

مطالعه ابعاد زیست مجازی دانش‌آموزان متوسطه اول و دوم؛ تحلیل دسترسی، نگرش به رسانه‌های اجتماعی، یادگیری و تعاملات آنلاین

هادی خانیکی^۱ / فاطمه نوری‌راد^۲ / مینا یمینی فیروز^۳

تاریخ دریافت مقاله: شهریور ۱۴۰۱ تاریخ پذیرش نهایی: آذر ۱۴۰۱

چکیده

کودکان و نوجوانان ۱۲ تا ۱۸ ساله، به عنوان نسلی با بیشترین استفاده از اینترنت شناخته شده‌اند. پژوهش حاضر با روش پیمایشی ابعاد مختلف زیست مجازی (تحلیل دسترسی آنلاین، نگرش به رسانه‌های اجتماعی، نگرش به یادگیری در رسانه‌های اجتماعی، الگوی تعاملات آنلاین) دانش‌آموزان سه ساله اول و دوم دبیرستان (گروه سنی ۱۲ تا ۱۸ سال) و رابطه آن‌ها باهم را کرده است. نمونه آماری مورد بررسی ۱۲۰۰ نفر است و روایی پرسش‌نامه محقق ساخته با آلفای کرونباخ ۰٫۸۶ تأیید شده است. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که میانگین پاسخ‌گویان در هر کدام از این شاخص‌ها بالاتر از میانگین جامعه است. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد؛ دسترسی به رسانه‌های اجتماعی با الگوی تعاملات آنلاین و نگرش به یادگیری در فضای آنلاین در میان دانش‌آموزان سه ساله اول و دوم دبیرستان رابطه همبستگی مثبت دارد. گرچه رابطه معنی‌داری بین نگرش به رسانه‌های اجتماعی با نگرش به یادگیری در فضای آنلاین و الگوی تعاملات آنلاین در میان دانش‌آموزان سه ساله اول و دوم دبیرستان مشاهده نشد، بین زیست مجازی دختران و پسران از حیث الگوی تعاملات آنلاین تفاوت معنادار مشاهده شده است.

واژگان کلیدی: زیست مجازی، تحلیل دسترسی به فضای آنلاین، نگرش به رسانه‌های اجتماعی، نگرش به یادگیری در رسانه‌های اجتماعی، الگوی تعاملات آنلاین.

۱- استاد، گروه علوم ارتباطات، دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران

۲- دکتری علوم ارتباطات، دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران، (نویسنده مسئول)، پست الکترونیک: Fateme

Noorirad@gmail.com

۳- دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران

مقدمه

کودکان و نوجوانان اغلب سردمدار استفاده از تکنولوژی‌های جدید بوده‌اند و می‌توان به قول راجرز آن‌ها را جزء اقتباس‌گران اولیه نوآوری‌ها دانست. (Rogers, 1962)

شاید بتوان گفت، برای نوجوان نسل امروز؛ افرادی که طی ۱۲ تا ۱۸ سال گذشته متولد شده‌اند، همراهی و استفاده دائمی از فناوری‌های نوین یکی از ویژگی‌های بدیهی و ذاتی شده است. این‌ها از وقتی چشم‌باز کرده‌اند، اینترنت به طور فراگیر وجود داشت؛ افزون بر این، رسانه‌های اجتماعی نیز همه‌گیر شده بود. والدین بسیاری از افراد این گروه، از بدو خردسالی، زندگی آنان را در فضای مجازی ثبت و ضبط کرده‌اند و اکنون که خود به سن خاص کاربری رسانه‌های اجتماعی رسیده‌اند، آن را جایی می‌دانند که دنیا برایشان معنا پیدا می‌کند. علاوه بر این، فضای مجازی به مکانی تبدیل شده که هر آنچه برایشان مهم است، در آن اتفاق می‌افتد، چرا که کودک امروز کم‌تر امکان تجربه کوچه، خیابان و فضای باز شهر را به عنوان محل زندگی دارد. (یزدان‌فرد و فرازجو، ۱۳۹۹: ۱۲۷)

در دوران کنونی (به ویژه بعد از پاندمی ویروس کووید ۱۹) تقریباً همه چیز با رسانه‌های اجتماعی (Social Media) سروکار دارد. اگر شما در شبکه‌های اجتماعی، جوامع محتوایی، میکرو بلاگ‌ها، ویکی‌ها و پیام‌رسان‌های فوری، حضور نداشته باشید، دیگر بخشی از فضای مجازی یا حتی دنیای حقیقی نخواهید بود. رسانه‌های اجتماعی، به محلی برای تبادل آرا و افکار و تأمین نیازهای متناسب با زندگی اجتماعی تبدیل شده‌اند. اقبال مختلف جامعه (به ویژه نوجوانان) بسیاری از نیازهای فرهنگی و اجتماعی خود را با کمک این رسانه‌ها تأمین می‌کنند. در حال حاضر، رسانه‌های اجتماعی به بخشی جدایی‌ناپذیر از جامعه مدرن تبدیل شده‌اند. رسانه‌های اجتماعی، ترکیبی از تکنولوژی و تعاملات اجتماعی‌اند و مشارکت مخاطبان را افزایش می‌دهند. آنچه دغدغه اصلی ما در مطالعه رسانه‌های اجتماعی است، حضور چشم‌گیر کودکان و نوجوانان در این فضا است.

به کارگیری گسترده رسانه‌های اجتماعی توسط نوجوانان چنان اهمیت بنیادینی یافته است که اصطلاحات جدیدی برای نامیدن این نسل تولید شده است. نسل نینتندو (Nintendo Generation)، یا نسل هزاره (Y Generation)، یا نسل شبکه (Millennial Generation)، نسل شبکه (Net Generation) و بومیان دیجیتال (Digital Natives) از جمله اصطلاحاتی است که برای نامیدن نوجوانان امروز که از کودکی با رایانه شخصی، اینترنت و تلفن همراه سروکار داشته‌اند استفاده می‌شود. (Prensky, 2001; Livingstone, 2008; Boyd, 2014)

توجه به کودکان و نوجوانان و شنیدن صدای آن‌ها مهم‌ترین و ضروری‌ترین گام برای توسعه است. در حقیقت ثروت یک ملت و نیز کیفیت زندگی جوامع در چند دهه‌های آینده، به میزان سرمایه‌گذاری و نوع تربیت فرزندان آن جامعه بستگی دارد. کودکان نوجوانان در زندگی خود نه فقط به عنوان هدف توسعه یا قربانی آن نقش فعال دارند، بلکه باید توجه داشت آن‌ها تاحدی بر وضعیت زندگی خود نیز کنترل دارند. فلذا نمی‌توان از بیرون و با مفاهیم سنتی برای وضعیت کودک و نوجوان امروزی نسخه پیچید. غوطه‌ور شدن در فرهنگ غنی تکنولوژی، مهارت‌ها و علایق نوجوانان امروزی را به شدت تحت تأثیر قرار می‌دهد. این نوجوانان به گونه متفاوتی فکر و اطلاعات را پردازش می‌کنند، تجربیات فعالانه‌ای دارند و با تکیه بر تکنولوژی اطلاعات، برای جست‌وجوی اطلاعات با دیگران ارتباط برقرار می‌کنند. آن‌ها به کسب مهارت‌های لازم جهت تولید نمایش‌های چند رسانه‌ای مشتاق هستند و می‌خواهند تولیدکننده چند رسانه‌ای هم باشند نه صرفاً مصرف‌کننده آن. اینترنت، نسلی از نوجوانان را پرورش داده است که دانش و مهارت‌های پیچیده‌ای در زمینه فناوری اطلاعات دارند و این مهارت‌ها، ارزش‌هایی را در آن‌ها برمی‌انگیزد که یادگیری از طریق ایجاد تجربه فرهنگی در فضای دیجیتال را تشویق می‌کنند و ترجیحات اجتماعی خاص خود را دارند. بدین روی، همراهی پژوهش‌گر با نوجوانان در پژوهش سبب می‌شود تا معنای ذهنی آنان را بهتر فهم و صدایشان شنیده شود.

