

Social Media Usage Pattern and Committing High-Risk Behaviors among Young Adults Ages 18 to 25 Years

Davood Mehrabi*

Abstract

In spite of many opportunities, social media creates some threats, including the emergence of risky behaviors. The present study, using the theory of use and gratification and the theory of social norms, as well as relying on previous research literature, seeks to understand the relationship between the pattern of social media consumption and high risk behaviors among teenagers and young adults. In this cross sectional quantitative research, after assuring the validity and reliability of the questionnaire, 406 respondents aged 18 to 25 completed the online questionnaire. SPSS software was used for descriptive statistics and examining correlation between variables under investigation. AMOS software was also used to perform confirmatory factor analysis to assess the measurement model and Structural equation modelling (SEM) was applied to test the determinants of high risk behavior, and their relationships. As findings shown, Instagram, WhatsApp, Iranian Educational Network of the Students (SHAD), and Telegram were the most used media, which users mainly access through mobile phones at night. The incidence of high risk behavior was generally reported low among the respondents. Ease of access to social media had a significant correlation with high risk behaviors. Investigating the indirect effect of the relationships between the variables of use and satisfaction theory through social norms indicates no significant correlation. These findings can be helpful in designing and implementing intervention programs with the aim of avoiding risky behaviors caused by social media usage.

Keywords: Social media, use and gratification, social norms, risky behaviors.

* Assistant Professor, Faculty of Cultural Studies and Communication, Institute for Humanities and Cultural Studies, Tehran, Iran, d.mehrabi@ihcs.ac.ir

Date received: 16/02/2023, Date of acceptance: 14/05/2023



الگوی مصرف رسانه‌های اجتماعی و انجام رفتارهای پرخطر در میان جوانان ۱۸ تا ۲۵ سال

داود مهربانی*

چکیده

استفاده از رسانه‌های اجتماعی با فرصت‌ها و تهدیدهایی از جمله بروز رفتارهای پرخطر همراه است. مطالعه حاضر با استفاده از نظریه استفاده و رضایتمندی و نظریه هنجارهای اجتماعی و همچنین تکیه بر ادبیات پیشین تحقیق، درصدد شناخت رابطه بین الگوی مصرف رسانه‌های اجتماعی و انجام رفتارهای پرخطر در میان نوجوانان و جوانان است. در این پژوهش مقطعی که به صورت کمی انجام شد، پس از بررسی روایی و پایایی پرسشنامه، ۴۰۶ پاسخگوی ۱۸ تا ۲۵ ساله نسبت به تکمیل پرسشنامه آنلاین اقدام کردند. تحلیل کمی با استفاده از نرم افزارهای SPSS و ایموس انجام شد. از بین رسانه‌های مورد مطالعه، اینستاگرام، واتساپ، شاد و تلگرام بیشترین استفاده را داشته که کاربران به طور عمده شب‌ها و از طریق گوشی تلفن همراه به این رسانه‌ها دسترسی می‌یابند. بر اساس یافته‌های تحقیق، بروز رفتارهای پرخطر به طور کلی در بین پاسخگویان پایین گزارش شده است. بین سهولت استفاده از رسانه‌های اجتماعی با بروز رفتارهای پرخطر همبستگی معنادار آماری مشاهده شد، اگرچه رابطه علی و معلولی بین این دو متغیر نیازمند مطالعات عمیق‌تر است. در بررسی تأثیر غیرمستقیم روابط بین متغیرهای نظریه استفاده و رضایتمندی از طریق هنجارهای اجتماعی، رابطه معناداری مشاهده نشد. این یافته‌ها می‌تواند در طراحی و اجرای برنامه‌های مداخله‌ای با هدف پرهیز از انجام رفتارهای پرخطر ناشی از استفاده رسانه‌های اجتماعی کمک‌کننده باشند.

کلیدواژه‌ها: رسانه‌های اجتماعی، استفاده و رضایت مندی، هنجارهای اجتماعی، رفتارهای پرخطر.

* استادیار، گروه ارتباطات و علم و فناوری، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، d.mehrabi@ihcs.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۷/۰۸، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۰/۰۵



۱. مقدمه و بیان مسئله

رسانه‌های اجتماعی ظرفیت تغییر و دگرگونی در فرهنگ و زمینه‌های پایبندی به ارزش‌ها، نهادها، و سبک زندگی را در جوانان و نوجوانان تقویت می‌کنند (رحیمی، فتحی، افراسیانی، اسکندری اندلیبی، ۱۳۹۸). با ورود هر چه بیشتر اشکال مختلف رسانه‌های نوظهور از جمله رسانه‌های اجتماعی، استفاده از این قبیل رسانه‌ها به طور قابل توجهی افزایش یافته که پیامد آنها بروز فرصت‌ها و تهدیدهایی برای قشرهای مختلف از جمله نوجوانان و جوانان است (چاسیاکوس، رادسکی، کریستاکیس، مورنو، و کراس، ۲۰۱۶)، از جمله این تهدیدات می‌توان به بروز رفتارهای پرخطر اشاره کرد. مطالعه این قبیل رفتارها نه تنها مورد توجه محققان و اندیشمندان رشته‌های مختلف (وانوچی، سمپسون، گاگنون، و اوهانسیان، ۲۰۲۰؛ ونته، دالی، کیلمیر، و گروب، ۲۰۲۰) قرار گرفته است، بلکه رسانه‌های خارجی (بویگئیوس ۲۰۲۱؛ هورویتز و سیتارامان، ۲۰۲۱) و داخلی (تأثیر شبکه‌های اجتماعی، ۱۳۹۸؛ تأثیر منفی رسانه‌های اجتماعی، ۱۳۹۷) به بیان نگرانی‌ها در این مورد پرداخته‌اند.

۲. مصرف رسانه‌ای و رفتارهای پرخطر

تبدیل شدن رسانه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌های پیام‌رسان به بخش جدایی‌ناپذیر از زندگی روزمره نوجوانان و جوانان که در مطالعات خارجی نشان داده شده‌اند (کوکینگهام و ریان، ۲۰۱۵؛ اوپلین، هانسون، و کراندال، ۲۰۲۳) در ایران نیز گزارش شده است. نتایج تازه‌ترین تحقیقات مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) در خرداد ماه سال ۱۴۰۱ نشان می‌دهد که ۷۸.۵ درصد از شهروندان کل کشور حداقل از یک پیام‌رسان یا رسانه اجتماعی استفاده می‌کنند. از نظر رده سنی، ۹۶.۹ درصد از گروه سنی ۱۸ تا ۲۹ سال هم‌اکنون از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌نمایند. واتساپ با ۸۷.۷ درصد، اینستاگرام ۴۹.۴ درصد و تلگرام با ۳۱.۶ درصد به ترتیب پراستفاده‌ترین پیام‌رسان‌ها در ایران هستند (مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران - ایسپا، ۱۴۰۱).

اگرچه استفاده از رسانه‌های اجتماعی می‌تواند اثرات مثبتی در پی داشته باشد، اما با این وجود ارتباط آن با پیامدهای ناخواسته به ویژه در بین افراد آسیب‌پذیر، از قبیل نوجوانان و جوانان نیازمند توجه جدی است (بوزولا و همکاران، ۲۰۲۲). نتایج یک فرا-تحلیل با این بیان که بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و مشارکت در رفتارهای پرخطر همبستگی مثبتی وجود

دارد، ضرورت انجام مطالعاتی با هدف شناخت بیشتر این تأثیرات و ارائه توصیه‌های سیاستی که فضای رسانه‌های اجتماعی را به فضایی امن تبدیل کند، مورد تأکید قرار می‌دهد (وانوچی و همکاران، ۲۰۲۰). با روند افزایشی استفاده از رسانه‌های اجتماعی، توجه محققان خارجی و ایرانی به تأثیرات منفی از جمله بروز رفتارهای پرخطر نیز افزایش داشته است.

در ایران، اگرچه برخی پژوهش‌ها به مطالعه رفتارهای پرخطر بین نوجوانان و به ویژه دانش‌آموزان پرداخته‌اند (برای مثال، علیزادگانی، اخوان تفتی، و خادمی، ۱۳۹۶؛ مرقاتی خوبی، شمس‌علیزاده، بیات، زارعی، و ریماز، ۱۳۹۳)، اما مطالعه رفتارهای پرخطر و تأثیراتی که ممکن است از ناحیه رسانه‌های اجتماعی در بروز این قبیل رفتارها ایجاد شود، بسیار کم و انگشت‌شمار هستند، و این محدودیت به عنوان یک خلأ تحقیقاتی محسوس شناخته می‌شود.

از جمله محدود مطالعاتی که به بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی بر بروز رفتارهای پرخطر پرداخته‌اند می‌توان به "رفتارهای پرخطر پیامد عضویت در شبکه‌های مجازی" اشاره کرد که توسط قربانی و خسروی (۱۳۹۶) انجام شده است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد، بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و وقوع رفتارهای پرخطر در مواردی همبستگی وجود دارد و به طور کلی، انگیزه و میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی توان پیش‌بینی وقوع رفتارهای پرخطر را دارند. یافته‌های مطالعه دیگری که توسط تقوی و آقاجانی مرساء (۱۴۰۱) انجام شده نیز نشان می‌دهد که افزایش استفاده از رسانه‌های اجتماعی افزایش بیماریهای جنسی ناشی از رفتارهای پرخطر را در پی دارد. به دلیل محدود بودن مطالعات داخلی و خارجی که به بررسی رابطه بین رفتارهای پرخطر و استفاده از رسانه‌های اجتماعی پرداخته‌اند، اهمیت شناخت چنین رابطه‌ای مورد تأکید محققان قرار گرفته است (برانلی و کوی، ۲۰۱۷).

