



مقایسه رشد اخلاقی دانش آموزان بر اساس میزان و نوع استفاده از اینترنت و

شبکه های اجتماعی

فهیمه خادم حسینی

دبیر آموزش و پرورش

khadem.hossein.n@gmail.com

چکیده

این پژوهش با هدف مقایسه رشد اخلاقی دانش آموزان بر اساس میزان و نوع استفاده از اینترنت و شبکه های اجتماعی در دانش آموزان دختر متوسطه صورت گرفته است. روش تحقیق از نوع علی-مقایسه ای بود. جامعه آماری شامل کلیه دانش آموزان دختر دوره دوم متوسطه (پایه دهم) شهر خوی به تعداد ۱۳۰۲ دانش آموز بود. بر اساس جدول مورگان تعداد ۳۰۰ نفر (۱۶۲ نفر استفاده کننده از اینترنت و شبکه های مجازی و ۱۳۸ نفر استفاده نکننده) به روش نمونه گیری تصادفی خوشه ای انتخاب شدند. ابزارهای تحقیق پرسشنامه رشد اخلاقی معنوی پور بود. ابزار از روایی و پایایی قابل قبولی برخوردار بود. داده ها با روش های آماری تی مستقل و تحلیل واریانس تحلیل شدند. نتایج نشان داد که بین رشد اخلاقی دانش آموزان استفاده کننده و استفاده نکننده از اینترنت و شبکه های اجتماعی تفاوت وجود دارد. بین اخلاق اجتماعی، اخلاق عرفی، اخلاق پس عرفی، اخلاق پیش عرفی دانش آموزان استفاده کننده و استفاده نکننده از اینترنت و شبکه های اجتماعی تفاوت وجود دارد. رشد اخلاقی دانش آموزان بر اساس میزان و نوع استفاده از اینترنت و شبکه های اجتماعی متفاوت است.

واژگان کلیدی: رشد اخلاقی، اخلاق اجتماعی، اخلاق پیش عرفی و عرفی پس عرفی، اینترنت، شبکه های اجتماعی.



مقدمه

امروزه شبکه های اجتماعی جایگاه بسیار مهمی در بین افراد و جوامع پیدا کرده اند. مفهوم شبکه اجتماعی اولین بار در سال ۱۹۴۰ در انسان شناسی توسط براون^۱ ارایه شد. سپس در اواسط دهه ۱۹۵۰ این مفهوم توسط بات و بارنز^۲ مورد استفاده قرار گرفت (به نقل از چلیبی، ۱۳۸۵).

یک شبکه اجتماعی، یک ساختار متمرکز اجتماعی است که از گروه هایی، اغلب به عنوان فرد یا سازمان، تشکیل یافته است. این گروه ها، توسط یک یا چند نوع خاص از وابستگی به هم متصل می شوند. نمونه هایی از وابستگی ها می تواند اشتراکات، علائق، ایده ها، تبادلات مالی، دوستی، خویشاوندی، تجاری، لینک های وب، مسافرت و یا سرایت بیماری ها باشد. ساختارهای حاصل از شبکه های اجتماعی، اغلب بسیار پیچیده هستند. در تحلیل شبکه های اجتماعی، گروه ها، همان افراد درون شبکه ها هستند و رشته ها، روابط میان آن ها است. انواع زیادی از رشته ها، می تواند میان گروه ها وجود داشته باشد. در ساده ترین شکل، یک شبکه اجتماعی نگاهی از تمام رشته های مربوط میان گروه ها است. شبکه اجتماعی، می تواند برای تشخیص موقعیت اجتماعی هر یک از افراد مورد استفاده قرار بگیرد. این مفاهیم عمدتاً، در یک نمودار شبکه اجتماعی، ارایه می شوند که در آن گروه ها، به وسیله نقطه، و رشته ها توسط خطوط نشان داده می شوند (تاپاسکیت^۳، ۲۰۰۹).

بر اساس تعریف راین گلد^۴، شبکه اجتماعی مجازی، معمولاً به معنای شبکه الکترونیکی ارتباطات متقابل است که حدودش را خود تعریف می کند و پیرامون علاقه یا هدف مشترکی تشکیل شده، گرچه در برخی مواقع، ایجاد ارتباط فی نفسه به هدف تبدیل می شود (به نقل از امیدوار، ۱۳۸۸).

هر رسانه ای بنا به اقتضات خاص خودش می تواند تاثیراتی بر افراد به جای بگذارد. از آنجا که برقراری ارتباط اصلی ترین دلیل استفاده کاربران از شبکه های اجتماعی می باشد و افراد در زمان کمی با افراد متعدد می توانند ارتباط برقرار کنند، در بسیاری از موارد منجر به استفاده افراطی افراد، به خصوص نوجوانان و جوانان از این شبکه ها شده است و باعث می شود که افراد به ارتباط در فضای مجازی بیش از ارتباط در فضای واقعی علاقمند شوند که این امر می تواند سلامت روانی آنها را تهدید کند (برات دستجردی و صیادی، ۱۳۹۱).

اختلالاتی چون اعتیاد به اینترنت، افسردگی، انزوای اجتماعی، اختلال هویت، کاهش احساسات، عدم اعتماد به نفس، کاهش سلامت روانی و ... از جمله اختلالات رایج استفاده مفرط از شبکه های اجتماعی می باشد (زکائی و کتیبی، ۱۳۹۲).

حجم رو به رشدی از تحقیقات صورت گرفته پیرامون اینترنت و اثرات شبکه های اجتماعی حکایت از آن دارد که استفاده مفرط از اینترنت و شبکه های اجتماعی فرد را به اختلال روان شناختی—اجتماعی مبتلا می کند که از مشخصه های آن علائم کناره گیری، اختلالات عاطفی، از هم گیسختگی روابط اجتماعی و اختلال در رشد اخلاقی است (نیلسون^۵، ۲۰۱۳). رشد اخلاقی به تغییراتی گفته می شود که با افزایش سن در مبانی فکری، احساسی و رفتاری اصول و ارزش های حاکم بر رفتار

1 - Braun

2 - Bat and Barnes

3 - Tapsctt

4- Rheingold

5. Neilson



انسان پدید می آیند. رشد اخلاقی دارای بعد درون فردی (ارزش های بنیادی و احساس خود بودن شخص) و یک بعد میان فردی (وظایف مردم در تعاملات خود با دیگران) است (سانتراک، ۱۳۸۵). روانشناسان رشد اخلاقی را جریان دستیابی به احساس عدالت در رابطه با دیگران، درستی یا نادرستی این یا آن امر و چگونگی رفتار فرد در هریک از این امور می دانند. پیاژه در شمار نخستین روانشناسانی است که مسئله چگونگی رشد اخلاقی را مورد پژوهش قرار داده است. به نظر وی رشد اخلاقی همانند رشد شناختی طی دو مرحله صورت می گیرد: (۱) اخلاق دیگر پیرو^۶ (۲) اخلاق خود پیرو^۷.