به این اعتبار، پژوهش حاضر درصدد است تا به مطالعه و بررسی رابطه دسترسی آنلاین، نگرش به رسانه‌های اجتماعی، نگرش به یادگیری در رسانه‌های اجتماعی و الگوی تعاملات آنلاین دانش‌آموزان مقطع متوسطه (گروه سنی ۱۲ تا ۱۸ سال) بپردازد.

مبانی نظری

رسانه‌های اجتماعی و نوجوانان: اصطلاح رسانه‌های اجتماعی نخستین بار در جولای ۲۰۰۶ توسط کریس شیپلی (Chris Shipley) به کار گرفته شد. شیپلی معتقد است، رسانه‌های اجتماعی هدایت‌کننده رویدادهای آتی برای گفت‌وگو هستند. (افتاده، ۱۳۹۸)

آندره کاپلن و مایکل هانلین رسانه‌های اجتماعی را این‌گونه تعریف می‌کنند: گروهی از برنامه‌های کاربردی مبتنی بر اینترنت که با اتکا به بنیان‌های فناورانه وب، امکان ایجاد و تبادل محتوای تولیدشده به وسیله کاربران را می‌دهند (Kaplan & Heanlein, 2010)

برای درک بهتر مفهوم رسانه‌های اجتماعی لازم است به کار ویژه و عملکرد آن اشاره کنیم.

بروز می‌دهند که می‌توان به منزله تعاملات نمادین توصیف‌شان کرد. افراد کم‌سن‌وسال از این طریق مناسبات‌شان را برقرار می‌کنند تا جایگاه خود را بر بسازند.

بوید چهار نوع رابطه روزمره همالانه را در پیوست با سایت‌های شبکه‌های اجتماعی بازمی‌شناسد: دوست‌یابی، نمایش دوستی، تغییر در سلسله مراتب دوستی با معنای جدید، رتبه‌بندی و آفرینش انواع جایگاه‌ها و توجهات و نمایش‌ها. (Boyd, 2014)

در نهایت می‌توان برخی از مسائلی را که کارکرد شبکه‌ای دوستی در روابط نوجوانان ایجاد کرده است، در چهار دسته ذیل صورت‌بندی کرد: نخست این‌که نوجوانان مهارت‌های پیچیده‌ای را درباره چگونگی تغییر در سلسله مراتب دوستی با معنای جدید دوستی‌ها و چگونگی مدیریت نمایش‌های رسانه‌محور در خود می‌پروراند که به کار حوزه عمومی شبکه‌ای می‌آید. نوجوانان تشخیص می‌دهند که شرط مشارکت‌شان در جامعه، مهارت استفاده از رسانه‌های جدید است. (Livingstone, 2008)

مسئله دوم به رشد مخاطرات و فرصت‌ها در جریان حدیث نفس گفتن و اجتماعی شدن مربوط است. فرایند آشکارسازی لیست دوستان آنلاین، جایگاه اجتماعی و دوستی را برای نوجوانان بی‌اندازه آشکار و عمومی ساخته است. رؤیت‌پذیر شدن روابط همالانه و پیکربندی‌شان از طرق جدید، به نوع جدیدی از تنظیم جامعه‌پذیری انجامیده که صرفاً متکی بر خود نوجوانان است. ویژگی‌هایی همچون استوری و لایو در اینستاگرام که فعالیت‌های اخیر دوستان را به نمایش می‌گذارد، نمونه بارزی از گرایش شبکه نوجوانان به ارتباطات دنباله‌دار و تودرتو است. رسانه‌های اجتماعی به مدد این شیوه‌ها خودسامانی ارتباطی نوجوانان را تسهیل می‌کنند؛ اما نوجوانان با بیانگری صمیمیت‌های آنلاین، خویش را در معرض کنترل‌های عمومی شدیدتری می‌یابند. آنان می‌توانند ابعاد جدیدی از هویت‌شان را به نمایش بگذارند، اما درعین حال به نحو عمومی تن به تفسیرهای تازه می‌دهد و حتی توسط دیگران مورد نقد جدی قرار می‌گیرد. (Boyd, 2014)

سومین درون‌مایه این است که نوجوانان از خلال این تغییرات اجتماعی و تکنولوژیک گسترده، با تشریک مساعی در میان خویش، قوانین جدیدی را برای خودشان وضع می‌کنند. در این شرایط دستورالعمل‌های رفتاری مربوط به نحوه استفاده رسانه‌های اجتماعی، به خصوص به هنگام پایان گرفتن دوستی‌ها زیر ذره‌بین می‌روند. در سطح روابط میان‌فردی، نوجوانان باید هر لحظه در مورد چگونگی استفاده از رسانه‌های اجتماعی، تصمیمات اخلاقی بگیرند. نوجوانان به عنوان پروپاقرص‌ترین کاربران رسانه اجتماعی ناچارند هوشیاری خویش را درباره رفتارهای اجتماعی مرتبط با این تکنولوژی تکامل بخشند.

هفت عملکرد برای رسانه‌های اجتماعی در نظر گرفته می‌شود؛ هویت، گفت‌وگو، درمیان‌گذاری (به اشتراک‌گذاری)، حضور، روابط، اعتبار و گروه. این ویژگی‌ها به ما اجازه می‌دهند که سطوح مختلفی از قابلیت‌های رسانه‌ای را که می‌توانند پیکربندی شوند، درک کنیم. این مقولات نه انحصار دوطرفه دارند و نه همه آن‌ها باید در فعالیت رسانه‌های اجتماعی حضور داشته باشند، آن‌ها ساختارهای اصلی رسانه‌های اجتماعی هستند. (Kietzmann & Angell, 2006؛ استناد توسط عقیلی و قاسم‌زاده عراقی، ۱۳۹۵)