مطالعات انجام شده پیشین، رفتارهای پرخطر متفاوتی را مورد بررسی قرار داده‌اند. نتایج یک مرور دامنه‌ای با تمرکز بر کودکان و جوانان نشان می‌دهد افسردگی، رژیم غذایی، مشکلات روانی، اختلالات خواب، اعتیاد، مسائل جنسی، مشکلات رفتاری، و قرارهای آنلاین از جمله اصلی‌ترین رفتارهای پرخطری هستند که استفاده از رسانه‌های اجتماعی ممکن است احتمال بروز آنها را افزایش دهد (بوزولا و همکاران، ۲۰۲۲). مسائل جنسی، به اشتراک گذاشتن عکس یا تصاویر بسیار خصوصی، و افشای جزئیات تماس از قبیل شماره تلفن و یا آدرس محل زندگی از جمله رفتارهای پرخطری هستند که کاربران ممکن است، نسبت به انجام آنها اقدام کنند و یا اینکه به نحوی به سمت انجام آنها کشانده شوند. برای مثال، نتایج مطالعه‌ای نشان می‌دهد که در بین جوانان یک نفر از هر هشت نفر بدون موافقت خود یک پیام جنسی دریافت

کرده است. اگرچه میزان ارسال پیام‌های جنسی از طریق ابزارهای الکترونیک از ۱/۳ تا ۶۰ درصد گزارش شده، اما این نکته که سیاستگذاران، والدین، مسئولان آموزشی، و متخصصان سلامت تا چه میزان باید نگران این موضوع باشند، همچنان نامشخص است (مادیگان، لی، راش، وان اویتسل، و تمپل، ۲۰۱۸). یافته‌های مطالعات پیشین همچنین نشان می‌دهد که بیش از یک چهارم از پاسخگویان پیام‌های جنسی آشکار دریافت کرده‌اند، و خطر نسبی مشارکت در به اشتراک گذاری این قبیل پیام‌ها با افزایش تعداد سایت‌ها و یا اپلیکیشن‌های رسانه‌های اجتماعی افزایش داشته است (وتته و همکاران، ۲۰۲۰).

۳. همسالان، هنجارهای اجتماعی و رفتارهای پرخطر

نتایج یک مطالعه طولی نشان می‌دهد که بین افزایش رفتارهای پرخطر جنسی با استفاده از رسانه‌های اجتماعی در یک دوره ۱۶ ماهه همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد. بررسی‌ها بیشتر این مطالعه نشان داد کاربران فعال در رسانه‌های اجتماعی به دلیل تأثیرات شبکه گسترده‌تر همسالان بر نگرش آنها و هنجارهای اجتماعی ممکن است در رفتارهای پرخطر جنسی مشارکت کنند. این قبیل رفتارها در رسانه‌های اجتماعی جدیدتر مانند اینستاگرام بیشتر مشاهده شده است (لاندری، ترنر، ویاس، و وود، ۲۰۱۷). چنین نتایجی در تحقیقاتی مقطعی نیز نشان داده شده‌اند. نتایج مطالعه‌ای با تمرکز بر نوجوانان نشان داد افرادی که از شبکه‌های اجتماعی استفاده بیشتری دارند با احتمال بیشتری به انجام رفتارهای پرخطر جنسی اقدام می‌کنند (آسرس و مکونون، ۲۰۱۸؛ یوزوبو و انوچ، ۲۰۲۰). مطالعات مروری نیز تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر رفتارهای پرخطر جنسی را مورد تأیید قرار داده‌اند (فورياسانتی، سویانتو، سوئدیرهام، سوگیهاتاتی، و آهسان، ۲۰۲۱).

اشتراک گذاری عکس و یا ویدئوی خصوصی، جزئیات تماس از قبیل شماره تلفن و یا آدرس محل زندگی، دریافت تصاویری که کاربران درخواستی مبنی بر دریافت آنها نداشته‌اند، و همچنین درخواست‌های متعدد و مداوم در خصوص محل اقامت کاربران توسط افرادی غیر از والدین، و به اشتراک گذاشتن تصاویری از کاربران بدون موافقت آنها نیز از جمله دیگر رفتارهایی پرخطر محیط آنلاین گزارش شده است (سولکی، ۲۰۲۰). نتایج مطالعه دیگری نشان می‌دهد که دریافت عکس‌های و ویدئوهای بسیار خصوصی بیشتر از ارسال آنها توسط کاربران بوده و در حالی که بیش از هفت درصد از کاربران دریافت عکس‌های بسیار خصوصی را گزارش کرده‌اند، این درصد در مورد ارسال آن از سوی کاربران بسیار پایین‌تر

الگوی مصرف رسانه‌های اجتماعی و انجام رفتارهای پرخطر ... (داود مهرابی) ۲۱۳

گزارش شده است (میتچل، فینکلهور، جونز، و وولاک، ۲۰۱۲). در مطالعه هوک و همکاران (۲۰۱۴) که در بین دانش آموزان دبیرستانی انجام شد نیز پنج درصد از پاسخگویان نسبت به ارسال تصاویر جنسی اقدام کردند که ارسال چنین تصاویری با مشارکت در تنوعی از رفتارهای جنسی گزارش شده است. چنین مطالعاتی، توجه به نقش همسالان در بروز احتمالی رفتارهای پرخطر را مورد تأکید قرار می دهند.

علاوه بر نقش خودِ کاربران و یا سایر کاربران در بروز رفتارهای پرخطر، هنجارهای موجود در فضای رسانه ای نیز از مؤلفه های اثرگذار محسوب می شود. تمرکز بر نقش رسانه‌های جمعی و بروز رفتارهای پرخطر نشان می دهد که رسانه ها با تأثیر بر نگرش و کنش انسان ها تأثیر مهمی در بروز رفتارهای پرخطر دارند. در واقع رسانه ها می توانند باعث فاصله گرفتن مخاطب از مدار واقعیت شوند و همین امر باعث فاصله گرفتن آنها از هنجارها و ارزش های مشروع اجتماعی شود (سعادت، ۲۰۲۰). آنچه که در مطالعه سعادت به عنوان یک شکاف تحقیقاتی وجود دارد، عدم بررسی تأثیرات رسانه‌های اجتماعی که نفوذ گسترده ای در زندگی نوجوانان و جوانان دارند، بر رفتارهای پرخطر است. این شکاف تحقیقاتی در عرصه بین الملل نیز قابل مشاهده است. برخی از محققان آمریکایی با اذعان به افزایش استفاده از رسانه‌های اجتماعی در این کشور همچنان در حال شناسایی چگونگی نوع تأثیرات این رسانه ها بر کاربران هستند (کیوم و همکاران، ۲۰۲۲). با در نظر داشتن خلاء تحقیقاتی در زمینه ارتباط رسانه‌های اجتماعی با مسائل جنسیتی که در ایران حساسیت بیشتری نسبت به آنها وجود دارد، و همینطور رفتارهای پرخطری مانند ارسال عکس ها و ویدئوهای خصوصی و افشای جزئیات تماس، پژوهش حاضر در صدد شناسایی الگوی مصرف رسانه‌های اجتماعی و انجام رفتارهای پرخطر در میان جوانان ۱۸ تا ۲۵ سال است.

۴. مبنای نظری

مطالعات پیشین در خصوص دلایل استفاده از رسانه‌های اجتماعی نشان می دهند، بر اساس نظریه استفاده و رضایتمندی، کاربران به دلایلی از جمله تعامل اجتماعی، جستجوی اطلاعات، وقت گذرانی، سرگرمی، آرامش، ابزار ارتباطی، ابزار راحتی، ابزار عقیده، و به اشتراک گذاری اطلاعات از رسانه‌های اجتماعی استفاده می کنند. رویکرد استفاده و رضایتمندی بر این پایه است که چه انگیزه‌ای باعث می شود مخاطب از رسانه استفاده کند و اینکه چه خشنودی از این استفاده حاصل می شود. این نظریه که در مراحل ابتدایی توسعه خود در دهه های ۱۹۵۰ تا

۸۰ میلادی بر روی رسانه‌های سنتی همچون رادیو، روزنامه و تلویزیون تمرکز داشت، با ورود اینترنت اهمیت بیشتری کسب کرد و این اهمیت در یک دهه گذشته به واسطه توسعه رسانه‌های اجتماعی افزایش یافته است (کیوم و همکاران، ۲۰۲۲؛ پارک، کی، و والنزوتلا، ۲۰۰۹؛ اورکارد، فولود، گالبرایت، و موری، ۲۰۱۴؛ تانتا، میهاویلوویچ، و سالییک، ۲۰۱۴؛ یوریستا، دانگ، و دی، ۲۰۰۹).

سابقه نظریه استفاده و رضایتمندی به مقاله ای از الیهو کاتز (۱۹۵۹) باز می‌گردد و بر اساس آن مهم ترین نقش رسانه ها برآورده ساختن نیازها و انگیزه های مخاطب شناخته می‌شود. بنابراین، به هر میزان که رسانه ها این نیازها و انگیزه ها را برآورده سازند، به همان میزان موجبات خشنودی مخاطب را فراهم می‌کنند. فرض اصلی نظریه ی استفاده و رضایتمندی این است که افراد مخاطب، کم و بیش به صورت فعال، به دنبال محتوایی هستند که بیشترین رضایت را برای آنان فراهم سازد. میزان این رضایت بستگی به نیازها و علایق فرد دارد (گریفین، ۲۰۱۲).

علاوه بر نظریه استفاده و رضایتمندی، از جمله نظریه‌های دیگری که می‌تواند شناخت رفتار نوجوانان و جوانان را ممکن سازد، نظریه هنجارهای اجتماعی (پرکینس و برکوویتز، ۱۹۸۶) است که با پیشرفت رسانه‌ها بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است. از آنجایی که در نوجوانی و جوانی تمایل فرد از ارتباط با والدین به ارتباط با همسالان تغییر می‌یابد، نقش همسالان نیز در بروز یا عدم بروز چنین رفتارهایی حائز اهمیت است. در نتیجه، هنجارهای اجتماعی به نوعی هدایتگر نوجوانان در رفتارهای آنان می‌شود و رفتارهای آنها را تحت تأثیر قرار می‌دهد (بانومگارتنر، والکنبرگ، و پیتر، ۲۰۱۱).

تأثیر هنجارهای اجتماعی درک شده در انجام رفتارهای پرخطر در تحقیقات مختلفی مورد توجه قرار گرفته است. در مطالعه ساسون و مش (۲۰۱۴) بیان شده نوجوانانی که در انجام رفتارهای پرخطر محیط آنلاین مشارکت می‌کنند بر این باور هستند که دوستانشان چنین رفتارهایی را مورد تأیید قرار می‌دهند. این احتمال وجود دارد که نوجوانان با بزرگنمایی کردن هنجارهای همسالان سعی در توجیه رفتارهای خود داشته باشند. برخی از مطالعات پیشین (دودوچوئیچ، ۲۰۱۶) که بر روی رفتارهای خطرناک نوجوانان متمرکز بوده‌اند نشان می‌دهند که آنها اینترنت و رسانه‌های اجتماعی را به عنوان مکانی معرفی کرده‌اند که در آن دوستانشان آنها را تشویق به انجام رفتارهای پرخطر می‌کردند تا به نحوی استقلال خود را در قبال والدین و معلمان کسب کنند. برای مثال، آنها بعد از نیمه شب نسبت به انتشار عکس‌های خود اقدام

می‌کردند تا والدین متوجه این اقدام آنها نشوند. آنگونه که شرکت‌کنندگان در مطالعه دودوچوئیچ (۲۰۱۶) بیان کرده‌اند، نوجوانان، فناوری ارتباطات و محیط آنلاینی که هر روز استفاده می‌کنند را فرصت مناسبی می‌دانند تا با قرار گرفتن در معرض رفتارهای پرخطر با دوستان خود همگام و همراه شوند. علاوه بر این، نوجوانان به دلیل اینکه در سایت‌های رسانه‌های اجتماعی محبوبیت کسب کنند، رفتارهای پرخطری که در تعارض با انتظار والدین بوده را انجام می‌دهند. کسب تأیید گسترده چنین رفتارهایی باعث می‌شود که نوجوانان در ارتکاب بیشتر این قبیل رفتارها اهتمام ورزند.

