

بررسی رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و ارزش‌های خانواده

حسن خوش صفا^۱ * مجید کفاشی^۲

چکیده

از دیدگاه کلان، جامعه اطلاعاتی با معیارهای تقویت‌شده در حوزه‌های پنج‌گانه فناوری، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی ارزیابی می‌شود. آنچه در جامعه اطلاعاتی در حوزه فرهنگ در حال وقوع است، بروز یک فرهنگ نوپاست که تحول و تغییر اساسی در شیوه زندگی و توسعه دامنه تعامل و تقابل گسترده فرهنگ‌ها در سراسر جهان به دنبال دارد. این تعامل بین فرهنگ‌ها می‌تواند به استیلاهای فرهنگی منجر شود که تأکید بیشتری بر به‌کارگیری اطلاعات و بی‌پروایی و صراحت در تبادل اطلاعات گوناگون دارند. تحقیق حاضر به بررسی رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی با ارزش‌های خانواده (شهروندان بجنوردی در سال ۱۳۹۴) پرداخته است. در این پژوهش از روش پیمایشی استفاده شده و نمونه براساس فرمول کوکران شامل ۳۸۲ نفر از شهروندان بجنوردی ۱۷ تا ۴۰ ساله است که با روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای انتخاب شده‌اند. ابزار اصلی جمع‌آوری اطلاعات، پرسشنامه است که از طریق آمار توصیفی و استنباطی با استفاده از نرم‌افزار spss تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. یافته‌ها نشان می‌دهد شاخص‌های متغیر مستقل: گمنامی، سابقه کاربری، میزان استفاده و تعاملی بودن ارتباطات در شبکه‌های اجتماعی مجازی به ترتیب به میزان ۰/۰۶۹، ۰/۸۲۲، ۰/۴۹۴ و ۰/۱۶۳ توانسته‌اند متغیر وابسته را تبیین کنند و بیشترین تأثیرگذاری را در ارزش‌های خانواده داشته باشند.

واژگان کلیدی: شبکه‌های اجتماعی مجازی، ارزش، خانواده و ارزش‌های خانواده.

فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی • سال ششم • شماره بیست و سوم • تابستان ۹۶ • صص ۲۰۰-۱۷۳

تاریخ دریافت مقاله: ۹۵/۶/۲۵ تاریخ پذیرش مقاله: ۹۵/۱۱/۱۷

۱. کارشناسی ارشد پژوهش علوم اجتماعی، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، نویسنده مسئول (h.khoshsafa@yahoo.com)

۲. دانشیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رودهن (majidkaffashi@gmail.com)

مقدمه

امروزه تحولی گسترده در عرصه ارتباطات و اطلاع‌رسانی در حال وقوع است که چشم‌انداز کاملاً متفاوتی از مفهوم و عملکرد تأثیر رسانه در برابر پژوهشگران قراردادده است. این تحول که بسیاری آن را تحول انقلابی در عرصه ارتباطات و شروع پارادایمی جدید در زندگی جوامع امروزی می‌خوانند، ظهور و توسعه حیرت‌آور رسانه‌های نوین در جهان امروز است که در زمانی کوتاه در سراسر جهان گسترش یافته و مهم‌ترین شکل و آشکارترین محصول آن اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی است. با ورود تکنولوژی و وسایل ارتباط جمعی [در بعد وسیع و دسترسی آسان و آبی به شبکه‌های اجتماعی مجازی] در خانواده‌ها، ارزش‌های خانواده‌ها تحت تأثیر قرار گرفته و موجب شده تا شاهد تغییراتی در رفتار و گفتمان نسل‌ها باشیم. این شبکه‌ها علاوه بر نقاط قوت دارای نقاط ضعفی هم هستند. وسایل ارتباط جمعی فواصل را ناپدید می‌کنند، همچنان که جدار بین انسان‌ها را نیز تا حدود زیادی شفاف‌تر می‌سازند (اسلوین، ۱۳۸۰: ۸۳). آنچه در خانواده از اهمیت برخوردار است، توجه به ارزش‌های آن است. ارزش‌های خانواده از اساسی‌ترین عناصر یک نظام اجتماعی هستند که از طریق کنترل و هدایت آنها می‌توان جامعه را به زوال و یا به تعالی کشاند. بسیاری از دانشمندان و صاحب‌نظران علوم اجتماعی بر این باورند که ترکیب و همگرایی فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و تجدید ساختار نظام سرمایه‌داری در دهه اخیر ما را وارد عصر و جامعه تازه‌ای کرده که دانیل بل آن را جامعه فراصنعتی؛ کاستلز، جامعه شبکه‌ای؛ و تادائو اومه سائو آن را جامعه اطلاعاتی نامیده است. به سبب گسترش دامنه تأثیر رسانه‌های جمعی، به‌ویژه اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی، جامعه اطلاعاتی امروزه بعدی جهانی پیدا کرده و منحصر به کشور یا کشورهای خاصی نمی‌شود. مجردی (۱۳۸۹) معتقد است آینده فضای اینترنت در ابعاد اجتماعی، فرهنگی و سیاسی متعلق به شبکه‌های اجتماعی است. مخدوش شدن انواع هویت‌های ملی، خانوادگی، شبه‌افکنی در اعتقادات و باروهای دینی مردم و میان‌تهی کردن تدریجی

بررسی رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و ارزش‌های خانواده ۱۷۵

اعضای جامعه از فرهنگ ملی و هویت خود از مهم‌ترین تأثیرات شبکه‌های اجتماعی است که می‌تواند بر مؤلفه‌های سازنده امنیت اجتماعی اثر منفی داشته باشد (فاتحی، ۱۳۹۱: ۱۰۷). ارزش‌ها و هنجارها به صورت نامرئی در هر واحد اجتماعی مانند خانواده، سازمان و... حضور دائم دارند. لذا تأثیرات مثبت و منفی شبکه‌های اجتماعی مجازی بر ارزش‌های خانواده این ضرورت را نشان می‌دهد که در این تحقیق به بررسی رابطه این شبکه‌ها و ارزش‌های خانوادگی بپردازیم تا بتوانیم با شناخت رابطه وضعیت موجود و میزان اثرگذاری آن به یک الگوی نظری در جهت ارائه راهکارهای راهبردی و کاربردی دست یابیم.

قرن حاضر را دوران تزلزل ارزش‌ها نامیده‌اند (توحیدلو، ۱۳۸۸: ۷۹). خانواده، پایه بنیادین اجتماع، سلول سازنده زندگی انسان و خشت بنای جامعه و کانون اصلی حفظ سنت‌ها، هنجارها و ارزش‌های اجتماعی است آنچه در آن از اهمیت برخوردار است، توجه به ارزش‌ها و به‌ویژه ارزش‌های اجتماعی است (کفاشی، ۱۳۸۸: ۵۵). ارزش‌های اجتماعی از اساسی‌ترین عناصر یک نظام اجتماعی هستند که از طریق کنترل و هدایت آنها می‌توان جامعه را به زوال و یا به تعالی کشاند (کفاشی، ۱۳۸۸: ۵۶).

حال این سؤال مطرح است که فناوری (شبکه‌های اجتماعی مجازی) در فرهنگ ما

چه نقشی دارد؟

در جوامع صنعتی و مدرن یک نقش دارد و آن تحکیم پایه‌های فرهنگی جامعه. در

جامعه ما دو نقش دارد:

۱. تقویت بنیان فرهنگی و (اجتماعی) جامعه و ارائه خدمات رفاهی به ساکنان
۲. تخریب یا تضعیف بنیان‌های فرهنگی و (اجتماعی) جامعه و سخت‌تر کردن زندگی برای ساکنان جامعه (فلاحی، ۱۳۹۱: ۱۲).

امروزه شبکه‌های اجتماعی مجازی در حال تغییر و دگرگونی ارزش‌ها و هنجارها هستند؛ به طوری که آینده خانواده دوام یا فروپاشی آن را که همواره از مهم‌ترین دل‌مشغولی جامعه‌شناسان بوده، تحت تأثیر قرار داده‌اند. در مقاله حاضر، محقق تلاش دارد این موضوع را مورد مطالعه قرار دهد که شبکه‌های اجتماعی مجازی چه تأثیری در ارزش‌های خانوادگی شهروندان بجنوردی دارد؟ آیا می‌توان اذعان داشت که تقویت یا تضعیف ارزش‌های خانوادگی شهروندان بجنوردی متأثر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی است؟ آیا رابطه‌ای بین دسترسی شهروندان بجنوردی به شبکه‌های اجتماعی مجازی و ارزش‌های خانوادگی وجود دارد؟ آیا رابطه‌ای بین استفاده بیشتر شهروندان بجنوردی از

شبکه‌های اجتماعی مجازی و ارزش‌های خانوادگی وجود دارد؟ آیا رابطه‌ای بین میزان وابستگی شهروندان بجنوردی به شبکه‌های اجتماعی مجازی و ارزش‌های خانوادگی وجود دارد؟ آیا رابطه‌ای بین محیط تعاملی شبکه‌های اجتماعی مجازی و ارزش‌های خانوادگی وجود دارد؟ به عبارتی دیگر، آیا شهروندان بجنوردی که به شبکه‌های اجتماعی مجازی دسترسی دارند، دارای ارزش‌های خانوادگی متفاوتی هستند؟
از جمله اهداف این تحقیق:

- الف) شناخت وضع موجود ارزش‌های خانوادگی در بین شهروندانی بجنوردی؛
- ب) شناخت رابطه میزان اثرگذاری شبکه‌های اجتماعی مجازی و ارزش‌های خانوادگی شهروندان بجنوردی؛
- ج) دستیابی به یک الگوی نظری در خصوص تبیین ارزش‌های خانوادگی شهروندان بجنوردی که از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند، در جهت ارائه راهکارهای راهبردی.

