

طراحی الگوی تبیین مولفه‌های گرایش به شبکه‌های اجتماعی با روش فراترکیب

غلامرضا تاج بخش^۱، امین گودرزی^{۲*}، محمد سمیعانی^۳

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۱۲/۰۹

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۱۰/۰۸

چکیده

با توجه به حضور گسترده‌ی شبکه‌های اجتماعی و نرم‌افزارهای تلفن همراه در خانواده‌ها و استفاده‌ی روز افزون اعضای خانواده از این آن، این مقاله پژوهشی در صدد طراحی الگوی تبیین مؤلفه‌های گرایش به شبکه‌های اجتماعی است. جمعیت مورد مطالعه‌ی پژوهش را تمامی مقاله‌های مرتبط با موضوع پژوهش شامل می‌شود. در راستای انجام پژوهش پس از طراحی سوالات پژوهش، جستجوی نظام‌مند بر اساس کلیدواژه‌های مرتبط، شبکه‌های اجتماعی، اینترنت، فضای مجازی از پایگاه‌های داده که شامل تمامی نشریات علمی - پژوهشی معتبر داخلی از سال‌های ۱۳۸۸ تا سال ۱۳۹۶ صورت گرفته است. نتایج حاصل از بررسی ۳۶ مقاله از ۷۲ مقاله‌ی اولیه پژوهشگران ۸ بعد را به عنوان ابعاد اصلی گرایش به شبکه‌های اجتماعی که در پژوهش‌های مختلف داخلی در سال‌های ۱۳۸۸ تا اواخر ۱۳۹۶ به آن اشاره شد؛ شناسایی کرده‌اند. بر اساس این ابعاد مدل یکپارچه نهایی ارائه و اعتبار سنجی شده است. این مقاله با شناسایی تمامی ابعاد گرایش به شبکه‌های اجتماعی در منابع موجود در سال‌های ۱۳۸۸ تا اواخر ۱۳۹۶ می‌تواند به عنوان مبنایی برای شناسایی علل گرایش به شبکه‌های اجتماعی در ایران برای محققین و سایر گروه‌ها، همچون برنامه‌ریزان و مدیران دولتی جهت آموزش جامعه قرار گیرد.

واژگان کلیدی: شبکه‌های اجتماعی، فراترکیب، فرصت‌ها، تهدیدات.

^۱ دانشیار و عضو هیأت علمی گروه علوم اجتماعی دانشگاه آیت الله بروجردی، بروجرد، ایران.
(E mail: Tajbakhsh_gr@yahoo.com)

^۲ دکتری بررسی مسائل اجتماعی ایران، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران (نویسنده مسئول).
(E mail: goodarzy70@gmail.com)

^۳ استادیار و عضو هیأت علمی دانشگاه انتظامی امین، تهران، ایران.
(E mail: m.samieany@gmail.com)

مقدمه و طرح مساله تحقیق

اینترنت و فضای مجازی به طور کلی، پدیده‌ای است که در آخرین دهه از قرن بیستم پا به عرصه وجود گذاشت. در اندک زمانی به گسترده‌ترین و سریع‌ترین وسیله ارتباطی و اطلاعاتی مبدل شد. رشد استفاده از فضای مجازی در تمام دنیا به صورت انفجاری بوده است و این در حالی است که همانند سایر محصولات عصر نو ارتباطات، نگرانی‌هایی را نیز به دنبال دارد و به عبارتی هم سازنده است و هم مخرب. بنابر آنچه گفته شد، شبکه‌های اجتماعی نیز به عنوان یکی از نمودهای اصلی فضای مجازی در بین تمامی اقشار جامعه خصوصاً در بین جوانان به شکل چشم‌گیری گسترش پیدا کرده است، گسترش استفاده از این شبکه‌های اجتماعی به خودی خود مسئله‌ای نیست، بلکه مسئله از جایی شروع می‌شود که این شبکه‌ها همراه با تمامی مزیت‌هایی که دارند سبب ایجاد یک سری آسیب‌های اجتماعی از قبیل اعتیاد به اینترنت، انزوا و گوشه‌گیری، انتشار اخبار کذب و شایعه‌پراکنی، انتشار تصاویر مستهجن و مواردی از این قبیل که این‌ها نهایتاً منجر به آسیب‌های دیگری نظیر طلاق، بی‌اعتنایی به فرزندان، از دست دادن شغل، مقروض شدن، فرار از مدرسه و مشکلات قضایی در بین اقشار مختلف جامعه می‌شود.

پیش از ظهور رسانه‌ها، برای افراد چنین امکان و مواجهه ارتباطی گسترده‌ای با دیگران و زندگی‌شان وجود نداشت و افراد محصور در ارتباطات واقعی خود بودند. اما فضای تعاملی مجازی این شبکه‌ها، فرد را در معرض تماشای زندگی افراد متعددی قرار می‌دهد. این ارتباط باعث تأثیرپذیری افراد از یک دیگر شود. بنابراین آگاهی از این فضای قالب می‌تواند راهگشای شناخت دقیق‌تر و بهتر از این شبکه‌های اجتماعی باشد. بر این اساس یکی از مهم‌ترین وجوه عملکرد شبکه‌های اجتماعی، تأثیرات منفی و مثبت آن‌ها در عرصه اجتماعی است. به همین سبب نقش شبکه‌های اجتماعی در زندگی افراد جامعه بایستی مورد توجه محققان قرار گیرد. این موضوع می‌تواند یکی از نقاط پیوند رشته‌های جامعه‌شناسی و ارتباطات به شمار آید (نوذری، ۱۳۸۱: ۷).

آخرین آمار منتشر شده بر روی سایت «وضعیت جهانی اینترنت» نشان می‌دهد تعداد کاربران اینترنت ایران در سال ۲۰۱۱ نسبت به سال گذشته سه میلیون و ۳۰۰ هزار و نسبت به سال ۲۰۰۹ حدود چهار میلیون و ۳۰۰ هزار نفر افزایش داشته است. طبق آمار جدید تعداد کاربران ایران بیش از چهار میلیون نفر بوده است. بنابر این با توجه به آمار و ارقام فوق و تعداد کثیر افرادی که از شبکه‌های اجتماعی در ایران استفاده می‌کنند لزوم توجه و بررسی علل و عوامل اجتماعی موثر بر این گرایش به استفاده از شبکه‌های اجتماعی مطرح می‌گردد. بنابراین سوال اصلی در پژوهش حاضر این است که الگوی تبیین مولفه‌های گرایش به شبکه‌های اجتماعی در بین کاربران ایرانی به چه شکل می‌باشد؟

پیشینه پژوهش

محکم کار و حلاج (۱۳۹۳) در مقاله‌ای با عنوان "شبکه‌های اجتماعی به دنبال چه هستند؟" در این مقاله سعی بر آن شده تا ضمن بررسی شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان یک مولود تازه در فن‌آوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، به این سوال پاسخ داده شود که اساساً شبکه‌های اجتماعی به دنبال چه هستند و چه اهدافی را دنبال می‌نمایند؟

بذرافشان و رفیعی کته (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان "بررسی تأثیر فضای مجازی بر هویت دینی جوانان روستایی (مطالعه موردی: دهستان بالارخ تربت حیدریه)" یافته‌های تحقیق نشان از تأثیرگذاری بالای فضاهای مجازی شبکه‌های ماهواره‌ای بر هویت دینی جوانان روستایی، تغییر نقش‌ها، باورها و ارزش‌های سازگار فرهنگی و محیطی و به انفعال کشاندن جوانان در کارکردهای دینی و فرهنگی در جغرافیای زیست اجتماعی روستا دارد.

