

بررسی تاثیر رسانه‌های الکترونیکی (اینترنت) در ایجاد شکاف بین فرزندان و والدین تهرانی

دکتر سارا محمد پور، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق

(نویسنده و عهده‌دار مکاتبات) s.mohamadpour@gmail.com

محمدرضا آزادینژاد، دانشجوی کارشناسی ارشد ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق

چکیده

این پژوهش با عنوان «بررسی تاثیر رسانه‌های الکترونیکی (اینترنت) در ایجاد شکاف نسلی بین فرزندان و والدین خانواده‌های تهرانی»، به مطالعه و بررسی مسائل مربوط به اینترنت بر روی شکاف نسلی می‌پردازد. رسانه‌ای که اگرچه مدت زمان زیادی از پیدایش آن نمی‌گذرد، اما بنا بر وجود و بروز ویژگی‌های منحصر به فردش، توانسته با شتاب زیادی فراگیر شود و تاثیرات قابل توجهی را بر جای گذارد. بنابراین با توجه به هدف اصلی این تحقیق یعنی شناسایی تاثیر رسانه‌های الکترونیکی (اینترنت) در ایجاد شکاف نسلی بین والدین و فرزندان خانواده‌های تهرانی، سعی شده بر روی عوامل تاثیرگذاری آن مطالعه و کنکاش لازم انجام پذیرد. شیوه اجرای این پژوهش پیمایشی و با بهره‌مندی از ابزار پرسش‌نامه محقق ساخته به اجرا در آمده است.

برای تحقق مراحل اجرایی و فرآیند تحقیق، نخست با بررسی و مطالعه‌ی کتابخانه‌ای بر روی منابع و نظریات مرتبط و پیشینه تحقیق، مطالب و متون لازم اقتباس و استخراج و سپس فرضیه‌های تحقیق تدوین شد. در گام بعدی با تمرکز بر روی محتویات و چارچوب نظری پژوهش و مطابق متغیرهای مستقل و وابسته، هریک از فرضیه‌ها، شاخص‌ها و مولفه‌های تاثیرگذار و تاثیرپذیر تبیین شدند. «محتوای رسانه»، «ارتباط مجازی»، «دوست‌یابی» و «برخورداری مخاطب» که متأثر از اینترنت هستند، شاخص‌های تاثیرگذار بر شکاف نسلی قلمداد شدند و مولفه‌هایی چون «شکاف ارزشی»، «شکاف رفتاری»، «شکاف ارتباطی» و «شکاف نگرشی» نیز، برای سنجش شکاف نسلی معین شدند. گام سوم با تنظیم و توزیع پرسش‌نامه در سطح جامعه نمونه آماری، شامل ۴۵۰ نفر از شهروندان تهرانی از دو گروه سنی ۱۵ تا ۲۵ سال و ۴۰ تا ۶۰ سال ساکن در سطح مناطق ۲۲ گانه تهران، که به صورت تصادفی انتخاب شدند، آغاز شد و با گردآوری آن و ورود و پردازش داده‌ها از طریق نرم‌افزار spss و دست‌یابی به تحلیل‌های آماری توصیفی و استنباطی و آزمون فرضیه‌ها پایان یافت.

یافته‌های این پژوهش مستدل بر این است که «محتوای اینترنت» و «برقراری ارتباط در این فضای مجازی» بر ایجاد شکاف نسلی میان فرزندان و والدین خانواده‌های تهرانی تاثیر دارند. اما دوست‌یابی به عنوان یکی از شقوق «فرهنگ پذیری» و هم‌چنین برخورداری آنها از اینترنت، تاثیری در شکاف میان این دو نسل ندارد. فرضیه‌های دیگر این تحقیق که با ارزیابی و اندازه‌گیری شاخص‌ها و مولفه‌های پیش‌گفته در پی اثبات تاثیر اینترنت بر شکاف نسلی میان والدین و فرزندان خانواده‌های تهرانی بود، رد شد و گواه بر آن دارد که اینترنت بر ایجاد این شکاف‌ها بی‌تاثیر است.

واژگان کلیدی: محتوای رسانه، ارتباط مجازی، شکاف ارزشی، شکاف رفتاری، شکاف ارتباطی و شکاف نگرشی

مقدمه:

افزایش تراکم فرهنگ به واسطه توسعه الگوهای رفتاری حاکم روی می‌دهد که خود نیز از طریق فرآیند ارتباط فرد، گروه، جامعه و محیط زیستی به وقوع می‌پیوندد. چرخه ارتباط هم بدون وجود یک ابزار رسانه‌یی یا نهادهایی که توان انتقال پیام را داشته باشند، کامل نمی‌گردد. لذا رسانه ابزاری برای توسعه رفتارهای سنجیده در بسترهای فرهنگی جامعه تلقی می‌گردد. وجود نهادهای اجتماعی و حضور فرد در جمع باعث می‌شود که در فضائی ارتباطی، رفتارهای جدید، مورد سنجش و در نهایت مقبولیت قرار گرفته و انتقال فرهنگ از نسلی به نسل دیگر میسر گردد. در این میان پذیرش نهادها و پیام توسط مخاطب، فقط منوط به هم‌خوانی و تجانس همان پیام یا نماد به زمینه‌های فرهنگی جامعه و آن نسل مربوط خواهد بود. از سوی دیگر ناتوانی در ایجاد انگیزه در بخش‌های بزرگی از جامعه موجب بروز شکاف‌های وسیع اطلاعاتی می‌شود. وظیفه اصلی در فراگرد ارتباط به عهده کسی است که در جستجوی اطلاعات است و تنها کسانی که از توان بالای ارتباطی برخوردار باشند در پی اطلاعات خواهند بود. بر اساس نظریه شکاف آگاهی، کسانی که از پیش آگاهی خوبی داشته باشند در پی کسب اطلاعات بیشتری خواهند بود و "این موضوع میان کسانی که از نظر اطلاعات و آگاهی غنی هستند و کسانی که نیازمند اطلاعاتند، شکاف وسیع‌تری ایجاد می‌کند" (دهقان، علی‌رضا، ۱۳۷۶، ص ۸۶). نظریه شکاف آگاهی که «تیکنور»، «دونوهو» و «اولین» ارائه کرده‌اند بر این مفهوم استوار است که به همراه افزایش انتشار اطلاعات رسانه‌های جمعی در یک نظام اجتماعی، بخش‌هایی از جمعیت که پایگاه اجتماعی اقتصادی بالاتری دارند، سریع‌تر و بیش‌تر از بخش‌هایی که پایگاه پایین دارند اطلاعات را کسب می‌کنند و در نتیجه شکاف آگاهی میان این دو بخش به‌جای کاهش، افزایش می‌یابد، (همان منبع، ص ۳۵۷).

