

The Relationship Between the use of Virtual Social Networks and the Formation of Cultural and Psychological Components of Modernization Among Students (Case study: Students of Payame Noor University, Golestan Province)

Alireza Ghorbani^I , Mostafa Khosravi^{II}

<https://doi.org/10.22084/csr.2025.29570.2295>

Received: 2024/07/08; Revised: 2024/09/27; Accepted: 2024/10/20

Type of Article: **Research**

Pp: 37-64

Abstract

The expansion of new virtual social networks has provided a suitable space for the expression of the identity of scattered groups. Today, these communities have found a way to strengthen their collective identity with the help of communication. The article aims to investigate the formation of cultural and psychological renewal components in connection with virtual social networks. Study method: The research is descriptive and was conducted using a survey technique. The statistical population includes all the students of Payam Noor University of Golestan province, numbering 6168 students, of which 463 students were randomly selected using Cochran's sampling method. Findings: The research findings showed that by increasing the psychological quality of virtual social networks, the formation of components related to cultural and psychological renewal increases in people. The results of the regression analysis also showed that the five subscales of intention to use, type of attitude, usefulness, ease of use, and enjoyment of use predict a total of 86% of the variance of psychological renewal. The results obtained from the output of Smart PLS software showed that the measurement models have appropriate validity (convergent and divergent) and reliability (factor loading, composite reliability coefficient, and Cronbach's alpha coefficient). Conclusion: The result of the research states that the more use of social networks by students has increased the formation of cultural and psychological renewal components in them, so it is possible to use social networks in the formation of cultural and psychological renewal components.

Keywords: Virtual Social Networks, Cultural Renewal, Psychological Renewal, Students, Payame Noor University.

I. Assistant Professor, Department of Social Sciences, Payame Noor University, Tehran, Iran (Corresponding Author).

Email: a.ghorbani@pnu.ac.ir

II. Assistant Professor, Department of Social Sciences, Payame Noor University, Tehran, Iran.

Citations: Ghorbani, A. & Khosravi, M., (2026). "The Relationship Between the use of Virtual Social Networks and the Formation of Cultural and Psychological Components of Modernization Among Students (Case study: Students of Payame Noor University, Golestan Province)". *Two Quarterly Journal of Contemporary Sociological Research*, 14(27): 37-64. <https://doi.org/10.22084/csr.2025.29570.2295>

Homepage of this Article: https://csr.basu.ac.ir/article_6550.html?lang=en

Publisher & Owner: Bu-Ali Sina University.

Copyright © 2026 The Authors. Published by Bu-Ali Sina University.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>). Non-commercial uses of the work are permitted, provided the original work is properly cited.



1. Introduction

Engels and Smith view modernization as a socio-psychological process through which individuals acquire new attitudes, values, and beliefs (Azkia, 2008: 22). Engels identifies two characteristics of modern individuals: an internal characteristic, reflecting personal values and feelings, and an environmental characteristic (ibid: 110). These changes are primarily attributed to modernization factors, including industrial growth, urbanization, education, income, and consumption, as well as various new tools that facilitate these transformations (Shakarbegi & Moini, 2009: 107).

The rise of virtual social networks has created an environment conducive to the expression of identities among dispersed groups. In regions characterized by vast territories and ethnic diversity, such as our country, cultural exchanges are increasingly facilitated by these online platforms (Vahedifard, 2015: 32). Active engagement of young people in social and civic behaviors serves as an indicator of youth development, with a primary focus on promoting health as a core aim in health policies worldwide (Cicognani, et.al. 2008: 99). Students represent a crucial human and spiritual resource, shaping the future of society. Thus attending to their physical, mental, social, and cultural well-being is vital for fostering a dynamic and healthy community in the years to come (Mehri et al., 2012: 299). By enhancing social health, students become more resilient, enabling them to adapt positively to life changes and technological advancements while contributing beneficially to society (Sharbatian, 2011: 152). The primary research question focuses on whether a significant relationship exists between the use of virtual social networks and the development of cultural and psychological modernization components among Payam Noor students in Golestan Province.

2. Materials and Methods

This study employs a descriptive method conducted through a survey technique. It is classified as applied in purpose and cross-sectional in terms of time. The research population consists of all undergraduate students at Payame Noor University in Golestan Province, totaling 6,168 (3,923 women and 2,236 men) as of 1402. A sample of 463 participants was chosen using the Cochran sampling method in a proportional and random stratified manner (where P was set at 0.5, and q at 0.5).

Stratified sampling was implemented, focusing on departments, centers, and gender distribution proportionate to the population. Data collection utilized questionnaires and structured interviews, leveraging Lee's (2005) standardized questionnaire, which contains 21 questions that gauge the use of social networks as an independent variable across social quality (with subcomponents of adaptability and social impact) and psychological quality (comprising intention to use, type of attitude, network usefulness, ease of use, and perceived enjoyment). The Likert scale responses ranged from "completely disagree" (1) to "completely agree" (5), achieving a validation reliability of 0.847. Modernization elements were measured in two segments: cultural modernization (with subcomponents of fatalism and egalitarianism) and psychological modernization (featuring empathy and motivation for progress), using items from Ahmadi (2011) and Zahedi et al. (2013) on a 5-point Likert scale, demonstrating overall reliability of 0.95.

3. Data

The first hypothesis assessed the effect of social quality in virtual spaces on the formation of cultural modernization components in students. Given that the significance level exceeds 0.05, this hypothesis was not confirmed. The Kolmogorov-Smirnov test indicated non-normality in data ($p=0.012$), leading to the application of the Spearman correlation test for hypothesis examination.

The second hypothesis evaluated the effect of the social quality of virtual social network usage on psychological modernization components in students, revealing a correlation coefficient and significance level ($p=0.14$) indicating no significant impact.

The third hypothesis explored the influence of the psychological quality of virtual social network usage on cultural renewal components. Results demonstrated a direct and significant relationship, with an increase in psychological quality correlating to enhanced cultural renewal components (statistical value 0.699).

The fourth hypothesis, concerning psychological quality's effect on psychological renewal components, similarly found a direct and significant influence (statistical value 0.764).

Regression analysis quantified the contributions of independent variables to dependent variables. The ADJ.R2 value highlights that psychological quality predictions account for 80% of the variance in cultural renewal components (appreciation and egalitarianism) and 86% in psychological renewal (empathy and motivation for progress).

Standard coefficients (Beta) of variables illustrated significant prediction capabilities for cultural and psychological renewal component formations. Specifically, a one standard deviation rise in social quality score correlates with a 0.19 standard deviation increase in cultural renewal components, while a similar increase in psychological quality correlates with a 0.22 standard deviation increase in psychological renewal components.

Model fit was evaluated using several criteria, with T-coefficients greater than 1.96 confirming significance at a 95% confidence level, yielding a fit value of 0.47, deemed good. The GOF criterion demonstrated adequate model quality, predicting latent endogenous variables effectively.

Findings indicated that the psychological quality of virtual space, with a path coefficient of 0.217, significantly contributes to cultural modernization, while with a coefficient of 0.180, it influences psychological modernization. Unacceptable path coefficients led to non-confirmation of other hypotheses regarding social quality's influence on modernization.

4. Discussion

The primary findings from hypothesis testing can be organized into two significant patterns:

1. Key Distinction: Psychological Quality vs. Social Quality

The most notable outcome is the clear distinction in impact between "psychological quality" and "social quality" of social network usage. Contrary to anticipation, social quality components failed to show significant influence on modernization changes, while psychological quality aspects displayed a strong relationship with both cultural and psychological modernization dimensions. This divergence can be interpreted through a social-psychological lens, suggesting that in the cultural context of the studied

society, social network usage fulfills individual psychological needs more than it facilitates collective social actions.

2. Selectivity of Effects: Modernization of Objective vs. Institutionalized Values

The second observation pertains to the selective nature of social networks' effects. The data indicated stronger influences on tangible components like gender equality and motivation to progress, while no significant effects were noted on institutionalized beliefs like fatalism or deep socio-emotional skills such as empathy. These findings underscore that social networks often promote rapidly consumable values, demanding deeper interactions for profound cultural changes.

Suggestions for Future Research: Longitudinal studies are encouraged to capture long-term changes, alongside qualitative investigations to delve deeper into students' lived experiences with social networking.

5. Conclusion

The research findings indicate that increased engagement with social networks by students significantly enhances the development of cultural and psychological renewal components. Consequently, social networks can be effectively utilized to foster these renewal components.

Acknowledgments

We are grateful to all the students of Payame Noor University of Golestan province who participated in this research

Observation Contribution

The researchers of this article contributed equally.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

رابطه میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و شکل‌گیری مؤلفه‌های فرهنگی و روانی نوسازی در بین دانشجویان (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه پیام نور استان گلستان)

علیرضا قربانی^I، مصطفی خسروی^{II}

شناسه دیجیتال (DOI): <https://doi.org/10.22084/csr.2025.29570.2295>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۴/۱۸، تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۷/۰۶، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۲۹

نوع مقاله: پژوهشی

صص: ۶۴-۳۷

چکیده

گسترش شبکه‌های اجتماعی مجازی نوین، فضای مناسبی برای بیان هویت گروه‌های پراکنده فراهم آورده است. امروزه این اجتماعات این امکان را یافته‌اند که به مدد ارتباطات، هویت جمعی خود را به نوعی تقویت کنند. پژوهش حاضر با هدف بررسی شکل‌گیری مؤلفه‌های نوسازی فرهنگی و روانی در ارتباط با شبکه‌های اجتماعی مجازی انجام یافته است. روش پژوهش تبیینی بوده و با تکنیک پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری شامل کلیه دانشجویان دانشگاه پیام نور استان گلستان بود. یافته‌های تحقیق نشان داد با افزایش کیفیت روانی شبکه‌های اجتماعی مجازی، شکل‌گیری مؤلفه‌های مرتبط با نوسازی فرهنگی و روانی، در افراد افزایش پیدا می‌کند. نتایج تحلیل رگرسیون نیز نشان داد پنج زیر مقیاس: نیت استفاده، نوع نگرش، مفید بودن، سهولت استفاده و لذت استفاده جمعاً ۸۶٪ از واریانس نوسازی روانی را پیش‌بینی می‌کنند. نتایج حاصل از خروجی نرم‌افزار اسمارت پی. ال. اس نشان داد مدل‌های اندازه‌گیری از روایی (هم‌گرا و واگرا) و پایایی (بار عاملی، ضریب پایایی ترکیبی و ضریب آلفای کرونباخ) مناسب برخوردارند. نتیجه پژوهش بیان می‌کند استفاده بیشتر از شبکه‌های اجتماعی توسط دانشجویان شکل‌گیری مؤلفه‌های نوسازی فرهنگی و روانی در آن‌ها بیشتر کرده است؛ بنابراین می‌توان از شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری مؤلفه‌های نوسازی فرهنگی و روانی بهره گرفت.

کلیدواژگان: شبکه‌های اجتماعی مجازی، نوسازی فرهنگی، نوسازی روانی، دانشجویان، دانشگاه پیام نور.

I. استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

Email: a.ghorbani@pnu.ac.ir

II. استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

ارجاع به مقاله: قربانی، علیرضا؛ و خسروی، مصطفی، (۱۴۰۴). «رابطه میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و شکل‌گیری مؤلفه‌های فرهنگی و روانی نوسازی در بین دانشجویان (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه پیام نور استان گلستان)». پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر، ۱۴(۲۷): ۳۷-۶۴. <https://doi.org/10.22084/csr.2025.29570.2295>

صفحه اصلی مقاله در سامانه نشریه: https://csr.basu.ac.ir/article_6550.html?lang=fa



© حق انتشار این مستند، متعلق به نویسندگان آن است. © ۱۴۰۴. ناشر این مقاله، دانشگاه بوعلی سینا است. این مقاله تحت گواهی زیر منتشر شده و هر نوع استفاده غیرتجاری از آن مشروط بر استناد صحیح به مقاله و با رعایت شرایط مندرج در آدرس زیر مجاز است. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/> Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license

۱. مقدمه

«اینکلس^۱» و «اسمیت^۲» نوسازی^۳ را نوعی فرآیند اجتماعی-روانی قلمداد می‌کنند که براساس آن افراد نگرش‌ها^۴، ارزش‌ها^۵ و عقاید^۶ جدید را کسب می‌کنند (ازکیا، ۱۳۷۷: ۲۲). اینکلس معتقد است، انسان مدرن دو ویژگی را با خود حمل می‌کند: (۱) خصوصیت درونی که اشاره به ارزش‌ها و احساسات فرد دارد؛ (۲) خصوصیت محیطی (همان: ۱۱۰). تغییرات اصولاً از راه عوامل نوسازی (شامل: رشد صنعت‌گرایی^۷، شهرگرایی^۸، آموزش دیدن، درآمد و مصرف) و شکل‌های گوناگون ابزارهای جدید تبیین می‌گردد (اوزبودان^۹، ۲۰۱۵؛ به نقل از: معینی و شکرپیگی، ۱۳۸۸: ۱۰۷). تغییرات اجتماعی^{۱۰} همانند طوفانی ویران‌گر می‌باشد که تغییرات و تحولات سهمگینی را در ارزش‌ها و باورهای تمام مردم جهان ایجاد کرده است. «استونز»^{۱۱} معتقد است: تغییرات اجتماعی بیان‌گر پویا بودن جامعه جدید است. ما بایستی ذهنیت خود را تغییر دهیم تا با دنیای نو هم‌خوانی پیدا کنیم و در نتیجه از همه افراد خواسته می‌شود که تغییرات را در خود آغاز کنند (۱۳۷۹: ۱۴۸). جامعه ایران با تغییراتی روبه‌رو شده است که چشم‌انداز و وسعت آن چندان واضح و روشن نمی‌باشد و افراد در جامعه ایرانی کم‌وبیش احساسی از تغییر و دگرگونی را حس می‌کنند و این تجربه را به‌صورت مختلف ابزار می‌دارند. قضاوت‌هایی که در مورد زندگی جوانان در گفتگوهای عادی یا در نتایج پژوهشی عنوان می‌گردد، غالباً بیان‌گر تغییراتی می‌باشد که ناشی از گرایش و تمایل به نوگرایی و تجدیدگرایی است. یکی از مهم‌ترین عواملی که سبب تسریع شکل‌گیری اولین مؤلفه‌های نوسازی در ایران شد، ورود رسانه‌ها مخصوصاً رسانه‌های ارتباطی مجازی بوده است. می‌توان گفت، اینترنت اولین حوزه عمومی مهم برای جامعه ایران می‌باشد؛ این حوزه عمومی در معنای «هابرماسی»^{۱۲} آن نمی‌باشد؛ بلکه در معنای عرصه و میدانی برای شکل‌گیری و گسترش روابط و مناسبات کنش‌گران با هم‌دیگر می‌باشد (گل‌گل، ۱۳۹۴: ۷۵). همه وسایل ارتباطی در واقع زیرمجموعه مفهومی، تحت عنوان «رسانه»^{۱۳} می‌باشند؛ رسانه به‌عنوان یک وسیله‌ای حامل پیام از فرستنده به گیرنده می‌باشد. روزنامه، مجله، کتاب، عکس، فیلم، نوار صوتی و تصویری، رادیو، تلویزیون و ماهواره نمونه‌های از رسانه می‌باشند (ریدوت و همکاران^{۱۴}، ۲۰۱۰: ۴۵). رسانه، همواره به‌عنوان یک ابزار نمی‌باشد؛ گاهی رسانه به‌زعم «مک لوهان»^{۱۵}، بالاتر از ابزار و نوعی پیام می‌باشد. با ورود اینترنت، رسانه‌ها تا جایی پیش رفته‌اند که در یک مکان همه موارد ذکر شده فوق را هم می‌توان دید و هم لمس کرد (آیو و همکاران^{۱۶}، ۲۰۱۵؛ به نقل از: معینی و شکرپیگی، ۱۳۸۸: ۱۳۸). با توجه به رشد و توسعه شبکه‌های اجتماعی مجازی و استفاده روزافزون از این ابزار نوین، شاهد شکل‌گیری عناصر فرهنگی و روانی تازه‌ای در بین افراد و حریم شخصی آن‌ها هستیم که این امر، به نوبه خود باعث پیدایش سلیقه‌ها^{۱۷}، نگرش‌ها و باورهای^{۱۸} گوناگونی در افراد شده است. این تغییرات در زمینه اجتماعی و روانی کنش‌گران رخ داده است. در زمینه اجتماعی، چگونگی کیفیت تأثیر اجتماعی و سازگاری اجتماعی افراد با دیگران و در زمینه روانی، مواردی چون: نیت^{۱۹} استفاده افراد، نوع نگرش، مفید بودن^{۲۰}، سهولت^{۲۱} و لذت^{۲۲} استفاده از این شبکه‌ها را می‌توان نام برد.