دیوید چانی^۱ در بحث مفهوم سبک زندگی، به جایگاه سبک زندگی در ساختارهای اجتماعی تأکید نموده است. نظر وی پیدایش سبک‌های زندگی متعلق به دوران مدرن است و در جوامع مدرن است که افراد مفهوم سبک زندگی را برای توصیف

^۱ David Chanie

اعمال خود به دیگران به کار می‌گیرد. این مفهوم به توضیح رفتار افراد، علل آن و معنایی که این رفتار برای آنها دارد کمک می‌کند.

به اعتقاد چانی سبک زندگی بخشی از زندگی روزانه در دنیای مدرن است و عملکرد آن به گونه‌ای است که افراد این جامعه را از آنها که به مدرن تعلق ندارند، جدا می‌سازد (چنی، ۱۹۹۶: ۷۰). از دیدگاه چنی مطالعه سبک زندگی صورت جدید و امتداد مباحثی است که تحت عنوان طبقه، قشر اجتماعی و پایگاه اقتصادی - اجتماعی قبلاً مطرح بوده است و در حال حاضر در جوامع سرمایه داری با نام سبک زندگی مطرح است. این مفهوم در چارچوبی عام‌تر به نام فرهنگ مصرف‌گرایی^۱ قرار می‌گیرد. سبک زندگی برای توصیف کنش خود و دیگران مورد استفاده قرار می‌گیرد و برای کنش افراد الگوهائی را ایجاد می‌کند، بر این اساس افراد برای نشان دادن اتصال یا تمایز از گروهها، بر مصرف کالاها تأکید می‌کنند. سبک زندگی معیار شناخت مناسب برای جوامع جدید است که مبتنی بر استفاده از کالاهاست، زیرا سلیقه‌ها تبدیل به مسئولیتی شده که از طریق آن افراد مورد قضاوت قرار می‌گیرند و از این طریق هویت^۲ پیدا می‌کنند. سبک زندگی متکی بر مصرف‌گرایی راهی است تازه برای پاسخ به فقدان معنای زندگی روزمره است. نحوه گذران اوقات فراغت^۳ نیز با سبک زندگی دارای پیوند است. قبلاً برخی از شیوه‌های گذران اوقات فراغت همچون موسیقی، نمایش و ورزش در انحصار نخبگان بود، اما از اوایل قرن پنجم و بصورتی فزاینده عمومی تر شده است. بنابراین اوقات فراغت به سمت کاهش بین طبقات حرکت می‌کند. پر کردن این اوقات فراغت با استفاده از تفریحات فرهنگی چون منابع منتشر شده، رادیو، تلویزیون، ویدئو، سینما، موسیقی و ماهواره انجام می‌گیرد و این صنایع فراغتی برای روشن نمودن سبک زندگی اهمیت دارند. (همان: ۷۵-۷۲)

«لیم و چو»^۴ (۲۰۱۰) بیان می‌کنند که دانشجویان از جمله بیشترین استفاده‌کنندگان از شبکه‌های اجتماعی می‌باشند. در این راستا بحث هویت در میان قشر دانشجو به مثابه‌ی نقطه‌ی کانونی مسئله‌ی هویت، از اهمیت شایانی برخوردار است. دانشجویان بخاطر گستره‌ی شبکه‌ی روابط و تماس به نسبت وسیع‌شان با وسایل ارتباط جمعی و افراد دارای هویت‌های مختلف، بیشتر با مسائل و تنش‌های ناشی از هویت سنتی و مدرن و چالش‌های ناشی از جامعه‌ی اطلاعاتی درگیر هستند. بنابراین دانشجویان در مرکز فرآیند تمایز و تشابه هویتی قرار دارند. علاوه بر جوان‌بودن، از یک سو فضای دانشگاه و سایر متعلقات آن که عمدتاً موافق تغییر و تحول ویژگی‌های هویتی است، دانشجویان را با ویژگی‌های هویتی جدیدی آشنا می‌کند و از سوی دیگر بدنه‌ی فرهنگی جامعه‌ی بزرگتر معمولاً انتظار اینهمانی با فرهنگ سنتی و عناصر هویتی موجود را از آنها می‌طلبد.

این وضعیت نامتعادل نه تنها منازعاتی هویتی می‌آفریند، بلکه در بیشتر اوقات به هویت‌هایی ترکیبی و دورگه منتهی می‌شود که با هویت مورد انتظار جامعه و حتی خود نظام آموزش عالی نیز متفاوت است. به عبارتی بهتر، جوان بودن دانشجویان به اضافه چندگانه شدن زیست‌جهان‌های آنها (به قول برگر)، تأثیرات رسانه‌ای مدرنیته (به گفته‌ی گیدنز) و از دست رفتن ایمان به قطعیت و جاودانگی امور (به قول نظریه‌های گفتمانی یا پست‌مدرنیستی) موجبات ترکیب‌های خاص هویتی دانشجویان را فراهم می‌آورد. در این موقعیت هویتی پیوندی، عناصر مختلفی از گفتمان‌های مختلف سنت (مانند مذهب) و مدرنیته (مانند ملی‌گرایی) دیده می‌شود که موجب تفاوت هویتی قابل توجه بدنه‌ی دانشجویی با بدنه‌ی اصلی جامعه می‌شود.

مبانی نظری پژوهش

در بخش چارچوب نظری سعی بر آن شده است که، مهم‌ترین نظریاتی که تبیین‌گر مسئله پژوهش هستند انتخاب و بیان گردند. لذا در این رابطه نظریات استفاده و رضایت‌مندی، نظریه کاشت و نظریه سرمایه اجتماعی به عنوان نظریات منتخب جهت تبیین

¹ Consumerism

² Identity

³ free time

⁴ Lim & Chou

مسئله پژوهش به کار گرفته شده‌اند.

فرض اصلی الگوی استفاده و خشنودی این است که مخاطبان کم‌ویش به صورت فعال به دنبال محتوایی هستند که بیشترین خشنودی را فراهم می‌کند. درجه این خشنودی، بستگی به نیازها و علاقه‌های فرد دارد. افراد هر قدر بیشتر احساس کنند که محتوای واقعی نیازهای آنان را برآورده می‌کند، احتمال اینکه آن محتوا را انتخاب کنند بیشتر است.

همچنین طبق نظریه کاشت، بین میزان مواجهه و استفاده از رسانه و واقعیت‌پنداری در محتوا و برنامه‌های آن رسانه ارتباط مستقیم وجود دارد. به این صورت که ساعت‌های متمادی مواجهه با رسانه‌ای خاص باعث ایجاد تغییر نگرش و دیدگاه‌های موافق با محتوای رسانه می‌شود. در واقع نظریه پرورش با تعیین میزان و نوع برنامه‌های مورد استفاده از رسانه‌ها، میزان تأثیر را مطالعه می‌کند تا به سازوکار و نحوه تأثیر دست پیدا کند.