پیشینه پژوهش

در رابطه با منابع و پیشینه تحقیق می‌توان گفت هیچ منبعی با عنوان دقیق این پژوهش، که به شکل دقیق و همه‌جانبه به بررسی رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و ارزش‌های خانوادگی پرداخته باشد، وجود نداشته است. در واقع، می‌توان گفت با توجه به اینکه شبکه‌های اجتماعی مجازی پدیده‌ای تقریباً جدید و نوظهور هستند و از طرفی، ارزش‌های خانوادگی از مکانی نسبت به مکان دیگر و از زمانی تا زمان دیگر متفاوت هستند، نظریه‌پردازی در این زمینه بسیار کم صورت گرفته و منابع در این زمینه بیشتر مقاله است. از میان مطالعات انجام شده در این زمینه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

کفاشی (۱۳۸۸) در پژوهش خود با عنوان «بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده» به این نتیجه دست یافت که بین متغیرهای مستقل شامل: دسترسی دانشجویان به اینترنت، محیط تعاملی، فضای صمیمیت، روابط احساسی، وارد شدن دانشجویان در بحث و مناظره گروهی، پذیرفته شدن آنها در محیط تعاملی اینترنتی، احساس رضایت از گمنام بودن در اینترنت، میزان اطلاع خانواده در مورد استفاده فرزندان از محیط‌های اینترنتی و متغیر وابسته ارزش‌های خانواده، رابطه آماری معکوس وجود دارد.

تأثیر تجربه فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی در سه سطح خانواده، گروه همسالان

و جامعه توسط بهزاد دوران (۱۳۸۲) مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج این پژوهش رابطه معناداری را میان تجربه فضای سایبرنتیک و هر یک از سه سطح هویت اجتماعی (هویت خانوادگی، هویت همسالان و هویت ملی) پاسخگویان مشخص نساخت، و نشان می‌دهد که اینترنت بر هویت اجتماعی تأثیر ندارد. در این تحقیق استفاده از اینترنت و عدم استفاده از اینترنت و میزان استفاده از اینترنت متغیرهای مستقلی بودند که از اهمیت فراوانی برخوردار است.

زی هو و جاناتان جی (۲۰۰۱) تأثیر اینترنت را در زمینه اجتماعی از سه بعد کارکرد خانواده، فعالیت‌های اوقات فراغت، آزادی‌های مدنی و پنهان کاری مورد بررسی قرار داده‌اند. در مورد کارکرد خانواده، فعالیت با اعضای خانواده است که بین استفاده‌کنندگان و عدم استفاده‌کنندگان تفاوت معنی‌داری به وجود می‌آورد. در مورد اوقات فراغت، سه متغیر از پنج متغیر روزنامه خواندن، گوش دادن به رادیو و تماشای تلویزیون، ارتباط با دوستان در بین استفاده‌کنندگان و کسانی که از اینترنت استفاده نمی‌کنند تفاوت معنی‌داری دارد. تأثیر بر آزادی‌های مدنی مربوط به خشونت و محتوای وقیح و به دست آوردن نوع دوستان است، که در بین استفاده‌کنندگان و عدم استفاده‌کنندگان تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

نتایج پژوهش پیرسی (۲۰۰۰) و یانگ (۱۹۹۹) روشن می‌سازد که مشکلات خانوادگی چون سردی روابط بین خانواده، نزاع، طلاق، مشکلات درسی و شغلی در خانواده‌هایی که فرزندان آنها وابسته به اینترنت هستند، زیاد است.

عدلی‌پور و دیگران (۱۳۹۲) در پژوهشی تحت عنوان «حوزه عمومی و گفتگو در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی مجازی» نتیجه می‌گیرند که هر چند افزایش امکان برقراری ارتباط و دادوستد اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی مجازی، امکان گفتگو را ارتقاء می‌دهد اما محدود و مخدوش‌کننده آن هم است. محدودیت مورد نظر اساساً از توزیع نابرابر امکان‌های مرتبط با این گونه فناوری‌ها ناشی می‌شود و وضعیت خاص حوزه عمومی مجازی هم گفتگو میان فرهنگ‌ها را مخدوش می‌کند. در واقع، شبکه‌های اجتماعی مجازی به واسطه حوزه عمومی مجازی که پدید می‌آورند، گفتگو میان فرهنگ‌ها را محدود و مخدوش می‌سازند.

در یک جمع‌بندی کلی می‌توان گفت پیشینه پژوهش دارای نکات مثبت و مهمی است. اما بیشتر پژوهش‌های صورت گرفته به تأثیر و پیامدهای اینترنت بر ارزش‌های خانواده پرداخته‌اند و تقریباً هیچ پژوهش مهمی در زمینه بررسی رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و

ارزش‌های خانوادگی صورت نگرفته است. در این مقاله سعی شده با توجه به فراگیر بودن شبکه اجتماعی مجازی، به تأثیر و تأثر آن بر ارزش‌های خانوادگی پرداخته شود.

در بخش مبانی نظری، از تئوری‌های زیادی استفاده شده است اما از این میان، تئوری گفتگوی بودیشون در مورد عدم حضور فیزیکی و گمنامی، دیدگاه نظریه کنش ارتباطی هابرماس، و نظریه کلی و ولخارت در مورد تأثیر گروه و نظریه ارتباط جمعی والد‌ها به اختصار اشاره می‌شود.

نظریه کلی و ولخارت در مورد تأثیر گروه

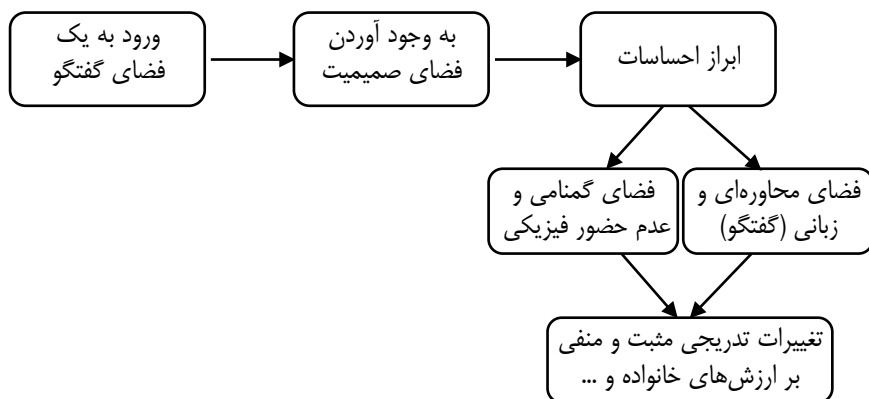
کلی و ولخارت دریافته‌اند افرادی که از انگیزه بالایی برای حفظ عضویت فرد در گروه برخوردارند و بنابراین وابستگی بیشتری به تأیید دارند، بعید به نظر می‌رسد که ارتباطات و پیام‌هایی را قبول نمایند که نقطه مقابل هنجارها و ارزش‌های گروه هستند فرد باید موافقت و تأیید را به دست آورد (کوهن، ۱۳۷۸: ۳۴۵). در اینجا می‌توان به پذیرش توسط گروه تعبیر کرد، یعنی این که اعضا هر چه بیشتر مورد پذیرش گروه قرار بگیرند، احتمال تأثیر پیام بر گروه بیشتر است. مناظره گروهی نسبت به سخنرانی‌ها از اثربخشی طولانی‌مدت‌تری در تغییر نگرش‌ها برخوردار است. همچنین اگر این مناظره گروهی به‌طور آزادانه برگزار شود، تأثیر بیشتری ایجاد می‌کند (همان: ۱۲۰). هر چه کاربر اینترنتی احساس کند که در محیط اینترنت بیشتر مورد پذیرش واقع می‌شود، احتمالاً باعث خواهد شد که بر ارزش‌های خانواده مؤثر واقع شود و همچنین هر چه کاربران بیشتر وارد بحث و مناظره گروهی شوند، احتمالاً باعث مطرح کردن موضوعات خود با محیط‌های تعاملی اینترنت می‌شوند و کمتر مسائل خود را با خانواده مطرح می‌کنند و این امر باعث کم‌اهمیت شدن ارزش‌های خانواده نزد این افراد می‌شود.