گسترش شبکه‌های اجتماعی مجازی نوین، فضای مناسبی برای بیان هویت گروه‌های پراکنده فراهم آورده است. امروزه این اجتماعات این امکان را یافته‌اند که به مدد ارتباطات، هویت جمعی خود را به نوعی تقویت کنند. این امر به خصوص در کشور ما که دارای وسعت سرزمینی فراوان و تنوع قومیتی گوناگون است، می‌تواند مورد توجه قرار گیرد تا از طریق این شبکه‌های اجتماعی مجازی، امکان تبادل فرهنگی میسرتر گردد (واحدی فرد، ۱۳۹۴: ۳۲).

مشارکت فعال جوانان در رفتارهای اجتماعی و شهروندی به‌عنوان یکی از شاخص‌های توسعه جوانان در نظر گرفته می‌شود و ارتقاء سلامت آن‌ها یکی از اهداف اصلی در سیاست‌های کلی سلامت در کشورهای مختلف است (کیکوگانی^{۲۳} و همکاران، ۲۰۱۱: ۹۹). در میان اقشار جامعه، دانشجویان هر جامعه دسترنج معنوی و انسانی آن جامعه بوده و از سرنوشت‌سازان فردای کشور خویش هستند و توجه به وضعیت سلامت جسمی و روانی، اجتماعی، فرهنگی آنان موجب فراهم آوردن زمینه لازم برای تحقق یک زندگی پویا و سالم در جامعه برای سال‌های آینده خواهد شد (مهری و همکاران، ۲۰۱۲: ۲۹۹). تجهیز دانشجویان به سلامت اجتماعی باعث ایمنی آن‌ها در برابر مشکلات می‌شود و آنان به راحتی می‌توانند با شرایط متغیر زندگی و رو به تکامل فناوری، با شیوه‌هایی که خانواده و جامعه آنان را مثبت

می‌داند، انطباق‌یابند و نقشی مفید در جامعه داشته باشند (شربتیان، ۲۰۱۲: ۱۵۲). بر این اساس سلامت قشر دانشجوی بسیار حائز اهمیت است (انصاری و همکاران، ۲۰۱۰: ۲۹۸).

در این تحقیق، محققین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در شکل‌گیری مؤلفه‌های نوسازی فرهنگی و روانی، در دانشجویان دانشگاه پیام نور استان گلستان را مورد بررسی قرار می‌دهند. به نظر می‌رسد با استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تأثیرات اجتماعی و روانی این شبکه‌ها، ما شاهد شکل‌گیری جریان‌اتی از نوین شدن جامعه و اشاعه ارزش‌های نو هستیم. در پژوهش حاضر، مسئله تغییرات جاری در دانشجویان در دانشگاه پیام نور مدنظر است. انتخاب دانشجویان به عنوان جامعه آماری پژوهش به چند دلیل است: ترکیب خاص جمعیتی این دانشگاه که تقاطعی از انواع جمعیت‌ها با سنین متفاوت و فرهنگ‌های مختلف است و میدان مناسبی را برای انجام مطالعه یاد شده فراهم می‌آورد؛ سوابق تحقیقاتی محققین در دانشگاه، آشنایی نسبی با شرایط اجتماعی و فرهنگی حاکم بر دانشجویان. از سوی دیگر نگاه به برنامه‌های نهادهای فرهنگی در دانشگاه مورد مطالعه، بیان‌گر آن است مدیریت تغییرات فرهنگی و روانی بالأخص در دانشجویان یکی از وظایف مدیران بخش‌های فرهنگی دانشگاه می‌باشد. **پرسش‌های پژوهش:** با توجه به مطالب ذکر شده، موضوع اصلی پژوهش این است که، آیا بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و شکل‌گیری مؤلفه‌های نوسازی (فرهنگی و روانی) دانشجویان پیام نور استان گلستان رابطه معنادار وجود دارد؟

۲. پیشینه پژوهش

کار پژوهشی دقیقاً تحت این عنوان در جامعه دانشجویی انجام نشده است و به نوعی یک کار جدید و بدیع می‌باشد. تحقیقاتی که در داخل و خارج از کشور به طور اخص در مورد مؤلفه‌های نوسازی فرهنگی، روانی و شبکه‌های اجتماعی مجازی پرداخته باشند، تا جایی که محققان مطالعه کرده‌اند و مطلع هستند، وجود نداشت. اکثر تحقیقاتی صورت گرفته، این متغیرها را با ابعاد و مؤلفه‌های مرتبط و یا هر مؤلفه را به صورت مجزا مورد بررسی قرار داده‌اند؛ بنابراین به مطالعه آن دسته از دستاوردهای پژوهشی پرداخته شد که به نوعی با متغیر وابسته (مؤلفه‌های نوسازی فرهنگی و روانی) این پژوهش نزدیکی و قرابت داشتند، که خلاصه مهم‌ترین آن‌ها در ادامه ذکر شده است.

«خسروی» و «قربانی» (۱۴۰۲) در تحقیقی تحت عنوان «تحلیل جامعه‌شناختی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در شکل‌گیری مؤلفه‌های نوسازی اجتماعی در بین دانشجویان (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه پیام نور استان گلستان)» به این نتیجه رسیدند که: استفاده بیشتر از شبکه‌های اجتماعی توسط دانشجویان شکل‌گیری مؤلفه‌های نوسازی اجتماعی را (عام‌گرایی، فردگرایی، بی‌طرفی عاطفی و تفکیک) در آن‌ها بیشتر کرده است.

«محبی» و «کیا» (۱۳۹۹) در تحقیقی تحت عنوان «شبکه‌های اجتماعی و تغییرات فرهنگی بین دانشجویان دانشگاه‌های تهران؛ بر پایه ارزش‌های مادی و فرامادی اینگلههارت»؛ ۵۳٪ دانشجویان به ارزش‌های فرامادی توجه دارند. یافته‌های تحلیل محتوا نیز نشان داد که حدود ۵۴٪ پیام‌های تولیدشده در سه شبکه اجتماعی توئیتر، تلگرام و اینستاگرام دارای ارزش فرامادی هستند.

«مرادی» و «محمدی‌فر» (۱۳۹۹) پژوهشی تحت عنوان «نقش شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری هراس اجتماعی و تغییر سبک زندگی ناشی از ویروس کرونا (مطالعه موردی شهر کرمانشاه)» انجام دادند؛ در نتایج پژوهش بیان کردند: شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری هراس اجتماعی دارای تأثیر معنادار ولی با تغییر سبک زندگی ارتباط غیرمعنادار دارد.

«فرقانی» و «مهاجری» (۱۳۹۷) پژوهشی تحت عنوان «رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییر در سبک زندگی جوانان» انجام دادند؛ در نتایج پژوهش بیان کردند: بین مؤلفه‌های سبک زندگی با میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه رابطه وجود دارد، به طوری که با افزایش ساعات استفاده از این شبکه‌ها تغییر در هر یک از مؤلفه‌های سبک زندگی نیز بیشتر می‌شود.

«طالب‌پور» و همکاران (۱۳۹۷) پژوهشی تحت عنوان «تأثیر استفاده غیرمعارف و بی‌رویه از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر گرایش جوانان به ناهنجاری‌های اجتماعی (مورد مطالعه کرمانشاه)» انجام دادند؛ نتایج پژوهش نشان داد ناهنجاری‌های اجتماعی؛ مدگرایی، انحراف جنسی، تنش خانوادگی، کم‌رنگ شدن ارزش‌های دینی، بحران هویت، دوستی آسیب‌پذیر و انزوا و تنهایی متأثر از شبکه‌های اجتماعی مجازی، در حد متوسط و بالاتر در بین پاسخ‌گویان وجود دارد.

«محمدی» و همکاران (۱۳۹۵)؛ صادقی و عامری (۱۳۹۵)؛ «شکاری‌نمین» و «حاجیانی» (۱۳۹۳)؛ «موسوی» و همکاران (۱۳۹۳)؛ «ماهری‌جویی» و همکاران (۱۳۹۳)؛ «بشیر» و «افراسیابی» (۱۳۹۱) به نقل از: «طالب‌پور» و همکاران (۱۳۹۷)؛ «ناجی» و «شاهنوی» (۱۳۹۱) تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی را بر روی زندگی افراد مورد بررسی قرار داده‌اند. در همه این تحقیقات، شبکه‌های مجازی در حال ایجاد تغییرات اساسی در سبک زندگی جوانان می‌باشند؛ هم‌چنین در خارج از کشور «چو» و «لیم» (۲۰۱۰)؛ «تیلر» (۲۰۱۲)؛ «چن» و «کو» (۲۰۱۷)؛ «والمن» و همکاران (۲۰۰۱)؛ «پیتز» (۲۰۰۷)؛ «کارتیزو»، (۲۰۰۴)؛ «والمن» (۱۹۹۹)؛ نتایج نشان داد استفاده از رسانه‌های اجتماعی توسط دانشجویان تأثیر قابل توجهی در سبک زندگی دارد.

«اینکلس» (۲۰۲۲) در کتاب بوم‌شناسی، منابع جهانی و کیفیت زندگی اجتماعی، در فصل صنعتی‌شدن، مدرنیزاسیون و کیفیت زندگی به بررسی رابطه صنعتی‌شدن، نوسازی و کیفیت زندگی می‌پردازد. این فصل درک مشترکی از معنای این اصطلاحات، از جمله خود اصطلاح «رابطه» را ارائه می‌دهد. شاخص‌های بالقوه صنعتی‌شدن و نوسازی یک ملت متعدد هستند، اما هم‌چنین بسیار منسجم هستند. شاخص‌های عینی شرایط اجتماعی-فرهنگی و اجتماعی-سیاسی کمتر از تنوع فیزیکی و مادی به صورت سیستماتیک جمع‌آوری شده‌اند، تا حدودی به این دلیل که اندازه‌گیری آن‌ها دشوارتر است، اما احتمالاً به این دلیل که بسیاری از دولت‌ها دریافته‌اند که آن‌ها مسائل حساس و حتی شرم‌آوری را مطرح می‌کنند. شاخص‌های ذهنی، همان‌طور که از این اصطلاح پیداست، فقط با درخواست از مردم برای ابراز ارزیابی، قضاوت، نظر یا باور در مورد وضعیت خود یا وضعیت دیگران و جهان اطراف‌شان برای ما قابل دسترسی هستند. شاخص‌های اصلی که به طور گسترده با آن‌ها کار شده است، ابراز رضایت شخصی از یک یا چند حوزه زندگی است.

«هاجر» (۲۰۲۲) در کتاب خواننده نوسازی اکولوژیکی، در فصل نوسازی اکولوژیکی به مثابه سیاست فرهنگی اشاره می‌نماید اصلاحات ساختاری زیست‌محیطی توسط شرکت‌ها و صنایع، سازمان‌های دولتی و بین‌دولتی، سازمان‌های غیردولتی (NGO) و دیگران، پدیده‌ای جهانی است و تمرکز این مجموعه بی‌نظیر بر آن است. این مجموعه شامل: مقدمه‌ای جامع و مروری بر نظریه نوسازی بوم‌شناختی؛ مقالات مروری بدیع و به‌روز از محققان برجسته بین‌المللی؛ گزیده‌ای از بهترین آثار و مباحث منتشر شده از ربع قرن پژوهش‌های مرتبط در علوم اجتماعی؛ تأکید بر مسائل زیست‌محیطی در آسیا و سایر اقتصادهای نوظهور؛ و دستور کاری برای ادامه پژوهش، سیاست‌گذاری و عمل است. قابل‌دسترس برای دانشجویان، سیاست‌گذاران، متخصصان، مدیران و سایر علاقه‌مندان به درک عمیق مسائل زیست‌محیطی معاصر و انجام اقدامات مؤثر برای راه‌حل‌های زیست‌محیطی. دقیق و پیچیده برای استفاده در مقاطع تحصیلات تکمیلی و پیشرفته. مناسب برای دوره‌های جامعه‌شناسی، علوم سیاسی، مطالعات سیاست‌گذاری، جغرافیا، مطالعات زیست‌محیطی، برنامه‌ریزی زیست‌محیطی، تجارت، اقتصاد، مطالعات آسیایی، مطالعات توسعه و سایر زمینه‌ها.