همچنین نظریه سرمایه اجتماعی با تأکید بر دیو بر مشارکت فرد در شبکه‌های اجتماعی است، که این مشارکت سبب دسترسی او به منابع و امکانات گروه می‌شود. در دیدگاه بورديو، سرمایه اجتماعی نوعی محصول اجتماعی است که ناشی از تعامل اجتماعی می‌باشد (انجمن جامعه‌شناسی ایران، ۱۳۸۳: ۳۰۰). سرمایه اجتماعی می‌تواند فرد را وارد روابطی سازد که حاصل آن کسب میزانی از سود به شکل پول یا انواع مالکیت باشد. به همان ترتیب، تحصیلات به سرمایه اقتصادی قابل تبدیل است و گاه ممکن است به سرمایه اجتماعی نیز تبدیل گردد. پاتنام سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از مفاهیمی مانند اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها می‌داند که موجب ایجاد ارتباط و مشارکت بهینه اعضای یک اجتماع شده و در نهایت منافع متقابل آنان را تأمین خواهد کرد.

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش این مطالعه کیفی و نوعی از فرامطالعه به نام فراترکیب است. استفاده از روش فراترکیب برای شناسایی الگوی تبیین مؤلفه‌های گرایش به شبکه‌های اجتماعی بدین صورت است که مشابه فراتحلیل و فراترکیب برای یک پارچه‌سازی چندین مطالعه به منظور ایجاد یافته‌های جامع و تفسیری استفاده می‌شود. از آن جا که بیش تر مقالات در زمینه‌ی گرایش به شبکه‌های اجتماعی مطالعه‌های کمی و کیفی؛ از روش فراترکیب به عنوان روشی مناسب برای به دست آوردن ترکیب جامعی از این موضوع بر پایه مطالعه‌های کیفی محدود شده است. همان‌طور که بیان شد، فراترکیب نوعی مطالعه ثانویه است، که با هدف مرور ساختاریافته مطالعات کیفی که متمرکز بر مطالعه‌ی کیفی یافته‌های استخراج شده از مطالعه‌های با موضوع مرتبط و مشابه می‌باشد. از طرفی فراترکیب، مرور یکپارچه‌ی ادبیات کیفی موضوع مورد نظر نیست و لزوماً ادبیات موضوعی زیادی را درگیر نمی‌کند. هم‌چنین، عصاره‌ای از تفسیرهای مطالعه‌های مشابه نیز نیست، بلکه یک پارچه‌سازی تفسیر یافته‌های اصلی مطالعات منتخب به منظور ایجاد یافته‌های جامع و تفسیری است (زیمر^۱، ۲۰۰۶: ۳۱۸-۳۱۱). که حاکی از فهم عمیق پژوهشگر در این باب است (بک^۲، ۲۰۰۲). یعنی به جای ارائه خلاصه جامعی از یافته‌ها، یک ترکیب تفسیری از یافته‌ها را ایجاد می‌کند، فراترکیب با فراهم کردن یک نگرش نظاممند برای پژوهشگران از طریق ترکیب پژوهش‌های کیفی مختلف، به کشف موضوع‌ها و استعاره‌های جدید و اساسی می‌پردازد، و با این روش، دانش فعلی را گسترش داده و یک دید جامع و هولوگرافیک را نسبت به مسایل به وجود می‌آورد. فراترکیب مستلزم این است که پژوهشگر بازنگری دقیق و عمیقی انجام داده و یافته‌های پژوهش‌های کیفی مرتبط را ترکیب کند. از طریق بررسی یافته‌های مقاله‌های اصلی پژوهش، پژوهشگران واژه‌هایی را آشکار و ایجاد می‌کنند که نمایش جامع‌تری از پدیده‌ی تحت

^۱. Zimmer

^۲. Beck

بررسی را نشان می‌دهد (زیمر، ۲۰۰۶: ۳۱۸-۳۱۱). نوبلت و هیر^۱ سه فاز اصلی انتخاب مطالعات، ترکیب ترجمه‌ها و آرایه ترکیب را برای فراترکیب و باروسو و ساندلوسکی^۲ روشی هفت گامی را معرفی می‌کنند. در این راستا محقق پژوهش‌های گذشته در حوزه ازدواج را در ایران مورد کنکاش قرار داده و در این راه از روش هفت مرحله‌ای باروسو و ساندلوسکی استفاده شده است که خلاصه این مراحل در شکل شماره ۱ مشخص شده است.



شکل شماره ۱. مراحل پیاده‌سازی روش فراترکیب

بر اساس شکل شماره ۱، مراحل مبسوط پیاده سازی روش فراترکیب به شرح زیر می‌باشد:

مرحله اول: تنظیم سوال تحقیق

برای تنظیم سوال پژوهش از پارامترهای مختلفی مانند: جامعه مورد مطالعه^۳، چه چیزی^۴، چه موقع^۵ و چگونه^۶ روش استفاده می‌شود. در این پژوهش، سوال زیر مورد کنکاش قرار گرفت: مؤلفه‌های اصلی گرایش به شبکه‌های اجتماعی و گروه‌بندی آن‌ها به چه شکل است؟

مرحله دوم: مروری بر ادبیات به شکل نظام‌مند

در این مرحله، محقق جستجوی نظام‌مند خود را بر مقالات منتشر شده در ژورنال‌های مختلف متمرکز می‌کند و واژگان کلیدی

¹ Noblit and Hare

² Sandelowski and Barroso

³ Who

⁴ What

⁵ When

⁶ How

مرتبط را انتخاب می‌کند. حال به منظور پاسخ‌گویی به سوال مطرح شده در مرحله اول اجرای فراترکیب، محققان با استفاده از کلید واژه‌های: شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی در پایگاه‌های داده‌ی Google search، magiran، Irandoc، و سایر نشریات علمی - پژوهشی معتبر داخلی در سال‌های مختلف مقالات مرتبط را بررسی کرده‌اند.

مرحله سوم: جستجو و انتخاب متون مناسب

در این گام، محقق در هر بازبینی تعدادی از مقالات را رد می‌کند، که این مقاله‌ها در فرایند فراترکیب مورد بررسی قرار نمی‌گیرند. به محض این‌که مقالات برای تناسب با پارامترهای مطالعه بررسی شد، در قدم بعدی پژوهشگر باید کیفیت روش شناختی مطالعه‌ها را ارزیابی کند. هدف از این گام حذف مقاله‌هایی است که پژوهشگر به یافته‌های ارایه شده اعتمادی نداشته باشد، بنابراین ممکن است مقاله‌ای که باید در ترکیب وجود داشته باشد را رد کند. ابزاری که معمولاً برای ارزیابی کیفیت مطالعات اولیه تحقیق کیفی استفاده می‌شود، "برنامه مهارت‌های ارزیابی حیاتی^۱ (CASP)"، ۱۰ سؤالی که به شما کمک می‌کند تا مفهوم تحقیق کیفی را دریابید، می‌باشد. این ابزار به محقق کمک می‌کند تا دقت، اعتبار، و اهمیت مطالعات کیفی تحقیق را مشخص کند. این سؤالات بر موارد زیر تمرکز دارد: (۱) اهداف تحقیق (۲) منطق روش (۳) طرح تحقیق (۴) روش نمونه‌برداری (۵) جمع‌آوری داده‌ها (۶) انعکاس‌پذیری که شامل رابطه بین محقق و شرکت‌کنندگان می‌باشد (۷) ملاحظات اخلاقی (۸) دقت تجزیه و تحلیل داده‌ها (۹) بیان واضح و روشن یافته‌ها (۱۰) ارزش تحقیق. در این مرحله محقق به هر کدام از این سؤالات یک امتیاز کمی می‌دهد و سپس یک فرم را ایجاد می‌کند. بنابراین او می‌تواند امتیازاتی را که به هر مقاله می‌دهد جمع کند و به آسانی و به‌اجمال مجموعه مقالات را بررسی کرده و نتایج ارزیابی را ببیند. برنامه مهارت‌های ارزیابی حیاتی برای ارزیابی مطالعات کیفی مورد استفاده قرار می‌گیرد (گریبلر و نوواک، ۲۰۱۲).