دیدگاه مورد نظر بودیشون: گفتگو

ارتباطات اجتماعی، مخصوصاً گفتگو، علاوه بر نیاز انسان به عنوان یک موجود اجتماعی، در شناخت و رشد او نیز تأثیر دارد. انسان بدون ارتباطات اجتماعی نمی‌تواند به زندگی خود ادامه دهد. به زعم بودیشون، کودک (شخص) با محیط و اطرافیان خود از طریق کانال‌های مختلف و به چندین نوع، ارتباط برقرار می‌کند. ضمن مهم بودن تک‌تک انواع ارتباطات، ارتباطات محاوره‌ای از جایگاه بسیار مهمی برخوردار است. در واقع، ارتباطات

محواره‌ای افراد را بیشتر از بقیه ارتباطات به هم نزدیک می‌کند (منادی، ۱۳۸۰، ب) زیرا راحت‌تر، بهتر و بیشتر می‌توان از طریق محاوره، پیام و احساس را به دیگری انتقال داد. به اعتقاد بودیشون، ارتباطات زمانی برقرار می‌شود که انگیزه یا محرکی وجود داشته باشد (همان: ۱۰). ضمناً در هر ارتباطی یک پیام‌دهنده وجود دارد، یک پیام‌گیرنده و کانالی در این بین که پیام را انتقال می‌دهد. هر پیامی نیز دارای محتوا است. به باور بودیشون، کانال ارتباطی مهم‌تر از محتوای پیام است (همان: ۱۳) زیرا کانال بهتر، پیام را به خوبی انتقال می‌دهد. در حالی که ممکن است محتوای پیام بسیار خوب باشد ولی کانال انتقال خوب نبوده و قدرت انتقال پیام را نداشته باشد. در نتیجه، پیام بی‌هدف و بی‌اثر باقی می‌ماند. طبیعتاً، در بین کانال‌های ارتباطی، کانال محاوره‌ای راحت‌تر، بهتر و سریع‌تر عمل می‌کند. در مورد انتقال فرهنگ جامعه و خانواده به نسل جدید جامعه، بودیشو معتقد است که محاوره حتی در مورد کودکان نیز مفیدتر است (همان: ۱۶). در واقع فرد و یا جامعه‌ای که از گفتگو بیشتر استفاده می‌کند و گفتگو در آن رایج‌تر است، در انتقال فرهنگ خود موفق‌تر است. پرشرون نیز موفقیت انتقال فرهنگ را نزد والدین به فرزندان کانال ارتباطی می‌داند که منظور وی همان گفتگو است (منادی، ۱۳۸۵: ۷۲).

اگر شاخصه اصلی دیدگاه بودیشون که ارتباط محاوره‌ای یا زبانی (گفتگو) است را در مقابل گمنامی و عدم حضور فیزیکی که از شاخصه‌های اصلی شبکه‌های اجتماعی مجازی است قرار دهیم، می‌توانیم چنین مدلی را ترسیم کنیم.



شکل ۱. ارتباط محاوره‌ای، گمنامی - عدم حضور فیزیکی

در واقع در فضای محاوره‌ای و زبانی مورد نظر بودیشون، گفتگو یا انتقال پیام با حضور فیزیکی و شناخت از افراد صورت می‌پذیرد که در این ارتباط اجتماعی از انواع ارتباط: ۱. ارتباطات فرازبانی یا حرکتی ۲. ارتباطات چهره‌ای یا تصویری ۳. ارتباطات بویایی ۴. ارتباطات لامسه‌ای جهت انتقال پیام استفاده می‌شود. حال آنکه در فضای شبکه‌های اجتماعی مجازی، عدم حضور فیزیکی و گمنامی، محیطی را برای افراد فراهم می‌آورد که در آن... [نامرئی بودن این جرأت را به افراد می‌دهد که به جاهایی بروند و کارهایی کنند که در خارج از شبکه‌های اجتماعی مجازی نمی‌کردند. نامرئی بودن با گمنامی هم‌پوشی دارد. در ارتباط‌های متنی دیگران نمی‌توانند شما را ببینند یا صدای شما را بشنوند و شما نیز نمی‌توانید صدای آنها را بشنوید و آنها را ببینید. افراد در این گونه ارتباط‌ها نگران این نخواهند بود که از سوی کسی تهدید شوند، زیرا هر کاری که انجام دهند گمنام خواهند ماند] (سعیدی، ۱۳۸۴: ۵۸). در واقع زمانی که افراد در یک فضای صمیمانه به گفتگو و ابراز احساسات می‌پردازند، به صورت تدریجی دست به تغییرات مثبت و منفی ارزش‌های خانواده و جامعه می‌زنند.

نظریه کنش ارتباطی هابرماس

قبل از پرداختن به نظریه کنش ارتباطی هابرماس، ابتدا به حوزه عمومی مورد نظر او می‌پردازیم. حوزه عمومی، گونه‌ای فضای عمومی است که در آن: ۱. افراد به شیوه عقلانی به بحث می‌پردازند. ۲. این بحث به توافقی منجر می‌شود. ۳. قدرت در این بحث دخالتی

ندارد. ۴. افراد همگی می‌توانند در این بحث به صورت برابر شرکت کنند (نبود تبعیض).
۵. هر موضوع می‌تواند در این بحث مطرح شود (آزادی). ۶. در این بحث‌ها علنی بودن وجود دارد، یعنی افراد می‌توانند حتی مسائل خصوصی خود را مطرح و نتایج مباحث را در معرض عموم قرار دهند و ۷. این بحث همیشه باز است و همواره می‌توان به آن رجوع کرد و دوباره در باره آن بحث کرد؛ یعنی همیشه احتمال خطا وجود دارد و هیچ نتیجه‌ای قطعی نیست (آزاد ارمکی و امامی، ۱۳۸۳: ۶۵).

حوزه عمومی هابرماس عرصه‌ای است که در آن افراد به منظور مشارکت در مباحث باز و علنی گرد هم می‌آیند و از کنش ارتباطی طریق بیان، گفتگو تحقق می‌یابد. در فضای محیط‌های تعاملی اینترنت بحث «شرایط آرمانی سخن» مورد نظر هابرماس تحقق می‌یابد و می‌توان آن را بدین گونه مطرح کرد: هابرماس معتقد است نیازهای اساسی یا اصیل معینی وجود دارد که تمام افراد کاملاً آزاد آنها را دارند و این نیازها توسط هرکس که صمیمانه وارد یک گفتگوی عملی شود، ضرورتاً کشف خواهد شد (اسلوین، ۱۳۸۰: ۷۰).

با نگاهی به کنش ارتباطی و فضای حوزه عمومی هابرماس و فضای موجود در شبکه‌های اجتماعی مجازی، که در آن تعدادی از افراد و گروه‌ها و یا عموم مردم به شیوه عقلانی و اختیاری و به صورت آزادانه، به دور از هرگونه تبعیض، دخالت و یا اعمال قدرت در مورد مسائل خصوصی (عکس، فیلم و...) و عمومی (فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و...) با یکدیگر به گفتگو، بحث و مناظره می‌پردازند، این مباحث همیشه باز و در معرض عموم مردم قرار می‌گیرند، درستی و یا نادرستی آن نامشخص و هیچ نتیجه‌ای قطعی ندارد. پس می‌توان به وضوح کنش ارتباطی و حوزه فضای عمومی مورد نظر هابرماس را در شبکه‌های اجتماعی مجازی مشاهده کرد. که اگر بخواهیم آن را به صورت مدلی علی درآوریم، چنین فرآیندی خواهیم داشت:



شکل ۲. ترکیب کنش ارتباطی و فضای حوزه عمومی هابرماس و شبکه‌های اجتماعی مجازی

پس محیط تعاملی شبکه‌های اجتماعی مجازی را می‌توان فضای در نظر گرفت که کاربران در آن با ایجاد یک فضای بحث و گفتگوی صمیمانه و با بیان و ابراز احساسات و

مشکلات موجود به ارائه نظر در مورد مسائل عمومی و خصوصی می‌پردازند که تداوم این مسائل می‌تواند تغییرات تدریجی مثبت و منفی را بر ارزش‌های فردی، خانوادگی و جامعه بگذارد.

نظریه‌های ارتباط جمعی والد‌ها

والدها از فرار بودن محتوی ارتباطی صحبت می‌کنند؛ عاملی که احتمال تحصیل اثرات کاهش می‌دهد. به اعتقاد او: «اثرات درازمدت بیش از اثرات کوتاه‌مدت مورد توجه قرار می‌گیرد» (ویندال و همکاران ۱۳۷۶: ۳۳۰)؛ به گونه‌ای که اگر از یک پیام به‌طور طولانی مدت استفاده شود، تأثیر آن پیام بیشتر است. کلاپر علاوه بر تکرار پیام، مدت زمان پیام را نیز در نظر می‌گیرد تا برنامه بتواند بالاترین اثر ممکن را داشته باشد. از این دو نظریه هم می‌توان مدت زمان استفاده از اینترنت و هم طول مدت دسترسی به اینترنت و همچنین مداومت استفاده از اینترنت را (روزانه، هفتگی، ماهانه) به‌عنوان متغیرهای مستقل جهت تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده به کار برد، چرا که هر کدام از این عوامل باعث کاهش روابط درون خانواده و در نهایت کاهش ارزش‌های خانواده می‌شود. پس در اینجا آنچه نقش مهمی بازی می‌کند، طول مدت دسترسی به اینترنت است. همچنین از این نظریه از میزان استفاده از اینترنت نیز می‌توان استفاده کرد؛ بدین گونه که هر چه از اینترنت بیشتر استفاده شود، این میزان استفاده احتمالاً باعث کم شدن ارتباط با خانواده، و منجر به کاهش ارزش‌های خانواده نزد فرد می‌شود. همچنین می‌توان از این نظریات در مورد استفاده از اینترنت به‌طور مرتب و پراکنده استفاده کرد؛ بدین صورت که بین استفاده روزانه، هفتگی و ماهانه از اینترنت و تأثیر آن بر ارزش‌ها اختلاف معنی‌داری وجود دارد.