«سوروکوفسکی» و همکاران^{۲۴} (۲۰۲۳) در پژوهش‌شان با عنوان «مدرنیزاسیون، جمع‌گرایی و برابری جنسیتی»، تجربیات عاشقانه را در ۴۵ کشور پیش‌بینی می‌کنند، و نتیجه گرفتند: تحقیقات اخیر بین فرهنگی و عصبی-هورمونی نشان داده‌اند که عشق یک پدیده تقریباً جهانی است که پیشینه بیولوژیکی دارد؛ بنابراین، پرسش مهم باقی‌مانده این نیست که آیا عشق در سراسر جهان وجود دارد یا خیر؟ بلکه این است که کدام عوامل فرهنگی، اجتماعی یا محیطی بر تجربیات و ابراز عشق تأثیر می‌گذارند. در این مطالعه، ما بررسی کردیم که آیا شاخص‌های نوسازی کشورها با تجربیات عشق که توسط سه زیرمقیاس (اشتیاق، صمیمیت، و تعهد) از مقیاس عشق مثلثی اندازه‌گیری می‌شوند، مرتبط

هستند یا خیر؟ با تجزیه و تحلیل داده‌های ۹۴۷۴ نفر از ۴۵ کشور، ما روابط را با پیش‌بینی‌کننده‌های سطح کشور، یعنی شاخص‌های نوسازی (یعنی: شاخص توسعه انسانی، شاخص نوسازی جهانی، شاخص نابرابری جنسیتی)، جمع‌گرایی و میانگین دمای سالانه، آزمایش کردیم. ما دریافتیم که میانگین سطح عشق (به‌ویژه صمیمیت) در کشورهایی با شاخص‌های نوسازی بالاتر، جمع‌گرایی و میانگین دمای سالانه بالاتر، بالاتر بود؛ در نتیجه، نتایج ما تا حدودی از این فرضیه پشتیبانی می‌کند که فرآیندهای نوسازی ممکن است بر تجربیات عشق تأثیر بگذارند.

طی تحقیقات انجام شده، جوانان بیشترین تجربه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی را دارند و در طول روز ساعات زیادی را صرف استفاده از این شبکه‌های می‌کنند (ن.ک. به: افراسیابی، ۱۳۹۲؛ خدایار و همکاران، ۱۳۹۳؛ ودودی و دلاور، ۱۳۹۴). محققانی چون: «فاضلی» (۱۳۹۳) و عاملی و حسنی (۱۳۹۱) نیز نشان می‌دهند شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر اینترنت در به چالش کشاندن ارزش‌های جامعه نقش مهمی دارند؛ در واقع، نتایج اکثر تحقیقات پیشین، نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی را بر روی عواملی به غیر از نوسازی فرهنگی و روانی نشان داده است و همان‌طور که شاهد هستیم، موضوع نوسازی فرهنگی و روانی به صورت کلی به‌گونه‌ای مغفول مانده و کمتر توجهی در تحقیقات داخلی و خارجی به این موضوع شده است؛ بنابراین مهم‌ترین دلیلی که باعث شد محققان به انتخاب و مطالعه این پژوهش بپردازند، اول بی‌توجهی اکثریت تحقیقات قبلی به ابعاد نوسازی و خصوصاً یکی از مؤلفه‌های اصلی آن، یعنی «نوسازی فرهنگی و روانی»، و دوم عدم توجه به ابعاد شبکه‌های اجتماعی مجازی بوده است.

۳. چارچوب نظری

در تبیین جامعه‌شناختی، شکل‌گیری مؤلفه‌های نوسازی فرهنگی و روانی با تکیه بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و بر پایه نظریه «والتر بنیامین»^{۲۵} و بر مبنای مدل ارتباطی اقناع رسانه‌ای^{۲۶} «موریس روزنبرگ»^{۲۷} و «کارل هاوُلند»^{۲۸} سه رویکرد را مدنظر قرار می‌دهند.

(۱) رویکرد مطالعات فرهنگی^{۲۹}: با توجه به این رویکرد، شیوه گذران اوقات فراغت دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی مجازی، مبتنی بر طیف مختلفی از حالت‌های گذران اوقات فراغت خارج از خانه، مانند: مراکز خرید، پاساژها، سوپرمارکت‌ها، فروشگاه‌های بزرگ، دست‌فروشی‌های سیار، پارک‌ها، ورزشگاه‌ها، سینماها، مسافرت و نظایر آن، می‌باشد که هر یک از این سبک‌های فراغتی، انواع متفاوتی از تجربه گذران اوقات فراغت و معرفت آن را در مقایسه با تجربه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، به دانشجویان تلقین و عرضه می‌کنند (ویرجلی^{۳۰}، ۱۹۹۱: ۱۵۴۴-۱۵۳۷؛ ویرجلی و لو، ۱۹۹۶: ۳۵۴). از دیدگاه فرآیند نوسازی، گروهی از جوانان به‌هنگام استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به دنبال چیزهایی می‌گردند که از این طریق هویت‌شان را تعریف کنند (چینی^{۳۱}، ۱۹۹۶: ۲۷؛ شیلدز^{۳۲}، ۱۹۹۲: ۵۵)؛ از این رو، شکل‌گیری اولین مؤلفه‌های الگوی فرهنگی و روانی گروه‌های اجتماعی با تأکید بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، براساس نشانه‌ها، بازنمایی‌ها و رسانه‌ها به گسترش اختیار جوانان در انتخاب سبک فراغتی رسانه‌محور منجر می‌شود (میلر^{۳۳} و همکاران، ۱۹۹۸: ۳۹). از دیدگاه مناسبات جنسیتی، با توجه به کارگیری روش‌های جدید بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی مجازی که معانی ضمنی را به بدن‌های زنان و جوانان می‌دهد، یعنی وضعیتی که در آن لذت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی برای زنان مطرح می‌گردد؛ جنبه‌ای مهم در شکل‌گیری تغییر فرهنگی و روانی از نوع مصرف جنسیتی محسوب می‌شوند. لذا این مهم از منظرهای متفاوتی قابل تبیین می‌باشد؛ به‌طورمثال، لذت بردن از خود، استقلال در انتخاب کالاها، نوعی نشاط و تفریح، شکلی از بازی اجتماعی، مبتنی بر قاعده بودن با دیگران، خرید لذت‌بخش در فضای اجتماعی ناهمگن، مدیریت پنهان مناسبات جنسیتی، شیوه‌ای برای نگرستن زن و مرد به یک‌دیگر و نظایر آن (استوری^{۳۴}، ۱۹۹۹: ۱۳؛ ریگی^{۳۵}، ۱۹۹۳: ۱۹)؛ بنابراین، اگرچه خرید و مصرف، فعالیتی زنانه تصور می‌شود، اما امروزه دانشجویان نیز به‌عنوان مصرف‌گرایان غیرعاطفی، به اندازه زنان به‌عنوان مصرف‌گرایان تفریحی، در فرآیند شکل‌دهی فرهنگی و روانی رسانه‌محور درگیر شده‌اند و این درگیری دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی مجازی منجر به بروز شکل‌گیری ابعادی از تغییرات فرهنگی و روانی در افراد شده است (مورت^{۳۶}، ۱۹۹۶: ۴۱). از دیدگاه

فعالیت بازاندیشانه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، با توجه به دگرگونی ساختاری جامعه از جامعه تولیدی به جامعه مصرفی، گذران اوقات فراغت در شبکه‌های اجتماعی مجازی به معنای درگرفتن نوعی گفت‌وگو بین دانشجویان با دیگر گروه‌های اجتماعی به عنوان منبع فرهنگ‌ساز و هویت‌ساز در پهنه وسیعی از روابط روانی و فرهنگی جوانان در نظر گرفته می‌شود (فالك و کمپیل^{۳۷}، ۱۹۹۷: ۵۰)؛ بنابراین، رفتار مصرفی به عنوان کنشی عقلانی و منسجم، ملهم از ملاحظات فرهنگی و روانی است و این‌گونه سبک فراغتی رسانه‌محور براساس آمیزش تجربه خصوصی و زمینه عمومی، زندگی خصوصی و جنبه‌های اجتماعی، عقلانیت و هوس‌های اجتماعی، فعالیت ضروری و شکل اجتماعی لذت‌بخش، لذت و اضطراب، در کنار هم بودن و احساس بیگانگی، فضایی خصوصی در حوزه عمومی شهری و نظایر آن، پدیده‌های معنادارتر از آن چیزی است که اغلب تصور می‌شوند؛ لذا امروزه پدیده مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی برای فهم و درک سبک فراغتی گروه‌های مختلف جوانان در جامعه مدرن ضروری می‌باشد (دگلاس^{۳۸}، ۱۹۹۷: ۶۱؛ اباذری و کاظمی، ۱۳۸۴: ۱۸۷-۱۸۲).

۲) رویکرد روان‌شناختی اجتماعی^{۳۹}: با توجه به این رویکرد، سبک فراغتی رسانه‌محور دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی مجازی، براساس رویکردی انتقادی طبق تئوری «جرج لوکاج^{۴۰}»، «والتر بنیامین»، «تئودور آدورنو^{۴۱}»، «ژان بودریار^{۴۲}»، «مایکل میلر^{۴۳}» و همکاران، خرید و مصرف به عنوان اولین و آخرین نشانه گسترش سپهر کالایی درون زندگی روزمره، شکلی از اغوا و فریب محاسبات کالایی برمبنای تئوری «کارل مارکس^{۴۴}» در راستای «بت‌وارگی کالائی^{۴۵}» در جامعه سرمایه‌داری و تقلیل انسان در حد اشیاء می‌باشد. این مهم در قالب میزان گیرندگی پیام برمبنای تقلید و یادگیری، تجربه پیشین و مصرف‌گرایی، در بین دانشجویان درک و تبیین می‌گردد؛ یعنی هر دانشجو به خودی خود به عنوان یک پیام تبلیغاتی در صحنه نمایش تلقی می‌گردد (میلر و همکاران، ۱۹۹۸: ۲۹). براساس رویکردی سازه‌ای، شبکه‌های اجتماعی مجازی هم‌چون مراکز خرید در بین گروه‌های اجتماعی به عنوان معابدی رؤیایی و خیالی فرهنگ مصرفی می‌تواند درکی عمیق از زوایای سبک زندگی دانشجویان را به عنوان گروه خریداران مصرف‌کننده ارائه دهد (بنیامین^{۴۶}، ۱۹۷۳: ۳۳؛ فدرستون^{۴۷}، ۱۳۸۰: ۱۹۹)؛ به عبارت دیگر، در نظام سرمایه‌داری، این ایماژهای آرزویی و غیردیالکتیکی به واسطه ادعاهای کاذب شبکه‌های اجتماعی مجازی برای ترغیب گروه‌های اجتماعی به خرید و مصرف، و جست‌وجوی صحنه‌های نمایشی کالاها در شبکه‌های اجتماعی مجازی خرید آنلاین، به طور محسوسی کالاشدگی، یعنی پرستش کالاها را به عنوان بت در حضور بی‌واسطه خود به تصاویر جادویی و صحنه اوهام و تخیلات سبک فراغتی رسانه‌محور برای گروه خریداران جوان بدل کرده‌اند (فالك و کمپیل، ۱۹۹۷: ۵۲؛ اباذری و کاظمی، ۱۳۸۴: ۱۸۲-۱۷۴).

۳) رویکرد جامعه‌شناختی^{۴۸}: «هارولد لاسول^{۴۹}» و «چارلز رایت^{۵۰}»، طبق نظریه «متقاعدسازی^{۵۱}»، شبکه‌های اجتماعی مجازی دو کارکرد مهم دارند: (۱) کارکرد نظارت بر محیط، (۲) کارکرد گزینش و تفسیر اطلاعات در محیط (مک‌کوئیل^{۵۲}، ۱۳۸۲: ۱۰۸)؛ لذا شبکه‌های اجتماعی مجازی اغلب شامل انتقادات و تجویزهایی برای چگونگی و منش جوانان نسبت به گزینش پیام‌ها می‌باشند. با عنایت به این کارکردها، شبکه‌های اجتماعی مجازی با استمرار اجتماعی شدن و نمایش و عرضه جامعه‌ای که جوانان می‌خواهند خود را با آن هم‌هویت ساخته و معرفی کنند، می‌توانند احساس از خودبیگانگی یا احساس بی‌ریشه بودن آنان را کاهش دهند (سورین^{۵۳} و تانکارد^{۵۴}، ۱۳۸۷: ۴۵۲). به نظر می‌رسد جوانان در گزینش شبکه‌های اجتماعی مجازی بسیار با احتیاط عمل می‌کنند (مک‌کوئیل، ۱۳۸۲: ۱۱۲). به قول «هارولد لاسول» به نظر می‌رسد در برخی از شبکه‌های اجتماعی مجازی کار گزینش دشوار نیست؛ درواقع، این دروازه بانان خبری^{۵۵} در تلاش‌اند هرگونه پیامی را با توجه به تعدد وظایف، تنوع کارها و سرعت عملکرد آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی مجازی پردازش کنند.

چارچوب نظری حاضر با رویکردی تلفیقی و مبتنی بر سیر منطقی طراحی شده است؛ رویکرد مطالعات فرهنگی با محوریت نظریات بنیامین (مانند: کالایی‌شدن و تغییر تجربه اوقات فراغت)، چگونگی شکل‌گیری مؤلفه‌های نوسازی فرهنگی-روانی (مانند: هویت‌یابی و تغییر مناسبات جنسیتی) را در بستر شبکه‌های اجتماعی تبیین می‌کند؛ سپس، رویکرد روان‌شناختی-اجتماعی با استفاده از آرای لوکاج و مارکس (بت‌وارگی کالا) و بودریار (ایماژهای آرزویی)،

سازوکارهای روانی اقناع و درونی‌سازی این مؤلفه‌ها را براساس مدل روزنبرگ و هاوُلند تحلیل می‌کند؛ درنهایت، رویکرد جامعه‌شناختی با تکیه بر نظریهٔ ورث (زندگی شهری) و لاسول (کارکردهای رسانه)، انواع الگوهای مصرف و سبک فراغت رسانه‌محور را به‌عنوان نموده‌های عینی نوسازی دسته‌بندی می‌کند؛ بنابراین، این چارچوب به‌صورت زنجیره‌واری از کلان (فرهنگ) به خُرد (روان) و سپس به پیامدهای عینی (جامعه)، نحوهٔ استفاده از نظریات برای تبیین رابطهٔ شبکه‌های اجتماعی و نوسازی را نشان می‌دهد.

