

## مقاله پژوهشی: تبیین و ارزیابی مولفه‌های شکاف نسلی در تعامل با شبکه‌های اجتماعی

### مجازی با تأکید بر مولفه سیاسی: مطالعه موردی شهروندان شهر تهران

فاطمه حبیبی<sup>۱</sup>، حمداله اکوانی<sup>۲</sup>، جاسب نیکفر<sup>۳</sup>، علی باقری دولت آبادی<sup>۴</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۳/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۹/۰۸

#### چکیده

متن حاضر درصدد تبیین و ارزیابی مولفه‌های شکاف نسلی در تعامل با شبکه‌های اجتماعی مجازی با تأکید بر مولفه سیاسی (مطالعه موردی: شهروندان شهر تهران) است. با استفاده از مطالعه پیمایشی، داده‌های تحقیق با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته از روی ۳۸۴ نفر از شهروندان ۱۸ سال و بالاتر شهر تهران با استفاده از فرمول برآورد حجم نمونه کوکران و نیز روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای گردآوری گردید. جهت اعتبارسنجی ابزار از اعتبار محتوایی و صوری و برای پایایی سنجی ابزار از روش همسازی درونی گویه‌ها با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است. یافته‌های توصیفی تحقیق نشان داده است که میانگین شاخص کل اختلاف ارزش‌های مقوم شکاف نسلی در میان گروه‌های سنی مورد بررسی پایین بوده و لذا بیانگر تفاوت نسلی است تا شکاف نسلی. علاوه بر آن یافته‌های استنباطی تحقیق در بخش تحلیل چند متغیره نشان داد که متغیرهای مستقل مدت استفاده، نوع استفاده، انگیزه و هدف استفاده و سن از تأثیرگذاری معناداری در سطح خطای ۰/۰۱ بر متغیر وابسته برخوردار بوده‌اند.

**واژگان کلیدی:** شکاف نسلی، تفاوت نسلی، شبکه‌های اجتماعی، مولفه سیاسی.

۱- دانشجوی دکتری علوم سیاسی گرایش مسایل ایران، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه یاسوج.

۲- دانشیار دانشکده علوم انسانی، دانشگاه یاسوج (نویسنده مسئول). Email: akvani@yu.ac.ir

۳- دانشیار دانشکده علوم انسانی، دانشگاه یاسوج.

۴- دانشیار دانشکده علوم انسانی، دانشگاه یاسوج.

## مقدمه

بسیاری از جوامع و از جمله جامعه ایرانی را «در حال گذار» توصیف کرده‌اند؛ از این رو چنین تحلیل کرده‌اند که به طور همزمان می‌توان شرایط پیشامدرن، مدرن و پسامدرن یا چیزی مشابه آن شرایط را در گروه‌های مختلف کشورهایی نظیر ایران به درجات مختلف مشاهده کرد. در شرایط گذار به طور طبیعی برخی باورها و الگوهای رفتاری نسل‌های جدید با نسل پیشین متفاوت است. اعتقاد بر این است که نسل‌های جدید و جوان در همه جوامع معمولاً به نظم اجتماعی موجود کم‌تر متعهدند و بیشتر مستعد ایجاد تغییر و دگرگونی هستند. در مقابل نسل بزرگسال محافظه کارتر و حافظ نظم اجتماعی است و با منابع سنتی ارزش‌ها و هنجارها پیوند محکم‌تری دارد. بدین ترتیب می‌توان انتظار داشت که میان این دو گروه فاصله بین نسلی یا شکاف شکل گیرد. اما در اینجا این پرسش مطرح می‌شود که چه علت و یا عواملی موجب شکاف نسلی در میان افراد یک جامعه می‌شود؟ در این زمینه دیدگاه‌های مختلفی وجود دارد؛ برخی دگرگونی ارزشی بواسطه جایگزینی نسلی را منشأ این شکاف می‌دانند (اینگلهارت، ۱۳۷۳). عده‌ای تغییرات سریع فرهنگی را علت شکاف نسلی قلمداد می‌کنند و عده‌ای آنرا به تغییرات اجتماعی وسیع و عمیقی که در دنیا اتفاق افتاده و آنرا وارد مرحله جدیدی از تحول و دگرگونی کرده است، منتسب می‌کنند (صبوری خسروشاهی و توکلی‌نیا، ۱۳۹۱: ۱۱۳ و ۱۱۲). برخی دیگر پویا مدرنیته و گسست معرفتی و ارزشی برآمده از آنرا منشأ این دگرگونی در نظر می‌گیرند؛ یعنی بر این باورند که پارادایم مدرنیته شیوه‌های فکری، اجتماعی، دینی، اقتصادی و سیاسی پارادایم سنت را بر هم زده است (گیدنز، ۱۳۷۹). برخی دیگر رشد روزافزون فناوری‌های نوین ارتباطی همچون فضای مجازی بویژه شبکه‌های اینترنتی، موبایلی و ماهواره‌ای را در شکاف نسلی موثر می‌دانند و لذا از این منظر، پایان قرن بیستم و آغاز هزاره جدید میلادی برای دانشمندان علوم اجتماعی و هواداران جنبش‌های هزاره‌ای حاوی شواهد آشکاری از تحولی بنیادین بوده است (معمار، عدلی پور و خاکسار، ۱۳۹۱).

در سال‌های اخیر بواسطه متغیر گسترش نقش رسانه‌ها در زندگی فردی و اجتماعی افراد جامعه و خاصه نسل جوان، تأکید بیشتری بر نقش رسانه‌ها در شکل‌دهی و تغییر فرهنگ افراد جامعه شده است. آنچنان که به باور استیونسون (۱۹۹۵) سخن گفتن از فرهنگ‌های مدرن، به معنای سخن گفتن از فرهنگ‌های رسانه‌ای است. در این میان شبکه‌های اجتماعی بواسطه ویژگی‌هایی که بر آن

مرتب می‌باشند؛ موجب متمایز کردن سلاطین، ذائقه‌ها، ارزش‌ها و نگرش‌ها و به طور کلی موضعگیری‌های کنشگران این عرصه با کسانی همچون والدین می‌شود که چندان تمایلی به قرار گرفتن در این عرصه را ندارند؛ اگرچه در برخی موارد اجتناب‌ناپذیر است. لذا زیست جهان ما به اشکال مختلف حاکی از تأثیر استفاده از وسایل ارتباط جمعی بر شکاف و یا حداقل تفاوت نسلی است. بنابراین بررسی پدیده شکاف نسلی و مولفه‌های این شکاف در تعامل با شبکه‌های اجتماعی مجازی به ویژه برای جامعه ایرانی که مصرف شبکه‌های اجتماعی در حال گسترش باورنکردنی است ضروری به نظر می‌رسد. در همین چارچوب هدف تحقیق حاضر تبیین و ارزیابی مدل تبیینی مولفه‌های شکاف نسلی شهروندان شهر تهران در تعامل با شبکه‌های اجتماعی با تأکید بر مولفه سیاسی می‌باشد. در این تحقیق یک فرضیه اصلی و شش فرضیه فرعی منبعث از آن مورد بررسی و آزمون قرار گرفته‌اند. فرضیه‌های این تحقیق به شرح ذیل است:

فرضیه اصلی تحقیق: مدل تبیینی مولفه‌های شکاف نسلی در تعامل با شبکه‌های اجتماعی مجازی با تأکید بر مولفه سیاسی از برآزش لازم برخوردار می‌باشد. فرضیه‌های فرعی تحقیق:

- 1- مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مولفه‌های شکاف نسلی در میان شهروندان شهر تهران تأثیر معناداری دارد.
- 2- میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مولفه‌های شکاف نسلی در میان شهروندان شهر تهران تأثیر معناداری دارد.
- 3- نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مولفه‌های شکاف نسلی در میان شهروندان شهر تهران تأثیر معناداری دارد.
- 4- واقعی تلقی کردن محتوای تولید شده در شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مولفه‌های شکاف نسلی در میان شهروندان شهر تهران تأثیر معناداری دارد.
- 5- انگیزه و هدف استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مولفه‌های شکاف نسلی در میان شهروندان شهر تهران تأثیر معناداری دارد.
- 6- مولفه‌های شکاف نسلی شهروندان شهر تهران در تعامل با شبکه‌های اجتماعی مجازی برحسب گروه‌های مختلف سنی شهروندان تفاوت معناداری دارد.

