

تحلیل جامعه‌شناختی تأثیر استفاده از فضای مجازی بر فرهنگ شفاهی

(مورد مطالعه: شهر اصفهان)

ابراهیم انصاری، استادیار، گروه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان، ایران*

مسعود کیانپور، استادیار، گروه علوم اجتماعی دانشگاه اصفهان، ایران

پری عطایی، دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان، ایران

چکیده

کم‌رنگ شدن روابط عاطفی درون خانواده اعم از روابط بین همسران، والدین و فرزندان و تحلیل رفتن فضای تعاملی بین آنها نشان‌دهنده از بین رفتن بسیاری از پیوندهای سنتی گذشته در انسان‌های عصر جدید است. یکی از دلایل اصلی بروز این مسئله، فناوری‌های ارتباطات است که تغییرات گسترده‌ای را مانند هر دگرگونی ناشی از فناوری سبب شده است. امروزه نشانه‌های کمتری از خانواده‌هایی می‌یابیم که ساعاتی از روز را با یکدیگر گفتگو می‌کنند. با توجه به اهمیت این مسئله، در این پژوهش، تأثیر فضای مجازی بر فرهنگ شفاهی افراد در خانواده‌ها بررسی شده است. پژوهش حاضر به صورت پیمایشی و با استفاده از روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای و بهره‌گیری از پرسش‌نامه محقق‌ساخته، با تکیه بر نظریه‌های حوزه ارتباطات، خانواده و دوجوانی شدن انجام شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر، خانواده‌های با فرزند بالاتر از ۱۵ سال شهر اصفهان هستند. متغیر مستقل، استفاده از فضای مجازی با دو شاخص کمیت و کیفیت و متغیر وابسته، سنجش فرهنگ شفاهی با دو شاخص ارتباط شفاهی و ادبیات شفاهی بین والدین، فرزندان و همسران است. نتایج پژوهش حاضر، تأثیر کیفیت و کمیت استفاده از فضای مجازی بر فرهنگ شفاهی خانواده را نشان می‌دهد؛ به طوری که با افزایش استفاده از فضای مجازی، کمیت و کیفیت ارتباط شفاهی ناشی از ارتباط افراد در دنیای واقعی و ارتباطات رودررو کاهش می‌یابد.

واژه‌های کلیدی: فضای مجازی، خانواده، فرهنگ شفاهی، ارتباط شفاهی، فراغت مجازی، تعامل والدین و فرزندان

مقدمه و بیان مسأله

خانواده، اساسی‌ترین و نخستین نهاد اجتماعی است که پیوند عاطفی بین اعضای خود را با گفتگو و برقراری ارتباط و تعامل کلامی حفظ می‌کند و مهم‌ترین کارکرد خود را انجام می‌دهد که انتقال ارزش‌ها و اجتماعی‌نمودن فرزندان است. گفتنی است اساس فرهنگ شفاهی، ارتباط رودرو بین افراد است که در آن ارزش‌ها، نگرش‌ها، دیدگاه‌ها و دیگر عناصر فرهنگی منتقل می‌شود. فرهنگ شفاهی در برابر فرهنگ نوشتاری قرار می‌گیرد. این فرهنگ، مجموعه اندوخته‌های ذهنی و الگوهای رفتاری را شامل می‌شود که نانوشته است و به صورت کلام، گفتار و ایما و اشاره منتقل می‌شود. فرهنگ شفاهی، دو مؤلفه اصلی ارتباطات دو طرفه کلامی و ادبیات شفاهی را شامل می‌شود. کلام، وسیله‌ای برای برقراری ارتباط و تحکیم آن است. یکی از بهترین شاخص‌ها برای ارزیابی سلامت رابطه خانواده، برقراری ارتباط کلامی بین اعضای آنهاست. ادبیات شفاهی، انتقال افسانه‌ها، قصه‌ها، حکایت‌های واقعی، امثال و لطیفه‌ها است و معمولاً در جریان ارتباطات بین والدین و فرزندان از نسلی به نسل بعد منتقل می‌شود. امروزه، براساس پژوهش‌های انجام‌شده، رسانه‌های جمعی در ارتباط افراد ممکن است آسیب محسوب شوند. امروزه، جهان اجتماعی به دو بخش جهان واقعی و جهان مجازی تقسیم شده که نحوه ارتباط در این دو جهان متفاوت است (عاملی، ۱۳۹۰: ۲).

طبق آمارهای ارائه‌شده مرکز مدیریت توسعه ملی اینترنت در آخرین گزارش خود، شمار کاربران اینترنت در ایران تا پایان ۶ ماهه نخست سال ۱۳۹۱ برابر ۴۵ میلیون و ۵ هزار و ۶۴۴ نفر اعلام شده است و با پارامترهایی مانند اینترنت دایل‌آپ، ADSL، موبایل GPRS، وایمکس و فیبر به شبکه متصل می‌شوند. استان اصفهان سومین استان کشور بعد از استان مازندران و تهران است و بیشترین ضریب نفوذ اینترنت را دارد (مرکز مدیریت توسعه ملی اینترنت، ۱۳۹۲). شهر اصفهان یکی از بزرگ‌ترین کلان‌شهرهای ایران است و مانند دیگر مناطق کشور، اینترنت و فضای مجازی در آن نفوذ یافته است.

بیشترین مخاطبان فضای مجازی، فرزندان بالای ۱۵ سال هستند؛ با وجود این، افراد بسیاری به دلیل مشغله‌های فراوان و برای سهولت در ارتباط با دیگران، تمایل زیادی برای استفاده از این فضا دارند. اثرگذاری این رسانه جمعی بر تعاملات افراد خانواده باعث شد در پژوهش حاضر، تأثیر فضای مجازی بر فرهنگ شفاهی در خانواده‌های شهر اصفهان در فاصله زمانی سال ۹۴-۱۳۹۳ بررسی شود. هدف اصلی این پژوهش، بررسی تأثیر استفاده از فضای مجازی بر فرهنگ شفاهی افراد در خانواده‌ها است. اهداف فرعی آن، بررسی کمیت و کیفیت استفاده از فضای مجازی بر ارتباط شفاهی افراد و بررسی کمیت و کیفیت استفاده از فضای مجازی بر ادبیات شفاهی افراد در خانواده‌ها است.

مروری بر پژوهش‌های پیشین:

در پژوهش گنجی با عنوان *بررسی الگوی کاربران اینترنت و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن*، در سال ۱۳۸۵ الگوی کاربران اینترنت در ایران بررسی شده است. این پژوهش نشان می‌دهد با افزایش محدودیت ارتباطات اجتماعی، افراد به بهره‌گیری از الگوی ارتباطی اینترنت تمایل بیشتری نشان می‌دهند. پیوند اجتماعی نیز در این زمینه نقش مهمی دارد. به عبارت دیگر، کسانی که به دلایل مختلف، پیوند اجتماعی قوی‌تری دارند، به بهره‌گیری از الگوی ارتباطی اینترنت، به ویژه الگوی ارتباطی نامناسب و ناهنجار، تمایل کمتری خواهند یافت. عواملی مانند دلبستگی به دیگران و افراد پیرامون؛ تعهدات گوناگون مانند تعهد نسبت به خانواده، شغل، دوستان و... درگیری‌ها و مشغولیت‌های مختلف مانند مشارکت مداوم در فعالیت‌های زندگی، کار، خانواده، و... باورها؛ ارزش‌ها و اصول اخلاقی در این زمینه تأثیر اساسی دارد (گنجی، ۱۳۸۵: ۱۵۲-۱۴۶).

نتایج پژوهش گلچین و همکاران (۱۳۹۱) با عنوان *مطالعه میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی فارسی زبان و مناسبات خانوادگی*، نشان داد درخصوص مناسبات خانوادگی و ابعاد آن (روابط زناشویی، روابط والدین و فرزندان و اعتماد

کاهش و گوشه‌گیری و افسردگی را افزایش می‌دهد. در نتیجه، نوع جدیدی از گوشه‌گیران ظاهر می‌شوند که تنها ارتباط اطلاعاتی و ابزاری دارند. این افراد پیوند اجتماعی متفاوت با پیوند اجتماعی جامعه بشری بنا می‌کنند (برتون، به نقل از ساروخانی، ۱۳۸۲: ۱۶۵-۱۶۲).

بیکر در پژوهشی در سال ۲۰۰۰ نشان داد اینترنت برای زنان یکی از ابزارهای ایجاد ارتباط بیشتر با شبکه‌های اجتماعی مانند دوستان و خانواده آنها بوده است. این زنان اظهار داشته‌اند با استفاده از اینترنت، احساس پیوند اجتماعی و حمایت عاطفی بیشتر می‌شود (بیکر، به نقل از گنجی، ۱۳۸۵: ۱۴).

در جمع‌بندی، این نکته به دست آمد که پژوهش‌های فراوانی درباره مسئله این پژوهش انجام شده است که هر کدام ابعادی را بررسی کرده‌اند؛ اما پژوهشی درباره بررسی تأثیرات فضای مجازی بر فرهنگ شفاهی در خانواده‌ها یافت نشد. فضای مجازی از فراگیرترین محیط‌های ارتباطات افراد در خانواده‌ها و فرهنگ شفاهی از مهم‌ترین مؤلفه‌های کمک به تحکیم خانواده و زندگی اجتماعی است؛ بنابراین در پژوهش حاضر سعی شده است تأثیر فضای مجازی بر فرهنگ شفاهی افراد در خانواده‌ها بررسی شود.

مبانی نظری

ابتدا برای درک بهتر مفاهیم به‌کاررفته در این پژوهش، دو مفهوم فضای مجازی و فرهنگ شفاهی را شناسایی می‌کنیم. معنای لغوی فضای مجازی عبارت است از «فضای قابل هدایت» که به معنای هدایت‌کردن و سکان‌داری کشتی است. کیزا فضای سایبرنتیک را محیط بر ساخته از اطلاعات نامرئی -اطلاعاتی که اشکال متفاوتی به خود می‌گیرد- می‌داند (Kizza, 1998: 131). فضای مجازی در واقع نامی است که تعداد زیادی از کاربردهای امروز فناوری‌های جدید ارتباطی را دربرمی‌گیرد. این نام را نخستین بار ویلیام گیبسون^۱ در رمان

زناشویی)، در شاخص روابط والدین و فرزندان و روابط زناشویی وضعیت به‌نسبت بینابین، اما درخصوص شاخص اعتماد زناشویی، وضعیت نامطلوبی وجود دارد. رابطه بین نوع استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای با مناسبات خانوادگی و ابعاد آن نشان داد خانواده‌هایی که از شبکه‌های ماهواره‌ای استفاده نمی‌کنند، در مقایسه با خانواده‌هایی که از این شبکه‌ها استفاده می‌کنند، به‌مراتب مناسبات خانوادگی بهتری دارند و درنهایت دو متغیر «میزان استفاده» و «نوع استفاده» از شبکه‌های ماهواره‌ای، ۲۶ درصد از تغییرات مناسبات خانوادگی را تبیین می‌کنند. بدین ترتیب، با افزایش استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای و نیز استفاده منظم از این برنامه‌ها، مطلوبیت مناسبات خانوادگی، مطلوبیت روابط والدین و فرزندان و روابط زناشویی و اعتماد زناشویی آنها کمتر خواهد شد.

نتایج پژوهش جوانا کارالهو و همکاران (۲۰۱۵) با عنوان عملکرد خانواده و فناوری خانواده، نشان می‌دهد خانواده در زندگی روزمره جایگاه برجسته‌ای در حوزه پژوهشی کسب کرده است. در این پژوهش، ۴۵ مقاله از سال‌های ۱۹۹۸ تا ۲۰۱۳ بررسی شده است که درخصوص رابطه فناوری اطلاعات و ارتباطات و عملکرد خانواده منتشر شده‌اند. در پژوهش‌های انجام‌شده، حوزه‌های نگرش نسبت به فناوری اطلاعات و ارتباطات، انواع ICT و استفاده از الگوها، انسجام خانواده، نقش خانواده، قوانین و درگیری بین نسلی و مرزهای خانواده جستجو شده است. نتایج نشان می‌دهد فناوری اطلاعات و ارتباطات، تغییرات کیفی در عملکرد خانواده و شکل جدید حالت‌های تعاملی ایجاد کرده است و ضرورت چینش دوباره الگوهای رابطه در خانواده را نشان می‌دهد.

