



مرکز مطالعات و تحقیقات
روانشناسی اسلامی

نگاهی به آثار شبکه‌های اجتماعی

بر سلامت روانی و شناختی کاربران

پژوهشگران: فرخنده سادات بردانی، حمیده سلمان نژاد،
فریال اشجع، سید محمد مهدی فیروز آبادی





نگاهی به آثار شبکه‌های اجتماعی بر سلامت روانی و شناختی کاربران

پژوهشگران

فرخنده سادات یزدانی

فاطمه اشجع

حمیده مسلمان نژاد

سید محمد مهدی فیروزآبادی

۱۴۰۰

عنوان	:	نگاهی به آثار شبکه‌های اجتماعی بر سلامت روانی و شناختی کاربران
مشخصات نشر	:	تهران: پژوهشگاه فضای مجازی، ۱۴۰۱.
مشخصات ظاهری	:	۳۱۲ ص.: مصور (رنگی)، جدول، نمودار (رنگی).
شابک	:	۹۷۸-۶۲۲-۹۷۷۰۰-۸-۵
وضعیت فهرست نویسی:	:	فیبا
یادداشت	:	پژوهشگران فرخنده سادات یزدانی، حمیده مسلمان‌نژاد، فاطمه اشجع، سیدمحمد مهدی فیروزآبادی.
یادداشت	:	واژنامه.
یادداشت	:	کتابنامه.
موضوع	:	شبکه‌های اجتماعی پیوسته -- ایران -- جنبه‌های روان‌شناسی -- نمونه‌پژوهی
موضوع	:	-- Psychological aspects -- Case studies Online social networks -- Iran
موضوع	:	بهداشت روانی اجتماع‌نگر -- ایران -- نمونه‌پژوهی
موضوع	:	Community mental health services -- Iran -- Case studies
موضوع	:	بهداشت روانی -- ایران -- نمونه‌پژوهی
موضوع	:	Mental health -- Iran -- Case studies
شناسه افزوده	:	یزدانی، فرخنده سادات، ۱۳۶۵ -
رده بندی کنگره	:	۷۴۲HM
رده بندی دیویی	:	۲۳۱۰۹۵۵/۳۰۲
شماره کتابشناسی ملی:	:	۸۸۳۷۴۲۶

فهرست مطالب

۱۱	مقدمه
فصل اول: عواطف واقعی در دنیای مجازی: تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر هیجان‌ها	
۱۹	مقدمه و اهمیت مطالعه
۲۰	تعریف مفاهیم
۲۰	هیجان‌ها
۲۲	هیجان‌های مجازی
۲۳	بهبودی
۲۴	رضایت از زندگی
۲۴	یافته‌ها و بحث
۲۴	ترس از جرم و فضای مجازی
۲۶	ترس از جا ماندن
۳۰	حسادت و فضای مجازی
۳۵	سرایت هیجانی
۳۹	بهبودی ذهنی و فضای مجازی
۵۱	رضایت از زندگی و فضای مجازی
۵۲	شادی و فضای مجازی
۵۵	مطالعات ترکیبی از هیجان‌ها
۶۳	خلاصه و جمع‌بندی

۶۳	_____	ترس از جا ماندن
۶۴	_____	حسادت
۶۴	_____	سرایت هیجانی
۶۵	_____	بهزیستی
۶۷	_____	شادی
۶۸	_____	مطالعات ترکیبی
۶۹	_____	پیشنهادات پژوهشی
۷۱	_____	منابع

فصل دوم: انسان مضطرب عصر ارتباطات: تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر اضطراب و افسردگی

۸۳	_____	مقدمه و اهمیت مطالعه
۸۴	_____	واژگان کلیدی
۸۴	_____	تعریف مفاهیم
۸۴	_____	اضطراب
۸۴	_____	تفاوت ترس و اضطراب
۸۵	_____	اختلالات اضطرابی
۸۶	_____	اختلالات افسردگی
۸۸	_____	بررسی پژوهش‌ها
۸۸	_____	اضطراب و فضای مجازی
۱۰۳	_____	افسردگی و فضای مجازی
۱۱۷	_____	خلاصه و جمع‌بندی
۱۱۸	_____	اضطراب
۱۱۹	_____	افسردگی
۱۲۱	_____	پیشنهادات پژوهشی
۱۲۵	_____	منابع

فصل سوم: پردازش اطلاعات و اشتغال ذهنی با فضای دیجیتال: تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر توجه، حافظه و یادگیری

۱۳۱	اهمیت و هدف مطالعه
۱۳۲	تعریف مفاهیم
۱۳۲	توجه
۱۳۲	اختلال نقص توجه - بیش‌فعالی
۱۳۳	حافظه
۱۳۳	حافظه کاری (فعال)
۱۳۳	یادگیری
۱۳۴	عملکرد تحصیلی
۱۳۴	بررسی پژوهش‌ها
۱۳۵	توجه و فضای مجازی
۱۳۷	اختلال نقص توجه - بیش‌فعالی و فضای مجازی
۱۴۱	حافظه و فضای مجازی
۱۴۸	یادگیری و فضای مجازی
۱۶۳	خلاصه و جمع‌بندی
۱۶۳	توجه
۱۶۵	حافظه
۱۶۵	یادگیری
۱۶۸	پیشنهادات پژوهشی
۱۷۱	منابع

فصل چهارم: تغییر در برابر عادت: تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر تصمیم‌گیری و رفتارهای اعتیادگونه

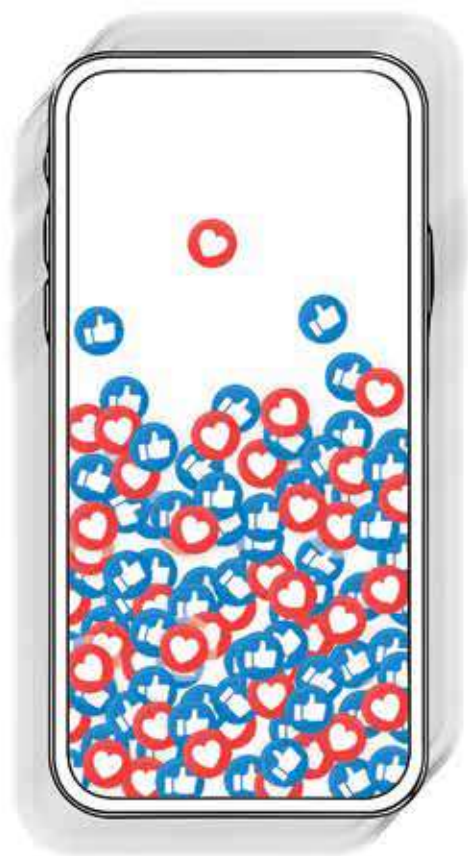
۱۷۷	مقدمه و اهمیت فصل
۱۷۷	واژگان کلیدی

۱۷۸	تعریف مفاهیم
۱۷۸	اعتماد به شبکه‌های اجتماعی و اینترنت
۱۷۸	استفاده مشکل دار از شبکه‌های اجتماعی
۱۷۹	رفتار تکانشی
۱۷۹	شخصیت
۱۸۰	مدل پنج عاملی شخصیت
۱۸۱	یافته‌ها و بحث
۱۸۱	شخصیت و اعتماد به شبکه‌های اجتماعی
۱۹۰	تکانشگری و فضای مجازی
۱۹۳	تصمیم‌گیری و فضای مجازی
۲۰۴	کاهش ارزش تعویقی و تصمیم‌گیری مخاطره‌آمیز
۲۰۶	رفتارهای پرخطر: قمار و فضای مجازی
۲۰۹	رفتارهای پرخطر: الکل‌سیسم
۲۱۴	رفتارهای پرخطر: رفتارهای جنسی
۲۲۰	رفتارهای پرخطر: خشونت جنسی
۲۲۳	خلاصه و جمع‌بندی
۲۲۳	شخصیت
۲۲۴	تکانشگری
۲۲۴	تصمیم‌گیری
۲۲۶	قمار
۲۲۷	الکل‌سیسم
۲۲۷	رفتارهای جنسی
۲۲۹	خشونت جنسی
۲۳۰	پیشنهادات پژوهشی
۲۳۵	منابع

فصل پنجم: آیا به اندازه کافی زیبا به نظر می‌رسیم؟: تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر تصویر بدنی و اختلالات روانی مرتبط با تغذیه

۲۴۳	مقدمه و اهمیت فصل
۲۴۳	واژگان کلیدی
۲۴۴	تعریف مفاهیم
۲۴۴	اختلالات خوردن
۲۴۴	تصویر بدنی
۲۴۵	چاقی
۲۴۵	اعتماد به خوردن
۲۴۵	یافته‌ها و بحث
۲۴۶	اختلالات خوردن و اثرات منفی فضای مجازی
۲۴۸	بی‌اشتهایی عصبی (آنورکسیا) و اثرات منفی فضای مجازی
۲۴۹	وسواس تغذیه سالم (اورتورکسیا) و اثرات منفی فضای مجازی
۲۵۰	رفتارهای تغذیه و نقش تأثیرگذاران فضای مجازی
۲۵۵	تصویر بدنی و فضای مجازی
۲۶۶	اثرات مثبت فضای مجازی
۲۷۰	پژوهش‌های کاربردی
۲۷۴	خلاصه و جمع‌بندی
۲۷۴	رفتارها و اختلالات خوردن
۲۷۵	تصویر بدنی
۲۷۶	تأثیرات مثبت شبکه‌های مجازی
۲۷۷	مطالعات کاربردی
۲۷۸	پیشنهادات پژوهشی
۲۷۹	منابع
۲۸۵	پیوست‌ها
۲۹۹	واژه نامه

مقدمه



در مدت زمانی کمتر از دو دهه و با سرعتی شگرف، شبکه‌های اجتماعی در بستر اینترنت، به یکی از پر مخاطب‌ترین و تأثیرگذارترین رسانه‌های عصر ما بدل شده است. امروزه، رسانه‌های سنتی^۱ — همچون روزنامه‌ها و نشریات چاپی^۲، رادیو، تلویزیون و غیره — با وجود پیشینه تاریخی غنی‌تر، در رقابت خود با رسانه‌های دیجیتال و خصوصاً شبکه‌های اجتماعی بر سر جلب اقبال عمومی، میدان را باخته‌اند؛ به این معنی که اکثر کاربران، زمان بیشتری را به نسبت رسانه‌های دیگر، در این پلتفرم‌های نوظهور سپری می‌کنند. بر این اساس، حوزه تأثیرگذاری و نفوذ رسانه‌های دیجیتال بر ابعاد مختلف زندگی بشر مرتباً افزایش یافته. نیز به همین دلیل است که گروه‌های مختلف در حالی که به خوبی متوجه این ظرفیت شده‌اند، به منظور بهره‌برداری از این فرصت تلاش می‌کنند. فعالیت نظام‌های سیاسی به منظور نفوذ و تأمین اهداف خود از طریق رسانه‌های اجتماعی، تلاش گروه‌های متعدد فرهنگی و اجتماعی جهت گسترش خود بین طیف‌های گوناگون، و نیز ظهور خیل عظیم کسب و کارهای حوزه شبکه‌های اجتماعی، نشان‌دهنده کوششی است که به منظور استفاده از بستر شبکه‌های اجتماعی جهت تأثیرگذاری بر مخاطبان صورت می‌گیرد.

پژوهش‌ها و مطالعات بسیاری در مورد استفاده از تأثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی در حوزه سیاست و اقتصاد صورت گرفته است که می‌تواند بیانگر آگاهی ارباب سیاست و صاحبان تجارت از

1. Traditional media

2. Printed newspapers and magazines

اهمیت و کارآمدی تأثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی دیجیتال در پیشبرد اهداف سیاسی یا درآمدزایی اقتصادی باشد^۱؛ باین وجود، آنچه به مراتب از اهمیت بیشتری برخوردار بوده اما متأسفانه به نسبت مورد غفلت واقع شده است، چگونگی اثرگذاری شبکه‌های اجتماعی بر سلامت روانی و شناختی کاربران می‌باشد. در عصر تکنولوژی و تبادل اطلاعات و نیز با توجه به تغییرات غیرقابل اجتناب سبک زندگی در دوران همه‌گیری کرونا، روند استفاده از شبکه‌های اجتماعی در جهان و هم‌چنین کشور ما شتاب بیشتری گرفته و ضرورت تحقیق در این موضوع را دوچندان کرده است.

بر این اساس، اثر حاضر به بررسی تفصیلی مطالعات حوزه اثرات استفاده از پلتفرم‌های اجتماعی بر مؤلفه‌های روان‌شناختی مانند شخصیت، هیجان‌ها و غیره، اختلالات روانی مانند افسردگی یا اختلالات اضطرابی و نیز فرایندهای شناختی چون حافظه، توجه و یادگیری می‌پردازد.

کتاب پیش رو در پنج فصل تهیه شده است. در ابتدای هر فصل، پس از مقدمه‌ای کوتاه و ذکر کلیدواژه‌های مرتبط با موضوع، در جهت بهره‌برداری مطلوب مخاطبان غیرمتخصص، برخی مفاهیم و اصطلاحات تخصصی مربوط، به اختصار توضیح داده شده است. هم‌چنین به منظور بهره‌مندی بیشتر مخاطبان متخصص و به‌ویژه پژوهشگران حوزه فضای مجازی، در بررسی مقالات تنها به ذکر نتایج بسنده نشده است. در واقع، سعی ما بر آن بوده که با ارائه دقیق ابتکارات و مقایسه روش‌های تحقیق و ابزارهای مورد استفاده اعم از تکالیف، پرسشنامه‌ها، روش‌های آماری و غیره، دیدگاهی موشکافانه و تخصصی‌تر برای استفاده مؤثر پژوهشگران فراهم آوریم. علاوه بر این، در انتهای هر فصل، قسمتی تحت عنوان «جمع‌بندی» تعریف شده است که شامل مقایسه یافته‌های پژوهش‌های ذکر شده و پیشنهادهایی در مسیر پژوهش‌های آتی می‌باشد. در خاتمه، پیوست کتاب شامل دو بخش است؛ پیوست اول شامل فهرستی از برخی گروه‌ها و پژوهشگران مطرح در این حوزه بوده و در پیوست دوم نیز برخی از پرسشنامه‌های پرتکرار در پژوهش‌ها ارائه شده است.

فصل اول، شامل بررسی تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر هیجان‌های کاربران می‌باشد. بی‌شک احساس رضایتمندی از زندگی و سلامت روانی انسان در گرو تنظیم هیجانی درست و

۱. برای مطالعه درباره گستره استفاده از رسانه‌های اجتماعی در پیشبرد اهداف سیاسی و فرهنگی به دو کتاب عملیات تأثیر (فیروزآبادی، ۲۰۲۱) و کتاب مجموعه مقالات با نام رسانه‌های اجتماعی و دموکراسی (پرلسلی و تاگر، انتشارات کمبریج ۲۰۲۰) مراجعه فرمایید. هر دو کتاب اخیراً توسط انتشارات مرکز ملی فضای مجازی منتشر شده و از طریق درگاه اینترنتی پژوهشگاه مرکز ملی در اختیار مخاطبان قرار گرفته است.

مدیریت عواطف است؛ درحالی که امروزه پلتفرم‌های اجتماعی به مثابه بنگاه‌های اقتصادی و با هدف درآمدزایی بیشتر، تلاش می‌کنند با برانگیزش هیجانی کاربران، آن‌ها را به سپری کردن هرچه بیشتر زمان خود در این پلتفرم‌ها ترغیب کنند. با این وصف، استفاده از شبکه‌های مجازی چگونه و تا چه حد بر هیجان و احساس کاربران اثر می‌گذارد؟ در این فصل، ارتباط استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر هیجان‌های پایه‌ای کاربران (مانند ترس و شادی) و مسئله مهم احساس بهزیستی و رضایت از زندگی بررسی می‌شود. در این میان، به برخی مقالات که اثر زنگ تفریح (ترک موقتی شبکه‌های اجتماعی) را مطالعه کرده‌اند نیز اشاره می‌گردد.

فصل دوم، به بحث در مورد این پرسش می‌پردازد که آیا استفاده از شبکه‌های اجتماعی با شایع‌ترین اختلالات روان‌شناختی، یعنی اضطراب و افسردگی، ارتباط دارد؟ با وجود این که پژوهش‌ها در این زمینه نتایج همگونی نشان نمی‌دهند، تحلیل مطالعات متعدد در جهت روشن شدن ابعاد مختلف این پدیده به ما کمک می‌کند؛ به عبارت دیگر، ما در این بخش سعی داریم با بررسی متغیرهای تکمیلی چون مشخصه‌های جمعیت‌شناختی (مثلاً سن و جنس) یا سبک استفاده از شبکه‌های اجتماعی و متغیرهای میانجی مانند مقایسه‌های اجتماعی، کیفیت خواب، ترس از دست دادن و غیره، به درک این رابطه پیچیده یک گام نزدیک‌تر شویم.

فصل سوم کتاب، در مورد اثرات استفاده از پلتفرم‌ها بر یادگیری، حافظه و توجه می‌باشد. پژوهش‌ها نشان می‌دهد نوجوانان و جوانان که در سنین اوج توانایی یادگیری خود قرار دارند، با فناوری نوظهور شبکه‌های اجتماعی انس گرفته‌اند و به نسبت دیگر گروه‌های سنی، زمان بیشتری را به استفاده از شبکه‌های اجتماعی اختصاص می‌دهند. توانمندی‌ها و اندوخته دانشی که انسان به واسطه یادگیری در طول عمر خود کسب می‌کند، نقش حیاتی در کارآمدی و بهزیستی او در طول عمر دارد؛ بنابراین همین مسئله می‌تواند از علل اصلی اهمیت بررسی اثر شبکه‌های اجتماعی بر این فرایند خصوصاً در طیف سنی نوجوان و جوان— قلمداد شود. از طرف دیگر، حافظه و توجه که خود از مهم‌ترین کارکردهای شناختی انسان می‌باشند، تأثیر بسیار زیادی در فرایند یادگیری نیز دارند؛ چنانکه بسیاری از پژوهش‌های این حوزه، تأثیر رسانه‌ها بر انواع توجه و حافظه را به عنوان میانجی در این رابطه بررسی کرده‌اند.

در فصل چهارم، به بحث پیرامون این پرسش پرداخته می‌شود که آیا استفاده زیاد از شبکه‌های اجتماعی و افزایش وابستگی به آن‌ها می‌تواند حالتی اعتیادگونه پیدا کرده، جریان معمول زندگی فرد را با اختلال روبه‌رو کند؟ در این خصوص، ابتدا تعاریف علمی و نشانگان رفتاری اعتیاد بررسی می‌شود. سپس، با بهره‌گیری از مطالعات متعدد این حوزه، میزان شیوع این پدیده و عوامل همبسته یا علل آن واکاوی خواهد شد. شایان ذکر است در پژوهش‌های بسیاری که در این فصل به آن‌ها اشاره خواهد شد، نقش مؤلفه‌های شناختی و رفتاری در ارتباط با بروز وابستگی‌های مشکل‌زا در شبکه‌های اجتماعی بررسی شده است؛ مانند مؤلفه‌های مدل شخصیت، هیجان‌هایی مانند ترس از جا ماندن، برخی از مؤلفه‌های شناختی مانند مدل تصمیم‌گیری، سیستم ارزیابی پاداش و کنترل تکانه و حتی تفاوت‌ها در ساختار مغز (مثلاً در قشر خاکستری اینسولا). هم‌چنین در فصل چهارم، برخی مصادیق رفتارهای مشکل‌زا (مانند اعتیاد به الکل، خشونت و آزار جنسی، قمار آنلاین و مشکلات تعاملی زوجها) و ارتباط متقابل آن‌ها با استفاده از شبکه‌های اجتماعی بررسی شده است.

در فصل پنجم، مسئله تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر عادات تغذیه و تصویر مطلوب بدن مورد بحث قرار خواهد گرفت. به دلیل حجم عظیم محتوای تولید شده در این حوزه، فراوانی تأثیرگذاران (اینفلوئنسرهای) حوزه تغذیه و تأثیرگذارانی که مبلغ فرم‌های بدنی خاصی هستند، شبکه‌های اجتماعی در این زمینه تأثیر شگرفی بر ادراک و شناخت و در نتیجه سلامت روان و جسم کاربران داشته‌اند. بر همین اساس و به دلیل اهمیت بالای این موضوع، در فصل آخر به صورت مجزا و مفصل، به بحث پیرامون آن پرداخته شده است.

روش اجرای پژوهش

پس از گزینش عناوین و در بدو امر، کلیدواژه‌های مرتبط با هر موضوع انتخاب شدند. پس از جست‌وجوی اولیه کلیدواژه‌ها در پایگاه داده‌های پژوهشی مانند PubMed و Google Scholar، از میان تعداد پرشمار مقالات بیش از ۲۰۰۰ مطالعه پژوهشی با در نظر گرفتن نکات زیر، فرایند گزینش پژوهش‌ها اجرا شده و در نهایت نتایج بیش از ۲۸۰ پژوهش در اثر حاضر مورد بررسی قرار گرفتند.

• از آنجاکه در بسیاری از موارد پژوهش‌ها در موضوع، روشمندی و یافته‌های پژوهش شباهت زیادی داشته‌اند، از میان پژوهش‌های مشابه، پژوهش‌های که اعتبار بیشتری دارند در اولویت قرار گرفته‌اند و موارد تکراری حذف شده‌اند. برخی از ملاحظات که در بررسی اعتبار پژوهش‌ها در نظر گرفته شده عبارت است از:

اول: اعتبار و شناخته‌شده بودن پژوهشگران (بر اساس معیارهایی چون نمایه h -index پژوهشگر و همین‌طور اعتبار مراکز پژوهشی مرتبط با آنان)، دوم: اعتبار ناشر پژوهش (برای مثال با بررسی نمایه $impact$ -factor ناشر)، و سوم: تعداد ارجاع‌ها به پژوهش مورد بررسی از زمان انتشار آن (که معیار مناسبی از میزان اقبال جامعه علمی به یافته‌ها و روش یک پژوهش می‌باشد).
• در موارد متعددی مشاهده می‌شود که یافته‌های پژوهش‌ها حداقل در نگاه اول، همگون نبوده و حتی در بعضی موارد در تضاد با یکدیگر هستند. به عنوان مثال در بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی با احساس بهزیستی، در برخی پژوهش‌ها نتایج همبستگی منفی، برخی دیگر مثبت و یا حتی عدم همبستگی را نشان می‌دهند. در فرایند گزینش، به آن دسته از مطالعاتی که یافته‌های متفاوتی دارند نیز اشاره شده است. در واقع، با مقایسه این پژوهش‌ها نشان داده‌ایم که در بسیاری از موارد عدم انطباق یافته‌ها احتمالاً ناشی از تفاوت در ابزارها و روش‌های پژوهش، گوناگونی در جوامع هدف و مشخصه‌های آن‌ها چون سن، فرهنگ، سبک استفاده از شبکه‌های اجتماعی و غیره می‌باشد.

• یکی از موارد تأثیرگذار در تفاوت یافته‌ها، مؤلفه‌های فرهنگی و قومیتی می‌باشد. این تفاوت‌ها علاوه بر آنکه اثر خود را در عادت‌های رفتاری و شخصیتی بروز می‌دهند، در سبک استفاده از شبکه‌های اجتماعی نیز مؤثر هستند. به عنوان مثال، رفتار و رویکرد استفاده مردم ایران و ترکیه در استفاده از شبکه فیس‌بوک یا توییتر تفاوت دارد.

با توجه به رسالت گروه‌های پژوهشی در داخل کشور برای بررسی اثرات پلتفرم‌ها بر جامعه ایرانی، در تهیه این اثر محدود مطالعاتی که با هدف جامعه کاربران ایرانی انجام شده است ذکر گردیده است. همچنین در موارد متعدد به پژوهش‌هایی که جامعه هدف آن‌ها با جامعه ایرانی

قربان جغرافیایی یا فرهنگی دارند، مانند کاربران شبکه‌های اجتماعی در عربستان، ترکیه یا مالزی، با اولویت پرداخته شده‌است.

در نهایت ذکر یک نکته بسیار ضروری به نظر می‌رسد. در تمامی موضوعات مورد بررسی در این کتاب، پژوهش‌ها نشان می‌دهد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند هم‌زمان اثرات مثبت و نیز اثرات منفی بر ابعاد مختلف شناختی و روانی کاربران داشته باشد. به عنوان مثال در حوزه یادگیری، گرچه استفاده از پلتفرم‌ها با نقص در عملکرد حافظه و توجه و نهایتاً ضعف در یادگیری همراه می‌شود، در عین حال از طریق افزایش یادگیری مشارکتی در ارتقای آن نیز مؤثر است. هم‌چنین در بحث هیجان، با وجود اینکه استفاده از شبکه‌های اجتماعی از طریق دامن زدن به اضطراب و برخی از ترس‌ها اثری منفی بر سلامت روان کاربران می‌گذارد، هم‌زمان از طریق افزایش حمایت اجتماعی در برخی دیگر کاربران تأثیر مثبتی را نشان می‌دهد.

این مسئله از آن جهت حائز اهمیت است که نشان می‌دهد در مواجهه با شبکه‌های اجتماعی، مانند هر دستاورد دیگر بشری، با در نظر گرفتن گوناگونی ابعاد اثرگذاری بر روان و شناخت کاربران و رعایت برخی توصیه‌های رفتاری در استفاده از این شبکه‌ها، می‌توان در عین اجتناب از آسیب‌های احتمالی از مواهب این فناوری بیشتر بهره‌مند گشت.

با در نظر گرفتن آنچه که در ضرورت اجرای تحقیقات بومی اشاره شد، امید می‌رود اثر حاضر زمینه‌ساز مناسبی برای گسترش تحقیقات در زمینه شناخت اثرات شبکه‌های اجتماعی بر روان و شناخت کاربران ایرانی داشته باشد. پژوهشگاه فضای مجازی در راستای ایفای رسالت خود در واکاوی و پژوهش در حیطه پدیده‌های مرتبط با حوزه فضای مجازی و علوم شناختی، از حمایت و مشارکت در اجرای پژوهش‌های مرتبط به این حوزه استقبال می‌نماید.

در پایان بر خود واجب می‌دانیم که از جناب دکتر سعید صادقی به سبب نظارت علمی بر این اثر و حمایت‌ها و مشاوره‌های جناب دکتر کلانتری و همکاری برادرانه جناب دکتر حسین مطلبی کمال تشکر را داشته باشیم.

فصل اول

عواطف واقعی در دنیای مجازی

تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر هیجان‌ها



مقدمه و اهمیت مطالعه

روان‌شناسی با بهره‌گیری از ارزیابی هیجانی و جست‌وجوی ریشه‌های عواطف در لایه‌های عمیق‌تر روان، و نیز علوم شناختی با توجه به فرایندهای شناختی مرتبط و دخیل در سطوح مختلف، در صدد تبیین پیچیدگی حالات هیجانی و عاطفی انسان برآمده‌اند. بی‌شک زیست‌رضایتمندانه و سلامت روانی انسان در گرو آگاهی هیجانی و تنظیم عواطف قرار دارد. با توجه به گسترش روزافزون فعالیت افراد در شبکه‌های اجتماعی مختلف و دریافت حجم وسیعی از اطلاعات (مانند اخبار و پیام‌هایی با محتوای احساسی)، می‌توان این فناوری را از منابع مهم اثرگذار بر وضعیت هیجانی انسان در عصر حاضر—چه در کوتاه مدت و چه بلند مدت—قلمداد کرد؛ چراکه ارتباط اجتماعی به عنوان عنصر اساسی این شبکه‌ها، از زمینه‌های اصلی ظهور و بروز هیجان می‌باشد.

طبق منوال کتاب حاضر، پس از جست‌وجو در میان مطالعات مربوط به کلیدواژه‌های انتخابی و طی مراحل گزینش پژوهش‌ها، درنهایت ۴۸ مطالعه جهت بررسی در فصل اول انتخاب شدند. بنابراین، در این بخش به مرور و تحلیل پژوهش‌های مرتبط با اثر استفاده از شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی بر هیجان‌هایی از قبیل غم، شادی، بهزیستی، رضایت از زندگی، ترس و حسادت

خواهیم پرداخت.

واژگان کلیدی

Anger, Disgust, Envy, Facebook, Fear, Happiness, Judgment, Life Satisfaction, Loneliness, Sadness, Surprise, Social media, Social networks, Twitter, Well-being

تعریف مفاهیم

در وهله اول، تعاریف اصطلاحات ذکر شده در این فصل همچون هیجان و انواع آن، بهزیستی و رضایت از زندگی را به اختصار بررسی می‌کنیم.

پیش از شروع، ذکر یک نکته ضروری به نظر می‌رسد و آن اینکه، گرچه رسانه‌های اجتماعی (social media) با شبکه‌های اجتماعی (social networking sites) متمایز هستند، این تمایز در ادبیات پژوهشی چندان به چشم نمی‌خورد؛ لذا با وجود اینکه در ترجمه دقت لازم به عمل آمده است، این دو اصطلاح ممکن است به جای یکدیگر به کار رفته باشند (هم‌چنین اصطلاح رسانه‌های دیجیتال نیز معادل در نظر گرفته شده است).

هیجان‌ها^۱

هیجان‌ها، پاسخ‌های کوتاه‌مدت احساسی^۲، هدفمند، ابرازگر و بدنی هستند که به ما کمک می‌کنند تا با فرصت‌ها و چالش‌هایی که در طول وقایع مهم زندگی مان با آن‌ها روبرو هستیم، سازگار شویم (ریو^۳، ۲۰۱۷) هیجان‌ها چندبعدی هستند و به‌عنوان پدیده‌های درونی و

۱. در اینجا، ذکر تفاوت چند اصطلاح نزدیک در این حوزه و معادل برگزیده آن‌ها در زبان فارسی (و نیز کتاب پیش رو) ضروری به نظر می‌رسد:
 - «sensation» به فرایند یا تجربه دریافتن از طریق حواس پنج‌گانه گفته می‌شود (دیکشنری تخصصی انجمن روان‌شناسی آمریکا، ۲۰۲۰). در فارسی به «حس» یا «احساس» نیز برگردانده شده است.
 - «emotion»، الگوی واکنش پیچیده‌ای شامل مؤلفه‌های تجربه، رفتار و زیستی است که معمولاً شامل احساسات (feelings) می‌شود اما با آن تفاوت دارد (دیکشنری تخصصی انجمن روان‌شناسی آمریکا، ۲۰۲۰). معادل این واژه در زبان فارسی، «هیجان» می‌باشد اما تحت عنوان «عاطفه» نیز ترجمه می‌شود.
 - «feeling»، تجربه‌ای پدیداری و شخصی است و از این جهت با هیجان متمایز می‌شود که برخلاف ویژگی تعاملی هیجان با دنیای بیرونی، کاملاً ذهنی و درونی می‌باشد (دیکشنری تخصصی انجمن روان‌شناسی آمریکا، ۲۰۲۰). هم‌چنین برگردان فارسی این واژه، «احساسات» است.
 - «affect» به هر تجربه هیجانی یا احساسی (feeling) گفته می‌شود، اصطلاحی کلی است و معمولاً با «مثبت» یا «منفی» توصیف می‌شود (دیکشنری تخصصی انجمن روان‌شناسی آمریکا، ۲۰۲۰). در زبان فارسی به «عاطفه» ترجمه شده است و از آن با عنوان عاطفه مثبت یا عاطفه منفی در مقابل «خلق» (mood) مثبت یا منفی استفاده می‌شود. خلق، حالت پایدار، عمیق و معمولاً کم‌شدت‌تر عاطفه می‌باشد.
 در این کتاب، برای واژه emotions از معادل «هیجان‌ها» و «عواطف» و برای واژه (feelings) از معادل «احساسات» استفاده شده است (مترجم).

زیستی، هدفمند و ابرازگر شناخته می‌شوند (ماوس^۱ و همکاران، ۲۰۰۵). تا حدی، هیجان‌ها، حالت‌های احساسی هستند، زیرا منجر به تجربه احساسی خاصی مانند عصبانیت یا شادی می‌شوند؛ همچنین واکنش‌های زیستی نیز به حساب می‌آیند (سیستم‌های پاسخ‌دهنده آماده کننده انرژی^۲، که بدن را برای سازگاری با موقعیت آماده می‌کنند). هیجان‌ها، عواملی معطوف به هدفاند، دقیقاً مانند گرسنگی که هدفمند است و انگیزه‌هایی برای عمل ایجاد می‌کند. به عنوان مثال، خشم برای انجام اموری ایجاد انگیزه می‌کند که در غیر این حالت، احتمالاً انجامشان نمی‌دهیم، مانند جنگ با دشمن یا اعتراض به بی‌عدالتی. بعلاوه، هیجان‌ها پدیده‌های ابرازگر اجتماعی هستند. وقتی هیجانی هستیم، سیگنال‌های قابل تشخیص چهره‌ای، بدنی و صوتی ارسال می‌کنیم که کیفیت و شدت هیجان‌های ما را به دیگران منتقل می‌کند (ریو، ۲۰۱۷).

در پاسخ به این سؤال که چند هیجان وجود دارد، دیدگاه‌های مختلفی ارائه شده است. طبق یک دیدگاه، هیجان‌های اصلی را می‌توان به صورت مدارهای مغزی زیر قشری در نظر گرفت که ریشه در سازگاری تکاملی با امور زندگی داشته و با احساسات، ابرازها، آمادگی‌های جسمانی و انگیزه‌های گرایش به عمل، ارتباط خودکار دارند. بر این اساس، شش هیجان اصلی عبارت‌اند از: علاقه، شادی، غم، خشم، نفرت، و ترس (ایزارد^۳، ۲۰۰۷، ۲۰۱۱).

در ادامه به تعریف هیجان «ترس» و «حسادت» که نقش پرننگی در مطالعات مورد بررسی در این فصل دارند، می‌پردازیم:

ترس: ترس از تعبیر فرد درباره اینکه موقعیت، خطرناک و تهدیدی برای سلامت است، ناشی می‌شود. شایع‌ترین موقعیت‌هایی که ترس را برانگیخته می‌کنند، آن‌هایی هستند که از پیش‌بینی صدمه جسمی و روانی، آسیب‌پذیری نسبت به خطر، یا انتظار اینکه توانایی‌های مقابله‌ای فرد از پس شرایط برنخواهد آمد، سرچشمه می‌گیرند. هیجان ترس عمدتاً به درک آسیب‌پذیر بودن در برابر تهدید یا خطر مربوط می‌شود. بعلاوه، عامل تهدید در این هیجان قابل تشخیص است (ریو، ۲۰۱۷).

حسادت: حسادت یک تجربه مشترک انسانی (تای^۴ و همکاران، ۲۰۱۲) و یک احساس

1. Mauss
3. Izard

2. Energy-mobilizing response systems
4. Tai

پیچیده است (هیل^۱ و همکاران، ۲۰۱۱). به عنوان یک پدیده بین فردی، حسادت فقط در یک محیط اجتماعی پدیدار می شود (به عنوان مثال هارلی و وینر^۲، ۲۰۰۲). دانشمندان اتفاق نظر دارند که حسادت با یک مقایسه اجتماعی روبه بالا و ناخوشایند آغاز می شود (به عنوان مثال دل پریور^۳ و همکاران، ۲۰۱۲). حسادت کسی را هدف قرار می دهد که از لحاظ خصوصیات زمینه‌ای قابل مقایسه و مشابه با شخص حسود باشد (اسمیت^۴، ۲۰۰۴) و بنابراین اغلب اوقات، در پاسخ به سایر افراد هم جنس در مقایسه با جنس مخالف تجربه می شود. (به عنوان مثال هیل و همکاران، ۲۰۱۱) این مقایسه باید در حوزه ارتباط شخصی صورت گیرد (به عنوان مثال اسمیت و کیم^۵، ۲۰۰۷)، اما می تواند طیف وسیعی از موضوعات را هدف قرار دهد، از جمله شهرت، موقعیت اجتماعی، ویژگی‌ها، دستاوردها، موفقیت، خوشبختی یا دارایی فرد دیگر (دافی^۶ و همکاران، ۲۰۱۲).

به طور خلاصه، برای وقوع حسادت، فرد باید در فرایند مقایسه کردن خود با یک شخص (یا گروهی از افراد) مشابه اما به نظر برتر در حوزه‌ای مربوط به خودش درگیر شود. حسادت، که اغلب به عنوان یک تهدید اجتماعی تلقی می گردد (وکیو^۷، ۲۰۰۰)، ناخوشایند و حتی گاهی اوقات دردناک توصیف می شود (دل پریور و همکاران، ۲۰۱۲؛ تای و همکاران، ۲۰۱۲). این تجربه، شامل ترکیبی از احساسات است که شامل حقارت، رنجش، خصومت، بدخواهی و پرخاشگری نسبت به شخص مورد حسد است. به دلیل این ترکیب، حسادت با یک حالت عاطفی منحصر به فرد یا یک حالت چهره‌ای واضح و مشخص همراه نیست (هیل و همکاران، ۲۰۱۱).

هیجان‌های مجازی^۸

هیجان‌های مجازی، به فرایندهای عاطفی در شبکه‌های اجتماعی مربوط می شود و شامل ارتباطات با واسطه‌ای است که تحت تأثیر حالات هیجانی افراد قرار دارند و به نوبه خود ممکن است منجر به فراخوانی^۹ یا تعدیل^{۱۰} حالات هیجانی افراد در شبکه‌ها و در نتیجه تغییر حالت جامعه الکترونیکی به عنوان یک کل شود (هالیست^{۱۱}، ۲۰۱۶).

1. Hill
4. Smith
7. Vecchio
10. Modulation

2. Hareli & Weiner
5. Kim
8. Cyberemotions
11. Holyst

3. DelPriore
6. Duffy
9. Elicitation

هیجان‌ها به‌ندرت در انزوای اجتماعی تجربه می‌شوند؛ بلکه تجربه عاطفی، فرایند اجتماعی مهمی را تحریک و به‌طور مداوم تغذیه می‌کند. هر فرد تجربیات هیجانی خود را با دیگران به اشتراک می‌گذارد؛ کسانی که در مورد این تجربیات شنیده‌اند، به‌نوبه‌خود مردم اطراف خود را از آنچه شنیده‌اند آگاه می‌کنند. به‌این ترتیب، آن‌ها به‌طور هم‌زمان اطلاعات هیجانی، تأثیر هیجانی این اطلاعات و نیاز به اشتراک اطلاعات را به‌یک‌باره منتشر می‌کنند (هالیست، ۲۰۱۶). از نظر یک چهارچوب نظری، در پاسخ به این سؤال که چرا مردم اشتیاق دارند با انتشار افکار و هیجان‌های خود در شبکه‌های اجتماعی، خود را ابراز کنند، مفهوم اشتراک اجتماعی هیجان‌ها مطرح می‌شود. مطابق این رویکرد، انسان‌ها می‌بایست هیجان‌های خود را بیان کنند تا بتوانند معنی آن‌ها را درک کنند؛ به عنوان مثال «پس از یک رویداد هیجانی، از افراد انتظار می‌رود که به دنبال فرصت‌های اجتماعی برای بیان کلامی تجربه خود باشند» (ریمه^۲ و همکاران، ۱۹۹۸).

بهبزیستی:

ریف^۳ (۱۹۸۹) باور داشت که در پیشینه پژوهش تا آن دوران، نسبت به جنبه‌های مثبت کارکرد روانی غفلت شده و لازم است که در ادبیاتی دیگر، این جنبه‌ها بیشتر مدنظر واقع شود و به همین منظور پس از آن، مفهوم بهبزیستی روان‌شناختی را در حیطه روان‌شناسی مثبت‌گرا مطرح کرد. هم‌چنین بیسون^۴ (۲۰۰۸) معتقد است بهبزیستی نه فقط به معنای فقدان عوامل منفی، بلکه شامل عوامل مثبت است. در واقع از نظر او، بهبزیستی مفهومی نسبتاً وسیع است که به شرایط زندگی خوب و رضایت‌بخش اشاره دارد و حالتی است که با سلامتی، شادی و موفقیت توصیف می‌شود. گورل^۵ (۲۰۰۹) نیز معتقد است بهبزیستی به معنی «توانایی مشارکت فعال در کار و تفریح، ایجاد روابط معنی‌دار با دیگران، تجربه‌کردن هیجان‌های مثبت، گسترش حس خودمختاری و هدف‌زندگی و تجربه‌کردن احساسات مثبت» است. از نظر دینر و همکاران^۶ (۲۰۰۳)، بهبزیستی به معنی ارزیابی شناختی و عاطفی افراد از زندگی است؛ یعنی آنچه افراد عادی آن را شادی، صلح، شکوفا شدن و رضایت از زندگی می‌دانند. از طرف دیگر، کیز^۷ و همکاران (۲۰۰۲)،

1. Social sharing of emotions
4. Basson
7. Keyes

2. Rimé
5. Gürel

3. Ryff
6. Diener

- بهزیستی روان‌شناختی را دربرگیرنده ادراک تعامل با چالش‌های وجودی زندگی می‌دانند. می‌توان گفت به طور کلی بهزیستی روان‌شناختی، شامل چند مؤلفه مجزا است:
- پذیرش خود: شامل ارزیابی‌های مثبت فرد از خود و زندگی گذشته‌اش؛
 - رشد شخصی: حس تداوم رشد و توسعه یک فرد؛
 - زندگی هدفمند: اعتقاد به اینکه زندگی فرد هدفمند و معنی‌دار است؛
 - روابط مثبت با دیگران: داشتن روابط باکیفیت با دیگران؛
 - تسلط بر محیط: ظرفیت مدیریت مؤثر بر زندگی و جهان اطراف؛
- خودمختاری: احساس استقلال (ریف و کیز، ۱۹۹۵؛ به نقل از وحیدی و جعفری هرنیدی، ۱۳۹۶).

رضایت از زندگی^۱

رضایت از زندگی مفهومی است که در آن افراد عواطف، خلق^۲ و احساس خود را نسبت به مسیرها و گزینه‌هایشان برای آینده نشان می‌دهند (آنند^۳، ۲۰۱۶). رضایت از زندگی، یک معیار سنجش میزان بهزیستی از نظر خلق، رضایت از روابط، اهداف به‌دست‌آمده، خودپنداره‌ها و توانایی ادراک خود برای کنار آمدن با زندگی روزمره است. رضایت از زندگی به‌جای ارزیابی احساسات فعلی، شامل نگرشی مطلوب به زندگی فرد است و در رابطه با موقعیت اقتصادی، درجه تحصیلات، تجارب و تاب‌آوری^۴ اندازه‌گیری می‌شود (سرانو^۵ و همکاران، ۲۰۰۴).

یافته‌ها و بحث

در این بخش بر اساس تنوع موضوعی، به بیان یافته‌های مطالعات منتخب می‌پردازیم:

ترس از جرم^۶ و فضای مجازی

- نقش رسانه‌های سنتی، شبکه‌های اجتماعی و منابع اطلاعاتی جایگزین در مورد اخبار مربوط به جرم و ترس از خشونت، (ناسی^۷ و همکاران، ۲۰۲۱)
- از آنجاکه پوشش خبری خشونت در رسانه‌های مختلف بسیار گسترده شده است، این سؤال به

1. Life Satisfaction (LS)
4. Resilience
7. Näsi

2. Mood
5. Serrano

3. Anand
6. Fear of crime

وجود می‌آید که چگونه چشم‌انداز رسانه‌های مدرن، ترس از جرم و خشونت را تشدید می‌کند؟ رابطه بین دریافت اخبار مربوط به جرم و ترس از جرم در سطح عمومی ترس در دهه‌های اخیر مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. دیوید آلتاید^۱، یکی از مشهورترین محققان این زمینه، این‌گونه استدلال می‌کند که رسانه‌ها در ایجاد آنچه او به عنوان گفتمان ترس معرفی می‌کند، بسیار تأثیرگذار بوده‌اند (آلتاید، ۲۰۰۲). در هر صورت، آنچه تحقیقات موجود نیز نشان می‌دهد این است که ارتباط بین دریافت اخبار جرم و ترس از جرم لزوماً دارای رابطه مستقیم نیست، زیرا تأثیر دریافت خبر می‌تواند با عوامل متعدد دیگری مانند تجربه قبلی قربانی شدن، در تعامل باشد. واردمن^۲ (۲۰۱۷) بیان نموده است که ترس از جرم، به نوعی، در حال طی کردن فرایند دیجیتال سازی می‌باشد. در مطالعه‌ای بر روی دانشجویان امریکایی و کانادایی، کوم^۳ و همکاران (۲۰۱۲) ارتباطی بین استفاده از اینترنت به عنوان منبع اخبار مربوط به جرم و ترس از جرم پیدا نکردند، در حالی که اخبار تلویزیون محلی چنین تأثیری داشت. از طرف دیگر، اینتراویا^۴ و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهش خود نشان دادند استفاده کلی از شبکه‌های اجتماعی ارتباط معناداری با ترس از جرم دارد، در حالی که استفاده مرتبط با جرم از این شبکه‌ها، چنین ارتباط معناداری را نشان نمی‌دهد؛ بنابراین، محققان این یافته را به عنوان یافته‌ای گیج‌کننده در نظر گرفته‌اند (ناسی و همکاران، ۲۰۲۱).

در حالی که در تحقیقات گذشته در بررسی رابطه بین اخبار جرایم و ترس از جرم، به شدت بر نقش رسانه‌های سنتی تأکید شده است، ناسی و همکاران در سال ۲۰۲۱ با هدف ارائه چشم‌اندازی تازه، بخصوص در مورد تأثیر شبکه‌های اجتماعی، با بررسی ۶۲۰۱ نفر از مردم فنلاند در بازه سنی ۱۵ تا ۷۴ سال نشان دادند شبکه‌های اجتماعی به احتمال زیاد در افزایش ریسک ابتلا به ترس از خشونت نقش داشته‌اند. پاسخ‌دهندگانی که شبکه‌های اجتماعی را در رابطه با جرایم خشونت‌بار دنبال می‌کردند، در مقایسه با افرادی که تنها پیگیر رسانه‌های سنتی بودند، ۷٪ بیشتر احتمال داشت که ترس از خشونت خیابانی را گزارش کنند.

همچنین، نتایج نشان داد که هیچ ارتباطی بین میزان دریافت اخبار مربوط به جرائم

1. Altheide
3. Kohm

2. Wardman
4. Intravia

خشونت‌بار و رفتارهای اجتنابی وجود ندارد. از منظر علاقه‌مندی به اخبار جرایم خشونت‌بار، پاسخ‌دهندگان که علاقه زیادی به اخبار جرایم خشونت‌بار داشتند در مقایسه با پاسخ‌دهندگان با علاقه کم، ۵٪ بیشتر احتمال داشت رفتار اجتنابی گزارش دهند. این آمار نشان می‌دهد چرا با وجود کاهش قابل توجه جرم و جنایت در کشور فنلاند، ۷۰٪ از پاسخ‌دهندگان گزارش کردند که فکر می‌کنند خشونت در فنلاند طی چند سال گذشته، افزایش یافته است. به‌طور کلی، نتایج این پژوهش حاکی از ارتباط قدرتمند دنبال کردن اخبار جرایم خشونت‌بار با ترس از خشونت می‌باشد؛ درحالی‌که الگوی استفاده از شبکه‌های اجتماعی با رفتارهای اجتنابی مرتبط نیستند.

ترس از جا ماندن^۱

ترس از جا ماندن، به‌عنوان «تمایل فرد به ارتباط مستمر با کاری که دیگران انجام می‌دهند» و احساس نگرانی از اینکه دیگران بدون او در حال سپری کردن اوقات خوبی باشند، تعریف شده است (پرزبیلسکی^۲ و همکاران، ۲۰۱۳). به نظر می‌رسد این ترس، بیشتر ریشه در جنبه‌های اجتماعی و ادراک افراد از خود دارد که از طریق استفاده از شبکه‌های اجتماعی، مستقل از گروه سنی، تجربه می‌شود (بری ونگ^۳، ۲۰۲۰).

امروزه، ترس از جا ماندن، منشأ مشترک پریشانی بسیاری از افراد است. این ترس، با خلق منفی و به‌طورمعمول علائم اضطرابی همراه است (پرزبیلسکی و همکاران، ۲۰۱۳). هم‌چنین، نشان داده شده است که ترس از جا ماندن، استفاده از شبکه‌های اجتماعی و اعتیاد به آن را فراتر از ویژگی‌های شخصیتی و سبک دلبستگی پیش‌بینی می‌کند (بلک‌ول^۴ و همکاران، ۲۰۱۷). این ترس با اختلالات در زندگی روزمره، مانند حواس‌پرتی هنگام رانندگی، همراه است. ترس از جا ماندن، هم‌چنین به‌طور مداوم پیش‌بینی‌کننده اختلالات مرتبط با استفاده از اینترنت، تلفن‌های هوشمند و شبکه‌های اجتماعی بوده است (رازگنجوک^۵ و همکاران، ۲۰۲۰). نقص در تأمین نیازهای روان‌شناختی ممکن است باعث افزایش حساسیت افراد نسبت به ترس از جا ماندن شود که به نوبه خود ممکن است افراد را به سمت رسانه‌های اجتماعی سوق دهد، زیرا شبکه‌های

1. Fear of Missing Out (FoMO)
3. Barry & Wong
5. Rozgonjuk

2. Przybylski
4. Blackwell

اجتماعی می‌توانند یک ابزار خودتنظیمی برای تأمین نیازهای روان‌شناختی افراد فراهم کنند (پرزبیلسکی و همکاران، ۲۰۱۳).



By Luke Pearson. In the public domain.

علاوه‌براین، ترس از جا ماندن، با عوامل تأثیرگذار بر یادگیری همبسته است. سطح بالاتری از ترس از جا ماندن، با افزایش مزاحمت ناشی از اعلان‌های گوشی‌های هوشمند در ارتباط است که در نهایت می‌تواند منجر به رویکرد سطحی‌تر تحصیلی در بین دانشجویان شود. این فرضیه مطرح شده است که افراد با میزان بالاتر ترس از جا ماندن، ممکن است نسبت به اعلان‌ها گوش‌به‌زنگ‌تر باشند، و چون برخی از منابع توجه آن‌ها اشغال شده است، ممکن است باعث حواس‌پرتی بیشتر و تضعیف تمرکز شود (رزگنجوک و همکاران، ۲۰۱۹). همچنین، سطوح بالاتر ترس از جا ماندن با تأثیر بیشتر شبکه‌های اجتماعی بر زندگی روزمره و بهره‌وری شغلی همراه است. به همین ترتیب، ارتباط ترس از جا ماندن و کاهش بهره‌وری شغلی نیز توجیه می‌شود؛ چراکه ساختار ترس از جا ماندن خود، فراتر از دنیای آنلاین تعریف شده است؛ بنابراین، ممکن است حتی پرهیز

کامل از شبکه‌های اجتماعی لزوماً برای افزایش بهره‌وری کافی نباشد و ترس از جا ماندن فرد، به‌طور بالقوه مشکلاتی را در زندگی روزمره او ایجاد کند (رزگنجوک و همکاران، ۲۰۲۰). البته محدود کردن استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند ترس از جا ماندن را کاهش دهد (هانت^۱ و همکاران، ۲۰۱۸).

برخی مطالعات ارتباط بین ترس از جا ماندن و استرس را نیز گزارش کرده‌اند (جونز، ۲۰۱۴؛ بینز^۲ و همکاران، ۲۰۱۶). این ترس، با افزایش حساسیت نسبت به استرس ناشی از تجارب مورد غفلت واقع شدن^۳ و واکنش‌های منفی (مثلاً نظرات منفی) توسط دوستان آنلاین همراه است که در نهایت، تأثیر منفی بر سلامت عاطفی افراد خواهد گذاشت (فابریس^۴ و همکاران، ۲۰۲۰)، تا جایی که محققین، فیس‌بوک^۵ را احتمالاً یک بستر جدید استرس‌آور برای نوجوانان می‌دانند (فاکس و مورلند^۶، ۲۰۱۵).

- ترس از جا ماندن در نوجوانان و ارتباط آن با نیازهای اجتماعی نوجوانان بلژیکی، استفاده از فیس‌بوک و استرس مربوط به فیس‌بوک، (بینز و همکاران، ۲۰۱۶)

در مطالعه‌ای که بر روی ۴۰۲ نوجوان دبیرستانی در بلژیک انجام گرفت، نشان داده شد نیاز شدید به تعلق داشتن^۷ و نیاز به محبوبیت، با افزایش استفاده از فیس‌بوک^۸ همراه است. توضیحی که برای این رابطه ارائه شده، مربوط به ترس از جا ماندن در این نوجوانان است. در واقع، نیاز به تعلق و نیاز به محبوبیت در مجموع ۶۹٪ از واریانس ترس از جا ماندن را توضیح داد ($R^2=0.69$) و ترس از جا ماندن به‌طور قابل توجهی با استفاده از فیس‌بوک ارتباط داشت. نتیجه جالب توجه این بود که دریافت نکردن بازخورد از همسالان نیز بر سلامت روان نوجوانان تأثیر می‌گذارد؛ به بیان دیگر، عدم دریافت هرگونه نظر یا پسند^۹ از طرف دوستان در مورد پیام‌ها، تصاویر یا فیلم‌هایی که نوجوانان در فیس‌بوک ارسال می‌کنند، احساس استرس را در میان نوجوانان افزایش می‌دهد (بینز و همکاران، ۲۰۱۶).

1. Hunt
3. Neglect
5. Facebook

2. Jones, Beyens
4. Fabris
6. Fox & Moreland

۷. سنجیده شده با Need to Belong Scale (لیبری و همکاران، ۲۰۱۳)
۸. سنجیده شده با The Facebook Intensity Scale

9. Like

- ترس از جا ماندن و تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر زندگی روزمره و بهره‌وری در محل کار، (رزگنجوک و همکاران، ۲۰۲۰)

نتایج این مطالعه پیمایشی بر ۷۴۸ فرد در آلمان، نشانگر این بود که کاربران جوان‌تر شبکه‌های اجتماعی، علاوه بر کسب نمرات بالاتر در مقیاس‌های اختلال استفاده از تلفن هوشمند^۱ و تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر فعالیت‌های روزمره زندگی و بهره‌وری شغلی (سنجیده شده با پرسش مستقیم)، ترس از جا ماندن بیشتری نیز دارند. اما بر اساس نظر محققین، احتمالاً یک ویژگی زیربنایی مشترک این ارتباطات را به وجود آورده است که یکی از این صفات می‌تواند روان‌رنجورخویی^۲ باشد؛ چراکه طبق پیشینه پژوهشی می‌دانیم روان‌رنجورخویی با افزایش سن، کاهش می‌یابد.

- ترس از جا ماندن: پدیده‌ای مربوطه به نسل‌ها یا تفاوتی فردی؟، (بری و ونگ، ۲۰۲۰)

بری و ونگ در سال ۲۰۲۰، به مطالعه ۴۱۹ شرکت‌کننده متعلق به گروه‌های سنی ۱۴ تا ۱۷ ساله، ۲۴ تا ۲۷ ساله، ۳۴ تا ۳۷ ساله و ۴۴ تا ۴۷ ساله از سراسر ایالات متحده پرداختند. در این مطالعه از مقیاس‌های ترس از جا ماندن، عزت نفس روزنبرگ^۳، رضایت از زندگی^۴، خود شفقت‌ورزی^۵ و مقیاس احساس تنهایی UCLA^۶ استفاده شده است. بر اساس نتایج این پژوهش، به نظر نمی‌رسد ترس از جا ماندن مختص گروه سنی خاصی باشد. در عوض، می‌توان ترس از جا ماندن را در طیف سنی نوجوانی تا بزرگسالی در ارتباط با مولفه‌های ادراک از خود^۷ توضیح داد. به طور خاص، در میان گروه‌های سنی مختلف، داشتن عزت نفس پایین و خود شفقت‌ورزی^۸ کم و همچنین درجات بالایی از احساس تنهایی، هر کدام به ترس از جا ماندن مربوط بودند. بنابراین، احتمال بروز ترس از جا ماندن در میان افرادی که درباره خود مثبت فکر نمی‌کنند و یا مستقل از سن یا مرحله رشدی خود، احساس انزوای اجتماعی دارند، بیشتر است. البته، توالی زمانی این روابط می‌تواند معکوس باشد؛ به گونه‌ای که افراد با سطح بالایی از ترس از جا ماندن، متعاقباً احساس پریشانی فراگیری را تجربه کنند؛ مانند احساس تنهایی بیشتر، به همراه سطوح پایینی

1. German Short Smartphone Use Disorder Scale
3. Rosenberg
5. Self-compassion scale (SCS)
7. Self-perception

2. Neuroticism
4. Satisfaction With Life Scale (SWLS)
6. UCLA Loneliness Scale3- (UCLA3-)
8. Self-compassion

از عزت نفس، خود شفقت ورزی و رضایت از زندگی. بعلاوه، میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی لزوماً با ترس از جا ماندن در یک نسل بیش از نسل دیگر ارتباط ندارد. بنابراین، احتمال می‌رود که ترس از جا ماندن، ارتباط نزدیک‌تری با مولفه‌های ادراک از خود افراد و رویکردهای ارزیابی روابط آنها با دیگران داشته باشد تا اثرات رشدی یا نسلی. (بری و ونگ، ۲۰۲۰)

به‌طور کلی می‌توان این‌گونه توضیح داد که فعالیت در شبکه‌های اجتماعی باعث تشدید احساس ترس از جا ماندن (خصوصاً در افراد با برداشت منفی از خود) می‌شود، اما به‌همین ترتیب، ترس از جا ماندن، خود می‌تواند انگیزه استفاده بیشتر از شبکه‌های اجتماعی و احساسات بعدی انزوا و عزت‌نفس پایین را ایجاد نماید. افزایش خود-شفقت‌ورزی^۱ به شکل خود-ارزیابی کمتر سختگیرانه و نشخوار فکری کمتر، ممکن است به معنای کاهش اضطراب در مورد فعالیت‌های دیگران باشد. به‌طور خلاصه، شیوه تعامل و تفسیر نشانه‌های اجتماعی، احتمالاً نقش مهمی در تجربه ترس از جا ماندن و سایر اشکال پریشانی در پاسخ به این نشانه‌ها دارد (بری و ونگ، ۲۰۲۰).

حسادت و فضای مجازی

- درک حسادت و پاسخ کاربران به حسادت در بافت شبکه‌های اجتماعی، (ونینگر^۲ و همکاران، ۲۰۲۱)

پژوهشگران در یکی از جدیدترین مطالعات نظام‌مند، ابعاد مفهوم حسادت در زمینه شبکه‌های اجتماعی و مطالعات انجام‌شده در این حوزه را بررسی کرده‌اند که در این خصوص، بخش‌هایی از آن به تلخیص آمده است.

در مقاله مروری پیش رو، پس از جست‌وجوی مقالات مرتبط و بررسی چکیده‌ها، مجموعه نهایی شامل ۵۲ مقاله منتشر شده بین سال‌های ۲۰۱۳ و ژوئن ۲۰۲۰ با تمرکز بر حسادت در زمینه شبکه‌های اجتماعی بود که فقط ۳۰ مطالعه آن، در طی سال ۲۰۱۸ و پس از آن منتشر شده است.

بیشتر ۵۲ مقاله شناسایی شده، حسادت را بر اساس دو مقاله اساسی در مورد حسادت در

1. Self-compassion
2. Wenninger

زمینه آفلاین تعریف کرده‌اند: پاروت و اسمیت^۱ (۱۹۹۳)؛ اسمیت و کیم (۲۰۰۷).

اسمیت و کیم تحقیقات روان‌شناختی را در مورد حسادت بررسی کردند و آن را به‌عنوان «ترکیبی از احساسات ناخوشایند و اغلب دردناک ناشی از مقایسه با شخص یا گروهی از افراد که چیزی را که ما می‌خواهیم، دارند» تعریف کردند. این تعریف از حسادت گاهی با استناد به مقاله پاروت و اسمیت (۱۹۹۳) که به‌طور مفهومی حسادت را از تعصب^۲ روشن و متمایز می‌کرد، تکمیل می‌شد. پاروت و اسمیت (۱۹۹۳) اظهار کرده‌اند که حسادت «هنگامی رخ می‌دهد که شخصی فاقد کیفیت برتر، دستاورد یا دارایی فرد دیگری باشد و به آن چشم داشته باشد یا آرزو کند که او فاقد آن شود.»

پژوهش‌ها در حوزه حسادت در شبکه‌های اجتماعی، بازتاب‌کننده بحث حل نشده‌ای هستند که در حسادت در زمینه آفلاین به وجود آمده است. از یک طرف، حسادت بیانگر حسادت موقعیتی عمومی است (به عنوان مثال اسمیت و کیم، ۲۰۰۷) که معمولاً تمایل سوء یا خصمانه‌ای را نسبت به فرد مورد حسادت در نظر می‌گیرد. از طرف دیگر، نظریه حسادت دوگانه^۳، حسادت بی‌آزار^۴ را از بدخواهانه^۵ متمایز می‌کند (به عنوان مثال ون د ون^۶ و همکاران، ۲۰۰۹). جالب توجه است که هیچ مقاله‌ای صراحتاً حسادت در شبکه‌های اجتماعی و حسادت آفلاین را به‌عنوان مفاهیم جداگانه تعریف نکرده است؛ فقط یک مقاله، مؤلفه‌های خاص شبکه‌های اجتماعی را در تعریف حسادت گنجانده است. با استفاده از اصطلاح «شبکه اجتماعی آنلاین» به جای شبکه‌های اجتماعی، جیمز^۸ و همکاران (۲۰۱۷) چنین تعریف کردند «حسادت در شبکه اجتماعی آنلاین را احساسی منفی ناشی از استفاده از شبکه اجتماعی آنلاین توصیف می‌کنند که در آن یک کاربر نسبت به داشته‌ها یا تجارب زندگی شخص دیگری که به همان شبکه اجتماعی تعلق دارد، چشم طمع دارد.» از ۴۷ مقاله بررسی شده که به‌طور آزمایشی حسادت را در زمینه شبکه‌های اجتماعی بررسی

1. Parrott & Smith

۲. حسادت و یا حس حسرت نسبت به موقعیت برتر دیگران در ادبیات پژوهش معادل Envy است؛ حال آنکه Jealousy، احساس منفی و متعصبانه رقابت نسبت به دیگران به واسطه حسادت می‌باشد (مترجم).

3. The dual envy theory

4. Benign envy

5. Malicious envy

۶. مطالعات انجام شده در این جریان، بین حسادت بی‌آزار (به بیان دیگر، غبطه) که به معنای تمایل شخص حسود به تلاش برای رسیدن به هدف حسادت است و حسادت بدخواهانه که تلاشی می‌کند تا شخص حسود را از مزیت مطلوب محروم کند، تمایز قائل شده است.

7. Van de Ven

8. James

کردند، ۴۲ مورد حسادت را با استفاده از نظرسنجی، ارزیابی نموده‌اند. باین‌حال، هفت مورد از آن‌ها هیچ نمونه یا مرجعی برای ارزیابی سازه حسادت خود ارائه ندادند. سه مطالعه حسادت را مستقیماً با یک سؤال واحد اندازه‌گیری کردند، مانند «من احساس حسادت می‌کنم» (لین^۱ و اوتز، ۲۰۱۵). ۱۰ مطالعه دیگر نیز از پرسش مستقیم درباره حسادت استفاده کردند. در ۸ مطالعه دیگر، از ترکیبی از موارد مستقیم و غیرمستقیم استفاده شده است.

روی‌هم‌رفته، طیف گسترده‌ای از مقیاس‌های مختلف برای اندازه‌گیری حسادت در زمینه شبکه‌های اجتماعی در مطالعات مورد بررسی استفاده شده است و تاکنون هیچ مقیاس واحدی برای حسادت در شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یک استاندارد ایجاد نشده است. با کمال تعجب، بسیاری از مقیاس‌ها با شرایط خاص شبکه‌های اجتماعی سازگار نبودند و در مواردی که برای این منظور سازگار بودند، این کار به‌طور مستقل برای هر مطالعه انجام می‌شد. باین‌وجود، مقیاس کراسنوو^۲ و همکاران (۲۰۱۵) انتخاب خوبی است. این مقیاس بر اساس معیار معتبر و مبتنی بر نظریه (وکیو، ۲۰۰۰) ساخته شده است، پیچیدگی حسادت (اندازه‌گیری احساس و مؤلفه مقایسه اجتماعی) را شامل می‌شود، حسادت را با انگیزه‌های آن در هم نمی‌آمیزد و شامل عناصر خاص شبکه‌های اجتماعی است.

می‌توان گفت همه پژوهش‌های مورد بررسی، فرایند مقایسه اجتماعی را به‌عنوان پایه‌ای برای بروز حس حسادت شناسایی کرده‌اند و بیشتر این مطالعات (۲۹ مقاله) از طریق نظریه مقایسه اجتماعی^۳ به حسادت در شبکه‌های اجتماعی پرداخته‌اند. برخی از مطالعات بررسی شده استدلال دیگری را نیز مطرح می‌کنند که ویژگی‌های خاص محیط شبکه‌های اجتماعی ممکن است حسادت را تسهیل کند. گفته می‌شود که مهم‌ترین این خصوصیات، تمایل به سوگیری مثبت در بسیاری از شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک و اینستاگرام^۴ است. کاربران شبکه‌های اجتماعی معمولاً برداشت‌های پر زرق و برق از وقایع منتخب زندگی خود را ارسال می‌کنند و از به اشتراک گذاشتن مجموعه‌ای متعادل از تجربیات که شامل فراز و نشیب‌هایی است که تقریباً همه انسان‌ها هرچند وقت یکبار تجربه می‌کنند و معایب زندگی آن‌ها را برملا

1. Lin
3. Social comparison theory

2. Krasnova
4. Instagram

می‌سازد، اجتناب می‌کنند (شر^۱ و همکاران، ۲۰۱۸).

به‌طور کلی چهار نظریه شناسایی شده‌اند که مطالعات قبلی از آن‌ها به‌عنوان پایه و اساسی برای توضیح پاسخ به حسادت تجربه شده در زمینه شبکه‌های اجتماعی استفاده کرده‌اند. دو چهارچوب، از تحقیقات روان‌شناختی یعنی نظریه مرتبه اجتماعی^۲ (تاندوک^۳ و همکاران، ۲۰۱۵) و فرضیه تولید استرس (شر و همکاران، ۲۰۱۸)، بر یک نتیجه روان‌شناختی، یعنی افسردگی (در اینجا مربوط به استفاده از شبکه‌های اجتماعی) تمرکز کرده‌اند. نظریه برابری^۴ (ونینگر و همکاران، ۲۰۱۹) توضیحی نظری برای پاسخ‌های رفتاری حسادت ارائه می‌دهد و تمرکز خود را بر کاهش فاصله بین شخص حسود و آن‌که مورد حسد واقع شده از طریق اقدام عملی— یا در جهت ارتقای خود و یا در جهت تنزل دادن فرد مورد حسد— می‌گذارد.

نظریه هیجان‌شناختی^۵ (لیم و یانگ^۶، ۲۰۱۵) یک چهارچوب جامع را ارائه می‌دهد که در آن مقایسه اجتماعی روبه بالا به‌عنوان عامل استرس‌زا، حسادت به‌عنوان واکنش هیجانی و اقدام در پاسخ، به‌عنوان رفتارهای مقابله‌ای که افراد برای مقابله با احساس نامطلوب انجام می‌دهند، در نظر گرفته می‌شود؛ لذا این نظریه چهارچوبی اساسی برای درک بهتر علل و پیامدهای حسادت فراهم می‌کند. در صورت بروز حسادت در زمینه شبکه‌های اجتماعی، اگر فردی موقعیت خود را در مقایسه اجتماعی روبه بالا در یک حوزه مربوط به خود، با شخص موردنظر، کمتر ارزیابی کند، روند مقایسه اجتماعی در پلتفرم، منجر به یک محیط استرس‌زا می‌شود و متعاقباً، ممکن است حسادت ایجاد کند. سرانجام، به دلیل ماهیت ناخوشایند حسادت، افراد اقداماتی را برای کاهش این هیجان در نظر می‌گیرند. این نظریه از مزیت ارائه چهارچوبی کاملاً عمومی برای تلفیق بروز حسادت با طیف گسترده‌ای از نتایج روان‌شناختی و رفتاری برخوردار است.

- پاسخ‌های روان‌شناختی:

ادبیات پژوهشی بررسی شده نشان می‌دهد که حسادت در شبکه‌های اجتماعی با نتایج روان‌شناختی نامطلوبی مانند فرسودگی ناشی از شبکه‌های اجتماعی^۷، اضطراب اجتماعی

1. Scherr
4. Equity theory
7. SNS burnout

2. Social rank theory
5. Cognitive emotion theory

3. Tandoc
6. Lim & Yang

در شبکه‌های اجتماعی (لیو و ما^۱، ۲۰۱۸) و اختلال وسواس اجباری شبکه‌های اجتماعی^۲ (جیمز و همکاران، ۲۰۱۷) مرتبط است؛ به‌علاوه موارد مطلوبی مانند تمایل به ایجاد دوستی با فرد مورد حسد شبکه‌های اجتماعی نیز وجود دارد (جین^۳، ۲۰۱۸).

در مورد افسردگی به‌عنوان نتیجه حسادت در زمینه شبکه‌های اجتماعی، یافته‌های متفاوتی به‌دست آمده است: یک مطالعه، رابطه مثبتی نشان داد (لیو و ما، ۲۰۱۸) و دیگری، مشخص کرد که این رابطه معنی‌دار نیست (لیم و یانگ، ۲۰۱۵).

شواهد مقطعی و طولی، افسردگی را به‌عنوان پاسخی به حسادت در زمینه شبکه‌های اجتماعی در نظر می‌گیرند. باین‌حال، مطالعاتی نیز وجود دارند که قادر به نشان دادن این ارتباط نبودند (چو و ون^۴، ۲۰۱۷) و یا حتی رابطه‌ای معکوس را تشخیص داده‌اند، به‌گونه‌ای که افسردگی مقدم بر حسادت و پاسخ رفتاری متعاقب آن در شبکه‌های اجتماعی است (شرر و همکاران، ۲۰۱۸) که البته تحقیقات بیشتری برای روشن شدن این یافته‌های مبهم لازم است.

به‌علاوه، پژوهش‌ها حاکی از آن هستند که حسادت بی‌آزار با واکنش‌های مثبت روان‌شناختی، مانند رضایت از زندگی (لیم و یانگ، ۲۰۱۹)، انگیزش (مایر و شوفر^۵، ۲۰۱۸) و لذت و پیشرفت (وو و سرایت^۶، ۲۰۱۵) همراه بوده است؛ اما با موارد منفی، مانند تنهایی ارتباطی نداشته است (لیم و کیم^۷، ۲۰۱۸)؛ در حالی که در مورد حسادت بدخواهانه، عکس این نتایج صادق است.

- پاسخ‌های رفتاری:

به‌طور کلی سه نوع پاسخ رفتاری به حسادت در شبکه‌های اجتماعی مشاهده شده است: اول، کاربران هنگام پست‌گذاری، در شبکه‌های اجتماعی، با ارائه رفتارهای خود-تقویتی^۸، به بالابردن سطح خود به شکل مطلوبشان مبادرت می‌ورزند (کراسنوا و همکاران، ۲۰۱۵). در مقابل، سخن‌چینی^۹ و استفاده‌های تحقیرآمیز از شبکه‌های اجتماعی برای پایین آوردن فرد مورد حسد، در گروه دوم قرار می‌گیرند (ترن و چویی^{۱۰}، ۲۰۱۶). سرانجام، حسادت ممکن است

1. Liu & Ma
3. Jin
5. Meier & Schaffer
7. Lim & Kim
9. Gossiping

2. SNS obsessive-compulsive disorder
4. Chow & Wan
6. Wu & Srite
8. Self-enhancement behavior
10. Tran & Choi

موجب تعویض شبکه اجتماعی توسط افراد (لیم و یانگ، ۲۰۱۵) و قصد توقف فعالیت در این شبکه‌ها (ونینگر و همکاران، ۲۰۱۹) به‌عنوان پاسخ‌های اجتناب از حسادت ناشی از شبکه‌های اجتماعی شود.

سرایت هیجانی^۱

با توجه به تحقیقات انجام‌شده، سرایت هیجانی به‌عنوان فرایندی تعریف می‌شود که به موجب آن، عواطف فرد ادراک‌کننده^۲ در اثر قرار گرفتن در معرض هیجان‌های دیگران، بیشتر به آن‌ها شبیه می‌شود. سرایت هیجان‌ها می‌تواند آگاهانه یا ناخودآگاه اتفاق بیفتد و به مدت کوتاهی، از چند ثانیه تا چند دقیقه ادامه یابد.

مشخص شده است که سرایت عواطف از طریق حداقل سه فرایند (که متقابلاً با یکدیگر در ارتباطند و می‌توانند به‌طور هم‌زمان اتفاق بیفتند) به وقوع می‌پیوندد. اولین مورد، تقلید^۳ است که در آن یک ابراز هیجانی، رفتار هماهنگ را در ادراک‌کننده فعال می‌کند که به نوبه خود موجب فعال‌سازی فرایندهای عاطفی او می‌شود (هس و فیشر^۴، ۲۰۱۴). تقلید حاکی از رفتارهای هماهنگی است که در درجه اول شامل حالات چهره‌ای، حالات بدن، حرکات چشم و غیره می‌باشد (پروچازکووا و کرت^۵، ۲۰۱۷). فرایند دوم، فعال‌سازی گروهی^۶ است که در آن، قرار گرفتن در معرض عبارات عاطفی، گروهی از هیجان‌ها را تحریک می‌کند که به نوبه خود منجر به فعال‌شدن فرایندهای خاص هیجانی می‌شود (نایدنتال^۷ و همکاران، ۲۰۰۹). فعال‌سازی، با تقلید متفاوت است؛ زیرا لزوماً شامل تقلید رفتاری ابراز هیجانی نیست، بنابراین می‌تواند ناشی از قرار گرفتن در معرض نشانه‌های عاطفی از طریق سایر اشکال ارتباطی مانند متن باشد. سرانجام، فرایند سوم، ارزیابی اجتماعی^۸ است که در آن افراد از عواطف دیگران به‌عنوان راهنمای ارزیابی هیجان‌های خود استفاده می‌کنند و منجر به تجربه‌های عاطفی مشابه می‌شوند (مانستد و فیشر^۹، ۲۰۰۱). گلدنبرگ و گروس در مقاله مروری خود ابعاد مختلف سرایت هیجان‌ها را بررسی کرده‌اند که در این خصوص، بخش‌هایی از آن به تلخیص، آمده است.

1. Emotion contagion
4. Hess & Fischer
7. Niedenthal

2. Perceiver
5. Prochazkova & Kret
8. Social appraisal

3. Mimicry
6. Category activation
9. Manstead & Fischer

- سرایت هیجان‌ها در رسانه‌های دیجیتال (گلدنبرگ و گروس^۱، ۲۰۲۰)

گلدنبرگ و گروس (۲۰۲۰) باور دارند تعاملات در رسانه‌های دیجیتال، با طرح تصمیمات بالا به پایین^۲ هدایت می‌شود که برخی رفتارها را نسبت به رفتارهای دیگر به حداکثر می‌رساند؛ چراکه شرکت‌های رسانه‌های دیجیتال به‌طور کلی انگیزه کافی برای تنظیم هیجانی کاربران را دارند و این، به‌طور بالقوه فراوانی و شدت قرار گرفتن کاربران در معرض هیجان‌ها و در نتیجه سرایت عواطف را افزایش می‌دهد. در واقع، قرار گرفتن در معرض هیجان‌های تولیدشده توسط دیگران، به مشغول شدن کاربران کمک می‌کند. بر همین اساس، پلتفرم‌های رسانه‌های دیجیتال، معمولاً رقابت برای جلب توجه و تقویت مثبت در قالب پسندیدن یا اشتراک‌گذاری را برمی‌انگیزند. گلدنبرگ و همکاران در پژوهشی ۱٫۵ میلیون توییت تصادفی را از API توییت^۳ بارگیری کردند و هیجان‌های توییت‌ها را تجزیه و تحلیل نمودند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد کاربران تمایل دارند توییت‌های هیجانی را در مقایسه با توییت‌های غیر هیجانی پسند (لایک) کرده و باز توییت کنند، اما علاوه بر این، پسند و باز توییت هیجان‌های مثبت در مقایسه با هیجان‌های منفی بیشتر است (گلدنبرگ و همکاران، ۲۰۱۹).

در نهایت، گرچه احتمالاً سرایت عواطف دیجیتال بسیار بیشتر و شدیدتر از سرایت عواطف غیردیجیتال است، این احتمال نیز وجود دارد که هرگونه قرار گرفتن در معرض هیجان‌های دیگران در رسانه‌های دیجیتال تأثیر کمتری بر افراد داشته باشد؛ چراکه قرار گرفتن مکرر در معرض این عواطف، هم‌چنین می‌تواند منجر به خوگیری یا خستگی^۴ شود (کامینگز^۵ و همکاران، ۲۰۰۲). در سال ۲۰۱۴، در مطالعه‌ای آزمایشی، محتوای پست‌های فیس‌بوک دست‌کاری شدند تا میزان سرایت عواطف، با شمارش تعداد کلمات منفی یا مثبت تولیدشده توسط کاربران اندازه‌گیری شود. نتایج این پژوهش نشان دادند کسانی که در معرض هیجان‌های منفی کمتر یا مثبت کمتر بودند، خودشان نیز کمتر این هیجان‌ها را تولید می‌کردند. این نتایج نشان می‌دهد که عواطف ابراز شده توسط دیگران در فیس‌بوک بر هیجان‌های ما تأثیر می‌گذارند، که از شواهد تجربی برای تسری در ابعاد گسترده از طریق شبکه‌های اجتماعی است. این کار هم‌چنین حاکی

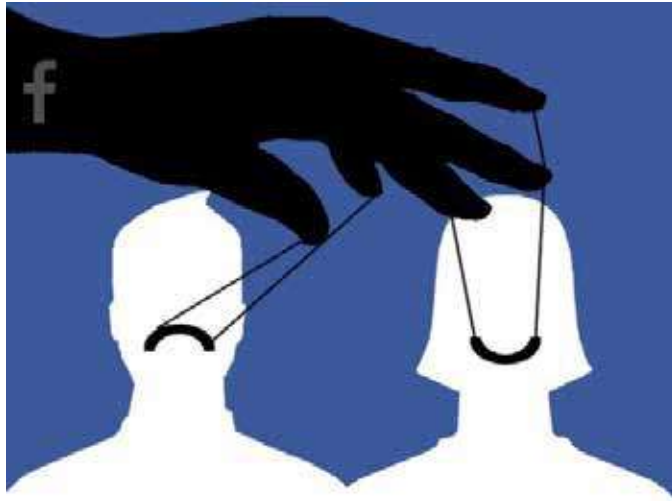
1. Goldenberg & Gross
4. Habituation, fatigue

2. Top-down design decisions
5. Cummings

3. Twitter API

از آن است که، برخلاف مفروضات رایج، تعامل حضوری و نشانه‌های غیرکلامی برای سرایت هیجانی کاملاً ضروری نیستند و مشاهده تجربیات مثبت دیگران نیز، تجربه مثبتی برای افراد به ارمغان می‌آورد (کرامر^۱ و همکاران، ۲۰۱۴). به هر صورت، این تنها مطالعه منتشر شده است که عواطف کاربران یک پلتفرم دیجیتال را بدون آگاهی آنان دست‌کاری می‌کند؛ چراکه خشم روزافزون مردم از این کار، در نهایت باعث شد محقق نویسنده این گزارش در قالب یک پست عمومی فیس‌بوک از مردم عذرخواهی نماید.

تحقیقات در حال رشد در این فضا، نشان می‌دهد که سرایت عواطف دیجیتال، در پاسخ به شرایط مختلف چه به شکل عمومی و چه خصوصی رخ می‌دهد. این مطلب از آن جهت حائز اهمیت است که عصر دیجیتالی، تعداد زیادی از جنبش‌های اجتماعی آنلاین را به وجود آورده است که همگی تحت تأثیر هیجان‌ها هستند. همچنین به نظر می‌رسد که مردم عواطف شخصی خود را به صورت آنلاین به نحوی به اشتراک می‌گذارند که نه تنها بر بهزیستی خودشان، بلکه بر بهزیستی دیگران نیز تأثیر بگذارد (هیل و همکاران، ۲۰۱۰).



By Randy klett. In the public domain.

به‌طورکلی فرض بر این است که ابراز هیجان‌های قوی‌تر، منجر به سرایت بیشتر آن‌ها

1. Kramer

می‌شود. با این حال، در ادبیات پژوهش، درباره اینکه چه نوع هیجان‌هایی منجر به سرایت شدیدتر می‌شوند، اتفاق نظر بسیار کمی وجود دارد. طبق مقاله سرایت فیس‌بوک (کرامر و همکاران، ۲۰۱۴)، به نظر می‌رسد میزان سرایت هیجان‌های مثبت و منفی مشابه باشد که متناسب با برخی از داده‌های آفلاین رفتاری است (برساده^۱، ۲۰۰۲). از طرفی، یافته‌های دیگر حاکی از آن است که هیجان‌های مثبت، هم به صورت آنلاین مستعد سرایت بیشتر هستند (کوویلو^۲ و همکاران، ۲۰۱۴؛ فرارا و یانگ^۳، ۲۰۱۵) و هم آفلاین (بولار^۴، ۲۰۱۲). این نتایج با توجه به سوگیری منفی—به معنی اینکه مردم تمایل بیشتری برای توجه به محرک‌های منفی دارند—تا حدودی شگفت‌آور است (سوروکا^۵ و همکاران، ۲۰۱۹). در حال حاضر تنها از یک مطالعه اطلاعاتی وجود دارد که نشان می‌دهد هیجان‌های منفی و به‌ویژه خشم منجر به سرایت شدید در رسانه‌های دیجیتال می‌شود (فان^۶ و همکاران، ۲۰۱۶). جالب اینجاست که روش‌های به‌کاررفته در این مقاله مشابه یک پروژه تحقیقاتی دیگر بود که نتایج آن، سرایت شدیدتری را برای هیجان‌های مثبت نشان داد (فرارا و یانگ، ۲۰۱۵). یک تفاوت بین این دو مطالعه این است که هیجان‌ها را در توییت‌هایی به زبان‌های مختلف و بنابراین در زمینه‌های مختلف فرهنگی بررسی می‌کنند. بر اساس این یافته‌های متناقض، یک سؤال حیاتی این است که کدام بافت‌ها و فرهنگ‌ها منجر به سرایت قوی‌تر یا ضعیف‌تر عواطف می‌شوند. به بیان دیگر، در آینده به پژوهش‌هایی نیاز است که این تفاوت نتایج در سرایت عواطف مثبت و منفی را با توجه به بافت فرهنگی و زبان آن‌ها مورد بررسی قرار دهند.

قدرت سرایت هیجانی نه‌تنها به (شدت و نوع) هیجان‌های ابراز کننده بستگی دارد، بلکه به ارتباط بین ابراز کننده و فرد ادراک کننده نیز وابسته است. در حال حاضر فرض بر این است که ارتباط قوی‌تر بین بروز دهنده و دریافت کننده عواطف، منجر به سرایت بیشتر می‌شود (لین و اوتز، ۲۰۱۵). اما به نظر می‌رسد رابطه بین قدرت ارتباطات تعاملی و سرایت، به نوع هیجان‌های ابراز شده نیز بستگی دارد (لین و همکاران، ۲۰۱۴). در اولین مطالعه‌ای که به بررسی این مهم پرداخت، نتایج نشان دادند که سرایت خشم در روابط ضعیف‌تر در مقایسه با شادی، بیشتر است

1. Barsade
4. Bhullar

2. Coviello
5. Soroka

3. Ferrara & Yang
6. Fan

(فان و همکاران، ۲۰۱۶). علاوه بر این، یک مطالعه اخیر نشان می‌دهد که سرایت عواطف نه تنها تحت تأثیر ساختار شبکه است، بلکه خود ساختار را نیز تغییر می‌دهد (رومرو^۱ و همکاران، ۲۰۱۹). مطالعات آینده که ارتباط بین سرایت هیجانی و ساختار شبکه را بررسی می‌کنند، به‌ویژه می‌توانند برای پیشرفت درک ما از پدیده‌ها مهم باشند.

به‌علاوه، سومین عامل حیاتی که باید در نظر گرفت، ادراک‌کننده است. در مورد چگونگی ویژگی‌های ادراک‌کننده‌ها و تأثیر آن برای سرایت، اطلاعات کمی در دست است. گلدنبرگ و گروس پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آتی، در این زمینه ارائه کرده‌اند. اول، میزان سرایت ممکن است تحت تأثیر عواملی مانند شخصیت باشد که اکنون می‌توان با رفتار کاربران در شبکه‌های اجتماعی ارزیابی کرد. به عنوان مثال، به نظر می‌رسد افرادی که بیشتر برون‌گرا و دارای مقبولیت هستند، عواطف بیشتری را در رسانه‌های دیجیتال جلب می‌کنند. همچنین این احتمال وجود دارد که کاربران با روان‌رنجورخویی بیشتر، تحت تأثیر هیجان‌ها—به‌ویژه عواطف منفی—قرار بگیرند (دوهرتی^۲، ۱۹۹۷). تفاوت‌های فردی دیگر، مانند وضعیت (به‌ویژه وضعیت آنلاین)، سن، جنسیت و فرهنگ نیز احتمالاً در میزان سرایت بین کاربران تأثیرگذار است (هی^۳ و همکاران، ۲۰۱۶). به‌علاوه، یک مطالعه اخیر در مورد بررسی هیجان‌ها در جوامع آنلاین نشان می‌دهد که کاربران فعال‌تر تمایل دارند با سرعت بیشتری به سمت ابراز هیجان‌های منفی خود بروند (دل‌ویکاریو^۴ و همکاران، ۲۰۱۶). سرانجام بر این اساس، باید تحقیقات بیشتری در مورد چگونگی تأثیر ویژگی‌های کاربر، مانند زمان صرف‌شده در اینترنت و رویکرد افراد در شبکه اجتماعی (فعال در مقابل برخورد منفعل) بر سرایت هیجانی دیجیتال انجام شود.

بهبودی ذهنی^۵ و فضای مجازی

- تأثیرات تعداد دوستان فیس‌بوکی و خودارائه‌گری بر بهبودی ذهنی دانشجویان، (کیم^۶

و همکاران، ۲۰۱۱)

این مطالعه به بررسی وجود یا عدم وجود تأثیر فیس‌بوک و نیز چگونگی این تأثیر بر بهبودی

1. Romero
4. Del Vicario

2. Doherty
5. Subjective Well-Being (SWB)

3. He
6. Kim

ذهنی کاربران در سن دانشگاه، با تمرکز بر تعداد دوستان فیس‌بوکی و استراتژی‌های خود-ارائه‌گری^۱ (مثبت جلوه کردن در مقابل صادق بودن) می‌پردازد.

تجزیه و تحلیل مدل‌سازی معادلات ساختاری^۲ داده‌های نظرسنجی مقطعی دانشجویان کاربر فیس‌بوک دانشگاه (مطالعه در یکی از دانشگاه‌های آمریکا انجام گرفته است). نشان داد که تعداد دوستان در فیس‌بوک با بهزیستی ذهنی ارتباط مثبت دارد، اما این ارتباط به واسطه میزان تصور فرد از حمایت اجتماعی نبود؛ به بیان دیگر، حمایت اجتماعی، ارتباط مثبت بین تعداد دوستان فیس‌بوکی و بهزیستی ذهنی را میانجی‌گری نمی‌کرد. از این امر، می‌توان نتیجه گرفت که شادی حاصل از تعداد دوستان فیس‌بوکی ممکن است به دلیل تجسم دوستان فیس‌بوکی باشد که ارتباطات اجتماعی‌شان را به کاربران یادآوری می‌کنند و تصدیق یا تقویت احساس خود-ارزندگی^۳ را به دنبال دارد.

دوستی‌های فیس‌بوک، مانند دوستی‌های سنتی، می‌توانند به‌عنوان یک منبع معنادار حمایت اجتماعی باشند، اما فقط تا جایی که کاربران فیس‌بوک بتوانند زمان و تلاش کافی را برای ایجاد و حفظ ارتباط نزدیک با دوستان خود اختصاص دهند. در رابطه با موضوعات خود ارائه‌گری، از تأثیر مثبت مستقیم خود ارائه‌گری مثبت بر بهزیستی ذهنی، می‌توان نتیجه گرفت که وقتی تصاویر شخصی مثبت از طریق خود ارائه‌گری، بهتر حفظ و تأیید شود، شادی کاربران فیس‌بوک افزایش می‌یابد. این یافته را می‌توان با نظریه توهم مثبت^۴ توضیح داد. این نظریه معتقد است برداشتهای سوگیرانه یا اغراق شده از خود می‌تواند به افراد کمک کند تا با موقعیت‌های خودتهدیدگر یا استرس‌زا مقابله کنند و توانایی احساس شادی را ارتقا دهند (به عبارتی ساده‌تر، درحالی که در پشت یک ماسک خنده‌دار فیس‌بوک پنهان شده‌اید، ممکن است هنوز «احساس» شادی کنید. اما شاید چنین شادی‌ای، ریشه در حمایت معنادار اجتماعی که توسط دوستان فیس‌بوکی ارائه می‌شود، نداشته باشد).