هویت، هسته مرکزی بسیاری از سرویس‌های رسانه‌های اجتماعی است. بسیاری از سایت‌های رسانه‌های اجتماعی به گونه‌ای طراحی شده‌اند که در درجه اول گفت‌وگو میان افراد و گروه‌ها را تسهیل و فراهم کنند. این گفت‌وگوها به اشکال مختلف و با دلایل گوناگون شکل می‌گیرند. حجم تبادلات نشان‌دهنده مقدار محتوایی است که کاربران آن را مبادله کرده، توزیع نموده و یا دریافت می‌کنند و راه تعامل و فعالیت در رسانه‌های اجتماعی است. منظور از "ارتباط" این است که دو یا چند کاربر به نحوی معاشرت کنند که منجر به گفت‌وگو، اهداف اجتماعی مشترک، ملاقات شود یا به سادگی فقط یکدیگر را به عنوان یک دوست و یا هوادار در لیست خود قرار دهند. در نهایت تعیین می‌شود چگونه کاربران در یک رسانه اجتماعی ارتباط برقرار می‌کنند و بیشتر چه نوع اطلاعاتی به چه نحوی بین آن‌ها مبادله می‌شود. "حضور" نشان‌دهنده این است که تا چه حد کاربران می‌توانند بدانند آیا کاربران دیگر قابل دسترس است یا نه. حضور در واقع پلی بین واقعیت و مجاز است. شهرت و اعتبار یعنی حوزه‌ای که کاربران می‌توانند، مواضع دیگران از جمله خودشان را در حال و هوای رسانه‌های اجتماعی شناسایی کنند. اعتبار می‌تواند معانی متفاوتی در پلت فرم‌های رسانه‌های اجتماعی داشته باشد. در اغلب موارد، شهرت و اعتبار از جنس اعتماد است؛ و در نهایت، گروه‌ها حوزه‌ای را نشان می‌دهد که کاربران می‌توانند اقدام به تشکیل جوامع اصلی و جوامع فرعی کنند. هر چه بیشتر یک شبکه "اجتماعی" می‌شود، گروه دوستان، طرفداران و تماس‌ها نیز بزرگ‌تر می‌شوند. (عقیلی و قاسم‌زاده عراقی، ۱۳۹۵)

این عملکردها در واقع شکل‌دهنده رفتار ارتباطی کاربران است، لذا برای فهم رفتار ارتباطی کاربران بایستی با آن‌ها آشنا باشیم. افزون بر این جهان رسانه‌های اجتماعی آن‌چنان گسترده است که بتوان گفت تمام زیست‌جهان مجازی کودکان و نوجوانان را دربرمی‌گیرد.

تعاملات آنلاین نوجوانان: رسانه‌های اجتماعی ابزارهایی را برای نوجوانان فراهم می‌کنند که آنان را قادر می‌سازد مراودات اجتماعی خویش را فراتر از قیدوبندهای فیزیکی گسترش دهند. این قبیل تعاملات رسانه‌محور خصیصه‌های ارتباطاتی‌ای را از خود

دوره جدید یادگیری از چارچوب مدارس به بطن جامعه، و با محوریت یادگیرنده صورت می‌گیرد و یادگیری مبتنی بر سن به یادگیری براساس نیازهای فردی و اجتماعی تبدیل می‌شود. (سرمدی و دیگران، ۱۳۹۹: ۱۲۱)

تحقیق خلیفه در این زمینه نشان داده است که محیط‌های آنلاین قابلیت افزایش تفکر انتقادی و مهارت‌های استدلالی را دارد. (خلیفه و همکاران، ۱۳۹۸)

تحلیل دسترسی به فضای آنلاین، از طرد دیجیتال تا انتخاب دیجیتال: یکی از بارزترین شاخص‌های کیفیت دسترسی، برخورداری از اینترنت خانگی است. تحقیقات نشان می‌دهد که دسترسی به اینترنت خانگی، هم بر مقدار و هم بر نوع فعالیت‌های آنلاین جوانان تأثیر می‌گذارد.

(Facer et al, 2003; Livingstone & Helsper, 2010; Ito et al, 2009; Eynon & Malmberg, 2012)

اگرچه دسترسی به اینترنت خانگی مهم‌ترین جنبه کیفیت دسترسی است، اما برای فهم مسئله استفاده از اینترنت باید به سایر وجوه کیفیت دسترسی نیز توجه کرد؛ برای مثال سرعت، کیفیت سخت‌افزارها و نرم‌افزارها (Van Dijk, 2005) اینکه نوجوانان باید تا چه حد دسترسی‌شان را با سایر اعضای خانه به اشتراک بگذارند (Eynon, 2009) و تعداد مراکز دسترسی (Livingstone & Helsper, 2010; Dutton & Blank, 2011) شیوه‌ای که نوجوانان بدان طریق از اینترنت استفاده می‌کنند و از آن منتفع می‌شوند، همگام با توسعه تکنولوژی‌ها تغییر می‌پذیرد. تمامی عوامل مرتبط با کیفیت دسترسی، برای فهم صحیح این شیوه‌ها مهم هستند.

اعضای خانواده معمولاً بر استفاده نوجوانان از اینترنت تأثیر می‌گذارند. برای مثال والدین می‌توانند بر چگونگی و زمان آشنایی کودکان با تکنولوژی تأثیرگذار باشند (McMillan & Morrison, 2006) رابطه میان جایگاه اجتماعی - اقتصادی و پشتیبانی‌ها بسیار پیچیده است. دوستان به طور عام و برای نوجوانان سن بالا به طور خاص، یکی از مهم‌ترین منابع پشتیبانی برای استفاده از تکنولوژی‌های نوین‌اند. آن دسته از نوجوانان که دوست یا دوستانشان بیش از سایرین از تکنولوژی‌ها استفاده می‌کنند، تمایل بیشتری به استفاده از اینترنت دارند. (Facer et al., 2003; Ito et al., 2009; Eynon & Malmberg, 2012)

شبکه‌های ارتباطی پشتیبان برای فهم چگونگی استفاده نوجوانان از اینترنت بسیار مهم‌اند. بی‌درنگ بودن پشتیبانی نیز واجد اهمیت است. یکی دیگر از وجوه مهمی که باید در اینجا مورد نظر قرار گیرد استفاده رابطه‌محور از اینترنت است. مشاهدات نوجوانان از دیگری‌های دور و اطراف‌شان بر باورها و دریافت‌های آنان درباره توانایی‌ها و

چهارمین مسئله عبارت است از اینکه شاید قابلیت‌های رسانه‌های جدید به تغییراتی در مناسبات نوجوانان با دو نهاد خانواده و مدرسه منجر شوند. نوجوانان در حال تکامل بخشیدن به احساس متمایز هویت گروهی هستند که از رسانه‌های اجتماعی مشتق شده است. درعین حال به نظر می‌رسد که این تکنولوژی‌های شخصی‌شده به گرایش ریشه‌دار جدایی‌خواهی اجتماعی و فرهنگی نوجوانان از دنیای بزرگ‌ترها دامن می‌زنند. پیوندهای اجتماعی میان نوجوان بر پیوندهای خانوادگی ارجحیت یافته‌اند و به این ترتیب دورانی نوین را ایجاد کرده‌اند. اگرچه خانواده و مدرسه تأثیر به سزایی بر سازمان‌یابی رسانه اجتماعی نوجوانان دارند، اما استفاده از شبکه‌های اجتماعی به جدایی نسبی دنیای کودکان از دنیای معلم‌ها و والدین انجامیده است. رسانه‌های اجتماعی موجب غوطه‌ور شدن نوجوانان در ارتباطات همالانه‌محور شده‌اند و به این ترتیب ابزارهایی را در اختیار آنان قرار داده‌اند تا به طور روزافزون به استقلال بیشتری از والدین‌شان دست یابند. (Chambers, 2013: 101)

یادگیری فناورانه؛ تکنولوژی‌های هوشمند رسانه‌ای و

تغییرات آموزش: تغییرات گسترده در یادگیری و انتقال فرهنگی می‌تواند به ظهور مهارت‌هایی جدید در گستره وسیعی از حوزه‌ها منتهی شود. یادگیری و انتقال فرهنگی نیز بسیار مهم‌اند، چون آن‌ها اجزای ایجاد حلقه‌های بازخورد را می‌دهند یا در واقع از این حلقه‌ها حمایت می‌کنند. تغییرات بسیار کوچک در توانایی یادگیری یا آموزش می‌تواند به تغییرات عظیمی در نحوه تفکر ما و آنچه انجام می‌دهیم تبدیل شود. این نوع یادگیری شامل نگاه کردن به کسانی که از این ابزار استفاده می‌کنند و فهم امکانات جدیدی است که ابزار در اختیار ما می‌گذارد.

