

نقش استفاده از فضای مجازی بر روابط عاطفی زوجین
(مطالعه موردی: خانواده‌های تهرانی)

وحید شالچی^۱

عطیه رضایی فرح‌آباد^۲

مسعود تقی‌آبادی^۳

تاریخ وصول: ۹۸/۱۲/۲۵

تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۴/۰۹

چکیده

پژوهش حاضر تحت عنوان «تأثیر استفاده از فضای مجازی بر روابط عاطفی زوجین» در بین خانواده‌های تهرانی که از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنند، در نیمه نخست سال ۱۳۹۷، انجام گرفته است. چارچوب نظری تحقیق ملهم از نظریات رابطه ناب و عشق سیال به تبیین مسأله پرداخته است. روش تحقیق در این پژوهش پیمایش و ابزار جمع‌آوری داده‌ها نیز پرسشنامه است. ۳۸۴ نفر از کاربران شبکه مجازی تلگرام به صورت تصادفی به عنوان نمونه انتخاب شدند و پرسشنامه به صورت آنلاین در اختیار آن‌ها قرار گرفته است. نتایج نشان داد که میزان استفاده از فضای مجازی نقشی در روابط عاطفی زوجین ندارد. اما با ابعاد میزان توافق رابطه معکوس و با صادق بودن رابطه مثبت دارد. تنوع در موضوع‌های دنبال شده در شبکه‌های اجتماعی مجازی سبب تقویت روابط عاطفی زوجین می‌گردد و بر ابعاد صمیمیت، میزان توافق و پابندی به تعهدات نقش مثبت و بر بُعد علاقه و محبت نقش منفی دارد، اما این اثرگذاری در سطح ضعیفی می‌باشد. نتایج استفاده از انواع شبکه‌های اجتماعی مجازی و موضوعاتی که در این گروه‌ها دنبال می‌شود می‌تواند سبب شکل‌گیری نوعی از آگاهی در افراد گردد که سبب تقویت روابط عاطفی زوجین گردد.

واژگان کلیدی: فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی، روابط عاطفی، زندگی زناشویی، خانواده‌های

تهرانی.

۱- دانشیار گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

۲- دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی، دانشگاه غیر انتفاعی رفاه، تهران، ایران. (نویسنده مسئول).

atiyerezayi.1369@gmail.com

۳- دانشجوی دکتری علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

مقدمه

گسترش استفاده از اینترنت و فضای مجازی در تعاملات روزمره منجر به ایجاد تغییر در زندگی روزمره افراد شده است. سهولت استفاده و دسترسی به فناوری، به طور فزاینده‌ای تأثیر زیادی در رابطه با افراد دیگر گذاشته است. جاذبه‌های این فضا منجر شده افراد ساعات زیادی از روز را در این فضا گذرانده و تعاملات در این فضا را جایگزین تعاملات رودررو با خانواده و دوستان خود کنند. تأثیر فضای مجازی بر ارتباطات انسانی امری اثبات شده است و بدون تردید فضای مجازی، با زندگی روزمره‌ی تک‌تک افراد خانواده گره خورده و رابطه افراد خانواده با یکدیگر از جمله زن و شوهر، پدر و فرزند، مادر و فرزند و فرزندان با یکدیگر را تحت تأثیر قرار داده است. به‌زعم تامپسون نیز تحول و توسعه رسانه‌های ارتباطی، ترکیب و سرشت زندگی اجتماعی را تغییر داده و اشکال جدیدی از تعامل و عمل را به‌وجود آورده است. ون دایک نیز معتقد است که شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ای به‌گونه‌ای فزاینده روابط خود را در شبکه‌های رسانه‌ای سامان می‌دهد؛ شبکه‌هایی که به تدریج جایگزین شبکه‌های اجتماعی ارتباطات رودررو می‌شوند یا آن‌ها را تکمیل می‌کنند. این بدان معنی است که شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ای در حال شکل دادن به «شیوه‌ی سازمان‌دهی» اصلی و «ساختارهای» بسیار مهم جامعه مدرن هستند (ون دایک به نقل از اکبرزاده جهرمی، ۱۳۹۵: ۱۱).

با آمدن شبکه‌های اجتماعی مجازی، نسل جدیدی از زندگی در فضای مجازی شکل گرفت و در روابط میان فردی با شکل سنتی آن تفاوت پیدا کرد و نقش غیر قابل انکاری بر روابط اجتماعی بر جای گذاشت. امروزه شبکه‌های اجتماعی مجازی یکی از پرطرفدارترین رسانه‌ها هستند که مخاطبان بسیاری دارند. ویژگی‌های تعاملی و ایجاد بستر برای ایجاد روابط اجتماعی از دلایل مورد استقبال واقع شدن شبکه‌های اجتماعی است که با قابلیت‌هایی که در اختیار کاربران قرار می‌دهد به پنج اولویت اول کاربران اینترنت تبدیل شده‌اند (اسلامی، ۱۳۹۲). در واقع تا پیش از ظهور فضای مجازی و ترویج گوشی‌های موبایل هوشمند، افراد بیشتر به‌صورت شفاهی با یکدیگر صحبت می‌کردند و احساسات و عواطف خود را به‌صورت رودررو با نزدیکانشان در میان می‌گذاشتند. اما امروزه با گسترش فضای مجازی و ترویج شبکه‌های اجتماعی، روابط بین افراد به پیام‌های نوشتاری، صوت‌ها و ویدئوهای کوتاه محدود شده که همین مسأله باعث می‌شود افراد نتوانند مفهوم صحبت خود را به‌درستی مانند ارتباط رودررو به مخاطبشان منتقل کنند که این امر باعث مشکلات بسیاری در روابط میان افراد در سطح خانواده، دوستان، خویشاوندان و . . . می‌شود. مبرهن است که امروزه فضای مجازی وارد زندگی بسیاری از خانواده‌ها شده است و در روابط میان اعضای خانواده تأثیرات بسیار داشته است. خانواده از ارکان عمده و از نهادهای اصلی هر جامعه و یکی از گروه‌هایی است که می‌تواند نیازهای عاطفی مادی و معنوی انسان را برطرف سازد (ساروخانی به نقل از ثنائی، ۱۳۷۰).

در حقیقت از آنجایی که خانواده بنیادی‌ترین نهاد اجتماع است و حفظ کارکردهای آن برای جامعه اهمیت زیادی دارد؛ به همین دلیل باید آن را از آسیب‌های تغییراتی که در گذر زمان در جامعه رخ می‌دهد، حفظ کرد. تأثیر اینترنت بر زندگی خانوادگی موجب نگرانی برخی جامعه‌شناسان شده است. به تعبیر گیدنز «برخی از جامعه‌شناسان، بیم آن دارند که گسترش فن‌آوری اینترنت به انزوا و انفراد اجتماعی روزافزون منجر بشود. بنابر استدلال آنان، یکی از آثار و عواقب دسترسی فزاینده به اینترنت در خانواده‌ها، این است که مردم اوقات مفید خود را کمتر با خانواده و دوستان می‌گذرانند» (گیدنز، ۱۳۷۸: ۶۸۳). با تأسی از نظرات گیدنز می‌توان اذعان داشت که عوامل گوناگونی موجب آسیب دیدن پیوند عاطفی خانواده شده و انسجام آن را به مخاطره می‌اندازند. یکی از عوامل اثرگذار بر گسستگی انسجام خانواده، گسترش همین رسانه‌ها و استفاده افراطی از آن‌ها می‌باشد. به این صورت که رسانه‌ها به دلیل کارکرد متنوع خود و ایجاد تغییرات پیوسته، به تدریج جای ارتباط بین فردی از نوع چهره به چهره را گرفته و توانسته‌اند فضای انفرادی را به جای فضای جمعی و اجتماعی خانواده حاکم کنند، به طوری که گسترش تکنیکی رسانه‌ها ارتباط مستقیمی با فردگرایی و دوری از گروه را نشان می‌دهد. در این مسیر، تعامل فرد با رسانه الکترونیکی و غیر احساسی شکل می‌گیرد و به دلیل برتری تکنولوژیکی و تجهیز فنی ابزارهای رسانه‌ای، نوعی رعب فرهنگی و انفعال شخصیتی در فرد ایجاد می‌شود. نتیجه این می‌شود که افراد خانواده به جای گفت‌وگوی صمیمی با یکدیگر با ابزارهای الکترونیکی ارتباط برقرار می‌کنند، ارتباطی که فاقد بار عاطفی و احساسی است. این آسیب در دو نوع ارتباط، بیشتر خود را نشان می‌دهد: یکی ارتباط بین فرزندان و والدین و دیگری ارتباط بین زن و شوهر. حال با این اوصاف هدف از این نگارش این تحقیق بررسی تأثیر فضای مجازی بر روابط عاطفی زوجین و بررسی تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی در روابط عاطفی زوجین است. به همین منظور این تحقیق بر آن است تا با توجه به اهمیت و جایگاه خانواده در جامعه ایرانی و بالأخص روابط زن و شوهر، نقش استفاده از فضای مجازی بر روابط عاطفی زوجین را مورد مطالعه قرار دهد.

در باب موضوع این تحقیق تحقیقاتی چند به بررسی رابطه اینترنت و فضای مجازی با زندگی زناشویی و خانواده و ... در داخل و خارج پرداخته‌اند که به شرح زیر است:

بختیاری (۱۳۹۴)، در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر فناوری‌های نوین ارتباطی بر جوانان (اینترنت)» به معضلات فردی و اجتماعی پیامدهای استفاده نادرست از اینترنت بر جوانان پرداخته است. تحقیق سه سؤال پژوهشی در مورد ویژگی‌های رسانه‌ای اینترنت، معضلات امنیتی، پیامدهای نامناسب اجتماعی در خانواده و راهکارهای اصلاح و بازنگری آن طرح و مورد بررسی واقع شده است. این تحقیق تأثیر فناوری‌های نوین ارتباطی بر جوانان را مورد مطالعه قرار داده و به طور خاص به روابط اعضای متأهل نپرداخته است.

خواجه نژادیان (۱۳۹۱)، در پژوهش خود با عنوان «تبیین نقش فیسبوک در زندگی زناشویی اعضا متأهل ایرانی خود» به این نتیجه رسید که خانواده‌های ایرانی فعال در این شبکه‌ها عمدتاً خانواده‌های

جوان می‌باشند، در معرض خطر انحراف در سبک زندگی متعالی خود خواهند بود.

ابراهیم‌پور کومله و کامیان خزایی (۱۳۹۱)، در پژوهش خود با عنوان «آسیب‌های نو پدید؛ شبکه‌های اجتماعی مجازی در کمین خانواده‌ی ایرانی» به آسیب‌های نو پدید ناشی از ماهواره، بازی‌های رایانه‌ای، تلفن همراه و اینترنت پرداخته شده است. والدین چندان با اینترنت و فضای مجازی آشنایی ندارند و فرزندان آن‌ها جهت برقراری تماس با دوستان قدیمی و یافتن دوستان جدید و به اشتراک نهادن اطلاعات شخصی و موضوعات مورد علاقه‌شان در شبکه‌های اجتماعی مجازی عضو می‌شوند و اغلب نیز از خطراتی که در کمین آن‌هاست، آگاه نیستند.