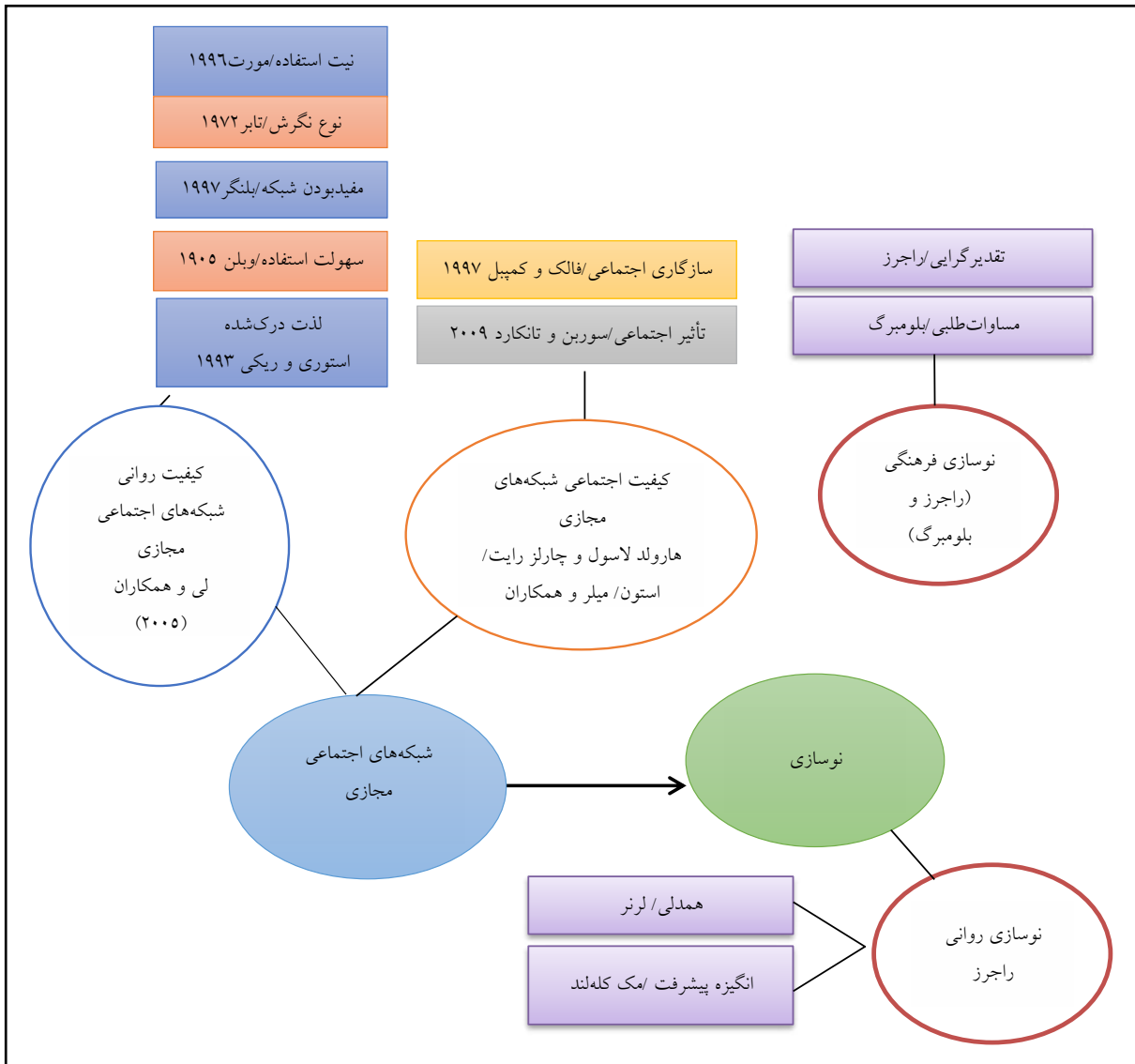
۴. تعاریف نظری و عملیاتی متغیرهای پژوهش

متغیر مستقل پژوهش حاضر، رشد استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌باشد؛ شبکه‌های اجتماعی مجازی^{۵۶}، ساختاری اجتماعی است و از گره‌هایی، که عموماً فردی یا سازمانی هستند، تشکیل شده است که توسط یک یا چند نوع خاص از وابستگی، مانند: ایده‌ها و تبادلات مالی، دوست‌ها، خویشاوندی، لینک‌های وب، سرایت بیماری‌ها (اپیدمولوژی) به هم متصل هستند (شهابی و قدسی، ۱۳۹۱: ۷۴). در این پژوهش، شبکه‌های اجتماعی مجازی شامل: تلگرام، اینستاگرام، فیسبوک و... مدنظر است. شبکه‌های اجتماعی مجازی، رسانه‌هایی برای برقراری تعامل اجتماعی مبتنی بر وب و راهی ارزان و قابل دسترسی برای انتشار اطلاعات از سوی عموم کاربران می‌باشند (خانیک و بابایی، ۱۳۹۰: ۷۴) که به‌صورت زیر سنجیده شده است.

۱. **رشد شبکه‌های اجتماعی مجازی از منظر کیفیت اجتماعی**^{۵۷}: منظور از کیفیت در اینجا اشاره به حالات جمعی ایجادشده در اجتماع و به دور از کمیت و میزان یا تعداد عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌باشد. در این متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی از نظر تأثیر در جامعه براساس دو بُعد تأثیر اجتماعی و سازگاری در افراد، با گویه‌هایی براساس طیف لیکرت و در پنج طبقهٔ کاملاً موافقم، موافقم، نظری ندارم، مخالفم و کاملاً مخالفم مورد سنجش قرار گرفته است.

۲. **رشد شبکه‌های اجتماعی مجازی از منظر کیفیت روانی**^{۵۸}: منظور از کیفیت در اینجا اشاره به شکل‌گیری تغییرات در حالات درونی هر فرد که به دور از اجتماع و نگاه کمی‌گرایی باشد. در این متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی براساس احساسات درونی افراد در پنج مؤلفه: نیت استفاده، نگرش به شبکه‌ها، مفید بودن، سهولت استفاده و لذت درک شده، با گویه‌هایی براساس طیف لیکرت و در پنج طبقهٔ کاملاً موافقم، موافقم، نظری ندارم، مخالفم و کاملاً مخالفم مورد سنجش قرار گرفته است.

در تحقیق حاضر، متغیر وابسته، نوسازی^{۵۹} می‌باشد. درنظر «ویلبرت مور»^{۶۰}، «مفهوم نوسازی بر دگرگونی کامل جامعهٔ سنتی یا ماقبل مدرن، با انواع تکنولوژی و سازمان اجتماعی مربوط به آن که از ویژگی‌های یک اقتصاد پیشرفته و ثروتمند و از لحاظ سیاسی دارای ثبات، نظیر اقتصاد کشورهای پیشرفتهٔ دنیای غرب، دلالت دارد.» «سرپل بلک» نیز نوسازی را فرآیندی تاریخی می‌بیند که طی آن به سرعت نهادها، کارکردهای متنوع و متغیری را به‌واسطهٔ افزایش بی‌سابقهٔ شناخت انسان و کنترل بر نیروهای طبیعت که همراه با انقلاب علمی است می‌پذیرند. با دید جامعه‌شناختی «ماکس وبر»^{۶۱} نیز، نوسازی با فرآیند عقلانیت و عقلانی شدن جوامع ارتباط تنگاتنگی پیدا می‌کند؛ چراکه در این دیدگاه، نوسازی حاصل عقلانی شدن جوامع انگاشته می‌شود (ازکیا، ۱۳۸۱: ۸۷). نوسازی در این تحقیق با دو بُعد فرهنگی و روانی سنجیده شده است. نوسازی فرهنگی^{۶۲} به فرآیند گسترش یافتن دامنهٔ دانش انسان دربارهٔ محیطش و پراکندگی این دانش در سراسر جامعه از رهگذر افزایش روزافزون سواد، ارتباطات توده‌گیر و آموزش دلالت دارد (زاهدی، ۱۳۸۶: ۲۱). نوسازی فرهنگی در این تحقیق براساس دو مؤلفه تقدیرگرایی^{۶۳} و برابری/مساوات طلبی جنسی^{۶۴} براساس طیف لیکرت و در پنج طبقهٔ کاملاً موافقم، موافقم، نظری ندارم، مخالفم و کاملاً مخالفم مورد سنجش قرار گرفته است. نوسازی روانی^{۶۵} «مفهومی است که به فرآیندهای تغییر^{۶۶} در سطوح ارزش‌ها، سبک‌شناختی^{۶۷}، ویژگی‌های شناختی و غیره اطلاق می‌شود که در سایهٔ تجاربی چون: اقامت در شهر، رفتن به مدرسه، تماس با رسانه‌های جمعی و استخدام در بنگاه‌های مدرن به‌دست می‌آید و خود منجر به رفتارهایی می‌شود که دال بر توسعهٔ اقتصادی و سیاسی^{۶۸} جامعه



نمودار ۱: مدل مفهومی پژوهش (نگارندگان، ۱۴۰۳).
Graph. 1: Conceptual model of research (Authors, 2025).

است» (بنوعزیزی، ۱۳۷۴: ۱۳). نوسازی روانی در این تحقیق براساس دو مؤلفه هم‌دلی^{۶۹} و انگیزه پیشرفت^{۷۰} در قالب طیف پنج گزینه‌ای لیکرت مورد بررسی قرار گرفته است.

۵. روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر روش، توصیفی بوده و با تکنیک پیمایشی انجام شده است؛ هم‌چنین از حیث هدف، مطالعه کاربردی و به لحاظ زمان در زمره تحقیقات مقطعی قرار دارد. جامعه آماری تحقیق را تمامی دانشجویان دوره کارشناسی دانشگاه پیام نور در استان گلستان تشکیل می‌دهند که براساس سال ۱۴۰۲ ه.ش.، تعداد آن‌ها ۶۱۶۸ نفر (۳۹۲۳ خانم و ۲۲۳۶ آقا) به روش نمونه‌گیری کوکران ۴۶۳ نفر به صورت طبقه‌ای نسبتی و تصادفی انتخاب شدند.

که در آن $P_n = \frac{N.t^2.p.q}{N.d^2 + t^2.p.q}$ احتمال وجود صفت ۰/۵ و q عدم وجود صفت ۰/۵ در نظر گرفته شده است.

برای انتخاب نمونه‌ها از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای، استفاده شده است؛ طبقات نمونه‌گیری از واحدها و مراکز دانشگاه‌های پیام نور استان گلستان و جنسیت دانشجوی (دختر و پسر) هستند که متناسب با توزیع جمعیت آماری نمونه‌ها نیز توزیع شده‌اند. برای گردآوری داده‌ها و اطلاعات از تکنیک پرسش‌نامه و مصاحبه ساخت یافته استفاده شده است. جهت سنجش متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی از پرسش‌نامه استاندارد «لی» (۲۰۰۵) استفاده شد؛ این پرسش‌نامه دارای ۲۱ سؤال است. هدف آن، سنجش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به صورت یک متغیر مستقل در دو مؤلفه کیفیت اجتماعی (شامل: زیرمؤلفه‌های سازگاری و تأثیر اجتماعی) و کیفیت روانی شبکه‌های اجتماعی مجازی (شامل: زیرمؤلفه‌های نیت استفاده، نوع نگرش، مفید بودن شبکه، سهولت استفاده، و لذت درک شده) می‌باشد. دامنه پاسخ در طیف لیکرت از کاملاً مخالف (۱) تا کاملاً موافق (۵) می‌باشد. این پرسش‌نامه در سطح آلفای ۰/۸۴۷ توسط سازنده، اعتباریابی شد. در این پژوهش، فرآیند نوسازی در دو مؤلفه نوسازی فرهنگی (شامل: زیرمؤلفه‌های تقدیرگرایی و مساوات طلبی) و نوسازی روانی (شامل: زیرمؤلفه‌های همدلی و انگیزه پیشرفت) سنجیده شده است؛ برای سنجش این متغیر، از گویه‌های تحقیق: احمدی (۱۳۹۰) و زاهدی و همکاران (۱۳۹۲) در قالب طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای استفاده شده است. پایایی این گویه‌ها براساس تحقیقات زاهدی و همکاران (۱۳۹۲) سنجیده شده است. میزان پایایی کل متغیر نوسازی در تحقیقات احمدی (۱۳۹۰) و زاهدی و همکاران (۱۳۹۲)، مقدار ۰/۹۵ به دست آمده است.

برای سنجش روایی تحقیق از اعتبار صوری استفاده شده است. اعتبار صوری مبتنی بر قضاوت و داوری متخصصان می‌باشد. برای انتخاب بهترین گویه‌های متغیرهای تحقیق، از دیدگاه اساتید، مشاوران و پژوهش‌گران با تجربه در زمینه نوسازی و فضای مجازی استفاده شد. برای تعیین پایایی پرسش‌نامه، پس از توزیع پرسش‌نامه مقدماتی بین تعدادی از نمونه انتخاب شده به صورت تصادفی (تعداد ۳۵ نفر)، از روش آلفای کرونباخ جهت بررسی هم‌سازی درونی متغیرها استفاده شد و میزان آلفای کرونباخ تمامی متغیرها بالاتر از ۰/۷ به دست آمد (ن. ک. به: جدول ۱)

جدول ۱: ضرایب آلفای کرونباخ برای متغیرهای پژوهش (نگارندگان، ۱۴۰۳).

Tab. 1: Cronbach's alpha coefficients for the research variables (Authors, 2025).

میزان آماره	تعداد گویه	مؤلفه	متغیر	
۰/۷۹۱	۳	تأثیر اجتماعی	کیفیت اجتماعی شبکه‌های مجازی	شبکه‌های اجتماعی مجازی مستقل
۰/۸۲۶	۳	سازگاری اجتماعی		
۰/۸۶۹	۴	نیت استفاده	کیفیت روانی شبکه‌های مجازی	
۰/۷۲۸	۴	نوع نگرش		
۰/۸۱۴	۲	مفید بودن درک شده		
۰/۷۰۱	۲	سهولت استفاده درک شده		
۰/۷۵۴	۳	لذت درک شده		
۰/۷۵۱	۳	تقدیرگرایی	نوسازی فرهنگی	
۰/۷۹۴	۴	برابری (مساوات طلبی جنسی)		
۰/۸۰۴	۳	همدلی	نوسازی روانی	
۰/۸۲۱	۳	انگیزه پیشرفت		

یافته‌های توصیفی و استنباطی پژوهش

جدول ۲: توزیع فراوانی پاسخ‌گویان در متغیرهای زمینه‌ای برحسب درصد (نگارندگان، ۱۴۰۳).

Tab. 2: The frequency distribution of respondents in terms of background variables by percentage (Authors, 2025).