دی فلور و بال روکیچ در الگوی خویش درباره وابستگی به رسانه‌ها بر این باورند که شرط مهم، بروز اثرات میزان وابستگی به بعضی رسانه‌های ارتباطی است. مجرای که مردم برای به دست آوردن اطلاعات مهم نسبت به آن احساس وابستگی می‌کنند، توان بیشتری برای ایجاد اثرات دارد تا مجرای که تفاوتی با مجاری دیگر ندارد و اطلاعاتی که فراهم می‌کند فاقد اهمیت است (همان: ۳۷۰). با کمک این نظریه می‌توان وابستگی به اینترنت را مطرح کرد؛ بدین صورت که کاربر اینترنتی با وابسته شدن به اینترنت فرصت کمتری برای پرداختن به خانواده دارد و این ممکن است باعث کم اهمیت شدن خانواده نزد کاربر و در نتیجه کاهش ارزش‌های خانواده شود (زنجان‌زاده، ۱۳۸۴).

الف) فرضیه‌های تفاوتی

۱. ارزش‌های خانوادگی شهروندان بجنوردی که به شبکه‌های اجتماعی مجازی دسترسی دارند، در مقام قیاس با شهروندان بجنوردی که به شبکه‌های اجتماعی مجازی دسترسی ندارند متفاوت است.
۲. ارزش‌های خانوادگی شهروندان بجنوردی مرد و زن که به شبکه‌های اجتماعی مجازی دسترسی دارند متفاوت است.
۳. ارزش‌های خانوادگی شهروندان بجنوردی که به شبکه‌های اجتماعی مجازی دسترسی دارند، به تفکیک طول دسترسی (روزانه، هفتگی و ماهانه) به شبکه‌های اجتماعی مجازی متفاوت است.
۴. ارزش‌های خانوادگی به تفکیک جنس، سن، وضعیت تأهل، میزان تحصیلات و قومیت متفاوت است.



شکل ۳. رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و ارزش‌های خانواده

ب) فرضیه‌های رابطه‌ای

۱. بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و ارزش‌های خانوادگی رابطه وجود دارد.

۲. بین سابقه کاربری در شبکه‌های اجتماعی مجازی و ارزش‌های خانوادگی رابطه وجود دارد.

۳. بین تعاملی بودن ارتباطات شبکه‌های اجتماعی مجازی و ارزش‌های خانوادگی رابطه وجود دارد.

۴. بین گمنامی در شبکه‌های اجتماعی مجازی و ارزش‌های خانوادگی رابطه وجود دارد.

۵. بین عدم حضور فیزیکی در شبکه‌های اجتماعی مجازی و ارزش‌های خانوادگی رابطه وجود دارد.

۶. بین گستردگی فضای ارتباطی در شبکه‌های اجتماعی مجازی و ارزش‌های خانوادگی رابطه وجود دارد.

روش پژوهش در این مقاله، پیمایشی، توصیفی - تبیینی است که با روش تصادفی خوشه‌ای نمونه‌گیری از شهروندان بجنوردی دارای ۴۰ - ۱۷ ساله با جمعیتی معادل ۱۴۰۷۳۹ نفر و با استفاده از فرمول برآورد کوکران با ضریب اطمینان ۹۵٪ اندازه حجم نمونه تعیین شد.

در پژوهش حاضر، p دارا بودن صفت مورد بررسی معادل $0/05$ ، q فقدان صفت مورد بررسی معادل $0/05$ ، d خطای نمونه‌گیری معادل $0/05$ ، t احتمال صحت گفتار معادل $1/96$ ، N تعداد شهروندان (تعداد نمونه مورد بررسی ۳۸۲ نفر) است.

ابزار سنجش نیز پرسشنامه محقق ساخته است. سوالات با عنایت به اهداف تحقیق و ماهیت موضوعی پژوهش به شکل چهار گزینه و بسته، دارای ۶ گویه زمینه‌ای و ۴۴ گویه برای متغیرهای مستقل و وابسته بر اساس طول مقیاس ۵ درجه‌ای لیکرت (هیچ وقت، کم، تا حدودی، زیاد، خیلی زیاد) و امتیاز درجه‌ها به ترتیب از ۰ تا ۴ برای گویه‌های مثبت و معکوس برای گویه‌های منفی طراحی شده است.

تعداد سوالات ناظر بر سنجش هر شاخص در این پرسشنامه طبق جدول شماره ۱ است.

پایایی ابزار اندازه‌گیری

برای سنجش پایایی از آلفای کرونباخ استفاده شد. در پایایی ابزار ساخته شده بر روی ۴۵ نفر از ساکنان شهر بجنورد در خصوص گویه‌های مربوط به شبکه‌های اجتماعی مجازی و

بررسی رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و ارزش‌های خانواده ۱۸۵

ارزش‌های خانواده آلفای کرونباخ محاسبه شد که ضریب به دست آمده به میزان ۰/۹۰۲ نشانگر همسانی درونی قوی بین گویه‌های ابزار بود.

جدول ۱. میزان ضرایب آلفای کرونباخ برای متغیرهای پرسشنامه

متغیر	شاخص‌ها	تعداد گویه‌ها	آلفای کرونباخ	آلفای کرونباخ
سختی	تفکیک طول دسترسی (روزانه و...) به شبکه‌های اجتماعی مجازی	۳	۰/۷۰۶	۰/۹۰۲
	میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی	۲	۰/۸۳۷	
	سابقه کاربری در شبکه‌های اجتماعی مجازی	۲	- ۰/۸۷۵	
	تعاملی بودن ارتباطات شبکه‌های اجتماعی مجازی	۱۷	۰/۹۱۷	
	گمنامی در شبکه‌های اجتماعی مجازی	۴	۰/۸۲۹	
	عدم حضور فیزیکی در شبکه‌های اجتماعی مجازی	۴	۰/۷۸۷	
	گسترده‌گی فضای ارتباطی در شبکه‌های اجتماعی مجازی	۴	۰/۷۴۴	
وابسته	ارزش‌های خانوادگی	۸	۰/۷۱۲	

روایی ابزار اندازه‌گیری

اعتبار بر این امر دلالت دارد که شیوه یا ابزار جمع‌آوری داده‌ها تا چه حد درستی آنچه را که قرار است بسنجد، می‌سنجد (میرزایی، ۱۳۸۹: ۱۷۱). در این پژوهش برای بررسی روایی پرسش‌نامه از روایی محتوی استفاده شد. بدین منظور، پرسشنامه به چند نفر از صاحب‌نظران و اساتید داده و از آنها در مورد سوالات، ارزیابی و نظرخواهی شد. در نهایت روایی پرسشنامه تأیید شد.

جدول ۲. ماتریس متغیرها و تعریف نظری و عملی متغیرها

شاخص‌ها	مبنای نظری	تعریف نظری	تعریف عملی
سابقه کاربری در شبکه‌های اجتماعی مجازی	فکر به‌های ارتباط جمعی	والدهال معتقد است اثرات درازمدت بیش از اثرات کوتاه‌مدت مورد توجه قرار می‌گیرد. کلاپر علاوه بر تکرار پیام، مدت زمان پیام را نیز در نظر می‌گیرد.	سن ورود و مدت عضویت به شبکه‌های اجتماعی مجازی
میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی			میزان استفاده روزانه، میزان استفاده روزانه در هر بار ورود به شبکه‌های اجتماعی و...
طول دسترسی (روزانه و...) به شبکه‌های اجتماعی مجازی			مراجعه روزانه، مراجعه هفتگی، مراجعه ماهانه
گسترده‌گی فضای ارتباطی در شبکه‌های اجتماعی مجازی	فکر به‌های و ارتباطات در مورد تأثیر گروه	محیط تعاملی شبکه‌های اجتماعی مجازی را می‌توان فضای در نظر گرفت که کاربران در آن با ایجاد یک فضای بحث و گفتگوی صمیمانه و با بیان و ابراز احساسات و مشکلات موجود به ارائه نظر در مورد مسائل عمومی و خصوصی می‌پردازند.	از اینکه با افراد زیادی در شبکه‌های اجتماعی مجازی در ارتباط هستیم احساس رضایت دارم. از اینکه در شبکه‌های اجتماعی مجازی محدودیت ارتباط با دیگران وجود ندارد احساس رضایت دارم و...
تعاملی بودن ارتباطات در شبکه‌های اجتماعی مجازی			
عدم حضور فیزیکی در شبکه‌های اجتماعی مجازی	دیدگاه مورد نظر بودیشون: گفتگو و ارتباط مجازی - فضای موجود در شبکه‌های اجتماعی مجازی	ناشناخته بودن و حضور نداشتن در گفتگوها به صورت مستقیم.	در شبکه‌های اجتماعی مجازی نسبت به محیط واقعی و رودر رو راحت‌تر مطالبم را بیان می‌کنم و ترجیح می‌دهم در شبکه‌های اجتماعی مجازی با دیگران رابطه داشته باشم تا به صورت حضوری و رودر رو و ...
گمنامی در شبکه‌های اجتماعی مجازی			سعی می‌کنم جنسیت خود را در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی آشکار نکنم. سعی می‌کنم خود را به عنوان شخصیت‌های دیگر در شبکه‌های اجتماعی مجازی معرفی کنم.
ارزش‌های خانواده	کرگر (۲۰۱۰)	اموری همچون افکار خوب، نیات خیر و اعمال نیک که برای اعضای خانواده، اعم از افراد دارای سببی و نسبی مفید بوده، به کمالی در آنها منجر شود.	شام خوردن با اعضای خانواده، تفریح با اعضای خانواده، پذیرش افکار و عقاید والدین، مشورت با خانواده و ...

