

مقایسه نگرش به روابط فرزندناشویی و جهت‌گیری مذهبی کاربران و غیرکاربران شبکه اجتماعی فیس‌بوک

The Comparison of Attitudes Toward Infidelity and Religious Orientation in Facebook Social Network users and non-users

S. H. Sayed Alitabar, Ph.D. Student

M. Pouravari, Ph.D. Student

M. Habibi Askarabad, Ph.D.

Z. Mohammad Alipour, Ph.D.

سیده‌های سیدعلی تبار ✉

دانشجوی دکتری مشاوره دانشگاه اصفهان

مینو پورآوری

دانشجوی دکتری دانشگاه الزهرا (س)

دکتر مجتبی حبیبی عسگرآباد

استادیار، عضو هیأت علمی دانشگاه شهید بهشتی

زینب محمد علی‌پور

دانشجوی دکتری مشاوره دانشگاه خوارزمی

دریافت مقاله: ۹۲/۲/۱

دریافت نسخه اصلاح شده: ۹۴/۸/۱۶

پذیرش مقاله: ۹۴/۹/۱۴

Abstract

This study aimed to compare attitudes towards infidelity and religious orientation in users and non-users of Facebook social network. This research was basic in terms of purpose and casual-comparative in terms of data collection. The study population included all married men and women referring to consulting centers of Tehran. A sample of 280 people (109 users and 171 non-users) were selected through convenience sampling.

✉Corresponding author: Isfahan, Faculty of Educational Sciences & Psychology
Email: Hadialitabar@gmail.com

چکیده

هدف اصلی پژوهش حاضر، مقایسه نگرش به روابط فرا زناشویی و جهت‌گیری مذهبی در کاربران و غیر کاربران شبکه اجتماعی فیس‌بوک بود. این پژوهش به لحاظ هدف از نوع بنیادی و به لحاظ نحوه جمع‌آوری اطلاعات از نوع علی - مقایسه‌ای بود. جامعه آماری شامل کلیه مردان و زنان متأهل مراجعه‌کننده به مراکز مشاوره شهر تهران بودند. از این میان، تعداد ۲۸۰ نفر (۱۰۹ کاربر، ۱۷۱ غیرکاربر) به روش نمونه‌گیری در دسترس از این مراکز انتخاب شدند.

✉نویسنده مسئول: اصفهان، دانشگاه اصفهان، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی
پست الکترونیک: Hadialitabar@gmail.com

Attitude toward Infidelity Scale and Religious Orientation Scale were used to collect the data and analyzed with Multivariate Analysis of Variance (MANOVA). Results showed that internal religious orientation ($P < 0.01$) and external religious orientation ($P < 0.05$) were significantly higher among Facebook users than Facebook non-users, but the observed difference in attitude toward infidelity was not significant between two groups ($P > 0.05$). This study suggests that using Facebook does not have any impact on attitude toward infidelity singly, but it can cause differences in internal and external religious orientation among Facebook users.

Keywords: Infidelity, Religious Orientation, Virtual Social Networks.

برای جمع‌آوری داده‌ها، از مقیاس نگرش به روابط فرا زناشویی و جهت‌گیری مذهبی و برای تحلیل داده‌ها از تحلیل واریانس چند متغیره استفاده شد. نتایج تحلیل داده‌ها نشان داد که مؤلفه‌های جهت‌گیری مذهبی درونی ($P < 0.01$) و جهت‌گیری مذهبی بیرونی ($P < 0.05$) به طور معناداری در کاربران فیس‌بوک بالاتر از غیر کاربران فیس‌بوک بود اما در مؤلفه نگرش به روابط فرا زناشویی، تفاوت مشاهده شده در دو گروه، از نظر آماری معنادار نبود ($P > 0.05$). این تحقیق مؤید آن است که استفاده از فیس‌بوک به تنهایی تأثیری در نگرش به روابط فرا زناشویی ندارد اما می‌تواند موجب تفاوت در جهت‌گیری مذهبی درونی و بیرونی کاربران فیس‌بوک شود.

کلیدواژه‌ها: روابط فرازناشویی، جهت‌گیری مذهبی، فیس‌بوک.

مقدمه

رشد سریع شبکه‌های اجتماعی نشان‌دهنده تغییرات قابل ملاحظه‌ای در جامعه و رفتار فردی کاربران اینترنت است. این سایت‌ها که روزی تصور می‌شد به افراد در سراسر جهان کمک خواهند کرد تا روابط تازه‌ای را با دیگران برقرار کنند، می‌توانند به روابط آسیب وارد کرده و زندگی را ناخوشایند سازند (کراونس^۱، ۲۰۱۰). همچنین ادبیات پژوهشی نشان می‌دهد که به طور کلی فیس‌بوک، می‌تواند منجر به ایجاد تعاملاتی غیر معمول (آشنایی، دوستی، قرار ملاقات عشقی و ...) با دیگران شود (بوید و الیسون^۲، ۲۰۰۷)؛ به این دلیل که کاربران می‌توانند افرادی را بیابند که به طور معمول با آنها رابطه ندارند (کراونس، ۲۰۱۰)، همچنین افراد مختلف بیش از پیش از آن استفاده کرده و نوعی سرمایه‌گذاری عاطفی در مورد آن انجام می‌دهند (وایلی و سیسون^۳، ۲۰۰۶). مطالعه‌ای که توسط انجمن آمریکایی وکلای زناشویی^۴ (AAML) صورت گرفته نشان داد که فیس‌بوک علت اصلی یکی از پنج طلاق در ایالات متحده است. این حقوق‌دانان در مورد ۸۰ درصد از این طلاق‌ها از شبکه‌های اجتماعی برای جمع‌آوری شواهدشان استفاده کردند (گروهال^۵، ۲۰۰۹). فیس‌بوک آمار طلاق را افزایش می‌دهد چرا که می‌تواند معشوقه‌های سابق را دوباره به هم برساند و همچنین به