طبق نظریه هنجارهای اجتماعی، هنجارهای درک شده همواره با رفتارها مرتبط هستند. نتایج مطالعه رسول‌زاده اقدام و اکبریور (۱۳۹۶) نشان می‌دهند که بین متغیرهای پایبندی به ارزش‌های جمعی با رفتارهای پرخطر رابطه معنادار معکوسی وجود دارد؛ یعنی بروز رفتارهای پرخطر در بین پاسخگویانی که پایبندی به ارزش‌ها در آنها بالاتر گزارش شده، پایین‌تر بوده است. در مطالعه حاضر به طور عمده با تکیه بر نظریه استفاده و رضایتمندی و نظریه هنجارهای اجتماعی و با پیشینه ادبیات تحقیق فرض بر این است که هنجارهای اجتماعی درک شده تعدیل‌گر معناداری در رابطه بین انگیزه‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌های پیام‌رسان و انجام رفتارهای پرخطر در بین نوجوانان و جوانان است. بر این اساس پژوهش حاضر درصدد آزمون فرضیه‌های زیر است:

فرضیه اول: بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با انگیزه تعاملات اجتماعی و انجام رفتارهای پرخطر بین نوجوانان و جوانان همبستگی مثبت وجود دارد.

فرضیه دوم: بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با انگیزه جستجوی اطلاعات و انجام رفتارهای پرخطر بین نوجوانان و جوانان همبستگی مثبت وجود دارد.

فرضیه سوم: بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با انگیزه وقت‌گذرانی و انجام رفتارهای پرخطر بین نوجوانان و جوانان همبستگی مثبت وجود دارد.

فرضیه چهارم: بین سهولت استفاده از شبکه‌های اجتماعی و انجام رفتارهای پرخطر بین نوجوانان و جوانان همبستگی منفی وجود دارد.

فرضیه پنجم: بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با انگیزه سرگرمی و انجام رفتارهای پرخطر بین نوجوانان و جوانان همبستگی مثبت وجود دارد.

فرضیه ششم: هنجارهای اجتماعی درک شده در رابطه بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با انگیزه تعاملات اجتماعی و انجام رفتارهای پرخطر بین نوجوانان و جوانان نقش میانجی‌گری دارد.

فرضیه هفتم: هنجارهای اجتماعی درک شده بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با انگیزه جستجوی اطلاعات و انجام رفتارهای پرخطر بین نوجوانان و جوانان نقش میانجی‌گری دارد.

فرضیه هشتم: هنجارهای اجتماعی درک شده بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با انگیزه وقت‌گذرانی و انجام رفتارهای پرخطر بین نوجوانان و جوانان نقش میانجی‌گری دارد.

فرضیه نهم: هنجارهای اجتماعی درک شده بین سهولت استفاده از شبکه‌های اجتماعی و انجام رفتارهای پرخطر بین نوجوانان و جوانان نقش میانجی‌گری دارد.

فرضیه دهم: هنجارهای اجتماعی درک شده بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی با انگیزه سرگرمی و انجام رفتارهای پرخطر بین نوجوانان و جوانان نقش میانجی‌گری دارد.

۵. روش

در این پژوهش مقطعی که به صورت کمی انجام شد، پرسشنامه‌ای مشتمل بر ۳۶ سؤال مورد استفاده قرار گرفت. جامعه آماری این مطالعه شامل افراد ۱۸ تا ۲۵ سال بودند. با توجه به شیوع کرونا و روی آوردن نظام آموزشی به استفاده از فضای مجازی، داده‌های این مطالعه نیز از طریق آنلاین جمع‌آوری شد. پس از طراحی پرسشنامه به صورت آنلاین و نهایی‌سازی پایایی و روایی آن، لینک پرسشنامه از طریق رسانه‌های اجتماعی فیسبوک و لینکدین و همچنین پیام‌رسانهای واتساپ، تلگرام، و اینستاگرام توزیع شد. از جامعه آماری مورد نظر درخواست شد که به سئوالات پرسشنامه پاسخ دهند و لینک آن را در اختیار همسالان خود قرار دهند. پرسشنامه استفاده شده در این مطالعه مربوط به سنجش ویژگیهای جمعیت‌شناختی (شامل سن، جنسیت، و ...)، الگوی مصرف رسانه‌ای، سئوالات مرتبط با نظریه استفاده و رضایتمندی، سئوالات مرتبط با نظریه هنجارهای اجتماعی، و پرسشنامه رفتارهای پرخطر بود. طبق اهداف پژوهش حاضر، گویه‌ها از مطالعات پیشین انتخاب شدند. الگوی مصرف رسانه‌ای با سئوالات مشخصی در مورد انگیزه اصلی استفاده از رسانه مورد نظر، ابزار دسترسی، مدت زمان استفاده در طول شبانه‌روز، و زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی در طول شبانه‌روز مورد سنجش قرار گرفتند. این سئوالات از مطالعه آریگازح، سوبویل، و یوساینی (۲۰۱۶) اخذ شدند. از مطالعه گوپتا و بشیر (۲۰۱۸) شش گویه به منظور سنجش تعامل اجتماعی، سه گویه برای سنجش

جست‌وجوی اطلاعات، و چهار گویه برای سنجش سرگرمی استفاده شد. برای سنجش رفتارهای پرخطر و هنجارهای اجتماعی درک شده هر کدام به ترتیب سه و شش گویه از مطالعه بائومگارتتر و همکاران (۲۰۱۱) استفاده شد. وقت گذرانی با سه گویه از مطالعه وایتینگ و ویلیامز (۲۰۱۲) و سهولت استفاده با چهار گویه از مطالعه پاپاکاریسی و روبین (۲۰۰۰) سنجش شدند.

به منظور کسب اطمینان از روایی این پرسشنامه از روش اعتبار محتوایی استفاده شده است. برای کسب اطمینان از پایایی، این پرسشنامه در بین ۳۰ نفر از افراد دارای ویژگی‌های مشابه جمعیت مورد مطالعه توزیع و ضریب پایایی با استفاده از آزمون ثبات درونی (آلفا کرونباخ) محاسبه شد. پایین‌ترین و بالاترین ضریب آلفا کرونباخ به ترتیب برای وقت‌گذرانی (۰/۷۱) و تعامل اجتماعی (۰/۸۸) بود. با استناد به نظر هیر، بلک، باین، اندرسون، و تاتام (۲۰۱۰) از پایایی ابزار مورد استفاده اطمینان حاصل شد.

جمع‌آوری داده‌های این مطالعه از فروردین تا خرداد سال ۱۴۰۰ انجام شد. با استفاده از فرمول زیر

$$n = Z^2P(1-P)/d^2$$

که در آن نمره Z برای سطح اطمینان ۹۵ درصد ۱/۹۶، P برابر با ۰/۵ (با این پیش‌فرض که نیمی از جامعه آماری مرتکب انجام رفتارهای پرخطر می‌شوند)، و محدوده اطمینان و یا درجه اطمینان (d) نیز ۰/۰۵ در نظر گرفته شد که بر اساس فرمول فوق تعداد نمونه مورد نیاز ۳۸۴ نفر محاسبه شد. اگرچه در عمل، در مجموع ۴۱۵ پاسخگو به سئوالات این پژوهش پاسخ دادند. به دلیل عدم پاسخگویی به برخی از سئوالات، حدود ۹ پرسشنامه از دستور کار خارج و در نهایت ۴۰۶ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. استفاده ترکیبی از رسانه‌های اجتماعی، اپلیکیشن‌های پیام‌رسان، و همچنین صفحات وبسایت‌های مختلف در فرایند جمع‌آوری داده‌ها، این فرصت را فراهم کرد که پاسخگویانی از طیف‌های مختلف که یا از رسانه‌های اجتماعی، یا از اپلیکیشن‌های پیام‌رسان و سایت‌ها استفاده می‌کنند، فرصت پاسخگویی به این سئوالات را داشته باشند. از طریق نرم افزار SPSS نسخه ۲۶ آمار توصیفی شامل توزیع فراوانی، میانگین، و انحراف معیار متغیرهای مورد مطالعه و آمار استنباطی شامل ضریب همبستگی پیرسون استفاده شدند. از نرم افزار ایموس نیز جهت انجام تحلیل عاملی تأییدی به منظور بررسی برازش مدل مفهومی و از مدل سازی معادلات ساختاری با هدف آزمون فرضیه‌ها بهره گرفته شد.

