بعد پیشگیری از بیماری‌های رشته‌های علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران رابطه وجود دارد.
۶. بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام با بعد سلامت روان‌شناسی رشته‌های علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران رابطه وجود دارد.

متغیرهای تحقیق

متغیر مستقل

- سبک زندگی
- سلامت جسمانی

¹. Bawers

². Kumar et al

³. Smith

- ورزش و تندرستی
- کنترل وزن و تغذیه
- پیشگیری از بیماری‌ها
- سلامت روان شناختی

متغیر وابسته

- شبکه‌های اجتماعی (واتس آپ و تلگرام)

روش پژوهش

روش پژوهش انتخاب شده در این تحقیق از حیث هدف کاربردی و از نظر نوع آن توصیفی-پیمایشی می‌باشد.

جامعه آماری و حجم نمونه

جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه دانشجویان رشته علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران که تعداد آن‌ها ۹۶۰ نفر است که ۶۰۳ نفر آن‌ها دانشجوی کارشناسی ارشد و ۳۵۷ نفر دانشجوی دکترا هستند (دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران، ۱۳۹۴). حجم نمونه با استفاده از فرمول عمومی کوکران تعداد ۲۷۴ نفر است که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شده‌اند. روش نمونه‌گیری در این تحقیق روش نمونه‌گیری تصادفی ساده است.

روش‌ها و ابزار گردآوری داده‌ها

ابزار گردآوری اطلاعات دو پرسشنامه استاندارد سبک زندگی LSQ و پرسشنامه محقق ساخته شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌باشد.

پرسشنامه سبک زندگی LSQ: این پرسشنامه دارای ۷۰ سوال بوده و هدف آن ارزیابی ابعاد مختلف سبک‌های زندگی (سلامت جسمانی، ورزش و تندرستی، کنترل وزن و تغذیه، پیشگیری از بیماری‌ها، سلامت روان‌شناختی، سلامت معنوی، سلامت اجتماعی، اجتناب از داروها و مواد مخدر، پیشگیری از حوادث و سلامت محیطی) است. طیف پاسخگویی آن از نوع لیکرت بوده است.

اعتبار و پایایی

در پژوهش لعلی و همکاران (۱۳۹۱)، با استفاده از آزمون تحلیل عاملی روایی سازه پرسشنامه سبک زندگی را به منزله ابزاری چند بعدی برای ارزیابی و اندازه‌گیری سبک زندگی مورد تأیید قرار دادند.

هم‌چنین پایائی پرسشنامه یا قابلیت اعتماد آن با استفاده از روش اندازه‌گیری آلفای کرونباخ محاسبه شد. معمولاً دامنه ضریب اعتماد آلفای کرونباخ از صفر (۰) به معنای عدم پایداری، تا مثبت یک (+۱) به معنای پایائی کامل قرار می‌گیرد و هر چه مقدار به دست آمده به عدد مثبت یک نزدیک‌تر باشد قابلیت اعتماد پرسشنامه بیشتر می‌شود. آلفای کرونباخ برای پرسشنامه سبک زندگی (LSQ) در جدول زیر ارائه شده است:

جدول شماره (۱): مقدار آلفای کرونباخ در پرسشنامه سبک زندگی (LSQ)

آلفای کرونباخ	بعد
۰/۸۹	سلامت جسمانی
۰/۸۷	ورزش و تندرستی
۰/۸۵	کنترل وزن و تغذیه
۰/۸۷	پیشگیری از بیماری‌ها
۰/۸۸	سلامت روان‌شناختی
۰/۸۴	سلامت معنوی
۰/۸۲	سلامت اجتماعی
۰/۷۹	اجتناب از داروها و مواد مخدر
۰/۸۵	پیشگیری از حوادث
۰/۷۶	سلامت محیطی
۰/۸۷	کل

پرسشنامه شبکه‌های اجتماعی مجازی: این پرسشنامه محقق ساخته می‌باشد و مشتمل بر ۲۰ گویه است که بر مبنای طیف پنج گزینه‌ای لیکرت تهیه شده است. روایی محتوایی این پرسشنامه به تایید کارشناسان و متخصصان رسیده است و پایایی آن بر روی نمونه ۳۰ نفری از دانشجویان ۰/۸۱ است، که نشان از پایایی پرسشنامه دارد.