ابزاری پنهان از چشم همسر برای قرار ملاقات عشقی تبدیل شود. پژوهش انجام‌شده روی ۳۰۸ کاربر فیس‌بوک نشان داد بخش اعظمی از شرکت‌کنندگان (۷۴/۶٪)، شرکای عشقی یا جنسی سابق خود را به جمع دوستان خود اضافه می‌کنند (گروهال، ۲۰۰۹). ماهو^۶ (۲۰۰۲)، نویسنده کتاب خیانت زناشویی در اینترنت معتقد است که «خیانت زناشویی اینترنتی زمانی اتفاق می‌افتد که فرد در رابطه‌ای که تعهد در آن مطرح است از رایانه یا اینترنت برای نقض تعهدات خویش در مورد انحصاری بودن رابطه جنسی استفاده کند.»

بدین ترتیب از آنجایی که این شبکه‌ها برای جذب اقشار مختلف جامعه هم‌چنان به تلاش خود ادامه می‌دهند (جانسون^۷، ۲۰۰۵)، محققان باید از این مسأله آگاه باشند که این شبکه‌ها چه تأثیری بر نگرش کاربران در روابط حال یا آینده آن‌ها که تعهد در آن مطرح است خواهند داشت؛ چرا که روابط خارج از حیطه زناشویی از هر نوع آن، چه اینترنتی و چه غیر اینترنتی می‌تواند به یک اندازه آسیب‌زننده باشد (مویس، کریستوفایدس و دیس‌ماریاس^۸، ۲۰۰۹) و افرادی که نگرش سهل‌گیرانه‌تری در مورد روابط فرا زناشویی دارند به احتمال بیشتری درگیر آن شوند (ویدرمن^۹، ۱۹۹۷؛ تامپسون^{۱۰}، ۱۹۸۴؛ بانک و باکر^{۱۱}، ۱۹۹۵). هم‌چنین بانک و باکر (۱۹۹۵) دریافتند که نگرش افراد نسبت به روابط جنسی فرا زناشویی شاخص مهمی برای پیش‌بینی تمایل به روابط جنسی فرا زناشویی است؛ چرا که این اعتقادات و ارزش‌ها، درگیری در روابط فرا زناشویی را ترغیب یا منع می‌کنند (بیرز^{۱۲}، ۱۹۹۶). مردان و زنان متأهلی که نگرش سهل‌گیرانه‌تری نسبت به روابط فرا زناشویی دارند، به احتمال بیشتری درگیر آن می‌شوند (بانک و باکر، ۱۹۹۵؛ هنسن^{۱۳}، ۱۹۸۷؛ اتکینز و کسل^{۱۴}، ۲۰۰۸). روابط فرا زناشویی شامل برقرار کردن ارتباط جنسی یک فرد متأهل با جنس مخالف خارج از چارچوب خانواده است (سهرابی و رسولی، ۱۳۸۷).

از سوی دیگر، یکی از این عوامل مذهبی که در پژوهش‌های بسیاری مورد توجه قرار گرفته است، جهت‌گیری مذهبی آلپورت^{۱۵} است. از دیدگاه آلپورت، جهت‌گیری مذهبی به دو صورت درونی و بیرونی می‌باشد (رسولی و سلطانی، ۱۳۹۱). در جهت‌گیری مذهبی درونی، ایمان به خودی خود به عنوان یک ارزش متعالی تلقی می‌گردد و یک تعهد انگیزش فراگیر، نه وسیله‌ای، برای دستیابی به اهداف در نظر گرفته می‌شود. اما در جهت‌گیری مذهبی بیرونی، مذهب امری خارجی و ابزاری برای ارضای نیازهای فردی از قبیل مقام و امنیت مورد استفاده قرار می‌گیرد، به عبارت دیگر دین‌داری برای کسب امنیت و پایگاه اجتماعی است و افرادی که چنین جهت‌گیری دارند از دین به عنوان وسیله‌ای برای رسیدن به نیازهای خود استفاده می‌کنند (آلپورت و راس^{۱۶}، ۱۹۶۷).