### پیشینه‌شناسی

به طور کلی محققین داخلی و خارجی از دو منظر به بررسی شکاف نسلی مبادرت ورزیده‌اند:

الف- دسته‌ای به وجود و یا عدم وجود شکاف نسلی در ایران و خارج مبادرت ورزیده‌اند. در این زمینه می‌توان به مطالعات جانعلیزاده چوب بستنی و همکاران (۱۳۹۷) اشاره کرد که براساس فراتحلیل پژوهش‌های مرتبط با موضوع به تفاوت نسلی دست یافته‌اند و نه شکاف نسلی. معیدفر (۱۳۸۳) نیز با روش تحلیل ثانویه به چنین نتیجه‌ای (تفاوت نسلی) دست یافته است. علاوه بر آن قاضی‌نژاد (۱۳۸۳) در مطالعه خود به دگرگونی ارزشی میان نسل جوان و میانه‌علی رغم اشتراکات‌شان در مقوله‌های ارزشی مرتبط با نظم، امنیت، همکاری و توسعه دست یافته است. همچنین آزاد ارمکی و غیاثوند (۱۳۸۳) در مطالعه خود به این نتیجه دست یافته‌اند که به دلیل حاکم بودن ارزش‌های سنتی خانوادگی و نیز عامل مذهب و نیز عدم وجود عدم امنیت اقتصادی، دگرگونی ارزشی بین گروه‌های سنی مختلف شکل نگرفته است. مطالعه ری‌بک و دو مانک<sup>۱</sup> (۲۰۱۰) در رابطه با تغییرات ارزش‌های فرهنگی در میان شهروندان کلانتان مالزی نیز تفاوت معناداری را در بازه زمانی ۳۶ سال نشان نداده است. هانسن و لیوتی<sup>۲</sup> (۲۰۱۲) در تحقیق خود نشان دادند که نسل خاموش بیشتر بر استقلال و شأن شغلی و دو نسل ایکس و نسل رفاه و رونق به ایمنی و موقعیت کاری بیشتر توجه کردند. ب- دسته‌ای دیگر به نقش رسانه‌های نوین خاصه اینترنت و ماهواره بر مولفه‌های شکاف نسلی مبادرت ورزیدند؛ مطالعات ری‌بک و دی مونک<sup>۳</sup> (۲۰۱۲)، تان تورس<sup>۳</sup> (۱۹۹۵)، قدیمی (۱۳۸۷) و احمدی و احیایی (۱۳۹۲) و مقتدایی و زیباکلام (۱۳۹۹) را می‌توان در زمره این دست از مطالعات قلمداد کرد. در یک جمع‌بندی کلی می‌توان گفت که تحقیق‌های قبلی هیچ‌کدام به صورت مستقیم به شکاف نسلی در بعد نظری و عملی در تعامل با شبکه‌های اجتماعی مجازی نپرداخته و لذا می‌توان بیان داشت که موضوع تحقیق حاضر به نوعی علاوه بر تکمیل تحقیقات قبلی که در زمینه شکاف نسلی انجام گرفته است؛ می‌تواند دریچه جدیدی در جهت تحقیقات بیشتر بگشاید.

### چارچوب نظری

رویکرد نظری این تحقیق از امتزاج نظریه‌های «نظریه مدرنیته و دگرگونی نگرشی آنتونی گیدنز، دگرگونی ارزشی رونالد اینگلهارت، کاشت یا پرورش گربنر و استفاده و خشنودی

<sup>۱</sup> Raybeck, D., & De Munck

<sup>۲</sup> Hansen & Leuty

<sup>۳</sup> Tan-Torres

کاتر بدست آمده و به صورت یک منظومه نظری ارائه شده است. رویکرد منظومه نظری سازی ریشه در کارهای والتر بنیامین دارد. در ادامه به هریک از این رویکردهای نظری در تبیین نظری موضوع تحقیق پرداخته شده است:

### ۱- نظریه مدرنیته و دگرگونی نگرشی

آنتونی گیدنز جامعه‌شناس انگلیسی را باید یکی از پیشگام بحث‌های مربوط به شکاف نسلی ها دانست. او ضمن ارائه تعریف خاصی از نسل در جوامع سنتی، بر این نکته تأکید می‌کند که هر نسل به میزان قابل توجهی شیوه‌های زندگی گذشتگان خود را از نو کشف کرده و ضمن بازسازی و نوسازی آن را مجدداً به شکل و شیوه‌های جدید مورد عمل قرار می‌دهد؛ اما در عصر جدید از نو شروع کردن تا حدودی مفهوم خود را از دست داده است (گیدنز، ۱۳۹۸: ۲۰۷). لذا فرد همواره به جای نگاه به گذشته بر انتخاب شیوه‌های فعالانه‌تر و مدرن‌تر تأکید دارد. از این منظر گیدنز نسل را همچون هم‌دوره‌ای‌های اجتماعی که در طول زمان ترسیم شده‌اند، در نظر می‌گیرد از اینرو تفاوت نسلی یعنی نسل حاضر با نسل دیروز از نظر آرمان‌ها، ارزش‌ها، گرایش‌ها و باور داشت‌ها، اعتقادات، سبک زندگی و غیره باهم متفاوت می‌باشند. گیدنز دگرگونی فرهنگی با عاملیت زمان را موجب تضاد بین سنت و مدرنیته و به تبع تقابل بین اختیار و خطرپذیری می‌بیند (فاضلی، ۱۳۸۲: ۶۵).

### ۲- نظریه دگرگونی ارزشی رونالد اینگلهارت<sup>۱</sup>

رونالد اینگلهارت نیز در تبیین دلایل شکاف نسل‌ها ضمن طرح نظریه جایگزینی نسلی بر این باور است افراد در شرایط خاص فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی رشد می‌کنند و ارزش‌ها و عقاید خاصی را از طریق جامعه‌پذیری درونی می‌کنند و این ارزش‌ها تقریباً تا بزرگسالی و تمام عمر باقی می‌مانند و اختلافات نسلی حتی با بزرگ‌تر شدن نسل‌های جوان ناپدید نخواهد شد از این رو تغییر ارزش‌ها در جوامع زمانی روی می‌دهد که نسل جوان‌تر جایگزین نسل مسن‌تر شود (اینگلهارت، ۱۳۷۳: ۷۶-۷۵). به بیان دقیق‌تر، به اعتقاد وی اولویت ارزشی فرد تحت تأثیر محیط اجتماعی — اقتصادی که وی در طول سال‌های

<sup>۱</sup> Anthony Giddens  
<sup>۲</sup> - Ronald F. Inglehart

پیش از بلوغ در آن به سر می‌برده شکل می‌گیرد و با تغییر شرایط محیطی، اولویت‌های ارزشی نسل جوان با نسل قبل متفاوت خواهد شد.

### ۳- نظریه کاشت یا پرورش جرج گربنر<sup>۱</sup>

نظریه‌های رسانه‌ای نیز از زاویه‌های مختلف مفروضات نظریات گیدنز و اینگلهارت را در زمینه شکاف نسلی تکمیل می‌نمایند. نظریه کاشت یا پرورش در همین چارچوب بر کنش متقابل میان رسانه و مخاطبانی که از آن رسانه استفاده می‌کنند و نیز بر چگونگی تأثیرگذاری رسانه‌ها بر مخاطبان و بروز پدیده شکاف یا تفاوت نسلی تأکید دارد. فرض اساسی این نظریه این است که بین میزان مواجهه و استفاده از رسانه و واقعیت‌پنداری در محتوا و برنامه‌های آن رسانه ارتباط مستقیم وجود دارد، بدین گونه که ساعت‌های متمادی مواجهه با رسانه‌ای باعث ایجاد تغییر نگرش‌ها و دیدگاه‌های موافق با محتوای رسانه می‌شود. در واقع نظریه پرورش با تعیین میزان و نوع برنامه‌های مورد استفاده از رسانه‌ها، میزان تأثیر را مطالعه می‌کند تا به سازوکار و نحوه تأثیر نائل آید (اعزازی، ۱۳۷۹: ۴۲). این نظریه معتقد است که رسانه‌ها در بلندمدت موجب تأثیر در جهان‌بینی و نظام ارزشی مصرف‌کنندگان پر مصرف خود می‌شود و به آنها نگرش رسانه‌ای واحد در مورد واقعیات می‌بخشد (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۱۱). لذا میزان استفاده از رسانه‌ها می‌تواند نگرش‌های نسل‌های مختلف را متفاوت نماید و یا موجب بروز شکاف گردد.