سکونت (درصد)		تأهل (درصد)			تحصیلات (درصد)										جنسیت							
روستا	شهر	مطلقه	متاهل	مجرد	پدر					مادر					زن		مرد					
					بی‌سواد	دبلم ناقص	دبلم	فوق دبلم	لیسانس	ارشد	دکتری	بی‌سواد	دبلم ناقص	دبلم	فوق دبلم	لیسانس	ارشد	دکتری	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
۳۶/۷	۶۳/۳	۲/۲	۳۷/۶	۶۰/۳	۱۲/۳	۳۹/۸	۳۹/۷	۴/۵	۹/۵	۲/۲	۲	۳۱/۸	۵۴/۷	۳۲/۷	۱/۵	۶/۳	۱/۱	-	۸۱	۳۷۵	۱۹	۸۸

جدول ۳: شاخص میزان استفاده از فضای مجازی (نگارندگان، ۱۴۰۳).

Tab. 3: The index of virtual space usage (Authors, 2025).

		جنسیت		کل	
		مذکر	مؤنث		
میزان استفاده از فضای مجازی	کم	درصد فراوانی	۲/۳	۴/۳	۳/۹
	متوسط	درصد فراوانی	۳۱/۸	۲۱/۳	۲۳/۳
	زیاد	درصد فراوانی	۶۵/۹	۷۴/۴	۷۲/۸
کل		درصد فراوانی	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

پردازش جدول ۳، نشان می‌دهد بیشترین فراوانی میزان استفاده از فضای مجازی در گروه مردان، ۶۵/۹٪ (۵۸ نفر) قرار دارد و بیشترین فراوانی میزان استفاده از فضای مجازی در گروه زنان، ۷۴/۴٪ (۳۷۵ نفر) قرار دارد.

جدول ۴: شاخص نوسازی (نگارندگان، ۱۴۰۳).

Tab. 4: The index of modernization (Authors, 2025).

	جنسیت			
	مذکر		مؤنث	
	نوسازی فرهنگی	نوسازی روانی	نوسازی فرهنگی	نوسازی روانی
	میانگین	میانگین	میانگین	میانگین
خیلی مخالف	۵/۸۳	۴/۳۳	۶/۶۷	۴/۶۷
مخالف	۹/۷۱	۵/۹۳	۱۰/۱۱	۵/۳۹
نظری ندارم	۱۲/۶۳	۸/۰۶	۱۲/۸۷	۷/۷۶
موافق	۱۵/۶۱	۱۰/۱۷	۱۵/۹۱	۱۰/۰۴
خیلی موافق	۱۷	۱۵	۱۹/۲۵	۱۲/۶۳

در جدول ۴، متغیرهای مربوط به شاخص نوسازی مشاهده می‌شود. بیشترین فراوانی میانگین متغیر نوسازی روانی در زنان به گزینه خیلی موافق با میانگین ۱۲/۶۳ و در گروه مردان به گزینه خیلی موافق با میانگین ۱۵ تعلق دارد؛ هم‌چنین بیشترین فراوانی میانگین متغیر نوسازی فرهنگی در زنان به گزینه خیلی موافق با مقدار ۱۹/۲۵ و در گروه مردان به گزینه خیلی موافق با مقدار ۱۷ تعلق دارد.

۶. تحلیل استنباطی

در پژوهش حاضر، چهار فرضیه اصلی توسط آزمون‌های مختلف آماری مورد بررسی و آزمون قرار خواهد گرفت؛ در فرضیه اول، تأثیر کیفیت اجتماعی استفاده از فضای مجازی بر شکل‌گیری مؤلفه‌های نوسازی فرهنگی در دانشجویان مورد بررسی قرار گرفته است. از آنجا که مقدار سطح معنی‌داری بالاتر از ۰/۰۵ می‌باشد، این فرضیه تأیید نمی‌گردد. با توجه به نتایج آزمون به‌هنگاری داده‌ها (آزمون کولوموگروف - اسمیرنوف^(۷)) و غیرنرمال بودن داده‌ها ($p=0/012$)، برای بررسی فرضیه‌های تحقیق از آزمون هم‌بستگی اسپیرمن استفاده شد.

جدول ۵: کیفیت اجتماعی و روانی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روی شکل‌گیری مؤلفه‌های نوسازی روانی و فرهنگی (نگارندگان، ۱۴۰۳).
Tab. 5: The social and psychological quality of using virtual social networks on the formation of psychological and cultural modernization components (Authors, 2025).

ضریب تعیین	سطح معنی‌داری رابطه	مقدار ضریب اسپیرمن	رابطه بین متغیرها	فرضیه
۰/۰۰۵	۰/۱۲	۰/۰۷۲	کیفیت اجتماعی - نوسازی فرهنگی	اول
۰/۰۱۹	۰/۱۴	۰/۰۹۲	کیفیت اجتماعی - نوسازی روانی	دوم
۰/۴۷	۰/۰۰۰	۰/۶۹۹***	کیفیت روانی - نوسازی فرهنگی	سوم
۰/۵۷	۰/۰۰۰	۰/۷۶۴***	کیفیت روانی - نوسازی روانی	چهارم
***سطح معنی‌داری ۰/۰۱ و کمتر				

بر طبق جدول ۵، در فرضیه اول، میزان ضریب هم‌بستگی و سطح معنی‌داری، بیان‌گر عدم تأثیر کیفیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روی شکل‌گیری مؤلفه‌های نوسازی فرهنگی می‌باشد. در فرضیه دوم، تأثیر کیفیت اجتماعی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر شکل‌گیری مؤلفه‌های نوسازی روانی در دانشجویان مورد بررسی قرار گرفته است. بر طبق جدول ۵، میزان ضریب هم‌بستگی و سطح معنی‌داری ($p=0/14$)، بیان‌گر عدم تأثیر کیفیت اجتماعی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روی شکل‌گیری مؤلفه‌های نوسازی روانی می‌باشد.

در فرضیه سوم، تأثیر کیفیت روانی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر شکل‌گیری مؤلفه‌های نوسازی فرهنگی در دانشجویان مورد بررسی قرار گرفته است. بر طبق جدول ۵، میزان ضریب هم‌بستگی و سطح معنی‌داری، بیان‌گر تأثیر کیفیت روانی استفاده از فضای مجازی بر روی شکل‌گیری مؤلفه‌های نوسازی فرهنگی می‌باشد؛ به‌گونه‌ای که با افزایش کیفیت روانی شبکه‌های اجتماعی مجازی، شکل‌گیری مؤلفه‌های مرتبط با نوسازی فرهنگی، در افراد افزایش پیدا می‌کند (مقدار آماره ۰/۶۹۹). رابطه متغیرها به صورت مستقیم و معنادار می‌باشد؛ بنابراین، فرضیه سوم با اطمینان ۰/۹۹ و سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ تأیید می‌گردد.

در فرضیه چهارم، تأثیر کیفیت روانی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر شکل‌گیری مؤلفه‌های نوسازی روانی در دانشجویان مورد بررسی قرار گرفته است. بر طبق جدول ۵، میزان ضریب هم‌بستگی و سطح معنی‌داری، بیان‌گر تأثیر کیفیت روانی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روی شکل‌گیری مؤلفه‌های نوسازی روانی می‌باشد؛ به‌گونه‌ای که با افزایش کیفیت روانی شبکه‌های اجتماعی مجازی، شکل‌گیری مؤلفه‌های مرتبط

با نوسازی روانی، در افراد افزایش پیدا می‌کند (مقدار آماره ۰/۷۶۴). رابطه متغیرها به صورت مستقیم و معنادار می‌باشد؛ بنابراین فرضیه چهارم، با اطمینان ۰/۹۹ و سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ تأیید می‌گردد. جهت تعیین سهم متغیرهای مستقل در پیش‌بینی متغیر وابسته از تحلیل رگرسیون استفاده می‌شود. در تحلیل رگرسیون هدف پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته با توجه به تغییرات متغیرهای مستقل است. با استفاده از رگرسیون چندمتغیره، محقق می‌تواند رابطه خطی موجود بین مجموعه‌ای از متغیرهای مستقل با یک متغیر وابسته را به شیوه‌ای مطالعه نماید که در آن، روابط موجود فی مابین متغیرهای مستقل نیز مورد ملاحظه قرار گیرد.

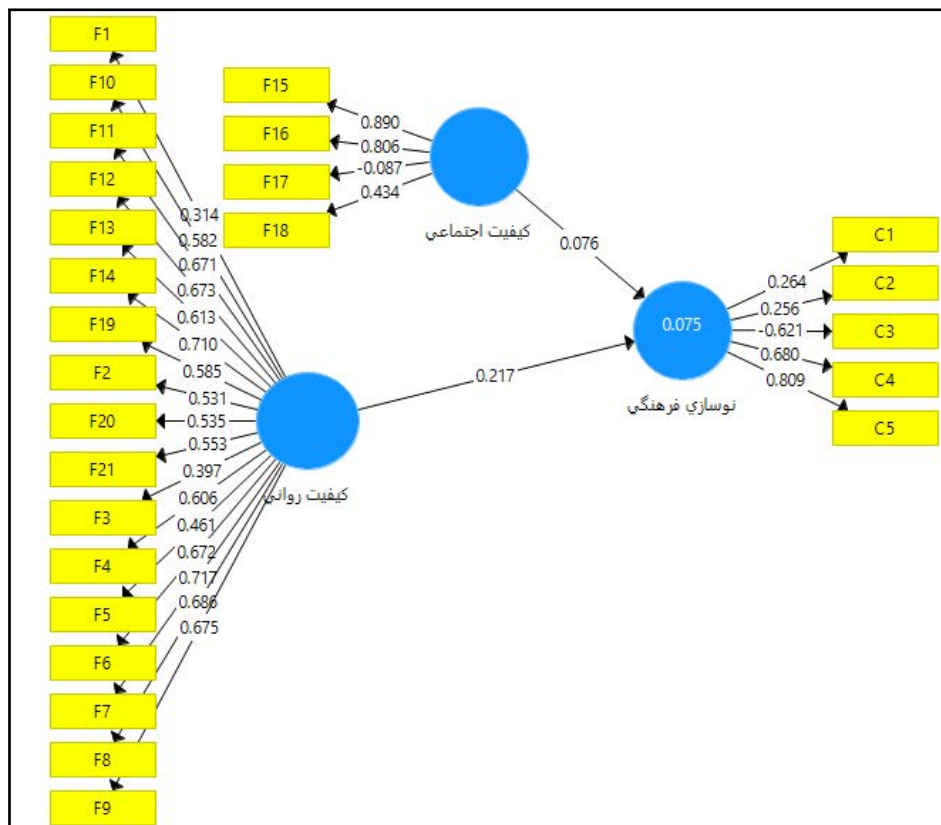
جدول ۶: بررسی برآوردهای استاندارد و غیراستاندارد تأثیر استفاده از فضای مجازی بر شکل‌گیری مؤلفه‌های نوسازی فرهنگی و روانی (نگارندگان، ۱۴۰۳).

Tab. 6: Examining the standardized and non-standardized effects of using virtual space on the formation of cultural and psychological modernization components (Authors, 2025).

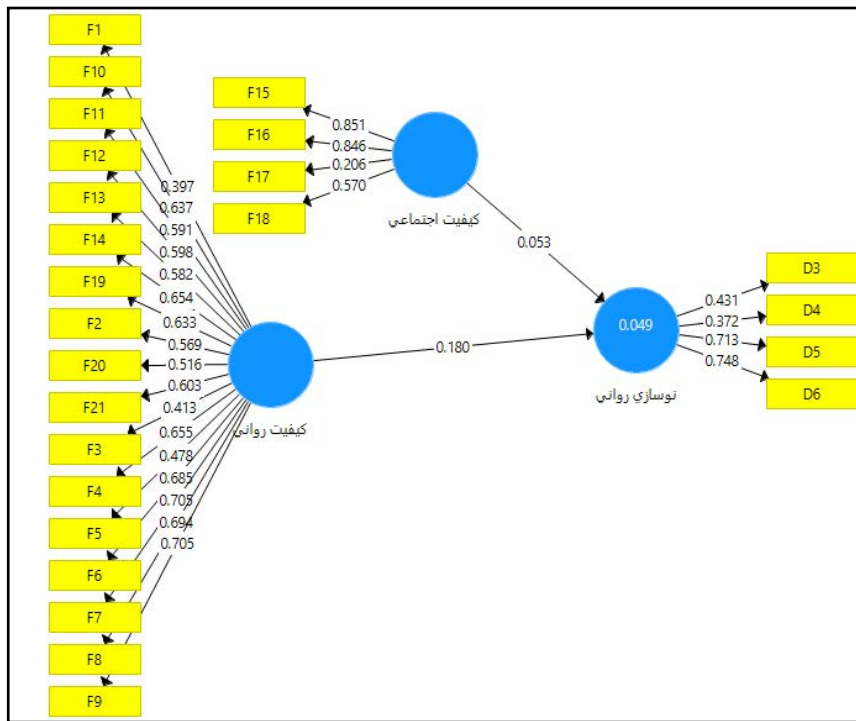
ضریب تعیین تعدیل شده	سطح معنی‌داری	نسبت بحرانی	خطای معیار	ضرایب استاندارد	ضرایب غیر استاندارد	روابط متغیرها
۰/۸۰۱	۰/۰۰۰	۶/۰۵۲	۰/۰۳۳	۰/۱۹۱	۰/۲۰	کیفیت روانی - نوسازی فرهنگی
۰/۸۶۴	۰/۰۰۰	۸/۵۸۹	۰/۰۳۱	۰/۲۲۴	۰/۲۶۶	کیفیت روانی - نوسازی روانی

