



تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۴/۱۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۸/۰۵ صفحه ۱۸۴ تا ۲۰۲

تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر امنیت روانی خانواده‌ها در عصر ارتباطات: مورد مطالعه: شهر تهران

علی جعفری^۱، منصور سلامت^۲

چکیده

تحقیق حاضر با هدف بررسی تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر امنیت روانی خانواده‌ها در عصر ارتباطات انجام شد. از لحاظ هدف، تحقیق حاضر از نوع کاربردی، از لحاظ نوع روش، توصیفی و همبستگی می‌باشد و از لحاظ روش گردآوری اطلاعات روش تحقیق مورد نظر میدانی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل شهروندان ۱۵ تا ۶۵ ساله شهر تهران می‌باشد. حجم نمونه آماری طبق جدول مورگان، برابر ۳۸۴ بدست آمد که با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شدند. برای اندازه‌گیری متغیرها از پرسشنامه امنیت روانی مازلو (۲۰۰۴) و پرسشنامه رسانه‌های اجتماعی نوین جهانی (۱۳۹۷) استفاده شد. برای تحلیل داده‌ها از رگرسیون استفاده شد. یافته‌های تحقیق نشان داد که رسانه‌های اجتماعی بر امنیت روانی خانواده تأثیر منفی معنی‌داری دارد و از بین مولفه‌های مربوط به رسانه‌های اجتماعی، میزان استفاده ۰/۴۱-، نوع استفاده ۰/۳۹- و میزان اعتماد به کاربران ۰/۳۰- تغییرات امنیت روانی خانواده را بیش‌بینی می‌کند. بنابراین نتیجه‌گیری می‌شود که با افزایش استفاده از رسانه‌های اجتماعی در عصر ارتباطات، امنیت روانی خانواده کاهش می‌یابد و بیشترین تأثیر نیز مربوط به میزان استفاده است. به عبارتی، استفاده بیشتر از رسانه‌های اجتماعی نوین، باعث به خطر افتادن امنیت روانی خانواده‌ها در عصر ارتباطات می‌شود.

واژگان کلیدی: رسانه‌های اجتماعی، امنیت روانی، خانواده، عصر ارتباطات.

۱. استادیار گروه مشارکت‌ها و ارتباطات، پژوهشگاه مطالعات آموزش و پرورش، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

(نویسنده مسئول) alijafari.researcher@gmail.com

۲. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی،



The Impact of Social Media on the Psychological Security of Families in the Communications Age (Case Study: The City of Tehran)

Ali Jafari¹, Mansour Salamat²

Abstract

The present research was carried out with the aim of investigating the impacts of social media on the psychological security of families in the communications age. The present research is of applied type in terms of objective, it is of descriptive and coherence type in terms of method and it is of field study in terms of information collection method. The statistical society includes citizens aged between 15 to 65 years of the City of Tehran. The volume of statistical sample was obtained about 384 according to Morgan Table which was chosen using multi-step cluster sampling. To measure the variables, the Mazelo Psychological Security questionnaire (2004) and Jahanbani Modern Social Networks Questionnaire were also put to use. In order to analyze, the data, Regression was used. The findings of the research show that the social media have meaningful negative impacts on families and among the parameters related to social media, the parameter of use rate -041/, kind of use -039/ and users' trust rate -030/ predicted the psychological security of families.

Therefore; it is concluded that increasing the use of social media in the communications age, will cause decrease of the psychological security of families and the highest impact is caused by use rate. In other words, higher use of the modern social media will put the psychological security of families in jeopardy in the communications age.

Key words: social media, psychological security, family, communications age

1. Assistant Professor, Communications and Partnerships Department, Education Studies Research Center, Islamic Azad University, Tehran, Iran (Writer-in-charge)
alijafari.researcher@gmail.com

2. Ph.D Candidate in Communications Science, Faculty of Literature and Humanities, Islamic Azad University



مقدمه

با ورود فناوری‌های جدید در عرصه ارتباطات و فزونی یافتن استفاده از این فناوری‌ها، عصر حاضر به عنوان عصر ارتباطات نامیده شده است. عصر ارتباطات که با نام‌های عصر رایانه، عصر دیجیتال، عصر سیلیکون، عصر رسانه‌های جدید یا عصر رسانه نیز شناخته می‌شود، یک دوره تاریخی است که از اواسط قرن بیستم آغاز شده است. این عصر با تغییر سریع از صنایع سنتی، که در طول انقلاب صنعتی شکل گرفتند، به اقتصادی متمرکز بر فناوری اطلاعات مشخص می‌شود. عصر ارتباطات با سرمایه‌گذاری بر روی پیشرفت‌های مینیاتوری‌سازی یا کوچک‌سازی رایانه شکل گرفت و این پیشرفت‌ها منجر به مدرنیزه شدن سیستم‌های اطلاعاتی و ارتباطات اینترنتی به عنوان نیروی محرکه تکامل اجتماعی-فرهنگی شد (روفی^۱ و همکاران، ۲۰۲۴). دلیل اصلی نامگذاری این عصر به عصر ارتباطات، استفاده حداکثری از فناوری‌های ارتباطی در میان همه جوامع بشری است. برای درک بهتر عصر ارتباطات باید به این مساله توجه داشت که ارتباط، ساز و کاری است که روابط انسانی بر اساس و به وسیله آن به وجود می‌آید و تمام مظاهر فکری و وسائل انتقال و حفظ آنها در مکان و زمان بر پایه آن توسعه پیدا می‌کند و در عصر ارتباطات، فناوری‌های رایانه‌ای، شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های دیجیتال به عنوان وسیله‌های غالب در ایجاد تعامل بین انسان‌ها جای شیوه‌های سنتی مثل نامه نگاری و تماس تلفنی را گرفته اند (قربانی، ۱۴۰۳).