تعاریف نظری و عملیاتی متغیرهای پژوهش

شبکه‌های اجتماعی

مجموعه‌ای از پایگاه‌ها است که به کاربران امکان می‌دهد تا علاقه‌مندی‌ها، افکار و فعالیت‌های خود را با یکدیگر به اشتراک بگذارند؛ به عبارت دیگر، شبکه‌های اجتماعی پایگاه‌هایی هستند که با استفاده از کی موتور جستجوگر و افزودن امکاناتی مانند: چت، پیام رسانی الکترونیک، انتقال تصویر و صدا و ...، امکان ارتباط بیشتر کاربران را در قالب شبکه‌ای از روابط فردی و گروهی فراهم می‌آورند. فیس‌بوک، توییتر، یتوب و پادکست، از جمله شبکه‌های اجتماعی مجازی هستند (جهانگیری، ۱۳۹۰).

به بیان دیگر شبکه اجتماعی واژه‌ای است که برای نامیدن گروهی از افراد که در میان خود دارای ارتباطات وسیع‌تر و مستمر هستند و یک حلقه منسجم ارتباطاتی را تشکیل می‌دهند، به کار می‌رود، اما

این واژه امروزه عمدتاً برای نامیدن پایگاه‌های اینترنتی به کار می‌رود که افراد با عضویت در آن امکان دستیابی به اطلاعات سایر اعضا، آشنایی با علایق آن‌ها، به اشتراک‌گذاری تولیدات متنی، صوتی و تصویری و نیز تشکیل گروه‌هایی براساس علایق مشترک با برخی از دیگر اعضای پایگاه را پیدا می‌کنند (صدیق بنای، ۱۳۸۷).

تعریف عملیاتی این متغیر عبارت است از نمره‌ای که پاسخگویان از پرسشنامه ۲۰ سوالی محقق ساخته شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام کسب می‌کنند.

تلگرام

تلگرام یک برنامه پیام رسان است که تمرکزش را روی سرعت انتقال پیام و امنیت گذاشته است. این برنامه بسیار ساده و استفاده از آن رایگان است. با تلگرام شما می‌توانید عکس، ویدئو، متن و هر نوع فایل را ارسال کنید. این برنامه به شما اجازه می‌دهد تا گروه‌هایی با ظرفیت حداکثر ۲۰۰ نفر ایجاد کنید. شما می‌توانید شماره تلفن خود را بنویسید یا افراد را با نام کاربری جستجو کنید. به عبارت دیگر تلگرام ترکیبی از پیام کوتاه و ایمیل است (وبسایت فاینذر، ۱۳۹۴).

واتس آپ

یک برنامه پیام رسانی فوری برای تلفن‌های هوشمند است. این برنامه توسط شرکت سهامی واتس آپ ساخته شده است. مؤسس شرکت و سازنده این برنامه جن کوم است. پیام رسان واتس آپ سامانه‌ای نرم افزاری برای گوشی‌های هوشمند اندروید، آیفون، نوکیا و بلک‌بری است. این پیام‌رسان از ارتباط دیتا و یا وای فای برای فرستادن پیام استفاده می‌کند (دانشنامه آزاد ویکی پدیا، ۱۳۹۴).

سبک زندگی

سبک زندگی، اصطلاحی است که در فرهنگ سنتی چندان کاربرد ندارد، چون ملازم با نوعی انتخاب از میان تعداد کثیری از امکان‌های موجود است و در عمل نه فقط از نسل گذشته «تحویل» گرفته نمی‌شود، بلکه «پذیرفته» می‌شود (زارع و فلاح، ۱۳۹۱).