این احتمال وجود دارد که عملکرد خود ارائه‌گری مثبت، از گرایش مردم به داشتن باورهای مثبت درباره خودشان—که از آن، مزایای روان‌شناختی خود-تقویتی^۵ مشتق

1. Self-presentation
3. Self-worth
5. Self-enhancement

2. Structural equation modeling analysis
4. Positive illusion theory

می‌شود—سرچشمه بگیرد. در مقابل، ارائه صادقانه خود، به واسطه حمایت اجتماعی، تأثیر مثبت غیرمستقیم بر بهزیستی ذهنی داشت. این نتیجه، اهمیت خود افشایی را برجسته می‌سازد که نقشی اساسی در توسعه روابط اجتماعی در محیط‌های آنلاین ایفا می‌کند. در رابطه با استراتژی‌های خود ارائه‌گری، می‌توان گفت درحالی‌که خود ارائه‌گری مثبت تأثیر مستقیم بر بهزیستی ذهنی دارد، خود ارائه‌گری صادقانه از طریق حمایت اجتماعی، تأثیر غیرمستقیم معنی‌داری بر بهزیستی ذهنی می‌گذارد.

به‌طور خلاصه، این مطالعه نشان می‌دهد که تعداد دوستان فیس‌بوکی و خود ارائه‌گری مثبت می‌تواند بهزیستی ذهنی کاربران را افزایش دهد، اما این بخش از شادی احتمالاً به جهت حمایت اجتماعی نیست. از سوی دیگر، خود ارائه‌گری صادقانه ممکن است باعث ارتقای نشاطی شود که ریشه در حمایت اجتماعی ارائه‌شده توسط دوستان فیس‌بوکی دارد.

- استفاده از فیس‌بوک کاهش بهزیستی ذهنی را در کاربران جوان هلندی پیش‌بینی می‌کند،
(کراس^۱ و همکاران، ۲۰۱۳)

بیش از ۵۰۰ میلیون نفر روزانه با فیس‌بوک تعامل دارند. با این حال، اینکه آیا استفاده از فیس‌بوک بر بهزیستی ذهنی در طول زمان تأثیر می‌گذارد یا خیر، ناشناخته است. در این مطالعه با استفاده از نمونه‌گیری تجربی، به این مسئله پرداخته شد. پنج بار در روز و به مدت دو هفته به افراد پیام کوتاه داده شد تا نحوه تأثیر استفاده از فیس‌بوک بر دو مؤلفه بهزیستی ذهنی، بررسی شود: اینکه مردم لحظه‌به‌لحظه چه احساسی دارند و اینکه آیا از زندگی خود راضی هستند؟

نتایج نشان می‌دهد که استفاده از فیس‌بوک تغییرات منفی در هر دو متغیر مذکور را در طول زمان پیش‌بینی می‌کند. هرچه افراد در یک بازه زمانی از فیس‌بوک بیشتر استفاده می‌کردند، دفعه بعدی که به آن‌ها پیام داده می‌شد، احساس بدتری داشتند؛ هرچه بیشتر از دو هفته از فیس‌بوک استفاده کردند، میزان رضایت از زندگی آن‌ها با گذشت زمان بیشتر کاهش یافت. هرچند، این تعامل با افراد دیگر «به‌طور مستقیم» این نتایج منفی را پیش‌بینی نمی‌کند. هم‌چنین این

نتایج با اندازه شبکه‌های فیس‌بوک افراد (تعداد دوستان در فیس‌بوک)، میزان حمایت دریافت شده، انگیزه استفاده از فیس‌بوک، جنسیت، تنهایی، عزت‌نفس یا افسردگی نیز، میانجی‌گری نمی‌شود. در ظاهر، فیس‌بوک منبعی بسیار ارزشمند برای تأمین نیاز اساسی انسان به ارتباطات اجتماعی را فراهم می‌نماید، اما به‌جای افزایش بهزیستی، این یافته‌ها حاکی از آن است که فیس‌بوک ممکن است آن را تضعیف کند.

- آیا به‌روزرسانی‌های وضعیت فیس‌بوک نشان‌دهنده بهزیستی ذهنی است؟ (لیو^۱ و همکاران، ۲۰۱۵)

امروزه، میلیون‌ها نفر در سراسر جهان از شبکه‌های اجتماعی برای بیان افکار و احساسات روزمره استفاده می‌کنند. بسیاری از محققان تلاش کرده‌اند از رسانه‌های اجتماعی برای بررسی رفتارهای آنلاین کاربران و حالات روان‌شناختی آن‌ها استفاده کنند. باین‌حال، مطالعات قبلی نتایج متفاوتی را در مورد اینکه آیا محتوای تولیدشده توسط خود افراد در فیس‌بوک بهزیستی ذهنی کاربران را منعکس می‌کند، نشان می‌دهند. این مطالعه تجزیه‌وتحلیل به‌روزرسانی وضعیت فیس‌بوک^۲ افراد را برای تعیین اینکه تا چه میزان (گسترده‌گی) ابراز هیجانی کاربران پیش‌بینی‌کننده بهزیستی ذهنی آن‌ها (به‌ویژه میزان رضایت خود-گزارش‌دهی آن‌ها در مورد زندگی) است، مدنظر قرار داده است. مشخص شد که ابراز هیجان‌های مثبت در فیس‌بوک با رضایت از زندگی ارتباط ندارد، درحالی‌که ابراز هیجان‌های منفی طی ۱۰-۹ ماه پیش از آن (اما نه فراتر از این حد) به‌طور معنی‌داری با رضایت از زندگی در ارتباط است.

این یافته‌ها نشان می‌دهد که هم نوع بیان هیجانی و هم چهارچوب زمانی^۳ به‌روزرسانی وضعیت، تعیین می‌کنند که آیا (عبارات) محتوای هیجانی به‌روزرسانی‌های وضعیت فیس‌بوک می‌توانند به‌طور مؤثر بهزیستی ذهنی کاربران را منعکس کنند؟ این یافته‌ها ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی آنلاین را روشن می‌کند و درک چگونگی بازتاب وضعیت روانی کاربران، به واسطه محتوای تولید شده کاربر را بهبود می‌بخشد.

1. Liu
3. Time frame

2. Facebook status

- ترک کردن فیس‌بوک منجر به سطح بالاتری از بهزیستی می‌شود، (ترامهالت^۱، ۲۰۱۶) این آزمایش یک هفته‌ای با ۱۰۹۵ شرکت‌کننده که در اواخر سال ۲۰۱۵ در دانمارک انجام شد، شواهدی علی‌مبنی بر این موضوع که استفاده از فیس‌بوک بر بهزیستی تأثیر منفی می‌گذارد، ارائه می‌دهد. با مقایسه گروه درمانی (گروهی که در زنگ تفریح فیس‌بوک شرکت کردند) با گروه کنترل (شرکت‌کنندگانی که مدام از فیس‌بوک استفاده می‌کردند)، مشخص شد که استراحت فیس‌بوکی تأثیرات مثبتی بر دو بعد بهزیستی داشته و منجر به (۱) افزایش رضایت از زندگی و (۲) مثبت‌تر شدن هیجان‌ها می‌شود. علاوه‌براین، مشخص شد که این تأثیرات برای کاربران پر استفاده فیس‌بوک^۲، کاربران منفعل فیس‌بوک^۳ و کاربرانی که تمایل دارند به دیگران در فیس‌بوک حسادت کنند، به طرز معنی‌داری بیشتر است.

- تأثیر تعطیلی استفاده از فیس‌بوک و اینستاگرام بر روی بهزیستی ذهنی، (هانلی^۴ و همکاران، ۲۰۱۹) شبکه‌های اجتماعی^۵ مانند فیس‌بوک و اینستاگرام بخش قابل توجهی از زندگی اجتماعی آنلاین افراد را دگرگون کرده‌اند، درحالی‌که این تغییرات، می‌توانند مغل نیز باشند و آشفتگی‌های اجتماعی ایجاد کنند. بنابراین، بسیاری از مردم فکر می‌کنند «تعطیلات شبکه‌های اجتماعی»^۶ داشته باشند؛ به این معنی که زمانی را برای عدم استفاده از شبکه‌های اجتماعی اختصاص دهند. این مطالعه به بررسی تأثیرات مرخصی یک هفته‌ای از فیس‌بوک و اینستاگرام، بر بهزیستی ذهنی می‌پردازد و اینکه آیا این امر به نحو متفاوتی روی کاربران (در کشورهای انگلیسی‌زبان) منفعل یا فعال شبکه‌های اجتماعی^۷ تأثیر می‌گذارد یا خیر؟

میزان استفاده کاربران، به‌طور عینی و با استفاده از نرم‌افزار^۸ RescueTime اندازه‌گیری شد تا از عواقب خود گزارش‌دهی احتراز شود. سبک استفاده در پیش‌آزمون نیز مشخص شد و کاربران شبکه‌های اجتماعی با سبک استفاده فعال‌تر یا منفعل‌تر، به دو گروه با تعطیلات یک هفته‌ای

1. Tromholt

4. Hanley

7. Passive or active SNS users

2. Heavy Facebook users

5. Social Networking Sites (SNSs)

3. Passive facebook users

6. SNS vacation

۸. این نرم‌افزار از طریق وبسایت <https://www.rescuetime.com> قابل دسترسی است.

(۴۰ نفر) یا بدون تعطیلات (۳۸ نفر) تقسیم شدند.

بهبودی ذهنی (رضایت از زندگی، عاطفه مثبت و منفی^۱) قبل و بعد از دوره‌ی تعطیلات، به ترتیب با استفاده از پرسش‌نامه‌های^۲ PANAS و Q-LES-Q-18^۳ (واتسون^۴ و همکاران، ۱۹۸۸) اندازه‌گیری شد. به علاوه، این پژوهش به سنجش میزان استفاده غیرفعال و فعال در فیس‌بوک و اینستاگرام نیاز داشت و از آنجا که چنین مقیاسی موجود نبود، معیاری شامل ۱۸ مورد که از ۱ (معادل با «هرگز») تا ۵ (معادل با «غالباً») رتبه‌بندی شدند، ایجاد شد.

جدول ۱-۱: بارهای فاکتور بر اساس تجزیه و تحلیل اجزای اصلی برای ۱۸ مورد از مقیاس منفعل و فعال (PAUS) - موارد ستاره‌دار در مقیاس نهایی وارد شدند (هانلی و همکاران، ۲۰۱۹).

facebook	factor 1: active	factor 2: active
scroll through my newsfeed		-0.75
chat to friends on messenger	0.36	
view other people's profiles	0.34	-0.30
watch videos	0.34	
comment o people's posts	0.59	
view other people's posts and status updates		-0.55
write status updates or post photos / videos of my friends	0.71	
create invitations or organise social gatherings with my friends	0.72	
meet new people / make new friends	0.85	
click on poeple's profiles that i don't know	0.42	
instagram		
scroll through my newsfeed		
look at other poeple's images		-0.85
contact friends via dm (direct message)		-0.88
look at celebrity pages/ fitness pages	0.65	
comment on friends / poeple's images	0.35	-0.38
like poeple's / friend's images	0.57	
post my own photos	0.35	-0.56
click on profiles that you don't follow and view their images	0.46	
included in final scale		0.46

۱. به پاورقی ابتدای فصل در توضیح «عاطفه» مراجعه شود؛ positive/negative affect

2. Quality of Life Enjoyment and Satisfaction Questionnaire-18

3. Positive and Negative Affect Schedule (PANAS)

مقیاس عاطفه مثبت از ۱۰ گویه تشکیل شده است که میزان اشتغال دلپذیر (pleasant engagement) را منعکس می‌کند - میزان احساس اشتیاق، هیجان، فعالیت و مصمم بودن فرد طی هفته‌ی گذشته. مقیاس عاطفه منفی شامل ۱۰ ماده‌ی منعکس‌کننده یک بعد عمومی از اشتغال ناخوشایند و پریشانی ذهنی است که از چندین اثر بی‌بازی‌آور، از جمله عصبانیت، شرم، گناه و ترس ناشی می‌شود.

4. Watson

در پیش‌آزمون، مشخص شد که استفاده فعال‌تر از شبکه‌های اجتماعی با رضایت از زندگی و عاطفه مثبت رابطه دارد، درحالی‌که گرچه استفاده منفعل‌تر از شبکه‌های اجتماعی با رضایت از زندگی رابطه دارد، اما با عاطفه مثبت، رابطه ندارد. جالب توجه اینکه، در پس‌آزمون، تعطیلات شبکه‌های اجتماعی منجر به تأثیر مثبت کمتری برای کاربران فعال شد و هیچ تأثیر معنی‌داری برای کاربران منفعل نداشت. این نتیجه برخلاف انتظار رایج است و نشان می‌دهد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند برای کاربران فعال مفید باشد. کاربران شبکه‌های اجتماعی باید در مورد مزایای استفاده از سبک فعال، آموزش ببینند و تحقیقات آینده نیز احتمال اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی را در میان کاربران فعال‌تر در نظر داشته باشد.

- تأثیرات یک استراحت کوتاه از اینستاگرام بر بهزیستی ذهنی، (فیوراوانتی^۱ و همکاران، ۲۰۲۰)

این مطالعه به بررسی این موضوع می‌پردازد که آیا پرهیز از اینستاگرام بر بهزیستی ذهنی در زنان و مردان جوان تأثیرگذار است؟

در این پژوهش، از طریق مقایسه یک گروه مداخله (۴۰ شرکت‌کننده که از اینستاگرام به مدت یک هفته صرف‌نظر کردند) با یک گروه کنترل (۴۰ شرکت‌کننده‌ای که همچنان از اینستاگرام استفاده می‌کردند)، مشخص شد در بین زنانی که اینستاگرام را ترک کردند میزان رضایت از زندگی و عاطفه مثبت به‌طور قابل‌توجهی بالاتر از زنانی است که همچنان به استفاده از این شبکه اجتماعی پرداخته بودند. هم‌چنین، درحالی‌که افزایش عاطفه مثبت به مقایسه نمود اجتماعی^۲ بستگی داشت، رضایت از زندگی، مستقل از تمایل به مقایسه ظاهر خود با دیگران، افزایش یافت (از نسخه ایتالیایی مقیاس عاطفه مثبت و منفی (PANAS) برای ارزیابی تجربه مؤثر استفاده شد). این امکان وجود دارد که کاربرانی که دیگر در معرض ارزشیابی مستقیم تصاویر خود در اینستاگرام نیستند—خواه مربوط به ظاهر، عادت‌ها یا عقاید و نظرات آن‌ها باشد—بتوانند شاهد افزایش سطح رضایت عمومی خود باشند. نهایتاً جالب توجه اینکه، برای مردان در این مطالعه هیچ اثر معنی‌داری مشاهده نشد.

1. Fioravanti
2. Social appearance comparison

- تخمین بهزیستی ذهنی بر اساس منطقه جغرافیایی (در ایالات متحده) از تویتر، (جایدکا^۱ و همکاران، ۲۰۲۰)

محققان و سیاست‌گذاران در سراسر جهان علاقه‌مندند که بهزیستی ذهنی جمعیت‌ها را مورد سنجش قرار دهند. هنگامی که کاربران در شبکه‌های اجتماعی پست می‌گذارند، ردپای دیجیتالی^۲ از خود بر جا می‌نهند که بیانگر افکار و احساسات آن‌ها است. تجمع چنین اثرات دیجیتالی ممکن است امکان نظارت بر بهزیستی در مقیاس وسیع را فراهم کند. با این حال، روش‌های مبتنی بر رسانه‌های اجتماعی اگر بخواهند تخمین‌های قابل اعتمادی ارائه دهند، باید به لحاظ تأثیرات منطقه‌ای (جغرافیایی) اصلاح شوند.

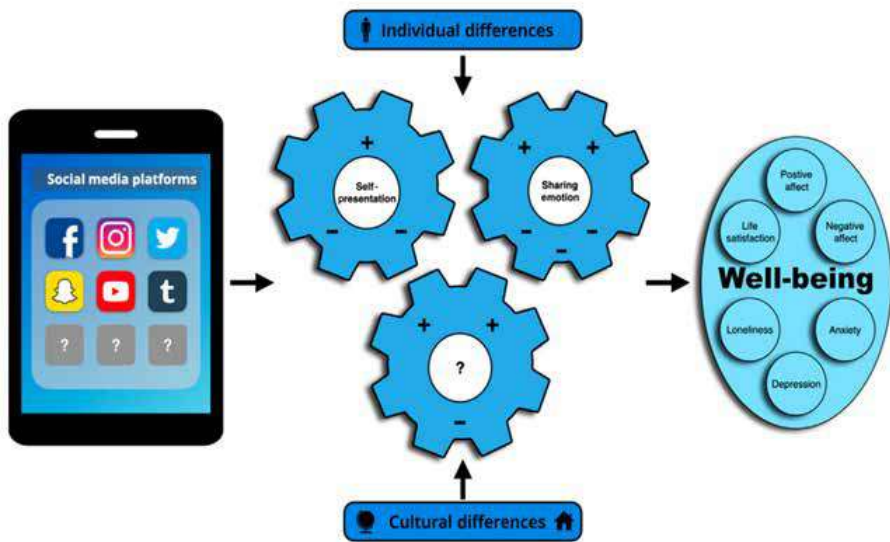
در این مطالعه، با استفاده از نمونه‌ای ۱,۵۳ میلیاردي از توییت‌های انگلیسی که دارای برچسب جغرافیایی^۳ بودند، یک ارزیابی سیستماتیک از روش رتبه-کلمه^۴ و داده-محور^۵ برای تجزیه و تحلیل متن به منظور تولید برآورد بهزیستی ۱۲۰۸ شهرستان ایالات متحده ارائه شد. تخمین سطح شهرستان بر مبنای تویتر، با سنجش بهزیستی ارائه‌شده توسط نظرسنجی موسسه گلوپ^۶ از شاخص بهزیستی^۷ که از طریق ۱,۷۳ میلیون نظرسنجی تلفنی انجام شده بود^۸ مقایسه شد.

با استفاده از روش‌های رتبه-کلمه (به عنوان مثال، جستار زبانی و تعداد کلمات^۷ و ارزیابی زبان توسط ابزار^۸ LabMT) سنجش‌های بهزیستی در سطح شهرستان، به دلیل تفاوت‌های منطقه‌ای، فرهنگی و اقتصادی در استفاده از زبان، ناهم‌ساز به دست آمد؛ در حالی که روش‌های داده-محور تخمین‌های محکمی را ارائه دادند (تقریباً داده‌های گلوپ را تا $r = 0.64$ تخمین زدند). نهایتاً نیز مشخص شد یافته‌ها به نتایج اقتصادی اجتماعی و بهداشتی شهرستان قابل تعمیم بوده و به قدر کافی قوی هستند تا بازنماینده بهتری از جمعیت عمومی ایالات متحده باشند. هم‌چنین به نظر می‌رسد هنگام استفاده از روش‌های داده-محور نظارت‌شده، تخمین بهزیستی منطقه‌ای از داده‌های رسانه‌های اجتماعی، قوی باشد.

1. Jaidka
3. Geotagged
5. Word-level, data-driven methods
7. Linguistic Inquiry and Word Count [LIWC] 2015

2. Digital footprint
4. Word level
6. Gallup-Sharecare
8. Mechanical Turk [LabMT]

«فعال» و «منفعل» از شبکه‌های اجتماعی، تفکیک شدند. طبق این چهارچوب، نشان داده شد استفاده منفعل از اطلاعات در رسانه‌های اجتماعی با افزایش مقایسه‌های اجتماعی روبه بالا، بهزیستی را تضعیف می‌کند. برعکس، استفاده فعال از رسانه‌های اجتماعی برای تبادل اطلاعات و ارتباط با دیگران، با افزایش سرمایه و حمایت اجتماعی، بهزیستی را افزایش می‌دهد.



Trends In Cognitive Sciences

شکل ۲-۱: تصویر کلیدی - رسانه‌های اجتماعی چگونه بهزیستی را تحت تأثیر قرار می‌دهند؟ (کراس و همکاران، ۲۰۲۰). تصویر سمت چپ نشان می‌دهد که بسیاری از پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی رایج و نیز موارد جدیدی وجود دارند (به وسیله علامت سؤال در تصویر مشخص شده است). که به‌طور مداوم در حال رشد و توسعه هستند.

برای درک چگونگی تأثیر این رسانه‌ها بر بهزیستی، نیاز است که تحقیقات روندهایی را که این رسانه‌ها فعال می‌کنند، توضیح دهند، نمونه‌ای از آن‌ها در تصویر مرکزی با علامت‌های مثبت و منفی برجسته شده‌اند و این واقعیت را نشان می‌دهد که بسته به زمینه و بافتی که درگیر آن هستند، یک روند خاص ممکن است تأثیرات منفی و مثبتی بر بهزیستی داشته باشد.

تعداد متفاوت علامت مثبت و منفی مرتبط با هر فرایند این واقعیت را برجسته می‌کند که ناهمگنی در درجه تأثیرگذاری فرایندهای مختلف بر بهزیستی، نیز وجود دارد.

این فرایندها ممکن است با یکدیگر و همچنین با تفاوت‌های فردی و فرهنگی مؤثر بر بهزیستی، تعامل داشته باشند. تصویر سمت راست این واقعیت را نشان می‌دهد که محققان اغلب از اصطلاح «بهزیستی» برای اشاره به ساختارهای مختلف استفاده می‌کنند. یک چالش اساسی برای تحقیقات آینده این است که دقیق‌تر مشخص کنیم چگونه (۱) پلتفرم‌های مختلف رسانه‌های اجتماعی بر (۲) روندهای مختلف روان‌شناختی‌ای تأثیر می‌گذارند که به نوبه خود بر (۳) جنبه‌های متفاوت بهزیستی تأثیر گذارند.

- درک رابطه بین استفاده از فیس‌بوک و سازگاری با مشکلات مالی، (اوتز و ماب^۱، ۲۰۱۸) آیا کاربران فیس‌بوک به لحاظ سازگاری با وقایع زندگی طی گذشت زمان، با کسانی که از فیس‌بوک استفاده نمی‌کنند، تفاوت دارند؟ حمایت اجتماعی در این زمینه چه نقشی دارد؟ در مطالعه حاضر جهت پاسخ به این پرسش، به بررسی کاربران هلندی فیس‌بوک که دچار مشکلات اقتصادی (به‌عنوان یک رویداد استرس‌زا در زندگی) بودند، پرداخته شد. با استفاده از مدل‌های چند سطحی^۲، روند بهبودی افراد در رویدادهای منفی زندگی اندازه‌گیری شده و مشخص شد کاربران فیس‌بوک در طول رویداد (= مرحله عکس‌العمل^۳)، نسبت به افرادی که کاربر فیس‌بوک نبودند، افت رضایت بیشتری از وضعیت مالی خود داشتند؛ درحالی‌که بعد از رویداد (= مرحله سازگاری^۴)، سطح رضایت بیشتری نشان دادند. در مرحله بعدی پژوهش، به این مهم پرداخته شد که تا چه میزان دفعات ارسال پست و خواندن مطالب، با دریافت حمایت اجتماعی آنلاین و به نوبه خود رضایت مالی ارتباط دارد. در این مورد، یافته‌ها حاکی از آن بودند که دفعات ارسال پست و خواندن مطالب با حمایت اجتماعی آنلاین ارتباط مثبت دارد. با این حال، پست مطلب در این شبکه، تنها با رضایتمندی بالاتر مالی و فقط در پایان مرحله‌ی سازگاری در ارتباط بود که نشان می‌دهد استفاده از فیس‌بوک، ممکن است به طور عمده در بهزیستی افراد، مدتی بعد از وقایع پر استرس زندگی نقش مثبتی داشته باشد.

- استفاده از فیس‌بوک برای بهبود بهزیستی روان‌شناختی افرادی که دچار بی‌خانمانی هستند، (کالو و کاربونل^۵، ۲۰۱۸)

شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر وب یک عنصر ارتباطی قدرتمند هستند و افرادی که در محرومیت شدید اجتماعی زندگی می‌کنند، مانند افراد بی‌خانمان، می‌توانند از عناصر مثبت ارتباطی شبکه‌های اجتماعی بهره‌مند شوند. هدف این مطالعه، مقایسه یک دوره آموزشی فیس‌بوک و یک دوره نرم‌افزار اداری و تأثیر آن‌ها بر بهزیستی روان‌شناختی در گروهی از افراد

1. Utz & Maaß
4. The adaptation phase

2. Multilevel models
5. Calvo & Carbonell

3. The reaction phase

بی‌خانمان بود.

پس از طرح مطالعه طولی و آزمایشی، افرادی که بی‌خانمانی را تجربه می‌کردند به‌طور تصادفی در گروه فیس‌بوک یا گروه نرم‌افزار اداری قرار گرفته و مهارت‌های اجتماعی، عزت‌نفس، خودکارآمدی^۱ و رضایت از زندگی آن‌ها در چهار حالت اندازه‌گیری شد: پیش‌آزمون، پایان دوره آموزشی، ۱ ماه بعد و ۳ ماه بعد. در مجموع ۹۲ نفر از افراد بی‌خانمان در این مطالعه شرکت کردند و تعداد افرادی که هر چهار حالت در مورد آن‌ها انجام شد، ۷۱ مورد بود (۳۵ مورد در گروه مداخله و ۳۶ مورد در گروه کنترل).



By Gunter Nuyts. In the public domain.

تحلیل‌های آماری، افزایش معنی‌دار چهار متغیر اندازه‌گیری شده (مهارت‌های اجتماعی، عزت‌نفس، خودکارآمدی و رضایت از زندگی) را نشان داد که در زمینه مهارت‌های اجتماعی و عزت‌نفس اهمیت بیشتری دارد. همچنین نتایج حاصل از تعدیل مدل‌های مختلف رگرسیون خطی چندگانه حاکی از آن بود که تعداد ساعتی که هر هفته به استفاده از فیس‌بوک اختصاص داده می‌شود، پیش‌بینی‌کننده افزایش نمرات مهارت‌های اجتماعی و عزت‌نفس است. سن و

1. Self-efficacy

خودکارآمدی نیز متغیرهایی بودند که مستقلاً و در شرایط برابر، عزت نفس را پیش‌بینی کردند. سرانجام، عزت نفس نیز، متغیر پیش‌بینی‌کننده افزایش رضایت از زندگی بود. در نهایت، می‌توان گفت این یافته‌ها نشان می‌دهند فیس‌بوک می‌تواند به عنوان یک عنصر اصلی در بهزیستی روان‌شناختی و اجتماعی شدن افراد بی‌خانمان عمل کند.

رضایت از زندگی و فضای مجازی

- استفاده از فیس‌بوک و رضایت از زندگی، (استایگر^۱، ۲۰۱۹)

آیا فیس‌بوک __ به عنوان بزرگ‌ترین شبکه اجتماعی فعلی __ باعث می‌شود که ما از زندگی خود رضایت بیشتری داشته باشیم؟

در تلاش برای پاسخ به این پرسش، در دو نمونه مستقل از افراد (مطالعه ۱: تعداد = ۲۲۷۲؛ مطالعه ۲: تعداد = ۱۴۵۹)، سه ویژگی فیس‌بوک مورد ارزیابی قرار گرفت: (۱) داشتن حساب فیس‌بوک، (۲) تعداد دوستان آنلاین و (۳) میانگین هفتگی استفاده از فیس‌بوک برای اهداف خصوصی برحسب ساعت.

نتایج ارزیابی‌ها در این مطالعه نشان می‌دهد کاربران فیس‌بوک، نه نسبت به کاربران غیر فیس‌بوکی از زندگی خود رضایت بیشتری داشتند و نه کاربران فیس‌بوکی که با دوستان آنلاین بیشتری در ارتباط بودند، در مقایسه با کاربرانی که دوستان آنلاین کمتری داشتند، از زندگی احساس رضایت بیشتری می‌کردند؛ بلکه بالعکس، مدت‌زمان استفاده از فیس‌بوک با رضایت از زندگی ارتباط منفی داشت __ حتی پس از کنترل متغیرهایی چون اختلاف سن و جنس. به طور کلی، گرچه انتظار می‌رفت که فیس‌بوک اثرات مثبتی بر احساس رضایت نشان دهد (چراکه امکان‌پذیری ارتباطات اجتماعی و به‌طور کلی ارتباطات را افزایش می‌دهد)، اما رابطه‌های یافت‌شده خنثی یا منفی بودند.

شادی و فضای مجازی

- بررسی دوباره رابطه بین رسانه‌های اجتماعی و شادی، (چا^۱، ۲۰۱۸)

مطالعه حاضر با گسترش دامنه رسانه‌های اجتماعی و بازاندیشی درباره مفهوم شادی، رابطه بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و شادی را مورد بازبینی قرار داده است. به طور خاص، این مطالعه شامل پلتفرم‌های دیگری به غیر از فیس‌بوک بوده و اثرات افتراقی هر یک را بررسی کرده است. بنابراین، هدف این پژوهش، بررسی (۱) چگونگی ارتباط استفاده از رسانه‌های اجتماعی مختلف با مقایسه اجتماعی و نیز (۲) چگونگی ارتباط چنین مقایسه‌ای با شادی نسبی یا شادی کلی^۲، بود^۳. بر همین اساس، در عوض تلقی دیگری از شادی کلی—که آن را متشکل از مؤلفه‌های شناختی و عاطفی می‌دانستند—در این مطالعه شادی کلی برساخته از مؤلفه‌های نسبی و غیر نسبی تصور شده است (شکل ۱ را ببینید).

این تلقی از شادی، در بدو امر توسط وینهون^۴ (۱۹۹۱) ادعا شد. او معتقد بود که شادی تا حدی از طریق تأمین نیازهای ذاتی انسان تعیین می‌شود و تا آنجا که به نیازهای اساسی مربوط است، شادی، نسبی نیست؛ بنابراین، در درون شادی کلی، بخشی وجود دارد که با مقایسه اجتماعی توضیح داده نشده است. به بیان دیگر، مقایسه اجتماعی فقط در قسمت نسبی شادی تأثیر خواهد گذاشت. هم‌چنین، نمی‌توان تشخیص داد که چه میزان از شادی کلی به شکل نسبی و چه مقدار غیر نسبی می‌باشد. در هر صورت، تا مطالعات پیش از این پژوهش، تنها یکی از دو نوع شادی کلی یا نسبی در نظر گرفته شده و از هر دو استفاده نشده است.

در این مطالعه دو مدل ایجاد شده است. در یک مدل، شادی نسبی و شادی کلی (شامل شادی برآمده از عواطف و برآمده از شناخت) نیز گنجانده شده است. مقایسه اجتماعی می‌تواند رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و شادی نسبی را میانجی‌گری کند، اما در مورد شادی کلی نمی‌تواند تأثیر بگذارد (یعنی، فقط در a_1 و b_1 در شکل ۱). در مدل دیگر، شادی نسبی و قسمت شناختی شادی (یعنی رضایت از زندگی؛ b_1 و b_2 در شکل ۱) گنجانده شد؛ بنابراین،

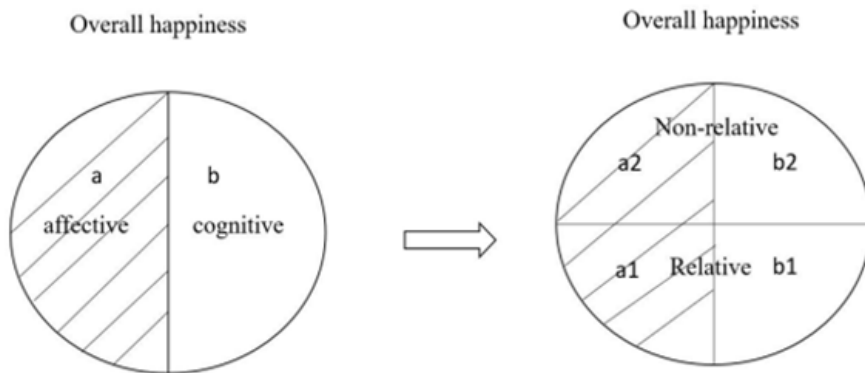
1. Chae
2. Overall happiness

۳. فرضیه محققان این مطالعه شادی کلی را شامل بخش‌های نسبی و غیر نسبی دانسته و پیش‌بینی می‌کند مقایسه اجتماعی فقط بر شادی نسبی تأثیر بگذارد (که تنها بخشی از شادی کلی است).

4. Veenhoven

این دو مدل شامل شادی نسبی و شادی کلی زندگی بوده (مدل ۱) یا رضایت از زندگی در ۳۰ روز گذشته را پذیرفته‌اند (مدل ۲).

پس از آن، با استفاده از یک پیمایش طولی دو موجی^۱ در میان زنان کره‌ای نشان داده شد که استفاده از وبلاگ‌ها، اینستاگرام و لینکدین^۲ با مقایسه اجتماعی در موج اول ارتباط مثبتی دارد (استفاده از لینکدین با مقایسه اجتماعی بسیار مرتبط بود)، در حالی که در مورد توییتر این ارتباط منفی است. به نوبه خود، مقایسه اجتماعی در موج اول شادی نسبی در موج دوم را به طور منفی پیش‌بینی کرد («من از دوستانم خوشحال‌ترم») اما شادی کلی در موج دوم را پیش‌بینی نکرد. در نهایت می‌توان گفت گرچه رسانه‌های اجتماعی ممکن است از طریق مقایسه اجتماعی، ما را به این باور برسانند که زندگی افراد دیگر بهتر است؛ اما چنین مقایسه‌ای فقط بخشی از شادی کلی یا رضایت از زندگی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. بدون مقایسه اجتماعی، رسانه‌های اجتماعی توانایی شادتر کردن افراد را دارند.



شکل ۳-۱: مفهوم‌سازی مجدد از شادی کلی. تقسیم به شادی نسبی و غیر نسبی و تفکیک شادی با منشأ شناختی و با منشأ احساسی (چا، ۲۰۱۸).

1. A two-wave longitudinal survey

مطالعه طولی، مطالعه‌ای است که با گذشت زمان انجام می‌شود و حداقل دو موج اندازه‌گیری دارد. تمایز بیشتر بین دو نوع طراحی مطالعه طولی یعنی طرح اندازه‌های مکرر (repeated measures) و سری‌های زمانی (time series)، مشخص می‌شود.

2. LinkedIn

- بررسی تأثیرات استفاده از اینترنت بر شادی دانشجویان ژاپنی، (کیتازاوا^۱ و همکاران، ۲۰۱۹)

علاوه بر تحقیقات در مورد بیماری‌های روان‌پزشکی مرتبط با استفاده مشکل‌دار از اینترنت^۲، تعداد فزاینده‌ای از مطالعات روی تأثیر اینترنت بر بهزیستی ذهنی متمرکز هستند. باین وجود، بر اساس مطالعات قبلی در مورد رابطه بین استفاده مشکل‌دار از اینترنت و بهزیستی ذهنی، به‌طور خاص در مورد مردم ژاپن اطلاعات کمی وجود دارد و نیز فقدان تعمق و توجه کافی در مورد تفاوت‌های فرهنگی در ادراک شادی، به چشم می‌خورد. بنابراین، هدف این مطالعه آن است که با تمرکز بر اساس تفسیر مفهوم شادی در میان مردم ژاپن، و به‌طور خاص دانشجویان ژاپنی، روشن گردد که چگونه شادی به سنج‌های استفاده مشکل‌دار از اینترنت وابسته است.

در پژوهش حاضر، یک نظرسنجی قلم-کاغذی از ۱۲۵۸ دانشجوی دانشگاه ژاپن انجام شد که در آن از پاسخ‌دهندگان خواسته شده بود مقیاس‌های خود-گزارش‌دهی در مورد احساس شادی خود را^۳ با استفاده از مقیاس شادی وابسته^۴ تکمیل کنند. رابطه بین شادی وابسته و استفاده از اینترنت (نسخه ژاپنی آزمون اعتیاد به اینترنت^۵) و همچنین عملکرد اجتماعی و کیفیت خواب (شاخص کیفیت خواب پیتسبورگ^۶)، با استفاده از تحلیل رگرسیون چندگانه^۷، مورد بررسی قرار گرفت.

بر اساس تجزیه و تحلیل رگرسیون چندگانه، این عوامل به‌طور مثبت به شادی وابسته مربوط می‌شوند: جنسیت زن و تعداد دنبال‌کنندگان توئیتر. برعکس، عوامل زیر با شادی وابسته ارتباط منفی دارند: کیفیت خواب نامناسب، استفاده مشکل‌دار از اینترنت به میزان زیاد و تعداد دفعاتی که آزمودنی کل یک روز را از دانشگاه غیبت کرده است. هم‌چنین مشخص شد که بین شادکامی جوانان ژاپنی و استفاده مشکل‌دار از اینترنت رابطه منفی معناداری وجود دارد. از آنجاکه تحقیقات اپیدمیولوژیک^۷ در مورد شادی که زمینه‌های فرهنگی را منعکس می‌کنند، هنوز کم است،

1. Kitazawa
2. Problematic Internet Use (PIU)
3. Interdependent Happiness Scale (IHS)
4. Japanese version of the Internet addiction test (JIAT)
5. Pittsburgh Sleep Quality Index (PSQI)
6. Multiple regression analyses
7. Epidemiological research

پژوهشگران معتقدند که مطالعات آینده نیز شواهد مهمی را در این زمینه به دست خواهند آورد.

جدول ۲-۱: مشخصات جمعیت‌شناختی و مقایسه یک گروه دارای شادی وابسته پایین با بالا در دانشجویان ژاپنی (کیتازاوا و همکاران، ۲۰۱۹)

	Overall (N = 1258)		Low-IHS (N = 595)		High-IHS (N = 663)		t-value	P value*
	Mean	SD	Mean	SD	Mean	SD		
Total N (%)	1258 (100%)		595 (47.3%)		663 (52.7%)			
Sex (%)								
Male	544 (100%)		289 (53.1%)		255 (46.9%)		χ^2 value 3.963	Male vs Female
Female	714 (100%)		306 (42.9%)		408 (57.1%)			< 0.001
Age	19.34	1.10	19.44	1.13	19.26	1.08	2.900	0.004
Happiness (IHS)	30.60	6.53	25.12	4.47	35.52	3.44	-45.893	< 0.001
IAT	37.87	12.59	40.62	13.43	35.40	11.24	7.438	< 0.001
PSQI global score	5.88	2.52	6.48	2.54	5.33	2.38	8.269	< 0.001
Subjective sleep quality	1.13	0.71	1.26	0.71	1.02	0.69	6.154	< 0.001
Sleep latency	0.99	0.92	1.15	0.96	0.84	0.85	6.165	< 0.001
Sleep duration	1.69	0.98	1.74	0.97	1.66	0.99	1.477	0.140
Habitual sleep efficiency	0.21	0.56	0.25	0.61	0.17	0.50	2.415	0.016
Sleep disturbance	0.68	0.50	0.75	0.49	0.62	0.51	4.914	< 0.001
Use of sleeping medications	0.04	0.32	0.05	0.33	0.03	0.30	0.874	0.382
Daytime dysfunction	1.13	0.71	1.28	0.87	1.00	0.89	5.529	< 0.001
Internet usage time/ min (Weekday)	205.79	147.70	215.69	159.08	196.95	136.25	2.224	0.026
Internet usage time/ min (Weekend)	277.63	183.86	296.74	197.60	260.63	169.04	3.434	< 0.001
Number of Twitter follows	218.18	393.53	215.35	456.81	220.70	327.14	-0.239	0.811
Number of Twitter followers	256.73	1354.17	280.50	1859.24	235.53	623.13	0.584	0.559
Number of times skipping a whole day of school	1.26	5.51	1.33	0.64	1.19	0.45	4.206	< 0.001
Number of times arriving late for school	1.33	6.55	1.41	0.76	1.25	0.54	4.295	< 0.001

SD standard deviation, IHS Interdependent Happiness Scale, IAT The internet addiction test, PSQI The Pittsburgh Sleep Quality Index
*Bold text indicates a statistically significant difference after Bonferroni correction

مطالعات ترکیبی از هیجانات

- شبکه‌های اجتماعی و تنهایی: چرا یک عکس اینستاگرام ممکن است بیش از هزار کلمه

توییتر ارزش داشته باشد؟ (پیتمن^۱ و همکاران، ۲۰۱۶)

با وجود رشد استفاده از رسانه‌های اجتماعی به‌ویژه در میان بزرگسالان، جای تعجب است که، به‌رغم این ارتباط متقابل افزایش‌یافته، بزرگسالان جوان ممکن است نسبت به سایر گروه‌های سنی تنهاتر باشند و نسل فعلی ممکن است تنهاترین افراد نسبت به گذشته باشد. ایده این مطالعه آن است که فقط پلتفرم‌های مبتنی بر تصویر (به عنوان مثال، اینستاگرام و اسنپ‌چت^۲) به دلیل صمیمیت بیشتری که ارائه می‌دهند، توانایی بهبود احساس تنهایی را دارند. در مقابل، پلتفرم‌های مبتنی بر متن (مثل توییتر) صمیمیت کمی دارند و احتمالاً تأثیر مثبتی بر احساس

1. Pittman
2. Snapchat

تنهایی نداشته باشند.



.By Olivier Bonhomme. In the public domain

در نتیجه جهت بررسی این احتمال، از نظرسنجی (نمونه ۲۵۳ نفری) با طراحی مختلط^۱ استفاده شد و نتایج کمی نشان داد احساس تنهایی—به عنوان تابعی از استفاده از رسانه‌های اجتماعی مبتنی بر تصویر—ممکن است کاهش یابد؛ درحالی‌که شادی و رضایت از زندگی افزایش می‌یابد. هم‌چنین در طرف مقابل، استفاده از رسانه‌های مبتنی بر متن، بی‌تأثیر به نظر می‌رسد. نتایج کیفی نیز نشان می‌دهند که اثرات مشاهده‌شده ممکن است به دلیل افزایش صمیمیت ارائه‌شده به واسطه استفاده از رسانه‌های اجتماعی مبتنی بر تصویر (در مقابل متن) باشند.

– آیا دوستان فیس‌بوکی برای سلامتی مفید هستند؟ کاوشی در مورد استفاده از شبکه‌های

اجتماعی و ادراک حمایت اجتماعی، استرس و بهزیستی، (نبی^۲ و همکاران، ۲۰۱۳)

شواهد روشنی وجود دارد که حمایت اجتماعی بین فردی بر میزان استرس و به نوبه خود، درجه بیماری جسمی و بهزیستی روان‌شناختی^۳ تأثیر می‌گذارد. این مطالعه بررسی می‌کند که آیا شبکه‌های اجتماعی واسطه، همان عملکرد تسکینی را ارائه می‌دهند؟ نظرسنجی از ۴۰۱

1. Mixed-design survey
3. Psychological well-being

2. Nabi

دانشجوی کارشناسی کاربر فیس‌بوک نشان داد تعداد دوستان فیس‌بوکی با درک قوی‌تری از حمایت اجتماعی مرتبط هستند که به نوبه خود با کاهش استرس و در نتیجه کاهش بیماری جسمی و نیز بهزیستی بیشتر همراه است. به علاوه، هنگامی که اندازه شبکه بین فردی در نظر گرفته شد، این اثر به حداقل رسید. با این وجود، برای کسانی که بسیاری از عوامل استرس‌زای زندگی را تجربه کرده‌اند، تعداد دوستان فیس‌بوک به عنوان پیش‌بینی‌کننده قوی حمایت اجتماعی پدیدار می‌شود. میانبر ذهنی «هرچه تعداد دوستان بیشتر، بهتر» به عنوان محتمل‌ترین توضیح برای این یافته‌ها ارائه شده است.

- آیا استفاده شخصی از رسانه‌های اجتماعی بر کارایی و بهزیستی مؤثر است؟ (بروکس^۱، ۲۰۱۵)

استفاده از رسانه‌های اجتماعی، علاوه بر زندگی شخصی، در زندگی حرفه‌ای نیز فراگیر است. گرچه تحقیقات تجربی قبلی تأثیرات منفی عوامل حواس‌پرتی را روی وظایف اصلی (در زمان‌های کاری) به اثبات رسانده است، اما تا به امروز، پژوهش‌های اندکی ماهیت بالقوه شبکه‌های اجتماعی در ایجاد حواس‌پرتی و تأثیرات منفی آن را بررسی کرده است.

پژوهش حاضر با بررسی تأثیرات استفاده شخصی از رسانه‌های اجتماعی بر عملکرد حرفه‌ای (در یک نمونه دانشجویان دوره کارشناسی یکی از دانشگاه‌های بزرگ در غرب آمریکا)، به این خلأ پرداخته و تأثیرات استفاده از رسانه‌های اجتماعی شخصی بر سطح تکنواسترس^۲ و شادی افراد را مورد بررسی قرار می‌دهد. این اثرات با ایجاد یک محیط کار در کلاس و اندازه‌گیری میزان استفاده افراد از رسانه‌های اجتماعی و عملکرد آن‌ها اندازه‌گیری شده است.

بر اساس یافته‌های این پژوهش، مشخص شد استفاده بیشتر از رسانه‌های اجتماعی شخصی منجر به عملکرد پایین‌تر در کار و همچنین سطح بالاتر تکنواسترس و نیز شادی کمتر می‌شود. این نتایج در سطوح مختلف کنترل توجهی^۳ و خودکارآمدی چندوظیفه‌ای با رایانه سازگار است. این نتایج نشان می‌دهد که استفاده شخصی از رسانه‌های اجتماعی در زمان‌های کاری (در مقابل استفاده شخصی یا بازی) می‌تواند عواقب منفی در پی داشته باشد و لذا نیازمند مطالعات بیشتری است.

1. Brooks

۲. استرس یا فشار روانی ناشی از استفاده روزانه از فناوری‌های جدید، Technostress.

3. Attentional control

- استفاده از فناوری‌های رسانه‌های اجتماعی برای نظارت لحظه‌ای بر سطح استرس و حالت

هیجانی دانشجویان دانشگاه کالیفرنیا، (لیو^۱ و همکاران، ۲۰۱۷)

دانشکده می‌تواند برای بسیاری از دانشجویان سال اول استرس‌زا باشد، چراکه آن‌ها با انواع عوامل ایجاد کننده فشار روانی مواجه می‌شوند. نیز می‌دانیم استرس بیش از حد می‌تواند بر سلامت روانی و جسمی تأثیر منفی بگذارد.

بنابراین، نیاز است استراتژی‌های نوآورانه و مقرون به صرفه‌ای برای کمک به شناسایی دانشجویان دچار سطح استرس بالاتر از نرمال، اتخاذ شوند. تاکنون مطالعات بسیار اندکی به این پرسش پرداخته‌اند که آیا می‌توان از داده‌های توییت برای نظارت بر سطح استرس و حالات هیجانی در بین دانشجویان استفاده کرد یا خیر.

بر این اساس، هدف اصلی این مطالعه پاسخ به این پرسش است که آیا سطح استرس ادراک شده در بین دانشجویان با عاطفه^۲ و هیجان‌های توییت‌های آن‌ها ارتباط دارد؟^۳ هدف دوم نیز، بررسی این مسئله می‌باشد که آیا وضعیت هیجانی دانشجویان با عاطفه و هیجان‌های توییت‌های آن‌ها مرتبط است؟

۱۸۱ دانشجوی سال اول (۱۸ تا ۲۰ ساله) دانشگاه کالیفرنیا، در این مطالعه شرکت کردند. از همه شرکت‌کنندگان خواسته شد تا پرسشنامه‌ای را که مشخصات جمعیت‌شناختی، میزان استرس و وضعیت هیجانی آن‌ها را در هفت روز گذشته ارزیابی می‌کند، تکمیل کنند. تمام پرسشنامه‌ها در یک بازه ۴۸ ساعته تکمیل شدند. تمام توییت‌های ارسال شده توسط شرکت‌کنندگان طی یک هفته (۲ تا ۸ نوامبر ۲۰۱۵) استخراج شده و به صورت دستی بر اساس عاطفه (مثبت، منفی، خنثی) و هیجان‌ها (خشم، ترس، عشق، شادی) دسته‌بندی شده است. سپس، از رگرسیون‌های ترتیبی^۴ برای ارزیابی اینکه آیا سطح هفتگی استرس و حالات هیجانی با درصد توییت‌های مثبت، خنثی، منفی و یا هیجان‌های عصبانیت، ترس، عشق یا شادی ارتباط دارد، استفاده شد. در مجموع ۱۲۱ شرکت‌کننده نظرسنجی را به پایان رساندند و داده‌هایشان در تحلیل قرار گرفت (۱۸۷۹ توییت).

1. Liu

2. Sentiment

۳. در این مطالعه، واژه sentiment به حالت‌های مثبت، منفی و خنثی اطلاق شده و بنابراین به «عاطفه» برگردانده شده است (به پاروکی ابتدای فصل نگاه کنید).

4. Ordinal regressions

یافته‌های تحلیل، موارد زیر را نشان دادند:

سطح بالاتری از استرس هفتگی به‌طور معنی‌دار با درصد بیشتری از توییت‌های حاوی عاطفه منفی، ترس و عشق ارتباط دارد. همچنین، بهترین مدل برای پیش‌بینی سطح استرس هفتگی استفاده از توییت‌های مربوط به هیجان ترس بود. نیز، سطح بالاتری از عصبانیت با عاطفه مثبت و توییت‌های مربوط به هیجان شادی رابطه منفی داشت. بهترین مدل مناسب برای پیش‌بینی سطح خشم هفتگی استفاده از توییت‌های مربوط به هیجان شادی بوده و سطح بالاتری از ترس به‌طور مثبت با درصد عاطفه منفی ارتباط داشت (به‌ویژه نسبت بیشتری از توییت‌هایی که حاوی هیجان ترس بودند). به علاوه، شرکت‌کنندگانی که سطح بالاتری از عشق را گزارش کردند، درصد کمتری از توییت‌های حاوی عاطفه منفی را نشان دادند. نیز، هیجان شادی با درصد توییت‌های مرتبط با هیجان شادی ارتباط مثبت و با درصد توییت‌های حاوی عاطفه منفی و توییت‌های مربوط به هیجان ترس، ارتباط منفی داشت. بهترین مدل برای پیش‌بینی هیجان هفتگی شادی استفاده از توییت‌های مربوط به هیجان ترس بود. سطح بالاتری از استرس هفتگی به‌طور معنی‌داری با درصد بیشتری از توییت‌های حاوی عاطفه منفی و توییت‌های حاوی هیجان‌های ترس و عشق، مرتبط بود و سطح بالاتر عصبانیت، با درصد عاطفه مثبت و توییت‌های مربوط به عاطفه شادی ارتباط منفی داشت.

به‌طور کلی، نتایج به‌دست‌آمده حاکی از آن است که عاطفه و هیجان‌های بیان‌شده در توییت‌ها، نظارت لحظه‌ای بر سطح استرس و بهزیستی هیجانی دانشجویان را امکان‌پذیر می‌کنند.

- تأثیرات ترک فیس‌بوک بر استرس و بهزیستی، (وانمن^۱ و همکاران، ۲۰۱۸)

افراد گه‌گاه تصمیم می‌گیرند با وقفه‌های طولانی مدت از فیس‌بوک، از شبکه اجتماعی آنلاین خود جدا شوند. این مطالعه در صدد پاسخ به این پرسش است که آیا پرهیز از فیس‌بوک باعث کاهش استرس و درعین حال کاهش بهزیستی ذهنی (به دلیل قطع ارتباط اجتماعی ناشی از آن) می‌شود یا خیر. شرکت‌کنندگان (۱۳۸ کاربر فعال فیس‌بوک) تحت شرایطی قرارداد شدند که از آن‌ها خواسته

می‌شد (۱) پنج روز از فیس‌بوک صرف‌نظر کنند یا (۲) به طور معمول از فیس‌بوک استفاده کنند. استرس، بهزیستی و هم‌چنین کورتیزول بزاقی^۱ به عنوان یکی از نشانگرهای بیولوژیکی واکنش استرسی (بوزویک^۲ و همکاران، ۲۰۱۳) قبل و بعد از دوره‌ی آزمایش اندازه‌گیری شد. نتایج حاکی از آن بودند که افراد در شرایط اجتناب از فیس‌بوک، نسبت به کسانی که در شرایط عادی استفاده از فیس‌بوک قرار داشتند، سطح کورتیزول و رضایت از زندگی پایین‌تری تجربه می‌کنند. بر این اساس می‌توان گفت تعطیلات فیس‌بوک می‌تواند استرس ناشی از مقدار زیاد اطلاعات اجتماعی را حداقل در کوتاه‌مدت بهبود بخشد.

- پیوند ارتباطات اینترنتی و اختلال ناشی از استفاده تلفن‌های هوشمند با نگاهی دقیق به برنامه‌های فیس‌بوک و واتس‌آپ، (شا^۳ و همکاران، ۲۰۱۹)

شواهد، گویای این مطلب است که پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی مانند واتس‌آپ^۴ و فیس‌بوک محرک‌های اساسی استفاده از تلفن‌های هوشمند هستند؛ بنابراین، یک مسئله مهم و درعین حال کشف‌نشده این است که چگونه استفاده بیش از حد از پلتفرم‌ها به اختلال استفاده از تلفن‌های هوشمند^۵ مربوط می‌شود. علاوه‌براین، از آنجاکه اهمیت ویژه نقش رضایت از زندگی و ترس از جا ماندن در استفاده از اینترنت و اختلال ارتباطات اینترنتی اثبات شده است، لذا در این پژوهش، این مفاهیم در زمینه اختلال استفاده از تلفن‌های هوشمند مورد بررسی قرار گرفتند.

در مجموع، ۲۲۹۹ نفر از شرکت‌کنندگان (دارای یک حساب واتس‌آپ و فیس‌بوک)، پرسشنامه‌های ارزیابی اختلال استفاده از تلفن‌های هوشمند، اختلال استفاده از واتس‌آپ و فیس‌بوک، ترس از جا ماندن و رضایت از زندگی را تکمیل کردند. پراکندگی جغرافیایی این شرکت‌کنندگان که شامل ۱۳۹۸ مرد و ۹۰۱ زن با میانگین سنی ۳۰/۳۳، و بازه سنی ۱۲ تا ۷۵ سال بودند، به این ترتیب است: ۲۲۱۲ نفر از آلمان، ۶۶ نفر از اتریش و ۲۱ نفر از سوئیس.

یافته‌های این پیمایش نشان داد که اختلال استفاده از تلفن‌های هوشمند با اختلال استفاده از واتس‌آپ و (به میزان کمتری) اختلال استفاده از فیس‌بوک مرتبط است. جالب توجه اینکه

1. Salivary cortisol

3. Sha

5. Smartphone Use Disorder (SUD)

2. Bozovic

4. WhatsApp

ارتباط بین اختلال استفاده از تلفن‌های هوشمند و اختلال استفاده از واتس‌آپ در زنان به شدت برجسته بود. علاوه‌براین، ترس از جا ماندن، پیش‌بینی‌کننده اختلال استفاده از تلفن‌های هوشمند و اختلال در استفاده از واتس‌آپ و فیس‌بوک است و (به طور کامل) رابطه بین رضایت از زندگی و متغیرهای مذکور را میانجی‌گری می‌کند.

همان‌طور که گفته شد، استفاده از واتس‌آپ نقش مهمی در درک اختلال استفاده از تلفن‌های هوشمند دارد. با توجه به نقش واسطه‌ای ترس از جا ماندن، پژوهش حاضر ممکن است به حل معمای چرایی نتایج متناقض در رابطه بین رضایت از زندگی و استفاده بیش از حد از شبکه‌های اجتماعی کمک کند.

- استفاده مشکل‌دار از رسانه‌های اجتماعی و سلامت روان، (هانگ^۱، ۲۰۲۰)

گرچه فراتحلیل‌های^۲ قبلی برای سنتز کمیتهی رابطه بین استفاده مشکل‌دار از رسانه‌های اجتماعی^۳ و سلامت روان انجام شده بود، اما تمرکز آن‌ها بر اعتیاد به فیس‌بوک قرار داشت. هدف از این فراتحلیل، بررسی این رابطه از طریق گسترش دامنه تحقیق از طریق گنجاندن مطالعاتی است که استفاده مشکل‌دار از همه پلتفرم‌ها را بررسی می‌کنند. در این حوزه، ۱۳۳ نمونه مستقل (تعداد = ۲۴۴۶۷۶) شناسایی شد.

همان‌طور که انتظار می‌رفت، میانگین همبستگی بین استفاده مشکل‌دار از رسانه‌های اجتماعی و بهزیستی، منفی بود؛ درحالی‌که بین استفاده مشکل‌دار از رسانه‌های اجتماعی و پریشانی همبستگی مثبت وجود داشت.

رضایت از زندگی و عزت‌نفس معمولاً برای بازنمایی بهزیستی به کار می‌رود، درحالی‌که افسردگی و تنهایی معمولاً برای نشان دادن پریشانی استفاده می‌شود. میانگین همبستگی استفاده مشکل‌دار از رسانه‌های اجتماعی با رضایت از زندگی و عزت‌نفس اندک بود، درحالی‌که همبستگی بین استفاده مشکل‌دار از رسانه‌های اجتماعی با افسردگی و تنهایی در حد متوسط بود. اثرات تعدیل‌کننده وضعیت انتشار، ابزارها، پلتفرم‌ها و میانگین سنی معنی‌دار نبود.

1. Huang
3. Social Media

2. Meta-analysis

به‌طور کلی، می‌توان نتیجه گرفت میزان همبستگی بین استفاده مشکل‌دار از رسانه‌های اجتماعی و شاخص‌های سلامت روان، به اکثر شرایط تعدیل‌کننده قابل‌تعمیم است.

- بررسی ارتباط بین استفاده فعال از فیس‌بوک، پسندهای دریافت شده، عزت‌نفس و شادی، (مارنگو^۱ و همکاران، ۲۰۲۱)

برای کاربران شبکه‌های اجتماعی، به‌روزرسانی پروفایل و دریافت پسند^۲ برای آن، ممکن است به‌عنوان یک پاداش تلقی شده، احساسات مثبت ایجاد کند و همین نکته، موجب تقویت استفاده از پلتفرم توسط افراد شود؛ اما پرسش این‌جاست که آیا این سازوکار می‌تواند پیامدهایی برای عزت‌نفس و شادی کاربران به همراه داشته باشد؟

یافته‌های قبلی در مورد این موضوع نتایج ناهمگونی داشته است و به‌طور معمول به استفاده از داده‌های خود-گزارش‌دهی درباره فعالیت آنلاین محدود شده است. در مطالعه حاضر، از داده‌های رفتاری عینی برای بررسی این سوال پژوهشی استفاده شده که آیا دریافت پسند در فیس‌بوک به: (۱) افزایش سطح عزت‌نفس کاربران و (۲) افزایش شادی از طریق نقش واسطه‌ای عزت‌نفس، مربوط می‌شود؟



.By John Holcroft. In the public domain

1. Marengo
2. Likes

۲۳۴۹ کاربر بزرگسال فیس‌بوک (۵۸۹ مرد و ۱۷۶۰ زن؛ ۶۷٪ در بازه سنی ۱۸-۲۵، ۲۶٪ در بازه سنی ۲۶-۳۵ و ۷٪ بالای ۳۵ سال) به منظور بررسی این فرضیه به کار گرفته شدند. شرکت‌کنندگان به یک نظرسنجی آنلاین پاسخ دادند و مجوز دسترسی به داده‌های هدفمند فیس‌بوک خود را (به عنوان مثال، به‌روزرسانی‌های نمایه و پسندها) ارائه کردند. بر اساس یافته‌ها، مشخص شد که دفعات به‌روزرسانی نمایه توسط کاربران و به اشتراک‌گذاری محتوای شخصی (به عنوان مثال متن، تصاویر، دوستان و برچسب‌های موقعیت مکانی)، تأثیر مستقیمی بر فراوانی و شدت بازخوردی (به عنوان مثال، پسندها) که از سایر کاربران شبکه اجتماعی‌شان دریافت می‌کنند، دارد. به‌علاوه، تجزیه‌وتحلیل‌ها از ارتباط مثبت بین فراوانی و شدت بازخورد مثبت دریافت شده توسط کاربران و احساس شادی پشتیبانی می‌کنند که این ارتباط تا حدی به‌واسطه افزایش عزت‌نفس است. به طور کلی، می‌توان گفت یافته‌ها حاکی از پیوند بازخورد اجتماعی مثبت آنلاین و بهزیستی می‌باشد.

خلاصه و جمع‌بندی

ترس از جا ماندن

به طور کلی می‌توان اینگونه توضیح داد که فعالیت در رسانه‌های اجتماعی باعث تشدید احساس ترس از جا ماندن در افراد با برداشت منفی از خود می‌شود، اما همین‌طور، ترس از جا ماندن، خود می‌تواند انگیزه استفاده از رسانه‌های اجتماعی و احساسات بعدی انزوا و عزت نفس پایین را ایجاد نماید. افزایش خود شفقت ورزی به شکل خود-ارزیابی کمتر سختگیرانه و نشخوار فکری کمتر، ممکن است به معنای کاهش اضطراب در مورد فعالیت‌های دیگران باشد. به طور خلاصه، شیوه تعامل و تفسیر نشانه‌های اجتماعی، احتمالاً نقش مهمی در تجربه ترس از جا ماندن و سایر اشکال پریشانی در پاسخ به این نشانه‌ها دارد. (بری و ونگ، ۲۰۲۰)

حسادت

تجزیه و تحلیل حاضر، فقدان تعریف حسادت خاص شبکه‌های اجتماعی را نشان می‌دهد. تعدادی از مطالعات استدلال می‌کنند که ممکن است حسادت از طریق برخی ویژگی‌های خاص محیط شبکه‌های اجتماعی ایجاد شود. این موضوع نشان می‌دهد که اصطلاح «حسادت خاص شبکه‌های اجتماعی»^۱ ممکن است گمراه‌کننده باشد، زیرا به مفهوم سنتی حسادت (حسادتی که برخاسته از تعاملات چهره به چهره و روزمره غیرآنلاین است) اشاره دارد. هنوز مشخص نیست که آیا حسادت ناشی از شبکه‌های اجتماعی بدتر یا بیشتر از حسادت آفلاین باشد؛ با این حال، به نظر می‌رسد که علتی برای حسادت کردن به چیزهایی ایجاد می‌کند که ممکن است با موارد موجود در زمینه آفلاین متفاوت باشد.

بر این اساس، پژوهشگران ادعا می‌کنند که:

اول) حسادت خاص شبکه‌های اجتماعی وجود ندارد. در عوض، عناصر اصلی حسادت (شامل یک‌روند مقایسه اجتماعی روبه بالا و یک مؤلفه احساس ناخوشایند) در محیط جدید شبکه‌های اجتماعی ایجاد می‌شود. تعریف، عملیاتی‌سازی و نظریه‌پردازی هنوز باید با زمینه سازگار شود، اما به نظر می‌رسد شبکه‌های اجتماعی به دلیل دارا بودن استطاعت‌های فناوری اجتماعی، حسادت عمومی را تسریع می‌کنند. با این حال، این ادعا هنوز به تأیید تجربی نیاز دارد. دوم) هر دو پاسخ روان‌شناختی و رفتاری به حسادت (در محیط جدید شبکه‌های اجتماعی که در تحقیقات قبلی مورد بررسی قرار گرفته است) یافته‌های مربوط به زمینه آفلاین را منعکس می‌کند؛ اما سازه‌های مربوط به شبکه‌های اجتماعی را به‌عنوان پاسخ‌های رفتاری برجسته ویژه زمینه شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهد (ونینگر و همکاران، ۲۰۲۱).

سرایت هیجانی

سرایت عواطف دیجیتال را باید به‌عنوان سرایت هیجانی با واسطه درک کرد. اهداف شرکت‌های رسانه‌های دیجیتال — افزایش فراوانی و شدت هیجان‌های کاربران — به احتمال زیاد به‌عنوان

1. SNS envy

عوامل تحریکی برای سرایت عواطف دیجیتال عمل می‌کنند. با این حال، افزایش قرار گرفتن در معرض عواطف ممکن است به عادت و خستگی نیز بیانجامد؛ به‌ویژه با توجه به این واقعیت که ارتباط اجتماعی در رسانه‌های دیجیتال از معنای کمتری برخوردار است و بنابراین از سرایت عواطف دیجیتال جلوگیری می‌کند. پژوهش‌های آینده باید ویژگی‌های مختلف سرایت هیجان‌های دیجیتال و تأثیر آن‌ها بر میزان این سرایت را بررسی کنند.

مطالعات آینده باید بررسی کنند چه نوع هیجانی، توسط چه کسی، به چه کسی ابراز می‌شود و در چه بستری می‌توان سرایت قوی‌تر یا ضعیف‌تر را پیش‌بینی کرد (گلدنبرگ و گروس، ۲۰۲۰). در حالی که شبکه‌های اجتماعی با انگیزه‌های اقتصادی در صدد تهییج هیجان‌ها و گسترش آن در این فضا هستند، پژوهش‌های آینده می‌بایست به بررسی چگونگی و سازوکار تأثیر این تغییرات بر مؤلفه‌های روان‌شناختی و ویژگی‌های شناختی کاربران بپردازند.

بهبودی

چندین آزمایش، اثرات منفی استفاده از رسانه‌های اجتماعی را بر بهبودی، نشان داده‌اند. این نتایج، مجموعه عمیق‌تری از پیچیدگی‌ها را در بر دارد. جمع‌آوری شواهد نشان می‌دهد که رسانه‌های اجتماعی می‌توانند بسته به چگونگی استفاده افراد از این رسانه‌ها، بهبودی را افزایش یا کاهش دهند (کراس و همکاران، ۲۰۲۰).

مثلاً در مطالعه کراس و همکاران (۲۰۱۳)، افراد هرچه بیشتر از دو هفته از فیس‌بوک استفاده کردند، میزان رضایت از زندگی آن‌ها با گذشت زمان، کاهش یافت و یا اوتز و ماب (۲۰۱۸)، در پژوهش خود اشاره می‌کنند که مطالعات طولی پیشین در مورد تأثیرات استفاده از فیس‌بوک بر بهبودی اغلب هیچ اثری به دست نیاورده‌اند یا تنها اثراتی جزئی را نشان داده‌اند و دلیل این مسئله را به پایداری چشمگیر شاخص‌های بهبودی طی گذشت زمان، مرتبط می‌دانند. در همین مطالعه مشخص شد که استفاده از فیس‌بوک ممکن است به‌طور عمده در بهبودی افراد، مدتی بعد از وقایع پراسترس زندگی نقش مثبتی داشته باشد.

در مطالعه کالو و کاربونل (۲۰۱۸) که باهدف مقایسه یک دوره آموزشی فیس‌بوک و یک دوره

نرم‌افزار اداری و تأثیر آن‌ها بر بهزیستی روان‌شناختی در گروهی از افراد بی‌خانمان انجام گرفت، فیس‌بوک توانست به‌عنوان یک عنصر اصلی در بهزیستی روان‌شناختی و اجتماعی شدن افراد بی‌خانمان عمل کند.

در مورد مطالعه کیم و همکاران (۲۰۱۱) که تأثیر نوع خودارائه‌گری افراد در فیس‌بوک را بر بهزیستی ذهنی، بررسی کرد، به‌طور خلاصه، می‌توان گفت، تعداد دوستان و خودارائه‌گری، در فیس‌بوک با بهزیستی ذهنی ارتباط مثبت داشت، اما سازوکارهای اساسی با توجه به نقش حمایت اجتماعی دوستان فیس‌بوکی متفاوت بود. تعداد دوستان فیس‌بوکی و خودارائه‌گری مثبت توانست، بهزیستی ذهنی کاربران را افزایش دهد، اما این بخش از شادی احتمالاً به جهت حمایت اجتماعی نبود (قابل توضیح بر اساس نظریه توهم مثبت). از سوی دیگر، خودارائه‌گری صادقانه ممکن است باعث ارتقای نشاطی شود که ریشه در حمایت اجتماعی ارائه‌شده توسط دوستان فیس‌بوکی دارد.

گروهی از مطالعات اصطلاحاً به بررسی اثر زنگ تفریح (ترک موقت شبکه‌های اجتماعی) بر کاربران پرداخته‌اند، مثلاً ترامهالت (۲۰۱۶)، در مطالعه خود، گروه درمانی (گروهی که در زنگ تفریح فیس‌بوک شرکت کردند) را با گروه کنترل (شرکت‌کنندگانی که مدام از فیس‌بوک استفاده می‌کردند) مقایسه کرد و مشخص شد که استراحت فیس‌بوکی تأثیرات مثبتی بر دو بعد بهزیستی دارد: افزایش رضایت از زندگی و مثبت‌تر شدن هیجان‌ها. علاوه‌براین، مشخص شد که این تأثیرات برای کاربران پر استفاده فیس‌بوک^۱، کاربران منفعل فیس‌بوک^۲ و کاربران حسود در فیس‌بوک، به طرز معنی‌داری بیشتر بود.

وانمن و همکاران (۲۰۱۸)، در مطالعه خود، به این سؤال پرداختند که آیا پرهیز از فیس‌بوک باعث کاهش استرس و درعین‌حال کاهش بهزیستی ذهنی به دلیل قطع ارتباط اجتماعی ناشی از آن می‌شود یا خیر؟ کسانی که در شرایط اجتناب از فیس‌بوک بودند، سطح کورتیزول و رضایت از زندگی پایین‌تری را نشان دادند. نتایج نشان داد که تعطیلات فیس‌بوک می‌تواند استرس ناشی از مقدار زیاد اطلاعات اجتماعی را (حداقل در کوتاه‌مدت) بهبود بخشد.

1. Heavy Facebook users
2. Passive facebook users

فیوراوانتی و همکاران (۲۰۲۰)، تأثیرات مرخصی یک هفته‌ای از فیس‌بوک و اینستاگرام، را بر روی بهزیستی ذهنی بررسی کردند، این امکان وجود داشت که کاربرانی که دیگر در معرض ارزشیابی مستقیم تصاویر خود در اینستاگرام نیستند بتوانند شاهد افزایش سطح رضایت عمومی^۱ خود باشند (هیچ اثر معنی‌داری در مردان مشاهده نشد).

در مطالعه هانلی و همکاران (۲۰۱۹)، بررسی اثرات، باتوجه به نوع استفاده کاربران (فعال یا منفعل) از شبکه اجتماعی انجام گرفت و مشخص شد که استفاده فعال‌تر از شبکه‌های اجتماعی با رضایت از زندگی رابطه مثبت دارد و تعطیلات شبکه‌های اجتماعی منجر به تأثیر مثبت کمتری برای کاربران فعال شد (استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند برای کاربران فعال مفید باشد)؛ بنابراین، کاربران شبکه‌های اجتماعی باید در مورد مزایای استفاده از سبک فعال، آموزش ببینند و نکته مهم آنکه تحقیقات آینده باید احتمال اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی را در میان کاربران فعال‌تر در نظر داشته باشند.

استایگر (۲۰۱۹)، این سؤال را مطرح می‌کند که آیا فیس‌بوک (بزرگ‌ترین شبکه اجتماعی فعلی) باعث می‌شود که ما از زندگی خود رضایت بیشتری داشته باشیم؟ نتایج مطالعه او حاکی از آن بود که نه کاربران فیس‌بوک نسبت به کاربران غیر فیس‌بوکی از زندگی خود رضایت بیشتری داشتند و نه کاربران فیس‌بوکی که با دوستان آنلاین بیشتری در ارتباط بودند در مقایسه با کاربرانی که دوستان آنلاین کمتری داشتند، از زندگی احساس رضایت بیشتری می‌کردند. مدت‌زمان استفاده از فیس‌بوک با رضایت از زندگی ارتباط منفی داشت، اگرچه به‌طور کلی انتظار می‌رفت که فیس‌بوک اثرات مثبتی داشته باشد (چراکه امکان‌پذیری ارتباطات اجتماعی و به‌طور کلی ارتباطات را افزایش می‌دهد)، اما رابطه‌های یافت‌شده خنثی یا منفی بودند.

شادی

چا (۲۰۱۸)، در پژوهش خود این نکته را مطرح می‌کند که رسانه‌های اجتماعی ممکن است ما را به این باور برسانند که زندگی افراد دیگر (از طریق مقایسه اجتماعی) بهتر است. بااین‌حال،

1. Global satisfaction levels

چنین مقایسه‌ای فقط بخشی از شادی کلی یا رضایت از زندگی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. بدون مقایسه اجتماعی، رسانه‌های اجتماعی توانایی شادتر کردن افراد را دارند. از طرفی در مطالعه کیتازاوا و همکاران (۲۰۱۹)، مشخص شد که بین شادکامی جوانان ژاپنی و استفاده مشکل‌دار از اینترنت رابطه منفی معنی‌داری وجود دارد. در مطالعه (بروکس، ۲۰۱۵)، استفاده بیشتر از رسانه‌های اجتماعی شخصی منجر به عملکرد پایین‌تر در کار و همچنین سطح بالاتر تکنواسترس و نیز شادی کمتر شد.

مطالعات ترکیبی

گروهی از مطالعات به بررسی اثرات رسانه‌های اجتماعی بر سایر مؤلفه‌های هیجانی - عاطفی و یا ترکیبی از آن‌ها پرداخته‌اند، به عنوان مثال ایده پیتمن و همکاران، (۲۰۱۶) آن بود که فقط پلتفرم‌های مبتنی بر تصویر (به عنوان مثال، اینستاگرام و اسنپ‌چت) به دلیل صمیمیت بیشتری که ارائه می‌دهند، توانایی بهبود تنهایی را دارند. نتایج کمی این مطالعه نشان می‌دهد که به‌عنوان تابعی از استفاده رسانه‌های اجتماعی مبتنی بر تصویر، تنهایی ممکن است کاهش یابد، درحالی‌که شادی و رضایت از زندگی افزایش می‌یابد (نکته جالب‌توجه آنکه افزایش استفاده از رسانه‌های اجتماعی درعین حال که ممکن است باعث کاهش احساس تنهایی شود، بر اساس سایر تحقیقات می‌تواند بهزیستی را نیز کاهش دهد). در مقابل، استفاده از رسانه‌های مبتنی بر متن بی‌تأثیر به نظر می‌رسد. نتایج کیفی نشان می‌دهند که اثرات مشاهده‌شده ممکن است به دلیل افزایش صمیمیت ارائه‌شده، به‌واسطه استفاده از رسانه‌های اجتماعی مبتنی بر تصویر (در مقابل متن) باشند.

نبی و همکاران (۲۰۱۳)، در مطالعه خود اذعان کردند که، تعداد دوستان فیس‌بوکی با درک قوی‌تری از حمایت اجتماعی مرتبط است و این به نوبه خود با کاهش استرس و در نتیجه کاهش بیماری جسمی و نیز بهزیستی بیشتر همراه است. برای کسانی که بسیاری از عوامل استرس‌زای زندگی را تجربه کرده‌اند، تعداد دوستان فیس‌بوک به‌عنوان پیش‌بینی‌کننده قوی حمایت اجتماعی پدیدار می‌شود.

پیشنهادات پژوهشی

به‌طور کلی به نظر می‌رسد در پژوهش‌هایی که به منظور بررسی اثرات پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی بر مؤلفه‌های هیجانی مختلف انجام خواهد گرفت، باید چند نکته را در نظر داشت تا نتایج سازگارتر و قابل قبول‌تری حاصل شود:

- ❖ توجه به نوع شبکه: مبتنی بر تصویر یا مبتنی بر متن
- ❖ سبک استفاده کاربر از شبکه: فعال یا منفعل
- ❖ استفاده از روش‌هایی که منجر به تولید داده‌های واقعی‌تر می‌شوند (تمرکز بیشتر مطالعات بر داده‌های خود-گزارشی متکی بوده است).
- ❖ بررسی طولانی‌تر (بازه‌های بیش از یک هفته) و متنوع‌تر (پلتفرم‌های گوناگون، جنسیت متفاوت، کاربران مختلف به لحاظ نوع کاربری و سطوح اجتماعی، اقتصادی و تحصیلی) به‌خصوص در مورد اثرات زنگ تفریح‌های شبکه‌های مجازی (چراکه امکان مقایسه پیش‌آزمون و پس‌آزمون را فراهم می‌آورد).
- ❖ توجه به تنوع جغرافیایی و فرهنگی
- ❖ لازم است در پژوهش‌های آتی به تأثیرات استفاده از شبکه‌های اجتماعی در بین گروه‌های مختلف بالینی و افراد مبتلا به اختلالات گوناگون پرداخته شود.

منابع

وحیدی و جعفری هرندی. (۲۰۱۷). پیش‌بینی بهزیستی روان‌شناختی بر اساس مؤلفه‌های سرمایه روان‌شناختی و مؤلفه‌های نگرش معنوی. پژوهش‌نامه روان‌شناسی مثبت، ۳(۲)، ۵۱-۶۴.

Altheide, D. L. (2002). *Creating fear: News and the construction of crisis*. Transaction Publishers.

American Psychological Association. (2020). *APA Dictionary of Psychology*.
<https://dictionary.apa.org/>

Anand, P. (2016). *Happiness explained: What human flourishing is and what we can do to promote it*. Oxford University Press.

Barry, C. T., & Wong, M. Y. (2020). Fear of missing out (FoMO): A generational phenomenon or an individual difference?. *Journal of Social and Personal Relationships*, 2966-2952, (12)37.

Barsade, S. G. (2002). The ripple effect: Emotional contagion and its influence on group behavior. *Administrative science quarterly*, 675-644, (4)47.

Basson, N. (2008). *The influence of psychosocial factors on the subjective well-being of adolescents* (Doctoral dissertation, University of the Free State).

Beyens, I., Frison, E., & Eggermont, S. (2016). "I don't want to miss a thing": Adolescents' fear of missing out and its relationship to adolescents' social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior*, 8-1, 64.

Bhullar, N. (2012). Self-ratings of love and fear on emotional contagion scale depend on the environmental context of rating. *Current Research in Social Psychology*, 2.

Blackwell, D., Leaman, C., Trampusch, R., Osborne, C., & Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 72-69, 116.

Bozovic, D., Racic, M., & Ivkovic, N. (2013). Salivary cortisol levels as a biological marker of stress reaction. *Med Arch*, 377-374, (5)67.

Brooks, S. (2015). Does personal social media usage affect efficiency and well-being?. *Computers in Human Behavior*, 37-26, 46.

Calvo, F., & Carbonell, X. (2018). Using Facebook for improving the psychological well-

being of individuals experiencing homelessness: experimental and longitudinal study. *JMIR Mental Health*, 4(5), e59.

Chae, J. (2018). Reexamining the relationship between social media and happiness: The effects of various social media platforms on reconceptualized happiness. *Telematics and Informatics*, 1664-1656,(6)35.

Chow, T. S., & Wan, H. Y. (2017). Is there any "Facebook Depression"? Exploring the moderating roles of neuroticism, Facebook social comparison and envy. *Personality and Individual Differences*, 282-277 ,119.

Coviello, L., Sohn, Y., Kramer, A. D., Marlow, C., Franceschetti, M., Christakis, N. A., & Fowler, J. H. (2014). Detecting emotional contagion in massive social networks. *PloS one*, 3(9), e90315.

Cummings, J. N., Butler, B., & Kraut, R. (2002). The quality of online social relationships. *Communications of the ACM*, 108-103 ,(7)45.

Del Vicario, M., Vivaldo, G., Bessi, A., Zollo, F., Scala, A., Caldarelli, G., & Quattrociocchi, W. (2016). Echo chambers: Emotional contagion and group polarization on facebook. *Scientific reports*, 12-1 ,(1)6.

DelPriore, D. J., Hill, S. E., & Buss, D. M. (2012). Envy: Functional specificity and sex-differentiated design features. *Personality and Individual Differences*, 322-317 ,(3)53.

Diener, E., Oishi, S., & Lucas, R. E. (2003). Personality, culture, and subjective well-being: Emotional and cognitive evaluations of life. *Annual review of psychology*, 425-403 ,(1)54.

Doherty, R. W. (1997). The emotional contagion scale: A measure of individual differences. *Journal of nonverbal Behavior*, 154-131 ,(2)21.

Duffy, M. K., Scott, K. L., Shaw, J. D., Tepper, B. J., & Aquino, K. (2012). A social context model of envy and social undermining. *Academy of management Journal*, 666-643 ,(3)55.

Fabris, M. A., Marengo, D., Longobardi, C., & Settanni, M. (2020). Investigating the links between fear of missing out, social media addiction, and emotional symptoms in adolescence: The role of stress associated with neglect and negative reactions on social media. *Addictive Behaviors*, 106364,106.

Fan, R., Xu, K., & Zhao, J. (2016). Higher contagion and weaker ties mean anger spreads faster than joy in social media. *arXiv preprint arXiv:1608.03656*.

Ferrara, E., & Yang, Z. (2015). Measuring emotional contagion in social media. *PloS one*, 11(10), e0142390.

Fioravanti, G., Probst, A., & Casale, S. (2020). Taking a Short Break from Instagram: The effects on subjective well-being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 23(2), 112-107.

Fox, J., & Moreland, J. J. (2015). The dark side of social networking sites: An exploration of the relational and psychological stressors associated with Facebook use and affordances. *Computers in human behavior*, 176-168, 45.

Goldenberg, A., & Gross, J. J. (2020). Digital emotion contagion. *Trends in cognitive sciences*, 328-316, (4)24.

Goldenberg, A., Garcia, D., Halperin, E., Zaki, J., Kong, D., Golarai, G., & Gross, J. J. (2019). Beyond emotional similarity: The role of situation-specific motives. *Journal of Experimental psychology. General*, 159-138, (1)149.

Gürel, N. A. (2009). Effects of thinking styles and gender on psychological well-being (Master's thesis).

Hanley, S. M., Watt, S. E., & Coventry, W. (2019). Taking a break: The effect of taking a vacation from Facebook and Instagram on subjective well-being. *Plos one*, 6(14), e0217743.

Hareli, S., & Weiner, B. (2002). Social emotions and personality inferences: A scaffold for a new direction in the study of achievement motivation. *Educational Psychologist*, 37(3), 193-183.

He, S., Zheng, X., Zeng, D., Luo, C., & Zhang, Z. (2016). Exploring entrainment patterns of human emotion in social media. *PloS one*, 3(11), e0150630.

Hess, U., & Fischer, A. (2014). Emotional mimicry: Why and when we mimic emotions. *Social and personality psychology compass*, 57-45, (2)8.

Hill, A. L., Rand, D. G., Nowak, M. A., & Christakis, N. A. (2010). Emotions as infectious diseases in a large social network: the SISa model. *Proceedings of the Royal Society B: Biological Sciences*, 3835-3827, (1701)277.

Hill, S. E., DelPriore, D. J., & Vaughan, P. W. (2011). The cognitive consequences of envy: Attention, memory, and self-regulatory depletion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 653, (4)101.

Hitokoto, H., & Uchida, Y. (2015). Interdependent happiness: Theoretical importance and measurement validity. *Journal of Happiness Studies*, 239-211 ,(1)16.

Holyst, J. A. (2016). *Cyberemotions: Collective Emotions in Cyberspace (Understanding Complex Systems)* (1st ed. 2017 ed.). Springer.

Huang, C. (2020). A meta-analysis of the problematic social media use and mental health. *International Journal of Social Psychiatry*, 0020764020978434.

Hunt, M. G., Marx, R., Lipson, C., & Young, J. (2018). No more FOMO: Limiting social media decreases loneliness and depression. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 768-751 ,37.

Intravia, J., Wolff, K. T., Paez, R., & Gibbs, B. R. (2017). Investigating the relationship between social media consumption and fear of crime: A partial analysis of mostly young adults. *Computers in Human Behavior*, 168-158 ,77.

Izard, C. E. (2007). Basic emotions, natural kinds, emotion schemas, and a new paradigm. *Perspectives on Psychological Science*, 280-260 ,2.

Izard, C. E. (2011). Forms and functions of emotions: Matters of emotion-cognition interactions. *Emotion Review*, 378-371 ,3.

Jaidka, K., Giorgi, S., Schwartz, H. A., Kern, M. L., Ungar, L. H., & Eichstaedt, J. C. (2020). Estimating geographic subjective well-being from Twitter: A comparison of dictionary and data-driven language methods. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, ,(19)117 10171-10165.

James, T. L., Lowry, P. B., Wallace, L., & Warkentin, M. (2017). The effect of belongingness on obsessive-compulsive disorder in the use of online social networks. *Journal of Management Information Systems*, 596-560 ,(2)34.

Jin, S. V. (2018). Interactive effects of Instagram Foodies' Hashtagged# Foodporn and peer Users' eating disorder on eating intention, envy, Parasocial interaction, and online friendship. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 167-157 ,(3)21.

Jones, T. (2014). Students' cell phone addiction and their opinions. *Elon J Undergrad Res Commun*, 80-74 ,(1)5.

Keyes, C. L., Shmotkin, D., & Ryff, C. D. (2002). Optimizing well-being: the empirical encounter of two traditions. *Journal of personality and social psychology*, 1007 ,(6)82.

Kim, J., & Lee, J. E. R. (2011). The Facebook paths to happiness: Effects of the number of

Facebook friends and self-presentation on subjective well-being. *CyberPsychology, behavior, and social networking*, 364-359 ,(6)14.

Kitazawa, M., Yoshimura, M., Hitokoto, H., Sato-Fujimoto, Y., Murata, M., Negishi, K., ... & Kishimoto, T. (2019). Survey of the effects of internet usage on the happiness of Japanese university students. *Health and quality of life outcomes*, 8-1 ,(1)17.

Kohm, S. A., Waid-Lindberg, C. A., Weinrath, M., Shelley, T. O. C., & Dobbs, R. R. (2012). The impact of media on fear of crime among university students: A crossnational comparison. *Canadian Journal of Criminology and Criminal Justice*, 100–67 ,(1)54.

Kramer, A.D.I. et al. (2014) Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks. *Proc. Natl. Acad. Sci.* 8790–8788 ,111.

Krasnova, H., Widjaja, T., Buxmann, P., Wenninger, H., & Benbasat, I. (2015). Why following friends can hurt you: An exploratory investigation of the effects of envy on social networking sites among college-age users. *Information Systems Research*, 605–585 ,(3)26.

Kross, E., Verduyn, P., Demiralp, E., Park, J., Lee, D. S., Lin, N., ... & Ybarra, O. (2013). Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. *PloS one*, 8(8), e69841.

Kross, E., Verduyn, P., Sheppes, G., Costello, C. K., Jonides, J., & Ybarra, O. (2020). Social media and well-being: Pitfalls, progress, and next steps. *Trends in Cognitive Sciences*.

Leary, M. R., Kelly, K. M., Cottrell, C. A., & Schreindorfer, L. S. (2013). Construct validity of the need to belong scale: Mapping the nomological network. *Journal of personality assessment*, 624-610 ,(6)95.

Lim, M., & Kim, J. (2018). Facebook users' loneliness based on different types of interpersonal relationships: Linkstograndiosityandenvy. *Information Technology&People*, 665–646,(3)31.

Lim, M., & Yang, Y. (2015). Effects of users' envy and shame on social comparison that occurs on social network services. *Computers in Human Behavior*, 311–300 ,(1)51.

Lim, M., & Yang, Y. (2019). Upward social comparison and Facebook users' grandiosity. *Online Information Review*, 662–635 ,(4)43.

Lin, H., Tov, W., & Qiu, L. (2014). Emotional disclosure on social networking sites: The role of network structure and psychological needs. *Computers in Human Behavior*, 350-342 ,41.

Lin, R., & Utz, S. (2015). The emotional responses of browsing Facebook: Happiness, envy, and the role of tie strength. *Computers in Human Behavior*, 38–29 ,(1)52.