نخستین ویژگی ارتباطات جمعی در عصر ارتباطات (در مقابل ارتباطات سنتی که در گذشته وجود داشت)، غیر شخصی بودن پیام‌هایی است که از طریق وسایل ارتباط جمعی در اختیار انسان‌ها قرار می‌گیرد. ارتباط در گذشته از طریق چهره به چهره و بدون واسطه انتقال پیدا می‌کرد؛ اما امروزه ارتباطات از طریق وسایل ارتباطی (نظیر رادیو و تلویزیون و...) صورت می‌گیرد، که پیام‌ها بدون تماس مستقیم میان پیام دهنده و پیام گیرنده منتقل می‌شود. دومین ویژگی ارتباطات جمعی در عصر حاضر، نهادی بودن آنهاست. در گذشته ارتباطات به طور تصادفی صورت می‌گرفت. اغلب در برخوردهای تصادفی، اطلاعاتی را از طریق گوش و دهان مبادله می‌کردند؛ اما در عصر امروز، تکنیک‌های ارتباط جمعی به طور ارادی و عمدی در قالب نهادهای اجتماعی به کار خود ادامه می‌دهند. سومین ویژگی ارتباطات جمعی در عصر حاضر، وابستگی ارتباطات جمعی به سایر عناصر زندگی اجتماعی است (حسینی و همکاران، ۱۴۰۳). توسعه مطبوعات با گسترش سواد و تحصیلات در جامعه، رابطه‌ای نزدیک دارد، و از سوی دیگر، با گسترش وسایل ارتباط جمعی،



سطح زندگی اعضای جامعه نیز دگرگون شده است. انسان از طریق وسایل ارتباط جمعی، تشویق به مطالعه و بالا بردن سطح آگاهی‌های خود می‌شود و از طریق وسایل ارتباط جمعی، لحظه به لحظه با وقایع و رویدادهای سیاسی و فرهنگی جهان آشنا می‌شود و این آشنایی در عملکرد و رفتار وی در جامعه مؤثر است. با گسترش وسایل ارتباط جمعی، سطح فرهنگ‌ها و آداب و رسوم اعضای جامعه نیز دگرگون شده است. آمدن مدها به بازار، تغییر نوع بر خورد و گفتارهای اعضای جامعه، تغییر نوع زندگی مردم و... معلول ارتباطات جمعی به شمار می‌آیند (آنتی اوچو^۱، ۲۰۲۱). یکی از مهمترین آثار عصر ارتباطات، دگرگون شدن وظایف نهاد خانواده است. جامعه‌شناسان، خانواده را به عنوان اولین و مهمترین نهاد اجتماعی معرفی کرده‌اند، اما با رشد روز افزون تکنولوژی و راهیابی بی چون و چرای رسانه‌ها به محیط زندگی بشر، روابط بین اعضا خانواده روز به روز کمتر شده و نزدیک است که این نهاد مهم و اساسی به یک قالب سرد و بی روح تبدیل شود، در حالی که روابط بین اعضا خانواده و گفت‌وگو بین آنها در سلامت خانواده که تضمین‌کننده سلامت جامعه است نقش به سزایی دارد (انگوين^۲ و همکاران، ۲۰۲۴). با ورود فناوری‌های نوین ارتباطی، بخشی از وظیفه روابط، انجام امور شخصی، تفریح و شاد کردن مردم به رسانه‌ها واگذار شده است. خانواده‌ها در برخورد با وسایل ارتباط جمعی، رنگ تازه‌ای به خود می‌گیرند، به طوری که اعضای یک خانواده، هنگام استراحت کردن، از طریق تلویزیون از اخبار و رویدادهای جهان آگاه می‌شوند و حتی می‌توان از این رسانه‌ها، آموزش‌های رسمی را فرا گرفت. این رسانه‌ها، با پخش انواع برنامه‌ها، یک سری سلیقه‌ها و آداب و رسوم و هنجارهای مشترک را به مخاطبان خود منتقل می‌کنند، به طوری که آهسته آهسته، جامعه به سمت و سویی حرکت می‌کند که از همه اعضای آن، یک نوع رفتار سر می‌زند، یک نوع لباس می‌پوشند و به طور کلی، خُرده فرهنگ‌ها از بین رفته، جامعه به سمت همگنی (هماندی) پیش می‌رود (وگلز^۳ و همکاران، ۲۰۲۲).

برخی بر این عقیده‌اند که وسایل ارتباط جمعی دارای چنان قدرت و نیرویی هستند که می‌توانند نسلی متفاوت از نسل گذشته ایجاد کنند. اینان بر این عقیده‌اند که این وسایل، ابزاری بس نیرومندند که می‌توان از آنها در راه‌های مشروع و غیرمشروع استفاده کرد و تأثیری عمیق بر خانواده گذاشت، به طوری که بعضی قدرت رسانه‌ها را با قدرت بمب اتم، مقایسه کرده‌اند و این