هرچند مطالعاتی در زمینه روابط فرا زناشویی از طریق اینترنت صورت گرفته است اما به‌طور خاص تحقیقات اندکی اثرات شبکه‌های اجتماعی اینترنتی نظیر فیس‌بوک را مورد بررسی قرار داده‌اند. از سوی دیگر گرایش به مذهب (دین‌داری) به عنوان متغیری پیش‌گیر از روابط فرا زناشویی در

بسیاری از تحقیقات ذکر شده است (برند، شارلوت، میلز و هاجز^{۱۷}، ۲۰۰۷؛ ویدرمن، ۱۹۹۷؛ لامن، گانگنون، میشل و مایکلز^{۱۸}، ۱۹۹۴؛ فورست و تنفر^{۱۹}، ۱۹۹۶). لذا برای محققان مطالعه و فهم این مسأله که محبوبیت و رشد روزافزون شبکه اجتماعی و استفاده کاربران از آن، ممکن است چه تأثیراتی بر نگرش آنها نسبت به خیانت زناشویی و دین‌داری آنان داشته باشند، ضروری به نظر می‌رسد. بنابراین مطالعه حاضر درصدد مقایسه نگرش به روابط فرا زناشویی و جهت‌گیری مذهبی در میان کاربران و غیرکاربران شبکه اجتماعی فیس‌بوک بوده است.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع علی - مقایسه‌ای است. جامعه آماری شامل کلیه مردان و زنان متأهل مراجعه‌کننده به مراکز مشاوره شهر تهران بودند. در مرحله اول، با کمک نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای از میان مناطق شهر تهران، یک منطقه (منطقه ۲) انتخاب و سپس تعداد ۴ مرکز مشاوره به صورت تصادفی انتخاب و در مرحله دوم، نمونه‌ای به تعداد ۲۸۰ نفر (۱۰۹ کاربر، ۱۷۱ غیرکاربر) به روش نمونه‌گیری در دسترس از این مراکز انتخاب شدند.

در این پژوهش برای به دست آوردن حجم نمونه مناسب از فرمول d کوهن استفاده شده است. قبل از ارائه پرسش‌نامه، توضیحاتی درباره نحوه پاسخ‌دهی به سؤال‌ها، هدف پژوهش و ضرورت همکاری صادقانه آن‌ها ارائه گردید. علاوه بر این به افراد اطمینان داده شد که پاسخ‌های آنان محرمانه خواهد ماند و در صورتی که تمایل دارند از نتیجه عملکرد خود آگاهی حاصل کنند، می‌توانند نشانی پست الکترونیکی خود را نوشته تا پس از پایان کار نتیجه به نشانی آنان ارسال شود. مدت زمان صرف شده برای پاسخ‌دهی به سؤال‌ها از سوی افراد به طور تقریبی بین ۱۰ تا ۱۵ دقیقه در نوسان بود. از بین ۳۲۰ پرسش‌نامه جمع‌آوری شده، ۴۰ مورد از آن‌ها به‌طور کامل پاسخ داده نشده بود و بنابراین از تحلیل کنار گذاشته شد. بعد از جمع‌آوری پرسش‌نامه‌ها کار نمره‌گذاری ۲۸۰ پرسش‌نامه باقیمانده انجام شد. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل واریانس چند متغیره و به کمک نرم‌افزار SPSS.۲۲ استفاده شد.

ملاک ورود به پژوهش در گروه کاربران فیس‌بوک شامل متأهل بودن و حداقل گذشت یک سال از عضویت در این شبکه و در گروه غیر کاربران، شامل تأهل و عدم عضویت در فیس‌بوک بود. ملاک خروج از پژوهش در هر دو گروه، ارائه اطلاعات ناکامل و نادرست بود.

ابزار پژوهش

مقیاس نگرش به روابط فرا زناشویی (ATIS)^{۲۰}: این مقیاس توسط ویتلی^{۲۱} (۲۰۰۸) جهت بررسی نگرش‌های مربوط به روابط فرا زناشویی ساخته شده است. این مقیاس شامل ۱۲ گویه است

که در طیف ۷ امتیازی از به شدت موافقم (نمره ۷) تا به شدت مخالفم (نمره ۱) نمره‌گذاری شده است (سیدعلی‌تبار، قنبری، زاده محمدی، حبیبی، ۱۳۹۳). کمینه نمره‌ای که فرد می‌تواند در این مقیاس به دست آورد، ۱۲ و بیشینه آن، ۸۴ می‌باشد. نمره بالاتر در این مقیاس به معنای نگرش سهل‌گیرانه‌تر نسبت به روابط فرا زناشویی است. ضریب همسانی درونی این مقیاس ۰/۸۰ برآورد شده است. تنها عامل این مقیاس «روابط فرا زناشویی» نام دارد و برای ۱۹/۲۴٪ از واریانس‌ها مورد محاسبه قرار گرفت (ویتلی، ۲۰۰۸).

