

اینترنت و نوجوانان

Internet and Adolescents

در دهه های اخیر پیشرفت فناوری منجر به شکل‌گیری راه ارتباطی جدیدی به نام اینترنت شده است. نوجوانان به استقبال این وسیله ارتباطی نو شتافتند تا ارتباط را از جامعه محدود خود به سوی دیگر جوامع گسترش دهند. اما والدین برای نزدیک شدن به این فناوری نو با تردید مواجه‌اند. گروهی از آنان به این فناوری نزدیک نشدند و گروه دیگری به رغم استفاده از آن، از آینده دوستیهای فرزندان خود با افراد ناشناس، تأثیر شگفت‌انگیز این رسانه، اعتیاد به آن و استفاده نا به جا از آن، ترسیدند. پژوهش‌های مطرح شده در این بخش به بررسی این دلمشغولی‌ها اختصاص دارد.

Uhls, Y. T., & Greenfield, P. M. (2012). The value of fame: Preadolescent perceptions of popular media and their relationship to future aspirations. *Developmental Psychology*, 48(2), 315-326.

ارزش شهرت: ادراک نوجوانان از رسانه های محبوب و ارتباط آن با آرمانهای آینده

همسو با نظریه گرینبرگ (۲۰۰۹) در باره تغییر اجتماعی و تحول بشر، برنامه‌های تلویزیونی محبوب نوجوانان نشان می‌دهد که شهرت، یک هدف فردگرایانه، آرمانی مهم و دست‌یافتنی است (اولس و گرینفیلد، ۲۰۱۱). چنین پیامهایی به ویژه برای نوجوانان سن ۱۰-۱۲ می‌تواند مهم باشد. در این بررسی از گروه‌های متمرکز و روش‌های تحلیلی ترکیبی (کمی و کیفی) استفاده شد تا مشخص گردد که چگونه رسانه‌های محبوب، غیر فعال و تعاملی، توسط نوجوانان تفسیر می‌شوند و چگونه تفسیرهای آنان با آموزش رسانه و اهداف آینده آنان ارتباط دارد. تحلیل‌های کمی نشان دادند که انتخاب شهرت به عنوان ارزش شماره یک، به طور معنادار مهم‌ترین ارزش برای اهداف آینده شرکت‌کنندگان بود. تحلیل کیفی گفتمان گروه متمرکز نشان داد که (الف) جوانان پیامهای رسانه را در مورد شهرت، به عنوان هدف آینده خود، جذب می‌کنند و (ب) تفسیر آنان از این پیامها اهمیت و ارزش شناخت محبوبیت را برجسته می‌سازد. در تأیید ارزش شهرت مشخص شد که اکثر شرکت‌کنندگان نوجوان از سایتهای به اشتراک‌گذاری ویدئویی آنلاین، برای پیدا کردن شنوندگان دیگری خارج از جامعه خود استفاده می‌کنند.

Pea, R., Nass, C., Meheula, L., Rance, M., Kumar, A., Bamford, H., Nass, M., Simha, A., Stillerman, B., Yang, S., & Zhou, M. (2012). Media use, face-to-face communication, media multitasking, and social well-being among 8 to 12-year-old girls. *Developmental Psychology*, 48(2), 327-336.

استفاده از رسانه، ارتباط چهره به چهره، رسانه‌های چند وظیفه‌ای و بهزیستی اجتماعی در دختران ۸ تا ۱۲ سال

در یک بررسی آنلاین از ۳۴۶۱ دختر آمریکای شمالی ۸-۱۲ سال در مجله دختران اکتشافی، تابستان ۲۰۱۰، رابطه بین بهزیستی اجتماعی دختران و رسانه‌های مورد استفاده توسط آنها، از جمله ویدئو، بازیهای ویدئویی، گوش دادن به موسیقی، مطالعه / تکلیف منزل، نامه‌نگاری / پست الکترونیکی در سایت‌های رسانه‌ای اجتماعی، پیام کوتاه / فوری، و صحبت کردن با تلفن / گفتگو ویدئویی و ارتباط چهره به چهره، مورد آزمون قرار گرفت. این مطالعه به معرفی اندازه‌گیری تکی از رسانه‌های چند وظیفه‌ای و اندازه‌گیری مقایسه‌ای استفاده از رسانه‌ها در مقابل زمان صرف‌شده در ارتباط چهره به چهره اختصاص داشت. تحلیل رگرسیون نشان داد که بهزیستی اجتماعی منفی، به صورت مثبت با میزان استفاده از رسانه‌ها که بر اساس تعامل بین فردی شکل گرفته‌اند (برای مثال، تلفن، ارتباط آنلاین) و همچنین استفاده از رسانه‌هایی که این طور نیستند (برای مثال، ویدئو، موسیقی و خواندن) ارتباط داشت. به ویژه، استفاده از ویدئو به شدت، با شاخص‌های بهزیستی اجتماعی منفی همراه بود. رسانه‌های چند وظیفه‌ای نیز با شاخص‌های منفی اجتماعی همراه بودند. در مقابل، ارتباط چهره به چهره به شدت با بهزیستی اجتماعی مثبت، همراه بود. مالکیت تلفن همراه و داشتن یک تلویزیون یا کامپیوتر در اتاق

شخصی، ارتباط مستقیم کمی با بهزیستی اجتماعی هیجانی کودکان داشت. برای یافتن علل احتمالی این روابط، اجرای طرح‌های پژوهشی برای مشخص ساختن علّت، و پیامدهای احتمالی چنین یافته‌هایی برای بهزیستی اجتماعی نوجوانان کم سن تر، الزامی است.