شهریاری (۱۳۹۴)، در پژوهشی با عنوان «شبکه‌های اجتماعی و پیامدهای آن در خانواده» به این نتیجه رسید که شبکه‌های اجتماعی نقش پررنگی در دنیای امروز دارند و نمی‌توان آن‌ها را نادیده گرفت. این سایت‌ها بر ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی افراد و در سطح کشورها و حتی بین‌الملل تأثیرگذارند. نتایج حاصل از این تحقیق حاکی از تأثیر بالای شبکه‌های اجتماعی بر خانواده بالاخص فرزندان می‌باشد بنابراین کنترل استفاده از این شبکه‌ها در خانواده‌ها امری ضروری است.

مک دنیل، دروین و کراونس (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه استفاده از سایت‌های رسانه‌های اجتماعی و رضایت زناشویی» این بحث را مطرح کردند که استفاده زیاد از رسانه‌های اجتماعی ممکن است به‌طور بالقوه، به روابط عاشقانه، مانند برقراری ارتباط با شرکای جایگزین منجر شود که این امر می‌تواند منجر به تعارض زناشویی یا طلاق شود. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که تنها تعداد کمی از زوج‌ها با استفاده زیاد از شبکه‌های اجتماعی مرتکب خیانت زناشویی گردیدند. با این حال، استفاده بیشتر از رسانه‌های اجتماعی به‌طور قابل توجهی منجر به رضایت زناشویی کمتر و اضطراب بیشتری در مردان و زنان مورد مطالعه گردید.

اما آنچه این تحقیق را نسبت به سایر تحقیق‌ها لازم‌اجرا می‌کند بحث قلمروی موضوعی و توجه به ابعاد اثرگذاری فضای مجازی و شبکه‌ها بر روابط عاطفی زوجین است. در حالی که سایر تحقیق‌ها به تأثیر آن بر زندگی زناشویی پرداخته‌اند هیچ کدام به تأثیراتش بر روابط عاطفی نپرداخته و این تحقیق از این حیث دارای رویکردی نو به مسأله می‌باشد.

در اهمیت پرداخت به بحث فضای مجازی و نقش آن در ابعاد مختلف زندگی باید گفت که در دنیای مدرن اینترنت یک جریان وسیع و در حال رشد است که در دسترس شبکه‌های ارتباطی کامپیوتری قرار دارد. کاربرد تا این حد گسترده‌ی اینترنت در سطح جهان، ارتباطات از مجرای کامپیوتر را تا این حد آسان کرده که مزیت‌های همه‌ی فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات از گذشته در ویژگی‌های اینترنت خلاصه می‌شوند (لی و لی، ۲۰۱۰). یکی از تأثیراتی که اینترنت بر زندگی مردم می‌گذارد، این است که راه ارتباط آن‌ها را با دیگران تغییر می‌دهد. اینترنت با چندین روش مختلف مثل ایمیل، پیام‌رسان فوری (مسنجر)، گفت‌وگوی برخط (آنلاین)، اعلانات الکترونیکی، وبلاگ و شبکه‌های اجتماعی از قبیل تلگرام،

اینستاگرام، واتس‌آپ، لاین و ... جایگاه خود را به‌عنوان روشی برای ارتباط، محکم کرده است. این کارکرد تعاملی میان فردی به افراد این امکان را می‌دهد که آنلاین شده و با دیگران ارتباط داشته باشند، خصوصاً با سرعت بالا و قیمت نسبتاً کم، با توجه به زمان و فاصله. به این دلایل، اکنون اینترنت در حال تبدیل شدن به بخشی از زندگی روزمره نه‌تنها در جوامع پیشرفته، بلکه در غالب گروه‌های اجتماعی در اکثر دنیا است.

محققان اظهار می‌کنند که استفاده از اینترنت روابط میان افراد را با تکنولوژی‌های پیشرفته بهبود می‌بخشد و شبکه‌های ارتباط اجتماعی را قوی‌تر می‌کند. آن‌ها اظهار داشتند که جامعه می‌تواند از اطلاعات توزیع شده به‌صورت آنلاین بهره‌بردار و اینکه این اطلاعات جامعه را بیشتر مؤثر و متصل می‌کند (ولمن، ۲۰۰۱). یکی از بزرگترین نقاط قوت اینترنت این است که از محدودیت‌های فضا و زمان فراتر می‌رود و یک مکان مجازی برای ملاقات فراهم می‌آورد که از طریق آن افراد می‌توانند روابط اجتماعی خود را با دیگران حفظ کنند (پاپاچاریسی، ۲۰۰۹). اینترنت به مردم امکان می‌دهد که با گسترش مرزهای شبکه‌های ارتباط اجتماعی از زندگی واقعی به فضاهای مجازی، با توده‌ای از مخاطبان روبه‌رو شوند؛ بنابراین تعاملات جهانی میان مردم که علایق مشترک دارند را پرورش می‌دهد (رن، کرات و کیزلر، ۲۰۰۷).

ولمن، هاس، ویت و همپتون (۲۰۰۱) همچنین ادعا می‌کنند که اینترنت نقش مثبتی در زندگی مردم داشته است. آن‌ها از این موضوع دفاع می‌کنند که اینترنت نه‌تنها روابط اولیه با دوستان و اقوام را به‌طور آنلاین بهبود می‌بخشد، بلکه روابط آنلاین را هم زیاد می‌کند، که مثال آن روابط رودررو و روابط تلفنی است. اینترنت روابط میان اعضای شبکه‌ی ارتباطی را قوی می‌کند، به این وسیله که هر چه بیشتر از نیازهای یکدیگر با خبر می‌شوند، ایمیل‌ها، عکس‌ها و اطلاعات بیشتری رد و بدل می‌کنند. یافته‌های کول (۲۰۰۰) نیز از نقش مرکزی اینترنت در زندگی مردم حمایت می‌کند: «بسیاری از کاربران اینترنت مردمی اجتماعی هستند که زمان زیادی را با خانواده و دوستان خود می‌گذرانند و در فعالیت‌های متنوعی در بیرون شرکت می‌کنند. به‌علاوه، فعالیت‌های آنلاین، آگاهی بومی افراد را زیاد می‌کند، فعالیت‌های خودمحور را کم می‌کند و جنبش‌های سیاسی را تهییج می‌کند». همچنین باید گفت، فضاهای سایبری دنیای جدیدی به‌وجود می‌آورند که از دنیای فیزیکی رونویسی شده است. سایت‌های شبکه اجتماعی باعث ایجاد اجتماع و ساخت هویت جدید می‌باشند و در وهله‌ی اول حول یک گروه مخاطب ایجاد شده، هرچند در عمل در ورای بازار مقصد فعالیت می‌کنند.

در بیشتر سایت‌های شبکه اجتماعی، هدف کاربر آشنا شدن با افراد جدید نیست، بلکه می‌خواهد ارتباطش را با گروه دوستان و آشنایانش حفظ کند (بوید و ایلسون، ۲۰۰۷). و برای انجام این کار، ارائه‌ی پروفایل و نشان دادن ارتباط با دیگران به‌طور عمومی، مبنای تعامل در سایت‌های شبکه‌ی اجتماعی است (بوید و ایلسون، ۲۰۰۷؛ بوید و هیر، ۲۰۰۶؛ دونات، ۲۰۰۷؛ دونات و بوید، ۲۰۰۴). به نقل از

پاپاچاریسی، ۲۰۰۹). سایت‌های شبکه‌ی اجتماعی به‌واسطه‌ی جایگاه‌های متنوع خود، انواع مختلفی از تعامل را ارائه می‌دهند. مهم‌تر اینکه، سایت‌های شبکه اجتماعی به‌واسطه‌ی تقویت تعامل، که در وهله‌ی اول بین فردی است و بر مبنای معیارهای تعامل روزمره که به شکل آنلاین درآمد، شخصیت اجتماعی و رفتارهای فرد را در دنیای واقعی تحت تأثیر قرار داده است.

اما از سوی دیگر یکی از رهیافت‌های ساختاری در جامعه‌شناسی نوین، نظریه شبکه است. دیدگاه شبکه به تحلیل ساخت اجتماعی می‌پردازد و ضمن توجه به کل ساخت، الگوی روابط موجود در داخل ساخت را نیز بررسی می‌کند. بنابراین، در روش تحلیل شبکه، توجه اساساً معطوف به کم و کیف، شکل و محتوای روابط و آرایش آن‌هاست تا خصوصیات و صفات کنشگران (چلبی، ۱۳۷۳: ۱۲). یکی از شخصیت‌های مشهور نظریه شبکه الیزابت بات است. بات نظریه خود را با ترکیب دو مفهوم اساسی تبیین می‌کند: جدایی نقش‌های خانوادگی و اتصال به شبکه اجتماعی خانواده. منظور بات از اتصال، میزان آشنایی و دیدارهای میان اشخاصی است که یک خانواده با آن‌ها آشناست، اما مستقل از خانواده‌اند.

زن و شوهری که شبکه روابط اجتماعی متراکم دارند، افراد عضو در شبکه یکدیگر را نمی‌شناسند. پس این احتمال وجود دارد که هنجارهای درون شبکه نیز متنوع و گوناگون بوده و وفاق اجتماعی و همیاری اعضا کمتر باشد. در مقابل زن و شوهری که در یک شبکه اجتماعی پراکنده زندگی می‌کنند، از محیط و دوستان خارج از خانه کمک و حمایتی کسب نمی‌کنند، پس به کمک‌های متقابل به یکدیگر و حتی قبول نقش‌های سنتی یکدیگر مجبور می‌شوند (اعزازی، ۱۳۸۷: ۱۲۳). براساس تحقیقات بات، می‌توان گفت که چگونگی روابط زوجین در درون خانواده به رابطه زوج‌ها با محیط اجتماعی و حمایت‌هایی که از شبکه‌های اجتماعی دریافت می‌کنند بستگی دارد. اگر آن‌ها از پشتیبانی گروه‌های دیگر برخوردار باشند، نیاز کمتری به روابط زناشویی خواهند داشت، و اگر این کمک‌ها و پشتیبانی‌ها نباشد، زن و شوهر به یکدیگر وابستگی متقابل می‌یابند.

در این تحقیق سعی شده است از دو نظریه رابطه ناب‌گیدنز و عشق سیال باومن به‌عنوان چارچوب نظری بهره گرفته شود؛ دلیل اصلی نیز اهمیتی است که این دو صاحب‌نظر بر نقش شبکه‌ها در برساخت روابط قائل هستند. گیدنز با طرح نظریه رابطه ناب به فهم بهتر روابط در دوره مدرن کمک شایانی کرده است؛ به زعم گیدنز (۱۳۸۷: ۲۹۲) نظریه رابطه ناب، دموکراتیک شدن روابط نزدیک و جست‌وجوی خودشکوفایی عاطفی و روابط نزدیک را دگرگون کرده و امکان برقراری «روابط ناب» را در دوره مدرنیته واپسین به‌وجود آورده است؛ روابطی که تنها بر پایه شرایط درونی خودشان، و نه بر حسب عوامل خارجی، تعیین و تعریف می‌شوند. رابطه‌ی ناب رابطه‌ای است که با دیگری به‌عنوان شخص و اینکه چه کسی هست برقرار می‌شود، نه به‌عنوان اینکه چه نقش اجتماعی خاصی دارد و یا در زندگی چه کاری می‌کند (گیدنز، ۱۳۸۲: ۱۸۹). از این رو، رابطه‌ی ناب در روابط زن و مرد، رابطه‌ای است که بر پایه‌ی عشق و علاقه برقرار شود، نه براساس عادات و سنت‌ها.