1. Antiochou
2. Nguyen
3. Vogels



نشان دهنده این امر است که رسانه، همیشه خوب نیست و اثرات مخربی نیز می‌تواند بر جنبه‌های مختلف خانواده داشته باشد. یکی از عواقب استفاده از رسانه‌ها در عصر ارتباطات، تهدید امنیت روانی خانواده است (زوتووا و تاراسووا، ۲۰۲۴). امنیت روانی به اعضای خانواده توانایی متمرکز شدن بر راهکارهای مشکلات را می‌دهد تا ترسی از سرزنش شدن به دلیل اظهار نظرهایشان نداشته باشند. کوهن و همکارانش (۲۰۰۴) دریافتند که ارتباطات بین فردی و هنجارهای سازمانی به صورت مستقیمی امنیت روانی را پیش بینی میکند. مهمترین اهداف ازدواج، تأمین نیازهای جنسی و بقای نسل، تکامل انسان و رسیدن به آرامش و امنیت اجتماعی است. هر یک از اعضای خانواده می‌داند که درون خانواده پشتیبان محکمی دارد، یعنی فردی که می‌توان اطمینان داشت حمایت عاطفی و یاری را در زمان مورد نیاز ارائه خواهد داد. افراد با دانستن اینکه حمایت وجود دارد شجاعت پیش رفتن و مقابله با چالش‌های زندگی را دارا خواهند بود. حمایت‌های مبتنی بر احساس امنیت همچنین به وسیله بستگان و دوستان نیز فراهم می‌آید (کاتب زاده بدر و همکاران، ۱۴۰۱). با این اوصاف، در عصر ارتباطات که فاصله جوامع و کشورها بسیار کم شده، اما فاصله میان انسان‌ها زیاد شده است. هر چه فن آوری و تکنولوژی‌های ارتباطی پیشرفته تر می‌شوند منجر به دور شدن انسان‌ها از یکدیگر و بخصوص در درون خانواده می‌شوند و همین مساله امنیت روانی آنها را به شدت تحت تاثیر قرار می‌دهد. انسان موجودی اجتماعی آفریده شده و تصور اینکه به تنهایی زندگی کند خیالی باطل است. این گونه فن آوریها خود را بر زندگی اجتماعی انسان تحمیل می‌کنند و ارتباط دو سویه «انسان با انسان» را به ارتباط یک سویه انسان با ماشین تبدیل نموده اند و این یک خطر جدی برای امنیت خانواده است. از این رو تحقیق حاضر در پی پاسخ به این سوال است که در عصر ارتباطات، رسانه‌های اجتماعی چه تاثیری بر امنیت روانی خانواده‌ها دارد؟

پیشینه پژوهش

جواهری (۱۴۰۳) در پژوهشی با عنوان تأثیر نقش رسانه بر آسیب‌پذیری خانواده با محوریت شبکه‌های اجتماعی نشان داد که افزایش استفاده از رسانه‌های اجتماعی با کاهش انسجام عاطفی خانواده و افزایش تعارضات ارتباطی مرتبط است. یافته‌ها حاکی از آن است که شبکه‌های اجتماعی موجب کاهش گفتگوهای بین‌نسلی و ضعف در پیوندهای عاطفی اعضای خانواده می‌شوند. صالحی، گلدانی و حیدری (۱۴۰۳) در مقاله‌ای با موضوع نقش رسانه بر نهاد خانواده و تأثیر خانواده



در تربیت نشان دادند که رسانه‌های جمعی در صورت استفاده ناآگاهانه، به‌ویژه در میان نوجوانان، می‌توانند باعث بروز شکاف‌های نسلی، فردگرایی و کاهش امنیت روانی اعضای خانواده شوند. توکلی و رسولی (۱۴۰۰) در تحقیقی با عنوان الگوی مصرف رسانه‌ای و سبک زندگی خانواده ایرانی‌نشان دادند که نوع استفاده از رسانه (مثلاً وابستگی به محتوای سرگرم‌کننده یا خبری) بر میزان مشارکت عاطفی اعضای خانواده و سبک تربیتی والدین اثر مستقیم دارد.

پیری، واحدیان و سهراب‌زاده (۱۴۰۰) در مطالعه‌ای با عنوان آسیب‌شناسی بازنمایی رسانه‌ای خانواده به این نتیجه رسیدند که رسانه‌ها با ارائه الگوهای ناهنجار رفتاری یا روابط غیرواقعی، می‌توانند ادراک اعضای خانواده از یکدیگر را دچار اختلال سازند و زمینه‌های بی‌اعتمادی و ناامنی روانی را فراهم کنند.

کاپری^۱ و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان تأثیر استفاده از رسانه‌ها بر عملکرد خانواده‌نشان دادند که استفاده افراطی از رسانه‌های اجتماعی منجر به کاهش مشارکت والدین در تعاملات روزمره خانوادگی، اختلال در ارتباطات عاطفی، و افزایش تنهایی نوجوانان می‌شود.

هابز^۲ و همکاران (۲۰۲۴) در مطالعه‌ای با تمرکز بر بحران‌های اجتماعی (همچون کرونا) نشان داد که در شرایط وابستگی شدید به رسانه‌ها، روابط درون خانوادگی تضعیف شده و رسانه‌ها نقش جایگزین روابط انسانی را ایفا می‌کنند.

جنجیری و آدتومی^۳ (۲۰۲۴) در تحقیقی با عنوان تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر روابط خانوادگی نشان دادند که افزایش استفاده از این رسانه‌ها با کاهش تعاملات فیزیکی و بروز تعارضات روانی میان اعضای خانواده رابطه معناداری دارد.

لويس^۴ و همکاران (۲۰۲۳) در پژوهشی درباره نوجوانان افسرده و نقش رسانه‌های اجتماعی در خانواده نشان دادند که استفاده شدید از رسانه‌های اجتماعی می‌تواند منجر به گسست عاطفی در خانواده و تشدید وضعیت روانی نوجوانان شود.