فضای به شدت رسانه‌ای شده تغییرات جدی در آموزش آنان به وجود آورده است، یکی از این موارد ایجاد فرهنگ مشارکتی است. جنکینز و همکارانش در گزارش مهم خود در بنیاد مک‌آرتور در مورد اینکه این علائق و دغدغه‌ها در بافت فرهنگ مشارکتی (Participatory Cultures) جدیدی که نوجوانان در آن رشد می‌کنند ممکن است به چه چیزهایی اشاره داشته باشند، توضیحاتی دادند. اگر به یافته‌های پیو اینترنت (Pew Internet) و آمریکن لایف پراجکت (American Life Project) برگردیم که مدعی بودند «نیمی از تمام نوجوانان دست به خلق محتوای رسانه زده‌اند و حدود یک‌سوم نوجوانانی که از اینترنت استفاده می‌کنند محتوای تولیدی خود را به اشتراک گذاشته‌اند» جنکینز و همکاران پیشنهاد می‌کنند که در بسیاری موارد این نوجوانان در آنچه ما فرهنگ مشارکتی می‌نامیم نقشی فعال داشته‌اند. (Davies & Eynon, 2013: 93-94)

قدرت‌مندی، استقلال، رهایی از قیدوبند، فرار از تنهایی، درگیری فکر و احساس و ...

۳- تعاملات آنلاین: شامل سنجش سطوح دوستی، صمیمیت، ارتباط دنیای آنلاین و آنلاین، شیوه‌های نمایش دوستی در فضای رسانه‌های اجتماعی و نسبت حضور در این فضا با رضایت والدین.

۴- نگرش به یادگیری در فضای آنلاین: مقایسه یادگیری آنلاین و سنتی، تقابل یادگیری آنلاین و سنتی، مهارت تولید محتوا در فضای آنلاین، مهارت مدیریت روابط و ارتباطات در فضای رسانه‌های اجتماعی و ...

به منظور سنجش میزان روایی پرسش‌نامه در چهار شاخص مذکور، از روایی محتوایی استفاده شد. روایی محتوایی پرسش‌نامه به ساختار و نوع سؤالات مندرج در آن مربوط است که غالباً با توسط افراد متخصص و صاحب‌نظر در حوزه مورد مطالعه تعیین می‌گردد. به همین منظور پس از آماده‌سازی این پرسش‌نامه، جهت تأیید محتوایی آن، در اختیار چند تن از متخصصین در این حوزه قرار گرفت و پس از اظهارنظر آن‌ها اصلاحات کلی انجام گرفت. به منظور سنجش پایایی این پرسش‌نامه در پژوهش حاضر، پیش‌آزمونی بر روی ده درصد از دانش‌آموزان با نمونه مورد نظر اجرا شد. پرسش‌نامه به وسیله ۱۲۰ دانش‌آموز تکمیل شد و سپس آزمون آلفای کرونباخ برای سنجش پایایی آن اجرا گردید. پس از ورود داده‌ها به نرم‌افزار SPSS ضریب آلفای کرونباخ ۰.۸۲٪ به دست آمد که این رقم بیانگر پایایی خوبی برای این پرسش‌نامه است.

فرضیه‌های پژوهش

فرضیه‌های اصلی

- دسترسی به رسانه‌های اجتماعی با نگرش به رسانه‌های اجتماعی، الگوی تعاملات آنلاین، نگرش به یادگیری در فضای آنلاین در میان دانش‌آموزان سه ساله اول و دوم دبیرستان رابطه دارد.

- نگرش به رسانه‌های اجتماعی با نگرش به یادگیری در فضای آنلاین و الگوی تعاملات آنلاین در میان دانش‌آموزان سه ساله اول و دوم دبیرستان رابطه دارد.

فرضیه‌های فرعی

- بین ابعاد زیست مجازی دختران و پسران (چگونگی دسترسی به فضای آنلاین، نگرش به رسانه‌های اجتماعی، الگوی تعاملات آنلاین و نگرش به یادگیری در این فضا) تفاوت معنادار وجود دارد.

- بین سه ساله اول و سه ساله دوم دبیرستان از لحاظ ابعاد زیست مجازی (چگونگی دسترسی به فضای آنلاین، نگرش به رسانه‌های اجتماعی، الگوی تعاملات آنلاین و نگرش به یادگیری در این فضا) تفاوت معنادار وجود دارد.

فعالیت‌های آنلاین تأثیر می‌گذارد. به هر میزان که تجربه فعالیت‌های آنلاین والدین، دوستان و معلم‌ها مثبت باشد، افراد بیشتر مایل خواهند شد که به توانایی‌های خویش برای استفاده از اینترنت یا برای یادگیری آن باور بیآورند. (Eastin, 2005)

هم‌چنین، همه نوجوانان تا حدودی از طریق همکاری با شبکه‌های شخصی یاد می‌گیرند که چگونه از فناوری‌ها برای رسیدن به اهداف خود استفاده کنند. (Davies & Eynon, 2013: 92-94) فلذا هر چقدر مهارت دانش‌آموزان در استفاده از فناوری‌ها بالا باشد، فناوری‌ها درجه بالایی از شفافیت را برای او خواهند داشت. (Ahmadi Hedayat et al, 2019)

روش پژوهش

در این پژوهش با توجه به ماهیت موضوع و متغیرها و چگونگی انجام تحقیق، از روش تحقیق پیمایشی و تکنیک پرسش‌نامه استفاده شده است. با توجه به شرایط دنیای نوین و خصوصاً دوره کرونا، پرسش‌نامه‌ها بایستی به بصورت آنلاین پخش و داوطلبانه پر می‌شود، برای ایجاد توازن نسبی و در نظر گرفته‌شدن استان‌ها و طبقات مختلف قومی و اجتماعی، ریزنی‌هایی نیز با مسئولین و معلمان مدارس از استان‌های مختلف جهت پخش پرسش‌نامه میان دانش‌آموزان در دسترسشان شد اما محل انجام پژوهش حاضر در تهران بود. جامعه پژوهش حاضر را دانش‌آموزان دوره متوسطه اول و دوم تشکیل می‌دهند که بر اساس آمار وزارت آموزش و پرورش در سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۳۹۹ تعداد آن‌ها در کشور ۶,۱۲۷,۰۱۷ نفر است. با توجه به جامعه آماری مشخص شده در پژوهش، نمونه‌گیری بصورت داوطلبانه بوده و حجم نمونه با توجه به اطلاعات ارائه شده از کل جامعه آماری بر اساس فرمول کوکران با احتمال خطای ۳ درصد ۱۰۶۵ نفر تعیین شد ولیکن ۱۲۰۰ نفر به سؤالات پاسخ کامل داده‌اند.