برتون به پیامدها و آثار منفی اینترنت اشاره دارد و معتقد است اینترنت، انزوای اجتماعی کاربران را سبب می‌شود. برتون در پژوهشی با عنوان آیین اینترنت، تهدیدی برای پیوند اجتماعی، پیامدها و آثار مخرب اینترنت را روی ۲۵۶ نفر طی دو سال در ایالات متحده بررسی کرده است. نتایج آن نشان داد استفاده از اینترنت، حلقه روابط اجتماعی دور و نزدیک را

¹ Gibson

در فرهنگ شفاهی، هوش و ذکاوت را با استعداد به خاطر آوردن اصطلاحات کوتاه، چندبُعدی و مفید مرتبط می‌دانند و توانایی و استعداد نگهداری مطالب در ذهن، همواره ارزش بالایی دارد. در این میان قدرت حافظه و توانایی به خاطر آوردن، نقش کتابخانه بسیار بزرگی را ایفا می‌کند؛ زیرا فراموش شدن آنچه باید گفته یا انجام شود، خطری بزرگ برای جامعه و حماقتی بارز و شاخص است (پستمن، ۱۳۷۵: ۹۹). با ظهور اینترنت، تمایز آشکار بین اشکال گوناگون ارتباطات (یعنی ارتباطات شفاهی، نوشتاری، چاپی و الکترونیک) تاحدودی از بین می‌رود و اینترنت تمامی این اشکال ارتباطات را با همدیگر ترکیب می‌کند. این رسانه ارتباطی نوین، گفتار شفاهی را بلافاصله به پیام، تبدیل و آن را چاپ می‌کند و به صورت الکترونیک به تعداد نامحدودی از کاربران می‌فرستد. از این رو فضای مجازی، رسانه تک‌بعدی، یک‌سویه و تک‌گویانه نیست؛ بلکه امکان حرکت از یک نقش به نقش دیگر و نیز بازگشت به نقش پیشین را فراهم می‌کند. فضای اینترنت به صورت عمومی و خصوصی و به‌طور هم‌زمان فرستنده و گیرنده است (Rantanen, 2006: 139 به نقل از ساروخانی).

در راستای انتقال اطلاعات از فضای سایبر، برخی نظریه‌پردازان معتقدند جامعه اطلاعاتی، پدیده جدیدی نیست و پیشرفت‌های جدید تکنولوژیک مانند گذشته در خدمت سرمایه‌داری، نابرابری اجتماعی و اقتصادی است. گروهی معتقدند در سایه پیشرفت‌های تکنولوژیک، جامعه‌ای با ساختار دموکراتیک شکل گرفته است. ارتباطات بین افراد و گروه‌ها در این جامعه افقی است. مردم به آگاهی‌های بسیاری دسترسی دارند و الگوهای ارتباطات رسانه‌ای تغییر یافته‌اند. این اندیشمندان ظهور جامعه‌ای نو را نوید می‌دهند. جامعه‌ای که در آن تولید پیام از انحصار عده‌ای معدود خارج شده است. اندیشمندان این گروه به نقش رسانه‌ای تکنولوژی‌های نوین توجه دارند و آثار آن را بر روابط میان فردی، گروهی و جامعه بررسی و بیان می‌کنند. از نظر این گروه در جامعه نو حاکمیت اصلی با رسانه‌های الکترونیک است. به‌رحال وسایل ارتباطی،

نورومانسر^۱ (1984) ابداع کرد (هولمز، ۱۳۸۴). به باور کاستلز فضای مجازی، مکان نیست، دالان و راهرویی بین مکان‌ها است. شما درحالی‌که در محل خودتان اقامت دارید، در فضای مجازی، گردش و مردمی را ملاقات می‌کنید که در مکان‌های دیگری زندگی می‌کنند؛ اما با استفاده از فضای مجازی در جهان ذهنی خودتان هستید؛ بنابراین، فضای مجازی نوعی فرافضا و فضای ذهن است. فضایی که ما هر روز در آن دست به عمل می‌زنیم و با مردم، اندیشه‌ها، مکان‌ها و زمان‌هایی دیگر ملاقات می‌کنیم (کاستلز و اینس، ۱۳۸۴: ۴۷). به عبارت دیگر، فضای سایبر در معنا به مجموعه‌ای از ارتباطات درونی انسان‌ها با کامپیوتر و وسایل مخابراتی، بدون در نظر گرفتن جغرافیای فیزیکی گفته می‌شود. فضای مجازی مجموعه‌ای از سخت‌افزار و تعاریف نمادین است که شبکه‌ای از عقاید و باورها را در قالب دادوستد بین افراد منتقل می‌کنند. برخلاف فضای واقعی در فضای مجازی نیاز به جابه‌جایی‌های فیزیکی نیست و کلیه فعالیت‌ها از طریق فضای سایبر، انجام و ایجاد شبکه عظیمی از افراد را سبب می‌شود که مرزهای سیاسی و جغرافیایی را درهم می‌شکنند و گاه مرزهای فرهنگی را کم‌رنگ می‌کنند و بر تمام ابعاد زندگی بشر تأثیر می‌گذارند (Suler, 2008: 63). شبکه‌های اجتماعی، محل گردهمایی صدها میلیون کاربر اینترنت است که بدون توجه به مرز، زبان، جنس و فرهنگ به تعامل و تبادل اطلاعات می‌پردازند (سلطانی فر، ۱۳۸۹: ۵۳). شبکه‌های اجتماعی، متناسب با نوع موضوع فعالیتشان امکانات دیگری از جمله خبرخوانی اینترنتی، بازی‌های آنلاین، قابلیت بارگذاری ویدئو و فایل‌های رایانه‌ای و برقراری ارتباط با سایر رسانه‌های شخصی در گزینه‌هایشان دارند. پس بی‌دلیل نیست که کاربران، بخش زیادی از زمان اینترنت را به حضور در شبکه‌های اجتماعی اختصاص می‌دهند (سلطانی فر، ۱۳۸۹: ۵۷).

فرهنگ شفاهی، اندیشه، هوش، هنر و عواطف یک ملت است و از گذشته مردم مایه می‌گیرد و خصلت جمعی دارد.

¹ Neuromancer

شهرهای بزرگ پدید می‌آیند. او در اثرش به همین نام «انبوه تنها» انسان‌هایی را مجسم می‌کند که در راهروهای تنگ قطارهای زیرزمینی در دریایی از انسان‌ها غوطه‌ور هستند و راهی برای رفتن نیست و ازدحام، نفس کشیدن را مشکل می‌کند؛ اما با این همه تراکم، انسان تنهاست و هیچ‌گاه در تاریخ چنین تنها نبوده است. هیچ یک از این انسان‌ها را نمی‌شناسد، هرگز آنها را ندیده است و به یقین می‌داند هیچ یک از آنها را بار دیگر نخواهد دید. او در پی امحای روابط سنتی و پابرجای خانوادگی، خویشاوندی، همسایگی و دوستی‌های پایای قدیم تنهاست و در برابر وسایل ارتباط جمعی و صاحبان قدرتمند آن و همچنین وسوسه‌های ناشی از آن سخت آسیب‌پذیر است. آنها به‌آسانی از او یک طرفدار متعصب فوتبال پدید می‌آورند که در این راه حتی حاضر به کشتن انسان‌های رقیب (هواداران تیم‌های دیگر) است. پس به اعتقاد رایزن، این دوران در تاریخ انسان به دورانی ثبت خواهد شد که در آن «دیگرانی چند» (صاحبان وسایل ارتباطی) الگوهای حیات اجتماعی را می‌سازند (ساروخانی، ۱۳۹۲: ۶۷).

تونیس به دو نوع جامعه اشاره می‌کند که در هر کدام نوع رابطه افراد با یکدیگر متفاوت است. در اجتماع، حرکت در خدمت جمع و برای وحدت جمع است و در خدمت فرد نیست و در این جامعه اراده اورگانیک حاکم است. هر عضوی خود را جزء جدایی‌ناپذیر مجموعه می‌داند. ارتباطات عمقی و سطح جمع محدود و ارتباط بین افراد تام است؛ اما گزلفافت جامعه‌ای است که در آن فراوانی و تنوع انسان‌ها وجود دارد. روابط صوری، قراردادی و منطقی، مصلحت‌اندیشی و تنهایی انسان جزء ویژگی‌های آن است (ساروخانی، ۱۳۹۲: ۷۰-۷۵).

دیدگاه کنش متقابل نمادین، ارتباط شفاهی را بنیاد نهاد سنتی می‌داند که در آن به استمرار مشاهدات تأکید می‌کند. به نظر میداد ارتباطات، اساسی‌ترین روندی است که در جوامع انسانی جریان دارد. ارتباط زمانی برقرار می‌شود که

زمینه تغییرات آنی و موقتی در وقایع و دگرگونی‌های اجتماعی را فراهم می‌آورند. این وسایل، معرفی‌کننده الگوها، نقش‌ها، دیدگاه‌ها و شیوه روی آوری به سبک‌های زندگی هستند و ممکن است مردم از راه دیگر هرگز به آنها دسترسی پیدا نکنند. طبقه جوان نیز با تبلیغات رسانه‌های گروهی، مطالبی درباره نقش‌های آینده خود فرا می‌گیرد.

چهارچوب نظری پژوهش حاضر براساس دیدگاه‌های مربوط به حوزه ارتباطات و خانواده مطرح شده است. در دیدگاه‌های تاریخی به نظرات مک لوهان^۱، رایزن^۲ و تونیس^۳ اشاره می‌شود. این نظریه‌پردازان با توجه به گذر جوامع از دوران مختلف، روابط افراد را در آنها بررسی می‌کنند. مک لوهان معتقد است بعد از ظهور کتابت، سنت شفاهی شروع به ضعف کرد؛ اما در عصر تلویزیون، فرهنگ شفاهی، مشارکت، همکاری و اندیشه جهانی شکل گرفت. مک لوهان معتقد است وسایل ارتباط الکترونیکی، انسان‌ها را وارد مرحله جدیدی از زندگی اجتماعی می‌کنند. این وسایل جدید به انحصار ارتباط چاپی پایان می‌دهند و بیان شفاهی و ادراک سمعی را احیا می‌کنند. اکنون تحت تأثیر وسایل الکترونیکی در راه ایجاد چنین جامعه‌ای طرز زندگی، نظام آموزشی، ادبیات، هنرها و به‌طور کلی همه نظام فرهنگ انسانی دگرگون شده است (ساروخانی، ۱۳۹۴: ۶۷).

رایزن به سه نوع جامعه اشاره می‌کند و از نظر او در جامعه دگرراهبر با رهبری رسانه‌های جمعی مواجهیم که پس از دوره رهبری صنعت و دوران درون‌راهبر (ظهور فردگرایی) دوران سوم، صحنه ظهور انبوه تنها درون شهرهای بزرگ است. او این دوره را دوران امحای روابط سنتی و پابرجای خانوادگی، خویشاوندی می‌داند. زمانی که وسایل ارتباط جمعی، هدایت عواطف، احساسات و الگوهای حیات اجتماعی را به دست دارند. رایزن، دوران سوم ارتباطی را دورانی می‌داند که در جریان آن، انبوه‌های تنها در درون

¹ McLuhan

² Reisman

³ Tönnies

⁴ Mead

متمادی مواجهه با رسانه‌ها، تغییر در نگرش و دیدگاه‌ها نسبت به رسانه را ایجاد می‌کند. گربنر معتقد است رسانه‌ها به ارائه دیدگاه‌های هم‌شکل و کم‌وبیش یکسان از واقعیت اجتماعی متمایل هستند و مخاطبان آنها براساس چنین سازوکاری فرهنگ‌پذیر می‌شوند. او معتقد است رسانه‌ها به دلیل نظم و هماهنگی در ارائه پیام، قدرت اثرگذاری بسیاری دارند و درحقیقت این‌گونه جامعه را شکل می‌دهند (سورین و تانکارد، به نقل از کیخایی، ۱۳۸۴: ۳۹۲).

در مکتب فرانکفورت، دیدگاه‌های خوش‌بینانه و بدبینانه وجود دارد. آدورنو^۲، هورکهایمر^۳ و مارکوزه^۴ معتقدند وسایل ارتباط جمعی برای به‌ثمررساندن خواست صاحبان صنایع به وجود آمدند. آدورنو معتقد است عادت به تماشای تلویزیون نوعی روان‌کاوی معکوس است؛ زیرا تماشاگر با بی‌توجهی، کیفیت هنر را به سطح کالاهای مصرفی کاهش می‌دهد و نزول سلیقه‌ها و ارزش‌ها را سبب می‌شود. هابرماس^۵، حوزه عمومی را مطرح می‌کند و اینترنت را بخشی از حوزه عمومی می‌داند. در این حوزه، مباحث بازو کنش ارتباطی با بیان گفتگو انجام می‌شوند. از نظر او اینترنت، حوزه عمومی مجازی و به‌شدت درحال رشد است. در این حوزه، نیازهای اساسی مطرح می‌شوند که در حین ارتباط صمیمانه افراد با یکدیگر کشف می‌شوند. در محیط‌های تعاملی (ایمیل، وبلاگ، چت‌روم‌ها و شبکه‌های اجتماعی مجازی)، افراد نیازهای خود را راحت‌تر، بیان و احساسات خود را ابراز می‌کنند و از یکدیگر تأثیر می‌پذیرند (ساروخانی و بابایی‌فرد، ۱۳۹۲: ۴).