به اعتقاد معنوی پور (۱۳۹۱) رشد اخلاقی دانش آموزان متوسطه طی چهار مرحله اخلاق اجتماعی، اخلاق پس عرفی، اخلاق عرفی و اخلاق پیش عرفی صورت می گیرد. لورنس کلبیگ^۸ نظریه پیاژه را مورد پالایش قرار داد و تغییراتی در آن بوجود آورد و رشد اخلاقی را در سه سطح و ۶ مرحله مشخص کرد. علیرغم مذهبی بودن جامعه ایرانی، رشد اخلاقی افراد از جمله مواردی است که شبکه های اجتماعی بر آن تاثیر منفی می گذارند. نتایج تحقیقات افراسیابی (۱۳۹۲)، شکاری نمین و حاجیانی (۱۳۹۳) حاکی از آن است که شبکه های اجتماعی باعث ایجاد سبک جدیدی از زندگی شده و منجر به کاهش پایبندی به مباحث اخلاقی و کاهش رشد اخلاقی کاربران می گردد. همچنین استفاده مفرط از اینترنت و شبکه های اجتماعی موجب بروز اختلالاتی مانند افسردگی، اعتیاد به اینترنت، انزوای اجتماعی، کاهش احساسات، ف عدم اعتماد به نفس گردیده و سلامت روانی کاربران را به مخاطره می اندازد (زکائی و خطیبی، ۱۳۹۲، برات دستجردی و صیادی، ۱۳۹۱، میرزائی و همکاران، ۱۳۹۲).

بنابراین، با گسترش روز افزون استفاده از اینترنت و شبکه های اجتماعی، مسأله استفاده مفرط از این فناوری، مشکل آفرین شده و منجر به آسیب های اجتماعی، روانشناختی و شغلی می گردد. با در نظر گرفتن عواقبی که استفاده نادرست از اینترنت و شبکه های اجتماعی برای افراد دارد، به نظر می رسد که لازم است مسأله اینترنت و شبکه های اجتماعی و ابعاد آن مورد بررسی دقیق قرار بگیرد. به خصوص با توجه به این که کشور ما دارای جمعیت جوانی است که به استفاده از فناوری گرایش نشان می دهند، اینترنت و شبکه های اجتماعی می تواند به عنوان یک آسیب بالقوه مطرح باشد. لذا با توجه به گسترش بیش از اندازه استفاده از شبکه های اجتماعی و تاثیر آن بر رشد اخلاقی دانش آموزان این پژوهش قصد دارد به مقایسه رشد اخلاقی دانش آموزان دختر مقطع متوسطه خوی بر اساس میزان و نوع استفاده از اینترنت و شبکه های اجتماعی بپردازد.

روش تحقیق

با توجه به اینکه این پژوهش به مقایسه رشد اخلاقی دانش آموزان دختر متوسطه استفاده کننده و استفاده نکننده از اینترنت و شبکه های اجتماعی پرداخته است، روش تحقیق پس رویدادی از نوع علی-مقایسه ای می باشد. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه دانش آموزان دختر دوره دوم متوسطه شهر خوی (پایه دهم) در رشته علوم تجربی به تعداد ۱۳۰۲ نفر می باشند و شامل دو گروه از دانش آموزان دختر استفاده کننده و استفاده نکننده از اینترنت و شبکه های اجتماعی می باشند که در سال تحصیلی ۹۵-۹۶ مشغول به تحصیل هستند. برای انتخاب نمونه با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی خوشه ای تعداد ۳۰۰ نفر با استفاده از جدول مورگان انتخاب گردید. از مجموع ۳۰۰ نفر دانش آموز انتخاب شده ۱۶۲ نفر، از کاربران اینترنت و شبکه های اجتماعی بودند و ۱۳۸ نفر دانش آموزانی انتخاب شدند که از اینترنت و شبکه های اجتماعی استفاده نمی کنند.

2. Meral heteronomy

3. Moral autonomy

⁸. Kohlberg. L.



ابزارهای تحقیق

پرسشنامه رشد اخلاقی معنوی پور

در این پژوهش برای سنجش رشد اخلاقی دانش آموزان از مقیاس سنجش رشد اخلاقی معنوی پور (۱۳۹۱) استفاده شد. این پرسشنامه دارای ۱۳ سؤال در مقیاس لیکرت می باشد. این پرسشنامه بر اساس نظریه های رشد اخلاقی روانشناسی و نیز رشد اخلاقی بر مبنای اصول اسلامی - ایرانی تدوین شده است. روایی پرسشنامه با استفاده از نظر متخصصان و توسط ۱۵ نفر تایید شد. برای بررسی پایایی آن از آلفای کرونباخ استفاده شد که مقدار آلفای کرونباخ محاسبه شده ۰/۹۳ گزارش شده است. تحلیل عاملی سؤال ها نشان داد که ۵۵ درصد از واریانس نمره های رشد اخلاقی توسط این مقیاس تبیین می شود. پس از چرخش واریماکس ۴ عامل شناسایی و نامگذاری شدند. شاخص های تحلیل عاملی تاییدی از مدل معادلات ساختاری آزمون نشان داد که مدل دارای برازش با داده ها است و از این پرسشنامه می توان برای سنجش رشد اخلاقی دانش آموزان دبیرستانی استفاده کرد. به نظر سازنده پرسشنامه، رشد اخلاقی را می توان در قالب ۴ عامل اخلاق اجتماعی، پس عرفی، عرفی و پیش عرفی مورد بررسی قرار داد. سئوالات ۱ و ۲ و ۳ و ۴ اخلاق اجتماعی، سئوالات ۵ و ۶ و ۷ اخلاق پس عرفی و سئوالات ۸ و ۹ و ۱۰ اخلاق عرفی و نیز سئوالات ۱۱ و ۱۲ و ۱۳ اخلاق پیش عرفی را مورد سنجش قرار می دهند. ۴ سؤال اخلاق اجتماعی، بر مبنای اصول اسلامی - ایرانی طراحی شده اند. در این پژوهش برای بررسی روایی پرسشنامه از روایی صوری و نظر متخصصان استفاده گردید. برای این کار پرسشنامه در اختیار ۵ نفر از اساتید گروه علوم تربیتی و روان شناسی قرار گرفت. همگی اساتید بر روایی آن تاکید داشتند. برای بررسی پایایی آن از آلفای کرونباخ استفاده شد. مقادیر آلفای کرونباخ محاسبه شده برای متغیرهای رشد اخلاقی، اخلاق اجتماعی، اخلاق پیش عرفی، اخلاق عرفی، اخلاق پس عرفی به ترتیب برابر ۰/۸۸، ۰/۸۶، ۰/۸۷، ۰/۹۰، ۰/۸۹ می باشد.