گیدنز، خاطرنشان می‌سازد که در گذشته آنچه در ایجاد و کیفیت و تداوم ارتباطات خانوادگی نقش اصلی ایفا می‌کرد، دیدگاه‌های سنتی و عملکردهای ساخت‌یافته در طول زمان بود؛ زیرا نتیجه‌ی بازاندیشی کنش، تداوم و بازتولید همان ساختارها بود؛ اما در دوره‌ی مدرن به‌دلیل تحولات نسبتاً عمیقی که در عرصه‌ی خانواده اتفاق افتاده است و به‌دلیل برخی ویژگی‌های عصر مدرن، از جمله توسعه‌ی علم و تکنولوژی، ماهیت روابط در عرصه‌ی خانواده تغییر یافته و از چارچوب ساختارهای سنتی به‌سوی شکل‌گیری روابطی متفاوت و نسبتاً رها از قیودات و محدودیت‌های گذشته و به‌عبارت دیگر روابط ناب حرکت نموده است. حتی امروزه، رابطه‌ی ناب در ارتباط والدین و فرزندان نیز، خود را نشان می‌دهد؛ چرا که امروزه، فرزندآوری و بچه‌دار شدن نیز به دلایل عاطفی صورت می‌گیرد و نه به دلایل اقتصادی (گیدنز، ۱۳۸۷، ۱۰۳-۹۷). به‌طور خلاصه می‌توان گفت گیدنز در رابطه ناب به تغییر ارتباطات انسان‌ها اشاره می‌کند که در گذشته تنها به‌دنبال سود و مصلحت بوده‌اند، اما هم‌اکنون در پی روابط ناب هستند؛ روابطی که برای آن‌ها تعهد، صمیمیت و اعتماد متقابل به ارمغان بیاورد، فارغ از الزامات محیطی باشد و هرگاه بخواهند بتوانند آن روابط را پایان دهند. آنچه هم‌اکنون برای افراد مهم است، خود رابطه، تعهد و صمیمیت و اعتماد است، نه مزایای اقتصادی و اجتماعی» (گیدنز، ۱۳۸۴: ۲۹۲).

از طرفی، زیگمونت باومن در کتاب «عشق سیال» با اتخاذ یک رویکرد منتقدانه به مدرنیته سیال، به شدت عشق‌های امروزی را مورد انتقاد قرار می‌دهد و با برشمردن ویژگی‌های عشق راستین، عشق‌های نیمه‌بند امروزی را نتیجه مناسبات نظام سرمایه‌داری می‌داند (باومن، ۱۳۸۷: ۲۷). در کل از نظر باومن، عشق سیال بر روابط جنسی و نیز تولید مثل و روابط والدین با کودکان نیز اثر گذاشته است. «تفکیک مشهور رابطه جنسی از تولید مثل، متکی به رابطه قدرت است. این جدایی محصول مشترک موقعیت زندگی سیال مدرن و مصرف‌گرایی به‌عنوان تنها راهبرد انتخابی موجود است، راهبردی مبتنی بر جستجو برای یافتن راه حل‌های فردی برای مشکلاتی که به‌طور اجتماعی به وجود می‌آیند» (باومن به نقل از بک و همکاران، ۱۹۸۸: ۸۱).

در جای دیگر باومن به ارتباط شبکه‌ای می‌پردازد و معتقد است که ارتباطها را تغییر داده است، از این رو مهم‌ترین ویژگی‌های ارتباط‌های شبکه‌ای که از نظر باومن براساس آن‌ها افراد به‌جای برقراری رابطه‌های واقعی تمایل به این‌گونه ارتباطها پیدا می‌کنند عبارتند از: سادگی برقراری و قطع روابط مجازی، رقیق بودن آن، گمنامی و ناشناس بودن، و نهایتاً معاینه دائمی وجود یا عدم وجود رابطه. باومن با توجه به این ویژگی‌ها می‌نویسد: مردم به‌جای «روابط» از «ارتباطها» و ایجاد ارتباط و داشتن و به‌جای «شریک زندگی» از «شبکه‌ها» حرف می‌زنند (باومن، ۱۳۸۴: ۱۶-۱۵). علاوه بر این وی به موضوعات اعتماد و تعهد و پایداری روابط می‌پردازد. از نظر باومن رشد نامنی باعث از دست رفتن اعتماد و در نتیجه رشد عدم اعتماد در عاملین آزاد می‌گردد، اعتمادی که بدون آن به سختی می‌توان آزادانه عمل کرد. بنابراین امنیت از نظر باومن پیش‌نیاز آزادی است (باومن، ۱۹۹۸: ۱۴). به همین سیاق می‌توان گفت اعتماد پیش‌نیاز امنیت است. همچنین باومن معتقد است که تعهد به‌ویژه از نوع بلندمدت، دامی

است که افراد باید از آن دوری کنند. مشاوره‌ها به افراد می‌آموزند که «وقتی خود را متعهد می‌سازید، به یاد داشته باشید که احتمال دارد در حال بستن در به روی دیگر احتمالات عاشقانه‌ای باشید که ممکن است رضایت بخش‌تر و قانع‌کننده‌تر باشند، اگر می‌خواهید از دوستی خود احساس رضایت کنید نه تعهد بدهید و نه تعهد بگیرید. همیشه همه درها را باز نگه دارید» (باومن، ۱۳۸۴: ۷۰). باومن معتقد است که در زندگی سیال مدرن هیچ‌گونه پیوند دائمی و پایداری وجود ندارد، و هر گونه رابطه‌ای که ما برای مدتی آن را ادامه می‌دهیم، باید بسیار سست باشد که تا حد امکان و به سادگی با تغییر شرایط این رابطه قابل فسخ باشد. بنابراین امروزه جوانان طرفدار ملاقات‌های اینترنتی به جای ملاقات‌های رودررو هستند. از این رو با توجه به مبانی نظری، و پیشینه‌ها، فرضیه‌های این تحقیق به صورت زیر طراحی و تدوین شده است که عبارتند از:

- ۱- بین میزان استفاده از فضای مجازی و روابط عاطفی زوجین رابطه معناداری وجود دارد؟
- ۲- بین تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی و روابط عاطفی زوجین رابطه معناداری وجود دارد؟
- ۳- بین میزان استفاده از فضای مجازی و صمیمیت بین زوجین رابطه معناداری وجود دارد؟
- ۴- بین میزان استفاده از فضای مجازی و میزان توافق بین زوجین رابطه معناداری وجود دارد؟
- ۵- بین میزان استفاده از فضای مجازی و میزان صداقت بین زوجین رابطه معناداری وجود دارد؟
- ۶- بین میزان استفاده از فضای مجازی و میزان علاقه و محبت بین زوجین رابطه معناداری وجود دارد؟
- ۷- بین میزان استفاده از فضای مجازی و میزان پایبندی به تعهدات در بین زوجین رابطه معناداری وجود دارد؟
- ۸- بین تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی و صمیمیت بین زوجین رابطه معناداری وجود دارد؟
- ۹- بین تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی و میزان توافق بین زوجین رابطه معناداری وجود دارد؟
- ۱۰- بین تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی و میزان صداقت بین زوجین رابطه معناداری وجود دارد؟
- ۱۱- بین تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی و میزان علاقه و محبت بین زوجین رابطه معناداری وجود دارد؟
- ۱۲- بین تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی و میزان پایبندی به تعهدات در بین زوجین رابطه معناداری وجود دارد؟

روش

پژوهش حاضر به روش پیمایش انجام شده است که در زمره روش‌های کمی به‌شمار می‌رود، همچنین این پژوهش از نظر بعد زمانی مقطعی و از نظر هدف نیز کاربردی است. تحقیق پیمایشی روشی است برای گردآوری داده‌ها که در آن از گروه‌های معینی از افراد خواسته می‌شود به تعدادی از پرسش‌های مشخص پاسخ دهند (بیکر، ۱۳۸۵: ۱۷۹) در واقع، هدف تحقیق پیمایشی آن است تا با مقایسه دقیق ویژگی‌های مختلف موردها، به استنباط علی نائل آید (دواس، ۱۳۸۶: ۱۵).

جامعه آماری این تحقیق نیز شامل کلیه زوجین ۱۸ تا ۵۵ ساله شهر تهران در سال ۱۳۹۷ می‌باشند، که از فضای مجازی استفاده می‌کنند. در این پژوهش با در نظر گرفتن این نکته که تعداد و ماهیت کاربران فضای مجازی به‌طور عام و شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌طور خاص که به‌عنوان جامعه آماری این پژوهش هستند، مشخص نیستند، از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی استفاده شد. اما برای هرچه نزدیک‌تر شدن صفات افراد نمونه به جامعه آماری، به‌صورت تصادفی گروه‌هایی را با موضوعات مختلف انتخاب و پرسشنامه را که به‌صورت الکترونیک طراحی شده بود، در زمان‌های مختلف، در این گروه‌ها قرار داده و از کاربران واجد شرایط (متاهل و ساکن تهران) درخواست شد که به سؤالات پرسشنامه پاسخ بدهند. از این رو برای به دست آوردن حجم نمونه سقف فرمول کوکران که ۳۸۴ نفر می‌باشد را به‌عنوان تعداد نمونه در نظر گرفتیم.

در این راستا از پرسشنامه استاندارد که توسط استفان ووندن بروک وهانس برتمن (۱۹۹۵) ساخته شده و از ۵۶ سؤال تشکیل شده است استفاده نمودیم. این پرسشنامه از مجموعه‌ای سؤالات شامل طیف‌های مدرج، بسته و چندگزینه‌ای در قالب ۵ شاخص ساخته شده است. پس از جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز و ورود داده به کامپیوتر و اصلاح داده‌ها، در مرحله بعد داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار spss مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. در این تحقیق از اعتبار صوری استفاده شده است. بدین معنا که ما در این تحقیق نظر متخصصان را در نظر گرفتیم و در فرآیند تحقیق از نظرات افرادی که در این زمینه کار کرده‌اند بهره جستیم. علاوه بر این برای تعیین پایایی نیز پیش‌آزمون صورت گرفت و پرسشنامه بین ۳۰ نفر از افراد جامعه آماری توزیع گردید، که میزان آلفای کرونباخ این داده‌ها در جدول زیر آمده است. آنجائی که مقدار آلفای کرونباخ برای تمامی مؤلفه‌های روابط عاطفی زوجین بالای ۰/۷۰ درصد است، بنابراین می‌توان گفت که پرسشنامه از پایایی قابل قبولی برخوردار می‌باشد.