1. Capri

2. Habes

3. Jinjiri & Adetomi (2024)

4. Lewis



مبانی نظری

نظریه امنیت روانی مازلو

آبراهام مازلو در نظریه مشهور «سلسله‌مراتب نیازها» (۱۹۴۳)، امنیت را یکی از نیازهای بنیادین بشر پس از نیازهای فیزیولوژیک می‌داند. این امنیت شامل ثبات در زندگی، نبود تهدیدهای روانی یا فیزیکی و اطمینان از آینده است. در چارچوب خانواده، این امنیت روانی به معنای وجود روابط حمایتی، فضای بدون ترس از قضاوت، و همدلی میان اعضاست.

مطالعات معاصر (Zotova & Tarasova, 2024) امنیت روانی را به عنوان حس درونی آرامش، آزادی در ابراز وجود و برخورداری از حمایت اجتماعی توصیف کرده‌اند. افزایش وابستگی به رسانه‌های اجتماعی، به‌ویژه در زمان‌هایی که استفاده بیش از حد و افراطی باشد، منجر به جایگزینی حمایت واقعی با تعاملات سطحی مجازی شده و این حس امنیت را تضعیف می‌کند.

نظریه استفاده و رضامندی

این نظریه که در دهه ۱۹۷۰ توسط بلومر و کاتز مطرح شد، بر انتخاب فعال مخاطب و دلایل روان‌شناختی مصرف رسانه تأکید دارد. مخاطب با انگیزه‌هایی مانند سرگرمی، کسب اطلاعات، فرار از فشارهای روزمره، تعامل اجتماعی و ساخت هویت فردی به سوی رسانه‌ها گرایش پیدا می‌کند.

مطالعات جدید نشان داده‌اند که این رضامندی می‌تواند منجر به وابستگی رفتاری شود، به‌ویژه در شبکه‌های اجتماعی، که الگوریتم‌های طراحی‌شده آن‌ها با هدف «درگیر نگه داشتن» کاربر ساخته شده‌اند (Vogels et al., 2022). این وابستگی، گفتمان خانوادگی را کاهش داده و باعث احساس بیگانگی در فضای صمیمی خانه می‌شود.

نظریه همگن‌سازی فرهنگی و توده‌سازی رسانه‌ای

ژان کازنو مطرح می‌کند که رسانه‌های جمعی به واسطه تکرار پیام‌های مشابه و ساخت الگوهای فرهنگی خاص، منجر به تضعیف خرده‌فرهنگ‌ها و همسان‌سازی جامعه می‌شوند. این «توده‌سازی» باعث از بین رفتن هویت‌های خانوادگی خاص، سبک‌های تربیتی متفاوت، و حتی احساس تعلق خاص به گروه کوچک خانوادگی می‌شود.



در عصر رسانه‌های اجتماعی، این روند شدیدتر شده است؛ زیرا الگوریتم‌ها تمایلات رفتاری کاربران را تحلیل کرده و محتواهای مشابه و تقویت‌کننده را به آن‌ها نمایش می‌دهند، که منجر به یک‌دست‌سازی فرهنگی و کاهش تنوع هویتی و رفتاری حتی در سطح خانواده می‌شود (Habes et al., 2024).

نظریه موج سوم

تافلر در نظریه موج سوم (۱۹۸۰) می‌گوید که پس از انقلاب کشاورزی و صنعتی، انقلاب اطلاعاتی (موج سوم) ساختارهای اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی را دگرگون کرده است. در این موج، خانواده‌ها با ورود فناوری‌های دیجیتال به فضای خصوصی خود، دچار شکاف نسلی و تغییر در الگوهای ارتباطی شده‌اند.

مطالعات جدید این دیدگاه را تأیید کرده‌اند که فناوری‌های ارتباطی، با کاهش گفتمان چهره‌به‌چهره، باعث انزوای فردی، کاهش صمیمیت خانوادگی و در نتیجه تضعیف امنیت روانی شده‌اند (Nguyen et al., 2024).

نظریه حباب فیلتر و اتاق پژواک

Eli Pariser (۲۰۱۱) و Cass Sunstein (۲۰۰۱) بیان می‌کنند که رسانه‌های اجتماعی با استفاده از الگوریتم‌های شخصی‌سازی، افراد را در حباب‌هایی از اطلاعات قرار می‌دهند که بیشتر مطابق با دیدگاه‌های قبلی خود آن‌هاست. در نتیجه، کاربر کمتر در معرض دیدگاه‌های مخالف یا تجربیات مشترک خانوادگی قرار می‌گیرد.

این پدیده منجر به شکل‌گیری هویت‌های متفرق و ناهم‌سو درون خانواده می‌شود؛ هر عضو خانواده در دنیای محتوایی خاص خود غرق است، و این تفکیک تجربه زیستی، زمینه‌ساز احساس بی‌اعتمادی، سوءتفاهم و ناامنی روانی در تعاملات خانوادگی می‌شود (Capri et al., 2021).

روش شناسی

از لحاظ هدف، تحقیق حاضر از نوع کاربردی و از لحاظ روش گردآوری اطلاعات روش تحقیق مورد نظر از نوع پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل شهروندان ۱۵ تا ۶۵



ساله شهر تهران می‌باشد. طبق جدول مورگان، حجم نمونه آماری برابر ۳۸۴ بدست آمد که با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شدند. برای اندازه‌گیری متغیرها از پرسشنامه امنیت روانی مازلو (۲۰۰۴) و پرسشنامه رسانه‌های اجتماعی نوین جهانی (۱۳۹۷) استفاده شد. داده‌ها با نرم افزار spss تحلیل شد و برای تحلیل فرضیه‌های تحقیق از رگرسیون استفاده شد.