۶. یافته‌ها

از مجموع ۴۰۶ پاسخگو ۵۳.۲ درصد را زنان و بقیه را مردان تشکیل دادند. از نظر سنی، بیشترین افراد در سن ۲۲ سالگی (۱۶/۴ درصد)، ۲۵ سالگی (۱۵.۳ درصد)، ۱۸ سالگی (۱۵ درصد)، و پس از آن نیز افراد ۱۹، ۲۰، ۲۳، ۲۱ و ۲۴ سال قرار داشتند. بر اساس جدول شماره یک از نظر سطح تحصیلات، دانشجویان (۴۳/۳ درصد) و ترک تحصیل کرده‌ها (۵.۹) به ترتیب بیشترین و کمترین میزان را به خود اختصاص دادند. بیشترین زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌ها در شب گزارش شده که اصلی‌ترین ابزار دسترسی به آنها نیز تلفن همراه (۷۳.۱ درصد) معرفی شده است. ۲۳.۲ درصد از پاسخگویان دسترسی به اطلاعات، ۱۷.۱ درصد استفاده از مطالب سرگرم کننده، ۱۴.۴ درصد بی‌حوصلگی، و ۱۳.۳ درصد برقراری ارتباطات شخصی را انگیزه استفاده خود از رسانه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌ها معرفی کردند.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان

متغیر	فراوانی	درصد	متغیر	فراوانی	درصد
جنسیت (n=۴۰۶)					
مرد	۱۹۰	۴۶/۸	زن	۲۱۶	۵۳/۲
سن (n=۳۷۳) Mean: ۲۱/۴۶ SD: ۲/۳۶					
۱۸ سال	۵۶	۱۵/۰	۱۹ سال	۴۵	۱۲/۱
۲۰ سال	۴۴	۱۱/۸	۲۱ سال	۳۴	۹/۱
۲۲ سال	۶۱	۱۶/۴	۲۳ سال	۴۴	۱۱/۸
۲۴ سال	۳۲	۸/۶	۲۵ سال	۵۷	۱۵/۳
سطح تحصیلات (n=۴۰۴)					
دانش آموز	۳۴	۸/۴	پشت‌کنکوری	۳۹	۹/۷
دانشجو	۱۷۵	۴۳/۳	لیسانس	۸۶	۲۱/۳
فوق لیسانس	۴۶	۱۱/۴	ترک تحصیل	۲۴	۵/۹
هنگام استفاده طی شبانه روز (n=۳۵۷)					
شب‌ها	۱۷۱	۴۷/۹	صبح‌ها	۹۳	۲۶/۱
عصرها	۶۶	۱۸/۵	ظهرها	۲۷	۷/۶
ابزار دسترسی به رسانه‌های اجتماعی / اپلیکیشن‌های پیام رسان (n=۳۵۳)					
تلفن همراه	۲۵۸	۷۳/۱	تبلت	۶۲	۱۷/۶

الگوی مصرف رسانه‌های اجتماعی و انجام رفتارهای پرخطر ... (داود مهرابی) ۲۱۹

۲/۳	۸	دسکتاپ (کامپیوتر خانگی)	۷/۱	۲۵	لپ‌تاپ
انگیزه استفاده از رسانه‌های اجتماعی / اپلیکیشن‌های پیام رسان (n=۳۶۲)					
۴/۱	۱۵	برای افزایش فالوورها	۲۳/۲	۸۴	دستیابی به اطلاعات
۳/۹	۱۴	انجام وظایف شغلی	۱۷/۱	۶۲	استفاده از مطالب سرگرم کننده
۲/۵	۹	پیگیری اخبار	۱۴/۴	۵۲	از روی بی‌حوصلگی
۲/۲	۸	انجام تکالیف	۱۳/۳	۴۸	برقراری ارتباطات شخصی
۱/۷	۶	به دلیل عضویت دوستانم در این شبکه‌ها	۱۰/۵	۳۸	اجتماعی شدن و توسعه روابط
۱/۴	۵	از روی کنجکاوی	۵/۸	۲۱	به دلیل پیشنهاد دیگران

بررسی میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌های پیام رسان نشان می‌دهد که کاربران در طول شبانه روز به طور میانگین از اینستاگرام ۵۱ دقیقه، واتساپ ۴۱ دقیقه، شبکه آموزشی دانش آموز (شاد) ۳۴ دقیقه، تلگرام ۲۴ دقیقه، فیسبوک ۴ دقیقه، و روبیکا ۲ دقیقه استفاده می‌کنند. این در حالیست که کاربران از یک تا دو دقیقه از وقت خود را به استفاده از اپلیکیشن‌های گپ و سروش و کمتر از یک دقیقه از وقت خود را به اپلیکیشن‌های بله، ایتا، آی‌گپ، کلاب‌هاوس، و سیگنال اختصاص دادند.

در بررسی میزان انجام رفتارهای پرخطر در بین نمونه مورد مطالعه، میانگین کمتر از ۲ (از مجموع ۵) نشان دهنده سطح پایین بروز چنین رفتارهایی در بین نمونه مورد مطالعه است. به طور مشخص‌تر، حدود نیمی از پاسخگویان هرگز از رسانه‌های اجتماعی برای یافتن کسی که با او درباره مسائل جنسی صحبت کنند، استفاده نکرده‌اند. حدود ۴۰ درصد از پاسخگویان بیان کردند که هرگز در یک ماه گذشته از طریق رسانه‌های اجتماعی عکس یا ویدئوی بسیار خصوصی خود را با افرادی که از طریق آنلاین با آنها آشنا شده‌اند، به اشتراک نگذاشته و همچنین آدرس، و یا شماره تماس خود را نیز به چنین افرادی ارسال نکرده‌اند. ارسال عکس یا ویدئوی بسیار خصوصی به افرادی که از طریق رسانه‌های اجتماعی با آنها آشنا شده‌اند با میانگین ۱/۹۸ و انحراف معیار ۱/۰۶، ارسال آدرس یا شماره تماس با میانگین ۱/۹۶ و انحراف معیار ۱/۰۳، و یافتن کسی که با او درباره مسائل جنسی صحبت کنند با میانگین ۱/۸۴ و انحراف معیار ۱/۰۲ به ترتیب بیشترین رفتارهای پرخطری در بین نمونه مورد مطالعه است.

بر اساس جدول شماره ۲، همبستگی انجام رفتارهای پرخطر با متغیرهای مورد بررسی نشان می‌دهد که انجام رفتارهای پرخطر با هنجارهای اجتماعی درک شده دارای رابطه مثبت متوسطی است که این رابطه از نظر آماری در سطح آلفای ۰/۰۱ درصد معنادار است ($r = .56; p = 0.01$).

بین سهولت استفاده و وقت گذرانی نیز با انجام رفتارهای پرخطر به ترتیب رابطه منفی ($r = -0.247; p = 0.01$) و مثبت ($r = 0.130; p = 0.01$) معنادار آماری مشاهده شد. بررسی رابطه بین میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌ها با انجام رفتارهای پرخطر نشان داد ($r = -0.063; p = 0.209$) بین این دو متغیر رابطه معناداری وجود ندارد. سرگرمی، جستجوی اطلاعات، و تعامل اجتماعی با انجام رفتارهای پرخطر همبستگی ندارند.

جدول ۲. ماتریس همبستگی بین متغیرهای مورد مطالعه ($n=406$)

تعامل اجتماعی	جستجوی اطلاعات	وقت گذرانی	سرگرمی	سهولت استفاده	میزان استفاده	هنجارهای اجتماعی	رفتارهای پرخطر	
۰/۰۴۲ ۰/۴۰	۰/۰۹۱ ۰/۰۶	**۰/۱۳۰ ۰/۰۱	۰/۰۲۹ ۰/۰۵۹	-۰/۲۴۷ ** ۰/۰۱	-۰/۰۶۳ ۰/۲۰	**۰/۰۵۳۶ ۰/۰۱	۱	رفتارهای پرخطر
**۰/۲۸۳ ۰/۰۱	/۰۱۹ ۰/۷۲	۰/۰۸۸ ۰/۰۹	۰/۱۱۵* ۰/۰۲	۰/۰۹۸ ۰/۰۶	-۰/۰۰۷ ۰/۸۹	۱		هنجارهای اجتماعی
-/۰۰۹ ۰/۸۶	-/۰۰۸ ۰/۸۸	۰/۰۴۴ ۰/۳۷	۰/۰۷۴ ۰/۱۳	۰/۱۰۸* ۰/۰۳	۱			میزان استفاده
**۰/۰۵۸۷ ۰/۰۱	۰/۰۲۷ ۰/۰۵۸	-۰/۰۰۹ ۰/۸۵	**۰/۲۱۲ ۰/۰۱	۱				سهولت استفاده
**۰/۳۱۲ ۰/۰۱	**۰/۲۳۰ ۰/۰۱	**۰/۳۴۳ ۰/۰۱	۱					سرگرمی
۰/۰۳۶ ۰/۴۶	**۰/۴۰۲ ۰/۰۱	۱						وقت گذرانی
**۰/۱۸۳ ۰/۰۱	۱							جستجوی اطلاعات
۱								تعامل اجتماعی
**معنی دار آماری در سطح آلفای ۰.۰۱								
*معنی دار آماری در سطح آلفای ۰.۰۵								

در این مطالعه از مدل‌یابی معادلات ساختاری به منظور بررسی نقش سازه‌های مرتبط با نظریه استفاده و رضایتمندی و همچنین مدل‌های اجتماعی و آزمون فرضیه‌های پژوهش استفاده شد. با توجه به مدلی که بر اساس این دو نظریه و با تکیه بر نتایج مطالعات پیشین

طراحی شده، سؤال اصلی پژوهش این است که آیا این مدل بر داده‌های حاصل از جامعه مورد مطالعه منطبق است؟ برای این منظور اقداماتی شامل قالب‌بندی مطالعه، کنترل از نظر برقرار بودن مفروضات اجرای مدل معادله ساختاری، و بررسی برازش و اصلاح مدل صورت گرفت. در انتخاب نوع ماتریس ورودی، تحلیل مدل از طریق ماتریس واریانس - کوواریانس (Variance-covariance matrix) انجام شد. در انتخاب روش برآورد در رابطه با تحلیل داده‌ها نیز از روش بیشینه درست‌نمایی (Maximum Likelihood) استفاده شد. برای آزمون مدل در پژوهش حاضر کل مدل به صورت یکجا مورد بررسی قرار گرفت.