روایی ابزار گردآوری داده‌ها

در این پژوهش از چهار شاخص برای بررسی ابعاد زیست مجازی دانش‌آموزان استفاده شد که به تعریف عملیاتی هر کدام جداگانه می‌پردازیم.

۱- تحلیل دسترسی به فضای آنلاین:

دسترسی به گوشی و تبلت شخصی برای اتصال به رسانه‌های اجتماعی، هماهنگی با والدین برای دسترسی به فضای آنلاین، شبکه ارتباطی پشتیبان حین دسترسی به رسانه‌های اجتماعی

۲- نگرش به رسانه‌های اجتماعی:

در سه سطح نگرش شناختی، عاطفی و رفتاری سنجیده شده، مواردی چون آگاهی از عملکرد رسانه‌های اجتماعی، میل به یادگیری مهارت‌های مرتبط با رسانه‌های اجتماعی، استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای کاهش محدودیت، ارتباطات و تفریح و ... و در بعد عاطفی، احساس

برای پاسخ به این فرضیه از آزمون ضریب همبستگی پیرسون در سطح معنی‌داری ۰/۰۵ استفاده شده است. نتایج نشان داد با توجه به مقدار ضریب همبستگی (۰/۱۵ درصد) و سطح معنی‌داری (۰/۶۱ درصد) فرضیه پژوهش رد و فرضیه صفر تأیید می‌گردد؛ یعنی بین نگرش به رسانه‌های اجتماعی و نگرش به یادگیری در فضای مجازی رابطه معنی‌داری وجود ندارد. (جدول ۳)

داده‌های جدول شماره ۴ به بررسی رابطه بین نگرش به رسانه‌های اجتماعی و الگوی تعاملات آنلاین می‌پردازد؛ که برای پاسخ به این فرضیه از آزمون ضریب همبستگی پیرسون در سطح معنی‌داری ۰/۰۵ استفاده شده است. نتایج نشان داد با توجه به مقدار ضریب همبستگی (۰/۰۱ درصد) و سطح معنی‌داری (۰/۹۶ درصد) فرضیه پژوهش رد و فرضیه صفر تأیید می‌شود؛ یعنی بین نگرش به رسانه‌های اجتماعی و الگوی تعاملات آنلاین رابطه معنی‌داری وجود ندارد. (جدول ۴)

داده‌های جدول شماره ۵ به بررسی رابطه بین دسترسی به رسانه‌های اجتماعی و نگرش به رسانه‌های اجتماعی می‌پردازد؛ که برای پاسخ به این فرضیه از آزمون ضریب همبستگی پیرسون در سطح معنی‌داری ۰/۰۵ استفاده شده است. نتایج نشان داد با توجه به مقدار ضریب همبستگی (۰/۱۵ درصد) و سطح معنی‌داری (۰/۶۰ درصد) فرضیه پژوهش رد و فرضیه صفر تأیید می‌گردد؛ یعنی بین دسترسی به رسانه‌های اجتماعی و نگرش به رسانه‌های اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود ندارد. (جدول ۵)

داده‌های جدول شماره ۶ به بررسی رابطه بین دسترسی به رسانه‌های اجتماعی و الگوی تعاملات آنلاین می‌پردازد؛ که برای پاسخ به این فرضیه از آزمون ضریب همبستگی پیرسون در سطح معنی‌داری ۰/۰۵ استفاده شده است. نتایج نشان داد با توجه به مقدار ضریب همبستگی (۰/۱۴ درصد) و سطح معنی‌داری (۰/۰۰ درصد) فرضیه پژوهش تأیید و فرضیه صفر رد می‌شود؛ یعنی بین دسترسی به رسانه‌های اجتماعی و الگوی تعاملات آنلاین رابطه مستقیم و معنی‌داری وجود دارد. البته میزان همبستگی چندان زیاد نیست و نمی‌تواند مبین باشد. (جدول ۶)

داده‌های جدول شماره ۷ به بررسی رابطه بین دسترسی به رسانه‌های اجتماعی و نگرش به یادگیری در فضای مجازی می‌پردازد؛ که برای پاسخ به این فرضیه از آزمون ضریب همبستگی پیرسون در سطح معنی‌داری ۰/۰۵ استفاده شده است. نتایج نشان داد با توجه به مقدار ضریب همبستگی (۰/۱۵ درصد) و سطح معنی‌داری (۰/۰۰ درصد) فرضیه پژوهش تأیید و فرضیه صفر رد می‌شود؛ یعنی بین دسترسی به رسانه‌های اجتماعی و نگرش به یادگیری در فضای مجازی رابطه مستقیم و معنی‌داری وجود دارد؛ یعنی بین دسترسی به رسانه‌های اجتماعی و نگرش به رسانه‌های اجتماعی رابطه معنی‌داری وجود دارد. (جدول ۷)

اطلاعات جمعیت‌شناختی: با توجه به اطلاعات موجود در جدول، از ۱۲۰۰ نفری که در این پژوهش شرکت داشته‌اند، ۹۸۴ دانش‌آموز (۰/۸۲ درصد) از کل نمونه دختر و ۲۱۶ دانش‌آموز (۰/۱۸ درصد) از کل نمونه پسر بوده‌اند. این تفاوت به دلیل آنلاین بودن و داوطلبانه بودن ماهیت پرسش‌نامه‌های این پژوهش و همراهی بیشتر دختران در فعالیت‌های داوطلبانه است و امری است گریزناپذیر. همچنین ۵۲۱ دانش‌آموز (۴۳/۴ درصد) از کل نمونه متوسطه اول و ۶۷۹ دانش‌آموز (۵۶/۶ درصد) از کل نمونه متوسطه دوم بوده‌اند.

از متغیرهای پژوهش آزمون کولوموگروف-اسمیرنوف گرفته شد که با توجه به سطح معنی‌داری به دست‌آمده بالای (۰/۰۵) داده‌های ما نرمال بود سپس از آزمون‌های پارامتریک برای آزمون متغیرها استفاده شد. (جدول ۱)

با توجه به اطلاعات موجود در جدول، نتایج آزمون T مستقل برای بررسی رابطه بین جنسیت و مؤلفه‌های نگرش به رسانه‌های اجتماعی، نگرش به یادگیری در فضای مجازی و الگوی تعاملات آنلاین، و همچنین سطح معنی‌داری به دست آمده که به ترتیب (۰/۵۰ درصد)، (۰/۳۱ درصد) و (۰/۰۳ درصد) است، می‌توان گفت که بین مؤلفه‌های نگرش به رسانه‌های اجتماعی و نگرش به یادگیری در فضای مجازی از لحاظ جنسیت تفاوت معنی‌داری وجود ندارد؛ اما بین مؤلفه الگوی تعاملات آنلاین و جنسیت تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