یافته ها

جدول ۱ میزان استفاده کاربران از اینترنت و شبکه های اجتماعی در یک هفته

ساعت	تعداد	درصد
۱ تا ۵ ساعت	۱۲۶	٪ ۷۷/۷۸
۶ تا ۱۰ ساعت	۱۹	٪ ۱۱/۷۲
۱۱ تا ۱۵ ساعت	۱۳	٪ ۸/۰۳
۱۶ ساعت بیشتر	۴	٪ ۲/۴۷
جمع	۱۶۲	۱۰۰

همانطور که در جدول شماره ۱ ملاحظه می گردد، بیشترین فراوانی و درصد مربوط به ۱ تا ۵ ساعت در هفته است ۷۷/۷۸ درصد شرکت کنندگان به طور متوسط ۱ تا ۵ ساعت در هفته از اینترنت و شبکه های اجتماعی استفاده می کنند. ۱۱/۷۲ درصد دانش آموزان ۶ تا ۱۰ ساعت در هفته از اینترنت و شبکه های اجتماعی استفاده می کنند. ۸/۰۳ درصد دانش آموزان بین ۱۱ تا ۱۵ ساعت در هفته از اینترنت و شبکه های اجتماعی استفاده می کنند و این در حالی است که تنها ۴ نفر یعنی ۲/۴۷ درصد از شرکت کنندگان بیشتر از ۱۵ ساعت در هفته از اینترنت و شبکه های اجتماعی استفاده می کنند.

جدول شماره ۲ نوع استفاده از اینترنت در بین کاربران



درصد	فراوانی	نوع استفاده
٪ ۶/۱۸	۱۰	چت
٪ ۱۲/۳۴	۲۰	بازی
٪ ۱۱/۷۲	۱۹	پست الکترونیکی
٪ ۸/۰۲	۱۳	اخبار
٪ ۶/۱۸	۱۰	علمی یا درسی
٪ ۵۵/۵۶	۹۰	شبکه های اجتماعی
٪ ۱۰۰	۱۶۲	جمع

جدول شماره ۲ نوع استفاده از اینترنت در بین کاربران را نشان می دهد، همانطور که ملاحظه می کنید ۶/۱۸ درصد دانش آموزان از چت، ۱۲/۳۴ درصد از بازی، ۱۱/۷۲ درصد از پست الکترونیکی، ۸/۰۲ درصد از اخبار، ۶/۱۸ درصد علمی یا درسی، ۵۵/۵۶ درصد از شبکه های اجتماعی استفاده می کنند.

جدول شماره ۳ میانگین و انحراف معیار متغیرهای تحقیق

متغیر	گروه ها	میانگین	انحراف معیار
رشد اخلاقی	کاربر	۲۸/۵	۰/۷۶
	غیر کاربر	۳۶/۳۰	۰/۵۵
اخلاق اجتماعی	کاربر	۱۰/۲۵	۰/۷۴
	غیر کاربر	۱۲/۳۵	۰/۵۶
اخلاق پس عرفی	کاربر	۴/۷۵	۰/۷۷
	غیر کاربر	۶/۲۵	۰/۵۴
اخلاق عرفی	کاربر	۵/۲۵	۰/۷۸
	غیر کاربر	۷/۴۵	۰/۵۳
اخلاق پیش عرفی	کاربر	۸/۲۵	۰/۷۵
	غیر کاربر	۱۰/۲۵	۰/۵۷

جدول شماره ۳ میانگین و انحراف معیار متغیرهای تحقیق را نشان می دهد. همانطور که ملاحظه می گردد، میانگین و انحراف معیار برای کاربران در رشد اخلاقی به ترتیب ۲۸/۵ و ۰/۷۶ برای غیر کاربران ۳۶/۳۰ و ۰/۵۵ برای متغیر اخلاق اجتماعی برای کاربران ۱۰/۲۵ و ۰/۷۴ برای غیر کاربران ۱۲/۳۵ و ۰/۵۶ برای متغیر اخلاق پس عرفی در کاربران ۴/۷۵ و ۰/۷۷ برای غیر کاربران ۶/۲۵ و ۰/۵۴ برای متغیر اخلاق عرفی برای کاربران ۵/۲۵ و ۰/۷۸ برای غیر کاربران ۷/۴۵ و ۰/۵۳ برای اخلاق پیش عرفی برای کاربران ۸/۲۵ و ۰/۷۵ برای غیر کاربران ۱۰/۲۵ و ۰/۵۷ به دست آمده است.



قبل از آزمون فرضیه های تحقیق برای بررسی نرمال بودن داده ها از آزمون کولموگروف- اسمیرنف استفاده گردید که نتایج آن در جدول شماره ۴ گزارش شده است:

جدول شماره ۴ نتایج آزمون کولموگرو-اسمیرنف برای متغیرهای تحقیق

متغیر	شاخص	درجه آزادی	سطح معنی داری
رشد اخلاقی	۱/۱۱۰	۲۹۹	۰/۱۸۵
اخلاق اجتماعی	۱/۹۶	۲۹۹	۰/۲۳۰
اخلاق پس عرفی	۱/۲۹۹	۲۹۹	۰/۰۹۸
اخلاق عرفی	۱/۲۰۸	۲۹۹	۰/۳۵۰
اخلاق پیش عرفی	۱/۳۲۴	۲۹۹	۰/۰۸۰

با توجه به مقدار سطح معنی داری به دست آمده برای شاخص کولموگرو-اسمیرنف، متغیرهای تحقیق از توزیع نرمال برخوردار هستند لذا می توان از آمار پارامتریک برای تحلیل داده ها استفاده نمود.