### ۴- نظریه استفاده و خشنودی الیهو کاتز<sup>۲</sup>

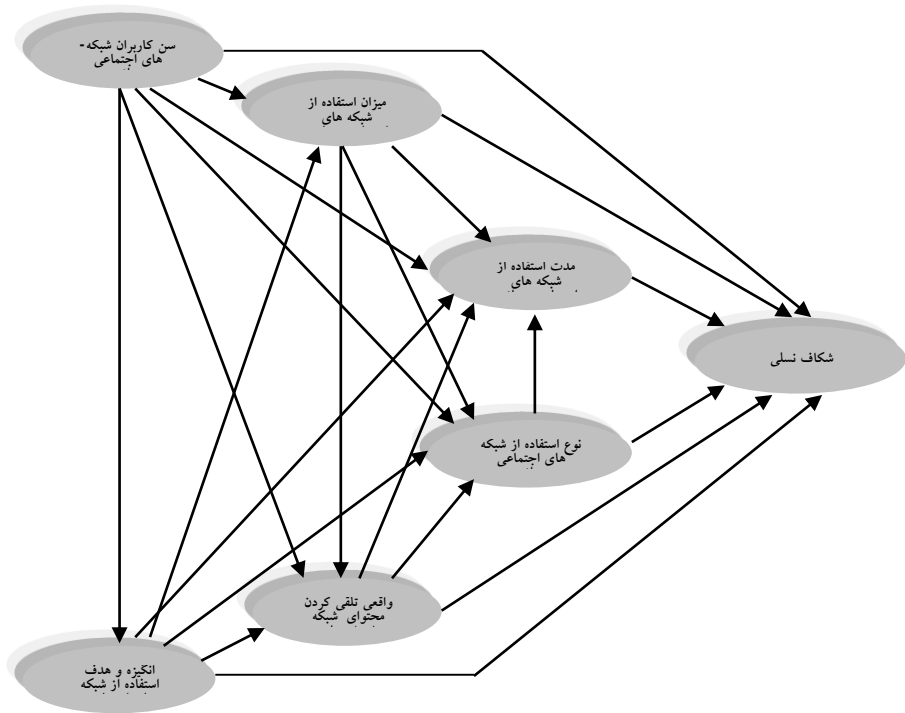
نظریه استفاده و خشنودی نیز با رویکردی علت‌شناسانه دلیل اصلی استفاده مردم از رسانه‌ای خاص را با دلایل کارکردی توضیح می‌دهد و برای افراد مخاطب یک سری نیازهایی را متصور می‌شود که افراد برای رفع آن و رسیدن به حالت ارضاء به سمت رسانه‌ها روی می‌آورند (سورین و تانکارد، ۱۳۸۸). از این منظر در همین فرایند پاسخ به نیاز است که مخاطبان در معرض پیام‌های متفاوت قرار گرفته و به تدریج ارزش‌ها و نگرش‌های آنان با دیگران دچار تغییر می‌شود.

<sup>۱</sup> - Gerbner  
<sup>۲</sup> - Elihu Katz



## ۵- جمع بندی چارچوب نظری و ارائه مدل نظری

با بهره آزدانه از این رویکردهای نظری می توان چنین گفت امروزه استفاده از فضاهای مجازی نیز جزو لاینفک زندگی مردم بویژه نسل جوان شده است. در سایه استفاده گسترده از این رسانه های جدید، اگر بر اساس مفهوم سازی دایتی و مانهایم، نسل را به افرادی که در یک دوره «تاریخی» یکسانی متولد شده اند؛ در نظر بگیریم؛ نسل نوجوان و جوان جامعه که دوران شکل گیری شخصیت شان مصادف با رشد روزافزون فضای مجازی در قالب شبکه های مختلف اینترنتی و موبایلی می باشد؛ واجد هویت، نگرش ها و ارزش هایی واحد بر اساس تجربه مشترک و علاقه هایی می گردند که بر اساس تعلق شان به شبکه های مختلف فضای مجازی در آنان شکل خواهد گرفت و از این حیث در تقابل با نسل پیش از خود قرار خواهند گرفت؛ چراکه هم جهتی ارزشی و رفتاری که پیونددهنده اعضاء یک نسل است؛ تضعیف می شود. امری که رویکرد رونالد اینگلهارت نیز به زبان دیگر و در کنار جایگزینی نسلی به آن اذعان دارد. علاوه بر آن، در نگاه گیدنز، رشد بازانندیشی یکی از مهم ترین شاخص های دنیای جدید است و رسانه ها به ویژه رسانه های جدید اجتماعی از مهم ترین عوامل این بازانندیشی محسوب می شوند که موجب شکل گیری نگرش های مدرن در تفاوت با نگرش های سنتی می شوند. در نهایت بر اساس نظریه کاشت یا پرورش و نیز استفاده و خشنودی می توان چنین استنباط کرد که مدت، میزان و نوع مواجهه به همراه واقعی تلقی کردن محتوای شبکه های اجتماعی مجازی و نیز داشتن انگیزه و هدف ابزاری در استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی موجبات همسو شدن نگرش های فرد با محتوای تولید شده در عرصه مجازی می گردد؛ بگونه ای که فرد را در تقابل با کسانی قرار می دهد که یا در این عرصه به سر نمی برند و یا حضور کم رنگ در این عرصه دارند. به طور کلی با تکیه بر چارچوب نظری موجود می توان مدل نظری تحقیق را به صورت نمودار ۱ نشان داد:



نمودار ۱؛ مدل نظری ساختاری (مسیر) مولفه‌های شکاف نسلی در تعامل با شبکه‌های اجتماعی مجازی با تأکید بر مولفه سیاسی

## روش تحقیق

تحقیق حاضر به لحاظ ماهیت داده در زمره روش‌های کمی و از نوع مطالعه پیمایشی قلمداد می‌گردد. لذا از ابزار پرسشنامه محقق ساخته برای گردآوری داده‌ها استفاده شده است. همچنین به منظور سنجش اعتبار پرسشنامه از شیوه اعتبار محتوایی صوری و برای پایایی سنجی پرسشنامه از روش همسازي درونی گویه‌ها با استفاده از آزمون « آلفای کرونباخ » استفاده شده است. میزان آلفای کرونباخ برای گویه‌های مولفه‌های پنجگانه شکاف نسلی و نیز متغیرهای مستقل به ترتیب با میزان ۰/۹۳۶ و ۰/۹۰۲ در سطح عالی برآورد شده است. جامعه آماری تحقیق را کلیه گروه‌های سنی (۱۸-۲۹، ۳۰-۴۹ و ۵۰ سال و بالاتر) شهر تهران در سال ۱۳۹۹-۱۳۹۸ به شرح جدول ذیل تشکیل داده‌اند:



جدول ۱؛ حجم جامعه آماری گروه های مختلف سنی برحسب جنس در شهر تهران براساس سرشماری نفوس و

مسکن ۱۳۹۵

تعداد کل	گروه سنی ۵۰ سال و بالاتر	گروه سنی ۳۰-۴۹	گروه سنی ۱۸-۲۹	گروه های مختلف سنی	جنس
۳۵۴۶۲۵۳	۱۰۴۶۹۶۷	۱۵۳۵۵۰۲	۹۶۳۷۸۴		مرد
۳۶۳۰۸۹۹	۱۰۷۹۸۶۶	۱۵۷۷۷۵۳	۹۷۳۲۸۰		زن
۷۱۷۷۱۵۲	۲۱۲۶۸۳۳	۳۱۱۳۲۵۵	۱۹۳۷۰۶۴		تعداد کل

حجم نمونه کل تحقیق با توجه به فرمول کوکران و با  $p$  و  $q$  برابر  $0/5$  و سطح خطای  $0/05$  و نیز فاصله اطمینان ۹۵ درصد، ۳۸۴ نفر برآورد شده است. علاوه بر این، تخصیص نمونه‌های تحقیق به هر یک از طبقات مختلف به شرح جدول ذیل می‌باشد:

جدول ۲؛ حجم نمونه آماری گروه‌های مختلف سنی در شهر تهران برحسب جنس

تعداد کل	گروه سنی ۵۰ سال و بالاتر	گروه سنی ۳۰-۴۹	گروه سنی ۱۸-۲۹	گروه های مختلف سنی	جنس
۱۸۹	۵۶	۸۲	۵۱		مرد
۱۹۵	۵۸	۸۵	۵۲		زن
۳۸۴	۱۱۴	۱۶۷	۱۰۳		تعداد کل

روش نمونه‌گیری تحقیق نیز روش نمونه‌گیری احتمالی و از نوع نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای بوده است. داده‌های پرسشنامه پس از کدگذاری و استخراج از طریق نرم افزار SPSS26 در دو بخش تحلیل توصیفی و استنباطی مورد تحلیل قرار گرفته است.