- Liu, C., & Ma, J. (2018). Social media addiction and burnout: The mediating roles of envy and social media use anxiety. *Current Psychology*, 9-1.
- Liu, P., Tov, W., Kosinski, M., Stillwell, D. J., & Qiu, L. (2015). Do Facebook status updates reflect subjective well-being? . *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 379-373 ,(7)18.
- Liu, S., Zhu, M., Yu, D. J., Rasin, A., & Young, S. D. (2017). Using real-time social media technologies to monitor levels of perceived stress and emotional state in college students: a web-based questionnaire study. *JMIR Mental Health*, 1)4), e5626.
- Manstead, A. S., & Fischer, A. H. (2001). Social appraisal. *Appraisal processes in emotion: Theory, methods, research*, 232-221.
- Marengo, D., Montag, C., Sindermann, C., Elhai, J. D., & Settanni, M. (2021). Examining the links between active Facebook use, received likes, self-esteem and happiness: A study using objective social media data. *Telematics and Informatics*, 101523 ,58.
- Mauss, I. B., Levenson, R.W., McCarter, L., Wilhelm, F. H., & Gross, J. J. (2005). The tie that binds? Coherence among emotion experience, behavior, and physiology. *Emotion*, 190 175 ,5.
- Meier, A., & Schöfer, S. (2018). The positive side of social comparison on social network sites: How envy can drive inspiration on Instagram. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 417-411 ,(7)21.
- Nabi, R. L., Prestin, A., & So, J. (2013). Facebook friends with (health) benefits? Exploring social network site use and perceptions of social support, stress, and well-being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 727-721 ,(10)16.
- Näsi, M., Tanskanen, M., Kivivuori, J., Haara, P., & Reunanen, E. (2021). Crime news consumption and fear of violence: The role of traditional media, social media, and alternative information sources. *Crime & Delinquency*, 600-574 ,(4)67.
- Niedenthal, P. M., Winkielman, P., Mondillon, L., & Vermeulen, N. (2009). Embodiment of emotion concepts. *Journal of personality and social psychology*, 1120 ,(6)96.
- Parrott, W. G., & Smith, R. H. (1993). Distinguishing the experiences of envy and jealousy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 920-906 ,(6)64.
- Pittman, M., & Reich, B. (2016). Social media and loneliness: Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words. *Computers in Human Behavior*, 167-155 ,62.
- Prochazkova, E., & Kret, M. E. (2017). Connecting minds and sharing emotions through

mimicry: A neurocognitive model of emotional contagion. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 114-99 ,80.

Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 1848-29,1841.

Reeve, J. (2017). *Understanding Motivation and Emotion, Seventh Edition Student Choice* (7th ed.). Wiley.

Rimé, B., Finkenauer, C., Luminet, O., Zech, E., & Philippot, P. (1998). Social sharing of emotion: New evidence and new questions. *European review of social psychology*, 189-145 ,(1)9.

Rozgonjuk, D., Sindermann, C., Elhai, J. D., & Montag, C. (2020). Fear of Missing Out (FoMO) and social media's impact on daily-life and productivity at work: Do WhatsApp, Facebook, Instagram, and Snapchat Use Disorders mediate that association?. *Addictive Behaviors*, ,110 106487.

Ryff, C. D. (1989). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of personality and social psychology*, 1069 ,(6)57.

Ryff, C. D., & Keyes, C. L. M. (1995). The structure of psychological well-being revisited. *Journal of personality and social psychology*, 719 ,(4)69.

Salovey, P., & Rodin, J. (1988). Coping with envy and jealousy. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 33-15 ,(1)7.

Scherr, S., Toma, C. L., & Schuster, B. (2018). Depression as a predictor of Facebook surveillance and envy: Longitudinal evidence from a cross-lagged panel study in Germany. *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications* (Advance online publication).

Serrano, J. P., Latorre, J. M., Gatz, M., & Montanes, J. (2004). Life review therapy using autobiographical retrieval practice for older adults with depressive symptomatology. *Psychology and aging*, 272 ,(2)19.

Sha, P., Sariyska, R., Riedl, R., Lachmann, B., & Montag, C. (2019). Linking internet communication and smartphone use disorder by taking a closer look at the Facebook and WhatsApp applications. *Addictive Behaviors Reports*, 100148,9.

Smith, R. H. (2004). Envy and its transmutations. In L. Z. Tiedens, & C. W. Leach (Eds.), *The social life of emotions* (pp. 63-43). New York, NY, US: Cambridge University Press.

Smith, R. H., & Kim, S. H. (2007). Comprehending envy. *Psychological Bulletin*, 46 ,(1)133

64. Smith, R. H., Parrott, W. G., Diener, E. F., Hoyle, R. H., & Kim, S. H. (1999). Dispositional envy. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 1020–1007 ,(8)25.

Soroka, S., Fournier, P., & Nir, L. (2019). Cross-national evidence of a negativity bias in psychophysiological reactions to news. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 18892-18888 ,(38)116.

Stieger, S. (2019). Facebook usage and life satisfaction. *Frontiers in psychology*, 2711 ,10.

Tai, K., Narayanan, J., & McAllister, D. J. (2012). Envy as pain: Rethinking the nature of envy and its implications for employees and organizations. *Academy of Management Review*, 129–107 ,(1)37.

Tandoc, E. C., Ferrucci, P., & Duffy, M. (2015). Facebook use, envy, and depression among college students: Is facebooking depressing? *Computers in Human Behavior*, -139 ,(1) 43 146.

Tran, A., & Choi, B. C. (2016). The duality of envy in online social information consumption: An exploratory study. In Paper Presented at the Pacific Asia Conference on Information Systems (PACIS) Proceedings.

Tromholt, M. (2016). The Facebook experiment: Quitting Facebook leads to higher levels of well-being. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 666-661 ,(11)19.

Utz, S., & Maaß, C. H. (2018). Understanding the relationship between Facebook use and adaptation to financial hardship: Evidence from a longitudinal panel study. *Computers in human behavior*, 229-221 ,89.

Van de Ven, N., Zeelenberg, M., & Pieters, R. (2009). Leveling up and down: The experiences of benign and malicious envy. *Emotion*, 429–419 ,(3)9.

Vanman, E. J., Baker, R., & Tobin, S. J. (2018). The burden of online friends: The effects of giving up Facebook on stress and well-being. *The Journal of social psychology*, 508-496 ,(4)158.

Vecchio, R. P. (2000). Negative emotion in the workplace: Employee jealousy and envy. *International Journal of Stress Management*, 179–161 ,(3)7.

Veenhoven, R. (1991). Is happiness relative?. *Social indicators research*, 34-1 ,(1)24.

Wardman, J. K. (2017). Nothing to fear but fear itself? Liquid provocations for new media and fear of crime. In M. Lee & G. Mythen (Eds.) , *The Routledge International handbook on fear of crime* (pp. 134–121). Routledge.

Watson D, Clark LA, Tellegen A. Development and validation of brief measures of positive and negative affect: the PANAS scales. *Journal of personality and social psychology*. 1988 Jun; 1063:(6)54. PMID

Wenninger, H., Cheung, C. M. K., & Krasnova, H. (2019). College-aged users behavioral strategies to reduce envy on social networking sites: A cross-cultural investigation. *Computers in Human Behavior*, 23–10,97.

Wenninger, H., Cheung, C. M., & Chmielinski, M. (2021). Understanding envy and users' responses to envy in the context of social networking sites: A literature review. *International Journal of Information Management*, 102303,58.

Wu, J., & Srite, M. (2015). Benign envy, social media, and culture. In Paper Presented at the DIGIT Workshop.

فصل دوم

انسان مضطربِ عصر ارتباطات

تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر اضطراب و افسردگی



مقدمه و اهمیت مطالعه

در این فصل به بررسی مطالعات مرتبط با سلامت روان، از قبیل استرس، اضطراب، افسردگی و غیره می‌پردازیم و اثرات آن را در اقشار مختلف جامعه و در پلتفرم‌های گوناگون شبکه‌های اجتماعی می‌سنجیم.

از آنجاکه اضطراب از عوامل ریشه‌ای اختلالات مختلف روانی است و نیز اختلالات اضطرابی و یا افسردگی، نسبت به دیگر اختلال‌ها شیوع بالاتری در جوامع انسانی دارد، به نظر می‌رسد بررسی تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر این اختلالات بسیار حائز اهمیت باشد. در این زمینه، در مورد اختلالات اضطرابی و افسردگی تحقیقات مختلفی انجام شده و اهمیت متغیرهای مختلفی در این میان نمایان شده‌اند. برای مثال پژوهش‌ها مشخص کرده‌اند فضای مجازی تأثیر زیادی بر اضطراب اجتماعی افراد می‌گذارد و با اثراتی که بر اعتماد به نفس، مقایسه اجتماعی، کیفیت خواب و حالات هیجانی افراد می‌گذارد، این رابطه به انواع مختلفی تفسیر می‌شود که در مقالات بررسی شده در این فصل به آن‌ها خواهیم پرداخت. با توجه به پیشینه پژوهشی، نقش مهم انواع متغیرهای میانجی و تعدیل‌گر در این رابطه، مبرهن شده است. همین‌طور طیف‌های سنی و فرهنگ‌های مختلف در این زمینه بی‌تأثیر نیستند و بررسی آن‌ها اهمیت زیادی دارد.

واژگان کلیدی

Anxiety, Depression, Facebook, Instagram, Panic disorder, Phobia, Social anxiety disorder, Social media, Social networks, Twitter

تعریف مفاهیم

در ادامه برخی مفاهیم مورد استفاده در این فصل، از جمله اضطراب و انواع اختلالات اضطرابی و افسردگی را به اختصار شرح می‌دهیم.

اضطراب

هر فردی در طول زندگی خود، دچار اضطراب طبیعی می‌شود که به معنی تشویشی فراگیر، ناخوشایند و مبهم است و می‌تواند با بی‌قراری نیز همراه باشد. در واقع، اضطراب را می‌توان پاسخی بهنجار و انطباقی تلقی کرد که موجب حفظ حیات می‌شود و خطر وقوع صدمه جسمی، درد، بی‌پناهی، احتمال مجازات، یا برآورده نشدن نیازهای اجتماعی یا جسمانی و غیره را اعلام کرده، باعث می‌شود فرد برای پیشگیری از آن خطرات و تهدیدها یا برای تخفیف عواقب آنها کاری بکند. گرچه مجموعه علائم در افراد مختلف، متفاوت است، ولی در اضطراب غالباً علائم دستگاه خودکار (اتونوم) نظیر سردرد، تعریق، تپش قلب، احساس تنگی در قفسه سینه، و ناراحتی مختصر معده نیز مشاهده می‌شود. هم‌چنین، گذشته از اثرات حرکتی (موتور) و احساسی، اضطراب اغلب سردرگمی (کونفوزیون) و تحریف‌هایی در ادراک ایجاد نموده، بر تفکر، ادراک و یادگیری فرد هم اثر می‌گذارد (سادوک^۱ و همکاران، ۱۳۹۹/۲۰۱۵).

تفاوت ترس^۲ و اضطراب^۳

ترس نیز مانند اضطراب، هشدار است که فرد را گوش به زنگ می‌کند؛ یعنی هشدار می‌دهد

1. Sadock

۲. یاسخ هیجانی به تهدید واقعی یا تهدید خیالی قریب الوقوع (انجمن روانپزشکی آمریکا، ۱۳۹۹/۲۰۱۳).

۳. پیش‌بینی تهدید آینده (انجمن روانپزشکی آمریکا، ۱۳۹۹/۲۰۱۳).

4. Alerting signal

خطری در راه است و باعث می شود که فرد بتواند برای مقابله با خطر، اقداماتی به عمل آورد. بدیهی است که این دو حالت همپوشی دارند، اما متفاوت نیز هستند. در واقع، ترس از پاسخ به خطری معلوم، بیرونی، معین و با منشا غیر تعارضی ایجاد می شود، حال آنکه اضطراب در پاسخ به تهدیدی پیدا می شود که نامعلوم، درونی، و مبهم است، یا از تعارض منشا گرفته است. ترس بیشتر با فوران برانگیختگی خود مختار لازم در جنگ یا گریز، افکار خطر قریب الوقوع، و رفتارهای گریز ارتباط دارد؛ ولی اضطراب بیشتر با تنش عضلانی و گوش به زنگی هنگام آماده شدن برای خطر یا رفتارهای اجتنابی ارتباط دارد. گاهی میزان ترس یا اضطراب، با رفتارهای اجتنابی فراگیر کاهش می یابد (سادوک و همکاران، ۱۳۹۹/۲۰۱۵؛ انجمن روانپزشکی امریکا، ۱۳۹۹/۲۰۱۳).

اختلالات اضطرابی^۱

اختلالات اضطرابی، شامل اختلالاتی می شوند که در ویژگی های ترس و اضطراب بیش از حد و اختلالات رفتاری مربوط، سهیم هستند و از نظر انواع موضوعات با موقعیت هایی که موجب ترس، اضطراب، یا رفتار اجتنابی، و اندیشه پردازشی شناختی مرتبط می شوند، با یکدیگر تفاوت دارند. بنابراین، درحالی که اختلالات اضطرابی با یکدیگر بسیار همزمان هستند، اما می توانند با بررسی دقیق انواع موقعیت هایی که موجب ترس یا اجتناب می شوند و محتوای افکار یا عقاید مرتبط، متمایز شوند. برای توصیف بهتر شدت هر یک از اختلالات اضطرابی و پی بردن به تغییر در شدت با گذشت زمان، مقیاس های مخصوص اختلال وجود دارند. شیوع این اختلالات در زنان بیشتر از مردان است (تقریباً به نسبت ۲:۱).

اختلالات اضطرابی با ترس یا اضطرابی که از لحاظ رشدی هنجاری هستند، متفاوت هستند. آن ها به خاطر مداوم بودن (برای مثال، معمولاً ۶ ماه یا بیشتر) با ترس یا اضطرابی که اغلب ناشی از استرس است، تفاوت دارند. افراد مبتلا به اختلالات اضطرابی معمولاً میزان خطر را در موقعیت هایی که می ترسند یا اجتناب می ورزند، بیش از حد برآورد می کنند (انجمن روانپزشکی امریکا،

۱۳/۲۰۱۳). در ادامه به بررسی اجمالی برخی از اختلالات اضطرابی مرتبط با بحث در فصل پیش رو، خواهیم پرداخت.

فوبی خاص: افراد مبتلا به فوبی خاص، از موضوعات با موقعیت های محدودی می ترسند یا مضطرب هستند یا از آنها اجتناب می کنند. انواع مختلف فوبی های خاص وجود دارد: حیوان؛ محیط طبیعی، خون - تزریق - جراحی؛ موقعیتی؛ و موقعیت های دیگر (انجمن روانپزشکی آمریکا، ۱۳/۲۰۱۳).

اختلال اضطراب اجتماعی^۱: در اختلال اضطراب اجتماعی (فوبی اجتماعی یا جمعیت هراسی)، فرد از تعامل های اجتماعی و موقعیت هایی که احتمال بررسی شدن می رود، می ترسد یا مضطرب است. این موقعیت ها، تعامل های اجتماعی — نظیر ملاقات با افراد ناشناخته، موقعیت هایی که در آنها ممکن است فرد در حال خوردن یا نوشیدن مورد مشاهده قرار گیرد، و موقعیت هایی که در آنها فرد جلوی دیگران اعمالی را انجام می دهد — شامل می شوند. اندیشه پردازی شناختی نیز شامل ارزیابی شدن منفی توسط دیگران، شرمنده شدن، تحقیر شدن، طرد شدن، یا ناراحت کردن دیگران می شود (افراد مبتلا به این اختلال، از شرمسار شدن در حضور دیگری، ترس دارند) (سادوک و همکاران، ۱۳۹۹/۲۰۱۵؛ انجمن روانپزشکی آمریکا، ۱۳/۲۰۱۳).

اختلال اضطراب فراگیر^۲: مشخصه اختلال اضطراب فراگیر، الگوی مستمر و مکرر اضطرابی است که با واقعیتی که کانون نگرانی محسوب می شود، تناسبی ندارد. اضطراب در این اختلال باید مفرط و همراه با تنیدگی عضلانی یا بی قراری و مغل سائر جنبه های زندگی فرد باشد. ویژگی های اصلی این اختلال عبارتند از: اضطراب و نگرانی مداوم (طی یک دوره حداقل ۶ ماهه) و بیش از حد در زمینه های مختلف — از جمله عملکرد شغلی و تحصیلی — که فرد کنترل کردن آنها را دشوار می داند. علاوه بر این، فرد دستخوش نشانه های جسمانی می شود که بی قراری یا عصبی بودن، به راحتی خسته شدن، مشکل تمرکز کردن یا خالی بودن ذهن، تحریک پذیری، تنش عضلانی و اختلال خواب از آن جمله هستند. بیماران دچار این اختلال، غالباً به اختلال افسردگی اساسی نیز مبتلا می شوند (سادوک و همکاران، ۱۳۹۹/۲۰۱۵؛ انجمن روانپزشکی آمریکا، ۱۳/۲۰۱۳).

1. Social anxiety disorder (social phobia)
2. Generalized Anxiety Disorder (GAD)

اختلالات افسردگی^۱

افسردگی، توصیفی از خلق^۲ است و اختلالات افسردگی، از طبقه اختلالات خلقی محسوب می‌شوند. خلق در واقع حال و هوای احساسی و هیجانی فرد است که نافذ و پایدار بوده و ادراک او از جهان را تحت تاثیر قرار می‌دهد. ویژگی مشترک تمام اختلالات افسردگی، وجود غم، پوچی یا خلق تحریک پذیر، همراه با تغییرات جسمانی و شناختی می‌باشد که به طور قابل ملاحظه‌ای بر توانایی عمل کردن فرد تأثیر می‌گذارند. آنچه بین انواع اختلالات افسردگی تفاوت دارد، موضوعات مدت، زمان بندی، یا سبب‌شناختی فرض شده است (سادوک و همکاران، ۱۳۹۹/۲۰۱۵؛ انجمن روانپزشکی آمریکا، ۱۳۹۹/۲۰۱۳).

اختلال افسردگی اساسی، بیماری کلاسیک در این گروه اختلالات را نشان می‌دهد. اختلال افسردگی اساسی با دوره‌های مجزای حداقل دو هفته‌ای مشخص می‌شود (هرچند اغلب دوره‌ها خیلی طولانی‌تر هستند) که تغییرات واضح در عاطفه، شناخت، و کارکردهای عصبی-نباتی^۳ و بهبودهای بین دوره‌ای را شامل می‌شوند. این اختلال در اکثر موارد، عودکننده است. علائم افسردگی از خفیف تا شدید متفاوت است و می‌تواند شامل موارد زیر باشد:

- احساس غمگینی یا داشتن روحیه افسرده
- از دست دادن علاقه یا لذت در فعالیت‌هایی که قبلاً از آن‌ها لذت می‌برده است.
- تغییر در اشتها - کاهش یا افزایش وزن که ارتباطی با رژیم غذایی ندارد.
- مشکل در به خواب رفتن یا خواب زیاد
- از دست دادن انرژی یا افزایش خستگی، افزایش فعالیت بدنی بی‌هدف (به عنوان مثال، عدم توانایی در آرام نشستن، قدم زدن، فشردن دست‌ها) یا کندی حرکات یا گفتار (این موارد، باید به قدری شدید باشد که توسط دیگران قابل مشاهده باشد).
- احساس بی‌ارزشی یا گناه
- مشکل در تفکر، تمرکز یا تصمیم‌گیری
- افکار مرگ یا خودکشی

1. Depressive disorders

3. Neurovegetative functions

۲. به پاورقی ابتدای فصل هیجانات نگاه کنید.

افسردگی در هر سال از هر ۱۵ بزرگسال (۶/۷ درصد) یک نفر را تحت تأثیر قرار می‌دهد و از هر شش نفر یک نفر (۱۶٫۶٪) در دوره‌هایی از زندگی خود افسردگی را تجربه خواهد کرد. افسردگی می‌تواند در هر زمان رخ دهد، اما به‌طور متوسط، اولین بار در اواخر نوجوانی تا اواسط ۲۰ سالگی ظاهر می‌شود. زنان بیشتر از مردان دچار افسردگی می‌شوند؛ برخی مطالعات نشان می‌دهد که یک‌سوم زنان در طول زندگی خود یک دوره افسردگی اساسی را تجربه می‌کنند (انجمن روانپزشکی آمریکا، ۱۳۹۹/۲۰۱۳).

بررسی پژوهش‌ها

اضطراب و فضای مجازی

در این زمینه مطالعات متنوع بر روی گروه‌های هدف مختلفی مانند نوجوانان، جوانان، بزرگسالان و یا سالمندان انجام شده است که به برخی از آن‌ها اشاره خواهیم کرد.

- تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر اضطراب اجتماعی، اعتماد به نفس و مقایسه اجتماعی:

مطالعه‌ای پیمایشی در سنگاپور، (جیانگ و نین^۱، ۲۰۲۰)

در سال ۲۰۲۰، مطالعه‌ای روی اثرات استفاده از اینستاگرام بر اضطراب اجتماعی، اعتماد به نفس افراد و مقایسه اجتماعی در سنگاپور انجام گرفت. در این پژوهش، ۳۸۸ نفر در بازه سنی ۲۱ تا ۷۲ سال مورد بررسی قرار گرفتند؛ به این صورت که برای اندازه‌گیری میزان استفاده از اینستاگرام از مقیاس خود-گزارشی بر اساس اینکه چند دقیقه در روز در اینستاگرام وقت می‌گذرانند، استفاده شد (۶ درجه‌ای از ۱= «کمتر از ۱۰ دقیقه» تا ۶= «بیشتر از ۱۸۰ دقیقه»). برای اندازه‌گیری مقایسه اجتماعی^۲ از پرسشنامه جهت‌گیری مقایسه‌ای آیووا-هلند^۳ استفاده شد که فرد باید میزان موافقت خود در ۱۱ گویه را با طیف لیکرت^۴ ۵ درجه‌ای از "بسیار مخالفم" تا "بسیار موافقم" بیان کند. اعتماد به نفس نیز با پرسشنامه اعتماد به نفس روزنبرگ (شامل ۱۰ گویه در مورد احساسات فرد و طبق طیف لیکرت ۵ درجه‌ای) و اضطراب اجتماعی با مقیاس

1. Jiang & Ngien

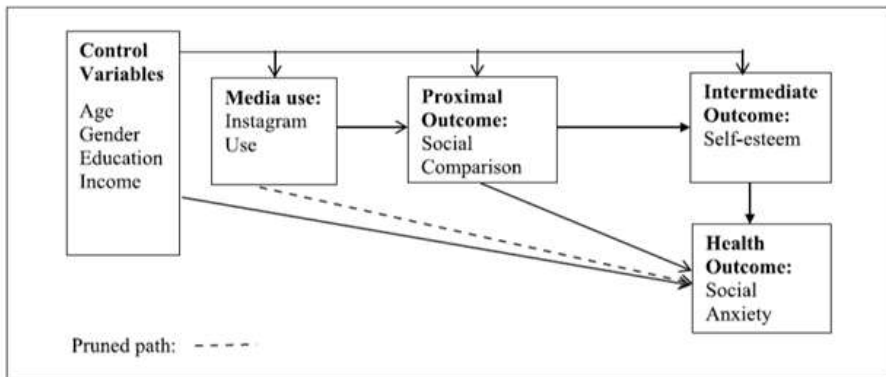
۲. مقایسه اجتماعی: افراد برای ارزیابی خود، اغلب خود را با دیگران مقایسه می‌کنند. به بیان دیگر، انسان‌ها از طریق مقایسه اجتماعی یا تجزیه و تحلیل خود در رابطه با دیگران در مورد خود قضاوت می‌کنند و در این فرایند مقایسه به‌عنوان راهی برای ایجاد معیار هستند که بتوانند ارزیابی دقیقی از خودشان انجام دهند.

3. Iowa-Netherlands

۴. مقیاس امتیازدهی دارای درجه‌بندی است که در پاسخ به گویه‌های پرسشنامه‌ها ارائه می‌شود (مترجم).

اضطراب تعامل اجتماعی^۱ مورد سنجش قرار گرفت (شامل ۱۰ گویه و طبق طیف لیکرت ۵ درجه‌ای). همین‌طور متغیرهای جمعیت‌شناختی^۲ افراد نیز مانند سن، جنس و تحصیلات ارزیابی شدند. پس از آن، جهت تفسیر مسیرهای میانجی‌گر، تجزیه و تحلیل مسیر با مدل‌سازی معادلات ساختاری به اجرا درآمد. بر اساس، نتایج این تحلیل مسیر استفاده از اینستاگرام به اضطراب اجتماعی معنادار نبوده است و این یعنی ارتباط مستقیمی بین اثر استفاده از اینستاگرام و اضطراب اجتماعی بر اساس داده‌های این آزمایش مشاهده نشده است. از طرفی مقایسه اجتماعی تأثیر میانجی‌گری در استفاده از اینستاگرام و اثر آن بر اضطراب اجتماعی دارد؛ و در مسیر دیگری استفاده از اینستاگرام به مقایسه اجتماعی و بعد به اعتمادبه‌نفس و سپس به اضطراب اجتماعی منجر می‌شود. اعتمادبه‌نفس نیز اثر منفی معناداری بر اضطراب اجتماعی نشان داد (جیانگ و نین، ۲۰۲۰).

در ادامه می‌توانید چهارچوب مفهومی این تحقیق را مشاهده کنید (شکل ۳-۱).



شکل ۳-۱: چهارچوب مفهومی پژوهش (جیانگ و نین، ۲۰۲۰)

1. Social Interaction Anxiety Scale6-
2. Demographic

- رابطه استفاده مشکل‌دار از تلفن‌های هوشمند بر آسیب‌شناسی روانی اضطراب و افسردگی، (الهای^۱ و همکاران، ۲۰۱۷)

در مقاله دیگری که در سال ۲۰۱۷ منتشر شد، محققان مطالعه‌ای مروری در زمینه تأثیر استفاده بیش از حد از تلفن‌های هوشمند و تأثیر آن بر اضطراب و افسردگی، انجام دادند. به این منظور، از بین مقالات منتشر شده در سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۵، بر اساس متغیرهای انتخابی دستگاه‌های موبایل، اضطراب و افسردگی، غربالگری انجام گرفت. پس از آن، با جمع‌بندی این مقالات، استفاده مشکل‌دار از تلفن‌های هوشمند را در رابطه با افسردگی، اضطراب و استرس مزمن و اعتمادبه‌نفس پایین اندازه گرفتند. نتایج به‌دست‌آمده از این مطالعه حاکی از آن است که شدت افسردگی همواره با استفاده مشکل‌ساز از تلفن‌های هوشمند مرتبط می‌باشد؛ اضطراب با استفاده مشکل‌ساز از تلفن‌های هوشمند ارتباط دارد (گرچه اندازه اثر کمتری نشان می‌دهد)؛ استرس دارای اندازه اثر کم تا متوسط بوده و اعتمادبه‌نفس نیز به‌صورت ناهماهنگی متأثر است و اثر کم یا رو به متوسطی دارد (الهای و همکاران، ۲۰۱۷).

- تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر اضطراب و افسردگی و کیفیت خواب و اعتمادبه‌نفس نوجوانان، (وودز^۲ و همکاران، ۲۰۱۶)

سال ۲۰۱۶، کلینند^۳ وودز و همکارانش در پژوهش خود به بررسی اثر شبکه‌های اجتماعی بر اضطراب، افسردگی، کیفیت خواب و اعتمادبه‌نفس پرداختند. در واقع، آنچه در این مطالعه مد نظر محققان است، استفاده کلی از شبکه‌های اجتماعی — به‌خصوص استفاده شب‌هنگام — و نیز بررسی نوجوانانی که به‌صورت هیجانی بسیار درگیر این شبکه‌های اجتماعی شده و سرمایه‌گذاری عاطفی می‌کنند، می‌باشد.

۴۶۷ دانش‌آموز ۱۱ تا ۱۷ ساله در این پژوهش مشارکت کردند. جهت اندازه‌گیری کیفیت خواب از شاخص کیفیت خواب پترزبورگ^۴ (شامل گویه‌های خود-گزارشی برای سنجش کیفیت خواب با درجه سختی از صفر تا ۳؛ نمره بالاتر نشان‌دهنده میزان کیفیت خواب کمتر)، برای

1. Elhai
3. Cleland

2. Woods
4. Pittsburgh Sleep Quality Index

ارزیابی افسردگی و اضطراب از مقیاس افسردگی و اضطراب بیمارستان^۱ (شامل دو خرده‌مقیاس، هر کدام دارای هفت مورد و نمره‌گذاری از صفر تا ۳؛ نمره بالاتر در هر خرده‌مقیاس میزان افسردگی و اضطراب بالاتری را گزارش می‌کند)، و جهت سنجش اعتمادبه‌نفس از پرسشنامه اعتمادبه‌نفس روزنبرگ استفاده شد. همین‌طور سرمایه‌گذاری عاطفی^۲ افراد با استفاده از مقیاس یکپارچه استفاده از شبکه‌های اجتماعی^۳ (پاسخ دهی در طیف لیکرت ۵ درجه‌ای) مورد بررسی قرار گرفت. علاوه‌براین موارد، میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی با دو مقیاس سنجیده شد: استفاده کلی از شبکه‌های اجتماعی^۴ و استفاده شبانه از این شبکه‌ها قبل از خواب (نمره کل بین صفر تا ۳۱؛ نمره بالاتر میزان استفاده بیشتر را نشان می‌دهد).



By Jean Jullien. In the public domain.

1. The Hospital Anxiety and Depression Scale
3. The Social Media Use Integration Scale

2. Emotional investment
4. Overall social media use

نتایج به دست آمده از تحلیل‌های آماری، این را نشان می‌دهد که به طور کلی استفاده از شبکه‌های اجتماعی در زمان شب و سرمایه‌گذاری عاطفی، با کیفیت کمتر خواب، اضطراب و افسردگی بیشتر و اعتماد به نفس پایین‌تر همراه هستند. اعتماد به نفس پایین‌تر در هنگام استفاده سنگین از شبکه‌های اجتماعی به دلیل کیفیت ضعیف‌تر خواب است که احتمال می‌رود با اعتماد به نفس پایین در نوجوانان مرتبط باشد (وودز و اسکات، ۲۰۱۶).

- تأثیر استفاده از پلتفرم‌های چندگانه رسانه اجتماعی بر اضطراب و افسردگی جوانان ایالات متحده، (پریماک^۲ و همکاران، ۲۰۱۷)

در تحقیق دیگری، پریماک و همکاران (۲۰۱۷) اثر پلتفرم‌های چندگانه رسانه اجتماعی بر اضطراب و افسردگی را مورد مطالعه قرار دادند. نمونه مورد بررسی شامل ۱۷۸۷ نفر از بزرگسالان جوان ایالات متحده سنین ۱۹ تا ۳۲ بود. برای ارزیابی افسردگی و اضطراب، از سیستم اطلاعات اندازه‌گیری نتایج گزارش بیمار^۳ استفاده شد. مقیاس افسردگی این پرسشنامه شامل چهار گویه درباره یک هفته گذشته بوده و پاسخ بر اساس طیف ۱ تا ۵ در سه سطح خفیف، متوسط و شدید اندازه‌گیری می‌شود. هم‌چنین مقیاس اضطراب آن شامل چهار گویه است که خلق مثبت و منفی و اختلال اضطراب فراگیر را سنجیده و همانند مقیاس افسردگی طیفی ۵ درجه‌ای دارد. به علاوه، برای ارزیابی استفاده از پلتفرم‌های چندگانه شبکه اجتماعی از افراد پرسیده شد که از کدام یک از پلتفرم‌های فیس‌بوک، اینستاگرام، توییتر، تامبلر^۴، واین^۵، اسنپ‌چت و ردیت^۶ استفاده می‌کنند؛ و سپس از مدل رگرسیون لجستیک مرتب‌شده برای ارزیابی ارتباطات بین استفاده از پلتفرم‌های چندگانه شبکه‌های اجتماعی و نتایج سلامت ذهن همراه با کنترل ۸ متغیر استفاده شد. بر اساس نتایج به دست آمده از این بررسی، کسانی که از ۱۱-۷ پلتفرم استفاده می‌کردند در مقایسه با کسانی که کاربر ۲-۰ پلتفرم بودند، به‌طور پایدارتری ناهنجاری در افزایش افسردگی و اضطراب داشتند. به طور کلی، بر اساس یافته‌های این مطالعه می‌توان گفت استفاده از

1. Woods, Scott
2. Primack
3. Patient-Reported Outcomes Measurement Information System (PROMIS)
4. Tumblr
5. Vine
6. Reddit

پلتفرم‌های چندگانه شبکه اجتماعی با علائم افسردگی و اضطراب مرتبط است و این رابطه به حدی قوی است که متخصصان بالینی از نحوه استفاده مراجعین در این زمینه نیز اطلاعات کسب کنند (پریماک و همکاران، ۲۰۱۷).

- تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر اضطراب در جوانان، (ونوسی^۱ و همکاران)

در سال ۲۰۱۷، ونوسی و همکاران ۵۶۳ نفر از جوانان ۱۸-۲۲ ساله ایالات متحده را مورد بررسی قرار دادند. پرسشنامه استفاده از فناوری^۲ (یک مقیاس خود-گزارشی) جهت سنجش اینکه شرکت‌کنندگان به‌طور میانگین در طول روز چه میزان خود را در شبکه‌های اجتماعی می‌گذرانند، استفاده شد. پلتفرم‌هایی که میزان استفاده از آن‌ها مورد بررسی قرار گرفت، شامل اینستاگرام، فیس‌بوک، توییتر، تامبلر، واین، اسنپ‌چت و یوتیوب^۳ بودند. شرکت‌کنندگان همین‌طور به تکمیل پرسشنامه اضطراب بک (که در آن فرد ۲۱ مشکل را که در طول روز با آن مواجه می‌شود، از نظر اضطرابی بررسی کرده، از ۱ تا ۳ به میزان مواجه شدن با حالت‌های به وجود آمده نمره می‌دهد) و مقیاس شدت و نقص در کارکرد اضطراب کلی^۴ (جهت اندازه‌گیری میزان تکرر و شدت اضطراب و نقص در عملکرد مرتبط در هفته گذشته) پرداختند. یک تحلیل رگرسیون لجستیک مقایسه‌ای برای بررسی این رابطه مورد استفاده قرار گرفت. رگرسیون سلسله مراتبی نشان داد گذراندن زمان بیشتر در شبکه اجتماعی به‌طور معناداری با شدت علائم اختلال اضطرابی مرتبط است. یک فرضیه این است که سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان منبعی از استرس عمل کرده و منجر به اضطراب می‌شوند؛ مثلاً فیس‌بوک با فعالیت پاسخ استرس فیزیولوژیکی مرتبط است.

اینکه استفاده از شبکه اجتماعی چگونه باعث استرس می‌شود از سه راه می‌تواند باشد: (۱) دریافت بازخوردهای منفی و خشونت همسالان، (۲) آگاه شدن از اتفاقات استرس‌زا که در زندگی دیگران رخ می‌دهد و (۳) فشار برای حفظ و به‌روزرسانی‌های اینستاگرام (همواره مطابق روز بودن طبق استانداردهای اینستاگرام)؛ بنابراین لازم است تا این موارد برای استفاده از این شبکه‌ها در نظر گرفته شود (ونوسی و همکاران، ۲۰۱۷).

1. Vannucci
2. The Technology Use Questionnaire
3. YouTube
4. The Overall Anxiety Severity and Impairment Scale

- تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی در دوران همه‌گیری ویروس کرونا، (دروین^۱ و همکاران، ۲۰۲۰)

در سال ۲۰۲۰ در ابتدای همه‌گیری ویروس کرونا مطالعه‌ای بر روی کودکان و والدینشان در زمینه استفاده از شبکه‌های اجتماعی و ارتباط آن با اضطراب انجام شد. به این منظور، ۲۶۰ نفر والدین ساکن آمریکا با میانگین سنی ۴۰ سال (بازه سنی ۲۲ تا ۶۲ سال) که فرزند حدوداً ۱۹ ساله داشتند، در این تحقیق وارد شدند. برای مقیاس آمادگی مالی از آن‌ها سؤال شد که اگر هیچ حقوقی دریافت نکنند تا چند هفته می‌توانند امور مالی خانواده خود را پیش ببرند؟ آن‌ها به‌دقت باید در مورد غذا و امور خانه فکر می‌کردند و به یک مقیاس از ۱ تا ۵ جواب می‌دادند. مقیاس ۱ یعنی صفر هفته و مقیاس ۵ یعنی ۷ هفته یا بیشتر.

برای مقیاس استرس کاری مربوط به کرونا، از آن‌ها می‌خواستند که به‌دقت درباره موقعیت کاری خود، فاصله اجتماعی، انزوا و قرنطینه و مشکلات به وجود آمده از ویروس کرونا فکر کنند. آن‌ها همین‌طور به گویه‌هایی مانند «در حال حاضر از راه دور کار می‌کنم»، «بهتر است به کار دائم برگردیم»، «بهتر است موقتاً به کار برگردیم»، «ساعات کاری کاهش یافته/ ساعات افزایش یافته» پاسخ می‌دادند. سپس امتیاز آن‌ها محاسبه شده، نمره بالاتر استرس کاری بیشتری را نشان می‌دهد. اضطراب والدین با پاسخ آن‌ها به دو علامت اضطراب (احساس نگرانی یا عصبی بودن و بی‌قراری) از پرسشنامه معتبر سلامت بیمار^۲ (امتیازدهی از صفر تا ۳) اندازه‌گیری شد که طی دو هفته و تقریباً هر روز مورد سنجش قرار می‌گرفت. برای اندازه‌گیری اضطراب کودکان هم از والدین درباره آن‌ها پرسیده می‌شد.

جهت بررسی اثر منفی فاصله‌گذاری اجتماعی بر سلامت روان، از افراد درباره خودشان و همسر و فرزند آن‌ها پرسیده شد که «تا چه میزان این موضوع اثر منفی بر سلامت روانتان داشته است؟» (پاسخ از ۱ = «اصلاً» تا ۷ = «خیلی زیاد»). در مورد افزایش استفاده از فناوری نیز سؤال شد که «آیا استفاده شما از فناوری برای ارتباط بیشتر با دیگران خارج از خانه، افزایش داشته است؟» (پاسخ از ۱ = «نه» تا ۴ = «بله، خیلی زیاد»). برای استفاده والدین از فناوری به

1. Drouin

2. Validated Patient Health Questionnaire4- (PHQ4-)

منظور برقراری ارتباط و سازگاری، از ۲۰ گویه مربوط به سازگاری استفاده شد. در واقع، از آن‌ها پرسیده شد «از زمانی که فاصله‌گذاری اجتماعی شروع شده، چقدر فناوری را دنبال می‌کنید تا با دیگران ارتباط برقرار کنید؟» (۹ مورد) و «آیا با استرس، اضطراب و هیجان‌ها سروکار داشته‌اید؟» (۱۱ مورد) __ مقیاس از ۰ = «هیچ» تا ۵ = «اکثر اوقات روز» __ این پرسش‌ها در مورد کودکان نیز انجام شدند.

بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، علائم اضطراب شدید و متوسط در ۴۹ درصد والدین دیده شد و ۶۲ نیز درصد رأی دادند که فرزندانشان علائم اضطراب را در بیشتر روزها تجربه می‌کنند. همین‌طور، بیشتر والدین و کودکان به منظور ارتباط با دیگران، استفاده از فناوری را افزایش داده بودند. همبستگی دوگانه‌ای نشان داد که ارتباط مثبتی بین اضطراب والدین و استفاده از فناوری آن‌ها، استفاده از رسانه‌های دیجیتال و چک کردن پیام‌ها و خبرها وجود دارد و هم‌چنین اضطراب بیشتر کودکان با افزایش اضطراب والدین و استفاده بیشتر از فناوری در ارتباط می‌باشد (درووین و همکاران، ۲۰۲۰).

- تأثیر استفاده هم‌زمان از چند رسانه بر افسردگی و اضطراب اجتماعی، (بکر^۱ و همکاران، ۲۰۱۳)
در سال ۲۰۱۳، بکر و همکارانش ارتباط استفاده هم‌زمان از چند رسانه با علائم اضطراب اجتماعی و افسردگی را در پژوهش خود بررسی کردند. در این مطالعه، ۳۱۹ دانشجوی کارشناسی، یک دوره آموزشی (اضافه بر برنامه درسی^۲) را گذراندند. از پرسشنامه سلامت بیمار^۳ و سیاهه فوبیای اجتماعی^۴ جهت اندازه‌گیری اضطراب اجتماعی و خلق کاهش‌یافته بهره گرفته و نیز مقیاس‌های برون‌گرایی و روان‌نژندی از فهرست پنج عامل بزرگ (شخصیت)^۵ را در این افراد اندازه‌گیری نمودند. میزان استفاده کلی از رسانه‌ها و نیز استفاده هم‌زمان از چند رسانه، با استفاده از پرسشنامه شاخص عملکرد چندتکلیفی رسانه^۶ سنجیده شد؛ به این صورت که افراد مشخص می‌کردند چند ساعت در هفته را به گذراندن وقت در ۱۲ نوع رسانه مختلف

1. Becker
2. Course credit or extra-credit
3. The patient health questionnaire (PHQ)
4. Social phobia inventory (SPIN)
5. Big five inventory (BFI)
6. The Media Multitasking Index Questionnaire (MMI)

مانند تلویزیون، تلفن همراه، ویدیو و غیره اختصاص می‌دهند و چقدر این رسانه‌ها را هم‌زمان با یکدیگر استفاده می‌کنند (مقیاس نمره‌دهی: «بیشتر اوقات»=۱، «گاهی اوقات»=۶/۷، «به ندرت»=۳۳/۰ و «هرگز»=۰).

بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، استفاده هم‌زمان از رسانه‌ها با استفاده کلی از رسانه، افسردگی و اضطراب اجتماعی مرتبط است. برای ارزیابی رابطه بین استفاده هم‌زمان از رسانه و عملکردهای روان‌شناختی آن، دو رگرسیون چندگانه سلسه‌مراتبی انجام شد: یکی برای اضطراب اجتماعی و دیگری برای افسردگی. اضافه کردن استفاده کلی از رسانه‌ها به‌طور معناداری مدل را اصلاح نکرد. سپس اضافه کردن استفاده هم‌زمان از چند رسانه به‌عنوان قدم سوم، به‌طور معناداری مدل را اصلاح کرد؛ به این معنی که روند استفاده هم‌زمان از چند رسانه یک عامل خطر برای مشکلات سلامت روان مرتبط با اضطراب و خلق است. به‌طور کلی، یافته‌های این مطالعه مبین این نکته است که برای فهم کامل ارتباط بین استفاده از رسانه و سلامت روان، نه‌تنها بررسی «نوع» رسانه مورد استفاده افراد ضروری است؛ بلکه نحوه استفاده و درگیر شدن افراد با آن رسانه‌ها نیز باید مورد توجه قرار گیرد (بکر و همکاران، ۲۰۱۳)

- بررسی اثر شبکه‌های اجتماعی بر نوجوانان شمال هند، (دهیر^۱ و همکاران، ۲۰۱۸)

برای بررسی ارتباط شبکه‌های اجتماعی و خستگی ناشی از آن با اضطراب، افسردگی و سلامت روانی، استفاده اجباری و نیز ترس از جا ماندن، دهیر و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهش خود نمونه‌ای شامل دو مجموعه داده را مورد بررسی قرار دادند: مطالعه ۱ شامل ۱۵۵۴ نوجوان استفاده‌کننده از شبکه اجتماعی در سنین ۱۲-۱۸ سال و مطالعه ۲ شامل ۱۱۴۴ نوجوان ۱۸-۱۲ سال (در حدود ۵ ماه بعد از مطالعه ۱) — نوجوانان مورد بررسی، محصل در مدارس شمال هند بودند.

به منظور بررسی رابطه سلامتی روان و خستگی ناشی از رسانه اجتماعی، از چهارچوب مدل تنش‌زا-فشار-پیامد^۲ استفاده می‌شود. این مدل شامل ۳ عنصر است: (۱) محرک‌های استرس‌زا، (۲) حالات هیجانی و فشار روانی و (۳) پیامدهای روان‌شناختی. در این مطالعه، استفاده از رسانه

1. Dhir

2. Stressor-strain-outcome (SSO) model

دیجیتال به عنوان محرک استرس‌زا در نظر گرفته می‌شود؛ چراکه استفاده بیش از حد، توانایی کنترل کردن را در فرد کم می‌کند. حالات هیجانی ناشی از این استفاده مفرط، شامل خستگی و ترس از جا ماندن (از دیگران و چیزهایی که ممکن است به دست آورده یا از آن لذت ببرند) می‌شود که می‌تواند به واکنش‌های روانی اضطراب و استرس منجر گردد.

در این پژوهش، دو پیمایش بزرگ مقطعی از نوجوانان و با فاصله زمانی ۵ ماهه به منظور بررسی این پرسش‌ها انجام شد: (۱) آیا استفاده بیش از اندازه از رسانه اجتماعی، منجر به خستگی روانی و ترس از جا ماندن می‌شود؟ و (۲) آیا این خستگی باعث استرس و اضطراب در نوجوانان خواهد شد؟ در مورد اولین سؤال پژوهشی، داده‌ها حاکی از آن بودند که استفاده بیش از اندازه از رسانه‌های دیجیتال، پیش‌بین معناداری برای خستگی ناشی از آن است. یافته‌ها همچنین نشان دادند که ترس از جا ماندن، یک پیش‌بین ضعیف در مطالعه اول بوده و در مطالعه دوم نیز معنادار نیست. به علاوه طبق مشاهدات، از پیامدهای روانی ترس از جا ماندن، استفاده مفرط از رسانه‌های اجتماعی می‌باشد. همین‌طور، استفاده بی‌اندازه از رسانه‌های دیجیتال به عنوان میانجی‌گر بین ترس از جا ماندن و خستگی حاصل عمل می‌کند؛ به این معنی که ترس از جا ماندن موجب استفاده بیش از حد از وسایل دیجیتال شده و این افراط در استفاده، خستگی را به وجود می‌آورد. نیز، خستگی ناشی از رسانه‌های اجتماعی به‌طور معناداری اضطراب را پیش‌بینی می‌کند (دهیر و همکاران، ۲۰۱۸).

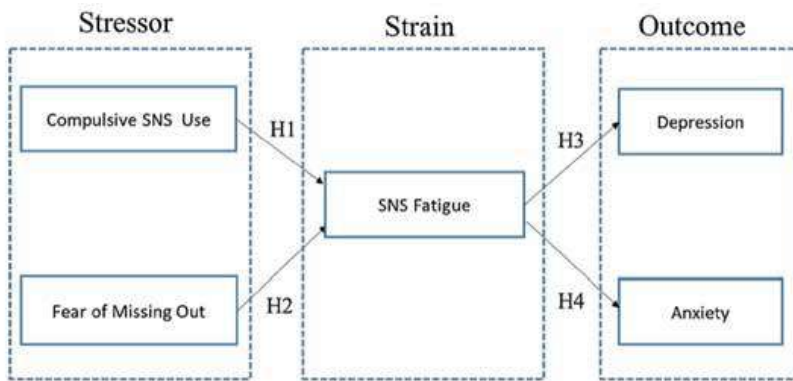
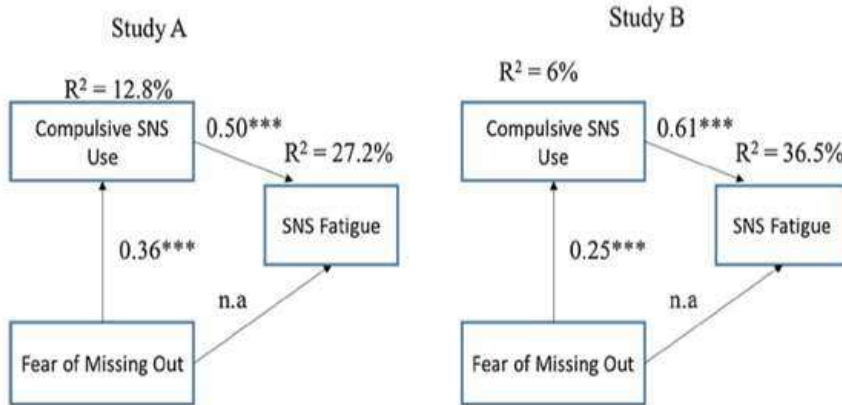


Fig. 1. Our Research Model.



شکل ۲-۳: تحلیل روابط کمیت‌های میانجی‌گر بین مدل ترس از جا ماندن، استفاده افراطی از ابزار دیجیتال و خستگی ناشی از ابزار دیجیتال (دهبر و همکاران، ۲۰۱۸)

- بررسی اثر استفاده از فیس‌بوک بر استرس، اضطراب و افسردگی، (لابراگو و ژابین^۱، ۲۰۱۴) در سال ۲۰۱۴، با بررسی ۷۶ دانشجوی کارشناسی پرستاری در سمر فیلیپین، در مورد ارتباط استفاده از فیس‌بوک با اضطراب، افسردگی و استرس، تحقیق صورت گرفت. در این مطالعه که نمونه آن در بازه سنی ۲۰-۱۶ قرار دارد، برای ارزیابی پرسشنامه خود-گزارشی شامل سه قسمت: (۱) اطلاعات جمعیت‌شناختی، (۲) مقیاس شدت فیس‌بوک^۲ و (۳) مقیاس افسردگی، اضطراب و استرس^۳ استفاده شد.

اطلاعات جمعیت‌شناختی شامل سن، جنس، میزان درآمد و غیره بود. مقیاس شدت فیس‌بوک (شامل ۸ گویه و پاسخ‌دهی در طیف لیکرت ۵ درجه‌ای) جهت سنجش میزان استفاده فعال از این شبکه و نیز شدت اشتغال هیجانی افراد با این پلتفرم، مورد استفاده قرار گرفت. مقیاس افسردگی، اضطراب و استرس نیز شامل سه مقیاس خود-گزارشی درباره افسردگی، اضطراب و استرس می‌باشد (هر مقیاس ۱۴ گویه، جمعاً ۴۲ گویه) که شرکت‌کنندگان به تکمیل آن پرداختند.

در مرحله تحلیل‌های آماری، از همبستگی پیرسون جهت بررسی رابطه بین متغیرهای فیس‌بوک و حالات هیجانی استفاده شد. بر اساس یافته‌ها، به‌طور کلی یک‌سوم از شرکت‌کنندگان

1. Labrague & Jabien
3. Depression Anxiety and Stress Scale (DASS)

2. Facebook Intensity Scale (FIS)

از فیس‌بوک به منظور پیدا کردن دوست بهره می‌بردند. نزدیک به نیمی از آن‌ها نیز برای به اشتراک گذاشتن بخش خصوصی زندگی‌شان از این شبکه استفاده می‌کردند. بیش از نیمی از پاسخ‌ها مؤید تجربه حالات هیجانی منفی بوده و شیوع افسردگی، اضطراب و استرس به ترتیب ۲۸٪، ۴۸٪، ۲۵٪ برآورد شد. به علاوه، گرچه همبستگی میان مقیاس شدت فیس‌بوک و افسردگی، اضطراب و استرس معنادار نشد؛ اما زمان آنلاین شده رابطه معناداری با افسردگی و اضطراب داشت (لابراگو و ژابین، ۲۰۱۴).

- بررسی تأثیر فیس‌بوک بر اضطراب در بازه سنی گسترده ۱۸ تا ۶۹ سال، (مک‌کورد^۱ و همکاران، ۲۰۱۹)

نمونه مورد بررسی در این مطالعه، شامل ۲۱۶ نفر (۱۸۳ زن و ۳۱ مرد) از کاربران فیس‌بوک است که در بازه سنی ۱۸ تا ۶۹ سال قرار داشتند. در این پژوهش که در سال ۲۰۱۹ صورت گرفت، برای اندازه‌گیری میزان استفاده از فیس‌بوک، از پرسشنامه فیس‌بوک^۲ استفاده شد. برای اندازه‌گیری اضطراب اجتماعی، اضطراب تعامل اجتماعی و ترس عمومی، از مقیاس اضطراب تعامل اجتماعی و همین‌طور مقیاس فوبیای اجتماعی^۳ استفاده شد (هرکدام دارای ۶ گویه، از گزینه «هیچ‌کدام درباره من درست نیستند» تا گزینه «بیشتر مشخصات با من منطبق هستند»). هم‌چنین، «اضطراب فیس‌بوک» و «اضطراب اجتماعی حین استفاده از فیس‌بوک»، با استفاده از مقیاس اضطراب تعامل اجتماعی فیس‌بوک^۴ مورد سنجش قرار گرفت.

همان‌طور که طبق فرضیه پژوهش انتظار می‌رفت، مقیاس اضطراب تعامل اجتماعی و مقیاس فوبیای اجتماعی و مقیاس اضطراب تعامل اجتماعی فیس‌بوک به‌طور معناداری با یکدیگر همبستگی مثبت دارند؛ اما ارتباط بین مقیاس اضطراب تعامل اجتماعی با مقیاس فوبیای اجتماعی و پرسشنامه فیس‌بوک در حد صفر است. پس این فرض که اضطراب اجتماعی به‌طور منفی با استفاده از فیس‌بوک همبستگی دارد، حمایت نشده است. هم‌چنین، اضطراب فیس‌بوک

1. McCord

2. Facebook Questionnaire (FBQ)

3. Social Interaction Anxiety Scale and social phobia scale12- (SIASSPS12-)

4. Facebook-Social Interaction Anxiety Scale (F-SIAS)

و تعامل بین آن با اضطراب اجتماعی به‌طور معناداری از این فرض حمایت می‌کند که اضطراب اجتماعی با اضطرابی که در حین استفاده از فیس‌بوک تجربه می‌شود، رابطه دارد (مک‌کورد و همکاران، ۲۰۱۴).

- بررسی تأثیر استفاده منفعل از فیس‌بوک بر اضطراب اجتماعی، (شاو^۱ و همکاران، ۲۰۱۵) در مطالعه دیگری در سال ۲۰۱۵، شاو و همکارانش به بررسی رابطه بین استفاده منفعل از فیس‌بوک، علائم اضطراب اجتماعی و نشخوار فکری اضطرابی^۲ پرداختند. ۷۵ دانشجوی کارشناسی روان‌شناسی که حساب فیس‌بوک داشتند وارد این مطالعه شدند (بازه سنی ۲۴-۱۷، از قاره‌های مختلف). لازم به ذکر است که این مطالعه، بخشی از بررسی بزرگ‌تری می‌باشد که رابطه بین استفاده از فیس‌بوک، تنظیم هیجان و علائم اضطراب و خلق را می‌سنجد. شرکت‌کنندگان در این مطالعات، پرسشنامه‌هایی را جهت تجزیه و تحلیل‌های بعدی، تکمیل می‌کنند؛ از جمله مقیاس فوبیای اجتماعی^۳، مقیاس فعالیت فیس‌بوک^۴، مقیاس پاسخ تفصیلی^۵، مقیاس افسردگی مرکز مطالعات اپیدمیولوژیک^۶ و فرم کوتاه پرسشنامه علائم اضطراب و خلق^۷. مقیاس فوبیای اجتماعی که شامل ۲۰ گویه برای اندازه‌گیری ترس مشاهده شده است، همبستگی زیادی با اضطراب اجتماعی دارد. مقیاس فعالیت فیس‌بوک دارای سه بخش اصلی می‌باشد: (۱) استفاده کلی از فیس‌بوک، (۲) استفاده از فیس‌بوک به دنبال فروپاشی ارتباط و (۳) استفاده از فیس‌بوک طی حالت‌های خلقی مختلف. در این مطالعه، تمرکز بر بخش اول این پرسشنامه است که شامل ۲۶ گویه جهت سنجش فراوانی سرگرمی با فعالیت در فیس‌بوک می‌باشد. این مقیاس هم‌چنین افراد را بر اساس نوع استفاده‌شان از این شبکه اجتماعی، به سه دسته تقسیم‌بندی می‌کند: استفاده منفعل، ارتباط تعاملی، تولید محتوا. در پرسشنامه مقیاس پاسخ تفصیلی یک مقیاس خود-گزارشی و شامل ۲۲ گویه می‌باشد که پاسخ‌دهی به عاطفه

1. Shaw

۲. به معنی فکر کردن مداوم به چیزهای ناخوشایند؛ که در مدل شناختی اضطراب اجتماعی، توسط فرد مضطرب، پیش یا پس از تعامل اجتماعی و با تمرکز بر موقعیت‌های ناخوشایند و جلوه‌های منفی تصویر خود انجام می‌گیرد؛ Brooding.

3. Social Phobia Scale (SPS)

4. Facebook Activity Measure (FAME)

5. Ruminative Response Scale (RRS)

6. Center for Epidemiological Studies-Depression Scale (CES-D)

7. Mood and Anxiety Symptom Questionnaire-Short Form (MASQ)

منفی و اتفاقات زندگی با سبک پاسخ‌دهی تفصیلی را می‌سنجد (این پرسشنامه ۲ عامل تحلیلی دارد، ولی در این تحقیق فقط از عامل نشخوار فکری استفاده می‌شود). پرسشنامه مقیاس افسردگی مرکز مطالعات اپیدمیولوژیک، نیز یک مقیاس خود-گزارشی است که شامل ۲۰ گویه در مورد اینکه افراد در طول ۳ ماه گذشته چطور فکر و احساس کرده‌اند، می‌باشد.

یافته‌های این پژوهش، به‌طور کلی مبین این نکته است که اضطراب بالاتر با صرف روزانه زمان در فیس‌بوک مرتبط است. همین‌طور علائم اضطرابی با استفاده از فیس‌بوک در حالت منفعل (نسبت به بقیه حالت‌ها که ارتباط معناداری دیده نمی‌شود) ارتباط بیشتری دارد. از آنجا که مطالعه حاضر از دو مدل میانجی‌گری برای نقش نشخوار فکری (یعنی نشخوار فکری به عنوان متغیر میانجی‌گر رابطه استفاده منفعل از فیس‌بوک با اختلال اضطراب اجتماعی و نیز علائم اختلال اضطراب اجتماعی به عنوان متغیر میانجی‌گر رابطه نشخوار فکری با استفاده منفعل از فیس‌بوک) پشتیبانی می‌کند، در این مورد مطالعات بیشتری ضرورت خواهد داشت (شاو و همکاران، ۲۰۱۵).

- مطالعه فراتحلیل در بررسی اثر فضای مجازی بر اضطراب و افسردگی در نوجوانان، (کلس ۱ و همکاران، ۲۰۲۰)

یک مقاله مروری در سال ۲۰۱۹، به بررسی تأثیر فضای مجازی بر اضطراب و افسردگی در نوجوانان (بازه ۱۳ تا ۱۸ سال) پرداخته است. به منظور جمع‌آوری مقاله‌ها از نرم‌افزار مندلی^۲ استفاده شد که در سه قسمت عنوان، چکیده و متن ارزیابی می‌شدند. برای ارزیابی کیفیت مقاله‌ها، از ابزار ارزیابی موسسه ملی کیفیت سلامت^۳ برای مشاهده مطالعات مقطعی استفاده شد و از آنجایی که فراتحلیل برای آن‌ها میسر نبود، از روش ترکیب روایت^۴ برای تحلیل این داده‌ها استفاده شد. به‌طور کلی، گرچه ابتدا ۶۵۹۸ مقاله از ۵ پایگاه جمع‌آوری گردید، در نهایت پس از حذف‌های متعدد، ۱۳ مقاله شایسته بررسی انتخاب شد؛ که شامل ۱۲ مطالعه مقطعی-عرضی و یک مطالعه طولی بودند.

1. Keles
2. Mendeley
3. the National Institutes of Health Quality Assessment tool
4. Narrative synthesis



By Courtney crisp. In the public domain.

نتایج بر اساس چهار زمینه بررسی شدند:

- (۱) زمان صرف شده در رسانه اجتماعی: یافته‌های بیشتر مقالات حاکی از آن بودند که مدت‌زمان زیاد استفاده از رسانه اجتماعی با افسردگی و اضطراب مرتبط است.
- (۲) نوع فعالیت در رسانه اجتماعی: در بیشتر مطالعات نشان داده شده که استفاده فعال (و حتی منفعل)، با افسردگی و اضطراب در ارتباط است.
- (۳) سرمایه‌گذاری^۱ (هزینه کردن): بر اساس یافته‌ها، هرچه افراد اطلاعات شخصی بیشتری را به اشتراک می‌گذاشتند، بیشتر حالات افسردگی نشان می‌دادند.
- (۴) اعتیاد: همین‌طور اعتیاد به رسانه اجتماعی (مانند فیس‌بوک) با افسردگی مرتبط است که در این میان، اعتماد به نفس به‌عنوان متغیر تعدیل‌گر مطرح شده است (کلس و همکاران، ۲۰۲۰).

1. Investment

افسردگی و فضای مجازی

در این قسمت، مطالعات انتخاب شده را بر اساس تنوع موضوعی به سه دسته تقسیم کرده و به تشریح یافته‌های آنها می‌پردازیم:

۱. مطالعاتی که به بررسی تأثیر مثبت یا منفی شبکه‌های اجتماعی بر افسردگی پرداخته‌اند.

- رابطه بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و پارامترهای جمعیت‌شناختی و بالینی در بیماران همودیالیزی اهل ترکیه، (افسر، ۲۰۱۳)

نکته قابل توجه این مطالعه، تمرکز بر یک بیماری خاص فیزیکی است. مطالعات اندکی در مورد استفاده از اینترنت در بیماران همودیالیزی^۲ انجام شده است. با این حال، هیچ مطالعه‌ای رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و کیفیت زندگی، افسردگی، عملکرد شناختی و مشکلات خواب در بیماران همودیالیزی را بررسی نکرده است. این مطالعه از نظر طرح پژوهش، از نوع مقطعی می‌باشد. تمام بیماران (از بخش نفرولوژی^۳، بیمارستان دولتی قونیه - ترکیه) تحت بررسی تاریخچه قرار گرفتند. معاینه جسمی، تجزیه و تحلیل آزمایشگاهی و ارزیابی کیفیت زندگی (با فرم کوتاهی از مطالعه نتایج پزشکی)، افسردگی (با استفاده از پرسشنامه افسردگی بک)، عملکرد شناختی (با آزمون کوتاه وضعیت ذهنی^۴) و مشکلات خواب (توسط شاخص کیفیت خواب پیتسبورگ) انجام شد. مطالعه شامل ۱۳۴ بیمار همودیالیزی (مرد/زن: ۶۱/۷۳، سن = 53 ± 13.4 سال) بود. بیمارانی که دارای ایمیل، فیس‌بوک و توئیتر بودند، جوان‌تر، دچار افسردگی کمتر و دارای کیفیت زندگی بهتری بوده، عملکرد شناختی بالاتری نشان دادند و در مقایسه با بیمارانی که فاقد موارد بالا بودند، تحصیلات بیشتری نیز داشتند. بیمارانی که با استفاده از اینترنت در مورد بیماری خود تحقیق می‌کردند، افسردگی کمتر، کیفیت زندگی بالاتر، خواب بهتر و عملکرد شناختی بالاتری داشته و در مقایسه با بیمارانی که تحقیق مبتنی بر اینترنت نداشتند، دارای تحصیلات بالاتری بودند. استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی ارتباط نزدیکی با کیفیت زندگی، افسردگی، عملکرد شناختی و آموزش بیماران همودیالیزی داشت.

1. Afsar

۲. از روش‌های درمانی در عدم کارایی کلیه؛ Hemodialysis.
۳. مربوط به درمان بیماری‌های کلیوی؛ Nephrology.

4. The Mini-Mental State Exam (MMSE)

مطالعات تکمیلی در مورد اینکه آیا استفاده از اینترنت تحت نظارت متخصصان مراقبت‌های بهداشتی نتایج بالینی، پایبندی، کیفیت زندگی، افسردگی و تصمیم‌گیری در بیماران همودیالیزی را بهبود می‌بخشد، لازم است (افسر، ۲۰۱۳).

- کاوشی در ارتباطات بین استفاده از اینستاگرام و علائم افسردگی، (لوپ^۱ و همکاران، ۲۰۱۵) این مطالعه از طریق مکانیسم مقایسه اجتماعی منفی و تعدیل تعداد افراد غریبه‌ای که یک فرد دنبال می‌کند، یک مدل واسطه‌گری تعدیل‌شده ارتباط بین استفاده از اینستاگرام و علائم افسردگی^۲ (که مبتنی بر نظریه بود) را مورد آزمایش قرار داد. ۱۱۷ جوان ۱۸-۲۹ ساله پرسشنامه‌های آنلاین حاوی اطلاعات جمعیت‌شناختی، دفعات استفاده از اینستاگرام، تعداد افراد غریبه‌ای را که در اینستاگرام دنبال می‌کنند، مقیاس افسردگی تهیه‌شده در مرکز منابع اپیدمیولوژیک^۳ و معیار رتبه‌بندی مقایسه اجتماعی^۴ را تکمیل کردند.

بر اساس یافته‌های این مطالعه، استفاده از اینستاگرام به میزان کمی با علائم افسردگی ارتباط مثبت داشته و مقایسه اجتماعی مثبت به‌طور معناداری با علائم افسردگی ارتباط منفی دارد. همچنین، میزان بیشتر دنبال نمودن افراد غریبه و استفاده مکرر از اینستاگرام با علائم افسردگی بیشتر، ارتباط مستقیم دارد. علاوه‌براین، روندهای کم‌اهمیت نشان می‌دهد که تعداد بالای دنبال کردن افراد غریبه و استفاده بیشتر از اینستاگرام از طریق مقایسه اجتماعی^۵ به‌عنوان میانجی^۵ با علائم افسردگی بیشتر همراه است؛ درحالی‌که در میزان پایین‌تر تعداد غریبه‌های دنبال‌شده، استفاده بیشتر از اینستاگرام از طریق مقایسه اجتماعی^۵ به‌عنوان میانجی^۵ با علائم افسردگی پایین‌تر مرتبط بود. این یافته‌ها بر اهمیت تعداد افراد غریبه‌ای که فرد دنبال می‌کند، تأکید دارند. از سویی دیگر، دیدن عکس‌های دوستان و آشنایان ممکن است احساسات مثبتی ایجاد کند، یا حداقل با دانستن در مورد چگونگی زندگی واقعی این افراد، (احساس فرد) متعادل شود و در نتیجه خطای انتساب^۵ متعاقب با مقایسه‌ی اجتماعی منفی را کاهش دهد.

1. Lup
 2. A theoretically grounded moderated meditation model
 3. Center for Epidemiological Resources Scale for Depression
 4. Social Comparison Rating Scale
 5. Attribution error

نتایج نشان می‌دهد افرادی که عمدتاً کسانی را دنبال می‌کنند که می‌شناسند، به احتمال بیشتر در مقایسه اجتماعی مثبت با افرادی که دنبال می‌کنند، درگیر می‌شوند. به صورت کلی یافته‌های این مطالعه، پژوهش‌های قبلی را پشتیبانی می‌کند و نشان می‌دهد که استفاده از اینستاگرام برای کسانی که افراد غریبه زیادی را دنبال می‌کنند با بهزیستی ارتباط منفی دارد، اما برای کسانی که تعداد کمی غریبه را دنبال می‌کنند ارتباط مثبتی با بهزیستی دارد. لازم است در آینده به بررسی پیامدهای پیوندهای منفی شبکه‌های اجتماعی برای کسانی که افراد غریبه را دنبال می‌کنند، پرداخته شده و نیز تحقیقات بیشتری در مورد استفاده از اینستاگرام، با توجه به افزایش محبوبیت آن، انجام گیرد (لوپ و همکاران، ۲۰۱۵).

- روابط دوجانبه بین انواع مختلف استفاده از اینستاگرام و خلق افسرده در نوجوانان فلاندی، (فرسیون و اگمنت، ۲۰۱۷)

اگرچه مطالعات نشان داده است که استفاده از اینستاگرام و سلامت روان بزرگسالان به‌طور مقطعی^۲ با هم ارتباط دارند، اما در این زمینه، شواهد طولی^۳ وجود ندارد. علاوه‌براین، تاکنون هیچ مطالعه‌ای این ارتباط یا عکس آن را در میان نوجوانان بررسی نکرده است. برای رفع این شکاف‌ها، پژوهشگران این مطالعه طولی را در میان نوجوانان فلاندی ۱۲ تا ۱۹ ساله به جریان انداختند تا روابط متقابل بین انواع مختلف استفاده از اینستاگرام و خلق‌وخوی افسرده را بررسی کنند. برای بررسی سؤال تحقیق و آزمون فرضیه‌ها، از داده‌های خود-گزارشی ۶۷۱ کاربر نوجوان اینستاگرام (۶۱٪ دختران؛ میانگین سنی = ۱۴,۹۶) استفاده شده است. مدل‌سازی معادلات ساختاری^۴ نشان داد که گشت‌وگذار در اینستاگرام در زمان ۱ (شروع مطالعه) با افزایش خلق افسرده نوجوانان در زمان ۲ (مرحله دوم مطالعه) در ارتباط است. علاوه‌براین، خلق افسرده نوجوانان در زمان ۱ با افزایش ارسال پست در اینستاگرام در زمان ۲ مرتبط بود. این روابط در پسران و دختران مشابه است (فرزین و اگمنت، ۲۰۱۷).

1. Frison, Eggermont
2. Cross-sectionally
3. Longitudinal evidence
4. Structural equation modeling

- آنچه رسانه‌ها در مورد شخصیت و سلامت روان نشان می‌دهند؟ (بریلوسکایا و مارگراف،
۲۰۱۸)

مطالعه حاضر با هدف بررسی رابطه بین ویژگی‌های شخصیتی، متغیرهای سلامت روان و استفاده از رسانه در میان دانشجویان سال اول آلمانی انجام شد. داده‌های ۶۳۳ شرکت‌کننده جمع‌آوری شد. فرض بر این بود که استفاده از پلتفرم‌هایی که بیشتر روی تعامل نوشتاری متمرکز هستند (مانند توییتر، تامبلر) با متغیرهای مثبت سلامت روان (رضایت از زندگی، شادی، حمایت اجتماعی و تاب‌آوری) رابطه منفی و به‌طور معنی‌داری با افسردگی، اضطراب و علائم استرس ارتباط مثبت دارند؛ در مقابل، استفاده از اینستاگرام که بیشتر بر اشتراک‌گذاری عکس متمرکز دارد، با متغیرهای مثبت سلامت روان رابطه مثبت دارد.



By Daniel Garcia. In the public domain.

نتایج این پژوهش، حاکی از ارتباط مثبت بین استفاده عمومی از اینترنت، استفاده عمومی از پلتفرم‌های اجتماعی فیس‌بوک از یک‌سو و عزت‌نفس، برونگرایی، خودشیفتگی، رضایت از زندگی، حمایت اجتماعی و تاب‌آوری از سوی دیگر می‌باشد. هم‌چنین، مشخص شد که استفاده از بازی‌های رایانه‌ای با این متغیرهای شخصیتی و بهداشت روانی رابطه منفی دارد.

برای بیان گزاره‌های علی، لازم است تحقیقات مقطعی را از طریق مطالعات آینده‌نگر طولی که سیر طولی و تغییرات احتمالی در طول زمان ارتباطات یافت‌شده را مشاهده می‌کنند، گسترش داد. برای ارزیابی داده‌ها از پرسشنامه‌های خود-گزارشی آنلاین استفاده شد، بنابراین تمایل به مطلوبیت اجتماعی__مشکلی شناخته‌شده در پیمایش‌های پرسشنامه‌ای__ قابل حذف نیست. برای مطالعات آینده، می‌توان از ابزارهایی برای اندازه‌گیری تمایل به مطلوبیت اجتماعی، به عنوان مثال، فهرست متعادل پاسخ‌دهی مطلوب^۱ استفاده کرد (بریلوسکایا و مارگرف، ۲۰۱۸).

- استفاده فعال و منفعل از شبکه‌های اجتماعی و علائم اضطراب و خلق افسرده در بین نوجوانان ایسلندی، (تورایسدوتیا^۲ و همکاران، ۲۰۱۹)

این مطالعه بر آن است که اثرات احتمالی مثبت یا منفی استفاده از شبکه‌های اجتماعی را بر اساس تفکیک نوع استفاده از آن‌ها (فعال یا منفعل) بررسی نماید. استفاده فعال شامل مواردی از این قبیل است: گپ زدن، به اشتراک‌گذاری عکس‌ها، به‌روزرسانی‌های وضعیت با مخاطبان خاص و ارسال مطالب شخصی که دیگران می‌توانند درباره آن‌ها نظر داده یا آن‌ها را بیسندند. بنابراین استفاده فعال می‌تواند منعکس‌کننده خودپنداره، کلمات یا افکار شخص باشد. هم‌چنین، استفاده غیرفعال، به مرور، پیمایش، بازنشر مجدد پیوندها یا مشاهده محتوای دیگران اشاره دارد. استفاده غیرفعال شامل مصرف اطلاعات و بازنشر مجدد پیوندهایی است که هدف آن، شخص خاصی نیست و ارتباطی با خودپنداره فرد ندارد و به حداقل تلاش نیازمند است.

استفاده فعال و منفعل از شبکه‌های اجتماعی، احتمالاً به‌طور متفاوتی بر سلامت عاطفی تأثیر می‌گذارد، اما اطلاعات کمی در مورد وجود و میزان تأثیر هر دو نوع استفاده از شبکه‌های

1. The Balanced Inventory of Desirable Responding
2. Thorisdottir

اجتماعی بر پریشانی عاطفی^۱ در نوجوانان، موجود است. داده‌های پیمایش جمع‌آوری شده از نوجوانان ایسلندی (تعداد = ۱۰۵۶۳) برای مستند کردن شیوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی و ارزیابی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی فعال و منفعل با علائم گزارش شده از اضطراب و خلق افسرده، تجزیه و تحلیل شد. یک مدل رگرسیون خطی سلسله مراتبی نشان داد که استفاده منفعلانه از شبکه‌های اجتماعی به علائم بیشتر اضطراب و خلق افسرده در بین نوجوانان و استفاده فعال از شبکه‌های اجتماعی با کاهش علائم اضطراب و خلق افسرده حتی پس از کنترل زمان صرف شده در شبکه‌های اجتماعی ارتباط داشت. هنگام افزودن عوامل خطر و عوامل محافظتی^۲ شناخته شده— یعنی عزت نفس، پشتیبانی آفلاین همتایان^۳، تصور ضعیف از بدن^۴ و مقایسه اجتماعی— به مدل، مشخص شد که استفاده فعال با پریشانی عاطفی ارتباط ندارد. با این حال، استفاده منفعل هنوز به علائم اضطراب و خلق افسرده در نوجوانان مربوط بود. تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر پریشانی عاطفی با توجه به جنسیت متفاوت بود؛ چراکه زمان صرف شده در شبکه‌های اجتماعی رابطه قوی‌تری با پریشانی عاطفی در دختران داشت. علاوه بر این، استفاده منفعل با علائم خلق افسرده در دختران ارتباط بیشتر داشت. تحقیقات آینده باید شامل عوامل خطر و محافظ به‌عنوان میانجی در انواع مختلف استفاده از شبکه‌های اجتماعی و پریشانی عاطفی نوجوانان باشد (تورایسدوتیا و همکاران، ۲۰۱۹).

- فراتحلیلی در مورد رابطه فیس‌بوک و افسردگی، (یون^۵ و همکاران، ۲۰۱۹)

برای بررسی روابط بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و افسردگی، چهار فراتحلیل جداگانه در رابطه با افسردگی و (۱) زمان صرف شده در شبکه‌های اجتماع، (۲) فراوانی چک کردن شبکه‌های اجتماعی، (۳) مقایسه عمومی و (۴) مقایسه اجتماعی رو به بالا^۶ در شبکه‌های اجتماعی انجام گرفت و چهار اندازه اثر متوسط، به لحاظ کمی مقایسه شدند.

۱. مانند علائم اضطرابی یا خلق افسرده؛ Emotional distress

2. Risk and protective factors
3. Offline peer support
4. Poor body image
5. Yoon
6. Upward social comparison



By Daniel Garcia. In the public domain.

در جست‌وجوی پیشینه، ۳۳ مقاله با نمونه‌ای ۱۵,۸۸۱ نفری برای مدت‌زمان صرف شده در شبکه‌های اجتماعی، ۱۲ مقاله با نمونه ۸۰۴۱ نفر برای فراوانی چک کردن شبکه‌های اجتماعی و ۵ مقاله با تعداد نمونه ۱۷۱۵ برای تجزیه‌وتحلیل مقایسه عمومی و ۲۲۹۸ نمونه برای مقایسه اجتماعی رو به بالا، به دست آمد.

در هر دو تجزیه‌وتحلیل استفاده از شبکه‌های اجتماعی، زمان بیشتر صرف شده و دفعات چک کردن شبکه‌های اجتماعی با سطوح بالاتر افسردگی با اندازه اثر کوچک همراه بود. علاوه‌براین، سطح بالاتری از افسردگی با مقایسه‌های عمومی بیشتر در شبکه‌های اجتماعی با یک اثر کوچک تا متوسط و مقایسه‌های اجتماعی رو به بالای بیشتر در شبکه‌های اجتماعی با یک اثر متوسط همراه بود. هر دو مقایسه اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی نسبت به زمان صرف شده در شبکه‌های اجتماعی با افسردگی ارتباط قوی‌تری داشتند. نتایج این بررسی با مفهوم «پدیده

افسردگی فیس‌بوک^۱» و با اهمیت نظریه مقایسه‌های اجتماعی به‌عنوان یک توضیح برای این مشاهدات، سازگار است. محدودیت‌های این تحقیق نیز شامل ناهمگنی در اندازه اثر و تعداد کم نمونه‌ها برای تجزیه و تحلیل مقایسه اجتماعی می‌باشد (یون و همکاران، ۲۰۱۹).

- مروری بر مطالعات پیرامون استفاده از شبکه‌های اجتماعی، سلامت روان و بهزیستی در بین نوجوانان، (شانینگ^۲ و همکاران، ۲۰۱۹)

از میان ۷۹ مطالعه‌ای که معیارهای ورود این مقاله مروری را داشتند، اکثریت قریب به اتفاق (۹۴٪) کمی بودند و طرح مقطعی (۵۷٪) رایج‌ترین طرح مطالعه بود. چندین مطالعه بر جنبه‌های مختلف بهداشت روان متمرکز شده و افسردگی (۲۹٪) بیشترین جنبه مورد مطالعه بود. تقریباً نیمی از مطالعات شامل استفاده از شبکه‌های اجتماعی نامعین (۴۳٪) بود. از میان شبکه‌های اجتماعی مشخص، فیس‌بوک (۳۹٪) بیشترین مورد مطالعه را دارا بود. بیشترین روش استفاده‌شده برای سنجش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی، فراوانی و مدت زمان (۵۶٪) بود. شرکت‌کنندگان از هر دو جنسیت، در بیشتر مطالعات (۹۲٪) گنجانده شدند، اما به ندرت به‌عنوان متغیر تفسیری مورد بررسی قرار گرفتند. ۷۷٪ مطالعات مورد بررسی، استفاده از شبکه‌های اجتماعی را به‌عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته‌اند.

یافته‌های حاصل از بررسی محدوده فعلی نشان داد که حدود ۳/۴ (سه چهارم) از مطالعات، متمرکز بر شبکه‌های اجتماعی و برخی از جنبه‌های آسیب‌شناسی است. به نظر می‌رسد تمرکز بر ارتباط بالقوه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و نتایج مثبت در ادبیات پژوهش فعلی نادر است. از میان این مطالعات، تعداد کمی بین اشکال مختلف کنش‌ها (تعاملات) در شبکه‌های اجتماعی که به‌طور متفاوت با سلامت ذهنی (روانی) و پیامدهای بهزیستی ارتباط دارند، تفکیک قائل شده‌اند. نقطه قوت اصلی این بررسی، تلاش برای ارائه یک دید کلی گسترده درباره تحقیقات منتشرشده مربوط به استفاده از شبکه‌های اجتماعی، سلامت روان و بهزیستی در بین نوجوانان است. اگرچه طیف وسیعی از بررسی‌های مروری درباره فعالیت‌های مبتنی بر صفحه‌نمایش در

1. Facebook depression phenomenon
2. Schönning

زمینه سلامت عمومی و سلامت روان وجود دارد (دیکسون^۱ و همکاران، ۲۰۱۸؛ اوربن^۲، ۲۰۲۰)، اما لزوماً بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و سایر انواع رسانه‌های مبتنی بر فناوری تمیز قائل نمی‌شوند. همچنین، برخی از بررسی‌های مروری قبلی بیشتر در مورد نتایج خاص‌تر سلامت روان هستند (بست و همکاران، ۲۰۱۴؛ سیبروک^۳ و همکاران، ۲۰۱۶؛ اوربن، ۲۰۲۰)، یا به خودی خود بر روی نوجوانان تمرکز نمی‌کنند (سیبروک و همکاران، ۲۰۱۶؛ شانینگ و همکاران، ۲۰۱۹).

- فراتحلیل در مورد ارتباط بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی در نوجوانان و علائم افسردگی،

(آیوی^۴ و همکاران، ۲۰۲۰)

نتایج این فراتحلیل حاکی از یک ارتباط مثبت کوچک اما معنی‌دار بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی در نوجوانان و علائم افسردگی است. همچنین ناهمگنی بالایی که نشانگر تنوع قابل توجهی در بین مطالعات است، به دست آمد. ناهمگنی زیاد همراه با اندازه اثر کلی کوچک مشاهده شده در رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی (به صورت خود-گزارشی) و علائم افسردگی نشان می‌دهد که عوامل دیگر احتمالاً به عنوان تعدیل‌کننده معناداری در رابطه عمل می‌کنند؛ بر این اساس، تحقیقات آینده باید بر درک اینکه کدام نوع استفاده ممکن است برای سلامت روان مضر (یا مفید) باشد متمرکز شود، نه اینکه تنها روی استفاده کلی متمرکز باشند که احتمالاً منعکس‌کننده ناهمگنی بالایی در نتایج است (آیوی و همکاران، ۲۰۲۰). (در این مقاله نیز به استفاده فعال و منفعل از شبکه‌های اجتماعی اشاره شده است.)

۲. مطالعاتی که به بررسی امکان پیش‌بینی یا تشخیص افسردگی بر اساس شبکه‌های اجتماعی

پرداخته‌اند.

- بررسی سودمندی محتوای تولیدشده توسط جامعه (دوستان، دنبال‌کنندگان و غیره) در رسانه‌های اجتماعی برای تشخیص افسردگی: یک مطالعه تحلیلی در اینستاگرام، (ریکاد^۵ و همکاران، ۲۰۱۸)
محتوای تولیدشده توسط افراد در پلتفرم‌های مختلف شبکه‌های اجتماعی برای شناسایی

1. Dickson
3. Best, Seabrook
5. Ricard

2. Orben
4. Ivie

بیماری‌های روانی، از جمله افسردگی، با موفقیت استفاده شده است. باین حال، بیشتر کارهای قبلی در این زمینه به محتوای تولیدشده توسط کاربر، یعنی محتوای ایجاد شده توسط فرد، مانند پست‌ها و تصاویر یک فرد، متمرکز بوده است. در این مطالعه، سودمندی محتوای تولیدشده توسط جامعه در شبکه‌های اجتماعی__ مانند نظرات در مورد پست‌های یک فرد__ برای پیش‌بینی افسردگی طبق پرسشنامه ارزیابی بالینی معتبر بهداشت بیمار-۸ (PHQ-8) مورد ارزیابی قرار گرفته است. این مطالعه داده‌های ۷۴۹ شرکت‌کننده را تجزیه و تحلیل کرد. برای ساختن مدل پیش‌بینی، ویژگی‌های زبانی از زیرنویس‌ها و نظرات پست اینستاگرام استخراج شده است؛ مانند چندین نمره احساسات، نتایج تجزیه و تحلیل احساسات ایموجی و فرامتغیرهایی مانند تعداد پسند و میانگین طول نظر.

در این مطالعه، ۱۰,۴٪ از داده‌ها به‌عنوان یک مجموعه آزمون برگزار شد. ۸۹,۶٪ داده‌ها برای تعلیم^۱ یک مدل رگرسیون خطی منظم خالص برای پیش‌بینی امتیازات پرسشنامه ارزیابی بالینی معتبر بهداشت بیمار-۸، استفاده شد. نسخه‌های مختلف این مدل در یک مجموعه آزمایشی برای کاوش سودمندی داده‌های تولیدشده توسط جامعه در تحلیل پیش‌بینی مقایسه شدند (به عنوان مثال، یک مدل تعلیم داده شده فقط بر روی داده‌های تولیدشده توسط کاربر، یک مدل تعلیم داده شده فقط بر روی داده‌های تولیدشده توسط جامعه (به جز کاربر) و یک مدل تعلیم داده‌شده بر روی ترکیب هر دو نوع داده). ضرایب مدل‌ها نشان داد که طبقه‌بندی داده‌های ترکیبی به‌طور مؤثر داده‌های تولیدشده توسط کاربر و جامعه را در هم آمیخته و دو مجموعه ویژگی^۲ مکمل یکدیگر بوده و حاوی اطلاعات ناهمپوشان در تجزیه و تحلیل پیش‌بینی است. نتایج ارائه‌شده در این مطالعه نشان می‌دهد استفاده از داده‌های تولیدشده توسط جامعه در شبکه‌های اجتماعی (علاوه بر داده‌های تولیدشده توسط کاربر)، می‌تواند برای پیش‌بینی افسردگی در میان کاربران شبکه‌های اجتماعی مفید باشد. مطالعات آینده باید داده‌های زمان را به منظور بالقوه بهبود نتایج در برگیرند. محدودیت فعلی دیگر این است که بخش نظرات ممکن است حاوی برخی از اطلاعات تولیدشده توسط خود کاربر، (به‌ویژه نظرات خود شخص) باشد که

1. Train
2. Feature sets

به دلیل پروتکل حذف نام شناسایی کاربر، در مجموعه داده فعلی قابل شناسایی و حذف نبود. استفاده از یک مجموعه داده بزرگ‌تر با انتخاب ویژگی داده محور در کارهای آینده می‌تواند مدل‌ها را بهبود بخشد (ریکاد و همکاران، ۲۰۱۸).

- بررسی سیستماتیک اعتبار غربالگری افسردگی از طریق فیس‌بوک، توییتر، اینستاگرام و اسنپ‌چت، (کیم^۱ و همکاران، ۲۰۲۱)

هدف از این مطالعه مروری نظام‌مند، تعیین روایی استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای غربالگری افسردگی بود. جست‌وجوی مقاله در PubMed و sycINFOP از زمان شروع پایگاه داده تا ۲۰ اوت ۲۰۱۹ انجام شد و ۱۵ مقاله انتخاب شدند. مبنای کار، این نکته بود که نمایه افراد افسرده در فیس‌بوک، توییتر و اینستاگرام از افراد غیرافسرده که توسط نشانگرهای شبکه‌های اجتماعی^۲ نشان داده می‌شود قابل تشخیص است.

مطالعات فیس‌بوک مبین این نکته بود که کمتر بودن تعداد دوستان و دوستان مشترک فیس‌بوکی، ارسال مکرر پست و استفاده از برچسب‌های مکانی به میزان کمتر، با علائم افسردگی همبستگی مثبت دارد. همچنین، پست‌های فیس‌بوک با بیان صریح علائم افسردگی، استفاده از ضمایر شخصی و کلمات مرتبط با درد، علائم افسردگی، احساسات پرخاشگرانه و نشخوار فکری، افسردگی را پیش‌بینی می‌کند.

مطالعات توییتر حاکی از آن بود که استفاده از کلمات «متمرکز بر گذشته»، احساسات منفی و کلمات خشن و تعداد کلمات کمتر در هر توییت، با افسردگی ارتباط مثبت دارد. نهایتاً، مطالعات اینستاگرام نشان داد تفاوت در الگوی دنبال‌کنندگان، ارسال عکس و ویرایش و ویژگی‌های زبانی بین افراد افسرده و غیر افسرده، می‌تواند به‌عنوان یک نشانگر باشد.

در نتیجه، نشانگرهای شبکه‌های اجتماعی مانند تعداد و محتوای پیام‌های فیس‌بوک، تنوع زبانی در توییت‌ها و تعداد کلمات توییت و تعداد دنبال‌کنندگان، دفعات استفاده از اینستاگرام و محتوای پیام‌ها در اینستاگرام بین افراد افسرده و غیرافسرده متفاوت است؛ بنابراین، غربالگری

1. Kim
2. Social media markers

پروفایل‌های شبکه‌های اجتماعی در این پلتفرم‌ها می‌تواند راهی معتبر برای تشخیص افسردگی باشد (کیم و همکاران، ۲۰۲۱).

۳. مطالعاتی که به‌وسیله شبکه‌های اجتماعی به ردیابی درمان افسردگی در مبتلایان، پرداخته‌اند.

- مطالعه رسانه‌های اجتماعی در مورد اثرات استفاده از داروهای روان‌پزشکی، (سها^۱ و همکاران، ۲۰۱۹)

درک تأثیرات داروهای روان‌پزشکی در طول درمان سلامت روان، یک زمینه تحقیق فعال است. درحالی‌که آزمایش‌های بالینی به ارزیابی اثرات این داروها کمک می‌کند، بسیاری از آزمایش‌ها، از عدم تعمیم به جمعیت‌های وسیع رنج می‌برند. در این مطالعه، با استفاده از فهرستی از داروهای روان‌پزشکی مورد تأیید و تنظیم‌شده و یک مجموعه داده توییتر از ۳۰۰ میلیون پست از ۳۰ هزار کاربر، مدل‌های یادگیری ماشین برای ارزیابی اثرات مربوط به خلق‌وخو، شناخت، افسردگی، اضطراب، روان‌پریشی و عقاید خودکشی تولید شد.