به تعبیری دیگر، بررسی دیدگاه‌های متفاوت نسل‌های اول و سوم جامعه و مطالعه متغیرهای شکاف یا گسست بین نسلی در ابعاد گوناگون ارزشی، نگرشی، اعتقادی، رفتاری و... مبتنی بر نظریه‌های جامعه‌شناسی از اهمیت و پیچیدگی زیادی برخوردار است، اما تنها بررسی تاثیر رسانه‌های الکترونیکی به ویژه «اینترنت» در این گسست و شکاف مدنظر این تحقیق است. چراکه به نظر می‌رسد گروه‌های متنوع اجتماعی هر نسل، به سبب میزان استفاده و برخورداری از رسانه‌ها توانسته‌اند در دستیابی به شناخت و آگاهی، حرکت و شتاب موفق باشند و تحت تاثیر رسانه‌ها در ابعاد فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و... از نسل پیش از خود فاصله قابل توجهی پیدا کنند.

بیان مساله :

اینک که شرایط زندگی شهرنشینی، به ویژه در کلان‌شهری چون تهران و وضعیت موجود در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و... که عموم شهروندان را در تنگناهای رفاهی، معیشتی، بهداشتی و معضلات پیچیده ارتباطی - روانی قرار داده است و به ناچار فرزندان را با والدین و نوه‌ها را با مادر بزرگ‌ها و پدر بزرگ‌ها در موضع سخت و گاه چالش‌برانگیز و تنش‌زا قرار داده است. آیا تاکنون نسبت به فرهنگ‌سازی و برنامه‌ریزی‌های فرهنگی، اجتماعی و چگونگی اجرای آنها در سال‌های گذشته مطالعه و بررسی لازم انجام شده است؟ و نسبت به نتایج آن و میزان تأثیر آن در مخاطب، به تحلیل جامع و پاسخ دقیقی دست یافته‌ایم؟ به نظر می‌رسد وجود دغدغه‌های فراوان در جامعه نسبت به تحکیم ارتباط بین‌نسلی و تکریم بزرگسالان، گویای نبود توفیق در برنامه‌های فرهنگی دستگاه‌های فرهنگی از یک سو و تاثیرپذیری متفاوت نسل اول و دوم و سوم و بهره‌مندی آنها از رسانه‌های در دسترس از سوی دیگر است.

نکته بسیار مهم و حائز اهمیت وجود یک ارتباط متقابل برای پیش‌گیری از شکاف یا کاهش خلا و شکاف موجود میان دو نسل والدین و فرزندان است، چراکه اگر بنا بر عقیده نظریه‌پردازان علوم جامعه‌شناسی، بپذیریم که پدیده شکاف نسلی موضوعی عادی است و هیچ‌گیزی از آن نیست، ضروری است که این پدیده را به عنوان یک مسئله اجتماعی تلقی کرده و پیرامون آن مطالعه و تحقیق انجام دهیم تا کنش‌گران اجتماعی با آگاهی از نتیجه‌های به‌دست‌آمده، هم از

شرایط فرهنگی اجتماعی و تفاوت‌ها و تمایزهای میان این دو نسل آگاهی یابند و هم این وضعیت را به‌گونه‌ای مدیریت کنند تا شرایط گذار و مسایل ناشی از شکاف نسلی را کنترل‌شده با کمترین آسیب طی کنند.

پرسش آغازین:

رسانه‌های الکترونیکی (اینترنت) در ایجاد گسست و شکاف نسلی خانواده‌های تهرانی چه تاثیری دارند؟
هدف تحقیق:

شناسایی تاثیر رسانه‌های الکترونیکی (اینترنت) در ایجاد شکاف بین والدین و فرزندان خانواده‌های تهرانی و همچنین اهداف خرد و جزئی این پروژه‌ی تحقیقی عبارت‌اند از:

- شناسایی تاثیر محتوای رسانه‌های الکترونیکی (اینترنت) در شکاف نسلی والدین و فرزندان خانواده‌های تهرانی؛
- شناسایی تاثیر برقراری ارتباط در دنیای مجازی در شکاف نسلی والدین و فرزندان خانواده‌های تهرانی؛
- شناسایی تاثیر دوست‌یابی (فرهنگ‌پذیری) از رسانه‌های الکترونیکی (اینترنت) در شکاف بین والدین و فرزندان خانواده‌های تهرانی؛
- شناسایی تاثیر برخورداری مخاطب از ویژگی‌های تکنیکی رسانه‌های الکترونیکی (اینترنت) در شکاف نسلی والدین و فرزندان خانواده‌های تهرانی؛
- شناسایی تاثیر رسانه‌های الکترونیکی (اینترنت) در شکاف ارزشی والدین و فرزندان خانواده‌های تهرانی؛
- شناسایی تاثیر رسانه‌های الکترونیکی (اینترنت) در شکاف رفتاری والدین و فرزندان خانواده‌های تهرانی؛
- شناسایی تاثیر رسانه‌های الکترونیکی (اینترنت) در شکاف ارتباطی والدین و فرزندان خانواده‌های تهرانی؛ و
- شناسایی تاثیر رسانه‌های الکترونیکی (اینترنت) در شکاف نگرشی والدین و فرزندان خانواده‌های تهرانی.