یافته‌ها

جدول ۱- ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخگویان

متغیر	وضعیت	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۲۸۶	۷۴/۵
	زن	۹۸	۲۵/۵
سن	۱۸ تا ۲۵ سال	۱۰۱	۲۶/۳
	۲۶ تا ۳۳ سال	۱۰۷	۲۷/۹
	۳۴ تا ۴۲ سال	۸۱	۲۱/۱
	۴۳ تا ۵۰ سال	۶۲	۱۶/۱
	بالای ۵۰ سال	۳۳	۸/۶
تحصیلات	زیر دیپلم	۹۸	۲۵/۵
	دیپلم	۸۹	۲۳/۲
	فوق دیپلم	۵۵	۱۴/۳
	لیسانس	۹۹	۲۵/۸
	فوق لیسانس	۳۹	۱۰/۲
	دکتری	۴	۱/۰



طبق نتایج جدول (۱) ۷۴/۵ درصد پاسخگویان مرد هستند و ۲۵/۵ درصد نیز زن هستند. همچنین ۸/۶ درصد پاسخگویان با کمترین فراوانی بالای ۵۰ سال سن دارند و ۲۷/۹ درصد با بیشترین فراوانی ۲۶ تا ۳۳ ساله هستند. در نهایت نتایج نشان می‌دهد که ۱ درصد پاسخگویان با کمترین فراوانی تحصیلات دکتری دارند و ۲۵/۸ درصد با بیشترین فراوانی تحصیلات لیسانس دارند. جدول ۲- نتایج آزمون کولمگروف- اسمیرنوف جهت تعیین نرمال بودن توزیع متغیرهای تحقیق

آماره	رسانه‌های اجتماعی	امنیت روانی
مقدار Z	۱/۰۶	۰/۷۱۲
سطح معنی داری	۰/۲۶۵	۰/۵۰۹

طبق نتایج جدول (۲) و با توجه به اینکه سطح معنی داری خطای آزمون برای سطح اطمینان ۹۵/۰ بیش از ۵/۰ است، بنابراین می‌توان گفت که توزیع متغیرهای تحقیق نرمال است و جهت تحلیل فرضیات باید از آزمون‌های پارامتریک (ضریب رگرسیون) استفاده کرد.

جدول ۳- خلاصه مدل رگرسیون تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر امنیت روانی خانواده

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده
۰/۶۱۱	۰/۳۷۳	۰/۳۶۵

طبق نتایج جدول (۳) ضریب همبستگی بین رسانه‌های اجتماعی با امنیت روانی خانواده برابر ۰/۶۱ و ضریب تعیین برابر ۰/۳۷ است. به عبارتی می‌توان گفت که ۳۷/۰ تغییرات امنیت روانی خانواده توسط رسانه‌های اجتماعی تعیین می‌شود و ۶۳/۰ نیز توسط متغیرهای دیگر تعیین می‌شود.

جدول ۴- نتایج معادله رگرسیون ساده تاثیر رسانه‌های اجتماعی بر امنیت روانی خانواده

P	T	ضرایب استاندارد	ضرایب غیر استاندارد		متغیر پیش بین
		BETA	SE	B	
۰/۰۷۳	۱/۸۱۲		۰/۴۴۷	۰/۸۰۹	مقدار ثابت
۰/۰۰۰	-۷/۸۱۳	-۰/۶۱۱	۰/۱۴۷	-۰/۵۷۵	رسانه‌های اجتماعی

طبق نتایج جدول (۴) و با توجه به سطح معنی داری خطای آزمون برای سطح اطمینان ۰/۹۵ می‌توان گفت که رسانه‌های اجتماعی بر امنیت روانی خانواده تاثیر منفی معنی داری دارد. همچنین ضریب بتا نشان می‌دهد که رسانه‌های اجتماعی ۰/۶۱- تغییرات امنیت روانی خانواده را پیش بینی می‌کند.

جدول ۵- خلاصه مدل رگرسیون تاثیر ابعاد رسانه‌های اجتماعی بر امنیت روانی خانواده

ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده
۰/۸۵۹	۰/۷۳۷	۰/۷۳۰

طبق نتایج جدول (۵) ضریب همبستگی بین ابعاد رسانه‌های اجتماعی با امنیت روانی خانواده برابر ۰/۸۵ است، به عبارتی رابطه خطی بین دو متغیر ۰/۸۵ است. همچنین ضریب تعیین برابر ۰/۷۳ است، به عبارتی ابعاد رسانه‌های اجتماعی ۰/۷۳ تغییرات امنیت روانی خانواده را تعیین می‌کند و ۰/۲۷ باقیمانده توسط متغیرهای دیگر تعیین می‌شود.



جدول ۶- نتایج ضریب رگرسیون چند متغیره تأثیر ابعاد رسانه‌های اجتماعی بر امنیت روانی خانواده

P	T	ضرایب استاندارد	ضرایب غیر استاندارد		متغیر پیش بین
		BETA	SE	B	
۰/۰۲۴	۲/۲۷۳		۰/۰۷۶	-۰/۱۷۳	مقدار ثابت
۰/۰۰۱	-۵/۳۶۷	-۰/۴۱۰	۰/۰۵۰	-۰/۳۶۷	میزان استفاده
۰/۰۰۱	-۴/۸۵۱	-۰/۳۹۴	۰/۰۷۹	-۰/۳۲۹	نوع استفاده
۰/۰۰۱	-۴/۲۶۴	-۰/۳۰۹	۰/۰۴۶	-۰/۲۸۳	میزان اعتماد به کاربران

طبق نتایج جدول (۶) و با توجه به سطح معنی داری خطای آزمون برای سطح اطمینان ۰/۹۵ می‌توان گفت که همچنین ضریب بتا نشان می‌دهد که میزان استفاده، نوع استفاده و میزان اعتماد به کاربران بر امنیت روانی خانواده تأثیر منفی معنی داری دارند. همچنین ضریب بتا نشان می‌دهد که میزان استفاده -۰/۴۱-، نوع استفاده -۰/۳۹- و میزان اعتماد به کاربران -۰/۳۰- تغییرات امنیت روانی خانواده را پیش بینی می‌کند.