هنگام استفاده از این ابزار، محقق مقاله را به‌صورت کامل می‌خواند تا از محتوا آگاهی دوباره پیدا کرده، سپس بر یک معیار CASP در یک‌زمان تمرکز می‌کند (مانند، هدف تحقیق) و تلاش می‌کند تا مدرک و دلیل مستقیمی به شکل منتخب از مقاله مربوط به معیار اصلی (مانند، هدف) و معیارهای فرعی آن (مانند، آیا نویسنده ارتباط هدف را برقرار کرده است؟) معین کند. به‌منظور ایجاد یک رد ممیزی، محقق به‌طور الکترونیکی نقل‌قول‌های نمونه را از مقاله به‌عنوان مدرک و دلیل عملکرد نویسنده حذف می‌کند، و سپس منتخب‌ها را در سطر مناسب در ستون توضیحات CASP روبریک کپی می‌کند، و شماره‌های صفحه را از مقاله، جایی که مدرک و دلیل قرار داشت، اضافه می‌کند. اگر محقق دریابد که عملکرد نویسنده در هر زمینه‌ای ناکارآمد باشد در ستون توضیحات CASP روبریک یادداشتی را قرار می‌دهد و در آن، مسئله موردنظر را شرح می‌دهد. محقق امتیاز معیار ویژه را بر اساس اندازه و وسعت نقایص یادداشت شده خود پایین می‌آورد. او با تمام ۱۱ معیار CASP ادامه داده و سپس امتیاز کلی را جمع‌بندی می‌کند^۲. بر اساس امتیاز کلی و ماهیت مدرک پشتیبانی‌کننده در محتوا با هر نوع نواقص یادداشت شده، محقق تصمیم بر پذیرش یا عدم پذیرش مقاله را می‌گیرد.

بر اساس مقیاس ۵۰ امتیازی CASP روبریک، محقق، سیستم امتیازبندی زیر را مطرح می‌کند و هر مقاله‌ای را که پایین‌تر از امتیاز خوب (پایین‌تر از ۳۰) است را حذف می‌کند:

- عالی: ۴۱ - ۵۰ (E)
- خیلی خوب: ۳۱ - ۴۰ (VG)
- خوب: ۲۱ - ۳۰ (G)

^۱ Critical Appraisal Skills Program (CASP)

- متوسط: ۲۰ - ۱۱ (F)
- ضعیف: ۱۰ - ۰ (P)

بر مبنای برنامه مهارت‌های ارزیابی حیاتی به بررسی کیفیت مقالات بر اساس ۱۰ معیار ذیل پرداخته شد (هر معیار حداکثر ۵ امتیاز):

هدف پژوهش، اصول و روش‌ها، ساختار پژوهش، نمونه، مرتب‌سازی داده‌ها، انعکاس‌پذیری، مبانی اخلاق حرفه‌ای، دقت تحقیق، تبیین روشن نتایج، نتیجه‌گیری کلی تحقیق. نتایج نهایی بیست و پنج مقاله نهایی به شرح ذیل می‌باشد:

جدول ۱. امتیازات داده‌شده به بیست و پنج مقاله منتخب

مقاله	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹
نمره نهایی	۴۱	۳۹	۳۸	۴۰	۴۰	۳۶	۳۸	۳۸	۴۲
مقاله	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸
نمره نهایی	۴۴	۴۴	۳۶	۳۸	۳۸	۴۰	۴۲	۴۲	۴۸
مقاله	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵	۲۶	۲۷
نمره نهایی	۳۸	۴۰	۴۰	۳۸	۳۶	۴۴	۴۶	۴۸	۳۵
مقاله	۲۸	۲۹	۳۰	۳۱	۳۲	۳۳	۳۴	۳۵	۳۶
نمره نهایی	۴۵	۳۸	۴۱	۳۹	۴۷	۴۸	۳۵	۳۹	۴۶

در این مرحله از بین ۷۲ مقاله ابتدا ۳۶ مقاله بر اساس معیارهایی مانند عنوان، چکیده و محتوا حذف گردید و سپس ۳۲ مقاله باقیمانده بر اساس ده معیار ذکر شده از لحاظ کیفیت مورد بررسی نهایی قرار گرفت که در نهایت ۳۶ مقاله جهت بررسی تایید نهایی گردید. با توجه به نتایج حاصل شده حداکثر امتیاز داده‌شده به مقالات ۴۸ و حداقل امتیاز داده‌شده ۳۵ بوده است.

جدول ۲. نتایج گزینش مقالات نهایی

تعداد کل مقالات و منابع اولیه: ۷۲
تعداد مقالات پذیرش نشده بر اساس عنوان تحقیق: ۱۲
تعداد مقالات پذیرش نشده بر اساس چکیده تحقیق: ۱۴
تعداد مقالات پذیرش نشده بر اساس محتوای کلی تحقیق: ۹
تعداد مقالات پذیرش نشده بر اساس کیفیت تحقیق: ۱
تعداد مقالات پذیرفته شده نهایی: ۲۲

مرحله چهار - تبیین و استخراج نتایج

در سراسر فراترکیب، پژوهشگر به طور پیوسته مقالات منتخب و نهایی شده را، به منظور دستیابی به یافته‌های درون محتوایی مجزایی که در آن‌ها مطالعه‌های اصلی و اولیه انجام می‌شوند، چندبار مرور می‌کند. در پژوهش حاضر، اطلاعات مقالات بدین صورت دسته‌بندی شده است: مرجع مربوط به هر مقاله ثبت می‌شود (نام و نام خانوادگی نویسنده، سالی را که مقاله منتشر شده است، عوامل حیاتی موفقیتی که هر مقاله به آن‌ها اشاره کرده است) و اطلاعات روش شناختی کلیدی مانند: هدف پژوهش، روش، رویه و وسایل سنجش یادداشت می‌شود و در نهایت صفحاتی که مؤلفه‌ها را اشاره کرده است؛ درج می‌شود.