فرضیه ۱ بین رشد اخلاقی دانش آموزان استفاده کننده و استفاده نکننده از اینترنت و شبکه های اجتماعی تفاوت وجود دارد. برای آزمون این فرضیه از آزمون t مستقل استفاده گردید که نتایج آن در جدول زیر ارائه می شود:
جدول شماره ۵ نتایج آزمون t مستقل رشد اخلاقی در کاربران و غیرکاربران

متغیر	گروهها	میانگین	انحراف معیار	d.f	سطح معنی داری	t	آزمون لون برای معناداری همگنی واریانسها	
							f	سطح معنی داری
رشد اخلاقی	کاربر	۲۸/۵	۰/۷۶	۲۹۹	۰/۰۰۰	۱۴/۶۸	۰/۷۲	۰/۱۲۶
	غیرکاربر	۳۶/۳۰	۰/۵۵					

همانطور که در جدول شماره ۵ ملاحظه می گردد، با توجه به اینکه آزمون لون نیز همگنی واریانسهای دو گروه را نشان می دهد، از آزمون (t) مستقل با فرض همگنی واریانسها، برای آزمون معناداری تفاوت بین میانگین دو گروه استفاده شده؛ همانطوری که در جدول (۴-۵) ملاحظه می شود، مقدار (t) با توجه به سطح معنی داری به دست آمده معنی دار می باشد، بنابراین فرض صفر رد و فرض تحقیق پذیرفته می شود. به عبارت دیگر بین رشد اخلاقی دانش آموزان استفاده کننده و استفاده نکننده از اینترنت و شبکه های اجتماعی تفاوت وجود دارد.

فرضیه ۲ بین رشد اخلاقی (اخلاق اجتماعی) دانش آموزان استفاده کننده و استفاده نکننده از اینترنت و شبکه های اجتماعی تفاوت وجود دارد.

برای آزمون این فرضیه از آزمون t مستقل استفاده گردید که نتایج آن در جدول زیر ارائه می شود:
جدول شماره ۶ نتایج آزمون t مستقل اخلاق اجتماعی در کاربران و غیرکاربران



آزمون لون برای معناداری همگنی واریانسها		t	سطح معنی داری	d.f	انحراف معیار	میانگین	گروهها	متغیر
f	سطح معنی داری							
۰/۶۱۸	۰/۴۴۳	۱۱/۵۹	۰/۰۰۰	۲۹۹	۰/۷۴	۱۰/۲۵	کاربر	اخلاق
					۰/۵۶	۱۲/۳۵	غیرکاربر	اجتماعی

همانطور که در جدول شماره ۶ ملاحظه می گردد، از آزمون (t) مستقل با فرض همگنی واریانسها، برای آزمون معناداری تفاوت بین میانگین دو گروه استفاده شد؛ مقدار (t) به دست آمده با توجه به سطح معنی داری معنی دار است، بنابراین فرض صفر رد و فرض تحقیق پذیرفته می شود. به عبارت دیگر تفاوت بین میانگین این دو گروه در میزان رشد اخلاق اجتماعی معنی دار است، بنابراین بین رشد اخلاقی (اخلاق اجتماعی) دانش آموزان استفاده کننده و استفاده نکننده از اینترنت و شبکه های اجتماعی تفاوت وجود دارد.

فرضیه ۳ بین رشد اخلاقی (اخلاق پیش عرفی) دانش آموزان دختر متوسطه استفاده کننده و استفاده نکننده از اینترنت و شبکه های اجتماعی تفاوت وجود دارد.

برای آزمون این فرضیه از آزمون t مستقل استفاده گردید که نتایج آن در جدول زیر ارائه می شود:

جدول شماره ۷ نتایج آزمون t مستقل اخلاق پیش عرفی در کاربران و غیرکاربران

آزمون لون برای معناداری همگنی واریانسها		t	سطح معنی داری	d.f	انحراف معیار	میانگین	گروهها	متغیر
f	سطح معنی داری							
۱/۰۷۷	۰/۳۰۱	۱۰/۹۲	۰/۰۰۰	۲۹۹	۰/۷۵	۸/۲۵	کاربر	اخلاق پیش عرفی
					۰/۵۷	۱۰/۲۵	غیرکاربر	



همانطور که در جدول شماره ۷ ملاحظه می گردد، از آزمون (t) مستقل با فرض همگنی واریانسها، برای آزمون معناداری تفاوت بین میانگین دو گروه استفاده شد؛ مقدار (t) با توجه به سطح معنی داری به دست آمده معنی دار است، بنابراین فرض صفر رد و فرض تحقیق پذیرفته می شود. به عبارت دیگر تفاوت بین میانگین این دو گروه در میزان رشد اخلاق پیش عرفی معنی دار است، بنابراین بین رشد اخلاقی (اخلاق پیش عرفی) دانش آموزان دختر متوسطه استفاده کننده و استفاده نکننده از اینترنت و شبکه های اجتماعی تفاوت وجود دارد.

فرضیه ۴ بین رشد اخلاقی (اخلاق عرفی) دانش آموزان دختر متوسطه استفاده کننده و استفاده نکننده از اینترنت و شبکه های اجتماعی تفاوت وجود دارد.

برای آزمون این فرضیه از آزمون t مستقل استفاده گردید که نتایج آن در جدول زیر ارائه می شود:
جدول شماره ۸ نتایج آزمون t مستقل اخلاق عرفی در کاربران و غیر کاربران

آزمون لون برای معناداری همگنی واریانسها		t	سطح معنی داری	d.f	انحراف معیار	میانگین	گروهها	متغیر
f	سطح معنی داری							
۰/۷۸۰	۰/۳۷۸	۸/۴۳	۰/۰۰۰	۲۹۹	۰/۷۸	۵/۲۵	کاربر	اخلاق عرفی
					۰/۵۳	۷/۴۵	غیرکاربر	

همانطور که در جدول شماره ۸ ملاحظه می گردد، از آزمون (t) مستقل با فرض همگنی واریانسها، برای آزمون معناداری تفاوت بین میانگین دو گروه استفاده شد؛ مقدار (t) با توجه به سطح معنی داری به دست آمده معنی دار است، بنابراین فرض صفر رد و فرض تحقیق پذیرفته می شود. به عبارت دیگر تفاوت بین میانگین این دو گروه در میزان رشد اخلاق عرفی معنی دار است، بنابراین بین رشد اخلاقی (اخلاق عرفی) دانش آموزان دختر متوسطه استفاده کننده و استفاده نکننده از اینترنت و شبکه های اجتماعی تفاوت وجود دارد.