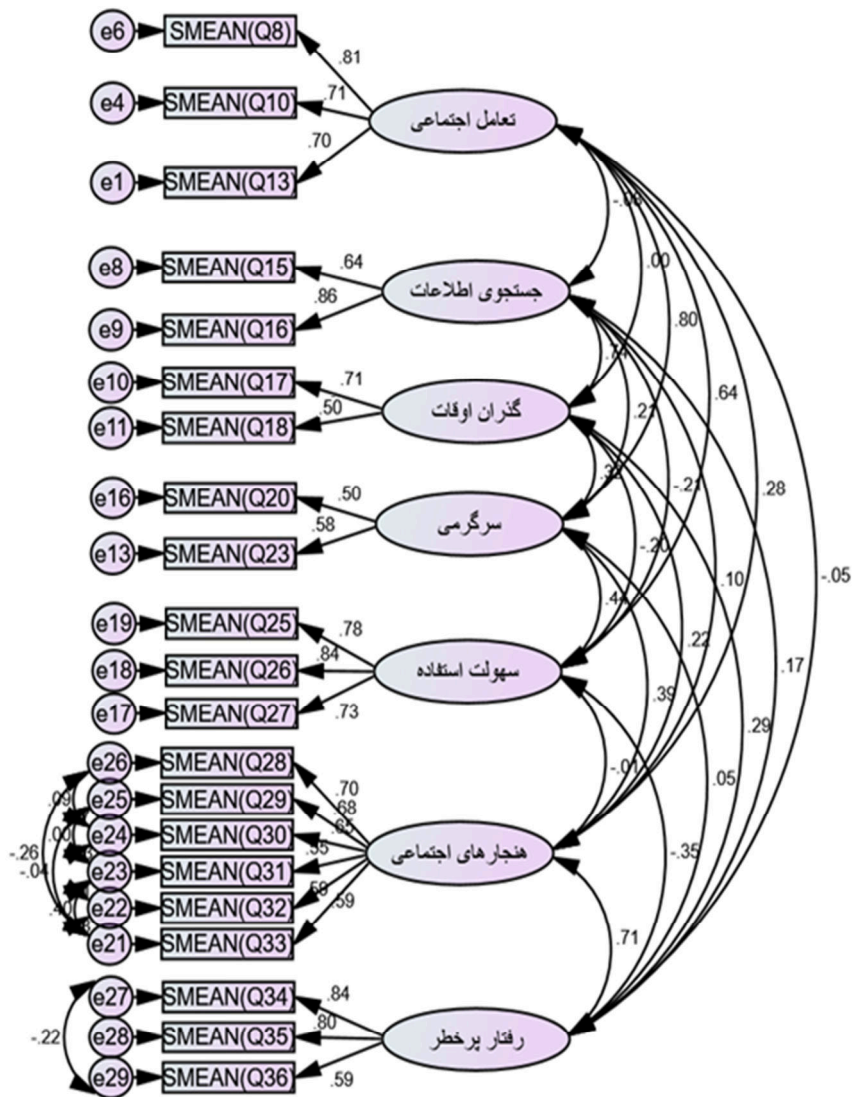
برای تعیین موقعیت برازش کلی مدل از شاخص‌های مختلفی از جمله مجذور کای استفاده می‌شود. در تحلیل عاملی علاوه بر مجذور ضریب کای (χ^2)، دستکم یکی از شاخص‌های برازش کامل (Absolute fit indices)، و یکی از شاخص‌های برازش نمودی یا افزایشی (Incremental fit indices (IFI)) لازم است (هیر و همکاران، ۲۰۱۰). در مطالعه حاضر مجذور ضریب کای برابر با ۲.۹۸ و درجه آزادی ۱۵۸ است (جدول شماره ۳). ضریب آلفا نیز ۰/۰۰ گزارش شده که با توجه به معنی دار بودن ضریب آلفا نمی‌توان گفت که مدل تعریف شده با مدل حاصل از داده‌های جمع‌آوری شده تطابق دارد. اگرچه، با توجه به مشکلات ناشی از استفاده مجذور ضریب کای در نمونه‌های زیاد (شامل تعداد نمونه مطالعه حاضر)، بررسی شاخص‌های دیگر ضرورت دارد. به همین منظور، شاخص‌های دیگری که می‌توانند نشان‌دهنده برازش مدل باشند، مورد بررسی قرار گرفتند. شاخص ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب ۰/۷ است که متناسب با شاخص اعلام شده از سوی هیر و همکاران (۲۰۱۰) است. شاخص آزمون نیکویی برازش نیز ۰/۹۰۲ است که از میزان ۰/۹ بیشتر است و در نتیجه این دو شاخص به همراه یکدیگر تعیین‌کننده برازش مدل بر اساس شاخص‌های برازش کامل هستند. به منظور بررسی و اطمینان بیشتر از برازش مدل، شاخص برازش نمودی یا افزایشی عدد ۰/۹۰۵ و شاخص برازش مقایسه‌ای (Comparative fit index) عدد ۰/۹۰۴ را به خود اختصاص داده‌اند. هر چقدر این شاخص‌ها به ۱ نزدیک‌تر باشند، برازش بیشتر مدل را نشان می‌دهند. هیر و همکاران شاخص‌های کمتر از ۰/۹ را قابل قبول نمی‌دانند. بر اساس شاخص‌های ارائه شده از مدلی که در تصویر ۱ نشان داده شده، می‌توان نسبت برازش آن را مورد تأیید قرار داد.

دستیابی به مدلی که در تصویر شماره ۱ نشان داده شده همراه با انجام تغییراتی در قالب شاخص‌های تعدیل (Modification Indexes) بوده است. نوع آزمون تعدیل در این مدل مجذور ضریب کای بوده است. مدل اولیه تحلیل عاملی تأییدی به برخی تغییرات به منظور دستیابی به

برآزش کامل و منطبق با شاخص‌هایی که در جدول شماره ۳ ارائه شده است، نیاز داشت. از اینرو، نسبت به حذف برخی سازه‌ها که بار عاملی (Factor Loading) آنها کمتر از ۰/۵ بود اقدام شد. از بین ۶ سؤال مربوط به سازه تعامل اجتماعی سه مورد، از سازه‌های جستجوی اطلاعات، وقت‌گذرانی، سهولت استفاده و سرگرمی هر کدام یک سؤال حذف شد. بار عاملی همه متغیرهایی که در مدل نهایی (تصویر شماره ۲) قرار دارند، بیش از ۰/۵ و از نظر آماری معنادار بودند.

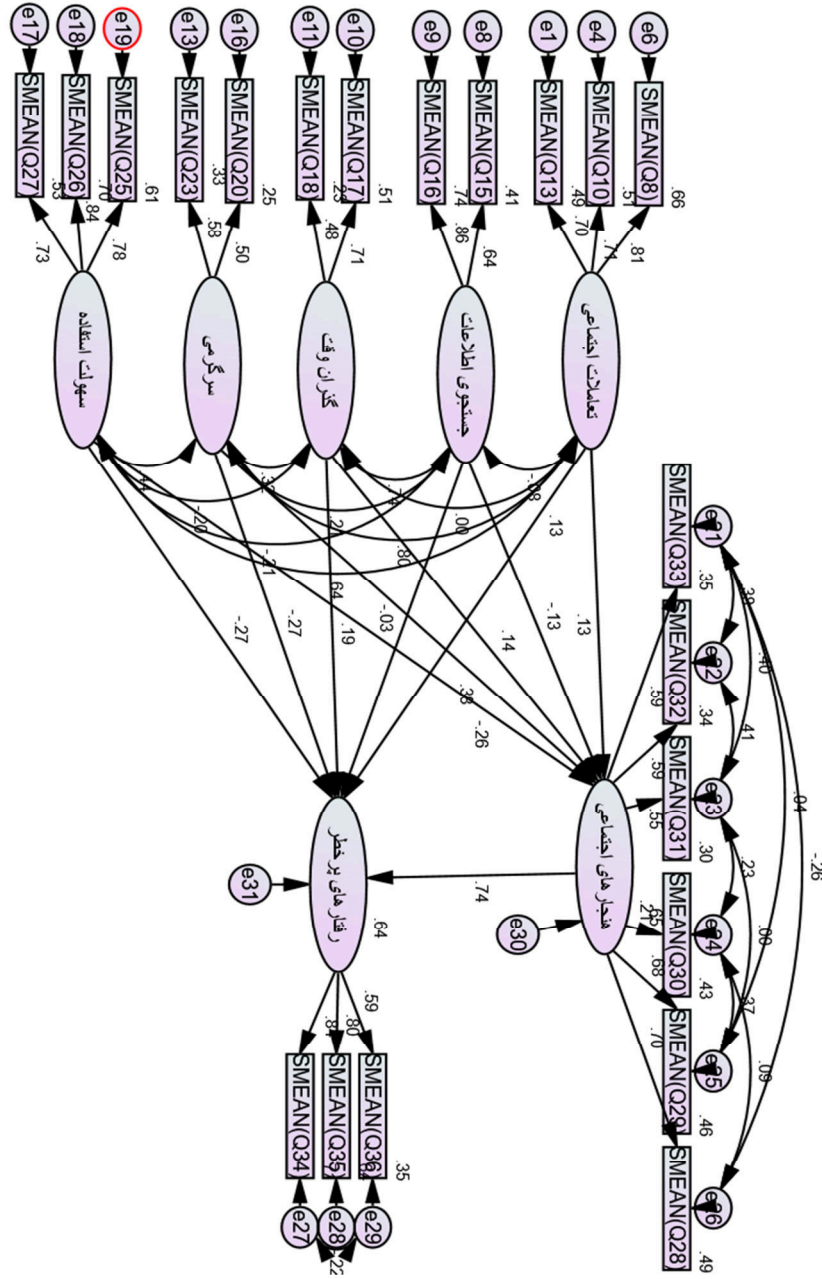
جدول ۳. شاخص‌های برآزش مدل مفهومی تحقیق

مدل توسعه یافته	مدل اصلی (قبل از توسعه)	
۲/۹۸*	۴/۲۴*	مجذور ضریب کای (Chi-square)
۱۵۸	۳۴۹	درجه آزادی (Degree of freedom)
۰/۹۰۲	۰/۷۸	شاخص برازندگی (GIF)
۰/۷۰	۰/۸۹	شاخص ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA)
۰/۹۰۵	۰/۷۷	شاخص برآزش نمودی یا افزایشی (IFI)
۰/۹۰۴	۰/۷۷	شاخص برآزش مقایسه‌ای (CFI)
*p: ۰/۰۰۱		



تصویر ۱. مدل معادله ساختاری رابطه بین سازه‌های نظریه استفاده و رضایتمندی و نظریه هنجارهای اجتماعی با بروز رفتار پرخطر

در این مطالعه با استفاده از مدل‌یابی معادلات ساختاری کوواریانس محور (Covariance Based-structural Equation Modeling) نسخه ۲۴ ارزیابی مدل ارائه شده مورد بررسی قرار گرفت. آنگونه که در بخش تحلیل عاملی تأییدی بیان گردید از یک رویکرد دو مرحله‌ای به منظور انجام و ارزیابی مدل ارائه شده بهره گرفته شد و پس از توسعه مدل، با استفاده از روش بوت استرپینگ (Bootstrapping) روابط بین سازه‌های مدل ارائه شده مورد بررسی قرار گرفتند. روابط بین متغیرهای مدل پیشنهادی در تصویر زیر نشان داده شده‌اند.



تصویر ۲. روابط بین متغیرها در مدل پیشنهادی

بر اساس اطلاعات ارائه شده در جدول ۴، ارزیابی مدل ساختاری نشان می‌دهد که از تأثیر کلی متغیرهای مورد مطالعه بر رفتارهای پرخطر، سهولت استفاده از رسانه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌های پیام‌رسان با رفتارهای پرخطر دارای ارتباط منفی (۰/۴۶۱-) و از نظر آماری نیز معنادار است. بررسی تأثیر کلی متغیرها نشان می‌دهد که ارتباط معناداری بین تعامل اجتماعی، جستجوی اطلاعات، وقت‌گذرانی، و سرگرمی با بروز رفتارهای پرخطر وجود ندارد.