این مقدار برآورد شده نشان می‌دهد که چه مقدار تنوع موجود در این مقیاس، موجب تمییز و تشخیص نمره‌های بالا و پایین در افراد می‌گردد. ضریب همسانی درونی حاصل از اجرای این آزمون به روش آلفای کرونباخ، ۰/۷۱ و پایایی بازآزمایی آن، ۰/۸۷ برآورد شده است (حبیبی، سیدعلی‌تبار و پورآوری، زیر چاپ). ساختار عاملی مقیاس نگرش به روابط فرا زناشویی در یک عامل مرتبه اول با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی مورد تأیید قرار گرفت. همین‌طور این مقیاس از همسانی درونی مناسبی برخوردار بود (حبیبی، سیدعلی‌تبار و پورآوری، زیر چاپ).

پرسشنامه جهت‌گیری مذهبی آلپورت: آلپورت و راس در سال ۱۹۵۰ این مقیاس را برای سنجش جهت‌گیری‌های درونی و بیرونی مذهب تهیه کردند. براساس نظریه آلپورت، مذهب درونی، مذهبی فراگیر و دارای اصل و سازمان‌یافته و درونی شده است درحالی‌که مذهب بیرونی، امری است خارجی و ابزاری، که برای ارضای نیازهای فردی از قبیل مقام و امنیت مورد استفاده قرار می‌گیرد. منظور آلپورت از جهت‌گیری مذهبی درونی، عبارت است از تعهد انگیزشی فراگیر که غایت و هدف است نه وسیله‌ای برای دستیابی به اهداف فردی (جان‌بزرگی، ۱۹۹۹). در مطالعات اولیه‌ای که بر این مبنا صورت گرفت مشاهده شد که همبستگی جهت‌گیری بیرونی با درونی ۰/۲۱ است (آلپورت و راس، ۱۹۶۷). در ایران نیز همسانی درونی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۱ و پایایی بازآزمایی آن ۰/۷۴ است (مختاری و رسول‌زاده طباطبایی، ۲۰۰۱) و نمره‌گذاری آن بر مبنای لیکرت است که دامنه آن از کاملاً موافق تا کاملاً مخالف است و به پاسخ‌ها نمره ۱ تا ۵ تعلق می‌گیرد. روایی ملاک این آزمون به کمک مقیاس جهت‌گیری مذهبی فگین در حد مطلوبی (۰/۷۷) گزارش شده است (دوناهو^{۲۲}، ۱۹۸۵).

یافته‌ها

به لحاظ توزیع جمعیت‌شناختی می‌توان گفت که از نظر سنی حداقل و حداکثر سن آزمودنی‌ها به ترتیب ۲۰ و ۶۸ سال (میانگین ۳۱/۶ و دامنه تغییرات ۴۸)؛ از نظر جنسیت آزمودنی‌ها تعداد ۱۲۹ نفر زن (۴۶٪) و ۱۵۱ نفر مرد (۵۴٪) بودند و از نظر تحصیلات ۵۲ نفر دیپلم و زیر دیپلم (۱۵/۶٪)، ۱۷۸ نفر فوق دیپلم و کارشناسی (۵۳/۳٪)، ۱۰۴ نفر کارشناسی‌ارشد و بالاتر (۳۱/۱٪) بودند.

هم‌چنین با توجه به طول مدت ازدواج، تعداد ۶۴ نفر (۲۲٪) از افراد کمتر از یک سال؛ ۹۰ نفر (۳۲٪) بین یک تا ۵ سال؛ ۴۶ نفر (۱۶٪) بین پنج تا ده سال و تعداد ۸۰ نفر (۲۸٪) بیش از ده سال از ازدواج‌شان می‌گذشت. ساعات استفاده از اینترنت در روز و تعداد دوستان در شبکه اجتماعی فیس‌بوک در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱: فراوانی و درصد متغیرهای جمعیت‌شناختی ساعات استفاده از اینترنت و تعداد دوستان در فیس‌بوک

متغیر	فراوانی	درصد
ساعات استفاده از اینترنت در روز	کمتر از یک ساعت	۱۵۶
	بین یک تا ۵ ساعت	۱۰۱
	بین ۵ تا ۱۰ ساعت	۵۶
	بیش از ۱۰ ساعت	۲۱
تعداد دوستان در شبکه اجتماعی فیس‌بوک	کمتر از ۵۰ نفر	۶۰
	بین ۵۰ تا ۱۰۰ نفر	۵۷
	بین ۱۰۰ تا ۱۵۰ نفر	۱۴۸
	بیش از ۱۵۰ نفر	۶۹

نتایج آزمون لون (جدول ۲) نشان می‌دهد که هیچ یک از متغیرهای نگرش به روابط فرا زناشویی، جهت‌گیری مذهبی درونی و بیرونی معنادار نیست ($P > 0.05$)، بنابراین پیش‌فرض همگنی واریانس‌ها رعایت شده است.