## یافته‌های تحقیق

### ۱- یافته‌های توصیفی تحقیق

#### الف- توصیف متغیر وابسته:

-شکاف نسلی:

جدول(۳)؛ توزیع آمار مرکزی و پراکندگی شاخص کل(متغیر) شکاف نسلی به همراه مولفه‌های آن

تعداد	بیشینه	کمینه	انحراف معیار	خط برش (میانگین آزمون)	میانگین	تعداد گویه	متغیر و ابعاد
مشاهدات معتبر							

۱۰۳	۱۶۶	۷۲	۱۸/۵۱۹	۱۲۰	۱۱۶/۷۱۸	۴۰	۱۸-----۲۹	شاخص کل (شکاف نسلی)
۱۶۵			۲۲/۳۲۰	۱۲۰	۱۱۰/۹۷۵	۴۰	۳۰-----۴۹	
۱۱۳			۱۹/۶۱۱	۱۲۰	۱۰۷/۱۸۵	۴۰	۵۰سال و بالاتر	
۱۰۳	۲۸	۱۰	۳/۸۹۴	۱۸	۱۸/۷۸۶	۶	۱۸-----۲۹	ارزش‌های خانوادگی
۱۶۵			۳/۸۷۵	۱۸	۱۷/۶۱۲	۶	۳۰-----۴۹	
۱۱۳			۳/۸۲۹	۱۸	۱۷/۰۷۹	۶	۵۰سال و بالاتر	
۱۰۳	۲۹	۱۰	۴/۶۳۱	۱۸	۱۸/۶۳۱	۶	۱۸-----۲۹	ارزش‌های اقتصادی
۱۶۵			۵/۰۸۷	۱۸	۱۸/۴۶۰	۶	۳۰-----۴۹	
۱۱۳			۳/۷۵۴	۱۸	۱۶/۷۵۲	۶	۵۰سال و بالاتر	
۱۰۳	۴۴	۱۶	۶/۹۱۲	۳۰	۲۷/۲۵۲	۱۰	۱۸-----۲۹	ارزش‌های فرهنگی
۱۶۵			۷/۰۴۰	۳۰	۲۸/۸۱۴	۱۰	۳۰-----۴۹	
۱۱۳			۴/۹۸۷	۳۰	۲۷/۸۷۶	۱۰	۵۰سال و بالاتر	
۱۰۳	۲۷	۸	۴/۵۱۵	۱۸	۱۶/۱۲۶	۶	۱۸-----۲۹	ارزش‌های اجتماعی
۱۶۵			۴/۶۵۹	۱۸	۱۶/۰۳۰	۶	۳۰-----۴۹	
۱۱۳			۴/۶۵۰	۱۸	۱۳/۰۷۹	۶	۵۰سال و بالاتر	
۱۰۳	۵۲	۱۴	۶/۶۶۰	۳۶	۳۵/۹۲۲	۱۲	۱۸-----۲۹	ارزش‌های سیاسی
۱۶۵			۸/۵۵۶	۳۶	۲۹/۹۸۷	۱۲	۳۰-----۴۹	
۱۱۳			۷/۷۳۶	۳۶	۳۲/۳۹۸	۱۲	۵۰سال و بالاتر	
۳۸۴							تعداد کل مشاهدات معتبر	

همانگونه که یافته‌های جدول ۳ نیز نشان می‌دهد؛ میانگین شاخص کل (متغیر) شکاف نسلی در هر سه گروه سنی به ترتیب گروه سنی ۲۹-۱۸ با میزان ۱۱۶/۷۱۸، گروه سنی ۴۹-۳۰ با میزان ۱۱۰/۹۷۵ و گروه سنی ۵۰ سال و بالاتر با میزان ۱۰۷/۱۸۵ (و با میانگین آزمون یا خط برش ۱۲۰) پایین‌تر از سطح متوسط قرار دارد. لذا با توجه به اینکه میانگین اختلاف ارزش‌های مورد بررسی (خانوادگی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی) زیر سطح متوسط و یا میانگین آزمون می‌باشد؛ بنابراین حاکی از تفاوت نسلی در ارزش‌های مورد بررسی دارد و نه شکاف نسلی. این امر در رابطه با مولفه‌های پنجگانه شکاف نسلی نیز تقریباً صادق می‌باشد.

## ب- توصیف متغیرهای مستقل:

- بیشترین تجمع و انباشتگی پاسخگویان از حیث شبکه‌های اجتماعی مجازی مورد استفاده در طبقه تلگرام (و پس از آن واتس آپ و اینستاگرام) مشاهده شده است.
- متوسط مدت استفاده شهروندان از شبکه‌های اجتماعی مجازی بین چهار تا پنج سال بوده است.
- شهروندان به طور متوسط به میزان دو ساعت در روز از شبکه‌های اجتماعی مجازی استفاده می‌کردند.
- بیشترین تجمع و انباشتگی شهروندان از حیث نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی مربوط به طبقه ارتباط با دوستان و آشنایان بوده است.
- نیمی از شهروندان جامعه آماری مورد بررسی به مقدار تا حدودی و بالاتر و نیمی دیگر پایین‌تر از آن محتوای تولید شده در شبکه‌های اجتماعی مجازی را واقعی تلقی کرده‌اند. علاوه بر این، بیشترین تجمع و انباشتگی شهروندان از حیث واقعی تلقی کردن محتوای تولید شده در شبکه‌های اجتماعی مجازی مربوط به طبقه تا حدودی بوده است.
- نیمی از شهروندان جامعه آماری مورد بررسی دارای انگیزه بینابین (عادی- ابزاری) و ابزاری و نیمی دیگر پایین‌تر از آن قرار داشتند. علاوه بر این، بیشترین تجمع و انباشتگی شهروندان از حیث انگیزه و هدف استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی مربوط به طبقه داشتن انگیزه بینابین (عادی- ابزاری) بوده است.

## ۲- یافته‌های استنباطی تحقیق

### الف- تحلیل دو متغیره و آزمون فرضیه‌های تحقیق در گام اول

فرضیه فرعی اول: بین مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مولفه‌های شکاف نسلی در میان شهروندان شهر تهران با تأکید بر مولفه سیاسی تأثیر معناداری وجود دارد. یافته‌های تحقیق نشان داد که متغیر مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر معناداری را در سطح خطای ۰/۰۱ بر شاخص کل (متغیر) مولفه‌های شکاف نسلی در میان شهروندان شهر تهران نشان می‌دهد ( $P < 0/01$ ). میزان این تأثیرگذاری براساس ضریب همبستگی R و نیز ضریب بتا ۰/۲۲۵ و به صورت مثبت و مستقیم می‌باشد. این امر بیانگر

آن است که به ازای هر واحد افزایش در (انحراف استاندارد) متغیر مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، ۰/۲۲۵ به (انحراف استاندارد) میزان متغیر وابسته شاخص کل (متغیر) مولفه‌های شکاف نسلی در میان شهروندان شهر تهران افزوده می‌شود. به بیان دقیق‌تر افزایش مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی موجب شکاف نسلی در بین شهروندان شهر تهران می‌شود. بنابراین؛ فرضیه فرعی اول تحقیق تأیید می‌شود. مضاف بر این، متغیر مستقل مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشترین تأثیر معناداری را به ترتیب بر مولفه‌های: ارزش‌های اجتماعی با میزان بتای ۰/۳۰۵، ارزش‌های خانوادگی با میزان بتای ۰/۲۳۱ و ارزش‌های سیاسی با میزان بتای ۰/۲۰۸ داشته است. علاوه بر آن متغیر مستقل مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر معناداری را بر دو مولفه دیگر شکاف نسلی یعنی ارزش‌های اقتصادی و ارزش‌های فرهنگی نشان نداده است.

**فرضیه فرعی دوم:** بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مولفه‌های شکاف نسلی در میان شهروندان شهر تهران با تأکید بر مولفه سیاسی تأثیر معناداری وجود دارد. یافته‌های تحقیق نشان داد که متغیر میزان استفاده (روزانه) از شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر معناداری را بر شاخص کل (متغیر) مولفه‌های شکاف نسلی در میان شهروندان شهر تهران نشان نمی‌دهد ( $P > 0/05$ ). میزان این تأثیرگذاری بر اساس ضریب همبستگی  $R$  و نیز ضریب بتا ۰/۰۷۵ به صورت مثبت، مستقیم و بسیار ضعیف است. به بیان دقیق‌تر میزان استفاده (روزانه) از شبکه‌های اجتماعی مجازی موجب شکاف نسلی در بین شهروندان شهر تهران نمی‌شود. بنابراین فرضیه فرعی دوم تحقیق در رابطه با شاخص کل (متغیر) تأیید نمی‌شود؛ ولی در رابطه با مولفه‌ها، متغیر مستقل میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر معناداری را صرفاً بر مولفه ارزش‌های اجتماعی با میزان بتای ۰/۱۰۹ داشته است.