یافته‌های تحقیق

یافته‌های پژوهش حاضر در دو بخش قابل ارائه است: بخش توصیفی که به معرفی سیمای پاسخگویان می‌پردازد و بخش استنباطی که به آزمون فرضیات تحقیق اختصاص دارد.

جدول ۳. توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب مشخصات جمعیت‌شناختی

شماره پرسشنامه	وضعیت تأهل			شماره پرسشنامه	جنسیت		
	متاهل بدون فرزند	متاهل دارای فرزند	مجرد		زن	مرد	
۳۸۲	۷۶	۴۱	۲۵۶	۳۸۲	۱۹۶	۱۸۶	فراوانی
%۱۰۰	۲۰/۴	۰/۱۱	۶۸/۶	%۱۰۰	۵۱/۳	۴۸/۷	درصد
مجموع	تات	ترکمن	ترک	کرمانج	کرد	فارس	قومیت
۳۵۳	۲۰	۲۳	۴۸	۷۷	۷۰	۱۱۵	فراوانی
%۱۰۰	۵/۲	۶/۰	۱۲/۶	۲۰/۲	۱۸/۳	۳۰/۱	درصد
مجموع	۳۷-۴۰	۳۳-۳۶	۲۹-۳۲	۲۵-۲۸	۲۱-۲۴	۱۷-۲۰	گروه سنی
۳۸۲	۱۶	۲۵	۶۸	۸۷	۶۱	۱۲۵	فراوانی
%۱۰۰	۴/۲	۶/۵	۱۷/۸	۲۲/۸	۱۶/۰	۳۲/۷	درصد

نتایج آماره‌های توصیفی نشان می‌دهد ارزش‌های خانوادگی شهروندان بجنوردی که به شبکه‌های اجتماعی مجازی دسترسی دارند، به تفکیک (جنسیت، سن، وضعیت تأهل و قومیت) متفاوت بوده و بیشترین افرادی که به حساب کاربری خود در شبکه‌های اجتماعی مجازی وارد شده‌اند، از نظر جنسیت زنان، از نظر سن گروه سنی ۲۰-۱۷ سال، از نظر وضعیت تأهل مجردها و از نظر قومیت، فارسی زبان‌ها هستند.

فرضیه (۱) ارزش‌های خانوادگی شهروندان بجنوردی که به شبکه‌های اجتماعی مجازی دسترسی دارند، در مقام قیاس با شهروندان بجنوردی که به شبکه‌های اجتماعی مجازی دسترسی ندارند، متفاوت است.

جدول ۴. آزمون آماری ارزش‌های خانوادگی نسبت به دسترسی و عدم دسترسی به شبکه‌های اجتماعی مجازی

متغیر	یومان ویتنی (U)	Z	سطح معناداری
ارزش‌های خانواده	۵۸۴۸/۵۰۰	-۴/۵۵۸	۰/۰۰۰

نتیجه آزمون یومان ویتنی برای بررسی تفاوت بین متغیرها نشان می‌دهد: تفاوت محسوسی بین ارزش‌های خانوادگی خانواده‌هایی که از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده نمی‌کنند و خانواده‌هایی که از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند وجود دارد. متغیرهایی که به‌عنوان ارزش‌های خانواده در نظر گرفته شده، توسط خانواده‌هایی که از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده نمی‌کنند، بیشتر در جمع خانواده پذیرفته شده و رعایت می‌شود و در واقع شبکه‌های اجتماعی مجازی ارزش‌های خانواده را در مسیر منفی تحت تأثیر قرار داده است.

فرضیه ۲) ارزش‌های خانوادگی شهروندان بجنوردی مرد و زن که به شبکه‌های اجتماعی مجازی دسترسی دارند متفاوت است.

جدول ۵. آزمون آماری ارزش‌های خانوادگی شهروندانی که به شبکه‌های اجتماعی مجازی دسترسی دارند،

به تفکیک جنسیت

متغیر	یومان ویتنی (U)	Z	سطح معناداری
ارزش‌های خانواده	۱۰۱۷۳/۵۰۰	-۴/۰۵۰	۰/۰۰۰

نتیجه آزمون یومان ویتنی برای بررسی تفاوت بین متغیرها نشان می‌دهد: بین مردان و زنانی که از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند، از نظر پذیرش و رعایت ارزش‌های خانوادگی در خانواده تفاوت محسوسی وجود دارد. در واقع زنان بیشتر از مردان متغیرهایی را که به‌عنوان ارزش‌های خانواده در نظر گرفته شده، در خانواده مورد استفاده قرار داده و رعایت می‌کنند.

فرضیه ۳) ارزش‌های خانوادگی شهروندان بجنوردی که به شبکه‌های اجتماعی مجازی دسترسی دارند، به تفکیک طول دسترسی (روزانه، هفتگی و ماهیانه) به شبکه‌های اجتماعی مجازی متفاوت است.

جدول ۶. تفاوت ارزش‌های خانوادگی شهروندان بجنوردی که به شبکه‌های اجتماعی مجازی دسترسی دارند به تفکیک طول دسترسی (روزانه، هفتگی و ماهیانه)

ارزش‌های خانوادگی	کای-اسکور	درجه آزادی	سطح معناداری
روزانه	۷۵/۶۶۱	۵	۰/۰۰۰
هفته‌ای	۱۰۰/۹۳۴	۴	۰/۰۰۰
ماهیانه	۸۹/۵۴۸	۴	۰/۰۰۰

نتیجه آزمون کای اسکور برای بررسی تفاوت بین متغیرها نشان می‌دهد: هرچه تعداد مراجعات به حساب کاربری در شبکه‌های اجتماعی مجازی از روزانه به سمت هفته‌ای و ماهیانه پیش می‌رود، تفاوت محسوسی دیده می‌شود. در واقع متغیرهایی که به عنوان ارزش‌های خانواده در نظر گرفته شده، کمتر در بین خانواده‌ها پذیرفته و رعایت می‌شود؛ یعنی با افزایش تعداد مراجعات به حساب کاربری، میزان پذیرش و رعایت ارزش‌های خانواده در بین خانواده‌ها کاهش می‌یابد.

فرضیه ۴) ارزش‌های خانوادگی به تفکیک سن، وضعیت تأهل، میزان تحصیلات و قومیت متفاوت است.

جدول ۷. تفاوت ارزش‌های خانوادگی به تفکیک سن، وضعیت تأهل، میزان تحصیلات و قومیت

ارزش‌های خانوادگی	کای-اسکور	درجه آزادی	سطح معناداری
سن	۴۹/۴۲۷	۵	۰/۰۰۰
وضعیت تأهل	۱۲/۲۲۲	۲	۰/۰۰۲
میزان تحصیلات	۶۷/۸۱۶	۲	۰/۰۰۰
قومیت	۲۶/۳۰۶	۵	۰/۰۰۰

نتیجه آزمون کای اسکور برای بررسی تفاوت بین متغیرهای نشان می‌دهد: پاسخگویان از هر گروه سنی و با هر وضعیت تأهل و میزان تحصیلات و از هر قومیتی متغیرهایی را که به عنوان ارزش‌های خانواده در نظر گرفته شده به صورت متفاوتی ارزیابی می‌کنند. با توجه به اینکه جامعه آماری مورد بررسی از قومیت‌های مختلفی شکل گرفته و گنجیه فرهنگ‌ها نام دارد، به طبع باید از ارزش‌های خانوادگی متفاوتی برخوردار باشد.