جدول ۲: میانگین و انحراف معیار مؤلفه‌های نگرش به روابط فرا زناشویی، جهت‌گیری مذهبی درونی و بیرونی

متغیر	کاربران		غیر کاربران	
	<i>SD</i>	<i>m</i>	<i>SD</i>	<i>m</i>
نگرش به روابط فرا زناشویی	۵/۸۷	۴۴/۹۱	۴۵/۸۶	۵/۶۴
جهت‌گیری مذهبی درونی	۵/۷۴	۲۰/۱۶	۱۷/۸۲	۵/۳۸
جهت‌گیری مذهبی بیرونی	۵/۰۷	۲۸/۷۰	۲۷/۲۸	۵/۶۴

نتایج آزمون کولموگروف اسمیرنوف نیز حاکی از آن است که تمامی متغیرهای نگرش به روابط فرا زناشویی، جهت‌گیری مذهبی درونی و بیرونی از مفروضه نرمال بودن پیروی می‌کنند ($P > 0.05$). ارزیابی ویژگی داده‌ها نشان داد که همسانی ماتریس‌های واریانس - کوواریانس (Box's $M = 6/87$)، این مفروضه آماری برقرار است و بنابراین برای ارزیابی معناداری اثر چندمتغیری از لامبدای ویلکز استفاده شد.

جدول ۳: آزمون لون جهت مقایسه نگرش به روابط فرا زناشویی، جهت گیری مذهبی

درونی و بیرونی در دو گروه

متغیرها	F	df1	df2	P value
نگرش به روابط فرا زناشویی	۰/۴۳	۱	۲۷۸	۰/۵۱
جهت گیری مذهبی درونی	۰/۱۳	۱	۲۷۸	۰/۱۷
جهت گیری مذهبی بیرونی	۱/۸۹	۱	۲۷۸	۰/۷۱

شاخص لامبدای ویلکز نشان داد که اثر گروه بر ترکیب خطی متغیرهای وابسته معنادار است ($\eta^2 = ۰/۰۵$ و $partial \eta^2 = ۰/۰۰۰$ ، $F=۵/۷۶$ ، $P<۰/۰۰$). به عبارت دیگر، بین دو گروه کاربران و غیرکاربران حداقل در یکی از متغیرهای نگرش به روابط فرا زناشویی، جهت گیری مذهبی درونی و بیرونی تفاوت معناداری وجود دارد. جدول ۴ نشان می دهد که گروه به صورت معناداری روی جهت گیری مذهبی درونی ($\eta^2 = ۰/۰۴$ ، $partial \eta^2 = ۰/۰۱$ ، $P<۰/۰۱$ ، $F(۱و۲۷۸)=۱۱/۹۳$ ، جهت گیری مذهبی بیرونی ($\eta^2 = ۰/۰۱$ ، $partial \eta^2 = ۰/۰۱$ ، $P<۰/۰۵$ ، $F(۱و۲۷۸)=۴/۵۵$) تأثیر دارد. اثر گروه روی نگرش به روابط فرا زناشویی به لحاظ آماری معنادار نیست ($\eta^2 = ۰/۰۰$ ، $partial \eta^2 = ۰/۰۵$ ، $P>۰/۰۵$ ، $F(۱و۲۷۸)=۱/۸۱$). از سوی دیگر، دو گروه با توجه به ساعات استفاده از اینترنت در روز، تعداد دوستان در فیس بوک، و تعداد دفعات ورود به صفحه کاربری در طول روز هیچ تفاوت معناداری در متغیرهای نگرش به روابط فرا زناشویی و جهت گیری مذهبی به لحاظ آماری نداشتند ($P>۰/۰۵$).

بحث و نتیجه گیری

در سال های اخیر شبکه های اجتماعی زیادی به وجود آمده و رشد نموده اند، اما شبکه اجتماعی فیس بوک هنوز یکی از پرکاربردترین آن هاست و محبوبیت زیادی بین قشرهای مختلف افراد دارد (کاپلان و هانلین^{۳۳}، ۲۰۱۰) و با توجه به استفاده های مختلفی که از آن می شود؛ اعم از دوست یابی، تبادل اطلاعات، قرار ملاقات، سرگرم شدن و... می تواند تأثیرات منفی و مثبت بسیاری بر زندگی کاربران داشته باشد.

در مورد خیانت زناشویی به عنوان یکی از معضلات جدی که خانواده و در پی آن جامعه را تهدید می کند، آمارهای نگران کننده ای وجود دارد و نگرش سهل گیرانه به خیانت زناشویی می تواند مسیر ارتکاب به آن را آسان نماید. جهت گیری مذهبی نیز به عنوان یک مؤلفه مهم سال هاست که در میان پژوهش های مربوط به دین داری، جایگاه مهمی دارد. بنابراین از یک سو به دلیل اهمیت مؤلفه های ذکر شده و از سوی دیگر به دلیل افزایش روزافزون کاربران فیس بوک، هدف این پژوهش مقایسه نگرش به خیانت زناشویی و جهت گیری مذهبی در کاربران و غیرکاربران شبکه اجتماعی فیس بوک بود.

یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که جهت‌گیری مذهبی درونی و بیرونی در کاربران فیس‌بوک به طور معناداری بیش‌تر از غیرکاربران آن است، اما بین کاربران و غیرکاربران، تفاوت معناداری از نظر نگرش به خیانت زناشویی وجود ندارد. فیس‌بوک نیز مانند هر شبکه اجتماعی دیگری پیامدهای منفی و مثبت بسیاری دارد و در واقع نوع استفاده از آن تعیین می‌کند که آیا کاربران دچار آسیب‌هایی خواهند شد یا نه. به هر حال شبکه‌های اجتماعی فرصتی برای اشتراک دانش، انتقال اطلاعات، گفتمان‌سازی، ایجاد همبستگی و تعامل سازنده فراهم می‌کنند (خانیک و بابایی، ۱۳۹۰) و افراد تأثیر می‌گذارند و تأثیر می‌پذیرند.

بنابراین افراد فرصت آشنا شدن با دیدگاه‌ها و نظرات مختلف را دارند و این به معنای این است که فعالیت بیشتری در حوزه مسائل اعتقادی و دینی دارند. چه بسا بحث و تبادل نظر مذهبی موجب شود تا افراد در مورد این مسائل به طور جدی‌تر تأمل کنند و موضع خود را مشخص نمایند. موضوع دیگر، موضوع الگوگیری است؛ بندورا^{۲۴} (۱۹۸۹) که در این مورد به طور مفصل بحث نموده، معتقد است که تقویت و پاداش همیشه مستقیم صورت نمی‌گیرد و بسیاری از اوقات تقویت جانمایی رخ می‌دهد؛ به این معنا که اگر افراد مشاهده کنند که افرادی که به آن‌ها شباهت دارند، به خاطر نوع رفتار خود پاداش می‌گیرند، این احتمال وجود دارد که آن‌ها نیز رفتار تقویت شده را تکرار کنند. در فیس‌بوک وقتی افراد مطالب یا دیدگاه‌های خود را به اشتراک می‌گذارند، از کاربران دیگر انتظار تأیید و تحسین شدن دارند و محبوبیت به معنای تأیید و تحسین و باز اشتراک‌گذاری مطالب است. واضح است که وقتی دیدگاه‌ها و اعمال خاصی دائماً مورد تأیید قرار گیرد، امکان این‌که کاربران این دیدگاه‌ها را بپذیرند، افزایش می‌یابد. دیدگاه‌ها و جهت‌گیری‌های دینی و تعریف افراد از دین نیز از این امر مستثنی نیست. به هر حال بسیاری از این شبکه‌ها نقش فعالی در شکل‌گیری و ترویج سریع شایعات و اخبار کذب؛ تبلیغات ضد دینی و القای شبهات دارند (سلیمانی‌پور، ۱۳۸۹) و بسیاری از کاربران نیز فعالانه با این موارد مقابله می‌کنند.

البته باید توجه شود که معلوم نیست جهت‌گیری مذهبی در میزان گرایش به فیس‌بوک نیز تأثیرگذار است یا نه، زیرا یافته این پژوهش تنها نشان‌دهنده این است که جهت‌گیری مذهبی بیرونی و درونی در کاربران فیس‌بوک بالاتر است. اما اگر احتمال دهیم که افراد با پیشینه جهت‌گیری مذهبی درونی و بیرونی وارد فضای فیس‌بوک می‌شوند، می‌توان گفت که فیس‌بوک مانند هر شبکه اجتماعی دیگری این فرصت را در اختیار آن‌ها قرار می‌دهد تا با افرادی که ویژگی‌های مشترک دینی دارند، آشنا شده و به تعامل و گفت‌وگو بپردازند (اخوان ملایری، نوغانی و مظلوم خراسانی، ۱۳۹۳) و جهت‌گیری مذهبی از پیش موجود آن‌ها تقویت شود.

یافته دیگر این پژوهش حاکی از این است که نگرش به خیانت زناشویی در کاربران فیس‌بوک و غیرکاربران تفاوت معناداری ندارد. این یافته با پژوهش کراونس (۲۰۱۰) که بین میزان تمایل به

روابط فرا زناشویی در میان کاربران متأهل فیس‌بوک به رابطه معناداری دست نیافت، هم‌خوانی دارد. باید توجه شود که در این‌جا صرفاً نگرش به خیانت زناشویی مطرح است نه ارتکاب به آن. چون یافته مذکور مبین رابطه علی نیست، به طور ضمنی دو حالت وجود دارد. حالت اول این‌که فیس‌بوک روی نگرش افراد نسبت به روابط فرا زناشویی تأثیر نمی‌گذارد و حالت دوم این‌که لزوماً افرادی که نگرش سهل‌گیرانه‌تری به خیانت زناشویی دارند، به عضویت فیس‌بوک در نمی‌آیند و نگرش به خیانت نمی‌تواند در گرایش کاربران به این شبکه اجتماعی نقش داشته باشد. اگرچه این شبکه‌ها موجب گسترش ارتباطات افراد شده و امکان یافتن دوستان قدیمی و آشنا شدن با افراد جدید در آن‌ها وجود دارد، اما نمی‌توان گفت که به صرف وجود شرایط مناسب و سهل بودن امکان روابط فرا زناشویی، افراد نسبت به این‌گونه روابط نگرش مثبت پیدا می‌کنند، زیرا نگرش مؤلفه عمیق‌تری است. در واقع نگرش‌ها متضمن یک نظام قضاوت و داوری زیربنایی در مورد موضوعات مختلف هستند و به سادگی شکل نمی‌گیرند و به سادگی تغییر پیدا نمی‌کنند (شوارتز^{۲۵}، ۲۰۰۷).