بر اساس تجزیه و تحلیل علی مبتنی بر نمره گرایش طبیعی طبقه‌بندی‌شده^۲، مشخص شد که استفاده از داروهای خاص با تغییرات مشخصه در آسیب‌شناسی روانی یک فرد همراه است (سها و همکاران، ۲۰۱۹).

- استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای کشف موانع درمان در میان افراد با علائم افسردگی، (اشویک^۳ و همکاران، ۲۰۲۰)

در حمایت از تحقیقات در حال رشد در زمینه دسترسی به مراقبت‌های بهداشت روان و نقش شبکه‌های اجتماعی، مطالعه حاضر با هدف افزایش دانش در مورد این موانع در میان کاربران شبکه‌های اجتماعی انجام شده است. این مطالعه ویژگی‌ها و موانع درمان را در بین کاربران شبکه‌های اجتماعی با شدت‌های گوناگون علائم افسردگی و نیازهای آگاهانه برآورده نشده^۴ برای

1. Saha
2. Stratified propensity score-based causal analysis
3. Szlyk
4. Perceived unmet needs

درمان سلامت روان ارزیابی کرده است. شرکت‌کنندگان از چندین پلتفرم رسانه اجتماعی، از جمله اینستاگرام، فیس‌بوک، توییتر، ردیت، تامبلر و فروم^۱ (تالارهای بحث) آنلاین افسردگی به کار گرفته شدند. شرکت‌کنندگان واجد شرایط تأیید کرده‌اند که در مورد احساس غم یا افسردگی در شبکه‌های اجتماعی پست گذاشته‌اند و یا گروه‌های شبکه‌های اجتماعی را که در مورد موضوعات مرتبط با افسردگی هستند، دنبال می‌کنند. شرکت‌کنندگان، یک نظرسنجی آنلاین درباره علائم افسردگی، علاقه به درمان و موانع بالقوه دسترسی به درمان را تکمیل کردند. از بین شرکت‌کنندگانی که معیارهای افسردگی را کسب کرده‌اند، مشخص شد که مبتلایان به افسردگی عمده، بیشتر به دنبال درمان می‌روند و نیاز بی‌پاسخ به درمان را گزارش می‌کنند. یافته‌ها نشان داد که شرکت‌کنندگان با علائم افسردگی عمده به‌طور قابل توجهی تاریخچه بیشتری در مورد درمان سلامت روان داشته و خطر خودکشی بیشتری نسبت به شرکت‌کنندگان با علائم افسردگی جزئی گزارش کردند. شرکت‌کنندگان با علائم افسردگی عمده همچنین به‌طور معناداری جوان‌تر، سفیدپوست و با درآمد کمتری نسبت به شرکت‌کنندگان با علائم افسردگی جزئی بودند.

از آنجا که نمونه به افراد ۱۵ سال به بالا (ساکن ایالات متحده) و کاربران پلتفرم‌های خاص شبکه‌های اجتماعی محدود شده، یافته‌ها ممکن است برای کاربران نوجوان کم‌سن تر شبکه‌های اجتماعی یا کاربرانی که به پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی اصلی و انجمن‌های آنلاین، کمتر دسترسی دارند قابل تعمیم نباشد. از آنجا که شرکت‌کنندگان شبکه‌های اجتماعی و تالارهای گفتگوی آنلاین از نظر شدت علائم افسردگی به‌طور قابل توجهی متفاوت بودند، نیاز است که پژوهش‌های آتی چگونگی تغییر علائم سلامت روان در میان کاربران دائم رسانه‌های آنلاین خاص را عینیت ببخشند (اثبات کنند). مطالعات آینده هم‌چنین باید تغییرات نمرات افسردگی و پذیرندگی درمان سلامت روانی را در طی گذر زمان ردیابی کنند و مطالعه را با کاربران جوان‌تر آنلاین و یا کاربرانی که به پلتفرم‌ها و انجمن‌های تخصصی^۲ دسترسی دارند، تکرار کنند (اشویک و همکاران، ۲۰۲۰).

1. Forum
2. Niche platforms

- بیماری روانی در اینستاگرام: توصیف محتوای عمومی و روند استفاده از داروهای ضدافسردگی، (گوپتا و عاریفجوهان^۱، ۲۰۲۰)

افراد مبتلا به بیماری روانی از شبکه‌های اجتماعی برای به اشتراک گذاشتن تجارب درمانی و اطلاعات حکایت‌گونه^۲ استفاده می‌کنند. علی‌رغم تأثیر قابل توجه شبکه‌های اجتماعی بر افراد مبتلا به بیماری روانی، پست‌های مربوط به داروهای ضدافسردگی به‌طور سیستماتیک مورد مطالعه قرار نگرفته‌اند. این مطالعه، احساسات عمومی و محتوای ارسال شده در اینستاگرام راجع به استفاده از داروهای ضدافسردگی را ارزیابی می‌کند. پست‌های اینستاگرامی از جولای ۲۰۱۰ تا ۳۰ ژوئن ۲۰۱۸، حاوی هشتک‌های^۳ مربوط به داروهای ضدافسردگی رایج و اصطلاحات مربوط به اضطراب/ افسردگی جمع‌آوری شده است (تعداد=۱۳،۰۹۶).

تقریباً ۱۰۰۰ پست به‌طور تصادفی انتخاب شده و از نظر محتوای عکس، تجارب حکایتی، احساسات نسبت به داروهای ضدافسردگی و یادکردهای^۴ روان‌درمانی، بیماری‌های همراه، چند دارویی یا عوارض جانبی مورد ارزیابی قرار گرفت.



By Philip Lindeman. In the public domain.

1. Gupta, Ariefdjohan

2. Anecdotal information

۳. کلمه‌ای است که پس از علامت هش (#) در شبکه‌های اجتماعی جهت جست‌وجو و یافتن محتوا به کار می‌رود؛ Hashtag.

4. Mention

پست‌های اینستاگرامی که توصیف استفاده از داروهای ضدافسردگی است از سال ۲۰۱۰ به‌طور چشمگیری افزایش یافته است و ۴۳٪ تجارب حکایتی را ارائه داده‌اند. در میان این پست‌ها، ۵۸٪ ابراز احساسات منفی نسبت به استفاده از داروهای ضدافسردگی، با اشاره به اثرات سوء آن‌ها و عدم بهبود است. هم‌چنین، از دیگر نتایج این مطالعه می‌توان به این موارد اشاره کرد: - اینستاگرام یک منبع مفید برای بررسی احساسات عمومی مربوط به استفاده از ضدافسردگی است.

- متخصصان بهداشت روان باید از این احساسات / ادراکات مطلع باشند تا بتوانند ارتباط خود را با بیماران تنظیم کنند و باید حضور در شبکه‌های اجتماعی را افزایش دهند. از جمله محدودیت‌های این مطالعه می‌توان به این نکات اشاره داشت: با انجام جست‌وجوی ثانویه برای اصطلاحات مرتبط با اضطراب و افسردگی، پست‌هایی که این اصطلاحات در متنشان قرار داده شده و یا روی تصاویر یا فیلم‌ها ذکر شده است حذف شدند. محدودیت دیگر، اتکا به هشتگ‌ها برای جست‌وجو بود که بعضی اوقات شمول مناسب ندارند. بعلاوه، این مطالعه نتوانست پست‌هایی را که از زمان ارسال تا زمان جمع‌آوری اطلاعات حذف شده‌اند، در نظر بگیرد. علاوه‌براین، ممکن است هر شخصی چندین بار پست ارسال کرده باشد (و در مورد استفاده از ضدافسردگی و بیماری‌های روانی در هر پست احساسات دیگری را نشان دهد). هم‌چنین ممکن است چندین روش درمانی برای فردی تجویز شده باشد و یک علت طولی در این مورد در اینستاگرام ارائه داده باشد (گوپتا و عاریف‌جوهان، ۲۰۲۰).

خلاصه و جمع‌بندی

به‌طور کلی برای جمع‌بندی نتایج به‌دست‌آمده از مطالعات انجام‌شده در زمینه تأثیر رسانه‌های دیجیتال بر اضطراب و افسردگی افراد می‌توان این‌گونه توضیح داد که این مقالات از منظرهای مختلفی انواع گوناگون اضطراب و افسردگی را مورد بررسی قرار داده‌اند و در ادامه به آن‌ها خواهیم پرداخت.

اضطراب

در تعدادی از مقالات که تأثیر زمان استفاده از رسانه‌های دیجیتال بر اضطراب افراد را مطالعه کرده بودند به این نتیجه رسیدند که هرچه زمان استفاده از رسانه‌های دیجیتال بیشتر باشد، میزان اضطراب افراد نیز بالاتر است و به‌نوعی رابطه‌ای مستقیم در این مورد برقرار می‌باشد.

از طرف دیگر در چندین مقاله این بررسی به‌طور اختصاصی‌تر بر اضطراب اجتماعی افراد نیز انجام گرفت. در این زمینه نتایج متنوع‌تری موجود است؛ به این صورت که در این مقالات میزان استفاده بیشتر از شبکه‌های اجتماعی را با میزان بالاتر اضطراب اجتماعی مرتبط دانسته‌اند. نکته موجود در برخی از این مطالعات این است که هم‌زمان با بررسی رابطه بین رسانه‌های دیجیتال و اضطراب اجتماعی، متغیرهای مرتبط دیگری از جمله اعتماد به نفس، مقایسه اجتماعی و خستگی ناشی از فضای مجازی را نیز مورد توجه قرار داده‌اند. نتیجه‌ای که به دست آمده، این است که رسانه‌های دیجیتال در واقع به‌طور مستقیم بر این متغیرها تأثیر گذاشته و سپس این متغیرها، بر اضطراب تأثیر می‌گذارند؛ بنابراین می‌توان گفت که این متغیرها به‌عنوان میانجی‌گرها و یا تعدیل‌گرهایی در رابطه بین رسانه‌های دیجیتال و اضطراب عمل می‌کنند. براین اساس، بهتر است که برای درک دقیق‌تر این رابطه، متغیرهای دیگری که ممکن است در این رابطه نقش مهمی داشته باشند، نیز مورد بررسی قرار گیرند. حتی در این زمینه روابط با والدین می‌تواند اثرگذار باشد؛ چراکه در تحقیقی نشان داده شد اضطراب والدین در این زمینه بر اضطراب فرزندان نیز مؤثر است. (این نشان می‌دهد که متغیرهای دیگر در این زمینه نقش‌های مهمی دارند که ارزش بررسی بیشتر را دارد.)

به‌طور کلی، در مقالاتی که استفاده از شبکه‌های مجازی مختلف را مورد بررسی قرار داده‌اند، نشان داده شده استفاده بیشتر افراد از شبکه‌های مجازی پیش‌بین سطح بالاتر اضطراب در آن‌ها می‌باشد.

افسردگی

نتایج پیمایش‌های مرتبط با افسردگی نیز از چند منظر، قابل دسته‌بندی است:

الف) از جهت رویکرد مطالعات به مبحث ارتباط شبکه‌های اجتماعی و افسردگی: همان‌طور که در بخش یافته‌ها، اشاره شد؛ از این جنبه، می‌توان مطالعات را حداقل در سه دسته کلی جای داد: (۱) از جهت رویکرد تشخیصی و یا پیش‌بینی بر اساس شبکه‌های اجتماعی: که خود این مجموعه را به جهت مواد^۱ بررسی می‌توان به دو زیرمجموعه تقسیم نمود:

- بر اساس نمایه و فعالیت خود کاربر

- بر اساس محتوای تولیدشده توسط جامعه دوستان یا دنبال‌کنندگان کاربر

نتایج مطالعات حاکی از سودمندی هر دو دسته فوق برای تشخیص و پیش‌بینی است (ریکاد و همکاران، ۲۰۱۸).

ب) از جهت تأثیر مثبت یا منفی شبکه‌های اجتماعی بر افسردگی: این بخش که به نظر می‌رسد، قسمت اعظم مطالعات این حوزه را در بردارد، از جهات گوناگونی قابل تأمل است:

از نظر نتایج، یعنی ارتباط معنی‌دار شبکه‌های اجتماعی و افسردگی، بیشتر مطالعات تأثیرات منفی این رسانه‌ها متمرکز هستند (شانینگ و همکاران، ۲۰۱۹).

نتایج به‌دست‌آمده در مطالعات بعضاً، ناهمگن و نامعین هستند که بنا بر تحلیل‌های انجام‌گرفته این امر می‌تواند ناشی از موارد ذیل باشد:

- پیچیدگی رابطه بین شبکه‌های اجتماعی آنلاین و علائم افسردگی و همراهی با چندین

عامل روان‌شناختی، اجتماعی، رفتاری و فردی (بیکر و الگوتا، ۲۰۱۶)

- تمرکز بر استفاده کلی، احتمالاً منعکس‌کننده ناهمگنی بالایی در نتایج است که با تفکیک

نوع استفاده (فعال یا منفعل) از این شبکه‌ها (تورایسدوتیا و همکاران، ۲۰۱۹؛ آیوی و همکاران، ۲۰۲۰) می‌توان نتایج قابل‌اعتمادتری به دست آورد.

هم‌چنین تفاوت‌های فرهنگی در جوامع مورد بررسی می‌تواند منشأ تفاوت در سبک استفاده

از پلتفرم و نهایتاً مشاهده آثار متفاوت در استفاده از پلتفرم‌های اجتماعی باشد.

نتیجه مورد توجه و قابل اتکایی که در مطالعات دیده می‌شود، ارتباط قوی افسردگی با پدیده مقایسه اجتماعی (نسبت به زمان صرف شده) در این رسانه‌هاست (یون و همکاران، ۲۰۱۹؛ تورایسدوتیا و همکاران، ۲۰۱۹).

از نظر جنسیت، در مطالعه تورایسدوتیا و همکاران (۲۰۱۹)، بین نتایج تفاوت دیده شد اما در مطالعه فریزن و اگمنت (۲۰۱۷)، نتایج پسران و دختران، مشابه بود.

(۳) از جهت بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی برای ردیابی درمان افسردگی در مبتلایان: این بخش به دو قسمت قابل تفکیک است:

- ردیابی بر اساس نظرات و احساسات کاربران در مورد نتایج استفاده از داروهای روان‌پزشکی؛ بسیاری از آزمایش‌های داروهای روان‌پزشکی از عدم توانایی تعمیم به جمعیت‌های وسیع رنج می‌برند، لذا پژوهش‌هایی از این دست می‌توانند با ارزیابی احساسات عمومی و محتوای ارسال شده راجع به استفاده از داروهای ضد افسردگی، نتایج استفاده از این داروها را دقیق‌تر ارزیابی کنند (سها و همکاران، ۲۰۱۹؛ گوپتا و عاریف‌جوهان، ۲۰۲۰).

- در زمینه دسترسی به مراقبت‌های بهداشت روان، نیازها و موانع درمان، مطالعه اشویک^۱ و همکاران (۲۰۲۰)، با تفکیک افراد بر اساس نوع ابتلا به افسردگی (عمده یا خفیف) به نتایج متفاوتی دست یافته است: مبتلایان به افسردگی عمده، بیشتر به دنبال درمان می‌روند و نیاز بی‌پاسخ به درمان را گزارش می‌کنند. نیز، یافته‌ها نشان داده است که شرکت‌کنندگان با علائم افسردگی عمده به‌طور قابل توجهی تاریخچه بیشتری در مورد درمان سلامت روان داشته و خطر خودکشی بیشتری نسبت به شرکت‌کنندگان با علائم افسردگی جزئی گزارش کردند.

از نظر روش، مطالعات مبتنی بر پرسشنامه‌های استاندارد یا نظرسنجی‌های برخط^۲ و خود-گزارش‌دهی افراد بوده است. در دو مطالعه (ریکاد^۳ و همکاران، ۲۰۱۸؛ سها^۴ و همکاران، ۲۰۱۹) بر مبنای این داده‌ها برای ساختن مدل پیش‌بینی و تولید مدل‌های یادگیری ماشین استفاده شد. از نظر گروه‌های بالینی خاص، یک پژوهش به مطالعه روی بیماران همودیالیزی (افسر، ۲۰۱۳) پرداخته بود (مطالعات دیگری نیز روی سرطان و غیره انجام گرفته است). از این منظر

1. Szlyk
3. Ricard

2. Online
4. Saha

مطالعات متنوعی روی گروه‌های مختلف بالینی قابل تعریف است.

پیشنهادات پژوهشی

(۱) در مبحث اضطراب:

- ❖ با توجه به اینکه عمده مطالعات در این زمینه به سنجش روابط همبستگی اختصاص دارد، برای استخراج رابطه‌های علی نیازمند گسترش مطالعات طولی و جامع هستیم.
- ❖ نمونه بیشتر تحقیقات از افراد همگن و بیشتر با تحصیلات بالا بوده است و پیشنهاد می‌شود که بهتر است تنوع و ناهمگنی بیشتری لحاظ شود.
- ❖ نکته مهم دیگر در نظر گرفتن تفاوت‌های جنسیتی در زمینه تأثیر رسانه‌های دیجیتال بر اضطراب افراد و بررسی این تفاوت در بین زنان و مردان حائز اهمیت است که کمتر به آن پرداخته شده است.
- ❖ هم‌چنین از دیگر نکات حائز اهمیت این است که این بررسی‌ها در بافت‌های فرهنگی مختلفی انجام شود و با یکدیگر مورد مقایسه قرار بگیرند.
- ❖ پیشنهاد می‌شود متغیرهای میانجی یا تعدیل‌گر در رابطه استفاده از فضای مجازی و اضطراب مورد بررسی قرار گیرند.

(۲) در مبحث افسردگی:

- ❖ به‌طور کلی، به نظر می‌رسد در مطالعات پیرامون شبکه‌های اجتماعی، تقسیم‌بندی و توجه به جزئیات انواع فعالیت افراد در این شبکه‌ها ضروری است (کلیدواژه‌هایی نظیر پسندیدن یا نپسندیدن، نظر دادن، یادکرد و برچسب زدن^۱ و اینکه مثلاً کاربر تا چه حد افراد ناآشنا را دنبال می‌کند (لوپ و همکاران، ۲۰۱۵)).
- ❖ ضروری به نظر می‌رسد با توجه به اینکه استفاده از شبکه‌های اجتماعی گسترش

1. Like, Dislike, Comment, Mention, tag

روزافزون دارند و به‌نوعی از تعاملات روزمره حذف ناشدنی می‌باشند، در مطالعات آتی الگوی سبک‌های مختلف استفاده از شبکه‌های اجتماعی و نحوه ارتباط آن با اختلالات افسردگی با دقت بیشتری بررسی شود.

❖ ضروری است که نقش عوامل تعدیل‌کننده و میانجی (مثل عوامل خطر و حفاظت) را در پژوهش‌های آتی در نظر گرفت (لوپ و همکاران، ۲۰۱۵؛ تورایسدوتیا و همکاران، ۲۰۱۹؛ آیوی و همکاران، ۲۰۲۰).

❖ نوع استفاده (فعال یا منفعل) از شبکه‌های مجازی (تورایسدوتیا و همکاران، ۲۰۱۹؛ آیوی و همکاران، ۲۰۲۰) در پژوهش‌ها متمایز شوند.

❖ به نظر مناسب می‌رسد که در مطالعات، بین پلتفرم‌های نوشتاری (مثل توییتر) و رسانه‌های مبتنی برعکس تفکیک قائل شد (بریلوسکایا و مارگرف، ۲۰۱۸).

❖ عمده مطالعات انجام‌گرفته از نوع مقطعی هستند. برای بررسی رابطه علی، ضروری است که از مطالعات طولی (خصوصاً در رسانه جوان و روبه تکاملی مثل اینستاگرام) بهره گرفته شود (بریلوسکایا و مارگرف، ۲۰۱۸).

❖ از نظر سن، در بیشتر مطالعات از گروه‌های سنی نوجوان و جوان استفاده شده بود، هرچند که بخش قابل توجهی از کاربران این رسانه‌ها را جوانان و نوجوانان تشکیل می‌دهند، اما به نظر می‌رسد سایر گروه‌های سنی (به‌خصوص کودکان دبستانی) را نباید از نظر دور داشت.

❖ بر گروه‌های مختلف بالینی و بیماری‌های جسمی، مطالعه شود.

❖ از جنبه منطقه جغرافیایی و تفاوت‌های فرهنگی، با توجه به تنوع جغرافیایی و فرهنگی کشور و اهمیت اثرگذاری متغیرهای فرهنگی و قومیتی بر متغیرهای روانی، فضای کار بسیاری وجود دارد.

❖ و در آخر اینکه، در بین سه پلتفرم اصلی مورد بررسی (فیس‌بوک، اینستاگرام، توییتر)، با توجه به جوان‌تر بودن اینستاگرام، مطالعات انجام‌گرفته در سراسر دنیا، به‌مراتب کمتر از سایرین است؛ اما از آنجاکه شاهد رشد چشمگیر این رسانه در کشور به دلایل گوناگونی (اعم از حضور سلبریتی‌ها، ایجاد بستری آسان و کم‌هزینه برای آموزش، کسب‌وکار و...) هستیم و نیز

به خاطر فیلترینگ پلتفرم‌های مشهور توئیتر و فیس‌بوک در کشور و در نتیجه حضور طیف‌ها و اقشار مختلف جامعه در آن (برخلاف پلتفرمی مثل توئیتر که فضای تبادل اطلاعات علمی و فرهنگی بر آن حاکم است)، به نظر می‌رسد که باید اینستاگرام مورد توجه پژوهشگران داخلی و سیاست‌گذاران فرهنگی قرار بگیرد.

منابع

انجمن روانپزشکی امریکا. (۱۳۹۹). راهنمای تشخیصی و آماری اختلالات روانی-ویرایش پنجم (یحیی سیدمحمدی، ترجمه). (کار اصلی منتشر شده در ۲۰۱۳).

سادوک ب. ج.، سادوک و. آ.، و روئیز^۱ پ. (۱۳۹۹). خلاصه روان پزشکی کاپلان و سادوک (فرزین رضاعی، ترجمه). (کار اصلی منتشر شده در ۲۰۱۵).

چیت‌ساز، محمدعلی و سالک، ساناز، ۱۳۹۴، بررسی جامعه‌شناختی اثرات شبکه‌های مجازی جدید بر زندگی فردی و اجتماعی مطالعه موردی: شهروندان شهرضا، اولین اجلاس بین‌المللی اقتصاد، مدیریت، حسابداری، علوم اجتماعی، مشهد.

وحیدی، زهره، جعفری هرندی، رضا. (۱۳۹۶). پیش‌بینی بهزیستی روان‌شناختی بر اساس مؤلفه‌های سرمایه روان‌شناختی و مؤلفه‌های نگرش معنوی. پژوهش‌نامه روان‌شناسی مثبت، (۳)۲.

Afsar, B. (2013). The relation between Internet and social media use and the demographic and clinical parameters, quality of life, depression, cognitive function and sleep quality in hemodialysis patients: social media and hemodialysis. *General hospital psychiatry*, (6)35 630-625.

American Psychiatric Association. *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (DSM5-)*, Fifth edition. 2013.

Anand, P. (2016). *Happiness Explained: Human Flourishing and Global Progress*. Oxford University Press.

Becker, M. W., Alzahabi, R., & Hopwood, C. J. (2013). Media multitasking is associated with symptoms of depression and social anxiety. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 135-132, (2)16.

Best, P., Manktelow, R., and Taylor, B. (2014). Online communication, social media and adolescent wellbeing: a systematic narrative review. *Child. Youth Serv. Rev.* 36-27, 41.

Brailovskaia, J., & Margraf, J. (2018). What does media use reveal about personality and mental health? An exploratory investigation among German students. *PloS one*, 1(1)13, e0191810.

Dhir, A., Yossatorn, Y., Kaur, P., & Chen, S. (2018). Online social media fatigue and psychological wellbeing—A study of compulsive use, fear of missing out, fatigue, anxiety and depression. *International Journal of Information Management*, 152-141, 40.

1. Sadock, B. J., Sadock, V. A., & Ruiz, P.

Dickson, K., Richardson, M., Kwan, I., MacDowall, W., Burchett, H., Stansfield, C., et al. (2018). Screen-Based Activities and Children and Young People's Mental Health: A Systematic Map of Reviews. London: University College London.

Drouin, M., McDaniel, B. T., Pater, J., & Toscos, T. (2020). How Parents and Their Children Used Social Media and Technology at the Beginning of the COVID19- Pandemic and Associations with Anxiety. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 736-727 ,(11)23.

Elhai, J. D., Dvorak, R. D., Levine, J. C., & Hall, B. J. (2017). Problematic smartphone use: A conceptual overview and systematic review of relations with anxiety and depression psychopathology. In *Journal of Affective Disorders* (Vol. 207, pp. 259-251). Elsevier B.V.

Frison, E., & Eggermont, S. (2017). Browsing, posting, and liking on Instagram: The reciprocal relationships between different types of Instagram use and adolescents' depressed mood. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 609-603 ,(10)20.

Gilman, R., & Huebner, S. (2003). A review of life satisfaction research with children and adolescents. *School Psychology Quarterly*, 192 ,(2)18.

Gupta, R., & Ariefdjohan, M. (2020). Mental illness on Instagram: a mixed method study to characterize public content, sentiments, and trends of antidepressant use. *Journal of Mental Health*

Ivie, E. J., Pettitt, A., Moses, L. J., & Allen, N. B. (2020). A meta-analysis of the association between adolescent social media use and depressive symptoms. *Journal of affective disorders*.

Jiang, S., & Ngien, A. (2020). The Effects of Instagram Use, Social Comparison, and Self-Esteem on Social Anxiety: A Survey Study in Singapore. *Social Media + Society*, ,(2)6 205630512091248.

Keles, B., McCrae, N., & Grealish, A. (2020). A systematic review: the influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents. *International Journal of Adolescence and Youth*, 93-79 ,(1)25.

Kim, J., Ahmad, Z., Lee, Y., Nasri, F., Gill, H., McIntyre, R., ... & Lui, L. (2021). Systematic Review of the Validity of Screening Depression through Facebook, Twitter, and Instagram. *Journal of Affective Disorders*.

Labrague, L. J., & Jabien, L. (2014). Facebook use and adolescents' emotional states of depression, anxiety, and stress. *Www.Hsj.Gr*. <http://hypatia.teiath.gr/xmlui/handle/1481/11400>

Lup, K., Trub, L., & Rosenthal, L. (2015). Instagram# instasad?: exploring associations among instagram use, depressive symptoms, negative social comparison, and strangers followed. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 252-247 ,(5)18.

McCord, B., Rodebaugh, T. L., & Levinson, C. A. (2014). Facebook: Social uses and anxiety. *Computers in Human Behavior*, 27-23 ,34.

O'Keeffe, G. S., & Clarke-Pearson, K. (2011). The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*, 804-800 ,(4)127.

Orben, A. (2020). Teenagers, screens and social media: a narrative review of reviews and key studies. *J. Soc. Psychiatry Psychiatr. Epidemiol.* 414-407 ,55.

Patel, R., Chang, T., Greysen, S. R., & Chopra, V. (2015). Social media use in chronic disease: a systematic review and novel taxonomy. *The American journal of medicine*, -1335 ,(12)128 1350.

Primack, B. A., Shensa, A., Escobar-Viera, C. G., Barrett, E. L., Sidani, J. E., Colditz, J. B., & James, A. E. (2017). Use of multiple social media platforms and symptoms of depression and anxiety: A nationally-representative study among U.S. young adults. *Computers in Human Behavior*, 9-1 ,69.

Ricard, B. J., Marsch, L. A., Crosier, B., & Hassanpour, S. (2018). Exploring the utility of community-generated social media content for detecting depression: an analytical study on Instagram. *Journal of medical Internet research*, 12)20), e11817.

Saha, K., Sugar, B., Torous, J., Abrahao, B., Kiciman, E., & De Choudhury, M. (2019, July). A social media study on the effects of psychiatric medication use. In *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media* (Vol. 13, pp. 451-440).

Schønning, V., Hjetland, G. J., Aarø, L. E., & Skogen, J. C. (2020). Social Media Use and Mental Health and Well-Being Among Adolescents—A Scoping Review. *Frontiers in psychology*, ,11 1949.

Seabrook, E. M., Kern, M. L., and Rickard, N. S. (2016). Social networking sites,depression, and anxiety: a systematic review. *JMIR Ment. Health* 3:e50.

Serrano, J. P., Latorre, J. M., Gatz, M., & Montanes, J. (2004). Life review therapy using autobiographical retrieval practice for older adults with depressive symptomatology. *Psychology and aging*, 272 ,(2)19.

Shaw, A. M., Timpano, K. R., Tran, T. B., & Joormann, J. (2015). Correlates of Facebook usage

patterns: The relationship between passive Facebook use, social anxiety symptoms, and brooding. *Computers in Human Behavior*, 580–575 ,48.

Szlyk, H., Deng, J., Xu, C., Krauss, M. J., & Cavazos-Rehg, P. A. (2020). Leveraging social media to explore the barriers to treatment among individuals with depressive symptoms. *Depression and anxiety*, 465-458 ,(5)37.

Thorisdottir, I. E., Sigurvinsdottir, R., Asgeirsdottir, B. B., Allegrante, J. P., & Sigfusdottir, I. D. (2019). Active and passive social media use and symptoms of anxiety and depressed mood among Icelandic adolescents. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, ,(8)22 542-535.

Vannucci, A., Flannery, K. M., & Ohannessian, C. M. C. (2017). Social media use and anxiety in emerging adults. *Journal of Affective Disorders*, 166–163 ,207.

Woods, H. C., & Scott, H. (2016). #Sleepyteens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem. *Journal of Adolescence*, ,51 49–41.

Yoon, S h 8., Kleinman, M., Mertz, J., & Brannick, M. (2019). Is social network site usage related to depression? A meta-analysis of Facebook–depression relations. *Journal of affective disorders*, 72-65 ,248.

فصل سوم

پردازش اطلاعات و اشتغال ذهنی

با فضای دیجیتال

تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر توجه، حافظه و یادگیر



By Fanatic Studio. In the public domain.

اهمیت و هدف مطالعه

توانایی انسان در یادگیری و تغییر رفتار و بهبود عملکرد به واسطه یادگیری اصلی‌ترین عامل تمایز انسان با دیگر موجودات زنده و مزیت تکاملی وی می‌باشد. مطالعات متعددی نشان از اثرات زیست مجازی و شبکه‌های اجتماعی بر فرایند یادگیری در کاربران دارد. این اثرات با واسطه تأثیر بر برخی فرایندهای شناختی دخیل در یادگیری از جمله فرایند توجه و حافظه صورت می‌پذیرد. توجه و حافظه علاوه بر نقش مهم در یادگیری، نقشی حیاتی در عملکرد شناختی ما دارند و تأثیرات استفاده پلتفرم‌های اجتماعی بر آن‌ها، فارغ از مسئله یادگیری نیز اهمیت زیادی دارد.

از آنجاکه یکی از مهم‌ترین عملکردهای شناختی، توجه می‌باشد که — بنابر آنچه گفته شد — زیربنای بسیاری از کارکردهای اجرایی را تشکیل می‌دهد، لزوم واکاوی دقیق اثرات این فناوری جدید بر توجه افراد و فرایندهای شناختی بر پایه آن، مانند حافظه و یادگیری، مشخص می‌گردد؛ چراکه گمان می‌رود استفاده بیش از اندازه از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند علاوه بر آسیب‌های روان‌شناختی، بر عملکردهای شناختی نیز تأثیر مخربی بر جاگذارد. بر این اساس در فصل پیش رو، به جست‌وجو و بررسی مطالعاتی می‌پردازیم که تأثیرات مثبت

یا منفی استفاده از رسانه‌های مجازی بر توجه، حافظه، یادگیری و عملکرد تحصیلی پرداخته و نیز اختلالات مرتبط با این حوزه، مانند اختلال نقص توجه - بیش‌فعالی، را مورد ارزیابی قرار داده‌اند.

واژگان کلیدی

Academic Performance, Alternative attention, Attention, Attention deficit-hyperactivity disorder, Collaborative Learning, Divided attention, Facebook, Instagram, Learning, Long term memory, Memory, Selective attention, Sensory memory, Short term memory, Social media, Social networks, Sustained attention, Twitter, Vigilance, Working memory

تعریف مفاهیم

توجه

توجه، یک فرایند شناختی است که به‌وسیله آن، میزان محدودی از اطلاعات را از میان حجم عظیم اطلاعاتی که حواس، حافظه ذخیره شده و سایر فرایندهای شناختی ما در اختیار دارد، به صورت فعال پردازش می‌کنیم؛ به بیان دیگر، توجه همچون وسیله تمرکز منابع محدود ذهنی بر اطلاعات و فرایندهای شناختی که در یک لحظه خاص از همه چیز برجسته‌تر است، عمل می‌کند.

زمانی روان‌شناسان اعتقاد داشتند که توجه همان هشیاری است، اما اکنون تصدیق می‌کنند که برخی از پردازش‌های اطلاعات شناختی ناشی از توجه است، درحالی‌که از آن‌ها آگاهی هشیار نداریم. در واقع، توجه شامل فرایندهای هشیار و غیرهشیار می‌باشد (استرنبرگ، ۲۰۰۶/۱۳۹۶).

اختلال نقص توجه - بیش‌فعالی^۱

در دسته اختلالات عصبی-تحوالی قرار دارد. این اختلال با الگوی پایدار فقدان توجه، فعالیت

1. Attention Deficit Hyperactivity Disorder (ADHD)

بیش از حد، رفتارهای تکانشی، یا ترکیبی از این موارد همراه است که با رشد طبیعی یا عملکرد کلی فرد در زندگی روزمره اش تداخل می‌کند. اختلال نقص توجه-بیش‌فعالی در سنین کودکی شروع شده و در اکثر جوامع حدود ۵٪ از کودکان و ۲٫۵٪ از بزرگسالان را درگیر می‌کند. از علائم رفتاری این اختلال می‌توان به دشواری در تمرکز، رفتارهای حرکتی زیاد و نامتناسب، زیاد حرف زدن یا تصمیم‌گیری بدون فکر قبلی اشاره کرد (انجمن روانپزشکی آمریکا، ۱۳۹۹/۲۰۱۳).

حافظه

حافظه، به یادسپاری اطلاعات در طول زمان است که شامل رمزگردانی، اندوزش و بازیابی می‌شود. رمزگردانی، فرایندی است که از طریق آن اطلاعات وارد حافظه می‌شود. اندوزش نیز، به یادسپاری اطلاعات در طول زمان و بازیابی به معنای خارج کردن اطلاعات از حالت اندوزش می‌باشد. در بین مهم‌ترین جنبه‌های ذخیره اطلاعات، محدوده زمانی انواع آن است که شامل حافظه حسی، حافظه کوتاه‌مدت و حافظه بلندمدت می‌شود (سانتراک، ۱۳۹۵/۲۰۰۸).

حافظه کاری (فعال)^۱

حافظه فعال، یک دستگاه سه قسمتی (شامل حافظه واج‌شناختی، حافظه دیداری-فضایی و عامل اجرایی مرکزی) است که هنگام انجام کارها اطلاعات را به‌طور موقت در خود نگه می‌دارد. این حافظه در واقع نوعی «میز کار» ذهنی است که ما را در انجام تصمیم‌گیری، حل مشکلات و دریافت زبان گفتاری و نوشتاری کمک می‌کند (سانتراک، ۱۳۹۵/۲۰۰۸).

یادگیری

یادگیری به معنای تغییرات به نسبت پایدار در رفتار، معلومات و مهارت‌های تفکر است که از طریق تجربه به دست می‌آید. دامنه یادگیری بسیار گسترده و شامل رفتارهای آموزشی و غیرآموزشی است. دیدگاه‌های شناختی-اجتماعی بر تأثیر متقابل رفتار، محیط و فرد/شناخت در

1. Working memory

یادگیری تأکید می‌کنند که از آن با عنوان الگوی جبر متقابل یادگیری، یاد می‌شود (سانتراک، ۱۳۹۵/۲۰۰۸).

عملکرد تحصیلی

به میزان دستیابی یادگیرنده، آموزش‌دهنده یا مؤسسه آموزشی به اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت تحصیلی، عملکرد تحصیلی گفته می‌شود (المخزومی^۱ و همکاران، ۲۰۲۰).

بررسی پژوهش‌ها

در این فصل مطالعات را در سه بخش زیر بررسی می‌کنیم.

الف) مطالعات حوزه توجه: انواع مختلف آن مانند توجه پایدار، اختلال نقص توجه بیش‌فعالی و تکانشگری و تأثیری که رسانه‌های مجازی بر این مؤلفه‌ها و اختلالات مرتبط با آن‌ها داشته‌اند را مورد ارزیابی قرار داده‌اند.

ب) مطالعات حوزه حافظه: بیشتر بر روی حافظه‌ی کاری و کوتاه‌مدت متمرکز هستند و با اینکه مطالعات انجام‌شده در این زمینه محدود هستند اما مقالات، اهمیت این موضوع و نیاز به بررسی بیشتر در زمینه‌هایی مانند دمانس و آلزایمر را نیز نشان می‌دهند.

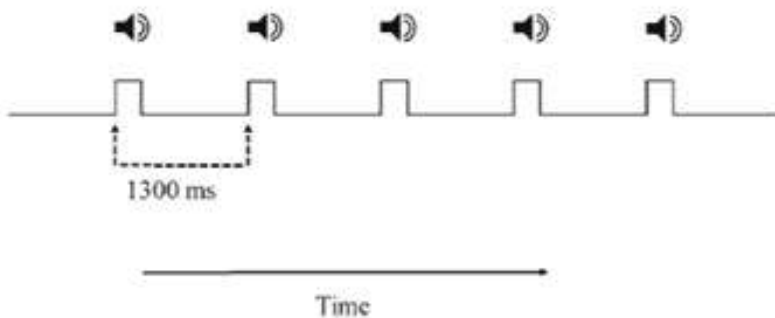
ج) مطالعات حوزه یادگیری: در این مطالعات نشان می‌دهیم فضای مجازی می‌تواند تأثیرات مثبت و یا منفی بر یادگیری و عملکرد تحصیلی افراد داشته باشد. نحوه و هدف استفاده از این بستر، نقش مهمی در نوع اثرگذاری ایفا می‌کند. فضای مجازی، بسته به چگونگی استفاده از آن، می‌تواند در پیشبرد اهداف آموزشی کمک‌کننده باشد، اما در صورت استفاده نامناسب می‌تواند باعث افت عملکرد تحصیلی شود و در فرایند یادگیری فرد اختلال ایجاد کند.

توجه و فضای مجازی

- استفاده هم‌زمان از چند رسانه^۱ و تأثیر آن بر توجه پایدار^۲، (رالف^۳ و همکاران، ۲۰۱۵) در این مطالعه جهت بررسی اثر استفاده هم‌زمان از چند رسانه بر توجه پایدار، ۷۷ دانشجوی کارشناسی از دانشگاه واترلو کانادا مشارکت کردند. در روند اجرای پژوهش، ابتدا توجه پایدار شرکت‌کنندگان با استفاده از سه تکلیف توجه پایدار سنجیده شد:

(۱) تکلیف پاسخ مترونوم^۴ (شامل ۱۸ آزمون تمرینی و ۹۰۰ کوشش در ۴ مرحله که طی آن، صدا در فواصل زمانی مشخص ارائه شده و آزمودنی‌ها با استفاده از یک کلید، به ارائه هم‌زمان صدا پاسخ می‌دهند)، (۲) تکلیف توجه پایدار به پاسخ^۵ و (۳) تکلیف گوش به زنگی^۶.

هم‌چنین افراد پرسشنامه استفاده از رسانه^۷ را نیز تکمیل کردند تا میزان و نحوه استفاده‌شان از رسانه‌ها به‌طور دقیق مشخص شود.



شکل ۱-۳: توالی آزمایش تکلیف پاسخ مترونوم؛ به شرکت‌کنندگان آموزش داده می‌شد تا به‌طور هم‌زمان به ارائه هر صدا پاسخ دهند (رالف و همکاران، ۲۰۱۵).

1. Media Multitasking

۲. متمرکز کردن توجه بر یک عمل برای مدت زمان طولانی؛ Sustained attention (دیکشنری تخصصی انجمن روان‌شناسی آمریکا، ۲۰۲۰).

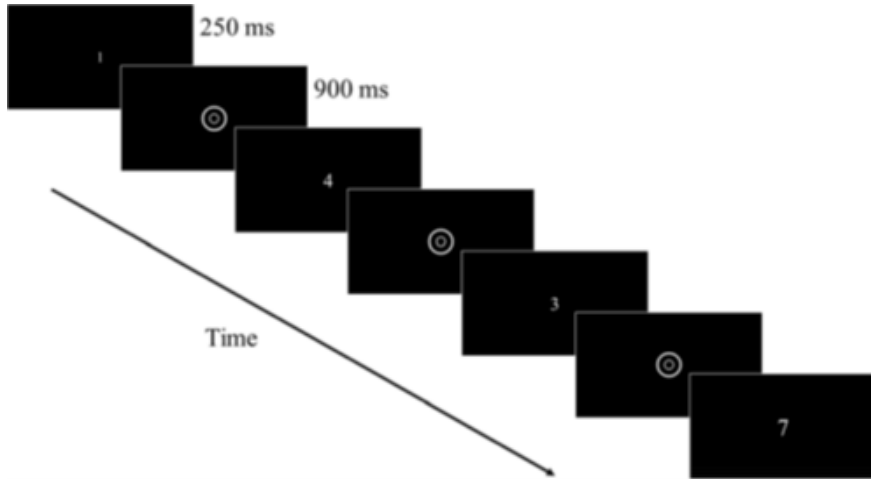
3. Ralph

4. Metronome response task (MRT)

5. Sustained-attention-to-response task (SART)

6. Vigilance task

7. The Media Use Questionnaire



شکل ۲-۳: مثالی از ۴ آزمایش ممکن برای تکلیف توجه پایدار به پاسخ. به شرکت‌کنندگان آموزش داده می‌شد که به هر عدد پاسخ دهند اما به عدد ۳ نباید پاسخی بدهند (رالف و همکاران، ۲۰۱۵).

هدف این مطالعه، تخمین ارتباط احتمالی بین عادت درگیر شدن در استفاده همزمان از چند رسانه و توانایی فرد برای توجه پایدار در یک تکلیف مشخص است. در بخش اول پژوهش، محققان دریافتند هرچه استفاده همزمان از رسانه‌ها بیشتر باشد، عملکرد ضعیف‌تری در تکلیف پاسخ مترونوم دارند؛ هرچند، در بخش دوم این مطالعه هیچ رابطه‌ای بین استفاده همزمان از رسانه‌ها و عملکرد در تکلیف توجه پایدار به پاسخ مشاهده نشد. به‌طور مشابه، در آزمون گوش به زنگی نیز رابطه‌ای بین استفاده همزمان از چند رسانه و عملکرد کلی فرد یافت نگردید. بر این اساس، می‌توان گفت به‌طور کلی رابطه‌ای بین استفاده همزمان از چند رسانه و توانایی کلی توجه پایدار دیده نمی‌شود و ارتباط مثبتی که بین خود-گزارشی استفاده همزمان از چند رسانه با عملکرد افراد در تکلیف پاسخ مترونوم وجود داشته، به میزان بسیار زیادی به پارادایم و مقیاس به کار گرفته شده بستگی دارد و به یک نقص کلی در توجه پایدار مربوط نمی‌شود (رالف و همکاران، ۲۰۱۵).

- بررسی رابطه بین استفاده هم‌زمان از چند رسانه با توجه پایدار و حافظه کاری، (ایمرن^۱ و همکاران، ۲۰۱۹)

۱۲۰۰ دانشجوی کارشناسی ۱۸ تا ۳۳ سال ترکیه‌ای، به منظور بررسی رابطه استفاده هم‌زمان از چند رسانه با توجه پایدار و حافظه کاری، اطلاعات جمعیت‌شناختی و پرسشنامه‌های استفاده هم‌زمان از چند رسانه^۲ را تکمیل کردند. این پرسشنامه شامل ۶۲ گویه و دو بخش است؛ بخش اول، درباره استفاده کلی از رسانه‌ها در طول روز و بخش دوم در مورد استفاده هم‌زمان از چند رسانه است. فقدان توجه یا تکانشگری با استفاده از آزمون عملکرد مداوم^۳ و حافظه کوتاه‌مدت، حافظه کاری و توجه پایه نیز با بهره‌گیری از تکلیف ظرفیت عددی رو به جلو و رو به عقب^۴ سنجیده شدند. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، بین استفاده هم‌زمان از چند رسانه و حافظه کاری ارتباط معناداری وجود دارد. با وجود اینکه در برخی از مطالعات گذشته این ارتباط معنادار نبوده است، اما بر اساس مطالعات اخیر، استفاده هم‌زمان از برخی عملکردهای وسایل دیجیتال با حافظه کاری مرتبط است؛ چراکه انجام هم‌زمان تکالیف از عملکردهای مهم حافظه کاری به شمار می‌رود (ایمرن و تکمان، ۲۰۱۹).

اختلال نقص توجه - بیش‌فعالی و فضای مجازی

- بررسی رابطه بین استفاده بیش از اندازه از فضای دیجیتال و اختلال نقص توجه - بیش‌فعالی، افسردگی، اضطراب و اختلال وسواسی جبری^۵، (اندریاسن^۶ و همکاران، ۲۰۱۶)

در یک مطالعه مقطعی با مقیاسی بزرگ و به منظور آسیب‌شناسی استفاده مفرط از رسانه‌های دیجیتال، ۲۳۵۳۳ نفر پاسخ‌دهنده در بازه سنی ۱۶ تا ۸۸، مورد سنجش قرار گرفتند. بر اساس بررسی مقطعی، یک لینک به‌صورت آنلاین با دسترسی باز بر روی وب قرار گرفت که شامل پرسشنامه‌های متعدد می‌شد؛ از جمله مقیاس اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی برگن^۷ (اقتباس شده

1. İMREN

3. Continuous Performance Test (CPT)

این آزمون شامل تکلیف ظرفیت عددی آزمون هوشی و کسلر کودکان انطباق یافته، است و ظرفیت عددی حافظه کوتاه‌مدت، حافظه کاری و توجه پایه را می‌سنجد. ۵. از اختلالات روانی است که با دو مؤلفه وسواس (یا اشتغال ذهنی مکرر، مداوم و ناخواسته) و اجبار (یا رفتارهای تکراری در پاسخ به مشغله‌ها) مشخص می‌شود (انجمن روانپزشکی آمریکا، ۲۰۱۳). Obsessive-Compulsive Disorder (OCD)

6. Andreassen

7. The Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS)

2. Media Multitasking Usage Inventory

4. Forward and Backward Digit Span Tasks:

از مقیاس اعتیاد به فیس‌بوک برگن^۱ با جای‌گذاری واژه رسانه اجتماعی به جای واژه فیس‌بوک) مقیاس اعتیاد به بازی^۲ (جهت سنجش اعتیاد به بازی‌های ویدئویی)، مقیاس خود-گزارشی اختلال نقص توجه-بیش‌فعالی بزرگسالان^۳ (شامل ۱۸ سؤال و بر اساس معیارهای ویراست چهارم راهنمای تشخیصی و آماری اختلالات روانی^۴)، فهرست بازنگری شده وسواس اجباری^۵ (جهت سنجش علائم اختلال وسواسی جبری) و نیز مقیاس افسردگی و اضطراب بیمارستانی^۶ (برای اندازه‌گیری علائم غیررسمی افسردگی و اضطراب بر اساس ۱۴ گویه). سپس به منظور تحلیل داده‌ها، از همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون استفاده شد.

بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، اختلال نقص توجه - بیش‌فعالی، اختلال وسواسی جبری، اضطراب و افسردگی، همگی در استفاده اعتیادگونه از رسانه‌های اجتماعی نقش داشتند. هم‌چنین در این تحقیق، جنس و سن افراد مؤلفه معناداری در استفاده از رسانه‌های اجتماعی شناخته شد. به این صورت که استفاده اعتیادآور مردان، بیشتر از بازی‌های ویدئویی و استفاده اعتیادآور زنان، بیشتر از رسانه‌های اجتماعی می‌باشد. جالب‌توجه اینکه اگر فرد مجرد باشد، با احتمال بیشتری از هر دو رسانه، یعنی بازی ویدئویی و شبکه اجتماعی در کنار هم، به‌صورت اعتیادآور استفاده می‌کند.

به‌طور کلی، تحلیل رگرسیون سلسله‌مراتبی نشان می‌دهد که ویژگی‌های جمعیت‌شناختی ۱۰ تا ۱۲ درصد و متغیرهای سلامت روان ۱۰ تا ۱۵ درصد واریانس مصرف اعتیادآور به تکنولوژی را توجیه می‌کنند. به علاوه، اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی همبستگی نسبتاً بالایی با اختلال نقص توجه - بیش‌فعالی نشان داده و اعتیاد به بازی‌های ویدئویی با اضطراب و اختلال وسواس اجباری نیز الگوی همبستگی نسبتاً بالایی را نشان می‌دهد. در مورد افسردگی، میزان این رابطه کمتر از ارتباط با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی برآورد شده است (اندریاسن و همکاران، ۲۰۱۶).

-
1. The Bergen Facebook Addiction Scale (BFAS)
 2. The Game Addiction Scale (GAS)
 3. The Adult ADHD Self-Report Scale (ASRS-Version 1.1)
 4. The Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders-4th Edition (DSM-IV)
 5. The Obsession-Compulsive Inventory-Revised (OCI-R)
 6. The Hospital Anxiety and Depression Scale (HADS)

جدول ۱-۳: داده‌های توصیفی و ضریب همبستگی بین متغیرهای مطالعه (اندرباسن و همکاران، ۲۰۱۶).

Descriptive Data and Correlation Coefficients Between Study Variables (N = 23,533)

Variables	1	2	3	4	5	6
1. Addictive social networking	—					
2. Addictive video gaming	.13**	—				
3. ADHD	.41**	.27**	—			
4. OCD	.33**	.22**	.46**	—		
5. Anxiety	.34**	.17**	.55**	.49**	—	
6. Depression	.19**	.24**	.39**	.37**	.55**	—
<i>M</i>	10.30	9.48	43.96	29.23	6.64	4.10
<i>SD</i>	4.77	4.21	9.71	9.17	3.92	3.20
Range	6–30	7–35	18–90	18–90	0–21	0–21
α	.88	.89	.87	.87	.82	.75
Items	6	7	18	18	7	7

Note. *M* = mean; *SD* = standard deviation; α = Cronbach's alpha; ADHD = attention-deficit/hyperactivity disorder; OCD = obsessive-compulsive disorder.

** $p < .01$.

- بررسی رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و علائم اختلال نقص توجه - بیش‌فعالی در نوجوانان هلند، (بویر^۱ و همکاران، ۲۰۲۰)

مطالعه‌ای به منظور بررسی ارتباط استفاده از شبکه‌های اجتماعی و علائم اختلال نقص توجه-بیش‌فعالی با شرکت ۵۴۳ نفر از نوجوانان هلندی ۱۱ تا ۱۵ ساله، انجام گرفت. برای این تحقیق، از مدل پنل متقاطع رهگیری تصادفی^۲ استفاده شده است که اجازه می‌دهد هم‌زمان با کنترل متغیرهای دیگری مانند شخصیت، رابطه بین شبکه‌های اجتماعی و علائم اختلال نقص توجه - بیش‌فعالی در طول زمان تخمین زده شود.

این پژوهش طی سه موج از سال ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۷ در مدارس هلند انجام شد. از این نمونه، ۲۹۳ نفر در هر سه موج شرکت کردند. ۱۹۸ نفر نیز در دو موج از تحقیق و ۵۲ نفر تنها در یک موج شرکت کردند. برای اندازه‌گیری کثرت استفاده از شبکه‌های اجتماعی، سایت‌ها و پیام‌رسان‌های فوری، از پرسشنامه‌ای استفاده شد که شامل سؤالاتی از این قبیل می‌باشد: «شما در طول روز چند بار شبکه‌های اجتماعی را چک می‌کنید؟» پاسخ این پرسش‌ها نیز، مقیاسی ۷ درجه‌ای بود که از «کمتر از یک‌بار در روز» تا «بیشتر از ۴۰ بار در روز» را دربرمی‌گرفت.

برای اندازه‌گیری مشکلات ناشی از شبکه‌های اجتماعی، از مقیاس ۹ گویه‌ای اختلال شبکه اجتماعی^۳ و جهت سنجش علائم اختلال نقص توجه - بیش‌فعالی در نوجوانان، از پرسشنامه

1. Boer
3. The Social Media Disorder scale

2. Random intercept cross-lagged panel model

اختلال نقص توجه - بیش‌فعالی^۱ استفاده شد__ که سه علامت این اختلال شامل نقص توجه، تکانشگری و بیش‌فعالی را می‌سند.

یافته‌های این مطالعه نشان دادند که به‌طور میانگین، کثرت استفاده از شبکه‌های اجتماعی و مشکلات آن و نیز نقص در توجه، در موج دوم و سوم نسبت به موج اول (یعنی باگذشت زمان) افزایش پیدا کرده است، اما بیش‌فعالی در طول زمان افزایشی نداشته است. دختران در کثرت استفاده از شبکه‌های اجتماعی و مشکلات آن نسبت به پسران، نمرات بیشتری داشتند اما تکانشگری کمتری را تجربه می‌کردند. نوجوانان با میزان بالاتر استفاده از شبکه‌های اجتماعی و مشکلات آن، میانگین بالاتری از نقص توجه، تکانشگری و بیش‌فعالی را نشان دادند. در نهایت، بر اساس نتایج می‌توان گفت مشکلات ناشی از شبکه‌های اجتماعی و استفاده اعتیادگونه باعث افزایش اختلال نقص توجه - بیش‌فعالی شده است (بویر و همکاران، ۲۰۲۰).

- بررسی رابطه بین استفاده از وسایل دیجیتال و علائم اختلال نقص توجه - بیش‌فعالی در نوجوانان آمریکایی، (را^۲ و همکاران، ۲۰۱۸)

در سال ۲۰۱۸، را و همکارانش، ۲۵۸۷ نوجوان در مدارس آمریکا با میانگین ۱۵ سال را مورد بررسی قرار دادند. برای اندازه‌گیری علائم اختلال نقص توجه - بیش‌فعالی، از مقیاس خود-گزارشی علائم معیار اختلال نقص توجه - بیش‌فعالی در راهنمای تشخیصی و آماری اختلالات روانی (ویرایش چهارم) استفاده شد که شامل ۹ علامت فقدان توجه و ۹ علامت بیش‌فعالی-تکانشگری است (که بازه زمانی ۶ ماهه منتهی به آزمایش را مورد سنجش قرار می‌دهد) و طیف نمره‌گذاری از صفر (=هرگز) تا ۳ (=همیشه) دارد. میزان استفاده از وسایل دیجیتال مدرن، طی ۱۲ تا ۲۴ ماه گذشته بررسی شد و از افراد خواسته شد تا میزان فعالیت خود در ۱۴ رسانه را بر اساس میزان ساعات مصرف در طیفی ۴ گزینه‌ای گزارش دهند. این مطالعه طولی بوده است، به‌طوری‌که (هر دو ماه یکبار) تا ۲۴ ماه، افراد را دنبال و بررسی می‌نمودند.

1. The ADHD-Questionnaire
2. Ra



By Sergio Ingravalle. In the public domain.

بر اساس یافته‌ها، از بین ۲۵۸۷ نوجوانی که در ابتدا علائم معنادار اختلال نقص توجه - بیش‌فعالی نشان نداده بودند، میزان استفاده ۱۳۹۸ نفر که در این دو سال از شبکه‌های اجتماعی استفاده مفرط نموده و آن‌ها را مرتب چک می‌کردند، با داشتن علائم اختلال نقص توجه - بیش‌فعالی در آن‌ها مرتبط بود. به‌طور کلی نیز، رابطه معناداری بین استفاده مکرر از وسایل دیجیتال و علائم متعاقب اختلال نقص توجه - بیش‌فعالی نشان داده شد (را و همکاران، ۲۰۱۸).

حافظه و فضای مجازی

- ارتباط بین استفاده روزانه از رسانه‌های اجتماعی و ضعف در حافظه: نقش میانجی‌گر عاطفه

منفی، (شریفیان و زاهدن^۱، ۲۰۲۱)

به منظور بررسی اثر شبکه‌های اجتماعی بر حافظه و همین‌طور بررسی نقش متغیرهای میانجی مانند عاطفه، روی ۷۸۲ نفر از افراد میانسال امریکا در بازه سنی ۲۵ تا ۷۵ و با میانگین ۴۸ سال، مطالعه‌ای صورت گرفت. این مطالعه گروهی و طولی (مطالعه کوهورت^۲) در ایالات متحده^۳ طی سال‌های ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۴ انجام شده است.

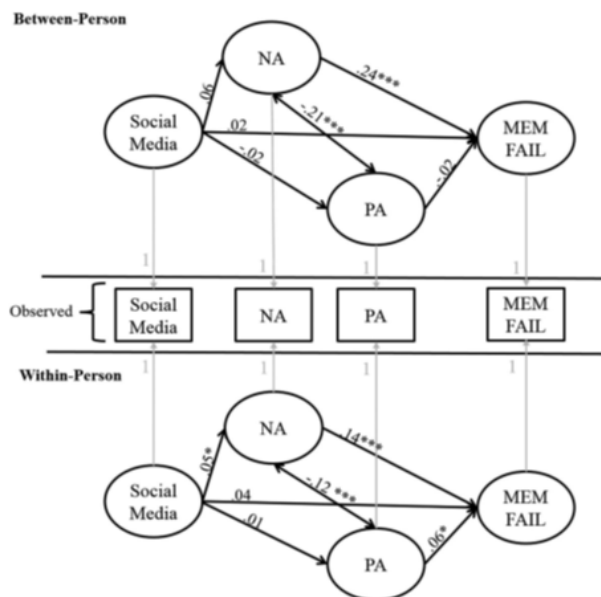
در این پژوهش، طی هشت روز، هر روز یک مصاحبه تلفنی برای سنجش متغیرهای مورد

1. Sharifian & Zahodne
3. The Midlife in the United States (MIDUS)

2. Cohort study

ارزیابی انجام گرفت. در این مصاحبه، برای ارزیابی میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی، از افراد پرسیده می‌شد که چه میزان از زمان خود را در شبکه‌های اجتماعی گذرانده‌اند. همچنین، جهت ارزیابی عاطفه مثبت روزانه، شرکت‌کنندگان هر روز گزارش می‌دادند که چه میزان از روز __ در مقیاسی ۵ درجه‌ای از ۰ تا ۴ (هیچ موقع تا اغلب اوقات) __ یکی از ۱۳ هیجان مثبت را تجربه کرده‌اند. همین‌طور برای ارزیابی ۱۴ عاطفه منفی نیز گزارش روزانه تهیه شد. محققان، نیز مشکل در حافظه را با ۹ گویه در هر هشت روز مطالعه سنجیدند (نمره دهی از صفر به معنای بدون مشکل تا ۹ به معنای شکست کامل در حافظه). متغیرهای سن، جنس، تحصیلات، بیماری‌های فیزیکی و استرس روزانه نیز همسان‌سازی شدند.

در ادامه، میانجی‌ها، انحراف استانداردها و همبستگی‌ها برای این داده‌ها محاسبه شد. نتایج حاکی از آن بود که استفاده از شبکه‌های اجتماعی، با حافظه ضعیف‌تر در بزرگسالی مرتبط است. برای فهم زیربنای این تأثیر، نقش عاطفه منفی در این رابطه بررسی شد و یافته‌ها نشان دادند عاطفه منفی روزانه، یک میانجی‌گر معنادار در سطح همبستگی درونی پیرسون^۱ می‌باشد؛ درحالی‌که این موضوع در مورد عاطفه مثبت صدق نمی‌کند. بر اساس تحلیل‌ها، روزهایی که استفاده از شبکه اجتماعی در سطح بالایی بوده، عاطفه منفی گزارش شده نیز بیشتر و میزان ناکارآمدی حافظه بالاتر بوده است (شریفیان و زاهدن، ۲۰۲۱).



شکل ۳-۳: مدل میانجی‌گر. تخمین‌های استاندارد شده گزارش شده‌اند (شریفیان و زاهدون، ۲۰۲۱). NA: عاطفه منفی، PA: عاطفه مثبت، MEM FAIL: ضعف در حافظه - * $p < .001$ ، ** $p < .01$ ، *** $p < .05$

- استفاده از رسانه های اجتماعی هنگام گوش دادن به مطالب جدید بر حافظه کوتاه مدت در دانشجویان تأثیر منفی می گذارد، (اسپنس^۱ و همکاران، ۲۰۲۰)

این پژوهش، به هدف بررسی اثر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر حافظه کوتاه‌مدت افراد، بر ۴۵ نفر از دانشجویان کارشناسی در یکی از دانشگاه‌های امریکا (بازه سنی ۱۸ تا ۲۴) به اجرا درآمد. خرده‌مقیاس یادآوری فوری حافظه منطقی^۲ از پرسشنامه حافظه و کسلر^۳، جهت ارزیابی حافظه استدلالی و منطقی آن‌ها به کار گرفته شد. این خرده‌مقیاس، حافظه بازشناسی شنیداری (حافظه رویدادی^۴) را می‌سنجد و شامل دو داستان با طول متفاوت است که به‌صورت شفاهی برای شرکت‌کنندگان خوانده می‌شود. تکلیف افراد نیز این است که بعد از شنیدن داستان‌ها، به سؤالات صحیح/غلط پاسخ بدهند تا درصد دقت آن‌ها محاسبه گردد. این تحقیق، با دو گروه آزمایشی - کنترل و در قالب سه دسته از کسانی که (۱) از اینستاگرام استفاده نکردند، (۲)

1. Spence
3. The Wechsler Memory Scale IV (WMS-IV)

2. Logical Memory Immediate Recall (LM I)

۴. توانایی به‌یادآوری رویدادهای تجربه شده شخصی؛ Episodic memory

اینستاگرام را در طی داستان استفاده کردند و (۳) اینستاگرام را بعد از داستان استفاده کردند، اجرا شد.

بر اساس تحلیل‌ها، بین سه گروه مورد مطالعه تفاوت معناداری در حافظه منطقی بدست آمد؛ به بیان دیگر، نشان داده شد که قرار گرفتن در معرض اینستاگرام، یادآوری حافظه را کاهش می‌دهد. به علاوه، حافظه منطقی استدلالی در گروهی که طی ارائه داستان از اینستاگرام استفاده می‌کردند، در مقایسه با گروهی که از اینستاگرام استفاده نمی‌کردند، ضعیف‌تر گزارش شد؛ اما توانایی یادآوری گروهی که بعد از شنیدن داستان از اینستاگرام استفاده کردند، با گروه کنترل تفاوتی نداشت. این یافته‌ها حاکی از آن است که افراد، منابع توجهی‌شان را بیشتر به شبکه‌های اجتماعی اختصاص می‌دهند تا اینکه موارد جدید را نگهداری کنند. به‌طور کلی، می‌توان گفت افرادی که در کلاس و یا در مجامع اجتماعی از اینستاگرام استفاده می‌کنند (در مقایسه با کسانی که از این شبکه اجتماعی استفاده نمی‌کنند)، به احتمال قوی‌تر در نگهداری اطلاعاتی که به آن‌ها داده می‌شود، توانایی کمتری دارند (اسپنس و همکاران، ۲۰۲۰).

- اثر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر حافظه مرتبط با تجربیات^۱، (تمیر^۲ و همکاران، ۲۰۱۸)

در سال ۲۰۱۸، تمیر و همکارانش مطالعه‌ای جهت بررسی تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر حافظه مرتبط با تجربیات انجام دادند. به این منظور، ۳۸۲ شرکت‌کننده برای تماشای ویدئوهای تداک^۳ به صورت تصادفی انتخاب شدند. آن‌ها به صورت تصادفی یکی از دو تداک سه دقیقه‌ای را تماشا کرده و در یکی از این ۶ موقعیت قرار می‌گرفتند:

(۱) گروه کنترل: افراد بدون دستورالعمل خاصی تداک را تماشا می‌کردند.

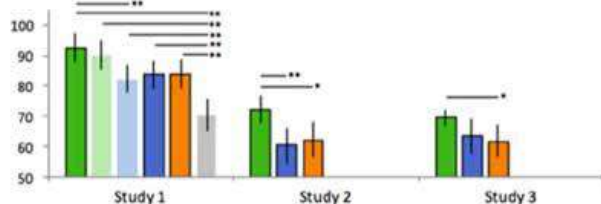
(۲) موقعیت بازتاب: از افراد خواسته می‌شود تا درباره تجربه‌شان در طی تداک فکر کنند.

(۳) موقعیت نوشتن: افراد می‌بایست درباره افکار و تجربیاتشان (در محیطی آماده شده بر صفحه نمایشگر) تایپ کنند. به شرکت‌کنندگان گفته می‌شد که نوشته‌های آن‌ها بعد از آزمون پاک می‌شود.

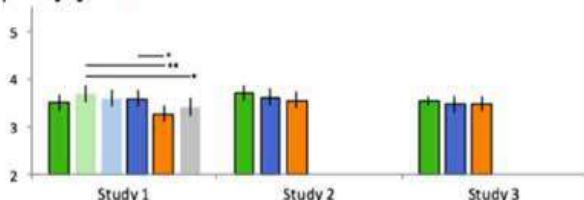
1. Memory for experiences
3. TED Talks

2. Tamir

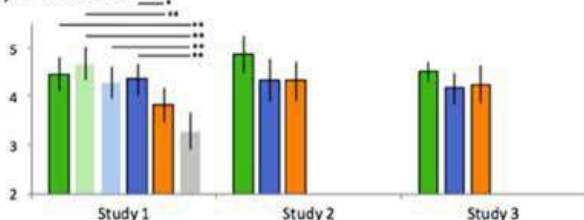
A) Memory



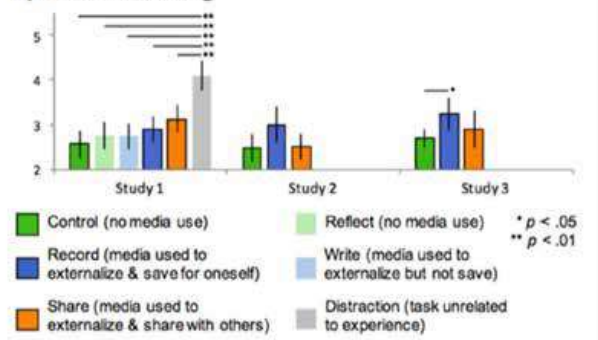
B) Enjoyment



C) Presence



D) Mind Wandering



نمودار ۱-۳: نتایج همه مطالعات این پژوهش برای هر متغیر وابسته، A: حافظه، B: لذت بردن، C: حضور، D: سردرگمی ذهن، رسانه، حافظه برای تجربیات را در مطالعات ۱-۳ دچار اختلال می‌کرد (تمیر و همکاران، ۲۰۱۸).

(۴) موقعیت ضبط کردن:

افراد می‌بایست درباره افکار و تجربیاتشان (در محیطی آماده شده بر صفحه نمایشگر) تایپ کنند اما در آخر مطالعه، رونوشتی از پاسخ‌هایشان به آن‌ها تحویل داده می‌شود.

(۵) موقعیت به اشتراک‌گذاری:

افراد می‌بایست درباره افکار و تجربیاتشان (در محیطی آماده شده بر صفحه نمایشگر) تایپ کنند در حالی که می‌دانند این نوشته‌ها قرار است با دیگران به اشتراک گذاشته شود.

(۶) موقعیت حواس‌پرتی:

افراد خواسته می‌شود تا درباره اشیاء فیزیکی که در اطراف آن‌ها قرار دارند، بنویسند.

به‌طور کلی، انواع این موقعیت‌ها نشان می‌دهد که چگونه رسانه ممکن است بر مقیاس‌های عینی و ذهنی تجربه اثر بگذارد. همچنین شرکت‌کنندگان، مقیاسی را که جهت سنجش جنبه‌های ذهنی و عینی طراحی شده بود، بلافاصله بعد از مشاهده ویدئو، پر کرده (در واقع، آن‌ها میزان مشارکتشان را در طی تجربه، حضور، سردرگمی ذهن^۱ و همچنین لذت، گزارش دادند) و در نهایت، تست حافظه چندگانه ۵ گویه‌ای را درباره محتوای ویدئو تکمیل نمودند.

با توجه به این مطالعات، پژوهشگران به شواهدی مبنی بر اینکه استفاده از رسانه، حافظه را مختل می‌کند، دست یافتند (صرف‌نظر از اینکه حافظه، بلافاصله پس از تجربه یا با فاصله یک هفته‌ای، آزموده شود). به بیان دیگر، شواهد حاکی از آن است که تلاش برای اشتراک‌گذاری و ثبت یک تجربه به هنگام تجربه کردنش، فرایند ثبت آن در حافظه را مختل می‌کند.

در زمینه اثر استفاده از رسانه بر برداشت شخصی فرد از یک تجربه نیز هیچ اثر قطعی بر سرگرمی یا لذت افراد (که ارزیابی شخصی از تجربه آن‌ها را نشان دهد) یافت نشد؛ هرچند بر اساس تحلیل‌ها، استفاده از وسایل دیجیتال باعث تخریب حافظه در هر دو موقعیت «تجربه واقعی» و «بر اساس رایانه» شده است. در واقع، کسب کردن تجربه حین استفاده از وسایل دیجیتال، تنها یک نسخه کپی شده و کاهش یافته از اطلاعات در ذهن ما باقی می‌گذارد.

به‌طور کلی، یافته‌های این مطالعه نشان داد کسانی که از وسایل دیجیتال استفاده نمی‌کنند، نسبت به افرادی که از این وسایل استفاده می‌کنند، تجاربشان را به صورت دقیق‌تری به خاطر می‌آورند. بر این اساس، به نظر می‌رسد استفاده از وسایل دیجیتال مانع یادآوری تجاربی می‌شود که افراد تلاش در حفظ آن‌ها دارند (تمیر و همکاران، ۲۰۱۸).

- تأثیر استفاده از شبکه اجتماعی واتساپ بر عملکرد حافظه کاری، (آهارونی و زیون،^۱

۲۰۱۹)

افراد شرکت کننده در این مطالعه ۶۴ دانش آموز دختر و پسر در بازه ۱۲ تا ۱۷ سال بودند که به دو گروه آزمایش و کنترل تقسیم شدند (هر گروه شامل ۱۲ پسر و ۲۰ دختر). در این مطالعه از پرسشنامه اطلاعات شخصی^۲ (شامل اطلاعات جمعیت شناختی مانند سن، جنس و غیره و نیز ۷ سؤال جهت سنجش سلامت و عملکرد فرد)، خردهمقیاس حافظه کاری پرسشنامه ارزیابی اجرایی^۳ و شاخص حافظه کاری تست هوش و کسلر کودکان -۴^۴ (سنین ۶ تا ۱۷ سال) استفاده شد. در این نسخه از آزمون و کسلر، سه بخش مجزا به منظور سنجش ابعاد مختلف حافظه کاری در این خردهمقیاس وجود دارد: (۱) یادآوری ارقام، (۲) سلسله مراتب و حروف و (۳) ریاضیات.

از شرکت کنندگان گروه آزمایش خواسته شد تست های حافظه کاری را انجام دهند؛ درحالی که همزمان برای آنها پیامهایی در واتساپ — به عنوان عاملی مزاحم — ارسال می شد (این پیامها، بعد از اینکه آزمونگر سؤالات آزمون را می خواند، برای آنها ارسال می شد). در گروه کنترل نیز آزمون به همین روش اجرا شد؛ با این تفاوت که عامل مزاحم (پیام های واتساپ) برای آنها وجود نداشت.

نتایج به دست آمده از تحلیل داده ها حاکی از آن است که در هر سه خردهمقیاس آزمون حافظه و کسلر، گروه آزمایش نمرات پایین تری نسبت به گروه کنترل داشته اند. هم چنین یک همبستگی معنادار منفی، بین سطح دشواری و یادآوری عددی حافظه کاری وجود دارد. از طرفی دیگر، همبستگی مثبتی بین سطح کارآمدی و یادآوری عددی حافظه کاری دیده می شود. بر این اساس، هرچه پاسخ دهندگان احساس سختی بیشتری کنند، نمرات آزمون یادآوری عددی حافظه کاری پایین تر خواهد بود. الگوی مشابهی نیز برای خردهمقیاس ریاضی حافظه کاری وجود دارد؛ به این صورت که ارتباطی منفی بین سطح احساس سختی از نظر پاسخ دهندگان و تست ریاضی حافظه کاری آنان وجود دارد. البته ارتباط معنادار مثبتی بین سطح کارآمدی و تست ریاضی حافظه کاری پاسخ دهندگان نیز یافت شده است (آهارونی و زیون، ۲۰۱۹).

1. Aharony & Zion

3. The Execution Assessment Questionnaire

2. The Personal Information Questionnaire

4. The Wechsler Intelligence Scale for Children-IV



By Jiaqi Wang. In the public domain.

یادگیری و فضای مجازی

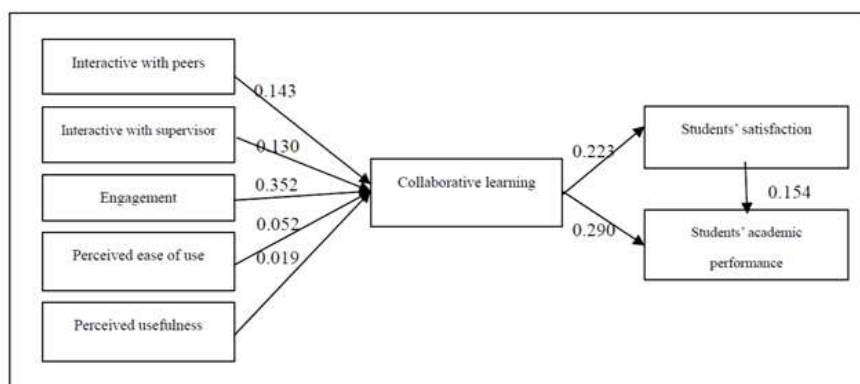
- تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر یادگیری مشارکتی: بهبود عملکرد تحصیلی دانش‌آموزان با استفاده از رسانه‌های اجتماعی از طریق یادگیری مشارکتی در آموزش عالی مالزی، (الرحمی^۱ و همکاران، ۲۰۱۴)

به منظور بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر یادگیری مشارکتی و اصلاح عملکرد اجتماعی دانشجویان، مطالعه‌ای روی ۷۴۱ دانشجوی کارشناسی ارشد در مالزی انجام گرفت. برای این پژوهش لازم بود تا دانشجویان، درباره تجربه خود در استفاده از ابزار شبکه‌های اجتماعی جهت یادگیری مشارکتی و اصلاح عملکردشان، پرسشنامه‌ای با پاسخ‌دهی در طیف لیکرت را تکمیل کنند (شامل ۲۱ سؤال باز و بسته و متشکل از ترکیبی از گویه‌های پرسشنامه‌های گوناگون).

نتایج این تحقیق بر مبنای همبستگی پیرسون، نشان داد که بین اشتغال و یادگیری مشارکتی با رضایت دانشجویان از عملکرد تحصیلی‌شان همبستگی و ارتباطی قوی وجود دارد؛ به این صورت که بین عملکرد دانشجویان و رضایت آن‌ها، و همین‌طور بین عملکرد آکادمیک دانشجویان و یادگیری مشارکتی، ارتباط مثبتی وجود دارد. همبستگی مثبت و معنی‌دار بین عملکرد دانشجویان و تمایل آن‌ها به استفاده از شبکه‌های اجتماعی نیز یافت شد. نتایج نشان دادند که تعامل بین اعضای گروه دانشجویان، تمایل به استفاده از شبکه‌های اجتماعی و رضایت

1. Al-Rahmi

آن‌ها بر عملکرد آکادمیک دانشجویان مؤثر است. به‌طور کلی، می‌توان گفت که استفاده از شبکه‌های اجتماعی یادگیری مشارکتی و اشتغالی را فراهم می‌کند که برای دانشجویان تحصیلات تکمیلی و محققان برای انجام سریع‌تر تکالیف و افزایش اثربخشی تحقیق مناسب‌تر است (الرحمی و همکاران، ۲۰۱۴).



شکل ۳-۴: نتایج برای چهارچوب مفهومی پیشنهاد شده در مطالعه (الرحمی و همکاران، ۲۰۱۴).

- ارزیابی استراتژی‌های آموزشی برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی در یادگیری، (چن و بریر، ۲۰۱۲)

در سال ۲۰۱۲، چن و بریر به منظور ارزیابی استراتژی‌های آموزشی برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی در یادگیری، پژوهشی انجام دادند. در این تحقیق، ۵۷ نفر از اعضای هیئت‌علمی از ۲۸ دانشگاه آمریکا به‌صورت داوطلبانه در نظرسنجی شرکت کردند (این تحقیق بخشی از مطالعه بزرگ‌تری برای بررسی استفاده آموزشی اعضای هیئت‌علمی از شبکه‌های اجتماعی است).

در این نظرسنجی، اطلاعات اولیه در مورد انواع شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده، ویژگی سایت‌های مورد استفاده، فعالیت‌های تعاملی و ارزیابی استراتژی‌های استفاده، انگیزه و نگرانی‌های اعضای هیئت‌علمی و اطلاعات جمعیت‌شناختی، جمع‌آوری شد. هم‌چنین، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته از افراد انجام شد تا از همه شرکت‌کنندگان درباره تعامل، ارزیابی استراتژی،

انگیزه و نگرانی آن‌ها بررسی صورت گیرد. روش نمونه‌گیری به این صورت بود که درخواست برای شرکت در مطالعه برای مدیران دپارتمان‌ها ایمیل می‌شد. سپس، هشت مصاحبه نیم ساعته در مارچ ۲۰۱۰ انجام شد. همگی مصاحبه‌ها ضبط می‌شدند و دو محقق آن‌ها را کدگذاری و سپس نمره‌گذاری می‌کردند.

همه مصاحبه‌شوندگان__ به صورت شخصی، آکادمیک یا تحقیقاتی__ از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کردند. بیشترین سرویس‌های مورد استفاده فیس‌بوک و لینکدین بودند که افراد، بیشتر از فیس‌بوک به منظور ارتباطات شخصی و از لینکدین برای ارتباطات حرفه‌ای استفاده می‌کردند. تعداد دیگری سرویس نیز در مصاحبه مطرح شدند؛ مانند خدمات ویکی^۱، بلاگ و غیره، که در بین تمام آن‌ها، سیستم‌های مدیریت کلاس (دوره آموزشی^۲)، بیشترین ابزار مورد استفاده برای آموزش بوده است. بیشترین استراتژی که اعضای هیئت‌علمی برای ادغام شبکه‌های اجتماعی و یادگیری رسمی استفاده می‌کردند، استراتژی بحث و همکاری بود. شرکت‌کنندگان از تکنولوژی‌ها برای تعامل با دانشجویان، کمک به آن‌ها برای پیدا کردن شغل، تسهیل پروژه‌های گروهی و اصلاح دروس و برنامه‌هایشان استفاده می‌کردند. بزرگ‌ترین نگرانی اعضای هیئت‌علمی از امنیت رسانه‌ای و حفظ حریم شخصی و محرمانگی در فضای مجازی بود؛ آن‌ها هم‌چنین در مورد هویت حرفه‌ای‌شان نگرانی داشتند. (چن و بریر، ۲۰۱۲).

- رابطه بین استفاده از تلفن همراه و عملکرد تحصیلی در دانشجویان دانشگاه‌های امریکا، (لپ^۳ و همکاران، ۲۰۱۵)

رابطه بین استفاده از تلفن همراه و عملکرد تحصیلی در دانشجویان دانشگاه‌های امریکا، با بهره‌گیری از یک نظرسنجی تقریباً ۱۰ دقیقه‌ای از ۵۳۶ دانشجوی کارشناسی در این کشور سنجیده شد. دانشجویان در ابتدا اطلاعات جمعیت‌شناختی و سبک زندگی و سپس، مقیاس‌های معتبر خودکارآمدی برای یادگیری خودتنظیمی^۴ و خودکارآمدی برای دستیابی‌های تحصیلی^۵ را تکمیل می‌کردند. مقیاس خودکارآمدی برای یادگیری خودتنظیمی، یک مقیاس ۱۱ گویه‌ای

1. Wiki
3. Lepp
5. Self-efficacy for academic achievement (SE:AA)

2. Course management systems (CMS)
4. Self-efficacy for self-regulated learning (SE:SRL)

است و به اندازه گیری این می پردازد که دانشجویان چگونه می توانند انواع استراتژی های یادگیری خودکنترلی __ مانند تمام کردن تکالیف تا مدت زمان مشخص __ را انجام دهند. مقیاس خودکارآمدی برای دستیابی های تحصیلی نیز، یک مقیاس ۹ گویه ای در این باره است که چقدر دانش آموزان باور دارند می توانند در دامنه های آکادمیک مانند خواندن و نوشتن، خوب عمل کنند. در مورد میزان استفاده از تلفن همراه برای هر کاری مانند موزیک گوش دادن، استفاده از شبکه های اجتماعی و غیره، از مقیاسی خود-گزارشی در این باره (میزان صرف زمان روزانه بر حسب ساعت)، استفاده شد.

جدول ۲-۳: ضریب های همبستگی پیرسون، (پ و همکاران، ۲۰۱۵).

	College GPA	High school GPA	SE:SRL	SE:AA
High school GPA	.611***			
SE:SRL	.341***	.242***		
SE:AA	.200***	.275***	.456***	
Cell phone use	-.234***	-.168***	-.090*	-.239***

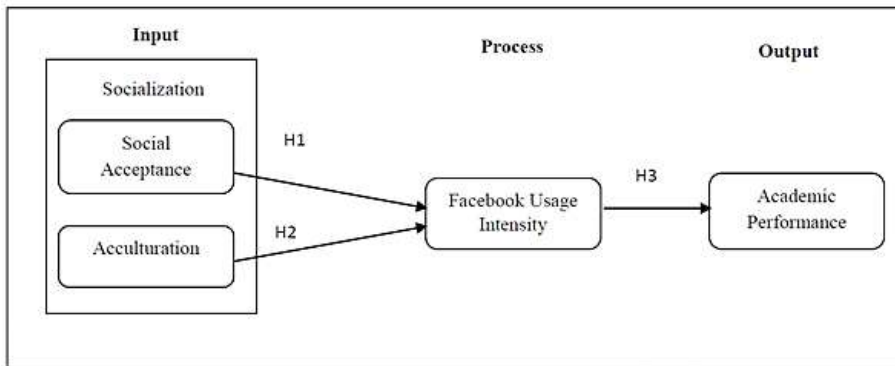
Note. GPA = grade point average; SE:SRL = self-efficacy for self-regulated learning; SE:AA = self-efficacy for academic achievement.
* $p < .05$. *** $p < .001$.

نتایج این مطالعه بر اساس تحلیل رگرسیون سلسله مراتبی نشان داد که استفاده از تلفن همراه به طور معنادار و منفی با نمره میانگین افراد در کالج مرتبط است. از یک مدل رگرسیون سلسله مراتبی با استفاده از جنسیت و رفتار استعمال سیگار و ماندن در کلاس، خودکارآمدی برای یادگیری خودتنظیمی، خودکارآمدی برای دستیابی آکادمیک و نمرات میانگین دبیرستان، برای پیش بینی نمرات کالج افراد استفاده شد و همه این متغیرها پیش بینی کننده های معناداری برای نمرات کالج افراد بودند. زنان نسبت به مردان نمرات میانگین بالاتری داشتند. افراد سیگاری نسبت به افراد غیرسیگاری نمرات میانگین پایین تری داشتند و دانشجویان سال اولی، کمی، نسبت به دانشجویان سال های بالاتر، نمرات بهتری نشان می دادند. بنابراین، می توان نتیجه گرفت بعد از کنترل عوامل، افزایش استفاده از تلفن همراه با کاهش عملکرد آکادمیک همراه

است (لپ و همکاران، ۲۰۱۵).

- رابطه بین استفاده از فیس‌بوک و اجتماعی شدن و عملکرد تحصیلی افراد، (انین^۱ و همکاران، ۲۰۱۵)

فیس‌بوک و سایر شبکه‌های اجتماعی، فرصتی جهت اجتماعی شدن افراد فراهم نموده و به دانشجویان کمک می‌کنند با هم‌دانشگاهی‌های خود بیشتر آشنا شوند. دانشجویانی که در سنین ۱۹ تا ۲۹ قرار دارند، در واقع در سنی سازنده هستند و پذیرفته شدن در میان دیگران، برای آن‌ها بسیار مهم است. در همین راستا و به منظور بررسی رابطه بین استفاده از فیس‌بوک و اجتماعی شدن، ۱۶۵ نفر از دانشجویان پنج دانشگاه در مالزی، مورد مطالعه قرار گرفتند.



شکل ۵-۳: مدل پژوهش (انین و همکاران، ۲۰۱۵)

به طور کلی، از دو عامل جهت سنجش سطح اجتماعی شدن استفاده می‌شود: (۱) پذیرش اجتماعی و (۲) تشویق.

مطالعاتی وجود دارند که گزارش می‌دهند میزان استفاده از فیس‌بوک رابطه بین اجتماعی شدن و عملکرد تحصیلی افراد را پیش‌بینی می‌کند. در این مطالعات، عملکرد تحصیلی افراد با روش‌های گوناگون و توسط افراد مختلفی اندازه گرفته شده است؛ مثلاً یکی از محققین از میانگین نمره مقطع تحصیلی^۲ (که شرکت‌کنندگان به صورت خود-گزارشی ارائه داده بودند)

1. Ainin
2. CGPA (Culmulative Grade Point Average)

استفاده نموده، در حالی که دیگران از روش‌های غیرمستقیم‌تر مانند مهارت تخصصی برای ارائه عملکرد تحصیلی بهره گرفته‌اند. در مطالعه حاضر، از مقیاس یو^۱ و همکاران (۲۰۱۰) استفاده شده است.

جدول ۳-۳: همبستگی‌ها، آمار توصیفی و قابلیت اطمینان (انین و همکاران، ۲۰۱۵)

Variable	Mean	SD	Social Acceptance	Acculturation	Facebook Usage Intensity	Academic Performance
Social Acceptance	18.84	3.38	(.82)			
Acculturation	7.51	1.59	.429**	(.50)		
Facebook Usage Intensity	16.33	4.64	.169**	.078**	(.87)	
Academic Performance	14.48	2.67	.416**	.379**	.079**	(.75)

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Cronbach's Alphas in parenthesis

نتایج تجزیه و تحلیل داده‌های این مطالعه حاکی از آن است که فقط یکی از متغیرهای اجتماعی شدن، یعنی پذیرش اجتماعی، به‌طور معناداری شدت استفاده از فیس‌بوک را پیش‌بینی کرده و میزان استفاده از فیس‌بوک نیز به شکل معنادار و مثبتی عملکرد تحصیلی را پیش‌بینی می‌نماید. این یافته، با نتایج مطالعات قبلی که استفاده بیشتر از فیس‌بوک را با عملکرد پایین تحصیلی همراه نشان داده بودند، در تناقض است؛ پژوهش‌های بیشتر در آینده جهت توضیح این تفاوت‌ها، ضروری به نظر می‌رسد. هم‌چنین، در این پژوهش شدت استفاده از فیس‌بوک یک متغیر میانجی در رابطه بین پذیرش اجتماعی و عملکرد تحصیلی به دست آمده است (انین و همکاران، ۲۰۱۵).

جدول ۴-۳: نتایج تحلیل رگرسیون (این و همکاران، ۲۰۱۵)

	Model 1	Model 2	Model 3
	R2=.029	R2=.222	R2=.006
Outcome Variables	Predictor	Academic	Academic
Variables	Facebook Usage	Performance	Performance
Social Acceptance	.166**	.311**	
Acculturation	.006	.245**	
Facebook Usage			.079*

Note: *p<0.05; ** p<0.01.

- تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد تحصیلی دانشجویان در عربستان سعودی، (الوجیت^۱ و همکاران، ۲۰۱۵)

در سال ۲۰۱۵، به منظور سنجش تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد تحصیلی، روی ۱۰۸ دانشجوی عربستان سعودی مطالعه‌ای انجام شد. در این پژوهش، از دانشجویان خواسته شد تا نظر خود را درباره عوامل مؤثر بر عملکرد تحصیلی‌شان و تعداد ساعاتی که هر هفته در شبکه‌های اجتماعی می‌گذرانند، بیان کنند. این نظرسنجی به صورت آنلاین تهیه شد و با یک لینک در اختیار شرکت‌کنندگان قرار گرفت. داده‌ها طی ۳ ماه از افراد جمع‌آوری گردید. سؤالاتی که شرکت‌کنندگان به آن پاسخ دادند، از این قبیل است:

- محبوب‌ترین شبکه اجتماعی در عربستان سعودی چیست؟

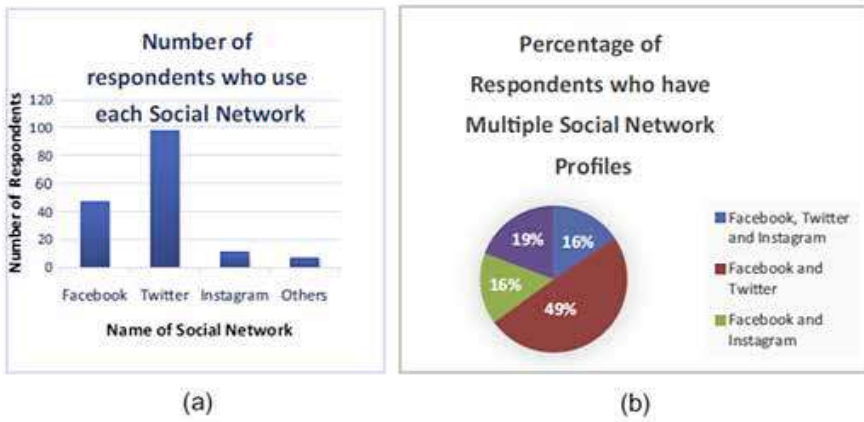
- درصد تغییرات در استفاده از شبکه‌های اجتماعی چطور است؟

- عملکرد تحصیلی دانشجویان در طول زمان چطور بوده است؟

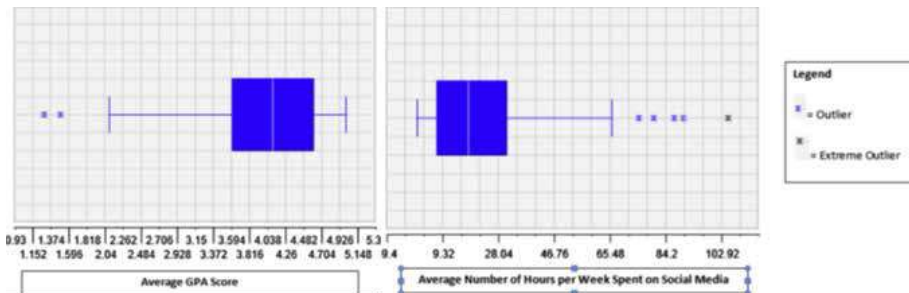
- آیا استفاده از شبکه‌های اجتماعی باعث کاهش عملکرد تحصیلی می‌شود؟

نتایج این تحقیق، رابطه معناداری بین افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی و کاهش عملکرد تحصیلی نشان نداد. ارزیابی این متغیرها به صورت جداگانه، کجی مثبتی را نمایان ساخت؛ به این معنی که بیشتر دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی به صورت افراطی استفاده

نمی‌کنند. دانشجویان در این مطالعه فکر می‌کردند که عدم مدیریت زمان، فوتبال و استفاده افراطی از شبکه‌های اجتماعی، عواملی هستند که باعث کاهش عملکرد تحصیلی می‌شوند. همچنین، توئیتر و فیس‌بوک، محبوب‌ترین شبکه‌های اجتماعی در بین دانشجویان شناخته شدند (الوجیت و همکاران، ۲۰۱۵).



نمودار ۲-۳: (a) تعداد پاسخ‌دهندگان به هر شبکه اجتماعی و (b) درصد پاسخ‌دهندگانی که در بیش از یکی شبکه‌های اجتماعی (فیس‌بوک، توئیتر، اینستاگرام) پروفایل (نمایه) داشتند (الوجیت و همکاران، ۲۰۱۵).



نمودار ۳-۳: چپ، نمودار جعبه‌ای میانگین نمرات تحصیلی. راست، نمودار جعبه‌ای استفاده از شبکه‌های اجتماعی (الوجیت و همکاران، ۲۰۱۵).

- بررسی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مانند توییتر^۱ برای بهبود عملکرد یادگیری، (ایوانس^۲، ۲۰۱۴)

هدف از این مطالعه پاسخ به این پرسش است که آیا استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند باعث تقویت فرایندهای یادگیری شود؟ به همین منظور، ۲۵۲ دانشجوی کارشناسی دانشگاه لندن که از توییتر استفاده می‌کردند، طی یک دوره ۱۲ هفته‌ای و در فرایند یادگیری ارزیابی شدند. جهت اندازه‌گیری نگرش تجارب درباره استفاده از توییتر، یک نظرسنجی آنلاین تهیه شد. در این نظرسنجی اطلاعات جمعیت‌شناسی برای شناسایی سن، جنس، روش دسترسی به توییتر انواع تلفن همراه و داشتن حساب توییتر مورد بررسی قرار گرفت. دیگر سؤالات این نظرسنجی در مورد میزان استفاده از توییتر، تعداد دنبال‌کنندگان و فراوانی پست گذاشتن و نیز شامل ۱۴ سؤال طیف لیکرت ۵ درجه‌ای برای اندازه‌گیری میزان موافقت افراد در مورد رفتار و نگرش‌هایشان بوده است.

به طور کلی، این پژوهش سه نتیجه در برداشت:

- (۱) افزایش استفاده از توییتر با افزایش مشارکت دانشجویان در برنامه‌ریزی و زندگی اجتماعی و به اشتراک‌گذاری اطلاعات در ارتباط است،
- (۲) هیچ شواهدی مبنی بر ارتباط توییت‌های درسی با روابط دانشجویی و استاد، وجود ندارد،
- و (۳) استفاده از توییتر ارتباطی با حضور در کلاس ندارد (ایوانس، ۲۰۱۴).

- بررسی رابطه بین استفاده از تلفن همراه و عملکرد تحصیلی در مدارس برزیل، (فلیسونی و گودویی^۳، ۲۰۱۸)

به منظور بررسی رابطه بین استفاده از تلفن همراه و عملکرد تحصیلی، ۴۳ دانش‌آموز از پنج کلاس مختلف در مدرسه فونداشاو جلتیو ورگاس^۴ در سائوپائولوی^۵ برزیل، مورد بررسی قرار گرفتند. شرکت‌کنندگان، برنامه‌های نظارتی مانند مومنت^۶ و برنامه (اپلیکیشن) ردیاب استفاده^۷ از گوشی‌های همراه را برای دو هفته روی تلفن همراهشان نصب می‌کردند تا میزان استفاده از

1. Tweeter

4. Fundação Getúlio Vargas

7. App Usage Tracker

2. Evans

5. São Paulo

3. Felisoni & Godoi

6. Moment

تلفن همراه فرد طی این مدت، مشخص گردد. دانش‌آموزان هم‌چنین پرسشنامه‌ای در مورد نمرات دبیرستان و زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی خود طی روز را تکمیل کردند. به علاوه، پرسشنامه مقیاس معتبر خودکارآمدی برای یادگیری^۱ (جهت سنجش توانایی دانش‌آموزان برای خودتنظیمی فعالیت‌های مرتبط با یادگیری مانند تحویل تکالیف، شرکت در کلاس‌ها و مطالعه در محیط‌های مناسب و دور از مزاحمت) را، تکمیل کردند. سپس نمرات تحصیلی هر فرد در آزمون ورودی دانشگاه از طریق اداره امور دانشجویان، جمع‌آوری شد.

در تحلیل‌های آماری یک رابطه معنادار منفی، بین زمان کلی استفاده از تلفن همراه و عملکرد تحصیلی بعد از کنترل عوامل پیش‌بینی‌کننده عملکرد مانند خودکارآمدی و نتایج تحصیلی گذشته به دست آمد. نتایج نشان داد که هر ۱۰۰ ساعت استفاده از وسایل دیجیتال کاهش ۶ درجه‌ای را در رتبه تحصیلی دانش‌آموزان نشان می‌دهد و اگر این استفاده را در طول کلاس در نظر بگیریم، اثر آن تقریباً دو برابر خواهد بود (فلیسونی و گودویی، ۲۰۱۸).

- بررسی رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و عملکرد تحصیلی دانشجویان در ایتالیا،

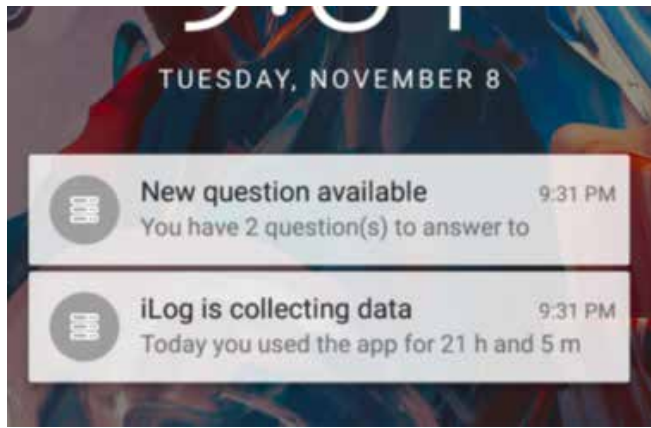
(گیونچیگلیا^۲ و همکاران، ۲۰۱۸)

۷۲ دانشجوی جدیدالورود دانشگاه ترنتو^۳ به منظور بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی با عملکرد تحصیلی، مورد بررسی قرار گرفتند. در این پژوهش، از مجموعه داده اسمارت یونیس^۴ و آی‌لوگ^۵ برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شد که به‌صورت هم‌زمان از چند حس‌گر استفاده کرده، با بهره‌گیری از گروهی از سؤالات که به‌صورت اعلان (نوتیفیکیشن) از فرد پرسیده می‌شود، خاطرات او را طی زمان بررسی نموده و نیز میزان استفاده از هر برنامه (اپلیکیشن) را اندازه‌گیری می‌کند. در مجموع، همه دانشجویان از ۹۵۷ اپلیکیشن استفاده می‌کردند که از این میان، ۱۱ شبکه اجتماعی بیشترین استفاده را داشتند. علاوه‌براین‌ها و به منظور سنجش عملکرد تحصیلی، نمرات تحصیلی شرکت‌کنندگان در سال اول تحصیلشان از دانشگاه ترنتو جمع‌آوری شد.

1. Self-efficacy for self-regulated learning (SE:SRL)
3. Trento
5. I-Log

2. Giunchiglia
4. The SmartUnitn dataset

در نهایت، یافته‌ها گویای آن بود که استفاده از شبکه‌های اجتماعی در دانشجویانی که در خطر بالای اعتیاد به تلفن‌های هوشمند هستند__ به‌خصوص زمانی که از شبکه‌های اجتماعی طی مطالعه و فعالیت‌های درسی استفاده می‌کنند__ می‌تواند در موفقیت تحصیلی آن‌ها اختلال ایجاد کند (گیونچیگلیا و همکاران، ۲۰۱۸).



شکل ۳-۶. اطلاعیه‌های I-Log. مورد بالا نشان‌دهنده تعداد سؤالاتی است که باید جواب داده شود درحالی‌که مورد پایین نشان می‌دهد که برنامه در حال فعالیت است (گیونچیگلیا و همکاران، ۲۰۱۸).

- ارتباط بین استفاده از فیس‌بوک و عملکرد تحصیلی، (کیرشنر و کارپینسکی^۱، ۲۰۱۰) در سال ۲۰۱۰، کیرشنر و کارپینسکی برای بررسی ارتباط بین استفاده از فیس‌بوک و عملکرد تحصیلی، تحقیقی روی ۲۱۹ دانشجو از دانشگاه عمومی میدوسترن (شامل ملیت‌های مختلف) انجام دادند. به این منظور، از یک نظرسنجی (بسته‌پاسخ و بازپاسخ) استفاده شد که شامل پنج بخش می‌شود. در بخش اول این نظرسنجی اطلاعات جمعیت‌شناختی افراد پرسیده شد. در بخش دوم درباره نمرات تحصیلی افراد، تعداد ساعاتی که صرف مطالعه می‌کنند و کارهای فوق برنامه سؤال شد. در بخش سوم در مورد استفاده از اینترنت و کامپیوتر، بخش چهارم درباره استفاده از شبکه‌های اجتماعی__ به‌طور مشخص فیس‌بوک__ و نهایتاً در بخش پنجم درباره دیدگاه دانشجویان در مورد تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد تحصیلی آن‌ها، سؤالاتی پرسیده شد.

1. Kirschner & Karpinski

نتایج این پژوهش نشان داد افرادی که از فیس‌بوک استفاده می‌کنند (در مقایسه با افرادی که استفاده نمی‌کنند) میانگین نمرات تحصیلی پایین‌تری دارند و زمان کمتری را در هفته صرف مطالعه می‌کنند. هم‌چنین بین نمرات تحصیلی دانشجویان کارشناسی و کارشناسی ارشد در این زمینه تفاوت‌هایی وجود داشت؛ در واقع، دانشجویان کارشناسی نمرات بالاتری کسب می‌کردند. نتایج دیگر، حاکی از این است که احتمال دارد برخی شخصیت‌ها تمایل بیشتری به استفاده از فیس‌بوک داشته باشند، زیرا به‌طور مثال افرادی که از فیس‌بوک بیشتر استفاده می‌کنند، بیشتر در فعالیت‌های فوق‌برنامه شرکت دارند و بیشتر درگیر اضطراب اجتماعی هستند؛ و افرادی که کمتر از فیس‌بوک استفاده می‌کنند به‌احتمال‌زیاد بیشتر درگیر مطالعه و یا مشغله‌های کاری هستند و فرصت حفظ کردن یک شبکه اجتماعی را ندارند. یافته‌های جالب دیگر این بود که اکثر کسانی که از فیس‌بوک استفاده می‌کنند، گزارش می‌دادند که تأثیری بر عملکرد تحصیلی آن‌ها ندارد و تحصیلات برای آن‌ها در اولویت است. این دانشجویان گزارش دادند که مدیریت زمان ضعیفی دارند و استفاده از فیس‌بوک به آن‌ها این اجازه را می‌دهد که مطالعه را کنار بگذارند و در عین حال این حس را به آن‌ها نمی‌دهد که کار نمی‌کنند (کیرشنر و کارپینسکی، ۲۰۱۰).

- ارتباط بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و انجام هم‌زمان چند کار و عملکرد تحصیلی در دانشجویان اروپا و آمریکا، (کارپینسکی^۱ و همکاران، ۲۰۱۳)

به هدف بررسی ارتباط استفاده از شبکه‌های اجتماعی با انجام هم‌زمان چند کار و عملکرد تحصیلی، از نمونه‌ای شامل ۸۷۵ نفر از ملیت‌های مختلف، استفاده شد. در این مطالعه، از یک نظرسنجی (بسته‌پاسخ و بازپاسخ) شامل پنج بخش استفاده شد تا رابطه بین فیس‌بوک و عملکرد تحصیلی افراد سنجیده شود. پس از آن، یک نظرسنجی تجدیدنظرشده شامل پرسش‌های عمومی درباره استفاده از شبکه‌های اجتماعی و سؤالاتی در زمینه رفتارهایی برای انجام هم‌زمان چند کار^۲ اجرا شد. بخش اول این نظرسنجی، درباره اطلاعات جمعیت‌شناختی و در بخش دوم در مورد نمرات تحصیلی آن‌ها، تعداد ساعاتی که صرف مطالعه می‌کنند و کارهای فوق‌برنامه

1. Karpinski
2. Multitasking

سؤال شد. در بخش سوم این نظرسنجی، استفاده از اینترنت و کامپیوتر، در بخش چهارم استفاده از شبکه‌های اجتماعی و نهایتاً در بخش پنجم درباره استفاده از شبکه‌های اجتماعی در قالب سؤالات باز پاسخ، سنجش صورت گرفت. به دلیل اینکه نحوه اندازه‌گیری نمرات تحصیلی در کشورهای مختلف متفاوت است، از سؤالات دیگری نیز استفاده شد__ مانند اینکه مقیاس معدل شما از چند امتیاز است؟__ و به منظور تحقق هدف مطالعه، تمام نمرات میانگین افراد در یک مقیاس ۰ تا ۴ قرار داده شدند.

نتایج بررسی داده‌ها، یک ارتباط منفی بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و نمرات تحصیلی دانشجویان و همین‌طور اثرات منفی استفاده هم‌زمان از چند کار و رسانه را نشان دادند. این پژوهش حاکی از آن است که استفاده از شبکه‌های اجتماعی به‌تنهایی مخرب نیست، اما چیزی که باعث زیان‌آور بودن آن می‌شود، استفاده هم‌زمان از شبکه‌های اجتماعی در هنگام مطالعه است که با پردازش هم‌زمان دو فرایند اطلاعاتی دچار اختلال می‌گردد (کارپینسکی و همکاران، ۲۰۱۳).

- تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی و استفاده هم‌زمان از چند شبکه و تأثیر آن بر عملکرد تحصیلی دانشجویان، (لوو^۱ و همکاران، ۲۰۱۷)

در سال ۲۰۱۷، لووو همکاران در پژوهشی جهت بررسی تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی و استفاده هم‌زمان از چند شبکه و تأثیر آن بر عملکرد تحصیلی، ۳۴۸ نفر از دانشجویان دوره کارشناسی رشته‌های مختلف از هشت دانشگاه را مورد بررسی قرار دادند. برای اندازه‌گیری استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای اهداف غیردرسی، از مقیاس نگرش‌ها و برای سنجیدن استفاده از رسانه و فناوری، از خرده‌مقیاس استفاده از رسانه بهره گرفته شد. این مقیاس، شامل ۱۲ گویه و سه خرده‌مقیاس__ به اشتراک گذاشتن رسانه، جست‌وجو در اینترنت و بازی‌های ویدئویی__ بوده و با یک معیار ۱۰ درجه‌ای نمره‌گذاری می‌شود. هم‌چنین، جهت سنجش استفاده از شبکه‌های اجتماعی با هدف تحصیلی، از مقیاس یادگیری شبکه اجتماعی، استفاده

1. Lau

هم‌زمان از چند رسانه از تنها ۳ گویه (برگرفته از مطالعه اوزر) و عملکرد تحصیلی افراد نیز تنها با استفاده از ۳ گویه بررسی شد. نهایتاً دانشجویان می‌بایست نمرات تحصیلی تجمعی خود را ارائه دهند.

بر اساس یافته‌های این پژوهش، استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای اهداف غیرعلمی و همین‌طور استفاده هم‌زمان از چند رسانه، عملکرد تحصیلی را به‌طور منفی پیش‌بینی می‌کند. به علاوه، در این مطالعه تفاوت‌های جنسیتی در عملکرد تحصیلی افراد یافت شد، به این صورت که نشان داده شد معمولاً دانشجویان زن عملکرد تحصیلی بالاتری از دانشجویان مرد دارند (لوو و همکاران، ۲۰۱۷).

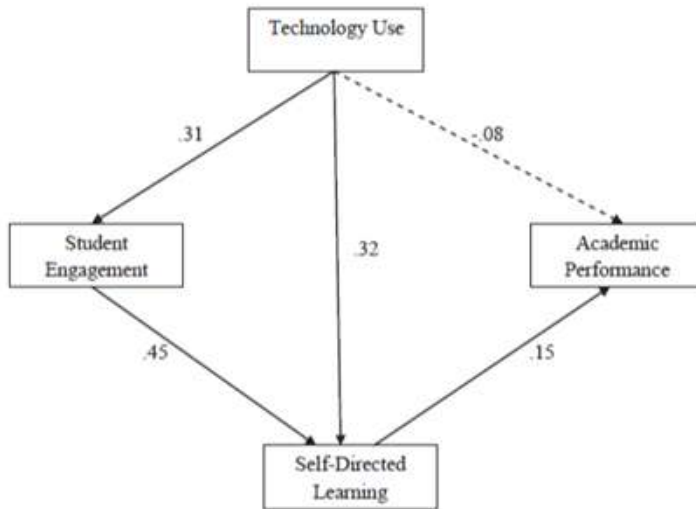
- رابطه بین استفاده از فناوری و یادگیری خودخوان، مشارکت دانشجو و عملکرد تحصیلی، (رشید و اصغر^۱، ۲۰۱۶)

۷۶۱ نفر از دانشجویان زن دوره کارشناسی یک دانشگاه خصوصی در عربستان سعودی، در مطالعه‌ای با هدف بررسی رابطه استفاده از فناوری با یادگیری خودخوان، مشارکت دانشجو و عملکرد تحصیلی شرکت کردند. در این مطالعه از مقیاس نگرش و استفاده از فناوری و رسانه استفاده شد که شامل ۱۵ خرده‌مقیاس و ۶۰ گویه می‌باشد. هم‌چنین از مقیاس خود-نمره‌دهی یادگیری، برای اندازه‌گیری خودهدایتگری استفاده شد که پنج حوزه را شامل می‌شود: آگاهی، استراتژی‌های یادگیری، فعالیت‌های یادگیری، ارزشیابی و مهارت‌های بین فردی. مشارکت دانشجویان نیز با مقیاس مشارکت کار اولترچ^۲ سنجیده شد.

یافته‌ها در تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد استفاده از فناوری (مانند فضای مجازی) یادگیری خود هدایت‌گر و مشارکت دانشجویان را پیش‌بینی می‌کند، اما رابطه ناچیزی با عملکرد تحصیلی دارد. هرچند، خرده‌مقیاس‌های استفاده از فناوری بیانگر این هستند که به اشتراک‌گذاری در رسانه، استفاده از شبکه‌های اجتماعی و دوستان فیس‌بوک، پیش‌بینی‌کننده‌های مثبت؛ و تماس تلفنی و تماشای تلویزیون پیش‌بینی‌کننده‌های منفی برای عملکرد تحصیلی بوده‌اند. در نهایت

1. Rashid & Asghar
2. Utrecht's work engagement

و به صورت کلی می‌توان گفت استفاده از شبکه‌های اجتماعی یک پیش‌بینی‌کننده مثبت برای تمام متغیرهای مشارکت دانشجویان و یادگیری خود‌هدایتی و عملکرد تحصیلی است (رشید و اصغر، ۲۰۱۶).



شکل ۳-۷: مدل پژوهش برای پیش‌بینی ارتباطات و ضرایب رگرسیون استانداردشده برای مدل مسیر (رشید و اصغر، ۲۰۱۸)

- رابطه بین شبکه‌های اجتماعی و عملکرد تحصیلی در دانشجویان ایرانی، (عزیزی^۲ و همکاران، ۲۰۱۹)

در سال ۲۰۱۹، پژوهشی برای بررسی رابطه بین شبکه‌های اجتماعی و عملکرد تحصیلی در دانشجویان ایرانی در قالب مقاله منتشر شد. این تحقیق یک مطالعه مقطعی از سال ۲۰۱۷ تا ۲۰۱۸ است که در آن ۳۶۰ دانشجوی ایرانی، یک فرم اطلاعات شخصی (شامل ۵ سؤال درباره جنسیت، سطح تحصیلات، محل تحصیل و میانگین نمرات شرکت‌کنندگان) و مقیاس اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی برگزیده را تکمیل نمودند. این پرسشنامه شامل ۱۸ سؤال و ۶ گویه است و (طبق طیف لیکرت ۵ درجه‌ای) از ۱۸ تا ۹۰ نمره‌گذاری می‌شود. طبق نمرات این پرسشنامه

1. Asghar
2. Azizi

افراد در سه دسته نرمال، اعتیاد خفیف و اعتیاد شدید قرار می‌گیرند. بر اساس یافته‌ها، به‌طور کلی اعتیاد دانشجویان به شبکه‌های اجتماعی در حد متوسط است. هم‌چنین، میانگین اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی در دانشجویان مرد به صورت معناداری بیشتر از دانشجویان زن بوده است. همین‌طور رابطه معنادار منفی بین اعتیاد دانشجویان به شبکه‌های اجتماعی و عملکرد تحصیلی آن‌ها وجود دارد (عزیزی و همکاران، ۲۰۱۹).

خلاصه و جمع‌بندی

توجه

با توجه به مقالات بررسی‌شده پیرامون تأثیر استفاده از فضای مجازی بر عملکرد توجه، حافظه و یادگیری افراد نتایج کلی زیر، حاصل می‌شود:

پژوهش‌هایی که رابطه فضای مجازی با توجه پایدار را سنجیده‌اند، رابطه معناداری بین این دو متغیر نیافتند و به نظر می‌رسد این دو متغیر هیچ‌گونه تأثیر و یا هم‌زمانی با یکدیگر ندارند. در مورد استفاده هم‌زمان از چند رسانه و توجه پایدار هم رابطه معناداری وجود نداشته است اما در مورد استفاده هم‌زمان چند رسانه خاص مانند تلویزیون و لپ‌تاپ، معناداری دیده شده است؛ به این معنی که استفاده هم‌زمان از رسانه‌های دیجیتال در این مورد توانسته است توجه پایدار را کاهش دهد. احتمالاً علت این است که استفاده هم‌زمان از این رسانه‌ها به دلیل تنوع فعالیت‌های درگیر، حجم بیشتری از منابع محدود تمرکز افراد را درگیر می‌کنند.

هم‌چنین بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، بین استفاده هم‌زمان از چند رسانه (که به معنای استفاده هم‌زمان از چند دستگاه رسانه مانند استفاده از موبایل در حین دیدن تلویزیون است) و حافظه کاری ارتباط معناداری وجود دارد. در برخی از مطالعات گذشته این ارتباط معنادار نبوده اما در مطالعات اخیر نشان داده شده است که استفاده هم‌زمان از برخی وسایل دیجیتال با حافظه کاری مرتبط می‌باشد؛ چراکه حافظه کاری یک مولفه مهم شناختی در انجام هم‌زمان تکالیف است. پس می‌توان استفاده هم‌زمان از چند رسانه را عاملی مؤثر بر عملکردهای شناختی پایه مانند

توجه پایدار و حافظه کاری در نظر گرفت، با این حال تحقیقات بیشتری برای نتایج قاطع مورد نیاز است.

در مطالعاتی که بر رابطه فضای مجازی و اختلال نقص توجه - بیش‌فعالی انجام گرفته است، استفاده بیشتر از فضای مجازی با ظهور این نقصان در توجه همبستگی دارد. به نظر می‌رسد نتایج مطالعات انجام شده در این زمینه در دو سوی متفاوت هستند، اما در واقع بستر تحقیقاتی متفاوت سبب ایجاد این تفاوت‌ها شده است؛ بدین معنا که برخی مطالعات، توجه را به صورت جزئی و با در نظر گرفتن نوع خاصی از توجه مورد بررسی قرار داده‌اند (مانند مطالعاتی که روی توجه پایدار انجام شده‌اند)، ولی برخی دیگر از مطالعات، در واقع اختلال نقص توجه - بیش‌فعالی را مورد بررسی قرار داده‌اند و نقص توجه را در بستر این اختلال مطالعه کرده‌اند، در هر دو صورت به نظر می‌آید که تفاوت‌های ظاهری در این مطالعات نشان می‌دهد که با طراحی تحقیقات دقیق‌تر در این زمینه نتایج شفاف‌تر خواهد شد.

از جنبه بیش‌فعالی نیز اختلال نقص توجه - بیش‌فعالی مورد بررسی قرار گرفته است. در طی تحقیقی که در این زمینه انجام شده است رابطه معناداری بین استفاده از فضای مجازی و بیش‌فعالی در این اختلال یافت نشده است، اما همان‌طور که در بالا اشاره شد، با کاهش عملکرد و نقص در توجه افراد همراه بوده است. تحقیقات دیگری نیز در زمینه استفاده از فضای دیجیتال و ارتباط آن با اختلال نقص توجه - بیش‌فعالی و اختلال وسواس جبری و افسردگی و اضطراب انجام شده است که نتایج آن‌ها نشان می‌دهد که استفاده بیشتر از فضای مجازی با اختلال نقص توجه - بیش‌فعالی و اختلال وسواس جبری همراه است و افزایش در علائم این اختلالات را نشان می‌دهد.

نکته دیگر به دست آمده از مطالعات این است که اطلاعات جمعیت‌شناختی افراد در حدود ۱۰ تا ۱۲ درصد در استفاده افراطی آن‌ها از فناوری نقش دارد، به‌طور مثال استفاده از فناوری در بین مردان و زنان متفاوت است به این صورت که مردان بیشتر از بازی‌های ویدئویی به صورت اعتیادآور استفاده می‌کنند و زنان بیشتر از شبکه‌های اجتماعی. هم‌چنین وضعیت تأهل افراد هم در این زمینه نقش دارد. به‌طور مثال در صورتی که فرد مجرد باشد، با احتمال بیشتری از هر دو

بازی ویدئویی و شبکه اجتماعی به صورت اعتیادآور استفاده خواهد کرد.

حافظه

مطالعات نشان می‌دهد استفاده از شبکه‌های اجتماعی فرایندهای مرتبط با حافظه را دچار اختلال می‌کنند. به طور مثال هنگامی که افراد در حال انجام دادن کار و کسب تجربه هستند و می‌خواهند آن را به خاطر بسپارند اما به طور هم‌زمان از شبکه‌های اجتماعی نیز استفاده می‌کنند، در یادسپاری و یادآوری آن تجربه ضعیف عمل می‌کنند. در تحقیق دیگری مشاهده شد افرادی که هم‌زمان با حضور در محیطی مانند کلاس یا یک مجمع، از اینستاگرام نیز استفاده می‌کنند، توانایی کمتری در نگهداری اطلاعات و اتفاقات محیط پیرامون خود در حافظه کوتاه‌مدت دارند. نتایج مشابهی نیز هنگام بررسی اثر شبکه اجتماعی واتس‌آپ بر روی حافظه کاری به دست آمد، به این صورت که استفاده از واتس‌آپ با اختلال در حافظه کاری، همراه است.

در تحقیق دیگری نقش عوامل میانجی‌گر مانند عواطف و هیجان‌ها را بر رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و حافظه بررسی کردند. نتایج نهایی نشان داد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند منجر به هیجان‌های منفی در افراد شود و این هیجان‌های منفی، حافظه افراد را دچار اختلال کند.

یادگیری

یکی از جنبه‌های مهمی که می‌تواند زندگی افراد را تحت تأثیر قرار دهد، یادگیری است که در تمام مراحل زندگی به خصوص در دوران تحصیل افراد بسیار حائز اهمیت می‌باشد. به دلیل استفاده روزافزون از فضای مجازی، محققان اثر استفاده از این وسایل را بر یادگیری و عملکرد تحصیلی افراد از جنبه‌های مختلف مورد سنجش قرار داده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی و اثر آن بر یادگیری دارای مزایا و معایبی است: از جمله مزایای استفاده از این شبکه‌ها اشتراک‌گذاری اطلاعات، ساختن روابط علمی و شرکت در بحث‌های گروهی است، اما مضرات آن شامل رفتار اعتیادگونه و انحراف توجه فرد است که موجب پیامدهای جدی در

زندگی آکادمیک افراد می‌شود.

به دلیل متنوع بودن پژوهش‌هایی که در این زمینه در کشورهای مختلف انجام شده است، نتایج مختلف و بعضاً متضادی از تأثیر استفاده از فضای مجازی بر یادگیری و عملکرد تحصیلی افراد مشاهده می‌شود. به‌طور مثال، طی مطالعات مختلف مشخص شد برای گروهی از دانش‌آموزان، دانشجویان و اعضای هیئت‌علمی که از فضای مجازی برای پیشبرد اهداف آموزشی، تعامل با یکدیگر و یادگیری مشارکتی استفاده می‌کنند، فضای مجازی به‌طور مثبت‌ایفای نقش کرده و باعث پیشبرد بهتر و سریع‌تر اهداف آموزشی شده است. نتایج این تحقیقات نشان دادند که تعامل بین اعضای گروه تحقیق، تعامل بین اساتید یا سرگروه‌های تیم‌های تحقیقی و تمایل به استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد آکادمیک دانشجویان مؤثر است. به‌طور کلی، می‌توان گفت که استفاده از شبکه‌های اجتماعی یادگیری مشارکتی را تسهیل می‌کند و این امر برای دانشجویان کارشناسی ارشد و محققان برای انجام سریع‌تر تکالیف و افزایش اثربخشی تحقیق مناسب‌تر است؛ لذا استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای یادگیری مشارکتی و فعالیت گروهی آموزشی توصیه می‌شود.

دسته دیگری از مطالعات در کشوری مانند آمریکا انجام گرفتند و نشان دادند که از منظر دیگر، افزایش استفاده از تلفن همراه با تأثیر بر روی خودکارآمدی و خودتنظیمی افراد باعث کاهش عملکرد آکادمیک می‌شود.

در مطالعات مشخصی که در مالزی انجام شد نتایج متفاوتی از نتایج تحقیقات قبلی به دست آمدند: قبلاً به این نتیجه رسیده بودند که استفاده از فیس‌بوک به‌طور مستقیم بر روی عملکرد تحصیلی افراد اثر می‌گذارد، اما نتایج این مطالعات نشان داد که شدت استفاده از فیس‌بوک یک متغیر میانجی در رابطه بین پذیرش اجتماعی و عملکرد تحصیلی است، پذیرش اجتماعی به‌طور معناداری شدت استفاده از فیس‌بوک را پیش‌بینی می‌کند و شدت استفاده از فیس‌بوک هم به شکل معنادار عملکرد تحصیلی را پیش‌بینی می‌کند.

دسته‌ای دیگر از مطالعات بررسی کردند که به‌طور مشخص استفاده از شبکه‌های اجتماعی و وسایل دیجیتال چه اثری بر عملکرد تحصیلی افراد دارد، مانند مطالعه‌ای که در غنا انجام شد

و اکثریت آزمودنی‌ها بین سی دقیقه تا سه ساعت در روز را به استفاده از شبکه‌های اجتماعی خودشان اختصاص می‌دادند. در این مطالعه مشخص شد استفاده از شبکه‌های اجتماعی تأثیر منفی بر عملکرد آکادمیک دارد.

در مطالعه‌ای دیگر که در مورد توئیتر انجام شده بود، گروهی از دانشجویان که از توئیتر استفاده می‌کردند، در یک دوره ۱۲ هفته‌ای طی فرایند یادگیری ارزیابی شدند. این تحقیق سه نتیجه داشت: (۱) میزان استفاده از توئیتر با افزایش مشارکت دانشجویان در برنامه‌ریزی و زندگی اجتماعی و به اشتراک‌گذاری اطلاعات در ارتباط است.

(۲) توئیتهای مرتبط با درس هیچ شواهدی مبنی بر ارتباط آن با روابط دانشجو و استاد نشان نداد. (۳) استفاده از توئیتر ارتباطی با حضور در کلاس ندارد (که نشان می‌دهد استفاده از شبکه اجتماعی توئیتر هیچ تأثیری بر پیشبرد اهداف تحصیلی افراد ندارد).

در پژوهشی دیگر، تحلیل‌های آماری یک رابطه معنادار منفی بین زمان کلی استفاده از تلفن همراه و عملکرد تحصیلی، بعد از کنترل عوامل پیش‌بینی‌کننده عملکرد مانند خودکارآمدی و نتایج تحصیلی گذشته نشان دادند. یافته جالب دیگر این بود که اکثر کسانی که از فیس‌بوک استفاده می‌کردند گزارش می‌دادند این استفاده تأثیری بر عملکرد تحصیلی‌شان ندارد و تحصیلات برای آن‌ها در اولویت است. در عین حال، این دانشجویان گزارش دادند مدیریت زمان ضعیفی دارند و استفاده از فیس‌بوک به آن‌ها این اجازه را می‌دهد که مطالعه را کنار بگذارند در حالی که این حس را به آن‌ها نمی‌دهد که کار نمی‌کنند.

براساس پژوهش‌های دیگر، استفاده از شبکه‌های اجتماعی به‌تنهایی مخرب نیست و استفاده هم‌زمان از شبکه‌های اجتماعی در هنگام مطالعه (به‌خاطر پردازش هم‌زمان دو فرایند اطلاعاتی) به‌طور منفی عملکرد تحصیلی را پیش‌بینی می‌کند.

در مطالعات، تفاوت‌های جنسیتی در ارتباط با عملکرد تحصیلی افراد و استفاده از شبکه‌های اجتماعی نیز لحاظ شده است. به عنوان مثال، پژوهشی بر روی دانشجویان ایرانی نشان داد که میانگین اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی در دانشجویان مرد به‌طور معناداری بیشتر از دانشجویان زن بوده و همین‌طور رابطه منفی معناداری بین اعتیاد دانشجویان به شبکه‌های اجتماعی و عملکرد

تحصیلی آن‌ها وجود دارد.

پیشنهادات پژوهشی

(۱) در مبحث توجه:

❖ ضروری است طراحی دقیق‌تر مطالعات در حوزه رابطه فضای مجازی و توجه، با تمایز مرز اختلال از کارکرد ضعیف و یکسان‌سازی بسترها جهت تسهیل در امکان مقایسه و جمع‌بندی نتایج صورت گیرد.

❖ برای سنجش اختلالاتی مانند اختلال نقص توجه - بیش‌فعالی از آزمون‌های معتبر و دقیق در این زمینه استفاده شود؛ چراکه آزمون‌های خود-گزارشی برای ارزیابی این اختلالات کافی نیستند.

❖ مانند برخی از مطالعات مذکور در این فصل، برای افزایش دقت ارزیابی میزان استفاده کاربران از فضای مجازی می‌توان از اپلیکشن‌هایی برای اندازه‌گیری میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی استفاده نمود.

❖ بیشتر مطالعات، از بین انواع مختلف توجه، تنها توجه پایدار را مورد بررسی قرار داده‌اند؛ بنابراین لازم است ارتباط انواع دیگر توجه و استفاده از فضای مجازی مورد بررسی قرار گیرند.

(۲) در مبحث حافظه:

❖ بر اساس محدودیت‌های تحقیقات پیشین، پیشنهاد می‌شود مکانیسم اثر شبکه‌های اجتماعی بر حافظه و نقش متغیرهای میانجی خصوصاً هیجان‌ها، در تحقیقات آینده مورد بررسی قرار بگیرند.

❖ تحقیقات بیشتر در زمینه استفاده هم‌زمان از برخی وسایل دیجیتال با حافظه کاری انجام گیرد.

(۳) در مبحث یادگیری:

❖ از محدودیت‌های موجود برای این تحقیقات می‌توان به مقطعی بودن برخی از آن‌ها و سنجش غیرمستقیم عملکرد تحصیلی افراد اشاره کرد؛ لذا پیشنهاد می‌شود پژوهشگران به منظور کشف دقیق‌تر روابط علیّ متغیرهای هدف، در جهت اجرای مطالعات طولی گام بردارند و نیز نمرات تحصیلی واقعی افراد را بسنجند.

❖ نکته مهم دیگری که لازم است به آن توجه شود، مسئله جمع‌آوری داده‌ها به صورت خود-گزارشی است که ابزار چندان دقیقی نیست؛ مثلاً برای اندازه‌گیری عملکرد تحصیلی از مقیاس خود-گزارشی استفاده شده است که ضرورتاً بیانگر عملکرد واقعی افراد نیست.

❖ محدودیت دیگر، تأثیر نقش احتمالی بافت فرهنگی، اجتماعی و قومیتی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی است و این نکته در قابلیت تعمیم نتایج مشکل ایجاد می‌کند. بهتر است که در پژوهش‌های آتی با در نظر گرفتن حجم نمونه بزرگ‌تر، به بررسی ملیت‌ها و فرهنگ‌های مختلف پرداخته شود.

منابع

- استرنبرگ، رابرت. (۱۳۹۶). روان‌شناسی شناختی (سیدکمال خرازی و الهه حجازی، ترجمه). (کار اصلی منتشر شده در ۲۰۰۶).
- سانتراک، جان دبلیو. (۱۳۹۵). روان‌شناسی تربیتی (شاهده سعیدی، مهشید عراقچی و حسین دانش‌فر، ترجمه). (کار اصلی منتشر شده در ۲۰۰۸)
- Aharony, N., & Zion, A. (2019). Effects of WhatsApp's Use on Working Memory Performance Among Youth. *Journal of Educational Computing Research*, 245–226 ,(1)57.
- Ainin, S., Naqshbandi, M. M., Moghavvemi, S., & Jaafar, N. I. (2015). Facebook usage, socialization and academic performance. *Computers and Education*, 73–64 ,83.
- Al-Makhzoomy, A. K., Zhang, K., & Spannaus, T. (2020). Game Development-Based Learning: A New Paradigm for Teaching Computer and Object-Oriented Programming. In *Examining Multiple Intelligences and Digital Technologies for Enhanced Learning Opportunities* (pp. 259-244). IGI Global.
- Al-Rahmi, W. M., Alias, N., Othman, M. S., Marin, V. I., & Tur, G. (2018). A model of factors affecting learning performance through the use of social media in Malaysian higher education. *Computers and Education*, 72–59 ,121.
- Al-Rahmi, W. M., Othman, M. S., & Musa, M. A. (2014). The improvement of students' academic performance by using social media through collaborative learning in Malaysian higher education. *Asian Social Science*, 221–210 ,(8)10.
- Alwagait, E., Shahzad, B., & Alim, S. (2015). Impact of social media usage on students academic performance in Saudi Arabia. *Computers in Human Behavior*, 1097–1092 ,51.
- Andreassen, C. S., Billieux, J., Griffiths, M. D., Kuss, D. J., Demetrovics, Z., Mazzoni, E., & Pallesen, S. (2016). The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviors*, 262–252 ,(2)30.
- Azizi, S. M., Soroush, A., & Khatony, A. (2019). The relationship between social networking addiction and academic performance in Iranian students of medical sciences: A cross-sectional study. *BMC Psychology*, 8–1 ,(1)7.
- Boer, M., Stevens, G., Finkenauer, C., & van den Eijnden, R. (2020). Attention Deficit Hyperactivity Disorder-Symptoms, Social Media Use Intensity, and Social Media Use

Problems in Adolescents: Investigating Directionality. *Child Development*, 4(91), e853–e865.

Chen, B., & Bryer, T. (2012). Investigating instructional strategies for using social media in formal and informal learning. *International Review of Research in Open and Distance Learning*, 104–87,(1)13.

Evans, C. (2014). Twitter for teaching: Can social media be used to enhance the process of learning? *British Journal of Educational Technology*, 915–902,(5)45.

Felisoni, D. D., & Godoi, A. S. (2018). Cell phone usage and academic performance: An experiment. *Computers and Education*, 187–175,117.

Giunchiglia, F., Zeni, M., Gobbi, E., Bignotti, E., & Bison, I. (2018). Mobile social media usage and academic performance. *Computers in Human Behavior*, 185–177,82.

İMREN, M., & TEKMAN, H. G. (2019). Çoklu Medya Görevi ile Çalışma Belleği ve Sürekli Dikkati İlişkisi. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (37)20 1100–1075.

Karpinski, A. C., Kirschner, P. A., Ozer, I., Mellott, J. A., & Ochwo, P. (2013). An exploration of social networking site use, multitasking, and academic performance among United States and European university students. *Computers in Human Behavior*, 1192–1182,(3)29.

Kirschner, P. A., & Karpinski, A. C. (2010). Facebook® and academic performance. *Computers in Human Behavior*, 1245–1237,(6)26.

Kolan, B. J., Dzandza, P. E., & Bernard, J. (2018). Effect of Social Media on Academic Performance of Students in Ghanaian Universities: A Case Study of University of Ghana, Legon. *Library Philosophy and Practice*.

Lau, W. W. F. (2017). Effects of social media usage and social media multitasking on the academic performance of university students. *Computers in Human Behavior*, 291–286,68.

Lepp, A., Barkley, J. E., & Karpinski, A. C. (2015). The relationship between cell phone use and academic performance in a sample of U.S. college students. *SAGE Open*, 1)5).

Owusu-Acheaw, M., & Larson, A. G. (2015). Use of Social Media and its Impact on Academic Performance of Tertiary Institution Students: A Study of Students of Koforidua Polytechnic, Ghana. Undefined.

Ra, C. K., Cho, J., Stone, M. D., De La Cerda, J., Goldenson, N. I., Moroney, E., Tung, I., Lee, S. S., & Leventhal, A. M. (2018). Association of digital media use with subsequent symptoms of

attention-deficit/hyperactivity disorder among adolescents. *JAMA - Journal of the American Medical Association*, 263-255 ,(3)320.

Ralph, B. C. W., Thomson, D. R., Seli, P., Carriere, J. S. A., & Smilek, D. (2015). Media multitasking and behavioral measures of sustained attention. *Attention, Perception, and Psychophysics*, 401-390 ,(2)77.

Rashid, T., & Asghar, H. M. (2016). Technology use, self-directed learning, student engagement and academic performance: Examining the interrelations. *Computers in Human Behavior*, 612-604 ,63.

Sharifian, N., & Zahodne, L. B. (2021). Daily associations between social media use and memory failures: the mediating role of negative affect. *Journal of General Psychology*, 83-67 ,(1)148.

Spence, A., Beasley, K., Gravenkemper, H., Hoefler, A., Ngo, A., Ortiz, D., & Campisi, J. (2020). Social media use while listening to new material negatively affects short-term memory in college students. *Physiology and Behavior*, 113172 ,227.

Tamir, D. I., Templeton, E. M., Ward, A. F., & Zaki, J. (2018). Media usage diminishes memory for experiences. *Journal of Experimental Social Psychology*, 168-161 ,76.

فصل چهارم

تغییر در برابر عادت

تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر تصمیم‌گیری

ورفتارهای اعتیادگونه



مقدمه و اهمیت فصل

با گسترش روزافزون استفاده از شبکه‌های اجتماعی، در میان کاربران بسیاری وابستگی‌های اعتیادگونه، اختلال‌های رفتاری و بعضاً رفتارهای پرخطر مشاهده شده است. در این فصل جزئیات این رفتارهای مشکل‌زا و عوامل مؤثر بر آن را بررسی می‌کنیم. پژوهش‌های متعددی ارتباط این پدیده با فرایندهای شناختی از جمله فرایندهای تصمیم‌گیری، کنترل تکانشی و غیره را بررسی کرده‌اند. واکاوی این روابط نقش مؤثری در ارائه راهکار و کنترل مشکلات ناشی از این پدیده دارد. در نهایت، با توجه به معیارهایی که قبلاً برای گزینش مقالات ذکر شد و نیز برحسب تنوع موضوعات و نتایج، ۴۴ مقاله برگزیده شدند که در فصل چهارم به بررسی آن‌ها می‌پردازیم.

واژگان کلیدی

Addiction, Alcoholism, Delay discounting, Facebook, Gambling behavior, Hyper Sexuality, Impulsive behavior, Instagram, Internet addiction, Obsessive behavior, Perception, Perceptual decision making, Personality, Pornography use, Rational behavior, Rational judgement, Rational thinking, Risk aversion,

Risk-taking, Risky behavior, Risky decision making, Sexual behavior, Sexual hyperactivity, Sexual violence, Social media, Twitter

تعریف مفاهیم

در ادامه برخی مفاهیم مورد استفاده در این فصل، از جمله استفاده مشکل‌دار از فضای مجازی، شخصیت و نیز برخی مدل‌های شخصیت را به اختصار شرح می‌دهیم.

اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و اینترنت:

گریفیتس^۱ (۲۰۰۵) با استفاده از یک چهارچوب زیستی-روانی-اجتماعی^۲ شش مؤلفه اصلی را در جهت مشخص کردن تمامی رفتارهای اعتیادی، توصیف کرد (به عنوان مثال، برجستگی، تعدیل خلق و خو، تحمل، عقب‌نشینی، کشمکش و عود^۳). گریفیتس استدلال کرد که صرف نظر از نوع رفتار، اگر رفتار هر فرد، شش معیار اصلی را برآورده کند، باید از نظر عملیاتی به عنوان معتاد به آن رفتار خاص تعریف شود (گریفیتس، ۲۰۰۵).

بر این اساس، همگام با گسترش روزافزون فناوری، استفاده بیش از حد از اینترنت با اعتیاد رفتاری همراه بوده است که این موضوع، علاقه محققان را برای درک بهتر این پدیده‌ی جهانی برانگیخته است. اعتیاد به اینترنت با شاخص‌هایی مانند عدم توانایی در محدود کردن استفاده از اینترنت، ادامه استفاده از اینترنت با وجود آسیب آن به روابط اجتماعی یا عملکرد تحصیلی و احساس اضطراب هنگام محدود شدن دسترسی به اینترنت ظاهر می‌شود (شاپیرا^۴ و همکاران، ۲۰۰۳). هم‌چنین، پژوهش‌های اخیر نشان داده است که استفاده از شبکه‌های اجتماعی نیز می‌تواند اعتیادآور باشد (کیرکابورون و گریفیتس، ۲۰۱۸).

استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی^۵: وابستگی روانی یا رفتاری به پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی می‌تواند منجر به اختلال قابل توجه عملکردی در حوزه‌های مختلف زندگی، طی یک

1. Griffiths
 2. Bio-psycho-social model
 3. Salience, Mood modification, tolerance, withdrawal, conflict, relapse
 4. Shapira
 5. Problematic social-networks-use

دوره طولانی مدت شود.

تحقیقات نشان می‌دهد که این امر بیشتر از پسران و مردان، بر زنان و دختران تأثیر می‌گذارد و با توجه به بستر رسانه‌های اجتماعی مورد استفاده، متفاوت است. این اختلالات را زمانی می‌توان تشخیص داد که فرد با هزینه کردن از سایر مسئولیت‌های روزمره و علایق دیگر، آن‌هم بدون در نظر گرفتن عواقب منفی، به فعالیت‌های آنلاین بپردازد. استفاده بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی توسط سازمان بهداشت جهانی یا راهنمای تشخیصی و آماری اختلالات روانی (DSM-5) به‌عنوان اختلال، شناخته نشده است. اینکه آیا استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی یک اختلال بالینی جداگانه است یا تظاهرات سایر اختلالات روان‌پزشکی زیربنایی، محل اختلاف است. محققان از دیدگاه‌های گوناگون به این سؤال پرداخته‌اند، اما هیچ تعریف استاندارد شده یا توافق جهانی در این خصوص وجود ندارد. این امر در روند ارائه توصیه‌های مبتنی بر شواهد، اشکال ایجاد کرده است.

رفتار تکانشی^۱: شامل ناتوانی در کنترل، بازداری و جلوگیری از عمل، عمل بدون تفکر، تأمل و ملاحظه، عمل بدون پیش‌بینی، برنامه‌ریزی و توجه به پیامدهای آن، احساس عمل آنی و خودبه‌خود است؛ که در افراد مبتلا به اختلال نقص توجه-بیش‌فعالی دیده می‌شود.

شخصیت^۲: شخصیت به تفاوت‌های فردی در الگوهای مشخص تفکر، احساس و رفتار اشاره دارد. مطالعه شخصیت در دو زمینه گسترده متمرکز است: یکی درک تفاوت‌های فردی در خصوصیات شخصیتی خاص، مانند اجتماعی بودن یا تحریک‌پذیری و دیگر، درک چگونگی جمع شدن اجزای مختلف فرد به صورت یک کل واحد. (کازدین^۳، ۲۰۰۰) عوامل شخصیتی یکی از مهم‌ترین عواملی است که می‌تواند به درک پیچیدگی‌های رفتار انسان در موقعیت‌های مختلف کمک کند؛ به عبارت دیگر، ویژگی‌های شخصیتی ممکن است به‌طور قابل‌توجهی بر رفتارهای کاربران اینترنت تأثیر بگذارد (کایس^۴ و همکاران، ۲۰۱۶).

در بررسی نقش شخصیت در استفاده از اینترنت، اغلب پژوهشگران به استفاده از مدل پنج عاملی^۵ تمایل دارند.

1. Impulsive behavior

3. Kazdin

5. Five-Factor-Model (FFM)

2. Personality

4. Kayış

مدل پنج عاملی شخصیت:

مدل پنج عاملی شخصیت، یک تعمیم تجربی در مورد صفات شخصیتی است. شخصیت ممکن است به‌عنوان یک سیستم در نظر گرفته شود و یک نظریه شخصیت باید تعریفی از این سیستم، مشخصات اجزای آن، مدلی از نحوه سازمان‌یافتگی آن و تعامل آن‌ها را ارائه دهد. نظریه پنج عاملی، نمایانگر تلاشی برای ساخت چنین نظریه‌ای است که با دانش فعلی در مورد شخصیت سازگار است؛ الگویی از شخصیت که در آن پنج بعد از تفاوت‌های فردی (برون‌گرایی، روان‌رنجورخویی، وظیفه‌شناسی، مقبولیت و گشودگی نسبت به تجربه) به‌عنوان ساختارهای اصلی شخصیت دیده می‌شوند (کاستا و مک‌کری، ۲۰۰۸). این پنج عامل را به شرح زیر بسط داده‌اند:

برون‌گرایی: به‌عنوان تمایل برای مصاحبت با دیگران و انگیزش اجتماعی تعریف شده است و با مهارت‌های اجتماعی بالا و دوستی‌های بی‌شمار مشخص می‌شود. برون‌گراها معمولاً ماجراجو، خوش‌مشرّب و پرحرف هستند، درحالی‌که افراد درون‌گرا معمولاً ساکت و خجالتی می‌باشند. روان‌رنجورخویی: تمایل به تجربه پریشانی به‌صورت غم، ناامیدی و احساس گناه است و به‌عنوان معیاری برای خلق و کنترل هیجان‌ها تعریف می‌شود؛ سطح پایین آن حاکی از ثبات و کنترل خوب هیجان‌ها است، درحالی‌که افراد با روان‌رنجورخویی بالا ممکن است تا حدی حساس و عصبی متمایل به نگرانی بوده و عزت‌نفس پایین، باورهای کمال‌گرایانه غیرمنطقی و نگرش‌های بدبینانه داشته باشند.

مقبولیت: تمایل به داشتن ملاحظه نسبت به سایرین، در هنگام درگیری‌های بین فردی و به‌عنوان معیاری برای سنجش این نکته که افراد تا چه حد صمیمی تلقی می‌شوند. نمره مقبولیت بالا نشانه‌ای افراد مهربان، دلسوز و خونگرم است و با ویژگی‌هایی چون گرایش به بخشیدن، باور به همکاری و زبان ملایم همراه است.

گشودگی نسبت به تجربه: نیاز به تنوع، تغییر و چیزهای تازه است و ویژگی‌هایی چون علاقه به مسافرت، سرگرمی‌های مختلف و علایق شغلی متنوع را شامل می‌شود. افرادی که گشودگی بالا

در برابر تجربه دارند، دارای علایق گسترده و به دنبال نوآوری هستند، اما گشودگی پایین مرتبط با ترجیح دادن موارد آشنا و عرف است.

وظیفه‌شناسی: با هدف‌گرایی قوی و سطوح بالایی از جاه‌طلبی مشخص می‌شود. وظیفه‌شناسی به وجدان کاری، نظم و دقت یک شخص اشاره دارد و ویژگی‌هایی چون مهارت‌های رهبری، برنامه‌های بلندمدت و تخصص فنی را شامل می‌شود.

یافته‌ها و بحث

مطالعات برگزیده در این بخش، بر اساس تنوع موضوعی به موارد ذیل قابل تقسیم است:

شخصیت و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی

امروزه، مجموعه‌ای از شواهد در حال رشد وجود دارند که نشان می‌دهند تفاوت‌های فردی در هدایت رفتار آنلاین تأثیرگذار است. برای مثال، در فراتحلیلی که در سال ۲۰۱۸ انجام شد، مشخص شد که می‌توان با استفاده از ردپاهای دیجیتال که از شبکه‌های اجتماعی استخراج شده است، پنج عامل شخصیت را با دقت قابل توجهی پیش‌بینی کرد (ازوکار^۱ و همکاران، ۲۰۱۸). هم‌چنین مطرح شده است که شخصیت، عاملی تأثیرگذار در بین عوامل مرتبط با اعتیاد به اینترنت می‌باشد (وایبل^۲ و همکاران، ۲۰۱۰) که در ادامه به آن می‌پردازیم.

- ارتباط شخصیت با اعتیاد به شبکه‌های مجازی و اینترنت، (کایس^۳ و همکاران، ۲۰۱۶)

اعتیاد به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، از مشکلاتی است که بسیاری از افراد با آن دست‌وپنجه نرم می‌کنند. این اعتیاد می‌تواند زنگ خطری برای تهدید بهداشت روانی جامعه تلقی شود. از طرفی، شخصیت، نشان‌دهنده خصوصیات اساسی است که بر رفتار انسان تأثیر می‌گذارد و از این منظر، رشد شخصیت سالم می‌تواند راهی مؤثر برای مبارزه با اعتیاد به اینترنت باشد. بر این اساس،

1. Azucar
3. Kayış

2. Weibel

رسیدن به درکی دقیق از رابطه بین اعتیاد به اینترنت یا شبکه‌های مجازی و ویژگی‌های شخصیتی بسیار حائز اهمیت بوده و در سال‌های اخیر مطالعات زیادی در این زمینه انجام شده است.

به عنوان مثال، در فراتحلیلی که در سال ۲۰۱۶ با استفاده از داده‌های ۱۲ مطالعه، به بررسی رابطه بین پنج عامل شخصیت و اعتیاد به اینترنت پرداخته است، نشان داده شد همه پنج ویژگی شخصیتی با اعتیاد به اینترنت دارای رابطه‌ای معنی‌دار هستند. گشودگی نسبت به تجربیات جدید، وظیفه‌شناسی، مقبولیت و برون‌گرایی با اعتیاد به اینترنت رابطه منفی داشتند؛ در حالی که روان‌رنجورخویی با آن رابطه مثبت داشت (کاییس و همکاران، ۲۰۱۶).

- برون‌گرایی، روان‌رنجوری، سبک‌دل‌بستگی و ترس از جا ماندن به عنوان پیش‌بینی‌کننده‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی و اعتیاد- ایالات متحده، (بلک‌ول^۱ و همکاران، ۲۰۱۷)

بلک‌ول و همکاران با هدف بررسی رابطه اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی با برون‌گرایی و روان‌رنجورخویی به‌عنوان عواملی از پنج عامل بزرگ شخصیت و دیگر ویژگی‌های شخصیتی چون سبک‌دل‌بستگی^۲ و ترس از جا ماندن^۳، به مطالعه ۲۰۷ شرکت‌کننده ۱۷ تا ۴۹ ساله پرداختند. در این مطالعه، متغیرهای فوق به ترتیب با مقیاس اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی برگن^۴، مقیاس اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی^۵، پرسشنامه پنج عامل بزرگ شخصیت، مقیاس تجدیدنظر شده تجربیات در روابط نزدیک^۶ و مقیاس ترس از جا ماندن^۷ اندازه‌گیری شدند.

نتایج این پژوهش با استفاده از رگرسیون سلسله‌مراتبی به این شرح است: برون‌گرایی به طرز قابل توجهی پیش‌بینی‌کننده استفاده از شبکه‌های اجتماعی و اعتیاد به آن بود؛ روان‌رنجورخویی استفاده از شبکه‌های اجتماعی را پیش‌بینی کرد، ولی فقط هنگامی که متغیر سن و شخصیت وارد شده بود، اعتیاد را پیش‌بینی نمود؛ هنگامی که سبک‌های دل‌بستگی وارد رگرسیون شدند،

1. Blackwell
2. Attachment styles

۳. ترس از جا ماندن، ترس فرد از این است که دیگران اوقات خوشی را تجربه کنند که وی از آن جا مانده است. (Fear of Missing Out)

4. Bergen Social Media Addiction Scale
5. Social Media Engagement Scale
6. Revised version of the Experience in Close Relationship Scale
7. Fear of Missing Out Scale

روان‌رنجور خوبی دیگر نتوانست اعتیاد را پیش‌بینی کند. هم‌چنین زمانی که سبک‌های دل‌بستگی وارد رگرسین شدند، روان‌رنجور خوبی دیگر نتوانست اعتیاد را پیش‌بینی کند. نکته قابل توجه این پژوهش به این ترتیب بود که قبل از ورود ترس از جا ماندن به مدل، هر دو وابستگی اضطرابی و اجتنابی، پیش‌بینی‌کننده اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی بودند؛ اما ترس از جا ماندن، استفاده از شبکه‌های اجتماعی و اعتیاد را بهتر از ویژگی‌های شخصیتی و سبک دل‌بستگی پیش‌بینی نمود (بلکول و همکاران، ۲۰۱۷).

علی‌رغم شباهت‌ها، هر شبکه اجتماعی (به عنوان مثال، فیس‌بوک یا اینستاگرام) دارای ویژگی‌های منحصر به فرد و مجموعه خاصی از رویه‌ها، انگیزه‌ها و بهره‌ها است (الحبش و ما، ۲۰۱۷)؛ بنابراین می‌بایست به صورت جداگانه نیز مورد بررسی قرار گیرد.

- پیش‌بینی اعتیاد به شبکه اجتماعی اینستاگرام بر اساس شخصیت، ناگویی هیجانی^۲ و سبک‌های دل‌بستگی در ایران، (ارشاد و آقاجانی،^۳ ۲۰۱۷)

در مطالعه‌ای با هدف پیش‌بینی اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی بر اساس شخصیت، ناگویی هیجانی و سبک‌های دل‌بستگی، ارشاد و آقاجانی به بررسی ۱۰۰ دانش‌آموز دوره دوم^۴ پرداختند. پرسشنامه استاندارد شخصیت کارتا و مک‌کارتی^۵ (شامل ۶۰ پرسش جهت اندازه‌گیری پنج عامل بزرگ شخصیت)، پرسشنامه ناگویی هیجانی^۶ و پرسشنامه سبک‌های دل‌بستگی^۷ به کار گرفته شدند. علاوه بر این، جهت سنجش اعتیاد به اینستاگرام، پرسشنامه اعتیاد به اینستاگرام^۸ توسط محققین طراحی شد. این مقیاس شامل ۲۰ سؤال و پاسخ‌دهی آن بر اساس طیف لیکرت است. نمره پرسشنامه نیز به این ترتیب طبقه‌بندی می‌شود: «کاربر با نمره ۰ تا ۳۹»، «کاربر در معرض خطر با نمره ۴۰ تا ۶۹» و «کاربر معتاد با نمره ۷۰ تا ۱۰۰».

توضیح بیشتری در مورد چگونگی طراحی سؤالات، نمونه سؤال، چرایی برش نمرات به

1. Alhabash & Ma

3. Ershad & Aghajani

4. secondary school students

5. Personality Standard Questionnaire by Kasta and McCarey (1992)

6. The Alexithymia Questionnaire by Bagby, Parker and Taylor (1994)

7. Attachment Styles Questionnaire by Collins and Reid (1990)

8. The Instagram Social Network Inventory

۲. Alexithymia: ناتوانی در بیان، توصیف یا تشخیص هیجان‌ها

شکل مذکور و نیز گزارش اعتبار و روایی آورده نشده است. نتایج این پژوهش نشان دادند روان‌رنجورخویی، ناگویی هیجانی و سبک دل‌بستگی اجتنابی و دوسویه، می‌تواند اعتیاد به اینستاگرام را پیش‌بینی کند. در مورد ارتباط ناگویی هیجانی و اعتیاد به اینستاگرام، محققین این مقاله چنین استدلال کرده‌اند که با توجه به وجود ارتباط بین ناگویی هیجانی و مشکلات فردی، می‌توان نتیجه گرفت کسانی که از نظر احساسی آشفته هستند و از مشکلات اجتنابی و بین فردی رنج می‌برند، به‌جای تعامل مستقیم با دیگران، ترجیح می‌دهند در دنیای خودشان باشند و با دنیای مجازی و شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام درگیر شوند.

بنابر تأیید کیرکابورون^۱ و گریفیتس (۲۰۱۸)، در مطالعه ارشاد و آقاجانی که تنها مطالعه قبل از آن‌ها در بررسی اعتیاد به اینستاگرام بوده است، عدم ارائه جزئیات اصلی روش‌شناسی، تجزیه و تحلیل‌ها و ابزار اندازه‌گیری که برای ارزیابی اعتیاد به اینستاگرام استفاده شده است و هم‌چنین نمونه‌گیری با تعداد پایین، قابل‌اعتماد بودن این مطالعه را مورد تردید قرار داده است.

- اعتیاد به اینستاگرام و ارتباط آن با پنج عامل بزرگ شخصیت: نقش میانجی پسندخود^۲ (در

بین دانشجویان ترکیه)، (کیرکابورون و گریفیتس، ۲۰۱۸)

در ادامه و در سال ۲۰۱۸، در مطالعه‌ای که به‌طور کلی ۱۱۲۴ دانشجو را مورد بررسی قرار داد، پرسشنامه‌ای جهت تشخیص اعتیاد به اینستاگرام تهیه و استاندارد شد (نمونه‌ای شامل ۳۷۲ دانشجو برای استانداردسازی پرسشنامه) و ارتباط آن با پنج عامل بزرگ شخصیت مورد بررسی قرار گرفت. مقیاس اعتیاد به اینستاگرام^۳ از نسخه اصلاح‌شده آزمون اعتیاد به اینترنت^۴ و با جایگذاری کلمه «اینستاگرام» به‌جای «اینترنت» به وجود آمد. مقدار آلفای کرونباخ این مقیاس ۰,۹ گزارش شده است. هم‌چنین پرسشنامه پنج عامل بزرگ شخصیت (نسخه کوتاه)، خرده مقیاس پسند خود^۵ از مقیاس پسند خود/ خود شایستگی^۶ و نیز مقیاس استفاده از اینترنت^۷، به کار گرفته شدند.

1. Kircaburun
3. Instagram Addiction Scale
5. Self-liking subscale
7. Internet Use Scale

2. The mediating role of self-liking
4. Internet Addiction Test (IAT)
6. The Self-Liking/Self-Competence Scale



By Jean Jullien. In the public domain.

زیربنای نظری این پژوهش بر اساس مدل کنش متقابل شخص-عاطفه-شناخت-اجرا^۱ می‌باشد. بر اساس این مدل، چندین مؤلفه وجود دارد که بر اختلالات خاص استفاده از اینترنت تأثیرگذار است؛ مانند ویژگی‌های اصلی فرد (به عنوان مثال، شخصیت و ساختار روان‌شناختی)، موقعیت‌های ذهنی ادراک‌شده، (به عنوان مثال، قرار گرفتن در معرض عوامل وابسته به اعتیاد، خلق‌وخوی منفی و درگیری‌های شخصی)، پاسخ‌های عاطفی به عنوان مثال، انتظارات و نحوه کنار آمدن) و پاداش‌ها (برند^۲ و همکاران، ۲۰۱۶).

بر اساس داده‌های مطالعه، یک‌سوم از دانشجویان استفاده پرمخاطره (زیاد) از اینستاگرام داشتند. به‌علاوه برخلاف فرضیه‌های این پژوهش، نتایج نشان می‌دهد برون‌گرایی و روان‌رنجورخویی با اعتیاد به اینستاگرام ارتباط ندارند، درحالی‌که مقبولیت کمتر با استفاده اعتیادآور از اینستاگرام به‌طور مستقیم و غیرمستقیم مربوط است. هم‌چنین مقبولیت و وظیفه‌شناسی پایین در دانشجویان با میزان کمتر پسندخود همراه است که به‌نوبه خود با سطوح بالاتر اعتیاد به اینستاگرام در ارتباط می‌باشد. همین‌طور زمان روزانه صرف‌شده در اینترنت پیش‌بینی‌کننده مثبت و

1. The Interaction of Person-Affect-Cognition-Execution (I-PACE) model
2. Brand

قابل توجهی در مورد اعتیاد به اینستاگرام بود. در نهایت، محققین اظهار داشتند مدل فرضیه (مدل کنش متقابل شخص-عاطفه-شناخت-اجرا)، مقدار کمی از اعتیاد به اینستاگرام را از نظر واریانس کلی پیش‌بینی کرده است. نکته حائز اهمیت دیگر اینکه در ویژگی‌های شخصیتی کاربران معتاد به اینستاگرام و انواع دیگر پلتفرم‌ها تفاوت وجود دارد و ویژگی‌های شخصیتی ممکن است بر اینکه افراد در وهله اول، کدام نوع ارتباط آنلاین را ترجیح می‌دهند، تأثیر داشته باشد (کیرکابورون و گریفیتس، ۲۰۱۸).

- بررسی رابطه صفات تاریک با فعالیت‌های آنلاین خاص و استفاده مشکل‌دار از اینترنت در بین دانشجویان ترکیه، (کیرکابورون و گریفیتس، ۲۰۱۸)

تحقیقات نشان داده است که صفات شخصیتی نقش مهمی در استفاده مشکل‌دار از اینترنت^۱ دارند. با این حال، رابطه بین صفات شخصیتی تاریک^۲ و استفاده مشکل‌دار از اینترنت هنوز مورد بررسی قرار نگرفته است. هدف از این مطالعه، بررسی روابط صفات تاریک با فعالیت‌های آنلاین خاص (به عنوان مثال، رسانه‌های اجتماعی، بازی، قمار، خرید و سکس) و استفاده مشکل‌دار از اینترنت بود. در مجموع ۷۷۲ دانشجوی ترکیه‌ای (۶۴٪ زن، با دامنه سنی ۱۸ تا ۲۸)، یک نظرسنجی خود-گزارش‌دهی شامل مقیاس دوازده‌تایی سنجش سه‌گانه تاریک^۳، مقیاس کینه‌توزی^۴، مقیاس کوتاه تکانه‌های سادیستیک^۵ و نسخه انطباق‌یافته از مقیاس اعتیاد به فیس‌بوک برگن را تکمیل نمودند.

تجزیه و تحلیل رگرسیون سلسله‌مراتبی و یک مدل میانجی چندگانه^۶ نشان داد که مذکر بودن به‌طور مثبت با میزان بالاتری از بازی، سکس و قمار آنلاین، ارتباط داشته و با استفاده از رسانه‌های اجتماعی و خرید آنلاین رابطه منفی دارد. نارسیسیسم با استفاده بیشتر از رسانه‌های اجتماعی مرتبط بود؛ در حالی که ماکیاولیسیسم با استفاده بیشتر از بازی، سکس و قمار آنلاین ارتباط داشت. سادیسیسم با سکس آنلاین و کینه‌توزی با سکس، قمار و خرید آنلاین همراه بود. در نهایت، ماکیاولیسیسم

1. problematic internet use (PIU)

۲. سه ویژگی شخصیتی یعنی ماکیاولیسیسم، جامعه‌سنیزی و نارسیسیسم که به دلیل همراهی با بدخواهی، تاریک نامیده می‌شوند.

3. Dark Triad Dirty Dozen Scale

4. Spitefulness Scale

5. Short Sadistic Impulse Scale

6. Multiple mediation model

و کینه‌توزی به‌طور مستقیم و غیرمستقیم با استفاده مشکل‌دار از اینترنت از طریق قمار، بازی و خرید آنلاین همراه و نارسسیسم به‌طور غیرمستقیم با استفاده مشکل‌دار از اینترنت از طریق استفاده از رسانه‌های اجتماعی مرتبط بود. یافته‌های این مطالعه مقدماتی نشان می‌دهد که افراد با ویژگی‌های شخصیتی تاریک، احتمالاً در استفاده مشکل‌دار از فضاهای آنلاین، آسیب‌پذیرتر هستند، لذا تحقیقات بیشتری برای بررسی ارتباطات صفات شخصیتی تاریک با انواع خاصی از فعالیت‌های آنلاین مشکل‌دار ضرورت دارد (کیرکابورون و گریفیتس، ۲۰۱۸).

- نقاط مشترک و تفاوت در ویژگی‌های شخصیتی در اعتیاد به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی -

در بین دانشجویان لبنانی (هاوی و سماها، ۲۰۱۹)

در این مطالعه که روی شناسایی نقاط مشترک و تفاوت در ویژگی‌های شخصیتی در اعتیاد به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی انجام شد، نتایج مشخص کردند که اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی، زیرمجموعه اعتیاد به اینترنت نیست. در این مطالعه که بر ۵۱۲ دانشجوی کارشناسی (از یک دانشگاه خصوصی انگلیسی‌زبان)، انجام شد، متغیرهایی چون اعتیاد به اینترنت (اندازه‌گیری شده با آزمون اعتیاد به اینترنت)، اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی (اندازه‌گیری شده با پرسشنامه اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی^۲)، ارزیابی کلی فرد از ارزشمندی خود به‌عنوان یک انسان (اندازه‌گیری شده با مقیاس عزت‌نفس روزنبرگ^۳)، رضایت از زندگی (اندازه‌گیری شده با مقیاس رضایت از زندگی^۴)، خود‌پنداره (اندازه‌گیری شده با مقیاس خود‌پنداره^۵) و پنج بعد شخصیتی که با پرسشنامه ده موردی شخصیت^۶ اندازه‌گیری شده است، مورد بررسی قرار گرفتند. هم‌چنین پرسشنامه‌ای جهت اطلاعات جمعیت‌شناختی شامل سن، جنس، میزان چک کردن و استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، تعداد دوستان در شبکه‌های اجتماعی و هم‌چنین پرسش در مورد اینکه «حس می‌کنید کجا بهتر می‌توانید خود حقیقی‌تان باشید؟» به کار گرفته شد.

در نتایج این پژوهش، عزت‌نفس، مقبولیت، وظیفه‌شناسی، گشودگی نسبت به تجربه، ثبات

1. Hawi & Samaha
2. The Social Media Addiction Questionnaire (SMAQ)
3. Rosenberg's Self-Esteem Scale (RSES)
4. The Satisfaction with Life Scale (SwLS)
5. The Self-Concept Scale (SCS)
6. The Ten Item Personality Inventory (TIPI)

عاطفی، استفاده از اینترنت و استفاده از شبکه‌های اجتماعی، هر دو نوع اعتیاد به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی را پیش‌بینی کرده‌اند؛ درحالی‌که سن، رضایت از زندگی و خودپنداره مستقل، هیچ‌کدام را پیش‌بینی نکردند. ویژگی‌های شخصیتی، از جمله وظیفه‌شناسی، مقبولیت، گشودگی نسبت به تجربه و ثبات عاطفی، به‌علاوه عزت‌نفس، همه، پیش‌بینی‌کننده‌های منفی هر دو نوع اعتیاد به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی بودند. برون‌گرایی (به‌صورت منفی) و خود حقیقی بودن^۱ (به‌صورت مثبت)، اعتیاد به اینترنت را پیش‌بینی کردند. جنسیت (زن)، خودپنداره مستقل (به‌صورت منفی)، تعداد دفعات به‌روزرسانی پست‌ها و تعداد دوستان در شبکه‌های مجازی، اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی را پیش‌بینی نمودند. پرسش در مورد اینکه حس می‌کنید کجا بهتر می‌توانید خود حقیقی‌تان باشید؟ در این مطالعه به اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی مرتبط نبود، یافته‌ای که می‌تواند ناشی از فشار اجتماعی خود-ارائه‌گری^۲ و تصویر از خود^۳ در رسانه‌های اجتماعی باشد (هاوی و سماها، ۲۰۱۹).

جدول ۱-۴: طبقه‌بندی عوامل خطر بالقوه در اعتیاد به اینترنت و رسانه‌های اجتماعی

متغیرهای پیش‌بینی‌کننده هر دو نوع اعتیاد	
پیش‌بینی‌کننده‌های مثبت	پیش‌بینی‌کننده‌های منفی
«در روزهای معمولی هفته، روزانه چند ساعت به اینترنت وارد می‌شوید؟» «در آخر هفته‌ها، روزانه چند ساعت به اینترنت وارد می‌شوید؟» «هر چند وقت یکبار حساب‌های رسانه‌های اجتماعی خود را چک می‌کنید؟»	عزت نفس مقبولیت وظیفه‌شناسی باز بودن نسبت به تجربه ثبات هیجانی
متغیرهایی که هیچ‌کدام از اعتیادها را پیش‌بینی نمی‌کنند	
سن رضایت از زندگی خود-تفسیری ^۴ وابسته	

۱. به معنای آزادی بدون محدودیت از قیدوبندهای جامعه

2. Self-presentation

3. Self-image

۴. به هر گونه باور درباره "خود" گفته می‌شود (Self-construal) که به‌خصوص در تمایز "وابسته" و "مستقل" نمود پیدا می‌کند. خود-تفسیری وابسته، بر در هم تنیدگی فرد در شبکه‌ای از روابط اجتماعی تأکید و جدایی و ویژگی‌ها یا دستاوردهای منحصر به فرد او را کم‌رنگ می‌نماید؛ درحالی‌که خود-تفسیری مستقل، بر جدایی فرد و کم‌اهمیت بودن جلوه او در روابط اجتماعی تکیه می‌کند (دیکشنری تخصصی انجمن روان‌شناسی آمریکا، ۲۰۲۰).

پیش‌بینی‌کننده‌های متمایز هر یک از اعتیادها			
پیش‌بینی‌کننده‌های منفی اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی	پیش‌بینی‌کننده‌های مثبت اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی	پیش‌بینی‌کننده‌های منفی اعتیاد به اینترنت	پیش‌بینی‌کننده‌های مثبت اعتیاد به اینترنت
خود-تفسیری مستقل	«هر چند وقت یکبار، به روزرسانی یا سایر اطلاعات را در حساب‌های رسانه‌های اجتماعی خود پست می‌کنید؟» «تقریباً چند دوست در حساب‌های رسانه‌های اجتماعی خود دارید؟» جنس	برون‌گرایی	«حس می‌کنید کجا بهتر میتوانید خود حقیقتان باشید؟»

- اعتیاد و همدلی در شبکه‌های اجتماعی: تعدیل تأثیر ویژگی‌های شخصیتی در دانش‌آموزان

دبیرستانی اصفهان (ایران)، (دلوی^۱ و همکاران، ۲۰۲۱)

از جدیدترین مطالعات انجام‌شده در زمینه رابطه شخصیت و اعتیاد به شبکه‌های مجازی، پژوهش دلوی و همکاران در سال ۲۰۲۱ می‌باشد. در این مطالعه که نمونه‌گیری آن از نوجوانان (بازه ۱۵ تا ۱۸ سال) دبیرستان‌های اصفهان به عمل آمده است، نقش تعدیل‌کننده شخصیت در رابطه همدلی^۲ و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی در ۵۹۲ دانش‌آموز بررسی شده است. متغیرها شامل هر دو مؤلفه شناختی و عاطفی همدلی (اندازه‌گیری شده با شاخص واکنش‌پذیری بین فردی^۳، اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی (اندازه‌گیری شده با مقیاس اختلال شبکه‌های اجتماعی^۴) و پرسشنامه پنج عامل بزرگ شخصیت، بودند. همچنین اطلاعات زمینه‌ای مانند سن و جنس و نیز ارزیابی اینکه از کدام پلتفرم‌ها و بیشتر به چه منظور استفاده می‌شود، جمع‌آوری شدند. داده‌های پژوهش حاکی از آن بودند که گرچه دانش‌آموزان مدارس با درآمد بالا بیشتر به شبکه‌های اجتماعی اعتیاد داشتند، بین دختران و پسران تفاوتی وجود نداشت. افراد بیشتر از اینستاگرام، واتس‌آپ و تلگرام و عمدتاً برای سرگرمی، اشتراک محتوا و آشنایی با افراد جدید استفاده می‌کردند. علاوه بر این، نتایج این مطالعه نشان دادند همدلی با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی ارتباط منفی دارد. برون‌گرایی، از بین ویژگی‌های شخصیتی، در رابطه بین همدلی و

1. Dalvi-Esfahani

3. Interpersonal Reactivity Index

2. Empathy

4. Social Media Disorder Scale

اعتیاد نقش تعدیل کننده دارد و رابطه معکوس همدلی و اعتیاد در افراد برون گرا از افراد درون گرا بیشتر است؛ یک توضیح ممکن در این خصوص این است که به نظر می رسد برون گراها نیاز دارند همدلی بالایی داشته باشند، زیرا تمایل به روابط اجتماعی گسترده ای دارند؛ بنابراین، برون گراهایی که همدلی کمتری دارند، برای تأمین این روابط از شبکه های اجتماعی استفاده می کنند و بنابراین احتمال اعتیاد بیشتری دارند. مطالعه حاضر هم چنین نقش تعدیل کننده روان رنجور خویی و گشودگی نسبت به تجربه در رابطه همدلی و اعتیاد را تأیید نکرد؛ اما تأکید می کند روان رنجور خویی می تواند اعتیاد را هم برای افراد با همدلی بالا و هم افراد با همدلی پایین پیش بینی کند. در نهایت اینکه برون گرایی تنها متغیر تعدیل کننده قابل توجه مدل پژوهش بود (دلوی و همکاران، ۲۰۲۱).

تکانشگری و فضای مجازی

- بررسی ارتباط بین تکانشگری و اعتیاد به فیس بوک و نقش سبک های مقابله در این ارتباط، (فولر^۱ و همکاران، ۲۰۲۰)

پژوهشگران در این تحقیق، به منظور بررسی ارتباط بین تکانشگری و اعتیاد به فیس بوک و نقش سبک های مقابله در این رابطه، ۲۴۴ نفر در بازه سنی ۱۸ تا ۲۵ را مورد مطالعه قرار دادند. ابتدا از افراد در مورد اطلاعات جمعیت شناختی آنها (مانند سن، جنس و تحصیلات)، امکانات زندگی و میزان زمانی که در طول روز از فیس بوک استفاده می کنند، پرسیده شد. به منظور سنجش میزان اعتیاد به فیس بوک از پرسشنامه نفوذ فیس بوک^۲ (نمرات بالاتر در این پرسشنامه، نشان دهنده میزان استفاده بیشتر از این شبکه است)، جهت بررسی راهبردهای مقابله ای^۳، از خرده مقیاس های هیجان مدار و اجتنابی از فهرست مقابله با موقعیت های استرس زا^۴ و برای ارزیابی میزان تکانشگری، از پرسشنامه نظریه شخصیت حساسیت به تقویت^۵ استفاده شد. هم چنین از پرسشنامه فعال سازی رفتاری و بازداری رفتاری^۶ نیز برای بررسی میزان تکانشگری

1. Fowler

2. Facebook Intrusion Questionnaire

۳. سبک های مختلف افراد برای سازگاری با چالش ها و فشارهای روانی؛ Coping styles.

4. the Coping Inventory for Stressful Situations

5. The Reinforcement Sensitivity Theory of Personality Questionnaire

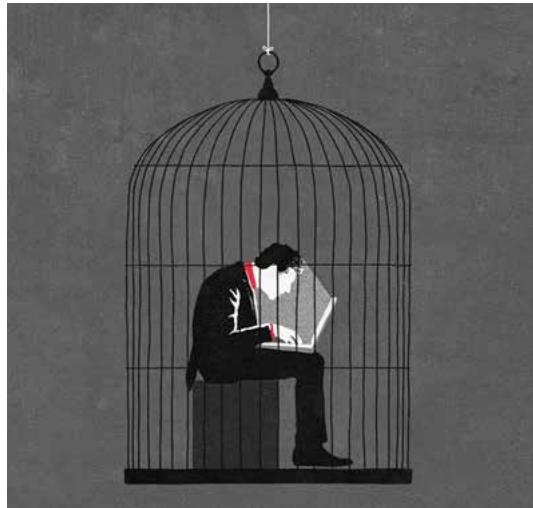
6. The Behavioural Inhibition and Behavioural Activation Survey

بهره گرفته شد.

بر اساس یافته‌های این مطالعه، سبک مقابله‌ای هیجان‌مدار، میانجی‌گر معنی‌داری در رابطه بین تکانشگری و اعتیاد به فیس‌بوک بوده و به دنبال جنبه پاداش تکانشگری است؛ اما سبک مقابله‌ای اجتنابی رابطه بین استفاده از فیس‌بوک و تکانشگری را میانجی‌گری نکرده و نقشی در این رابطه ندارد. جالب‌توجه اینکه تکانشگری به‌طور مستقیم با اعتیاد به فیس‌بوک در ارتباط است (فولر و همکاران، ۲۰۲۰).

- بررسی رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و تکانشگری و احساس تنهایی، (ساوسی^۱ و همکاران، ۲۰۱۶)

در این مطالعه که با شرکت ۳۰۷ دانشجوی ترک (زن و مرد) ۱۸ تا ۲۷ سال، صورت گرفت، برای اندازه‌گیری تکانشگری از فرم کوتاه مقیاس تکانشگری بارات^۲ (نمرات بالاتر به معنی تکانشگری بیشتر)، برای اندازه‌گیری میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی از مقیاس استفاده از شبکه اجتماعی و برای سنجش احساس تنهایی از فرم کوتاه مقیاس احساس تنهایی UCLA^۳ استفاده شد.



By Sergio Ingravalle. In the public domain.

1. Savci
2. Barratt Impulsivity Scale Short Form (BIS-11-SF)
3. UCLA Loneliness Scale Short Form (ULS8-)

تحلیل داده‌ها در این مطالعه نشان می‌دهد بین تکانشگری و استفاده از شبکه‌های اجتماعی، بین تکانشگری و احساس تنهایی و همچنین میان استفاده از شبکه اجتماعی و احساس تنهایی، رابطه وجود دارد. به‌طور کلی، می‌توان این‌طور تبیین کرد که افراد با علائم تکانشگری، تمایل به استفاده بیشتر از شبکه‌های اجتماعی و خودمهاری کمتری دارند. جالب‌توجه اینکه استفاده از شبکه‌های اجتماعی به‌طور مستقیم بر تنهایی اثرگذار است (ساوسی و همکاران، ۲۰۱۶).

- بررسی تعامل بین تکانشگری و کنترل بازداری^۱ و عملکرد اجرایی^۲ کلی برای توضیح علائم اختلالات ناشی از شبکه‌های اجتماعی، (وگمن^۳ و همکاران، ۲۰۲۰)

۱۱۲ شرکت‌کننده در سنین ۱۷ تا ۵۳ در پژوهش حاضر مورد بررسی قرار گرفتند. برای اندازه‌گیری شدت علائم اختلال استفاده از شبکه‌های اجتماعی از آزمون کوتاه اعتیاد به اینترنت بهره گرفته شد که شدت علائم و اختلالات را هرروز طی استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌سنجد. برای اندازه‌گیری تکانشگری از نسخه کوتاه مقیاس تکانشگری بارات^۴ و جهت سنجش عملکرد اجرایی عمومی نیز، از آزمون تداخل رنگ کلمات استروپ^۵ استفاده گردید تا پردازش اطلاعات و مداخله شناختی را بسنجد. دیگر مقیاس‌ها مورد استفاده در این پژوهش شامل آزمون ساختن دنباله^۶ به منظور اندازه‌گیری توجه بینایی و توانایی انعطاف‌پذیری^۷؛ آزمون مرتب کردن کارت‌های نلسون^۸ برای اندازه‌گیری تشخیص قانون، پردازش بازخورد و انعطاف‌پذیری شناختی؛ و الگوی شنیداری تکلیف برو-نرو^۹ جهت سنجش بازداری، می‌باشد.

یافته‌های این تحقیق حاکی از آن است که اختلال استفاده از شبکه‌های اجتماعی به‌طور معنی‌داری با خرده‌مقیاس‌های تکانشگری توجهی مقیاس بارات در ارتباط است، درحالی‌که با سایر مقیاس‌ها مرتبط نیست. تحلیل رگرسیون تعدیل‌شده نیز نشان داد که شدت افزایش‌یافته

1. Inhibitory control

2. Executive functions

3. Wegmann

4. The Barratt Impulsiveness Scale (BIS15-)

۵. اثر استروپ در روان‌شناسی، نشان‌دهنده تداخل در زمان واکنش است. زمانی که اسم یک رنگ (مانند آبی، سبز یا قرمز) با رنگ دیگری که نشان‌گر نام آن رنگ نیست، چاپ شده باشد (به عنوان مثال، کلمه «قرمز»، به جای اینکه با جوهر قرمز رنگ چاپ شود، با جوهر آبی‌رنگ چاپ شود)، نام بردن رنگ کلمه، در مقایسه با حالتی که رنگ جوهر و کلمه با هم یکی باشند، زمان بیشتری طول کشیده و با احتمال خطای بالاتری مواجه می‌شود؛ Stroop Color-Word-Interference Test.

6. The Trail Making Test

۷. از کارکردهای اجرایی، به معنی تغییر محل متمرکز نمودن توجه در سازگاری با شرایط؛ Switching.

8. Nelson's94 Modified Card Sorting Test (MCST)

9. An auditory Go-NoGo paradigm

علائم اعتیاد به اینترنت به طور کلی با تکنشگری توجهی بالاتر در ارتباط است؛ خصوصاً اگر کاهش در عملکرد اجرایی یا بازداری وجود داشته باشد. درعین حال هیچ رابطه مستقیمی بین کارکردهای اجرایی و عمومی و کنترل مهاری خاص با شدت علائم اختلال استفاده از شبکه‌ها اجتماعی دیده نشد (وگمن و همکاران، ۲۰۲۰).