جدول شماره ۳. سرفصل‌های مشخص شده جهت طراحی نظام گرایش به شبکه‌های اجتماعی در ایران

ردیف	کدها	مآخذ	فراوانی
۱	قابلیت شبکه‌های اجتماعی	(کریمیان و همکاران، ۱۳۹۶)، (خلیلی، ۱۳۹۴)، (مقدم و همکاران، ۱۳۹۵)، (فرهنگی و جامع، ۱۳۸۹)، (خجیر، ۱۳۹۶)، (قاضی نوری و همکاران، ۱۳۹۳)، (چمل نژاد و همکاران، ۱۳۹۵)، (محمدپور و تاجیک، ۱۳۹۲)، (بهرامسری و همکاران، ۱۳۹۶)، (ابراهیم آبادی، ۱۳۹۲)، (صمیم، ۱۳۹۳)، (بیگ‌زاده و همکاران، ۱۳۹۴)، (خانیک و همکاران، ۱۳۹۶)، (نقیب السادات و قصابی، ۱۳۹۲)، (یوسفی لویه، ۱۳۸۸)، (زمانی و همکاران، ۱۳۹۶)	۱۶
۲	گروه‌های دوستی	(کریمیان و همکاران، ۱۳۹۶)، (خلیلی، ۱۳۹۴)، (اکبری و ملکیان، ۱۳۹۵)، (قاضی نوری و همکاران، ۱۳۹۳)، (بیگ‌زاده و همکاران، ۱۳۹۴)، (نقیب السادات و قصابی، ۱۳۹۲)، (زمانی و همکاران، ۱۳۹۶)	۷
۳	پایگاه اقتصادی - اجتماعی	(کریمیان و همکاران، ۱۳۹۶)، (خلیلی، ۱۳۹۴)، (فرزانه و شهاب الدینی، ۱۳۹۴)، (نوربخش و همکاران، ۱۳۹۲)، (مقدم و همکاران، ۱۳۹۵)، (حضرتی صومعه، ۱۳۹۵)، (محمدپور و تاجیک، ۱۳۹۲)، (بیگ‌زاده و همکاران، ۱۳۹۴)، (یوسفی لویه، ۱۳۸۸)	۹
۴	عوامل تسهیل کننده : اوقات فراغت	(تقوی و اصلانی، ۱۳۹۶)، (شفیعه قدرتی، ۱۳۹۵)، (اکبری و ملکیان، ۱۳۹۵)، (چمل نژاد و همکاران، ۱۳۹۵)، (ابراهیم آبادی، ۱۳۹۲)، (خانیک و همکاران، ۱۳۹۶)، (نقیب السادات و قصابی، ۱۳۹۲)، (یوسفی لویه، ۱۳۸۸)، (زمانی و همکاران، ۱۳۹۶)	۹
۵	اعتقادات دینی	(هاشمی و زارع، ۱۳۹۵)، (ادهمی و کشانی، ۱۳۹۳)، (فرزانه و شهاب الدینی، ۱۳۹۴)، (نوربخش و همکاران، ۱۳۹۲)، (حاجی‌زاده میمندی، ۱۳۹۲)، (یگانه و همکاران، ۱۳۸۸)، (فرهنگی و جامع، ۱۳۸۹)، (مهدی‌زاده و زارع غیاث آبادی، ۱۳۹۴)، (حضرتی صومعه، ۱۳۹۵)، (کاوه قهفرخی و همکاران، ۱۳۹۶)، (چمل نژاد و همکاران، ۱۳۹۵)، (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۲)	۱۲
۶	اعتماد اجتماعی	(فرزانه و شهاب الدینی، ۱۳۹۴)، (اکبری و ملکیان، ۱۳۹۵)، (آسیابر و همکاران، ۱۳۹۶)، (بابائی، ۱۳۹۲)، (کاوه قهفرخی و همکاران، ۱۳۹۶)	۵
۷	تهدیدهای شبکه‌های اجتماعی	(مقدم و همکاران، ۱۳۹۵)، (اسدی، ۱۳۹۳)، (کرمشایی و همکاران، ۱۳۹۰)، (خجیر، ۱۳۹۶)، (قاضی نوری و همکاران، ۱۳۹۳)، (چمل نژاد و همکاران، ۱۳۹۵)، (قبادی و مهری، ۱۳۹۲)، (امامی ریزه و همکاران، ۱۳۹۵)، (ابراهیم آبادی، ۱۳۹۲)، (بیگ‌زاده و همکاران، ۱۳۹۴)، (یوسفی لویه، ۱۳۸۸)، (موسوی و السی، ۱۳۹۵)	۱۲
۸	عوامل بازدارنده	(مقدم و همکاران، ۱۳۹۵)، (قاضی نوری و همکاران، ۱۳۹۳)، (قبادی و مهری، ۱۳۹۲)، (امامی ریزه و همکاران، ۱۳۹۵)	۴

مرحله پنج - بررسی و ادغام نتایج

با توجه به اینکه هدف فرا ترکیب ایجاد تفسیر یکپارچه و جدیدی از یافته‌ها می‌باشد، این متدولوژی جهت شفاف‌سازی مفاهیم و الگوها، و نتایج در پالایش حالت‌های موجود دانش و ظهور مدل‌های عملیاتی و تئوری‌ها پذیرفته شده است (فینفگلد^۱، ۲۰۰۳)، بدین منظور محقق موضوعات یا تم‌هایی^۲ را جستجو می‌کند که در میان مطالعات موجود در فرا ترکیب پدیدار شده‌اند. سندلوسکی و باروسو (۲۰۰۷) به این مورد به‌عنوان "بررسی موضوعی" اشاره می‌کنند، به طوری که محقق تم‌ها یا موضوعاتی را مشخص می‌کند. به محض اینکه موضوعات شناسایی و مشخص شدند، بررسی‌کننده یک طبقه‌بندی^۳ را شکل می‌دهد و طبقه‌بندی‌های مشابه و مربوطه را در موضوعی قرار می‌دهد که آن را به بهترین نحو توصیف می‌کند. تم‌ها اساس و پایه‌ای را برای ایجاد "توضیحات و مدل‌ها، تئوری‌ها یا فرضیات کاری" ارائه می‌دهند (سندلوسکی و باروسو، ۲۰۰۷).

در پژوهش حاضر، ابتدا تمام عوامل استخراج شده از مطالعات را به‌عنوان کد در نظر می‌گیریم، سپس با در نظر گرفتن مفهوم هر یک از این کدها، آن‌ها را در یک مفهوم مشابه دسته‌بندی می‌کنیم. به این ترتیب مفاهیم (تم‌ها) تحقیق را شکل می‌دهیم.