البته افزایش گستره ارتباطات تنها یکی از جنبه‌های گوناگون شبکه فیس‌بوک است و افراد با اهداف، انگیزه‌ها و مقاصد گوناگونی وارد این فضا می‌شوند و استفاده‌های مختلفی از آن می‌کنند. به نظر کراونس (۲۰۱۰) نیز بسیاری از افراد به دلیل فرار از کار و خستگی ناشی از آن به فیس‌بوک پناه می‌برند نه برقراری روابط صمیمانه. حتی بسیاری از اوقات با این موضوع مواجه می‌شویم که این‌گونه شبکه‌ها به ابعاد ارزشی نیز می‌پردازند و فضایی برای تبلیغ و اشاعه ارزش‌های دینی، اعتقادی، انسانی و اخلاقی فراهم می‌کنند و کاربران را تحت تأثیر قرار می‌دهند (سلیمانی‌پور، ۱۳۸۹)، بنابراین حتی نمی‌توان گفت که این شبکه‌ها نگرش خاصی را نسبت به روابط فرا زناشویی القا می‌کنند، چون افرادی با سلیقه‌ها، نگرش‌ها، علایق و اعتقادات مختلف در این شبکه‌ها فعالیت می‌کنند و این خود افراد هستند که سمت و سوی فکری خود را انتخاب می‌کنند و نگرش به خیانت زناشویی بیش از این‌که ناشی از کاربری آن‌ها در فیس‌بوک باشد، ناشی از پیشینه آن‌ها و مؤلفه‌هایی است که از قبل وجود دارد.

از محدودیت‌های پژوهش حاضر می‌توان به استفاده از ابزارهای خودگزارشی (به جای مطالعه رفتار واقعی) که ممکن است مشارکت‌کنندگان را به استفاده از شیوه‌های کسب تأیید اجتماعی و اجتناب از بدنامی ناشی از بی‌کفایتی فردی ترغیب کند، اشاره کرد. در این پژوهش مسائل فرهنگی و قومی و تأثیرات فرهنگی مرتبط با نگرش به روابط فرا زناشویی در نمونه پژوهش نادیده گرفته شد. سوم، نمونه پژوهش شامل مردان و زنان متأهل شهر تهران بود، افراد با سایر طبقات اجتماعی در نمونه پژوهش حضور نداشتند. ابزار سنجش مذهبی نیز در پژوهش‌هایی مورد انتقاد قرار گرفته است. در این راستا به درآمیختگی تعهد مذهبی و پیامدهای مذهبی و نیز ضعیف بودن چارچوب مبداء درونی و بیرونی که آلپورت مطرح کرده، اشاره شده است.

هم‌چنین جزئیات نحوه استفاده از فیس‌بوک مشخص نشده است. برای پیگیری معتبرتر نتایج لازم است گروه وسیع‌تری از کاربران فیس‌بوک مورد سنجش قرار گیرند، نتایج این پژوهش تنها می‌تواند راه‌گشای پژوهش‌های بزرگ‌تری قرار گیرد.

پی‌نوشت‌ها

- | | |
|--|--------------------------------------|
| 1. Cravens | 14. Atkins & Kessel |
| 2. Boyd & Ellsion | 15. Allport |
| 3. Wiley & Sisson | 16. Ross |
| 4. American Association of Marital Lawyers | 17. Brand, Charlotte, Mills & Hodges |
| 5. Grohol | 18. Laumann |
| 6. Maheu | 19. Forste, R., & Tanfer |
| 7. Johnson | 20. Attitudes toward Infidelity |
| 8. Muise, Christofides & Desmarais | 21. Whitely |
| 9. Wiederman | 22. Donahue |
| 10. Thompson | 23. Kaplan & Haenlein |
| 11. Buunk & Bakker | 24. Bandura |
| 12. Byers | 25. Schwarz |
| 13. Hansen | |