در واقع دختران و پسران گرایش‌های یکسانی به رسانه‌های اجتماعی و نسبت آن با یادگیری و فضای مجازی دارند. ولیکن شیوه صمیمیت شبکه‌ای و دوست‌یابی آنان متفاوت بوده است. یافته‌های جدول فوق نیز حاکی از آن است که بین الگوی تعاملات آنلاین و جنسیت تفاوت معنی‌داری وجود دارد. دختران عموماً رابطه‌های آفلاین خود را در فضای رسانه‌های اجتماعی گسترش می‌دهند و نگران ارتباط با افراد جدید و غریبه هستند. ولی پسران عمدتاً از تجربه رابطه‌های جدید در این فضا لذت می‌برند. به نظر می‌رسد بستر جامعه ایرانی و نگاه‌های مردسالارانه‌ای که عموماً رفتارهای ناپه‌نجان از طرف دختران را بزرگ‌تر می‌شمارد در تفاوت الگوهای تعامل آنلاین دختران و پسران تأثیرگذار بوده است. (جدول ۲)

با توجه به اطلاعات موجود در جدول، نتایج آزمون T مستقل برای بررسی رابطه بین دو گروه متوسطه اول و دوم و مؤلفه‌های نگرش به رسانه‌های اجتماعی، نگرش به یادگیری در فضای مجازی و الگوی تعاملات آنلاین با توجه به سطح معنی‌داری به دست‌آمده به ترتیب (۰/۲۸ درصد)، (۰/۶۵ درصد) و (۰/۷۶ درصد) نشان داد که بین مؤلفه‌ها از لحاظ دو گروه متوسطه اول و دوم تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. (جدول ۳)

داده‌های جدول شماره ۳ به بررسی رابطه بین نگرش به رسانه‌های اجتماعی و نگرش به یادگیری در فضای مجازی می‌پردازد؛ که

بحث و نتیجه‌گیری

در این پژوهش به دنبال مطالعه کمی ابعاد زیست مجازی دانش‌آموزان متوسطه از نظر دسترسی به فضای آنلاین، نگرش به رسانه‌های اجتماعی، الگوی تعاملات آنلاین، نگرش به یادگیری در فضای آنلاین بودیم. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که میانگین پاسخ‌گویان در هر کدام از این شاخص‌ها بالاتر از میانگین جامعه است. هم‌چنین یافته‌ها نشان می‌دهد؛ دسترسی به رسانه‌های اجتماعی با الگوی تعاملات آنلاین و نگرش به یادگیری در فضای آنلاین در میان دانش‌آموزان متوسطه اول و دوم رابطه همبستگی مثبت دارد. هم‌چنین رابطه معنی‌داری بین نگرش به رسانه‌های اجتماعی با نگرش به یادگیری در فضای آنلاین و الگوی تعاملات آنلاین در میان دانش‌آموزان متوسطه اول و دوم مشاهده نشد.

بین زیست مجازی دختران و پسران از حیث الگوی تعاملات آنلاین تفاوت معنادار مشاهده شد. مطالعه پیمایشی پیو (The Pew Internet Project Survey) نیز که در سال ۲۰۰۶ که بر روی نوجوانان و سایت‌های شبکه اجتماعی انجام شده بود دریافت که دختران از این سایت‌ها برای تقویت روابط دوستانه موجود خود بهره می‌گیرند درحالی‌که پسران از آن‌ها برای پیدا کردن دوستان جدید استفاده می‌کنند. (به نقل از سوبرهامیانم و شامهل، ۲۰۱۱: ۸۳-۹۰) علاوه بر این بین دانش‌آموزان متوسطه اول و دوم از لحاظ ابعاد زیست مجازی (چگونگی دسترسی به فضای آنلاین، نگرش به رسانه‌های اجتماعی، الگوی تعاملات آنلاین و نگرش به یادگیری در این فضا) تفاوت معنی‌داری وجود نداشت.

این یافته‌ها مؤید آن است که غالب رفتارهای آنلاین کودکان و نوجوانان در رسانه‌های اجتماعی تکمیل‌کننده پازل رفتاری آن‌ها در دنیای واقعی است نه خلاف آن. رسانه‌های اجتماعی امتداد تعاملات دنیای واقعی کودکان و نوجوانان است. اگر کاربران نوجوان، محیط آنلاین خود را هم‌سازی (Co-construction) می‌کنند، پس باید انتظار داشته باشیم که دنیای آنلاین و آفلاین آن‌ها باهم مرتبط باشند. در نتیجه دنیاهای دیجیتال برای مسائل مهم پرورشی زندگی‌های آفلاین نقش زمین بازی را ایفا می‌کنند و بنابراین انتظار داریم که نوجوانان مسائل و چالش‌هایی که در زندگی آفلاین خود با آن‌ها مواجهند، به پاتوق‌های آنلاین خود بکشانند. برای نوجوانان این موارد شامل امور پرورشی چون رفتار جنسی، هویت، صمیمیت و روابط بین‌افردی هستند.

از سوی دیگر، اکثر روابط امروزی با "تعدد رسانه" مشخص می‌شوند؛ یعنی از طریق چند رسانه پیش می‌روند و استفاده‌های متنوع و ترکیبی رسانه‌ها در جریان بقای مناسبات است؛ به عبارت دیگر، هر چه رسانه‌های بیشتری برای حفظ قرابت‌ها به هم متصل شوند، مناسبات

به همان اندازه گرم و صمیمی‌تر خواهند شد. هم‌چنین تعداد رسانه‌های مورد استفاده با دوام رشته پیوند رابطه مستقیم دارد. تفاوت سطح و شدت صمیمیت باعث می‌شود انواع مختلف رسانه‌های دیجیتال به کار گرفته شوند. گوشی‌های تلفن همراه، نوعی حس تعهد در تاروپود دوستی تنیده شده‌اند؛ یعنی دوستی مدام. گوش به زنگ باشید، گوشی به دست منتظر باشید و آماده توجه کردن و آنلاین بودن!