فرضیه‌های تحقیق:

- ۱- محتوای رسانه‌های الکترونیکی (اینترنت) در شکاف نسلی والدین و فرزندان خانواده‌های تهرانی موثر است؛
- ۲- برقراری ارتباط در دنیای مجازی در شکاف بین‌نسلی والدین و فرزندان خانواده‌های تهرانی، موثر است؛
- ۳- دوست‌یابی (فرهنگ‌پذیری) از رسانه‌های الکترونیکی (اینترنت) در شکاف بین والدین و فرزندان خانواده‌های تهرانی موثر است؛
- ۴- برخورداری مخاطب از ویژگی‌های تکنیکی رسانه‌های الکترونیکی (اینترنت) در شکاف نسلی والدین و فرزندان خانواده‌های تهرانی موثر است؛
- ۵- رسانه‌های الکترونیکی (اینترنت) در شکاف ارزشی والدین و فرزندان خانواده‌های تهرانی موثر است؛
- ۶- رسانه‌های الکترونیکی (اینترنت) در شکاف رفتاری والدین و فرزندان خانواده‌های تهرانی موثر است؛
- ۷- رسانه‌های الکترونیکی (اینترنت) در شکاف ارتباطی والدین و فرزندان خانواده‌های تهرانی موثر است؛
- ۸- رسانه‌های الکترونیکی (اینترنت) در شکاف نگرشی والدین و فرزندان خانواده‌های تهرانی موثر است.

چارچوب نظری تحقیق: نظریه شکاف آگاهی

بر اساس نظریه «شکاف آگاهی»، کسانی که از پیش آگاهی خوبی داشته باشند در پی کسب اطلاعات بیشتری خواهند بود و «این موضوع میان کسانی که از نظر اطلاعات و آگاهی غنی هستند و کسانی که نیازمند اطلاعاتند، شکاف وسیع‌تری ایجاد می‌کند». (دهقان، علیرضا، ۱۳۷۶، ص ۸۶). نظریه شکاف آگاهی که «تیکنور»، «دونوهو» و «ولین» ارائه کرده‌اند بر این مفهوم استوار است که به همراه افزایش انتشار اطلاعات رسانه‌های جمعی در یک نظام اجتماعی،

بخش‌هایی از جمعیت که پایگاه اجتماعی اقتصادی بالاتری دارند، سریع‌تر و بیش‌تر از بخش‌هایی که پایگاه پایین دارند اطلاعات را کسب می‌کنند و در نتیجه شکاف آگاهی میان این دو بخش به‌جای کاهش، افزایش می‌یابد، (همان منبع، ص ۳۵۷).

بنابراین، «مفهوم پایگاه اقتصادی اجتماعی که کاربرد گسترده‌ای در جامعه‌شناسی دارد، اشاره‌ای است به طبقه اجتماعی افراد. سه شاخص مرتبط با هم در تعریف عملی طبقه اجتماعی وجود دارد: آموزش (سطح تحصیلات)، درآمد و شغل. مطابق الگوی این نظریه، منحنی‌های آگاهی و اطلاعات در طول زمان از هم فاصله می‌گیرند و افراد دارای پایگاه اقتصادی اجتماعی بالا با داشتن آمادگی بهتر، آگاهی و اطلاعات را سریع‌تر از افراد دارای پایگاه اقتصادی اجتماعی پایین دریافت می‌کنند». (سیدمحمد مهدی‌زاده، ۱۳۸۹، ص ۷۰).

بحث نتایج و نوع شکاف‌ها محل اختلاف نظر و انتقادات در این نظریه است. یکی از انتقاداتی که به این نظریه صورت می‌گیرد این است که آیا شکاف فقط در آگاهی افراد وجود دارد یا این شکاف به «نگرش‌ها» و «رفتار» افراد نیز مربوط می‌شود؟ دکتر علی‌رضا دهقان در پاسخ به این پرسش می‌گوید: "در بحث‌های مقدماتی ارتباطات ما به این مطلب برمی‌خوریم که ارتباط یک فرایند است، مرحله اول آن آگاهی، دانستن و شناخت است مرحله بالاتر، نگرش‌های افراد. یعنی عقاید پایدار و زمینه‌ساز رفتار و احساسات افراد و نقطه آخر آن نیز می‌تواند رفتارهای انسان‌ها باشد. مثلاً آگاهی یا تبلیغ تجاری کالایی را مشاهده می‌کنیم، اطلاعاتی دریافت می‌کنیم بعد از این‌که اطلاعات دریافت شد یک نوع نگرش در ما ایجاد می‌شود، یعنی متقاعد می‌شویم که این کالا، کالای خوبی است و نسبت به برندهای دیگر مزیت دارد. با این نگرش این آمادگی در ما پیدا می‌شود که آن کالا را خریداری کنیم. بنابراین در مورد پیام‌ها و اطلاعاتی که از رسانه‌های جمعی دریافت می‌کنیم، شکاف می‌تواند علاوه بر صرف آگاهی و دانستن به «نگرش‌ها» و «رفتار» هم تعمیم داده شود. «اورت راجرز» یکی از منتقدان نظریه شکاف آگاهی بود که این نکته را پیش کشید؛ (دهقان، علی‌رضا، ۱۳۹۰).