سبک زندگی عبارت است از طیف رفتاری‌ای که اصلی انسجام بخش بر آن حاکم است، عرصه‌ای از زندگی را تحت پوشش دارد و در میان گروهی از افراد جامعه قابل مشاهده است اما الزاماً برای همگان قابل تشخیص نیست (فاضلی، ۱۳۸۲).

تعریف عملیاتی این متغیر عبارت است از نمره‌ای که پاسخگویان از پرسشنامه استاندارد سبک زندگی LSQ مشتمل بر ابعاد مختلف سبک‌های زندگی (سلامت جسمانی، ورزش و تندرستی، کنترل وزن و تغذیه، پیشگیری از بیماری‌ها، سلامت روان‌شناختی، سلامت معنوی، سلامت اجتماعی، اجتناب از داروها و مواد مخدر، پیشگیری از حوادث و سلامت محیطی) کسب می‌کنند.

یافته‌ها

به منظور بررسی نرمال بودن توزیع داده‌های مربوط به متغیرهای تحقیق از آزمون کولموگروف اسمیرنوف استفاده گردید و نتایج حاصل از آزمون نشان داد که توزیع داده‌های مربوط به متغیرها نرمال است.

- بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام با سبک زندگی دانشجویان رشته‌های علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران رابطه وجود دارد.

جدول شماره (۲): ماتریس همبستگی رابطه بین شبکه‌های اجتماعی واتس آپ و تلگرام با سبک زندگی دانشجویان

متغیر وابسته		متغیر مستقل	
متغیر وابسته		سبک زندگی	
میانگین	۱۷۷,۵۸	ضریب همبستگی	-۰,۱۹۷
شبکه‌های اجتماعی		سطح معنی‌داری	۰,۰۰۱
واتس‌آپ و تلگرام	انحراف معیار	تعداد	۲۴۷
	۲۶,۲۴		

بر اساس نتایج جدول فوق همان‌طور که مشاهده می‌شود، سطح معنی‌داری آزمون کوچک‌تر مساوی ۰,۰۵ ($sig=0/001$) است. بنابراین نتایج حاصل از ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد، بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام با سبک زندگی دانشجویان رشته‌های علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران رابطه معنی‌داری وجود دارد. همچنین با توجه به مقدار ضریب همبستگی ($r=-0,197$) می‌توان گفت که رابطه معکوس و معنی‌دار با شدتی ضعیف وجود دارد. به عبارت دیگر با افزایش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام کیفیت سبک زندگی دانشجویان کاهش می‌یابد.

- بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام با بعد سلامت جسمانی دانشجویان رشته‌های علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران رابطه وجود دارد.

جدول شماره (۳): ماتریس همبستگی رابطه بین شبکه‌های اجتماعی واتس آپ و تلگرام با بعد سلامت جسمانی

متغیر مستقل		بعد سلامت جسمانی	
متغیر وابسته		بعد سلامت جسمانی	
میانگین	۲۱,۳۵	ضریب همبستگی	-۰,۱۲۷
شبکه‌های اجتماعی		سطح معنی‌داری	۰,۰۳۶
واتس‌آپ و تلگرام	انحراف معیار	تعداد	۲۴۷
	۳,۱۷		

بر اساس نتایج جدول فوق همان طور که مشاهده می‌شود، سطح معنی‌داری آزمون کوچک‌تر مساوی $0,05$ ($Sig=0/036$) است. بنابراین نتایج حاصل از ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد، بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام با بعد سلامت جسمانی دانشجویان رشته‌های علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران رابطه معنی‌داری وجود دارد. همچنین با توجه به مقدار ضریب همبستگی ($r=-0,127$) می‌توان گفت که رابطه معکوس و معنی‌دار با شدتی ضعیف وجود دارد. به عبارت دیگر با افزایش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام سلامت جسمانی دانشجویان کاهش می‌یابد.

- بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام با بعد ورزش و تندرستی دانشجویان رشته‌های علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران رابطه وجود دارد.