جدول شماره (۱): ضرایب میزان پایایی شاخص‌های متغیر وابسته

آلفا	تعداد گویه‌ها	وضعیت تاهل
۷۵	۱۴	صمیمیت
۸۱	۱۲	میزان توافق
۷۳	۱۲	صادق بودن
۷۹	۸	علاقه و محبت
۷۷	۱۰	پایبندی به تعهدات

یافته‌ها

یافته‌های توصیفی؛ جنسیت: از مجموع ۳۸۴ پاسخگوی این تحقیق، ۳۲۶ نفر (۸۴/۹ درصد) از پاسخگویان زن و ۵۴ نفر (۱۴/۱ درصد) از پاسخگویان نیز مرد می‌باشند و تعداد ۴ نفر (۱/۰ درصد) نیز به این سؤال پاسخ نداده‌اند.

سن: ۲۴ نفر (۶/۲ درصد) از پاسخگویان در این نمونه متعلق به گروه سنی ۲۰ سال و کمتر می‌باشند، ۲۴۰ نفر (۶۲/۵ درصد) آنان نیز به گروه سنی ۲۱ تا ۳۰ سال، ۵۴ نفر (۱۴/۱ درصد) آنان نیز به گروه سنی ۳۱ تا ۴۰ سال، ۳۰ نفر (۷/۸ درصد) آنان نیز به گروه سنی ۴۱ تا ۵۰ سال و ۲۲ نفر (۵/۷ درصد) نیز به گروه سنی بیشتر از ۵۰ سال تعلق دارند. همچنین تعداد ۱۴ نفر (۳/۶ درصد) نیز به این سؤال پاسخ نداده‌اند.

مدت زمان زندگی زناشویی: ۷۲ نفر (۱۸/۸ درصد) از پاسخگویان در این نمونه مدت یک سال از زندگی زناشویی‌شان می‌گذرد، ۳۲ نفر (۸/۳ درصد) دو سال، ۲۸ نفر (۷/۳ درصد) سه سال، ۳۶ نفر (۹/۴ درصد) چهار سال، ۳۶ نفر (۹/۴ درصد) پنج سال، ۲۰ نفر (۵/۲ درصد) شش سال، ۲۲ نفر (۵/۷ درصد) هفت سال، ۱۲ نفر (۳/۱ درصد) هشت سال، ۱۰ نفر (۲/۶ درصد) نه سال و ۸۸ نفر (۲۲/۹ درصد) بیشتر از ده سال از زندگی زناشویی‌شان می‌گذرد. همچنین تعداد ۲۸ نفر (۷/۳ درصد) نیز به این سؤال پاسخ نداده‌اند.

شغل پاسخگویان:^۱ در پاسخ به نوع شغل پاسخگویان، ۴ نفر (۱/۰ درصد) در طبقه اول، ۳۶ نفر (۹/۴ درصد) در طبقه سوم، ۴۰ نفر (۱۰/۴ درصد) در طبقه چهارم، ۶۸ نفر (۱۷/۷ درصد) در طبقه پنجم،

۱- طبقه اول: مشاغل و جایگاه‌هایی که مردم اجماع مطلق دارند خیلی بلندمرتبه‌اند، شامل: دانشمند، رئیس جمهور، استاد دانشگاه، پزشک متخصص، وزیر و رئیس قوه قضائیه. طبقه دوم: مشاغل و جایگاه‌هایی که مردم اجماع نسبی دارند که خیلی بلندمرتبه‌اند، شامل: قاضی، خلبان، دکتر اقتصاددان، نماینده مجلس، شهردار، استاندار و ... طبقه سوم: طبقه‌ای که مردم اجماع مطلق دارند که بلندمرتبه‌اند، شامل دکتر روان‌شناس، مهندس کامپیوتر، دکتر داروساز، داندانپزشک، سفیر، دکتر جامعه‌شناس، مهندس ساختمان، وکیل، فرماندار، مدیر کل و ... طبقه چهارم: طبقه‌ای که مردم اجماع نسبی دارند که بلندمرتبه یا میان مرتبه‌اند، شامل: کارخانه‌دار، مهندس کشاورزی، کارگردان سینما، ورزشکار حرفه‌ای، دبیر دبیرستان، سرهنگ نظامی، تاجر بزرگ، معلم، سردبیر روزنامه، رئیس اداره، بخشدار، خبرنگار، پرستار، هنرپیشه سینما، افسر پلیس و ... طبقه پنجم: طبقه‌ای که مردم اجماع مطلق دارند که میان مرتبه‌اند، شامل: حسابدار، نقشه‌کش، طلافروش، معمار، رئیس شرکت کوچک، هتلدار، عکاس، فرش‌فروش، کارمند عادی، خیاط، نجار، بوتیک‌دار، تایپیست، تزریقاتی و ... طبقه ششم: طبقه‌ای که مردم اجماع نسبی دارند میان مرتبه یا کم‌مرتبه‌اند، شامل: پرستار بچه، بنا، بساز بفروش، راننده، کارگر ساده ساختمان، روزنامه‌فروش، دک‌ای و ... طبقه هفتم: طبقه‌ای که مردم اجماع مطلق دارند که کم‌مرتبه‌اند، هیچ جایگاه یا شغلی در این طبقه قرار نگرفته است. طبقه هشتم: طبقه‌ای که مردم اجماع نسبی دارند کم‌مرتبه‌اند یا خیلی کم‌مرتبه‌اند، شامل: آبدارچی، نظافتچی، باربر، واکسی، دستفروش، نمکی و نان خشکی. طبقه نهم: طبقه‌ای که مردم اجماع مطلق دارند که خیلی کم‌مرتبه‌اند، شامل: کوپن‌فروش، سیگارفروش، نزول‌خوار و فال‌بین.

نقش استفاده از فضای مجازی بر روابط عاطفی زوجین (مطالعه موردی ...)

۴ نفر (۱۰٪ درصد) در طبقه ششم و تعداد ۲۰۴ نفر (۵۳/۱ درصد) بدون شغل دارای درآمد می‌باشند. همچنین تعداد ۲۸ نفر (۷/۳ درصد) نیز به این سؤال پاسخ نداده‌اند.

شغل همسر: در پاسخ به نوع شغل همسر پاسخگویان، ۴ نفر (۱۰٪ درصد) در طبقه اول، ۲ نفر (۰/۵ درصد) در طبقه دوم، ۶۴ نفر (۱۶/۷ درصد) در طبقه سوم، ۴۲ نفر (۱۰/۹ درصد) در طبقه چهارم، ۱۹۲ نفر (۵۰/۰ درصد) در طبقه پنجم، ۴ نفر (۱/۰ درصد) در طبقه ششم و تعداد ۴۴ نفر (۱۱/۵ درصد) بدون شغل دارای درآمد می‌باشند. همچنین تعداد ۳۲ نفر (۸/۳ درصد) نیز به این سؤال پاسخ نداده‌اند.

شغل پدر: در پاسخ به نوع شغل پدر پاسخگویان، ۶ نفر (۱/۶ درصد) در طبقه اول، ۲۶ نفر (۶/۸ درصد) در طبقه سوم، ۷۲ نفر (۱۸/۸ درصد) در طبقه چهارم، ۲۰۶ نفر (۵۳/۶ درصد) در طبقه پنجم، ۲۲ نفر (۵/۷ درصد) در طبقه ششم و تعداد ۱۰ نفر (۲/۶ درصد) پدرشان بدون شغل دارای درآمد می‌باشند. همچنین تعداد ۴۲ نفر (۱۰/۹ درصد) نیز به این سؤال پاسخ نداده‌اند.

شغل مادر: در پاسخ به نوع شغل مادر پاسخگویان، ۲ نفر (۰/۵ درصد) در طبقه اول، ۸ نفر (۲/۱ درصد) در طبقه سوم، ۵۴ نفر (۱۴/۱ درصد) در طبقه چهارم، ۲۴ نفر (۶/۲ درصد) در طبقه پنجم و تعداد ۲۶۲ نفر (۶۸/۲ درصد) مادرشان بدون شغل دارای درآمد می‌باشند. همچنین تعداد ۳۴ نفر (۸/۹ درصد) نیز به این سؤال پاسخ نداده‌اند.

وضعیت درآمد پاسخگویان: در پاسخ به میزان درآمد افراد، ۱۶۰ نفر (۴۱/۷ درصد) از پاسخگویان فاقد درآمد می‌باشند، ۲۶ نفر (۶/۸ درصد) درآمدشان کمتر از ۵۰۰ هزار تومان است، ۳۰ نفر (۷/۸ درصد) درآمدشان بین ۵۰۰ هزار تا یک میلیون تومان است، ۴۲ نفر (۱۰/۹ درصد) درآمدشان بین یک میلیون و صد هزار تومان تا دو میلیون تومان است، ۴۴ نفر (۱۱/۵ درصد) درآمدشان بین دو میلیون و صد هزار تومان تا سه میلیون تومان است و ۷۴ نفر (۱۹/۳ درصد) درآمدشان بیشتر از سه میلیون تومان است. همچنین تعداد ۸ نفر (۲/۱ درصد) نیز به این سؤال پاسخ نداده‌اند.

موضوع گروه‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی؛

جدول شماره (۲): توزیع فراوانی و درصدی موضوع گروه‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی

موضوع گروه‌ها	استفاده		عدم استفاده	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
آزاد	۱۴۹	۳۸/۸	۲۳۵	۶۱/۲
خبری	۱۸۹	۴۹/۲	۱۹۵	۵۰/۸
سرگرمی	۱۷۹	۴۶/۶	۲۰۵	۵۳/۴
هنری	۲۰۴	۵۳/۱	۱۸۰	۴۶/۹
دوست‌یابی	۳۳	۸/۶	۳۵۱	۹۱/۴
علمی	۱۴۷	۳۸/۳	۲۳۷	۶۱/۷
کاری	۷۵	۱۹/۵	۳۰۹	۸۰/۵
دوستانه	۱۲	۳/۱	۳۲۲	۹۶/۹
خانوادگی	۱۲	۳/۱	۳۲۲	۹۶/۹
سیاسی	۲	۰/۵	۳۸۲	۹۹/۵
مذهبی	۱۰	۲/۶	۳۷۴	۹۷/۴

جدول فوق نشان می‌دهد در پاسخ به موضوع گروه‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی، ۱۴۹ نفر (۳۸/۸ درصد) از پاسخگویان از گروه‌های آزاد در شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند، ۱۸۹ نفر (۴۹/۲ درصد) از گروه‌های خبری، ۱۷۹ نفر (۴۶/۶ درصد) از گروه‌های سرگرمی، ۲۰۴ نفر (۵۳/۱ درصد) از گروه‌های هنری، ۳۳ نفر (۸/۶ درصد) از گروه‌های دوست‌یابی، ۱۴۷ نفر (۳۸/۳ درصد) از گروه‌های علمی، ۷۵ نفر (۱۹/۵ درصد) از گروه‌های کاری، ۱۲ نفر (۳/۱ درصد) از گروه‌های دوستانه، ۱۲ نفر (۳/۱ درصد) از گروه‌های خانوادگی، ۲ نفر (۰/۵ درصد) از گروه‌های سیاسی و ۱۰ نفر (۲/۶ درصد) از گروه‌های مذهبی استفاده می‌کنند.