با توجه به جدول ۶، در رابطه کیفیت روانی-نوسازی فرهنگی، میزان ADJ.R2 (ضریب تعیین تعدیل شده) نشان می‌دهد که مدل مذکور چند درصد از واریانس شکل‌گیری مؤلفه‌های نوسازی فرهنگی و روانی را پیش‌بینی می‌کند. به این معنی که دو زیرمقیاس تأثیر اجتماعی و سازگاری اجتماعی ۸۰٪ از واریانس نوسازی فرهنگی (تقدیرگرایی و مساوات‌طلبی) را پیش‌بینی می‌کند؛ زیرا میزان ADJ.R2 برابر با ۰/۸۰ می‌باشد که در صورتی که این مقدار در ۱۰۰ ضرب شود برابر با ۸۰٪ خواهد شد. این مقدار در رابطه کیفیت روانی-نوسازی روانی برابر با ۰/۸۶۴ می‌باشد. به این معنی که پنج زیرمقیاس: نیت استفاده، نوع نگرش، مفید بودن، سهولت استفاده و لذت استفاده جمعاً ۸۶٪ از تغییرات واریانس نوسازی روانی (هم‌دلی و انگیزه پیشرفت) را پیش‌بینی می‌کند. شاخص بعدی میزان ضریب استاندارد (Beta) هر متغیر است. همان‌گونه که از مقادیر P-Value هر یک از متغیرها دیده می‌شود، دو مقیاس کیفیت اجتماعی و کیفیت روانی شبکه‌ها هستند که به صورت معناداری، شکل‌گیری مؤلفه‌های نوسازی فرهنگی و روانی را پیش‌بینی می‌کنند. در تفسیر این یافته‌ها این‌گونه مطرح می‌شود که با افزایش یک انحراف استاندارد در نمره کیفیت اجتماعی شبکه‌های مجازی، نمره شکل‌گیری مؤلفه‌های نوسازی فرهنگی ۰/۸۹ انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت؛ هم‌چنین با افزایش یک انحراف استاندارد در نمره کیفیت روانی شبکه‌های اجتماعی مجازی، نمره شکل‌گیری مؤلفه‌های نوسازی روانی ۰/۲۲ انحراف استاندارد بیشتر خواهد شد. براساس نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف، سطح معناداری برای کلیه متغیرها، کوچک‌تر از سطح آزمون ۰/۰۵ بود؛ در نتیجه، توزیع داده‌ها نرمال نمی‌باشد؛ لذا از مدل‌یابی معادلات ساختاری در نرم‌افزار PLS استفاده شد که برای تحلیل داده‌های غیرنرمال مناسب است. برای تعیین پایایی سازه‌ها از روش پایایی مرکب (CR) استفاده شد. در صورتی که مقدار CR بزرگ‌تر از ۰/۷ باشد، پایایی قابل‌قبولی را نشان می‌دهد و هرچه این مقدار به یک نزدیک‌تر باشد، پایایی آن سازه بیشتر خواهد بود. ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی تمامی متغیرها در این تحقیق از حداقل مقدار ۰/۷ بیشتر است. علاوه بر بررسی روایی پرسش‌نامه به صورت محتوایی با استفاده از نظرات چند تن از استادان علوم اجتماعی و توسعه، روایی هم‌گرا و واگرا نیز با استفاده از مدل معادلات ساختاری PLS بررسی شد (نمودار ۲).

برای بررسی برازش مدل ساختاری تحقیق، از چندین معیار استفاده می‌شود که اولین و اساسی‌ترین معیار، ضرایب معناداری یا همان مقادیر T-value است (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲: ۴۸). برازش مدل ساختاری با استفاده از ضرایب تی (T) به این صورت است که این ضرایب باید از ۱/۹۶ بیشتر باشد تا بتوان در سطح اطمینان ۹۵٪، معنادار بودن آن‌ها را تأیید کرد. برای بررسی برازش کلی مدل، از فرمول «وتزلس»^{۲۲} و همکاران (۲۰۰۹) استفاده شد. بر این اساس، سه مقدار، ۰/۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برازش مدل‌اند؛ لذا با توجه به فرمول، عدد ۰/۴۷ حاصل شد که نشان‌گر برازش خوب مدل است. برازش کلی مدل از طریق معیار GOF که شاخصی برای بررسی برازش مدل جهت پیش‌بینی متغیرهای درون‌زا می‌باشد، استفاده می‌شود؛ که مقدار آن بین صفر تا یک قرار دارد؛ و مقادیر نزدیک به یک نشان‌گر کیفیت مناسب مدل هستند؛ و توانایی پیش‌بینی کلی مدل را مورد بررسی قرار می‌دهد؛ و مدل آزمون‌شده پیش‌بینی متغیرهای مکنون درون‌زا را دارد. این معیار از طریق رابطه پیش‌رو محاسبه می‌شود: $Gof = \sqrt{\text{Radical } \text{communalities} \times R^2}$ به طوری که Communalities نشانه میانگین مقادیر اشتراکی هر سازه هست و R^2 نیز مقدار میانگین مقادیر R Squares سازه‌های درون‌زای مدل است. با توجه به خروجی مدل، کیفیت روانی استفاده از فضای مجازی با ضریب مسیر ۰/۲۱۷ و ضریب معناداری ۲/۸۶۳، بر شکل‌گیری مؤلفه‌های نوسازی فرهنگی مؤثر بوده است. کیفیت روانی استفاده از فضای مجازی با ضرایب مسیر ۰/۱۸۰ و ضریب معناداری ۲/۴۵۴ بر شکل‌گیری مؤلفه‌های نوسازی روانی افراد مؤثر بوده است؛ هم‌چنین با توجه به قابل قبول نبودن مقادیر ضریب مسیر و بار عاملی، سایر فرضیه‌ها (تأثیر کیفیت اجتماعی فضای مجازی و نوسازی فرهنگی؛ تأثیر کیفیت اجتماعی فضای مجازی و نوسازی روانی) تأیید نشد (ن. ک. به: نمودارهای ۱ و ۲).

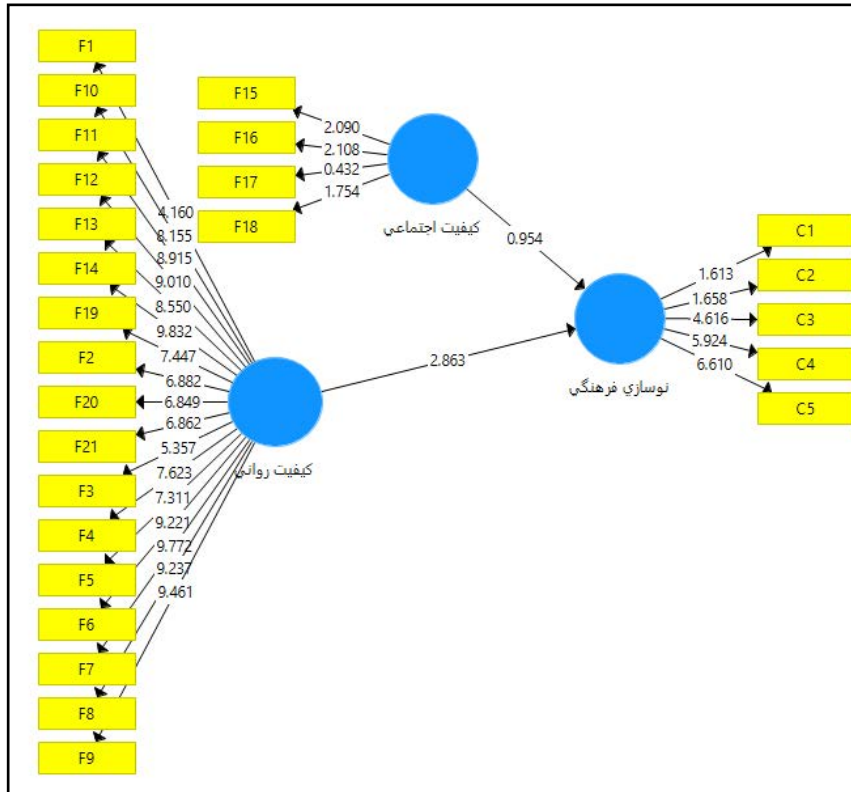


نمودار ۲: مدل آزمون‌شده متغیرهای پژوهش بر مبنای P-value (نگارندگان، ۱۴۰۳).
Graph. 2: The tested model of the research variables based on P-value (Authors, 2025).



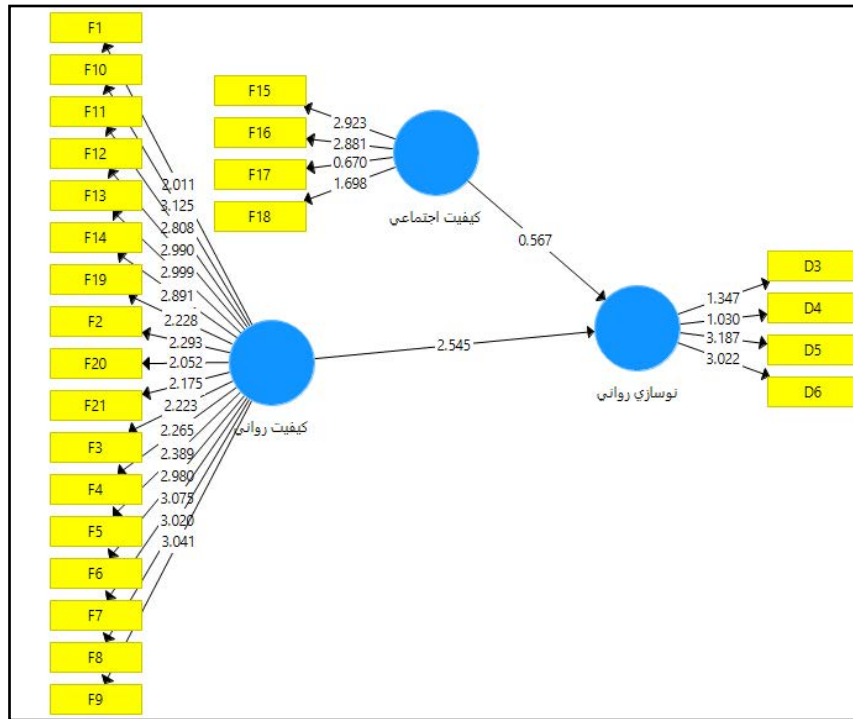
نمودار ۳: مدل آزمون شده متغیرهای پژوهش بر مبنای T-value (نگارندگان، ۱۴۰۳).

Graph. 3: The tested model of the research variables based on T-value (Authors, 2025).

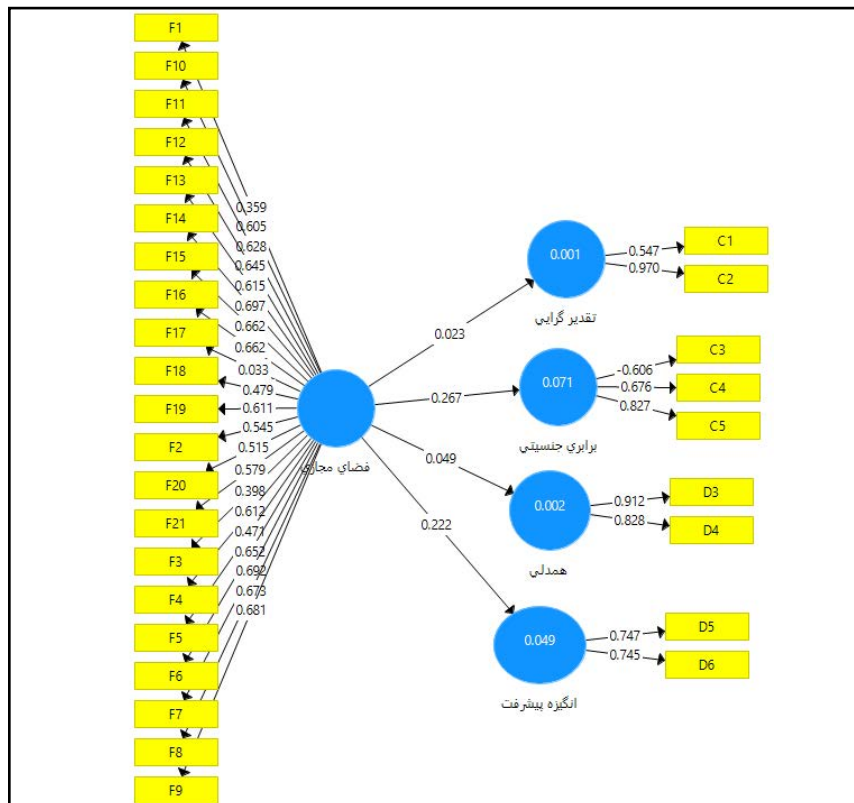


نمودار ۴: مدل آزمون شده متغیرهای پژوهش بر مبنای P-value (نگارندگان، ۱۴۰۳).

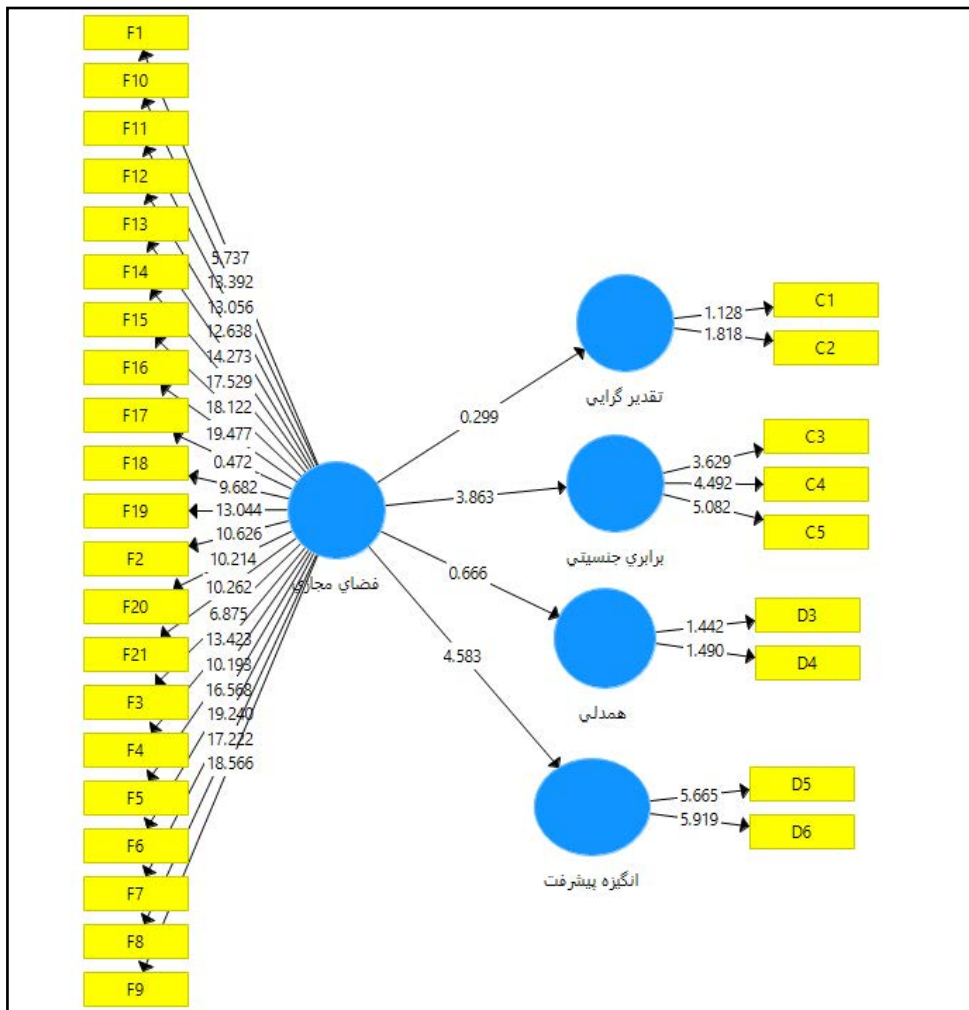
Graph. 4: The tested model of the research variables based on T-value (Authors, 2025).