فرضیه ۵ بین رشد اخلاقی (اخلاق پس عرفی) دانش آموزان دختر متوسطه استفاده کننده و استفاده نکننده از اینترنت و شبکه های اجتماعی تفاوت وجود دارد.

برای آزمون این فرضیه از آزمون t مستقل استفاده گردید که نتایج آن در جدول زیر ارائه می شود:



جدول شماره ۹ نتایج آزمون t مستقل اخلاق پس عرفی در کاربران و غیرکاربران

آزمون لون برای معناداری همگنی واریانسها		t	سطح معنی داری	d.f	انحراف معیار	میانگین	گروهها	متغیر
f	سطح معنی داری							
۰/۹۳۰	۰/۷۶۰	۷/۸۹	۰/۰۰۰	۲۹۹	۰/۷۷	۴/۷۵	کاربر	اخلاق پس
					۰/۵۴	۶/۲۵	غیرکاربر	عرفی

همانطور که در جدول شماره ۹ ملاحظه می گردد، از آزمون (t) مستقل با فرض همگنی واریانسها، برای آزمون معناداری تفاوت بین میانگین دو گروه استفاده شد؛ مقدار (t) با توجه به سطح معنی داری به دست آمده معنی دار است، بنابراین فرض صفر رد و فرض تحقیق پذیرفته می شود. به عبارت دیگر تفاوت بین میانگین این دو گروه در میزان رشد اخلاق پس عرفی معنی دار است، بنابراین بین رشد اخلاقی (اخلاق پس عرفی) دانش آموزان دختر متوسطه استفاده کننده و استفاده نکننده از اینترنت و شبکه های اجتماعی تفاوت وجود دارد.

فرضیه ۶ رشد اخلاقی دانش آموزان بر اساس میزان استفاده از اینترنت و شبکه های اجتماعی متفاوت است.

برای بررسی رشد اخلاقی دانش آموزان بر اساس میزان استفاده از اینترنت و شبکه های اجتماعی از آزمون تحلیل واریانس استفاده شده است.

جدول شماره ۱۰ تحلیل واریانس رشد اخلاقی در دانش آموزان بر اساس میزان استفاده از اینترنت و شبکه های اجتماعی

منبع تغییرات	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	f	سطح معنی داری
بین گروهی	۷۹۴/۱۰۲	۳	۲۶۴/۷۰۰	۲۳/۶۶	۰/۰۰۰
درون گروهی	۱۷۶۷/۵۳۴	۱۵۸	۱۱/۱۹		
کل	۲۹۹۴/۲۱۷	۱۶۱			

همانطور که در جدول شماره ۱۰ ملاحظه می گردد، با توجه به مقدار f به دست آمده ۲۳/۶۶ در سطح معنی داری ۰/۰۰۰ و درجه آزادی (۳ و ۱۵۸) فرض صفر رد و فرض تحقیق تایید می شود. بر این اساس، رشد اخلاقی دانش آموزان بر اساس میزان استفاده از اینترنت و شبکه های اجتماعی متفاوت است. به عبارت دیگر، رشد اخلاقی دانش آموزانی که ۱ الی ۵ ساعت، و ۶ الی ۱۰ ساعت، و ۱۱ تا ۱۵ ساعت، و ۱۶ ساعت بیشتر از اینترنت و شبکه های اجتماعی استفاده می کنند، متفاوت است.



فرضیه ۷ رشد اخلاقی دانش آموزان بر اساس نوع استفاده از اینترنت و شبکه های اجتماعی متفاوت است.

برای بررسی رشد اخلاقی دانش آموزان بر اساس نوع استفاده از اینترنت و شبکه های اجتماعی از آزمون تحلیل واریانس استفاده شده است.

جدول شماره ۱۱ تحلیل واریانس رشد اخلاقی در دانش آموزان بر اساس نوع استفاده از اینترنت و شبکه های اجتماعی

منبع تغییرات	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	f	سطح معنی داری
بین گروهی	۹۶۶/۷۵۳	۵	۱۹۳/۳۵۱	۱۵/۵۸	۰/۰۰۰
درون گروهی	۱۹۳۶/۱۰۸	۱۵۶	۱۲/۴۱		
کل	۲۷۴۴/۸۰۲	۱۶۱			

همانطور که در جدول شماره ۱۱ ملاحظه می گردد، با توجه به مقدار f به دست آمده ۱۵/۵۸ در سطح معنی داری ۰/۰۰۰ و درجه آزادی (۵ و ۱۵۶) فرض صفر رد و فرض تحقیق تایید می شود. بر این اساس، رشد اخلاقی دانش آموزان بر اساس نوع استفاده از اینترنت و شبکه های اجتماعی متفاوت است. به عبارت دیگر، رشد اخلاقی دانش آموزانی که از چت، بازی، اخبار، علمی یا درسی، شبکه های اجتماعی استفاده می کنند، متفاوت است.