جدول ۸. نتیجه سنجش همبستگی با آزمون آماری اسپرمن

شاخص متغیرها	ضریب همبستگی	سطح معناداری	تعداد
ارزش‌های خانوادگی	۱۰۰۰	۰	۳۳۲
میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی	-۰/۲۸۱**	۰/۰۰۰	۲۵۴
سابقه کاربری در شبکه‌های اجتماعی مجازی	۰/۳۰۵**	۰/۰۰۰	۲۶۳
تعاملی بودن ارتباطات در شبکه‌های اجتماعی مجازی	-۰/۲۸۰**	۰/۰۰۰	۱۷۸
گمنامی در شبکه‌های اجتماعی مجازی	-۰/۱۶۷*	۰/۰۱۰	۲۳۷
عدم حضور فیزیکی در شبکه‌های اجتماعی مجازی	-۰/۰۲۶	۰/۶۶۹	۲۶۳
گسترده‌گی فضای ارتباطی در شبکه‌های اجتماعی مجازی	-۰/۰۳۶	۰/۵۶۷	۲۵۵

نتایج حاصل از آزمون همبستگی اسپرمن نشان می‌دهد: هرچه میزان ساعت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشتر می‌شود، میزان پذیرش و رعایت ارزش‌های خانوادگی در بین اعضای خانواده کاسته می‌شود و برعکس، هرچه میزان ساعت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی کمتر می‌شود، میزان پذیرش و رعایت ارزش‌های خانوادگی در بین اعضای خانواده‌ها افزایش می‌یابد. در واقع، شبکه‌های اجتماعی مجازی متغیرهایی را که به‌عنوان ارزش‌های خانواده در نظر گرفته شده، تحت تأثیر منفی قرار می‌دهند (جدول شماره ۸).

هر اندازه میزان سابقه کاربری و میزان تعاملات و ارتباطات در شبکه‌های اجتماعی مجازی افزایش می‌یابد، میزان پذیرش و رعایت متغیرهایی که به‌عنوان ارزش‌های خانواده در نظر گرفته شده در بین اعضای خانواده‌ها کاهش می‌یابد (جدول شماره ۸). همچنین هرچه میزان گمنامی و شناخته نشدن در شبکه‌های اجتماعی مجازی افزایش می‌یابد، میزان پذیرش و رعایت متغیرهایی که به‌عنوان ارزش‌های خانواده در نظر گرفته شده در بین اعضای خانواده‌ها کاهش می‌یابد (جدول شماره ۸). حضور فیزیکی داشتن در یک اجتماع، در مقایسه با عدم حضور فیزیکی در اجتماعی که در شبکه‌های اجتماعی مجازی دیده می‌شود، رابطه‌ای با کاهش یا افزایش میزان پذیرش و رعایت متغیرهایی که به‌عنوان ارزش‌های خانواده در نظر گرفته شده است در بین اعضای خانواده‌ها ندارد (جدول شماره ۸). گسترده‌گی فضای ارتباطی در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه‌ای با کاهش یا افزایش میزان پذیرش و رعایت متغیرهایی که به‌عنوان ارزش‌های خانواده در نظر گرفته شده است در بین اعضای خانواده‌ها ندارد (جدول شماره ۸).

تحلیل رگرسیون

با وارد کردن ارزش‌های خانوادگی به‌عنوان متغیر وابسته و ۷ متغیر مستقل شبکه‌های اجتماعی مجازی (میزان استفاده، سابقه کاربری، تفکیک طول دسترسی، تعاملی بودن ارتباطات، گمنامی، گستردگی فضای ارتباطی و عدم حضور فیزیکی) به‌عنوان متغیرهای پیش‌بین در مدل رگرسیون چندگانه خطی و اجرای آن به روش همزمان، نتایج زیر حاصل شده است:

مقدار $0/743$ برای ضریب همبستگی چندگانه بیانگر مقدار ضریب همبستگی چندگانه بین متغیر وابسته و متغیر مستقل است؛ یعنی ارزش‌های خانوادگی با مجموعه ۷ متغیر فوق (به عبارتی با برآورد آن از روی معادله رگرسیون این ۷ متغیر) دارای همبستگی معناداری به میزان $74/3$ درصد است که این مقدار ضریب بیانگر همبستگی بالای بین متغیر وابسته و متغیرهای مستقل به‌طور توأم است. ضریب تعیین مدل با میزان $0/55$ به آن معنی است که 55 درصد از تغییرات و پراکندگی ارزش‌های خانواده توسط متغیرهای مستقل به‌طور توأم تبیین می‌شود. و مقدار خطای استاندارد برآورد نشان می‌دهد مقدار پیش‌بینی شده متغیر پاسخ توسط این مدل به‌طور متوسط حدود $5/37$ واحد با مقدار واقعی فاصله دارد. در خروجی تجزیه و تحلیل واریانس نیز به معناداری مدل رگرسیون پرداخته‌ایم که با توجه به مقدار F که برابر $25/592$ سطح معنی‌داری کمتر از $0/01$ است حکایت از معنی‌دار بودن رابطه در سطح 99% و تأیید مدل رگرسیونی و رابطه خطی بین متغیرها دارد و متغیرهای مستقل قادر به پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته است.

جدول ۹. خلاصه مدل در تحلیل رگرسیونی ارزش‌های خانواده

تحلیل واریانس		ضرایب همبستگی			
سطح معناداری	F	خطای استاندارد برآورد	ضریب تبیین تصحیح شده	ضریب تبیین	ضریب همبستگی چندگانه
$0/000$	$25/592$	$5/37278$	$0/531$	$0/553$	$0/734$

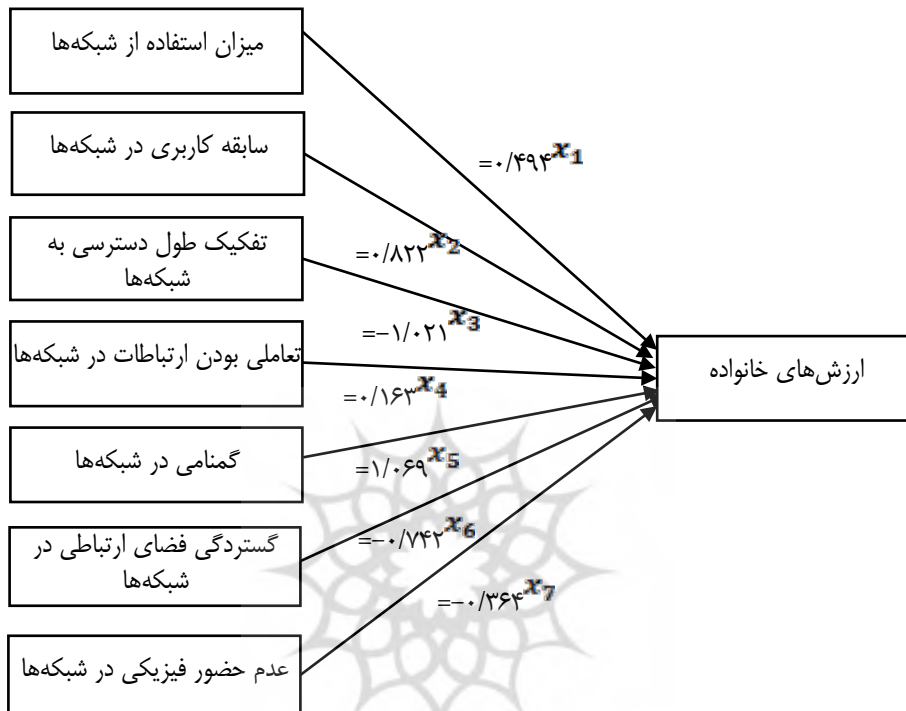
جدول ۱۰. متغیرهای وارد شده در معادله رگرسیون و ضرایب تأثیر آنها

متغیر	B ضریب تأثیر استاندارد نشده	ضریب بتا- خطای ضریب تأثیر استاندارد	کمیت t	سطح معناداری
	۱۳/۷۵۲		۵/۹۸۳	۰/۰۰۰
x_1 استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی	۱/۲۶۸	۰/۴۹۴	۵/۲۹۰	۰/۰۰۰
x_2 سابقه کاربری در شبکه‌های اجتماعی مجازی	۴/۴۸۰	۰/۸۲۲	۱۰/۲۵۲	۰/۰۰۰
x_3 تفکیک طول دسترسی به شبکه‌های اجتماعی مجازی	-۱/۹۰۲	-۱/۰۲۱	۱۱/۲۵۹ -	۰/۰۰۰
x_4 تعاملی بودن ارتباطات در شبکه‌های اجتماعی مجازی	۰/۰۹۸	۰/۱۶۳	۱/۳۶۲	۰/۱۷۵
x_5 گمنامی در شبکه‌های اجتماعی مجازی	۲/۲۸۹	۱/۰۶۹	۹/۵۴۰	۰/۰۰۰
x_6 گستردگی فضای ارتباطی در شبکه‌های اجتماعی مجازی	-۱/۳۶۴	-۰/۷۴۲	-۴/۷۷۷	۰/۰۰۰
x_7 عدم حضور فیزیکی در شبکه‌های اجتماعی مجازی	-۰/۶۸۱	-۰/۳۶۴	-۴/۳۵۶	۰/۰۰۰

همان‌گونه که جدول فوق نشان می‌دهد، مقدار ثابت برابر با ۱۳/۷۵۲ است و برآورد مدل رگرسیون بر اساس ضریب تأثیر استاندارد نشده به شکل ذیل است:

$$\hat{y} = 13.75 + 1.26x_1 + 4.48x_2 + (-1.90x_3) + 0.098x_4 + 2.29x_5 + (-1.36x_6) + (-0.68x_7)$$

در واقع نشان می‌دهد که هر یک واحد تغییر (با فرض ثابت بودن سایر متغیرها) در شاخص‌های متغیر مستقل (از x_1 تا x_7) باعث ایجاد تغییر به میزان (B) در ارزش‌های خانواده می‌شود. به عبارتی، هر یک واحد تغییر در متغیرهای مستقل باعث ایجاد تغییرات مثبت و منفی در ارزش‌های خانواده شده است. متغیرهای مثبت ارزش‌های خانوادگی را افزایش و متغیرهای منفی باعث تغییری در ارزش‌های خانوادگی نمی‌شوند.