نمودار ۵: مدل آزمون شده متغیرهای پژوهش بر مبنای T-value (نگارندگان، ۱۴۰۳).
Graph. 5: The tested model of the research variables based on T-value (Authors, 2025).



نمودار ۶: مدل آزمون شده کل متغیرهای پژوهش بر مبنای P-value (نگارندگان، ۱۴۰۳).
Graph. 6: The tested model of all research variables based on P-value (Authors, 2025).



نمودار ۷: مدل آزمون شده کل متغیرهای پژوهش بر مبنای T-value (نگارندگان، ۱۴۰۳).
Graph. 7: The tested model of all research variables based on T-value (Authors, 2025).

جدول ۷: نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش (نگارندگان، ۱۴۰۳).
Tab. 7: Results of testing the research hypotheses (Authors, 2025).

ردیف	مسیر	ضریب تأثیر	آماره آزمون	نتیجه فرضیه
۱	کیفیت اجتماعی شبکه‌های اجتماعی مجازی ← نوسازی فرهنگی	۰/۰۷۶	۰/۹۵۴	عدم تأیید
۲	کیفیت اجتماعی شبکه‌های اجتماعی مجازی ← نوسازی روانی	۰/۰۵۳	۰/۵۶۷	عدم تأیید
۳	کیفیت روانی شبکه‌های اجتماعی مجازی ← نوسازی فرهنگی	۰/۲۱۷	۲/۸۶۳	تأیید
۴	کیفیت روانی شبکه‌های اجتماعی مجازی ← نوسازی روانی	۰/۱۸۰	۲/۵۴۵	تأیید
۵	استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی ← تقدیرگرایی	۰/۰۲۳	۰/۲۹۹	عدم تأیید
۶	استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی ← برابری جنسیتی	۰/۲۶۷	۳/۸۶۳	تأیید
۷	استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی ← همدلی	۰/۰۴۹	۰/۶۶۶	عدم تأیید
۸	استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی ← انگیزه پیشرفت	۰/۲۲۲	۴/۵۸۳	تأیید

۷. نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش، بررسی رابطه میان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و شکل‌گیری مؤلفه‌های نوسازی فرهنگی و روانی در بین دانشجویان بود. یافته‌ها نشان داد که این رابطه، خطی و یکسان نیست و شدت و جهت آن تحت تأثیر نوع مواجهه و کیفیت استفاده از فضای مجازی قرار دارد. در مجموع، می‌توان مهم‌ترین الگوهای به‌دست‌آمده از آزمون فرضیه‌ها را در دو محور اصلی زیر خلاصه و تحلیل کرد.

(۱) تمایز کلیدی، کیفیت روانی در مقابل کیفیت اجتماعی استفاده: بارزترین یافته این پژوهش، تمایز آشکار بین تأثیر «کیفیت روانی» و «کیفیت اجتماعی» استفاده از شبکه‌های اجتماعی بود. برخلاف انتظار، مؤلفه‌های کیفیت اجتماعی مانند سازگاری و تأثیر اجتماعی (خسروی و قربانی، ۱۴۰۲؛ فرقانی و مهاجری، ۱۳۹۷) نتوانستند نقش معناداری در تبیین تغییرات مؤلفه‌های نوسازی ایفاء کنند. این درحالی است که مؤلفه‌های کیفیت روانی، شامل: نیت استفاده، نگرش، سودمندی و لذت درک شده، رابطه‌ای مستقیم و نسبتاً قوی با هر دو بُعد نوسازی فرهنگی و روانی نشان دادند (خسروی و قربانی، ۱۴۰۲؛ محبی و کیا، ۱۳۹۹).

این تمایز را می‌توان در چارچوب رویکرد روان‌شناختی-اجتماعی و نظریات اندیشمندانی مانند «بودیاری» توضیح داد که بر اهمیت «تجربه ذهنی» و «ارزش ادراک شده» در جهان مصرف‌گرایی جدید تأکید دارند. به نظر می‌رسد در بستر فرهنگی جامعه مورد مطالعه، استفاده از شبکه‌های اجتماعی بیش از آن‌که یک کنش جمعی برای دستیابی به تأیید و سازگاری اجتماعی باشد، یک پروژه فردی برای ارضای نیازهای روان‌شناختی (مانند: احساس پیشرفت و لذت) است (والمن، ۱۹۹۹؛ چن و کو، ۲۰۱۷)؛ بنابراین، زمانی که این فضا به صورت فعال و هدفمند (کیفیت روانی بالا) مورد استفاده قرار می‌گیرد، بیشترین تأثیر را در نوسازی نگرش‌ها دارد. این یافته با نتایج پژوهش‌های مشابهی که بر نقش محوری نگرش و قصد استفاده تأکید دارند هم‌سو است (تیلر، ۲۰۱۲؛ مرادی و محمدی‌فر، ۱۳۹۹).

(۲) گزینش‌پذیری تأثیرات، نوسازی ارزش‌های عینی در مقابل ارزش‌های نهادینه‌شده: الگوی دوم حاکی از گزینش‌پذیری تأثیرات شبکه‌های اجتماعی است. یافته‌ها نشان داد که این فضا بر مؤلفه‌های عینی‌تر و مرتبط با موفقیت فردی در نوسازی، مانند: برابری جنسیتی و انگیزه پیشرفت تأثیر قوی‌تری داشته است (کاظمی، ۱۳۸۴؛ پیتر، ۲۰۰۷). در مقابل، بر مؤلفه‌های نهادینه‌شده‌تر و پیچیده‌تری مانند: تقدیرگرایی (به‌عنوان یک باور فرهنگی ریشه‌دار) و هم‌دلی (به‌عنوان یک مهارت اجتماعی-عاطفی عمیق) تأثیر معناداری مشاهده نشد.

این نتایج را می‌توان با «رویکرد مطالعات فرهنگی» تحلیل کرد. شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان «معابد فرهنگ مصرفی» (بنایی بر نظریات بنیامین و آدرنو)، ارزش‌هایی را بازنمایی و ترویج می‌کنند که قابلیت نمایش و مصرف سریع دارند، مانند: ظواهر برابری طلبی و موفقیت‌گرایی. با این حال، تغییر باورهای عمیق فرهنگی مانند: تقدیرگرایی یا تقویت مهارت‌های پیچیده‌ای مانند: هم‌دلی، ممکن است نیاز به تعاملات اجتماعی عمیق‌تر و فرآیندهای طولانی‌مدت‌تری داشته باشد که در فضای مجازی کم‌رنگ‌تر است. این گزینش‌پذیری، تاحدی شکاف بین نتایج این پژوهش و پژوهش‌های ناهم‌سو را توضیح می‌دهد (شکاری‌نمین و حاجیانی، ۱۳۹۳؛ افراسیابی، ۱۳۹۲) و نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی لزوماً یک «بسته کامل» نوسازی را منتقل نمی‌کنند، بلکه براساس بستر فرهنگی و نوع تعامل کاربر، تأثیراتی گزینشی دارند.

به‌طور خلاصه، می‌توان استدلال کرد که شبکه‌های اجتماعی مجازی در جامعه مورد مطالعه، نه به‌عنوان یک عامل جبری، بلکه به‌مثابه ابزاری در دست کنش‌گران عمل می‌کنند. تأثیر آن‌ها بر فرآیند نوسازی، مشروط به کیفیت روانی استفاده (هدفمند و آگاهانه بودن) و نیز نوع مؤلفه نوسازی (عینی یا نهادینه) است. این پژوهش از این دیدگاه حمایت می‌کند که فضای مجازی می‌تواند با کاهش احساس بی‌ریشه‌گی و ارائه الگوهای جدید، به بازتعریف هویت جوانان کمک کند، اما این فرآیند به صورت گزینشی و عمدتاً در حیطه ارزش‌های فردگرایانه و عینی‌تر اثرگذار است.

۸. پیامدهای پژوهش و پیشنهادها

- پیامد نظری: تمایز بین کیفیت روانی و اجتماعی استفاده، می‌تواند چارچوب تحلیلی دقیق‌تری برای پژوهش‌های آینده فراهم کند.

- پیامد عملی: برنامه‌ریزان آموزشی و فرهنگی باید به‌جای تمرکز صرف بر «میزان» استفاده، بر ارتقای «سواد دیجیتال» و «کیفیت استفاده هدفمند» از شبکه‌های اجتماعی میان دانشجویان تأکید کنند.

- پیشنهاد برای تحقیقات آینده: انجام پژوهش‌های طولی برای سنجش تغییرات در بلندمدت، و نیز پژوهش‌های کیفی برای درک عمیق‌تر تجربه زیسته دانشجویان از تعامل با این فضا پیشنهاد می‌گردد.

پی‌نوشت

1. Incles
2. Smith
3. Modernization
4. Attitude
5. Value
6. Opinions
7. Industrialism
8. Urbanism
9. Abraham, A.
10. Social changes
11. Stones
12. Habermas
13. Media
14. Rideout et al.
15. McLuhan
16. Au et al.
17. Tašte
18. Beliefs
19. Intention
20. Being useful
21. Ease
22. Pleasure
23. Cicognani
24. Sorokowski et al.
25. Walter Benjamin
26. Media persuasion
27. Morris Rosenberg
28. Carl Hovland
29. The approach of cultural studies
30. Wrigley
31. Chaney
32. Shields
33. Miller
34. Storey
35. Reekie
36. Mort
37. Falk & Campbell
38. Douglas
39. Social psychological approach
40. George Walton Lucas
41. Theodor Adorno
42. Jean Baudrillard
43. Michael Mailer
44. Karl Marx
45. fetishism
46. Benjamin
47. Featherstone
48. Sociological approach
49. Harold Lasswell

50. Charles Wright
51. Persuasion
52. McQuail
53. Severin
54. Tankard
55. News gatekeepers
56. Virtual social networks
57. Social quality
58. Psychological quality
59. Modernization
60. Wilbert. Moore
61. Max Weber
62. Cultural modernization
63. Appreciation
64. Sexual equality
65. Psychological modernization
66. Change
67. Cognitive style
68. Economic and political development
69. Sympathy
70. Motivation of progress
71. Kolmogorov-Smirnov
72. Wetzels

سپاسگزاری

در پایان نویسندگان بر خود لازم می‌دانند که از داوران ناشناس نشریه با نظرات ارزشمند خود به غنای متن مقاله افزودند، قدردانی نمایند.

درصد مشارکت نویسندگان

نویسندگان سهم برابر در این پژوهش داشته‌اند.

تضاد منافع

نویسندگان ضمن رعایت اخلاق نشر در ارجاع‌دهی و دقیق بودن آن در متن و انتهای مقاله، نبود تضاد منافع را اعلام می‌دارند.

کتابنامه

- افراسیابی، محمدصادق، (۱۳۹۲). مطالعات شبکه اجتماعی و سبک زندگی جوانان. تهران: انتشارات سیمای شرق.
- استونز، راب، (۱۳۷۹). متفکران بزرگ جامعه‌شناسی. ترجمه مهرداد میردامادی، تهران: انتشارات نشر مرکز.
- ازکیا، مصطفی، (۱۳۷۷). جامعه‌شناسی توسعه. تهران: انتشارات کیهان.
- ازکیا، مصطفی، (۱۳۸۱). جامعه‌شناسی توسعه. تهران: نشر کلمه، چاپ چهارم.
- بنوعیزی، علی، (۱۳۷۴). «جایگاه سنت و تجدد». ترجمه محمد عابدی اردکانی، ماه‌نامه فرهنگ و توسعه، ۱۸: ۱۷-۱۲.
- بشیر، حسن؛ و افراسیابی، محمدصادق، (۱۳۹۱). «شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان: مطالعه موردی بزرگ‌ترین جامعه مجازی ایرانیان». تحقیقات فرهنگی، ۵(۱): ۶۱-۳۱.
- خانیکی، هادی؛ و بابایی، محمود، (۱۳۹۰). «فضای سایبر و شبکه‌های اجتماعی مفهوم و کارکرد». جامعه اطلاعاتی، ۱(۱): ۷۱-۹۶.