جدول شماره (۴): ماتریس همبستگی رابطه بین شبکه‌های اجتماعی واتس آپ و تلگرام با بعد ورزش و تندرستی

		متغیر مستقل	
		متغیر وابسته	
		بعد ورزش و تندرستی	
	میانگین	۱۸,۳۶	ضریب همبستگی
شبکه‌های اجتماعی			۰,۰۴۳
واتس‌آپ و تلگرام	انحراف معیار	۲,۶۵	تعداد
			۲۴۷

بر اساس نتایج جدول فوق همان طور که مشاهده می‌شود، سطح معنی‌داری آزمون کوچک‌تر مساوی $0,05$ ($Sig=0/043$) است. بنابراین نتایج حاصل از ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد، بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام با بعد ورزش و تندرستی دانشجویان رشته‌های علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران رابطه معنی‌داری وجود دارد. همچنین با توجه به مقدار ضریب همبستگی ($r=-0,123$) می‌توان گفت که رابطه معکوس و معنی‌دار با شدتی ضعیف وجود دارد. به عبارت دیگر با افزایش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام کیفیت میزان انجام ورزش و میزان تندرستی دانشجویان کاهش می‌یابد.

- بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام با بعد کنترل وزن و تغذیه دانشجویان رشته‌های علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران رابطه وجود دارد.

جدول شماره (۵): ماتریس همبستگی رابطه بین شبکه‌های اجتماعی واتس آپ و تلگرام با بعد کنترل وزن و تغذیه

متغیر وابسته		متغیر مستقل	
بعد کنترل وزن و تغذیه		بعد کنترل وزن و تغذیه	
میانگین	۱۷,۲۱	ضریب همبستگی	-۰,۱۴۱
شبکه‌های اجتماعی		سطح معنی‌داری	۰,۰۲۰
واتس آپ و تلگرام	انحراف معیار ۳,۱۳	تعداد	۲۴۷

بر اساس نتایج جدول فوق همان طور که مشاهده می‌شود، سطح معنی‌داری آزمون کوچک‌تر مساوی $0,05$ ($Sig=0/020$) است. بنابراین نتایج حاصل از ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد، بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام با بعد کنترل وزن و تغذیه دانشجویان رشته‌های علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران رابطه معنی‌داری وجود دارد. همچنین با توجه به مقدار ضریب همبستگی ($r=-0,141$) می‌توان گفت که رابطه معکوس و معنی‌دار با شدتی ضعیف وجود دارد. به عبارت دیگر با افزایش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام کیفیت کنترل وزن و تغذیه مناسب دانشجویان کاهش می‌یابد.

- بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام با بعد پیشگیری از بیماری‌های دانشجویان رشته‌های علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران رابطه وجود دارد.

جدول شماره (۶): ماتریس همبستگی رابطه بین شبکه‌های اجتماعی واتس آپ و تلگرام با بعد پیشگیری از بیماری‌ها

متغیر وابسته		متغیر مستقل	
بعد پیشگیری از بیماری‌ها		بعد پیشگیری از بیماری‌ها	
میانگین	۱۷,۲۶	ضریب همبستگی	-۰,۱۴۲
شبکه‌های اجتماعی		سطح معنی‌داری	۰,۰۱۹
واتس آپ و تلگرام	انحراف معیار ۴,۵۹	تعداد	۲۴۷

بر اساس نتایج جدول فوق همان طور که مشاهده می‌شود، سطح معنی‌داری آزمون کوچک‌تر مساوی $0,05$ ($Sig=0/019$) است. بنابراین نتایج حاصل از ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد، بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام با بعد پیشگیری از بیماری‌های دانشجویان رشته‌های علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران رابطه معنی‌داری وجود دارد. همچنین با توجه به مقدار ضریب همبستگی ($r=-0,142$) می‌توان گفت که رابطه معکوس و معنی‌دار با

شدتی ضعیف وجود دارد. به عبارت دیگر با افزایش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام پیشگیری از بیماری‌های دانشجویان کاهش می‌یابد.

- بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام با بعد سلامت روان‌شناختی دانشجویان رشته‌های علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران رابطه وجود دارد.