بحث نتیجه گیری

تحقیق حاضر با هدف بررسی تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر امنیت روانی خانواده‌ها در عصر ارتباطات انجام شد. یافته‌های بدست آمده از تحقیق نشان داد که رسانه‌های اجتماعی بر امنیت روانی خانواده تأثیر منفی معنی داری دارد و از بین مولفه‌های مربوط به رسانه‌های اجتماعی، میزان استفاده -۰/۴۱-، نوع استفاده -۰/۳۹- و میزان اعتماد به کاربران -۰/۳۰- تغییرات امنیت روانی خانواده را پیش بینی می‌کند. نتایج تحقیق با یافته‌های تحقیق جواهری (۱۴۰۳)، صالحی و همکاران (۱۴۰۳)، سوده و کیانپور (۱۴۰۳)، توکلی و رسولی (۱۴۰۰)،



پیری و همکاران (۱۴۰۰)، هابز^۱ و همکاران (۲۰۲۴)، جینجیری و آدتومی^۲ (۲۰۲۴) لویس^۳ و همکاران (۲۰۲۳) و ساپری^۴ و همکاران (۲۰۲۱) همخوانی دارد. در تحقیقات یاد شده نیز نتایج نشان داده است که با ورود رسانه‌های اجتماعی به محیط خانواده، میزان امنیت خانواده کاهش می‌یابد.

مطابق نظریه مازلو، امنیت روانی شامل احساس پایداری، پیش‌بینی‌پذیری، و اعتماد در روابط انسانی است. رسانه‌های اجتماعی با ایجاد نوعی گسست در ارتباطات مستقیم، باعث کاهش همدلی، ارتباط چهره‌به‌چهره و پشتیبانی عاطفی در خانواده‌ها می‌شوند.

در تحقیق حاضر، افزایش میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی نشان‌دهنده جایگزینی روابط واقعی با روابط مجازی است، که به تدریج حس حمایت‌پذیری، اعتماد متقابل و فضای امن درون خانواده را تهدید می‌کند. این یافته با دیدگاه Tarasova و Zotova (۲۰۲۴) درباره کاهش حس امنیت روانی در محیط‌های پر از اطلاعات دیجیتال تطابق کامل دارد.

هر چه افراد زمان بیشتری را صرف فضای مجازی کنند، حضور روانی و هیجانی آن‌ها در خانواده کاهش یافته و امنیت روانی متزلزل می‌شود.

نظریه استفاده و رضامندی تأکید دارد که کاربران رسانه‌ها به دنبال ارضای نیازهای خود هستند. در این پژوهش، نوع استفاده از رسانه‌ها (مثلاً برای تفریح، سرگرمی یا جایگزین‌سازی تعاملات اجتماعی واقعی) عامل مهمی در پیش‌بینی کاهش امنیت روانی معرفی شده است.

کاربرانی که برای فرار از تنهایی یا پر کردن خلأهای عاطفی به شبکه‌های اجتماعی روی می‌آورند، عملاً به نوعی وابستگی روانی دچار می‌شوند که آن‌ها را از دنیای واقعی و ارتباط با اعضای خانواده دور می‌کند. این فرایند موجب ضعف در ارتباطات خانوادگی و افزایش سوءتفاهم می‌شود.

رضامندی فوری و موقتی حاصل از رسانه‌های اجتماعی، جای تعاملات عمیق خانوادگی را می‌گیرد و ساختار ارتباطی خانواده را دچار تضعیف می‌کند.

نتیجه پژوهش درباره تأثیر منفی میزان اعتماد به کاربران دیگر در فضای مجازی می‌تواند در چارچوب نظریه همگن‌سازی رسانه‌ای تحلیل شود. تعامل با کاربران غیرهم‌سو با فرهنگ

1. Habes
2. Jinjiri & Adetomi
3. Lewis
4. Capri



و ارزش‌های خانواده، موجب شکل‌گیری نگرش‌های متعارض، سردرگمی هویتی و تعارض در چارچوب‌های ارتباطی خانوادگی می‌شود.

این وضعیت، به‌ویژه در جوانان و نوجوانان، موجب شکل‌گیری نوعی فاصله‌ارزشی با والدین می‌شود که مستقیماً به کاهش امنیت روانی منجر می‌گردد.

رسانه‌های اجتماعی با اشاعه سبک زندگی یکسان، سبب سایش هویت خانوادگی شده و شکاف نسلی و ارزشی را تشدید می‌کنند.

در موج سوم، خانواده‌ها دیگر به صورت سنتی عمل نمی‌کنند. یافته‌های این تحقیق به‌خوبی نشان می‌دهد که رسانه‌های دیجیتال ساختار و کارکرد سنتی خانواده را مختل کرده‌اند. تافلر بیان می‌کند که خانواده‌ها در موج سوم، فردگرا، چندپاره و بدون ارتباطات ساختاری منسجم شده‌اند.

استفاده بی‌رویه از رسانه‌های اجتماعی توسط اعضای خانواده، باعث تضعیف تعاملات عاطفی، کاهش زمان مشترک و از بین رفتن مرزهای عاطفی شده است، که همه این‌ها به ناامنی روانی منجر می‌شود.