ابعاد پنج‌گانه روابط عاطفی زوجین؛

جدول شماره (۳): درصد پاسخگویی گویه‌های صمیمیت از سوی پاسخگویان

گویه‌ها	اصلاً	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
ارتباط بین من و همسرم گاهی اوقات نزدیکتر از ارتباط ما با والدین مان می‌باشد.	-	۳/۶	۳/۱	۱۶/۷	۳۲/۳	۴۴/۳
من تصور می‌کنم آنچه دیگران برای همسرانمان انجام می‌دهند پیش از آن است که من می‌توانم در مورد همسرم انجام دهم.	۰/۵	۳۰/۲	۳۵/۰	۳۴/۹	۶/۲	۳/۱
من و همسرم دارای عقاید برابر نیستیم.	-	۳۷/۰	۳۶/۰	۲۷/۶	۷/۳	۲/۱
من و همسرم همیشه می‌دانیم چه انتظاراتی از یکدیگر داریم.	-	۳/۶	۸/۹	۳۳/۹	۴۰/۶	۱۳/۰
من فکر می‌کنم چیز کمی دارم که به همسرم ارائه دهم.	۰/۵	۳۱/۲	۳۳/۹	۲۵/۵	۶/۸	۲/۱
مطالبی وجود دارد که من و همسرم ترجیح می‌دهیم به جای مطرح کردن آن‌ها بین خودمان، با والدین خودمان در میان بگذاریم.	-	۶۳/۰	۲۳/۴	۸/۹	۳/۱	۱/۶
وقتی مطالب خصوصی خود را با همسرم در میان می‌گذارم، غالباً بعداً احساس تأسف می‌کنم.	-	۴۷/۹	۲۷/۶	۱۳/۵	۵/۷	۵/۲
فاصله زیادی بین من و همسرم وجود دارد.	۱/۰	۵۶/۸	۲۵/۰	۷/۳	۶/۸	۳/۱
گاهی اوقات من فقط وانمود می‌کنم که به صحبت‌های همسرم گوش می‌کنم.	-	۶۲/۵	۲۳/۴	۹/۴	۳/۶	۱/۰
من تصور می‌کنم همسرم مرا آطور که هستم قبول می‌کند.	-	۴/۲	۵/۷	۲۲/۹	۳۱/۸	۵۳/۴
من و همسرم سعی می‌کنیم خود را به دیگری تحمیل نکنیم.	-	۲/۱	۷۰/۳	۱۹/۳	۶/۲	۲/۱
من غالباً در ارتباط با همسرم خود را گم می‌کنم.	۲/۱	۶۴/۱	۲۱/۹	۹/۴	۱/۶	۱/۰
من و همسرم نیاز به وقت زیادی داریم تا برای اجرای وظایف مسلم خود با یکدیگر هماهنگ شویم.	۰/۵	۴۲/۲	۲۹/۲	۲۰/۸	۴/۲	۳/۱
برقراری ارتباط من با همسرم مانع پیشرفت شخصی من می‌شود.	۲/۱	۶۴/۶	۲۰/۸	۹/۴	۲/۱	۱/۰

بر اساس داده‌های ذکر شده در جدول فوق در پاسخ به گویه‌ی «ارتباط بین من و همسرم گاهی اوقات نزدیکتر از ارتباط ما با والدین مان می‌باشد»، ۳/۶ درصد گزینه خیلی کم، ۳/۱ درصد کم، ۱۶/۷ درصد متوسط، ۳۲/۳ درصد زیاد و ۴۴/۳ درصد گزینه خیلی زیاد را انتخاب نموده‌اند. در پاسخ به گویه «من و همسرم همیشه می‌دانیم چه انتظاراتی از یکدیگر داریم»، ۸/۹ درصد گزینه کم و ۴۰/۶ درصد زیاد را انتخاب نموده‌اند. در پاسخ به گویه‌ی «وقتی مطالب خصوصی خود را با همسرم در میان می‌گذارم، غالباً بعداً احساس تأسف می‌کنم»، ۴۷/۹ درصد گزینه خیلی کم، ۲۷/۶ درصد کم، ۱۳/۵ درصد متوسط، ۵/۷ درصد زیاد و ۵/۲ درصد گزینه خیلی زیاد را انتخاب نموده‌اند. همچنین در پاسخ به گویه «فاصله زیادی بین من و همسرم وجود دارد»، ۵۶/۸ درصد معتقدند که فاصله خیلی کمی بین آن‌ها و همسرشان

نقش استفاده از فضای مجازی بر روابط عاطفی زوجین (مطالعه موردی ...)

است و تنها ۳/۱ درصد این فاصله را زیاد بیان کرده‌اند. ۷۰/۳ درصد نیز در پاسخ به گویه «من و همسرم سعی می‌کنیم خود را به دیگری تحمیل کنیم» گزینه خیلی کم را انتخاب کرده‌اند و یعنی اکثریت پاسخگویان تحمیل کردن را بسیار اندک انتخاب کرده‌اند که این گویه بیشترین درصد را به خود اختصاص داد. علاوه بر این ۶۴/۶ درصد بیان داشته‌اند که خیلی کم «برقراری ارتباط با همسر مانع پیشرفت شخصی می‌شود».

جدول شماره (۴): درصد پاسخگویی گویه‌های میزان توافق در روابط زوجین از سوی پاسخگویان

گویه‌ها	اصلاً	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
من و همسرم در بیشتر موضوع‌ها با هم توافق داریم.	-	۲/۱	۵/۷	۲۸/۶	۳۳/۹	۲۹/۷
من و همسرم برای درک یکدیگر از بیان بیشتر کلمات بی‌نیاز هستیم.	-	۷/۸	۲۵/۵	۳۸/۵	۲۰/۳	۷/۸
من و همسرم دارای عقاید مخالفی می‌باشیم.	-	۴۳/۸	۲۶/۶	۲۰/۸	۷/۳	۱/۶
من و همسرم کاملاً یکدیگر را درک می‌کنیم.	-	۲/۱	۷/۸	۲۸/۶	۳۷/۵	۲۴/۰
من و همسرم آنطور که هستیم یکدیگر را قبول داریم.	-	۱/۰	۳/۶	۲۵/۰	۳۶/۵	۳۳/۹
من و همسرم به آسانی می‌توانیم مشترکاً تصمیم‌گیری کنیم.	-	۳/۶	۶/۲	۲۶/۰	۳۲/۸	۳۱/۲
من و همسرم سعی می‌کنیم افکار یکدیگر را بخوانیم حتی اگر طرف دیگر صحبتی نکند.	-	۲/۶	۱۲/۰	۳۵/۴	۳۰/۲	۱۶/۱
من و همسرم در مورد ارتباطات خودمان دارای دید مشابهی هستیم.	-	۲/۶	۱۰/۴	۳۲/۸	۳۳/۳	۲۰/۸
من و همسرم ارتباط متعارف را نسبت به یکدیگر انجام می‌دهیم.	-	۱/۶	۶/۲	۲۹/۲	۴۱/۱	۲۱/۹
من و همسرم یکدیگر را درک می‌کنیم.	-	۲/۶	۴/۷	۲۴/۵	۳۶/۵	۳۱/۸
چنانچه مشکلی بوجود آید من و همسرم معمولاً می‌توانیم به کمک هم آن را حل کنیم.	-	۳/۶	۳/۶	۲۱/۴	۳۱/۸	۳۹/۶
وقتی کارهای مهمی پیش می‌آید من و همسرم توافق کمی با هم داریم.	-	۳۷/۰	۳۰/۲	۲۲/۹	۵/۷	۴/۲

بر اساس داده‌های ذکر شده در جدول فوق در پاسخ به گویه «من و همسرم در بیشتر موضوع‌ها با هم توافق داریم»، ۷/۸ درصد گزینه کم و ۶۶/۶ درصد معادل دو سوم گزینه زیاد را انتخاب نموده‌اند. در پاسخ به گویه «من و همسرم کاملاً یکدیگر را درک می‌کنیم»، ۶۱/۵ درصد گزینه خیلی زیاد را انتخاب نموده‌اند. در پاسخ به گویه «من و همسرم آنطور که هستیم یکدیگر را قبول داریم» نیز ۷۰/۴ درصد گزینه خیلی زیاد را انتخاب نموده‌اند. در پاسخ به گویه «من و همسرم در مورد ارتباطات خودمان دارای دید مشابهی هستیم»، ۱۳ درصد کم، ۳۲/۸ درصد متوسط، و ۵۴/۱ درصد گزینه زیاد را انتخاب نموده‌اند. علاوه بر این در پاسخ به گویه «من و همسرم یکدیگر را درک می‌کنیم»، در مجموع ۶۸/۳ درصد گزینه زیاد و خیلی زیاد را انتخاب نموده‌اند.

جدول شماره (۵): درصد پاسخگویی به گویه‌های میزان صادق بودن در روابط زوجین از سوی پاسخگویان

گویه‌ها	اصلاً	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
من می‌توانم در ارتباط با همسرم آنطور که هستم باشم.	-	۲/۶	۵/۷	۱۶/۱	۴۰/۱	۳۵/۴
چنانچه من و همسرم مشکلی داشته باشیم با یکدیگر مشورت می‌کنیم.	-	۲/۶	۶/۲	۱۶/۷	۳۵/۴	۳۹/۱
من می‌توانم مهمترین مطالب مربوط به صمیمیت و یکرنگی را به همسرم بسیارم.	-	۴/۷	۶/۲	۲۱/۴	۲۸/۱	۳۹/۶
من ترجیح می‌دهم مسائل بسیار شخصی را از همسرم پنهان سازم.	۰/۵	۴۶/۹	۲۴/۰	۱۹/۳	۵/۷	۳/۶
من سعی می‌کنم فقط آن دسته از مطالبی که همسرم تمایل به شنیدنش را دارد، بیان کنم.	-	۲۲/۹	۲۴/۵	۲۷/۶	۲۰/۸	۴/۲
چنانچه عقیده مخالفی نسبت به همسرم داشته باشم صحبت نمی‌کنم.	-	۳۱/۲	۳۱/۲	۲۶/۶	۷/۳	۳/۶
من و همسرم در مورد مسائل جنسی با هم صحبت می‌کنیم.	-	۸/۹	۷/۸	۲۸/۱	۲۷/۶	۲۷/۶
من خودم را برای همسرم جذاب تصور می‌کنم.	-	۳/۶	۳/۱	۳۵/۴	۳۰/۷	۲۷/۱
من احساسات واقعی خود را به همسرم ابراز می‌کنم.	-	۱/۰	۴/۲	۱۶/۱	۳۲/۸	۴۵/۸
من و همسرم درباره مسائل شخصی با هم بحث می‌کنیم.	-	۴/۷	۸/۳	۲۹/۲	۳۵/۴	۲۲/۴
من و همسرم یکدیگر را به‌طور واقعی درک می‌کنیم.	-	۳/۶	۶/۲	۲۹/۷	۳۷/۰	۲۳/۴
من و همسرم هنگام تصمیم‌گیری روی یکدیگر حساب می‌کنیم.	-	۲/۱	۵/۷	۱۶/۷	۳۸/۰	۳۷/۵