در بررسی تأثیر غیرمستقیم روابط بین متغیرهای نظریه استفاده و رضایتمندی از طریق هنجارهای اجتماعی نتایج مشابهی با تأثیر کلی نشان داده شد. آنگونه که نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد سهولت استفاده به صورت غیرمستقیم از طریق هنجارهای اجتماعی دارای تأثیر منفی به میزان ۰/۲۰۷- است که در مقایسه با تأثیر کلی اندازه این ارتباط به حدود نصف کاهش یافته است. اگرچه این ارتباط در سطح آلفای ۰/۰۵ معنادار نیست. بدین ترتیب، آنگونه که در جدول ۴ نیز قابل مشاهده است، بین سهولت استفاده از رسانه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌های پیام‌رسان به صورت غیرمستقیم و از طریق هنجارهای اجتماعی همبستگی بخشی (Partial correlation) وجود دارد.

جدول ۴. ارزیابی مدل ساختاری

مسیرها	ضریب استانداردشده مسیر	سطح اطمینان ۹۵ درصد (کران بالا * پایین)
تأثیر کلی		
تعامل اجتماعی ← انجام رفتار پرخطر	۰/۲۲۵	۰/۵۷ (۱/۸۰ و -۱/۰۴)
جستجوی اطلاعات ← انجام رفتار پرخطر	-۰/۱۲۹	۰/۵۱ (۰/۳۶ و -۱/۳۳)
وقت‌گذرانی ← انجام رفتار پرخطر	۰/۲۹۴	۰/۱۹ (۱/۷۴ و -۰/۱۹)
سرگرمی ← انجام رفتار پرخطر	۰/۰۰۹	۰/۹۴ (۲/۰۹ و -۲/۶)
سهولت استفاده ← انجام رفتار پرخطر	-۰/۴۶۱**	۰/۰۲ (-۰/۱۸ و -۰/۹۰)
تأثیر غیرمستقیم		
تعامل اجتماعی ← انجام رفتار پرخطر	۰/۱۱۰	۰/۷۸۸

الگوی مصرف رسانه‌های اجتماعی و انجام رفتارهای پرخطر ... (داود مهرابی) ۲۲۷

۰/۷۲ و ۱/۹۳ (-)		
۰/۵۱۱ (۰/۴۳ و ۰/۹۴ -)	۰/۱۳۱ -	جستجوی اطلاعات ← انجام رفتار پرخطر
۰/۵۸۸ (۰/۹۵ و ۰/۷۹ -)	۰/۱۲۲	وقت گذرانی ← انجام رفتار پرخطر
۰/۲۴۰ (۰/۴۴ و ۴/۴۸ -)	۰/۴۶۰	سرگرمی ← انجام رفتار پرخطر
۰/۰۷ (۰/۳۴ و ۰/۵۵ -)	۰/۲۰۷ -	سهولت استفاده ← انجام رفتار پرخطر
** معنادار در سطح آلفای ۰.۰۵		

۷. بحث و نتیجه‌گیری

بر اساس اهداف پژوهش، در مطالعه حاضر از پاسخگویان خواسته شد رسانه یا اپلیکیشنی که بیشترین استفاده از آن را دارند معرفی نمایند. نتایج نشان می‌دهد، اینستاگرام، واتساپ، شبکه آموزش دانش‌آموزی (شاد)، و تلگرام به ترتیب چهار رسانه‌ای بودند که بیشترین استفاده را داشته‌اند. در پژوهش حاضر، وقت اختصاص‌یافته به هر یک از این رسانه‌ها به صورت جداگانه پاسخ داده شده است، بنابراین این امکان وجود دارد که پاسخگویان در صورت استفاده بیش از یک رسانه، وقت بیشتری را در طول شبانه‌روز به استفاده از رسانه‌های اجتماعی اختصاص دهند. نتایج مطالعه‌ای که توسط اورکاردر و همکاران (۲۰۱۴) انجام شده نشان می‌دهد که مشارکت‌کنندگان از یک تا شش سایت شبکه اجتماعی استفاده می‌کردند. یک سوم از تعداد مشارکت‌کنندگان تنها از یک سایت، و حدود نیمی از مشارکت‌کنندگان از دو سایت شبکه اجتماعی استفاده می‌کردند. استفاده بیش از سه سایت و یا بیشتر به ترتیب کاهش داشته است به گونه‌ای که کمتر از یک درصد استفاده از شش سایت شبکه اجتماعی را گزارش کردند.

در مطالعه حاضر مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی در طول شبانه‌روز بین صفر تا ۳۶۰ دقیقه متفاوت گزارش شده که میانگین اختصاص یافته به رسانه‌ای که بیشترین استفاده را داشته حدود ۵۱ دقیقه است. نتایج مطالعات پیشین (ونته و همکاران، ۲۰۲۰) نشان می‌دهد که بخش قابل توجهی از مشارکت‌کنندگان (۹۳.۸ درصد) دستکم یک ساعت از وقت خود را به صورت روزانه به استفاده از رسانه‌های اجتماعی اختصاص داده‌اند. استفاده روزانه سه تا پنج ساعت توسط ۳۵.۲ درصد از مشارکت‌کنندگان بسیار رایج گزارش شده است.

مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی که در مطالعه ونته و همکاران (۲۰۲۰) گزارش شده جای تعجب نیست، زیرا نتایج مرکز تحقیقات پیو در سال ۲۰۱۸ نیز نشان می‌دهد که ۴۵ درصد از نوجوانان به طور مداوم آنلاین هستند، و این میزان نسبت به سال ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵ با افزایش ۲۰ درصدی همراه بوده است. تازه‌ترین تحقیقات در ایران نیز با اعلام اینکه ۷۸.۵ درصد از شهروندان کل کشور حداقل از یک پیام‌رسان یا رسانه اجتماعی استفاده می‌کنند، واتساپ، اینستاگرام، و تلگرام را به ترتیب به عنوان پر استفاده‌ترین پیام‌رسان‌ها معرفی کرده‌اند (مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران - ایسپا، ۱۴۰۱). در مطالعه دیگری که توسط قاسمی‌پور و سعیدی (۱۴۰۱) انجام شده میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی از جمله تلگرام، اینستاگرام، واتساپ، ایمو، لاین، و فیسبوک در پسران به طور میانگین ۴/۵۵ و دختران ۳/۶۰ از پنج گزارش شده است.

اگرچه در مطالعه حاضر، بین مدت زمان استفاده از رسانه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌های پیام‌رسان با بروز رفتارهای پرخطر رابطه معنادار آماری گزارش نشد، اما ونته و همکاران (۲۰۲۰) در مطالعه خود بیان کرده‌اند که استفاده بیشتر از رسانه‌های اجتماعی احتمال بروز برخی رفتارهای پرخطر را افزایش می‌دهد. این محققان با بیان اینکه مشارکت در رفتارهای پرخطر ممکن است ضرورتاً به عادی‌سازی این رفتارها منجر شوند، نظارت بر رفتارهای پرخطر و تشویق به آموزش انجام رفتارهای سالم را مورد تأیید قرار داده‌اند.

انگیزه دستیابی به اطلاعات، استفاده از مطالب سرگرم‌کننده، استفاده از روی بی‌حوصلگی، برقراری ارتباطات شخصی، اجتماعی شدن و توسعه روابط شخصی پنج انگیزه اصلی استفاده از رسانه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌های پیام‌رسان در پژوهش حاضر معرفی شدند. به نظر می‌رسد که یکی از انگیزه‌های استفاده از سایت‌های رسانه‌های اجتماعی ایجاد پیوندهای جدید است. مطالعات متعددی این انگیزه را به عنوان یکی از پیش‌بینی‌کننده‌های میزان استفاده از سایت رسانه‌های اجتماعی معرفی کرده‌اند (اورکارد و همکاران، ۲۰۱۴). اورکارد و همکاران خود دریافتند که ایجاد پیوندهای جدید یکی از قویترین پیش‌بینی‌کننده‌های میزان استفاده روزانه از سایت‌های رسانه‌های اجتماعی بوده است. از آنجایی که افرادی که خواستار ایجاد پیوندهای جدید بیشتری هستند، الزاماً باید وقت بیشتری را نیز به استفاده از سایت‌های رسانه‌های اجتماعی اختصاص دهند، این رابطه منطقی به نظر می‌رسد. علاوه بر ایجاد پیوندهای جدید، انگیزه‌های دیگری همچون آزادی بیان، و سرگرمی و تفریح نیز از دیگر پیش‌بینی‌کننده‌های میزان استفاده از سایت‌های رسانه‌های اجتماعی عنوان شده است. در مطالعه حاضر نیز استفاده

از مطالب سرگرم کننده توسط حدود یک پنجم از پاسخگویان انگیزه استفاده از رسانه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌های پیام‌رسان انتخاب شده است. اگرچه در مطالعه اورکاردر و همکاران، توجه کاربران به رفتار دوستان مورد توجه قرار داشته، اما در پژوهش حاضر کمتر از دو درصد از پاسخگویان انگیزه استفاده از رسانه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌های پیام‌رسان را به دلیل عضویت دوستان خود در این رسانه‌ها معرفی کردند.

در مطالعه حاضر از بین سازه‌های نظریه استفاده و رضایتمندی، سهولت استفاده با بروز رفتارهای پرخطر رابطه منفی داشت که از نظر آماری نیز معنادار بود. در نتیجه فرضیه چهارم پژوهش تأیید شد. با این وجود باید خاطر نشان کرد که رابطه علی معلولی بین این دو سازه نیازمند انجام تحقیقات عمیق‌تری هستند، تا بتوان به ماهیت چنین رابطه‌ای با قطعیت بیشتری اظهار نظر کرد. سازه‌های دیگر این نظریه، ارتباط معناداری با بروز رفتارهای پرخطر نداشتند. بدین معنا که استفاده از رسانه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌های پیام‌رسان با انگیزه تعامل اجتماعی، دستیابی به اطلاعات، وقت‌گذرانی، و دستیابی به مطالب سرگرم کننده، در بین نوجوانان و جوانان ۱۸ تا ۲۵ سال شرکت‌کننده در این مطالعه با بروز رفتارهای پرخطر ارتباط معنادار آماری نداشتند. فرضیات اول، دوم، سوم، و پنجم مورد تأیید قرار نگرفتند.