Reich, S. M., Subrahmanyam, K., & Espinoza, G. (2012). Friending, IMing, and hanging out face-to-face: Overlap in adolescents' online and offline social networks. *Developmental Psychology, 48*(2), 356-368.

دوست یابی، معرفی خود و دیدار چهره به چهره: همپوشی شبکه‌های اجتماعی آنلاین و آفلاین در نوجوانان

رویارویی با بسیاری از مسائل جدید و مهم تحولی در دوران نوجوانی صورت می‌پذیرد، به ویژه در حال حاضر که استفاده از اینترنت به طور فزاینده همگانی شده است. بررسی‌ها نشان داده‌اند که نوجوانان از این فضاهای آنلاین برای پرداختن به مسائل تحولی، به ویژه نیاز به صمیمیت و ارتباط با دیگران استفاده می‌کنند. ارتباط آنلاین با توانایی بالقوه خود برای برقراری ارتباط با افراد ناشناس، ممکن است نوجوانان را در معرض خطر قرار دهد. دوستان و پنجاه و یک دانش آموز دبیرستانی یک پرسشنامه زمینه‌یابی را در مورد خود کامل کردند و ۱۲۶ نفر از همین شرکت‌کنندگان، یک پرسشنامه دیگر آنلاین را درباره چگونگی و چرایی استفاده از اینترنت، فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مانند فیس بوک، مای اسپیس، دلایل مشارکت در این شبکه‌ها، و درک آنها از تأثیر این فضاهای آنلاین بر روابط دوستانه، تکمیل کردند. برای بررسی میزان همپوشی بین دوستان آنلاین و آفلاین، از شرکت‌کنندگان خواسته شد تا فهرستی از اسامی دوستانی که با آنان به صورت آفلاین و آنلاین، بسیار در تعامل‌اند تهیه کنند. نتایج حاصل از این بررسی نشان داد که نوجوانان به طور عمده از سایت‌های شبکه‌های اجتماعی برای ارتباط با دیگران، به ویژه با افراد شناخته شده از طریق زمینه‌های آفلاین استفاده می‌کنند. به رغم آن که نوجوانان میزان نظارت والدین خود را کم گزارش کرده بودند، شواهدی مبنی بر آن که آنان خود را در معرض خطر برقراری ارتباط با افراد ناشناس قرار دهند، یافت نشد. در مقابل، به نظر می‌رسد نوجوانان از اینترنت، به ویژه شبکه‌های اجتماعی، برای ارتباط با افراد آشنا استفاده می‌کنند. در واقع این بررسی نشان داد که صمیمی‌ترین دوستان آنلاین نوجوانان همان دوستان آفلاین آنان هستند و نوجوانان از زمینه‌های آنلاین برای تقویت روابط آفلاین استفاده می‌کنند.

Smahel, D., Brown, B., & Blinka, L. (2012). Associations between online friendship and Internet addiction among adolescents and emerging adults. *Developmental Psychology, 48*(2), 381-388.

مشارکت بین دوستی آنلاین و اعتیاد به اینترنت در میان نوجوانان و بزرگسالان

در دهه گذشته شاهد افزایش چشمگیر تعداد جوانانی که از اینترنت، به ویژه برای برقراری ارتباط با همسالان استفاده می‌کنند، بوده‌ایم. فعالیت‌های آنلاین می‌تواند به گسترش و تقویت شبکه‌های اجتماعی نوجوانان و بزرگسالان کمک کند (سمائل و سابرامانیام، ۲۰۱۱) اما خطر اعتیاد به اینترنت را نیز افزایش می‌دهد. با استفاده از چهارچوب به دست آمده از گریفیث (۲۰۰۰)، این پژوهش با هدف شناخت ارتباط بین دوستی آنلاین و اعتیاد به اینترنت در نمونه‌ای ($N=394$) از جوانان چک ۱۲-۲۶ سال ($M=18/58$) صورت گرفت. سه روی آورد متفاوت نسبت به دوستی، براساس درصد نسبی مشارکت در شبکه‌های دوستی آنلاین و آفلاین شرکت‌کنندگان، شناسایی شدند: منحصراً آنلاین، چهره به چهره و اینترنتی. میزان اعتیاد به اینترنت بر مبنای سن و جنس متفاوت نبود، بلکه با سبک‌های ارتباطی، زمان صرف شده در اینترنت و روی آوردهای دوستی، ارتباط داشت. این بررسی نشان داد که احتمالاً ارتباط بین اعتیاد به اینترنت و روی آوردهای دوستی متقابل است به گونه‌ای که جهت‌گیری نسبت به داشتن دوستان آنلاین، ترجیح ارتباط آنلاین و صرف زمان بیشتر برای ارتباط آنلاین با افزایش خطر ابتلا به اعتیاد به اینترنت اتباط دارد. به عبارت دیگر، یک تبیین علی جایگزین مبنی بر این که اعتیاد به اینترنت و ترجیح ارتباط آنلاین، تمایل جوانان را به جست و جوی دوستی با افرادی که آنلاین ملاقات می‌کنند، تقویت می‌کند.

ترجمه زهره صیادپور

دانشگاه آزاد اسلامی
واحد تهران جنوب