جدول شماره (۷): ماتریس همبستگی رابطه بین شبکه‌های اجتماعی واتس آپ و تلگرام با بعد سلامت روان‌شناختی

متغیر مستقل		بعد سلامت روان‌شناختی	
متغیر وابسته			
میانگین	۱۶.۴۴	ضریب همبستگی	-۰.۱۷۵
شبکه‌های اجتماعی		سطح معنی‌داری	۰.۰۰۴
واتس‌آپ و تلگرام	انحراف معیار	تعداد	۲۴۷
	۴.۴۷		

بر اساس نتایج جدول فوق همان‌طور که مشاهده می‌شود، سطح معنی‌داری آزمون کوچک‌تر مساوی ۰.۰۵ ($\text{Sig}=0/004$) است. بنابراین نتایج حاصل از ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد، بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام با بعد سلامت روان‌شناختی دانشجویان رشته‌های علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران رابطه معنی‌داری وجود دارد. هم‌چنین با توجه به مقدار ضریب همبستگی ($r=-0.175$) می‌توان گفت که رابطه معکوس و معنی‌دار با شدتی ضعیف وجود دارد. به عبارت دیگر با افزایش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی واتس آپ و تلگرام سلامت روان‌شناختی دانشجویان کاهش می‌یابد.

نتایج تحلیلی پژوهش

اینترنت در واقع مکان بی‌مکان است؛ جایی که انسان‌ها می‌توانند به راحتی با یکدیگر ارتباط برقرار نمایند، گروه‌های خود را بسازند، پیام بفرستند یا چیزی را معرفی کنند. در این مکان مرزهای جغرافیایی هیچ معنا و مفهومی ندارد و به همین سبب دشواری‌ها و مشکلات منطقی زمان و مکان از میان برداشته شده است. همه چیز در تحرک است و همواره این تحرک شتابی بیشتر می‌یابد و در واقع یکی از دلایلی که نسل کنونی به این نوع از روابط روی آورده این است که آن‌ها می‌توانند از این طریق در هر زمان و مکانی به ارتباط با دیگران بپردازند؛ زمان، مسئله‌ای است که این روزها به معضلی بزرگ در جوامع پیشرفته تبدیل شده است و وجود امکانات تکنولوژیک برای برقراری ارتباط، به عنوان راه حلی مناسب، از سوی بشر انتخاب شده است. ولی با این وجود بعضاً ارتباطات شکل گرفته بر بستر رسانه‌هایی هم چون شبکه‌های اجتماعی فاقد احساس و روح حاکم بر تعاملات انسان در جهان واقعی است، در نتیجه روابط و احساسات

افراد به مرور زمان به سردی می‌گیرید. وابستگی به شبکه‌های اجتماعی ازدواج اینترنتی، طلاق، از هم پاشیدگی خانواده، بلوغ زودرس و اختلالات جسمانی را در کشورهای مختلف جهان از جمله ایران به شکل قابل ملاحظه‌ای افزایش داده است. البته همان طور که تجربه نشان داده فیلترینگ و قطع دسترسی و کلاً اعمال محدودیت‌های اجتماعی به هیچ عنوان راهکار مناسبی برای کنترل بازتاب‌های منفی شبکه‌های اجتماعی نیست و بعضاً نتایج عکس را در پی دارد. در واقع بهتر است با افزایش سطح آگاهی‌ها و آموزش‌های لازم افراد جامعه را به سمت استفاده مطلوب و درست از این شبکه‌ها سوق داد و در مقابل مخاطرات آن واکنش‌مند نمود. دولت‌مردان باید بستر لازم را فراهم آورند تا افراد جامعه خود به این بلوغ فکری دست یابند که کدام بخش از این پدیده یک تهدید و کدام ابزار آن یک فرصت در جهت اعتلای سطوح فردی اجتماعی‌شان است.