بحث و نتیجه گیری

بین رشد اخلاقی دانش آموزان استفاده کننده و استفاده نکننده از اینترنت و شبکه های اجتماعی تفاوت وجود دارد. تحلیل اطلاعات نشان داد که این فرضیه تایید شده است. این یافته با نتایج تحقیقات سلطانی فر و همکاران (۱۳۹۴)، قصابی و نقیب السادات (۱۳۹۴)، سیف الهی و شاطری (۱۳۹۴)، فتحی و همکاران (۱۳۹۳)، رسولی و بندگی منفرد (۱۳۹۳)، مرادی و همکاران (۱۳۹۳)، شکاری نمین و حاجیان (۱۳۹۳)، معمار و همکاران (۱۳۹۱)، هوریستینک (۲۰۱۶)، سوکیم (۲۰۱۶)، ماتار و همکاران (۲۰۱۶)، رایت (۲۰۱۶)، نچی و کریستین (۲۰۱۴) همسو می باشد. در تبیین این یافته می توان گفت که چون در جامعه ما از اینترنت و شبکه های اجتماعی اکثراً به صورت منطقی استفاده نمی شود، و این رسانه ها و امکانات اطلاعاتی و ارتباطی، بیشتر مروج فرهنگ مادی نگر، لذت جو و فردگرایانه غربی هستند، یکی از جنبه های آسیب زای آن، کاهش تعلقات دینی و اخلاقی و هویت دینی در نوجوانان و جوانان است. طبیعی است با کاهش تعلقات دینی و اخلاقی، رشد اخلاقی از اینترنت و شبکه های اجتماعی متأثر شده، موجب کاهش رشد اخلاقی نوجوانان می گردد. همانطور که نتایج تحقیق عدلی پور (۱۳۹۱) نشان داد که میزان مشارکت و فعالیت کاربران در شبکه های اجتماعی مجازی و میزان استفاده در هر بار متصل شدن به این شبکه ها باعث تضعیف هویت خانوادگی کاربران؛ مدت زمان عضویت و مدت زمان استفاده باعث تضعیف هویت دینی و ملی کاربران می گردد. تعامل در اینترنت و شبکه های اجتماعی، تاثیر دوگانه ای بر ابعاد رشد اخلاقی نوجوانان دارد، به طوری که با افزایش دسترسی و بهره مندی از مجاری نوین ارتباطی و اطلاعاتی و افزایش مدت زمان استفاده و نوع مصرف به دلیل تاثیرپذیری افق ذهنی و بینشی و ارتقا و گسترش جهت گیری های شناختی، عاطفی و عملی از یک سو، از شدت ابعاد پیامدی و تجربی کاسته می شود و از سوی دیگر، رشد اخلاقی نوجوانان در بعدشناختی تحت تاثیر مضامین و محتوای اینترنت و شبکه های اجتماعی واقع می شود. در واقع اطلاعات یاد شده بر این واقعیت دلالت دارد که جوانان متناسب با نوع نیازهای



دینی و مذهبی و اخلاقی خود از اینترنت و شبکه های اجتماعی استفاده می کنند و به همان ترتیب استفاده از اینترنت و شبکه های اجتماعی بر شیوه، سبک اخلاقی آنها تاثیر می گذارد و قرائت های دینی مختلفی را در آنها افزایش می دهد. بین رشد اخلاقی (اخلاق اجتماعی) دانش آموزان استفاده کننده و استفاده نکننده از اینترنت و شبکه های اجتماعی تفاوت وجود دارد.

تحلیل اطلاعات نشان داد که این فرضیه تایید شده است. این یافته با نتایج تحقیقات سلطانی فر و همکاران (۱۳۹۴)، قصابی و نقیب السادات (۱۳۹۴)، سیف الهی و شاطری (۱۳۹۴)، فتحی و همکاران (۱۳۹۳)، رسولی و بندگی منفرد (۱۳۹۳)، مرادی و همکاران (۱۳۹۳)، شکاری نمین و حاجیانی (۱۳۹۳)، معمار و همکاران (۱۳۹۱)، هوریستینک (۲۰۱۶)، سوکیم (۲۰۱۶)، ماتار و همکاران (۲۰۱۶)، رایت (۲۰۱۶)، نچی و کریستین (۲۰۱۴) همسو می باشد. نوجوانان و جوانانی که از اینترنت و شبکه های اجتماعی به شکل منطقی استفاده نمی کنند، با واقعیت های گسترده و پیچیده اجتماعی و فرهنگی و با تضادهای گوناگون در زندگی مواجه می شوند و از مقایسه تعارضات میان مفاهیم اخلاقی که قبلاً در خانواده و مدرسه آموخته اند با آن چه در محیط های مجازی مشاهده و تجربه می کنند به این نتیجه می رسند که باید تعادلی در شناخت های اخلاقی خود ایجاد نمایند. آنان می فهمند که مجموعه باورهای اخلاقی آن ها فقط یکی در میان هزاران باور و اندیشه و رفتار اخلاقی است و لازم است که در نگرش خود درباره درستی و نادرستی امور مختلف تجدید نظر کنند. به این طریق، آنان ناچارند باورهای پیشین خود را مورد سؤال قرار دهند و مجموعه تازه ای از داورهای اخلاقی را برای خود ایجاد نمایند. استفاده از اینترنت و شبکه های اجتماعی، باعث می گردند، کاربران واجد ظرفیت های جدید در گستره رشد اخلاقی شده و تحت تاثیر مضامین رسانه ها، به ارزیابی مجدد روابط شخصی، نهادهای اجتماعی و نظام های قانونی بپردازد. با توجه به اینکه مضامین و محتوای سایت های اینترنتی و شبکه های اجتماعی به طور هدفمند تهیه می شوند، و موجب محدودیتهای شناختی و یا محدودیت در پذیرش اصول اخلاقی رایج در اجتماع می شوند، باعث باقی ماندن فرد در سطوح پایت رشد اخلاقی می شوند. نهایتاً این نارسایی ها باعث کمبود در استدلالهای اخلاقی گردیده و فرد توان تکامل و تعالی ارزشهای اخلاقی را از دست می دهد و منجر به بروز رفتارهای ضد اجتماعی می شود.

بین رشد اخلاقی (اخلاق پیش عرفی) دانش آموزان استفاده کننده و استفاده نکننده از اینترنت و شبکه های اجتماعی تفاوت وجود دارد.

تحلیل اطلاعات نشان داد که این فرضیه تایید شده است. این یافته با نتایج تحقیقات سلطانی فر و همکاران (۱۳۹۴)، قصابی و نقیب السادات (۱۳۹۴)، سیف الهی و شاطری (۱۳۹۴)، فتحی و همکاران (۱۳۹۳)، رسولی و بندگی منفرد (۱۳۹۳)، مرادی و همکاران (۱۳۹۳)، شکاری نمین و حاجیانی (۱۳۹۳)، معمار و همکاران (۱۳۹۱)، هوریستینک (۲۰۱۶)، سوکیم (۲۰۱۶)، ماتار و همکاران (۲۰۱۶)، نچی و کریستین (۲۰۱۴) همسو می باشد. این سطح از رشد اخلاقی پایین ترین سطح از رشد اخلاقی می باشد و فرد هنوز هیچ یک از ارزش های اخلاقی را در خود درونی نکرده است و استدلال اخلاقی او تابع پاداش و تنبیهی است که از بیرون موجب کنترل رفتار وی می شود. سایت های اینترنتی و شبکه های اجتماعی با از میان برداشتن پرده ها و موانع و حجاب ها و وصل کردن همه اعضای آن بدون هیچ گونه محدودیتی به همدیگر بیشتر بر لذت گرایی تاکید می کنند و به نوعی سعی می کنند نقشی مهم در رفع نیازهای فیزیکی، روانی، اجتماعی و اقتصادی ایفا نمایند. فراهم شدن چنین بستری مانع ارتقای رشد اخلاقی کاربران گردیده و موجب گرایش کاربران به سمت به امور ظاهری می گردد و طبیعی است در چنین شرایطی ارزشهای اخلاقی درونی نمی گردد.