تصمیم‌گیری و فضای مجازی

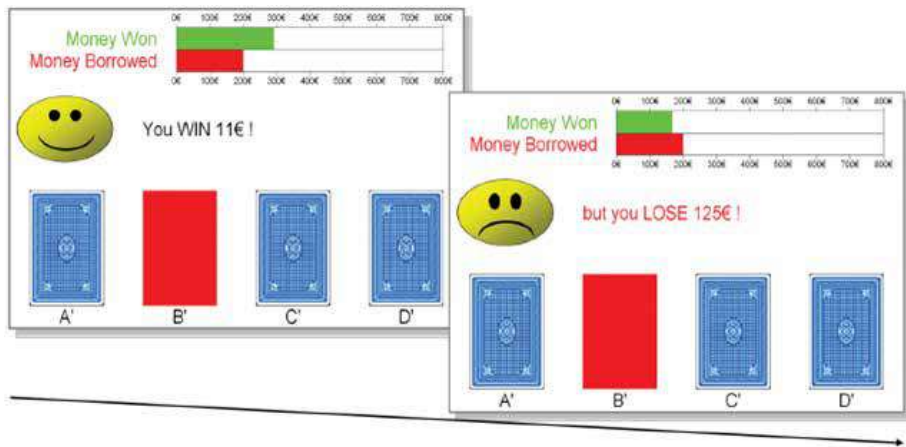
- بررسی ارتباط بین استفاده بیش از حد از فیس‌بوک و اختلال در تصمیم‌گیری با استفاده از تکلیف قمار آیوا در بین دانشجویان آلمانی (مشی^۱ و همکاران، ۲۰۱۹)

شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک، پاداش‌های اجتماعی متنوع و زیادی به کاربران ارائه می‌دهند. این پاداش‌ها، کاربران را بارها و بارها به شبکه‌های اجتماعی برمی‌گرداند؛ تا جایی که برخی از کاربران استفاده ناپه‌نچار و بیش از حد از شبکه‌های اجتماعی را بروز داده‌اند. علائم این استفاده بیش از حد، شبیه علائم مصرف مواد مخدر و اختلالات اعتیاد رفتاری است.



By John holcroft. In the public domain.

نکته مهم اینکه، افراد مبتلا به سوء مصرف مواد و اختلالات اعتیاد رفتاری در تصمیم‌گیری مبتنی بر ارزش^۱ دچار مشکل هستند (این مشکل، در تکلیف قمار آیووا^۲، مشخص می‌شود). با این وجود، در حال حاضر مشخص نیست که آیا کاربران با استفاده بیش از حد شبکه‌های اجتماعی همان نقص را در تصمیم‌گیری نشان می‌دهند؟ بنابراین هدف این مطالعه، بررسی رابطه بین استفاده بیش از حد از شبکه‌های اجتماعی و عملکرد در تکلیف قمار آیووا می‌باشد.



شکل ۲-۴: تکلیف قمار آیووا (کاسوتی و همکاران، ۲۰۱۱)

تکلیف آیووا شامل چهار دسته کارت است که انتخاب هر کدام از دسته‌کارت‌ها میزانی از سود و زیان را به همراه دارد؛ یعنی با انتخاب هر کدام از دسته‌کارت‌ها آزمودنی ممکن است میزان خاصی برنده یا برعکس، بازنده شود. دسته‌کارت‌ها در مطالعات مختلف به اسامی مختلفی معروف‌اند، ولی با استناد به مطالعه اصلی بچارا و همکاران، اکثراً آن را بر اساس حروف انگلیسی دسته‌کارت‌های A, B, C, D نام‌گذاری کرده‌اند. بر پایه قاعده خاصی که تکلیف بر آن استوار است، بعد از ۲۰ کوشش، روند احتمالاتی انتخاب دسته‌کارت‌های C و D سودآورتر و برعکس A و B زیان‌بخش‌تر است. دسته‌کارت‌های A و B پاداش بزرگ‌تری به همراه دارند (بیش از ۱۰۰ امتیاز) اما ضرر آن‌ها نیز بالاتر است. برعکس، دسته‌کارت‌های C و D دربردارنده پاداش کمی هستند (معمولاً ۵۰ امتیاز) اما جریمه و ضرر آن‌ها نیز به نسبت کمتر است، بنابراین فرد با انتخاب آن‌ها مقدار امتیاز بیشتری بعد از چند کوشش به دست می‌آورد. به آزمودنی در قالب دستورالعمل فقط گفته می‌شود که برخی از دسته‌کارت‌ها بهتر از بقیه است. مطالعات آزمایشی نشان می‌دهند که آزمودنی‌ها عموماً بعد از ۲۰ (مایا و مک‌کلند، ۲۰۰۴) تا ۴۰ کوشش (برند، رکنور، گرابنهورس و بچارا، ۲۰۰۷) از پارامترهای ریسک و تصمیمات مخاطره‌آمیز آگاه می‌شوند؛ بنابراین، خیلی از محققین معتقدند این تکلیف در آغاز نوعی ارزیابی تصمیم‌گیری تحت شرایط ابهام به نظر می‌رسد اما بعد از چندین کوشش تصمیم‌گیری مخاطره‌آمیز و ریسکی چهره‌ای آشکارتر به خود می‌گیرد، به این معنا که اغلب آزمودنی‌ها از احتمال از دست دادن و زیان خود مطلع می‌شوند (موسسه تحقیقات علوم رفتاری-شناختی سینا).

1. Value-based decisions
2. Iowa Gambling Task (IGT)

۷۱ شرکت‌کننده (۱۸ تا ۳۵ ساله از یک دانشگاه بزرگ در آلمان/۴۴ زن) برای ارزیابی استفاده ناهنجار از فیس‌بوک، مقیاس اعتیاد به فیس‌بوک برگن را تکمیل نمودند. در مرحله بعد، این افراد ۱۰۰ کوشش^۱ تکلیف قمار آیووا را انجام دادند تا تصمیم‌گیری مبتنی بر ارزش خود را نمایان کنند.

بر اساس تحلیل‌های آماری، بین نمره اعتیاد به فیس‌بوک برگن و عملکرد شرکت‌کنندگان در تکلیف قمار آیووا __ به‌طور خاص در ۲۰ کوشش آخر __ رابطه منفی پیدا شد. هیچ ارتباطی بین نمره اعتیاد به فیس‌بوک برگن و عملکرد تکلیف قمار آیووا در کوشش‌های اولیه وجود نداشت.

نتایج هم‌چنین نشان می‌دهد استفاده بیش از حد از شبکه‌های اجتماعی با نقص در تصمیم‌گیری مبتنی بر ارزش همراه است. به علاوه، کاربران با استفاده مفرط شبکه‌های اجتماعی، ممکن است هنگام انجام تکلیف قمار آیووا تصمیمات خطرناک‌تری بگیرند. این نتیجه بین افراد مبتلا به استفاده بیش از حد شبکه‌های اجتماعی و افراد مبتلا به سوء‌مصرف مواد مخدر و اختلالات اعتیاد رفتاری هم‌راستا است.

بعضی محدودیت‌های این مطالعه که باید در مطالعات آتی برطرف شود بدین شرح می‌باشد:

(۱) در این مطالعه تنها استفاده بیش از حد از فیس‌بوک مدنظر بوده و استفاده ناهنجار از سایر پلتفرم‌ها مورد بررسی قرار نگرفته است.

(۲) اعتیاد به فیس‌بوک برگن یک معیار خود-گزارش‌دهی است و در این مطالعه از روش دیگری برای ردیابی استفاده افراطی افراد از شبکه اجتماعی، صورت نگرفته است.

(۳) ممکن است بتوان بعضی احساس‌ها^۲ را به گونه دیگری تفسیر نمود (مثلاً تکانشگری به جای تصمیم‌گیری ریسکی). از این جهت باید نتایج به لحاظ اعتبار و پایایی^۳ بررسی شوند.

(۴) این مطالعه از گروه بالینی برای مقایسه با گروه سالم استفاده نکرده است (مشی و همکاران، ۲۰۱۹).

1. Trial
3. Reliability and validity

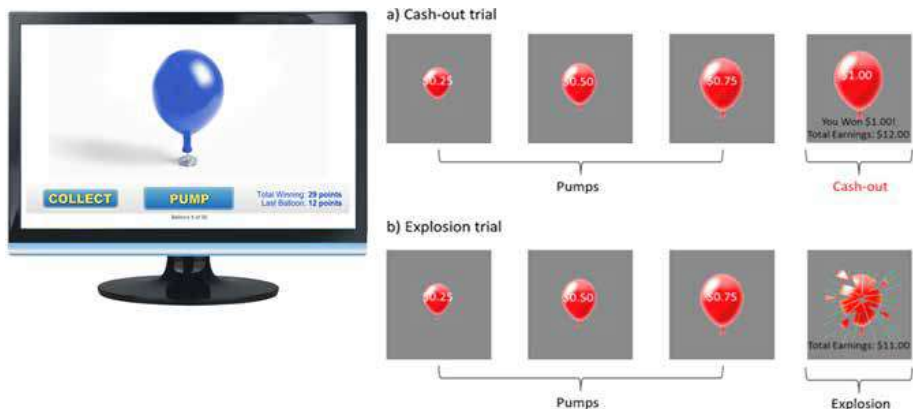
2. Feel

- بررسی ارتباط استفاده مشکل‌دار از رسانه‌های مجازی و تصمیم‌گیری پرخطر در بین دانشجویان امریکایی با استفاده از تکلیف بارت، (مشی و همکاران، ۲۰۲۰)

امروزه در سراسر جهان، مردم استفاده ناهنجار و مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک، اسنپ‌چت و اینستاگرام را بروز می‌دهند. همان‌طور که در مطالعه قبلی اشاره شد، علائم این مسئله، شبیه به علائم مصرف مواد و اختلالات اعتیاد رفتاری، مانند عود^۱ در زمان تلاش برای ترک است. افراد مبتلا به سوءمصرف مواد و اختلالات اعتیاد رفتاری نیز هنگام تصمیم‌گیری، افزایش خطرپذیری را نشان می‌دهند، اما تحقیقات کمی در مورد تصمیم‌گیری با توجه به استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی انجام شده است. در این مطالعه، با استفاده از تکلیف بارت^۲ (آزمون خطرپذیری بادکنکی) تصمیم‌گیری مخاطره‌آمیز و استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی ارزیابی شده است. در راستای تحقیقات قبلی در مورد اختلالات اعتیاد رفتاری، پژوهشگران فرض کردند که استفاده مشکل‌دارتر از شبکه‌های اجتماعی با خطرپذیری بیشتر پیوند داشته باشد. برای پرداختن به این فرضیه، سه مطالعه انجام شد که در آن‌ها برای ارزیابی استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی از مقیاس اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی برگن و نمرات مربوط به عملکرد در تکلیف بارت استفاده شد.

1. Relapse

2. Balloon Analogue Risk Task (BART)- task link: <https://www.millisecond.com/download/library/bart/>



شکل ۳-۴: تکلیف بارت (شکل سمت راست: چو و همکاران، ۲۰۱۵؛ شکل سمت چپ: کشلیناک و همکاران، ۲۰۱۶)

در این آزمون روی صفحه نمایش رایانه تصویر یک بادکنک ظاهر می‌شود که فرد با فشار دادن دکمه زیر آن می‌تواند آن را باد کند. در صفحه نمایش دو جعبه، یکی به‌عنوان صندوق موقت و یکی به‌عنوان صندوق دائم وجود دارد که موجودی هر صندوق روی آن نمایش داده می‌شود. با هر بار، باد شدن بادکنک، مقداری پول به صندوق موقت فرد اضافه می‌شود. فرد، می‌تواند به‌جای باد کردن بیشتر بادکنک روی کلید «جمع‌آوری پول» فشار دهد؛ در این زمان بادکنک جدیدی جایگزین می‌شود و مقدار پولی که از باد کردن بادکنک به‌دست آمده بود، به صندوق دائم می‌رود. با هر بار، باد کردن بادکنک پول صندوق موقت افزایش می‌یابد، ولی اگر بادکنک بتدریج پول صندوق موقت از دست می‌رود. در اینجا فرد با باد کردن بادکنک هر چند مبلغی را به صندوق موقت اضافه می‌کند، ولی کل پول صندوق موقت را به خطر می‌اندازد. بادکنک‌ها در نقطه غیرمشخصی می‌ترکند و این موضوع تصمیم‌گیری پرخطر و یا تصمیم‌گیری در شرایط عدم قطعیت را امکان‌پذیر می‌کند. افراد با تصمیم‌گیری پرخطر تمایل دارند با نادیده گرفتن خطر ترکیدن بادکنک، هر بادکنک را به میزان بیشتری باد کنند تا پول بیشتری از آن به دست آورند. در این آزمون مقادیر زیر به‌عنوان نمرات آزمون در نظر گرفته می‌شوند: (۱) نمره تنظیم‌شده یا AV؛ معادل میانگین دفعات پمپ شدن بادکنک‌هایی است که نترکیده‌اند. این متغیر، نمره اصلی آزمون و شاخص خطرپذیری آزمودنی است؛ (۲) نمره تنظیم‌شده یا UV؛ معادل میانگین دفعات پمپ شدن کل بادکنک‌ها است؛ (۳) تعداد دفعات ترکیدن بادکنک‌ها و (۴) حداکثر و حداقل تعداد دفعات باد کردن یک بادکنک. آزمون بارت به فرهنگ وابسته نیست و مبنای عصب‌شناختی دارد، آلفای کروناخ آزمون بارت ۸۰ درصد ذکر شده است (صفریزدی و نجاتی، ۱۳۹۱).

در مجموع و برخلاف فرضیه اولیه، بین استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی و خطرپذیری، ارتباط منفی پیدا شد. به‌طور خاص، هرچه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مشکل‌دارتر باشد، فرد خطر کمتری را نیز متحمل می‌شود، اما این گریز از خطر تنها پس از دریافت بازخورد منفی در مورد تصمیمات قبلی و سپس مواجه شدن با وضعیتی با خطر واقعی کمتر رخ می‌دهد.

روش و نتایج مطالعات سه‌گانه در این پژوهش، به شرح زیر است:

(۱) در مطالعه ۱، همه شرکت‌کنندگان (۱۰۵ نفر) ۹۰ کوشش بارت را تجربه کردند: ۳۰ بادکنک نارنجی، ۳۰ بادکنک زرد و ۳۰ بادکنک آبی، به ترتیب تصادفی برای هر شرکت‌کننده ارائه شد. در مقابل فرضیه اولیه، تحلیل آماری نشان داد که ارتباط منفی قابل‌توجهی بین استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی و سه نوع سنجش خطرپذیری وجود دارد. (سه

نوع سنجش بارت^۱ شامل میانگین پمپ‌های تنظیم‌شده، کل بادکنک‌های ترکیده و کل دلار کسب‌شده هستند.)

هم‌چنین، تجزیه و تحلیل، یک روند^۲ را با توجه به رنگ بادکنک، مشخص کرد: رابطه بین استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی و تصمیم‌گیری برای سه سنجش بارت، فقط برای بادکنک‌های کم‌خطر آبی (هر سه سنجش) و بادکنک‌های زرد با خطر متوسط (دوتا از سه سنجش) وجود داشت. این رابطه برای بادکنک‌های نارنجی پرخطر وجود نداشت (در هیچ‌یک از سنجش‌ها)؛ یعنی برخلاف فرضیه‌ی اولیه، استفاده مشکل‌دارتر از شبکه‌های اجتماعی با تصمیم‌گیری محافظه‌کارانه‌تر در هنگام خطر (ریسک) همراه بود.

این نتایج مغایر با پژوهش در مورد میزان استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی با تکلیف قمار آیووا (مشی و همکاران، ۲۰۱۹) و همچنین اکثر کارهای قبلی با بارت و اختلالات سوءمصرف مواد مخدر می‌باشد.

(۲) با مرور مجدد پژوهش‌های قبلی با بارت، مشخص شد که برخی از مطالعات با نتایج معنی‌دار فقط از بادکنک‌های آبی با میانگین نقطه انفجار ۶۴ پمپ، استفاده و از رنگ‌های دیگر چشم‌پوشی می‌کردند؛ بنابراین در مطالعه ۲ فقط از بادکنک‌های آبی استفاده شد تا به نحو دقیق‌تری از مطالعات قبلی دنباله‌روی کند.

تجزیه و تحلیل‌ها، هیچ ارتباط معنی‌داری با هرگونه اندازه‌گیری ریسک‌پذیری در بارت نشان نداد؛ در واقع، مطالعه ۲ نتایج مطالعه ۱ را تکرار نکرد. این اختلاف ممکن است به دلیل بازخورد منفی سریع از شکست با بادکنک‌های نارنجی در مطالعه ۱ باشد. در حمایت از این نکته، شرکت‌کنندگان در مطالعه ۱ نسبت به شرکت‌کنندگان در مطالعه ۲ به‌طور قابل‌توجهی بیشتر بادکنک ترک‌اندند. ممکن است شرکت‌کنندگان در مطالعه ۱ تجربه خود را با این بادکنک‌های سریع‌تر، منفجرشونده (نارنجی) به سایر رنگ‌های بادکنک (آبی و زرد) تعمیم داده و نسبت به بادکنک‌های کم‌خطر ریسک‌گریزتر شوند؛ به عبارت دیگر، فرض بر این بود که کاربران با استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی ممکن است نسبت به نتایج منفی، حساسیت بیشتری

1. Mean adjusted pumps, total burst, total dollars earned

2. Trend

داشته و متعاقباً نسبت به شرایط آینده با خطر واقعی کمتر (به عنوان مثال بادکنک‌های آبی) ریسک‌گریزی^۱ بیشتری نشان دهند.

(۳) برای پرداختن مستقیم به فرضیه «افزایش ریسک‌گریزی»، مطالعه ۳ انجام شد که در آن شرکت‌کنندگان فقط با بادکنک‌های نارنجی (با میانگین نقطه انفجار ۴ پمپ) و بادکنک‌های آبی (میانگین نقطه انفجار ۶۴ پمپ) روبرو شدند. نکته مهم اینکه، نیمی از شرکت‌کنندگان در ابتدا یک بلوک حاوی ۳۰ بادکنک نارنجی و سپس یک بلوک با ۳۰ بادکنک آبی (اول-نارنجی) را تکمیل کردند، در حالی که نیم دیگر شرکت‌کنندگان یک بلوک با ۳۰ بادکنک آبی و سپس یک بلوک حاوی ۳۰ بادکنک نارنجی (اول-آبی) را انجام دادند؛ اما به طور کلی، در مطالعه ۳، روش تقریباً مشابه مطالعات ۱ و ۲ بود و شامل ۶۰ آزمایش بارت می‌شد: ۳۰ بادکنک نارنجی و ۳۰ بادکنک آبی (ویژگی‌های انفجاری یکسان با مطالعه ۱). رنگ بادکنک، در آزمایش‌های تصادفی نبود. شرکت‌کنندگان یک بلوک ۳۰ آزمایشی از یک رنگ و سپس یک بلوک ۳۰ آزمایشی از رنگ دیگر را تجربه کردند. گروه اول-نارنجی در اولین بلوک از بادکنک‌ها، تعداد بیشتری ترکانند و در بلوک دوم تعداد کمتری بادکنک منفجر کردند.

مشابه مطالعه ۱، تجزیه‌وتحلیل برای همه بادکنک‌ها ارتباط منفی معنی‌داری را بین استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی و دو مورد از سه سنجش عملکرد بارت نشان داد. انتظار این بود که این تأثیرات در شرایط ترکیبی بادکنک‌ها در همه شرکت‌کنندگان، تحت تأثیر رفتار در شرایط کم‌خطر (بادکنک‌های آبی) دیده شود و در واقع، مطالعه ۳ الگوی قبلی را که در مطالعه ۱ مشاهده شد را تکرار کرد. در ادامه، ارتباطات بین استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی و عملکرد بارت در دو گروه به‌طور جداگانه بررسی شد. تجزیه‌وتحلیل، با گروه اول-نارنجی فرضیه‌ی پژوهشگران را تأیید کرد: در بلوک اول (بادکنک‌های نارنجی) هیچ ارتباط معنی‌داری وجود نداشت، اما در بلوک دوم (بادکنک‌های آبی)، استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی با هر سه اندازه‌گیری بارت ارتباط منفی داشت. برعکس، هیچ ارتباط معناداری بین استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی و سنجش‌های بارت در مورد ریسک‌پذیری در گروه اول-آبی

وجود نداشت. این یافته‌های خنثی در بلوک اول (بادکنک‌های آبی) تکرار نتیجه مطالعه ۲ بود. سه مطالعه در مجموع ارتباط منفی بین استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی و ریسک‌پذیری را نشان دادند، اما تنها پس از اینکه افراد نتایج منفی دریافت می‌کنند و سپس با شرایط کم‌خطر مواجه می‌شوند. مطالعه ۱ این ارتباط را نشان داد زیرا از بادکنک‌هایی با نمایه‌های ریسکی مختلف که به ترتیب تصادفی ارائه می‌شوند، استفاده شد. این امر سبب گشت که شرکت‌کنندگان در شروع آزمایش (۱۰ کوشش اول) نتایج منفی بیشتری نسبت به مطالعه ۲ دریافت کنند. در مطالعه ۲، برای شرکت‌کنندگان، بادکنک تک‌رنگ با نمایه کم‌خطر ارائه شد. در نتیجه، شرکت‌کنندگان نتایج منفی کمتری را تجربه کردند و ارتباط معنی‌داری بین استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی و ریسک‌پذیری مشاهده نشد. سپس الگوی جدیدی، به‌عنوان مطالعه ۳ طراحی شد که در آن شرکت‌کنندگان به‌طور خاص از یک وضعیت پرخطر به یک موقعیت کم‌خطر منتقل می‌شدند و بالعکس. مطالعه ۳ اثرات مشاهده‌شده در هر دو مطالعه ۱ و ۲ را تکرار کرد و نشان داد که کاربران مشکل‌دارتر شبکه‌های اجتماعی، پس از تجربه نتایج منفی، خطرگریزی بیشتری نشان می‌دهند. این نتایج با تحقیقات قبلی در مورد میزان استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی با تکلیف قمار آیووا مغایرت دارد (مشی و همکاران، ۲۰۱۹). این اختلاف را می‌توان، هنگام در نظر گرفتن ماهیت دقیق آنچه بارت و تکلیف قمار آیووا ارزیابی می‌کنند، برطرف کرد. وردجو-گارسیا^۱ و همکارانش (۲۰۱۸) بارت را به‌عنوان ارزیابی ریسک شرکت‌کنندگان در هنگام تصمیم‌گیری توصیف کردند، در حالی که تکلیف قمار آیووا پیچیده‌تر است؛ چراکه هم ریسک، هم ابهام و همچنین جنبه‌های مختلف پردازش بازخورد، از جمله یادگیری پاداش و حافظه را ارزیابی می‌کند.

بنابراین، پژوهشگران این مطالعه از بارت برای گسترش تحقیقات قبلی با تکلیف قمار آیووا استفاده کردند و از این طریق از زاویه‌ای دقیق‌تر و موشکافانه‌تر با تصمیم‌گیری مواجه شدند. قابل توجه آنکه، فقط هنگامی افزایش میزان ریسک‌گریزی، مشاهده شد که وضعیت شرکت‌کنندگان از حالت خطرناک‌تر به حالت کم‌خطر تغییر می‌کند.

این نوع انتقال نه در تکلیف قمار آیووا و نه در الگوی بارت سنتی اتفاق نمی‌افتد. در واقع، این نوع انتقال به الگوی یادگیری واژگونه احتمالی^۱ شبیه است که در آن شرکت‌کنندگان، احتمالاً پاداش دو گزینه را می‌آموزند و سپس این قانون آموخته‌شده عوض می‌شود (سوئینسن^۲ و همکاران، ۲۰۰۰). این نوع یادگیری هنوز مستقیماً در مورد استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی ارزیابی نشده است، اما افراد مبتلا به سوءمصرف مواد مخدر، هنگام تغییر به قانون جدید، اختلال نشان می‌دهند (برای بررسی، به ایزکیودو و جنج^۳، ۲۰۱۲ مراجعه کنید). تحقیقات آینده با یک الگوی یادگیری وارونه احتمالی، ممکن است مؤلفه‌های تصمیم‌گیری مربوط به کاربران مشکل‌دار شبکه‌های اجتماعی را روشن کند.

- خودافشایی در شبکه‌های اجتماعی و ارتباط آن با گرایش‌های تصمیم‌گیری فردی و استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی (دانشگاه Duisburg-Essen آلمان)، (استندورف^۴ و همکاران، ۲۰۲۰)

رسانه‌های اجتماعی از جمله شبکه‌های اجتماعی (SNS)، مردم را ترغیب می‌کنند تا اطلاعات شخصی خود را از طریق نمایه‌ها (پروفایل‌ها) و پست‌ها فاش کنند. فرض بر این است که تأثیرات مثبت کوتاه‌مدت و بازخورد فوری (به عنوان مثال، پسند گرفتن) ماهیتی پاداش‌آور دارند و ممکن است ارزیابی منطقی پیامدهای احتمالی منفی بلندمدت مربوط به خودافشایی^۵ را پیچیده نمایند. نظریه‌های فرایند دوگانه^۶، رفتارهای پرخطر را ناشی از جهت‌گیری به سمت تکانش بیشتر/ نتیجه کوتاه‌مدت^۷ در مقایسه با تصمیم‌گیری انعکاسی/ بلندمدت‌گرا^۸ می‌دانند. مطالعه حاضر به این مسئله می‌پردازد که آیا میزان خودافشایی آنلاین با تمایل کلی فرد به انتخاب پاداش‌های

1. Probabilistic reversal learning paradigm
2. Swainson
3. Izquierdo & Jentsch
4. Ostendorf
5. Self-disclosure
6. Dual-process theories
7. Impulsive/short-term oriented
8. Reflective/long-term oriented

این نظریات، بر این پیش‌فرض استوارند که تصمیمات افراد در نتیجه‌ی تعامل فرایندهای استراتژیک/ بازتابی و شهودی/ تکانشی حاصل می‌شود. فرض بر این است که این فرایندها از دو سیستم عصبی انعکاسی و تکانشی نشئت می‌گیرند، این دو سیستم باهم در تعامل هستند و تصمیم نهایی را می‌سازند. عملکرد سیستم انعکاسی، کند، متوالی، قاعده‌مند و از نظر شناختی کنترل شده است. سیستم تکانشی - که به آن سیستم ۱ یا سیستم تجربی شهودی نیز گفته می‌شود - پردازش سریع و موازی را بر اساس احساسات و تجربیات گذشته، امکان‌پذیر می‌کند.

کوتاه‌مدت و غفلت از خطرات طولانی‌مدت و هم‌چنین با گرایش به استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی قابل توضیح است یا خیر؟

از ۸۸ شرکت‌کننده (۱۶ تا ۵۶ ساله، شامل ۳۱ مرد از دانشگاه Duisburg-Essen آلمان) خواسته شد تا به حساب فیس‌بوک خود وارد شوند و به سؤالات مربوط به رفتار خودافشایی پاسخ دهند. به‌علاوه، شرکت‌کنندگان یک تکلیف تصمیم‌گیری تجربی را انجام داده (تکلیف کارت‌ها و بخت‌آزمایی^۱) و به یک پرسشنامه ارزیابی استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی نیز پاسخ دادند.

بر اساس یافته‌ها، میزان خودافشایی از طریق پست‌ها با تصمیم‌گیری سودمند^۲ ارتباط منفی و با گرایش به استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی ارتباط مثبت داشت. یافته‌ها نشان می‌دهد که میزان بالای خودافشایی از طریق پست‌ها با گرایش کلی به غفلت از خطرات طولانی‌مدت همراه است. علاوه‌براین، استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به‌طور مضاعف باعث افزایش خودافشایی از طریق پست‌ها شود (استندروف و همکاران، ۲۰۲۰).

- همبستگی استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی با اختلال عملکردهای اجرایی در تصمیم‌گیری‌های تحت شرایط پرخطر (مولر^۳ و همکاران، ۲۰۲۱)

تمایل به تلاش برای جلب رضایت فوری با نادیده گرفتن نتایج منفی بالقوه، در طولانی‌مدت، رفتارهای اعتیادی^۴ مانند سوء‌مصرف مواد مخدر^۵ یا اختلال بازی^۶ را مشخص می‌کنند. استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی در حال حاضر به‌عنوان یکی دیگر از رفتارهای احتمالی اعتیادآور مورد بحث قرار گرفته است که به نظر می‌رسد نتیجه عدم تعادل بین فرایندهای عاطفی و شناختی بوده و با ویژگی‌هایی از جمله افزایش تکانشگری و یا کاهش عملکردهای اجرایی و توانایی‌های تصمیم‌گیری، مشخص می‌شود. این مطالعه، عملکردهای مرتبط را در کاربران شبکه‌های اجتماعی با استفاده از تکلیف کارت‌ها و بخت‌آزمایی^۷ (CLT) بررسی می‌کند.

1. The Cards and Lottery Task (CLT)
3. Müller
5. Substance use

2. Advantageous decision making
4. Addictive behaviors
6. Gaming disorder

۷. یک تکلیف تصمیم‌گیری تحت شرایط خطر که در آن، گزینه‌ها هم‌زمان، شامل نتایج فوری و بلندمدت متناقض هستند.



شکل ۴- تکلیف کارت‌ها و بخت‌آزمایی (شیفر و همکاران، ۲۰۲۰)

کار با تعادل ۰ یورو و دسته‌کارت قرعه‌کشی ۱۰ ستاره در مقابل ۱۰ بمب آغاز می‌شود. دسته سمت چپ شامل ۱۰ کارت با سود فوری از ۰ تا ۱۰۰ یورو است که از این تعداد سه کارت دارای نماد بمب و هفت کارت خنثی هستند. دسته سمت راست نیز شامل ۱۰ کارت با مقادیر مختلف از ۰ تا ۵۰ یورو تا ۵۰+ یورو است که از این تعداد، سه کارت دارای نمادهای ستاره‌ای و هفت کارت خنثی می‌باشند. در این مثال، شرکت‌کننده از دسته سمت راست کارت می‌کشد. بلافاصله در مورد کارت به‌طور تصادفی از دسته سمت راست بازخورد داده می‌شود، در این مورد، بازخورد این مثال شامل کارت با ضرر ۱۷ یورویی و یک علامت ستاره است. موجودی و قرعه‌کشی شرکت‌کننده با توجه به کارت قبلاً به‌روز شده است. کوشش بعدی با تغییر حاشیه برد / باخت و فرکانس‌های نماد ستاره / بمب در بالای هر دو عرشه نمایش داده می‌شود (شیفر و همکاران، ۲۰۲۰).

جمع‌آوری داده‌ها در شهرهای مادرید (اسپانیا) و دویسبورگ (آلمان) در بازه زمانی نوامبر ۲۰۱۷ تا مارس ۲۰۱۹ انجام شده است. نمونه‌ای از شرکت‌کنندگان آلمانی و اسپانیایی (تعداد=۲۹۰) تکلیف کارت‌ها و بخت‌آزمایی و هم‌چنین آزمون اصلاح‌شده دسته‌بندی کارت^۱، مقیاس تکنانجری بارات، آزمون کوتاه اعتیاد به اینترنت برای شبکه‌های اجتماعی^۲ و سایر غربالگری‌ها در مورد دیگر رفتارهای بالقوه مشکل‌ساز را انجام دادند.

افرادی که از شبکه‌های اجتماعی، به نحو مشکل‌دار استفاده می‌کنند (۵۶ نفر) در مقایسه با افرادی که استفاده غیرمشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی دارند (۵۰ نفر)، در توجه تکنانجی افزایش و در عملکردهای اجرایی کاهش، نشان می‌دهند. بر اساس نتایج، هیچ تفاوتی در عملکرد تصمیم‌گیری مشاهده نشد. هم‌چنین یافته‌ها نشان می‌دهد که استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی به نقص‌های توجهی^۳ مرتبط‌تر است تا نقص‌های تصمیم‌گیری عمومی^۴. علاوه‌براین، استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی به احتمال زیاد با سایر رفتارهای مشکل‌دار استفاده از

1. Modified Card Sorting Test (MCST)
 2. Short Internet Addiction Test specified for social-networking (sIAT-SNS)
 3. Attentional deficits
 4. General decision-making deficits

اینترنت، به‌ویژه بازی یا خرید، هم‌آیند می‌باشد.

کاهش ارزش تعویقی^۱ و تصمیم‌گیری مخاطره‌آمیز

کاهش ارزش تعویقی، یکی از عناصر اصلی تصمیم‌گیری است که به‌عنوان استهلاک ارزش پاداش مربوط به زمان آزاد شدن آن، تعریف می‌شود. نرخ بالای کاهش ارزش تعویقی، در افرادی یافت می‌شود که پاداش‌های کوچک‌تری که بلافاصله در دسترس هستند را به پاداش‌های دیرتر اما بزرگ‌تر، ترجیح می‌دهند. در واقع، کاهش ارزش تعویقی به عنوان ملاکی برای کاهش خودکنترلی و افزایش تکانشگری به کار می‌رود. (ماتا و همکاران، ۲۰۱۲).

- کاهش ارزش تعویقی ارتباط بین حجم قشر اینسولای خلفی (قشر جزیره‌ای خلفی) و علائم اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی را در بین کاربران فیس‌بوک، میانجی‌گری می‌کند-ایالات متحده، (تورل^۲ و همکاران، ۲۰۱۸)

علائم شبه اعتیاد^۳ در رابطه با استفاده بیش از حد و اجباری از شبکه‌های اجتماعی در جمعیت عمومی شایع است و از آنجاکه این امر می‌تواند به عوارض جانبی مختلف منجر شود، نیاز فزاینده‌ای به درک سیستم‌ها و فرایندهای مغزی دخیل در اعتیاد بالقوه به شبکه‌های اجتماعی احساس می‌شود. این مطالعه بر ریخت‌شناسی^۴ (فرم اندامگان) تقسیم خلفی قشر جزیره‌ای (یعنی، اینسولای^۵) تمرکز می‌کند؛ چراکه شواهد حاکی از آن است که این ناحیه در حمایت از اعتیاد به مواد و رفتارهای مشکل‌دار، نقش مهمی ایفا می‌کند.

بر اساس تکنیک‌های مورفومتری مبتنی بر وکسل^۶ که در اسکن MRI متعلق به ۳۲ کاربر شبکه اجتماعی (شامل ۶ زن، با میانگین سنی ۳۱/۱۸ در محدوده ۲۱-۶۲ سال) اعمال شد، پژوهشگران گزارش داده‌اند حجم ماده خاکستری اینسولای خلفی دوطرفه با علائم اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی ارتباط منفی دارد. در ادامه، پژوهشگران نشان دادند که در این ارتباط،

1. Delay discounting
2. Turel
3. Addiction-like symptoms
4. Morphology
5. Posterior subdivision of the insular cortex (i.e., the insula)
6. Voxel-based morphometry techniques

کاهش ارزش تعویقی نقش میانجی را ایفا می‌کند. این شواهد اولیه حاکی از آن است که ریخت‌شناسی اینسولا می‌تواند تا حدی، از طریق مشارکت در آینده‌نگری ضعیف و تکانشگری که حاصل کاهش ارزش تعویقی است، با اعتیاد بالقوه به شبکه‌های اجتماعی همراه باشد (تورل و همکاران، ۲۰۱۸).



By Sergio Ingravalle. In the public domain.

- بررسی رابطه بین استفاده واقعی از تلفن هوشمند و کاهش ارزش تعویقی در بین بزرگسالان آلمانی، (شولز ون اندرت^۱ و همکاران، ۲۰۲۰)

حضور همه‌جانبه تلفن‌های هوشمند در میان نوجوانان و بزرگسالان، باعث ایجاد سؤالاتی در مورد استفاده بیش از حد و عوامل شخصیتی می‌شود که با اشتغال بیشتر به این دستگاه‌ها مرتبط است. مطالعات قبلی، شباهت‌هایی رفتاری بین استفاده از تلفن‌های هوشمند و رفتارهای نابهنجار (به عنوان مثال نوشیدن الکل، قمار و سوءمصرف مواد مخدر) را در زمینه انتخاب بین زمانی^۲ نشان داده‌اند، اما بیشتر به گزارش‌های خود شرکت‌کنندگان در رابطه با تعامل با تلفن همراه متکی بوده‌اند. در این مطالعه، داده‌های استفاده واقعی، با استفاده از برنامه تلفن‌های هوشمند از ۱۰۱ شرکت‌کننده (۵۳٪ زن با میانگین سنی ۲۲ سال و از پایگاه داده‌های داوطلبان

1. Schulz van Endert

2. Context of intertemporal choice

مرکز علوم اجتماعی برلین^۱ (WZB) در این مطالعه شرکت کردند، جمع‌آوری شد و تمایل آن‌ها به کاهش پاداش‌های آینده^۲، پاسخگویی به پاداش^۳، خود-مهارى^۴ و بررسی عواقب آینده^۵ مورد ارزیابی قرار گرفت.

زمان صفحه نمایش تلفن‌های هوشمند^۶ با انتخاب جوایز فوری کوچک‌تر نسبت به جایزه‌های تأخیری بزرگ‌تر ارتباط دارد و استفاده از شبکه‌های اجتماعی و برنامه‌های بازی، کاهش ارزش تعویقی را پیش‌بینی می‌کند. علاوه بر این، استفاده از تلفن هوشمند با خود-مهارى، ارتباط منفی داشت اما با در نظر گرفتن عواقب آینده ارتباطی نداشت. هیچ‌یک از متغیرهای روان‌شناختی نتوانستند رابطه بین استفاده از تلفن‌های هوشمند و کاهش ارزش تعویقی را میانجی‌گری کنند. یافته‌های این پژوهش، شواهد دیگری را نشان می‌دهد که استفاده از تلفن‌های هوشمند و تصمیم‌گیری تکانشی دست‌به‌دست هم می‌دهند؛ بنابراین، اشتغال به این دستگاه‌ها باید توسط پژوهشگران مورد بررسی دقیق قرار گیرد تا منجر به استفاده و رفتار معقول گردد (شولز ون اندرت و همکاران، ۲۰۲۰).

رفتارهای پرخطر: قمار و فضای مجازی

- استفاده‌ی اپراتورهای قمار از رسانه‌های اجتماعی و انتقال پیام‌های پنهان در مورد قمار (در استرالیا)، (مطالعه گینزبری^۷ و همکاران، ۲۰۱۶)

تبلیغات محصولات قمار به دلیل پتانسیل آن‌ها برای عادی کردن قمار و مشارکت در رفتارهای قمار افراطی، در میان جمعیت‌های آسیب‌پذیر، محدود شده‌اند. با این حال، شبکه‌های اجتماعی، اپراتورهای قمار را قادر می‌سازند تا محصولات و نشانام‌ها^۸ (برند) را با محدودیت‌هایی کمتر از رسانه‌های سنتی، تبلیغ کنند. این تحقیق، به بررسی این مسئله پرداخت که چگونه شبکه‌های اجتماعی توسط اپراتورهای قمار برای ترویج این فعالیت‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند.

1. Berlin Social Science Center (WZB)
2. Discount future rewards
3. Reward responsiveness
4. Self-control
5. Consideration of future consequences
6. Smartphone screen time

زمان صفحه نمایش، مدت‌زمانی است که برای استفاده از دستگاهی با صفحه نمایشی مانند گوشی هوشمند، صرف می‌شود.

7. Gainsbury
8. Brands

نتایج نشان داد که فیس بوک و توئیتر پلتفرم‌هایی بودند که اغلب توسط کارزینوها و اپراتورهای آنلاین شرط‌بندی، مورد استفاده قرار می‌گرفتند. به علاوه، یک یافته کلیدی این بود که اپراتورهای قمار آنلاین محتوای قمار را همراه با اخبار و رویدادهای مرتبط و هم‌چنین محتوای غیرمرتبط، به‌عنوان راهی برای عادی‌سازی قمار در یک زمینه اجتماعی گسترده‌تر به کار می‌گیرند. در ادامه، پژوهشگران مطالعه فوق به بررسی تأثیرات رویارویی با بازاریابی قمار آنلاین در رسانه‌های اجتماعی پرداختند؛ چراکه تأثیر تبلیغات دیجیتال قمار و بازاریابی آن از طریق شبکه‌های اجتماعی، بر مصرف‌کنندگان آسیب‌پذیر، از جمله قماربازهای با ریسک متوسط و شدید مشخص نیست. این مطالعه با هدف بررسی فراخوانی قرار گرفتن در معرض قماربازان و تبلیغات قمار و محتوای بازاریابی در رسانه‌های اجتماعی با تمرکز بر کاربران آسیب‌پذیر که در حال حاضر مشکلات قمار را تجربه می‌کنند، انجام شده است. قماربازانی (۱۸ سال به بالا) که از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کردند (۹۶۴ نفر) یک نظرسنجی آنلاین را انجام دادند که میزان مواجهه و تعامل آن‌ها با اپراتورهای قمار در شبکه‌های اجتماعی، شدت قمار و تأثیر تبلیغات رسانه‌های اجتماعی بر قمار را ارزیابی می‌کرد.

نکته مهم آنکه، بخش قابل‌توجهی از قماربازان با ریسک متوسط/ شدید گزارش کردند مشکلات آن‌ها در نتیجه قرار گرفتن در معرض و درگیر شدن با تبلیغات شبکه‌های اجتماعی برای قمار، بدتر می‌شود. تحقیقات آینده باید نتایج خود-گزارشی این پژوهش را با مقایسه با داده‌های رفتاری، تأیید کنند (گینزبری و همکاران، ۲۰۱۶b).

- شیوع قمار آنلاین در کاربران ایرانی شبکه‌های اجتماعی، (داوودی^۱ و همکاران، ۲۰۲۱)

افزایش تصاعدی استفاده از اینترنت با خطرات و مضراتی همراه بوده است. به‌تازگی، شیوع قمار آنلاین در کشورهای مختلف در حال افزایش است. قمار آنلاین می‌تواند مقدمه‌ای برای اختلال قمار باشد و بیش از این، هیچ تحقیقی در این زمینه در ایران انجام نشده است. هدف از این مطالعه بررسی شیوع قمار آنلاین و ارتباط آن با متغیرهای جمعیت‌شناختی و علائم روان‌پزشکی بود.

۳۲۵۲ نفر به صورت آنلاین در این مطالعه شرکت کردند. شرکت کنندگان ۱۷ تا ۶۰ سال (با میانگین سنی ۲۷,۵) و از کاربران سه شبکه اجتماعی رایج در ایران (اینستاگرام، فیس‌بوک و تلگرام^۱) بودند.

۵۲,۱٪ از شرکت کنندگان را زنان تشکیل می‌دادند، ۳۳,۹٪ دانشجوی کارشناسی یا دارای مدرک لیسانس بودند، ۳۱,۵٪ دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد یا دارای مدرک فوق لیسانس و بالاتر بوده، و میزان تحصیلات مابقی، دیپلم یا کمتر بود. ابزار تحقیق، شامل نسخه فارسی پرسشنامه غربالگری اختلال قمار^۲، فهرست مختصر علائم^۳، پرسشنامه اعتیاد یانگ^۴ و پرسشنامه اطلاعات جمعیت شناختی می‌شد.

بر اساس داده‌ها، شیوع قمار آنلاین بین کاربران ایرانی، ۸/۹ درصد بوده که از این میان، ۲۶/۶ درصد از قماربازان آنلاین درجات متوسط تا شدید قمار بیمارگونه را تجربه کرده‌اند. قماربازان آنلاین میانگین سنی کمتری نسبت به قماربازان غیرآنلاین داشتند و ۷۴/۷ درصد از آنان را مردان تشکیل می‌دادند. هم‌چنین، قماربازان آنلاین از همه طبقات اقتصادی به‌طور مساوی حضور داشتند. متداول‌ترین روش‌های قمار، بازی CRASH و شرط‌بندی ورزشی بود. میزان سابقه قمار چهره به چهره (فیزیکی)^۵ قماربازان آنلاین، تفاوت معناداری نسبت به قماربازان غیرآنلاین نداشت. در علائم روان‌پزشکی ارزیابی شده با فهرست مختصر علائم، قماربازان آنلاین در مقایسه با گروه کنترل، امتیازات بالاتری در اضطراب و وسواس و نمرات کمتری در افکار پارانویید^۶ نشان دادند. اعتیاد به اینترنت و استفاده روزانه از اینترنت به‌عنوان سرگرمی در قماربازان آنلاین به‌طور قابل توجهی بیشتر از قماربازان غیرآنلاین بود. هم‌چنین بین شدت قمار و شدت اعتیاد به اینترنت، شدت افسردگی، شدت اضطراب و شدت وسواس در قماربازان آنلاین همبستگی مثبت و معناداری پیدا شد.

به‌طور کلی، قمار آنلاین در ایران رایج و با مشکلات روان‌پزشکی همراه است؛ بر این اساس، متخصصان بهداشت و دولت باید توجه ویژه‌ای به قمار آنلاین و مشکلات مربوط به آن داشته

1. Telegram
2. Gambling Disorder Screening Questionnaire-Persian (GDSQ-P)
3. Brief symptom inventory (BSI)
4. Young's addiction questionnaire
5. Face to-face (physical) gambling history
6. Paranoid ideation

باشند (داوودی و همکاران، ۲۰۲۱).

رفتارهای پرخطر: الکیسم



By Jan Siemen. In the public domain.

- نقش هنجارهای اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی بر مخاطرات مرتبط با الکل در نوجوانان امریکایی، (لیت و استاک^۱، ۲۰۱۱)

مطالعه حاضر، تأثیر هنجارهای توصیفی اجتماع-محور^۲ بر تمایل به نوشیدن الکل، محبوبیت مصرف‌کننده اصلی^۳، رویکردهای مؤثر الکل^۴ و آسیب‌پذیری^۵ نسبت به پیامدهای الکل را در مدل تمایل پیش‌نمونه^۶ بررسی کرده است.

1. Litt & stock

۲. هنجارهای توصیفی، الگوی رفتاری نمادین یا معمول است و به‌طور کلی با این انتظار همراه است که افراد طبق الگو رفتار خواهند کرد (کیتس و ین‌شن، ۲۰۰۸). به بیان دیگر، هر یک از استانداردهای مختلف مورد توافق را گویند که چگونگی رفتار، احساس و تفکر مردم در یک شرایط خاص را توصیف می‌کند. این استانداردها نحوه رفتار واقعی اکثر مردم را مشخص می‌کند، در حالی‌که هنجارهای اجباری، نحوه رفتار را تجویز می‌کنند (دیکشنری تخصصی انجمن روان‌شناسی آمریکا)؛ Descriptive norms

3. Drinker prototype favorability

4. Affective alcohol attitudes

5. Vulnerability

۶. بر اساس این مدل، رفتارهای مخاطره‌آمیز نوجوانان، همیشه با قصد و یا منطق همراه نبوده، بلکه اغلب در واکنش به محیط و الگوهای تسهیل‌کننده این رفتارها اتفاق می‌افتد؛ (Prototype Willingness Model (PWM).

در این آزمایش، ۱۸۹ نوجوان (۱۳ تا ۱۵ سال)، صفحات نمایه ایجاد شده توسط آزمایشگران در فیس‌بوک را مشاهده می‌کردند. این نمایه‌ها، شامل تصاویر نوجوانان بزرگ‌تر در حال نوشیدن الکل یا در حالتی غیر از نوشیدن می‌شد. بر اساس نتایج، هنجارهای توصیفی برای مصرف الکل (همان‌طور که توسط نمایه‌های فیس‌بوک به تصویر کشیده شده است) به‌طور معنی‌داری بر تمایل به استفاده، پیش‌نمونه‌ها، نگرش به استفاده و آسیب‌پذیری تأثیر می‌گذارد. یک تجزیه و تحلیل چندگانه میانجی^۱ نیز نشان داد که در رابطه بین محتوای نمایه فیس‌بوک و تمایل به مصرف، پیش‌نمونه‌ها، نگرش‌ها و ادراکات مربوط به مصرف، نقش میانجی را ایفا می‌کنند. این نتایج نشان می‌دهد نوجوانانی که تصور می‌کنند مصرف الکل یک هنجار است همان‌طور که توسط نمایه‌های فیس‌بوک مشهود است نسبت به نوجوانانی که تصویر مصرف الکل را به‌طور مکرر در فیس‌بوک نمی‌بینند، در معرض خطر بیشتری برای ادراکات پیش‌بینی‌کننده استفاده از الکل هستند.^۲

به‌عنوان فرضیه، نوجوانانی که نمایه‌هایی از فیس‌بوک را مشاهده می‌کنند که استفاده از الکل را در بین نوجوانان بزرگ‌تر به تصویر کشیده است، تمایل بیشتری به استفاده از الکل، تصاویر محبوب‌تر از مصرف‌کنندگان الکل، نگرش هیجانی مثبت‌تر نسبت به مصرف الکل و نیز درک پایین‌تری از آسیب‌پذیری نسبت به عواقب مصرف الکل دارند. هم‌چنین در مقایسه با نوجوانانی که نمایه‌هایی را مشاهده می‌کنند که استفاده از الکل را به‌عنوان هنجار نشان نمی‌دهند، استفاده از الکل را به میزان بیشتری منطبق با هنجار می‌پندارند. علاوه‌براین، نتایج نشان داد که مشاهده نمایه‌های فیس‌بوک مبنی بر اینکه مصرف الکل در بین نوجوانان دیگر یک هنجار است، تأثیر غیرمستقیم بر تمایل به استفاده از الکل از طریق الگوهای اصلی^۳ مثبت، نگرش مساعد^۴ نسبت به استفاده از الکل و برداشت‌های هنجاری از مصرف الکل دارد. به‌طور کلی، یافته‌های این مطالعه، شواهد بیشتری برای این ادعا فراهم می‌کند که ادراک هنجاری (عرفی پنداشتن) توصیفی بر شناخت مخاطره‌آمیز سلامت در دوره نوجوانی تأثیر می‌گذارد و باید در مدل‌های رفتاری

1. A multiple mediation analysis

۲. این مورد یادآور توصیه‌های مکرر اخلاقی و دینی در تقبیح و جلوگیری از رفتارهایی است که اشاعه کار منکر در میان اجتماع می‌کنند. به عنوان مثال نگاه کنید قرآن کریم سوره نور آیه ۱۹ (مترجم).

3. Prototypes

4. Favorable attitudes

مخاطره‌آمیز سلامت^۱ گنجانده شود (جرارد و همکاران، ۲۰۰۸، ریویس و همکاران^۲، ۲۰۰۶) قابل توجه آنکه، این مطالعه اولین پژوهش برای بررسی تأثیر هنجارهای توصیفی دست‌کاری شده در زمینه مدل تمایل پیش‌نمونه است و شواهدی را ارائه می‌دهد که هنجارهای ادراک‌شده^۳ (حداقل در این گروه سنی) شناخت‌های چندگانه مرتبط با خطر را پیش‌بینی می‌کنند. علاوه بر این، مطالعه حاضر شواهدی را ارائه می‌دهد که مشاهده هنجارهای اجتماعی رفتارهای پرخطر، حتی از طریق یک وب‌سایت شبکه اجتماعی، مجموعه‌ای از شناخت‌های مخاطره‌آمیز را نشان می‌دهد که استفاده از الکل را پیش‌بینی می‌کند. یافته جالب دیگر این است که تأثیر هنجاری نوجوانان بزرگ‌تر، نقش قابل توجهی بر شناخت خطر در نوجوانان ۱۵-۱۳ سال دارد. این نکته تعجب‌آور نیست، چراکه نوجوانان اغلب هنگام تعیین رفتار خود از رفتار نوجوانان بزرگ‌تر پیروی می‌کنند (کینزمن و دیگران، ۱۹۹۸؛ گرانت و همکاران^۴، ۱۹۹۸).



By Sergio Ingravalle. In the public domain.

1. Models of health risk behavior
3. Perceived norms

2. Gerrard, Ravis
4. Kinsman, Grant

به طور کلی، نتایج این مطالعه حاکی از آن است که افراد خاص، به ویژه کسانی که تصور می‌کنند اکثر همسالانشان، الکل مصرف می‌کنند، ممکن است به‌طور ویژه‌ای در معرض خطر استفاده از الکل قرار بگیرند. با توجه به اینکه شبکه‌های اجتماعی نقش فزاینده‌ای در زندگی نوجوانان بازی می‌کنند، تحقیقات آتی باید به بررسی سازوکارهایی بپردازند که از طریق آن‌ها بتوان بر شناخت‌های مرتبط با خطر تأثیر گذاشت. از آنجاکه شبکه‌های اجتماعی، بیشتر از انواع دیگر رسانه‌ها (به عنوان مثال تلویزیون و فیلم) تعاملی و تکرارشونده و حاوی تصاویر هم‌تایان واقعی هستند، ممکن است خطرات مربوط به شبکه‌های اجتماعی بیشتر از سایر رسانه‌ها باشد. به علاوه، این احتمال وجود دارد که نوجوانان به‌طور انتخابی نیز نمایه‌ها را مشاهده کنند، بنابراین تحقیقات آینده باید روشی را که استفاده از فیس‌بوک در دنیای واقعی بر شناخت مخاطرات تأثیر می‌گذارد، بررسی کنند. هم‌چنین به مطالعات طولی برای بررسی کامل فرایندهای میانجی^۱، تغییر در شناخت و رفتار و نیز سوءمصرف واقعی مواد، نیاز است (لیت و استاک، ۲۰۱۱).

توجه به این نکته مهم است که آزمایش میانجی با استفاده از داده‌های مقطعی، همان‌طور که در مطالعه حاضر انجام شده است، می‌تواند تخمین‌های سوگیرانه^۲ ایجاد کند (ماکسول و کول^۳، ۲۰۰۷).

بعلاوه، اگرچه تحقیقات نشان می‌دهد هنجارهای توصیفی بر رفتار نوجوانان از گروه‌های مختلف نژادی تأثیر دارند (لاریمر^۴ و همکاران، ۲۰۰۹)، اما داده‌های این مطالعه نمی‌توانند بگویند که آیا این یافته‌ها در مورد نوجوانان با پیشینه‌ی نژادی/قومی^۵ متفاوت، نیز صادق هستند یا خیر.

علاوه‌براین، اگرچه نشان داده شد که برداشت‌های هنجاری توصیفی به‌طور بالقوه در این گروه سنی قابل‌انعطاف است، اما تحقیقات نشان داده است که وقتی نوجوانان به دوره جوانی وارد می‌شوند، کمتر در معرض تأثیرات اجتماعی، از جمله هنجارهای همسالان هستند؛ بنابراین ممکن است که نتایج این مطالعه، در مورد جمعیت با سن بالاتر، صادق نباشد.

هم‌چنین، به دلیل محدودیت زمانی، فقط یک سؤال در مورد مصرف مشروبات الکلی در طول زندگی پرسیده شد که توانایی پژوهش را در مورد بحث درباره تأثیر رفتار نوشیدن در گذشته

1. Mediating processes
3. Maxwell & Cole
5. Racial/ethnic

2. Biased estimates
4. Larimer

(به عنوان مثال، مقدار و دفعات) بر شناخت‌های خطر موجود در مطالعه حاضر کاهش می‌دهد. سرانجام، از آنجاکه مطالعه حاضر فقط دانش‌آموزان مدارس و سازمان‌های خصوصی^۱ را شامل می‌شود، مشخص نیست که آیا نتایج، به‌طور کلی به نوجوانان قابل‌تعمیم است یا خیر. مطالعه حاضر شواهدی را نشان می‌دهد که هنجارهای توصیفی مصرف الکل، از طریق شبکه اجتماعی فیس‌بوک، بر شناخت ریسکی مربوط به مصرف الکل^۲ تأثیر می‌گذارد.

بعلاوه، نتایج، شواهدی ارائه می‌دهند که هنجارهای توصیفی استفاده از الکل که از طریق نمایه‌های شبکه‌های اجتماعی منتقل می‌شوند، احتمالاً بر شناخت‌های چندگانه ریسکی که در مدل تمایل الگوی اصلی مشخص شده است، تأثیر می‌گذارد.

سرانجام بر اساس یافته‌ها، نوجوانانی که تصاویر سوءمصرف مواد را در شبکه‌های اجتماعی مشاهده می‌کنند و بدین‌صورت ادراک می‌کنند^۳ که اکثر همسالانشان از الکل استفاده می‌کنند، به‌طور ویژه ممکن است در معرض خطر استفاده از الکل قرار بگیرند و به‌این‌ترتیب، گروه مذکور، اهداف منطقی برای تلاش‌های پیشگیرانه به شمار می‌آیند.

- تأثیرات همسالان در شبکه‌های دوستی آنلاین و آفلاین بر مصرف سیگار و الکل در نوجوانان امریکایی، (وان^۴ و همکاران، ۲۰۱۴)

شبکه‌های اجتماعی آنلاین، به شیوه‌ای محبوب برای ایجاد ارتباط در میان نوجوانان تبدیل شده‌اند؛ با این‌حال، درباره تأثیر فعالیت آنلاین اجتماعی بر رفتارهای مرتبط با سلامتی^۵ اطلاعات کمی در دست است. پژوهشگران این مطالعه، استفاده از شبکه‌های اجتماعی را در بین دوستان و میزان ارتباط فعالیت‌های شبکه‌های اجتماعی مرتبط با تأثیرات (رودررو) همسالان و رفتارهای مخاطره‌آمیز در نوجوانان را بررسی کردند. داده‌های شبکه دوستی خودمحموری طولی^۶ همراه با استفاده از رسانه‌های اجتماعی نوجوانان و رفتارهای پرخطر از ۱،۵۶۳ دانش‌آموز کلاس دهم، در پنج دبیرستان جنوب کالیفرنیا جمع‌آوری شد. اندازه‌گیری تأثیرات همسالان آنلاین و آفلاین با استفاده از مدل‌های اثرات ثابت^۷ انجام گرفت.

1. Private schools and organizations
3. Perceive
5. Health behaviors
7. Fixed-effects models

2. Risk cognitions related to alcohol use
4. Huang
6. Longitudinal egocentric friendship network

بر اساس تحلیل‌ها، فراوانی استفاده از شبکه‌های اجتماعی در نوجوانان و تعدادی از نزدیک‌ترین دوستان آن‌ها در همان شبکه‌های اجتماعی با رفتارهای پرخطر، ارتباط معناداری نداشت. باین حال، قرار گرفتن در معرض تصاویر آنلاین دوستان از مهمانی یا نوشیدن الکل^۱ به‌طور معنی‌داری با کشیدن سیگار و نیز مصرف الکل ارتباط داشت. در حالی‌که نوجوانانی که دوستان اهل نوشیدن الکل دارند، در معرض خطر بالاتر نوشیدن الکل هستند، نوجوانان فاقد دوستان اهل نوشیدن الکل احتمالاً بیشتر تحت تأثیر تصاویر آنلاین پرخطر قرار می‌گیرند. مای اسپیس^۲ و فیس‌بوک از نظر جمعیتی دارای ویژگی‌های متمایز کاربری و اثرات افتراقی بر رفتارهای خطرناک بودند. قرار گرفتن در معرض محتوای آنلاین پرخطر تأثیر مستقیمی بر رفتارهای مخاطره‌آمیز نوجوانان داشت. این موضوع، با رفتارهای مخاطره‌آمیز دوستان آن‌ها نیز، ارتباط معنادار داشت. این نتایج، نشان می‌دهد رفتارهای آنلاین دوستان به‌عنوان منبعی حائز اهمیت برای تأثیرپذیری از همسالان عمل می‌کند و بنابراین باید تلاش فزاینده‌ای بر آموزش نوجوانان نسبت به اثرات منفی نمایشگری‌های آنلاین^۳ پرخطر، صورت گیرد (وان و همکاران، ۲۰۱۴).

رفتارهای پرخطر: رفتارهای جنسی

- استفاده از رسانه‌های اجتماعی و رفتارهای پرخطر در نوجوانان، (وانوسی^۴ و همکاران، ۲۰۲۰)
این مرور نظام‌مند و مطالعه فراتحلیل، ارتباط بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و رفتارهای پرخطر در دوران بلوغ (نوجوانی) را مورد بررسی قرار داده و ویژگی‌های مقالات (به‌عنوان مثال، سن نمونه و نوع پلتفرم اجتماعی بررسی‌شده) را که ممکن است این روابط را تعدیل کند، مورد ارزیابی قرار داده است. در این راستا، نمونه نهایی شامل ۲۷ مطالعه مقطعی مستقل با مجموع ۶۷۴۰۷ نوجوان به دست آمد (میانگین سنی: ۱۵.۵، دامنه: ۱۸-۱۲.۶ سال؛ ۵۱.۷٪ دختر؛ ۵۷.۲٪ سفیدپوست).

نتایج حاصل از مدل‌های اثرات تصادفی^۵ نشان داد بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و درگیر شدن در رفتارهای مخاطره‌آمیز (به‌طور کلی)، مصرف مواد و رفتارهای جنسی پرخطر همبستگی

1. Partying or drinking
3. Risky online displays
5. Random effects models

2. Myspace
4. Vannucci

مثبت (کوچک تا متوسط) وجود دارد. تعداد کافی از نمونه‌های مستقل برای انجام یک مدل اثر تصادفی برای رفتارهای مربوط به خشونت در دسترس نبود. علاوه بر این، نمونه‌های جوان تر دارای اندازه اثر بیشتری برای مطالعات متمرکز بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی و رفتارهای پرخطر جنسی بودند. پیوندهای مثبتی در این فراتحلیل بین شبکه‌های اجتماعی و رفتارهای پرخطر در دوران نوجوانی شناسایی شده است.

شایان ذکر است برای روشن شدن جهت‌دهی و انجام اقدامات ویژه و توصیه‌های سیاست‌گذاری، به مطالعات طولی نیاز است تا شبکه‌های اجتماعی مکانی امن برای رشد نوجوانان باشند (وانوسی و همکاران، ۲۰۲۰).

- قرار گرفتن در معرض محتوای خارج از عرف جنسی (پورنوگرافی^۱) در اینترنت و فضای مجازی و تأثیرات آن بر رفتارهای جنسی و روابط بین فردی نوجوانان ایرانی، (فراهانی، ۱۳۹۸)

دسترسی گسترده به اینترنت و فضای مجازی در بین نوجوانان و جوانان باعث مواجهه اجتناب‌ناپذیر با محتویات نامتعارف جنسی، شده است؛ بنابراین، پاسخ به این سؤال که این مواجهه چگونه بر رفتارهای نوجوانان (از جمله رفتارهای جنسی) اثر می‌گذارد، ضرورت دارد. این در حالی است که مطالعات تجربی و کیفی اندکی در این خصوص در ایران پس از انقلاب اسلامی، انجام گرفته است. از آنجاکه رسانه‌های ملی، محدودیت‌های قانونی در نمایش صحنه‌ها و محتوای خارج عرف جنسی دارند و از نظر فرهنگی نیز این محتوا، غیراخلاقی و خارج عرف محسوب می‌شود، تاکنون، مطالعه‌ای در ایران بخصوص پس از انقلاب اسلامی، به بررسی مواجهه با محتوای جنسی در رسانه‌ها و تأثیرات آن بر نوجوانان نپرداخته است؛ اما از حدود بیست سال گذشته، پس از دسترسی به ماهواره و انقلاب رسانه‌ای و در سال‌های اخیر، دسترسی به اینترنت که کنترل محتوای جنسی و خارج عرف را دشوار کرد، به تدریج بر تعداد پژوهش‌های این حوزه در کشور افزوده شده است.

این تحقیق، با هدف بررسی دیدگاه‌های نوجوانان از تأثیرات مواجهه با پورنوگرافی در اینترنت

و رسانه‌های مجازی بر رفتارهای بین‌فردی آنان، انجام شده است. مطالعه کیفی اکتشافی با رویکرد تفسیری بنیادی با استفاده از مصاحبه عمیق با ۵۴ دانش‌آموز نوجوان سنین ۱۵-۱۸ ساله در شهر تهران (۲۵ دختر، ۲۹ پسر) در خرداد ۱۳۹۵ به روش نمونه‌گیری هدفمند انجام گرفته است. (اکثر مطالعات پیشین در این حوزه کمی هستند و به فهم عمیق تجربیات نوجوانان در مواجهه با پورنوگرافی و تأثیرات آن توجه ناچیزی صورت گرفته است. لذا تحقیق حاضر امید دارد بتواند این خلأ را پر کند و اطلاعات مفیدی برای معرفی مداخلات آموزشی، برای نوجوانان، والدین و نیز نهادهای آموزشی فراهم آورد).



By Jan Siemen. In the public domain.

پس از تحلیل این مصاحبه‌ها، مهم‌ترین تأثیرات رفتاری به‌دست‌آمده عبارت بودند از:

- تشویق روابط جنسی قبل از ازدواج
- تضعیف روابط والد-فرزندی
- تسهیل گفتمان جنسی در بین نوجوانان
- کاهش میل به ازدواج و کیفیت ازدواج

لازم است این تأثیرات، در سلامت روانی، اجتماعی و جنسی نوجوانان در عصر دیجیتال، بیش از پیش لحاظ شده و مداخلات اجتماعی و جمعیتی مانند افزایش سواد رسانه‌ای و سواد سلامت جنسی برای گروه‌های نوجوان در نظر گرفته شود.

جدول ۴-۲: طبقات و زیرطبقات مربوط به تأثیرات مواجهه با محتوای خارج عرف جنسی در اینترنت بر رفتارهای بین فردی نوجوانان

طبقات	زیر طبقات و کدهای باز
تشویق رفتارهای جنسی قبل از ازدواج (تعداد=۱۱۸)	شکل‌گیری روابط مجازی و تسری به روابط در فضای واقعی (۷۶) کاهش سن ارتباط با جنس مخالف شامل روابط جنسی (۸)
تضعیف روابط والد-فرزندی (تعداد=۷۶)	۱ و ۲ کم‌رنگ شدن ارتباط والد-فرزند و گوشه‌گیری نوجوان (۴۱) پرخاشگری با والدین و سایر اعضای خانواده (۲۴)
تسهیل گفتمان جنسی در بین نوجوانان (تعداد=۴۵)	۱ و ۳ عادی شدن محاوره جنسی در فضای مجازی و واقعی (۱۰) ۲ و ۳ تغییر نحوه صحبت در مورد رفتارهای جنسی (۱۱) رواج الفاظ نامناسب در محاورات عادی نوجوانان (۳)
تأثیر منفی بر میل به ازدواج و کیفیت ازدواج (تعداد=۳۱)	۱ (۲۳) و ۴ توسعه دیدگاه بدبینانه و شکاکانه به جنس ۲ و ۴ کم شدن تعهد به همسر در رابطه زناشویی (خیانت و طلاق) (۱۵) ۳ و ۴ افزایش انتظارات جنسی و تنوع‌طلبی جنسی (۵)

- اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و اختلال عملکرد جنسی در میان زنان ایرانی، (علی مرادی^۱ و همکاران، ۲۰۱۹)

با توجه به استفاده گسترده از رسانه‌های اجتماعی در تلفن‌های هوشمند، نیاز به تحقیق در مورد بررسی تأثیر استفاده از چنین فناوری‌هایی بر روابط جنسی و زیرساخت‌های سازه^۲ آن مانند صمیمیت، رضایت و عملکرد جنسی افزایش می‌یابد. با این حال، درباره سازوکار اساسی نحوه تأثیر اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی بر پریشانی جنسی^۳، اطلاعات کمی در دسترس است. این مطالعه به

1. Alimoradi
3. Sexual distress

2. Constructs

بررسی این سؤال می‌پردازد که آیا ۲ سازه (صمیمیت و ادراک حمایت اجتماعی)^۱ در ارتباط با اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و پریشانی جنسی در زنان متأهل نقش میانجی را ایفا می‌کنند؟ در این مطالعه آینده‌نگر^۲، همه شرکت‌کنندگان^۳ (۹۳۸ نفر؛ میانگین سنی = ۳۶٫۵ سال) مقیاس اعتیاد در شبکه‌های اجتماعی برگن برای ارزیابی اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی، مقیاس پریشانی جنسی زنان^۴-تجدیدنظر شده- برای ارزیابی پریشانی جنسی، مقیاس نزدیکی روابط تک‌بعدی^۵ برای ارزیابی صمیمیت و مقیاس چندبعدی حمایت اجتماعی، برای ارزیابی حمایت اجتماعی^۶ را تکمیل کردند.

نتایج نشان داد که اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی تأثیر مستقیم و غیرمستقیم (از طریق صمیمیت و حمایت اجتماعی) بر عملکرد جنسی و پریشانی جنسی دارد. یافته‌های این مطالعه به درک بهتر این نکته کمک می‌کند که چگونه استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند صمیمیت زوجین، حمایت اجتماعی و ساختار عملکرد جنسی را تحت تأثیر قرار دهد. در نتیجه، مشاوره جنسی باید یک عنصر اساسی برای ارزیابی رفتارهای فردی در زمینه استفاده از شبکه‌های اجتماعی در نظر گرفته شود.

1. Intimacy and perceived social support

2. Prospective study

۳. تحقیق حاضر یک مطالعه‌ی آینده‌نگر بر روی زنان مراجعه‌کننده به مراکز بهداشتی درمانی شهری است که از اوت ۲۰۱۷ تا اکتبر ۲۰۱۸ در شهر قزوین، مراقبت‌های بهداشتی معمول دریافت می‌کردند. شهر قزوین دارای ۱۲ مرکز بهداشت شهری است که انواع خدمات مراقبت از جمله مراقبت‌های دوران بارداری، زایمان، نظارت بر رشد کودک، واکسیناسیون و مراقبت‌های مامایی را ارائه می‌دهند. معیارهای ورود به مطالعه شامل سن ۱۸ به بالا، متأهل بودن یا داشتن فعالیت جنسی در ۶ ماه گذشته و نیز تمایل به شرکت در مطالعه می‌باشد. همچنین معیارهای خروج عبارت بودند از: (الف) ابتلا به بیماری‌های جسمی مزمن (به عنوان مثال، دیابت و بیماری‌های قلبی عروقی) یا بیماری‌های روانی شدید، (ب) استفاده از داروهایی که بر عملکرد جنسی تأثیر می‌گذارند (به عنوان مثال، داروهای روان‌پزشکی و داروهای ضد فشارخون بالا) و (ج) بارداری و شیردهی.

4. Female Sexual Distress Scale

5. Unidimensional Relationship Closeness

6. Multidimensional Scale of Perceived Social Support



By Jean Jullien. In the public domain.

محدودیت اصلی این مطالعه، عدم دسترسی به شرکای جنسی شرکت‌کنندگان زن بود؛ بنابراین، داده‌های مربوط به خصوصیات روان‌شناختی و جنسی مردان جمع‌آوری نشد. با توجه به این واقعیت که روابط زناشویی دوطرفه است و تحت تأثیر زن و شریک او قرار می‌گیرد و نیز اینکه ویژگی‌های روانی و جنسی مرد بر عملکرد جنسی زن تأثیر می‌گذارد، پیشنهاد می‌شود که در مطالعات آینده زوجین مورد ارزیابی قرار بگیرند. همچنین باید توجه داشت که ماهیت داده‌های خود-گزارشی منوط به سوگیری‌های شناخته شده است (مانند یادآوری خاطرات و مطلوبیت اجتماعی).^۱ از آنجاکه این مطالعه نشان داد اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد جنسی زنان تأثیر منفی می‌گذارد، توجه به نقش رسانه‌های اجتماعی در بهبود صمیمیت و حمایت از زوجین ضروری است. در این راستا، مشاوره جنسی می‌بایست یک عنصر اساسی برای ارزیابی رفتارهای فردی در زمینه استفاده از شبکه‌های اجتماعی در نظر گرفته شود، به‌ویژه هنگامی که (این استفاده) بیش از حد یا مشکل‌آفرین باشد. علاوه بر این، مداخلات رفتاری برای کمک به بهبود رفتار افراد در استفاده از شبکه‌های اجتماعی در برنامه درمانی زنانی که اختلال عملکرد جنسی دارند، باید مورد توجه واقع شود (علی‌مرادی و همکاران، ۲۰۱۹).

1. Social desirability

رفتارهای پرخطر: خشونت جنسی

- تسهیل خشونت جنسی به واسطه فناوری، (هنری و پاول^۱، ۲۰۱۸)

خشونت جنسی تسهیل شده با فناوری^۲، به طیف وسیعی از رفتارها اشاره دارد که در آن از فناوری‌های دیجیتال برای تسهیل آسیب‌های جنسی مجازی و رودرو^۳ استفاده می‌شود. چنین رفتارهایی شامل آزار و اذیت جنسی به صورت آنلاین، آزار و اذیت جنسی، تفتیش مجازی^۴، اخاذی جنسی مبتنی بر تصویر و استفاده از خدمات ارتباطی برای مجبور کردن قربانی به یک عمل جنسی ناخواسته، می‌باشد.

این مقاله، با استفاده از مطالعات تجربی موجود، وضعیت فعلی دانش در مورد ابعاد مختلف این موضوع را بررسی می‌کند. در حالی که تحقیقات فزاینده‌ای درباره آسیب‌های ناشی از فناوری علیه کودکان و نوجوانان وجود دارد، اما تحقیقات کمی و کیفی در مورد خشونت جنسی تسهیل شده با فناوری علیه بزرگسالان، کم تعداد است. علاوه بر این، تعداد کمی از مطالعات موجود، داده‌های موثقی در مورد ماهیت، گستره و تأثیرات خشونت جنسی تسهیل شده با فناوری ارائه می‌دهند. با این حال، مطالعات مقدماتی نشان می‌دهد که برخی آسیب‌ها—مانند خشونت جنسی—ممکن است عمدتاً مبتنی بر جنسیت، گرایش جنسی و سن باشد؛ در حالی که زنان جوان در برخی از دسته‌ها بیش از حد به عنوان قربانی نمایانده می‌شوند.

این مقاله مروری، شواهد تجربی‌ای که تاکنون در مورد شیوع و ماهیت مبتنی بر جنسیت^۵ خشونت جنسی تسهیل شده با فناوری علیه بزرگسالان به دست آمده را جمع‌آوری نموده و درباره پیامدهای آن در سیاست‌ها و برنامه‌ها و هم‌چنین با طرح پیشنهادهایی برای تحقیقات آینده، بحث کرده است. تا به امروز، اکثر قریب به اتفاق مطالعات تجربی در مورد ابعاد مختلف سوءاستفاده و آزار و اذیت آنلاین بر روی کودکان و نوجوانان متمرکز شده است. در مقابل، مطالعات کمی معدودی در مورد بزرگسالان انجام شده و عملاً هیچ مطالعه کیفی در مورد پدیده خشونت جنسی تسهیل شده با فناوری وجود ندارد. تعداد کمی از مطالعات مورد بررسی در این مقاله مروری، داده‌های موثقی در مورد شیوع، ارتکاب و بزه‌دیدگی^۶ ارائه می‌دهند. در بیشتر مطالعات تا به امروز، از نمونه‌های در

1. Henry & Powell

3. Virtual and face-to-face sexually-based harms

5. Prevalence and gender-based nature of TFSV

2. Technology-Facilitated Sexual Violence (TFSV)

4. Cyberstalking

6. Prevalence, perpetration, and victimization

دسترس دانشجویان استفاده شده است. به‌طور کلی، به‌استثنای برخی از انواع آزار و اذیت جنسی آنلاین و مکالمات مجازی، کمبود تحقیقاتی در مورد انواع مختلف خشونت جنسی تسهیل‌شده با فناوری بر ضد بزرگسالان وجود دارد. با این حال، آنچه مطالعات موجود نشان می‌دهند این است که خشونت جنسی تسهیل‌شده با فناوری علیه بزرگسالان، یک مشکل روبه‌رشد و با تأثیرات جدی و گسترده است. به علاوه، اگرچه به دلیل وجود نمونه‌های مختلف شرکت‌کننده، روش‌های نمونه‌گیری، ابزارها و تعاریف استفاده‌شده، تعیین میزان شیوع دشوار است، این مجموعه تحقیقات نشان می‌دهد که زنان و مردان ممکن است قربانی و مرتکب خشونت و آزار جنسی آنلاین شوند. با این حال، زنان و هم‌چنین زنان و مردان همجنس‌گرا، دوجنس‌گرا، ترنس و افراد دوجنسیتی^۱ به احتمال زیاد هدف اشکال خاصی از سوءاستفاده دیجیتالی قرار می‌گیرند. با توجه به آنچه قبلاً در مورد انواع متداول آزار جنسی، خشونت جنسی و تبعیض شناخته شده است، این مسئله احتمالاً تعجب‌آور نخواهد بود.

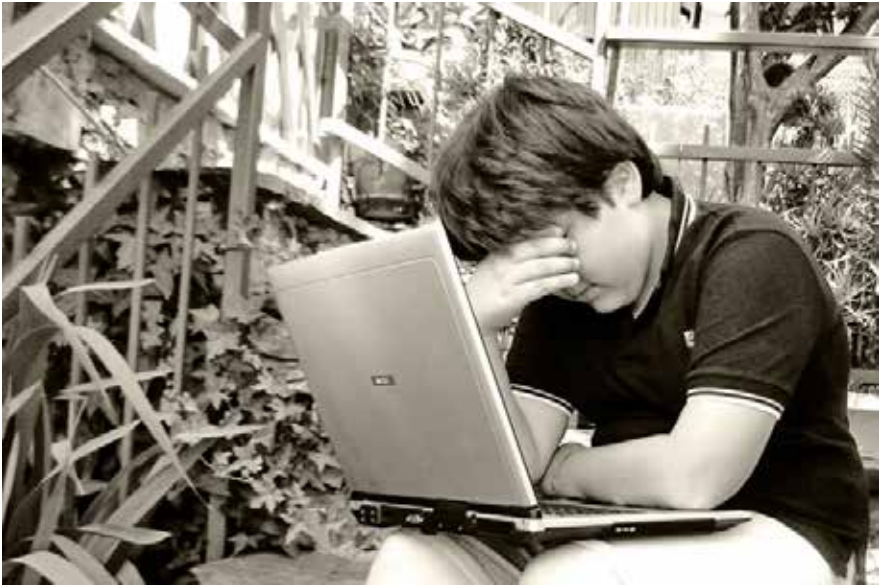
به علاوه، اشکال آنلاین خشونت و آزار جنسی از اعتقادات و نگرش‌های ساخته‌شده اجتماعی، درباره جنسیت و تمایلات جنسی (از جمله سرزنش و شرمگین نمودن قربانی) و هم‌چنین انگیزه‌های مجرمان برای قدرت و کنترل، ناشی می‌شود؛ پس از آن است که فناوری‌های دیجیتال به‌عنوان ابزاری برای انجام اشکال متداول تر خشونت و آزار جنسیتی و جنسی، با اثرات مختلف به دلیل ناشناس ماندن، عدم تنظیم مقررات و همچنین سرعت بسیار زیاد و دسترسی گسترده به اینترنت، به خدمت گرفته می‌شوند. برای روشن کردن ماهیت، دامنه، شیوع و تأثیرات چنین رفتارهایی، به تحقیقات تجربی بیشتری نیاز است (هنری و پاول، ۲۰۱۸).

- آنچه از افشای سوءاستفاده و تجاوز جنسی از طریق شبکه‌های اجتماعی می‌توان آموخت، (آلاگیا و وانگ^۲، ۲۰۲۰)

شبکه‌های اجتماعی راه‌های جدیدی را برای بازماندگان فراهم می‌کنند تا سوءاستفاده جنسی و یا تجاوز را فاش کنند. از زمان ایجاد #MeToo (۲۰۱۷) و جنبش بزرگ‌تر MeToo که توسط

1. lesbian, gay, bisexual, trans, intersex persons
2. Alaggia & Wang

فعال امریکایی ترانا بارک^۱ در سال ۲۰۰۶ تأسیس شده است، میلیون‌ها نفر تجاوزهای جنسی و سوءاستفاده جنسی از کودکان را که در گذشته انجام گرفته، به صورت آنلاین افشا می‌کنند. هدف از این پژوهش، بررسی رسانه‌های اجتماعی برای افشای مشکل بسیار ننگ‌آور آزار و اذیت جنسی به منظور تولید دانش در مورد افشای آنلاین است. برای تجزیه و تحلیل موضوعی، نمونه‌گیری هدفمند از ۲۸ سپتامبر ۲۰۱۸ تا ۱۶ اکتبر ۲۰۱۸، روی موضوع سوءاستفاده‌ی جنسی/ تجاوز جنسی، در توییتر و ردیت انجام شد. با استفاده از یک طراحی پدیدارشناختی^۲، ۱۷۱ پست در شبکه‌های اجتماعی برای درک عمیق‌تر از گزینه‌های جدید برای افشای سوءاستفاده جنسی و یا تجاوز جنسی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.



By Gabriella fabbri. In the public domain.

موضوعاتی که پدیدار شدند، مشخص کردند که جنبش و #MeToo باعث افشای سوءاستفاده/ تجاوز جنسی در شبکه‌های اجتماعی به روش بی‌سابقه‌ای می‌شود. درحالی‌که برخی از شرایط برای افشای سوءاستفاده/ تجاوز جنسی بهتر شده است، هنوز موانعی وجود دارد. شبکه‌های

1. Tarana Burke
2. Phenomenological design

اجتماعی، برای افشای خشونت جنسی تغییر محیط ایجاد می‌کنند. بازماندگان سوءاستفاده/ تجاوز جنسی پس از دوره‌های سکوت و اجبار به ساکت ماندن، زمانی که مردم و سیستم‌ها در تأیید و پشتیبانی از آن‌ها شکست خوردند، صدای خود را از طریق شبکه‌های اجتماعی به گوش دیگران رسانده‌اند و به سمت پست آنلاین متمایل شدند. تحقیقات بیشتری در مورد تأثیر افشای آنلاین سوءاستفاده/ تجاوز جنسی، ضروری است. دامنه این مطالعه، اجازه ورود مردان بازمانده از سوءاستفاده جنسی و تجاوز را نداد. تحقیقات آتی باید صدای مردان را در مورد این موضوع و استفاده منحصربه‌فرد آن‌ها از شبکه‌های اجتماعی برای افشای سوءاستفاده جنسی دنبال کنند. تجزیه و تحلیل پست‌های شبکه‌های اجتماعی، زمینه جدیدی برای تحقیق است. مسلماً، با توجه به نوپا بودن منابع آنلاین جمع‌آوری داده‌ها، تعیین دقیق ویژگی کاربران هر یک از پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی دشوار می‌باشد؛ چراکه اطلاعات ارسال شده در متن‌های کوتاهی ارائه می‌شود که اغلب فاقد جزئیات جمعیت شناختی هستند. در واقع، تشخیص خصوصیات نویسندگان دشوار است مگر اینکه آن را آزادانه در پست‌های خود ارائه دهند. هم‌چنین، پس از ارسال پست‌ها، امکان تعیین تأثیر بر وضعیت عاطفی یا روانی این افراد، فراهم نیست (برای مثال، آیا آن‌ها با این روش، تخلیه روانی^۱ را تجربه کرده‌اند - آیا بعد از ارسال پست، حال آن‌ها بهتر یا بدتر شده است؟) (آلاگیا و وانگ، ۲۰۲۰).

خلاصه و جمع‌بندی

شخصیت

گرچه در جمع‌بندی ادبیات پژوهشی موجود، همبستگی‌های معنی‌داری بین مؤلفه‌های مختلف شخصیت و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی وجود دارد، اما نکته قابل توجه این است که نتایج مطالعات مختلف، گاه متفاوت و متناقض گزارش شده است که می‌توان آن را با استفاده از متغیرهای دیگر شخصیتی که در پژوهش‌های اخیر از آن‌ها استفاده شده، توجیه نمود.

1. Catharsis

به بیان دیگر، متغیرهایی همچون ترس از جا ماندن (بلک‌ول و همکاران، ۲۰۱۷) یا متغیرهای دیگری که در این ادبیات نوپای پژوهشی هنوز بررسی نشده‌اند، اگر فراتر از خود مؤلفه‌های شخصیتی، پیش‌بینی‌کننده باشند، می‌توانند عامل کلیدی و زیربنایی تفاوت‌های فردی در اعتیاد به شبکه‌های مجازی تلقی شوند. به علاوه، بررسی ارتباط شخصیت با نوع پلتفرم‌های انتخاب‌شده توسط فرد و چگونگی استفاده از آن‌ها از جمله مواردی است که در پژوهش‌های آینده و در بافت‌های فرهنگی مختلف از جمله ایران، می‌تواند مورد بررسی قرار گیرد.

تکانشگری

مطالعات انجام‌شده، رابطه بین استفاده از فضای مجازی و تکانشگری را مثبت می‌دانند، اما نتایج برخی مطالعات نشان می‌دهند که افراد با تکانشگری بالا بیشتر به سمت فضای مجازی گرایش دارند و در سایر مطالعات، استفاده از فضای مجازی را مبنای به وجود آمدن و یا افزایش تکانشگری می‌دانند. همچنین برخی تحقیقات نقش متغیرهای میانجیگر مانند سبک‌های مقابله‌ای را در ارتباط بین استفاده از فضای مجازی و تکانشگری بررسی کرده‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که سبک مقابله‌ای هیجان‌مدار، میانجیگر معنی‌داری در این رابطه است.

تصمیم‌گیری

به‌طور کلی مطالعه در حیطه تأثیر استفاده از پلتفرم‌های فضای مجازی بر نحوه تصمیم‌گیری بسیار کم تعداد است، اما از همین تعداد محدود نتایج ذیل قابل توجه است:

در مطالعه مشی و همکاران (۲۰۱۹)، که با استفاده از تکلیف معروف قمار آیووا انجام شده بود، نتایج نشان داد کاربران با استفاده بیش از حد شبکه‌های اجتماعی ممکن است در هنگام انجام تکلیف قمار آیووا تصمیمات خطرناک‌تری بگیرند. این نتیجه بین افراد مبتلا به استفاده بیش از حد شبکه‌های اجتماعی و افراد مبتلا به سوء‌مصرف مواد مخدر و اختلالات اعتیاد رفتاری هم‌راستا بود؛ اما در مطالعه‌ای که همین پژوهشگر در سال ۲۰۲۰ با استفاده از تکلیف بارت انجام داد، بین استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی و خطرپذیری، ارتباط منفی پیدا شد. هرچه

استفاده از شبکه‌های اجتماعی مشکل‌دارتر بود، فرد خطر کمتری را نیز متحمل می‌شد، اما این گریز از خطر تنها پس از دریافت بازخورد منفی در مورد تصمیمات قبلی و سپس مواجه شدن با وضعیتی با خطر واقعی کمتر رخ می‌داد. این نتایج مغایر با پژوهش در مورد میزان استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی با تکلیف قمار آیووا (مشی و همکاران، ۲۰۱۹) و همچنین اکثر کارهای قبلی با بارت و اختلالات سوءمصرف مواد مخدر بود.

در تفسیر نتایج به دست آمده پژوهشگران فرض می‌کنند که کاربران با استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی ممکن است نسبت به نتایج منفی، حساسیت بیشتری نشان دهند و متعاقباً نسبت به شرایط آینده با خطر واقعی کمتر، ریسک‌گریزی بیشتری داشته باشند. قابل توجه آنکه، فقط هنگامی افزایش میزان ریسک‌گریزی، مشاهده شد که وضعیت شرکت‌کنندگان از حالت خطرناک‌تر به حالت کم‌خطر تغییر می‌کند. این نوع انتقال نه در تکلیف قمار آیووا و نه در الگوی بارت سنتی اتفاق نمی‌افتد و به الگوی یادگیری واژگونه احتمالی شبیه است که در آن شرکت‌کنندگان، احتمالاً پاداش دو گزینه را می‌آموزند و سپس این قانون آموخته شده عوض می‌شود (سوئینسن^۱ و همکاران، ۲۰۰۰). این نوع یادگیری هنوز مستقیماً روی استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی ارزیابی نشده است، اما افراد مبتلا به سوءمصرف مواد مخدر، هنگام تغییر به قانون جدید، اختلال نشان می‌دهند.

رویکرد استندورف و همکاران (۲۰۲۰)، در مطالعه‌شان بررسی ارتباط میزان خودافشایی از طریق پست‌ها با تصمیم‌گیری سودمند، بود؛ یافته‌ها نشان می‌داد که میزان بالای خودافشایی از طریق پست‌ها با گرایش کلی به غفلت از خطرات طولانی مدت همراه است.

اما مطالعه مولر و همکاران (۲۰۲۱)، نشان داد که استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی به نقص‌های توجهی، مرتبط‌تر است تا نقص‌های تصمیم‌گیری عمومی؛ به عبارتی، در عملکرد تصمیم‌گیری افرادی که از شبکه‌های اجتماعی به نحو مشکل‌دار استفاده می‌کردند در مقایسه با افرادی که استفاده غیرمشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی داشتند، هیچ تفاوتی مشاهده نشد.

در مطالعه تورل و همکاران (۲۰۱۸)، شواهد اولیه حاکی از آن است که مورفولوژی اینسولا

می‌تواند تا حدی، از طریق مشارکت در آینده‌نگری ضعیف و تکانشگری که حاصل کاهش ارزش تعویقی است، با اعتیاد بالقوه به شبکه‌های اجتماعی همراه باشد. همچنین در مطالعه شولز و ناندرت و همکاران (۲۰۲۰)، زمان استفاده از صفحه نمایش تلفن‌های هوشمند با انتخاب جوایز فوری کوچک‌تر نسبت به جایزه‌های تأخیری بزرگ‌تر ارتباط داشت و استفاده از شبکه‌های اجتماعی و برنامه‌های بازی، کاهش ارزش تعویقی را پیش‌بینی می‌کرد. یافته‌های این پژوهش، شواهد دیگری را نشان می‌دهد که استفاده از تلفن‌های هوشمند و تصمیم‌گیری تکانشی دست‌به‌دست هم می‌دهند.

