

هفتمین همایش ملی بنیاد علمی قانون یار

همایش پژوهش های علمی علوم اسلامی و انسانی در عصر نوین

بنیاد علمی قانون یار - آموزش و پرورش استان کرمانشاه - واحد پژوهش سپاه پاسداران (با همکاری و حمایت معنوی دانشگاه رازی، دانشگاه آزاد، دانشگاه فرهنگیان، دانشگاه پیام نور کرمانشاه، دانشگاه علمی و کاربردی، جهاد دانشگاهی واحد کرمانشاه، دانشگاه صنعتی کرمانشاه، بنیاد شهید و سازمان ارشاد و
سرمدبیر علمی و مسئول برگزاری همایش: دکتر بهنام اسدی (نماینده مقالات در پایگاه های ملی و بین المللی)
تاریخ برگزاری همایش: ۸ اسفندماه ۱۴۰۳ شماره مقاله: ۲۸/۰۲۰۰۹ رده بندی کنگره: ب ۵۶/۵۴۴۴

تأثیرات رسانه های اجتماعی

بر تعلق و تنهایی نوجوانان در فضای مجازی

مصطفی حسین بیکی

اداره کل آموزش و پرورش استان مازندران، اداره آموزش و پرورش شهرستان تنکابن، دکتری شیمی، دبیری علوم تجربی - شیمی

چکیده

در این نوشتار دیدگاهی تاریخی در مورد رابطه بین استفاده از رسانه های اجتماعی و تنهایی و تعلق در میان نوجوانان و جوانان بررسی می شود. بر اساس سه مدل نظری برجسته در این زمینه، یافته های تا حدودی متفاوتی را نشان می دهد، که ممکن است تا حد زیادی منعکس کننده تحول چشمگیر در چند سال گذشته در نحوه استفاده جوانان از فناوری رسانه های ارتباطی باشد. در این بررسی، عوامل فردی، اجتماعی و فرهنگی مورد توجه قرار می گیرد که ممکن است ترجیحات برای اشکال مختلف ارتباط آنلاین و نتایج اجتماعی مرتبط مانند تعلق و تنهایی را توضیح دهد. به جای این که بپرسیم آیا مشارکت در رسانه های اجتماعی منجر به احساس تنهایی و انزوا برای جوانان می شود یا مرز جدیدی را برای ارتباط و تعلق می گشاید، سؤال بهتر این است که تحت چه شرایطی و برای چه کسانی این نتایج رخ می دهند. فناوری رسانه های اجتماعی بسته به ماهیت استفاده از آن می تواند هم بازدارنده و هم تقویت کننده احساس رفاه اجتماعی در جوانان باشد. رسانه های اجتماعی ابزار اصلی ارتباط برای نوجوانان و جوانان در کشورهای مختلف در سراسر جهان است. تحقیقات قبلی نشان می دهد که استفاده از رسانه های اجتماعی ممکن است برای روابط اجتماعی صمیمی تر که به تعاملات رو در رو وابسته است، مضر باشد. بعلاوه استفاده بیش از حد از رسانه های اجتماعی ممکن است در نهایت منجر به احساس تنهایی و انزوا در میان جوانان شود. با نگاه از زاویه دیگر به فضای مجازی می توان گفت که ارتباطات

رسانه های اجتماعی وسیله ای مشروع برای توسعه ارتباطات اجتماعی است و می تواند حس تعلق را در بین جوانان تقویت کند. اینکه آیا رسانه های اجتماعی به عنوان تقویت کننده یا بازدارنده روابط اجتماعی مثبت عمل می کنند به طیف گسترده ای از عوامل از جمله سبک شخصیت، میزان استفاده و پاسخ های دیگران بستگی دارد. استفاده از رسانه های اجتماعی و تأثیر آن بر اجتماعی شدن در بین جوانان، زمینه ای است که به سرعت در حال تحول است و شایسته توجه دانشمندان علوم اجتماعی و متخصصان بهداشت روان است. به ویژه، نیاز به مطالعات و مطالعات سری زمانی یا طولی برای پرداختن به تفاوت های فرهنگی در استفاده از رسانه های اجتماعی وجود دارد.

واژگان کلیدی: تعلق تنهایی، فضای مجازی، توسعه اجتماعی؛ بهزیستی روانی.



مقدمه

تحقیقات موجود نشان می دهد که ارتباطات آنلاین به عنوان ابزار اصلی تعاملات اجتماعی جوانان (۱۵ تا ۲۴ سال) در سراسر جهان ظاهر شده است بطوریکه بیش از ۹۵ درصد از جوانان روزانه از پلتفرم های رسانه های اجتماعی مانند اسنپ چت، اینستاگرام، یوتیوب، تیک تاک، وی چت یا توییتر استفاده می کنند (تانکوسکا^۱، ۲۰۲۱). جالب اینجاست که در این چشم انداز استفاده از رسانه های اجتماعی، بخش قابل توجهی از نوجوانان و جوانان گزارش می دهند که به طور منظم احساس تنهایی و انزوای اجتماعی را تجربه می کنند.

نظرسنجی های انجام شده در کشورهای توسعه یافته نشان می دهد که حدود یک سوم از جوانان و بزرگسالان جوان احساس تنهایی می کنند و بیش از ۲۰ درصد اغلب یا همیشه احساس تنهایی می کنند ("گزارش تنهایی استرالیا"^۲، ۲۰۱۸؛ بنیاد خانواده کیسر^۳، ۲۰۱۸؛ دفتر آمار ملی^۴، ۲۰۱۸، داگلاس اسمیت و همکاران^۵؛ ۲۰۲۱). با توجه به این شرایط، به طور طبیعی سؤالاتی در مورد رابطه بین احساس فراگیر تنهایی و انزوا و استفاده گسترده از رسانه های اجتماعی در بین جوانان امروزی مطرح می شود. آیا اتکا به رسانه های اجتماعی به عنوان یک ابزار ارتباطی اولیه به نوعی ایجاد و حفظ رابطه را محدود می کند و در نهایت منجر به انزوا و تنهایی می شود؟ برخی از مطالعات نشان می دهد که ارتباطات آنلاین، به دلیل ماهیت خود، از غنا و پیچیدگی تعاملات اجتماعی رو در رو خالی است، در نتیجه منجر به برخوردهای اجتماعی کمتر و در نهایت افزایش خطرات برای تنهایی می شود (پاتنام^۶، ۲۰۰۰؛ اسپیرز و همکاران^۶، ۲۰۰۲). با این حال، تعداد فزاینده ای از تحقیقات نشان می دهد که فناوری رسانه های اجتماعی شکل گیری تعامل با افراد و گروه ها را به خوبی خارج از مرزهای برخوردهای رو در رو امکان پذیر می سازد. یعنی ارتباطات اجتماعی گسترش می یابد. علاوه بر این، کاربران فرصتهایی برای تعمیق

^۱ Tankovska

^۲ Australian Loneliness Report

^۳ Kaiser Family Foundation

^۴ Office for National Statistics

^۵ Putnam

^۶ Spears



ارتباطات و تقویت حس پایدار هویت و هدف دارند (والکنبورگ و پتر^۱، ۲۰۱۱؛ وردوین و همکاران^۲، ۲۰۱۷؛ وینسنت^۳، ۲۰۱۶).

این مقاله، به بررسی تأثیرات رسانه‌های اجتماعی بر تجربیات جوانان از تنهایی و تعلق می‌پردازد و به بررسی این پرسش‌ها می‌پردازد: آیا رسانه‌های اجتماعی از تعاملات اجتماعی در بین جوانان می‌کاهد یا تسهیل می‌کند و از چه راهی بر کیفیت روابط اجتماعی آنها تأثیر می‌گذارد؟ آیا برخی از جوانان بر اساس ویژگی‌های شخصی، منش‌ها، شرایط یا ملاحظات فرهنگی، تمایل بیشتری به گرایش به رسانه‌های اجتماعی به عنوان ابزار اصلی اجتماعی شدن دارند؟ آیا نقطه‌ای وجود دارد که در آن استفاده از رسانه‌های اجتماعی بیش از حد و مضر باشد؟ اگر چنین است، این چه تأثیری بر دیگر تلاش‌های مهم زندگی، از جمله مدرسه، خانواده، و کار دارد؟ نتایج این بررسی بر درک چگونگی ارتقای رفاه اجتماعی جوانان توسط رسانه‌های اجتماعی متمرکز است. برای این منظور، خطرات و مزایای رسانه‌های اجتماعی به عنوان ابزاری برای برقراری روابط با دیگران بیان شده و پیشنهادات و توصیه‌هایی برای کاهش آسیب احتمالی و به حداکثر رساندن اثرات مثبت آن ارائه خواهد شد.