**فرضیه فرعی سوم:** بین نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مولفه‌های شکاف نسلی در میان شهروندان شهر تهران با تأکید بر مولفه سیاسی تأثیر معناداری وجود دارد. یافته‌های تحقیق نشان داد که متغیر نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر معناداری را در سطح خطای ۰/۰۱ بر شاخص کل (متغیر) مولفه‌های شکاف نسلی در میان شهروندان

شهر تهران نشان می‌دهد ( $P < 0/01$ ). میزان این تأثیرگذاری بر اساس ضریب همبستگی  $R$  و نیز ضریب بتا  $0/138$  و به صورت مثبت و مستقیم می‌باشد. این امر بیانگر آن است که به ازای هر واحد افزایش در (انحراف استاندارد) متغیر نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به سمت استفاده از محتوای اخبار و اطلاعات و نیز علمی و آموزشی،  $0/138$  به (انحراف استاندارد) میزان متغیر وابسته شاخص کل (متغیر) مولفه‌های شکاف نسلی در میان شهروندان شهر تهران افزوده می‌شود. به بیان دقیق‌تر استفاده از محتوای اخبار و اطلاعات و نیز علمی و آموزشی شبکه‌های اجتماعی مجازی موجب شکاف نسلی در بین شهروندان شهر تهران می‌شود.

بنابراین تحقیق، فرضیه فرعی سوم تحقیق تأیید می‌شود. مضاف بر این، متغیر مستقل نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشترین تأثیر معناداری را به ترتیب بر مولفه‌های: ارزش‌های اجتماعی با میزان بتای  $0/215$ ، ارزش‌های فرهنگی با میزان بتای  $0/164$  و ارزش‌های اقتصادی با میزان بتای  $0/120$  داشته است. علاوه بر آن، متغیر مستقل مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر معناداری را بر دو مولفه دیگر شکاف نسلی یعنی ارزش‌های خانوادگی و ارزش‌های سیاسی نشان نداده است.

**فرضیه فرعی چهارم: بین واقعی تلقی کردن محتوای تولید شده در شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مولفه‌های شکاف نسلی با تأکید بر مولفه سیاسی در میان شهروندان شهر تهران تأثیر معناداری وجود دارد.**

یافته‌های تحقیق نشان داد که متغیر واقعی تلقی کردن محتوای تولید شده در شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر معناداری را بر شاخص کل (متغیر) مولفه‌های شکاف نسلی در میان شهروندان شهر تهران نشان نمی‌دهد ( $P > 0/05$ ). میزان این تأثیرگذاری بر اساس ضریب همبستگی  $R$  و نیز ضریب بتا  $0/086$  به صورت مثبت، مستقیم و بسیار ضعیف است. به بیان دقیق‌تر واقعی تلقی کردن محتوای تولید شده در شبکه‌های اجتماعی مجازی از سوی شهروندان در این تحقیق موجب شکاف نسلی در بین شهروندان شهر تهران نمی‌شود. بنابراین فرضیه فرعی چهارم تحقیق در رابطه با شاخص کل (متغیر) تأیید نمی‌شود. مضاف

بر این متغیر مستقل واقعی تلقی کردن محتوای تولید شده در شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشترین تأثیر معناداری را به ترتیب بر مولفه‌های: ارزش‌های اجتماعی با میزان بتای ۰/۲۹۱، ارزش‌های اقتصادی با میزان بتای ۰/۲۴۹، ارزش‌های سیاسی با میزان بتای ۰/۲۴۴ و ارزش‌های فرهنگی با میزان بتای ۰/۱۵۱ داشته است. علاوه بر آن متغیر مستقل واقعی تلقی کردن محتوای تولید شده در شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر معناداری را بر مولفه ارزش‌های خانوادگی شکاف نسلی نشان نداده است.

**فرضیه فرعی پنجم تحقیق: بین انگیزه و هدف استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مولفه‌های شکاف نسلی در میان شهروندان شهر تهران با تأکید بر مولفه سیاسی تأثیر معناداری وجود دارد.**

یافته‌های تحقیق نشان داد که متغیر انگیزه و هدف استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر معناداری را در سطح خطای ۰/۰۱ بر شاخص کل (متغیر) مولفه‌های شکاف نسلی در میان شهروندان شهر تهران نشان می‌دهد ( $P < 0/01$ ). میزان این تأثیرگذاری بر اساس ضریب همبستگی  $R$  و نیز ضریب بتا ۰/۲۱۳ و به صورت مثبت و مستقیم می‌باشد. این امر بیانگر آن است که به ازای هر واحد افزایش در (انحراف استاندارد) متغیر انگیزه و هدف استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به سمت داشتن انگیزه ابزاری و هدفمند، ۰/۲۱۳ به (انحراف استاندارد) میزان متغیر وابسته شاخص کل (متغیر) مولفه‌های شکاف نسلی در میان شهروندان شهر تهران افزوده می‌شود. به بیان دقیق‌تر داشتن انگیزه ابزاری و هدفمند در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی موجب شکاف نسلی در بین شهروندان شهر تهران می‌شود. بنابراین فرضیه فرعی پنجم تحقیق تأیید می‌شود. مضاف بر این، متغیر مستقل انگیزه و هدف استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشترین تأثیر معناداری را به ترتیب بر مولفه‌های: ارزش‌های اجتماعی با میزان بتای ۰/۳۵۰، ارزش‌های سیاسی با میزان بتای ۰/۱۸۸ و ارزش‌های اقتصادی با میزان بتای ۰/۱۷۰ داشته است. علاوه بر آن متغیر مستقل انگیزه و هدف استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر معناداری را بر مولفه‌های ارزش‌های خانوادگی و ارزش‌های فرهنگی شکاف نسلی نشان نداده است.

فرضیه فرعی ششم تحقیق: بین مولفه‌های شکاف نسلی شهروندان شهر تهران در تعامل با شبکه‌های اجتماعی مجازی برحسب گروه‌های مختلف سنی شهروندان با تأکید بر مولفه سیاسی تفاوت معناداری وجود دارد!

یافته‌های تحقیق نشان داد که بین شاخص کل (متغیر) مولفه‌های شکاف نسلی شهروندان شهر تهران در تعامل با شبکه‌های اجتماعی مجازی برحسب گروه‌های مختلف سنی شهروندان براساس آزمون آماری کروسکال والیس تفاوت معناداری در سطح معناداری ۰/۰۱ مشاهده شده است ( $P < 0.01$ ). به بیان دیگر؛ شاخص کل (متغیر) مولفه‌های شکاف نسلی شهروندان شهر تهران در تعامل با شبکه‌های اجتماعی مجازی برحسب گروه‌های مختلف سنی شهروندان یکسان نمی‌باشد. بدین ترتیب گروه سنی ۱۸-۲۹ با میانگین رتبه ۲۱۹/۵۹، گروه سنی ۳۰-۴۹ با میانگین رتبه ۱۹۰/۰۵ و گروه سنی ۵۰ سال و بالاتر با میانگین رتبه ۱۶۶/۳۳ به ترتیب بیشترین تا کمترین مقدار شکاف را در رابطه با مولفه‌های پنجگانه شکاف نسلی نشان داده‌اند. بنابراین فرضیه فرعی ششم تحقیق تأیید می‌شود. البته باید یادآور شد که همان‌گونه که در ذیل جدول ۳ نیز نشان داده شده است؛ با توجه به پایین بودن میانگین حاصله در هر سه گروه سنی نسبت به میانگین آزمون، ما شاهد تفاوت نسلی هستیم تا شکاف نسلی.

## ب- تحلیل چند متغیره و آزمون فرضیه‌های تحقیق در گام دوم

### ۱- نیکویی آبرازش مدل از طریق تحلیل رگرسیونی چند متغیره

فرضیه تحقیق: مدل تبیینی مولفه‌های شکاف نسلی در تعامل با شبکه‌های اجتماعی مجازی با تأکید بر مولفه سیاسی از برآزش لازم برخوردار می‌باشد.

جدول (۴): مدل رگرسیونی چند متغیره شاخص کل (متغیر) مولفه‌های شکاف نسلی در تعامل با شبکه‌های اجتماعی

مجازی با تأکید بر مولفه سیاسی

متغیرهایی که وارد معادله شده‌اند				
سطح معنی داری t	مقدار t	ضرایب استاندارد	ضرایب غیر استاندارد	متغیرها

۱- با توجه به نرمال نبودن توزیع داده‌های مرتبط با متغیر وابسته تحقیق براساس آزمون آماری کلموگروف و اسمیرنوف تک نمونه‌ای از آزمون کروسکال والیس برای آزمون این فرضیه استفاده شده است.