براساس نظریه ساخت‌یابی گیدنز استنباط می‌شود شبکه‌های اجتماعی مجازی محصول کنش معنادار بین افراد هستند؛ اما پس از شکل‌گرفتن، محدودیت‌هایی را بر عاملان اعمال می‌کنند. ساختار این شبکه‌ها بر بازتولید یا تکرار رفتارهاست. گیدنز جامعه‌شناسی متأخر را جامعه‌شناسی جهانی شدن می‌داند؛ زیرا مهم‌ترین ویژگی جهانی شدن، چندبعدی بودن آن است. او معتقد است جهانی شدن، بنیان‌های

شرکت‌کنندگان از نمادهای معنی‌دار استفاده کنند؛ نمادهایی که برای استفاده کنندگان معنای یکسانی دارد. اشتراک در معنی یک نماد، شرکت‌کنندگان را به سوی رابطه ناب اجتماعی سوق می‌دهد؛ بنابراین، ارتباط، روند ساماندهی تلقی می‌شود. به همان میزان که ارتباط گسترش می‌یابد - در هر جهتی که باشد - ایجاد سازمان‌های بزرگ‌تر و گسترده‌تر را موجب می‌شود. مید با مطرح کردن دیگری عام پذیرفتن این نقش را مقدمه‌ای برای پذیرش منطق آن نهاد با مجموعه نهادهایی می‌داند که او برای راه‌یابی به نحوه رفتار خود در یک موقعیت نهادی خاص از این منطق استفاده می‌کند؛ به این ترتیب عمل او در هر لحظه بر یک عمل بزرگ اجتماعی مبتنی است. دیگری عام درونی ساختن موقعیت‌های اجتماعی در مجموع یا خودی ساختن وضعیت‌های اجتماعی خارج از وجدان فرد است که عامل انسانی تشکیل دهنده هر شخصیت خودآگاه است. در این دیدگاه، ارتباطات، اساسی‌ترین روند جریان یافته در جوامع انسانی است. از نظر او رسانه‌ها با تنش‌سازی بر رفتار کودکان تأثیر می‌گذارند. درحقیقت مید با مطرح کردن دیگری عام معتقد است رسانه‌ها بر ذهن کودکان ساده و بدون شبکه به‌هم‌پیوسته اندیشه‌ها تأثیر می‌گذارند (نوسلی، ۱۳۹۱: ۳۰۲).

کاستلز نیز در نظریه شبکه خود بر روابط اجتماعی بسیار تأکید دارد. به باور او ارتباط، بلوک‌های اصلی شبکه است. او معتقد است افراد حمایت‌های متنوعی را از اعضای شبکه خود، دریافت و پیوندهای گوناگون حمایت‌های اجتماعی متنوعی را برای اعضای شبکه فراهم می‌کنند. کاستلز معتقد است در هزاره سوم میلادی و با گسترش وسایل ارتباط جمعی، همه جوامع در معرض تغییرات ساختاری قرار گرفته‌اند. این فناوری‌ها اگرچه نقش تعیین‌کننده‌ای در فرایند جهانی شدن دارند، نقش واسطه در کنش متقابل بین ساختارهای اجتماعی و کنشگران را ایفا می‌کنند؛ به همین دلیل در مرکز کنش انسانی قرار می‌گیرند (کاستلز، ۱۳۸۷: ۳۷۵).

گربنر^۱ با طرح نظریه کاشت، بر کنش متقابل بین رسانه‌ها و مخاطبانی که از آنها استفاده می‌کنند و چگونگی تأثیرگذاری رسانه‌ها به مخاطبان تأکید دارد. او معتقد است ساعت‌های

² Adorno

³ Horkheimer

⁴ Marcuse

⁵ Habermas

¹ Griebner

هویت و فرهنگ را در جامعه کنونی دگرگون کرده است. گیدنز معتقد است روابط انسانی از جمله روابط صمیمانه بین انسان‌ها هستند که تأثیر مهمی در تکوین هویت انسانی دارند و در دنیای مدرن دچار دگرگونی شده‌اند. حقوق و وظایفی که اعضای خانواده سنتی را به هم پیوند می‌داد، بیشتر ضعیف شده‌اند. ما دیگر نمی‌توانیم به حمایت خویشاوندان دلگرم باشیم و به آنها اعتماد کنیم. به دلیل ضعف نهادهای سنتی وحدت‌بخش، افراد ناچارند نسبت به گذشته بیشتر به خود متکی باشند (گیدنز، ۱۳۷۷: ۱۸-۱۷). به گفته گیدنز «اگر خواسته باشیم ماهیت مدرنیته را به درستی دریابیم، باید از چشم‌اندازهای موجود جامعه‌شناختی دوری کنیم. باید پویایی شدید و پهنه جهانی نهادهای مدرن را تبیین کنیم و ماهیت انقطاع‌های این نهادها را از فرهنگ‌های سنتی توضیح دهیم». گیدنز بارها به این قضیه تأکید می‌کند «پویایی مدرنیته از جدایی زمان و مکان و باز ترکیب شدن آنها سرچشمه می‌گیرد؛ به صورت‌هایی که منطقه‌بندی دقیق زمانی - مکانی زندگی اجتماعی را امکان‌پذیر می‌کند و باعث ازجا کردن نظام‌های اجتماعی می‌شود (پدیده‌ای که با عوامل مؤثر در فاصله‌گیری زمانی - مکانی ارتباط نزدیک دارد) و ساماندهی و بازساماندهی بازاندیشانه روابط اجتماعی را در پرتو درون‌دادهای مداوم دانشی موجب می‌شود که بر کنش‌های افراد و گروه‌ها تأثیر می‌گذارد» (گیدنز، ۱۳۷۷: ۲۱-۱۴).

گیدنز به رابطه میان امر بیرونی و امر درونی توجه شایانی می‌کند، به خصوص به دلیل تأثیری که این رابطه بر روابط شخصی و ماهیت هویت شخصی می‌گذارد. وی معتقد است روابط انسانی - از جمله روابط صمیمانه بین انسان‌ها که تأثیر مهمی در تکوین هویت انسانی دارند - در دنیای مدرن دگرگون شده‌اند. «طبق دیدگاه گیدنز، روابط شخصی به طور فزاینده‌ای از قیدوبندهایی آزاد می‌شوند که بیرون از این روابط هستند؛ برای مثال، هر قدر اقتصاد سرمایه‌داری، رسانه‌ها، نهادهای رسمی آموزشی و سایر نظام‌های انتزاعی، تعهد افراد را بیشتر به خود جلب می‌کنند، ماهیت اجباری حقوق و وظایف به هم پیونددهنده اعضای خانواده سنتی بیشتر تضعیف می‌شود. ما دیگر نمی‌توانیم برای برخورداری از

همراهی‌های شایسته اعتماد، به وجود شبکه‌ای از خویشاوندان دلگرم باشیم؛ با این حال، از ضرورت کمک‌کردن به اقوامی آزادیم که نفعی در همراهی با آنها نمی‌بینیم؛ زیرا هنوز هیچ نظام انتزاعی جایگزینی برای خانواده یا اجتماع روستایی منسجم پدید نیامده است. جستجو و پی‌ریزی این روابط اعتمادآمیز با دیگران بر عهده فرد است؛ روابطی که برای حفظ تمامیت نفس [خود] همچنان ضرورت دارند» (کسل، ۱۳۸۳: ۴۹-۴۸). نقطه تمرکز نظریه ساخت‌یابی گیدنز، بر مفهوم جدایی زمان از مکان است. طبق فرض گیدنز، تغییرات ساختاری در قدرت به دلیل سطوح چندگانه جهانی شدن مانند مبادله پولی، پیشرفت‌های فناورانه و مردم‌سالاری سیاسی گسترده، تغییر و دگرگونی حس ما از زمان و مکان را سبب شده‌اند. در جوامع پیشامدرن، زمان و مکان، یکنواخت و هم‌بسته بودند (یعنی مردم به تعامل در مجاورت یکدیگر تمایل داشتند)؛ اما یکی از پیامدهای مهم مدرنیته، گسترش یافتن ظرفیت ما برای زندگی و کار در گستره زمان و مکان به صورت مجزا از یکدیگر است. به نظر گیدنز، کنش‌های روزمره با خود کنش‌گران به لحاظ ساختاری مقید می‌شوند و فناوری‌های رسانه‌ای نیز در این امر دخیل هستند. در فرایند امتداد زمان و مکان، تجربه‌های رسانه‌ای شده، رویدادهای متفاوت را به درون‌آگاهی روزمره وادار می‌کنند و به احساس بی‌امنی و واژگونی واقعیت منجر می‌شوند. برای وی، تجربه‌های رسانه‌ای شده، شرط بیرونی کنش هستند و به ما اطلاعاتی درباره دیگران می‌دهند و تغییردهنده روایتی هستند که ما درباره دیگران داریم (Laughey, 2007: 97).

اوقات فراغت از مؤلفه‌های مهم در زندگی امروز است. برداشت افراد از اوقات فراغت و نحوه گذراندن آن باتوجه به شرایط متفاوت است. فراغت را گاهی در معنای زمان آزاد و گاه به معنای فعالیت آزادانه و دلخواه به کار برده‌اند. دومازدیه باتوجه به گوناگونی فراغت و فعالیت‌های فراغتی، سه کارکرد برای اوقات فراغت برشمرده است.

الف) نخستین هدف و کاربرد اوقات فراغت، استراحت و رفع خستگی است. فراغت این فرصت را به افراد می‌دهد که خستگی کار را از تن خود بیرون کنند.

ارضای کنجکاوی جوانان تبدیل شده است. همچنین فضای مجازی و دیجیتال اینترنت، صورت‌های جدید مشارکت‌های اظهاری و عاطفی را به صورت‌های متداول مشارکت‌های سیاسی و اجتماعی در عرصه‌های حقیقی جامعه جایگزین کرده است. در وجه منفی، استدلال بر این است که سرگرمی‌های مجازی اینترنتی معمولاً به تقلیل سرمایه اجتماعی، انزوا و بریدگی از مشارکت‌های محسوس و عینی، تغییر روابط از اجتماعات و گروه‌های آشنا به اجتماعات شبکه‌ای، قطعه‌قطعه‌شدن افراطی سلیقه‌ها و خرده فرهنگ‌ها و در نتیجه توده‌وارسازی منجر می‌شود (Shills, 1963: 28).

مفهوم‌سازی بورديو از عادت و میدان در تحلیل فرهنگی و ساختاری تأثیرات ارتباطات اینترنتی به کار برده می‌شود. ارتباطات اینترنتی، زمینه شکل‌گیری عادات جدید را فراهم می‌کند؛ زیرا برای بورديو، عادات، شیوه‌های عمل است که با فاعلان اجتماعی در جریان اجتماعی شدن کسب می‌کنند و با تجربه‌های عملی آموخته می‌شوند. او معتقد است دنیای عملی که در ارتباط با عادات - که به مثابه نظامی از ساختارهای شناختی و انگیزه‌بخش عمل می‌کنند - شکل گرفته است، روش‌های رسیدن به هدف، مسیرهای درخور انتخاب و موضوعاتی را از قبل مشخص کرده که واجد یک خصلت غایت‌شناسی دائمی است (Bourdieu, 1990: 53).

براین اساس گفتنی است میدان‌ها در حال تغییرند و رابطه بین عادت و میدان در معرض گسست است؛ زیرا انتخاب وجود دارد. بدین ترتیب استنباط می‌شود کنشگران نیز در انتخاب وجود دارند و باتوجه به شرایط، نوع بهره‌مندی از اوقات فراغت خود را گزینش می‌کنند و فراغت مجازی را جایگزین شرایط واقعی فراغت می‌کنند؛ همان‌طور که فرانسیس کاپرنکراس^۳ می‌گوید «مهم‌ترین جزء درباره یک فناوری نوپدید، چگونگی کارکرد آن نیست، چگونگی استفاده مردم از آن و تغییراتی است که در زندگی بشر ایجاد می‌کند. امروزه کره جدیدی به جهان اضافه شده است که به کره زمین مجازی تعبیر می‌شود و بدین ترتیب با مفاهیم جدیدی مانند زمان مجازی، شغل مجازی و فراغت مجازی مواجه می‌شویم»

(ب) کارکرد دیگر اوقات فراغت، تفریح و سرگرمی است. تفریح، دنیایی تازه چه واقعی و خیالی را در برابر فرد می‌گشاید و آدمی خسته از کار روزانه به آن فرار می‌کند.

(ج) فراغت به معنای امکان رشد و خودشکوفایی؛ برای هر فرد فرصتی فراهم می‌کند تا کارهای تکراری را پشت سر بگذارد که از نهادهای اجتماعی بر او تحمیل می‌شود. به حوزه‌ای پا بگذارد که در آن نیروهای آفریننده اش آزادانه با ارزش‌های مسلط تمدنش به مخالفت برخیزد یا آنها را تقویت کند. فراغتی که این سه کارکرد را انجام دهد در جامعه امروزی از حیث نیازهای شخصیت انسان، ناقص تلقی می‌شود (دومازدی، ۱۳۵۲: ۱۹).