- خسروی، مصطفی؛ و قربانی، علیرضا، (۱۴۰۲). «تحلیل جامعه‌شناختی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در شکل‌گیری مؤلفه‌های نوسازی اجتماعی در بین دانشجویان (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه پیام نور استان گلستان)». جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی، ۱۰(۲۲): ۱۵۹-۱۲۵.
- خسروی، مصطفی، (۱۳۹۸). «تأثیر نوسازی اجتماعی- فرهنگی در فرآیند ازدواج (مطالعه موردی دانشجویان استان گلستان)». استاد راهنما: ابوالقاسم حیدرآبادی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بابل (منتشر نشده).
- خدایار، گلثوم، و همکاران، (۱۳۹۳). «میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه آزاد مشهد)». پژوهش‌های ارتباطی، ۲۱(۷۷): ۱۹۲-۱۶۷.
- داوری، علی؛ و رضازاده، آرش، (۱۳۹۲). مدلسازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار پی.ال.اس. تهران: جهاد دانشگاهی.
- زاهدی، محمدجواد، (۱۳۸۶). توسعه و نابرابری. تهران: مازیار.
- سیف‌زاده، حسن، (۱۳۷۴). نظریه‌های مختلف درباره راه‌های گوناگون نوسازی و دگرگونی‌های سیاسی. تهران: قومس.
- سورین، ورنر؛ و تانکارد، جیمز، (۱۳۸۱). نظریه‌های ارتباطات جمعی. ترجمه علیرضا دهقان. تهران: دانشگاه تهران.
- شایگان، فریبا؛ و رحیمی، محمد، (۱۳۹۵). «بررسی جامعه‌شناختی رابطه مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی و گرایش به انحرافات اخلاقی (مورد مطالعه جوانان ۱۵ تا ۲۹ سال شهر تهران)». مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، ۱۵(۳۴): ۱۶۹-۱۹۳.
- شکاری‌نمین، شیدا؛ و حاجیانی، ابراهیم، (۱۳۹۳). «بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیس بوک) بر سبک زندگی جوانان». مدیریت فرهنگی، ۸(۲۶): ۶۳-۷۹.
- شهابی، محمود؛ و قدسی، بیات، (۱۳۹۱). «شبکه‌های اجتماعی مجازی و کاربران جوان، از تداوم زندگی واقعی تا تجربه جهان وطنی». مجلس و راهبرد، ۱۹(۶۶): ۱۸۰-۱۵۱.
- صادقی، علی؛ و عامری، زینب، (۱۳۹۵). «شبکه‌های اجتماعی مجازی و آسیب‌های اجتماعی مطالعه موردی: امنیت عمومی». پویا در آموزش علوم انسانی، ۲(۵): ۶۵-۵۱.
- طالب‌پور، اکبر؛ منصور، فردین؛ و رستمی، تورج، (۱۳۹۶). «تأثیر استفاده غیر متعارف و بی‌رویه از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر گرایش جوانان به ناهنجاری‌های اجتماعی (مورد مطالعه کرمانشاه)». بررسی مسایل اجتماعی ایران (نامه علوم اجتماعی)، ۸(۲): ۱۰۳-۱۲۶.
- عاملی، سعیدرضا؛ و حسنی، حسین، (۱۳۹۱). «دو فضایی شدن آسیب‌ها و ناهنجاری‌های فضای مجازی: مطالعه تطبیقی سیاست‌گذاری‌های بین‌المللی». تحقیقات فرهنگی، ۵(۱): ۱۷-۳۰.
- فدرستون، مایک، (۱۳۸۰). «زیبائی شناختی کردن زندگی روزمره». ترجمه مهسا کرم‌پور، فصلنامه ارغنون، ۱۹: ۱۸۷-۲۲۸.
- فرقانی، محمدمهدی؛ و مهاجری، ربابه، (۱۳۹۷). «رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییر در سبک زندگی جوانان». مطالعات رسانه‌های نوین، ۴(۱۳): ۲۵۹-۲۹۲.
- گل‌گل، بهروز، (۱۳۹۲). «نقش اینترنت و شبکه‌های مجازی بر هویت سیاسی و اجتماعی جامعه». ماهنامه کودک، ۱۱۷.
- معینی، رضا؛ و شکرپیگی، عالییه، (۱۳۸۸). «بررسی نوگرایی خانواده‌های ایرانی (تحقیقی در شهر تهران)». جامعه‌شناسی معاصر ۱(۲): ۱۲۷-۱۰۶.
- مرادی، علی؛ و محمدی‌فر، نجات، (۱۳۹۹). «نقش شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری هراس اجتماعی و تغییر سبک زندگی ناشی از ویروس کرونا (مطالعه موردی شهر کرمانشاه)». مجله انتظامی، ۱۲(۲): ۱۴۸-۱۲۳.

- محبی، علی؛ و علی اصغر، کیا، (۱۳۹۹). «شبکه‌های اجتماعی و تغییرات فرهنگی بین دانشجویان دانشگاه‌های تهران؛ بر پایه ارزش‌های مادی و فرامادی اینگلهارت». مطالعات فرهنگ-ارتباطات، ۲۱(۵۱): ۹۰-۶۳.
- مک‌کوئیل، دنیس، (۱۳۸۲). درآمدی بر نظریه ارتباط جمعی. ترجمه پرویز اجلالی. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- واحدی فرد، سعید، (۱۳۹۴). «شبکه‌های اجتماعی؛ قابلیت‌ها و تهدیدها». ره‌آورد نور، ۴: ۳۰-۴۲.
- ودودی، الهه؛ و دلاور، علی، (۱۳۹۴). «بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی در تغییر ویژگی‌های شخصیتی جوانان». روان‌شناسی تربیتی، ۱۱(۳۵): ۶۵-۴۳.
- وینر، مایرون، (۱۳۵۴). نوسازی جامعه. ترجمه مقدم مراغه‌ای، تهران: فرایکلین.

References

- Azkia, M., (1998). *Sociology of Development*. Tehran: Kayhan Publications. (In Persian)
- Azkia, M., (2002). *Sociology of Development*. Tehran: Kalameh Publishing, Fourth Edition, (In Persian)
- Ameli, S. R. & Hosni, H., (2012). "The Dual-Spatialization of Damages and Disorders in Virtual Space: A Comparative Study of International Policymaking". *Cultural Studies*, 5(1:17): 2-30, (In Persian)
- Beno-Azizi, A., (1995). "The Place of Tradition and Innovation". Translated by Mohammad Abedi Ardakani, *Mahnameh Farhang va Tos'eh*, 18: 12-17, (In Persian)
- Bashir, H. & Afrasiabi, M. S., (2012). "Internet Social Networks and Youth Lifestyle: A Case Study of the Largest Iranian Virtual Community". *Cultural Studies*, 5(17: 1): 31-61, (In Persian)
- Benjamin, W., (1973). *Illumination; Arcades Project*. London: Fontana.
- Chaney, D., (1996) *Lifestyles*. London: Routledge.
- Chen, P.T. & S.C. Kuo (2017). *Innovation Resistance and Strategic Implications of Enterprise Social Media Websites in Taiwan through Knowledge Sharing Perspective*. Technol. Forecast. Soc. Change.
- Chou, A. & Lim, B., (2010). *A framework for measuring happiness in online social network*. Illinois state university.
- Cicognani, E., Pirini, C., Keyes, C., Joshanloo, M., Rostami, R. & Nosratabadi, M., (2008). "Social participation, sense of community and social Well being: A study on American, Italian and Iranian university students". *Social indicators research*, 89(1): 97-112. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11205-007-9222-3>
- Douglas, M., (1997). *In Defence of Shopping*. London: Sage Publications.
- Davari, A. & Rezazadeh, A., (2013). *Structural Equation Modeling with PLS Software*. Tehran: Jihad Daneshgah, (In Persian)
- Farasyabi, M. S., (2013). *Studies on Social Networks and Lifestyles of Young People*. Tehran: Simaye shargh Publications, (In Persian)
- Fedderstone, M., (2001). "The Beauty of Everyday Life". Translated by Mahsa Karampour, *Arghanun Quarterly*, 19: 187-228, (In Persian)

- Farghani, M. M. & Mohajeri, R., (2018). "The Relationship between the Use of Virtual Social Networks and Changes in the Lifestyle of Young People". *New Media Studies*, 4(13): 259-292, (In Persian)
- Falk, P. & Campbell, C., (1997). *The Shopping Experience*. London: Sage.
- Featherston, M., (2008). "Aestheticizing Everyday Life". Translated by Mahsa Karampour, *Organon Quarterly. Sh.*, 19. 187-228.
- Fornell, C. & Larcker, D. F., (1981). "Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error". *Journal of marketing research*, 18(1): 39-50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Gol Gol, B., (2013). "The Role of the Internet and Virtual Networks on the Political and Social Identity of Society". *Kodak Monthly*, 117, (In Persian)
- Hajer, M. A., (2020). "Ecological modernisation as cultural politics". In: *The ecological modernisation reader* (pp. 80-100). Routledge.
- Inkeles, A., (2022). "Industrialization, modernization and the quality of life". In: *Ecology, World-Resources and the Quality of Social Life* (pp. 51-79). Routledge.
- Kartosi, Z., (2004). *Aspect of gender in social network, social identity, information and markets*. Proceeding of faculty of economics and business Administration 2004
- Khaniki, H. & Babayi, M., (2011). "Cyberspace and Social Networks: Concept and Function". *Information Society*, 1(1): 71-96, (In Persian)
- Khosravi, M. & Ghorbani, A., (2024). "Sociological Analysis of the Role of Virtual Social Networks in the Formation of Social Innovation Components among Students (Case Study: Students of Payam-e-Noor University, Golestan Province)". *Sociology of Social Institutions*, 10(22): 125-159, (In Persian)
- Khosravi, M., (2019). "The Impact of Socio-Cultural Restructuring on the Marriage Process (A Case Study of Students in Golestan Province)". Supervising Professor: Abolghasem Heydarabadi, Azad University, (In Persian)
- Khodayar, G. et al., (2014). "The extent and type of use of virtual social networks (a case study of students at Mashhad Azad University)". *Communication Research*, 21(77): 167-192, (In Persian)
- Lee, K., Ogunfowora, B. & Ashton, M. C., (2005). "Personality traits beyond the Big Five: Are they within the HEXACO space?". *Journal of personality*, 73(5): 1437-1463. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.2005.00354.x>
- Moini, R. & Shakarbeigi, A., (2009). *A Study of Modernity in Iranian Families* (Research in F~di, M. J., (2007). *Development and Inequality*. Tehran: Maziar, (In Persian)
- McQuail, D., (2012). *An introduction to mass communication theory*. Translated by Parviz Ajjali. Tehran: Media Studies and Research Center.
- Mehri, A. & Sedighy Some Koochachak, Z., (2012). "Assessment of mental health satus and some related factors among sudents of Sabzevar Universities IN 2010". *Medical Sciences Journal of Islamic Azad University*. 21(4): 298- 304, (In Persian) <https://tmuj.iautmu.ac.ir/article-1-530-en.html>

- Mika, P., (2007). *Social network and the semantic Web*. yahoo research Barcelona, Spain Networks.
- Mort, F., (1996). *Cultures of Consumption: Masculinities & Social Space in late 20 Century Britain*. London: Routledge.
- Reekie, G., (1993). *Temptations, Sex, Selling & Department Store*. Sydney: Allen & Unwin.
- Rideout, V. J., Foehr, U. G. & Roberts, DF., (2010). *Generation M2: Media in the lives of* 8418.
- Seifzadeh, H., (1995). *Different Theories on the Different Paths of Reconstruction and Political Transformations*. Tehran: Ghomes, (In Persian)
- Sorin, W. & Tankard, J., (2002). *Theories of Mass Communication*. Translated by Alireza Dehghan. Tehran: University of Tehran, (In Persian)
- Shaygan, F. & Rahimi, M., (2016). "A sociological study of the relationship between the use of virtual social networks and the tendency towards moral deviations (a case study of young people aged 15 to 29 in Tehran)". *Sports and Youth Policy Studies*, 15(34): 1-34, (In Persian)
- Shakari Namin, Sh. & Hajiani, E., (2014). "Investigating the Impact of Virtual Social Networks (Facebook) on the Lifestyle of Young People". *Cultural Management*, 8(26): 63-79, (In Persian)
- Shahabi, M. & Ghodsi, B., (2012). "Virtual Social Networks and Young Users, from the Continuity of Real Life to the Experience of the World and Country". *Majles and Rahbard*, 19(66): 151-180, (In Persian)
- Sadeghi, A. & Ameri, Z., (2016). "Virtual Social Networks and Social Harms Case Study: Public Safety". *Trends in Humanities Education*, 2(1: 5): 51-65, (In Persian)
- Stones, R., (1990). *Great Thinkers in Sociology*. Translated by Mehrdad Mirdamadi, Tehran: Markaz Publishing House, (In Persian)
- Shakarbeigi, A. & Moeini, S. R., (2009). "A Study of Modernization of Iranian Families (Research in Tehran)". *Iranian Journal of Social Development Studies*, 2: 107-127. <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/1052167/> (In Persian)
- Sharbatian, M. H., (2011). "The semantic components reflecting the link between social capital and the rate social health of the benefit of students of Payam Noor University, Mashhad". *The Sociology of the Youth Studies quarterly*, 2 (5): 149-174, (In Persian)
- Shields, R., (1992). *Lifestyle Shopping: The Subject of Consumption*. London: Routledge.
- Sorokowski, P., Kowal, M., Sternberg, R. J., Aavik, T., Akello, G., Alhabahba, M. M. & Sorokowska, A., (2023). "Modernization, collectivism, and gender equality predict love experiences in 45 countries". *Scientific reports*, 13(1): 773. <https://www.nature.com/articles/s41598-022-26663-4>
- Stone, G. P., (1954). "City shoppers and urban identification: observations on the social psychology of city life". *American journal of Sociology*, 60(1): 36-45. <https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/221483>
- Stones, R., (2000). *Great Sociological Thinkers*. Translated by Mehrdadmir Damadi. Tehran: Neshar Marz Publications.
- Storey, J., (1999). *Cultural Consumption & Everyday Life*. London: Arnold.

- Talebpour, A. Mansouri, F. & Rostami, T., (2017). "The Impact of Irregular and Indiscriminate Use of Virtual Social Networks on Young People's Propensity to Social Disorders (A Case Study of Kermanshah)". *Iranian Social Issues Review (Social Sciences Journal)*, 8(2): 103-126, (In Persian)
- Typeset & Cover Design: Scientific Publishing Services Pvt. Ltd., Chennai, India- Miller, M.B. / Jakson, P. /Thrift, N., (1998). *Shopping, Place & Identity*. London: Routledge.
- Tauber, E. M., (1972). "Marketing notes and communications: why do people shop?". *Journal of marketing*, 36(4): 46-49. <https://doi.org/10.1177/002224297203600409>
- Tyler, T., (2012). "Social networking and globalization". *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(6): 32- 45.
- Vahedifard, S., (2015). "Social Networks; Capabilities and Threats". *Rahavard Noor*, 4: 30-42, (In Persian)
- Vadoodi, E. & Dalour, A., (2015). "Investigating the Effect of Virtual Social Networks on Changing the Personality Characteristics of Young People". *Educational Psychology*, 11(35): 43-65, (In Persian)
- Wiener, M., (1975). *Modernization of Society*. Translated by Moghadam Maraghe'i, Tehran: Freiklin, (In Persian)
- Wellman, B., (1999). *Network in global village Boulder*. Co: Westwood.
- Wellman, B., Haase, A. Q., Witte, J. & Hampton, K., (2001). "Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital? Social networks, participation, and community commitment". *American behavioral scientist*, 45(3): 436-455. <https://doi.org/10.1177/00027640121957286>
- Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G. & Van Oppen, C., (2009). "Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical Illustration1". *MIS quarterly*, 33(1), 177-195. <https://doi.org/10.2307/20650284>
- Wrigley, N., (1991). *Is the Golden age of British Grocery Retailing at a Watershed?* Environment & Planning A23.
- Wrigley, N. & Lowe, M., (1996). *Retailing Consumption & Capital*. Harlow: Longman
- Zahedi, M. J. & Khazrenejad, O., (2013). "Modernization and the process of transformation of values in the family sphere (a case study of the transformation of family values in the city of Bukan)". *Iranian Journal of Sociology*, 14 (1): 67-97, (In Persian) <https://www.sid.ir/paper/67547/fa>