	B	خطای استاندارد	Beta		
مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی	۳/۵۰۲	۰/۸۲۶	۰/۲۲۱	۴/۲۴۱	۰/۰۰۰
نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی	۳/۴۷۵	۰/۹۰۶	۰/۱۹۴	۳/۹۳۷	۰/۰۰۰
انگیزه و هدف استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی	۴/۹۸۵	۱/۶۵۴	۰/۱۵۲	۳/۰۱۴	۰/۰۰۳
سن شهروندان	-۰/۲۱۱	۰/۰۷۷	-۰/۱۴۰	-۲/۷۲۹	۰/۰۰۷
عرض از مبدأ (Constant)	۸۸۳۰	۸/۱۴۰	-	۱۰/۸۷۷	۰/۰۰۰
متغیرهایی که از معادله خارج شده اند					
متغیرها	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد	مقدار t	سطح معنی داری t
	B	خطای استاندارد	Beta		
میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی	۱/۷۴۴	۱/۹۸۹	۰/۰۴۳	۰/۸۷۷	۰/۳۸۱
واقعی تلقی کردن محتوای تولید شده در شبکه‌های اجتماعی مجازی	۱/۰۷۰	۲/۰۸۴	۰/۰۲۶	۰/۵۱۳	۰/۶۰۸

جدول (۵): شاخص‌ها و آماره‌های تحلیل رگرسیونی چند متغیره شاخص کل (متغیر) مولفه‌های شکاف نسلی در تعامل با شبکه‌های اجتماعی مجازی با تأکید بر مولفه سیاسی

Method : Enter	روش ورود متغیرها
M.R = ۰/۳۸۳	ضریب همبستگی چندگانه
R <sup>۲</sup> = ۰/۱۴۷	ضریب تعیین
R <sup>۲</sup> .adj = ۰/۱۲۳	ضریب تعیین واقعی
S.E = ۱۹/۳۸۳	انحراف یا خطای معیار
ANOVA = ۱۰/۸۳۵	تحلیل واریانس
Sig = ۰/۰۰۰	سطح معناداری F

همان گونه که در جدول (۵) ملاحظه می‌شود؛ ضریب همبستگی چند گانه  $M.R = ۰/۳۸۳$ ، ضریب تعیین  $R^2 = ۰/۱۴۷$  و ضریب تعیین تصحیح شده یا تعدیل یافته برابر با  $۰/۱۲۳$ ،  $R^2.adj = ۰/۱۲۳$  می‌باشد؛ این امر بیانگر آن است که ۱۳ درصد از واریانس متغیر وابسته تحقیق توسط متغیرهای مستقل موجود در معادله رگرسیونی تبیین و پیش بینی می‌شود و ۸۷

<sup>۱</sup>- Multiple Correlation Coefficient (R)

<sup>۲</sup>- R Square



در صد از واریانس متغیر وابسته مربوط به تأثیر متغیرهای بیرونی و نا شناخته است که در این مطالعه لحاظ نگردیده است. علاوه بر این، ضرایب استاندارد و یا مقدار بتای مندرج در جدول ۴ نشان می‌دهد که از میان متغیرهای مستقل وارد شده در معادله رگرسیونی، چهار متغیر مدت استفاده، نوع استفاده، انگیزه و هدف استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و سن شهروندان از تأثیرگذاری معناداری در سطح خطای ۰/۰۱ بر شاخص کل (متغیر) مولفه‌های شکاف نسلی برخوردار می‌باشند ( $P < 0/01$ ). نتایج حاصل از تحلیل رگرسیونی چندگانه متغیرهای مستقل فوق در رابطه با متغیر وابسته را می‌توان براساس ضرایب استاندارد (میزان بتا) چنین نوشت:

$$Y = \beta_1 Z_{1i} + \beta_2 Z_{2i} + \dots + \beta_k Z_{ki} + E_i$$

$$Y = ۰/۲۲۱ \text{ (نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی)} + ۰/۱۹۴ \text{ (مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی)} + ۰/۱۵۲ E^2$$

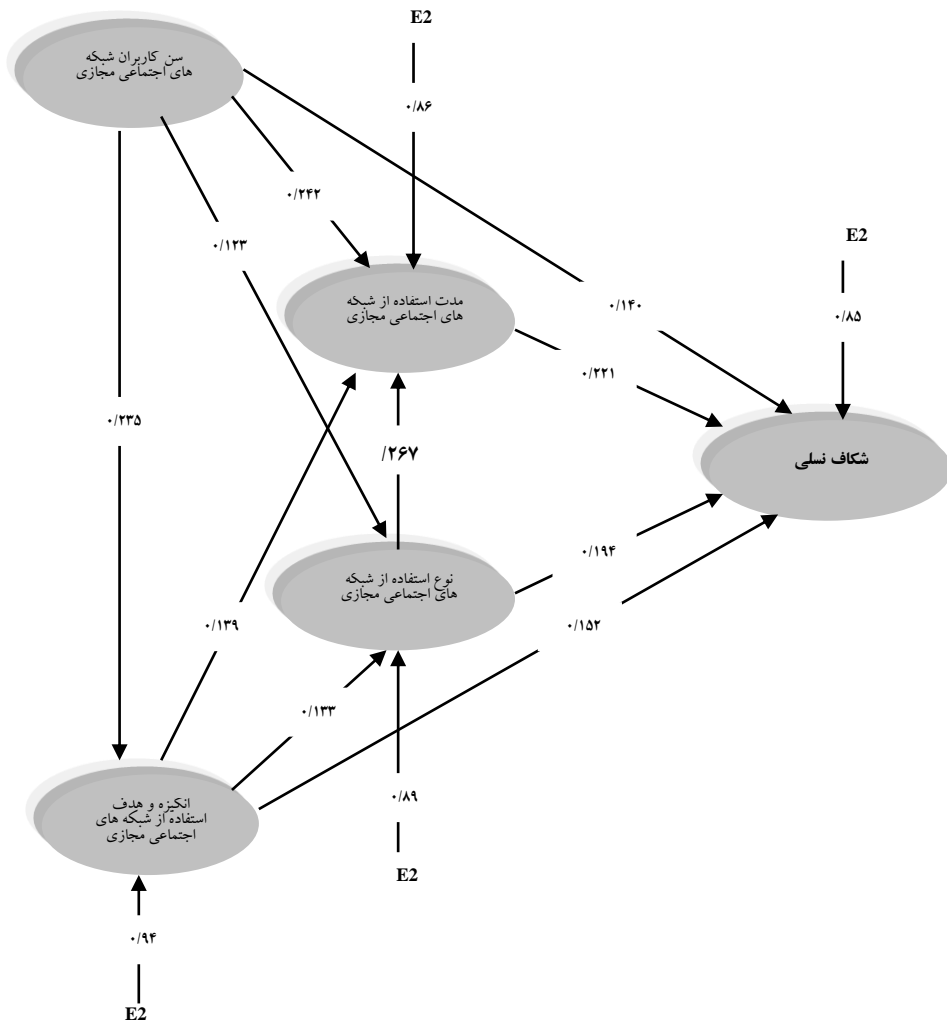
بر اساس معادله رگرسیونی فوق؛ نکات ذیل قابل توضیح است:

- ۱- متغیر مستقل مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به میزان ۰/۲۲۱ بر متغیر وابسته (شاخص کل) تأثیر معناداری دارد؛ این امر بیانگر آن است که به ازای هر واحد افزایش در (انحراف استاندارد) متغیر مستقل مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، ۰/۲۲۱ به (انحراف استاندارد) متغیر وابسته (شاخص کل) افزوده می‌شود. به بیان دقیق‌تر استفاده بیشتر از شبکه‌های اجتماعی مجازی موجب بوجود آمدن شکاف نسلی در بین شهروندان تهرانی می‌شود؛ ۲- متغیر مستقل نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به میزان ۰/۱۹۴ بر متغیر وابسته (شاخص کل) تأثیر معناداری دارد؛ این امر بیانگر آن است که به ازای هر واحد افزایش در (انحراف استاندارد) متغیر مستقل نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به سمت استفاده اطلاعاتی، علمی و آموزشی، ۰/۱۹۴ به (انحراف استاندارد) متغیر وابسته (شاخص کل) افزوده می‌شود. به بیان دقیق‌تر نوع استفاده خبری و اطلاعاتی و نیز علمی و آموزشی از شبکه‌های اجتماعی مجازی موجب بوجود آمدن شکاف نسلی در بین شهروندان تهرانی می‌شود؛ ۳- متغیر مستقل انگیزه و هدف استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به میزان ۰/۱۵۲ بر متغیر وابسته (شاخص کل) تأثیر معناداری دارد؛ این امر بیانگر آن است که به

ازای هر واحد افزایش در (انحراف استاندارد) متغیر مستقل انگیزه و هدف استفاده از شبکه - های اجتماعی مجازی به سمت داشتن انگیزه ابزاری و هدفمند،  $0/152$  به (انحراف استاندارد) متغیر وابسته (شاخص کل) افزوده می شود. به بیان دقیق‌تر داشتن انگیزه ابزاری و هدفمند در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی موجب بوجود آمدن شکاف نسلی در بین شهروندان تهرانی می‌شود؛  $4-$  متغیر مستقل سن شهروندان به میزان  $0/140-$  بر متغیر وابسته (شاخص کل) تأثیر معناداری دارد؛ این امر بیانگر آن است که به ازای هر واحد کاهش در (انحراف استاندارد) متغیر مستقل سن شهروندان،  $0/140$  به (انحراف استاندارد) متغیر وابسته (شاخص کل) افزوده می‌شود. به بیان دقیق‌تر با کاهش یافتن سن کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی، شکاف نسلی در بین شهروندان تهرانی نیز افزایش می‌یابد.