^۱ Finfgeld

^۲ Theme

^۳ Subcategory

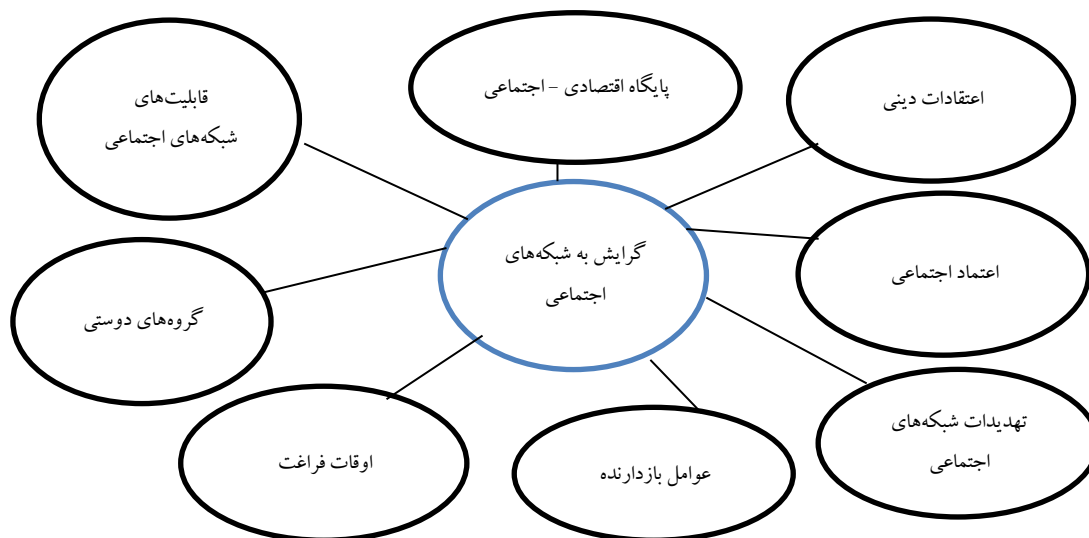
مرحله شش - تعیین کیفیت نتایج

- در روش فرا ترکیب، محقق رویه‌های زیر را برای حفظ کیفیت در مطالعه خود در نظر می‌گیرد:
- ۱- محقق هر دو استراتژی جستجوی الکترونیک و دستی را به کار می‌برد تا مقالات مربوطه را پیدا کند.
 - ۲- محقق، روش‌های کنترل کیفیت استفاده شده در مطالعات تحقیق کیفی اصلی را به کار می‌برد.
 - ۳- در ارزیابی کیفیت تلفیق تحقیق مطالعات تحقیق کیفی اصلی، محقق از ابزار CASP (۲۰۰۶) جهت ارزیابی فرا مطالعات استفاده می‌کند، ۱۰ سؤالی که به شما کمک می‌کند تا بررسی‌ها معقول به نظر برسند.
 - ۴- در سرتاسر تحقیق، محقق تلاش می‌کند تا با فراهم کردن توضیحات و توصیف روشن و واضح برای گزینه‌های موجود در تحقیق گام‌های اتخاذ شده را بردارد.
 - ۵- در زمان مناسب، محقق رویکردها و نگرش‌های مستقر را جهت تلفیق مطالعات اصلی در تحقیق کیفی استفاده می‌کنند.
 - ۶- در زمان مناسب، محقق از برنامه‌های مستقر و محرز (مانند CASP، ۲۰۰۶) جهت ارزیابی کیفیت، مطالعات اصلی تحقیق کیفی استفاده می‌کنند.

گام هفتم - اعلام نتایج

در این مرحله از روش فرا ترکیب، یافته‌های حاصل از مراحل قبل ارائه می‌شوند. ۳۶ مقاله انتخاب شده از سوی پژوهشگران در مدت یک ماه به دقت مورد بررسی قرار گرفت و اطلاعات مورد نیاز بر اساس هدف اصلی این مقاله که طراحی الگوی تبیین مؤلفه‌های گرایش به شبکه‌های اجتماعی در ایران می‌باشد؛ شناسایی شد. ترکیب یافته‌ها پس از اعمال نظر خبرگان دانشگاهی (۴ تن از استادان علوم اجتماعی و مدیریت) در ۸ کد دسته‌بندی شده که جدول شماره ۲ این طبقه‌بندی را نشان می‌دهد.

مدل پارادایمی مؤلفه‌های گرایش به شبکه‌های اجتماعی



شکل ۱. مدل پارادایمی مؤلفه‌های گرایش به شبکه‌های اجتماعی

روایی و پایایی مدل

مدل طراحی شده شامل ۸ کد مؤلفه می‌باشد. پس از تکمیل مراحل روش‌شناسی فراترکیب، مدل طراحی شده، در جلسه‌های با شرکت خبرگان علوم اجتماعی و مدیریت ارائه شد. روایی مدل حاضر، از طریق روایی محتوا حاصل شده، که به دو شکل قابل

حصول است، اول استفاده از اجزاء و عوامل مدل‌های ارایه شده پیشین است که خود به روایی مدل منجر می‌گردد و دوم، تشکیل جلسه‌های گروه کانونی و ارایه مدل در این جلسه‌ها به متولیان علوم اجتماعی و مدیریت است. بنابراین به منظور سنجش پایایی مدل طراحی شده از شاخص کاپا استفاده شده است. بدین طریق که، شخص دیگری (از نخبگان علوم اجتماعی) بدون اطلاع از نحوه ادغام کدها و مفاهیم ایجاد شده توسط پژوهشگران، اقدام به دسته‌بندی کدها در مفاهیم کرده است. سپس مفاهیم ارائه شده توسط این فرد مقایسه شده است. در نهایت با توجه به تعداد مفاهیم ایجاد شده مشابه و مفاهیم ایجاد شده متفاوت، شاخص کاپا محاسبه شده است. همان‌طور که در جدول شماره سه مشاهده می‌گردد، پژوهشگران ۸ مفهوم و خبره دیگر ۷ مفهوم ایجاد کرده‌اند، که از این تعداد ۷ مفهوم مشترک هستند. همان‌طور که در ادامه نشان داده شده است، مقدار شاخص کاپا برابر با ۰/۷۷۷ محاسبه شد که با توجه به جدول شماره ۴ سطح توافق معتبر قرار گرفته است (جنیس و آلن^۱، ۱۹۹۶).

جدول شماره ۳: وضعیت تبدیل کدها به مفاهیم توسط پژوهشگر و فرد دیگر

		نظر محقق		
		بله	خیر	مجموع
نظر خبره دیگر	بله	۷A=	B=1	۸
	خیر	۱C=	D=0	۱
	مجموع	۸	1	9

$$= \text{توافقات مشاهده شده} = \frac{a+d}{N} = \frac{7}{9} = 0/777$$

جدول شماره ۴: وضعیت شاخص کاپا

وضعیت توافق	مقدار عددی شاخص کاپا
ضعیف	۰
بی اهمیت	۰-۰/۲
متوسط	۰/۲۱-۰/۴
مناسب	۰/۴۱-۰/۶
معتبر	۰/۸-۰/۶۱
عالی	۰/۸۱-۱

$$= \text{توافقات مشاهده شده} = \frac{a+b}{N} * \frac{a+c}{N} * \frac{c+d}{N} * \frac{b+d}{N} = \frac{7}{9} * \frac{8}{9} * \frac{6}{9} * \frac{1}{9}$$

بحث و نتیجه‌گیری

پیشرفت فناوری و تکنولوژی موجب تجربه نوین بشر از ارتباط و تعامل اجتماعی در فضای مجازی شده است. شبکه‌های اجتماعی از جمله تجربه‌های بشری است که اجازه تجربه تعاملاتی فارغ از هنجارهای حاکم بر جامعه را به فرد می‌دهد. نقش شبکه‌های اجتماعی، نقشی غیر قابل انکار، مهم و تأثیرگذار در دنیای امروز است. نتایج حاصل از پژوهش حاضر حول چند مؤلفه‌ی اصلی می‌باشد اولین مقوله اصلی قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی است، انتشار سریع و آزادانه اخبار و اطلاعات، عدم محدودیت جغرافیایی و دسترسی به تمام نقاط دنیا، ابراز آزادانه نظرات و ایده‌ها و آشنایی با افکار سایرین که این خود منجر به شکل‌گیری نوعی از خرد جمعی در بین افراد جامعه می‌شود، امکان تبلیغ در هر شکل و محتوایی، سهولت برقراری ارتباط، آگاهی بخشی و