سهولت دسترسی به رسانه‌های اجتماعی در مطالعه ونته و همکاران (۲۰۲۰) نیز مورد توجه قرار گرفته است. این محققان بیان کرده‌اند که با توجه به گزارش‌هایی در خصوص استفاده از این رسانه‌ها، نگرانی در خصوص مشارکت در رفتارهای پرخطر نیز وجود دارد. سهولت استفاده از رسانه‌های اجتماعی و احتمال بروز رفتارهای پرخطر در برخی مطالعات دیگر نیز نشان داده شده‌اند. نتایج مطالعات پیشین نشان می‌دهند که سهولت ارتباطات در رسانه‌های اجتماعی مای اسپیس به کاربران اجازه می‌داد که با شمار زیادی از کاربران دیگر از قبیل دوستان دوران مدرسه، افرادی که در مهمانی‌ها با آنها شده بودند، دوستان دوستان، یا گروه‌های موسیقی ارتباط دائم داشته باشند. این نوع ارتباطات باعث شده که هر یک از این کاربران در پروفایل خود به طور میانگین ۱۸۵ دوست داشته باشند. در این مطالعات این شبکه بزرگ را دوستان به عنوان "چرخه دوم دوستان" معرفی می‌کنند، گروهی که به گفته کاربران نه ملاقاتی با آنها صورت می‌گیرد و نه تماسی با آنها برقرار می‌شود (ماناگو، گراهام، گرینفیلد، و سالم‌خان، ۲۰۰۸). در مطالعه دیگری ساسون و مش (۲۰۱۴) دریافتند پسران جوانتری که از پلتفرم (بسترهای) اینترنتی که تسهیل کننده ارتباطات با غریبه هاست، بیشتر استفاده می‌کنند و والدینی

دارند که کنترل کمتری بر فرزندان خود دارند بیش از سایرین در رفتارهای آنلاین پرخطر مشارکت می کنند.

بر اساس مطالعه ساسون و مش (۲۰۱۴) هنجارهای اجتماعی نقش تعیین کننده‌ای در بروز رفتارهای پرخطر دارند. این محققان در مطالعه‌ای دریافتند جوانترهایی که دست به ارتکاب رفتارهای آنلاین پرخطر می‌زنند، همسالانی دارند که از چنین رفتارهایی حمایت می‌کنند. در مطالعه بائومگارتنر و همکاران (۲۰۱۱) نیز نشان داده شد که درک نوجوانان از رفتار همسالانشان ممکن است که در تشریح رفتارهای پرخطر آنها از قبیل رفتارهای جنسی در محیط آنلاین اثرگذار باشد. اینکه درک نوجوانان از تأییدیه یک رفتار توسط همسالانشان چگونه است می‌تواند در فضای آنلاین از اهمیت شایانی برخوردار باشد. بعبارت دیگر می‌توان بیان کرد که اگر نوجوانان این تصور را داشته باشند که همسالانشان در یک رفتار پرخطر در محیط آنلاین مشارکت می‌کنند، تمایل آنها به انجام آن رفتار نیز افزایش می‌یابد. مطالعه حاضر با مشاهده ارتباط مستقیم بین هنجارهای اجتماعی با رفتارهای پرخطر همسو با یافته‌های بائومگارتنر و همکاران است. در بررسی تأثیر غیرمستقیم روابط بین متغیرهای نظریه استفاده و رضایتمندی از طریق هنجارهای اجتماعی نتایج مشابهی با تأثیر کلی نشان داده شد، به جز رابطه بین سهولت استفاده از رسانه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌های پیام‌رسان که به صورت غیرمستقیم و از طریق هنجارهای اجتماعی در سطح آلفای ۰/۰۵ درصد معنادار نبود. در نتیجه فرضیه‌های ششم تا دهم مطرح شده در پژوهش حاضر تأیید نشدند. رابطه بین هنجارهای اجتماعی با بروز رفتارهای پرخطر در فضای آنلاین و به ویژه کاربران شبکه‌های اجتماعی، کمتر مورد شناخت واقع شده است (کرانکا و وان‌دن‌باس، ۲۰۲۱؛ گبر، بائومان، زروینسکی و کلیمت، ۲۰۲۱). نتایج یکی از معدود مطالعات این حوزه که با هدف تحلیل چگونگی اثر هنجارهای اجتماعی بر خود افشایی در سایت‌های شبکه‌های اجتماعی انجام شده بود نشان می‌دهد که رابطه مستقیمی بین هنجارهای درک شده با رفتار یک کاربر حتی در بین شبکه‌ای از غریبه‌ها وجود دارد (میسور، دیفرانزو، بازاروا، ۲۰۲۱).

هدف از پژوهش حاضر شناخت الگوی مصرف رسانه‌های اجتماعی و انجام رفتارهای پرخطر در میان جوانان ۱۸ تا ۲۵ بود. عدم رابطه بین میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی با انجام رفتارهای پرخطر نشان می‌دهد که کاربران این قبیل رسانه‌ها، با انگیزه‌هایی به جز مشارکت در رفتارهای پرخطر از آنها استفاده می‌کنند. هر چند که میزان ارتکاب رفتارهای پرخطر در پژوهش حاضر نشان می‌دهد که درصد بسیار پایینی از کاربران به دلایلی که در این

مطالعه مورد بررسی قرار نگرفته اند، از طریق رسانه‌های اجتماعی نسبت به انجام رفتارهایی مانند یافتن کسی که با او در مورد مسائل جنسی صحبت کنند، عکس و یا ویدئوی اختصاصی خود، و یا جزئیات تماس مانند شماره تلفن و آدرس خود را برای دیگران ارسال کنند، اقدام می نمایند. بین بروز چنین رفتارهایی با هنجاری اجتماعی در پژوهش حاضر رابطه معنادار آماری مشاهده نشد. از بین سازه‌های نظریه استفاده و رضایتمندی نیز تنها سهولت استفاده و رفتارهای پرخطر همبستگی معنادار آماری داشتند. جهت منفی این همبستگی احتمالاً می‌تواند به این معنی باشد که افزایش سهولت دسترسی به رسانه‌های اجتماعی با کاهش بروز رفتارهای پرخطر، نوجوانان و جوانان را به سمت استفاده از رسانه‌های اجتماعی با انگیزه‌هایی همچون دستیابی به اطلاعات، استفاده از مطالب سرگرم کننده، رفع بی‌حوصلگی، و برقراری ارتباطات شخصی که در این مطالعه مشاهده شد، سوق می‌دهد. این یافته‌ها می‌توانند در طراحی و اجرای برنامه‌های مداخله‌ای با هدف پرهیز از انجام رفتارهای پرخطر ناشی از استفاده رسانه‌های اجتماعی کمک کننده باشند. از نظر کاربردی، در بخش روش، استفاده از مدل ارائه شده که ضمن تأیید روایی آن، سازه‌های غیرمرتبط و دارای بار عاملی پایین نیز از آن حذف شده اند، فرصت آزمون آن در گروه‌های سنی دیگر را ایجاد می‌کند. از نظر عملی نیز با توجه به ضرورت دسترسی بیشتر از پیش نوجوانان و جوانان به فضای آنلاین برای اهداف آموزشی، خانواده‌ها با نظارت بیشتر بر نحوه استفاده از رسانه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها می‌توانند نظارت‌هایی متناسب با شرایط مختلفی از جمله سن و جنس فرزندان خود اعمال نمایند، تا در عین بهره‌مندی از فرصت‌های موجود در رسانه‌های اجتماعی و تقویت انگیزه استفاده سودمند از چنین رسانه‌هایی، امکان بروز رفتارهای پرخطر ناشی از استفاده از رسانه‌های اجتماعی را نیز کاهش دهند.

پژوهش حاضر برغم نقاط قوت خود با محدودیت‌هایی نیز مواجه بود. عدم امکان انجام این مطالعه از طریق یک روش نمونه‌گیری احتمالی و همچنین عدم بهره‌گیری از روش ترکیبی جمع‌آوری داده‌ها که ناشی از محدودیت‌های اعمال شده شیوع کرونا بودند از جمله این محدودیت‌ها هستند. رفع این محدودیت‌ها، توجه به نقش ویژگی‌های جمعیت شناختی در ارتباط با بروز رفتارهای پرخطر، و همچنین بررسی رفتارهای پرخطر ناشی از استفاده احتمالی از رسانه‌های اجتماعی به صورت موردی در مطالعات آینده توصیه می‌شود. بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در افرادی که مرتکب رفتار پرخطری شده اند، و به دلیل انجام این رفتارها در برخی مراکز تربیتی نگهداری می‌شوند، می‌تواند منجر به کسب مستندات معتبرتری در

خصوص نقش رسانه‌های اجتماعی در بروز رفتارهای پرخطر شوند. استفاده از مطالعات طولی با هدف تعیین رابطه زمانی بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و بروز رفتارهای پرخطر نیز در مطالعات آینده توصیه می‌شود.

تعارض منافع

نویسنده اعلام می‌کند که هیچ‌گونه تعارض منافی در تهیه این مقاله وجود ندارد.

سپاسگزاری

از اساتید محترمی که در ارزیابی پرسشنامه مشارکت داشتند و همچنین از پاسخگویان به پرسشنامه مطالعه حاضر تشکر و قدردانی می‌شود.

کتابنامه

مرقاتی خویی، عفت السادات، شمس‌علیزاده، ندا، بیات، علیرضا، زارعی، فاطمه، ریماز، شهناز. (۱۳۹۳). اولویت بندی رفتارهای پرخطر بهداشتی در دانش‌آموزان مدارس دولتی منطقه پنج تهران: مطالعه کیفی. مجله دانشکده بهداشت و انستیتو تحقیقات بهداشتی. دوره ۱۲، شماره ۲، صص ۸۰-۶۹
مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران - ایسپا. (۱۴۰۱). ۷۸.۵ درصد مردم از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. قابل دسترس در

<http://ispa.ir/Default/Search/fa?name=%D8%AE%D8%B1%D8%AF%D8%A7%D8%AF+1401>

قربانی، علیرضا، و خسروی، مصطفی. (۱۳۹۶). رفتارهای پرخطر پیامد عضویت در شبکه‌های مجازی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه پیام نور مرکز گنبد کاووس). فصلنامه بررسی مسائل اجتماعی ایران. دوره ۸، شماره ۲، صص ۱۶۹-۱۴۹

قاسمی‌پور، یداله، سعیدی، فریبا. (۱۴۰۱). مقایسه میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، سبک‌های دلبستگی و خودشناسی در بین دانشجویان دختر و پسر. فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین. سال ۳۰، شماره ۸، صص ۲۰۶-۱۸۱-۱۰۲۲۰۵۴/۲۰۲۲.۳۴۷۰۵.۵۵۴
Doi: 10.22054/nms.2022.34705.554181-206

تأثیر منفی رسانه‌های اجتماعی بر کودکان. (اسفند، ۱۳۹۷). قابل دسترسی در:

<https://www.farsnews.ir/news/13971225000580>

تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر ناهنجاری‌های اخلاقی نوجوانان. (آبان، ۱۳۹۸). قابل دسترسی در:

<https://www.tasnimnews.com/fa/news/1398/08/13/2133919/>

تقوی، پریناز، آقاجانی مرساء، حسین. (۱۴۱۰). نقش شبکه‌های اجتماعی در شیوع بیماری‌های پرخطر جنسی (با تأکید بر والدین کاربر). فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین. سال هشتم، شماره ۳۰، صص ۳۲۳-۲۹۱

Doi: 10.22054/nms.2022.66996.1368

الگوی مصرف رسانه‌های اجتماعی و انجام رفتارهای پرخطر ... (داود مهرابی) ۲۳۳

رسول زاده اقدم، صمد، و اکبریور، حامد. (۱۳۹۶). مطالعه رفتارهای پرخطر دانشجویان و ارتباط آن با پابندی به ارزش های جمعی و مصرف رسانه ای (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه شهید مدنی آذربایجان). مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. پاییز ۱۳۹۶، شماره ۳۷، صص ۱۱۲-۹۵.