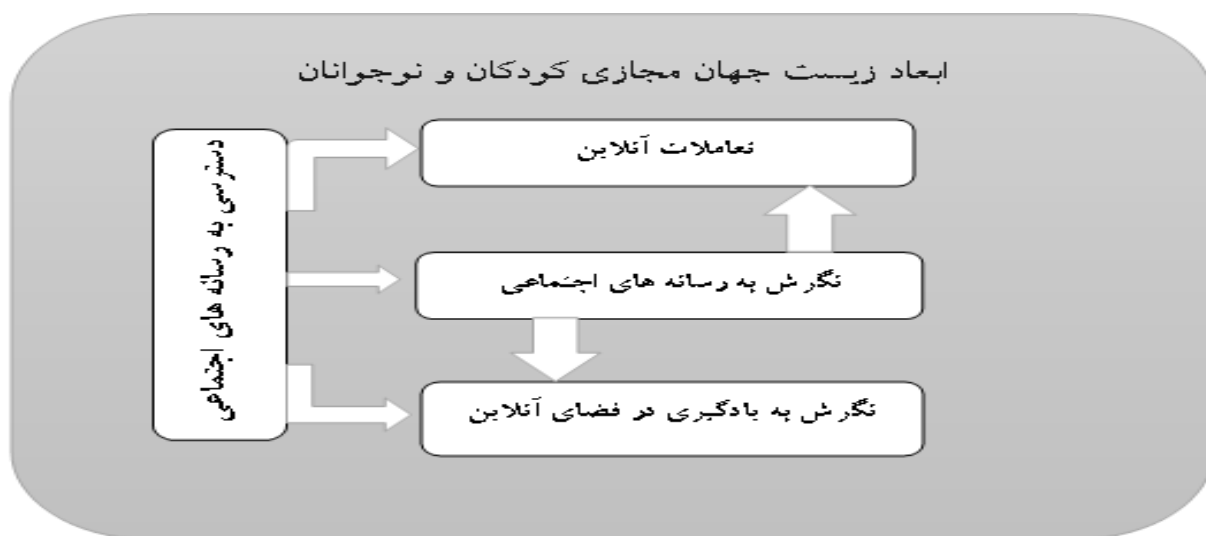
هم‌چنین بایستی توجه داشت که نحوه جامعه‌پذیر شدن کودکان و نوجوانان، به ایدئولوژی رسانه‌ای که درخصوص هر رسانه دارند، مرتبط است. ایدئولوژی‌های رسانه‌ای مسئول شکل‌گیری اطلاعات جنسی‌ای است که در هر فرمی از ارتباط، به پیوست هر پیام معینی منتقل می‌شود. به بیان دیگر، هیچ پیامی منتقل نمی‌شود مگر همراه با اطلاعات جنسی دست دوم؛ یعنی همراه با اطلاع از این‌که فرستنده دوست دارد پیامش چگونه دریافت شود. در کل می‌توان گفت که تمام این ایدئولوژی‌های رسانه‌ای به خودی خود نه درست‌اند و نه غلط، بلکه صرفاً باورهایی هستند که بر شیوه ارتباط برقرار کردن افراد و اینکه چگونه ارتباطات یکدیگر را معنا می‌کنند، تأثیرگذار هستند و نوجوانان این موارد را از هم می‌آموزند.

پیشنهادهای علمی و پژوهشی

- هر کدام از مقولات پژوهش که در قسمت توصیف پرمایه بدان اشاره شده است، قابلیت پژوهش عمیق و بررسی همه جانبه دارد.
- پیمایش‌های ملی برای بررسی مصرف رسانه‌های کودکان و نوجوانان و ابعاد آن.
- بررسی نسبت تجربه زیسته نوجوانان با والدین و مربیان و مقایسه تطبیقی آن و استخراج چالش‌های احتمالی.
- آینده‌پژوهی روند رفتاری کودکان و نوجوانان اینستاگرامی.

پیشنهادهای عملی و سیاستی

- گسترش آموزش تفکر و سواد رسانه‌ای به دانش‌آموزان.
- گسترش آموزش سواد رسانه‌ای برای والدین و مربیان.
- اتخاذ سیاست‌هایی برای گسترش بازی‌های گروهی و فعالیت‌های جمعی خانوادگی به خصوص در دوران کرونا.
- به روز کردن سرفصل‌های آموزشی در مدارس با توجه به تغییر اقتضائات یادگیری در فضای رسانه‌های نوین.
- ایجاد موج‌ها و چالش‌های اینستاگرامی در راستای ارزش‌های بومی و ملی.
- بالا بردن آگاهی‌های والدین و به روز کردن اطلاعات ایشان.
- قانونی کردن کسب‌وکارهای اینستاگرامی و حمایت از کسب‌وکارهای تولیدی و خلاقانه.



الگوی ۱- الگوی مفهومی پژوهش

جدول ۱- نتایج آزمون T مستقل برای بررسی رابطه بین جنسیت و مؤلفه‌های نگرش به رسانه‌های اجتماعی، الگوی تعاملات آنلاین و نگرش به یادگیری در فضای مجازی

مؤلفه‌ها	جنسیت	حجم نمونه	میانگین و انحراف معیار	T	سطح معنی‌داری
نگرش به رسانه‌های اجتماعی	زن	۹۸۴	$۹/۹۷ \pm ۵۱/۴۳$	۰/۶۶	۰/۵۰
	مرد	۲۱۶	$۹/۹۴ \pm ۵۱/۹۲$		
نگرش به یادگیری در فضای مجازی	زن	۹۸۴	$۱۲/۱۲ \pm ۴۹/۱۵$	-۰/۱	۰/۳۱
	مرد	۲۱۶	$۹/۹۷ \pm ۵۱/۴۳$		
الگوی تعاملات آنلاین	زن	۹۸۴	$۵/۶۸ \pm ۳۱/۵۶$	-۲/۱۹	۰/۳۰
	مرد	۲۱۶	$۱۲/۱۲ \pm ۴۹/۱۵$		

جدول ۲- نتایج آزمون T مستقل برای بررسی رابطه بین دو گروه متوسطه اول و دوم و مؤلفه‌های نگرش به رسانه‌های اجتماعی، نگرش به یادگیری در فضای مجازی و الگوی تعاملات آنلاین

سطح معنی داری	T	میانگین و انحراف معیار	حجم نمونه	جنسیت	مؤلفه‌ها
۰/۲۸	-۱/۰۶	۹/۷۴ ± ۵۱/۱۷	۵۲۱	متوسطه اول	نگرش به رسانه‌های اجتماعی
		۱۰/۱۲ ± ۵۱/۷۹	۶۷۹	متوسطه دوم	
۰/۶۵	۰/۴۴	۱۱/۲۱ ± ۴۹/۶۲	۵۲۱	متوسطه اول	نگرش به یادگیری در فضای مجازی
		۱۲/۵۲ ± ۴۹/۴۱	۶۷۹	متوسطه دوم	
۰/۷۶	۰/۲۹	۵/۵۰ ± ۳۱/۷۲	۵۲۱	متوسطه اول	الگوی تعاملات آنلاین
		۵/۷۷ ± ۳۱/۵۷	۶۷۹	متوسطه دوم	

جدول ۳- نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین نگرش به رسانه‌های اجتماعی و نگرش به یادگیری در فضای مجازی

سطح معنی داری	ضریب همبستگی پیرسون	میانگین و انحراف معیار	مؤلفه‌ها
۰/۶۱	۰/۱۵	۹/۹۶ ± ۵۱/۵۲	نگرش به رسانه‌های اجتماعی
		۵/۶۵ ± ۳۶/۶۳	نگرش به یادگیری در فضای مجازی

جدول ۴- نتایج آزمون ضریب همبستگی بین نگرش به رسانه‌های اجتماعی و الگوی تعاملات آنلاین

سطح معنی داری	ضریب همبستگی پیرسون	میانگین و انحراف معیار	مؤلفه‌ها
۰/۶۶	۰/۱۰۰	۹/۹۶ ± ۵۱/۵۲	نگرش به رسانه‌های اجتماعی
		۱۱/۹۷ ± ۴۹/۵۰	الگوی تعاملات آنلاین

جدول ۵- نتایج آزمون ضریب همبستگی بین دسترسی به رسانه‌های اجتماعی و نگرش به رسانه‌های اجتماعی

مؤلفه‌ها	میانگین و انحراف معیار	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معنی‌داری
دسترسی به رسانه‌های اجتماعی	$4/24 \pm 21/84$	۰/۱۵	۰/۶
نگرش به رسانه‌های اجتماعی	$9/96 \pm 51/52$		

جدول ۶- نتایج آزمون ضریب همبستگی بین دسترسی به رسانه‌های اجتماعی و الگوی تعاملات آنلاین