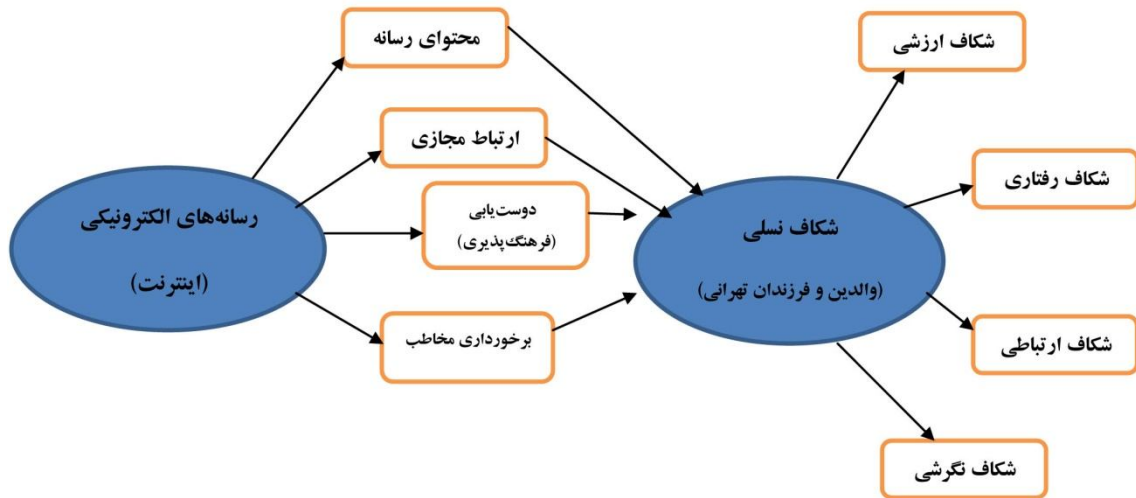
دلایل شکاف آگاهی: «تیکنور»، «دونوهو» و «ولین» (۱۹۷۰) پنج دلیل برای شکاف آگاهی ارائه کردند:

- الف) توانایی ارتباطی میان افراد پایگاه اقتصادی اجتماعی بالا و پایین، متفاوت است؛
- ب) میزان اطلاعات ذخیره شده یا آگاهی‌های کسب شده قبلی در این افراد متفاوت است؛
- پ) افراد دارای پایگاه اقتصادی و اجتماعی بالاتر، ممکن است تماس و تعامل اجتماعی بالاتری داشته باشند؛
- ت) افراد دارای پایگاه اقتصادی اجتماعی پایین‌تر ممکن است اطلاعات مربوط به مسائل عمومی یا اخبار ملی را سازگار با ارزش‌ها یا نگرش‌های خود ندانند یا علاقه‌ای به آنها نداشته باشند؛ و
- ث) ماهیت نظام رسانه‌های جمعی به‌گونه‌ای است که برای افراد دارای پایگاه اقتصادی اجتماعی بالاتر بیش‌تر قابل استفاده است.

از سوی دیگر، برانتگارد (۱۹۸۳) با اشاره به توانایی افراد در تحصیلات بالا در انتشار اطلاعات و نفوذ این اطلاعات بر فرآیند تصمیم‌گیری در جامعه، مفهوم «شکاف نفوذ»^۲ را مطرح می‌کند که به نظر وی احتمالاً واقعی‌تر از شکاف آگاهی است. (سیدمحمد مهدی‌زاده، ۱۳۸۹، صص ۷۲ - ۷۱).

^۱ - Influence Gap

مدل پژوهش:



منبع: مدل، محقق ساخته است

روش و تکنیک پژوهش :

نکته قابل توجه در این روش، آن است که تنها وضعیت موجود بررسی می‌شود. مهم‌ترین تکنیک و ابزار آن، پرسشنامه محقق است که در تحقیقات پیمایشی کاربرد فراوانی دارد (بابایی، ۱۳۸۴، ص ۸۶). روش این پژوهش پیمایشی و از نوع توصیفی است. ابزار گردآوری در این پژوهش، پرسشنامه محقق‌ساز و تحقیق کتابخانه‌ای برای تدوین ادبیات و پیشینه‌ی تحقیق و... است

در پژوهش حاضر از دو نوع روش استفاده شده است:

الف) روش مطالعه اسنادی که با استفاده از آن بررسی مفهومی و تئوریک پیرامون این موضوع انجام گرفت به گونه‌ای که محقق از طریق آن توانست تعاریف مفهومی و نظری هر یک از متغیرها را ارائه کند و از روش‌ها و یافته‌های مطالعات پیشین، در راه تحقیق خود استفاده کند.

ب) روش پیمایشی که به عنوان رایج‌ترین روش تحقیق در علوم اجتماعی محسوب می‌شود و ویژگی بارز آن استفاده از ابزار پرسشنامه و گردآوری اطلاعات می‌باشد. محقق در این پژوهش گویه‌هایی را در قالب یک پرسش‌نامه در اختیار پاسخگویان قرار داد که همگی به پرسش‌های مشابهی پاسخ داده‌اند. این گویه‌ها متغیرهای تحقیق را اندازه‌گیری می‌کنند و تجزیه و تحلیل نهایی بر اساس نتایج بدست آمده از روابط متغیرها صورت می‌گیرد از این روش می‌توان برای آزمون تبیین‌های تصدیق‌شده روابط فرض شده یا ساختن نظریه‌های جدید استفاده نمود. در تحقیقات پیمایشی علاوه بر توصیف به تبیین پدیده‌ها نیز پرداخته می‌شود بدین صورت که فرضیه‌هایی ساخته شده و سپس به آزمون کشیده می‌شوند (دواس، ۱۳۸۱، ص ۲۱).

جامعه آماری و تعیین حجم نمونه:

براساس سرشماری و گزارش آماری ترکیب سنی جمعیت تهران در سال ۱۳۹۰، جامعه آماری گروه نخست (جوانان ۱۵ تا ۲۵ سال) برابر با ۲/۱۱۰/۵۰۵ نفر و برای گروه دوم (بزرگسالان ۴۰ تا ۶۰ سال) برابر با ۱/۹۰۰/۷۰۴ نفر می‌باشد (سامانه گزارش‌ساز آمار و اطلاعات شهرداری تهران). برای برآورد حجم نمونه با در اختیار داشتن جامعه آماری، از فرمول «کوکران» استفاده شده است.