بین رشد اخلاقی (اخلاق عرفی) دانش آموزان استفاده کننده و استفاده نکننده از اینترنت و شبکه های اجتماعی تفاوت وجود دارد.

تحلیل اطلاعات نشان داد که این فرضیه تایید شده است. این یافته با نتایج تحقیقات سلطانی فر و همکاران (۱۳۹۴)، قصابی و نقیب السادات (۱۳۹۴)، سیف الهی و شاطری (۱۳۹۴)، فتحی و همکاران (۱۳۹۳)، رسولی و بندگی منفرد (۱۳۹۳)، مرادی و همکاران (۱۳۹۳)، شکاری نمین و حاجیانی (۱۳۹۳)، معمار و همکاران (۱۳۹۱)، هوریستینک (۲۰۱۶)، سوکیم (۲۰۱۶)، ماتار و همکاران (۲۰۱۶)، نچی و کریستین (۲۰۱۴) همسو می باشد. در اخلاق عرفی، اصول اخلاقی جهانی، هنجارهای اخلاقی جهانی، نظیر حقوق بشر، در ذهن فرد شکل گرفته و او استدلال های خود را بر پایه این اصول و هنجارها قرار می دهد. علیرغم اینکه رسانه ها به طور کلی نقش تعیین کننده ای در فرهنگ و شکل دهی هویت های ملی، دینی و اجتماعی دارند، ولی به دلیل اینکه محتوا و مضامین شبکه های مجازی بر اساس فرهنگ، اجتماع و ارزشهای جامعه غیرایرانی تدوین شده اند و در محتوای مطالب، ارزش ها، اصالت فرهنگ و جامعه ایرانی دیده نمی شود، بستر لازم برای رشد اخلاقی کاربران در بعد عرفی فراهم نمی گردد. هر چند در شبکه های مجازی داخلی بر این قبیل مسائل تاکید شده است ولی کاربران متاسفانه به شبکه های ایرانی اعتماد ندارند و فقط آن را محیطی برای سرگرمی می دانند (قصابی و نقیب السادات، ۱۳۹۴).

بین رشد اخلاقی (اخلاق پس عرفی) دانش آموزان استفاده کننده و استفاده نکننده از اینترنت و شبکه های اجتماعی تفاوت وجود دارد.

تحلیل اطلاعات نشان داد که این فرضیه تایید شده است. این یافته با نتایج تحقیقات سلطانی فر و همکاران (۱۳۹۴)، قصابی و نقیب السادات (۱۳۹۴)، سیف الهی و شاطری (۱۳۹۴)، فتحی و همکاران (۱۳۹۳)، رسولی و بندگی منفرد (۱۳۹۳)، مرادی و همکاران (۱۳۹۳)، شکاری نمین و حاجیانی (۱۳۹۳)، معمار و همکاران (۱۳۹۱)، هوریستینک (۲۰۱۶)، سوکیم (۲۰۱۶)، ماتار و همکاران (۲۰۱۶)، نچی و کریستین (۲۰۱۴) همسو می باشد. در این بعد رشد اخلاقی، تشخیص حقوق اساسی و قرارداد اجتماعی، درک ارزش ها و قوانین برای هر فرد به صورتی مخصوص به خود وی درمی آید و فرد تشخیص می دهد که قوانین برای جامعه اهمیت دارد و ارزش هایی چون عدالت و آزادی از قوانین نیز مهم ترند. عملکرد اغلب شبکه های اجتماعی به گونه ای است که موجب نشر افکار رادیکالی و متفاوت از ملیت کاربران می گردد. در این ارتباط، نوع محتوای برنامه های شبکه های اجتماعی، با عرضه هنجارهای متفاوت و بعضاً متعارض آثار متفاوتی بر افراد می گذارند. یقیناً این امر بر رشد اخلاقی پس عرفی تاثیر می گذارد. مضامین و محتوای شبکه های اجتماعی با تاثیرگذاری بر رفتار اخلاقی کاربران، رشد اخلاقی آنان را با تاخیر مواجه می سازد و آنان را مستعد ابلا به اختلالات سلوک و ارتکاب جرایم اخلاقی چون دروغ‌گویی، تقلب، فحاشی و دیگر اعمالی می کند که در آنها انصاف و عدالت اجتماعی زیرپا گذاشته می شود. هرچند در حالت عادی نیز رسیدن به این سطوح از رشد اخلاقی برای همه افراد امکا پذیر نبوده و درصد کمی از افراد بدان سطح از رشد اخلاقی می رسند.

رشد اخلاقی دانش آموزان بر اساس میزان نوع استفاده از اینترنت و شبکه های اجتماعی متفاوت است.

تحلیل اطلاعات نشان داد که این فرضیه تایید شده است و رشد اخلاقی دانش آموزان بر اساس میزان و نوع استفاده از اینترنت و شبکه های اجتماعی متفاوت می باشد. این یافته با نتایج تحقیقات سلطانی فر و همکاران (۱۳۹۴)، سیف الهی و شاطری (۱۳۹۴)، مرادی و همکاران (۱۳۹۳)، مزینانی (۱۳۹۳)، معمار و همکاران (۱۳۹۱)، عدلی پور (۱۳۹۱)، عدلی پور و همکاران (۱۳۹۰) همسو می باشد.

رسانه ها برآورنده نیازهای گوناگون افراد جامعه می باشند. نیازهایی نظیر همبستگی، استمرار فرهنگی، کنترل اجتماعی و نیاز به گردش وسیع انواع اطلاعات عمومی. به عبارت دیگر، افراد رسانه ها را برای مقاصد متناظر به کار می برند: از جمله برای کسب راهنمایی، برای آرامش، سازگاری، اطلاعات و شکل گیری هویت شخص. مرادی و همکاران (۱۳۹۳) معتقد هستند که برآورده شدن نیازهای مخاطبان، تبعات دیگری نیز برای کاربران ایجاد می کند. همانطور که نتایج این تحقیق نیز نشان داد،



رشد اخلاقی دانش آموزان کاربر و غیرکاربر متفاوت بود و بر اساس میزان و نوع استفاده نیز متفاوت می باشد. دلیل اصلی شاید این امر باشد که دانش آموزانی که استفاده کمتری از اینترنت و شبکه های اجتماعی می کنند، ممکن است به علت زمان کم استفاده، چندان تاثیر گذار نباشد و تبعات منفی، تاثیرات کمتری گذاشته باشد.

