

مطالعه جامعه‌شناختی رابطه بین فناوری‌های نوین ارتباطی و

ارتباطات خانوادگی در شهر شیراز

اسد خالدی*، دکتر سیدمحمد صادق مهدوی✉، دکتر باقر ساروخانی**

چکیده

در این پژوهش، رابطه بین میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی (اینترنت، ماهواره، تلفن همراه) و ارتباطات خانوادگی در شهر شیراز، با استفاده از چارچوب نظری کاشت و ساخت‌یابی گیدنز بررسی شده است. این پژوهش از نوع پژوهش‌های همبستگی و مقایسه‌ای است که به روش پیمایشی و با ابزار پرسشنامه محقق‌ساخته، با نمونه‌ای از ۳۸۴ خانوار شیرازی و از طریق نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انجام شده است. یافته‌ها بر مبنای ضریب همبستگی پیرسون (۲) نشان می‌دهد که بین میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی با ارتباطات خانوادگی و ابعاد آن، به جز توزیع قدرت، رابطه منفی و معنادار وجود دارد. همچنین نتایج حاصل از مدل رگرسیونی حاکی از آن است که در مجموع، میزان استفاده از تلفن همراه و ماهواره ۱۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌کند. در آزمون تحلیل مسیر مشخص شد که میزان استفاده از ماهواره، هم به طور مستقیم و هم از طریق هویت اجتماعی با ارتباطات خانوادگی رابطه دارد؛ اما دو بعد استفاده از اینترنت و تلفن همراه تنها از طریق هویت اجتماعی و به طور غیرمستقیم با ارتباطات خانوادگی در ارتباط است.

کلید واژه‌ها: ارتباطات خانوادگی، هویت اجتماعی، فناوری‌های نوین ارتباطی، اینترنت، ماهواره، تلفن همراه

* دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات تهران

✉ نویسنده مسئول: دکترای جامعه‌شناسی، استاد دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات تهران

Email: sms_mahdavi@yahoo.de

** دکترای جامعه‌شناسی، استاد دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات تهران

تاریخ دریافت: ۹۴/۱۱/۲۷ تجدید نظر: ۹۵/۲/۱۳ پذیرش نهایی: ۹۵/۵/۳۱

مقدمه

قرن بیستم را قرن ارتباطات و قرن بیست‌ویکم را قرن اطلاعات نامیده‌اند، قری که پیوندی ناگسستنی با فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات دارد. امروزه فناوری اطلاعات به مدد فناوری ارتباطات فراگیر شده و جهان را دگرگون کرده است. مهم‌ترین تغییراتی را که این فناوری در جهان به وجود آورده، مارشال مک‌لوهان در عبارت دهکده جهانی خلاصه کرده است؛ طبق این نظریه، مردم نقاط مختلف در کشورهای سراسر کره زمین همانند ساکنان یک دهکده از امکان برقراری ارتباط با یکدیگر برخوردارند. امروزه نقش فناوری‌های نو در زندگی اجتماعی و عرصه‌های مختلف زندگی بشر از جمله ارتباطات انسانی و خانوادگی انکارناپذیر است.

ارتباط پایه و اساس تشکیل تمدن‌ها و فرهنگ‌هاست. معنای ابتدایی ارتباط خانوادگی این است که بچه‌ها ارتباط با دیگران، تفسیر رفتارهای دیگران و تجربه احساسات و فعالیت‌های ارتباطی با دیگران را یاد بگیرند (کوئرر^۱، ۲۰۰۴). در زمان‌های دور، انسان‌ها از طریق برقراری ارتباط با دیگران و تبادل افکار و اندیشه‌های خود، پایه‌های فرهنگ و تمدن جوامع بشری را ایجاد کرده‌اند. در تداوم این روند، افراد برای برقراری ارتباط با یکدیگر به راه‌های گوناگونی متوسل شدند و وسایل ارتباطی گوناگون را ابداع کردند. «امروزه اطلاعات و فناوری اطلاعات آن‌چنان بر جنبه‌های مختلف زندگی سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی افراد و اجتماعات تأثیر گذاشته است که نمی‌توان از آن غفلت نمود. فناوری اطلاعات بسیاری از محدودیت‌های زمانی و جغرافیایی را از بین برده است و افراد و سازمان‌ها بدون توجه به مرزهای جغرافیایی می‌توانند با هم ارتباط برقرار کنند و به مبادله اطلاعات بپردازند» (لاودن و لاودن، ترجمه محسنی، ۱۳۸۵، ص ۱). امروزه با رشد سریع فناوری‌های جدید رسانه‌ای، از دهکده جهانی، شهروند جهانی و جامعه جهانی صحبت می‌کنند.

فناوری‌های نوین ارتباطی با فراهم کردن امکان پیدایش جامعه شبکه‌ای که افراد و

جوامع را در قالب‌های تازه، هویت‌های نوین بخشیده (کاستلز، ترجمه علیقلیان و خاکباز، ۱۳۸۰)، نه تنها قواعد و قوانین حاکم بر ارتباط و تعامل میان انسان‌ها، بلکه نگرش ما نسبت به خود، دیگران و جهان را تغییر داده‌اند؛ بنابراین می‌توان اذعان داشت که امروز بیش از هر چیز، این روابط خانوادگی است که در بحران فرهنگی ناشی از شتاب و ژرفای تغییرات بی‌وقفه اجتماعی، مسئله‌آفرین می‌شود و لزوم بررسی آن، دوچندان مهم و ضروری می‌نماید. تغییر و تحولاتی که به لحاظ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در جوامع به‌وجود می‌آید، نهاد خانواده را تحت تأثیر قرار می‌دهد (ریتزر^۱، ۲۰۰۴، ص ۲۴۷).

در گذشته خانواده با تعدد کارکردها مواجه بود؛ اما در حال حاضر چنین نیست، کارکردهای آموزش به مدرسه سپرده شده است و رسانه‌های جمعی نیز بسیاری از کارکردهای جامعه‌پذیری را بر عهده دارند حتی در مواردی، اعضا در بیرون از منزل نهار یا صبحانه خود را صرف می‌کنند و کارکردهای نظارتی خانواده نیز رو به کاهش است، به این ترتیب، می‌توان گفت که خانواده ایرانی از دو نظر دچار انقباض تدریجی شده است: کمی و کیفی (ساروخانی، ۱۳۹۳). نقش خانواده به عنوان محیطی برای سرگرمی، امروزه به شکل‌های مختلف کاهش یافته است. حتی وقتی افراد درون خانه سرگرم هستند، نوع سرگرمی آنها که مواردی مانند بازی‌های رایانه‌ای و گوش دادن به موسیقی را دربرمی‌گیرد، ارتباطی به مناسبات خانوادگی ندارد. برای نمونه، استفاده از اینترنت باعث شده است که بودن در خانه نیز نوعی زیستن در انزوا باشد.

در حقیقت، امروزه جهان بیش از هر زمان دیگری به هم فشرده و درهم تنیده شده است. تحت تأثیر وسایل ارتباط جمعی و انفجار اطلاعات، جهانی نو شکل گرفته است که در بسیاری از موارد تفاوت‌های بنیادی با گذشته دارد و کشور ما را نیز در معرض چنین تغییر و تحولاتی قرار داده است. گسترش کافی نت‌ها و کلوب‌ها، توسعه شهرنشینی و ...؛ و تأثیرپذیری از تحولات اخیر جهان، منجر به تغییرات عمده‌ای در سبک نگرش، زندگی و روابط خانوادگی در شهرها و بویژه کلانشهر شیراز شده است.

از طرف دیگر، فروپاشی ساختارهای سنتی، نظیر اجتماعات عشایری و روستایی، گسترش شهرنشینی و رشد شتابان فناوری‌های ارتباطی نیز باعث شده است که اغلب خانواده‌های شهری در برابر الگوهای جهانی متفاوت و متعارض قرار بگیرند. پیشرفت روزافزون فناوری، صنعت و شهرنشینی باعث ازدیاد مسائل، مشکلات و ستیزهای خانوادگی شده چنانکه امروزه شاهد رقابت سخت نهادها، سازمان‌ها و انواع وسایل ارتباط جمعی با خانواده‌ایم. فناوری عظیم ارتباطات در همه جا، از جمله خانواده، جای گرفته و هیچ گریزی از آن نیست، زیرا که روندی بازگشت‌ناپذیر دارد و خواه‌ناخواه بر این واحد مهم اجتماعی آثاری شگرف بر جای می‌نهد؛ برای مثال: ریزش دیوارها، ارتباط موزاییکی و رقابت در انتقال ارزش‌ها (ساروخانی، ۱۳۹۳، ص ۱۹). اینترنت، ماهواره و موبایل از مهم‌ترین دستاوردهای انقلاب اطلاعاتی - ارتباطی هستند که ارتباطات را معنایی تازه بخشیده و موجب دگرگونی در تعاملات اجتماعی شده‌اند. طی سال‌های اخیر مناطق شهرداری شیراز از ۶ منطقه به ۱۰ منطقه افزایش پیدا کرده که متناسب با آن لازم است امکانات تفریحی یا سرگرمی خانواده‌ها و همچنین برنامه‌های مفرح نیز افزایش یابد. وقتی امکانات لازم به شکل متناسب و موزون در اختیار خانواده‌ها قرار نمی‌گیرد، برای پر کردن اوقات فراغت خود سراغ فناوری‌های جدیدی می‌روند که بیشتر فردگراست و فرصت با هم بودن را از آنان می‌گیرد.

اهداف و فرضیه‌های پژوهش

اهداف:

۱. بررسی و مطالعه استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی در خانواده‌های ایرانی از جمله شهر شیراز
۲. بررسی و مطالعه ارتباطات انسانی درون خانواده
۳. بررسی و مطالعه استفاده از اینترنت، ماهواره، موبایل با تلفن همراه و رابطه آن با ابعاد ارتباطات خانوادگی
۴. رابطه استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی با هویت اجتماعی اعضای خانواده

فرضیه‌ها:

۱. بین میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی با ارتباطات خانوادگی و ابعاد آن رابطه وجود دارد.
 - ۱-۱. بین میزان استفاده از اینترنت با ارتباطات خانوادگی و ابعاد آن رابطه وجود دارد.
 - ۱-۲. بین میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای با ارتباطات خانوادگی و ابعاد آن رابطه وجود دارد.
 - ۱-۳. بین میزان استفاده از تلفن همراه با ارتباطات خانوادگی و ابعاد آن رابطه وجود دارد.
۲. بین میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و هویت اجتماعی پاسخگویان رابطه وجود دارد.
 - ۲-۳. بین هویت اجتماعی پاسخگویان با ارتباطات خانوادگی و ابعاد آن رابطه وجود دارد.
 - ۲-۴. ابعاد فناوری‌های نوین ارتباطی پیش‌بینی‌کننده معناداری برای ارتباطات خانوادگی است.
 - ۲-۵. هویت اجتماعی بین ابعاد استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و ارتباطات خانوادگی نقش واسطه‌گری دارد.

پیشینه پژوهش

عاملی (۱۳۸۵) در پژوهشی به پدید آمدن فردگرایی که محصول تحولات مربوط به حوزه فهم، تجربه اجتماعی و توسعه فناوری ارتباطی است و ابزارمند شدن آن با موبایل، وجوه جدیدی از فهم فردیت را بازتولید می‌کند، اشاره کرده است. دوران (۱۳۸۶) در پژوهشی به بررسی رابطه میان انواع ارتباط و هویت اجتماعی افراد پرداخته است. در این پژوهش، تأثیر ارتباطات بر روی سه مؤلفه هویت اجتماعی که عبارت از هویت خانوادگی، هویت همالان و هویت ملی هستند، سنجیده شده است. آنچه از نتایج این پژوهش برآورد می‌شود، این است که فضای سایبرنتیک با به انزوا کشیدن فرزندان، موجب کاهش ارتباط میان اعضای خانواده می‌شود و این امر در نهایت، اسباب تضعیف هویت اجتماعی آنان را فراهم می‌آورد.

صفری شالی (۱۳۹۰) پژوهشی با عنوان نقش شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بر ساختار خانواده انجام داده است. هدف اصلی این پژوهش، بررسی نقش شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بر ساختار خانواده، با توجه به نقش متغیرهای تعدیل‌گر (مانند پایبندی دینی، همسان همسری، سبک زندگی، تقسیم‌کار دموکراتیک و...) است. در ضمن برای سنجش ساختار خانواده از متغیرهایی مانند میزان ارضای نیازهای عاطفی، مطلوبیت رابطه، اعتماد متقابل و توزیع قدرت در خانواده استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که در مجموع، ساختار خانواده‌هایی که از شبکه‌های ماهواره‌ای استفاده نمی‌کنند (با میانگین نمره ۱۲۹/۴۶) در مقایسه با خانواده‌هایی که از شبکه‌های ماهواره‌ای استفاده می‌کنند (با میانگین نمره ۱۲۱/۴۳)، استحکام بیشتری دارد.

گلچین و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی، رابطه استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان و مناسبات خانوادگی را در میان شهروندان تهرانی با استفاده از نظریه کاشت^۱، برجسته‌سازی^۲ و یادگیری اجتماعی را بررسی کرده‌اند. نتایج نشان داده است که در خصوص مناسبات خانوادگی و ابعاد آن (روابط زناشویی، روابط والدین و فرزندان و اعتماد زناشویی)، در شاخص روابط والدین و فرزندان و روابط زناشویی به نسبت وضعیتی بینابین وجود دارد، اما در خصوص شاخص اعتماد زناشویی، وضعیت نامطلوبی برقرار است. همچنین رابطه بین نوع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای با مناسبات خانوادگی و ابعاد آن نشان داد؛ که خانواده‌هایی که از شبکه‌های ماهواره‌ای استفاده نمی‌کنند در قیاس با خانواده‌هایی که از شبکه‌های ماهواره‌ای استفاده می‌کنند، به مراتب مناسبات خانوادگی بهتری دارند.

استیوارت^۳ (۲۰۰۳) بر این باور است که مطالعات فناوری‌ها، رسانه‌ها و پژوهش بر روی مصرف‌کنندگان، همگی بر خانه به عنوان مکانی برای مصرف فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی نوین تمرکز کرده و ماهیت اجتماعی استفاده از فناوری‌های نوین و ماهیت ویژه خانه را روشن ساخته‌اند. تغییرات اجتماعی و فناوری‌های نوین مرزهای سنتی خانه را به چالش کشیده‌اند.

پولاک^۱ (۱۹۷۵) در پژوهشی به ارزش و اهمیت روابط اجتماعی و تأثیر این ارتباطات بر اعضای خانواده و سایر افراد در یک محیط اجتماعی پرداخته است. او اشاره‌ای به نحوه اثرگذاری ارتباط و این نکته دارد که برقراری ارتباط چهره به چهره و ردوبدل شدن کلام بین دو طرف چه تأثیری در ایجاد ارتباط دارد؛ زمانی که افراد دور یکدیگر جمع می‌شوند، با هم ارتباط صمیمانه‌ای دارند و به بحث و گفتگو می‌پردازند، روابطشان تأثیر زیادی در انسجام و پایداری خانواده دارد.

هوبرت^۲ و نجای^۳ (۲۰۱۰) در پژوهش خود، تأثیر فناوری‌های نوین ارتباطی را بر سبک زندگی و نوع مصرف خانواده‌ها با تأکید بر آگهی‌های تبلیغاتی مورد بررسی قرار دادند. در این پژوهش به روش‌ها و شیوه‌هایی پرداخته شده که فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی در جهت نفوذ در خانواده‌ها و ترغیب آنها به مصرف کالاهای برنامه‌ریزی شده به کار می‌گیرند. با توجه به اینکه در دنیای مجازی برخلاف دنیای واقعی، افراد چهره به چهره و روبه‌روی یکدیگر قرار نمی‌گیرند، رسانه‌ها از طریق مدیریتی که پشت این تبلیغات نهفته است و کارشناسانی که در این زمینه، ابعاد روان‌شناختی مصرف‌کننده را شناسایی می‌کنند، به تبلیغ کالاهای خود می‌پردازند. همچنین در این پژوهش به اثرات انواع فناوری بر خانواده‌های جهان سوم اشاره شده است و اینکه چگونه کشورهای صنعتی از طریق تبلیغ کالا همواره فرهنگ خود را نیز به این خانواده‌ها القاء می‌کنند.

لیم^۴ (۲۰۰۴) در پژوهشی با عنوان اعتیاد به اینترنت و ارتباطات خانوادگی به این نتیجه رسید که گسست و ضعف در هر یک از پیوندهای اجتماعی موجه (از جمله پیوندهای خانوادگی)؛ شامل علاقه به دیگران، تعهد به خانواده، مشغولیت و مشارکت مداوم در فعالیت‌های زندگی، باعث بروز رفتارهای نابهنجار و انحرافی در فرد می‌شود که ممکن است پیش‌زمینه اعتیاد به اینترنت قرار گیرد. ضعف در پیوندهای خانوادگی و ارتباط با گروه همسالان از عوامل مهم و انکارناپذیر اعتیاد به اینترنت در بین اعضای خانواده است.

1. Pollak 2. Hubert 3. Ngai
4. Lim

چارچوب نظری

نظریه‌های مربوط به تأثیرات رسانه همواره در دو سر یک طیف حرکت کرده‌اند. در یک سر طیف، نظریه‌هایی قرار دارند که مخاطب را فعال، آزاد، خلاق و گزینشگر در نظر می‌گیرند و در سر دیگر آن، نظریه‌هایی که مخاطب را منفعل، مجبور، مخلوق و گزینش شده می‌دانند. به عبارت دیگر، در حالی که گروهی از نظریه‌ها به مخاطب نقش پر اهمیتی می‌دهند و او را در ساخته شدن فرایند ارتباط، خلاق و گزینشگر می‌دانند، نظریه‌های دیگر معتقدند، مخاطب تنها عروسکی خیمه‌شب‌بازی است که به راحتی قابل بازی دادن و دستکاری^۱ شدن است. وقتی این سؤال مطرح می‌شود که مخاطبان با رسانه چه می‌کنند، نظریه استفاده و خشنودی در ذهن تداعی می‌شود.

نظریه استفاده و خشنودی^۲ مانند سایر رویکردها در ارزیابی پیامدهای اساسی فناوری‌های نوین ارتباطی کاربرد دارد. «هدف اساسی این رویکرد، تحقیق در چگونگی انتخاب، دریافت و شیوه عکس‌العمل مخاطبین رسانه‌ها است. بر اساس این رویکرد، فعال بودن یک مخاطب قبل از هر چیز بستگی به انگیزه روشن و مصرانه او در انتخاب محتوا و برنامه‌های مورد علاقه او دارد» (مهرداد، ۱۳۸۰، ص ۱۴۷).

نظریه انباشتی^۳ از عصر بازگشت به اثرات نیرومند رسانه‌ها نشئت می‌گیرد. از طرفی، در اینجا تأکید بر ماهیت فراگیر محتوای رسانه است که هرگونه توانایی مخاطبان را برای تماشای محدود یا انتخاب برخی پیام‌ها دست‌کم می‌گیرد.

برخلاف نظریاتی که به اثرات مستقیم می‌پردازند، این مدل تبیین می‌کند که اثرات رسانه‌ها، ناشی از رویارویی انباشتی است (نه نتیجه یک رویداد واحد) و با نمایش مکرر مضامین و محتواهای مشابه در شبکه‌های تلویزیونی مختلف، افراد تحت تأثیر واقع می‌شوند. اثرات این مدل عموماً اثرات واقعیت‌ساز هستند. به سخن دیگر، با عرضه انباشتی، افراد شروع به سازگاری با رسانه‌ها به عنوان بازنمایی از واقعیت می‌کنند. اثرات، بر اساس مدل انباشتی، به شناخت (کسب باور و نگرش) و عاطفه

1. manipulation

2. uses and gratification

3. accumulation theory

(واکنش‌های هیجانی) محدود می‌شوند؛ بنابراین، در اینجا بر اثرات ظریف‌تر تأکید می‌شود (سعدی‌پور و همکاران، ۱۳۹۰، ص ۳۲).

مک کامبز^۱ و شاو^۲ نظریه‌ای در باب تأثیرات رسانه با عنوان «برجسته‌سازی» مطرح کرده‌اند. برجسته‌سازی به معنای آن است که رسانه‌های خبری با ارائه خبرها، موضوعاتی را که عامه راجع به آنها می‌اندیشند، تعیین می‌کنند (سورین و تانکارد، ترجمه دهقان، ۱۳۸۴، ص ۳۲۶). بعدها مک کامبز و شاو با این پرسش که آیا برجسته‌سازی تنها تأثیر یک‌طرفه رسانه‌هاست یا مخاطبان نیز می‌توانند ایده‌ها و نظریه‌های خود را به رسانه‌ها تحمیل کنند، دست به پژوهش زدند. نتایج نشان داد که تنها رسانه‌ها می‌توانند با برجسته کردن رویدادهای خاص در ذهن مخاطبان تأثیرگذار باشند (همان، ص ۳۲۹). به طور خلاصه، پیروان نظریه برجسته‌سازی اظهار می‌کنند؛ چیزی که برجسته شود، اهمیت هم پیدا می‌کند. گیلبرت و مک کامبز معتقدند: «رسانه‌ها با اهمیت دادن و برجسته کردن برخی اخبار و موضوعات، آنها را در دستور کار جامعه قرار می‌دهند و با وزن دادن به آنها، نیروهای جامعه را به آن مشغول می‌کنند (نقل از بهرامی کمیل، ۱۳۹۱). پس به این معنا، رسانه‌ها با برجسته‌سازی بعضی از موضوع‌ها و رویدادها، بر آگاهی و اطلاعات مردم تأثیر می‌گذارند. آنها نمی‌توانند تعیین کنند که مردم «چگونه» بیندیشند، اما می‌توانند تعیین کنند که «درباره چه» بیندیشند.

با توجه به اهمیت و گستردگی رسانه‌های جمعی، مسئله تأثیرپذیری مخاطب از محتوای رسانه‌ها، توجه نظریه‌پردازان مختلفی را به خود معطوف داشته است. در مبانی نظری این پژوهش از چند نظریه استفاده شده است اما از این میان، نظریه کاشت که هم با مصرف رسانه‌ای و هم با اثرات رسانه‌ها در مخاطب استفاده‌کننده رابطه دارد و نظریه ساخت‌یابی گیدنز که به عاملیت، ساختار و همچنین رابطه دوسویه و انعکاسی فرد انسانی و جامعه می‌پردازد، به عنوان چارچوب نظری پژوهش مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

1. Mc Combs

2. Show

بر اساس نظریه کاشت که از سوی گربرنر^۱ توسعه پیدا کرده است، رسانه‌ها بویژه تلویزیون در شکل دادن به عقاید، نگرش‌ها و رفتار تأثیرات اساسی دارند. نظریه‌پردازان این رهیافت به تأثیر بلندمدت تلویزیون که به صورت آرام، تدریجی، غیرمستقیم اما انباشته و معنادار عمل می‌کند، معتقدند و باور دارند که تماشای زیاد تلویزیون گرایش‌های افراد را منطبق و سازگار با جهت پیام‌های نمایش داده شده در تلویزیون پرورش می‌دهد. فرض اصلی نظریه این است که بین تماشای تلویزیون و واقعیت‌پنداری در برنامه‌های تلویزیونی ارتباط مستقیم وجود دارد؛ یعنی بینندگان که ساعت‌های زیادی از روز را به تماشای تلویزیون می‌نشینند، اطلاعات یا ایده‌ها را طبقه‌بندی می‌کنند و با تأثیر پذیرفتن از رسانه، چیزی را تولید می‌کنند که پرورش نامیده می‌شود. به عقیده گربرنر، تلویزیون منبع معناداری از ارزش‌های عمومی، عقاید قالبی، ایدئولوژی‌ها و دیدگاه‌هاست (مهدی‌زاده، ۱۳۸۸، ص ۱۹۱). به طور کلی از نظریه کاشت چنین برمی‌آید که شبکه‌های ماهواره‌ای رسانه‌ای هستند که بسیاری از تصورات ما را از دنیای پیرامونمان شکل می‌دهند. تصوراتی که نقش مؤثری در کنش اجتماعی، جامعه‌پذیری و از این رو، مناسبات خانوادگی ما دارند.

نظریه ساخت‌یابی (ساختاربندی) گیدنز می‌کوشد عاملیت و خلاقیت انسانی را در فرایند دایمی ایجاد و باز ایجاد جامعه نشان دهد و رابطه دوسویه و انعکاسی فرد انسانی و جامعه، سبک زندگی، سیاست‌رہایی‌بخش و سیاست زندگی، پویایی‌های محلی و پویایی‌های جهانی و مفاهیمی از این دست را روشن کند.

مفهوم ساختار در نظریه ساختاربندی، مفهومی زمانمند و سیال است که در فرایند عمل عاملان ساخته می‌شود؛ همان‌گونه که کنشگران اجتماعی عمل می‌کنند و با استفاده از شرایط موجود، شرایط بعدی را می‌سازند یا به عبارت دیگر، ساختار را بازتولید می‌کنند. بنابراین، ساختار هم محدودکننده و هم توانمندساز است. آنها با استفاده از امکاناتی از گذشته و «با بهره‌گیری از حال» موجودیت‌شان را حفظ می‌کنند (گیدنز^۲،

1. Gerbner

2. Giddenz

۱۹۸۴، صص ۱۷-۱۸). سنت‌ها در جامعه مدرن مضمحل می‌شود و یا مورد بازاندیشی قرار می‌گیرد و بار دیگر به جریان زندگی فرد وارد می‌شود. گسترش نظام‌های تخصصی، روند بازاندیشی سنت‌ها را از طریق رسانه‌های جهانی و وسایل سریع حمل‌ونقل در همه جوامع سرعت می‌بخشد و به تدریج، جامعه را به جامعه پسااستتی تبدیل می‌کند. هر روز تعداد بیشتری از مردم در شرایطی زندگی می‌کنند که در آن نهادهای جدید و «از جا کنده شده» جنبه‌های اساسی زندگی روزمره را انتظام می‌بخشند. اشکال مدرن بازتابندگی به بازیگران عرصه اجتماع این اختیار را می‌دهد که پایه اقتدار و روال‌های بدیهی را سست سازند و در آن تشکیک کنند (گیدنز، ترجمه جلالی‌پور، ۱۳۸۴، ص ۱۲۲).

آنتونی گیدنز مهم‌ترین پیامد جهانی شدن را تغییر در تلقی فرد از خود و ظهور فردگرایی جدید می‌داند. فردگرایی جدید، از نظر او شرایطی است که فرد، نقش مستقل‌تری در ساختن هویت فردی خود پیدا می‌کند. درواقع، سنت‌های اجتماعی، ارزش‌های شکل گرفته گذشته و هنجارهای جمعی اعم از جنسیت، قومیت، نژاد و یا حتی هنجارهای دینی، در این روند کمرنگ می‌شود. کمرنگ شدن این منابع هویتی، به معنای از بین رفتن آنها نیست، بلکه به معنای «خودآگاه شدن روندهای انتخاب» است. فرد در گذشته، در یک تعامل ناخودآگاه با منابع هنجاری ارتباط برقرار می‌کرد ولی در روند جدید، به دلیل توسعه انتخاب‌ها، نیازمند نظامی ترجیحی است تا به عنوان یک انتخاب‌گر، یکی را بر دیگری ترجیح دهد. فناوری به عنوان واسطه ابزاری ارتباط، نقش اصلی در باز تعریف «مکان و زمان» یافته است.

بر این اساس، می‌توان سه گونه هویت ملی سستی، بازتابی و مدرن را از یکدیگر متمایز کرد. امروزه فناوری‌های ارتباطی نوین به عنوان ابزار ارتباطی هویت‌ساز، امکان آشنایی با ارزش‌های دیگر فرهنگ‌ها را بخصوص برای خانواده‌ها فراهم کرده و موجب شده‌اند تا هویت‌ها بیشتر به سمت سیالیت و نسبی بودن رشد یابند. دانش بشری به جایی رسیده است که بتواند امکان ایجاد یک شبکه اطلاعاتی را فراهم کند (عباسی قادی، ۱۳۸۵).

در این پژوهش که فناوری‌های نوین ارتباطی، متغیر مستقل است، فناوری‌هایی مدنظر هستند که اشکال گوناگون ارتباط را میان انسان‌ها و نظام‌های الکترونیکی تسهیل می‌کنند. در اینجا میزان استفاده از اینترنت، ماهواره و در نهایت موبایل (تلفن همراه) مورد بررسی قرار می‌گیرند. در مورد اینترنت بر اساس پرسشنامه، شبکه‌های اجتماعی، فیس‌بوک، ایمیل و سایر موارد طرح شده‌اند. همچنین در مورد ماهواره که شامل انواع شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان و غیرفارسی‌زبان می‌شود. در مورد موبایل یا تلفن همراه، شبکه‌های موبایلی را نیز در برمی‌گیرد. هویت اجتماعی که از طریق تعلق فرد به گروه‌های یک جامعه و ارزش‌های اجتماعی آن گروه‌ها تعیین می‌شود، متغیر واسطه‌ای است. ارتباطات خانوادگی؛ شامل روابط زوجین، رابطه والدین با فرزندان و فرزندان با والدین نیز، برای بررسی دقیق‌تر به ابعادی تقسیم شدند: رضایت از زندگی زناشویی (اینکه رسانه‌های جدید تا چه حد و به چه میزان بر روابط زناشویی تأثیرگذار بوده‌اند و باعث تضعیف روابط زناشویی شده‌اند). روابط والدین با فرزندان، اعتماد زناشویی (بررسی اعتماد میان زن و شوهر و اینکه ورود فناوری‌های نوین ارتباطی به فضای خانواده چگونه باعث کاهش اعتماد بین زن و شوهر شده است). توزیع قدرت یا هرم قدرت در خانواده (اینکه در تصمیم‌گیری‌های امور خانواده، چه کسی تصمیم می‌گیرد و چه فضایی بر تصمیمات خانواده حاکم است؟ میزان دموکراتیک بودن خانواده چقدر است؟ و ساختار توزیع قدرت در خانواده میان زن و شوهر چگونه است؟)؛ و در نهایت، ارتباطات مددکارانه یا حمایت‌گری در خانواده (به این معنی که در پرتو امواج رسانه‌های جدید، به چه میزان حمایت‌گری در خانواده کاهش یافته است و یا کارکرد سستی مدرسانی خانواده کمتر شده است؟).

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش کلید فهم واقعیت‌ها و حقایق فردی و اجتماعی است. بدون برخورداری از روش پژوهش مشخص، پژوهشگر در اقیانوسی از واقعیت‌ها غرق می‌شود و نمی‌تواند یافته‌های مشخصی را به دست آورد (عاملی، ۱۳۹۲، ص ۵).

این پژوهش، از نظر دسترسی به موضوع، از نوع پژوهش‌های میدانی و از نظر هدف مطالعه، از نوع پژوهش‌های کاربردی و عملی است و از طرف دیگر، چون در نظر دارد میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی را بر ارتباطات خانوادگی در شهر شیراز مورد ارزیابی قرار دهد، یک پژوهش همبستگی نیز به حساب می‌آید. روش این پژوهش، پیمایشی است و اطلاعات مورد نیاز آن با تکنیک پرسشنامه محقق‌ساخته جمع‌آوری شده است. داده‌های به دست آمده از پرسشنامه‌ها ابتدا با استفاده از نرم‌افزار SPSS و سپس برازش مدل و نقش واسطه‌گری هویت اجتماعی با نرم‌افزار لیزرل^۱ مورد ارزیابی قرار گرفت. برای تعیین روایی پرسشنامه، از اعتبار صوری و برای تعیین پایایی گویه‌های پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ با ۰/۸۷ برای فناوری‌های نوین ارتباطی، ۰/۹۳ هویت اجتماعی و ۰/۷۶ ارتباطات خانوادگی مورد تأیید قرار گرفت. در این پژوهش، فناوری‌های نوین ارتباطی به عنوان متغیر مستقل به سه بعد تقسیم شد و میزان استفاده از اینترنت، ماهواره و در نهایت موبایل (تلفن همراه) از طریق ۲۹ گویه مورد سنجش قرار گرفت. هویت اجتماعی پاسخگویان در این پژوهش، متغیر واسطه‌ای است. متناسب با نمره به دست آمده، هویت اجتماعی پاسخگویان شامل هویت اجتماعی سنتی، در حال گذار و مدرن است. ارتباطات خانوادگی در این پژوهش متغیر وابسته است که در ۵ بعد (روابط زناشویی، ارتباط چهره به چهره والدین با فرزندان، اعتماد زناشویی، هرم قدرت در خانواده و ارتباطات مددکارانه در خانواده) از طریق ۳۶ گویه مورد سنجش قرار گرفت. جامعه آماری این پژوهش را خانوارهای ساکن مناطق دهگانه شهر شیراز تشکیل می‌دهند که بنا بر آخرین اطلاعات دریافتی از مرکز آمار ایران و معاونت برنامه‌ریزی شهرداری شیراز در سال ۱۳۹۴ تعداد (۴۳۴/۴۵۳) خانوار را شامل می‌شدند. حجم نمونه از طریق فرمول کوکران، ۳۸۴ خانوار به دست آمد و پرسشنامه در بین ۳۸۴ زن و مرد متأهل که حداقل دارای یک فرزند ۱۰-۸ ساله بودند، توزیع شد. شیوه نمونه‌گیری، خوشه‌ای چندمرحله‌ای، همچنین تصادفی

سیستماتیک بود و بر اساس مناطق دهگانه شهر شیراز، متناسب با جمعیت خانوارهای هر منطقه، اقدام به جمع‌آوری اطلاعات شد.

یافته‌های پژوهش

در یافته‌های آماری توصیفی (جداول فراوانی، شاخص‌هایی نظیر حداقل، حداکثر، میانگین و انحراف معیار) و در آمار استنباطی، نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های مطرح شده پژوهش، با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون توضیح داده شده‌اند.

نتایج توصیفی نشان می‌دهد که ۴۹/۶ درصد از پاسخگویان مرد و ۵۰/۴ درصد زن بوده‌اند؛ همچنین سن پاسخگویان بین ۲۷ تا ۶۵ سال نوسان داشته است. بررسی سطح تحصیلات پاسخگویان و همسرانشان نیز حاکی از آن است که اکثر افراد مورد بررسی دارای تحصیلات بالایی هستند؛ به طوری که سطح تحصیلات ۵۸/۱ درصد از افراد مورد بررسی فوق‌دیپلم و بیشتر بوده است. این درصد برای همسران پاسخگویان به ۴۵/۸ درصد می‌رسد. میزان درآمد ماهانه افراد مورد بررسی، از حداقل ۵۰۰ هزار تومان تا ۱۵ میلیون تومان در نوسان بوده و میانگین درآمد ماهانه آنها به ۲۵۶۳۷۰۰۰ ریال رسیده است. ضمن اینکه ۶۰/۴ درصد از پاسخگویان خود را جزء طبقه متوسط می‌دانند.

به منظور سنجش تأثیر عوامل و متغیرهای اثرگذار بر متغیر ارتباطات خانوادگی از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است.

فرضیه اول - بین میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی با ارتباطات خانوادگی و ابعاد آن رابطه معنادار برقرار است.

نتایج به دست آمده از جدول ۱ نشان می‌دهد؛ بین میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و ارتباطات خانوادگی رابطه منفی و معنادار وجود دارد ($r = -0/408$) و روابط خانوادگی می‌شود. همچنین بین میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی باعث کاهش رضایت از زندگی زناشویی ($-0/401$)، ارتباط چهره به چهره والدین و فرزندان

مطالعه جامعه‌شناختی رابطه بین فناوری‌های نوین ارتباطی ... ❖ ۷۹

(-۰/۴۸۲)، اعتماد زوجین (-۰/۳۲۲) و ارتباطات مددکارانه (-۰/۲۲۲) رابطه منفی و معنادار وجود دارد. این در حالی است که رابطه بین استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و هرم قدرت در خانواده، مثبت و معنادار است ($I=0/12$ و $Sig=0/02$)؛ به این معنا که افزایش استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی باعث دموکراتیک‌تر شدن ارتباط زوجین و افقی‌تر شدن هرم قدرت در خانواده خواهد شد.

جدول ۱- ضرایب همبستگی پیرسون بین میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی با ارتباطات خانوادگی و ابعاد آن

ارتباطات مددکارانه	هرم قدرت	اعتماد زوجین	ارتباط چهره به چهره والدین و فرزندان	رضایت از زندگی زناشویی	ارتباطات خانوادگی	ارتباطات	
						میزان استفاده	
-۰/۲۲۲	۰/۱۲	-۰/۳۲۲	-۰/۴۸۲	-۰/۴۰۱	-۰/۴۰۸	R	میزان استفاده از فناوری نوین ارتباطی
۰/۰۰۰	۰/۰۲	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	Sig	
۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	N	

فرضیه ۱-۱. بین میزان استفاده از اینترنت با ارتباطات خانوادگی و ابعاد آن رابطه وجود دارد.

نتایج به دست آمده از جدول ۲ نشان می‌دهد؛ بین میزان استفاده از اینترنت با ارتباطات خانوادگی (-۰/۳۱۲)، رضایت از زندگی زناشویی (-۰/۳۲۸)، ارتباطات چهره به چهره والدین و فرزندان (-۰/۳۶۸)، اعتماد زوجین (-۰/۲۷۷) و ارتباطات مددکارانه در خانواده (-۰/۱۴) رابطه منفی و معنادار وجود دارد؛ اما بین میزان استفاده از اینترنت و هرم قدرت در خانواده، رابطه مثبت و معنادار برقرار است.

مطالعه جامعه‌شناختی رابطه بین فناوری‌های نوین ارتباطی ... ❖ ۸۱

فرضیه ۱-۳. بین میزان استفاده از تلفن همراه با ارتباطات خانوادگی و ابعاد آن رابطه وجود دارد.

نتایج به دست آمده از جدول ۴ نشان می‌دهد؛ بین میزان استفاده از تلفن همراه با ارتباطات خانوادگی (۰/۳۵-)، رضایت از زندگی زناشویی (۰/۳۳۴-)، ارتباط چهره به چهره والدین با فرزندان (۰/۴۲۴-)، اعتماد زوجین (۰/۲۹۷-) و ارتباطات مددکارانه (۰/۱۹-) رابطه منفی و معنادار وجود دارد؛ اما رابطه بین میزان استفاده از تلفن همراه و هرم قدرت، مثبت و معنادار است.

جدول ۴- ضرایب همبستگی پیرسون بین میزان استفاده از تلفن همراه با ارتباطات خانوادگی و ابعاد آن

ارتباطات خانوادگی	ارتباطات چهره به چهره والدین و فرزندان	اعتماد زوجین	هرم قدرت	ارتباطات مددکارانه	میزان استفاده	
					R	میزان استفاده از تلفن همراه
۰/۳۵	۰/۳۳۴	۰/۲۹۷	۰/۱۴	۰/۱۹	Sig	میزان استفاده از تلفن همراه
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۸	۰/۰۰۰	N	۳۸۴
۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴		

فرضیه دوم: بین میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و ابعاد آن با هویت اجتماعی پاسخگویان رابطه وجود دارد.

نتایج به دست آمده از جدول ۵ نشان می‌دهد بین میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی با هویت اجتماعی (۰/۵۸۷-)، میزان استفاده از اینترنت با هویت اجتماعی (۰/۴۶۹-)، میزان استفاده از ماهواره با هویت اجتماعی (۰/۴۵۸-) و میزان استفاده از تلفن همراه با هویت اجتماعی (۰/۵۳۷-) رابطه منفی و معنادار وجود دارد؛ به این معنا

که افزایش میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی باعث می‌شود از هویت اجتماعی سنتی افراد کاسته شود.

جدول ۵- ضرایب همبستگی پیرسون بین میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و ابعاد آن با هویت اجتماعی

میزان استفاده از تلفن همراه	میزان استفاده از ماهواره	میزان استفاده از اینترنت	میزان استفاده از فناوری نوین ارتباطی	میزان استفاده	
				هویت اجتماعی	هویت اجتماعی
- ۰/۵۳۷	- ۰/۴۵۸	- ۰/۴۶۹	- ۰/۵۸۷	R	هویت اجتماعی
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	Sig	هویت اجتماعی
۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	N	هویت اجتماعی

فرضیه سوم: بین هویت اجتماعی پاسخگویان با ارتباطات خانوادگی و ابعاد آن رابطه وجود دارد.

داده‌های جدول ۶ گویای این واقعیت است که بین هویت اجتماعی و ارتباطات خانوادگی (۰/۴۷۱)، رضایت از زندگی زناشویی (۰/۴۹۹)، ارتباط چهره به چهره والدین و فرزندان (۰/۴۹۹)، اعتماد زوجین (۰/۴۳۴) و ارتباطات مددکارانه (۰/۳۲۹) رابطه مثبت و معنادار وجود دارد؛ به این معنا که هر قدر هویت اجتماعی سنتی‌تر باشد، ارتباطات خانوادگی بیشتر می‌شود. همچنین بین هویت اجتماعی و هرم قدرت رابطه منفی و معنادار وجود دارد به این معنا که هر قدر هویت اجتماعی سنتی‌تر باشد، روابط بین زوجین کمتر دموکراتیک می‌شود و قدرت در خانواده عمودی است تا افقی.

جدول ۶- ضرایب همبستگی پیرسون بین هویت اجتماعی با ارتباطات خانوادگی و ابعاد آن

ارتباطات خانوادگی	رضایت از زندگی زناشویی	والدین و فرزندان	ارتباط چهره به چهره	اعتماد زوجین	هم قدرت	ارتباط مددکارانه	ارتباطات	
							R	هویت اجتماعی
۰/۴۷۱	۰/۴۹۹	۰/۴۹۹	۰/۴۹۹	۰/۴۳۴	-۰/۲۹۳	۰/۳۲۹	Sig	هویت اجتماعی
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	N	۳۸۴

فرضیه چهارم: ابعاد فناوری‌های نوین ارتباطی پیش‌بینی‌کننده معناداری برای ارتباطات خانوادگی است.

برای آزمون این فرضیه از رگرسیون چندمتغیره استفاده شده است. روش مورد استفاده در این پژوهش رگرسیون چندمتغیره مرحله‌به‌مرحله^۱ است. استفاده از این روش، این مزیت را دارد که پژوهشگر می‌تواند تغییرات ایجاد شده را با ورود متغیرهای جدید به معادله ارزیابی کند.

بر اساس جدول ۷، اولین متغیری که در مرحله اول وارد معادله می‌شود، میزان استفاده از تلفن همراه است. این متغیر به تنهایی ۱۲ درصد از تغییرات در متغیر وابسته (ارتباطات خانوادگی) را تبیین می‌کند ($R^2 = 0/12$). بر اساس ضرایب B معادله به ازای یک واحد افزایش در میزان استفاده از تلفن همراه ۰/۹۲- از میزان ارتباطات خانوادگی کاسته می‌شود. در مرحله دوم و مرحله نهایی، میزان استفاده از ماهواره نیز وارد معادله می‌شود و در مجموع ۱۷ درصد از تغییرات در ارتباطات خانوادگی را تبیین می‌کند ($R^2 = 0/17$). بر اساس ضرایب B معادله به ازای یک واحد افزایش در میزان استفاده از تلفن همراه

1. Step Wise

۰/۶۴ و به ازای یک واحد افزایش در استفاده از ماهواره ۰/۴۴ از نمره ارتباطات خانوادگی کاسته می‌شود. بر اساس ضرایب β معادله تأثیر تلفن همراه و ماهواره در تبیین ارتباطات خانوادگی تقریباً یکسان است؛ اما میزان استفاده از اینترنت وارد معادله نمی‌شود و نقشی در تبیین ارتباطات خانوادگی ندارد. دلیل وارد نشدن این متغیر به معادله همبستگی درونی متغیرهای مستقل با یکدیگر است.

جدول ۷- معادله رگرسیون ارتباطات خانوادگی بر اساس میزان استفاده از ابعاد فناوری نوین ارتباطی

مرحله	نام متغیر	B	β	T	سطح معناداری	R	R ²	F	d. f	sig
اول	عدد ثابت	۱۴۷/۵	-	۷۱/۹	۰/۰۰۰	۰/۳۵	۰/۱۲	۵۳/۳	۳۸۲ و ۱	۰/۰۰۰
	تلفن همراه	-۰/۹۲	-۰/۳۵	-۷/۳	۰/۰۰۰					
دوم	عدد ثابت	۱۵۱/۶	-	۶۹/۴	۰/۰۰۰	۰/۴۱۳	۰/۱۷	۳۹/۱	۳۸۱ و ۲	۰/۰۰۰
	تلفن همراه	-۰/۶۴	-۰/۲۴۴	-۴/۷	۰/۰۰۰					
	ماهواره	-۰/۴۴	-۰/۲۴۳	-۴/۶۹	۰/۰۰۰					

فرضیه پنجم: هویت اجتماعی بین ابعاد استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و ارتباطات خانوادگی نقش واسطه‌گری دارد.

برای آزمون آخرین فرضیه پژوهش باید از آزمون تحلیل مسیر استفاده کرد. برای این منظور، اطلاعات به نرم‌افزار لیزرل انتقال یافت. آزمون تحلیل مسیر در دو مرحله انجام می‌پذیرد. در مرحله اول، روابط معنادار و غیرمعنادار در مدل پژوهش شناسایی می‌شود و در مرحله دوم، با حذف روابطی که معنادار نیستند، مدل، بار دیگر به اجرا در می‌آید و نمودار نهایی پژوهش مشخص می‌شود.

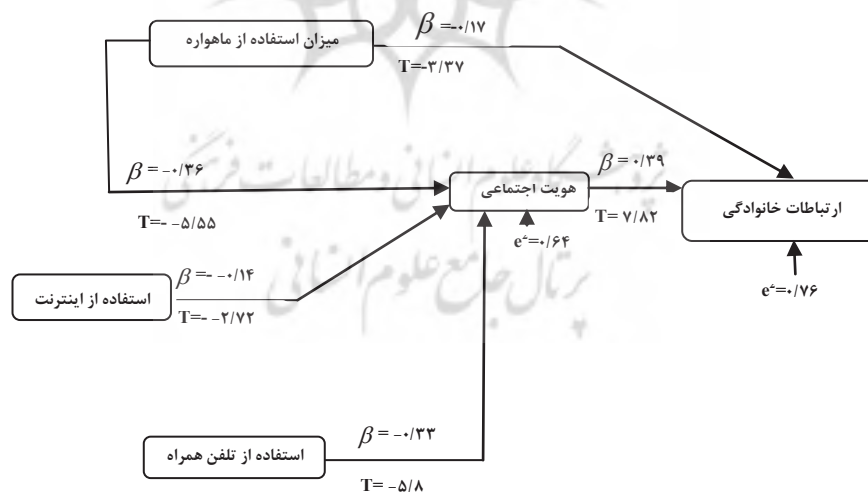
بر اساس جدول ۸، ابعاد استفاده از اینترنت و تلفن همراه با ارتباطات خانوادگی

رابطه معنادار ندارند. برای این منظور دو نمودار طراحی شد که در نمودار اول، ابعادی که با ارتباطات خانوادگی رابطه معنادار نداشتند، مشخص شدند؛ اما برای پیشگیری از اطاله بحث، نمودار مدل پژوهش در مرحله نهایی آورده می‌شود.

جدول ۸- معادلات ساختاری مدل تحقیق در مرحله اول

وضعیت معناداری	$1 - R^2$	R^2	T	β	متغیر مستقل	متغیر وابسته
Sig	۰/۷۵	۰/۲۵	۶/۲۵	۰/۳۵	هویت اجتماعی	ارتباطات خانوادگی
N.S			- ۰/۶۴	- ۰/۰۴	استفاده از اینترنت	
Sig			-۲/۷۲	- ۰/۱۴	استفاده از ماهواره	
N.S			-۱/۶	- ۰/۰۷	استفاده از تلفن همراه	
Sig	۰/۶۴	۰/۳۶	-۲/۴۱	- ۰/۱۴	استفاده از اینترنت	هویت اجتماعی
Sig			-۵/۵۵	- ۰/۳۶	استفاده از ماهواره	
Sig			-۵/۸	- ۰/۳۳	استفاده از تلفن همراه	

شکل ۱- نمودار تحلیل مسیر مدل پژوهش در مرحله نهایی



$X^2 = ۳/۶۲$ d.f = ۲ sig = ۰/۰۰۰

بر اساس نمودار مدل پژوهش (شکل ۱)، میزان استفاده از ماهواره، هم تأثیر مستقیم و هم از طریق هویت اجتماعی، تأثیر غیرمستقیم بر ارتباطات خانوادگی دارد؛ اما دو بعد استفاده از اینترنت و استفاده از تلفن همراه تنها از طریق هویت اجتماعی و به طور غیرمستقیم بر ارتباطات خانوادگی تأثیرگذار است؛ بنابراین، اینکه هویت اجتماعی برای هر سه بُعد فناوری‌های نوین ارتباطی نقش واسطه‌گری ایفا می‌کند، تأیید می‌شود. جدول ۹، تأثیر مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مدل پژوهش را بر ارتباطات خانوادگی نشان می‌دهد.

جدول ۹- ضرایب تأثیر مستقیم، غیرمستقیم و کل متغیرهای مدل تحقیق بر ارتباطات خانوادگی

میزان استفاده از تلفن همراه	میزان استفاده از اینترنت	میزان استفاده از ماهواره	هویت اجتماعی	متغیر / نوع تأثیر
-	-	- ۰/۱۷	- ۰/۳۹	مستقیم
- ۰/۱۳	- ۰/۰۵۵	- ۰/۱	-	غیرمستقیم
- ۰/۱۳	- ۰/۰۵۵	- ۰/۲۷	- ۰/۳۹	کل

آخرین مسئله‌ای که باید به آن اشاره کرد، ضرایب برازش مدل پژوهش است. نتایج نشان می‌دهد که ضرایب برازش به دست آمده از حداقل ۰/۹۷ (برای شاخص برازش نسبی و شاخص نیکویی برازش تعدیل شده) تا حداکثر یک (برای شاخص برازش مقایسه‌ای و شاخص نیکویی برازش) در نوسان است که همگی در حد بالا و قابل قبول هستند.

بحث و نتیجه‌گیری

فناوری‌های ارتباطی جدید و بزرگراه‌های اطلاعاتی آن، منجر به تحول در شدت و میزان ارتباط انسان‌ها در اقصا نقاط جهان شده‌اند و تحولی کیفی در نحوه ارتباط

انسان‌ها با یکدیگر ایجاد کرده‌اند. یکی از ویژگی‌های این نوع فناوری‌ها، در دسترس بودن وسیع و گسترده پیام‌های آنهاست. از این رو، تأثیر زیادی بر زندگی اجتماعی روزمره دارند و علاوه بر شکل‌دهی به رفتارها و ارزش‌های خانواده‌ها، در ساخت و شکل‌دهی به هویت آنها نیز دخیل هستند.

هم اکنون می‌توان گفت؛ فضای جدیدی در میان خانواده‌ها شکل گرفته است و هیچ‌کس نمی‌تواند نقش رسانه‌های نوین را نادیده بگیرد، رسانه‌هایی که خود مؤید تغییرات در سطوح مختلف جامعه هستند. پیشرفت‌های فنی و اطلاعاتی صورت گرفته در یک قرن اخیر موجب گسترش فضای ارتباطی گردیده و اتصال دورافتاده‌ترین نقاط زمین به یکدیگر را امکان‌پذیر کرده است. عصر انفجار اطلاعات به همراه ابداع ابزارها و شیوه‌های نوین ارتباطی، دنیای جدیدی را با مؤلفه‌های متمایز از دنیای قدیم پدید آورده است. فناوری‌های نوین ارتباطی از جمله اینترنت، ماهواره و تلفن همراه در قرن اخیر، با قابلیت‌ها و کارکردهای متعدد و گسترده‌ای که دارند، بخش‌های مختلف زندگی انسان را تحت تأثیرات خود قرار داده‌اند. بر اساس نظریه کاشت، رسانه‌های همگانی در شکل‌دهی به عقاید، نگرش‌ها، آداب و رسوم و رفتارهای انسان تأثیر اساسی دارند. بر پایه این نظریه، به هر میزان که افراد ساعات بیشتری را در معرض پیام‌های رسانه‌ای باشند، این رسانه‌ها تأثیر عمیق‌تری بر نگرش‌ها و باورهای آنان خواهند گذاشت.

نتایج نشان‌دهنده آن است که ابعاد فناوری‌های نوین ارتباطی به طور مستقیم و با واسطه (از راه هویت اجتماعی) رابطه‌ای قوی با ارتباطات خانوادگی داشته است؛ یعنی افزایش استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی باعث کاهش ارتباطات خانوادگی شده است. این موضوع با مطالعات صفری شالی (۱۳۹۰)، گلچین و همکاران (۱۳۹۱) و لیم (۲۰۰۴) همسو است. از این رو، فناوری‌های نوین ارتباطی ممکن است پیامدهای مثبتی نیز برای خانواده داشته باشند اما با توجه به اینکه در پژوهش حاضر ابعاد ارتباطی خانواده مورد مطالعه بوده است، می‌توان گفت که فناوری‌های نوین ارتباطی، مناسبات اجتماعی واقعی را تضعیف و شیوه برقراری ارتباطات را دگرگون کرده است. به این

ترتیب، حضور در فضای عمومی نیز کاهش یافته است. تغییر و تحول در خانواده‌ها مانند فردگرایی یا فردیت‌سازی، تغییر نگرش، بازاندیشی در اعمال و رفتار و کنش‌ها، تأثیر رسانه‌های نوین بر روابط بین‌فردی، جهت‌گیری تساوی‌طلبانه، دموکراتیک شدن قدرت در خانواده، کاهش اعتماد و همچنین کاهش حمایت‌گری، از مهم‌ترین مواردی هستند که می‌توانند دال بر تغییر در روابط خانوادگی باشند. در تحلیل نقش رسانه‌های جدید مانند اینترنت، تلویزیون‌های ماهواره‌ای و تلفن همراه در تضعیف ارتباطات خانوادگی و همین‌طور هویت اجتماعی باید گفت که با گسترش روزافزون این رسانه‌ها، روند نوسازی به تضعیف پیوندهای سنتی انجامیده است. همچنان‌که کاستلز بیان کرده است، ماهواره و اینترنت با دگرگون ساختن بنیادین ماهیت ارتباطات، نقش تعیین‌کننده‌ای در تغییر و شکل‌دهی به فرهنگ‌ها و هویت اجتماعی شهروندان ایفا می‌کنند (ترجمه عقیلیان و خاکباز، ۱۳۸۰، صص ۳۸۴-۳۸۳)؛ اینگلهارت نیز رسانه‌های نو را موجب گسست جدی در مبانی هویتی جامعه که به تضعیف هویت اجتماعی منجر می‌شود، دانسته است (آقایی، ۱۳۸۶، ص ۹۹). در این پژوهش مشخص شد که به طور کلی، میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی، کاهش در هویت اجتماعی پاسخگویان را به دنبال دارد. نتیجه این روند، پدید آمدن هویت‌هایی است که با سنت‌های جامعه سازگار نخواهند بود. در این زمینه، راهکارهای زیر در قالب مهندسی فرهنگی در سطح جامعه برای خانواده‌ها پیشنهاد می‌شود:

- گسترش پرشتاب فناوری، بویژه فناوری‌های نوین، به میزان زیادی کیفیت و روند طبیعی انسان را از حالت عادی خارج کرده و رفتارهای جدیدی را در عرصه فردی و اجتماعی به وجود آورده است. رفتارهای جدید، به عرصه خانواده نیز گسترش پیدا کرده است. مهم‌ترین مشخصه این رفتار، فردگرایی و کاهش احساس تعلق و پیوند عاطفی در گروه خانواده است. برای رهایی از این کیفیت، گسترش فرهنگ استفاده از ابزارهای رسانه‌ای به گونه‌ای که این ابزارها در خدمت انسان‌ها باشد (نه شکل‌دهنده رفتار) الزامی به نظر می‌رسد هرچند که کار ساده‌ای نیست. هر اندازه هم که رسانه‌ها به

نجابت و سلامت پیام خود اهمیت بدهند، نمی‌توانند جای ارتباط چهره به چهره را در مناسبات ارتباطی بگیرند. پس رویکرد خانواده‌ها باید با هدف کاهش استفاده از ابزارهای رسانه‌ای و استفاده مهار یافته از آنها در جهت اهداف قابل کنترل، سامان یابد. طبیعی است در این وضعیت، فضای خانواده برای گفتگو و هم‌کلامی آماده می‌شود.

- نتیجه این پژوهش نشان داد که خانواده‌های شیرازی به فیلم‌ها و سریال‌های فارسی بویژه آنهایی که دارای موضوعات خانوادگی هستند، علاقه زیادی دارند و به نظر می‌رسد دست‌اندرکاران شبکه‌های ماهواره‌ای نیز این نکته را به خوبی دریافته و به همین دلیل حجم چشمگیری از برنامه‌های خود را به این موضوعات اختصاص داده‌اند؛ بنابراین ضروری است که رسانه ملی نیز بر اساس واقعیت‌های ملموس جامعه و رفتارهای خانواده‌ها برنامه‌سازی کند تا برنامه‌ها پادزهری در برابر رسانه‌های بیگانه باشند که در حال حاضر گسترش بسیاری یافته‌اند.

- برای اینکه افراد خانواده بتوانند با استفاده صحیح از رسانه‌ها آگاهی خود را افزایش دهند، با عرضه کتاب و اطلاع‌رسانی به خانواده‌ها از طریق سازمان‌های فرهنگی، سواد رسانه‌ای را در خانواده‌ها گسترش دهیم و شرایطی را فراهم آوریم تا هر خانواده ایرانی با خیالی آسوده بتواند از فناوری‌های جدید ارتباطی استفاده کند و از گزندهای آن نیز در امان باشد.

منابع

- آقائی، زهرا. (۱۳۸۶). بررسی تأثیر رسانه‌های جمعی بر احساس امنیت اجتماعی (مطالعه موردی شهر اصفهان). پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده ادبیات و علوم انسانی، تهران.
- بهرامی کمیل، نظام. (۱۳۹۱). نظریه رسانه‌ها (جامعه‌شناسی ارتباطات). تهران: کویر.
- دوران، بهزاد. (۱۳۸۶). تأثیر فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی. رساله دکترا. دانشگاه تربیت مدرس، تهران.

- ساروخانی، باقر. (۱۳۹۳). دانشنامه ارتباطات ۱ (جامعه‌شناسی ارتباطات، اصول و مبانی). تهران: انتشارات اطلاعات.
- سعدی‌پور و همکاران. (۱۳۹۰). اثرسنجی در حوزه رسانه با تأکید بر تلویزیون. تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.
- سورین، ورنر و تانکارد، جیمز. (۱۳۸۴). نظریه‌های ارتباطات (ترجمه علیرضا دهقان). تهران: دانشگاه تهران.
- صفری شالی، رضا. (۱۳۹۰). نقش شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان بر ساختار خانواده. طرح پژوهشی با حمایت وزارت کشور.
- عاملی، سعیدرضا. (۱۳۸۵). فردگرایی جدید و تلفن همراه: تکنولوژی فردگرایی و هویت. مجله رسانه‌های جهانی، ۱، صص ۲۱-۱۳.
- عاملی، سعیدرضا. (۱۳۹۲). روش‌های تحقیق در مطالعات فرهنگی و رسانه. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- عباسی قادی، مجتبی. (۱۳۸۵). بررسی رابطه استفاده از اینترنت و هویت دینی کاربران. مجله ره‌آورد نور، مجموعه اطلاع‌رسانی و کتابداری، ۱۹، صص ۲۲-۱.
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۰). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ، جلد اول: ظهور جامعه شبکه‌ای (ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز). تهران: طرح نو.
- گلچین، مسعود و همکاران. (۱۳۹۱). مطالعه میزان و نوع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان و مناسبات خانوادگی در بین شهروندان تهرانی. فصلنامه مطالعات راهبردی زنان، ۴ (۵۶)، صص ۱۱۸-۸۳.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۴). چشم‌اندازهای جهانی (ترجمه محمدرضا جلالی‌پور). تهران: طرح نو.
- لاودن، کنت سی و لاودن، جین پی. (۱۳۸۵). فناوری اطلاعات (ترجمه حمید محسنی). تهران: کتابدار.
- مهدی‌زاده، محمد. (۱۳۸۸). مطالعه تطبیقی نظریه کاشت و دریافت در ارتباطات. تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما.

مهرداد، هرمز. (۱۳۸۰). مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی. تهران: مؤسسه فرهنگی - پژوهشی فاران.

Giddens, A. (1984). **The Construction of Society: Outline of The Theory of Structuration**, Cambridge, Politypress.

Hubert, C.Y. & Ngai, E. W. T. (2010). Modern Technologies and Life Style. **Journal Of Business Ethics**, 91. Pp. 73-110.

Koerner, A.f. (2004). Family Communication Patterns and Social Support in Families of Origin and adult Children Subsequent Intimate Relationships. **International Association for Relationship Research Conference**, Madison, WI, Pp.1-39.

Lim, I.O. (2004). A Learning System for Internet Addiction Prevention. Proceedings of IEEE. **International Conference on Advanced Learning Technologies**.

Pollak, G. (1975). **Leadership of Discussion Groups. Case Material and Theory**. Printed in The United States, Library of Congress Cataloging in Publication Data.

Ritzer, G. (2004). **Hand Book oL Social Problems: A Comparative International Perspective**. North America: Stage Publications.

Stewart, J. (2003). Investigation IC T_s in Every Day Life: In Sights Form Research on The Adoption and Consumption of New Ict_s In The Domestic Environment. **Journal Cognition Technology and Work**, Vol. 5, Pp. 4-14.