پیشنهاد‌های کاربردی

- با توجه به استفاده زیاد کاربران جوان از شبکه‌های اجتماعی مجازی به نظر می‌رسد تهیه و تدوین کتب درسی مرتبط با فضای مجازی یکی از نیازهای آموزشی دانشگاه محسوب می‌شود، لذا به مسئولان دانشگاه دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران پیشنهاد می‌شود که با تهیه کتب درسی مرتبط با فضای مجازی، دانشجویان را با جامعه مجازی، مزایا و معایب و همچنین میزان و طریقه استفاده صحیح از شبکه‌های اجتماعی مجازی آشنا کنند.

- به مسئولان دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران پیشنهاد می‌شود که محیط آموزشی؛ مناسب و غنی می‌تواند در بازدهی و کارایی فرآیند آموزشی بسیار مفید واقع شود و با سیاست‌ها و شیوه‌های درست آموزشی و علمی همانند برگزاری کلاس‌های آموزشی و برپایی همایش‌ها و کارگاه‌ها در جهت رفع آسیب‌های اجتماعی ناشی از میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی در سبک زندگی دانشجویان گامی موثر برای بهبود و ارتقای کیفیت زندگی آنان بردارند.

- به مسئولان دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران پیشنهاد می‌گردد که توجه بیشتر به رویکرد ارتقای سطح فعالیت‌های فرهنگی در دانشگاه‌ها از طریق شبکه‌های اجتماعی مجازی انجام گردد که شاهد توسعه مشارکت دانشجویان در فعالیت‌های فرهنگی باشیم و به تبع آن فرهنگ کارکرد صحیح از این شبکه‌ها را ارتقا دهیم و سبک زندگی تحت تاثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی در جهت مثبت بهبود یابد.

- به مسئولین دانشگاه پیشنهاد می‌گردد به منظور استفاده بهینه از شبکه‌های اجتماعی مجازی در سطح فرهنگی دانشگاه‌ها تدابیر لازم به منظور غنی‌سازی اوقات فراغت دانشجویان و همچنین ایجاد فضای معنوی در محیط‌های دانشگاهی از طریق جلب مشارکت و مساعدت مراکز کانون‌ها، انجمن‌ها،

تشکل‌های دانشگاهی و طراحی برنامه‌های فرهنگی، هنری، اجتماعی و سیاسی در شبکه‌های اجتماعی مجازی تلگرام و واتس آپ اتخاذ کنند.

- به مسئولان ارتباطات کشور پیشنهاد می‌شود که قوانین و ارزش‌های فرهنگی، مذهبی و اجتماعی رسانه‌های مجازی تقویت کنند و با آموزش‌های لازم در این خصوص در کاهش زمینه‌های منفی این رسانه‌ها تلاش نمایند و بستر فرهنگ ناب ایرانی را در رسانه‌ها گسترش دهند.

- به نهادهای اجتماعی و ارگان‌های مختلف به ویژه مسئولان دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران پیشنهاد می‌گردد که با توسعه فعالیت‌های اجتماعی خود در اینترنت تلاش نمایند که استفاده‌های اجتماعی از شبکه‌های مجازی را بهبود بخشد تا با افزایش استفاده صحیح اجتماعی از اینترنت موجب کاهش صدمات سلامت اجتماعی ناشی از شبکه‌های اجتماعی گردد.