تغییرات اجتماعی - فرهنگی، سال هفدهم، شماره شصت و پنجم، تابستان ۱۳۹۹

بر اساس داده‌های ذکر شده در جدول فوق در پاسخ به گویه‌ی «چنانچه من و همسر من مشکلی داشته باشیم با یکدیگر مشورت می‌کنیم»، ۲/۶ درصد گزینه اصلاً، ۲/۶ درصد گزینه خیلی کم، ۶/۲ درصد کم، ۱۶/۷ درصد متوسط، ۳۵/۴ درصد زیاد و ۳۹/۱ درصد گزینه خیلی زیاد را انتخاب نموده‌اند. در پاسخ به گویه «من می‌توانم مهمترین مطالب مربوط به صمیمیت و یکرنگی را به همسرم بسپارم»، ۴/۷ درصد گزینه خیلی کم، ۶/۲ درصد گزینه کم، ۲۱/۴ درصد متوسط، ۲۸/۱ درصد زیاد و ۳۹/۶ درصد خیلی زیاد را انتخاب نموده‌اند. همچنین تنها ۱۶/۷ درصد در پاسخ به گویه اظهار داشته‌اند که به مقدار کم و خیلی کم مسائل جنسی را با همسرشان در میان می‌گذارند. در پاسخ به گویه «من احساسات واقعی خود را به همسرم ابراز می‌کنم»، نیز ۷۸/۶ درصد گزینه زیاد و خیلی زیاد را انتخاب نموده‌اند که بیشترین مقدار را به خود اختصاص داده است. در پاسخ به گویه «من و همسر من هنگام تصمیم‌گیری روی یکدیگر حساب می‌کنیم»، نیز ۲/۱ درصد گزینه خیلی کم، ۵/۷ درصد کم، ۱۶/۷ درصد متوسط، ۳۸/۰ درصد زیاد و ۳۷/۵ درصد گزینه خیلی زیاد را انتخاب نموده‌اند.

جدول شماره (۶): درصد پاسخگویی گویه‌های میزان علاقه و محبت در روابط زوجین

گویه‌ها	اصلاً	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
من و همسر من از با هم بودن لذت می‌بریم.	-	۱/۶	۳/۶	۱۳/۰	۲۶/۶	۵۵/۲
من و همسر من احساس لطیفی (نزدیکی) به یکدیگر داریم.	-	۲/۶	۳/۶	۱۵/۶	۲۸/۱	۵۰/۰
من و همسر من کارها را با هم انجام می‌دهیم.	-	۸/۹	۷/۸	۲۱/۴	۳۲/۳	۲۹/۷
من و همسر من در احساسات یکدیگر شریک هستیم.	-	۳/۶	۴/۲	۱۵/۱	۴۰/۱	۳۷/۰
من و همسر من سعی می‌کنیم از یکدیگر خوشمان بیاید.	۴/۲	۳/۱	۴/۷	۱۸/۸	۳۱/۲	۳۸/۰
من و همسر من به نشان دادن محبت خود به یکدیگر اهمیت می‌دهیم.	-	۲/۶	۷/۳	۱۲/۵	۳۱/۲	۴۹/۴
هنگامی که من و همسر من نزد هم نیستیم طولانی به نظر می‌رسد.	-	۳/۶	۴/۲	۱۴/۱	۲۶/۰	۵۲/۱
من و همسر من وقتی طرح چیزی را بریزیم برای آن ارزش قائلیم.	-	۲/۶	۳/۱	۲۵/۰	۳۸/۵	۳۰/۷

بر اساس داده‌های ذکر شده در جدول فوق در پاسخ به گویه‌ی «من و همسر من از با هم بودن لذت می‌بریم»، ۵/۲ درصد کم و خیلی کم، ۱۳/۰ درصد متوسط، ۲۶/۶ درصد زیاد و ۸۱/۱۲ درصد گزینه زیاد و خیلی زیاد را انتخاب نموده‌اند که دارای بیش‌ترین مقدار پاسخگویی بوده و به این گویه تعلق گرفته است. همچنین در پاسخ به گویه «من و همسر من کارها را با هم انجام می‌دهیم»، ۶۲ درصد گزینه زیاد و خیلی زیاد را انتخاب نموده‌اند که در حیط پاسخگویی زیاد به گویه‌ها کمترین مقدار را داراست. همچنین در پاسخ به گویه‌ی «من و همسر من در احساسات یکدیگر شریک هستیم»، ۷/۸ درصد کم و خیلی کم، ۱۵/۱ درصد متوسط و ۷۷/۱ درصد گزینه زیاد و خیلی زیاد را انتخاب نموده‌اند. در پاسخ به گویه «من و همسر من به نشان دادن محبت خود به یکدیگر اهمیت می‌دهیم»، نیز ۲/۶ درصد گزینه خیلی کم، ۷/۳ درصد کم، ۱۲/۵ درصد متوسط، ۳۱/۲ درصد زیاد و ۴۶/۴ درصد گزینه خیلی زیاد را انتخاب نموده‌اند.

نقش استفاده از فضای مجازی بر روابط عاطفی زوجین (مطالعه موردی ...)

جدول شماره (۷): درصد پاسخگویی گویه‌های پایبندی به تعهدات در روابط زوجین از سوی پاسخگویان

گویه‌ها	اصلا	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد
من و همسرم با یکدیگر وفادار می‌مانیم.	-	۲/۱	۲/۱	۴/۲	۲۰/۸	۷۰/۸
تمامی صفاتی را که من انتظار دارم همسرم داشته باشد او از آن صفات بهره‌مند است.	-	۵/۲	۷/۸	۳۷/۱	۴۰/۶	۱۹/۳
من و همسرم به آسانی می‌توانیم بدون یکدیگر زندگی کنیم.	۲/۶	۵۷/۳	۲۰/۸	۹/۹	۵/۲	۴/۲
من و همسرم یکدیگر را آزاد می‌گذاریم تا با دیگری ارتباط اجتماعی داشته باشد.	۴/۲	۵۳/۹	۱۵/۶	۲۲/۹	۱۴/۶	۶/۸
روابط من و همسرم بسیار مهم تر از روابط ما با دیگران است.	۰/۵	۳/۱	۱/۰	۱۳/۵	۲۱/۴	۶۰/۴
من فکر نمی‌کنم همسرانی وجود داشته باشند که از من و همسرم شادتر باشند.	-	۸/۹	۱۸/۸	۳۶/۵	۱۹/۸	۱۶/۱
من و همسرم به برقراری روابط با دیگران بیش از روابط با خودمان نیازمندیم.	۰/۵	۳۲/۳	۳۶/۵	۲۲/۴	۴/۲	۴/۲
من و همسرم گاهی اوقات مطالب شخصی خود را با دوستانمان در میان می‌گذاریم.	۲/۱	۳۲/۸	۲۸/۶	۲۶/۶	۶/۸	۳/۱
من و همسرم هر کدام راه‌های مخصوص خودمان را می‌رویم.	۰/۵	۳۷/۵	۲۸/۶	۲۰/۸	۸/۳	۴/۲
ایمان به وفاداری یک جنبه مهم از روابط من و همسرم می‌باشد.	-	۳/۶	۰/۵	۷/۳	۲۲/۹	۶۵/۶

بر اساس داده‌های ذکر شده در جدول فوق در پاسخ به گویه‌ی «من و همسرم با یکدیگر وفادار می‌مانیم»، ۹۱/۶ درصد گزینه زیاد و خیلی زیاد را انتخاب نموده‌اند که از این حیث بیشترین مقدار را دارا می‌باشد. در پاسخ به گویه «من و همسرم به آسانی می‌توانیم بدون یکدیگر زندگی کنیم»، ۲/۶ درصد گزینه اصلاً، ۵۷/۳ درصد گزینه خیلی کم، ۲۰/۸ درصد کم، ۹/۹ درصد متوسط، ۵/۲ درصد گزینه زیاد و ۴/۲ درصد گزینه خیلی زیاد را انتخاب نموده‌اند. در پاسخ به گویه «روابط من و همسرم بسیار مهم‌تر از روابط ما با دیگران است»، ۰/۵ درصد گزینه اصلاً، ۴/۱ درصد گزینه کم و خیلی کم، ۱۳/۵ درصد متوسط و ۸۱/۸ درصد زیاد و خیلی زیاد را انتخاب نموده‌اند. همچنین ۶۸/۸ درصد در پاسخ به گویه «من و همسرم به برقراری روابط با دیگران بیش از روابط با خودمان نیازمندیم»، گزینه خیلی کم و کم و ۰/۵ درصد نیز گزینه اصلاً را برگزیده‌اند. علاوه بر این در پاسخ به گویه‌ی «ایمان به وفاداری یک جنبه مهم از روابط من و همسرم می‌باشد»، ۳/۶ درصد گزینه خیلی کم، ۰/۵ درصد کم، ۷/۳ درصد متوسط، ۲۲/۹ درصد زیاد و ۶۵/۶ درصد گزینه خیلی زیاد را انتخاب نموده‌اند.

جدول شماره (۸): آماره‌های مرکزی و پراکنندگی میزان استفاده از فضای مجازی

شاخص‌ها	میزان استفاده از فضای مجازی
میانگین	۱۷/۲۲
انحراف استاندارد	۱۷/۱۰۱
واریانس	۲۹۲/۴۴۷
چولگی	۲/۴۱۱
کشیدگی	۷/۶۲۶

مطابق جدول فوق در پاسخ به گویه‌های مربوط به میزان استفاده از فضای مجازی، میانگین ۱۷/۲۲، انحراف استاندارد برابر با ۱۷/۱۰۱، واریانس برابر با ۲۹۲/۴۴۷، چولگی این متغیر ۲/۴۱۱ و کشیدگی آن ۷/۶۲۶ می‌باشد. لازم به ذکر است از آنجایی که چولگی و کشیدگی این متغیر در بازه ۲ و ۲- قرار دارد می‌توان گفت که متغیر فوق نرمال می‌باشد.