دیدگاه‌هایی درباره تنهایی، تعلق و استفاده از رسانه‌های اجتماعی در میان جوانان

بخش اول: تنهایی

تنهایی یک تجربه ذهنی از پریشانی است و زمانی رخ می‌دهد که روابط اجتماعی فرد کمتر از حد مطلوب تلقی شود (هاکلی و کچیپو^۴، ۲۰۱۰). اگرچه تنهایی ممکن است هم به کمیت و هم به کیفیت روابط با دیگران مرتبط باشد، تحقیقات نشان می‌دهد که افراد تنها اغلب احساس سوء تفاهم می‌کنند و روابطشان فاقد معنا است (لیم^۵ و همکاران، ۲۰۱۶). ویس^۶ (۱۹۷۳) تنهایی را ناشی از نیازهای برآورده نشده برای دلبستگی، انزوای اجتماعی، پرورش، اطمینان از ارزش، احساس اتحاد قابل اعتماد و راهنمایی

^۱ Valkenburg & Peter

^۲ Verduyn

^۳ Vincent

^۴ Hawkey & Cacioppo

^۵ Lim

^۶ Weiss

بخش دوم: متعلق بودن



انگیزه فراگیر برای ایجاد و حفظ حداقلی از روابط بین فردی پایدار، مثبت و قابل توجه دارند" (ص. ۴۹۷). تعلق به جای صرفاً تمایل به تماس با دیگران، مستلزم تمایل به پیوند با دیگران به روش‌های پایدار، معنادار و از نظر عاطفی است. به نوعی، دستیابی به احساس تعلق ما را فراتر از مرزهایمان می‌برد و به ما اجازه می‌دهد تا زندگی هماهنگ با دیگران را توسعه دهیم (لامبرت^۱ و همکاران، ۲۰۱۳). زمانی که نیاز به تعلق برآورده نشود، احساس انزوا، طرد شدن و بیگانگی به احتمال زیاد ایجاد می‌شود (باومیستر و لیری، ۱۹۹۵).

چندین ابزار خود گزارشی حس ذهنی تعلق را می‌سنجند. اینها عبارتند از ابزار حس تعلق (هاگرتی و پاتوسکی^۲، ۱۹۹۵)، مقیاس تعلق عمومی (مالون، پیلو، و عثمان^۳، ۲۰۱۲)، و مقیاس نیاز به تعلق (لیری و همکاران، ۲۰۱۳). همچنین علاقه به اندازه‌گیری حس تعلق یا ارتباط در محیط‌های خاص، از جمله محیط‌های کار و مدرسه وجود دارد. گودنو و گریدی^۴ (۱۹۹۳) تعلق به مدرسه را اینگونه تعریف می‌کنند: «میزانی که دانش‌آموزان در محیط اجتماعی مدرسه شخصاً مورد پذیرش، احترام، مشارکت و حمایت دیگران قرار می‌گیرند» (ص ۸۰). برخی از ابزارهای محبوب برای اندازه‌گیری تعلق در محیط‌های مدرسه عبارتند از: حس روان‌شناختی عضویت در مدرسه (گودنو، ۱۹۹۳)، مقیاس ارتباط با مدرسه (لوهمیر و لی^۵، ۲۰۱۱)، و ابزار مشارکت مدرسه (اپلتون^۶ و همکاران، ۲۰۰۶).

مانند تنهایی، احساس تعلق به چندین پیامد اجتماعی، عاطفی و رفتاری در نوجوانان و جوانان مرتبط است (ارسلان و همکاران، ۲۰۲۰). مطالعات متعدد نشان می‌دهد که احساس تعلق به طور منفی با حالات خلقی ناراحت‌کننده مانند افسردگی و اضطراب مرتبط است. تعلق ممکن است یک عامل محافظتی در برابر رفتارهای مشکل‌ساز برون‌گرایانه نوجوانان باشد (نیومن^۷ و همکاران، ۲۰۰۷). دستیابی به احساس تعلق پیوندهای اجتماعی با دیگران را تقویت می‌کند و منجر به افزایش احساس کفایت و

^۱ Lambert

^۲ Hagerty & Patusky

^۳ Malone, Pillow, & Osman

^۴ Goodenow and Grady

^۵ Lohmeier & Lee

^۶ Appleton

^۷ Newman



ارزش خود می شود (والتون^۱ و همکاران، ۲۰۱۲). تعداد فزاینده ای از تحقیقات نشان می دهد که تعلق عملکرد تحصیلی و انگیزه را افزایش می دهد (آلن و کرن^۲، ۲۰۱۷). همچنین منجر به افزایش احساس رضایت در مدرسه و سایر احساسات مثبت مرتبط با مدرسه می شود (ژوزه^۳ و همکاران، ۲۰۱۲).

بخش سوم: رسانه های اجتماعی

رسانه های اجتماعی به فناوری مبتنی بر رایانه اشاره دارد که امکان اشتراک گذاری ایده ها، اطلاعات و محتوای شخصی را در جوامع مجازی فراهم می کند. رسانه شامل سایت های شبکه های اجتماعی مانند فیس بوک و گوگل پلاس، سایت های میکرو بلاگینگ مانند توییتر و سایت های ارسال عکس و ویدیو مانند اینستاگرام، اسنپ چت و یوتیوب است. تحقیقاتی که به بررسی ارتباط بین فعالیت های فناوری رسانه های اجتماعی و رفاه روانی-اجتماعی جوانان می پردازد، در دو دهه گذشته به سرعت تکامل یافته است. بیشتر تحقیقات مقطعی بوده و تنها تعداد کمی از مطالعات استفاده از رسانه های اجتماعی و درک تنهایی یا تعلق را در طول زمان ردیابی می کنند. نتایج این مطالعات به دور از قطعیت است و دیدگاه های متفاوتی را در مورد چگونگی ارتباط رسانه های اجتماعی و رفاه اجتماعی و مکانیسم های توضیحی زیربنایی نشان می دهد. سه چهارچوب نظری عمده که در ادبیات برجسته تر ظاهر می شوند، این بررسی را سازماندهی کردند: جابجایی اجتماعی، غنی شدن و جبران اجتماعی. اگرچه مدل های مختلف دیگری برای درک بهتر نقش رسانه های اجتماعی در تسهیل یا بازدارندگی روابط اجتماعی در حال توسعه هستند، سه مدل بر اساس تحقیقات گسترده آنها و تمرکز صریح آنها بر چارچوب رسانه های اجتماعی انتخاب شده اند. در بخش های بعدی، تحقیقاتی بررسی می شود که هر یک از آن دیدگاه ها را توضیح می دهد.

بخش چهارم: مدل جابجایی اجتماعی

مدل جابجایی اجتماعی ارائه شده توسط کرات^۴ و همکاران (۱۹۹۸) این فرضیه را مطرح کرد که استفاده از رسانه های اجتماعی و اینترنت، تعاملات اجتماعی عمیق تر را جابجا می کند یا جای آن را می گیرد.

^۱ Walton

^۲ Allen & Kem

^۳ Jose

^۴ Kraut



اگرچه مطالعه آنها فقط بر روی خانواده ها و نه جوانان انجام شده است، داده ها یافته های آموزنده ای را ارائه می دهند که ممکن است به جمعیت مورد نظر ما - نوجوانان و بزرگسالان جوان تعمیم دهد. در یک مطالعه اولیه روی ۹۳ خانواده کاربر جدید رایانه (که قبلاً رایانه نداشتند)، کرات و همکاران (۱۹۹۸) استفاده از اینترنت را در یک دوره یک تا دو ساله ردیابی کرد و تأثیر آن را بر شاخص های رفاه اجتماعی ارزیابی کرد. یافته های کلیدی این بود که افزایش استفاده از اینترنت با کاهش ارتباطات خانوادگی و اندازه کلی شبکه های اجتماعی شرکت کنندگان در دنیای واقعی مرتبط است. مهمتر از همه، برای این بررسی، افزایش استفاده از اینترنت نیز با گزارش های خود از افزایش استرس، افسردگی و تنهایی همراه بود. ارتباط بین افزایش استفاده از اینترنت و تنهایی، و کاهش حمایت اجتماعی، برای شرکت کنندگان نوجوان در مقایسه با بزرگسالان در این مطالعه آشکارتر بود. بر اساس طراحی پانل مطالعه خود، کرات و همکاران استنباط کردند که افزایش استفاده از اینترنت با کاهش حمایت اجتماعی و احساس تنهایی همراه است.

دو تفسیر احتمالی از داده ها توسط کرات و همکارانش ارائه شد که منعکس کننده تأثیرات کمی و کیفی ارتباطات آنلاین است. اولین مورد این بود که زمان صرف شده در اینترنت احتمالاً جایگزین زمانی می شود که به طور سنتی در تعاملات اجتماعی رو در رو با خانواده و دوستان صرف می شود و در نتیجه تأثیر این تماس ها را کاهش می دهد. احتمال دوم این است که انواع ارتباطات اجتماعی ایجاد شده و حفظ شده به صورت آنلاین از نظر کیفی متفاوت و شاید کمتر از ارتباطاتی باشد که شخصاً انجام می شود. از این منظر، روابط اینترنتی فاقد عمق و صمیمیت برخوردهای رو در رو است و کمتر برای شرکت کنندگان برآورده می شود. با صرف زمان بیشتر در روابط به ظاهر سطحی و کمتر به بهای ارتباط رودررو معنادارتر با دیگران، درگیری شدید اینترنتی احساس مشارکت اجتماعی را کاهش می دهد و احساس تنهایی را افزایش می دهد. اصطلاح «پارادوکس اینترنتی» برای توصیف این تأثیر استفاده شد، به موجب آن رسانه ای که قصد دسترسی بیشتر به ارتباطات اجتماعی را دارد منجر به رفاه اجتماعی پایین تر می شود.

اگرچه مطالعه کرات و همکاران (۱۹۹۸) در طراحی آن چشمگیر است و تلاش برای ایجاد ارتباط علی بین استفاده از اینترنت و احساس تنهایی، محدودیت هایی را ارائه می دهد. اولین مورد این است که همه شرکت کنندگان بر اساس ارتباط قبلی با یک مدرسه یا گروه محله انتخاب شدند. از این رو، این احتمال



وجود دارد که نمونه از نظر تنهایی اولیه دارای انحراف مثبت باشد. ناشناخته است که آیا افراد به طور قابل توجهی تنهاتر، به دلیل افزایش استفاده از رایانه، افزایش بیشتری را در تنهایی تجربه کرده اند یا خیر. دومین عامل مخدوش کننده این است که در زمان مطالعه، استفاده از «اینترنت» از نظر اهداف «اطلاعاتی» یا «ارتباطاتی» عملیاتی شده بود، و ارتباطات بیشتر پست الکترونیکی و انواع مختلف خطوط چت وب را شامل شود. پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی در زمان مطالعه در دسترس نبودند و ممکن است به روش‌های قابل توجهی بر ارتباطات اجتماعی تأثیر بگذارند. کرات و همکارانش در بحث خود پیشنهاد کردند که فناوری‌های جدیدتر، در افق آن زمان، ممکن است حمایت بیشتری را برای ایجاد جوامع اجتماعی آنلاین فراهم کنند، بنابراین شاید عمق این روابط را افزایش دهند.

چند مطالعه مقطعی دیگر (به عنوان مثال: الیسون و ویتاک^۱، ۲۰۱۵؛ دانبار^۲، ۲۰۱۶) پشتیبانی محدودی را برای رسانه‌های ارتباطی آنلاین ارائه می کنند که باعث جابجایی دوستان نزدیک و روابط خانوادگی می شود و در نتیجه باعث افزایش تنهایی و سایر علائم ناراحتی اجتماعی می شود.

متاآنالیز اخیر ۹۰۰۰ کاربر جوان و بزرگسال فیس بوک توسط سونگ^۳ و همکاران (۲۰۱۴) یک رابطه ضعیف اما مثبت بین میزان استفاده و احساس تنهایی گزارش شده یافت (۲=۰.۱۳). در مجموع، این مطالعات شواهد کافی را ارائه نمی کنند که این نتایج به دلیل کاهش برخوردهای صمیمی رو در رو با دیگران است، همانطور که توسط مدل جابجایی اجتماعی فرض شده است.

دو مطالعه طولی اخیر توسط هال^۴ و همکاران (۲۰۱۸) با نمونه قابل توجهی از شرکت کنندگان از مطالعه طولی جوانان آمریکایی (میلر^۵، ۲۰۱۶) تغییرات استفاده از رسانه‌های اجتماعی را در طول زمان و رابطه آن با تغییرات در فراوانی تماس‌های چهره به چهره با افراد نزدیک از جمله خانواده و دوستان، همراه با افزایش یا کاهش گزارش شده در آرامش ذهنی بررسی کرد. این تحقیق با استفاده از یک سری مدل‌های معادلات ساختاری، از این فرضیه که استفاده از رسانه‌های اجتماعی جایگزین تماس‌های اجتماعی

^۱ Ellison & Vitak

^۲ Dunbar

^۳ Song

^۴ Hall

^۵ Miller



مستقیم با اطرافیان نزدیک می‌شود، پشتیبانی چندانی نمی‌کند و دقیقاً برعکس آن را پیشنهاد می‌کند. افزایش استفاده از رسانه‌های اجتماعی با تغییرات مثبت رفاه مرتبط است. مطالعات جدیدتر توسط هاگتون^۱ و همکاران (۲۰۱۸)، همچنین نشان می‌دهد که نتیجه‌گیری‌های گسترده در مورد تأثیرات منفی استفاده از رسانه‌های اجتماعی و زمان استفاده از صفحه نمایش بر روی روابط اجتماعی و سلامت روان ممکن است توجیه پذیر نباشد. در مطالعه خود، هاگتون و همکاران (۲۰۱۸) استفاده از رسانه‌های اجتماعی و زمان تماشای نمایشگر را در نوجوانان استرالیایی با استفاده از مدل‌های مسیر رشد نهفته بررسی کرد و مجدداً حمایت کمی از ارتباط افزایش استفاده با تنهایی و افسردگی یافت.

اگرچه مدل جایجایی اجتماعی به عنوان یکی از اولین چارچوب‌ها برای بررسی نقش اینترنت و استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر تجربه‌های تنهایی عمل می‌کرد، نتایج تحقیقات رابطه‌ای روشن و خطی بین این دو متغیر نشان نداده است. از طرف دیگر، برخی از محققان فرضیه گلدیلاک^۲ را مطرح کرده‌اند (پرزبیلسکی و وینستون^۳ ۲۰۱۷) که به موجب آن استفاده متوسط از صفحه رسانه‌های اجتماعی می‌تواند وسیله‌ای مناسب و مثبت برای برقراری ارتباط با دیگران باشد.

بخش پنجم: مدل غنی - غنی تر

مدل غنی - غنی تر این ایده را ارائه می‌کند که افراد با سرمایه اجتماعی و دارایی‌های شخصی بالا، مزایای رسانه‌های اجتماعی را به حداکثر می‌رسانند. سرمایه اجتماعی اصطلاحی است که برای توصیف "مزایایی که فرد از رابطه خود با افراد دیگر دریافت می‌کند" استفاده می‌شود (استفیلد^۴، ۲۰۰۸، صفحه ۴۳۴). این در کنار سرمایه و دارایی کم افرادی است که اضطراب اجتماعی، انزوا یا سایر نگرانی‌های اجتماعی/رابطه‌ای را تجربه می‌کنند، در ارتباطات آنلاین بدتر می‌شوند (کرات و همکاران، ۲۰۰۲).

در مقاله بعدی مطالعه اینترنت خانگی کرات و همکاران (۲۰۰۲) تغییرات قابل توجهی را در گزارش‌های شرکت کنندگان خود در مورد تأثیر استفاده از اینترنت بر زندگی اجتماعی آنها گزارش کردند. جالب توجه

^۱ Houghton

^۲ Goldilocks

^۳ Przybylski & Weinstein

^۴ Steinfield



بخش ششم: عزت نفس



کرات و همکاران (۲۰۰۲) این یافته‌ها را به عنوان حمایت از یک مدل غنی - غنی تر تفسیر کرد که ارتباط آنلاین را با شاخص‌های سازگاری اجتماعی و عاطفی مختلف مرتبط می‌کند. برای کسانی که در حال حاضر شبکه‌های اجتماعی گسترده و رضایت بخشی دارند، اینترنت و سایر ابزارهای رسانه‌های ارتباطی این شبکه‌ها را گسترش داده و ادراک رفاه روانشناختی را افزایش داده است. این افراد ممکن است موقعیت بهتری برای استفاده از مزایای ارتباطات آنلاین در پیشبرد برنامه‌های اجتماعی خود داشته باشند.

در حمایت بیشتر از مدل غنی - غنی تر، مطالعه والکنبورگ^۱ و همکاران (۲۰۱۷) از یک مدل متقاطع برای آزمایش رابطه طولی بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و عزت نفس اجتماعی در یک نمونه هلندی استفاده کرد. یافته‌ها نشان داد که جوانان با عزت نفس اجتماعی بالا استفاده از رسانه‌های اجتماعی را افزایش دادند و استفاده از رسانه‌های اجتماعی منجر به بهبود بیشتر عزت نفس شد. نویسندگان پیشنهاد کردند که جوانان با عزت نفس بالا ممکن است در برقراری ارتباط آنلاین و به اشتراک گذاشتن اطلاعات مثبت در مورد خود تردید کمتری داشته باشند. انجام این کار ممکن است احتمال دریافت بازخورد مثبت از دیگران را افزایش دهد که به نوبه خود باعث افزایش عزت نفس آنها می‌شود.

استدلال به نفع مدل غنی - غنی تر در طول سال‌ها به تکامل خود ادامه داده است. چنگ^۲ و همکاران (۲۰۱۹) متاآنالیز پرسش‌های شبکه‌های اجتماعی را بررسی کرد تا بررسی کند که چگونه متغیرهایی مانند اضطراب اجتماعی و تنهایی بر مزایای استفاده از رسانه‌های اجتماعی افراد تأثیر می‌گذارند. پس از بررسی بیش از ۱۵۰ مطالعه با نمونه‌های جهانی، نویسندگان خاطرنشان کردند که سرمایه اجتماعی آنلاین یا مهارت مانور دادن و استفاده از مزایای فضای رسانه‌های اجتماعی، نقشی اساسی در واکنش رسانه‌های اجتماعی ایفا می‌کند. چنگ و همکاران (۲۰۱۹) به این نتیجه رسیدند که افراد برون‌گرا با سرمایه اجتماعی آنلاین قابل توجه منابع رسانه‌های اجتماعی را به حداکثر رسانده و سرمایه بیشتری را در طول زمان

^۱ Valkenburg
^۲ Cheng



انباشته کردند. افراد با سرمایه اجتماعی آنلاین پایین و احساس تنهایی موجود، از منابع کمتری استفاده کردند.

بخش هفتم: مدل جبران اجتماعی

مدل جبران اجتماعی بیان می کند که فناوری رسانه های اجتماعی ممکن است تنهایی افراد منزوی را کاهش دهد، زیرا آنها این را گزینه ای امن تر و مطلوب تر برای ایجاد تماس های اجتماعی می دانند. الیسون^۱ و همکاران (۲۰۰۷) دریافت که سطح عزت نفس رابطه بین استفاده از سایت شبکه اجتماعی (فیس بوک) و ادراک سرمایه اجتماعی را در نمونه ای از دانشجویان تعدیل می کند. سرمایه اجتماعی ممکن است به دلیل شبکه گسترده دوستان و آشنایان (روابط ضعیف) یا گروه کوچکتر از دوستان نزدیک و خانواده (روابط قوی) ایجاد شود. در مطالعه الیسون و همکاران (۲۰۰۷)، ارتباطات آنلاین اثر بازدارنده ای بر تعامل با دیگران دارد. بنابراین، ممکن است به ویژه برای افرادی که از نظر اجتماعی مضطرب، درونگرا هستند، یا کمتر احتمال دارد که خود را افشا کنند، سودمند باشد.

در چند سال گذشته، چندین مطالعه اصول مدل جبران اجتماعی را گسترش داده اند و به دنبال شناسایی برخی از شرایط شخصی و محیطی هستند که به توضیح دقیق تری کمک می کنند که چگونه رسانه های اجتماعی ممکن است بر نتایج مربوط به تنهایی و تعلق تأثیر بگذارند. برخی از این مطالعات از یک دید فرهنگی استفاده می کنند تا بفهمند که چگونه عوامل شخصیتی و ترجیحات ممکن است این پیامدها را ایجاد کنند. در یکی از این تحقیقات که در ژاپن انجام شد، آندو^۲ و همکاران (۲۰۰۸) روابط دو طرفه بین استفاده از اینترنت و متغیرهای روانشناختی (به عنوان مثال، تنهایی) را در بین جوانان ژاپنی بررسی کرد. محققان علاقه مند به درک رابطه بین استفاده از اینترنت و افسردگی، تنهایی و پرخاشگری بودند و اینکه آیا جوانان اینترنت را به ارتباط چهره به چهره ترجیح می دهند. این مطالعه گروهی از جوانان دبیرستانی را دنبال کرد تا استفاده از اینترنت را در شرایط طبیعی خود ارزیابی کنند. گزارش های دانش آموزان از استفاده از اینترنت، تنهایی، افسردگی، پرخاشگری، و ترجیحات ارتباط اینترنتی در دو نقطه مختلف در طول یک سال تحصیلی جمع آوری شد تا تغییرات در استفاده از اینترنت و تمایلات روانی

^۱ Ellison

^۲ Ando



(تنهایی، افسردگی، پرخاشگری) ارزیابی شود. اگرچه نویسندگان نتوانستند به این نتیجه برسند که استفاده از اینترنت یک اثر علی بر تنهایی دارد، آنها تأثیر ثروتمندتر شدن را بر شرکت کنندگان پیشنهاد می‌کنند (تاکاهیرا^۱ و همکاران، ۲۰۰۸). دانش‌آموزانی که در ابتدا سطوح پایینی از تنهایی را تجربه می‌کردند، تمایل بیشتری به استفاده از اینترنت برای برقراری ارتباط با خانواده و دوستان و ایجاد روابط شخصی قوی‌تر داشتند.

در توافقی با مطالعات قبلی که عمدتاً با جمعیت‌های بالغ و بالغ انجام شده است (به عنوان مثال، کرات و همکاران، ۲۰۰۲) تاکاهیرا و همکاران (۲۰۰۸) به این نتیجه رسیدند که اینترنت تأثیرات مثبتی در تقویت سرمایه اجتماعی برای دانش‌آموزان جوان‌تر و با مهارت‌های اجتماعی دارد. در مقابل، به نظر می‌رسد آن دسته از دانش‌آموزانی که در ابتدا خلق‌های افسرده را گزارش می‌کردند، تحت تأثیر سوء استفاده از اینترنت قرار می‌گرفتند، زیرا خلق افسرده پس از فرصت‌های ارتباطی (همزمان یا نهمزمان) از طریق اینترنت افزایش یافت. مطالعه تاکاهیرا و همکاران (۲۰۰۸) نشان می‌دهد که ناتوانی این دانش‌آموزان در دسترسی به نشانه‌های غیرکلامی از طریق ارتباطات اینترنتی، مهارت‌های اجتماعی نابالغ و تجربیات منفی در اینترنت (مثلاً آزار و اذیت سایبری) عوامل استرس‌زا هستند که ممکن است خلق‌های افسرده را افزایش دهند. علاوه بر این، دانش‌آموزانی که خلق‌های افسرده را نشان می‌دهند، به جای برقراری ارتباط با دیگران، به استفاده غیراجتماعی از اینترنت، مانند جستجوی اطلاعات برای تکالیف مدرسه و سرگرمی، مشغول هستند. نویسندگان نتیجه می‌گیرند که یک چرخه معیوب بین ترجیحات جوانان برای ارتباطات آنلاین و سطوح استفاده از اینترنت وجود دارد که در آن این دو یکدیگر را تقویت می‌کنند (تاکاهیرا و همکاران ۲۰۰۸). صرف نظر از ابزار یا هدف، استفاده جوانان از اینترنت، ترجیح ارتباطات مبتنی بر اینترنت را تقویت می‌کند. به نوبه خود، ترجیح تقویت شده برای ارتباطات مبتنی بر اینترنت، سطح استفاده از اینترنت را افزایش می‌دهد.

نویسندگان پیشنهاد می‌کنند که این چرخه استفاده مکرر از اینترنت ممکن است آسیب‌شناسی شود، اما به این نتیجه نرسیدند که آیا جوانانی که به‌عنوان افسرده شناسایی شده‌اند، ارتباطات آنلاین را ترجیح

^۱ Takahira

وینسنت^۴ (۲۰۱۶) کاربرد رسانه های اجتماعی را برای تسهیل احساس تعلق در دانشجویان تحلیل کرد. این تحقیق به طور خاص به استفاده از رسانه های اجتماعی به عنوان یک روش درمانی مورد استفاده توسط مشاوران کالج برای کمک به دانشجویان کالج در ایجاد حس تعلق در محوطه دانشگاه پرداخت.

⁴ Vincent



تأمل وینسنت (۲۰۱۶) در مورد اهمیت احساس تعلق به موفقیت در کالج دانشجویان، آن را برای پیشرفت به سمت مدرک، ضروری تشخیص داد. تجربه احساس تعلق به یک جامعه، چه از نظر اجتماعی و چه از نظر آکادمیک، به ادغام بهتر دانشجویان در زندگی دانشگاهی و رفع موانع برای تحصیل آنها کمک کرد. محبوبیت استفاده از رسانه های اجتماعی در میان دانشجویان دانشگاه، آن را به ابزاری بالقوه مفید برای تسهیل احساس تعلق در میان دانشجویانی که در تلاش برای ادغام با جامعه دانشگاهی هستند، تبدیل کرده است.

برقراری ارتباط مثبت با دیگران در رسانه های اجتماعی می تواند به ایجاد حس تعلق کمک کند، که رفاه را بهبود می بخشد و استفاده مداوم از رسانه های اجتماعی را تشویق می کند. از طرف دیگر، تجربه انزوا در رسانه های اجتماعی می تواند به احساس تعلق افراد آسیب برساند و متعاقباً رفاه آنها را کاهش دهد. مطالعه ای توسط اشنايدر^۱ و همکاران (۲۰۱۷) به این موضوع پرداخت که چگونه طرد شدن تجربه شده از طریق ابزار آنلاین طردگرایی در یک پلت فرم رسانه اجتماعی می تواند بر نیازها و خلق و خوی اساسی انسان تأثیر بگذارد. این تحقیق نشان داد که شرکت کنندگان در هنگام تجربه طرد اجتماعی به صورت آنلاین، تأثیر منفی بر احساس تعلق، معنای وجود، عزت نفس و خلق و خوی خود گزارش کردند. این مطالعه خطر بالقوه برای احساس ارزشمندی و وضعیت خلقی یک فرد را در صورت تجربه طرد شدن به صورت آنلاین برجسته می کند (اشنايدر و همکاران، ۲۰۱۷). پلتفرم های رسانه های اجتماعی می توانند به ایجاد حس تعلق و اجتماع یا ایجاد حس طرد و انزوا، بسته به نحوه دریافت دیگران از آن ها در پلت فرم کمک کنند. شناخت رسانه های اجتماعی به عنوان ابزاری با پتانسیل ایجاد جامعه یا منزوی کردن کاربران بر اساس نحوه مدیریت ابزار برای درک دقیق پتانسیل رسانه های اجتماعی برای کمک به تسهیل احساس تعلق ضروری است.

بخش هشتم: دیدگاه دقیق تر از دخالت رسانه های اجتماعی و اثرات آن

در این بررسی از تنهایی، تعلق و ادبیات رسانه های اجتماعی، مشهود است که یک رابطه خطی و علی بین سه متغیر را نمی توان به راحتی برقرار کرد. اگرچه هر یک از مدل هایی که قبلاً مورد بحث قرار

^۱ Schneider



گرفت، دیدگاه‌های منحصر به فردی را در مورد انگیزه‌ها و تأثیرات استفاده جوانان از رسانه‌های اجتماعی ارائه می‌دهد، مدل‌ها متقابل نیستند. به عبارت دیگر، قابل قبول است که هر یک از مدل‌ها جنبه‌های مختلف تجربه گسترده‌تر استفاده از رسانه‌های اجتماعی جوانان را توضیح می‌دهند. بررسی دقیق‌تر مدل‌ها و داده‌های مرتبط با هر کدام نشان می‌دهد که انگیزه کاربران رسانه‌های اجتماعی نقشی اساسی در تجربه آن‌ها از تنهایی و تعلق دارد. تجربه عاطفی احساس تعلق یک احساس مثبت محدود به زمان نیست، بلکه یک تجربه طولانی مدت است که در سایر جنبه‌های زندگی نفوذ می‌کند.

مطالعه ای توسط لیو و همکاران (۲۰۱۸) دریافت که وقتی تعلق یک عامل محرک اصلی برای کاربران رسانه‌های اجتماعی بود، احتمالاً احساسات مثبت و احساس اجتماعی افزایش می‌یابد. این مطالعه نشان داد که شکل‌گیری عادت رسانه‌های اجتماعی یک ملاحظات مهم در استفاده مداوم از آن است. شکل‌گیری عادت استفاده از رسانه‌های اجتماعی صرفاً به دلیل رضایت آنی نیست. در عوض، بر اساس احساس تعلق کاربر، که فراتر از زمانی که کاربر واقعاً از پلتفرم استفاده می‌کند، توسعه می‌یابد.

با تجربه احساس تعلق، که پس از اینکه کاربر به سراغ فعالیت‌های دیگر رفت، با او باقی می‌ماند، کاربر تشویق می‌شود دوباره از پلتفرم رسانه‌های اجتماعی استفاده کند. در این مرحله، آنها دوباره احساس تعلق را تجربه می‌کنند و در نتیجه چرخه را ادامه می‌دهند. هر چه احساس تعلق قوی‌تر باشد، احتمال بازگشت کاربر به پلت فرم رسانه‌های اجتماعی بیشتر می‌شود. در حالی که به نظر می‌رسد تکرار استفاده در گذشته بر دفعات استفاده بعدی تأثیر می‌گذارد، ایجاد حس تعلق روند تکرار گذشته را تعدیل می‌کند. ادعان به این نکته ضروری است که سایر عوامل تعدیل‌کننده در احتمال استفاده از یک پلت فرم رسانه‌های اجتماعی در افراد نقش دارند. با این حال، احساس تعلق یک جزء حیاتی برای استفاده مکرر پایدار است.

علاوه بر این، نحوه استفاده از رسانه‌های اجتماعی به عنوان یک ابزار تنها عامل تعیین‌کننده نیست. در حالی که رسانه‌های اجتماعی یک اصطلاح چتری برای توصیف بسیاری از پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی مختلف است، یک تفاوت طبیعی بین پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی و آنچه بیشتر بر حس



تعلق کاربر تأثیر می‌گذارد وجود دارد. ژو^۱ و همکاران (۲۰۱۹) تفاوت بین آنچه بر حس تعلق کاربر به سایت‌های شبکه اجتماعی (SNS)^۲ در مقابل سایت‌های میکروبلاگینگ تأثیر می‌گذارد را بررسی کرد. این مقاله به عمد سایت‌های شبکه اجتماعی و سایت‌های میکروبلاگینگ را به عنوان اشکال متمایز رسانه‌های اجتماعی تقسیم کرد. کاربران SNS بیشتر بر ارتباط و پرورش رابطه با آشنایان فردی متمرکز بودند. در مقابل، وبلاگ نویسان خرد تمایل داشتند با پیروی از روندها و نظرات کلی به جای نظرات فردی، دیدگاه جهانی تری داشته باشند. یکی از جنبه‌های منحصر به فرد این مطالعه این بود که به جای ایجاد یک سایت SNS مصنوعی یا میکروبلاگینگ برای انجام تحقیق، از سایت‌های رسانه‌های اجتماعی واقعی برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده کردند. این مطالعه نشان داد که احساس تعلق و رضایت بر احتمال ادامه استفاده مثبت کاربران از پلتفرم رسانه‌های اجتماعی تأثیر می‌گذارد و تأثیر همسالان و خودانگاره تجربه عاطفی کاربران از تعلق را تنظیم می‌کند. نکته مهم این است که در حالی که هم تصویر خود و هم تأثیر همتایان بر حس تعلق SNS و میکروبلاگرها تأثیر می‌گذارد، این مطالعه نشان داد که تصویر از خود برای کاربران SNS تعیین‌کننده‌تر است. در مقابل، نفوذ همتایان تأثیر مهم تری بر احساس تعلق میکروبلاگرها داشت (ژو و همکاران، ۲۰۱۹). صرف نظر از انگیزه، تجربه احساس تعلق برای ادامه استفاده از رسانه‌های اجتماعی در سراسر پلتفرم‌ها ضروری است.

نتیجه‌گیری

به طور کلی، تحقیقاتی که تنهایی، احساس تعلق و مشارکت رسانه‌های اجتماعی را در میان نوجوانان و بزرگسالان جوان بررسی می‌کند، نشان می‌دهد که روابط بین این متغیرها چند وجهی و پیچیده است. چشم‌اندازی که در آن جوانان با هم ارتباط برقرار می‌کنند و روابط اجتماعی را توسعه می‌دهند، با ظهور فناوری‌های جدیدتر با ویژگی‌های پیشرفته‌ای که برخی از امکانات جذاب را برای ارتباط با دیگران ارائه می‌دهند، به سرعت در حال تغییر است.

^۱ Zhou

^۲ Social Networking Sites



تغییرات در رسانه‌های اجتماعی در طول زمان، نحوه و فرآیندی را که در آن تعاملات اجتماعی برقرار و حفظ می‌شوند، دیکته می‌کند. از آنجایی که فناوری‌های شبکه‌های اجتماعی بهتر می‌توانند اجزای کلیدی تعاملات چهره به چهره را تقلید کنند، احتمالاً منجر به برخوردهای رضایت‌بخش‌تر و کاهش احساس تنهایی می‌شوند. همچنین، افزایش محبوبیت دستگاه‌های رسانه‌ای سیار، دسترسی به رسانه‌های اجتماعی را افزایش می‌دهد و دسترسی بیشتری را برای تعاملات اجتماعی و توسعه حمایت‌های اجتماعی فراهم می‌کند. تنوع رسانه‌های اجتماعی موجود همچنین ممکن است ترجیحات فردی و فرهنگی را برای برقراری ارتباط، به عنوان مثال، با یا بدون گزینه‌های بصری، فراهم کند.

اینکه آیا رسانه‌های اجتماعی احساس تنهایی و انزوای اجتماعی را تسکین می‌دهند یا تشدید می‌کنند، در درجه اول به ویژگی‌های کاربر، مانند درون‌گرایی/برون‌گرایی، اضطراب اجتماعی، عزت نفس، و نیاز به تعلق و ویژگی‌ها و تمایلات نسبتاً پایدار مربوط می‌شود. اکثر مطالعاتی که در این بررسی گنجانده شده‌اند نشان می‌دهند که رسانه‌های اجتماعی ممکن است مسیری بهتری به سمت مشارکت اجتماعی را برای افرادی که مهارت‌های بین فردی و/یا اعتماد به نفس محدودی دارند ارائه دهد. سایت‌های شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام و اسنپ‌چت از طریق گزینه‌های مختلف پیام‌رسانی غیرمستقیم و مستقیم پشتیبانی می‌کنند، که احتمالاً محیطی دوستانه‌تر و کم‌خطر برای انجام تعاملات ایجاد می‌کنند.

بررسی‌ها از تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر رشد روانی-اجتماعی جوانان نشان می‌دهد که این فناوری‌ها به طور گسترده‌ای وسعت و عمق تعامل اجتماعی را گسترش می‌دهند. از یک سو، جوانان درونگرا و محتاط اجتماعی به ظاهر فرصتی عالی از طریق فناوری رسانه‌های اجتماعی برای ایجاد روابط اجتماعی در زمینه‌های اجتماعی کم تقاضا و شاید کمتر تهدید کننده دارند. برون‌گراها و آنهایی که سطح حمایت اجتماعی بالایی دارند نیز ممکن است از طریق پل زدن سرمایه اجتماعی سود ببرند. یعنی با گسترش دامنه پیوندهای اجتماعی ضعیف‌تر و پرورش و تحکیم پیوندهای قوی‌تر. از سوی دیگر، تحقیقات نشان می‌دهد که مزایای بالقوه رسانه‌های اجتماعی به طیف وسیعی از ویژگی‌های کاربر و متغیرهای مرتبط با اهداف و میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی، گزینه‌های دسترسی و سایر عوامل بستگی دارد.



کرات و همکاران (۲۰۰۲) برخی از اولین مطالعات را در مورد تنهایی و استفاده از اینترنت در روانشناسی و درک رفتار انسان انجام داد. محققان در این مطالعات اذعان دارند که تعیین دقیق اثرات استفاده از اینترنت و رسانه های اجتماعی چالش برانگیز است. با این حال، برخی از عوامل ظاهر شد که ممکن است به کاربران کمک کند تا تعیین کنند که پیامدهای بالقوه آن چه می تواند باشد. به عنوان مثال، کرات و همکاران (۲۰۰۲) پیشنهاد کرد که ویژگی‌های شخصیتی برون‌گرایی/درون‌گرایی یک فرد بر احساس تعلق آنها تأثیر می‌گذارد.

برونگرها ممکن است از استفاده از اینترنت لذت ببرند، که به آنها اجازه می‌دهد تا در تعاملات اجتماعی به شیوه های مختلف شرکت کنند، در حالی که درونگرها ممکن است احساس تنهایی، افسردگی و کاهش عزت نفس بیشتری داشته باشند. با توجه به یافته کرات، درونگرها ممکن است با احتیاط از رسانه های اجتماعی استفاده کنند، به خصوص اگر آرامش روانشناختی آنها آسیب پذیر باشد. برای درونگرها، تعاملات گروهی کوچکتر و صمیمی تر در رسانه های اجتماعی ممکن است مناسب تر باشد و تجربه ای احساسی را تضمین کند (استاینفیلد و همکاران، ۲۰۰۸). تجارب منحصر به فرد درونگرها در رسانه‌های اجتماعی پیامدهایی برای دانشگاه‌ها و مدارس دارد که تلاش می‌کنند حس تعلق را در میان اعضای آسیب‌پذیر خود تشویق کنند.

این بررسی نشان می‌دهد که اهمیت دادن به رسانه‌های اجتماعی برای تقویت حس تعلق معنادار ضروری است (کاستین و ویگنولز^۱، ۲۰۲۰). اهمیت و معنا در زندگی افراد را دعوت می‌کند تا احساس خوشامدگویی و تعلق خاطر به رسانه های اجتماعی را تجربه کنند. حتی در این ایده از اهمیت، درک اثرات منحصر به فرد همدلی مثبت و منفی بسیار مهم است. آندریچیک و میگیلیاسیو^۲ (۲۰۱۵) خاطرنشان کردند که پرورش حس حمایتی از همدلی به احتمال زیاد باعث ایجاد تعلق می‌شود. افرادی که به دنبال یافتن وابستگی و احساس اجتماعی در فضای آنلاین رسانه‌های اجتماعی هستند، ممکن است بخواهند مطالبی را ارسال کنند که همدلی مثبت را در میان حلقه‌هایشان ترغیب و تحریک می‌کند و در نتیجه باعث ایجاد ارتباط بیشتر می‌شود. چنین حرکات همدلانه ممکن است پیامدهایی برای کسانی که در کار

^۱ Costin & Vignoles

^۲ Andreychik and Migliaccio



عدالت اجتماعی به دنبال ارائه فضاهای امن به افراد دارای پس‌زمینه‌های حاشیه‌ای هستند، داشته باشد. انواع مطالبی که در رسانه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذارند (مثلاً مطالبی که همدلی مثبت را برمی‌انگیزد در مقابل آن‌هایی که همدلی منفی را تحریک می‌کنند) می‌توانند پیامدهایی برای پاسخ‌هایی که در بین خوانندگان خود برمی‌انگیزند، از جمله رفتار اجتماعی داشته باشند. احساس تعلق و ارتباط آنقدر قدرتمند است که لیو^۱ و همکارانش (۲۰۱۸) آن را عامل مهمی در پیش‌بینی شکل‌گیری عادت با استفاده از رسانه‌های اجتماعی دانستند. بنابراین، احساس اهمیت و حضور معنی‌دار کاربران می‌تواند در کمک به افراد برای ایجاد عادت حیاتی باشد. بنابراین، تجربه و تعلق جامعه ممکن است کاربردهای مهمی در درمان اختلالات روانی بر اساس عاداتی مانند وسواس داشته باشد.

• اختلال اجباری، خودآزاری و اعتیاد

حتی زمانی که افراد خود را برای مشارکت عمدی و کاربران رسانه‌های اجتماعی آماده می‌کنند، مطمئناً نگرانی‌هایی وجود دارد که ممکن است خارج از کنترل فرد باشد، از جمله تجربیات منفی زورگویی سایبری، تعقیب اینترنتی (به عنوان مثال، الرحمی^۲ و همکاران، ۲۰۲۰)، و طرد سمی (اشنایدر^۳ و همکاران، ۲۰۱۷) این چالش‌ها می‌تواند منجر به احساس دردناک عزت نفس پایین و خلق مثبت پایین برای افراد شود.

علاوه بر این، بتمن^۴ و همکاران (۲۰۲۰) نشان داند که بزرگسالان جوان در محدوده سنی معمولی دانشگاه ممکن است با افزایش استفاده از رسانه‌های اجتماعی مستعد افزایش افسردگی و اضطراب باشند. در این زمینه، مراکز مشاوره که با جوانان مبتلا به افسردگی و اضطراب کار می‌کنند ممکن است نیاز به احتیاط و توصیه‌هایی در مورد استفاده مناسب از رسانه‌های اجتماعی داشته باشند.

^۱ Liu
^۲ Al-Rahmi
^۳ Schneider
^۴ Bettmann



• جهت های آینده

یک جهت مهم تحقیقاتی، درک شرایط و چگونگی استفاده از رسانه های اجتماعی و فناوری رسانه های اجتماعی بر احساس تنهایی و تعلق نوجوانان است. با توجه به زندگی پر تکنولوژی که اکثر مردم دارند، ضروری است که مصرف کنندگان رسانه های اجتماعی از تاثیر آن بر رفاه خود آگاه شوند. این بررسی ادبیات چندین عامل تاثیرگذار را مورد بحث قرار می دهد که تجربه افراد در رسانه های اجتماعی را تعیین می کند و اینکه چگونه به احساس تعلق و تنهایی آنها کمک می کند. تحقیقات بیشتری برای روشن شدن اثرات بلندمدت استفاده از رسانه های اجتماعی بر پیامدهای اجتماعی نوجوانان و جوانان مورد نیاز است. در این مرحله، مکانیسم هایی که از طریق آن رسانه های ارتباطی آنلاین بر سلامت روانی تاثیر می گذارند نامشخص است. به طور خاص، نیاز به بررسی نتایج حاصل از راهبردهای مدل سازی علی پیچیده و فراگیر وجود دارد. همچنین، مطالعات طولی برای روشن شدن جهت گیری و علیت روابط بین استفاده جوانان از رسانه های اجتماعی، تنهایی و تعلق داشتن مورد نیاز است. اگرچه اطلاعات زیادی در مورد عوامل بالقوه ای که بر تجربه کاربران رسانه های اجتماعی از تعلق و تنهایی تاثیر می گذارد، شناخته شده است، اطلاعات کمی در مورد چگونگی تاثیر جمعیت شناسی بر همین موضوع وجود دارد. به عنوان مثال، آیا تفاوت هایی در نحوه تجربه تعلق مردان، زنان و افراد غیر دودویی در رسانه های اجتماعی وجود دارد؟ علاوه بر این، آیا هدف و تجربه تعلق با افزایش سن تقویمی کاربران تکامل می یابد؟ دانستن تأثیرات متغیرهای جمعیتی (مانند شناسایی جنسیتی، هویت اجتماعی-فرهنگی، شرایط اجتماعی-اقتصادی) می تواند به کاربران کمک کند تجارب رسانه های اجتماعی را بر اساس آن چارچوب بندی کنند. محدودیت بررسی فعلی این است که از پلتفرم های جستجو که عمدتاً در دنیای توسعه یافته پایه گذاری شده اند، استفاده می کنند. ادبیات مربوط به تعلق و استفاده از رسانه های اجتماعی ملت ها و فرهنگ های در حال توسعه یک تمرکز تحقیقاتی اضافی است.

نیاز به تلاش های بیشتری برای کمک به کاربران رسانه های اجتماعی برای تبدیل شدن به مصرف کنندگان هوشمند پلتفرم ها وجود دارد. با توجه به افزایش آزار و اذیت سایبری و پیام های نفرت، کاربران ممکن است به اطلاعاتی در مورد اثرات سوء استفاده از رسانه های اجتماعی بالقوه نیاز داشته باشند. هنگامی که به دنبال تعلق در رسانه های اجتماعی هستند، کاربران ممکن است تجربیات خلاف



اگرچه وسعت تحقیقات در مورد تنهایی و تعلق در استفاده از رسانه های اجتماعی به سرعت در حال افزایش است، کاربران ممکن است مجبور باشند سطوح مناسب و ایمن استفاده از رسانه های اجتماعی را برای خود تعیین کنند. رسانه های اجتماعی و احساس تعلق ممکن است به ویژه در بحران های جهانی، مانند همه گیری کووید ۱۹، مرتبط باشند. به عنوان مثال، موجی^۱ و همکاران (۲۰۲۰) تاکید می کنند که حفظ فاصله اجتماعی افراد، ممکن است احساس انزوا را تشدید کند. در این زمینه، رسانه های اجتماعی ممکن است به یک پلتفرم مناسب برای جستجوی تعلق تبدیل شوند. با اجتناب ناپذیری از تزریق انبوه ارتباطات آنلاین در سطح جهانی، به نظر می رسد تحقیقات متمرکز بر استفاده مفید از ارتباطات آنلاین و استراتژی هایی که منافع را برای مشارکت اجتماعی جوانان به حداکثر می رساند، یک جهت امیدوارکننده باشد. پلتفرم های جدیدتر شبکه های اجتماعی از پیوندهای آنلاین با طیف وسیعی از افراد پشتیبانی می کنند، بنابراین احتمالاً دسترسی به پیوندهای ضعیفی را ایجاد می کنند که ممکن است به راحتی حفظ شوند. اگرچه در این نوشتار سعی شده است یک بررسی ادبیات روایی در مورد استفاده از رسانه های اجتماعی و ارتباط آن با رفاه جوانان از دیدگاه مدل های مقایسه ای انجام شود، این یک زمینه به سرعت در حال تحول است. همه گیری جهانی کووید ۱۹ و انزوای اجتماعی ناشی از آن، ابعاد جدیدی را اضافه کرده است. رسانه های اجتماعی برای بسیاری از مردم ترجیح داده شده و شاید تنها راه ارتباط با افراد خارج از حلقه اجتماعی ما باشد. اینکه تا چه حد این امر عادی جدید را تشکیل می دهد ناشناخته است، اما مطمئناً مرز جدیدی برای تحقیقات رسانه های اجتماعی فراهم می کند.

| ۲۳



منابع و مأخذ

- Allen, K. A., & Kern, M. L. (۲۰۱۷). *School belonging in adolescents: Theory, research and practice*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-981-10-0996-4>
- Al-Rahmi, W. M., Yahaya, N., Alturki, U., Alrobai, A., Aldraiweesh, A. A., Omar Alsayed, A., & Kamin, Y. B. (۲۰۲۰). Social media-based collaborative learning: The effect on learning success with the moderating role of cyberstalking and cyberbullying. *Interactive Learning Environments*, ۱-۱۴(February), ۲۰۲۰. <https://doi.org/10.1080/10448820.2020.1728342>
- Ando, R., Takahira, M., & Sakamoto, A. (۲۰۰۸). The effects of Internet use on junior high school students' loneliness and social support. *Proceeding of Science of Human Development for Restructuring the "Gap Widening Society"*, ۱, ۱۲۳-۱۳۳. <https://doi.org/10.2132/personality.14.69>
- Andreychik, M. R., & Migliaccio, N. (۲۰۱۵). Empathizing with others' pain versus empathizing with others' joy: Examining the separability of positive and negative empathy and their relation to different types of social behaviors and social emotions. *Basic and Applied Social Psychology*, ۳۷(۵), ۲۷۴-۲۹۱. <https://doi.org/10.1080/01973533.2015.1071256>
- Appleton, J. J., Christenson, S. L., Kim, D., & Reschly, A. L. (۲۰۰۶). Measuring cognitive and psychological engagement: Validation of the Student Engagement Instrument. *Journal of School Psychology*, ۴۴(۵), ۴۲۷-۴۴۵. <https://doi.org/10.1016/j.jsp.2006.04.002>
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (۱۹۹۵). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human



motivation. *Psychological Bulletin*, ۱۱۷(۳), ۴۹۷-۵۲۹. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.117.3.497>

- Bettmann, J. E., Anstadt, G., Casselman, B., & Ganesh, K. (۲۰۲۰ February ۱۵). Young adult depression and anxiety linked to social media use: Assessment and treatment. *Clinical Social Work Journal*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1007/s10615-020-00752-1>
- Buys, C. J., & Larson, K. L. (۱۹۷۹). Human sympathy groups. *Psychological Reports*, ۴۵, ۵۴۷-۵۵۳. <https://doi.org/10.2466/pr0.1979.45.2.547>
- Cheng, C., Wang, H.-y., Sigerson, L., & Chau, C.-l. (۲۰۱۹). Do the socially rich get richer? A nuanced perspective on social network site use and online social capital accrual. *Psychological Bulletin*, ۱۴۵(۷), ۷۳۴-۷۶۴. <http://dx.doi.org/10.1037/bul000198>
- Costin, V., & Vignoles, V. L. (۲۰۲۰). Meaning is about mattering: Evaluating coherence, purpose, and existential mattering as precursors of meaning in life judgments. *Journal of Personality and Social Psychology*, ۱۱۸(۴), ۸۶۴-۸۸۴. <http://dx.doi.org/10.1037/pspp0002250>
- Douglas Smith, Trinity Leonis & S. Anandavalli (۲۰۲۱). Belonging and loneliness in cyberspace: impacts of social media on adolescents' well-being. *Australian Journal Of Psychology*, ۷۳(۱) ۱۲ - ۲۳. <https://doi.org/10.1080/00049530.2021.1898914>
- Dunbar, R. I. M. (۲۰۱۴). The social brain: Psychological under- pinnings and implications for the structure of organizations. *Current Directions in Psychological Science*, ۲۳, ۱۰۹-۱۱۴. <https://doi.org/10.1177/0963721413517118>



- Dunbar, R. I. M. (۲۰۱۶). Do online social media cut through the constraints that limit the size of offline social networks? *Royal Society Open Science*, ۳, e۱۵۰۲۹۲. <https://doi.org/10.1098/rsos.150292>
- Ellison, N. B., & Vitak, J. (۲۰۱۵). Social network site affordances and their relationship to social capital processes. In S. S. Sundar (Ed.), *The handbook of the psychology of communication technology* (pp. ۲۰۵-۲۲۷). Wiley.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (۲۰۰۷). The benefits of Facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, ۱۲(۴), ۱۱۴۳-۱۱۶۸. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>
- Goodenow, C., & Grady, K. E. (۱۹۹۳). The relationship of school belonging and friends' values to academic motivation among urban adolescent students. *The Journal of Experimental Education*, ۶۲, ۶۰-۷۱. <https://doi.org/10.1080/00220973.1993.994383>
- Granovetter, M. (۱۹۷۳). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, ۷۸, ۱۳۶۰-۱۳۸۰. <https://doi.org/10.1086/۲۲۵۴۶۹>
- Griffiths, M. (۲۰۰۰). Does Internet and computer "addiction" exist? Some case study evidence. *CyberPsychology & Behavior*, ۳(۲), ۲۱۱-۲۱۸. <https://doi.org/10.1089/109493100316067>
- Hagerty, B. M., & Patusk, K. (۱۹۹۵). Developing a measure of sense of belonging. *Nursing Research*, ۴۴(۱), ۹-۱۳. <https://doi.org/10.1097/00006199-19950100000003>
- Hall, J. A., Kearney, M. W., & Xing, C. (۲۰۱۸). Two tests of social displacement through social media use. *Information*,



Communication, & Society, ۲۲(۱۰), ۱۳۹۶-۱۴۱۳. <https://doi.org/۱۰.۱۰۸۰/۱۳۶۹۱۱۸X>. ۲۰۱۸. ۱۴۳۰. ۱۶۲

- Hawkley, L. C., Browne, M. W., & Cacioppo, J. T. (۲۰۰۵). *How can I connect with thee? Let me count the ways. Psychological Science*, ۱۶, ۷۹۸-۸۰۴. <https://doi.org/۱۰.۱۱۱۱/j.۱۴۶۷-۹۲۸۰.۲۰۰۵.۰۱۶۱۷x>
- Hawkley, L. C., & Cacioppo, J. T. (۲۰۱۰). *Loneliness matters: A theoretical and empirical review of consequences and mechanisms. Annals of Behavioral Medicine*, ۴۰(۲), ۲۱۸-۲۲۷. <https://doi.org/۱۰.۱۰۰۷/s۱۲۱۶۰-۰۱۰-۹۲۱۰-۸>
- Houghton, S., Lawrence, D., Hunter, S. C., Rosenberg, M., Zadow, C., Wood, L., & Shilton, T. (۲۰۱۸). *Reciprocal relationships between trajectories of depressive symptoms and screen media use during adolescence. Journal of Youth and Adolescence*, ۴۷, ۲۴۵۳-۲۴۶۷. <https://doi.org/۱۰.۱۰۰۷/s۱۰۹۶۴-۰۱۸-۰۹۰۱-y>
- Jose, P. E., Ryan, N., & Pryor, J. (۲۰۱۲). *Does social connected- ness promote a greater sense of well-being in adolescence over time? Journal of Research on Adolescence*, ۲۲(۲), ۲۳۵-۲۵۱. <https://doi.org/۱۰.۱۱۱۱/j.۱۵۳۲-۷۷۹۵.۲۰۱۲.۰۰۷۸۳>
- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J. N., Helgeson, V., & Crawford, A. M. (۲۰۰۲). *Internet paradox revisited. Journal of Social Issues*, ۵۸(۱), ۴۹-۷۴. <https://doi.org/۱۰.۱۱۱۱/۱۵۴۰-۴۵۶۰.۰۰۲۴۸>
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukophadhyay, T., & Scherlis, W. (۱۹۹۸). *Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? American Psychologist*, ۵۳(۹), ۱۰۱۷-۱۰۳۱. <https://doi.org/۱۰.۱۰۳۷/۰۰۰۳-۰۶۶X.۵۳.۹.۱۰۱۷>