فرمول کوکران یکی از پرکاربردترین روش‌ها برای محاسبه حجم نمونه آماری است. تعیین حجم نمونه با استفاده از این فرمول نیازمند آن است که حجم جامعه را بدانیم. فرمول اصلی محاسبه حجم نمونه کوکران به صورت زیر است:

$$n = \frac{\frac{z^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{z^2 pq}{d^2} - 1 \right)}$$

نمونه آماری

بنابراین نمونه مورد مطالعه در این پژوهش، عبارت است از ۴۵۰ نفر از شهروندان در دو گروه سنی ۱۵ تا ۲۵ سال (معادل ۲۶۲ نفر به عنوان نسل سوم) و ۴۰ تا ۶۰ سال (معادل ۱۸۸ نفر به عنوان نسل دوم) - که به ترتیب با نسبت ۵۸٪ و ۴۲٪ در پنج گستره شمال، جنوب، شرق، غرب و مرکز شهر تهران زندگی می‌کنند و به صورت تصادفی انتخاب شدند.

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات:

جدول‌های فراوانی و داده‌های آماری ماخوذ از جمع‌بندی پرسشنامه‌ها با استفاده از نرم‌افزار **spss** تجزیه و تحلیل شده‌اند. هم‌چنین با استفاده از آمار استنباطی، با توجه به سطح سنجش سئوالات پرسش‌نامه تحقیق، جهت سنجش رابطه متغیرها و نیز برای سنجش تاثیر آنها از آزمون **T.test** مستقل، آزمون **F** و ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است.

جداول آماری:

جدول توافقی سنجش رابطه‌ی محتوای اینترنت و شکاف نسلی

کل	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	شکاف نسلی
						محتوای اینترنت
۲۲۰	۸۸	۲۳	۳۷	۴۰	۳۲	خبری، سیاسی و اقتصادی
۱۴	۶	۱	۴	۲	۱	فرهنگی، هنری و اجتماعی
۵۰	۱۹	۸	۷	۱۰	۶	آموزشی و علمی
۷۸	۲۶	۲۰	۱۱	۱۳	۸	تفریحی و سرگرمی
۷	۳	۱	۲	۱	۰	همه موارد
۳۶۹	۱۴۲	۵۳	۶۱	۶۶	۴۷	جمع کل

ردیف	گزینه‌ها	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	ضریب F	سطح معناداری (Sig.)
۱	بین گروه	۱۷/۳۱۹	۴	۴/۳۳۰	۲/۵۱۱	۰/۰۴
۲	درون گروه	۶۲۷/۵۴۸	۳۶۴	۱/۷۲۴		
	جمع کل	۶۴۴/۸۶۷	۳۶۸			

بر اساس داده‌های جدول شماره (۵۳ - ۴)؛ با توجه به ضریب **F** (۲/۵۱۱) و سطح معناداری به خوبی مشهود است که بین «محتوای اینترنت» و «شکاف نسلی»، رابطه معناداری وجود دارد زیرا سطح معناداری آن (۰/۰۴) و کوچک‌تر از (۰/۰۵) است. بنابراین فرضیه ما پذیرفته می‌شود. به سخن دیگر، «محتوای رسانه‌های الکترونیکی (اینترنت) در شکاف نسلی بین والدین و فرزندان خانواده‌های تهرانی موثر است».

۱- جدول توافقی سنجش رابطه‌ی ارتباط مجازی و شکاف نسلی

شکاف نسلی	ارتباط مجازی				
	بسیار کم	کم	متوسط	زیاد	بسیار زیاد
ارتباط	۱۴	۱۱۴	۹۲	۱۱	۹
عدم ارتباط	۱۱	۹۷	۸۹	۸	۵
جمع کل	۲۵	۲۱۱	۱۸۱	۱۹	۱۴

ضریب F	سطح معناداری (Sig.)	ضریب T	درجه آزادی
۳/۸۵۹	۰/۰۵	۰/۵۹۴	۴۴۸

بر اساس داده‌های جدول شماره (۵۴ - ۴)؛ با توجه به ضریب F (۳/۸۵۹)، ضریب T (۰/۵۹۴) و نیز برابری فرض واریانس‌ها، قابل استناد است که بین «ارتباط مجازی» و «شکاف نسلی»، رابطه معناداری وجود دارد زیرا سطح معناداری آن (۰/۰۵) و برابر (۰/۰۵) است. بنابراین فرضیه ما پذیرفته می‌شود. به سخن دیگر، «برقراری ارتباط در دنیای مجازی در شکاف نسلی بین والدین و فرزندان خانواده‌های تهرانی، موثر است».

۲- جدول توافقی سنجش رابطه‌ی فرهنگ‌پذیری (دوست‌یابی) و شکاف نسلی

شکاف نسلی	فرهنگ‌پذیری				
	بسیار کم	کم	متوسط	زیاد	بسیار زیاد
بسیار کم	۶	۳۶	۳۳	۴	۵
کم	۱	۲	۳	۱	۰
متوسط	۱	۱۵	۱۴	۰	۱
زیاد	۲	۳۷	۳۶	۴	۴
بسیار زیاد	۱۵	۱۲۱	۹۵	۱۰	۴
جمع کل	۲۵	۲۱۱	۱۸۱	۱۹	۱۴

ضریب پیرسون: -۰/۰۶۳ - سطح معناداری (Sig.): ۰/۱

بر اساس داده‌های جدول شماره (۵۵ - ۴)؛ با توجه به ضریب پیرسون (-۰/۰۶۳) و سطح معناداری، قابل استناد است که بین «دوست‌یابی (فرهنگ‌پذیری)» و «شکاف نسلی»، رابطه معناداری وجود ندارد زیرا سطح معناداری آن (۰/۱) و بزرگ‌تر از (۰/۰۵) است. بنابراین فرضیه ما رد می‌شود. به سخن دیگر، «فرهنگ‌پذیری از رسانه‌های الکترونیکی (اینترنت) در شکاف نسلی بین والدین و فرزندان خانواده‌های تهرانی موثر نیست».