منابع

- افراسیابی، محمدصادق (۱۳۹۲). مطالعات شبکه های اجتماعی و سبک زندگی جوانان، تهران: انتشارات سیمای شرق.
- امیدوار طهرانی، بهروز. (۱۳۸۸). تحلیل و طراحی یک شبکه اجتماعی بومی شده معناگرا، پایان نامه دانشجویی رشته مهندسی فناوری اطلاعات.
- چلبی، مسعود. (۱۳۸۵). جامعه شناسی نظم: تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی، تهران: نشر نی.
- رسولی، محمدرضا، بندگی منفرد، سعیده (۱۳۹۳). تحلیل محتوای مضامین فرهنگی و اجتماعی در شبکه های اجتماعی، فصلنامه مطالعات فرهنگ-ارتباطات شماره ۲۷ صص ۸۵-۶۷.
- زکائی، محمد، کتیبی، فاطمه (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین ابراز خود در فضای مجازی و هویت مدرن، مجله علوم اجتماعی شماره ۳۳ صص ۳۷-۷.
- سانتراک، ج (۱۳۸۵). زمینه روانشناسی، ترجمه مهرداد فیروزبخت، تهران: انتشارات رسا.
- سلطانی فر، محمد، بخشی، جهانگیر، حسنی خلیلی، علیرضا (۱۳۹۴). بررسی تاثیر تکنولوژی های جدید ارتباطی بر مخاطبان، نمونه موردی شبکه های اجتماعی فیس بوک و توئیتر، مطالعات رسانه ای شماره ۲۸ شماره ۲۸ صص ۳۶-۲۵.
- سیف الهی، سیف اله، شاطری، پروانه (۱۳۹۴). نقش شبکه های اجتماعی نوین در تغییر رفتار دختران و زنان ایرانی، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران شماره ۷ صص ۴۵-۲۷.
- شکاری نمین، شیدا، حاجیانی، ابراهیم (۱۳۹۳). بررسی تاثیر شبکه های اجتماعی مجازی بر سبک زندگی جوانان، مجله مدیریت فرهنگی شماره ۲۶ صص ۷۹-۶۳.
- عدلی پور، صمد (۱۳۹۱). تحلیل جامعه شناختی پیامدهای شبکه های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی کاربران جوان شهر اصفهان، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته جامعه شناسی، دانشگاه اصفهان، دانشکده ادبیات علوم و انسانی.
- عدلی پور، صمد و قاسمی، وحید و میرمحمدتبار، احمد (۱۳۹۰). تأثیر شبکه اجتماعی فیس بوک بر هویت فرهنگی جوانان شهر اصفهان، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره هفتم، شماره ۱، صص ۲۸-۱.
- عقیلی، سیدوحید، پوری، احسان (۱۳۹۳). تاثیر شبکه های اجتماعی مجازی بر ارتباطات بین فردی کاربران، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، شماره ۵، صص ۴۸-۲۳.
- فتحی، سروش و وثوقی، منصور؛ سلمانی، گودرز. (۱۳۹۳). بررسی رابطه مصرف شبکه های اجتماعی مجازی با سبک زندگی جوانان (مورد مطالعه جوانان شهر خلخال)، فصلنامه مطالعات جامعه شناختی جوانان، سال چهارم، شماره ۱۳، صص ۸۸-۶۹.
- قصابی، فاطمه، نقیب السادات، سیدرضا (۱۳۹۴). نقش ارزش های فرهنگی در محتوای شبکه های اجتماعی (مطالعه تطبیقی محتوای شبکه های اجتماعی ایرانی و غیرایرانی)، رسانه و فرهنگ، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، شماره اول صص ۱۰۳-۷۹.
- مرادی پور، محمد علی. (۱۳۹۲). بررسی عوامل موثر بر هویت یابی فرهنگی و ابعاد آن در میان دانش آموزان دبیرستانی و هنرستانی شهر شیراز با تأکید بر میزان استفاده از فضای مجازی اینترنت، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه شهید باهنر کرمان، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.



- مزینانی، کاظم. (۱۳۹۳). بررسی رابطه استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و هویت دینی کاربران، مجله ره آورد، سال سیزدهم، شماره ۴۶، صص ۲۲-۳۶.
- معمار، ثریا و عدلی پور، صمد و خاکسار، فائز. (۱۳۹۱). شبکه های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران)، فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، دوره اول، شماره ۴، صص ۱۵۵-۱۷۶.
- معنوی پور، داوود (۱۳۹۱). ساخا مقیاس سنجش رشد اخلاقی برای دانش آموزان، فصلنامه اندیشه های تازه در علوم تربیتی شماره چهارم صص ۹۶-۸۹.
- میرزائی، خلیل، صدیقی، بهرنگ، صفری قهرودی، فاطمه (۱۳۹۲). بررسی ویژگی های ارتباطی شبکه های اجتماعی اینترنتی و تاثیر آنها بر روابط اجتماعی کاربران، مجله مطالعات اجتماعی ایران، سال دهم شماره ۳۷ صص ۲۴۸-۲۲۱.
- Hall,W(2016). Effect of social media on the mental health of young people,House of commons Library.
- Horstink,T(2016). The effects of social networks on group moral reasoning in the royal netherland,MA Dissertation,Twente University.
- Mattar,M,Blatchford,t,Alao,A(2016). Facing the truth social media:Psychopathology among social media users,Ann Psychiatry Mental health,4(4),1070-1085.
- Nielson,J(2013). Hypertext and hyper media,In:Carter C,Peel,J,Ediotrs, Cyberspace and hyper media,2th ed.London,UK:Academic press Inc, 51-62.
- Nkechi,O,Christian,N(2014).The Moral implication of social media phenomenon in Nigeria,Mediterranean Journal of social sciences, 5(20), 2231-2245.
- ,C,Yang,D,Lan,Y,Lee,W,Yu,P,Chen,M(2016). Mining online social data for detecting social network mental disorders, International world wide web conference committee,Monteral April 2016.
- Soo Kim,H.H(2016). The impact of online social networking on adolescent psychological well-being(WB); a population-level analysis of Korean school-aged children,International Journal of Adolescence and Youth,4(1),119-132.
- Tapscptt, Don. (2009), Grown up digital, Mac Graw Hill.