منابع

- اخوان‌ملابری، ف؛ نوغانی، م؛ مظلوم‌خراسانی، م. (۱۳۹۳). شبکه‌های اجتماعی مجازی و شادکامی. *رسانه و فرهنگ*، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. (۲)۴: ۱-۲۴.
- جان‌بزرگی، م. (۱۳۷۸). بررسی اثربخشی روان‌درمانگری کوتاه مدت "آموزش خودمهارگری" با و بدون جهت‌گیری مذهبی (اسلامی) بر مهار اضطراب و تنیدگی. *پایان‌نامه دکتري*. تهران. دانشگاه تربیت مدرس.
- خانیکي، ه؛ بابایی، م. (۱۳۹۰). فضای سایبر و شبکه‌های اجتماعی، کارکردها و مفهوم‌ها. *فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات جامعه اطلاعاتی*. (۱)۱: ۷۱-۹۶.
- سلیمانی‌پور، ر. (۱۳۸۹). شبکه‌های اجتماعی؛ فرصت‌ها و تهدیدها. *ره‌آورد نور*. ۳۱: ۱۹-۱۴.
- رسولی، ر؛ سلطانی، س. (۱۳۹۱). مقایسه و بررسی رابطه جهت‌گیری مذهبی و عمل به باورهای دینی با سازگاری زناشویی در طلاب و دانشجویان. *فصلنامه خانواده‌پژوهی*. (۳۲)۸: ۴۲۷-۴۳۹.
- سیدعلی‌تبار، س. ه؛ قنبری، س؛ زاده محمدی، ع؛ حبیبی، م. (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین روابط جنسی پیش از ازدواج با نگرش به روابط فرا زناشویی. *فصلنامه خانواده‌پژوهی*. (۳۸)۱۰: ۲۶۷-۲۵۵.
- سهرابی، ف؛ رسولی، ف. (۱۳۸۷). بررسی رابطه بین سبک دل‌بستگی و روابط جنسی فرا زناشویی در بین زنان بازداشت شده در مرکز مبارزه با مفاسد اجتماعی شهر تهران. *فصلنامه خانواده‌پژوهی*. (۱۴)۴: ۱۴۳-۱۳۳.

مختاری، ع؛ اللهیاری، ع؛ رسول‌زاده طباطبایی، ک. (۱۳۸۰). بررسی رابطه بین جهت‌گیری‌های مذهبی با میزان تنیدگی دانشجویان. *مجله روان‌شناسی*، (۱۷): ۶۷-۵۶.

- Allport, G. W. Ross, J. M. (1967). Personal religious orientation and prejudice, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.5, Iss.4, 432-443.
- Atkins, D. C., Kessel, E. D. (2008). Religiousness and Infidelity: Attendance, but not Faith and Prayer, Predict Marital Fidelity. *Journal of Marriage and Family*, 70(2), 407-418.
- Bandura, A. (1989). Human agency in social cognitive theory. *American psychologist*, 44(9), 1175- 1184.
- Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2007). Social networking sites: Definition, history, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Brand, R. J., Charlotte, M. M, Mills, A. & Hodges, D. S. (2007). Sex Differences in Self-Reported Infidelity and Its Correlates. *Sex Roles*, 57, 101-109.
- Buunk, B. P. & Bakker, A. B. (1995). Extra dyadic Sex: The Role of Descriptive and Injunctive Norms. *Journal of Sex Research*, 32(4), 313-318.
- Byers, E. S. (1996). How Well Does the Traditional Sexual Script Explain Sexual Coercion? Review of a Program of Research. *Journal of Psychology and Human Sexuality*, 8(1-2), 7-25.
- Cravens, J. D. (2010). Facebook and Infidelity. Doctoral thesis. East Carolina University.
- Donahue, M. J. (1985). Intrinsic and Extrinsic religiousness: Preview and meta-analysis. *Journal of personality and social psychology*, 48(2), 400-419.
- Forste, R. & Tanfer, K. (1996). Sexual exclusivity among dating, cohabiting, and married women. *Journal of Marriage and the Family*, 58, 33-47.
- Grohol, J. M. (2009). Facebook reinforces relationship jealousy. Retrieved from <http://psychcentral.com/blog/archives/2009/08/11/facebook-reinforces-relationship-jealousy/>
- Habibi, M., Sayed Alitabar, S.H. & Pouravari, M. (In Press). An investigation on Validity and Reliability of the Attitudes toward Infidelity scale. *Journal of Research & Health*.
- Hansen, G. L. (1987). Extra dyadic relations during courtship. *Journal of Sex Research*, 23, 382-390.
- Johnson, S. M. (2005). Broken bonds: An emotionally focused approach to infidelity. *Journal of Couple and Relationship Therapy*, 4 (2-3), 17-29.
- Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- Laumann, E. O., Gagnon, J. H., Michael, R.T. & Michaels, S. (1994). *The Social Organization of Sexuality: Sexual Practices in the United States*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Maheu, M. (2002). Proceedings of the American psychological association 110th annual convention - chicago <http://www.fenichel.com/APAlive2002.shtml>.
- Muise, A., Christofides, E. & Desmarais, S. (2009). More information than you ever wanted: Does Facebook bring out the green-eyed monster of jealousy? *Cyber Psychology & Behavior*, 12(4), 441-444.
- Schwarz, N. (2007). Attitude construction: Evaluation in context. *Social Cognition*, 25(5), 638-656.

- Thompson, A. P. (1984). Emotional and sexual components of extramarital relations. *Journal of Marriage and the Family*, 46, 35-42.
- Whitely, M. A. (2008). Attitudes toward infidelity scale. *Journal of Social Psychology*, 133, 547-551.
- Wiederman, M. W. (1997). Extramarital Sex: Prevalence and Correlates in a National Survey. *The Journal of Sex Research*, 34(2), 167-174.
- Wiley, C. & Sisson, M. (2006). Ethics, accuracy and assumption: The use of Facebook by students and employers. In *Southwestern Ohio Council for Higher Education Special Topics Forum, Dayton, OH*.