۳- جدول توافقی سنجش رابطه‌ی برخورداری مخاطب از اینترنت و شکاف نسلی

شکاف نسلی	برخورداری مخاطب				
	بسیار کم	کم	متوسط	زیاد	بسیار زیاد
بسیار کم	۱۰	۸۱	۵۸	۷	۴
کم	۶	۳۹	۳۶	۷	۴
متوسط	۷	۷۷	۷۵	۵	۴
زیاد	۲	۸	۸	۰	۱
بسیار زیاد	۰	۶	۴	۰	۱
جمع کل	۲۵	۲۱۱	۱۸۱	۱۹	۱۴

سطح معناداری (Sig.): ۰/۴

ضریب پیرسون: ۰/۰۳۶

بر اساس داده‌های جدول شماره (۵۶ - ۴)؛ با توجه به ضریب پیرسون (۰/۰۳۶) و سطح معناداری، قابل استناد است که بین «برخورداری مخاطب از اینترنت» و «شکاف نسلی»، رابطه معناداری وجود ندارد زیرا سطح معناداری آن (۰/۴) و بزرگ‌تر از (۰/۰۵) است. بنابراین فرضیه ما رد می‌شود. به سخن دیگر، «برخورداری مخاطب از رسانه‌های الکترونیکی (اینترنت) در شکاف نسلی بین والدین و فرزندان خانواده‌های تهرانی موثر نیست».

۴- جدول توافقی سنجش رابطه‌ی استفاده از اینترنت و شکاف ارزشی

کل	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	شکاف ارزشی
						استفاده از اینترنت
۱۰۱	۱	۱۵	۲۱	۶	۵۸	بسیار کم
۹۰	۴	۱۴	۲۶	۲	۴۴	کم
۱۸۷	۱	۲۷	۵۹	۹	۹۱	متوسط
۵۳	۱	۸	۱۳	۰	۳۱	زیاد
۱۹	۰	۳	۳	۲	۱۱	بسیار زیاد
۴۵۰	۷	۶۷	۱۲۲	۱۹	۲۳۵	جمع کل

ضریب پیرسون: ۰/۰۰۳ سطح معناداری (Sig.): ۰/۹

بر اساس داده‌های جدول شماره (۵۷ - ۴)؛ با توجه به ضریب پیرسون (۰/۰۰۳) و سطح معناداری، قابل استناد است که بین «استفاده از اینترنت» و «شکاف ارزشی»، رابطه معناداری وجود ندارد زیرا سطح معناداری آن (۰/۹) و بزرگ‌تر از (۰/۰۵) است. بنابراین فرضیه ما رد می‌شود. به سخن دیگر، «رسانه‌های الکترونیکی (اینترنت) در شکاف ارزشی والدین و فرزندان خانواده‌های تهرانی موثر نیست».

۵- جدول توافقی سنجش رابطه‌ی استفاده از اینترنت و شکاف رفتاری

کل	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	شکاف رفتاری
						استفاده از اینترنت
۱۰۱	۶	۱۲	۵	۰	۷۸	بسیار کم
۹۰	۱	۱۲	۶	۱	۷۰	کم
۱۸۷	۴	۳۱	۲۴	۱	۱۲۷	متوسط
۵۳	۲	۶	۲	۱	۴۲	زیاد
۱۹	۲	۵	۳	۲	۷	بسیار زیاد
۴۵۰	۱۵	۶۶	۴۰	۵	۳۲۴	جمع کل

ضریب پیرسون: ۰/۰۸۵ سطح معناداری (Sig.): ۰/۰۷

بر اساس داده‌های جدول شماره (۵۸ - ۴)؛ با توجه به ضریب پیرسون (۰/۰۸۵) و سطح معناداری، قابل استناد است که بین «استفاده از اینترنت» و «شکاف رفتاری»، رابطه معناداری وجود ندارد زیرا سطح معناداری آن (۰/۰۷) و بزرگ‌تر از (۰/۰۵) است. بنابراین فرضیه ما رد می‌شود. به سخن دیگر، «رسانه‌های الکترونیکی (اینترنت) در شکاف رفتاری میان والدین و فرزندان خانواده‌های تهرانی موثر نیست».

۶- جدول توافقی سنجش رابطه‌ی استفاده از اینترنت و شکاف ارتباطی

کل	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	شکاف ارتباطی
						استفاده از اینترنت
۱۰۱	۱	۱۰	۱۵	۰	۷۵	بسیار کم
۹۰	۰	۹	۹	۲	۷۰	کم
۱۸۷	۰	۱۴	۲۰	۱	۱۵۲	متوسط
۵۳	۰	۵	۸	۰	۴۰	زیاد
۱۹	۰	۰	۵	۱	۱۳	بسیار زیاد
۴۵۰	۱	۳۸	۵۷	۴	۳۵۰	جمع کل

ضریب پیرسون: $-0/023$ - سطح معناداری (Sig.): $0/4$

بر اساس داده‌های جدول شماره (۵۹ - ۴)؛ با توجه به ضریب پیرسون ($-0/033$) و سطح معناداری، قابل استناد است که بین «استفاده از اینترنت» و «شکاف ارتباطی»، رابطه معناداری وجود ندارد زیرا سطح معناداری آن ($0/4$) و بزرگ‌تر از ($0/05$) است. بنابراین فرضیه ما رد می‌شود. به سخن دیگر، «رسانه‌های الکترونیکی (اینترنت) در شکاف ارتباطی میان والدین و فرزندان خانواده‌های تهرانی موثر نیست».

۷- جدول توافقی سنجش رابطه‌ی استفاده از اینترنت و شکاف نگرشی

کل	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	شکاف نگرشی
						استفاده از اینترنت
۱۰۱	۴	۱۶	۱۵	۳	۶۳	بسیار کم
۹۰	۲	۲۱	۱۰	۷	۵۰	کم
۱۸۷	۱	۳۵	۲۸	۶	۱۱۷	متوسط
۵۳	۱	۱۵	۵	۱	۲۱	زیاد
۱۹	۰	۴	۳	۰	۱۲	بسیار زیاد
۴۵۰	۸	۹۱	۶۱	۱۷	۲۷۳	جمع کل

ضریب پیرسون: $0/004$ - سطح معناداری (Sig.): $0/9$

بر اساس داده‌های جدول شماره (۶۰ - ۴)؛ با توجه به ضریب پیرسون ($0/004$) و سطح معناداری، قابل استناد است که بین «استفاده از اینترنت» و «شکاف نگرشی»، رابطه معناداری وجود ندارد زیرا سطح معناداری آن ($0/9$) و بزرگ‌تر از ($0/05$) است. بنابراین فرضیه ما رد می‌شود. به سخن دیگر، «رسانه‌های الکترونیکی (اینترنت) در شکاف نگرشی میان والدین و فرزندان خانواده‌های تهرانی موثر نیست».