رحیمی، محمد، فتحی، لیلا، افراسیابی، فاطمه، و اسکندری اندبیلی، رعنا. (۱۳۹۸). بررسی رابطه شبکه های اجتماعی مجازی و گرایش به ناهنجاری های اخلاقی. انتظام اجتماعی، ۱۱(۲)، ۱۳۵-۱۶۰.

SID. <https://sid.ir/paper/187326/fa>

علیزادگانی، فاطمه؛ اخوان تفتی، مهناز؛ خادمی، ملوک. (۱۳۹۶). بررسی علل گرایش به رفتارهای پرخطر در دانش آموزان پسر دبیرستانی شهر تهران. انتظام اجتماعی. دوره ۹. شماره ۲. صفحات ۱۰۳ تا ۱۲۸.

Aririguzoh, S. A., Sobowale, I., & Usaini, S. (2016). Patterns of media usage among students in privately-owned universities in South-West, Nigeria. *Journal of the School of Communication: Lagos State University*, 2(2), 36-50.

Asrese, K., & Mekonnen, A. (2018). Social network correlates of risky sexual behavior among adolescents in Bahir Dar and Mecha Districts, North West Ethiopia: an institution-based study. *Reproductive Health*, 15(1), 61. doi:10.1186/s12978-018-0505-8

Baumgartner, S. E., Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2011). The Influence of Descriptive and Injunctive Peer Norms on Adolescents' Risky Sexual Online Behavior. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(12), 753-758. Doi:10.1089/cyber.2010.0510

Bouygues, H. L. (20 July 2021). Social Media Is a Public Health Crisis. Let's Treat It Like One. U.S. News & World Report. Retrieved from <https://www.usnews.com/news/health-news/articles/2021-07-20/social-media-is-a-public-health-crisis> (accessed on 27 February 2023)

Bozzola, E., Spina, G., Agostiniani, R., Barni, S., Russo, R., Scarpato, E., . . . Staiano, A. (2022). The Use of Social Media in Children and Adolescents: Scoping Review on the Potential Risks. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(16), 9960. doi:10.3390/ijerph19169960

Branley, D. B., & Covey, J. (2017). Risky Behavior Via Social Media: The Role of Reasoned and Social Reactive Pathways. *Computers in Human Behavior*. Doi:10.1016/j.chb.2017.09.036

Chassiakos, Y. L. R., Radesky, J., Christakis, D., Moreno, M. A., & Cross, C. (2016). Children and adolescents and digital media. *Pediatrics*, 138(5).

Cookingham, L. M., & Ryan, G. L. (2015). The impact of social media on the sexual and social wellness of adolescents. *J Pediatr Adolesc Gynecol*, 28(1), 2-5. Doi:10.1016/j.jpjag.2014/03/001.

Ciranka, S., & van den Bos, W. (2021). Social norms in adolescent risk engagement and recommendation. *Br J Dev Psychol*, 39(3), 481-498. doi:10.1111/bjdp.12369

Duduciuc, A. (2016). Teenagers, risk behaviours and the use of new technologies for health. In V. Marinescu & B. Mitu (Eds.), *The Power of the Media in Health Communication*. 2 Park Square, Milton Park, Abingdon, Oxon OX14 4RN: Routledge.

- Fevriasanty, F. I., Suyanto, B., Soedirham, O., Sugihartati, R., & Ahsan, A. (2021). Effects of social media exposure on adolescent sexual attitudes and behavior: A systematic review. *International Journal of Public Health Science (IJPHS)*, 10(2), 272. doi:10.11591/ijphs.v10i2.20818
- Geber, S., Baumann, E., Czerwinski, F., & Klimmt, C. (2021). The Effects of Social Norms Among Peer Groups on Risk Behavior: A Multilevel Approach to Differentiate Perceived and Collective Norms. *Communication Research*, 48(3), 319-345. doi:10.1177/0093650218824213
- Griffin, E. (2012). *A first look at communication theory* (8th ed.). New York, McGraw Hill.
- Gupta, S & ,Bashir, L. (2018). Social Networking Usage Questionnaire: Development and Validation in an Indian Higher Education Context. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 214-227. Doi:10.17718/tojde.471918
- Hair, J. F., Black, B., Babin, B., Anderson ,R. E., & Tatham, R. L. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*, New Jersey, USA: Pearson Education Inc.
- Horwitz, J. W., G.; Seetharaman, D. . (14 September 2021). Facebook Knows Instagram Is Toxic for Teen Girls, Company Documents Show. *Wall Street Journal*. Retrieved from <https://www.wsj.com/articles/facebook-knows-instagram-is-toxic-for-teen-girls-company-documents-show-11631620739> (accessed on 27 February 2023)
- Houck, C. D., Barker, D., Rizzo, C., Hancock, E., Norton, A., & Brown, L. K. (2014). Sexting and sexual behavior in at-risk adolescents. *Pediatrics*, 133(2), e276-282. doi:10.1542/peds.2013-1157
- Keum, B. T., Wang, Y.-W., Callaway, J., Abebe, I., Cruz, T., & O'Connor, S. (2022). Benefits and harms of social media use: A latent profile analysis of emerging adults. *Current Psychology*. doi:10.1007/s12144-022-03473-5
- Landry, M., Turner, M., Vyas, A., & Wood, S. (2017). Social Media and Sexual Behavior Among Adolescents: Is there a link? *JMIR Public Health Surveill*, 3(2), e28. doi:10.2196/publichealth.7149
- Madigan, S., Ly, A., Rash, C. L., Van Ouytsel, J., & Temple, J. R. (2018). Prevalence of Multiple Forms of Sexting Behavior Among Youth. *JAMA Pediatrics*, 172(4), 327. doi:10.1001/jamapediatrics.2017.5314
- Manago, A. M., Graham, M. B., Greenfield, P. M., & Salimkhan, G. (2008). Self-presentation and gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29, 446-458. Doi:10.1016/j.appdev.2008.07.001
- Masur, P. K., DiFranzo, D., & Bazarova, N. N. (2021). Behavioral contagion on social media: Effects of social norms, design interventions, and critical media literacy on self-disclosure. *PloS One*, 16(7), e0254670. doi: 10.1371/journal.pone.0254670
- Mitchell, K. J., Finkelhor, D., Jones, L. M., & Wolak, J. (2012). Prevalence and characteristics of youth sexting: a national study. *Pediatrics*, 129(1), 13-20. doi:10.1542/peds.2011-1730
- Olpin, E., Hanson, C. L., & Crandall, A. (2023). Influence of Social Media Uses and Gratifications on Family Health among U.S. Parents: A Cross-Sectional Study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(3), 1910. doi:10.3390/ijerph20031910

- Orchard, L. J., Fullwood, C., Galbraith, N., & Morris, N. (2014). Individual Differences as Predictors of Social Networking. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(2014), 388-402. Doi:10.1111/jcc4.12068
- Papacharissi, Z., & Rubin, A. M. (2000). Predictors of Internet use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(2), 175-196. Doi:10.1207/s15506878jobem4402_2
- Park, N., Kee, M. A., & Valenzuela, S. (2009). Being immersed in social networking environment: Facebook group, uses and gratifications and social outcomes. *CyberPsychology & Behavior*, 12(6), 729-733. Doi:10.1089/cpb.2009.0003
- Perkins, H. W., & Berkowitz, A. D. (1986). Perceiving the Community Norms of Alcohol Use Among Students: Some Research Implications for Campus Alcohol Education Programming. *International Journal of the Addictions*, 21, 961-976.
- Saadati, M. (2020). A Sociological Study of the Role of Social Process in Explaining Risky Behaviors. *Strategic Research on Social Problems in Iran*, 9(2), 109-134. doi:10.22108/srsp.2020.122697.1543. [In Persian]
- Sasson, H., & Mesch, G. (2014). Parental mediation, peer norms and risky online behavior among adolescents. *Computers in Human Behavior*, 33(2014), 32-38. Doi:[10.1016/j.chb.2013.12.025](https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.12.025)
- Solecki, S. (2020). The Smart Use of Smartphones in Pediatrics. *J Pediatr Nurs*, 55, 6-9. doi:10.1016/j.pedn.2020.06.001
- Tanta, I., Mihovilovic, M., & Sablić, Z. (2014). Uses and Gratification Theory: Why Adolescents Use Facebook? *Medij. istraž.*, 20(2), 85-110. Doi:316.77:159.922.8
- Urista, M. A., Dong, Q., & Day, K. D. (2009). Explaining why young adults use MySpace and Facebook through uses and gratifications theory. *Human Communication*, 12(2), 215-229 .
- Uzobo, E., & Enoch, R. O. (2020). Social Media use and Sexual Behaviour of Undergraduate Students in a Nigerian University. *Research Square*. doi:10.21203/rs.3.rs-34051/v1
- 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(1), 258-274. doi:10.1016/j.adolescence.2020.01.014
- Vente, T., Daley, M., Killmeyer, E., & Grubb, L. K. (2020). Association of Social Media Use and High-Risk Behaviors in Adolescents: Cross-Sectional Study. *JMIR pediatrics and parenting*, 3(1), e18043-e18043. Doi:10.2196/18043
- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: a uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4), 362-369. Doi:10.1108/qmr-06-2013-0041