تغییرات اجتماعی - فرهنگی، سال هفدهم، شماره شصت و پنجم، تابستان ۱۳۹۹

جدول شماره (۹): آماره‌های مرکزی و پراکندگی روابط عاطفی زوجین و ابعاد آن

شاخص‌ها	صمیمیت	میزان توافق	صادق بودن	علاقه و محبت	پایبندی به تعهدات	روابط عاطفی زوجین
میانگین	۴۰/۰۲۱	۳۸/۷۱۹	۳۶/۸۵۴	۲۱/۱۳۵	۳۳/۱۵۶	۱۷۰/۳۸۵
انحراف استاندارد	۳/۹۱۷	۳/۷۷۹	۳/۰۲۸	۲/۸۱۶	۳/۶۶	۷/۱۶۷۳۳
واریانس	۱۵/۳۴	۱۴/۲۸۱	۹/۱۶۹	۷/۹۲۹	۱۳/۳۹۶	۵۱/۳۷۱
چولگی	-۰/۶۰۳	-۰/۲۹۵	۰/۱۵۸	۰/۱۰۴	-۰/۰۶۵	-۰/۲۶۹
کشیدگی	۲/۳۵۰	۰/۰۶۹	۰/۳۰۰	۰/۵۰۴	۰/۴۹۸	-۰/۵۶۹

مطابق جدول فوق در پاسخ به گویه‌های مربوط به صمیمیت، میانگین ۴۰/۰۲۱، انحراف استاندارد برابر با ۳/۹۱۷، واریانس برابر با ۱۵/۳۴، چولگی این متغیر ۰/۶۰۳- و کشیدگی آن ۲/۲۵۰ می‌باشد. از آنجایی که چولگی و کشیدگی این متغیر در بازه ۲ و ۲- قرار دارد می‌توان گفت که متغیر فوق نرمال می‌باشد. در پاسخ به گویه‌های مربوط به متغیر میزان توافق، میانگین ۳۸/۷۱۹، انحراف استاندارد برابر با ۳/۷۷۹، واریانس برابر با ۱۴/۲۸۱، چولگی این متغیر ۰/۲۹۵- و کشیدگی آن ۰/۰۶۹ می‌باشد. این متغیر نیز نرمال می‌باشد. در پاسخ به گویه‌های مربوط به متغیر صادق بودن، میانگین ۳۶/۸۵۴، انحراف استاندارد برابر با ۳/۰۲۸، واریانس برابر با ۹/۱۶۹، چولگی این متغیر ۰/۱۵۸ و کشیدگی آن ۰/۳۰ می‌باشد. این متغیر فوق نرمال می‌باشد. همچنین در پاسخ به گویه‌های علاقه و محبت، نمره‌ی پاسخگویان حداقل ۱۳ و حداکثر ۲۸ می‌باشد، میانگین ۲۱/۱۳۵، میانه ۲۱، نما معادل ۲۲، انحراف استاندارد برابر با ۲/۸۱۶، واریانس برابر با ۷/۹۲۹، چولگی این متغیر ۰/۱۰۴ و کشیدگی آن ۰/۵۰۴ می‌باشد. لازم به ذکر است از آنجایی که چولگی و کشیدگی این متغیر در بازه ۲ و ۲- قرار دارد می‌توان گفت که متغیر فوق نرمال می‌باشد. در پاسخ به گویه‌های پایبندی به تعهدات، میانگین ۳۳/۶۵۶، انحراف استاندارد برابر با ۳/۶۶، واریانس برابر با ۱۳/۳۹۶، چولگی این متغیر ۰/۰۶۵- و کشیدگی آن ۰/۴۹۸ می‌باشد. متغیر فوق نرمال می‌باشد. در پاسخ به گویه‌های روابط عاطفی زوجین، میانگین ۱۷۰/۳۸۵، انحراف استاندارد برابر با ۷/۱۶۷، واریانس برابر با ۵۱/۳۷۱، چولگی این متغیر ۰/۲۶۹- و کشیدگی آن ۱/۵۲۸ می‌باشد. این متغیر نیز نرمال است.

یافته‌های استنباطی؛

جدول شماره (۱۰): همبستگی بین متغیرهای مختلف با روابط عاطفی

روابط عاطفی زوجین و استفاده از فضای مجازی		پیرسون		۱) متغیر
نوع رابطه	رابطه	Correlation	Sig	N
منفی	ندارد	-۰/۰۱۵	۰/۷۷۴	۳۸۴
روابط عاطفی زوجین و تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی		Correlation	Sig	N
نوع رابطه	رابطه	-۰/۱۳۷	۰/۰۰۷	۳۸۴
مثبت	دارد			

۱- داده‌های حاصل از تحقیق حاکی از عدم وجود رابطه بین این دو متغیر است، چرا که سطح معناداری بدست آمده بیش‌تر از $0/05$ می‌باشد ($sig=0/774$). بدین معنا که بین میزان استفاده از فضای مجازی و روابط عاطفی زوجین رابطه وجود ندارد. مقدار ضریب همبستگی بدست آمده ($-0/015$) نیز بسیار ناچیز می‌باشد. بدین معنا که تغییر در میزان استفاده از فضای مجازی، تغییر معناداری در روابط عاطفی زوجین ایجاد نمی‌کند.

۲- داده‌های حاصل از تحقیق حاکی از وجود رابطه بین این دو متغیر است، چرا که سطح معناداری بدست آمده کم‌تر از $0/05$ می‌باشد ($sig=0/007$). بدین معنا که بین تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی و روابط عاطفی زوجین رابطه وجود دارد. ضریب همبستگی بدست آمده ($0/137$) نیز حاکی از همبستگی ضعیفی بین دو متغیر است. بدین معنا که همراه با بالا رفتن تنوع در استفاده از موضوع‌های گوناگون در شبکه‌های اجتماعی مجازی، روابط عاطفی زوجین نیز تقویت می‌شود.

جدول شماره (۱۱): رابطه میان ابعاد روابط عاطفی زوجین با متغیرهای مستقل

ابعاد روابط عاطفی زوجین	استفاده از فضای مجازی همبستگی	نوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی همبستگی
صمیمیت	$-0/023$	$0/125$
توافق	$-0/133$	$0/213$
صادق بودن	$0/123$	$0/050$
علاقه و محبت	$0/101$	$-0/133$
پایبندی به تعهدات	$-0/046$	$0/162$

رابطه میان صمیمیت با استفاده از فضای مجازی و تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی: میزان همبستگی این دو متغیر $-0/023$ است. جهت رابطه منفی و شدت آن ضعیف و در سطح ($0/656$) معنادار نیست. این رابطه نشان می‌دهد با افزایش استفاده از فضای مجازی، تغییرات معناداری در صمیمیت بین زوجین ایجاد نمی‌شود. همچنین بین این متغیر با تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی همبستگی $0/125$ است. جهت رابطه مثبت و شدت آن تقریباً ضعیف و در سطح ($0/014$) معنادار است. این رابطه نشان می‌دهد با افزایش تنوع در موضوع گروه‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی مورد استفاده، سطح صمیمیت بین زوجین افزایش می‌یابد.

رابطه میان توافق با استفاده از فضای مجازی و تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی: میزان همبستگی این دو متغیر $-0/133$ است. جهت رابطه منفی و شدت آن بسیار ضعیف است اما در سطح ($0/009$) معنادار است. این رابطه نشان می‌دهد با افزایش استفاده از فضای مجازی، توافق بین زوجین کاهش می‌یابد. همچنین بین این متغیر با تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی همبستگی $0/213$ است. جهت رابطه مثبت و شدت آن تقریباً ضعیف اما در سطح ($0/000$) معنادار است. این رابطه نشان می‌دهد با افزایش

تنوع در موضوع گروه‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی مورد استفاده، توافق بین زوجین نیز افزایش می‌یابد.

رابطه میان صادق بودن با استفاده از فضای مجازی و تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی: میزان همبستگی این دو متغیر $0/123$ است. جهت رابطه مثبت و شدت آن ضعیف است اما در سطح $(0/015)$ معنادار است. بدین معنا که با افزایش استفاده از فضای مجازی، صادق بودن در بین زوجین نیز افزایش می‌یابد. همچنین بین این متغیر با تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی میزان همبستگی $0/050$ است. جهت رابطه مثبت و شدت آن بسیار ضعیف و در سطح $(0/330)$ معنادار نیست. این رابطه نشان می‌دهد با افزایش تنوع در موضوع گروه‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی مورد استفاده، تغییر معناداری در صداقت بین زوجین ایجاد نمی‌شود.

رابطه میان علاقه و محبت با استفاده از فضای مجازی و تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی: میزان همبستگی این دو متغیر $0/101$ است. جهت رابطه مثبت و شدت آن ضعیف و در سطح $(0/051)$ معنادار نیست. این رابطه نشان می‌دهد با افزایش استفاده از فضای مجازی، تغییری در علاقه و محبت بین زوجین ایجاد نمی‌شود. همچنین بین این متغیر با تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی میزان همبستگی $0/133$ - است. جهت رابطه منفی و شدت آن ضعیف اما در سطح $(0/009)$ معنادار است. این رابطه نشان می‌دهد با افزایش تنوع در موضوع گروه‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی مورد استفاده، علاقه و محبت بین زوجین به نسبت ضعیفی افزایش می‌یابد.

رابطه میان پایبندی به تعهدات با استفاده از فضای مجازی و تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی: میزان همبستگی این دو متغیر $0/046$ - است. جهت رابطه منفی و شدت آن بسیار ضعیف و در سطح $(0/364)$ معنادار نیست. این رابطه نشان می‌دهد با افزایش استفاده از فضای مجازی، تغییرات معناداری در پایبندی به تعهدات بین زوجین ایجاد نمی‌شود. همچنین بین این متغیر با تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی میزان همبستگی $0/162$ است. جهت رابطه مثبت و شدت آن ضعیف و در سطح $(0/001)$ معنادار است. این رابطه نشان می‌دهد با افزایش تنوع در موضوع گروه‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی مورد استفاده، پایبندی به تعهدات در بین زوجین به نسبت ناچیزی افزایش می‌یابد.

جدول شماره (۱۲): تحلیل رگرسیون گام به گام برای تبیین متغیر وابسته (روابط عاطفی زوجین)

انحراف استاندارد	ضریب تعیین تعدیل شده	ضریب تعیین	همبستگی
۶/۹۹۴۵۹	-/۰۴۸	-/۰۵۵	-/۲۳۵

نقش استفاده از فضای مجازی بر روابط عاطفی زوجین (مطالعه موردی ...)

داده‌های جدول نشان می‌دهد که ضریب همستگی معادل $0/235$ محاسبه شده است، که بیانگر این مطلب است که متغیرهای مستقل به‌طور همزمان تقریباً $0/24$ با روابط عاطفی زوجین همبستگی دارند. در این بررسی ضریب تعیین تعدیل شده معادل $0/48$ محاسبه شده است، یعنی حدود ۵ درصد روابط عاطفی زوجین توسط متغیرهای وابسته مورد بررسی توضیح داده می‌شود، و ۹۵ درصد باقیمانده ناشی از عواملی خارج از مشاهدات مورد بررسی ما می‌باشند.