۸- جدول توافقی سنجش رابطه‌ی سن پاسخ‌گوها و شکاف نسلی

کل	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	بسیار کم	شکاف نسلی
						سن
۱۲۵	۵	۷	۵۳	۴۷	۱۳	۱۵ تا ۲۰ سال
۱۳۶	۶	۶	۵۲	۶۷	۵	۲۱ تا ۲۵ سال
۹۹	۰	۴	۴۰	۵۴	۱	۴۰ تا ۴۵ سال
۴۱	۱	۰	۱۹	۲۰	۱	۴۶ تا ۵۰ سال
۲۰	۱	۱	۸	۸	۲	۵۱ تا ۵۵ سال
۲۹	۱	۱	۹	۱۵	۳	۵۶ تا ۶۰ سال
۴۵۰	۱۴	۱۹	۱۸۱	۲۱۱	۲۵	جمع کل

ضریب پیرسون: $-0/048$ - سطح معناداری (Sig.): $0/3$

بر اساس داده‌های جدول شماره (۶۱ - ۴)؛ با توجه به ضریب پیرسون ($-0/048$) و سطح معناداری، قابل استناد است که بین دو متغیر زمینه‌ای مستقل «سن» و متغیر وابسته «شکاف نسلی»، رابطه معناداری وجود ندارد زیرا سطح معناداری آن ($0/3$) و بزرگ‌تر از ($0/05$) است.

نتیجه‌گیری:

فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و بزرگراه‌های اطلاعاتی آن، به ویژه اینترنت، ماهواره و ... منجر به تحول در شدت و میزان ارتباط انسان‌ها در گستره جهان شده و تحولی کیفی در شیوه ارتباط انسان‌ها با یکدیگر ایجاد کرده است. امروزه استفاده از اینترنت به عنوان یکی از رسانه‌های الکترونیکی که بیش از دیگر رسانه‌های جدید، شرایط مناسب و مطلوبی برای ارتباط دوسویه مخاطب خود فراهم ساخته است، بهره‌گیری از انبوهی از اطلاعات در کوتاه‌ترین زمان و برقراری ارتباط گفتاری، نوشتاری و دیداری با هزینه‌ای بسیار اندک را به گونه‌ای فراهم آورده که هیچ‌گیزی از آن نیست. فضای مجازی و حضور در آن، خود به حقیقتی تبدیل شده است که تصور دنیای واقعی را بدون این جهان مجازی، غیرممکن می‌سازد. ظهور این پدیده اگرچه خود معلول نیازها و تحولات متعددی از سوی انسان و برای انسان بوده، اما پس از ظهور و گسترش آن، خود عامل و منشاء تحولات و پیامدهای بی‌شماری گردیده است. تغییر و تحول‌پذیری از این فن‌آوری جدید ارتباطی، سبب پیدایش و بروز ایده‌ها و رویکردهای نو و خلاقانه‌ای می‌شود که از یک‌سو فاصله با گذشته و پیشینیان را بیش‌تر می‌کند و از سوی دیگر با ایجاد شتابی مضاعف در این حرکت، فاصله‌ها را بیش‌تر و عمیق‌تر می‌نماید.

از این‌رو و براساس همین تصور وجود فاصله و شکاف میان دو نسل از جامعه به عنوان فرزندان و والدین که در کنار هم و با هم به زندگی در کلان‌شهری چون تهران مشغولند، موضوع این تحقیق قرار گرفت و با مطالعه و بررسی موضوع و اندازه‌گیری و سنجش تاثیر اینترنت بر ایجاد شکاف نسلی، علاوه بر آمار و تحلیل‌های پیش‌گفته، به نتایج دیگری می‌توان دست یافت، از جمله:

یافته‌ها و برون‌داد این پژوهش گویای آن است که اگر چه $66/4$ درصد از افراد هر دو نسل مورد نظر این تحقیق، ظهور و بروز این پدیده جدید را در مخالفت با ارزش‌های سنتی جامعه و یا حذف آنها می‌دانند، اما بیشینه‌ی آنها اینترنت را به عنوان رسانه دل‌خواه برای کسب آگاهی یا سرگرمی و تفریح خود برمی‌گزینند و به طور معمول بین ۱ تا ۲ ساعت وقت شبانه‌روزی خود را به جستجو در آن می‌پردازند. بیش از نیمی از آنها با $53/2$ درصد، در شبکه‌های مجازی عضویت دارند و بیش‌ترین گزینه‌ی مورد دلخواه آنها برای اشتراک‌گذاری در این شبکه‌ها عکس، فیلم، شعر و موسیقی است. در حالی که «مسائل روز فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، و...» و «باورهای دینی، مذهبی و آیینی»، به ترتیب با $4/9$ درصد و $3/3$ درصد انتخاب شده‌اند که نشان از دغدغه اندک آنها نسبت به این موارد دارد.

هم‌چنین با استناد به یافته‌های دیگری از این پژوهش می‌توان گفت: نهاد اجتماعی خانواده در بطن جامعه‌ای که در کلان‌شهر تهران زندگی می‌کنند، کماکان یک کانون قابل اتکا و اعتمادی برای هر دو نسل مورد مطالعه این پژوهش است چرا که از یک‌سو، به طور معمول و میانگین ۲ تا ۳ ساعت از وقت شبانه‌روزی در ارتباط مستقیم با اعضای خانواده سپری می‌شود و از سوی دیگر، $44/7$ درصد و $19/8$ درصد به ترتیب «پدر یا مادر» و «همسر» را به عنوان نخستین معتمد یا مشاور خود برگزیدند و هم، بیشینه‌ی آنها با $45/8$ درصد نخستین اولویت خود را برای سپری کردن اوقات فراغت‌شان، گزینه «تفریح با خانواده» را تعیین کردند. هم‌چنین ضمن ضروری دانستن ارتباط فامیلی و خانوادگی و رفت و آمد با خویشاوندان به میزان «زیاد» و «خیلی زیاد» در مجموع با $62/2$ درصد فراوانی، $36/9$ درصد نیز در حد «متوسط» به برقراری رفتار سنتی میان والدین و فرزندان و انجام بی‌قید و شرط توصیه‌ی بزرگ‌ترها معتقدند.

بخش دیگری از یافته‌های این پژوهش مستدل بر این است که «محتوای اینترنت» و «برقراری ارتباط در این فضای مجازی» بر ایجاد شکاف نسلی میان فرزندان و والدین خانواده‌های تهرانی تاثیر دارند. اما دوست‌یابی به عنوان یکی از شقوق «فرهنگ پذیری» و هم‌چنین برخورداری آنها از اینترنت تاثیری در شکاف میان این دو نسل ندارند. فرضیه‌های دیگر این تحقیق که با ارزیابی و اندازه‌گیری شاخص‌هایی چون «شکاف ارزشی»، «شکاف رفتاری»، «شکاف ارتباطی» و «شکاف نگرشی» در پی اثبات تاثیر اینترنت بر شکاف نسلی میان والدین و فرزندان خانواده تهرانی بود، رد شد و گواه بر آن دارد که اینترنت بر ایجاد این شکاف‌ها بی‌تاثیر است.

نکته‌ی حائز اهمیت که به عنوان بخش دیگری از یافته‌های این پژوهش قابل استناد است، این است که اگرچه شکاف ارزشی میان این دو نسل وجود ندارد و فرضیه تاثیر اینترنت بر آن نیز رد شد و از طرفی، میزان پای‌بندی به ارزش‌های دینی در حدی است که ۵۳/۸ درصد، معتقد به وجوب حجاب اسلامی و رعایت آن در مجالس مختلط، حتی به دور از چشم ماموران نیروی انتظامی هستند و بیشینه‌ی افراد، انجام کارهای نیک به جای نماز خواندن مطابق آداب آن را مورد رضایت خداوند نمی‌دانند و انجام فریضه نماز را یک امر واجب و غیر جایگزین با هر عمل دیگری می‌دانند و علاوه بر این‌ها، معتقدند که به افرادی که فاقد عقاید دینی هستند نباید اجازه صحبت کردن داد، اما از میان همین گروه و با همین طرز تلقی از ارزش‌ها، بیشینه آنها از هر دو نسل فرزندان و والدین، با ۸۳/۵ درصد، «دروغ‌گویی» را برای بدست آوردن پول یا حفظ منافع فردی‌شان، جایز می‌دانند و نگران آبروریزی پس از رسوایی و برملا شدن دروغ‌شان هم نیستند. به سخن دیگر، با توجه به رد فرضیه «تاثیر اینترنت بر شکاف ارزشی»، می‌توان گفت: افراد این دو نسل نه تنها دروغ‌نگفتن را یک ارزش دینی یا فرهنگی تلقی نمی‌کنند، بلکه به نظر می‌رسد دروغ‌گویی به یک ارزش تبدیل شده است.

پیشنهادات تحقیق:

- ۱- پیشنهاد می‌شود برای همین موضوع با استفاده از روش آزمایشی و مقایسه تطبیقی دو نسل، تحقیقاتی انجام پذیرد تا از تجمیع نتایج و یافته‌ها، دست‌آوردهای جامع‌تر و کاربردی‌تری حاصل آید.
- ۲- پیشنهاد می‌شود شاخص‌ها و مولفه‌های این تحقیق از قبیل، شکاف نگرشی، شکاف ارتباطی، شکاف ارزشی و شکاف رفتاری، هر یک موضوع جداگانه و جدیدی برای تحقیق‌های آتی قرار گیرد تا نتایج دقیق‌تری بدست آید.

محدودیت‌های تحقیق:

- نخستین محدودیت موجود در این تحقیق، نو و جدید بودن موضوع بود.
- زمان‌بر بودن تحقیق
- گستره وسیع جامعه نمونه آماری
- در این پژوهش تنها تاثیر متغیر اینترنت بر شکاف نسلی مورد مطالعه قرار گرفته است، حال آن‌که علوم انسانی و اجتماعی از پیچیدگی‌ها و ویژگی‌های منحصر بفردی برخوردار است .

فهرست منابع:

- دهقان، علی‌رضا، کاربرد نظریه‌های ارتباطات، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۷۶
- رابرتسون، رونالد، جهانی شدن تئوری‌های اجتماعی و فرهنگ جهانی، تهران، ترجمه کمال پولادی، نشر ثالث، ۱۳۸۲
- رحیمی، محمد، مقاله شکاف نسلی در رویکردهای جامعه‌شناختی، تهران، پایگاه تخصصی علوم اجتماعی، ۱۳۹۰
- رزاقی، افشین، نظریه‌های ارتباطات اجتماعی، تهران، ۱۳۸۵
- ساروخانی، باقر، مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی خانواده، تهران، انتشارات سروش، ۱۳۸۲
- کاستلز، مانوئل، جامعه شبکه‌ای و عصر اطلاعات، قدرت هویت (جلد دوم)، تهران، ترجمه حسن چاوشیان، انتشارات طرح نو، ۱۳۸۰
- Bocoock, R. and Thompson, K. (eds) (1992). Social and Cultural Forms of Modernity. Cambridge. Polity Press.
- Dassbach, charl, H. A. (1995) "long waves and Historical generation" A world system approach, Michigan Technological university, Dep.of. social sciences.
- Manuel Castells, "The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society", Paperback, 2003.
- Schwartz, shalom H. & Etta prince – Gibson (1998) "value priorities