طولانی شدن دوره جوانی و نوجوانی و رواج شیوه‌های جدید فناوری اجتماعی برای پرکردن فضای زندگی فردی شده و کم‌رنگ شدن شکاف‌های متداول اجتماعی، شرایط جدیدی را پیش پای افراد در جامعه گذاشته است. امر تأثیرپذیری بیش از پیش از رسانه‌های جمعی و گرایش به استفاده از این فضا در زمان فراغت بر کسی پوشیده نیست. نسل فعلی، نخستین نسلی است که از ابتدا با کامپیوتر و استفاده از اینترنت کاملاً آشناست. تحولات تکنولوژیک بر ذوق، سلیقه، نیاز ارتباطی افراد و گذراندن اوقات فراغت آنها نیز تأثیرگذار است. دو فرایند رسانه‌ای شدن^۱ و خانگی شدن^۲ گذران بخش عمده‌ای از فراغت در جوامع مدرن را توصیف می‌کنند (ذکایی، ۱۳۸۳: ۱).

جوانان بیشتر فراغت خود را در خلوت می‌گذرانند و برای سرگرم شدن به طور فزاینده‌ای به رسانه‌های جدید متکی هستند. ارتباطات با واسطه کامپیوتر در فرهنگ فراغت و اجتماع فراغت تأثیرگذار هستند. شبکه‌های کامپیوتری جهان، فرهنگ جدیدی را در ده سال گذشته پدید آورده‌اند که تأثیرات شگرفی در تعاملات و روابط اجتماعی ایجاد کرده است (Rhiengold, 1993: 4).

ارتباطات اینترنتی در محیط‌های چت، ضمن تقویت کردن روابط غیروابسته به زمان و مکان، به فضایی برای جستجو و

¹ Mediatization

² Domestication

³ Frances Caincross

(ذکایی، ۱۳۸۳: ۲).

روانی می‌داند (روشه، ۱۳۶۶: ۲۳۲ - ۲۳۳).

در دیدگاه‌های ما بعد نوگرایی به نظرات بوردیو اشاره می‌شود. به اعتقاد بوردیو، در دوران معاصر، شکاف نسل‌ها در میدان‌های مختلف اجتماعی اعم از نهادی یا غیرنهادی، رویارویی جوانان و افراد مسن در عمل از تعارض بین افرادی با جایگاه‌های گوناگون قدرت و ثروت حکایت دارد. به نظر او تقسیم‌بندی براساس سن و به‌صورت پیر و جوان، تقسیمی خودسرانه است و در تمام جوامع، این نوع تقسیم‌بندی نسل‌ها تنش‌زا هستند (بوردیو، ۱۳۷۴: ۱۴۳). با جریان کنش متقابل اجتماعی، انسان‌ها شخصیت خود را به دست می‌آورند و شیوه زندگی در جامعه خود را می‌آموزند. جامعه‌پذیری، نقطه اتصال ضروری بین فرد و جامعه است. همچنین فرد را به آموزش هنجارها، ارزش‌ها، زبان، مهارت‌ها، عقاید و الگوهای فکر و عمل قادر می‌کند که همگی برای زندگی اجتماعی ضروری است (رابرتسون، ۱۳۷۴: ۱۱۲).

هایدگر^۴ نیز خانه را یکی از بزرگ‌ترین قدرت‌های یکپارچه‌سازی اندیشه‌ها و خاطره‌های بشر می‌داند. دریفوس^۵ معتقد است در ارتباطات اینترنتی، بدن وجود ندارد و کاربران صرفاً با چشمانشان ارتباط برقرار می‌کنند. چنین ارتباطی حقیقی و ناب نیست و جایگزین ارتباطاتی نمی‌شود که در آنها بدن حضور دارد. وی معتقد است اینترنت به جای فرهیختگی به‌وجودآورنده عوام‌زدگی است (چاوشیان، ۱۳۹۱: ۲۸۶).

از نظر ولمن^۶، افراد مختلف به شبکه‌های متفاوت متصل می‌شوند و برای یک فرد منابع متنوع‌تری فراهم می‌کنند؛ اما در زندگی واقعی معمولاً با افرادی رابطه برقرار می‌کنند که به خود آنها شباهت دارند و از این لحاظ منابع موجود در شبکه اجتماعی شخصی خود را کاهش می‌دهند. در فضای مجازی شرایط به گونه‌ای دیگر است. نداشتن شناخت اولیه از کسانی که در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی مجازی حضور دارند، احتمال ایجاد رابطه بین افراد بسیار متفاوت را فراهم می‌کند. چنین رابطه‌ای که تنوع بیشتری نسبت به روابط موجود در زندگی واقعی دارند توان شخص را برای دستیابی

هال^۱ براساس رویکرد مخاطب فعال مطرح می‌کند آنچه مسلم است در ارتباط از طریق اینترنت، مخاطب فعال است و چنین ارتباطی یک‌سویه و تحمیل‌شونده نیست. مخاطب به‌طور فعال متن را تفسیر می‌کند. براین‌اساس اینترنت فضایی است که قابلیت تبدیل به یک گستره عمومی جهانی را دارد و کاربران به دور از هژمونی با دیگران ارتباط برقرار می‌کنند. از نظر او کنش‌های انسانی، کنش‌های معناداری هستند که در تحلیل جامعه و تحولات اجتماعی از الگوی تفسیر وبر^۲ پیروی می‌کنند. هال دو واژه رمزگذاری و رمزگشایی را برای چگونگی مصرف برنامه‌های تلویزیونی به کار می‌برد. از نظر او متن‌ها، معانی قطعی ندارند و مخاطبان به دلخواه خود آن را تفسیر می‌کنند. او معتقد است اثرپذیری از رسانه‌های جمعی به‌ویژه اینترنت به‌طور خاص تابع عوامل اجتماعی و فرهنگی هستند و کاربران سلیقه‌های گوناگونی دارند. پس رسانه‌های جمعی باتوجه به تنوع زمینه‌ها و سلیقه‌ها، محصولات رسانه‌ای را تولید و پخش می‌کنند (ساروخانی، ۱۳۹۴: ۱۵۵-۱۵۶).

دانیل لرنر^۳ معتقد است رسانه‌ها ارزش‌های سنتی را در جوامع تغییر می‌دهند و ارزش‌های مدرن را جایگزین می‌کنند. وی در کتاب گذر از جامعه سنتی؛ نوسازی خاورمیانه، نوشته است این کار با بالارفتن انتظارات و توقعات، بازشدن افق‌ها، تواناشدن مردم به تخیل‌ورزیدن و تمایل به جایگزینی شرایط زندگی بهتر برای خود و خانواده عملی می‌شود (مک کوئیل، ۱۳۸۲: ۱۴۴). رسانه‌ها پدیده‌ای با عنوان «تحرك روانی» یا پدیده دیگری با عنوان «بیگانگی عاطفی» به وجود می‌آورند که لرنر آن را به‌مثابه امتیازی روانی در نوسازی، مؤثر می‌داند. بیگانگی عاطفی، در نظر لرنر، به معنای قدرت تطابق با محیط سرشار از دگرگونی است؛ بنابراین، وسایل ارتباط جمعی، ابتدا درک وضعیت‌های مختلف را آموزش می‌دهند، سپس با برانگیختن تخیل افراد، آنها را به جای کسانی قرار می‌دهند که کارگردان قضایا هستند. این وسایل همچنین تجربه‌های جدید مختلفی به وجود می‌آورند که لرنر آن‌ها را عوامل افزایش تحرك

⁴ Heidegger⁵ Derifuse⁶ Wellman¹ Hall² Weber³ Daniel Lerner

نوع ارتباط در دوستی‌ها، همسایگی‌ها و خانواده‌ها پیوندهای روانی و ارزش‌های اخلاقی را معنا می‌بخشد؛ اما در فضای مجازی نسبی‌گرایی اخلاقی و ارزشی وجود دارد که به دلیل وجود خصیصه‌هایی مانند غیرعینی‌بودن، داشتن قدرت انتخاب زیاد و متفاوت با زندگی روزمره و دیجیتال‌بودن است. عاملی معتقد است سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی با ورود به فضای مجازی، قابلیت‌های متفاوت و توان بازتولید بی‌نهایت یافته‌اند. عاملی معتقد است با دوفضایی‌شدن، تغییرات زیادی در خانواده ایجاد می‌شود، از جمله اینکه در گذشته ارتباط با خارج از خانه حضوری بود؛ اما امروزه در خانه از راه فضای مجازی با فضاهای متنوعی ارتباط برقرار می‌شود. پس فرد ممکن است در یک دقیقه در فضاهای متفاوت اخلاقی و ارزشی حضور داشته باشد. او همچنین معتقد است در فضاهای مجازی با تغییر در روش‌های تعامل پدر و مادر روبه‌رو هستیم. دوفضایی‌شدن بر ارزش‌های خانواده تأثیرگذار است و تکثر فرهنگی و از بین رفتن هویت‌های جمعی مشترک را موجب می‌شود. تکثر فرهنگی ناشی از دوفضایی‌شدن، فاصله و تفاوت ارزشی و کم‌رنگ‌شدن ارزش‌های نهادینه خانواده را سبب می‌شود. درحقیقت فضای مجازی، واقعیت‌های جدیدی وارد زندگی فرد می‌کند که به آن واقعیت، مجازی گفته می‌شود و به دنبال خود ارزش‌های جدیدی را وارد خانواده می‌کند (عاملی، ۱۳۹۰: ۲۹).

او در ادامه مطرح می‌کند دوفضایی‌شدن خانواده، مهم‌ترین تغییر به دنبال ظهور هم‌زمان ارتباطات و شکل‌گیری جهان مجازی است. این تغییر بنیادین فرد را به صورت نامرئی در ارتباط با جهان دیگری قرار می‌دهد و حوزه خارج از خانه را در خانواده گسترده می‌کند. در این روند سه تغییر مهم ارتباطی به وجود می‌آید:

الف) تغییر در فضای تعامل و ارتباطات اجتماعی با خارج از خانه: در گذشته، ارتباط با خارج از خانه و پیوندهای ارتباط اجتماعی حضوری بود؛ اما ظهور جهان مجازی و قدرتمندشدن این جهان، اعضای خانواده را در خانه با فضاهای متنوع و زیادی مرتبط کرده است.

ب) تغییر در امکان دسترسی به خارج از خانه: امکان

به منابع بیشتر (به ویژه اطلاعات بیشتر و متنوع‌تر) فراهم می‌کند. هرچند ممکن است این پیوندها ضعیف تلقی شوند. ولمن معتقد است اثرات اینترنت برای افزایش ارتباطات اینترنتی، یکسان نیستند. ولمن اثرات اینترنت را کاملاً برای افزایش ارتباطات اجتماعی ارزیابی نمی‌کند؛ بلکه آن را تابع نوع استفاده آن می‌داند. ولمن معتقد است ما در عصری زندگی می‌کنیم که پارادایم جوامع در حال تغییر است. این تغییر در شیوه فهم ما از جامعه و نیز فراتر از آن در نحوه ارتباط بین مردم و نهادها وجود دارد. در جوامع شبکه‌ای، برعکس جوامع صنعتی - که روابط بین افراد سلسله‌مراتبی است - روابط افقی گسترش می‌یابد و مرزها نفوذپذیر می‌شوند (محسنی، ۱۳۸۵: ۸۲).

تامپسون^۱ معتقد است مخاطبان برنامه‌های رسانه‌ای، در جریان فرایند خاصی پیام‌های رسانه‌ها را درک، جذب و درونی می‌کنند که در آن عوامل اجتماعی و فرهنگی دخالت می‌کنند. تامپسون می‌گوید هرچند در کنار رسانه‌های ارتباطی، نهادهایی مانند خانواده و آموزش و پرورش در ساخته و پرداخته‌شدن هویت و شخصیت افراد نقش دارند؛ اما رسانه‌های ارتباطی به ویژه رسانه‌های با برد جهانی، فراتر رفتن انسان‌ها از کنش چهره به چهره و وارد شدن آنها به ارتباطات و کنش‌های جهانی را سبب شده‌اند. به نظر تامپسون، یکی از مهم‌ترین کارکردهای رسانه‌های ارتباطی مدرن، به وجود آمدن فرایند جدید شکل‌گیری هویت است که در طول تاریخ بی‌سابقه بوده است (تامپسون، ۱۳۸۰: ۵۶-۵۵).

در بررسی تعاملات افراد در خانواده‌ها باید به دو نهاد اثرگذار خانواده و رسانه توجه شود. یکی از نظریه‌های درخور توجه در زمینه رسانه‌های جمعی، نظریه دوج جهانی‌شدن است. عاملی معتقد است مهم‌ترین تغییر ساختاری در خانواده‌ها دوفضایی‌شدن است. از نظر او امروزه دوج جهانی‌شدن فهم واقعیت‌های فردی و اجتماعی را موجب می‌شود و صنعت ارتباطات باعث توسعه ارتباطات در جهان مجازی و کاهش ارتباطات محسوس و واقعی در جهان واقعی می‌شود. در فضای واقعی فرد و جامعه، تعاملی واقعی و عینی دارند و این

^۱ Tomphson

هستیم. در این فضا قادریم ضمن تبادل نظر، شخصیتی مجازی برای خود بیافرینیم و همچنین فرصت آشنایی با اجتماعات جدیدی را داریم که در آن با مردمی از سراسر دنیا ارتباط برقرار می‌کنیم؛ درحالی‌که شاید با داشتن روابط صمیمانه، هرگز در دنیای واقعی آنها را ملاقات نکنیم (6) Turkle, 1997: به نقل از کیخایی).