قمار

مطالعه گینزبری و همکاران (۲۰۱۶a)، نشان داد که فیس‌بوک و توئیتر پلتفرم‌هایی بودند که اغلب توسط کازینوها و اپراتورهای آنلاین شرط‌بندی، مورد استفاده قرار می‌گرفتند و نیز اپراتورهای قمار آنلاین محتوای قمار را همراه با اخبار و رویدادهای مرتبط و همچنین محتوای غیرمرتبط، به‌عنوان راهی برای عادی‌سازی قمار در یک زمینه اجتماعی گسترده‌تر به کار می‌گرفتند، همین پژوهشگران در مطالعه بعدی خود (۲۰۱۶b) خاطر نشان می‌کنند که بخش قابل توجهی از قماربازان با ریسک متوسط و شدید گزارش کرده‌اند، مشکلات آن‌ها در نتیجه قرار گرفتن در معرض و درگیر شدن با تبلیغات شبکه‌های اجتماعی برای قمار، بدتر شده است؛ اما در ایران نیز مطالعه جدیدی در حوزه قمار آنلاین در بین کاربران ایرانی توسط داوودی و همکاران (۲۰۲۱) انجام گرفت که نشان داد قماربازان آنلاین در مقایسه با گروه کنترل، امتیازات بالاتری در اضطراب و وسواس و نمرات کمتری در افکار پارانوئید نشان دادند. همچنین، اعتیاد به اینترنت و استفاده روزانه از اینترنت به‌عنوان سرگرمی در قماربازان آنلاین به‌طور قابل توجهی بیشتر از قماربازان غیر آنلاین بود و نیز بین شدت قمار و شدت اعتیاد به اینترنت، شدت افسردگی، شدت اضطراب و شدت وسواس در قماربازان آنلاین همبستگی مثبت و معناداری پیدا شد. پژوهشگران این مطالعه هشدار می‌دهند که به‌طور کلی، قمار آنلاین در ایران رایج بوده و با مشکلات روان‌پزشکی همراه است؛ بنابراین، متخصصان بهداشت و دولت باید توجه ویژه‌ای

به قمار آنلاین و مشکلات مربوط به آن داشته باشند.

الکلیسم

یافته‌های پژوهش لیت و استاک (۲۰۱۱)، حاکی از آن است، نوجوانانی که تصور می‌کنند مصرف الکل یک هنجار است، نسبت به نوجوانانی که تصویر مصرف الکل را به‌طور مکرر در فیس‌بوک نمی‌بینند، در معرض خطر بیشتری برای ادراکات پیش‌بینی‌کننده استفاده از الکل هستند و در مقایسه با نوجوانانی که نمایه‌هایی را مشاهده می‌کنند که استفاده از الکل را به‌عنوان هنجار نشان نمی‌دهند، درک پایین‌تری از آسیب‌پذیری نسبت به عواقب مصرف الکل و ادراک بالاتری نسبت به هنجار قلمداد کردن استفاده از آن دارند. به‌این ترتیب، گروه مذکور، اهداف منطقی برای تلاش‌های پیشگیرانه به شمار می‌آیند.

نکته دیگری که پژوهشگران این مطالعه، بیان می‌کنند، اینکه اگرچه تحقیقات نشان می‌دهد هنجارهای توصیفی بر رفتار نوجوانان از گروه‌های مختلف نژادی تأثیر دارند (لاریمر و همکاران، ۲۰۰۹)، اما داده‌های این مطالعه نمی‌توانند بگویند که آیا این یافته‌ها در مورد نوجوانان با پیشینه نژادی/ قومی متفاوت، نیز صادق هستند یا خیر؛ لذا در مطالعات آینده باید به این مسئله توجه کافی مبذول داشت.

مطالعه وان و همکاران (۲۰۱۴)، نیز نتایج پژوهش قبلی را تأیید می‌کند، بدین نحو که قرار گرفتن در معرض محتوای آنلاین پرخطر تأثیر مستقیمی بر رفتارهای مخاطره‌آمیز نوجوانان می‌گذاشت و هم‌چنین، با رفتارهای مخاطره‌آمیز دوستان آن‌ها نیز، ارتباط معنادار داشت. این نتایج، نشان می‌دهد که رفتارهای آنلاین دوستان به‌عنوان منبعی موفق برای تأثیرپذیری از همسالان عمل می‌کند؛ بنابراین باید تلاش فزاینده‌ای بر آموزش نوجوانان نسبت به اثرات منفی نمایشگرهای آنلاین پرخطر، صورت گیرد.

رفتارهای جنسی

اسمیت و همکاران (۲۰۱۶)، در پژوهش خود بیان می‌دارند که مطالعات مقطعی، از وجود

ارتباطی قوی بین قرار گرفتن در معرض محتوای جنسی در رسانه‌های جدید (خود-گزارش شده) و رفتارهای جنسی در جوانان، خبر می‌دهند. در فراتحلیل وانوسی و همکاران (۲۰۲۰)، نمونه‌های جوان‌تر دارای اندازه اثر بیشتری برای مطالعات متمرکز بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی و رفتارهای پرخطر جنسی بودند. پیوندهای مثبتی در این فراتحلیل بین شبکه‌های اجتماعی و رفتارهای پرخطر در دوران نوجوانی شناسایی شد.

در مطالعه فراهانی (۱۳۹۸) که بر واکاوی دیدگاه‌های نوجوانان ایرانی، از تأثیرات مواجهه با پورنوگرافی در اینترنت و فضای مجازی انجام گرفت، مشخص شد که این مواجهه تأثیرات رفتاری از قبیل تشویق روابط جنسی قبل از ازدواج، تضعیف روابط والد-فرزندی، تسهیل گفتمان جنسی در بین نوجوانان، کاهش میل به ازدواج و نیز کاهش کیفیت ازدواج را به همراه دارد. لذا لازم است این تأثیرات در سلامت روانی، اجتماعی و جنسی نوجوانان در عصر دیجیتال بیش‌ازپیش لحاظ شود و مداخلات اجتماعی و جمعیتی مانند افزایش سواد رسانه‌ای و سواد سلامت جنسی برای گروه‌های نوجوان در نظر گرفته شود.

نتایج مطالعه علی مرادی و همکاران (۲۰۱۹)، بر روی بانوان متأهل ایرانی، نشان داد که اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی تأثیر مستقیم و غیرمستقیم (از طریق صمیمیت و حمایت اجتماعی) بر عملکرد جنسی و پریشانی جنسی دارد و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی بر عملکرد جنسی زنان تأثیر منفی می‌گذارد؛ براین اساس، توجه به نقش شبکه‌های اجتماعی در بهبود صمیمیت و حمایت از زوجین ضروری است. یافته‌های این مطالعه به درک بهتر این نکته کمک می‌کند که چگونه استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند صمیمیت زوجین، حمایت اجتماعی و ساختار عملکرد جنسی را تحت تأثیر قرار دهد. محدودیت اصلی این مطالعه عدم دسترسی به شرکای جنسی شرکت‌کنندگان زن و در نتیجه عدم جمع‌آوری داده‌های مربوط به خصوصیات روان‌شناختی و جنسی مردان بود که باید در مطالعات آتی در نظر گرفته شود.

خشونت جنسی

از سویی مطالعات موجود نشان می‌دهند که خشونت جنسی تسهیل شده با فناوری (TFSV) علیه بزرگسالان یک مشکل روبه رشد، با تأثیرات جدی و گسترده است. فناوری‌های دیجیتال به‌عنوان ابزاری برای انجام اشکال متداول تر خشونت و آزار جنسیتی و جنسی، با اثرات مختلف به دلیل ناشناس ماندن، عدم تنظیم مقررات و همچنین سرعت بسیار زیاد و دسترسی گسترده به اینترنت، به خدمت گرفته می‌شوند (هنری و پاول (۲۰۱۸)).

این مطالعه اذعان می‌دارد، درحالی که تحقیقات فزاینده‌ای درباره آسیب‌های ناشی از فناوری علیه کودکان و نوجوانان، وجود دارد، اما تحقیقات کمی و کیفی در مورد TFSV علیه بزرگسالان کم تعداد است. علاوه‌براین، تعداد کمی از مطالعات موجود، داده‌های موثقی در مورد ماهیت، گستره و تأثیرات TFSV ارائه می‌دهند، بعلاوه، اگرچه به دلیل وجود نمونه‌های مختلف شرکت کننده، روش‌های نمونه‌گیری، ابزارها و تعاریف استفاده‌شده، تعیین میزان شیوع دشوار است، این مجموعه تحقیقات نشان می‌دهد که زنان و مردان ممکن است قربانی و مرتکب خشونت و آزار جنسی آنلاین شوند. بااین‌حال، زنان و همچنین زنان و مردان با گرایش‌های جنسی خاص، به‌احتمال زیاد هدف اشکال خاصی از سوءاستفاده دیجیتالی قرار می‌گیرند.

آلاگایا و وانگ (۲۰۲۰) که در پژوهش خود به بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی، برای افشای خشونت جنسی پرداختند، بیان می‌دارند شبکه‌های اجتماعی، برای افشای خشونت جنسی تغییر محیط ایجاد می‌کنند و بازماندگان سوءاستفاده/ تجاوز جنسی پس از دوره‌های سکوت اجباری، توانستند صدای خود را از طریق پست آنلاین در شبکه‌های اجتماعی به گوش دیگران برسانند؛ اما اینکه آیا آن‌ها با این روش، تخلیه روانی را تجربه کرده‌اند (یعنی آیا بعد از ارسال پست، حال آن‌ها بهتر یا بدتر شده است) مشخص نیست و برهمن اساس، نیاز به پژوهش‌های آتی در این زمینه به‌وضوح احساس می‌شود.

پیشنهادات پژوهشی

(۱) در راستای بررسی اعتیاد به اینترنت و پلتفرم‌های مختلف شبکه‌های اجتماعی و عوامل تأثیرگذار شخصیتی، اجرای موارد ذیل، مفید خواهد بود:

- ❖ تکرار پژوهش‌ها در گروه‌های سنی مختلف با نمونه‌گیری وسیع در بافت فرهنگی ایران
- ❖ همبستگی با پنج عامل بزرگ شخصیت
- ❖ همبستگی با ترس از جا ماندن، عزت‌نفس، سبک‌های دل‌بستگی، ناگویی هیجانی، جامعه‌پذیری و دیگر ویژگی‌های شخصیتی
- ❖ همبستگی با دسته‌بندی افراد طبق نوع پلتفرمی که استفاده می‌کنند بعلاوه ارتباط با ویژگی‌های شخصیتی چون برون‌گرایی/درون‌گرایی یا روان‌رنجورخوبی
- ❖ همبستگی با دسته‌بندی افراد طبق نوع استفاده آن‌ها: فعال، منفعل، معطوف به اهداف تجاری یا روابط اجتماعی و ...
- ❖ همبستگی با دسته‌بندی افراد طبق میزان دنبال‌کنندگان، دنبال‌شوندگان، بازخورد مطالب و دیده شدن مطالب به اشتراک گذاشته‌شده توسط آن‌ها
- ❖ طراحی مطالعات طولی برای بررسی دقیق‌تر تحولات و تأثیرگذاری استفاده فناوری در بستر زمان
- ❖ استفاده از مقیاس‌های عینی‌تر به‌جای استفاده از پرسشنامه‌های خود-گزارش‌دهی (مثلاً برای برآورد میزان استفاده فرد از اینستاگرام می‌توان با اجازه خود آزمودنی به فعالیت او در برنامه (اپلیکیشن) دسترسی داشت-البته فقط تا یک هفته اخیر را گزارش می‌دهد-یا می‌توان از برنامه‌هایی استفاده کرد که بر گوشی اندروید نصب می‌شوند و میزان استفاده از اپلیکیشن‌های مختلف را ثبت می‌کنند-در این صورت ممکن است عملکرد فرد تحت تأثیر قرار گیرد که می‌تواند از محدودیت‌های این روش باشد).

(۲) پیشنهادات پژوهشی در زمینه تصمیم‌گیری به شرح زیر می‌باشد:

- ❖ به‌طور کلی با توجه به کمبود مطالعات در حوزه تصمیم‌گیری و شبکه‌های اجتماعی،

می‌توان توصیه کرد، علاوه بر انجام مطالعات دقیق‌تر (با تعداد شرکت‌کنندگان بیشتر، کنترل سن و جنس، در نظر گرفتن تفاوت‌های فرهنگی، تحصیلی و اجتماعی، بهره‌گیری از گروه‌های بالینی برای شرکت در پژوهش‌های آتی و انجام مطالعات طولی)، نباید اثرگذاری متغیرهای میانجی (مثل اضطراب، شخصیت، تکانشگری و غیره) را در این رابطه از نظر دور داشت.

❖ الگوی یادگیری واژگونه احتمالی بر روی کاربران با استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های اجتماعی بررسی شود.

❖ از تکالیف مختلف معتبر برای سنجش تصمیم‌گیری پرخطر بهره برد و نتایج را باهم مقایسه کرد تا احتمال سنجش متغیرهای میانجی کاهش یابد.

❖ رویکردهای تجزیه‌وتحلیل سنتی برای اندازه‌گیری عملکرد در تکالیف رفتاری دو یا چندگزینه‌ای بر اساس دقت (درصد خطا) یا میانگین زمان واکنش است، اما تفسیر برآمده از زمان واکنش و دقت دارای اشکالاتی است به دلیل مبادله سرعت-دقت که موردتوجه قرار نگرفته و می‌تواند منجر به سوء تفسیر نتایج شود. عیب دیگر این نوع تحلیل سنتی این است که وابستگی این پارامترهای عملکرد را از دست‌کاری تجربی نشان می‌دهد، اما قادر به شناسایی سهم خاص فرایندهای شناختی مربوط به عملکرد نیست (ویکلگرن، ۱۹۷۷). علاوه‌براین، الگوی زمانی پاسخ‌ها در هنگام انجام تکلیف عامل مهم دیگری است که ابزارهای سنجش متداول در نظر نمی‌گیرند. از آنجاکه دقت بیانگر تعداد پاسخ‌های صحیح است و زمان واکنش مجموع یا میانگین زمان پاسخ برای هر مورد در کل تکلیف است، در این دو معیار سنجش، نوسانات عملکرد در طول دوره عملکرد تکلیف، توسط این دو معیار کاملاً نادیده گرفته می‌شود. مدل‌سازی ریاضی با تجزیه‌وتحلیل هم‌زمان پیچیده‌تر از توزیع زمان پاسخ و دقت بر هر دو این کاستی‌ها غلبه می‌کند (بوگاچ و همکاران، ۲۰۰۶؛ راتکلیف و اسمیت، ۲۰۰۴). در حقیقت، در مدل‌سازی ریاضی از توزیع زمان واکنش و همچنین نرخ خطا برای تخمین پارامترهای مدل استفاده می‌شود. هر یک از این پارامترها فرایند شناختی خاصی را نشان می‌دهند. مقایسه این پارامترها بین گروه‌ها، شرایط یا بلوک‌های مختلف اجازه می‌دهد تا

شناسایی کنید که کدام یک از فرایندهای شناختی مانند آستانه پاسخ، سوگیری^۱ به یک پاسخ یا سرعت انباشت اطلاعات بین گروه‌ها یا شرایط متفاوت است. یکی از مقوله‌های پرکاربرد در مدل‌سازی ریاضی تکالیف شناختی، مدل‌های نمونه‌گیری متوالی^۲ است (براون و هیتکوت^۳، ۲۰۰۵) که به‌طور خلاصه و کوتاه می‌توان گفت که فرضیه اصلی این نوع مدل‌سازی این است که شواهد به‌عنوان یک فرایند نویزی^۴ جمع می‌شوند تا زمانی که مقدار شواهد^۵ به یک آستانه^۶ (مرز) برسد و سپس تصمیم به واکنش گرفته می‌شود. این مدل‌ها به توصیف فرایندهایی می‌پردازند که شامل تصمیمات دوانتخابه سریع است. نتایج جست‌وجوهای اخیر، حاکی از این است که در بررسی ارتباط بین استفاده مشکل‌دار از شبکه‌های مجازی و تصمیم‌گیری از روش‌های مدل‌سازی استفاده نشده است و لذا یکی از پیشنهادها برای پژوهش‌های آتی استفاده از روش‌های مدل‌سازی نمونه‌برداری متوالی، به منظور استخراج دقیق‌تر متغیرهای پنهان مؤثر در این رابطه است.

❖ مطالعات نورولوژی در حیطه بررسی تأثیر رسانه‌های مجازی بر شاخصه‌های شناختی (به‌طور کلی) و بخصوص تصمیم‌گیری و کاهش ارزش تعویقی، کم‌تعداد است؛ به نظر می‌رسد یکی از زمینه‌های جذاب برای مطالعات آتی، پژوهش‌هایی است که از داده‌های عصب‌شناختی و تصویربرداری‌های ساختاری و کارکردی از مغز (مانند FMRI) برای بررسی تغییرات ساختاری و عملکردی مغزی کاربران، در حین استفاده از رسانه‌های مجازی بهره می‌برند.

(۳) رفتارهای پرخطری چون قمار، الکلیسم، رفتارها و خشونت جنسی، حائز اهمیت بالایی در سلامت عمومی جامعه بوده و به توجه ویژه در امر پژوهش نیازمند است؛ بر این اساس، به کارگیری پیشنهادات زیر راهگشای محققان آینده خواهد بود:

❖ با توجه به مطالعات انجام‌گرفته بر روی تأثیر مشاهده محتوا و تصاویر رفتارهای پرخطر (از قبیل تجاهر به مصرف الکل، تصاویر و محتواهای جنسی و تبلیغات قمار- افزایش شیوع قمار آنلاین در ایران، هشدار جدی است.) و نیز روند به اشتراک‌گذاری محتواهایی از این دست در

1. Bias
3. Brown & Heathcote
5. Evidence

2. Sequential sampling models
4. Noisy
6. Bound

بین کاربران ایرانی و نیز کمرنگ شدن تقبیح این امور در بافت فرهنگی ایران طی سال‌های اخیر، به نظر می‌رسد، نیاز است که پژوهشگران حوزه‌های مرتبط (از قبیل رسانه، علوم شناختی، روان‌شناسی، جامعه‌شناسی و...) و نیز مسئولین فرهنگی و اجتماعی در راستای بررسی ابعاد مختلف این موضوعات در بافت متنوع فرهنگی-اجتماعی جامعه ایرانی توجه و همت مضاعف مبذول دارند و در ادامه به تبیین خطوط راهبردی در این مقوله بپردازند.

هم‌چنین در بحث افشای خشونت جنسی در فضای مجازی، بررسی این موارد در پژوهش‌های آتی جالب‌توجه به نظر می‌رسد:

- ❖ افشای خشونت، چقدر به تخلیه روانی قربانیان کمک کرده است؟
- ❖ آیا این افشاگری باعث کاهش میزان خشونت جنسی شده است؟
- ❖ آیا این امر، خود باعث عادی‌سازی خشونت جنسی نمی‌شود و به اشاعه آن دامن نمی‌زند؟
- ❖ تبعات احتمالی برای قربانیان، مجرمان و خانواده‌ها و اطرافیان هر دو گروه در بسترهای فرهنگی مختلف چه خواهد بود؟
- ❖ از آنجاکه شاهد رشد چشمگیر پلتفرم اینستاگرام در کشور هستیم و نیز به خاطر فیلترینگ دیگر پلتفرم‌های مطرح (همچون توییتر و فیس‌بوک) و در نتیجه حضور طیف‌ها و اقشار مختلف جامعه در آن، به نظر می‌رسد که این رسانه اجتماعی باید در مرکز توجه پژوهشگران داخلی و سیاست‌گذاران فرهنگی قرار بگیرد.

منابع

صفریزدی، زهرا و نجاتی، وحید (۱۳۹۱). مقایسه تکانشگری و تصمیم‌گیری مخاطره‌آمیز افراد چاق با افراد دارای وزن عادی. مجله علمی دانشگاه علوم پزشکی قزوین، ۱۶(۱)، ۵۹-۶۵.

موسسه‌ی تحقیقات علوم رفتاری-شناختی سینا. تکلیف قمار آیوآ. برگرفته از لینک:

<https://www.sinapsycho.com/Shop/Product/1350>

Alaggia, R., & Wang, S. (2020). "I never told anyone until the# metoo movement": What can we learn from sexual abuse and sexual assault disclosures made through social media?. *Child abuse & neglect*, 104312, 103.

Alhabash, S., & Ma, M. (2017). A tale of four platforms: Motivations and uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat among college students? *Social Media + Society*, 13-1, (1)3.

Alimoradi, Z., Lin, C. Y., Imani, V., Griffiths, M. D., & Pakpour, A. H. (2019). Social media addiction and sexual dysfunction among Iranian women: The mediating role of intimacy and social support. *Journal of behavioral addictions*, 325-318, (2)8.

American Psychological Association. Descriptive norm. Taken from the below link: <https://dictionary.apa.org/descriptive-norm>

Azucar, D., Marengo, D., & Settanni, M. (2018). Predicting the Big 5 personality traits from digital footprints on social media: A meta-analysis. *Personality and individual differences*, 159-150, 124.

Blackwell, D., Leaman, C., Trampusch, R., Osborne, C., & Liss, M. (2017). Extraversion, neuroticism, attachment style and fear of missing out as predictors of social media use and addiction. *Personality and Individual Differences*, 72-69, 116.

Bogacz, R., Brown, E., Moehlis, J., Holmes, P., & Cohen, J. D. (2006). The physics of optimal decision making: a formal analysis of models of performance in two-alternative forced-choice tasks. *Psychological review*, 700, (4)113.

Brand, M., Recknor, E. C., Grabenhorst, F., & Bechara, A. (2007). Decisions under ambiguity and decisions under risk: correlations with executive functions and comparisons of two different gambling tasks with implicit and explicit rules. *Journal of clinical and experimental neuropsychology*, 99-86, (1)29.

Brown, S., & Heathcote, A. (2005). A ballistic model of choice response time. *Psychological review*, 117, (1)112.

Brand, M., Young, K. S., Laier, C., Wölfling, K., & Potenza, M. N. (2016). Integrating psychological and neurobiological considerations regarding the development and maintenance of specific Internet-use disorders: An Interaction of Person-Affect-Cognition-Execution (I-PACE) model. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 71, 252-266.

Cassotti, M., Houdé, O., & Moutier, S. (2011). Developmental changes of win-stay and loss-shift strategies in decision making. *Child Neuropsychology*, 17(4), 400-411.

Dalvi-Esfahani, M., Niknafs, A., Alaeadini, Z., Ahmadabadi, H. B., Kuss, D. J., & Ramayah, T. (2021). Social Media Addiction and Empathy: Moderating impact of personality traits among high school students. *Telematics and Informatics*, 57, 101516.

Davoudi, M., Shirvani, S., Foroughi, A., & Rajaeiramsheh, F. (2021). Online Gambling in Iranian Social Media Users: Prevalence, Related Variables and Psychiatric Correlations. *Journal of Gambling Studies*, 1-13.

Ershad, Z. S., & Aghajani, T. (2017). Prediction of Instagram social network addiction based on the personality, alexithymia and attachment Styles. *Sociological Studies of Youth*, 8(26), 21-34.

Farahani, F. K. (2019). Exposure to Sexual Explicit Materials (Pornography) in Internet & Cyber Space and its Influences on Sexual Behavior and Interpersonal Relationships among Adolescents in Tehrans. *J Fam Res*, 15(1), 127-53.

Fowler, J., Gullo, M. J., & Elphinston, R. A. (2020). Impulsivity traits and Facebook addiction in young people and the potential mediating role of coping styles. *Personality and Individual Differences*, 161, 109965.

Gainsbury, S. M., Delfabbro, P., King, D. L., & Hing, N. (2016a). An exploratory study of gambling operators' use of social media and the latent messages conveyed. *Journal of Gambling Studies*, 32(1), 125-141.

Gainsbury, S. M., King, D. L., Russell, A. M., Delfabbro, P., Derevensky, J., & Hing, N. (2016b). Exposure to and engagement with gambling marketing in social media: Reported impacts on moderate-risk and problem gamblers. *Psychology of Addictive Behaviors*, 30(2), 270.

Gerrard, M., Gibbons, F. X., Houlihan, A. E., Stock, M. L., & Pomery, E. A. (2008). A dual-process approach to health risk decision making: The prototype willingness model. *Developmental review*, 28(1), 29-61.

Grant, J. D., Bucholz, K. K., Madden, P. A., Slutske, W. S., & Heath, H. C. (1998). Peer substance use during adolescence: Evidence for shared environmental influences. *Behavior Genetics*, 27, 469 (abstr).

Griffiths, M. (2005). A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191-197.

Hawi, N., & Samaha, M. (2019). Identifying commonalities and differences in personality characteristics of Internet and social media addiction profiles: traits, self-esteem, and self-construal. *Behaviour & Information Technology*, 38(2), 110-119.

Henry, N., & Powell, A. (2018). Technology-facilitated sexual violence: A literature review of empirical research. *Trauma, violence, & abuse*, 19(2), 195-208.

Huang, G. C., Unger, J. B., Soto, D., Fujimoto, K., Pentz, M. A., Jordan-Marsh, M., & Valente, T. W. (2014). Peer influences: the impact of online and offline friendship networks on adolescent smoking and alcohol use. *Journal of Adolescent Health*, 54(5), 508-514.

Izquierdo, A., & Jentsch, J. D. (2012). Reversal learning as a measure of impulsive and compulsive behavior in addictions. *Psychopharmacology*, 219(2), 607-620.

Kayış, A. R., Satici, S. A., Yılmaz, M. F., Şimşek, D., Ceyhan, E., & Bakıoğlu, F. (2016). Big five personality trait and internet addiction: A meta-analytic review. *Computers in Human Behavior*, 63, 35-40.

Kazdin, A. E. (2000). *Encyclopedia of Psychology: 8-Volume Set* (1st ed.). American Psychological Association.

Kinsman, S. B., Romer, D., Furstenberg, F. F., & Schwarz, D. F. (1998). Early sexual initiation: The role of peer norms. *Pediatrics*, 102(5), 1185-1192.

Kircaburun, K., & Griffiths, M. D. (2018). The dark side of internet: Preliminary evidence for the associations of dark personality traits with specific online activities and problematic internet use. *Journal of behavioral addictions*, 7(4), 993-1003.

Kircaburun, K., & Griffiths, M. D. (2018). Instagram addiction and the Big Five of personality: The mediating role of self-liking. *Journal of behavioral addictions*, 7(1), 158-170.

Kitts, J. A., & Yen-Shenh, C. (2008). Norms. *Encyclopedia of Social Problems*, Vincent Parillo, Editor.

Koscielniak, M., Rydzewska, K., & Sedek, G. (2016). Effects of age and initial risk perception on balloon analog risk task: The mediating role of processing speed and need for cognitive closure. *Frontiers in psychology*, 7, 659.

Larimer, M. E., Kaysen, D. L., Lee, C. M., Kilmer, J. R., Lewis, M. A., Dillworth, T., ... & Neighbors, C. (2009). Evaluating level of specificity of normative referents in relation to personal drinking behavior. *Journal of Studies on Alcohol and Drugs, Supplement*, (16), 115-121.

Litt, D. M., & Stock, M. L. (2011). Adolescent alcohol-related risk cognitions: the roles of social norms and social networking sites. *Psychology of addictive behaviors*, 25(4), 708.

Maia, T. V., & McClelland, J. L. (2004). A reexamination of the evidence for the somatic marker hypothesis: what participants really know in the Iowa gambling task. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 101(45), 16075-16080.

Matta, A. D., Gonçalves, F. L., & Bizarro, L. (2012). Delay discounting: Concepts and measures. *Psychology & Neuroscience*, 5(2), 135-146.

Maxwell, S. E., & Cole, D. A. (2007). Bias in cross-sectional analyses of longitudinal mediation. *Psychological methods*, 12(1), 23.

McCrae, R. R., & Costa Jr, P. T. (2008). The five-factor theory of personality.

Meshi, D., Elizarova, A., Bender, A., & Verdejo-Garcia, A. (2019). Excessive social media users demonstrate impaired decision making in the Iowa Gambling Task. *Journal of behavioral addictions*, 8(1), 169-173.

Meshi, D., Ulusoy, E., Özdem-Mertens, C., Grady, S. M., Freestone, D. M., Eden, A., & Ellithorpe, M. E. (2020). Problematic social media use is associated with increased risk-aversion after negative outcomes in the Balloon Analogue Risk Task. *Psychology of addictive behaviors*.

Müller, S. M., Wegmann, E., Arias, M. G., Brotóns, E. B., Giráldez, C. M., & Brand, M. (2021). Deficits in executive functions but not in decision making under risk in individuals with problematic social-network use. *Comprehensive Psychiatry*, 106, 152228.

Ostendorf, S., Müller, S. M., & Brand, M. (2020). Neglecting Long-Term Risks: Self-Disclosure on Social Media and Its Relation to Individual Decision-Making Tendencies and Problematic Social-Networks-Use. *Frontiers in Psychology*, 11, 2913.

Qu, Y., Fuligni, A. J., Galvan, A., & Telzer, E. H. (2015). Buffering effect of positive parent-child relationships on adolescent risk taking: A longitudinal neuroimaging investigation. *Developmental cognitive neuroscience*, 15, 26-34.

Quercia, D., Kosinski, M., Stillwell, D., & Crowcroft, J. (2011, October). Ourtwitter profiles, our selves: Predicting personality with twitter. In 2011 IEEE third international conference on privacy, security, risk and trust and 2011 IEEE third international conference on social computing (pp. 180-185). IEEE.

Ratcliff, R., & Smith, P. L. (2004). A comparison of sequential sampling models for two-choice reaction time. *Psychological review*, 111(2), 333.

Rivis, A., Sheeran, P., & Armitage, C. J. (2006). Augmenting the theory of planned behaviour with the prototype/willingness model: Predictive validity of actor versus abstainer prototypes for adolescents' health-protective and health-risk intentions. *British journal of health psychology*, 11(3), 483-500.

Savci, M., & Aysan, F. (2016). Educational Process: International Journal Relationship between Impulsivity, Social Media Usage and Loneliness. *Educational Process: International Journal*, 5(2), 106-115.

Schäfer, L., Schmidt, R., Müller, S. M., Dietrich, A., & Hilbert, A. (2020). The Cards and Lottery Task: Validation of a New Paradigm Assessing Decision Making Under Risk in Individuals With Severe Obesity. *Frontiers in psychiatry*, 11, 690.

Schulz van Endert, T., & Mohr, P. N. (2020). Likes and impulsivity: Investigating the relationship between actual smartphone use and delay discounting. *PloS one*, 15(11), e0241383.

Shapira, N. A., Lessig, M. C., Goldsmith, T. D., Szabo, S. T., Lazoritz, M., Gold, M. S., et al. (2003). Problematic internet use: proposed classification and diagnostic criteria. *Depression and Anxiety*, 17(4), 207e216.

Smith, L. W., Liu, B., Degenhardt, L., Richters, J., Patton, G., Wand, H., ... & Guy, R. (2016). Is sexual content in new media linked to sexual risk behaviour in young people? A systematic review and meta-analysis. *Sexual Health*, 13(6), 501-515.

Swainson, R., Rogers, R. D., Sahakian, B. J., Summers, B. A., Polkey, C. E., & Robbins, T. W. (2000). Probabilistic learning and reversal deficits in patients with Parkinson's disease or frontal or temporal lobe lesions: possible adverse effects of dopaminergic medication. *Neuropsychologia*, 38(5), 596-612.

Turel, O., He, Q., Brevers, D., & A. (2018). Delay discounting mediates the association between posterior insular cortex volume and social media addiction symptoms. *Cognitive, Affective, & Behavioral Neuroscience*, 18(4), 694-704.

Vannucci, A., Simpson, E. G., Gagnon, S., & Ohannessian, C. M. (2020). Social media use and risky behaviors in adolescents: A meta-analysis. *Journal of Adolescence*, 79, 258-274.

Verdejo-Garcia, A., Chong, T. T. J., Stout, J. C., Yücel, M., & London, E. D. (2018). Stages of dysfunctional decision-making in addiction. *Pharmacology Biochemistry and Behavior*, 164, 99-105.

Webmd. Signs of emotional manipulation. Taken from the below link: <https://www.webmd.com/mental-health/signs-emotional-manipulation>

Wegmann, E., Müller, S. M., Turel, O., & Brand, M. (2020). Interactions of impulsivity, general executive functions, and specific inhibitory control explain symptoms of social-networks-use disorder: An experimental study. *Scientific Reports*, 10(1), 1–12.

Weibel, D., Wissmath, B., & Groner, R. (2010). Motives for creating a private website and personality of personal homepage owners in terms of extraversion and heuristic orientation. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 4(1). Retrieved from <http://cyberpsychology.eu/view.php?>

Wickelgren, W. A. (1977). Speed-accuracy tradeoff and information processing dynamics. *Acta psychologica*, 41(1), 67-85.

فصل پنجم

آیا به اندازه کافی زیبا به نظر می‌رسیم؟

تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر تصویر بدنی و

اختلالات روانی مرتبط با تغذیه



Copywriter: Pedro Vieira. In the public domain.

مقدمه و اهمیت فصل

یکی از مهم‌ترین ابعاد تأثیر رسانه‌های دیجیتال، تأثیر بر فرایندهای شناختی افراد است که به تبع آن می‌تواند تغییراتی در نحوه تفکر، گرایش‌ها و رفتار فرد به وجود آید. از جمله این اثرات، تغییر در ادراک فرد از تصویر بدن خود، سبک زندگی و حتی رفتارهای مرتبط با عادات غذایی و میزان تحرک جسمی می‌باشد. تأثیر استفاده از پلتفرم‌های مجازی بر مسئله تغذیه، عادات غذایی و به صورت خاص تصویر بدنی، از طریق تغییر در فرایندهای شناختی کاربران با توجه به کثرت محتوای تولید شده در این حوزه و تأثیر شگرف آن بر زیست کاربران اهمیت ویژه‌ای یافته است؛ لذا این بخش را به صورت ویژه به این مبحث اختصاص داده‌ایم.

طبق منوال، پس از جست‌وجو در میان مطالعات مربوط به کلیدواژه‌های انتخابی و طی مراحل گزینش پژوهش‌ها، در فصل پیش رو، پژوهش‌های مختلفی (شامل ۳۸ مقاله) را که با رویکردها، سؤالات و فرضیات پژوهشی گوناگون به این مقوله پرداخته‌اند، مرور خواهیم کرد.

واژگان کلیدی

Anorexia nervosa, Body image, Dietary behavior, Disordered eating, Facebook,

Food addiction, Healthy eating, Instagram, Obesity, Orthorexia nervosa, Ovsereating, Overweight, Social media, Social networks, Twitter

تعریف مفاهیم


اختلالات خوردن: اختلالات خوردن برحسب آشفتگی و اختلال شدید در رفتارهای مرتبط با خوردن مشخص می‌شوند که منجر به تغییر در مصرف یا جذب غذا شده و به طور قابل توجهی بر سلامت یا عملکرد فرد تاثیر سوء دارند (انجمن روانپزشکی امریکا، ۱۳۹۹/۲۰۱۳). از جمله اختلالات خوردن می‌توان به بی‌اشتهایی عصبی^۱ و پراشتهایی عصبی^۲ اشاره نمود.

بی‌اشتهایی عصبی برحسب گرسنگی کشیدن‌های عمدی بر اثر ترس مرضی از چاقی مشخص می‌شود. پراشتهایی عصبی نیز برحسب دوره‌های مکرر پرخوری و به دنبال آن رفتارهای جبرانی نامناسب برای توقف افزایش وزن مانند استفراغ عمدی، سوء مصرف داروهای ملین یا سایر داروها، پاکسازی، رژیم‌های سخت و ورزش مفرط مشخص می‌گردد. این اختلالات، اغلب با آشفتگی در درک تصویر بدنی همراه است (سادوک و همکاران، ۱۳۹۹/۲۰۱۵).

تصویر بدنی^۳: مفهوم تصویر بدنی اولین بار توسط محقق آلمانی، شیلدر^۴، به عنوان یک پدیده روان‌شناختی مهم و اساسی شکل گرفت. او تصویر بدنی را چنین تعریف می‌کند: «تصویری از بدن خود است که در ذهنمان شکل می‌دهیم، یعنی نحوه‌ای است که بدن به نظرمان می‌رسد» (شیلدر، ۱۹۳۵). پس از این، تعریف تصویر بدنی به «تصویری که از اندازه، شکل و اندام بدن خود در ذهن داریم؛ و احساسات ما در مورد این خصوصیات و اعضای تشکیل‌دهنده بدن ما»، گسترش یافته است (اسلید، ۱۹۸۸)؛ یعنی، تصویر بدنی تحت عنوان دو مولفه اصلی، «مولفه ادراکی» و «مولفه نگرشی» در نظر گرفته می‌شود. اولی به عنوان یک قضاوت «ادراکی» در نظر گرفته می‌شود، در حالی که دومی به طور کلی منعکس‌کننده متغیرهای «نگرشی، عاطفی و شناختی» است. (اسلید، ۱۹۹۴)

1. Anorexia nervosa
2. Bulimia nervosa
3. Body image;
4. Schilder

به «تن‌نگاره» نیز برگردانده شده است ولی «تصویر بدنی» مرسوم‌تر می‌باشد (مترجم).

آیا به اندازه کافی زیبا به نظر می‌رسیم؟  ۲۴۵

چاقی: اضافه‌وزن و چاقی^۱ به‌عنوان تجمع غیرطبیعی یا بیش از حد چربی تعریف بهمی‌شود که خطری برای سلامتی است. شاخص توده بدنی^۲ (BMI) بیشتر از ۲۵ به‌عنوان اضافه‌وزن و بیش از ۳۰، چاقی در نظر گرفته می‌شود (سازمان بهداشت جهانی (بی‌تا))
اعتیاد به خوردن: اعتیاد به غذا^۳ به‌سادگی به‌عنوان رفتار خوردن لذت‌جویانه شامل مصرف غذاهای بسیار خوش‌طعم (به‌عنوان مثال غذاهای سرشار از نمک، چربی و قند) در مقادیر فراتر از نیاز به انرژی هومئوستاتیک^۴ تعریف می‌شود (کالن^۵ و همکاران، ۲۰۱۶).

یافته‌ها و بحث

مطالعات بررسی‌شده در این پیمایش (۳۸ مقاله) در حوزه تأثیر رسانه‌های اجتماعی مجازی بر رفتارهای تغذیه‌ای، به سه دسته کلی قابل تقسیم است:
الف) مطالعاتی که به بررسی تأثیرگذاری منفی رسانه‌های اجتماعی بر رفتارهای مرتبط با خوردن—اختلالات خوردن از قبیل بی‌اشتهایی عصبی، چاقی، خوردن غذاهای ناسالم و یا تأثیرات منفی تأثیرگذاران^۶ (اینفلوئنسرها) بر تغذیه و تصویر بدنی—پرداخته‌اند.
ب) پژوهش‌هایی که اثرگذاری مثبت فضاهای مجازی بر رفتارهای خوردن (مانند ارائه اطلاعات و مداخلات مرتبط با کاهش وزن) را واکاوی کرده‌اند.
ج) مطالعات کاربردی. مثلاً پژوهش‌هایی که با استفاده از تحلیل داده‌های به‌دست‌آمده از شبکه‌های مجازی به بررسی مفاهیم مرتبط با تغذیه پرداخته‌اند یا از این داده‌ها برای ارائه روش‌های جدید مدل‌سازی یا تحلیل‌های آماری در حوزه اختلالات خوردن، بهره برده‌اند.

1. Overweight and obesity

۲. شاخص توده بدنی (Body mass index) به‌عنوان جرم بدنی تقسیم بر مربع قد فرد تعریف و بر اساس واحد کیلوگرم بر متر مربع بیان شده و محدوده‌های تقسیم‌بندی آن بدین قرار است: دارای کمبود وزن (با شاخص ۱۵ تا ۱۹/۹ کیلوگرم بر مترمربع)، با وزن طبیعی (۲۰ تا ۲۴/۹)، دارای اضافه‌وزن (۲۵ تا ۲۹/۹) و چاقی (بیش از ۳۰) (نوتال، ۲۰۱۵).

3. Food addiction

۴. هومئوستازی یا هم‌ایستایی، به معنای حفظ وضعیت پایدار داخلی در موجود زنده است: Homeostasis.

5. Kalon

6. Influencers

الف) تأثیرات منفی شبکه‌های مجازی

اختلالات خوردن و اثرات منفی فضای مجازی

- بررسی تأثیر انواع محتوای فیس‌بوک بر اختلالات خوردن دانشجویان کاربر فیس‌بوک (آفریقایی، امریکا، آسیایی و غیره) (هامل و اسمیت^۱، ۲۰۱۵)

پژوهشگران با هدف بررسی این موضوع که آیا انواع خاصی از محتوای فیس‌بوک (به عنوان مثال، به‌روزرسانی وضعیت، نظرات و غیره) با نگرانی‌ها و نگرش‌های مربوط به غذا خوردن ارتباط دارد یا خیر، این مطالعه را انجام دادند. در این پژوهش بررسی اثرات جست‌وجو و دریافت بازخورد منفی از طریق فیس‌بوک بر دغدغه‌های غذا خوردن نامنظم (مختل) در نمونه‌ای از ۱۸۵ دانشجوی کارشناسی که تقریباً ۴ هفته دنبال شدند، انجام شد.

یافته‌ها نشان می‌دهد افرادی که سبک بازخوردجویی منفی^۲ دارند (جست‌وجوی بازخورد منفی به درخواست بازخورد منفی از دیگران اشاره دارد که فرد می‌خواهد دیگران ایده‌های منفی راجع به خودش را تأیید کنند (تیمونز و جوینر^۳، ۲۰۰۸)) و تعداد زیادی نظر در فیس‌بوک دریافت می‌کنند، بیشتر احتمال دارد چهار هفته بعد رویکرد دارای اختلال غذا خوردن^۴ را گزارش دهند. علاوه‌براین، افرادی که نظرات شدیداً منفی در پاسخ به‌روزرسانی وضعیت خود دریافت کردند، چهار هفته بعد با احتمال بیشتری دغدغه‌هایی در مورد غذا خوردن دچار اختلال را گزارش کردند. نتایج مطالعه حاضر شواهد اولیه‌ای را فراهم می‌آورد که جست‌وجو و دریافت بازخورد منفی از طریق شبکه‌های اجتماعی می‌تواند خطر ایجاد گرایش به غذا خوردن دچار اختلال را افزایش دهد و نشان می‌دهد که کاهش کاربران ناسازگار شبکه‌های اجتماعی^۵ هدفی مهم برای تلاش‌های پیشگیرانه و مداخله‌ای با هدف کاستن از گرایش به غذا خوردن دچار اختلال خواهد بود.

- رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و غذا خوردن مختل در نوجوانان استرالیایی،

(ویلکزک^۶ و همکاران، ۲۰۲۰)

رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و غذا خوردن مختل^۷ به‌اندازه کافی در نوجوانان

1. Hummel & Smith
3. Timmons and Joiner
5. Maladaptive social networking users
7. Disordered eating

2. Negative feedback-seeking
4. Disordered eating attitudes
6. Wilksch

آیا به اندازه کافی زیبا به نظر می‌رسیم؟ 🍷 ۲۴۷

(در بازه سنی ۱۰ تا ۱۵)^۱ بررسی نشده است. در این پژوهش، داده‌های ۹۹۶ نوجوان کلاس هفتم و هشتم (۵۳۴ دختر با میانگین سنی ۱۳,۰۸) مورد بررسی قرار گرفت. داده‌های غذا خوردن مختل (پرسشنامه اختلال در خوردن غذا-^۲ EDE-Q)، رفتارهای غذا خوردن مختل (پروژه خوردن در بین نوجوانان^۳) و سنجش استفاده از رسانه اجتماعی فیس‌بوک، اینستاگرام، اسنپ‌چت یا تامبلر تکمیل شدند.



By KAYLAH BAKER. In the public domain.

نتایج نشان داد رفتارهای غذا خوردن مختل در ۵۱,۷٪ از دختران و ۴۵٪ از پسران گزارش شده است که ورزش شدید و حذف وعده غذایی^۴ رایج‌ترین آن‌ها است. در مجموع، ۷۵,۴٪ از دختران و ۶۹,۹٪ از پسران حداقل یک حساب رسانه اجتماعی داشتند__ اینستاگرام، شایع‌ترین شبکه اجتماعی بوده و توسط ۶۸,۱٪ دختران و ۶۱,۷٪ پسران مورد استفاده قرار می‌گرفت. دختران با حساب‌های کاربری اسنپ‌چت و تامبلر؛ و پسران با حساب اسنپ‌چت، فیس‌بوک و اینستاگرام، به طرز معنی‌داری با احتمال بیشتر دارای رفتارهای غذا خوردن مختل و ارزیابی بیش از حد از شکل و وزن^۵ بدن خود در گستره بالینی^۶ قرار دارند. زمان گذران روزانه بیشتر

1. Young adolescents

3. DE behaviors (Project Eating Among Teens)

5. Over-evaluation of shape and weight

2. Eating Disorder Examination-Questionnaire [EDE-Q]

4. Strict exercise and meal skipping

6. Clinical range

در اینستاگرام با امتیازات کلی پرسشنامه اختلال در خوردن غذا و رفتارهای غذا خوردن مختل برای دختران همراه بود. همین الگو نیز برای استفاده از اسنپ‌چت و رفتارهای غذا خوردن مختل در دختران قابل مشاهده بود.

یک الگوی واضح ارتباطی بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و شناخت و رفتار غذا خوردن مختل در این مطالعه اکتشافی^۱ مشاهده شد که اثبات می‌کند این ارتباط (وابستگی)^۲ در سنین کمتر از آنچه قبلاً بررسی شده است، اتفاق می‌افتد.

بی‌اشتهایی عصبی (آنورکسیا) و اثرات منفی فضای مجازی

- آنالیز مقایسه‌ای گروه‌های مرتبط با بی‌اشتهایی عصبی در فیس‌بوک، (توییفل^۳ و همکاران ۲۰۱۳)

هدف این پژوهش، تجزیه و تحلیل محتوا و فرهنگ بی‌اشتهایی عصبی مرتبط با ارتباطات شبکه اجتماعی فیس‌بوک بود. روش کار پژوهش به این شکل می‌باشد که با استفاده از پروفایل ساختگی از یک زن جوان، گروه‌ها و سایت‌های مربوط به بی‌اشتهایی عصبی در فیس‌بوک جست‌وجو شدند. گروه‌ها/سایت‌های شناسایی شده از لحاظ (۱) دسته (یکی از دسته‌های: آموزش، خودیاری، کمک حرفه‌ای، طرفدار آنورکسیا^۴، ضد آنورکسیا^۵)، (۲) فعالیت، (۳) جنبه‌های انگیزشی (نوشته، تصاویر) و (۴) حمایت اجتماعی، تجزیه و تحلیل شدند.


گروه‌های مرتبط متعددی در تمام دسته‌ها یافت شدند، با این تفاوت که کمک‌های حرفه‌ای تقریباً وجود نداشتند. هم‌چنین نتایج حاکی از این است که گروه‌های طرفدار، بیشترین فعالیت و بهترین سازمان‌دهی را دارند و بالاترین سطح حمایت اجتماعی را ارائه می‌دهند. انگیزه نوشتن به‌طور مشخص در همه دسته‌بندی‌ها ارائه شده و انگیزه گذاشتن تصویر نیز به‌ویژه در گروه‌های طرفدار آنورکسیا مشهود بود. بیشترین انگیزه عملکردی، در گروه‌های خودیاری یافت شد.

به‌طور کلی، به نظر می‌رسد شبکه‌های اجتماعی یک ابزار مطرح به منظور برقراری ارتباط و مبادله ایده‌های مربوط به بیماری و سلامتی، برای زنان جوانی باشد که از آنورکسیا رنج می‌برند.

1. Exploratory study
4. Pro-ana

2. Relationships
5. Anti pro-ana

3. Teufel

آیا به اندازه کافی زیبا به نظر می‌رسد؟  ۲۴۹

مراقبان، محققان و مؤسساتی که در زمینه اختلالات خوردن، فعالیت می‌کنند، باید از وجود سوء عملکردهای احتمالی و تأثیر شبکه‌های اجتماعی آگاه باشند. اینکده رسانه‌های اجتماعی می‌تواند به افراد مبتلا به بی‌اشتهایی عصبی کمک کند تا بتوانند از کمک‌های درمانی استفاده کنند و همچنین اینکده آیا می‌تواند در استراتژی‌های روان - درمانی ادغام شود باید در مطالعات آینده مورد بررسی قرار گیرد.

وسواس تغذیه سالم^۱ (اورتورکسیا) و اثرات منفی فضای مجازی



By konstantin Trubavin. In the public domain.

- بررسی تأثیر استفاده از اینستاگرام بر علائم اورتورکسیا، (ترنر و لوفر^۲ ۲۰۱۷) یکی از اختلالات مورد توجه در رابطه با خوردن، اورتورکسیا - نوعی وسواس برای تغذیه سالم است. برخلاف سایر اختلالات خوردن، اورتورکسیا بیشتر پیرامون کیفیت غذا است، نه کمیت آن و برخلاف بی‌اشتهایی یا پرخوری، افراد مبتلا به این اختلال کمتر بر کاهش وزن متمرکز هستند (هلث‌لاین، ۲۰۱۹). شیوع بالای اورتورکسیا در جمعیتی دیده می‌شود که علاقه زیادی به سلامتی و بدن خود دارند و اغلب با بی‌اشتهایی عصبی نیز هم‌آیند^۳ هستند. در این مطالعه، پیوندهای بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی، به‌ویژه اینستاگرام و اورتورکسیا، مورد بررسی قرار گرفته است.

1. Orthorexia nervosa
3. Comorbid

2. Turner & Lefevre

یک نظرسنجی آنلاین از کاربران رسانه‌های اجتماعی (تعداد=۶۸۰) که از دنبال‌کنندگان حساب‌های غذایی بهداشتی^۱ بودند (۴۴٫۶٪) از شرکت‌کنندگان در انگلستان، ۲۶٫۷٪ در ایالات متحده و بقیه در ۴۰ کشور دیگر زندگی می‌کردند) انجام شد. با استفاده از فهرست^۲ ORTO-۱۵، استفاده این افراد از رسانه‌های اجتماعی، رفتارهای غذایی و علائم اورتورکسیا در آن‌ها ارزیابی شد. استفاده بیشتر از اینستاگرام با گرایش بالاتر به اورتورکسیا همراه بود، در حالی که هیچ رسانه اجتماعی دیگری این تأثیر را نداشت. در تحلیل‌های اکتشافی، توییت‌ر ارتباط مثبت کمی با علائم اورتورکسیا نشان داد. نمای توده بدنی (BMI) و سن، هیچ ارتباطی با اورتورکسیا نداشتند. شیوع این اختلال در بین جمعیت مورد مطالعه ۴۹٪ بود که به‌طور قابل توجهی بالاتر از جمعیت عمومی (>۱٪) می‌باشد. به‌طور کلی، نتایج نشان می‌دهد گروه‌های پیرو تغذیه سالم^۳ در اینستاگرام شیوع بالایی از علائم اورتورکسیا دارند و استفاده بالاتر از اینستاگرام با افزایش علائم مرتبط است. این یافته‌ها، پیامدهای رسانه‌های اجتماعی بر بهزیستی روان‌شناختی و تأثیر «سلبریتی‌ها»^۴ روی صدها هزار نفر در این رسانه‌ها را، برجسته می‌کنند. این نتایج هم‌چنین ممکن است پیامدهایی بالینی در مورد ایجاد و بهبود اختلال خوردن داشته باشند.

رفتارهای تغذیه و نقش تأثیرگذاران فضای مجازی

- بررسی چگونگی اثربخشی تأثیرگذاران در اینستاگرام درباره رژیم و ورزش - در بین پست‌های آلمانی‌زبان (پیلگریم^۵ و همکاران، ۲۰۱۹)

اختلالات خوردن در میان نوجوانان یکی از نگرانی‌های جاری سلامت عمومی است. برنامه‌های ارتقای سلامت پایدار مستلزم درک کاملی از زمینه‌های اجتماعی است که افراد جوان را درگیر خود می‌کند. مطالعات اولیه نشان می‌دهند جوانان به منظور تبادل تجربیات و جمع‌آوری اطلاعات از شبکه‌های اجتماعی به‌طور گسترده‌ای بهره می‌برند. در طی این روند، رفتار (خرید) آن‌ها به‌طور قابل توجهی تحت تأثیر تأثیرگذاران (اینفلوئنسرها) قرار می‌گیرد.

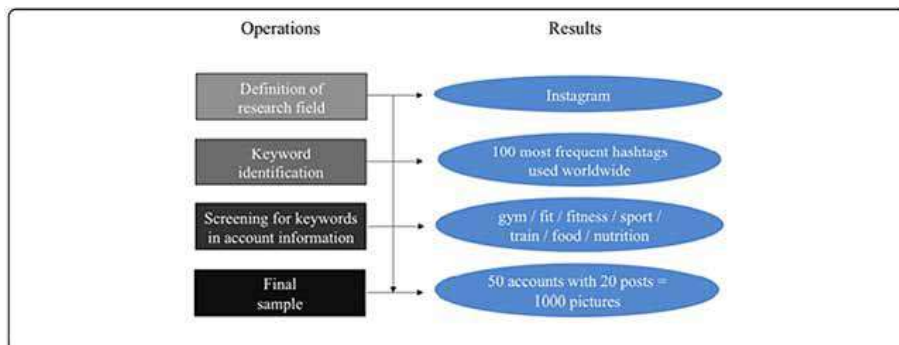
این تحقیق اکتشافی (آزمایشی)، ارتباطات مربوط به سلامت که از طریق کمپین‌های

1. Health food accounts
4. Celebrities

2. ORTO15- inventory
5. Pilgrim

3. Healthy eating community

تبلیغاتی هدایت نمی‌شوند را در مورد رژیم غذایی و ورزش توسط افراد تأثیرگذار (اینفلوئنسرها) در شبکه‌های اجتماعی با تمرکز بر محتوا، روش‌ها و تأثیر قابل مشاهده، مطالعه می‌کند. در یک رویکرد روش ترکیبی^۱، در ابتدا ۱۰۰۰ پست از تأثیرگذاران (اینفلوئنسرها)، به‌طور کمی در اینستاگرام تجزیه و تحلیل شدند.



نمودار ۱-۵: نمودار انتخاب نمونه‌ی کمی (پیلگریم و همکاران، ۲۰۱۹)

بر اساس نتایج تجزیه و تحلیل کیفی، از ۲۷ مورد نهایی، ۱۸ مورد به‌عنوان تعاملات غیر عادی و شدید و ۹ مورد رشته تعاملات معمولی شناخته شدند. جدول ۱-۵ ویژگی‌های منتخب را خلاصه می‌کند.

جدول ۱-۵: داده‌های تجزیه و تحلیل محتوای کمی در مقیاس اصلی، تولید موارد ۱ تا ۱۵ برای تجزیه و تحلیل محتوای کیفی (پیلگریم و همکاران، ۲۰۱۹).

Feature	Cases		
	Typical	Minimum	Maximum
Types of displayed food by frequency	(16) Food supplements	(17) Unprocessed	(18) Processed
Types of displayed naked body parts by frequency	(19) Chest	(20) Bottom	(21) Arm
Segments of integrated brands on the subject of diet by frequency	(22) Spices	(23) Chocolate	(24) Food supplements
Segments of integrated brands on the subject of exercise by frequency	(25) Gym	(26) Personal Training	(27) Sportswear

تأثیرگذاران (اینفلوئنسرها) با طراحی محتوای بصری متمرکز بر شکل بدن^۲ و فنون ارتباطی هدفمند، اعتماد و دوستی دنبال‌کنندگان خود را به دست می‌آورند. این افراد، رژیم و ورزش را به‌عنوان عواملی که کنترل آن‌ها برای کمال مطلوب بدن^۳ لازم است، معین می‌کنند. هم‌چنین، با مصرف مکمل‌های غذایی و پوشیدن لباس‌های ورزشی مارک‌دار تنگ، تأثیرگذاران (اینفلوئنسرها) روشی ساده را برای بهینه‌سازی ظاهر افراد __به‌عنوان کلید شادی__ نوید می‌دهند. تبلیغات

1. A mixed-methods approach
3. Body perfection
4.

2. Body-shape-focused visual content

مستقیم و پنهانی محصولات خاص صنعت، عمده تعاملات مجازی این تأثیرگذاران (اینفلوئنسرها) را تشکیل می‌دهند. درعین حال، افراد کم سن و سال با نقش‌ها و ایده‌آل‌های نشان داده شده توسط تأثیرگذاران (اینفلوئنسرها) شناسایی و نیازهای آن‌ها در چندین سطح مختلف برآورده می‌شود. این امر، بین تأثیرگذاران (اینفلوئنسرها) و دنبال‌کنندگان‌شان، وابستگی ایجاد می‌کند. پویایی در زمینه گفت‌ووشنوده‌های حوزه سلامت توسط تأثیرگذاران (اینفلوئنسرها) در شبکه‌های اجتماعی، در سال‌های آینده اهمیت فزاینده‌ای پیدا خواهد کرد. این امر عمدتاً به دلیل تقاضای هدفمند از سوی کاربران (به‌طور عمده) کمتر از سن قانونی و جذابیت بالای بازاریابی تأثیرگذاران^۱ از سوی شرکت‌ها است.

تأثیرگذاران وابستگی به شادی، بهزیستی، سلامتی و زیبایی را توصیه می‌کنند و این تصور را برای مخاطبان ایجاد می‌کنند که فقط افرادی سالم و زیبا هستند و می‌توانند خوشحال باشند که از طریق کنترل و نظم فردی، فرم بدنی ایده‌آل خود را شکل می‌دهند. یک نتیجه غیرمستقیم، این است که نیاز به اقدام جهت محافظت و همراهی مثبت جوانان در امر رشد روانی و جسمی آن‌ها می‌تواند بسیار حیاتی تلقی شود. تغییر چهره‌های اقتدار^۲ در نسل Z^۳ و همچنین تکنیک‌های ارتباطی تعیین‌شده، می‌تواند مورد توجه قرار گیرد و توسط طرح‌های هدفمند و گروه - محور اثرات پویاها مهار شود.

- بررسی تأثیر بازاریابی مواد غذایی (سالم و ناسالم) توسط تأثیرگذاران (اینفلوئنسرها) در رسانه‌های اجتماعی بر غذا خوردن کودکان انگلستان، (کوتس^۴ و همکاران، ۲۰۱۹)

در یک طرح بین آزمودنی^۵، ۱۷۶ کودک (۹-۱۱ ساله، با میانگین $0.7 \pm 10/5$ سال) به‌طور تصادفی برای مشاهده نمایه‌های مضحک اینستاگرامی^۶ دو ویدئو بلاگر مشهور یوتیوب به کار گرفته شدند. در نمایه‌ها، تصاویری از تأثیرگذاران (اینفلوئنسرها) با میان‌وعده‌های ناسالم (تعداد افراد در

1. Influencer marketing

2. Authority figures

۳. به کسانی که در دهه ۹۰ میلادی زاده شده‌اند (در تعیین زمان دقیق، اختلاف نظر وجود دارد) نسل Z گفته می‌شود. ویژگی این نسل، به دنیا آمدن و رشد کردن در زمانی است که جهان توسط اینترنت، تلفن‌های هوشمند، رسانه‌های دیجیتال و غیره، گسترده‌ترین تغییرات قرن خود را تجربه می‌کند (دولوت، ۲۰۱۸)؛ Generation Z.

4. Coates

5. Between-subjects design

6. Mock Instagram profiles

این گروه (= ۵۸ نفر)، میان‌وعده‌های سالم (۵۹ نفر) یا محصولات غیر غذایی (۵۹ نفر) وجود داشت. متعاقباً، میزان مصرف آزاد^۱ میان‌وعده‌های ناسالم، میان‌وعده‌های سالم و مصرف کلی (مصرف ترکیبی میان‌وعده‌های سالم و ناسالم) توسط شرکت‌کنندگان اندازه‌گیری شد. کودکانی که تأثیرگذاران (اینفلوئنسرها) مصرف‌کننده میان‌وعده‌های ناسالم را مشاهده کرده بودند، میزان مصرف کلی مواد غذایی و به‌طور خاص میزان مصرف میان‌وعده‌های ناسالم در آن‌ها در مقایسه با کودکانی که تأثیرگذاران (اینفلوئنسرها) را با محصولات غیر خوراکی مشاهده کرده بودند، افزایش چشمگیری نشان داد. مشاهده تأثیرگذاران (اینفلوئنسرها) با میان‌وعده‌های سالم بر میزان مصرف، تأثیر معنی‌داری نداشت؛ بنابراین، تبلیغات تأثیرگذاران مشهور رسانه‌های اجتماعی، مصرف مواد غذایی در کودکان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. بازاریابی تأثیرگذاران (اینفلوئنسرها) در مورد غذاهای ناسالم، باعث افزایش فوری مصرف غذا در کودکان شد، در حالی که بازاریابی غذاهای سالم تأثیری نداشت. افزایش تبلیغ مواد غذایی سالم در شبکه‌های اجتماعی ممکن است استراتژی مؤثری برای تشویق به رفتارهای غذایی سالم در کودکان نباشد. برای درک تأثیر بازاریابی دیجیتال مواد غذایی و برای آگاهی از سیاست‌گذاری‌های مناسب تحقیقات بیشتری لازم است.

- تحلیل اعتبار وبلاگ‌های مدیریت وزن در تأثیرگذاران رسانه‌های اجتماعی بریتانیا، (صبغ^۲ و همکاران، ۲۰۲۰)

از آنجاکه تأثیرگذاران (اینفلوئنسرها) شبکه‌های اجتماعی سطح تعامل زیادی با دنبال‌کننده‌های خود دارند، می‌توانند افکار و رفتارهای غذایی مخاطبان خود را شکل دهند. نگرانی‌هایی در مورد گسترش اطلاعات نادرست رژیم‌های غذایی که توسط این افراد ارائه می‌شوند، وجود دارد که ممکن است بر سلامت عمومی تأثیر منفی داشته باشند، اما در حال حاضر هیچ استاندارد برای ارزیابی اعتبار اطلاعات آن‌ها وجود ندارد.

این مطالعه با هدف ارزیابی اعتبار وبلاگ‌های تأثیرگذاران (اینفلوئنسرها) شبکه‌های اجتماعی

1. Ad libitum intake
2. Sabbagh

کلیدی مدیریت وزن^۱ (تعداد= ۹)، به صورت آزمایشی به وسیله یک چکلیست ارزیابی اعتبار از پیش آماده شده صورت گرفت.

نمونه‌ای از پست‌های وبلاگ به‌طور سیستماتیک در برابر ۱۳ شاخص اعتبار، تحت چهار موضوع مورد ارزیابی قرار گرفت: «شفافیت»، «استفاده از منابع دیگر»، «قابلیت اطمینان و پایبندی به معیارهای تغذیه‌ای» و «سوگیری».

شاخص‌ها برای تعیین درصد کلی اعتبار برای هر تأثیرگذاران (اینفلوئنسرها) شبکه‌های اجتماعی، بله / خیر بودند. ۱۰ دستور غذایی اخیر از هر وبلاگ با مقایسه و تطبیق با اهداف مربوط به کالری غذایی توسط سازمان بهداشت عمومی انگلستان^۲ و با طرح موسوم به «چراغ‌راهنما» برای برچسب‌گذاری مواد غذایی در انگلستان^۳، به منظور بررسی کیفیت غذایی، ارزیابی شدند. درصدها از ۲۳ تا ۸۵٪ متغیر بود (از نظر میزان تطابق با استاندارد ارزیابی مراکز فوق) که بالاترین میزان مربوط به بلاگ‌های یک متخصص تغذیه^۴ است. در نتیجه، وبلاگ‌های تأثیرگذاران (اینفلوئنسرها) شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان منابع مدیریت کالری و وزن، معتبر نیستند. با توجه به محبوبیت و تأثیر شبکه‌های اجتماعی در زمینه اضافه‌وزن، چاقی و مدیریت کالری و وزن، این مطالعه می‌تواند رویکردی روش‌شناختی برای پژوهش‌های آتی باشد.

- بررسی تأثیر ویدئوبلاگ‌ها، بر رفتارهای ناسالم تغذیه‌ای کودکان هلندی تبار، (اسمیت^۵ و همکاران، ۲۰۲۰)

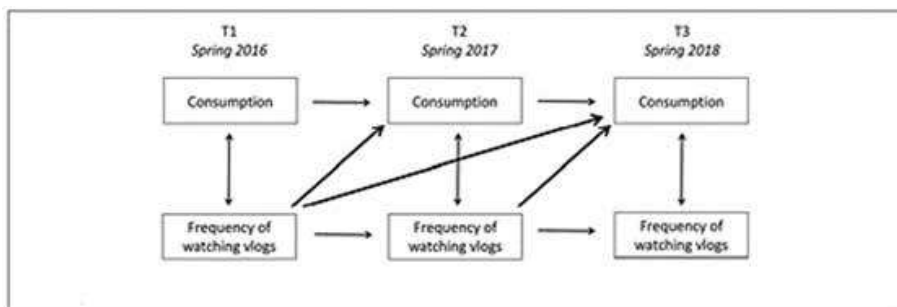
طی سال‌های گذشته، ویدئوبلاگ‌ها، به‌سرعت به یک بستر جذاب برای صنایع غذایی تبدیل شده است؛ به نحوی که از تأثیرگذاران (اینفلوئنسرها) رسانه‌های اجتماعی برای تبلیغ محصولات خود حمایت مالی می‌کند.

مانند بیشتر رسانه‌های سنتی، تأثیرگذاران (اینفلوئنسرها) شبکه‌های اجتماعی عمدتاً نوشیدنی‌ها و غذاهای ناسالم را که سرشار از قند، چربی و نمک هستند، تبلیغ می‌کنند— که

1. Key SMI Weight Management (WM)
3. UK 'traffic light' food labeling scheme
5. Smit

2. Public Health England's (PHE)
4. Registered Nutritionist

مصرف آن‌ها ممکن است خطر اضافه‌وزن، چاقی و بیماری‌های غیر واگیر را افزایش دهد. هدف از این خلاصه گزارش پژوهشی، بررسی تأثیر ویدئوبلاگ‌ها بر رفتارهای ناسالم تغذیه‌ای کودکان بوده است. با استفاده از داده‌های پیمایش طولی از ۴۵۳ کودک ۸ تا ۱۲ ساله، روابط طولی بین دفعات مشاهده ویدئوبلاگ‌ها و مصرف نوشیدنی‌ها و میان وعده‌های ناسالم در آن‌ها، تحلیل شد. تجزیه و تحلیل مدل سازی ساختاری سه موج داده^۱ با فواصل یک ساله نشان داد که فراوانی تماشای ویدئوبلاگ توسط کودکان (از طریق خود-گزارش دهی)، مصرف نوشیدنی‌های ناسالم را دو سال بعد تحت تأثیر قرار می‌دهد. تجزیه و تحلیل‌ها، رابطه معنی‌داری برای مصرف میان وعده‌های ناسالم نداشت. قدرت رابطه طولی مشاهده‌شده بین دفعات مشاهده ویدئوبلاگ‌ها در کودکان و مصرف نوشیدنی‌های ناسالم با یافته‌های قبلی در مورد انواع سنتی بازاریابی مواد غذایی قابل مقایسه است.



شکل ۲-۵: مدل تحلیلی (اسمیت و همکاران، ۲۰۲۰)

تصویر بدنی و فضای مجازی

امروزه، تصویر بدنی نه فقط با صورت ظاهری فرد، بلکه به‌عنوان تجربه روان‌شناختی چندبعدی بدنمندی^۲ شناخته می‌شود که شامل ادراک و نگرش مربوط به بدن خود فرد است؛ از جمله افکار، عقاید، احساسات و رفتارها (کش^۳، ۲۰۰۴). بدین منظور، ساختارهای مختلفی برای تصویر بدنی پیشنهاد شده است که مدل چهاروجهی تامپسون و ون‌دن‌برگ^۴ (۲۰۰۲) که اغلب در ادبیات

1. Structural path modeling analyses of three waves of data

2. Embodiment

3. Cash

4. Thompson & van den Berg

پژوهشی مورد استفاده قرار گرفته است، به آن استناد می‌کنند. اولین وجه این مدل، بعد عاطفی است که شامل احساس فرد در مورد بدن و هیجان‌های مرتبط با ارزیابی از بدن است. دوم، بعد شناختی است که شامل باورهایی می‌شود که شخص در مورد بدن خود دارد. سومین وجه، بعد رفتاری است که شامل اعمالی می‌شود که احتمال دارد شخص انجام دهد و مربوط به تصورش از بدن خودش باشد (مثلاً در اختلالات خوردن) و چهارم، بعد رضایت درونی است که رضایت کلی فرد از ظاهر و اندام خود را در برمی‌گیرد.

یکی از دلایل ارتباط نظری شبکه‌های اجتماعی با تصویر بدنی، به دلیل شباهت آن به رسانه‌های سنتی است که از عوامل تأثیرگذار و مشهور بر تصویر بدنی شناخته شده‌اند. تحقیقات، بارها نشان داده‌اند که قرار گرفتن در معرض رسانه‌های سنتی، مانند تبلیغات تلویزیونی، موزیک ویدئوها، آگهی‌نماها و مجلات، با اختلال تصویر بدنی در مردان (بارلت^۱ و همکاران، ۲۰۰۸) و زنان (گریب^۲ و همکاران، ۲۰۰۸) ارتباط دارد.

با توجه به مدل تأثیر سه‌جانبه^۳ برای ایجاد اختلال در تصویر بدنی (تامپسون و همکاران، ۱۹۹۹)، دو سازوکار پیشنهادی برای این رابطه وجود دارد: (۱) درونی سازی ایده‌آل‌های اجتماعی (به عنوان مثال، برونی‌سازی ایده‌آل لاغر یا عضلانی بودن) و (۲) مقایسه‌های اجتماعی مکرر و مبتنی بر ظاهر.

به بیان دیگر، افراد، تصاویر رسانه‌ای را معیاری برای آنچه باید به نظر برسند (ایده‌آل‌های اجتماعی برای ظاهر) در نظر می‌گیرند، خود را با این تصاویر ایده‌آل مقایسه و در نتیجه از بدن و ظاهر خود احساس بدی پیدا می‌کنند (استایس و شاو^۴، ۱۹۹۴).

شبکه‌های اجتماعی، اغلب متمرکز بر ظاهر هستند و کاربران در آن به‌طور انتخابی عکس‌هایی از خود ارسال می‌کنند که در آن‌ها خوب یا جذاب به نظر می‌رسند. در واقع، کاربران فقط «بهترین خود»^۵ را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذارند و این عکس‌ها اغلب به شدت ویرایش شده هستند (کوهن^۶ و همکاران، ۲۰۱۸). به همین دلیل، کاربران احتمالاً با جریانی از تصاویر غیرواقعی جذاب از دیگران روبرو می‌شوند که این جریان می‌تواند باعث مقایسه‌های

1. Barlett

3. Tripartite influence model

5. Best self

2. Grabe

4. Stice & Shaw

6. Cohen

اجتماعی و در نهایت منجر به احساس ناراضی‌تری از بدن شود. مطابق با مدل تأثیر سه‌جانبه، مطالعات نشان داده است که وقتی کاربران شبکه‌های اجتماعی در معرض این نوع محتوا قرار می‌گیرند، ایده‌آل‌های ارائه‌شده را درونی کرده (فلتمن و شیمونسکی^۱، ۲۰۱۸) و درگیر مقایسه‌های اجتماعی رو به بالا^۲ می‌شوند (هوگ و میلز^۳، ۲۰۱۹).

علاوه بر این، در حالی که رسانه‌های سنتی تصاویر افراد مشهور و مدل‌ها را نمایش می‌دهند، شبکه‌های اجتماعی عمدتاً تصاویر دوستان هم‌تراز^۴ را ارائه می‌دهند. برخی از پژوهش‌ها، نشان می‌دهد مقایسه با دوستان هم‌تراز تأثیرگذارترین نوع مقایسه اجتماعی است (اسکاتز^۵ و همکاران، ۲۰۰۲).

- فراتحلیلی از رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و اختلال تصویر بدنی، (سایپو و واحدی^۶، ۲۰۱۹)

ادبیات پژوهشی در حوزه بررسی رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و تصویر بدنی گسترده است، اما یافته‌های سازگاری ارائه نمی‌دهد. بر این اساس، پژوهشگران این مطالعه، با هدف ارائه یک بررسی کمی از تحقیقات مقطعی^۷ در این زمینه، به تجزیه و تحلیل ۶۳ نمونه مستقل (تعداد=۳۶۵۵۲) از مطالعاتی که تا جولای ۲۰۱۸ منتشر شده بودند، پرداختند. نتایج این فراتحلیل، نشان‌دهنده یک رابطه ضعیف، مثبت و معنی‌دار بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و اختلال تصویر بدنی^۸ است.

گرچه این ارتباط مثبت مورد انتظار بود، اما در مقایسه با هیاهویی که در مورد تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر تصویر بدنی، در اخبار و شبکه‌های اجتماعی به راه انداخته شده است، اندازه اثر^۹ بالاتری مورد انتظار بود. این ارتباط در مقایسه با نتایج به‌دست‌آمده در مورد تأثیر رسانه‌های سنتی بر تصویر بدنی نیز کمتر است. یک توجیه می‌تواند این باشد که کاربران ممکن است به

1. Feltman & Szymanski

۲. مقایسه با کسانی که فرد، آن‌ها یا موقعیتشان را برتر از خود احساس می‌کند (مترجم)، Upward social comparisons.

3. Hogue & Mills

4. Peers

5. Schutz

6. Saiphoo & Vahedi

7. Cross-sectional research

8. Body image disturbance

9. Effect size

این تشخیص رسیده باشند که محتوای موجود در شبکه‌های اجتماعی ایده‌آل بوده و بنابراین برای مقایسه‌های اجتماعی مناسب نیستند. برخی تحقیقات از این ایده پشتیبانی می‌کنند، اما یافته‌ها به‌طور کلی متفاوت‌اند. در نهایت، پژوهش بیشتری در حوزه سواد شبکه‌های اجتماعی و آگاهی کاربران از ماهیت ایده‌آل محتوای شبکه‌های اجتماعی مورد نیاز است. احتمال دیگر این است که محتوای ایده‌آل شده در شبکه‌های اجتماعی بر ساختارهای دیگر تأثیر بگذارد؛ به عنوان مثال، به‌طور خاص بر اجناس متمرکز باشد (مثلاً داشتن کالاهای لوکس) و کاربران به‌جای ظاهر یا سازه‌های مرتبط با بدن، مقایسه‌های اجتماعی را بر اساس این ساختار انجام دهند. نکته مهمی که باید در نظر گرفته شود، این است که برخی از کاربران ممکن است بیشتر از دیگران محتوایی را دنبال کنند که با ظاهر و ایده‌آل‌های بدنی مرتبط است. به‌رروری، این اندازه اثر به معنای بی‌اهمیت بودن این یافته و کوچک شمردن آن نیست و باید رابطه بین این دو متغیر به حداقل برسد؛ چراکه شبکه‌های اجتماعی به‌صورت گسترده استفاده می‌شوند و بر همین اساس، درحالی‌که این اثر ممکن است از نظر آماری کوچک به نظر برسد، اما می‌تواند تأثیر گسترده‌ای داشته باشد.

یافته مهم دیگر این فراتحلیل، حاکی از این است که رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و تصویر بدنی احتمالاً برای افراد خاص، انواع خاصی از استفاده و جنبه‌های خاصی از تصویر بدنی، قوی‌تر است. در واقع، با افزایش سن، رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و اختلال تصویر بدنی ضعیف می‌شود. به‌علاوه، اندازه اثر بزرگ‌تری برای مطالعات بررسی ارتباط بین تصویر بدنی و استفاده متمرکز بر ظاهر^۱ از شبکه‌های اجتماعی به دست آمد. به این معنی که استفاده از شبکه‌های اجتماعی به‌صورت کلی و غیراختصاصی می‌تواند چندان به تصویر بدنی مرتبط نباشد، زیرا کاربران می‌توانند در طیف گسترده‌ای از فعالیت‌ها و با انواع مختلفی از مطالبی که ممکن است بر تصویر بدنی تأثیری نداشته باشند، درگیر شوند. هم‌چنین، در تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر تصویر بدن، اندازه اثرهای بالاتری بر ابعاد شناختی و رفتاری تصویر بدنی، در مقایسه با بعد کلی / ارزیابی‌کننده^۲ یافت شد. به‌طور خاص، بعد شناختی تصویر بدنی

1. Appearance-focused use
2. General/evaluative dimension

اغلب به‌عنوان ایده‌آل‌های ظاهری/بدنی به‌کاربرده می‌شود، بنابراین این یافته نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی احتمالاً با برونی‌سازی ایده‌آل‌ها و انجام مقایسه‌های اجتماعی مرتبط با ظاهر، همراه هستند. همانند ابعاد شناختی، مشخص شد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی ممکن است با رفتارهای مرضی مرتبط با تصویر بدنی مانند اختلالات خوردن مرتبط باشد. درحالی‌که از این ارتباط به لحاظ نظری پشتیبانی می‌شود، تحقیقات تجربی هنوز باید به بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر رفتارهای خوردن ادامه دهند (پرفوف^۱، ۲۰۱۴) و بنابراین، این یک حوزه بالقوه برای تمرکز پژوهش‌های آینده به‌شمار می‌رود.

باید خاطر نشان ساخت که نتایج این فراتحلیل، مبین تفاوت‌های نژادی نیز هست، به‌صورتی که مطالعات انجام‌شده در استرالیا دارای اندازه اثر بیشتری نسبت به مطالعات امریکای شمالی، اروپا و آسیا بود؛ بنابراین، پژوهش در این حوزه باید در بستر فرهنگ‌های گوناگون انجام گیرد. همچنین برخلاف فرضیه محققان این فراتحلیل، مطالعات با شرکت‌کنندگان مؤنث بیشتر، دارای اندازه اثر بالاتری نیستند که نشان می‌دهد رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و اختلال تصویر بدنی در مردان و زنان متفاوت نیست. این موضوع می‌تواند به این دلیل باشد که زنان و مردان هر دو از مخاطبان شبکه‌های اجتماعی هستند و محتوای ایده‌آل را در شبکه‌های اجتماعی ارسال می‌کنند. این محتوا احتمالاً به‌عنوان اهداف مقایسه برای کاربران زن و مرد در شبکه‌های اجتماعی عمل می‌کند و در نتیجه، به‌طور مشابه بر هر دو جنس تأثیر می‌گذارد.

در مجموع، یافته‌های این فراتحلیل نشان می‌دهد که اختلال تصویر بدنی با استفاده از شبکه‌های اجتماعی ارتباط دارد؛ گرچه میزان این تأثیر به حدی نبود که با توجه تحقیقات قبلی و نظرات رایج در بین مردم پیش‌بینی می‌شد. با این حال، ممکن است برای برخی از کاربران (به‌عنوان مثال، کاربران جوان) که رفتارهای خاصی انجام می‌دهند (مثلاً، استفاده از شبکه‌های اجتماعی با تمرکز بر ظاهر)، آسیب بیشتری داشته باشد. یک مسیر جالب و مهم در آینده‌ی پژوهشی این حوزه، بررسی تعاملات بین این متغیرها است.

- بررسی سیستماتیک تحقیقات روان‌شناسی در مورد استفاده از شبکه‌های اجتماعی، نارضایتی از تصویر بدن و اختلال بدشکل‌پنداری بدن^۱، (رایدینگ و کوس^۲، ۲۰۱۹)

در این پژوهش مروری در سال ۲۰۱۹، ۴۰ مقاله در مورد تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر عدم رضایت از تصویر بدنی، به‌طور سیستماتیک بررسی شده است. در این پژوهش ادعان شده است بیشتر تحقیقات، بخصوص بسیاری از مطالعات متمرکز بر فیس‌بوک، نشان می‌دهند استفاده مکرر از شبکه‌های اجتماعی با افزایش نگرانی و نارضایتی از تصویر بدنی همراه است. به‌طور کلی، در حالی که یافته‌های مطالعات فعلی رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و نگرانی‌های مربوط به تصویر بدنی را برجسته می‌کند، کمبود طرح‌های طولی در پژوهش‌های این حوزه احساس می‌شود. همچنین، بسیاری از تحقیقات در مورد شبکه‌های اجتماعی و نگرانی‌های مربوط به تصویر بدنی، حول محور انگیزه لاغری هستند. این یافته‌ها حاکی از آن است که زنانی که در مقایسه‌های مبتنی بر ظاهر درگیر می‌شوند، ممکن است حساسیت ویژه‌ای نسبت به تصویر بدنی داشته باشند. از مقیاس‌هایی که در مطالعات (تا سال ۲۰۱۹) این حوزه استفاده شده‌اند، می‌توان مقیاس مقایسه ظاهر فیزیکی^۳، پرسش‌نامه نگرش‌های فرهنگی - اجتماعی نسبت به ظاهر^۴، مقیاس هوشیاری بدن عینی شده^۵، مقیاس انگیزه لاغری، پرسشنامه اختلالات خوردن^۶، مقیاس برون‌سازی فرهنگی - اجتماعی ایده‌آل‌های رسانه‌ای^۷، مقیاس عزت بدنی^۸، پرسشنامه برون‌سازی اجتماعی - فرهنگی ظاهر^۹، مقیاس مقایسه بدن^{۱۰} و خرده مقیاس عدم رضایت از بدن از آزمون نگرش بدن^{۱۱} را نام برد.

1. Body image dissatisfaction, and body dysmorphic disorder

2. Ryding & Kuss

3. Physical Appearance Comparison Scale

شامل یازده مورد است که به گرایش فرد برای مقایسه ظاهری در زمینه‌های مختلف اجتماعی پرداخته است. (برای نسخه فارسی مراجعه کنید به عطاری و همکاران، ۲۰۱۵)

4. Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire

نسخه فارسی ویرایش چهارم این پرسشنامه در ایران اعتباریابی شده است (مراجعه کنید به سهلان و همکاران، ۲۰۲۰).

5. Objectified Body Consciousness Scale

6. Drive for Thinness Scale of the Eating Disorder Inventory

7. Sociocultural Internalisation of Media Ideals Scale

8. Body Esteem Scale

مقیاس ۲۸ موردی و چندبعدی مختص جنسیت، شامل عزت بدنی ویژه زنان (جذابیت جنسی، نگرانی از نظر وزن، وضعیت جسمی) و مردان (جذابیت جنسی، قدرت بدنی، وضعیت جسمی) است. پاسخ‌دهندگان با استفاده از مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت («احساسات منفی شدید» تا «احساسات مثبت شدید») اعضای خاص و عملکردهای بدن را ارزیابی می‌کنند.

9. Sociocultural Internalisation of Appearance Questionnaire

10. Body Comparison Scale

11. The Body Dissatisfaction Subscale of the Body Attitude Test

مطالعات تجربی نشان داده است که قرار گرفتن در معرض تصاویر اینستاگرام باعث نارضایتی نسبت به بدن می‌شود (تیگمن و زاکاردو^۱، ۲۰۱۵)؛ با این حال، مقایسه‌ها به‌طور کامل رابطه بین اینستاگرام و نگرانی‌های مربوط به تصویر بدنی را توضیح ندادند (هندریکس^۲ و همکاران، ۲۰۱۷). بنابراین، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های بیشتری در آینده، سازوکارهای بالقوه دیگر را که ممکن است در این نتایج نقش داشته باشند، در نظر بگیرند (خصوصاً در مطالعات انجام‌شده روی مردان، نگرانی‌های مربوط به تصویر بدنی حول محور ایجاد عضله و نارضایتی عضلانی^۳ است). علاوه‌براین، یک مطالعه رابطه بین انگیزه عضلانی بودن و لاغری بین مردان و زنان را بررسی کرد و دریافت که استفاده منفعل از فیس‌بوک با افزایش انگیزه لاغری در هر دو جنس ارتباط دارد، اما استفاده از فیس‌بوک با انگیزه عضلانی بودن (نه برای مردان و نه برای زنان) ارتباط ندارد. گمان می‌رود نوع و ماهیت تصاویر به اشتراک گذاشته شده توسط دوستان هم‌تراز در شبکه‌های اجتماعی ممکن است بر نگرانی در مورد لاغری در مقابل عضلانی بودن تأثیر بگذارد، بنابراین تحقیقات آینده باید به بررسی تفاوت بین این دو نوع نگرانی (لاغر و یا عضلانی بودن) در مورد تصویر بدنی و رابطه آن‌ها با استفاده منفعل از شبکه‌های اجتماعی بپردازند (کیم و چاک^۴، ۲۰۱۵).



By John holcroft. In the public domain.

1. Tiggemann & Zaccardo
3. Muscle dissatisfaction

2. Hendrickse
4. Kim & Chock

هم‌چنین به گفته رای‌دینگ و کوس (۲۰۱۹)، یافته‌های مطالعات فعلی تعدادی از عوامل میانجی را در رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و نگرانی تصویر بدنی نشان می‌دهد. در حالی که مسئله عزت‌نفس و درونی‌سازی ایده‌آل‌ها در عدم رضایت از بدن نقش دارد، مقایسه با دیگران در حال استفاده از شبکه‌های اجتماعی، عامل اصلی و غالب در ایجاد و حفظ نگرانی‌های مربوط به تصویر بدنی است، به‌خصوص اگر چنین مقایسه‌هایی از نوع رو به بالا باشد (ریدولفی^۱ و همکاران، ۲۰۱۱). چنین یافته‌هایی نیاز به کاوش بیشتر در مورد تصویر بالقوه از بدن و مداخلات سواد رسانه‌ای، برای آموزش افراد در زمینه تأثیر مقایسه در شبکه‌های اجتماعی بر بهزیستی را مطرح می‌سازند (فردولی^۲ و همکاران، ۲۰۱۵).

انعطاف‌پذیری انواع اشتغال در استفاده از شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی در بهزیستی دارد (چن^۳ و همکاران، ۲۰۱۶) که نشان‌دهنده اهمیت تمایز قائل شدن بین میزان اشتغال به شبکه‌های اجتماعی و فراوانی چک کردن آن است—از جمله تمایز بین استفاده فعال و منفعل. استفاده منفعل^۴، (مانند پیمایش در پروفایل‌ها)، به‌ویژه برای بهزیستی مضر است، زیرا اغلب شامل مرور خودنمایی دیگران است (وین‌استین^۵، ۲۰۱۷). مشخص شده است افرادی که تصاویر جذاب را در فیس‌بوک مشاهده می‌کنند، علاوه بر احساسات منفی بیشتر، از تصویر بدنی خود نیز ناراضی هستند (هافرکمپ و کرامر^۶، ۲۰۱۱). با این حال، در پژوهش فردولی و همکاران (۲۰۱۵) که با استفاده از یک مطالعه دو بخشی با طراحی آزمایشی بین‌گروهی انجام شده بود، مشخص شد قرار گرفتن در معرض فیس‌بوک، تأثیر مستقیمی بر رضایت زنان جوان از بدن خود یا تمایل آن‌ها به تغییر وزن یا شکل آن‌ها ندارد. در عوض، یافته‌ها نشان داد برای زنانی که در مقایسه‌های ظاهری بیشتری درگیر هستند، استفاده از فیس‌بوک با تمایل بیشتر به تغییر چهره، مو و ویژگی‌های مربوط به پوست مرتبط است. به‌طور کلی، می‌توان گفت نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی، به‌ویژه استفاده منفعل و یا متمرکز بر ظاهر، به‌طور قابل توجهی با نارضایتی بیشتر از تصویر بدنی مرتبط است.

1. Ridolfi
2. Fardouly
3. Chen

۴. برای مثال، اندازه‌گیری‌شده با Passive Facebook Use Subscale of the Multidimensional Scale of Facebook Use

5. Weinstein
6. Haferkamp & Krämer

- بررسی اثرات تأثیرگذاران اینستاگرام بر خلق و نارضایتی از بدن زنان استرالیایی، (لو - کالورلی و گریو، ۲۰۲۱)

در این پژوهش جالب توجه، به بررسی تصاویر زنان تأثیرگذار (اینفلوئنسرها) ایده‌آل و تأثیر سنجه‌های پایین در برابر بالا^۲ (مثل تعداد دنبال‌کنندگان و پسندها)، بر خلق و نارضایتی از بدن کاربران بالغ زن در اینستاگرام پرداخته شد. ۱۸ تصویر از سه تأثیرگذار (اینفلوئنسر) زن با محبوبیت بالا (بدین منظور، کاربران با بیشتر از ۱۰۰ k دنبال‌کننده، به‌عنوان اینفلوئنسر، تعریف شده‌اند) انتخاب شدند.

پروفایل‌های نهایی، تأثیرگذاران (اینفلوئنسرها) لاغر، جذاب و سفیدپوست (۲۰-۳۰ سال) را با ترکیبی از عکس‌های نزدیک و تمام بدن از زوایای مختلف نشان می‌دهند. متغیر تعداد پسند نیز از ۹۰۰ تا ۶۸ k بود (گروه محبوبیت بالا). برای محبوبیت کم نیز از ۱۸ تصویر از تأثیرگذاران (اینفلوئنسرها) با معیارهای تعداد کم دنبال‌کنندگان (کمتر از ۱ k) و پسند (کمتر از ۱۰۰) در هر عکس استفاده شده است (گروه محبوبیت کم). برای شرایط کنترل نیز، شرکت‌کنندگان در مجموع ۱۸ پروفایل و تصویر اینستاگرام را مشاهده کردند که مناظر طبیعی را به تصویر می‌کشید (گروه کنترل).

۱۱۱ زن بزرگسال (۱۷ تا ۴۰ سال) به‌طور تصادفی در یکی از سه گروه مذکور (محبوبیت بالا، محبوبیت کم و گروه کنترل) قرار گرفتند. خلق و نارضایتی از بدن با استفاده از مقیاس‌های آنالوگ بصری (VAS^۳) برای ۵ بعد خلقی (اضطراب، افسردگی، شادی، عصبانیت و اعتمادبه‌نفس) و ۲ بعد نارضایتی از بدن (عدم رضایت از وزن و عدم رضایت از ظاهر) اندازه‌گیری شدند. نتایج نشان داد خلق منفی و نارضایتی از بدن در دو گروه تأثیرگذار (اینفلوئنسر) در مقایسه با گروه کنترل به‌طور قابل توجهی بالاتر است. جالب اینجاست که مقایسه‌ها تفاوت معنی‌داری بین خلق و عدم رضایت از بدن در گروه تأثیرگذار (اینفلوئنسر) با محبوبیت بالا و تأثیرگذار (اینفلوئنسر) با محبوبیت کم نشان نداد. درنهایت، یافته‌ها حاکی از آن است که کاربران باید صرف‌نظر از محبوبیت بالا یا پایین محتوا، از تأثیرات منفی بالقوه مشاهده تصاویر تأثیرگذاران

1. Lowe-Calverley & Grieve
3. Visual Analogue Scales

2. Low versus high metrics

(اینفلوئنسرها) ایده‌آل، آگاه باشند. ذکر این نکته خالی از لطف نیست که اینستاگرام اخیراً تعداد پسندها را از نمایش عمومی پنهان کرده است تا تمرکز کاربر را به محتوا معطوف کند (فیتزجرالد^۱، ۲۰۱۹).

هم‌چنین در این پژوهش، بین شرکت‌کنندگان گروه کنترل پس از مشاهده‌ی تصاویر طبیعت، کاهش میزان عدم رضایت از بدن به مقدار ناچیزی مشاهده شد که معنادار نبود. در توجیه این یافته خاطر نشان می‌شود ادبیات پژوهش در حوزه زیست‌محیطی یک اولویت ذاتی انسانی را برای محیط‌های طبیعی نشان می‌دهد و تعامل با طبیعت می‌تواند تأثیر مثبتی بر بهزیستی و سلامتی بگذارد (گریند و پاتیل^۲، ۲۰۰۹).

- بررسی تأثیر تصاویر اینستاگرامی و واقعی بر روی مقایسه‌ی اجتماعی و تصویر بدنی زنان، تیگمن و آندربرگ^۳، ۲۰۲۰

هدف این پژوهش، بررسی تأثیر قرار گرفتن در معرض تصاویر «اینستاگرام در برابر واقعیت» که یک موضوع داغ و پربازدید^۴ نوظهور در شبکه‌های اجتماعی است، بر تصویر بدنی زنان می‌باشد. از طرح آزمایشی تصادفی بین‌گروهی برای بررسی تأثیر متغیر نوع تصویر اینستاگرام، بر نارضایتی از بدن و ارزیابی از بدن^۵ استفاده شد. شرکت‌کنندگان ۳۰۵ زن بین ۱۸ تا ۳۰ سال بودند (نژادها به ترتیب فراوانی شامل سفیدپوست: ۶۹٫۲٪؛ لاتین/اسپانیایی تبار: ۱۱٫۸٪؛ افریقایی-آمریکایی: ۱۰٫۲٪؛ آسیایی: ۶٫۶٪؛ بومی آمریکا: ۰٫۳٪؛ «سایر»: ۲٪) و تحصیلات بیشتر شرکت‌کنندگان کارشناسی (۵۵/۴ درصد) یا دانشجوی کالج (۲۳/۶ درصد) می‌باشد که در معرض سه مجموعه (ایده‌آل- واقعی- اینستاگرام در مقابل واقعیت) از ۱۵ تصویر قرار گرفتند. این تصاویر شامل جفت عکس‌های کنار هم قرار گرفته از یک خانم جذاب بود که همان لباس را پوشیده و در همان محیط قرار دارد. یک سمت، تصویری ایده‌آل از آن زن را به تصویر می‌کشید (مثلاً با به نمایش گذاشتن ژست خاص یا استفاده از نورپردازی یا ابزارهای بهسازی تصویر دیجیتال)؛ اما در سمت دیگر، تصویری واقع‌بینانه‌تر نشان داده می‌شد؛ به عنوان مثال،

1. Fitzgerald
3. Tiggemann, M., & Anderberg
5. Body appreciation

2. Grinde & Patil
4. Trend

سلولیت یا چربی‌های بدن فرد مشخص بودند.

میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی از افراد پرسیده می‌شد. متغیرهای نارضایتی از بدن و ارزیابی از بدن، با استفاده از مقیاس‌های آنالوگ بصری (۰-۱۰۰) برای نمره‌گذاری این ویژگی، اندازه‌گیری شدند. همچنین متغیر مقایسه ظاهر با به‌کارگیری مقیاس مقایسه ظاهر سه ماده‌ای تیگمن و مک‌گیل^۱ (۲۰۰۴) و متغیر تفاوت ادراک‌شده بین تصاویر (جهت اطمینان از اینکه تصاویر واقعی و ایده‌آل در آزمایش، متفاوت ادراک می‌شوند) با پرسش مستقیم از شرکت‌کنندگان سنجیده شد. واقعی بودن تصاویر ادراک‌شده، توسط مقیاس ۴ ماده‌ای واقعیت ادراک‌شده^۲ (تیگمن و همکاران، ۲۰۱۳) اندازه‌گیری شد. به‌علاوه، از شرکت‌کنندگان پرسیده شد آیا گمان می‌کنند این زنان با این تصاویر خود، درصد انتقال پیامی هستند یا نه و اگر بله توصیف مختصری از این پیام ارائه کنند.

همان‌طور که پیش‌بینی می‌شد، یافته اصلی مطالعه این بود که قرار گرفتن در معرض تصاویر ایده‌آل-واقعی جفت‌شده و هم‌چنین تصاویر واقعی، نسبت به مشاهده تصاویر ایده‌آل اینستاگرام، منجر به کاهش نارضایتی از بدن می‌شود. درحالی‌که هیچ اثر آزمایشی بر میزان مشغول بودن به مقایسه ظاهری وجود نداشت، مقایسه ظاهر، افزایش نارضایتی از بدن و کاهش ارزیابی از بدن، در پاسخ به مشاهده تصاویر ایده‌آل-اما نه تصاویر جفت‌شده و واقعی-را پیش‌بینی کرد. این موضوع مبین این نکته است که تصاویر جفت‌شده (و واقعی) مقایسه اجتماعی کمتری نسبت به تصاویر ایده‌آل ایجاد می‌کنند. این مسئله از این جهت تعجب‌آور نیست؛ چراکه تصاویر جفت‌شده و واقعی، احتمال ادراک واقع‌بینانه‌تر را افزایش می‌دهند. درنهایت، زنان به‌درستی پیام تصاویر را تفسیر کرده بودند؛ در واقع، اکثر پاسخ‌ها حاکی از آن بودند که اینستاگرام واقعی نبوده یا هیچ‌کس آن‌قدر کامل نیست.

ب) تأثیرات مثبت شبکه‌های مجازی

اثرات مثبت فضای مجازی

- بررسی سیستماتیک استفاده از رسانه‌های اجتماعی در مورد پیامدهای^۱ تغذیه در بزرگسالان جوان، (کلاس^۲ و همکاران، ۲۰۱۸)

رسانه‌های اجتماعی به‌طور گسترده‌ای توسط بزرگسالان جوان پذیرفته شده‌اند؛ در نتیجه، محققان بهداشت در جست‌وجوی راه‌هایی برای استفاده از این تعامل با رسانه‌های اجتماعی برای ارائه مداخلات و پوی‌های تبلیغاتی^۳ در حوزه بهداشت هستند. افزایش وزن و گزینه‌های غذایی غیربهبوده در رژیم‌های غذایی بزرگسالان جوان معمول است و رسانه‌های اجتماعی می‌توانند ابزاری بالقوه برای تسهیل و حمایت از انتخاب‌های سالم‌تر باشند. این مطالعه با بهره‌گیری از یک بررسی نظام‌مند با روش‌های مختلط، به ارزیابی استفاده از شبکه‌های اجتماعی در مورد نتایج و پیامدهای مربوط به تغذیه در بزرگسالان جوان می‌پردازد.

هفت پایگاه داده [EBscophost, ERIC, ProQuest Central, PubMed, Ovid, Scopus] و Emerald] به‌طور نظام‌مند جست‌وجو شدند. ۱۲۲۵ چکیده نمایش داده شد و ۴۷ مقاله با متن کامل جهت واجد شرایط بودن^۴ مورد ارزیابی قرار گرفتند. طرح‌های مطالعه نیز شامل رویکردهای کمیتی، مانند مطالعات تجربی و مشاهده‌ای و هم‌رویکردهای کیفی، مانند گروه‌های متمرکز و مصاحبه‌ها^۵ بود. در نهایت، ۲۱ مطالعه مورد بررسی قرار گرفت (اگرچه استفاده از رسانه‌های اجتماعی در آن‌ها بسیار متنوع بود).

نتایج این مرور نظام‌مند نشان می‌دهد هدف اصلی رسانه‌های اجتماعی ارائه اطلاعات و پشتیبانی اجتماعی از شرکت‌کنندگان است. در ۹ کارآزمایی کنترل‌شده تصادفی^۶، از رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان یکی از جنبه‌های مداخله چندوجهی^۷ استفاده شده بود. مداخلات از نظر آماری تأثیر مثبت معنی‌داری بر نتایج تغذیه‌ای^۸ در ۱/۹ کارآزمایی‌ها نشان دادند. میزان اشتغال کاربران به مؤلفه مداخلات رسانه‌های اجتماعی از ۳ تا ۶۹ درصد متفاوت بود.

1. Outcomes
3. Promotion campaigns
5. Focus groups and interviews
7. Multi-faceted intervention

2. Klassen
4. Eligibility
6. Randomized controlled trials



By Alexander Spatari. In the public domain.

بر این اساس، به نظر می‌رسد بزرگسالان جوان نسبت به دریافت رهنمودهای غذا خوردن سالم و دستورالعمل‌های پخت غذا که از طریق شبکه‌های اجتماعی ارائه می‌شوند با گشودگی برخورد می‌کنند، اما در عین حال، تمایلی ندارند که اطلاعات مربوط به وزن خود را در شبکه‌های اجتماعی آنلاین به اشتراک بگذارند. در حال حاضر، انتشار اطلاعات، کاربردی قابل قبول از شبکه‌های اجتماعی در بین جوانان است. استفاده مؤثر از این رسانه‌ها به منظور حمایت اجتماعی، از طریق گروه‌های خصوصی و یا صفحات عمومی، نیاز به ارزیابی دقیق دارد؛ چراکه اثربخشی آن هنوز در طراحی‌های آزمایشی نامشخص است. نگرانی در مورد استفاده از رسانه‌های اجتماعی عمومی ممکن است یک عامل مشارکت‌کننده در نقش ضعیف رسانه‌های اجتماعی در مطالعات مداخله‌ای تحقیقاتی با هدف تأثیر بر وزن باشد. تحقیقات آینده باید بهترین نحوه تعامل با بزرگسالان جوان به وسیله رسانه‌های اجتماعی، چگونگی استفاده مؤثرتر از رسانه‌های اجتماعی برای حمایت از آنان و تسهیل حمایت‌های اجتماعی و نظیر به نظیر (همسالان با یکدیگر)^۱ در انتخاب‌های سالم‌تر را در نظر داشته باشند (کلاسن و همکاران، ۲۰۱۸).

1. Peer-to-peer

- بررسی سیستماتیک مطالعات حوزه رسانه‌های اجتماعی و چاقی در بزرگسالان، (ویرینگ^۱ و همکاران، ۲۰۱۸)

از آنجاکه رسانه‌های اجتماعی به‌طور گسترده‌ای مورد استفاده قرار می‌گیرند، این توانایی را دارند که بزرگسالان مبتلا به چاقی را با اطلاعات و پشتیبانی‌های اجتماعی برای کاهش وزن مرتبط کنند و مداخلات مربوط به سبک زندگی^۲ را ارائه دهند. در همین راستا، هدف نویسندگان از این مقاله مروری، تلخیص پژوهش‌های مشاهده‌ای و مداخله‌ای اخیر در مورد شبکه‌های اجتماعی و چاقی می‌باشد.

یافته‌های این پژوهش، نشان می‌دهد انجمن‌های آنلاین کاهش وزن بسیار زیاد هستند اما ممکن است اطلاعات نادرستی ارائه دهند. بررسی‌های نظام‌مند و فراتحلیل‌ها حاکی از آنند که مداخلات سبک زندگی ارائه‌شده توسط شبکه‌های اجتماعی، بر وزن تأثیر ناچیزی دارند، اما نحوه استفاده از این رسانه‌ها و نحوه مشارکت شرکت‌کنندگان بسیار متنوع است.

از آنجاکه چشم‌انداز رسانه‌های اجتماعی به سرعت در حال تغییر است، بیماران، پزشکان و محققان را با چالش مواجه خواهد کرد. تحقیقات در مورد اینکه چگونه بیماران می‌توانند از گروه‌های حمایتی برای کاهش وزن بهره ببرند و نیز بررسی نقش پزشکان در این گروه‌ها، لازم است. تحقیقات جاری در زمینه تعامل معنی‌دار، اثربخشی و مقرون‌به‌صرفه بودن مداخلات سبک زندگی ارائه‌شده توسط شبکه‌های اجتماعی، باید بینشی در مورد چگونگی استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای پرداختن به همه‌گیری چاقی^۳ فراهم آورند (ویرینگ و همکاران، ۲۰۱۸).

- نگرش و انگیزه جوانان، نسبت به رسانه‌های اجتماعی و برنامه‌های موبایلی برای کنترل وزن، (نیکولو^۴ و همکاران، ۲۰۱۹)

پیشگیری مؤثر در سنین پایین برای توقف همه‌گیری چاقی بسیار مهم است. برنامه‌های سلامت موبایلی (mHealth)^۵ با هزینه‌ی کمی می‌توانند افزایش چشمگیری داشته باشند. درحالی‌که برنامه‌های سبک زندگی^۶ فراوانی وجود دارد، اما این برنامه‌ها عمدتاً مبتنی بر

1. Waring
3. Obesity epidemic
5. Mobile health (mHealth) apps

2. Lifestyle interventions
4. Nikolaou
6. Lifestyle apps

شواهد علمی نیستند و به وضوح در جهت کاهش شیوع چاقی بی‌اثرند. هدف از این مطالعه بررسی ترجیحات و کاربرد برنامه‌های سبک زندگی در میان جوانان شش کشور بود. مطالعه با روش ترکیبی در بین جوانان ۱۳ تا ۲۴ ساله ساکن انگلستان، بلژیک، فنلاند، یونان، سنگاپور و نیوزیلند انجام شد. شرکت‌کنندگان از طریق تبلیغات وب در فیس‌بوک به مطالعه راه یافتند. داوطلبان علاقه‌مند به برنامه‌های تلفن همراه (به‌طور کلی، نه مختص سبک زندگی یا سلامتی)، یک نظرسنجی کوتاه شامل ۱۸ سؤال در مورد اطلاعات جمعیت‌شناختی، افزایش وزن و ترجیحات برنامه تلفن همراه را تکمیل کردند و سپس آزمودنی‌ها به گروه‌های تخصصی گفتگوی آنلاین به زبان انگلیسی پیوستند که در طول سال ۲۰۱۷ برگزار شد (اتاق‌های گفت‌وگو برای جلوگیری از ورود افراد غیر مرتبط دارای رمز عبور بودند و توسط یک محقق مجرب مدیریت می‌شدند).

در مجموع ۲۲۸۵ جوان (۶۱۰ نوجوان ۱۷-۱۳ ساله و ۱۶۷۵ بزرگسال ۱۸-۲۴ ساله) پاسخ داده و پیمایش را به اتمام رساندند که از این میان، ۷۲٪ (۱۶۴۵) نگرانی در مورد افزایش وزن برای خود یا دوستانشان گزارش کردند. سپس، ۸۰۷ جوان (۳۷۶ نوجوان و ۴۳۱ بزرگسال جوان) بر اساس سن و کشور برای شرکت در ۱۲ گروه متمرکز آنلاین انتخاب شدند که ۷۱۹ جوان آن‌ها را تکمیل نمودند.

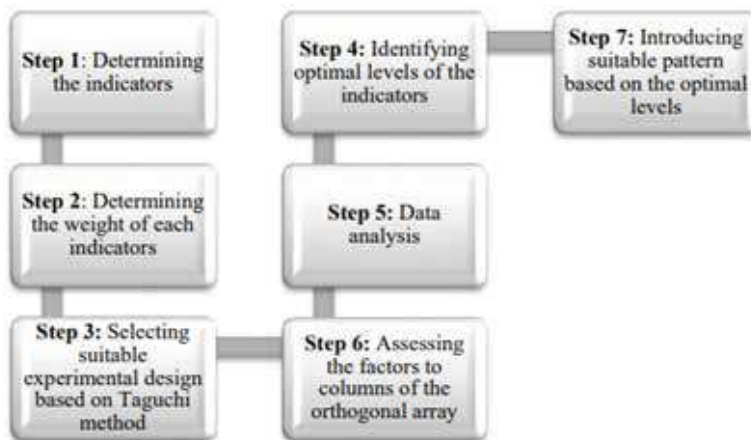
تجزیه‌وتحلیل، چهار مضمون اصلی را نشان داد: (۱) احساسات نسبت به وزن شخصی، (۲) کاربرد ادراک سبک زندگی و محتوای مطلوب برای پیشگیری از افزایش وزن، (۳) برنامه‌های رسانه‌های اجتماعی، برنامه‌های سبک زندگی و انگیزه برای دانلود و نگهداری آن‌ها^۱ و (۴) ایمنی و استفاده از داده‌ها و حفظ محرمانگی. در نهایت، نتایج این مطالعه نشان می‌دهد جوانان در هر شش کشور، نگران افزایش وزن و چاقی هستند و از برنامه‌های مبتنی بر شواهد mHealth استقبال می‌کنند، مشروط بر اینکه نظرات خود جوانان در محتوای برنامه گنجانده شود (نیکولو و همکاران، ۲۰۱۹).

ج) مطالعات کاربردی

پژوهش‌های کاربردی

- استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری با روش تاگوچی در بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر چاقی کودکان، (خواجه‌ایان^۱ و همکاران، ۲۰۱۸)

محققان تلاش کرده‌اند، از طریق مطالعات بهداشت عمومی (به ویژه در مورد مدل‌سازی چاقی کودکان)، با استفاده از تکنیک‌های آماری مناسب، عوامل مؤثر بر چاقی را شناسایی کنند. در سال‌های اخیر، رگرسیون، مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM^۲) و رگرسیون حداقل مربعات جزئی (PLS^۳) پرکاربردترین تکنیک‌های مدل‌سازی آماری^۴ در مطالعات بهداشت عمومی بوده‌اند. هدف اصلی این مطالعه استفاده از روش تاگوچی^۵ برای معرفی الگویی جدید به جای مدلی برای تجزیه و تحلیل شاخص توده بدنی (BMI) کودکان به عنوان نشانگر سطح چاقی کودکان است (که این سطوح چاقی به‌طور عمده مرتبط به استفاده از شبکه‌های اجتماعی است).



شکل ۳-۵: روند تجزیه-تحلیل روش تاگوچی (خواجه‌ایان و همکاران، ۲۰۱۸)

1. Khajeheian
2. Structural equation modeling (SEM)
3. Partial least squares (PLS)
4. Statistical modeling techniques
5. Taguchi method

روش تاگوچی یک روش بهینه‌سازی فرایند/محصول است که بر اساس ۸ مرحله برنامه‌ریزی، انجام و ارزیابی نتایج آزمایش‌های ماتریس برای تعیین بهترین سطوح عوامل کنترل اجرا می‌شود. هدف اصلی پایین نگاه داشتن واریانس خروجی حتی در صورت وجود ورودی‌های نویزی است-واریانس خروجی بسیار کم باشد-(دپارتمان مهندسی الکترونیک انستیتو فناوری بمبئی (۲۰۰۰). مقدمه‌ای بر روش تاگوچی).

تجزیه و تحلیل داده‌ها شامل دو بخش اصلی است:

- (۱) بخش اول مستلزم انتخاب شاخص‌های قابل توجه برای چهارچوب پیشنهادی با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری برای دانش‌آموزان دبستان و دبیرستان به‌طور جداگانه است.
- (۲) بخش دوم، روش تاگوچی را به عنوان یک رویکرد واقع‌بینانه و قابل اعتماد برای بررسی اینکه ترکیبی از متغیرهای معنی‌دار منجر به سطح بالای چاقی در کودکان می‌شود، معرفی می‌کند (خواج‌ایان و همکاران، ۲۰۱۸).

- پریشانی^۱ مرتبط با کووید-۱۹^۲ با مشکلات الکل، علائم اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و اعتیاد به غذا در شبکه‌های اجتماعی در بین کاربران ایتالیایی همراه است، (پنو^۳ و همکاران، ۲۰۲۰) فرض چند تن از دانشمندان این است که یکی از منفی‌ترین تأثیرات بیماری کرونا، افزایش شیوع و شدت سوءمصرف مواد مخدر و اعتیاد رفتاری^۴ است، اما با وجود نگرانی‌های عمومی در این حوزه، هنوز اطلاعات کمی در دسترس است. هدف اصلی این مطالعه بررسی ارتباط بین پریشانی^۵ مربوط به کووید-۱۹ و (۱) مشکلات مرتبط با الکل، (۲) علائم اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی و (۳) علائم اعتیاد به غذا می‌باشد.

در مطالعه حاضر، یک پیمایش^۶ آنلاین ملی در زمان منع رفت‌وآمد^۷ در ایتالیا (۹ مارس ۲۰۲۰-۴ مه ۲۰۲۰) انجام شد که در آن ۱،۵۱۹ شرکت‌کننده (۳۶۵ مرد و ۱،۱۵۴ زن، با میانگین سنی: $10/89 \pm 28/49$) حضور داشتند.

نتایج این پیمایش، حاکی از همراه بودن تأثیر روان‌شناختی کووید-۱۹ به‌طور مستقل با مشکلات الکل، علائم اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی و علائم اعتیاد به غذا می‌باشد. به نظر می‌رسد نتایج جمع‌آوری شده، نگرانی‌های کلی در مورد تأثیرات منفی کووید-۱۹ بر رفتارهای اعتیادی را تأیید می‌کند که نشان می‌دهد این مسئله باید به‌دقت رصد^۸ شود (پنو و همکاران، ۲۰۲۰).

1. Distress
3. Panno
5. Distress
7. Lockdown

2. COVID-19
4. Substances and behavioral addiction
6. Survey
8. Monitored

- تجزیه و تحلیل داده‌های شبکه اجتماعی توییتر در مورد غذای سالم، (پیلار^۱ و همکاران، ۲۰۲۱) محققان دریافته‌اند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر رفتار غذا خوردن^۲ تأثیر می‌گذارد؛ بنابراین، تجزیه و تحلیل داده‌های شبکه‌های اجتماعی برای درک معنای موجود در ورای اصطلاحات استفاده‌شده در زمینه غذای سالم مهم است. این مطالعه به تجزیه و تحلیل ارتباط داده‌های شبکه اجتماعی توییتر پرداخته است که شامل ۶۶۶،۱۷۸ پیام ارسال شده توسط ۱۶۸،۱۳۴ کاربر منحصربه‌فرد^۳ است. این داده‌ها شامل همه توییت‌هایی است که از هشتگ #healthyfood بین سال‌های ۲۰۱۹ و ۲۰۲۰ در توییتر استفاده کرده‌اند.

نتایج تحلیل‌ها نشان داد که کاربران معمولاً غذای سالم را با سبک زندگی سالم، رژیم غذایی و تناسب‌اندام مرتبط می‌دانند. غذاهای مرتبط با این هشتگ شامل گیاهی مطلق، خانگی و ارگانیک^۴ بودند. با عنایت به اینکه افراد، رفتار خود را با توجه به رفتار دیگران در شبکه‌های اجتماعی تغییر می‌دهند، می‌توان از این داده‌ها برای شناسایی ارتباطات و استنباط‌های فعلی و آینده در مورد ویژگی‌های غذای سالم استفاده کرد (پیلار و همکاران، ۲۰۲۱).

- تجزیه و تحلیل اثرات مداخلات کاهش وزن مبتنی بر رسانه‌های اجتماعی روی بزرگسالان با سطوح پایین اقتصادی - اجتماعی در ایالات متحده آمریکا، (زو و کاوالو^۵، ۲۰۲۱) چاقی یک عامل خطر شناخته‌شده برای بیماری‌های قلبی - عروقی^۶ از جمله فشارخون بالا و دیابت نوع دوم^۷ است. اگرچه مداخلات متعدد کاهش وزن، اثربخشی داشته‌اند، اما شواهد قابل‌ملاحظه کمتری در مورد سازوکارهای نظری که از طریق آن‌ها مؤثر واقع می‌شوند، وجود دارد. ارائه مداخلات تغییر در شیوه‌ی زندگی از طریق رسانه‌های اجتماعی، فرصت‌های منحصربه‌فردی را برای درک سازوکار اثرات مداخله فراهم می‌کند.

داده‌های جمع‌آوری شده که مستقیماً از پلتفرم‌های تحت وب جمع‌آوری می‌شوند، می‌توانند اطلاعات رفتاری دقیق و در لحظه را در طول پیشرفت برنامه‌های مداخله^۸ فراهم آورند تا بتوان از آن‌ها برای درک عملکرد مداخلات استفاده کرد. هدف از این مطالعه بررسی این سؤال بود که

1. Pilar
3. Individual users
5. Xu & Cavallo
7. Hypertension and type II diabetes

2. Eating behavior
4. Vegan, homemade, and organic
6. Cardiovascular disease
8. The course of intervention programs

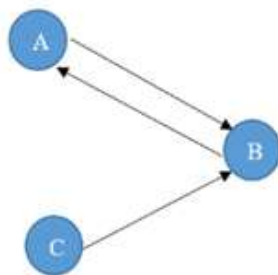
چگونه تحلیل شبکه‌های اجتماعی می‌تواند ادراک سازوکارهای مداخله‌ای کاهش وزن مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی را تسهیل کند.

تجزیه و تحلیل ثانویه، با استفاده از داده‌های یک مطالعه آزمایشی مقدماتی (آزمونه)^۱ انجام شد که یک رژیم مداخله غذایی و فعالیت‌های فیزیکی را از طریق فیس‌بوک به گروهی از شرکت‌کنندگان ارائه می‌داد. در این تجزیه و تحلیل، ۴۷ شرکت‌کننده در ۲ موج، مطالعه را به پایان رساندند و در تحلیل آماری وارد شدند.

نتایج نشان می‌دهد افزایش تعداد پست‌ها، نظرات و واکنش‌ها به‌طور معنی‌داری کاهش وزن را پیش‌بینی می‌کنند، دریافت نظرات، تغییرات خودکارآمدی را به‌طور مثبتی پیش‌بینی می‌کند و میزان ارتباط تنگاتنگ میان همسایگان یک فرد در شبکه با او، تغییرات حمایت اجتماعی را به نحو ضعیفی پیش‌بینی می‌نماید. علاوه بر این، تغییر در خودکارآمدی، رابطه بین دریافت نظرات و کاهش وزن را میانجی‌گری می‌کند.

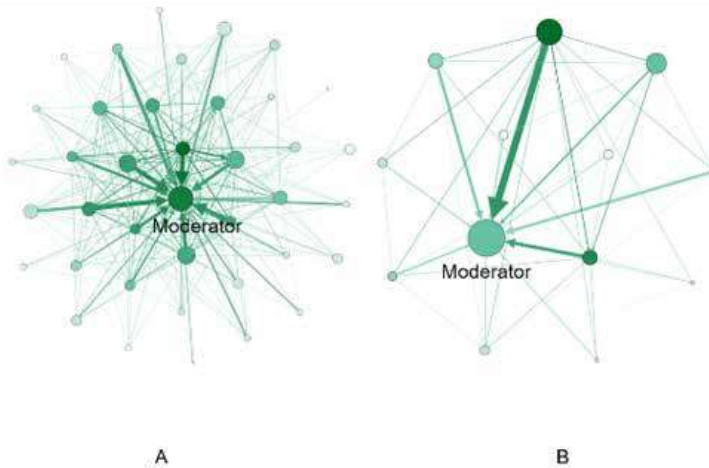
تجزیه و تحلیل، با استفاده از داده‌های این مطالعه آزمایشی مقدماتی، ویژگی‌های شبکه شرکت‌کنندگان را با تغییر در چندین نتیجه مهم مطالعه از جمله خودکارآمدی، حمایت اجتماعی و وزن مرتبط کرد. این نتایج، به پتانسیل استفاده از تجزیه و تحلیل شبکه اجتماعی به منظور درک فرایندها و سازوکارهای اجتماعی اشاره دارد که از طریق مداخلات رفتاری مبتنی بر وب بر نتایج روان‌شناختی و رفتاری^۲ شرکت‌کنندگان تأثیر می‌گذارد (زو و کاولو، ۲۰۲۱).

A posts: What do you all think are the most important things you need to do to lose weight?
B comments: Exercise, Change Eating Habits, Cut Out Alcohol
A replies on B's comments: Great points!
C replies on B's comments: I agree!



شکل ۴-۵: یک مثال ساده که روند ساخت شبکه را نشان می‌دهد که در آن، پیوند، نشان‌دهنده‌ی رابطه نظر/ پاسخ است (زو و کاولو، ۲۰۲۱).

1. Pilot study
2. Psychological and behavioral outcomes



شکل ۵-۵: شبکه اظهارنظر در طول مداخله در گروه ۱ (A) و گروه ۲ (B)

پیوند از گروه ۱ به گروه ۲ نشان‌دهنده نظراتی است که از گروه ۱ به گروه ۲ ارائه داده است، ضخامت نشان‌دهنده فرکانس است. رنگ گره نشان‌دهنده تعداد نظراتی است که به دیگران ارائه شده است، رنگ تیره نشان‌دهنده نظرات بیشتر است. اندازه‌ی گره تعداد پست‌های ایجادشده را نشان می‌دهد، اندازه‌ی بزرگ‌تر نشان‌دهنده‌ی تعداد بیشتری پست است (زو و کاولو، ۲۰۲۱).

خلاصه و جمع‌بندی

رفتارها و اختلالات خوردن

افرادی که در شبکه‌های اجتماعی دارای حساب کاربری بودند در آزمون‌های مرتبط با اختلالات خوردن نمره بالاتری کسب کردند. هم‌چنین جست‌وجو و دریافت بازخورد منفی از طریق شبکه‌های اجتماعی می‌تواند خطر اختلالات غذا خوردن را افزایش دهد.

به‌طور کلی به نظر می‌رسد شبکه‌های اجتماعی یک روش مطرح به منظور برقراری ارتباط و مبادله ایده‌های مربوط به بیماری و سلامتی، برای زنان جوانی باشد که از آنورکسیا رنج می‌برند. مراقبان، محققان و مؤسساتی که در زمینه اختلالات خوردن، فعالیت می‌کنند، باید از وجود امکانات، سوء عملکرد و تأثیر شبکه‌های اجتماعی آگاه باشند.

اینکه شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به افراد مبتلا به آنورکسیا کمک کند تا بتوانند از کمک‌های درمانی استفاده کنند و هم‌چنین اینکه آیا می‌تواند در استراتژی‌های روان‌درمانی ادغام شود، باید در مطالعات آینده مورد بررسی قرار گیرد.

در کل، نتایج مطالعات هم از تأثیرات مثبت و هم منفی استفاده از رسانه‌های مجازی بر بی‌اشتهایی عصبی حاکی است.

مطالعات پیرامون اورتورکسیا مبین این نکته است که این وسواس، در فعالین کانال‌های بهداشت غذایی شیوع بیشتری دارد؛ اما شاید قضیه برعکس باشد، یعنی افراد دچار اورتورکسیا تمایل بیشتری به عضویت در این کانال‌ها داشته باشند؛ لذا برای بررسی رابطه علت و معلولی در این موضوع، لازم است مطالعات طولی و متنوعی انجام شود تا مشخص گردد که نقش این کانال‌ها در عاملیت و یا تقویت اورتورکسیا چگونه است؟ و اساساً کانال‌های بهداشت غذایی چگونه باید عمل کنند تا به شیوع اورتورکسیا (و نیز سایر اختلالات مرتبط با تغذیه) دامن نزنند. از آنجاکه تأثیرگذاران شبکه‌های اجتماعی دنبال‌کننده زیادی دارند، می‌توانند افکار و رفتارهای غذایی مخاطبان خود را شکل دهند. تأثیرگذاران با طراحی محتوای بصری متمرکز بر شکل بدن و فنون ارتباطی هدفمند، رژیم و ورزش را به‌عنوان عواملی که کنترل آن‌ها برای کمال مطلوب بدن لازم است، معین می‌کنند. کودکانی که تأثیرگذاران مصرف‌کننده میان وعده‌های ناسالم را مشاهده کرده بودند، میزان مصرف کلی مواد غذایی و به‌طور خاص میزان مصرف میان وعده‌های ناسالم در آن‌ها در مقایسه با کودکانی که تأثیرگذاران را با محصولات غیرخوراکی مشاهده کرده بودند، افزایش چشمگیری نشان داد. مشاهده تأثیرگذاران با میان‌وعده‌های سالم بر میزان مصرف تأثیر معناداری نداشت.

اثرات مشاهده بلاگ‌های ویدیو به حدی است که تماشای ویدئوبلاگ توسط کودکان (از طریق خود - گزارش دهی)، مصرف نوشیدنی‌های ناسالم را ۲ سال بعد تحت تأثیر قرار داد.

تصویر بدنی

نتایج حاکی از آن هستند که شبکه‌های اجتماعی از طریق سازوکار مقایسه اجتماعی بر جنبه‌های بسیاری، از جمله تصویر بدنی کاربران تأثیر می‌گذارند. گرچه نتایج پژوهش‌های این حوزه مبین این نکته‌اند که شبکه‌های اجتماعی بر تصویر بدنی افراد تأثیرگذار هستند، اما این تأثیر به عوامل متعددی بستگی دارد و اندازه‌اثرهای گوناگون و

برخی نتایج متناقض می‌تواند به این دلیل باشد. نوع شبکه اجتماعی، نوع استفاده افراد از این شبکه‌ها، جنسیت و نژاد از عوامل تأثیرگذار هستند. هم‌چنین اینکه افراد در معرض چه نوع محتوایی قرار بگیرند یا اینکه در فرایندهای مقایسه ظاهری تا چه حد درگیر شوند، متغیرهای مهم و تأثیرگذار هستند.

تأثیرات مثبت شبکه‌های مجازی

به نظر می‌رسد بزرگسالان جوان نسبت به دریافت رهنمودهای غذا خوردن سالم و دستورالعمل‌های پخت غذا که از طریق شبکه‌های اجتماعی ارائه می‌شوند با گشودگی، برخورد می‌کنند، اما در عین حال، تمایلی ندارند که اطلاعات مربوط به وزن خود را در شبکه‌های اجتماعی آنلاین به اشتراک بگذارند.

در حال حاضر، انتشار اطلاعات، کاربردی قابل قبول از شبکه‌های اجتماعی در بین بزرگسالان جوان است. استفاده مؤثر از این رسانه‌ها به منظور حمایت اجتماعی، از طریق گروه‌های خصوصی یا صفحات عمومی، نیاز به ارزیابی دقیق دارد زیرا اثربخشی آن هنوز در طراحی‌های آزمایشی نامشخص است. تحقیقات در مورد اینکه چگونه بیماران می‌توانند از گروه‌های حمایتی برای کاهش وزن خود بهره ببرند و بررسی نقش پزشکان در این گروه‌ها، لازم است.

تحقیقات جاری در زمینه تعامل معنادار، اثربخشی و مقرون‌به‌صرفه بودن مداخلات سبک زندگی ارائه‌شده توسط شبکه‌های اجتماعی، باید بینشی در مورد چگونگی استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای پرداختن به چاقی فراهم کنند.

برنامه‌های سلامت موبایلی (mHealth) با هزینه کمی می‌توانند افزایش چشمگیری داشته باشند. جوانان، نگران افزایش وزن و چاقی هستند و از برنامه‌های مبتنی بر شواهد استقبال می‌کنند، مشروط بر اینکه نظرات خود جوانان در محتوای برنامه گنجانده شود.

مطالعات کاربردی

مطالعاتی که با استفاده از روش‌های محاسباتی جدید، به تحلیل داده‌های شبکه‌های اجتماعی مرتبط با مبحث بهداشت عمومی و رفتارهای تغذیه‌ای پرداخته‌اند را می‌توان از مطالعات کاربردی دانست. برای مثال مطالعه خواجه‌ایان و همکاران (۲۰۱۸) از روش تاگوچی، برای معرفی الگویی جدید به‌جای مدلی برای تجزیه و تحلیل شاخص توده بدنی (BMI) کودکان به‌عنوان نشانگر سطح چاقی کودکان - که این سطوح چاقی به‌طور عمده مرتبط به استفاده از شبکه‌های اجتماعی بود - استفاده کرده‌اند.

در مطالعه نلسون و فلمینگ که باهدف بررسی تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر درک مطالب مرتبط با غذا انجام شد، (۲۰۱۹)، مشخص شد ممکن است شبکه‌های اجتماعی عاملی تأثیرگذار در رفتار خوردن مردم باشد. علاوه‌براین، جنسیت ممکن است به‌عنوان یک کلید اصلی در این رابطه عمل کند. هم‌چنین، در این مطالعه، مردان غذاهای ناسالم را به‌طور معنی‌داری، سالم‌تر از زنان ارزیابی کردند.

به‌علاوه، مطالعات دیگری باهدف بررسی ارتباط مؤلفه‌های مختلف ازجمله تغذیه و اعتیاد به غذا در شرایط پاندمی ویروس کرونا، از داده‌های پلتفرم‌های فضای مجازی بهره برده‌اند.

در مطالعه پیلار و همکاران (۲۰۲۱) باهدف بررسی موارد مرتبط با غذا و رفتار خوردن، با بهره‌گیری از داده‌های پلتفرم‌های فضای مجازی، آمده است: با عنایت به اینکه افراد رفتار خود را با توجه به رفتار دیگران در شبکه‌های اجتماعی تغییر می‌دهند، می‌توان از این داده‌ها برای شناسایی ارتباطات فعلی و آینده (با استنباط‌های فعلی و آینده) در مورد ویژگی‌های غذای سالم استفاده کرد.

در نهایت، پژوهشی نیز به بررسی این نکته پرداخته است که چگونه تحلیل شبکه‌های اجتماعی می‌تواند درک ما از سازوکارهای مداخله‌ای کاهش وزن مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی را تسهیل کند. نتیجه مطالعه زو و کاوالو (۲۰۲۱)، حاکی از آن است که افزایش تعداد پست‌ها، نظرات و واکنش‌ها به‌طور معنی‌داری کاهش وزن را پیش‌بینی می‌کنند.

پیشنهادات پژوهشی

- ❖ پژوهش‌ها در گروه‌های سنی، جنسیتی و نژادی مختلف با نمونه‌گیری وسیع در بافت فرهنگی ایران، تکرار شود.
- ❖ مناسب به نظر می‌رسد که همبستگی‌ها بر اساس (الف) انواع پلتفرم رسانه‌های اجتماعی، (ب) نوع استفاده کاربران (فعال، منفعل، معطوف به اهداف تجاری یا روابط اجتماعی و غیره) و نیز (ج) دسته‌بندی افراد بر طبق میزان و نوع دنبال‌شوندگان (نقش افراد مشهور و تأثیرگذاران مختلف در زمینه‌های گوناگون بخصوص بازیگران و مدل‌ها) مورد ارزیابی قرار گیرند.
- ❖ نقش و تأثیر تأثیرگذاران با افراد مشهور در رسانه‌های سنتی، مورد مقایسه واقع شوند.
- ❖ نقش فرایندهای مقایسه ظاهری و سایر همبستگی‌ها (مثلاً با نوع و میزان محتوای دیده‌شده) بررسی شوند.
- ❖ امکان ادغام استراتژی‌های روان‌درمانی در شبکه‌های اجتماعی به منظور کمک به افراد مبتلا به انواع اختلالات مرتبط با تغذیه، مورد مطالعه قرار گیرد.
- ❖ برنامه‌های مبتنی بر شواهد و برنامه‌های سلامت موبایلی و مداخلات سبک زندگی ارائه‌شده در شبکه‌های اجتماعی به منظور مهار مشکلاتی نظیر چاقی (باتوجه به دسترسی‌پذیری، اثربخشی و مقرون‌به‌صرفه بودن مداخلات ارائه‌شده توسط شبکه‌های اجتماعی)، تدوین شوند.
- ❖ از داده‌های پلتفرم‌های فضای مجازی باهدف بررسی ارتباط مؤلفه‌های مختلف از جمله تغذیه و اعتیاد به غذا در شرایط پاندمی ویروس کرونا، بهره گرفته شود.
- ❖ پژوهش‌های آینده بر نقش تأثیرگذاران و مقایسه آن‌ها با چهره‌های مشهور رسانه‌های سنتی متمرکز شوند. همچنین مقایسه نقش رسانه‌های سنتی و شبکه‌های اجتماعی بر تصویر بدنی، نیازمند بررسی بیشتر است.

منابع

انجمن روانپزشکی امریکا. (۱۳۹۹). راهنمای تشخیصی و آماری اختلالات روانی-ویرایش پنجم (یحیی سیدمحمدی، ترجمه). (کار اصلی منتشر شده در ۲۰۱۳).

سادوک ب. ج.، سادوک و. آ.، و روئیز^۱ پ. (۱۳۹۹). خلاصه روان پزشکی کاپلان و سادوک (فرزین رضاعی، ترجمه). (کار اصلی منتشر شده در ۲۰۱۵).

Atari, M., Akbari-Zardkhaneh, S., Soufiabadi, M., & Mohammadi, L. (2015). Cross-Cultural adaptation of the physical appearance comparison scale-revised in Iran. *International Journal of Body, Mind and Culture*, 124-115.

Barlett, C. P., Vowels, C. L., & Saucier, D. A. (2008). Meta-analyses of the effects of media images on men's body-image concerns. *Journal of social and clinical psychology*, -279 ,(3)27 310.

Cash, T. F. (2004). *Body image: Past, present, and future*.

Chen, W., Fan, C. Y., Liu, Q. X., Zhou, Z. K., & Xie, X. C. (2016). Passive social network site use and subjective well-being: A moderated mediation model. *Computers in Human Behavior*, 514-507 ,64.

Coates, A. E., Hardman, C. A., Halford, J. C., Christiansen, P., & Boyland, E. J. (2019). Social media influencer marketing and children's food intake: a randomized trial. *Pediatrics*, 4)143).

Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2018). 'Selfie'-objectification: The role of selfies in self-objectification and disordered eating in young women. *Computers in Human Behavior*, 74-68,79.

Department of Electrical Engineering of Indian Institute of Technology Bombay. Introduction to Taguchi Method. Taken from the below link:
https://www.ee.iitb.ac.in/~apte/CV_PRA_TAGUCHI_INTRO.htm#:~:text=Taguchi20%Method20%is20%a20%process,the20%presence20%of20%noise20%inpuEs.

Dolot, A. (2018). The characteristics of Generation Z. *E-mentor*, 50-44 ,(2)74.

Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). The mediating role of appearance comparisons in the relationship between media usage and self-objectification in young women. *Psychology of Women Quarterly*, 457-447 ,(4)39.

1. Sadock, B. J., Sadock, V. A., & Ruiz, P.

Feltman, C. E., & Szymanski, D. M. (2018). Instagram use and self-objectification: The roles of internalization, comparison, appearance commentary, and feminism. *Sex Roles*, (5)78 324-311.

Fitzgerald, M. (2019). Instagram starts test to hide number of likes posts receive for users in 7 countries. *Time*. Retrieved from <https://time.com/5629705/instagramremoving-likes-test/>

Grabe, S., Ward, L. M., & Hyde, J. S. (2008). The role of the media in body image concerns among women: a meta-analysis of experimental and correlational studies. *Psychological bulletin*, 460 ,(3)134.

Grinde, B., & Patil, G. G. (2009). Biophilia: does visual contact with nature impact on health and well-being?. *International journal of environmental research and public health*, ,(9)6 2343-2332.

Haferkamp, N., & Krämer, N. C. (2011). Social comparison 2.0: Examining the effects of online profiles on social-networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 314-309 ,(5)14.

Hendrickse, J., Arpan, L. M., Clayton, R. B., & Ridgway, J. L. (2017). Instagram and college women's body image: Investigating the roles of appearance-related comparisons and intrasexual competition. *Computers in Human Behavior*, 100-92 ,74.

Healthline.(2019). Orthorexia-nervosa. Taken from the below link:
<https://www.healthline.com/nutrition/orthorexia-nervosa#101-what-is-orthorexia>

Hogue, J. V., & Mills, J. S. (2019). The effects of active social media engagement with peers on body image in young women. *Body image*, 5-1 ,28.

Hummel, A. C., & Smith, A. R. (2015). Ask and you shall receive: Desire and receipt of feedback via Facebook predicts disordered eating concerns. *International Journal of Eating Disorders*, 442-436 ,(4)48.

Kalon, E., Hong, J. Y., Tobin, C., & Schulte, T. (2016). Psychological and neurobiological correlates of food addiction. *International review of neurobiology*, 110-85 ,129.

Khajeheian, D., Colabi, A. M., Ahmad Kharman Shah, N. B., Bt Wan Mohamed Radzi, C. W. J., & Jenatabadi, H. S. (2018). Effect of social media on child obesity: Application of structural equation modeling with the Taguchi method. *International journal of environmental research and public health*, 1343 ,(7)15.

Kim, J. W., & Chock, T. M. (2015). Body image 2.0: Associations between social grooming on Facebook and body image concerns. *Computers in Human Behavior*, 339-331 ,48.

Klassen, K. M., Douglass, C. H., Brennan, L., Truby, H., & Lim, M. S. (2018). Social media use for nutrition outcomes in young adults: a mixed-methods systematic review. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 18-1, (1)15.

Lowe-Calverley, E., & Grieve, R. (2021). Do the metrics matter? An experimental investigation of Instagram influencer effects on mood and body dissatisfaction. *Body Image*, 4-1, 36.

Nelson, A. M., & Fleming, R. (2019). Gender differences in diet and social media: An explorative study. *Appetite*, 104383, 142.

Nikolaou, C. K., Tay, Z., Leu, J., Rebello, S. A., Te Morenga, L., Van Dam, R. M., & Lean, M. E. J. (2019). Young people's attitudes and motivations toward social media and mobile Apps for weight control: mixed methods study. *JMIR mHealth and uHealth*, 10(7), e11205.

Nuttall F. Q. (2015). Body Mass Index: Obesity, BMI, and Health: A Critical Review. *Nutrition today*, 128-117, (3)50.

Panno, A., Carbone, G. A., Massullo, C., Farina, B., & Imperatori, C. (2020). COVID19- Related Distress Is Associated With Alcohol Problems, Social Media and Food Addiction Symptoms: Insights From the Italian Experience During the Lockdown. *Frontiers in psychiatry*, 1314, 11.

Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*, 377-363, (12-11)71.

Pilař, L., Kvasničková Stanislavská, L., & Kvasnička, R. (2021). Healthy food on the twitter social network: Vegan, homemade, and organic food. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 3815, (7)18.

Pilgrim, K., & Bohnet-Joschko, S. (2019). Selling health and happiness how influencers communicate on Instagram about dieting and exercise: Mixed methods research. *BMC Public Health*, 9-1, (1)19.

Ridolfi, D. R., Myers, T. A., Crowther, J. H., & Ciesla, J. A. (2011). Do appearance focused cognitive distortions moderate the relationship between social comparisons to peers and media images and body image disturbance?. *Sex Roles*, 491, (8-7)65.

Ryding, F. C., & Kuss, D. J. (2020). The use of social networking sites, body image dissatisfaction, and body dysmorphic disorder: A systematic review of psychological research. *Psychology of Popular Media*, 412, (4)9.

Sabbagh, C., Boyland, E., Hankey, C., & Parrett, A. (2020). Analysing Credibility of UK Social Media Influencers' Weight-Management Blogs: A Pilot Study. *International journal of*

environmental research and public health, 9022 ,(23)17.

Sahlan, R. N., Akoury, L. M., & Taravatroy, F. (2020). Validation of a Farsi version of the Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire4- (F-SATAQ4-) in Iranian men and women. *Eating Behaviors*, 101438,39.

Saiphoo, A. N., & Vahedi, Z. (2019). A meta-analytic review of the relationship between social media use and body image disturbance. *Computers in human behavior*, 275-259 ,101.

Saiphoo, A., & Want, S. C. (2018). High cognitive load during attention to images of models reduces young women's social comparisons: Further evidence against cognitive efficiency. *Body image*, 97-93 ,27.

Schilder, P. (1936). The image and appearance of the human body: studies in the constructive energies of the psyche. *psyche monographs*, no. 4. *The Journal of Nervous and Mental Disease*, 228-227 ,(2)83.

Schutz, H. K., Paxton, S. J., & Wertheim, E. H. (2002). Investigation of body comparison among adolescent girls 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 1937-1906 ,(9)32.

Slade, P. D. (1988). Body image in anorexia nervosa. *The British Journal of Psychiatry*, 153(S22-20 ,(2.

Slade, P. D. (1994). What is body image?. *Behaviour research and therapy*.

Smit, C. R., Buijs, L., van Woudenberg, T. J., Bevelander, K. E., & Buijzen, M. (2020). The impact of social media influencers on children's dietary behaviors. *Frontiers in psychology*, 2975 ,10.

Stice, E., & Shaw, H. E. (1994). Adverse effects of the media portrayed thin-ideal on women and linkages to bulimic symptomatology. *Journal of social and clinical psychology* ,(3)13 308-288.

Teufel, M., Hofer, E., Junne, F., Sauer, H., Zipfel, S., & Giel, K. E. (2013). A comparative analysis of anorexia nervosa groups on Facebook. *Eating and Weight Disorders-Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 420-413 ,(4)18.

Thompson, J. K., & van den Berg, P. (2002). Measuring body image attitudes among adolescents and adults.

Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. American Psychological Association.

Tiggemann, M., & Anderberg, I. (2020). Social media is not real: The effect of 'Instagram vs reality' images on women's social comparison and body image. *New Media & Society*, (12)22 2199-2183.

Tiggemann, M., & McGill, B. (2004). The role of social comparison in the effect of magazine advertisements on women's mood and body dissatisfaction. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 44-23 ,(1)23.

Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2015). "Exercise to be fit, not skinny": The effect of fitspiration imagery on women's body image. *Body image*, 67-61 ,15.

Tiggemann, M., Slater, A., Bury, B., Hawkins, K., & Firth, B. (2013). Disclaimer labels on fashion magazine advertisements: Effects on social comparison and body dissatisfaction. *Body image*, 53-45 ,(1)10.

Timmons, K. A., & Joiner Jr, T. E. (2008). Reassurance seeking and negative feedback seeking. In *Risk factors in depression* (pp. 446-429). Elsevier.

Turner, P. G., & Lefevre, C. E. (2017). Instagram use is linked to increased symptoms of orthorexia nervosa. *Eating and Weight Disorders-Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 284-277 ,(2)22.

Waring, M. E., Jake-Schoffman, D. E., Holovatska, M. M., Mejia, C., Williams, J. C., & Pagoto, S. L. (2018). Social media and obesity in adults: a review of recent research and future directions. *Current diabetes reports*, 9-1 ,(6)18.

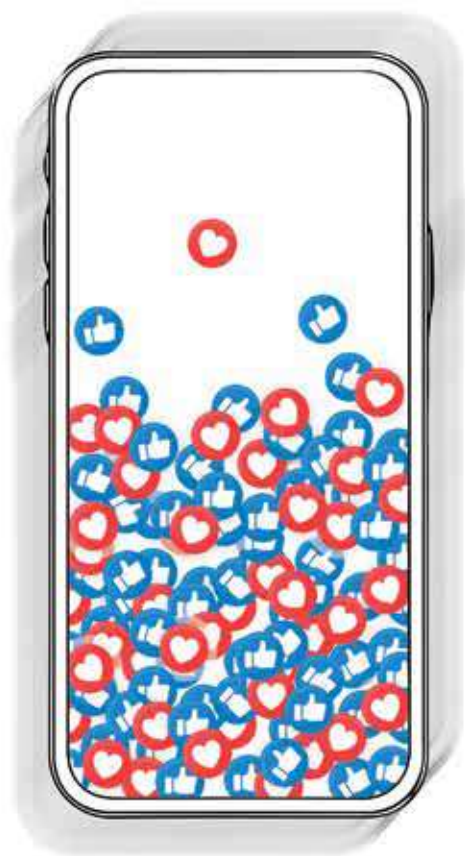
Weinstein, E. (2017). Adolescents' differential responses to social media browsing: Exploring causes and consequences for intervention. *Computers in Human Behavior*, 405-396 ,76.

World Health Organization. Obesity. Taken from the below link: https://www.who.int/health-topics/obesity#tab=tab_1

Wilksch, S. M., O'Shea, A., Ho, P., Byrne, S., & Wade, T. D. (2020). The relationship between social media use and disordered eating in young adolescents. *International Journal of Eating Disorders*, 106-96 ,(1)53.

Xu, R., & Cavallo, D. (2021). Social Network Analysis of the Effects of a Social Media-Based Weight Loss Intervention Targeting Adults of Low Socioeconomic Status: Single-Arm Intervention Trial. *Journal of Medical Internet Research*, 4)23), e24690.

پیوستها



پیوست ۱: گروه‌های تحقیقاتی و پژوهشگران سرآمد در این حوزه

با توجه گسترده‌گی پژوهش‌ها و روند سریع پیشرفت دستاوردها در زمینه شناسایی اثرات فضای مجازی بر مولفه‌های روانی و شناختی، شناسایی گروه‌های پیشرو و محققان سرآمد در زمینه پژوهش‌های مرتبط با این حوزه اهمیت زیادی دارد. در این پیوست ۲۱ نفر از پژوهشگران برگزیده به همراه علاقه‌های پژوهشی مرتبط به موضوع این کتاب معرفی می‌شود.

	Name	h-index	Field of specialization	university
1	Jon D. Elhai	73	PTSD-Anxiety, Cyberpsychology, Internet Addiction	Professor of Psychology and Psychiatry, University of Toledo
2	Michal Kosinski	45	Computational Social Science, Psycholog, -Artificial Intelligence and Big Data	Stanford University
3	David Stillwell	40	Psychology, social networks, decision making, digital footprints	Cambridge University
4	Christian Montag	56	Internet Addiction, Molecular Genetics of Personality, Neuroeconomics, Affective Neuroscience, Psychoinformatics	Head of Molecular Psychology, University of Ulm

	Name	h-index	Field of specialization	university
5	Matthew Pittman	7	social media, advertising, prosocial campaigns	University of Tennessee
6	Ethan Kross	46	self-control, emotion regulation, social psychology, social neuroscience	University of Michigan
7	Mark Griffiths	149	Gambling addiction, Video game addiction, Internet addiction, exercise addiction, sex addiction	Distinguished Professor of Behavioural Addiction, Nottingham Trent University
8	Viren Swami	71	Body image, Test adaptation, Mental health literacy, Cross-cultural Psychometrics	Anglia Ruskin University
9	Marika Tiggemann	109	Body image	Flinders University
10	Danielle E. Jake-Schoffman	15	Physical activity promotion, mobile technology, public health, nutrition implementation science	University of Florida
11	Margaret Allman-Farinelli	47	Nutrition and Dietetics	University of Sydney
12	Tracy Burrows	45	Nutrition Diet Obesity food addiction	University of Newcastle
13	Steve Sussman	84	Addictions translation research	Professor of Preventive Medicine, Psychology, and Social Work, University of Southern California
14	Dar Meshi	11	Social Media, Social Neuroscience, decision making	Michigan State University
15	J. Kevin Thompson	112	Body Image, Eating Disorders	University of South Florida

	Name	h-index	Field of specialization	university
16	Brian Primack	54	Health, Education, Technology and Media, Social media and health	University of Arkansas
17	Amandeep Dhir	34	IS-Marketing, Digitalisation, Social media and health	Professor, University of Agder Norway; NHS, UiS, Norway; North-West University South Africa
18	Baiyun Chen	16	Adaptive learning, mobile learning, social media evaluation	University of Central Florida
10	Chris Evans	22	learning, e-learning innovation, interaction design, technology enhanced learning	University College London
20	Paul A. Kirschner	95	Instructional Design, Educational Psychology, Computer Supported Collaborative Learning	Emeritus Professor (Educational Psychology), Open University of the Netherlands
21	Wilfred W.F. Lau	16	Technology enhanced learning social media in education adolescent online behaviour computer science education math education	Associate Professor, The Chinese University of Hong Kong

پیوست ۲: چند نمونه از پرسشنامه‌ها

در پژوهش‌های مورد بررسی در این اثر، پرسشنامه‌ها ابزار با اهمیتی به منظور ارزیابی رفتارها، عادات و مولفه‌های روانی و شناختی کاربران می‌باشند. به منظور آشنایی با ساختار و شکل معمول این پرسشنامه‌ها، در این پیوست نسخه برگردان فارسی چند پرسشنامه به عنوان نمونه آورده شده است.

الف. پرسشنامه اعتیاد به فیسبوک برگن

هدف: ارزیابی میزان اعتیاد افراد به فیسبوک

ردیف	عبارات	خیلی به ندرت	به ندرت	گاهی اوقات	اغلب	همیشه
۱	مدت زمان زیادی را درباره فیس‌بوک فکر کرده و یا برای استفاده از آن برنامه‌ریزی می‌کنید.					
۲	احساس می‌کنید نیاز دارید هرچه بیشتر و بیشتر از فیس‌بوک استفاده کنید.					
۳	از فیس‌بوک برای به فراموشی سپردن مشکلات شخصی استفاده می‌کنید.					
۴	تلاش شما برای توقف استفاده از فیس‌بوک با شکست مواجه شده است.					
۵	اگر از استفاده از این شبکه منع شوید، مشوش شده و دچار مشکل می‌شوید.					
۶	به اندازه‌ای از فیس‌بوک استفاده می‌کنید که بر روی تحصیل یا کار شما اثر منفی گذاشته است.					

شیوه نمره گذاری

«تست سنجش اعتیاد به فیس‌بوک برگن» بر اساس ۶ معیار اساسی تهیه شده است که باید برای دستیابی به نتیجه دقیق به هر ۶ معیار صادقانه پاسخ داده شود. نمره (۱) برای "خیلی به ندرت"، نمره (۲) برای "به ندرت"، نمره (۳) برای "گاهی اوقات"، نمره (۴) برای "اغلب" و نمره (۵) برای پاسخ "همیشه" در نظر گرفته شده است.

تفسیر نتایج

اگر در این تست حداقل به ۴ آیتم جواب اغلب یا همیشه داده شود، فرد، معتاد به فیس‌بوک تشخیص داده می‌شود.

ب. مقیاس عزت نفس روزنبرگ

هدف: سنجش عزت نفس

دستورالعمل:

هریک از عبارتهای زیر را به دقت بخوانید، به هر عبارتی که در مورد شما صدق می‌کند پاسخ موافق و به هر عبارتی که در مورد شما صدق نمی‌کند پاسخ مخالف بدهید.

مخالف	موافق	
		۱- احساس می‌کنم انسان با ارزشی هستم، حداقل مساوی با دیگران.
		۲- احساس می‌کنم چند ویژگی خوب دارم.
		۳- می‌توانم به خوبی اکثر مردم کارها را انجام دهم.
		۴- نسبت به خود نگرش مثبت دارم.
		۵- به طور کلی از خودم راضی هستم.
		۶- احساس می‌کنم چیز زیادی ندارم که به آنها افتخار کنم.
		۷- با در نظر گرفتن همه چیز، معمولاً فکر می‌کنم شکست خورده‌ام.
		۸- ای کاش می‌توانستم احترام بیشتری برای خودم قائل شوم.
		۹- گاهی احساس می‌کنم بی‌فایده هستم.
		۱۰- گاهی فکر می‌کنم اصلاً نمی‌توانم کاری انجام دهم.

جمع کل نمرات:

شیوه نمره گذاری:

- پاسخ موافق به هریک از عبارتهای ۱ تا ۵، +۱ دریافت می‌کند.
- پاسخ مخالف به هریک از عبارتهای ۱ تا ۵، -۱ دریافت می‌کند.
- پاسخ موافق به هریک از عبارتهای ۶ تا ۱۰، -۱ دریافت می‌کند.
- پاسخ مخالف به هریک از عبارتهای ۶ تا ۱۰، +۱ دریافت می‌کند.

تفسیر نتایج:

جمع جبری کل نمرات را به دست می‌آوریم. نمره بالاتر از صفر نشان‌دهنده عزت نفس بالا و نمره کمتر از صفر نشان‌دهنده عزت نفس پایین است. نمره +۱۰ نشان‌دهنده عزت نفس خیلی بالا و نمره -۱۰ نشان‌دهنده عزت نفس خیلی پایین است. بنابراین هرچه نمره بالاتر باشد، به همان اندازه سطح عزت نفس بالاتر خواهد بود و برعکس.

ج. پرسشنامه تشخیصی کوتاه نقص توجه- بیش‌فعالی کانرز بزرگسالان^۱ (CAARS)

دستورالعمل:

سؤالات زیر یکی از متغیرهای روان‌شناختی را می‌سنجد. لطفاً «هر مورد را با دقت خوانده و مشخص کنید چقدر در مورد شما صدق می‌کند.»

سن: جنس: تحصیلات:

ردیف	سؤالات	اصلاً	کمی	زیاد	خیلی زیاد
۱	بین صحبت‌های دیگران می‌پرسم.				
۲	همیشه در جنب و جوش هستم، مثل اینکه موتوری من را به حرکت وامی‌دارد.				
۳	من بی‌نظم هستم.				
۴	برای من مشکل است که مدت طولانی در یک جا بیایم (سخت است مدت طولانی در جایی ساکن باشم).				
۵	پیگیری چند کار به طور هم‌زمان برایم دشوار است.				
۶	خیلی زود حوصله‌ام سر می‌رود.				
۷	تحریک‌پذیر و عصبی هستم.				
۸	قشقرق به پا می‌کنم.				

1. Cnners Adult ADHD Rating scale-self report form & subscale

ردیف	سؤالات	اصلاً	کمی	زیاد	خیلی زیاد
۹	از انجام کارهای جدید اجتناب می‌کنم، چون به توانایی‌های خودم اعتقاد ندارم.				
۱۰	به دنبال کارهای هیجان‌انگیز و یا پرسرعت می‌روم.				
۱۱	حتی وقتی ساکن هستم در درون احساس بی‌قراری می‌کنم.				
۱۲	در حین انجام کارها، صداهای اطراف یا چیزهایی که می‌بینم حواسم را پرت می‌کند.				
۱۳	زود رنج هستم.				
۱۴	در انجام امور کوتاهی می‌کنم.				
۱۵	کارهایی که شروع می‌کنم به اتمام نمی‌رسانم.				
۱۶	از پس کارها به خوبی بر می‌آیم، ولی دروناً «به خود اطمینان ندارم.»				
۱۷	انجام کارهایی که باید در زمان مشخصی صورت گیرد برایم مشکل است.				
۱۸	شروع کارها برایم سخت است.				
۱۹	در کارهای دیگران دخالت می‌کنم.				
۲۰	حالات و روحیاتم غیر قابل پیش‌بینی است.				
۲۱	در کارهای روزانه حواس پرت هستم.				
۲۲	گاهی آنقدر روی کاری تمرکز دارم که متوجه هیچ چیز دیگر نمی‌شوم و گاهی کوچک‌ترین محرکی حواسم را پرت می‌کند.				
۲۳	معمولاً «در حال وول زدن یا تکان خوردن هستم.»				
۲۴	نمی‌توانم فکرم را روی چیزی متمرکز کنم مگر این که خیلی برایم جالب باشد.				
۲۵	دلتم می‌خواست به توانایی‌هایم بیشتر اعتماد کنم.				
۲۶	اشتباهات گذشته‌ام باعث شده به خودم بی‌اعتماد باشم.				

مقیاس ADHD خردسالی در بزرگسالی

دوست عزیز این آیتم‌ها مربوط به خصوصیات دوران کودکی شماست، لطفاً پس از خواندن هر سؤال جواب مورد نظر خود را مشخص کنید.

سن: جنس: تحصیلات:

خیلی زیاد	نسبتاً زیاد	به طور متوسط	کمی	هیچ وقت یا به ندرت	در زمان کودکی خصوصیات زیر را داشته‌ام (یا این گونه بوده‌ام):
					۱- فعال، ناآرام، همیشه در حال حرکت
					۲- ترس از چیزها
					۳- اشکال در تمرکز حواس، حواس پرتی
					۴- اضطراب و نگرانی
					۵- عصبی و بی‌قرار
					۶- بی‌توجه و خیال‌باف
					۷- عصبانی مزاج، تندخویی
					۸- خجالتی و حساس
					۹- از کوره در رفتن، کج خلقی
					۱۰- دنبال کارها نگرفتن، پشتکار نداشتن و ناتمام گذاشتن کارها
					۱۱- لجبازی و کله شقی
					۱۲- ناراحت و دل‌تنگ، افسرده، ناشاد
					۱۳- بی‌احتیاط، نترس، انجام دادن شوخی‌های خطرناک
					۱۴- ناموفق بودن، نارضایتی از زندگی
					۱۵- اطاعت نکردن از والدین، سرکش بودن، گستاخانه صحبت کردن
					۱۶- دست کم گرفتن خود
					۱۷- تحریک پذیر
					۱۸- اهل بیرون رفتن، خوش مشرب بودن، لذت بردن از بودن با دیگران
					۱۹- شلخته، نامنظم

خیلی زیاد	نسبتاً زیاد	به طور متوسط	کمی	هیچ وقت یا به ندرت	در زمان کودکی خصوصیات زیر را داشته‌ام (یا این گونه بوده‌ام):
					۲۰- دمدمی مزاج، گاهی سرحال و گاهی بی حال
					۲۱- احساس خشم داشتن
					۲۲- داشتن دوست‌های زیاد، اجتماعی بودن
					۲۳- منظم، مرتب، تمیز
					۲۴- بدون فکر عمل کردن، عمل کردن به افکار ناگهانی (تکانشی بودن)
					۲۵- ناپخته بودن
					۲۶- احساس گناه و پشیمانی کردن
					۲۷- از دست دادن کنترل خود
					۲۸- خیلی وقت‌ها غیرمنطقی بودن یا غیرمنطقی رفتار کردن
					۲۹- با بقیه بچه‌ها نجوشیدن، ناتوانی در حفظ دوستی‌ها به مدت طولانی
					۳۰- تناسب بدنی ضعیف، شرکت نکردن در ورزش‌ها
					۳۱- احساس ترس نسبت به از دست دادن کنترل خود
					۳۲- تناسب خوب بدنی، در بازی‌ها اولین کسی که برگزیده می‌شد
					۳۳- (فقط مخصوص خانم‌ها) مثل پسرها بودن
					۳۴- از خانه فرار کردن
					۳۵- درگیر زد و خورد و دعوا شدن (دعوایی)
					۳۶- اذیت کردن بقیه‌ی بچه‌ها
					۳۷- رهبر بودن، ریاست کردن
					۳۸- اشکال در بیدار بودن
					۳۹- تابع بودن، بسیار پیرو بودن
					۴۰- ناتوانی در توجه به امور از دید دیگران

خیلی زیاد	نسبتاً زیاد	به طور متوسط	کمی	هیچ وقت یا به ندرت	در زمان کودکی خصوصیات زیر را داشته‌ام (یا این گونه بوده‌ام):
					۴۱- با مسئولین مشکل داشتن، مشکل در مدرسه، به دفتر مدرسه فراخوانده شدن
					۴۲- بانبروی انتظامی مشکل داشتن، توقیف شدن، حبس شدن
خیلی زیاد	نسبتاً زیاد	به طور متوسط	کمی	هیچ وقت یا به ندرت	در زمان کودکی این مشکلات طی را داشتم:
					۴۳- سردرد
					۴۴- دل درد
					۴۵- یبوست
					۴۶- اسهال
					۴۷- حساسیت به غذا
					۴۸- انواع دیگر حساسیت
					۴۹- خیس کردن رختخواب
خیلی زیاد	نسبتاً زیاد	به طور متوسط	کمی	هیچ وقت یا به ندرت	در زمان کودکی در مدرسه این طور بودم:
					۵۰- روی هم رفته یک دانش آموز خوب و زود یادگیرنده
					۵۱- روی هم رفته یک دانش آموز ضعیف و دیر یادگیرنده
					۵۲- سرعت کم در کتاب خواندن (کند خواندن)
					۵۳- کندی در یادگیری خواندن
					۵۴- اشکال در از آخر به اول خواندن کلمات (معکوس خوانی)
					۵۵- اشکال در هجی کردن کلمات (املا)
					۵۶- اشکال در ریاضیات و اعداد
					۵۷- بدخط بودن
					۵۸- اگر چه توانایی خواندن من کاملاً خوب بود، اما هرگز از مطالعه کردن لذت نمی‌بردم
					۵۹- کسب موفقیت کمتر از میزان توانایی واقعی
					۶۰- مردود شدن (در کلاس چندم؟).....
					۶۱- اخراج موقت و یا دایم از مدرسه (در کلاس چندم؟).....

نمره‌گذاری و تفسیر نتایج:

پرسشنامه تشخیصی کوتاه اختلال بیش‌فعالی - کمبود توجه بزرگسالان کانرز، ابزاری است با پایایی و روایی مناسب شامل ۲۶ آیتمی صفر تا ۳ امتیازی که در تصحیح آن از پنج زیر مقیاس زیر استفاده می‌شود (کانرز و همکاران، ۱۹۹۹؛ به نقل از عرب گل و همکاران، ۱۳۸۳): A - کم توجهی / مشکل حافظه^۱؛ B - بی‌قراری / بیش‌فعالی^۲؛ C - تکانش‌گری^۳؛ D - مشکلات با تصور کلی از خود^۴ و E - شاخص بیش‌فعالی - کم توجهی^۵.

هر یک از چهار مقیاس اول شامل پنج آیتم هستند و شاخص نقص توجه - بیش‌فعالی مربوط به کل آیتم‌ها می‌شود. به طوری که مقیاس A شامل آیتم‌های (۳، ۵، ۱۷، ۱۸، ۲۱)، مقیاس B شامل آیتم‌های (۴، ۶، ۱۰، ۱۱، ۲۳)، مقیاس C شامل (۱، ۷، ۸، ۱۳، ۲۰) و مقیاس D شامل آیتم‌های (۹، ۱۵، ۱۶، ۲۵، ۲۶) می‌شوند. در مطالعه چارلز^۶ و همکاران (۲۰۰۶) هر یک از مقیاس‌ها از ضریب همسانی درونی خوبی برخوردارند به طوری ضریب آلفا برای هر یک از مقیاس‌ها به ترتیب ۰/۸۷، ۰/۷۴، ۰/۸۱، ۰/۸۹ و ۰/۸۵ به دست آمد که نشانگر ضریب پایایی قابل اعتماد است. زیر مقیاس E مقیاسی از سطح کلی علایم مربوط به ADHD را نشان می‌دهد و از میان زیر مقیاس‌ها بهترین غربال برای شناسایی افراد در معرض خطر بیماری می‌باشد. در مطالعه عرب گل و همکاران (۱۳۸۳)، این پرسشنامه روی ۲۰ نفر اجرا و روایی آن با روش آلفای کرونباخ محاسبه شد که رقم ۰/۸۱ به دست آمد و اعتبار محتوای آن را ۳ نفر فوق تخصص روان‌پزشکی کودک سنجیده و آن را مناسب ارزیابی کردند.

منابع پیوست ۲

منصور دهقان، الهه، (۱۳۹۳)، بررسی اثر بخشی هوش هیجانی در کاهش وابستگی به فیس‌بوک دانش‌آموزان دختر مقطع متوسطه شهر تهران، دانشگاه آزاد اسلامی، پردیس علوم و تحقیقات شاهرود، پایان‌نامه کارشناسی ارشد.

Conners, C. K., Erhardt, D., Epstein, J. N., Parker, J. D. A., Sitarenios, G., & Sparrow,

1. Inattention/memory problem
3. Impulsivity
5. ADHD index

2. Hyperactivity/restlessness
4. problem with self-concept
6. Charles

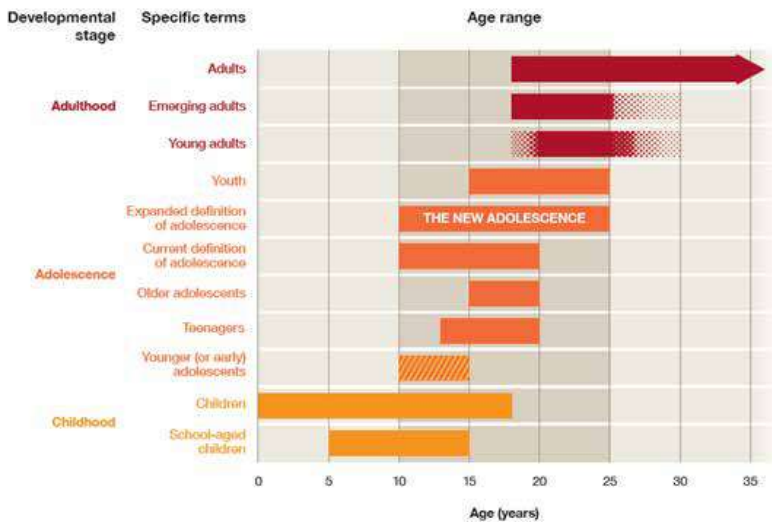
E. (1999). Self-ratings of ADHD symptoms in adults I: Factor structure and normative data. *Journal of Attention Disorders*, 151-141,(3)3.

Lin, C. Y., Broström, A., Nilsen, P., Griffiths, M. D., & Pakpour, A. H. (2017). Psychometric validation of the Persian Bergen Social Media Addiction Scale using classic test theory and Rasch models. *Journal of behavioral addictions*, 629-620,(4)6.

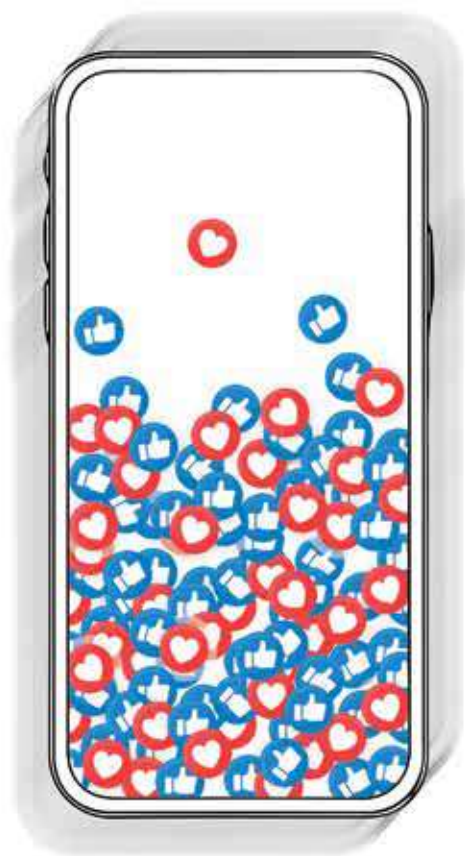
Rosenberg, M. (1965). Rosenberg self-esteem scale (RSE). *Acceptance and commitment therapy. Measures package*, 18 ,(52)61.

پیوست ۳:

در مطالعات مختلفی که در این پیمایش به مرور آن‌ها پرداختیم، برای دامنه‌های سنی متفاوت، اصطلاحات مشخصی به کار رفته است، از آنجاکه برای تمامی آن‌ها معادل فارسی مناسب موجود نیست، لذا بر اساس جدول زیر می‌توانید دامنه سنی مدنظر هریک از عناوین به کار گرفته شده را بیابید:



واژه نامه



English

A mixed-methods study
A multiple mediation analysis
A two-wave longitudinal survey
actions in response
ad libitum intake
adaptation phase
addiction-like symptoms
addictive behaviors
affect
aggressive emotions
Agreeableness
alexithymia
anecdotal information
anorexia nervosa (AN)
App Usage Tracker (AUT)
attachment styles
attention deficit hyperactivity disorder

فارسی

مطالعه با روش مختلط
تجزیه و تحلیل چندگانه میانجی
پیمایش طولی دوموجی
اقدام در پاسخ
میزان مصرف آزاد
مرحله سازگاری
علائم شبه‌اعتیاد
رفتارهای اعتیادی
عاطفه
احساسات پر خاشگرا نه
مقبولیت
ناگویی هیجانی
اطلاعات حکایتی
بی‌اشتهایی عصبی
برنامه ردیاب استفاده
سبک‌های دل‌بستگی
اختلال نقص توجه-بیش‌فعالی

attentional deficits	نقص‌های توجهی
attitudinal component	مولفه نگرشی
between subjects experimental design	طراحی آزمایشی بین گروهی
biased estimates	تخمین‌های سوگیرانه
biological sex	رابطه جنسی بیولوژیکی
bio-psycho-social model	مدل زیستی - روانی - اجتماعی
body dysmorphic disorder	اختلال بدشکلی بدن
body image dissatisfaction	نارضایتی از تصویر بدن
body image disturbance	اختلال تصویر بدن
Body Mass Index(BMI)	شاخص توده بدنی
body-shape-focused visual content	محتوای بصری متمرکز بر شکل بدن
bulimia nervosa	پراشتهایی عصبی
callousness	بی‌رحمی
cardiovascular disease	بیماری قلبی-عروقی
catharsis	تخلیه روانی
clinical range	دامنه بالینی
cognitive emotion theory	نظریه هیجان شناختی
cognitive flexibility	انعطاف‌پذیری شناختی
comorbid	هم‌آیند
confidentiality	محرمانگی
Conscientiousness	وظیفه‌شناسی
context of intertemporal choice	زمینه انتخاب بین‌زمانی
counterbalanced	متعادل
covariates	متغیر همپیراش

cross-sectional research	تحقیقات مقطعی
cyberstalking	گفتگوی سایبری
dark personality traits	ویژگی‌های شخصیتی تاریک
data-driven feature	ویژگی داده-محور
delay discounting	کاهش ارزش تعویقی
dietary behaviors	رفتارهای تغذیه‌ای
dietary supplements	مکمل‌های غذایی
digital footprints	ردپای دیجیتالی
digital traces	ردپای دیجیتالی
discourse of fear	گفتمان ترس
distractions	عوامل حواس‌پرتی
dual envy theory	نظریه‌ی حسادت دوگانه
dysfunctions	سوء عملکرد
eating pathology	آسیب‌شناسی خوردن
E-communities	انجمن‌های الکترونیکی
effect size	اندازه اثر
elicitation	فراخوانی
embodiment	بدنمندی
emotions	هیجان‌ها، عواطف
emotion contagion	سرایت هیجانی
emotion states	حالات عاطفی
emotional distress	پریشانی عاطفی
empathy	همدلی
engagement	مشارکت، اشتغال (شبکه‌های مجازی)

envy	حسادت
epidemiological research	تحقیقات اپیدمیولوژیک
Evidence-based	مبتنی بر شواهد
Executive function	عملکرد اجرایی
exploratory study	مطالعه اکتشافی
expressive	ابرازگر
Extraversion	برون گرایی
face value	ارزش اسمی
Facebook depression phenomenon	پدیده افسردگی فیس بوک
Fear of Missing Out (FOMO)	ترس از جا ماندن
Feeling(s)	احساس(ات)
Five-Factor-Model (FFM)	مدل پنج عاملی
fixed-effects models	مدل های اثرات ثابت
follower patterns	الگوهای دنبال کنندگان
food addiction (FA)	اعتیاد به غذا
gaming disorder	اختلال بازی
habituation	خوگیری
heuristic	اکتشافی
hierarchical regression analysis	تحلیل رگرسیون سلسله مراتبی
image-based sexual exploitation	استثمار جنسی مبتنی بر تصویر
impulsivity	تکانشگری
influencer marketing	بازاریابی اینفلوئنسر
inhibitory control	کنترل مهارى
interpersonal feedback-seeking	بازخوردجویی بین فردی

intimacy and perceived social support	صمیمیت و حمایت اجتماعی
Life Satisfaction (LS)	رضایت از زندگی
lifestyle interventions	مداخلات سبک زندگی
linguistic features	ویژگی‌های زبانی
longitudinal evidence	شواهد طولی
machine learning models	مدل‌های یادگیری ماشین
major depression	افسردگی شدید
maladaptive behaviors	رفتارهای ناهنجار
media multitasking	استفاده همزمان از چند رسانه
mediated social networks	شبکه‌های اجتماعی واسطه
mediating processes	فرایندهای میانجی
memory recall	یادآوری خاطرات
mind-wandering	سردرگمی ذهن
mixed-design survey	پیمایش با طراحی مختلط
mixed-methods systematic review	بررسی نظام‌مند با روش‌های مختلط
mobile health (mHealth) apps	برنامه‌های سلامت موبایلی
models of health risk behavior	مدل‌های رفتاری مخاطره‌آمیز سلامت
moderation analyses	تحلیل‌های میانه‌رو
moderator	تعدیل‌کننده
mood	خلق
morphology	ریخت‌شناسی
multidimensional	چند بعدی
multi-faceted intervention	مداخله چندوجهی
multitasking computer self-efficacy	خودکارآمدی رایانه‌ای چند وظیفه‌ای

muscle dissatisfaction	نارضایتی عضلانی
narcissism	خودشیفتگی
narrative synthesis	ترکیب روایت
neglect	غفلت
neuroticism	روان رنجور خوبی
Niche platforms	پلتفرم‌های تخصصی
nutritional outcomes	نتایج تغذیه‌ای
observational studies	مطالعات مشاهده‌ای
obsessive-Compulsive Disorder	اختلال وسواس اجباری
offline peer support	پشتیبانی آفلاین همتایان
online sexual harassment	آزار جنسی آنلاین
openness to experience	گشودگی نسبت به تجربه
orthorexia nervosa	ارتورکسیای عصبی (وسواس تغذیه‌ی سالم)
overall happiness	شادی کلی
over-evaluation of shape and weight	ارزیابی بیش از حد از شکل و وزن
overweight	اضافه‌وزن
palliative function	عملکرد تسکینی
paranoid ideation	افکار پارانوئید
passive or active SNS users	کاربران فعال یا منفعل شبکه‌های اجتماعی
peer-to-peer	نظیر به نظیر
perceptual component	مولفه ادراکی
personality factors	عوامل شخصیتی
phenomenological design	طراحی پدیدارشناختی
pilot study	مطالعه آزمایشی مقدماتی

pornography	محتوای خارج از عرف جنسی
positive online social feedback	بازخورد اجتماعی آنلاین مثبت
pre-prepared credibility checklist	چک‌لیست ارزیابی اعتبار از پیش آماده
probabilistic reversal learning paradigm	الگوی یادگیری معکوس احتمالی
problematic Internet use (PIU)	استفاده مشکل‌دار از اینترنت
promotion campaigns	پویش‌های تبلیغاتی
prospective study	مطالعه آینده‌نگر
Prototype Willingness model	مدل تمایل پیش‌نمونه
psychological well-being	بهبودی روان‌شناختی
psychopathy	جامعه‌ستیزی
random effects models	مدل‌های اثرات تصادفی
randomized controlled trials	کارآزمایی کنترل‌شده تصادفی
rational weighing	توزین منطقی
real-time behavioral information	اطلاعات رفتاری در زمان واقعی
reflective/long-term oriented	انعکاسی / بلندمدت‌گرا
registered nutritionist	متخصص تغذیه‌ی ثبت‌شده
relapse	عود (اعتیاد)
reliability and validity	و پایایی اعتبار
representative	نشانگر، بازنماینده
Resilience	تاب‌آوری
reward responsiveness	پاسخگویی به پاداش
risk and protective factors	عوامل خطر و محافظ
risk aversion	خطرگریزی
risk profile	نمایه خطر

risky decision making	تصمیم‌گیری مخاطره‌آمیز
rumination	نشخوار فکری
salivary cortisol	کورتیزول بزاقی
self-compassion	خود-شفقت‌ورزی
self-control	خودمهاری
self-disclosure	خودافشایی
self-efficacy	خود-کارآمدی
self-enhancement	خود-تقویتی
self-perception	ادراک از خود
self-presentation	خود-ارائه‌گری
self-regulation	خودتنظیمی
self-threatening	خود-تهدیدآمیز
self-worth	خود ارزش‌داری
sensitivity to stress	حساسیت به استرس
sequential sampling models	مدل‌های نمونه‌گیری متوالی
sexual abuse and/or assault	سوءاستفاده جنسی و/یا تجاوز
sexual distress	پیشانی جنسی
Sexually Explicit Websites (SEWs)	وبسایت‌های صریح جنسی
Smartphone Use Disorder (SUD)	اختلال استفاده از تلفن‌های هوشمند
SNS burnout	فرسودگی ناشی از شبکه‌های اجتماعی
SNS checking frequency	فراوانی چک کردن شبکه‌های اجتماعی
social anxiety on social media	اضطراب اجتماعی در رسانه‌های اجتماعی
social appraisal	ارزیابی اجتماعی
social comparison theory	نظریه مقایسه اجتماعی

social desirability	مطلوبیت اجتماعی
social disturbances	آشفته‌گی‌های اجتماعی
social media	رسانه‌های اجتماعی
social media addiction (SMA)	اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی
social media influencers	اینفلوئنسرهای رسانه‌های اجتماعی
social media-based weight loss	کاهش وزن مبتنی بر رسانه‌های اجتماعی
social rank theory	نظریه رتبه اجتماعی
social sharing of emotions	اشتراک اجتماعی هیجان‌ها
social support	حمایت اجتماعی
social-expressive phenomena	پدیده‌های ابرازگر اجتماعی
statistical modeling techniques	تکنیک‌های مدل‌سازی آماری
stigma	انگ
stress generation hypothesis	فرضیه تولید استرس
stressors	عوامل استرس‌زا
Structural Equation Modeling (SEM)	مدل‌سازی معادلات ساختاری
subjective well-being	بهبودی ذهنی
sub-optimal	غیربهینه، زیرسطح بهینگی
substance use	سوءمصرف موادمخدر
supervised data-driven methods	روش‌های داده-محور نظارت‌شده
supportive communities	گروه‌های حمایتی
survey	پیمایش
Technology Acceptance Model (TAM)	مدل پذیرش فناوری
technology-facilitated sexual violence	خشونت جنسی تسهیل‌شده توسط فناوری
technostress	استرس ناشی از تکنولوژی‌های جدید

tendency of social desirability	تمایل به مطلوبیت اجتماعی
top-down design decisions	طرح تصمیمات بالا به پایین
trait	صفت، رگه
trend	روند، موضوع داغ و پربازدید
trial	کوشش
underage users	کاربران زیر سن قانونی
upward social comparisons	مقایسه اجتماعی روبه بالا
value-based decisions	تصمیمات مبتنی بر ارزش
victim blaming	سرزنش قربانی
voxel-based morphometry techniques	تکنیک‌های مورفومتری مبتنی بر وکسل
vulnerability	آسیب‌پذیری
web-based platforms	پلتفرم‌های تحت وب
working memory	حافظه کاری (فعال)



مرکز ملی فضای مجازی
انتشارات پژوهشگاه فضای مجازی