منابع

- خبرگزاری ایسنا. (۱۳۹۴). عضویت نیمی از ایرانی‌ها در شبکه‌های اجتماعی (بیش از ۲۰ میلیون نفر در تلگرام). تاریخ انتشار خبر ۱۰ دی ۱۳۹۴، کد خبر: ۹۴۱۰۱۰۰۵۳۴۵، قابل دسترس در تاریخ ۱۳۹۵/۲/۸ در سایت: <http://isna.ir/fa/news/>
- خوش‌فر، غ؛ و همکاران. (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و کیفیت زندگی در نواحی شهری (مطالعه موردی شهر گرگان). *مجله آمایش جغرافیایی فضا*. سال سوم. شماره نهم.
- روزنامه ابتکار. (۱۳۹۴). به بهانه فیلترینگ دو ساعته تلگرام (اسباب‌کشی‌های اجباری). تاریخ انتشار خبر ۱ فروردین ۱۳۹۴، قابل دسترس در تاریخ ۱۳۹۵/۲/۸ در سایت: <http://ebtekarnews.com/23294>
- سایت تابناک. (۱۳۹۴). تعداد کاربران واتس آپ به ۹۰۰ میلیون نفر رسید. تاریخ انتشار خبر: ۱۴ شهریور ۱۳۹۴، کد خبر: ۵۲۹۱۲۷، قابل دسترس در تاریخ ۱۳۹۵/۲/۸ در سایت: <https://www.tabnak.ir/fa/news/529127>
- سایت سامانه شارژ واتس آپ. (۱۳۹۴). مقایسه تعداد کاربران واتس آپ با دیگر اپلیکیشن‌های پیام رسان. قابل دسترس در تاریخ ۱۳۹۵/۲/۸ در سایت: <http://www.chargewhatsapp.ir/index.php/news/59-whatsapp-compare>
- دانشنامه آزاد ویکی پدیا. (۱۳۹۴). واتس آپ. آخرین ویرایش ۲۹ ژانویه ۲۰۱۶، قابل دسترس در تاریخ ۱۳۹۴/۱۱/۱۱ در سایت: <https://fa.wikipedia.org/wiki>
- سایت تابناک. (۱۳۹۴). واتس آپ برای همیشه رایگان شد. قابل دسترس در تاریخ ۱۳۹۴/۱۱/۱۱ در سایت: <https://www.tabnak.ir/fa/news/>
- شبکه‌های اجتماعی و تاثیرگذاری استراتژیک در صنعت گردشگری. (۱۳۹۲). بازبینی شده در ۱۵ سپتامبر ۲۰۱۳.
- صدیق بنای، هلن. (۱۳۸۷). آشنایی با شبکه‌های اجتماعی. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای روزانه همشهری.
- عدلی پور، صمد. (۱۳۹۱). تحلیل جامعه‌شناختی پیامدهای شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی کاربران جوان شهر اصفهان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه اصفهان.
- فاضلی، محمد. (۱۳۸۲). مصرف و سبک زندگی. صبح صادق، قم.
- گیدنر، آنتونی. (۱۳۸۳). تجدد و تشخص؛ جامعه و هویت شخصی در عصر جدید. ترجمه: ناصر، موقیان. تهران: نشر نی.
- لعی، محسن؛ عابدی، احمد؛ و کجیاف، محمدباقر. (۱۳۹۱). ساخت و اعتباریابی پرسشنامه سبک زندگی (LSQ). *پژوهش‌های روانشناختی*. دوره ۱۵، شماره ۱.
- مرادی، شهاب؛ و همکاران. (۱۳۹۳). انگیزه‌های استفاده از شبکه‌های مجازی اجتماعی. *فصلنامه فرهنگ دانشگاه آزاد اسلامی*. سال چهارم، شماره ۱۰.

وبسایت فاینڈز. (۱۳۹۴). **تلگرام چیست و تاریخچه تولید تلگرام**. نوشته شده در تاریخ ۲۱ اردیبهشت ۱۳۹۴، قابل دسترس در تاریخ ۱۳۹۴/۱۱/۱۰ در سایت:

<http://www.finds.ir/iran-news/Applications/all-about-telegram-why-telegram-application-favorite/4440>

هات آپ نیوز. (۱۳۹۳). صفر تا صد واتس آپ. نوشته شده در ۲۲ بهمن ۱۳۹۳ در سایت: <http://hotappnews.ir/1281>

Madge, Clare; Meek, Julia; Wellens, Jane; Hooley, Tristram. (2009). Facebook, Social Integration and Informal Learning at University: It Is More for Socialising and Talking to Friends about Work than for Actually Doing Work, Learning, **Media and Technology**. v. 34, n. 2, P.p: 141-155.

Smith, Eliot R., and Diane M. Mackie. (2009). **Group emotions**. Encyclopedia of Group Processes & Intergroup Relations, Sage Publications.