خانواده در موج سوم به نهادی در معرض فروپاشی عاطفی بدل شده است و یافته‌های تحقیق حاضر نیز این روند را تأیید می‌کند.

با توجه به نظریه حباب فیلتر و اتاق پژواک کاربران در فضای مجازی در معرض اطلاعات یک‌سویه و هم‌سو با باورهای قبلی خود قرار می‌گیرند. این موضوع باعث می‌شود که اعضای خانواده در دنیای ذهنی مجزا از یکدیگر زندگی کنند، که یکی از مهم‌ترین عوامل انزوای شناختی و روانی درون خانواده است.

در تحقیق شما، ضریب منفی اعتماد به کاربران مجازی به‌وضوح نشان‌دهنده این مسئله است که اعتماد به فضای مجازی جای اعتماد درون خانوادگی را گرفته و خانواده را دچار گسست ارتباطی و عاطفی می‌کند.

تحلیل: اعضای خانواده، به‌جای تعامل با یکدیگر، در اتاق پژواک خود غرق شده‌اند و امنیت روانی که حاصل گفت‌وگو، همدلی و درک متقابل است، از میان رفته است.

جمع‌بندی تحلیلی:

همه نظریه‌های مطرح‌شده تأیید می‌کنند که افزایش و نوع خاصی از استفاده از رسانه‌های اجتماعی به تدریج باعث:



- کاهش ارتباط چهره‌به‌چهره در خانواده‌ها،
 - جایگزینی حمایت عاطفی واقعی با روابط سطحی مجازی،
 - گسترش فردگرایی، شکاف نسلی و ارزشی،
 - و در نهایت تضعیف امنیت روانی خانواده شده است.
- با توجه به یافته‌های تحقیق حاضر که نشان‌دهنده تأثیر منفی و معنادار رسانه‌های اجتماعی بر امنیت روانی خانواده‌هاست، و با تکیه بر مبانی نظری نظیر نظریه امنیت روانی (مازلو)، نظریه موج سوم (تافلر)، نظریه استفاده و رضامندی (بلاملر و کاتز)، و نظریه حباب فیلتر، مجموعه‌ای از راهکارهای کاربردی در سه سطح فردی، خانوادگی و سیاست‌گذاری ارائه می‌گردد:
- افزایش سواد رسانه‌ای عمومی
- برگزاری دوره‌های آموزشی برای والدین، فرزندان و معلمان در زمینه سواد رسانه‌ای با تمرکز بر مهارت تفکر انتقادی، تشخیص اخبار جعلی، و مدیریت زمان استفاده از رسانه‌ها.
 - گنجاندن آموزش سواد رسانه‌ای در نظام آموزش رسمی و غیررسمی کشور، به‌ویژه در مقاطع راهنمایی و متوسطه.
- تقویت روابط عاطفی و گفت‌وگوی خانوادگی
- طراحی برنامه‌های فرهنگی و رسانه‌ای جهت ترویج عادت به گفت‌وگو در خانواده، نظیر کمپین «شام بدون موبایل»، یا «یک ساعت گفت‌وگوی خانوادگی در روز».
 - ارائه مشوق‌های فرهنگی مانند مسابقات و جشنواره‌های خانوادگی برای فعالیت‌های مشترک بدون وابستگی به رسانه‌های دیجیتال.
- توسعه پلتفرم‌های بومی و ایمن برای خانواده‌ها
- حمایت از تولید اپلیکیشن‌ها و شبکه‌های اجتماعی بومی با کنترل محتوای مناسب برای خانواده‌ها، با قابلیت ایجاد گروه‌های خانوادگی، محتواهای مشاوره‌ای، و راهکارهای تربیتی.
 - ایجاد انگیزه برای استفاده از این پلتفرم‌ها از طریق مشوق‌های فرهنگی و آموزشی.
- قانون‌گذاری و سیاست‌گذاری هوشمند در فضای مجازی
- تدوین سیاست‌های ملی برای نظارت بر الگوریتم‌ها و محتوای پلتفرم‌های پرکاربرد، به‌ویژه در حوزه نوجوانان.
 - ایجاد نهادهای ناظر مردمی برای رصد محتواهای آسیب‌زا در شبکه‌های اجتماعی و گزارش به مراجع ذی‌ربط.



توسعه خدمات روان‌شناسی و مشاوره‌ای در دسترس

- تأسیس مراکز مشاوره آنلاین ویژه خانواده با خدمات رایگان یا نیمه‌یارانه‌ای، با رویکرد پیشگیری از تنهایی، اضطراب، و انزوای دیجیتال.
- آموزش مشاوران مدارس و مراکز فرهنگی درباره آسیب‌های ناشی از استفاده افراطی از رسانه‌های اجتماعی.
- بازتعریف نقش رسانه‌های سنتی در ارتقاء سبک زندگی سالم
- تولید برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی با محتوای آموزشی درباره مهارت‌های ارتباط مؤثر خانوادگی، سواد رسانه‌ای و مدیریت تعارض در خانواده.
- استفاده از هنرمندان و افراد مشهور برای الگوسازی سبک زندگی متعادل و مسئولانه در استفاده از رسانه‌ها.