هورکهایمر معتقد است از بین تمام نهادهای اجتماعی که فرد را برای قبول اقتدار (حکومتی) آماده می‌کند، در مقام اول خانواده قرار دارد؛ زیرا خانواده یکی از مهم‌ترین قدرت‌های تربیتی است که از بازتولید و شخصیت انسان‌ها مراقبت می‌کند و این عمل را همان‌طور انجام می‌دهد که زندگی اجتماعی آن را درخواست می‌کند. افراد با خانواده، قابلیت قول رفتارهای اقتداری - که موجودیت جامعه بورژوازی به آن وابسته است - را کسب می‌کنند. به عبارت دیگر، او معتقد است خانواده، روابط اقتداری را به افراد می‌آموزد و تنها مکانی است که افراد آن مشکلات خود را به راحتی بیان می‌کنند. «مکانی که روابط افراد براساس قوانین بازار تنظیم نشده است و افراد، یکدیگر را رقیب در نظر نمی‌گیرند و این امکان را دارند که «به‌عنوان کارکرد نباشند؛ بلکه انسان مؤثری باشند» (Horkheimer, 1978: 62) به نقل از کیخایی).

وایدمر^۲ معتقد است خانواده با جمع‌های خانوادگی معنا پیدا می‌کند. وایدمر نشان می‌دهد اگر رفتارهای فردی در قالب کنش‌های جمعی معنا و مفهوم خاصی پیدا کند، افراد در متن خانواده نگرش تازه‌ای پیدا می‌کنند و طبق عادت نوینی می‌یابند؛ حالتی که از بین رفتن جدایی و لذت‌بردن از جمع تلقی می‌شود. او معتقد است افراد در دنیای امروز، جمع‌های خانوادگی گذشته را سامان نمی‌دهند؛ بلکه خود در انتخاب افرادی دخالت دارند که مایلند در جمع آنها قرار گیرند. او این پدیده را نوعی چرخش فرهنگی می‌داند و معتقد است به همین دلیل خانواده درحال افول نیست؛ بلکه نوعی بازنگری در ماهیت و کارکردهای آن روی می‌دهد و به شکلی ساده‌تر خانواده به طور دائم درحال بازسازی و ترمیم خود است (لیبی،

دسترسی به محیط‌های فراوان خارج از خانه، به‌صورت لحظه‌ای و هم‌زمان خواهد بود. زمان انتقال در فضای مجازی به سرعت نور نزدیک می‌شود و در برنامه اینترنت ۲، سرعتی معادل صد مگابایت امکان پذیر می‌شود؛ بنابراین، فرد در یک دقیقه به چند فضای متفاوت اخلاقی و ارزشی منتقل می‌شود.

ج) تغییر در خودیابی فردی: این سؤال مطرح است که وقتی فردی فقط در محیط خانواده زندگی می‌کند و هیچ پیوند متفاوتی با خارج از خانه از راه فضای مجازی برقرار نمی‌کند، چه تلقی از خود دارد و هویت خود را چگونه می‌یابد. فرد در این روند چقدر خود را عضو خانواده می‌یابد و چقدر منابع مجازی خارج از خانه بر حس فردی و خانوادگی او تأثیر می‌گذارد. عاملی معتقد است در فضای جدید اساساً با فرد متفاوتی مواجه هستیم و در روش‌های تعامل پدر و مادر با فرزندان تغییر ایجاد می‌شود. در خانواده سنتی، هویت مستقل فرد از خانواده کم‌رنگ بود؛ اما در فضای دوجوانی شده جدید، گسترش پیوندها و ارتباطات فردی، حوزه مستقل فرد در درون خانواده را تقویت کرده است (عاملی، ۱۳۹۰: ۱۶۱). با این فرض، رفتار هنجاری، تحکمی و احساس جهت‌دهی متعین در خانواده، منشأ بروز تضادهای درون‌خانوادگی می‌شود؛ یعنی فرد جدید نیازمند تعامل تفاهمی است. تعامل در درون خانواده در فرایند ایجاد انتخاب جایگزین یا توسعه انتخاب اعضای خانواده دیده می‌شود. با این نگاه باید از تعیین انتخاب قطعی پرهیز کرد و احترام به ارزش‌های فردی اعضای خانواده، مبنای تعامی خانوادگی قرار گیرد. استمرار داشتن یا نداشتن ارزش‌ها در درون خانواده به پذیرش ارزشمند معانی اخلاقی برای فرد بستگی دارد. درواقع استمرار ارزش در فضای جدید، آگاهی‌مدار است و تابع هنجارهای عمومی جامعه و خانواده نیست.

ترکل^۱ معتقد است فضای مجازی، دنیاهایی را به تصویر می‌کشد که از تخیلات علمی برخاسته‌اند؛ با این حال برای بسیاری از مردم فضای مجازی بخشی از زندگی روزمره شده است. هنگامی که نامه‌های الکترونیکی خود را می‌خوانیم یا در یک بحث هم‌زمان اینترنتی شرکت می‌کنیم، در فضای مجازی

² Widmer

¹ Turkle

۱۳۹۲: ۷.

از نظر صاحب‌نظرانی مانند دریفوس، در ارتباطات اینترنتی بدن وجود ندارد و در چنین ارتباطاتی اطلاعات و واقعیت‌ها به‌طور کامل درک نمی‌شود. در اینترنت انبوهی از اطلاعات و شمار زیادی افراد وجود دارند و کاربران صرفاً با چشم با آنها ارتباط برقرار می‌کنند. چنین ارتباطاتی حقیقی و ناب نیستند و جایگزین ارتباطاتی نمی‌شوند که در آنها بدن حضور دارد. شکل حرکت بدن انسان در درک دنیای اطرافش نقشی حیاتی ایفا می‌کند؛ به طوری که عدم تجسد منجر به ازدست‌رفتن تشخیص ارتباط می‌شود (دریفوس، ۱۳۸۳: ۳۵-۱۱).

بر اساس همین مباحث نظری، پژوهش حاضر به این مسئله می‌پردازد که فضای مجازی چه تأثیری بر فرهنگ شفاهی افراد در خانواده دارد؟

فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر است:

فرضیه اصلی: استفاده از فضای مجازی بر فرهنگ شفاهی خانواده مؤثر است.

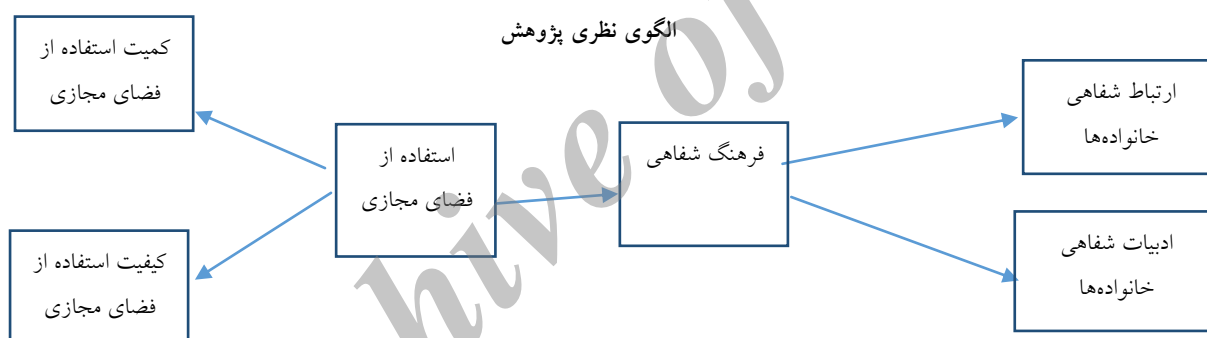
فرضیه‌های فرعی:

۱- کمیت استفاده از فضای مجازی بر ارتباط شفاهی خانواده‌ها تأثیرگذار است.

۲- کیفیت استفاده از فضای مجازی بر ارتباط شفاهی خانواده‌ها تأثیرگذار است.

۳- کمیت استفاده از فضای مجازی بر ادبیات شفاهی خانواده‌ها مؤثر است.

۴- کیفیت استفاده از فضای مجازی بر ادبیات شفاهی خانواده‌ها مؤثر است.



روش پژوهش

این پژوهش به لحاظ نوع پژوهش در زمره پژوهش‌های کاربردی و در زمره پژوهش‌های پیمایشی مقطعی قرار می‌گیرد. در مرحله طرح مسئله و سوابق پژوهش برای بررسی ابعاد نظری و تجربی پژوهش از روش کتابخانه‌ای (شامل بررسی اسناد، کتب، مقالات، پایان‌نامه‌ها، مجلات، نشریات و سیستم اطلاع‌رسانی اینترنتی) و برای به‌دست‌آوردن اطلاعات به روز از روش میدانی (پرسش‌نامه) استفاده شده است. جامعه آماری در این پژوهش کلیه خانواده‌های شهر اصفهان هستند و بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۰ این تعداد ۵۷۹۳۰۲ خانواده گزارش شده است. برای برآورد حجم نمونه مطالعه شده، از فرمول کوکران با جمعیت بزرگ (بیش از ۲۰۰۰۰ نفر) استفاده

شده است. به این ترتیب حجم نمونه مطلوب برابر ۳۸۴ خانواده محاسبه شده است. با توجه به احتمال دریافت پرسش‌نامه‌های ناقص، موضوع پژوهش و وجود نداشتن آمار دقیق در خصوص تعداد خانواده، برای رفع این نواقص تعداد ۴۰۰ خانواده انتخاب شدند. با در نظر گرفتن ملاک ورود به پژوهش (حضور اعضای خانواده شامل پدر، مادر و فرزند)، تعداد پرسش‌نامه‌های توزیع شده ۱۲۰۰ نفر است. از این تعداد با حذف پرسش‌نامه‌های مخدوش و ناقص، ۱۱۵۲ پرسش‌نامه با ضریب بازگشت بالای ۰/۹۰ برای فرایند تجزیه و تحلیل داده‌ها در اختیار پژوهشگر قرار گرفته است که اعضای ۳۸۴ خانواده را شامل می‌شود. شیوه نمونه‌گیری در پژوهش حاضر، با توجه به ناهمگن بودن جمعیت شهر اصفهان، سهمیه‌ای و

سنجش انتخاب شده است. ابتدا داده‌های جمع‌آوری شده از طریق پرسش‌نامه‌ها با استفاده از آمار توصیفی (جدول فراوانی، درصد فراوانی، ...) بیان شده‌اند که این روش‌ها برای سازماندهی و خلاصه‌کردن اطلاعات به کار می‌روند. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش و آزمون الگوی مفهومی از مدل‌سازی معادله ساختاری با تأکید بر پارامتر $\hat{\gamma}$ و الگوهای دومتغیره و چندمتغیره استفاده شده است. همچنین برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار کامپیوتری SPSS/windows/Ver: 18 و برای آزمون مدل‌سازی معادله ساختاری از برنامه Amos: 18 استفاده شده است. متغیرهای پژوهش با ترکیب، وزندهی و استانداردسازی سؤالات مربوط در سطح فاصله‌ای ساخته شده‌اند.

مفاهیم و متغیرهای پژوهش

متغیر مستقل

متغیر مستقل پژوهش حاضر، استفاده از فضای مجازی است که به صورت زیر سنجیده می‌شود.

۱- میزان استفاده از فضای مجازی: مدت زمانی از شبانه‌روز است که فرد از فضای مجازی استفاده می‌کند که براساس طیف لیکرت و در پنج طبقه اصلاً استفاده نمی‌کنم، یک تا سه ساعت، سه تا پنج ساعت و بیشتر از پنج ساعت سنجیده شده است.

۲- مدت زمان استفاده از فضای مجازی: مدت زمانی است که فرد در فضای مجازی عضو شده است که بین دو تا شش سال سنجیده شده‌اند.

۳- خدمات اینترنتی استفاده‌شده: مشارکت و درگیری فرد در فضای مجازی که با گویه‌های جستجو در مقالات علمی و پژوهشی؛ چت کردن؛ پست الکترونیکی؛ اخبار؛ اطلاعات؛ وبلاگ؛ جستجو در سایت‌های سیاسی؛ گشت‌وگذار در سایت‌های مختلف؛ برقراری ارتباط با دیگران در وایبر، واتس‌آپ، لاین، تانگو، اینستاگرام و تلگرام و خرید کالا از طریق اینترنت سنجیده شده‌اند.

براساس محله مسکونی انجام شده است؛ به طوری که ابتدا براساس مناطق شهرداری اصفهان به تقسیم بندی نقشه شهر اصفهان اقدام می‌شود. پس از انتخاب تعدادی منطقه و نیز انتخاب تصادفی خیابان و کوچه مدنظر در داخل محله‌ها، پرسش‌نامه‌ها در بین خانواده‌هایی با فرزند بالاتر از ۱۵ سال توزیع می‌شود. اجازه والدین به فرزندان برای استفاده از فضای مجازی، ملاک سن آنها در نظر گرفته شده است.

در جدول ۱ اطلاعات دقیق و جزئی‌تر درباره هر یک از نواحی و محدوده جغرافیایی آنها آمده است.

جدول ۱- محدوده جغرافیایی مناطق ۱۵ گانه نمونه پژوهش و تعیین حجم نمونه هر منطقه

منطقه	تعداد خانوار	درصد	حجم نمونه
۱	۲۵۷۹۰	۴/۴۵	۱۷
۲	۱۹۷۸۷	۳/۴۲	۱۳
۳	۳۶۰۴۹	۶/۲۲	۲۳
۴	۳۹۱۶۸	۶/۸۸	۲۶
۵	۴۸۳۷۴	۸/۴۵	۳۲
۶	۳۵۸۰۳	۶/۲۹	۲۴
۷	۴۵۳۸۳	۷/۸۳	۳۰
۸	۷۱۰۶۰	۱۲/۲۶	۴۸
۹	۲۲۵۷۲	۳/۹	۱۵
۱۰	۶۲۹۰۱	۱۰/۸۵	۴۳
۱۱	۱۷۰۰۵	۲/۹۳	۱۱
۱۲	۳۷۳۹۵	۶/۴۵	۲۵
۱۳	۳۵۶۹۶	۶/۱۶	۲۴
۱۴	۴۶۷۲۲	۸/۰۶	۳۱
۱۵	۳۳۸۹۶	۵/۸۵	۲۲
جمع	۵۷۹۳۰۲	۱۰۰	۳۸۴

مأخذ: سالنامه آماری کشور ۱۳۹۲ و آمارنامه شهر اصفهان (درگاه

الکترونیکی شهرداری اصفهان)

شیوه تجزیه و تحلیل داده‌ها بر مبنای روش کمی بوده است. برای انجام محاسبات آماری از نرم افزار SPSS استفاده شده که بیشتر مربوط به اطلاعات پرسش‌نامه است؛ به طوری که ابتدا فراوانی هر متغیر، محاسبه و سپس جهت گویه‌ها با recode یکسان شده است. روش‌های محاسبات آماری مناسب با سطوح

متغیر وابسته

در پژوهش حاضر، متغیر وابسته، فرهنگ شفاهی خانواده است که با دو بعد ارتباط شفاهی و ادبیات شفاهی اعضای خانواده سنجیده شده است:

۱- ادبیات شفاهی، گویه‌های زیر را شامل می‌شود:

به‌کاربردن ضرب‌المثل در گفتگو با اعضای خانواده، شنیدن / خواندن ترانه‌های محلی، گفتن / شنیدن لالایی، شعرخواندن، بازی مشاعره

۲- ارتباط شفاهی، گویه‌های زیر را شامل می‌شود:

در خانواده ما قانون این است: حداقل روزی یک وعده با هم غذا بخوریم.

آن قدر فرزندم / والدینم مشغول کار با موبایل می‌شوند که فرصت صحبت کردن با من را ندارند.

ما روزانه حداقل نیم ساعت با یکدیگر درباره مسائل مختلف گفتگو می‌کنیم.

روایی و پایایی

برای سنجش روایی پژوهش از اعتبار صوری استفاده شده است. اعتبار صوری مبتنی بر قضاوت و داوری متخصصان است. برای انتخاب بهترین گویه‌های متغیرهای پژوهش، از دیدگاه اساتید، مشاور و پژوهشگران دیگر استفاده شد. بدین ترتیب پرسش‌نامه تهیه شده به اساتید دانشگاه و متخصصان نشان داده و از نظر آنها

برای تصحیح پرسش‌نامه کمک گرفته شد؛ بنابراین، پرسش‌نامه پژوهش، نوعی اعتبار صوری دارد. برای تعیین پایایی پرسش‌نامه از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است و در بیشتر متغیرها میزان آلفا بیش از ۰/۷ به دست آمد. این محاسبات در جدول ۲ آمده است:

جدول ۲- ضرایب آلفای کرونباخ برای متغیرهای پرسش‌نامه

متغیر	مقیاس	تعداد گویه	آلفای کرونباخ
وابسته	فرهنگ شفاهی	۴	۰/۷۱۷
	ادبیات شفاهی	۴	۰/۷۱۴
مستقل	کمیت استفاده از فضای مجازی	۳	۰/۷۰۲
مستقل	کیفیت استفاده از فضای مجازی	۱۰	۰/۷۳

یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش در دو بخش توصیفی (اطلاعات مربوط به والدین و فرزندان) و استنباطی ارائه می‌شود. نتایج توصیفی:

جدول ۳- توزیع فراوانی پاسخ‌گویان برحسب سن اعضای خانواده

گروه‌های سنی	والدین		فرزند
	مرد	زن	
	فراوانی	درصد معتبر	فراوانی
کمتر از ۲۰ سال	۰	۰	۱۳۹
۲۰ تا ۲۵	۰	۰	۸۹
۲۵ تا ۳۰	۲	۱/۵	۸۹
۳۰ تا ۳۴ سال	۴	۷/۶	۸۹
۳۵ تا ۳۹ سال	۴۷	۲۰/۲	۱۲
۴۰ تا ۴۴ سال	۸۸	۲۴/۱	۰
۴۵ تا ۴۹ سال	۹۴	۲۵/۴	۰
۵۰ سال و بالاتر	۱۴۴	۲۰/۹	۰
کل	۳۸۴	۱۰۰	۳۸۴
بدون پاسخ	۵	۳	۱۶

درصد فراوانی و بیشترین فراوانی سن در گروه فرزندان به گروه سنی کمتر از ۲۰ سال با ۳۷/۸ درصد فراوانی تعلق دارد.

از بین اعضای ۳۸۴ خانواده شرکت‌کننده در پژوهش، بیشترین فراوانی سنی در گروه مردان به ۵۰ سال و بالاتر با ۳۷/۵ درصد فراوانی و در گروه زنان به ۴۵ تا ۴۹ سال با ۲۵/۴

جدول ۴- شاخص میزان استفاده از فضای مجازی

اتصال به اینترنت به‌طور روزانه	پدر	مادر	فرزند
	درصد معتبر	درصد معتبر	درصد معتبر
استفاده نمی‌کنم	۴۳/۵	۳۲/۸	۱۹/۸
کمتر از یک ساعت	۲۳/۷	۳۱/۸	۲۸/۹
بین یک تا سه ساعت	۲۷/۶	۲۳/۲	۳۲/۳
بین سه تا پنج ساعت	۵/۲	۸/۱	۱۵/۴
بیشتر از ۵ ساعت	۰	۴/۲	۳/۶
کل	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

بیشترین فراوانی، گزینه استفاده نمی‌کنم با ۳۲/۸ درصد و بعد از آن گزینه کمتر از یک ساعت با ۳۱/۸ درصد فراوانی است. در گروه فرزندان، بیشترین فراوانی، گزینه بین یک تا سه ساعت استفاده با فراوانی ۳۲/۳ درصد است.

پردازش جدول ۴ نشان می‌دهد بیش‌ترین فراوانی استفاده از فضای مجازی در گروه پدران، گزینه استفاده نمی‌کنم با ۴۳/۵ درصد فراوانی و بعد از آن گزینه کمتر از یک ساعت به‌طور روزانه با ۲۳/۷ درصد فراوانی است. در گروه مادران،

جدول ۵- شاخص فرهنگ شفاهی

متغیر	همسران	فرزند	ادبیات شفاهی	ارتباط شفاهی
۶۴٪	درصد معتبر	۵/۲	۱۷/۳	۰/۸
	درصد معتبر	۱۶/۷	۲۲/۳	۰/۵
۶۴٪	درصد معتبر	۳۸/۸	۲۸/۱	۴۸/۷
	درصد معتبر	۳۷/۸	۱۶/۸	۴۴/۵
۶۴٪	درصد معتبر	۱/۶	۱۵/۵	۵/۵
	درصد معتبر	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
کل	درصد معتبر			

در جدول ۵- متغیرهای مربوط به شاخص فرهنگ شفاهی مشاهده می‌شود. بیشترین فراوانی متغیر ارتباط شفاهی همسران به گزینه متوسط با ۳۸/۸ درصد فراوانی و در گروه فرزندان نیز به گزینه متوسط با ۴۸/۷ درصد فراوانی تعلق دارد. بیشترین فراوانی متغیر ادبیات شفاهی در گروه همسران به گزینه متوسط با ۲۸/۱ درصد و در گروه فرزندان به گزینه زیاد با ۳۴/۶ درصد فراوانی تعلق دارد.

تحلیل استنباطی

پژوهش حاضر ۴ فرضیه دارد و برای بررسی و آزمون فرضیه‌های مطرح شده از آزمون‌های مختلفی استفاده شده است.

در فرضیه اول پژوهش، تأثیر کمیت استفاده از فضای

مجازی بر ارتباط شفاهی اعضای خانواده بررسی شده است؛ به طوری که هرچه میزان و مدت زمان استفاده از فضای مجازی بیشتر باشد، احتمال کمتر شدن ارتباط شفاهی بین همسران، والدین و فرزندان وجود دارد و برعکس. برای این فرضیه از آزمون همبستگی پیرسون استفاده کرده‌ایم. طبق جدول ۶، میزان ضریب همبستگی و سطح معنی‌داری، نشان‌دهنده تأثیر کمیت استفاده از فضای مجازی بر ارتباط شفاهی همسران است؛ به طوری که با استفاده بیشتر از فضای مجازی، ارتباط شفاهی همسران کاهش می‌یابد (۰/۳۱۵-). این تأثیر بر کمیت استفاده از فضای مجازی و ارتباط شفاهی والدین و فرزندان نیز وجود دارد (۰/۳۰۵-). بنابراین، فرضیه اول با اطمینان ۰/۹۵ و سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ تأیید می‌شود.

جدول ۶- کمیت استفاده از فضای مجازی بر ارتباط شفاهی همسران، والدین و فرزندان

روابط متغیرها	ضریب همبستگی	سطح معناداری	ضریب تعیین
ارتباط شفاهی همسران - کمیت	-۰/۳۱۵	***	۰/۱
ارتباط شفاهی والدین و فرزندان - کمیت	-۰/۳۰۵	***	۰/۰۹۳

شفاهی همسران است؛ به طوری که کیفیت استفاده از فضای مجازی با ارتباط شفاهی همسران رابطه معکوس دارد (۰/۳۳-). این تأثیر بر کیفیت استفاده از فضای مجازی و ارتباط شفاهی والدین و فرزندان نیز وجود دارد (۰/۳۱۶-). بنابراین، فرضیه اول با اطمینان ۰/۹۵ و سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ تأیید می‌شود.

در فرضیه دوم پژوهش، تأثیر کیفیت استفاده از فضای مجازی بر ارتباط شفاهی اعضای خانواده بررسی شده است. برای این فرضیه از آزمون همبستگی پیرسون استفاده کرده‌ایم. طبق جدول ۶، میزان ضریب همبستگی و سطح معنی‌داری، نشان‌دهنده تأثیر کیفیت استفاده از فضای مجازی بر ارتباط

جدول ۷- کیفیت استفاده از فضای مجازی بر ارتباط شفاهی همسران، والدین و فرزندان

روابط متغیرها	ضریب همبستگی	سطح معناداری	ضریب تعیین
ارتباط شفاهی همسران - کیفیت	-۰/۳۳	***	۰/۱۱
ارتباط شفاهی والدین و فرزندان - کیفیت	-۰/۳۱۶	***	۰/۱

همبستگی پیرسون استفاده کرده‌ایم. طبق جدول ۸، میزان ضریب همبستگی و سطح معنی‌داری، تأثیر کمیت استفاده از فضای مجازی بر ادبیات شفاهی همسران را نشان می‌دهد؛ به طوری که با استفاده بیشتر از فضای مجازی، ادبیات شفاهی همسران کاهش می‌یابد (۰/۲۸۳-). اما این تأثیر بر کمیت

فرضیه سوم پژوهش، تأثیر کمیت استفاده از فضای مجازی بر ادبیات شفاهی خانواده را مطرح می‌کند؛ به طوری که هرچه میزان و مدت زمان استفاده از فضای مجازی بیشتر باشد، خانواده با کاهش ادبیات شفاهی همسران، والدین و فرزندان روبه‌رو شده است و برعکس. برای این فرضیه از آزمون

استفاده از فضای مجازی و ادبیات شفاهی والدین و فرزندان از لحاظ آماری وجود ندارد (۰/۱۰۵-).

جدول ۸- کمیت استفاده از فضای مجازی بر ادبیات شفاهی همسران، والدین و فرزندان

روابط متغیرها	ضریب همبستگی	سطح معناداری	ضریب تعیین
ادبیات شفاهی همسران - کمیت	-۰/۲۸۳	۰/۰۱۴	۰/۰۸
ادبیات شفاهی والدین و فرزندان - کمیت	-۰/۱۰۵	۰/۵۸	۰/۰۱۱

از فضای مجازی با ادبیات شفاهی همسران ارتباط معکوس دارد (۰/۵۷-). این تأثیر بر کیفیت استفاده از فضای مجازی و ادبیات شفاهی والدین و فرزندان نیز وجود دارد (۰/۵۱۳-). بنابراین، فرضیه اول با اطمینان ۰/۹۵ و سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ تأیید می‌شود.

در فرضیه چهارم پژوهش نیز تأثیر کیفیت استفاده از فضای مجازی بر ادبیات شفاهی خانواده بررسی شده است. برای این فرضیه از آزمون همبستگی پیرسون استفاده کرده‌ایم. طبق مشاهدات جدول ۹، میزان ضریب همبستگی و سطح معنی‌داری نشان می‌دهد کیفیت استفاده از فضای مجازی بر ادبیات شفاهی همسران تأثیر دارد؛ به طوری که کیفیت استفاده

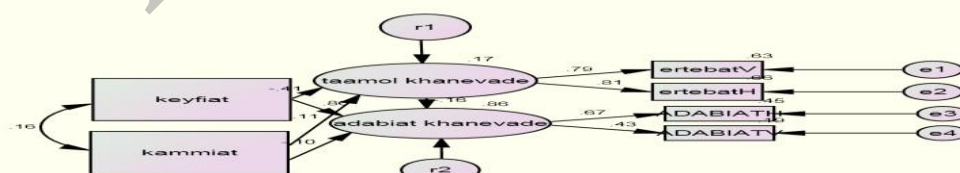
جدول ۹- کیفیت استفاده از فضای مجازی بر ارتباط شفاهی همسران، والدین و فرزندان

روابط متغیرها	ضریب همبستگی	سطح معناداری	ضریب تعیین
ارتباط شفاهی همسران - کیفیت	-۰/۵۷	***	۰/۳۲
ارتباط شفاهی والدین و فرزندان - کیفیت	-۰/۵۱۳	***	۰/۲۶

فرضیه کلی و الگوی پژوهش: استفاده از فضای مجازی بر فرهنگ شفاهی خانواده مؤثر است.

جدول ۱۰- برآوردهای استاندارد و غیراستاندارد در سطح استنباطی برای بررسی تأثیر استفاده از فضای مجازی بر فرهنگ شفاهی خانواده

روابط متغیرها	برآورد استاندارد	برآورد غیراستاندارد	خطای معیار	نسبت بحرانی	سطح معناداری	ضریب تعیین
فرهنگ شفاهی -- کیفیت	-۰/۵۳۷	-۰/۰۴۴	۰/۰۰۵	-۹/۱۶۲	***	۰/۳۰۲
فرهنگ شفاهی -- کمیت	۰/۱۱۴	۰/۰۵۶	۰/۰۲۶	۲/۱۶۶	۰/۰۳۰	



الگوی ۱- الگوی معادله ساختاری برای تعیین مقدار تأثیر استفاده از فضای مجازی بر تعامل و ادبیات شفاهی خانواده

از آنجاکه پشتوانه نظری قوی دارد با رابطه معکوس به میزان (۰/۱۰-) در الگو حفظ شده است. همچنین نتایج نشان می‌دهد تعامل خانواده به میزان (۰/۱۶) واریانس ادبیات شفاهی خانواده را تبیین می‌کند. شاخص‌های الگو، آزمون نیکویی برازش ساختار نظری مطرح‌شده با داده‌های مشاهده‌شده و اعتبار سازه‌ای وسیله اندازه‌گیری بحث‌شده را نشان می‌دهد. کلیه شاخص‌های تطبیقی الگو نیز مقادیر بالاتر از ۰/۹۰ را نشان می‌دهند که به معنای توان الگو، از فاصله گرفتن از یک الگوی استقلال و نزدیک شدن به یک الگوی اشباع‌شده بر مبنای معیارهای تعریف‌شده برای آنهاست. معیارهای $GFI=0/95$ ، $TLI=0/89$ و $IFI=0/95$ نزدیک به یک هستند؛ بنابراین، برازش زیاد الگو و معیار $RMSEA=0/08$ عملکرد ضعیف باقیمانده‌ها در الگو را نشان می‌دهد (البته حجم نمونه مطالعه‌شده کاملاً بر آماره χ^2 تأثیر می‌گذارد و حجم نمونه در این پژوهش زیاد است؛ در نتیجه، معنادار بودن و نبودن χ^2 ملاک مناسبی برای قضاوت درباره الگو نیست).

DF	P	Chi-square	AGFI	RMSEA	GFI	IFI	NFI	TLI	DF/CMIN
۵	۰/۰۰	۲۵/۳۶	۰/۹	۰/۰۸	۰/۹۵	۰/۹۵	۰/۹۴	۰/۸۹	۵/۰۷

احساس «بودن» و حضور در جمع می‌کنند که برای افراد بسیار خوشایند است. بدین ترتیب هر فرد نشان می‌دهد به کدام جمع خانوادگی تعلق دارد و چگونه در مسائل، مشکلات، شادی‌ها و غم‌های آنها سهیم است. با حضور وسایل ارتباط جمعی به خصوص در جوامع جدید - که ارتباطات مجازی بیشتر شده است - با افرادی برخورد می‌کنیم که در انبوه وسیع شهر و با کاستی روابط سنتی در انزوا و فردیت بی‌سابقه‌ای به سر می‌برند. فضای مجازی همواره پیام‌ها و اطلاعات متنوعی دارد؛ بنابراین، نقش مهمی در ایجاد ارتباط ایفا می‌کند. به عقیده هایدگر، خانه «یکی از بزرگ‌ترین قدرت‌های یکپارچه‌سازی اندیشه‌ها، خاطره‌ها و

در رسم الگوی نهایی برای مناسب بودن بارهای عاملی از رویکرد دومرحله‌ای بهره گرفتیم و بعد از پذیرفته شدن آنها به تدوین الگوی نهایی اقدام کردیم. الگوی ذیل به آزمون اعتبار سازه‌ای تعامل خانواده، ادبیات شفاهی خانواده، کمیت و کیفیت استفاده از فضای مجازی و آزمون نیکویی برازش ساختار آن پرداخته است. در بخش اندازه‌گیری چنانکه از الگو برمی‌آید بیشتر معرف‌های متغیرهای پنهان به طور نسبتاً مناسب روی آنها بار شده و البته متغیرهای با بار گویه پایین از معادله خارج شده‌اند. بخش ساختاری الگو نیز نشان می‌دهد متغیر کمیت استفاده از فضای مجازی (۰/۸۰) بیشترین مقدار واریانس تعامل خانواده و کیفیت استفاده از فضای مجازی (۰/۴۱-) تعامل خانواده را تبیین کرده است. همچنین متغیر کمیت استفاده از فضای مجازی (۰/۱۰-) واریانس ادبیات شفاهی خانواده و کیفیت استفاده از فضای مجازی (۰/۱۱) ادبیات شفاهی را تبیین کرده است. گفتنی است تأثیر متغیر کمیت استفاده از فضای مجازی ادبیات شفاهی خانواده بر اساس مقادیر موجود در الگو معنادار نشده است؛ اما

نتیجه

امروزه با استفاده از اینترنت، بهره‌گیری اطلاعات زیاد در کمترین زمان و برقراری ارتباط گفتاری، نوشتاری و دیداری با هزینه‌ای نسبتاً کم امکان پذیر شده است. افراد بسیاری در شبکه‌های اجتماعی مجازی جذب شده‌اند و این نفوذ و گستردگی، شبکه‌های اجتماعی مجازی را به بخشی از زندگی روزمره افراد تبدیل کرده است؛ حتی اگر این عضویت به معنی فعال بودن این کاربران نباشد، دگرگونی در تعاملات و زندگی آنها را موجب می‌شود. عصر جدید، عصر ارتباطات انسانی است و ابعاد گوناگونی را دربرمی‌گیرد. در خانواده‌ها افراد با دوره‌های خانوادگی و برقراری ارتباطات شفاهی،

جمعی است که با آن می‌توان در زمینه‌های مختلف علمی، تکنولوژیکی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی با جهان پیرامون به مبادله پرداخت، گپ دوستانه داشت، اطلاعات را در سراسر جهان مبادله کرد و بهتر و هدفمندتر از زمان فراغت استفاده کرد. به‌طور کلی اینترنت و امکانات ایجادشده، یکی از قدرتمندترین رسانه‌های جمعی هستند که افراد را در ابعاد مختلف به یکدیگر پیوند می‌دهند. عاملی معتقد است وقتی فردی فقط در محیط خانواده زندگی می‌کند و هیچ پیوند متفاوتی با خارج از خانه از راه فضای مجازی برقرار نمی‌کند، چه تلقی از خود دارد و هویت خود را چگونه می‌یابد. فرد در این روند چقدر خود را عضو خانواده می‌یابد و چقدر منابع مجازی خارج از خانه بر حس فردی و خانوادگی او تأثیر می‌گذارد. عاملی معتقد است در فضای جدید، بیشتر با فرد متفاوتی مواجه هستیم و تغییر در روش‌های تعامل پدر و مادر با فرزندان است. در خانواده سنتی، هویت مستقل فرد از خانواده کم رنگ بود؛ اما در فضای دوجوانی شده جدید، گسترش پیوندها و ارتباطات فردی مستقل، حوزه مستقل فرد در خانواده را تقویت کرده است (عاملی، ۱۳۹۰: ۱۶۱). در شناخت اثرات فضای مجازی بر فرهنگ شفاهی و تعاملات افراد در خانواده‌ها مسلم است که به‌صورت مطلق نمی‌توان مطرح کرد این تأثیرات مثبت یا منفی است؛ زیرا فناوری اطلاعات و ارتباطات نیز مانند سایر فناوری‌ها کارکردهای متفاوتی دارد و کاربران با چگونگی استفاده و به‌کارگیری آن در نتیجه بهره‌برداری از این امکانات مؤثر هستند. سطح آگاهی کاربران و خانواده‌های آنها؛ محیطی که افراد در آن قرار دارند؛ تلاش نهادهای مختلف مانند خانواده، آموزش و پرورش، مؤسسات فرهنگی و هنری و هدایت آنها برای گذران اوقات فراغت به‌طور مطلوب در کنترل بروز آسیب‌های ناشی از فضای مجازی تأثیرگذار است. بورديو نیز مطرح کرده است اثرپذیری افراد از واقعیت‌ها، نهادها، سازمان‌های اجتماعی و فرآورده‌های آنها تابع میزان سرمایه اجتماعی و فرهنگی آنهاست. به عبارت دیگر، دارایی فرهنگی هر خانواده در نوع

رؤیاهای نوع بشر» است. با ورود رسانه‌های جمعی و سپس حضور افراد در فضای مجازی، اعضای خانواده‌ها به جای برقراری ارتباطات شفاهی (که به ایجاد ارتباطات صمیمانه‌تر منجر می‌شود)، صرفاً به یک نقطه خیره شده‌اند؛ به‌طوری‌که از جهان واقعی خارج می‌شوند (چاوشیان، ۱۳۹۱: ۲۸۶). در این ارتباط، بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند باید به دنبال طرحی متوازن برای روابط افراد در خانواده باشیم تا آسیب‌های ناشی از ورود به دنیای مدرن را کاهش دهیم. در این صورت انتظار می‌رود افراد، زمان و شرایط مناسبی برای استفاده از فضای مجازی برگزینند؛ زیرا فضای مجازی، مجموعه قابلیت‌هایی دارد که باعث سهولت زندگی می‌شود. این رسانه ارتباطی، قابلیت دیداری، شنیداری و نوشتاری دارد و کاربران با هزینه نسبتاً کم با افراد مدنظر خود در سراسر جهان ارتباط برقرار می‌کنند. ارتباط از طریق این رسانه، یک سو به و تحمیل شونده نیست؛ بلکه ارتباطی است که در آن فرد نقش فعالی دارد. افراد در این ارتباطات از دیگران تأثیر می‌پذیرند و بر آنها نیز تأثیر می‌گذارند. براساس نتایج پژوهش حاضر، تعادل‌نداشتن کاربران در استفاده از فضای مجازی، بروز آسیب‌هایی مانند انزوای اجتماعی کاربران، کاهش مشارکت افراد در فعالیت‌های دسته‌جمعی خانوادگی و ایجاد فاصله بین والدین و فرزندان را سبب می‌شود که البته بروز این آسیب‌ها با توجه به میزان و نوع استفاده افراد از فضای مجازی متفاوت است. بدیهی است به میزانی که کاربران در استفاده از فضای مجازی، حد تعادل را رعایت کنند و لطمه‌ای به روابط رودررو در دنیای واقعی نیز وارد نکنند، به همان نسبت از مزایای ارتباطات در این فضا برخوردار می‌شوند؛ زیرا استفاده از فضای مجازی و دسترسی به شبکه‌های اجتماعی مختلف، به افراد در صرفه جویی وقت و انجام فعالیت‌های بدون نیاز به حضور فیزیکی کمک می‌کند. امروزه در بسیاری از کشورهای دنیا با اتصال به شبکه‌های اجتماعی، مراکز اینترنتی و هدایت درست کاربران دریافته‌اند اینترنت و امکانات وابسته به آن از بهترین و مهم‌ترین وسایل ارتباط

نوجوانان و جوانان در برخورد با محتوا و مطالب هنگام استفاده از فضای مجازی، توجه بیشتر به سلیقه مخاطبان به ویژه قشر جوان در تهیه برنامه‌های صدا و سیما و برگزاری نشست‌های علمی با حضور اساتید و دانشجویان در رابطه با تأثیر فضای مجازی در ابعاد مختلف خانواده‌ها به استفاده مؤثرتر از این فضا کمک می‌کند. سخن آخر اینکه ما در مواجهه با تأخر فرهنگی قرار داریم که به دنبال ورود و شیوع ابزارهای الکترونیکی و فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات ایجاد شده است و هنوز اطلاع دقیق و کاملی نداریم که این فناوری‌ها چه جایگاهی در شکل‌دهی رفتار ما دارند و تأثیرات مثبت آنها در زندگی افراد بیشتر است یا تأثیرات منفی؛ اما اندیشمندان معتقدند با توجه به تغییر الگوهای ارزشی و رفتاری که به دنبال ورود این فناوری‌ها در زندگی افراد ایجاد شده است، بررسی این تغییرات و علت‌یابی آنها ضروری به نظر می‌رسد. امروزه با ورود فناوری‌های ارتباطی، بیشتر مردم ترجیح می‌دهند با وجود تنهایی، روابط گسترده‌ای با جهان پیرامون خود داشته باشند؛ زیرا هنگام حضور در فضای مجازی، کنترل، بازخواست و قضاوت نمی‌شوند. در نتیجه معاشرت در فضای مجازی افزایش یافته و برای کاربران دلپذیر می‌شود؛ زیرا هویت دلخواه خود را به دیگران ارائه می‌دهند و به دنبال آن کیفیت ارتباطشان با محیط واقعی مانند جمع‌های خانوادگی کاهش یافته و روابط چهره به چهره آنها نیز با مشکل مواجه می‌شود. امروز به دلیل نبود اهداف مشترک بین اعضای خانواده و انتقال نیافتن مسائل فرهنگی از نسل قبل به نسل بعدی، گفتگو بین اعضای خانواده کم رنگ شده است؛ زیرا گفتگو بین اعضای خانواده، تجربه و فرهنگ را به فرزندان انتقال می‌دهد و افزایش فضای عاطفی بین آنها را سبب می‌شود. فضای صمیمی بین اعضا، حس پشتیبانی و حمایت از یکدیگر در خانواده را تقویت می‌کند؛ به طوری که آنها خود را تنها حس نمی‌کنند. در خانواده‌ها روح جمعی حاکم می‌شود و به افزایش اعتماد، یگانگی و ارتباط با اجتماع منجر می‌شود. این نکته درخور تصدیق است که نقش ارتباطات شفاهی در مقایسه با

بهره‌برداری از فضای مجازی، امکانات و اطلاعات آن مؤثر است. عاملی نیز معتقد است پارادایم دوفضایی شدن به نقش حداقلی رسانه‌ای فضای مجازی و نقش فراگیر فرهنگی آن توجه دارد؛ به این ترتیب این دو جهان در یک تعامل پویا با یکدیگر قرار دارند. همان‌طور که روابط دوستی یکی از منابع مهم ارزشی است و بر اخلاق فردی تأثیر می‌گذارد، منابعی مثل جماعت‌های مجازی، گروه‌های دوستی مجازی، بازی‌ها و سرگرمی‌های مجازی، انتقال به فضای متفاوت، خرده فرهنگ‌ها، جمع‌های اجتماعی متفاوت و ارتباط با جهان رسانه‌ها مسیرهای متفاوتی از زندگی را در خانه منعکس کرده است (عاملی، ۱۳۹۰: ۱۶۳). دوفضایی شدن، پیامدهای ماندگاری بر ارزش‌های اخلاقی و خانواده دارد. پیامدهای منفی این فضا بر ارزش‌های اخلاقی در قلمروهایی مانند تغییرات شناختی درباره زندگی، کاهش واقعیت‌گرایی و گسترش ارزش‌های مجازی مشاهده می‌شود. درحقیقت، فضای مجازی واقعیت‌های جدیدی وارد زندگی می‌کند که به آنها واقعیت‌های مجازی می‌گویند و اعضای خانواده پیوند داده شده با واقعیت‌های مجازی، تعاملاتی کاملاً متفاوت دارند با اعضای که صرفاً در فضای واقعی زیست می‌کنند. ظهور ارزش‌ها، خواسته‌ها و انتظارات جدید از مسیر واقعیت‌های رسانه‌ای و مجازی به خانواده منتقل می‌شوند (عاملی، ۱۳۹۰: ۱۶۵-۱۷۰). مهم‌ترین فرایند رشد و تربیت افراد، جامعه‌پذیری است که حین آن افراد ارزش‌ها و الگوهای رفتاری را می‌آموزند و در جریان تعامل با دیگران به کار می‌برند. در این میان نقش خانواده و نظام آموزشی در انتقال این بخش از فرهنگ بسیار مهم است. به نظر می‌رسد اعضای خانواده در جامعه ایرانی امروز به آموزش مهارت‌های زندگی نیازمند است. آموزش مدرن و سازمان‌یافته در مدارس و دانشگاه‌ها به نوجوانان و جوانان، استحکام بخشیدن به رابطه‌های فرالکترونیکی در قالب طرح‌های اجرایی مثبت و آموزش‌های مرتبط با نحوه استفاده درست جوانان و نوجوانان از فضای مجازی لازم است. افزایش سواد رسانه‌ای خانواده‌های

روشه، گ. (۱۳۶۶). *تغییرات اجتماعی*، ترجمه: وثوقی، م.، تهران: نشر نی.

ساروخانی، ب. و بابایی فرد، ا. (۱۳۹۲). *اینترنت جهانی شدن و هویت فرهنگی در ایران*، تهران: نشر دیدار.

ساروخانی، ب. (۱۳۹۴). *جامعه‌شناسی ارتباطات*، تهران: انتشارات اطلاعات چاپ بیست و هشتم.

سلطانی فر، م. (۱۳۸۹). *دیپلماسی عمومی نوین و روابط عمومی الکترونیک*، تهران: انتشارات سیمای شرق.

عاملی، س. ر. (۱۳۹۰). *مطالعات جهانی شدن دوفضایی شدن‌ها و دوج جهانی شدن‌ها*، تهران: انتشارات سمت.

کاستلز، م. و اینس، م. (۱۳۸۴). *گفتگوهای با مانوئل کاستلز*، ترجمه: چاوشیان، م.، تهران: نشر نی.

کسل، ف. (۱۳۸۳). *چکیده آثار آنتونی گیدنز*، ترجمه: چاوشیان، م.، تهران: ققنوس.

کیخایی، ا. (۱۳۹۲). *تحلیل جامعه‌شناختی چالش‌های فرهنگی اجتماعی شبکه‌های اجتماعی مجازی بر کاربران جوان در شهر اصفهان*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد.

گلچین، م.، سخایی، ا. و افشانی، ع. ر. (۱۳۹۱). «مطالعه میزان و نوع استفاده از شبکه‌های فارسی زبان و مناسبات خانوادگی در بین شهروندان تهرانی»، *فصلنامه مطالعات راهبردی زنان*، سال چهاردهم، ش ۵۶، ص ۸۳-۱۱۸.

گنجی، ا. (۱۳۸۵). *بررسی الگوی کاربران اینترنت و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن*، مطالعه موردی نوجوانان و جوانان شهر تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهش در علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

گیدنز، آ. (۱۳۷۸ الف). *تجدد و تشخیص جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*، ترجمه: موفقیان، ن.، تهران: نشر نی.

- (۱۳۷۷). *پیامدهای مدرنیته*، ترجمه: ثلاثی، م.، تهران: نشر مرکز.

لیبی، م. م. (۱۳۹۲). «مروری بر یافته‌های نوین در حوزه مطالعات رسانه و خانواده»، *جامعه فرهنگ و رسانه*،

گذشته کمتر شده است؛ اما نمی‌توان مدعی شد که بخش عمده ارتباطات افراد در خانواده‌ها نیست. در جوامع سنتی، فرهنگ، بیشتر از راه ارتباطات چهره به چهره انتقال می‌یابد و امروز در جامعه ما این نوع ارتباط اهمیت دارد. به هر حال ممکن نیست به فرهنگ شفاهی و نتایج مثبت آن بی‌اعتنا بود؛ همان‌طور که نادیده گرفتن حضور مؤثر و مفید فضای مجازی در زندگی امروز امکان ندارد.

منابع

برتون، ف. (۱۳۸۲). *آیین اینترنت: تهدیدی برای پیوند اجتماعی؟*، ترجمه: سرحدی، ع. ا. و جمشیدی، ن.، تهران: انتشارات امیرکبیر.

بورديو، پ. (۱۳۸۴). *شکل‌های سرمایه، در سرمایه اجتماعی، اعتماد و دموکراسی*، ترجمه: کیان تاجبخش، ی.، تهران: شیرازه.

بیکر، ج. ا. (۱۳۸۲). *سرمایه اجتماعی و مدیریت*، ترجمه: الوانی، م.، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

پستمن، ن. (۱۳۷۵). *زندگی در عیش مردن در خوشی*، ترجمه: طباطبایی، ص.، تهران: انتشارات اطلاعات.

تامپسون، ج. ب. (۱۳۸۰). *رسانه‌ها و مدرنیته: نظریه اجتماعی رسانه‌ها*، ترجمه: اوحدی، م.، تهران: سروش.

توسلی، غ. ع. (۱۳۷۶). *نظریه‌های جامعه‌شناسی*، تهران: سازمان مطالعه و تدوین علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).

دریفوس، ه. (۱۳۸۳). *درباره اینترنت*، ترجمه: فارسی‌نژاد، ع.، تهران: نشر ساقی.

دومازدیه، ژ. (۱۳۵۲). *مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی فراغت*، ترجمه: اسدی، ع.، فرهنگ و زندگی، شماره ۱۲، ص ۱۹.

ذکایی، م. س. (۱۳۸۳). «جوانان و فراغت مجازی»، *فصلنامه مطالعات جوانان*، ش ۶، ص ۱-۲۵.

رابرتسون، ی. (۱۳۷۴). *درآمدی بر جامعه با تأکید بر نظریه‌های کارکردگرایی*، ستیز، کنش متقابل نمادی، ترجمه: بهروان، ح.، مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی.

ش ۶، ص ۸۳.

محسنی، م.؛ دوران، ب. و سهرابی حقیقت، م.ه. (۱۳۸۵).
«بررسی اثرات استفاده از اینترنت بر انزوای
اجتماعی کاربران اینترنت (در میان کاربران
کافی‌نت‌های تهران)»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، ش
۴، ص ۷۲-۹۵

مک کوئیل، د. (۱۳۸۲). *درآمدی بر نظریه‌های ارتباط جمعی*،
ترجمه: اجلالی، پ.، تهران: مرکز مطالعات و
تحقیقات رسانه‌ها.

هولمز، م. (۱۳۸۴). *جنسیت و زندگی روزمره*، ترجمه: لیبی،
م.م. با مقدمه ایاز فکوهی، ن.، تهران: نشر افکار

Bourdieu, P. (1990) *The logic of practice*. Cambridge:
policy press.

Horkheimer, Max. (1978) "Studien uder Autoritnant und
Familie". In franzilsner (hrsg.) *Einfuhrnung
in die familien soziologie*. paderborn,
munch.Wien, Zurich: UTB, Schoningh.

Kizza, J. M. (1998) *Ethical and social Issues in the
information Age*. New York: springer-verlag

Laughy, D. (2007) *Key Themes in Media Theory*,
McGraw Hill Publication.

Rantanen, T. (2006) *The Media Globalization*, London:
Thousand Oaks.

Rhiengold, H. (1993) *The virtual community:
Homeesteading on the electronic frontier
readin*, The MTT Press Cambridge,
Massachusetts London, England.

Shills, E. (1963) *The theory of mass society in
American as mass society*, Ed, Polson, PP.30
50 Glenooe: free press.

Suler, J. (2008) *The Psychology of cyber spsce*.
Department of psychology. *Sience of
technology Center Rideruniversity*. <http://users.ride.edu>.

Urkle, J. (1997) *Life on screen:Identity in the age of
the internet*, New York:Touchstone.

Wellman, B. (1992) "Which Type of Ties and Network
Provide What Kinds of Social Support?",
Advances in Group Proccese, 9:52.