^۱ . Jensen & Allen

توسعه ارزش‌های انسانی و اخلاقی در عرصه جهانی و... از جمله قابلیت‌هایی هستند که کاربران شبکه‌های اجتماعی امکان دستیابی به آن‌ها را دارند. همچنین شبکه‌های اجتماعی موجب گسترده‌تر شدن دامنه ارتباطات ما شده، به گونه‌ای که این امکان را برای ما جهت ایجاد گروه‌های دوستی فراهم می‌سازد، در رابطه با مقوله اعتقادات و باورهای دینی باید گفت که شبکه‌های اجتماعی دارای دو نوع کارکرد می‌باشند، کارکرد اول تقویت باورداشت‌های دینی است که به موجب فعالیت فرد در گروه‌های هم‌کیش و دریافت مطالبی که جنبه‌ی دینی دارند موجب افزایش گرایش‌های دینی در بین افراد خواهد شد؛ علاوه بر این مراکز مختلف می‌توانند برنامه‌های مختلف مذهبی خود را از طریق شبکه‌های اجتماعی اطلاع‌رسانی کنند، از طرفی عکس این قضیه نیز صادق است، چرا که در همین شبکه‌های اجتماعی گروه‌هایی وجود دارند که به فعالیت‌های ضد دینی مشغول بوده و طبیعتاً بر افکار و عقاید کاربران بدون تأثیر نخواهند بود. دیگر مقوله اصلی دیگر پایگاه اقتصادی و اجتماعی کاربران در گرایش به شبکه‌های اجتماعی است، بهره‌گیری از این شبکه‌ها توسط عموم مردم و خصوصاً در بین نسل جوان و کسانی که از نظر مالی توانایی دسترسی و تهیه امکانات مورد نیاز جهت اتصال به شبکه‌های اجتماعی را دارا می‌باشند. همچنین بررسی‌های به عمل آمده از پژوهش‌های انجام گرفته نشان می‌دهد که گرایش به شبکه‌های اجتماعی با اعتماد اجتماعی رابطه مستقیم دارد، افراد در فضای شبکه‌های اجتماعی شخصیت و هویت خود را پنهان و با هویت‌های مستعار وارد این فضا می‌شوند، زیرا به این فضا اعتماد لازم را برای بازگو کردن حقیقت ندارند. مقوله اصلی دیگر این پژوهش تهدیدات پیش روی شبکه‌های اجتماعی است، با توجه به این که کشور ما به عنوان یک کشور دینی و مبتنی بر اعتقادات اسلامی است یکی از مهم‌ترین چالش‌های اصلی برای جامعه ایرانی چالش‌های دینی و مذهبی است، محتوای این شبکه‌ها می‌تواند شخصیت‌ها و الگوهای دینی را در اذهان کاربران مورد نقد و تشکیک قرار دهند. هانتینگتون در کتاب خود «برخورد تمدن‌ها و تغییر نظام جهانی» ابراز می‌دارد که در قرن هجدهم تضادها (جنگ‌ها) بین شاهزادگان و امپراتورها در می‌گرفت. در قرن نوزدهم، بعد از انقلاب فرانسه جنگ پادشاهان پایان گرفت و جنگ ملت‌ها آغاز شد. در قرن بیستم، بعد از انقلاب روسیه و در نتیجه آن، جنگ ملت‌ها به جنگ بین ایدئولوژی‌ها تبدیل شد. اما در قرن بیست و یکم جنگ بین فرهنگ‌ها روی خواهد داد و فرهنگ متخاصم، فرهنگ اسلامی خواهد بود که خود را گسترش خواهد داد و به یک بلوک اسلامی تبدیل خواهد شد. از نظر هانتینگتون مسئله غرب نه «اسلام‌گرایی»، بلکه خود «اسلام» است. پیوند کنفوسیوسی - اسلامی (بین چین و کشورهای اسلامی) آنقدر قوی شده که غرب را برای دفاع از علایق، ارزش‌ها و قدرت خود مجبور به مقابله خواهد کرد (رفیع‌پور، ۱۳۷۸: ۳۲۴). تهدید دیگری که از جانب شبکه‌های اجتماعی وجود دارد، سوق دادن افراد به سمت پدیده پورنوگرافی و مسایل جنسی است. عادت بیمارگون دیدن عکس یا فیلم‌های پورنو، بر رفتار جنسی افراد تأثیر منفی دارد. بحران هویت یکی دیگر از تهدیدات بالقوه استفاده از شبکه‌های اجتماعی است، چرا که افراد در این فضا با انواع متنوعی از داده‌های هویتی روبه‌رو هستند. اعتیاد به اینترنت، دوست‌یابی‌های خطرناک اینترنتی و آسیب‌های روانی و انزواع طلبی در این شبکه‌ها از مهم‌ترین تهدیدات آن‌ها محسوب می‌شوند.

پیشنهادات پژوهشی

- ۱- جهت استفاده بهینه از اینترنت معلمان و دبیران از طریق تعاملات اینترنتی بتوانند ارتباط‌هایی درست و به جا با دانش‌آموزان داشته باشند تا از این طریق استفاده هر چه بهتر و موثرتر از منابع علمی و تخصصی مربوط به هر رشته فراهم آید.
- ۲- با توجه به این که فن آوری‌های نوین ارتباطی منجمله اینترنت، و چت هویت ملی و مذهبی دانش‌آموزان را کاهش می‌دهد لذا پیشنهاد می‌شود در تولید محتوای اینترنتی نظام ارزشی و انگاره‌های ملی و دینی مدنظر قرار گیرند.
- ۳- استفاده از فن آوری‌های نوین ارتباطی منجمله اینترنت و چت در دانش‌آموزان آسیب‌شناسی شود.

۴- با توجه به این که تهدید های چت بیشتر از فرصت های آن است، لزوم ارتقاء و آگاهی والدین در این زمینه از اصول و ضروریات است.