منابع

۱. امامی، زهرا السادات (۱۴۰۱). مقایسه نظریه انتظار در اندیشه رهبر با نظریه موج سوم آل‌ولین تافلر. اولین همایش ملی مهدویت و آینده پژوهی.
۲. پیری، حسن؛ واحدیان، مرتضی و سهراب زاده، مهران (۱۴۰۰). آسیب شناسی رسانه در بازنمایی خانواده و گونه‌های آن (مطالعه موردی صداوسیما مرکز ایلام). نشریه زن در فرهنگ و هنر (پژوهش زنان)، دوره ۱۳، شماره ۲، صص ۳۴۰-۳۱۹.
۳. توکلی، مرتضی و رسولی، محمدرضا (۱۴۰۰). طراحی مدل کیفی الگوی مصرف رسانه ای بر سبک زندگی خانواده ایرانی. نشریه جامعه، فرهنگ، رسانه، دوره ۱۰، شماره ۴۰، صص ۱۵۳-۱۱۷.
۴. جهانبانی، نجیب‌الله، (۱۳۹۷)، بررسی رابطه بین شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی بر سلامت روان مدیران مدارس متوسطه دوره اول آموزش و پرورش شهرستان چابهار، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندر جاسک
۵. جواهری، محمدرضا (۱۴۰۳). تاثیر نقش رسانه بر آسیب پذیری خانواده با محوریت شبکه‌های اجتماعی. پانزدهمین کنفرانس بین المللی علوم انسانی، اجتماعی و سبک زندگی.
۶. حسینی، سید جواد؛ بشیر، حسن و عروجی، مژگان (۱۴۰۳). مرور نظامند پژوهش‌های خانواده و رسانه (با تاکید بر شبکه‌های اجتماعی مجازی، سینما و تلویزیون). فصلنامه زن در فرهنگ و هنر شماره ۴، دوره ۱۶.
۷. سووده، حاج فرج اله و کیانپور، شیما (۱۴۰۳). تاثیر رسانه‌ها بر خانواده: چالش‌ها و راهکارها. دومین همایش ملی خانواده سالم، جامعه سالم.
۸. شمس، غلامرضا، خلیجیان، صدف. (۱۳۹۲). تأثیر مؤلفه‌های رهبری امنیت‌مدار بر احساس امنیت روانی کارکنان: نقش میانجی اثربخشی رهبری. اندیشه‌های نوین تربیتی، ۹(۴)، ۳۴-۵۵.
۹. صالحی، مهدی؛ گلدانی، ابوالفضل و حیدری، محمدحسن (۱۴۰۳). بررسی نقش رسانه بر نهاد خانواده و تاثیر مهم خانواده در تربیت. دومین همایش ملی خانواده سالم، جامعه سالم.
۱۰. قربانی، فاطمه (۱۴۰۳). چالش‌های تربیت نسل آینده در عصر فناوری اطلاعات و ارتباطات. اولین همایش بین المللی معلمان برتر.
۱۱. کاتب زاده بدر، طاهره؛ حسینی، سعیده السادات؛ عارفی، مختار؛ کاکابرایی، کیوان و چهری،



آزیتا (۱۴۰۱). تبیین مدل عملکرد خانواده بر اساس مهارت‌های ارتباطی با میانجیگری امنیت روانی در بین زوجین. نشریه سبک زندگی اسلامی با محوریت سلامت، دوره ۶، شماره ۳، صص ۸۹-۷۹.

۱۲. مقصودی پاشاکی، رضا (۱۴۰۲). تعارض انسجام اجتماعی و هویت شخصی در قانون حاکم بر روابط خانوادگی. نشریه فقه و حقوق خانواده (ندای صادق)، دوره ۲۸، شماره ۷۸، صص ۱۰۳-۷۹.

13. Antiochou, K. (2021). Science communication: challenges and dilemmas in the age of COVID-19. *History and Philosophy of the Life Sciences*, 43(3), 87.
14. Blumler, J. G., & Katz, E. (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Sage Publications.
15. Capri, T., Gugliandolo, M. C., Iannizzotto, G., Nucita, A., & Fabio, R. A. (2021). The influence of media usage on family functioning. *Current Psychology*, 40, 2644-2653.
16. Cazeneuve, J. (1994). *Sociologie de la radiotélévision*. Presses Universitaires de France.
17. Habes, M., Alghizzawi, M., Youssef, E., & Al-Zoubi, A. F. (2024). The impact of media technology on family relations during crisis. In *Opportunities and Risks in AI for Business Development: Volume 1* (pp. 27-36). Cham: Springer Nature Switzerland.
18. Jinjiri, K., & Adetomi, A. (2024). THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON FAMILY RELATIONSHIPS (A STUDY OF JAH, ABUJA). *British Journal of Mass Communication and Media Research*, 4(1), 52-73.
19. Lewis, A. J., Knight, T., Germanov, G., Benstead, M. L., Joseph, C. I., & Poole, L. (2023). The impact on family functioning of social media use by depressed adolescents: a qualitative analysis of the family options study. *Frontiers in psychiatry*, 6, 131.
20. Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
21. Nguyen, A., Flores, L., Worringer, E., & Rowland, K. (2024). Development and Implementation of a Community Advisory Council for Gradu-

- ate Medical Education in a Family Medicine Residency Program. *Journal of Graduate Medical Education*, 16(3), 351-352.
22. Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin UK.
23. Rofii, A., Siska, W., Yunus, N., Purnama, Y., & Sholihah, H. I. A. (2024). Integrating Information and Communication Technology (ICT) in English Language Teaching: A Systematic Review. *International Journal of Teaching and Learning*, 2(3), 782-794.
24. Sunstein, C. R. (2001). *Republic.com*. Princeton University Press.
25. Toffler, A. (1980). *The Third Wave*. William Morrow and Company.
26. Vogels, E. A., Gelles-Watnick, R., & Massarat, N. (2022). Teens, social media and technology 2022. Pew Research Center, 10.
27. Zotova, O., & Tarasova, L. (2024). The Psychological Security of an Individual in the Urban Environment: Definition of the Construct. *Psychology. Journal of Higher School of Economics*, 21(3), 519-546.