مؤلفه‌ها	میانگین و انحراف معیار	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معنی‌داری
دسترسی به رسانه‌های اجتماعی	$4/24 \pm 21/84$	۰/۱۴	۰/۰۰
الگوی تعاملات آنلاین	$11/97 \pm 49/50$		

جدول ۷- نتایج آزمون ضریب همبستگی بین دسترسی به رسانه‌های اجتماعی و نگرش به یادگیری در فضای مجازی

مؤلفه‌ها	میانگین و انحراف معیار	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معنی‌داری
دسترسی به رسانه‌های اجتماعی	$4/24 \pm 21/84$	۰/۱۵	۰/۰۰
نگرش به یادگیری در فضای مجازی	$5/65 \pm 31/63$		

فهرست منابع

- Facer, K., Furlong, J., Furlong, R. & Sutherland, R. (2003). "Screenplay: Children and computing in the home", Routledge. London: Routledge Falmer.
- Ito, M., Horst, H.A., Bittanti, M., Herr Stephenson, B., Lange, P.G., Pascoe, C.J. & Robinson, L. (2009). "Living and learning with new media: Summary of findings from the digital youth project. Cambridge", Massachusetts: The MIT Press.
- Kaplan, A.M. & Haenlein, M. (2010). "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media", *Business Horizons*, Vol. 53(1), 59-68.
- Khalifeh, G., Fardanesh, H., Hatami, J. & Talae, E. (2019). "Design and validation a model for reinforcing 'critical thinking skills in online learning environments", *Journal of Educational Scinces*, Vol. 26(2), PP. 109-130.
- Livingstone, S. (2008). "Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression", *New Media & Society*, Vol. 10(3), PP. 393-411.
- Livingstone, S. & Helsper, E. (2010). "Balancing opportunities and risks in teenagers' use of the internet: The role of online skills and internet self-efficacy", *New Media & Society*, Vol. 12(2), PP. 309-329.
- McMillan, S.J. & Morrison, M. (2006). "Coming of age with the internet: A qualitative exploration of how the internet has become an integral part of young people's lives", *New Media & Society*, Vol. 8(1), PP. 73-95.
- Oftadeh, J. (2019). "Social media", *Mehr book Journal*, Vol. 1, PP. 34-47.
- Prensky, M. (2001). "Digital natives, digital immigrants", *On the Horizon*, Vol. 9(5), PP. 1-6.
- Sarmadi, M.R., Zare, A., Samadi, M. & Farajollahi, M. (2020). "Examining the Issues and dimensions of learning webs in Ivan Ilyich's View", *Journal of Educational Scinces*, Vol. 27(2), PP. 119-138.
- Van Dijk, J.A. (2005). "The deepening divide: Inequality in the information society", Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- احمدی هدایت، حمید، فرمپینی فراهانی، محسن. و ضرغامی همراه، سعید. (۱۳۹۸). "پساپدیدارشناسی در آموزش و یادگیری با تأکید بر مفاهیم چندگانگی و شفافیت"، *مجله علوم تربیتی*، دوره ۲۶(۱)، صص. ۱-۱۴.
- افتاده، جواد. (۱۳۹۸). "رسانه‌های اجتماعی. مجله کتاب مهر، دوره ۱، صص. ۳۴-۴۷.
- خلیفه، قدرت‌اله، فردانش، هاشم، حاتمی، جواد. و طلایی، ابراهیم. (۱۳۹۸). "طراحی و اعتباریابی الگوی تقویت مهارت‌های تفکر انتقادی در محیط‌های یادگیری برخط"، *مجله علوم تربیتی*، دوره ۲۶(۲)، صص. ۱۰۹-۱۳۰.
- سرمدی، محمدرضا، زارع، آزاده، صمدی، معصومه. و فرج‌اللهی، مهران. (۱۳۸۴). "بررسی چبستی و ابعاد شبکه‌های یادگیری در دیدگاه ایوان ایلچ"، *مجله علوم تربیتی*، دوره ۲۷(۲)، صص. ۱۱۷-۱۳۶.
- عقیلی، سیدوحید. و قاسم‌زاده عراقی، مرتضی. (۱۳۹۴). "رسانه‌های اجتماعی؛ چبستی، کارکردها و چالش‌ها"، *مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، دوره ۸(۱)، صص. ۲۱-۳۶.
- یزدان‌فر، پرتو. و فرازجو، فروغ. (۱۳۹۹). "بازبینی مفهوم نمای بناهای شهری از دیدگاه کودکان ۴-۶ سال شهر و بررسی تأثیر آن به لحاظ سبک‌های مختلف معماری (از کلاسیک تا معاصر)"، *مجله علوم تربیتی*، دوره ۲۷(۱)، صص. ۱۱۹-۱۳۸.
- Boyd, D. (2014). "It's complicated: The social lives of networked teens", New Haven, Connecticut: Yale University Press.
- Chambers, D. (2013). "Social media and personal relationships: Online intimacies and networked friendship", New York: Springer.
- Davies, C. & Eynon, R. (2013). "Teenagers and technology", Routledge.
- Dutton, W. & Blank, G. (2011). "The 2011 OxIS survey: The internet in Britain", Oxford: Oxford Internet Institute, University of Oxford.
- Eynon, R. (2009). "Harnessing technology: The learner and their context", How young people use technologies outside formal education. Survey report. Coventry: Becta.
- Eynon, R. & Malmberg, L.E. (2012). "Understanding the online information-seeking behaviours of young people: the role of networks of support", *Journal of Computer Assisted Learning*, Vol. 28(6), PP. 514-529.

The Study of Virtual Life Dimensions of First and Second High School Students; the Analysis of Access, Attitudes to Social Media, Learning, and Online Interactions

Hadi Khaniki, Fatemeh Nori Rad, Mina Yamini Firoz

Abstract

Children and adolescents aged 12 to 18 are known as the generation with the most Internet users. The present study uses a survey method to analyze various dimensions of virtual life (online access analysis, attitude towards social media, attitude to learning on social media, online interaction pattern) of first and second 3year high school students (age group of 12 to 18 year old) and has explained their relationship with each other. The statistical sample is 1200 people. And the validity of the researcher-made questionnaire has been confirmed by Cronbach's alpha of 0.86. Findings indicate that the average of respondents in each of these indicators is higher than the community average. The findings also show; Access to social media is positively correlated with the pattern of online interactions and attitudes toward online learning among first and second 3year high school student. Although there was no significant correlation between attitudes toward social media and attitudes toward online learning and the pattern of online interactions among first and second 3year high school students, there was a significant difference between girls' and boys' virtual life in terms of online interaction patterns. These findings confirm that the majority of online behavior of children and adolescents on social media completes their behavioral puzzle in the real world, not the other way around. Social media is an extension of the real-world interactions of children and adolescents. If teen users are integrating their online environment, then we should expect their online and offline worlds to be interconnected. As a result, digital worlds play the role of playgrounds for important breeding issues of offline lives; so we expect teens to bring the issues and challenges they face in their offline lives to their online hangouts. For teens, these include parenting issues such as sexual behavior, identity, intimacy, and interpersonal relationships.

Keywords: Virtual life, analysis of online access, attitude to social media, attitude to learning on social media, pattern of online interactions.