منابع

- ابراهیم آبادی، حسین (۱۳۹۲). تأملی بر نسبت میان فناوری های اطلاعاتی با تغییرات در فرهنگ و مناسبات اجتماعی، تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ۶، شماره ۴.
- امامریزی، کبری (۱۳۹۵). تاثیر استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی بر پیشرفت تحصیلی دانشجویان، راهبردهای آموزشی در علوم پزشکی، دوره ۹، شماره ۳.
- انجمن جامعه شناسی ایران، (۱۳۸۳)، «مسائل اجتماعی ایران»، تهران، آگه.
- بذرافشان، جواد و رفیعی کته تلخ، عیسی (۱۳۹۲). بررسی تأثیر فضای مجازی بر هویت دینی جوانان روستایی (مطالعه موردی: دهستان بالارخ تربت حیدریه)، مطالعات روانشناسی تربیتی، سال ۹، شماره ۱۷.
- بهرامسری، شیما، غائبی، امیر و کیانی خوزستانی، حسن (۱۳۹۶). بهره مندی آرشو ملی ایران از شبکه های اجتماعی همراه: نگرش مدیران و کارکنان، گنجینه اسناد، سال ۲۷، دفتر ۲.
- بیگ زاده، امین، کهن، شهناز، یمانی، نیکو و رضایی، حبیب اله (۱۳۹۵). تبیین دیدگاه دانشجویان تحصیلات تکمیلی از کاربرد شبکه های اجتماعی مجازی در آموزش: یک مطالعه کیفی، مطالعات و توسعه آموزش پزشکی، دوره ۱۳، شماره ۳.
- داستانی، میثم، کرامتی، جواد، پورفاطمی، علی . اکرامی، علی (۱۳۹۴). دلایل و انگیزه استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی گناباد، علم سنجی کاسپین، سال ۲، شماره ۲.
- خانیکی، هادی، اتابک، محمد و عزیزی، فرید (۱۳۹۶). تحلیل وضعیت شبکه های اجتماعی مجازی در ایران با رویکرد حوزه عمومی هابرماس، مطالعات فرهنگ ارتباطات، دوره ۱۸، شماره ۳۷.
- خجیر، یوسف (۱۳۹۶). آسیب شناسی استفاده از شبکه های اجتماعی و نرم افزارهای تلفن همراه در خانواده ایرانی (با تأکید بر نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید)، شورای فرهنگی اجتماعی زنان و خانواده، دوره ۲۰، شماره ۷۷.
- چمن نژاد، مرتضی و لشکری، حسین (۱۳۹۵). بررسی فرصت ها و تهدیدات پیش روی شبکه های اجتماعی برای فرهنگیان بسیجی، جشواره علمی پژوهشی بسیج فرهنگیان کشور، تهران.
- چنی، دیوید (۱۳۷۸)، سبک زندگی، ترجمه علیرضا چاوشی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی.
- زمانی، عباس و تقی پور، فائزه (۱۳۹۶). شناسایی عوامل جذابیت شبکه های اجتماعی تلفن همراه از منظر کاربران، جامعه پژوهی فرهنگی، سال هشتم، شماره دوم.
- صمیم، رضا (۱۳۹۳). تبیین جامعه شناختی گرایش جوانان تهرانی به مصرف موسیقی مردم پسند بر اساس سن و جنس، هنرهای نمایشی و موسیقی، شماره ۹.
- کاوه قهفرخی، محمدجواد و تاجیک اسماعیلی، سمیه (۱۳۹۶). بررسی رابطه بین استفاده جوانان از شبکه های اجتماعی و شرکت در مراسم مذهبی، فصلنامه مسائل کاربردی تعلیم و تربیت اسلامی، سال ۲، شماره ۲.
- کرمشایی، فائزه، پناهی، امین، صادق نیا، احمد و زیدی، یاسر (۱۳۹۰). بررسی اعتیاد به اینترنت و فضای مجازی در بین جوانان و نوجوانان، همایش ملی صنایع فرهنگی و نقش آن در توسعه پایدار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه.

- قاسمی، وحید، عدلی‌پور، صمد و کیانپور، مسعود (۱۳۹۲). تعامل در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان، دین و ارتباطات، سال ۱۹، شماره ۲.
- قاضی نوری، سید سروش، رضایی نیک، نفیسه و روشنی، سعید (۱۳۹۳). بررسی الزامات، چالش‌ها و قابلیت‌های شبکه اجتماعی کنش‌گران مدیریت فناوری و نوآوری ایران، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ۷، شماره ۲.
- قبادی، علیرضا و مهری، زهرا (۱۳۹۲). بررسی وضعیت پابندی به هویت فرهنگی اعضای شبکه‌ی اجتماعی فیس‌بوک، فصلنامه مطالعات توسعه‌ی اجتماعی - فرهنگی، دوره ۲، شماره ۲.
- محکم‌کار، ایمان و حلاج، محمدمهدی (۱۳۹۳). شبکه‌های اجتماعی به دنبال چه هستند؟، فصلنامه دانش انتظامی خراسان شمالی، شماره ۲، دوره ۱.
- محمدپور، سارا و تاجیک، فاطمه (۱۳۹۲). بررسی مقایسه‌ای کارکردهای ارتباطی و اقتصادی شبکه‌های اجتماعی فیس بوک و کلوب، مطالعات رسانه‌ای، سال نهم، شماره ۲۵.
- موسوی، آرش و الستی، کیوان (۱۳۹۵). شبکه‌های اجتماعی و خلوت انسانی، راهبرد فرهنگ، شماره ۳۴.
- مهدی زاده، سیدمحمد، خاشعی، رضا، (۱۳۹۶). نقش رسانه‌ها در انتخاب سبک‌های زندگی سلامت محور (با تأکید بر مصرف رسانه‌ای شهروندان شهر تهران)، پژوهش‌های ارتباطی، سال بیست و پنجم، شماره ۲.
- نقیب‌السادات، سید رضا و قصابی، فاطمه (۱۳۹۲). ساختار و طراحی شبکه‌های اجتماعی تحلیل محتوای ساختار و طراحی شبکه‌های اجتماعی ایرانی و غیر ایرانی، مطالعات توسعه اجتماعی - فرهنگی، سال اول، شماره ۳.
- نوذری، حسینعلی، (۱۳۸۱)، بازخوانی هابرماس: درآمدی بر آراء و اندیشه‌ها و نظریه یورگن هابرماس، تهران: نشر چشمه.
- یعقوبی، جعفر، نجفلو، پریسا و محمدی، وحید (۱۳۹۵). بررسی کاربردهای آموزشی شبکه‌های اجتماعی از دیدگاه دانشجویان دانشکده کشاورزی دانشگاه زنجان، کنگره ملی آموزش عالی ایران.
- یوسفی لویه، وحید و یوسفی لویه، مجید (۱۳۸۸). سنجش گرایش دانشجویان نسبت به اینترنت، فرهنگ در دانشگاه اسلامی، سال ۱۳، شماره ۲.
- Chaney, D. (1996). *Lifestyle*, London, Routledge.
- Chou, A & Lim, B. (2010) "A framework for measuring happiness in online social network". illinois state university.
- Shilling, C. (1993), *the Body and Social Theory*. London: Sage. (Song, Julie, 2003).
- McRobbie, A. (2007). *Cultural Studies*. SAGE, London. *Cultural Studies*. SAGE, London. *Cultural Studies*

Designing a model to explain the components of tendency to social networks with metacombination method

Gholamreza Taj Bakhsh¹

Associate Professor and member of the faculty of the Department of Social Sciences, Ayatollah Borujerdi University, Borujerd, Iran

Amin Gudarzi^{2*}

PhD in Iranian Social Issues, Kashan University, Kashan, Iran (Corresponding author)

Mohammad Samieiany³

Assistant professor and member of the academic staff of Amin Police University, Tehran, Iran

Abstract: *Considering the widespread presence of social networks and mobile phone software in families and the increasing use of this by family members, this research article aims to design a model to explain the components of the tendency to social networks. Is. The study population of the research includes all the articles related to the research topic. In order to carry out the research, after designing the research questions, a systematic search was conducted based on relevant keywords, social networks, internet, virtual space from databases that include all valid domestic scientific-research publications from 1388 to 1396. There have been. The results of the review of 36 articles out of 72 primary articles of the researchers identified 8 dimensions as the main dimensions of the tendency towards social networks, which were mentioned in various domestic researches in the years 2018 to the end of 2016; have identified Based on these dimensions, the final integrated model has been presented and validated. This article, by identifying all the dimensions of the trend towards social networks in the available sources from 1388 to the end of 1396, can be used as a basis for identifying the causes of the trend towards social networks in Iran for researchers and other groups, such as the program Rizan and government administrators should be placed for community education.*

Key words: *Social networks, hybridization, opportunities, threats.*

¹ E-mail: Tajbakhsh_gr@yahoo.com

² E-mail: goodarzy70@gmail.com (Corresponding Author)

³ E-mail: m.samieiany@gmail.com