- Lambert, N. M., Stillman, T. F., Hicks, J. A., Kamble, S., Baumeister, R. F., & Fincham, F. D. (۲۰۱۳). To belong is to matter: Sense of belonging enhances meaning in life. *Personality and Social Psychology Bulletin*, ۳۹(۱۱), ۱۴۱۸-۱۴۲۷. <https://doi.org/10.1177/0146167213509918>
- Leary, M. R., Kelly, K. M., Cottrell, C. A., & Schreindorfer, L. S. (۲۰۱۳). Construct validity of the need to belong scale: Mapping the nomological network. *Journal of Personality Assessment*, ۹۵(۶), ۶۱۰-۶۲۴. <https://doi.org/10.1080/00223891.2013.819511>
- Lim, M. H., Rodebaugh, T. L., Zyphur, M. J., & Gleeson, J. F. (۲۰۱۶). Loneliness over time: The crucial role of social anxiety. *Journal of Abnormal Psychology*, ۱۲۵(۵), ۶۲۰-۶۳۰. <https://doi.org/10.1037/abn0000162>
- Liu, Q., Shao, Z., & Fan, W. (۲۰۱۸). The impact of users' sense of belonging on social media habit formation: Empirical evidence from social networking and microblogging web-sites in China. *International Journal of Information Management*, ۴۳, ۲۰۹-۲۲۳. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijinforomgt.2018.08.005>
- Lohmeier, J. H., & Lee, S. W. (۲۰۱۱). A school connectedness scale for use with adolescents. *Educational Research and Evaluation*, ۱۷(۲), ۸۵-۹۵. <https://doi.org/10.1080/13803611.2011.597108>
- Malone, G. P., Pillow, D. R., & Osman, A. (۲۰۱۲). The General Belongingness Scale (GBS): Assessing achieved belongingness. *Personality and Individual Differences*, ۵۲(۳), ۳۱۱-۳۱۶. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2011.10.027>
- Maslow, A. H. (۱۹۶۸). *Toward a psychology of being*. D. Van Nostrand Company.



- Miller, J. D. (۲۰۱۶). Longitudinal study of American youth, ۱۹۸۷-۱۹۹۴, ۲۰۰۷-۲۰۱۱. User guide. Inter-University Consortium for Political and Social Research. <https://doi.org/10.2387/ICPSR30263.v7>
- Mucci, F., Mucci, N., & Diolaiuti, F. (۲۰۲۰). Lockdown and isolation: Psychological aspects of COVID-۱۹ pandemic in the general population. *Clinical Neuropsychiatry: Journal of Treatment Evaluation*, ۱۷(۲), ۶۳-۶۴. <https://doi.org/10.32131/CN20200205>
- Newman, B. M., Lohman, B. J., & Newman, P. R. (۲۰۰۷). Peer group membership and a sense of belonging: Their relationship to adolescent behavior problems. *Adolescence*, ۴۲(۱۶۶), ۲۴۱-۲۶۳. PMID: ۱۷۸۴۹۹۳۵ Office for National Statistics [ONS].
- Przybylski, A. K., & Weinstein, N. (۲۰۱۷). A large-scale test of the Goldilocks hypothesis: Quantifying the relations between digital screen use and the mental well-being of adolescents. *Psychological Science*, ۲۸(۲), ۲۰۴-۲۱۵. <https://doi.org/10.1177/0956797616677843>
- Putnam, R. D. (۲۰۰۰). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Touchstone Books/Simon & Schuster.
- Russell, D., Peplau, L., & Cutrona, C. (۱۹۸۰). The revised UCLA Loneliness Scale: Concurrent and discriminant validity evidence. *Journal of Personality and Social Psychology*, ۳۹, ۴۷۲-۴۸۰. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.39.3.472>
- Schneider, F. M., Zwillich, B., Bindl, M. J., Hopp, F. R., Reich, S., & Vorderer, P. (۲۰۱۷). Social media ostracism: The effects of being excluded online. *Computers in Human Behavior*, ۷۳, ۳۸۵-۳۹۳. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2017.03.052>



- Song, H., Zmyslinski-Seelig, A., Kim, J., Drent, A., Victor, A., Omori, K., & Allen, M. (۲۰۱۴). Does Facebook make you lonely? A meta-analysis. *Computers in Human Behavior*, ۳۶, ۴۴۶-۴۵۲. <https://doi.org/10.1016/k.chb.۲۰۱۴.۰۴.۰۱۱>
- Spears, R., Postmes, T., Lea, M., & Wolbert, A. (۲۰۰۲). When are net effects gross products? The power of influence and the influence of power in computer-mediated communication. *Journal of Social Issues*, ۵۸(۱), ۹۱-۱۰۷. <https://doi.org/10.1111/15۴۰-۴۵۶۰.۰۰۲>
- Steinfeld, C., Ellison, N. B., & Lampe, C. (۲۰۰۸). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology*, ۲۹(۶), ۴۳۴-۴۴۵. <http://dx.doi.org/10.1016/j.appdev.۲۰۰۸.۰۷.۰۰۲>
- Takahira, M., Ando, R., & Sakamoto, A. (۲۰۰۸). Effect of Internet use on depression, loneliness, aggression and preference for internet communication: A panel study with ۱۰- to ۱۲-year-old children in Japan. *International Journal of Web Based Communities*, ۴(۳), ۳۰۲-۳۱۸. <https://doi.org/10.1۵۰۴/IJWBC.۲۰۰۸.۰۱۹۱۹۱>
- Tankovska, H. (۲۰۲۱, January ۲۸). Percentage of U.S. population who currently use any social media from ۲۰۰۸ to ۲۰۱۹. Statista. <https://www.statista.com/statistics/۲۷۳۴۷۶/percentage-of-us-population-with-a-social-network-profile/#:~:text=In%۲۰the%۲۰United%۲۰States%۲C%۲۰an,exceed%۲۰۲۵۷%۲۰million%۲۰by%۲۰۲۰۲۳>
- Valkenburg, P. M., Koutamanis, M., & Vossen, H. G. (۲۰۱۷). The concurrent and longitudinal relationships between adolescents' use of social network sites and their social self-



- Vincent, E. A. (۲۰۱۶). Social media as an avenue to achieving sense of belonging among college students. *Ideas and Research You Can Use: VISTAS*. https://www.counseling.org/docs/default-source/vistas/social-media-as-an-avenue.pdf?sfvrsn=f۶۸۴۴۹۲c_۸
- Walton, G. M., Cohen, G. L., Cwir, D., & Spencer, S. J. (۲۰۱۲). Mere belonging: The power of social connections. *Journal of Personality and Social Psychology*, ۱۰۲(۳), ۵۱۳-۵۳۲. <https://doi.org/۱۰.۱۰۳۷/a۰۰۲۵۷۳۱>
- Weiss, R. S. (Ed.). (۱۹۷۳). *Loneliness: The experience of emotional and social isolation*. MIT Press.
- Zhou, M., Cai, X., Liu, Q., & Fan, W. (۲۰۱۹). Examining continuance use on social network and micro-blogging sites: Different roles of self-image and peer influence. *International Journal of Information Management*, ۴۷, ۲۱۵-۲۳۲. <http://dx.doi.org/۱۰.۱۰۱۶/j.ijinfomgt.۲۰۱۹.۰۱.۰۱۰>

لوگو سازمان ها و نهادهای علمی، سیاسی و دولتی حامی معنوی هفتمین همایش ملی بیژوهتر های علمی علوم اسلامی و انسان در عصر نوین



اکانت ایتا و ایمیل رسمی همایش جهت ارسال مقاله
Ghanonyar@YAHOO.COM ۰۹۱۰۰۶۳۶۰۰۲

۱۴۰۳/۱۲/۰۸
دانشگاه رازی - سالن همایش دانشکده علوم اجتماعی


 معاونت علمی، فرهنگی و اجتماعی
 تحت پوشش خبری صداوسیما



جهت همکاری در برگزاری همایش با دبیر اجرایی تماس بگیرید:
خانم دکتر شهلا رضایی ۰۹۱۹۶۷۴۸۶۲۵