## ۲- نیکویی برازش مدل از طریق تحلیل مسیر

نمودار ۲؛ مدل تجربی ساختاری (مسیر) مولفه‌های شکاف نسلی در تعامل با شبکه‌های اجتماعی مجازی با تأکید بر مولفه سیاسی را نشان می‌دهد:



نمودار ۲؛ مدل تجربی ساختاری (مسیر) مولفه‌های شکاف نسلی در تعامل با شبکه‌های اجتماعی مجازی با تأکید بر مولفه سیاسی

اکنون با در اختیار داشتن مدل تجربی ساختاری (مسیر) مولفه‌های شکاف نسلی در تعامل با شبکه‌های اجتماعی مجازی با تأکید بر مولفه سیاسی، می‌توان تأثیر مستقیم، تأثیر غیرمستقیم و نیز تأثیر کل متغیرهای مستقل مؤثر بر متغیر وابسته (شاخص کل مولفه‌های شکاف نسلی) را به شرح جدول ۶ مشخص کرد:

جدول (۶): تأثیرات متغیرهای مستقل مؤثر بر متغیر وابسته (شاخص کل مولفه‌های شکاف نسلی)

متغیر وابسته (شاخص کل مولفه‌های شکاف نسلی)			متغیرهای مستقل
تأثیر کل	تأثیر غیرمستقیم	تأثیر مستقیم	
۰/۲۲۱	-	۰/۲۲۱	مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی
۰/۲۵۳	۰/۰۵۹	۰/۱۹۴	نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی
۰/۱۸۵	۰/۰۳۳	۰/۱۵۲	انگیزه و هدف استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی
-۰/۲۸۱	-۰/۱۴۱	-۰/۱۴۰	سن کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی

بر اساس یافته‌های حاصل از تحلیل مسیر می‌توان چنین گفت:

۱- متغیر مستقل مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر متغیر وابسته (شاخص کل مولفه‌های شکاف نسلی) تأثیر معناداری به میزان ۰/۲۲۱ دارد که به صورت مستقیم بوده است. ۲- متغیر مستقل نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر متغیر وابسته (شاخص کل مولفه‌های شکاف نسلی) تأثیر معناداری به میزان ۰/۲۵۳ دارد که ۰/۱۹۴ به صورت مستقیم و ۰/۰۵۹ به صورت غیر مستقیم می‌باشد.

۳- متغیر مستقل انگیزه و هدف استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر متغیر وابسته (شاخص کل مولفه‌های شکاف نسلی) تأثیر معناداری به میزان ۰/۱۸۵ دارد که ۰/۱۵۲ به صورت مستقیم و ۰/۰۳۳ به صورت غیرمستقیم می‌باشد. ۴- متغیر مستقل سن شهروندان بر متغیر وابسته (شاخص کل مولفه‌های شکاف نسلی) تأثیر معناداری به میزان ۰/۲۸۱- دارد که ۰/۱۴۰- به صورت مستقیم و ۰/۱۴۱- به صورت غیرمستقیم می‌باشد. بنابراین، فرضیه کلی پژوهش؛ به جز در رابطه با دو متغیر (میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و واقعی تلقی کردن محتوای تولید شده در شبکه‌های اجتماعی مجازی) تأیید می‌گردد. بنابراین فرضیه‌های پژوهش؛ به جز در رابطه با دو متغیر (میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و واقعی تلقی کردن محتوای تولید شده در شبکه‌های اجتماعی مجازی) تأیید می‌گردد.

## نتیجه‌گیری و پیشنهاد

### الف) نتیجه‌گیری

هدف اصلی این تحقیق تبیین و ارزیابی مولفه‌های شکاف نسلی در تعامل با شبکه‌های

اجتماعی مجازی بوده است. لذا از رویکرد نظری تلفیقی برای تبیین نظری و از راهبرد تحقیق کمی و از نوع مطالعه پیمایشی در میان شهروندان ۱۸ سال و بالاتر شهر تهران استفاده شده است. نتایج توصیفی این تحقیق نشان داده است که میانگین شاخص کل (متغیر) شکاف نسلی در هر سه گروه سنی به ترتیب گروه سنی ۲۹-۱۸ با میزان ۱۶/۷۱۸، گروه سنی ۴۹-۳۰ با میزان ۱۱۰/۹۷۵ و گروه سنی ۵۰ سال و بالاتر با میزان ۱۰۷/۱۸۵ (و با میانگین آزمون یا خط برش ۱۲۰) پایین تر از سطح متوسط قرار دارد. این امر بیانگر آن است که میانگین اختلاف ارزش های مورد بررسی در میان سه گروه سنی مورد بررسی اگرچه متفاوت می باشد؛ بگونه‌ای که در ذیل تحلیل دو متغیره (فر ضیه ششم تحقیق) بین شاخص کل (متغیر) شکاف نسلی بر حسب گروه های مختلف سنی تفاوت معناداری در سطح خطای ۰/۰۱ مشاهده شده است ( $P < 0/01$ ). ولی در مجموع میزان پایین تری را (نسبت به میانگین آزمون) نشان می دهند. لذا بیانگر تفاوت نسلی است تا شکاف نسلی. نتایج تحقیق حاضر از این حیث با نتایج تحقیق های معیدفر (۱۳۸۳)، جانعلیزاده چوب بستی و همکاران (۱۳۹۷)، آزاد ارمکی و غیاثوند (۱۳۸۳) و توکل و قاضی نژاد (۱۳۸۵) از حیث وجود تفاوت نسلی تا شکاف نسلی در جوامع آماری مورد بررسی همخوانی داشته و به لحاظ تجربی به تقویت آنان می پردازد. علاوه بر آن؛ نتایج تحقیق حاضر در بخش تحلیل دو متغیره و از نوع تحلیل رگرسیون دو متغیره و نیز تحلیل چند متغیر و از نوع تحلیل رگرسیون چند متغیره و نیز تحلیل مسیر نشان داده است که متغیرهای مستقل مدت استفاده، نوع استفاده و انگیزه و هدف استفاده و سن از تأثیرگذاری معناداری در سطح خطای ۰/۰۱ بر متغیر وابسته برخوردار بوده اند ( $P < 0/01$ ). همچنین در رابطه با تأثیر متغیرهای مستقل بر مولفه‌های پنجگانه شکاف نسلی باید گفت که الف- متغیر مستقل مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشترین تأثیر معناداری را به ترتیب بر مولفه‌های: ارزش های اجتماعی، ارزش های خانوادگی و ارزش های سیاسی داشته است؛ ب- متغیر مستقل میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر معناداری را صرفاً بر مولفه ارزش های اجتماعی داشته است؛ ج- متغیر مستقل نوع استفاده از

شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشترین تأثیر معناداری را به ترتیب بر مولفه‌های: ارزش‌های اجتماعی، ارزش‌های فرهنگی و ارزش‌های اقتصادی داشته است؛ د- متغیر مستقل واقعی تلقی کردن محتوای تولید شده در شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشترین تأثیر معناداری را به ترتیب بر مولفه‌های: ارزش‌های اجتماعی، ارزش‌های اقتصادی، ارزش‌های سیاسی و ارزش‌های فرهنگی داشته است. ذ- متغیر مستقل انگیزه و هدف استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشترین تأثیر معناداری را به ترتیب بر مولفه‌های: ارزش‌های اجتماعی، ارزش‌های سیاسی و ارزش‌های اقتصادی داشته است. لذا در یک جمع بندی کلی می‌توان گفت که به ترتیب ارزش‌های اجتماعی در رتبه اول، ارزش‌های اقتصادی و سیاسی در رتبه دوم و ارزش‌های فرهنگی و خانوادگی در رتبه سوم تأثیرپذیری از شبکه‌های اجتماعی مجازی قرار داشتند. نتایج تحقیق حاضر از حیث تأثیرگذاری اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی بر شکاف نسلی با نتایج مطالعات مطالعات شمشیر (۲۰۱۲)، تان توریس (۱۹۹۵)، قدیمی (۱۳۸۷) و احمدی و احيایی (۱۳۹۲) همخوانی داشته و به لحاظ تجربی به تقویت آنان می‌پردازد. لذا در یک جمع بندی کلی می‌توان چنین گفت که نسل جدید جامعه از ظرفیت‌های فناوری‌های نوین ارتباطی خاصه شبکه‌های اجتماعی مجازی در راستای تکمیل پروژه بازاندیشانه خود از میان گزینه‌های بدیل بهره می‌جوید و برخلاف اسلاف خود به جای بازتولید صرف باورها، ارزش‌ها و نگرش‌ها پیشینیان، فعال بوده و همواره بر انتخاب شیوه‌های مدرن‌تر تأکید دارد. لذا همانگونه که در ذیل نظریه کاشت یا پرورش‌گربر نیز گفته شد؛ میزان، مدت و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و نیز واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی مجازی بر شناخت‌ها، ارزش‌ها و نگرش‌های افراد موثر است. یعنی هرچه میزان و مدت مواجهه کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی افزایش یابد و هرچه کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی، محتوای مواجهه را واقعی تلقی کند، بیشتر احتمال می‌رود که ارزش‌ها و نگرش‌های آنان متأثر و همسو با شبکه‌های اجتماعی مجازی و در اختلاف با نسل پیشین قرار گیرد؛ نسلی که یا در این عرصه به سر

نمی‌برند و یا با مقاصدی متفاوت‌تر از آنان از این ظرفیت ارتباطی نوین بهره می‌جویند. از سوی دیگر، کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی براساس نظریه جدید استفاده و خشنودی و براساس بافت اجتماعی خود انگیزه‌ها و اهدافی را با جهت‌گیری عادت‌ی و ابزاری در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی دنبال می‌کنند و بر این اساس بازخوردهای متفاوتی نیز از ارتباط خود با رسانه‌های نوین گرفته و آن‌ها را در شناخت‌ها و ارزش‌ها خود اعمال می‌کنند. بنابراین همان‌گونه که در چارچوب نظری تحقیق نیز اذعان شد؛ هر چه اهداف و انگیزه‌های کاربران در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی ابزاری (هدفمند و جهت‌دار) باشد؛ بیشتر احتمال می‌رود که دارای ارزش‌ها و نگرش‌هایی متفاوت با نسلی باشند که یا در این بستر به سر نمی‌برند و یا با مقاصدی متفاوت‌تر از آنان (از جمله داشتن انگیزه‌های عادت‌ی و غیرجهت‌مند) از این ظرفیت ارتباطی نوین بهره می‌جویند.

### **ب) پیشنهاد**

با توجه به نتایج این تحقیق به منظور کنترل پدیده شکاف نسلی خاصه در تعامل با شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توان به راهکارهایی همچون: ۱- تقویت و ارتقاء سواد رسانه‌ای در نسل جدید و کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی، ۲- بوجود آوردن شرایطی جهت گفتگوی بین نسلی برای فهم شکاف‌ها و تفاوت‌های ارزشی، نگرشی و رفتاری نسل‌ها، ۳- تأکید بر مولفه‌های فرهنگی، اجتماعی و تاریخی مقوم اشتراکات بین نسلی، ۴- عملکرد صحیح مکانیسم‌های جامعه‌پذیری خاصه نهاد آموزش و رسانه در انتقال الگوهای فرهنگی و اجتماعی جامعه خودی به نسل جدید، ۵- تقویت سرمایه اجتماعی خاصه هنجارهای غیررسمی و تعاملات اجتماعی در محیط خانواده اشاره کرد.

## فهرست منابع و مآخذ

- آزاد ارمکی، تقی. غیاثوند، احمد (۱۳۸۳)؛ *جامعه‌شناسی تغییرات فرهنگی در ایران*، تهران: انتشارات آن، چاپ اول.
- احمدی، آرمان. احیایی، پویان (۱۳۹۲)؛ بررسی شکاف نسلی و عوامل مرتبط با آن، *جامعه پژوهی فرهنگی*، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال ۴، شماره ۴، صص ۲۷-۱.
- اعزازی، شهلا (۱۳۷۹)، *تصویر خانواده در برنامه های کودک سیما، واحد ارزشیابی اداره کل پژوهش های سیما*، شماره ۲/۰۰۱.
- اینگلهارت، رونالد (۱۳۷۳)؛ *تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی*، ترجمه مریم وتر، تهران: انتشارات کویر، چاپ اول.
- توکل، محمد، قاضی نژاد، مریم (۱۳۸۵)؛ شکاف نسلی در رویکردهای کلان جامعه‌شناختی: بررسی و نقد رهیافت های نسل تاریخی و تضاد با تأکید بر نظرات مانهایم و بوردیو، *نامه علوم اجتماعی*، شماره ۲۷، صص ۹۵-۱۲۴.
- جانعلیزاده چوب بستنی، حیدر، سلیمانی بشلی، محمد رضا (۱۳۷۹)؛ شکاف نسلی: توهم یا واقعیت؟، *مجله تخصصی جامعه شناسی*، سال ۱، شماره ۱، صص ۹۹-۶۳.
- سورین، ورنر جی و تانکاره، جیمز دیبلو (۱۳۸۸)؛ *نظریه های ارتباطات*، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، چاپ چهارم.
- شریف زاده، حکیمه السادات. میرمحمدتبار، سید احمد و سهرابی، مریم (۱۳۹۳)؛ *بررسی نقش استفاده از فناوری های نوین (اینترنت و ماهواره) بر هویت دینی دانش آموزان، پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی*، سال ۲۲، شماره ۲۳، صص ۱۲۵-۱۰۳.
- صبوری خسروشاهی، حبیب. توکلی نیا، نفیسه (۱۳۹۱)؛ بررسی تأثیر رسانه ملی در ایجاد شکاف نسلی، *فصلنامه مطالعات رسانه‌ایی*، سال ۷، شماره ۱۹، صص ۱۱۹-۱۰۹.
- فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۸۲)؛ *سبک زندگی*، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، چاپ اول.
- قاضی نژاد، مریم (۱۳۸۳)؛ *نسل‌ها و ارزش‌ها: بررسی و تحلیل جامعه‌شناختی گرایش‌های ارزشی نسل جوان و بزرگسال*، تهران: دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی، رساله دکتری جامعه‌شناسی.
- قدیمی، مهدی (۱۳۸۸)؛ *بررسی شکاف نسلی در بین دانش آموزان شهر زنجان*، پژوهشکده علوم



انسانی و مطالعات فرهنگی، شماره ۳، صص ۱۵۷-۱۳۵.

- گیدنز، آنتونی (۱۳۹۸): *تجدد و تشخیص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*، ترجمه ناصر موقیان، تهران: نشر نی، چاپ یازدهم.

- معمار، ثریا و همکاران، (۱۳۹۱): شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران)، *فصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، دوره ۱، شماره ۴، ۱۷۶-۱۵۵.

- معیدفر، سعید (۱۳۸۳): شکاف نسلی یا گسست نسلی (بررسی شکاف نسلی در ایران)، *نامه علوم اجتماعی*، شماره ۲۴، صص ۸۰-۵۵.

-مقتدایی، مریم، زیباکلام، صادق (۱۳۹۹): «نقش ابزارهای رسانه‌ای پیشرفته در ایجاد شکاف نسلی‌ها در ایران با نگاهی به بیانیه گام دوم انقلاب»، *فصلنامه مطالعات میان فرهنگی*، دوره ۱۵، شماره ۴۲، صص ۶۲-۳۵.

-Hansen, J. I.C. & Leuty, M. (2012)., *Work Values Across Generations, Journal of Career Assessment. 20(1):34-52*. Retrieved from : <https://doi.org/10.1177/1069072711417163> .

-Shamsher , R.( 2012)., Effect of Satellite Television on the Culture of Bangladesh: The Viewers Perception, *European Journal of Business and Management. 4(9):45-55*. Retrieved from :<https://core.ac.uk/download/pdf/234624265.pdf>.

-Stevenson, N (1995)., *Understanding Media Cultures: Social Theory and Mass Communication*, London: Sage.

-Raybeck, D. & Munck, V. (2010)., *Values and Change Over a Generation: Kelantan*, Malaysia. 44(2):97-115. Retrieved from :

<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1069397109356674>.

- Tan-Torres, T. ( 1995)., *A Study on Primary Health Care Services in the Philippines, Discussion paper series*, No. 95-20. Retrieved from : <https://dirp3.pids.gov.ph/ris/dps/pidsdps9520.pdf>.