جدول شماره (۱۳): ضرایب تأثیر مدل تبیین‌کننده روابط عاطفی زوجین

متغیر	ضرایب غیر استاندارد	ضرایب استاندارد	T	Sig.
	B	Beta		
ثابت	۱۶۷/۰۲۵	-	۱۶۷/۵۲۵	۰/۰۰۰
تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی	۱/۰۶۸	۰/۲۱۶	۳/۸۲۲	۰/۰۰۰
میزان استفاده از فضای مجازی	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	-۰/۰۱۳	۰/۹۹۰

برای تشخیص اینکه سهم کدامیک از متغیرهای مستقل در تبیین و پیش‌بینی متغیر وابسته یعنی روابط عاطفی زوجین بیش‌تر است و سهم کدامیک کمتر، باید به جدول رگرسیونی مراجعه شود. در جدول معادله رگرسیونی اهمیت نسبی هر متغیر مستقل در توضیح تغییرات وابسته با مشاهده مقدار ضرایب یا وزن‌های رگرسیونی به‌دست می‌آید. ضرایب تأثیر استاندارد موجود در جدول بالا نشان می‌دهد که متغیر تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی با ضریب تأثیر رگرسیونی ($Beta = 0/216$) قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده روابط عاطفی زوجین می‌باشد. و رتبه بعدی با ضریب تأثیر رگرسیونی ($0/000 = Beta$) مربوط به متغیر میزان استفاده از فضای مجازی می‌باشد. لازم به ذکر است که با توجه به اینکه سطح معناداری متغیر استفاده از فضای مجازی بالاتر از $0/05$ می‌باشد، این متغیر از مدل خارج می‌شود و تنها متغیر تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی در قالب جدول زیر ظاهر می‌شوند.

جدول شماره (۱۴): ضرایب تأثیر مدل نهایی تبیین‌کننده روابط عاطفی زوجین

متغیر	ضرایب غیر استاندارد	ضرایب استاندارد	T	Sig.
	B	Beta		
ثابت	۱۶۷/۳۴۹	-	۲۲۵/۷۸۵	۰/۰۰۰
تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی	۱/۱۵۲	۰/۲۳۲	۴/۶۷۲	۰/۰۰۰

مقدار تأثیر مستقیم متغیر تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روابط عاطفی زوجین برابر با $0/23$ است که نشان می‌دهد به ازای یک واحد انحراف استاندارد تغییر در متغیر تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی، $0/23$ واحد انحراف استاندارد در همان جهت در متغیر روابط عاطفی زوجین ایجاد می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

این تحقیق درصدد پاسخگویی به این مسأله بود که در واقع بین استفاده از فضای مجازی و تنوع در موضوعات آن آیا بر روابط عاطفی زوجین و ابعاد آن تأثیر می‌گذارد یا خیر. از این رو پیمایش با پرسشنامه آنلاین تنظیم شد که در اختیار پاسخگویان قرار گرفت. داده‌های تحقیق حاکی از آن است که تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روابط عاطفی زوجین نقش دارد، جهت این رابطه نیز مثبت می‌باشد. بدین معنا که با افزایش تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی، رابطه عاطفی زوجین تقویت می‌شود. همچنین استفاده از فضای مجازی نقشی بر روابط عاطفی زوجین ندارد، بدین معنا که با افزایش استفاده از فضای مجازی، تغییری در رابطه عاطفی زوجین ایجاد نمی‌شود.

تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی در روابط عاطفی زوجین نقش دارد، جهت این رابطه نیز مثبت می‌باشد. استفاده از فضای مجازی بر صمیمیت نیز بین زوجین نقش ندارد. استفاده از فضای مجازی و تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی در توافق بین زوجین نقش دارد، اما اولین منفی و جهت دومین رابطه مثبت می‌باشد.

تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی در صداقت بین زوجین نقشی ندارد، اما استفاده از فضای مجازی بر صداقت بین زوجین نقش دارد. بدین معنا که با افزایش استفاده از فضای مجازی، صداقت بین زوجین نیز افزایش می‌یابد.

داده‌های تحقیق حاکی از آن است که تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی در علاقه و محبت بین زوجین نقش دارد، اما جهت این رابطه منفی می‌باشد. استفاده از فضای مجازی نیز بر علاقه و محبت بین زوجین نقشی ندارد. بدین معنا که تغییر در استفاده از فضای مجازی تغییر معناداری در علاقه و محبت بین زوجین ایجاد نمی‌کند.

تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی مجازی در پایبندی به تعهدات بین زوجین نقش دارد، جهت این رابطه نیز مثبت می‌باشد اما استفاده از فضای مجازی در پایبندی به تعهدات بین زوجین نقش ندارد.

در تحلیل رگرسیونی نیز ضریب تعیین تعدیل‌شده نهایی نشان داده که تنوع در موضوع‌های مورد استفاده در شبکه‌های اجتماعی ۰/۲۳۲ بر روابط عاطفی تأثیر مستقیم دارد. در کنار این نتایج استفاده از انواع شبکه‌های اجتماعی مجازی و موضوعاتی که در این گروه‌ها دنبال می‌شود می‌تواند سبب شکل‌گیری نوعی از آگاهی در افراد گردد که سبب تقویت روابط عاطفی زوجین گردد. به نظر می‌رسد که با استفاده درست و قرار گرفتن در فضاهای درست در این شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توان به تقویت روابط عاطفی زوجین امیدوار بود. از آنجائی که بیشتر استفاده افراد از موضوعات آزاد، خبری، سرگرمی، هنری و علمی در شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌باشد، به نظر می‌رسد تلفیقی از گذران اوقات فراغت و

سرگرمی و همچنین دنبال کردن موضوعات آموزنده می‌تواند تعادلی را در روابط عاطفی زوجین ایجاد نماید، که ارتباطات آنان را تقویت نماید. در واقع بر طبق نظریه باومن حضور در فضای مجازی سبب سیالیت در عشق و در نتیجه ایجادشکنندگی در مفهوم عشق گردیده که آن را در دنیای واقعی نیز به شدت متأثر ساخته است. در نگاهی دیگر می‌توان گفت که فرد در رابطه با فضای مجازی به‌طور عام و شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌طور خاص به‌صورت فعالانه عمل می‌کند، که این فعالیت‌های فعالانه نتایجی که کاربران به دنبال آن هستند را رقم می‌زند. بنابراین کاربران فضای مجازی با قرار گرفتن در برخی فضاها که با توجه به نوع فضای مجازی یا نوع شبکه اجتماعی مجازی و موضوعاتی که در این گروه‌های مجازی دنبال می‌کنند، دست به عمل می‌زنند که این گستردگی هرچقدر بیشتر باشد فرد امکان انتخاب‌های بیشتری دارد. به سخن دیگر افراد بیشتر در معرض این شبکه‌ها و موضوعات قرار می‌گیرند و در نتیجه بیشتر تحت تأثیر آن‌ها قرار می‌گیرند. با در نظر گرفتن فعال بودن کاربران می‌توان گفت الگوهایی که زوجین از این فضاها کسب می‌کنند در زندگی و ارتباطات آنان به‌طور عام و روابط عاطفی آنان به‌طور خاص نقش مثبت دارد؛ چرا که بنا به انتخاب فعالانه کاربران صورت گرفته است.

منابع

- ابراهیم‌پور کومله، سمیرا و کامیان خزایی. (۱۳۹۳). آسیب‌های نو پدید؛ شبکه‌های اجتماعی مجازی در کمین خانواده ایرانی. مقاله منتشر شده در نخستین کنگره ملی فضای مجازی و آسیب‌های اجتماعی نوپدید، تهران: وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی.
- اسلامی، مروارید. (۱۳۹۲). بررسی شبکه‌های اجتماعی و تأثیرات آن‌ها بر ابعاد مختلف زندگی، پایان‌نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، دانشکده علوم اجتماعی، گروه کتابداری و اطلاع‌رسانی.
- اعزازی، شهلا. (۱۳۸۷). جامعه‌شناسی خانواده با تأکید بر نقش، ساختار و کارکرد خانواده در دوران معاصر. تهران: روشنگران مطالعات زنان.
- اکبرزاده جهرمی، سیدجمال‌الدین. (۱۳۹۵). پیامدهای هم‌گرایی اینترنت و تلویزیون بر سیاست‌گذاری رسانه‌ای در ایران. فصلنامه مطالعات فرهنگ-ارتباطات، ۱۷(۳۴)، ۷-۴۵. doi: 10.22034/jccs.22083.10
- باومن، زیگمونت. (۱۳۸۷). عشق سیال. ترجمه‌ی عرفان ثابتی، تهران: انتشارات ققنوس.
- بختیاری، آمنه. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر فناوری‌های نوین ارتباطی بر جوانان (اینترنت). نشریه مطالعات رسانه‌ای، دوره ۱۰.
- بیکر، تزرال. (۱۳۸۵). نحوه انجام تحقیقات اجتماعی، ترجمه‌ی هوشنگ نایی، تهران: نشر نی.
- ثنائی‌ذاکر، باقر. (۱۳۸۰). کلیات سنجش خانواده. تازه‌ها و پژوهش‌های مشاوره ۴(۱۴)، ۲۳-۹.
- چلبی، مسعود. (۱۳۸۵). تحلیل اجتماعی در فضای کنش، تهران: نی.

- خواجه نژادیان، علی. (۱۳۹۱). تبیین نقش فیسبوک در زندگی زناشویی اعضا متاهل ایرانی خود. نخستین کنگره ملی فضای مجازی و آسیب‌های اجتماعی نوپدید، تهران: وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی.
- دواس، دیوید. (۱۳۸۶). پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه‌ی هوشنگ نایی، تهران: نشر نی.
- شهریار، محدثه. (۱۳۹۴). شبکه‌های اجتماعی و پیامدهای آن در خانواده، تهران: اولین همایش ملی روانشناسی و خانواده.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۸). جامعه‌شناسی. ترجمه‌ی منوچهر صبوری. چاپ اول، تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۴). چشم‌اندازهای جهانی. ترجمه‌ی محمدرضا جلالی‌پور. تهران: انتشارات طرح نو.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۷). تجدد و تشخیص، جامعه و هویت در عصر جدید. ترجمه‌ی ناصر موفقیان. تهران: نشر نی.
- مظاهری، محمدعلی. (۱۳۷۷). الگوهای دلبستگی نوزادان ایرانی، مجله روانشناسی، شماره ۸، ۳۱۵-۲۹۱.

- Bauman, Z. (1998). Religion, Modernity, and Postmodernity, Oxford: Blackwell.
- Beck, A. T., Epstein, N., Brown, G., & Steer, R. A. (1988). An inventory for measuring clinical anxiety: psychometric properties". Journal of consulting and clinical psychology, 56(6), 893.
- Cole, J. (2000). Surveying the Digital Future, University of California at Los Angeles, Center for Communication Policy, URL (consulted October 2007): <http://ccp.ucla.edu/pages/internet-report.asp>
- Lee, & Lee, H. (2010). The computer-mediated communication network: exploring the linkage between the online community and social capital". New Media & Society. 12 (5).711-727.
- Papacharissi, Z. (2009). The virtual geographies of social networks: a comparative analysis of Facebook, LinkedIn and A Small World. New media society
- Ren, Y. Kraut & R. Kiesler, S. (2007). Applying Common Identity and Bond Theory to Design of Online Communities, Organization Studies: <http://nms.sagepub.com>
- Wellman, B & Haase, J. Witte & K. Hampton. (2001). Does the Internet Increase, Decrease or Supplement Social Capital?" Social Networks, Participation and Community Commitment', American Behavioral Scientist 45(3): 436-55.
- Wellman, B. and K. Frank. (2001). Network Capital in a Multi-level World: Getting Support from Personal Communities", Public Health. 126(6): 268-274.