شکل ۴. بررسی اثرات مستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته

* معناداری مدل

بر اساس شاخص‌های متغیر مستقل: اثر مستقیم متغیرهای میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با میزان ۴۹/۴ درصد، سابقه کاربری در شبکه‌های اجتماعی مجازی با میزان ۸۲/۲ درصد، تعاملی بودن ارتباطات در شبکه‌های اجتماعی مجازی با میزان ۱۶/۳ درصد و گمنامی در شبکه‌های اجتماعی مجازی با میزان ۱۰۶/۹ درصد، تأثیر معنادار و کاهنده‌ای بر متغیر ارزش‌های خانواده داشته است.

متغیرهای طول دسترسی به شبکه‌های اجتماعی مجازی، گسترده‌گی فضای ارتباطی و عدم حضور فیزیکی در شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیری بر متغیر ارزش‌های خانواده نداشته‌اند.

نتایج نشان می‌دهد از بین متغیرهای مستقل مطرح شده، متغیرهای میزان استفاده، سابقه کاربری تعاملی بودن ارتباطات و گمنامی در شبکه‌های اجتماعی مجازی توانسته‌اند در

مجموع بیش از ۵۵ درصد تغییرات متغیر وابسته را تبیین کنند.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر یک هدف اساسی را دنبال کرده و آن بررسی رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی با ارزش‌های خانواده است.

برای تبیین این امر از تئوری‌ها و نتایج تحقیقات پیشین استفاده شده است که در زیر به بررسی میزان کاربردی بودن آنها در جامعه آماری مورد مطالعه پرداخته می‌شود:

برطبق نظریه کلی و ولخارت در مورد تأثیر گروه، هرچه کاربر احساس کند بیشتر در محیط شبکه‌های اجتماعی مجازی مورد پذیرش واقع می‌شود، احتمالاً باعث خواهد شد بر ارزش‌های خانواده مؤثر واقع شود و همچنین هرچه کاربران بیشتر وارد بحث و مناظره گروهی شوند، احتمالاً باعث مطرح کردن موضوعات خود با محیط‌های تعاملی شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌شود و کمتر مسائل خود را با خانواده مطرح می‌کنند و باعث کم‌اهمیت شدن ارزش‌های خانواده نزد فرد می‌شود. همچنین گفتیم که، حوزه عمومی هابرماس عرصه‌ای است که در آن افراد به‌منظور مشارکت در مباحث باز و علنی گرد هم می‌آیند و از کنش ارتباطی طریق بیان، گفتگو تحقق می‌یابد. در فضای محیط‌های تعاملی شبکه‌های اجتماعی مجازی بحث «شرایط آرمانی سخن» مورد نظر هابرماس تحقق می‌یابد و می‌توان آن را بدین گونه مطرح کرد: هابرماس معتقد است نیازهای اساسی یا اصیل معینی وجود دارند که تمام افراد کاملاً آزاد آنها را دارند و این نیازها توسط هر کس که صمیمانه وارد یک گفتگوی عملی شود، ضرورتاً کشف خواهد شد (اسلوین، ۱۳۸۰: ۷۰). تداوم این مسائل می‌تواند تغییرات تدریجی مثبت و منفی را بر ارزش‌های فردی، خانوادگی و جامعه بگذارد. کفاشی (۱۳۸۸) در تحقیق خود به این نتیجه رسیده بود که محیط تعاملی موجود در اینترنت (شبکه‌های اجتماعی مجازی) به‌عنوان یک متغیر مستقل، رابطه آماری معکوسی با ارزش‌های خانوادگی دارد. تحقیق حاضر نیز رابطه بین محیط تعاملی موجود در شبکه‌های اجتماعی مجازی و ارزش‌های خانوادگی را تأیید کرده است و بر قابل‌کاربرد بودن آن در جامعه آماری مورد مطالعه صحنه گذاشت. در این تحقیق، بر خلاف نظریه کنش ارتباطی هابرماس و حوزه عمومی مورد نظر او، گسترده‌گی فضای ارتباطی در شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه معناداری با ارزش‌های خانوادگی ندارد و گسترده‌گی فضای ارتباطی بر ارزش‌های خانواده تأثیرگذار نیست.

برطبق دیدگاه مورد نظر بودیشون در خصوص گفتگو، در بین کانال‌های ارتباطی، کانال محاوره‌ای راحت‌تر، بهتر و سریع‌تر عمل می‌کند. در مورد انتقال فرهنگ جامعه و خانواده به نسل جدید جامعه، بودیشون معتقد است محاوره حتی در مورد کودکان نیز مفیدتر است. در واقع فرد یا جامعه‌ای که از گفتگو بیشتر استفاده می‌کند و گفتگو در آن رایج‌تر است، در انتقال فرهنگ خود موفق‌تر است. پرشرون نیز موفقیت انتقال فرهنگ را نزد والدین به فرزندان کانال ارتباطی می‌داند که به نظر می‌رسد منظور وی همان گفتگو باشد (منادی، ۱۳۸۵: ۷۲). حال آنکه فضای شبکه‌های اجتماعی مجازی، عدم حضور فیزیکی و گمنامی محیطی را برای افراد فراهم می‌آورد که در آن... [نامرئی بودن این جرات را به افراد می‌دهد که به جاهایی بروند و کارهای بکنند که در خارج از شبکه‌های اجتماعی مجازی نمی‌کردند. نامریی بودن با گمنامی هم‌پوشی دارد. در ارتباط‌های متنی دیگران نمی‌توانند شما را ببینند یا صدای شما را بشنوند و شما نیز نمی‌توانید صدای آنها را بشنوید و آنها را ببینید. افراد در این‌گونه ارتباط‌ها نگران این نخواهند بود که از سوی کسی تهدید شوند، زیرا هر کاری که انجام دهند، گمنام خواهند ماند] (سعیدی، ۱۳۸۴: ۵۸). و در واقع زمانی که در یک فضای صمیمانه به گفتگو و ابراز احساسات می‌پردازند، به‌صورت تدریجی دست به تغییرات مثبت و منفی ارزش‌های خانواده و جامعه می‌زنند.

کفاشی (۱۳۸۸) در تحقیق خود به این نتیجه رسیده بود که احساس رضایت از گمنام بودن در اینترنت (شبکه‌های اجتماعی مجازی)، به‌عنوان یکی از متغیرهای مستقل، رابطه آماری معکوسی با ارزش‌های خانوادگی دارد. تحقیق حاضر نیز رابطه بین گمنام بودن در شبکه‌های اجتماعی مجازی و ارزش‌های خانوادگی را تأیید و بر قابل‌کاربرد بودن آن در جامعه آماری مورد مطالعه صحت گذاشت؛ هرچند عدم حضور فیزیکی در شبکه‌های اجتماعی مجازی را رد کرده است.

برطبق نظریه ارتباط جمعی، والد‌ها از فرار بودن محتوی ارتباطی صحبت می‌کنند؛ عاملی که احتمال تحویل اثرات را کاهش می‌دهد. او معتقد است «اثرات درازمدت بیش از اثرات کوتاه‌مدت مورد توجه قرار می‌گیرد» (ویندال و همکاران، ۱۳۷۶: ۳۳) به نوعی اگر از یک پیام به‌طور طولانی مدت استفاده شود، تأثیر آن پیام بیشتر است. کلاپر علاوه بر تکرار پیام، مدت زمان پیام را نیز در نظر می‌گیرد تا برنامه بتواند بالاترین اثر ممکن را داشته باشد. از این دو نظریه هم می‌توان مدت زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هم طول مدت دسترسی به شبکه‌های اجتماعی مجازی و همچنین مداومت استفاده از

شبکه‌های اجتماعی مجازی را (روزانه، هفتگی و ماهانه) به‌عنوان متغیرهای مستقل جهت تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر ارزش‌های خانواده به کار برد، چرا که هر کدام از این عوامل باعث کاهش روابط درون خانواده و در نهایت کاهش ارزش‌های خانواده می‌شود. پس در اینجا آنچه نقش مهمی بازی می‌کند، طول مدت دسترسی به شبکه‌های اجتماعی مجازی است. همچنین از این نظریه از میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توان استفاده کرد؛ بدین گونه که هر چه از شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشتر استفاده کنیم، این میزان استفاده احتمالاً باعث کم شدن ارتباط با خانواده و متعاقباً کاهش ارزش‌های خانواده نزد فرد می‌شود. همچنین می‌توان از این نظریات در مورد استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌طور مرتب و پراکنده استفاده کرد؛ بدین صورت که بین استفاده روزانه، هفتگی و ماهانه از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تأثیر آن بر ارزش‌ها اختلاف معنی‌داری وجود دارد. در این تحقیق نیز در تأیید نظریه ارتباط جمعی طول دسترسی، سابقه کاربری و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی مورد تأیید قرار می‌گیرد و می‌توان بر قابل کاربرد بودن آن در جامعه آماری مورد مطالعه صحه گذاشت. بهزاد دوران (۱۳۸۲) در تحقیق تأثیر تجربه فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی بیان می‌کند: میزان استفاده از اینترنت (شبکه‌های اجتماعی مجازی) به‌عنوان یکی از متغیرهای مستقل، رابطه معناداری با هر یک از سه سطح هویت اجتماعی (هویت خانوادگی، هویت همسالان و هویت ملی) ندارد. که بر خلاف آن در این تحقیق رابطه معنادار بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و ارزش‌های خانواده وجود دارد.

در جهانی که ما در آن جهان زندگی می‌کنیم و فناوری در آن رو به گسترش است، هیچ فرهنگی و اجتماعی با ثبات نخواهد بود. شاید اندکی دیرتر ولی تغییر خواهد کرد، چرا که ما در دهکده جهانی خواهیم بود؛ جایی که دیگر تنوع فرهنگی، تفاوت در ارزش‌ها، زبان‌های مختلف، قومیت و قبایل مختلف، جامعه سنتی و مدرن رنگ می‌بازند و کل این دهکده در یک قالب شکل می‌گیرد و به پیش خواهد رفت.

ما نمی‌توانیم شبکه‌های اجتماعی مجازی را به‌صورت کامل رد یا تأیید کنیم. اثرات مثبت و منفی فراوانی در این عرصه وجود دارد و ما نیازمند شناساندن پیامدها و روند توسعه شبکه‌های اجتماعی مجازی به برنامه‌ریزان، مدیران و تصمیم‌گیران هستیم تا واقعیت‌ها را درک کرده و دانش کافی و لازم را به دست آورند و رویکردهای حاکم و اثرگذار شبکه‌های اجتماعی مجازی را ارزیابی کنند.

در مجموع، با توجه به تأثیر میزان استفاده، سابقه کاربری، تعاملی بودن ارتباطات و گمنامی در شبکه‌های اجتماعی مجازی بر ارزش‌های خانواده می‌توان گفت:

- نگاه‌ها به سمت و سوی آینده‌نگری شبکه‌های اجتماعی مجازی و به‌طور کلی فناوری و ارتباط فناوری با انسان، فرهنگ، اجتماع و جامعه حرکت می‌کند.
- از مهم‌ترین مسائلی که می‌تواند چالش‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی را کاهش و به سمت مثبت سوق دهد، گفتگو محاوره‌ای و ارتباطات حضوری و فیزیکی در بین اعضای خانواده و جامعه است که در این راستا باید برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های کلان در سطح جامعه صورت پذیرد.
- افزایش آگاهی و شناخت افراد جامعه و خانواده‌ها نسبت به مسائل موجود در شبکه‌های اجتماعی مجازی و چالش‌های احتمالی آینده با پخش برنامه‌های آموزشی مختلف از صدا و سیما.
- برگزاری کارگاه‌های آموزشی مهارت‌های ارتباطی برای مواجهه با مشکلات و تعارضات و افسردگی‌های احتمالی در برقراری ارتباط با یکدیگر در شبکه‌های اجتماعی مجازی.
- برنامه‌ریزی جهت تقویت برنامه‌های اجتماعی و فرهنگی با تأکید بر استمرار ارزش‌های عمیق حاکم بر ساختار خانواده.
- افزایش سواد رسانه‌ای نوجوانان، جوانان و خانواده‌ها در برخورد با محتوا و مطالب شبکه‌های اجتماعی مجازی.
- بهره‌گیری از تجربیات کشورهای که در نظام آموزشی آنها خانواده‌ها در تمام فرایند تعلیم و تربیت مشارکت داده شده‌اند.
- برنامه‌ریزی فرهنگی و اجتماعی برای گروه‌های سنی خاصی که قصد دارند وارد فضای سایبری و شبکه‌های اجتماعی مجازی شوند. به‌طور مثال، در صورتی فرد می‌تواند به فضای سایبری و شبکه‌های اجتماعی مجازی ورود پیدا کند که دوره‌های آموزشی با سرفصل‌های متناسب با فضای سایبری و شبکه‌های اجتماعی مجازی را با موفقیت گذرانده باشد. این مهم می‌تواند از طریق نهادینه کردن و جامعه‌پذیری، و یا از طریق ایجاد زیرساختارها صورت پذیرد.
- برنامه‌ریزی اصولی، تدوین قانون و سیاست‌های شفاف و مشخص درباره نظام خانواده و چگونگی مشارکت آنها در کنترل و مدیریت شبکه‌های اجتماعی

مجازی.

- تدوین و انتشار جزوات و کتاب‌های ویژه جهت استفاده مناسب و نقادانه از اطلاعات موجود در شبکه‌های اجتماعی مجازی در سطح عموم، مدارس و دانشگاه‌ها.

- نکته پایانی اینکه اگر قرار باشد برای کاهش اثرات شبکه‌های اجتماعی مجازی دنبال یک عامل کلیدی باشیم، این عامل خانواده است، زیرا شکل و نوع جامعه‌پذیری اولیه افراد در خانواده‌ها پی‌ریزی می‌شود. بنابراین خانواده‌ها می‌توانند با تربیت درست فرزندان و کنترل بهینه آنان، آسیب‌های احتمالی موجود در شبکه‌های اجتماعی مجازی را در جامعه به حداقل برسانند.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

فهرست منابع

الف) منابع فارسی

۱. اسلوین، جیمز (۱۳۸۰). اینترنت و جامعه، ترجمه عباس گیلوری، تهران: کتابدار.
۲. آزاد ارمکی، تقی و یحیی امامی (۱۳۸۳). تکوین حوزه عمومی و گفتگوی عقلانی، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره پنجم، شماره ۱.
۳. بوزان، باری (۱۳۸۷). تأمین اجتماعی، مشهد: استان قدس رضوی، دانشگاه امام صادق (ع).
۴. توحیدلو، اکبر. (۱۳۸۸). بررسی تأثیر عوامل خانوادگی در وضعیت فرهنگی دانشگاهیان در دانشگاه آزاد اسلامی، فصلنامه علمی «پژوهش اجتماعی» سال دوم، شماره ۳.
۵. ریاضی، عبدالمجید و دیگران (۱۳۸۶). نظام جامع فناوری اطلاعات کشور (سند راهبردی)، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، معاونت فناوری اطلاعات.
۶. زنجانی‌زاده، هما (۱۳۸۴). بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده در بین دانش‌آموزان، مجله انجمن جامعه‌شناسی ایران، دوره ششم، شماره ۲.
۷. سیدمن، استیون (۱۳۸۸). کشاکش آرا در جامعه‌شناسی، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.
۸. عدلی‌پور، صمد، بهجت یزدخواستی و الهام کیخانی (۱۳۹۲). حوزه عمومی و گفتگو در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی، مطالعات فرهنگ - ارتباطات، سال چهارم، شماره ۸۱.
۹. فاتحی، ابوالقاسم (۱۳۹۱). راهبرد اجتماعی و فرهنگی امنیت پایدار با تأکید بر گفتمان انقلاب اسلامی، فصلنامه آفاق امنیت، سال پنجم، شماره ۱۵.
۱۰. فلاحی (۱۳۹۱). جامعه‌شناسی فرهنگی (آشنایی با ساختارهای اجتماعی فرهنگ و مفاهیم فرهنگ)، اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی گیلان.
۱۱. کفاشی، مجید (۱۳۸۸). بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده، فصلنامه علمی «پژوهش اجتماعی»، سال دوم، شماره ۳.
۱۲. کوهن، آلن (۱۳۷۸). تغییر نگرش و تأثیر اجتماعی، ترجمه علیرضا کلدی، تهران: دانشگاه علوم بهزیستی و توانبخشی.
۱۳. منادی، مرتضی (۱۳۸۵). جامعه‌شناسی خانواده (تحلیل روزمرگی و فضای درون خانواده)، تهران: نشر داتژه.
۱۴. میرزایی، خلیل (۱۳۸۹). پژوهش، پژوهشگری و پژوهشنامه‌نویسی، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
۱۵. ویندال، س و همکاران (۱۳۷۶). کاربرد نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: مرکز مطالعات تحقیقات و رسانه‌ها.

ب) منابع لاتین

1. Danahim & Boyd, Nicole B. Ellison (2007). "Social Network Sites: Definition, History and Scholarship", Journal of Computer-Mediated Communication, Vol. 133.
2. Inglehart Ronald & Christian, Welzel, Modernization, Cultural Change, And Democracy. The Human Development Sequence. Cambridge University Press.
3. Inglehart Ronald and W. E. Baker (2000). Modernization, Cultural, Change, And The Persistence Of Traditional Values, American Sociological review.
4. King, S. A. and A. Barak (1999). "Compulsive Internet Gambling a New formation Old Clinical Pathology", Cyber Psychology and Behavior, No. 2.
5. Kruger, Sherri (2010). Top 10 Essential Family Values, from: www.zenfamilyhabits.net/2010/02/top-10-essential-family-values/Kvols, Kathryn (2008) 8 Ways to Teach Your Child Values, from: www.incaf.com/articles/8_Ways_to_Teach_Values_to_Your_Children.pdf



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی