

رابطه استفاده از فیس‌بوک و پایبندی به ارزش‌های خانوادگی و دینی با کجروی فرهنگی (مورد مطالعه: جوانان شهر تبریز)

صمد عدلی پور^۱

حامد اکبر پور^۲

محمد محکی^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۱۰/۱۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۵/۱۲/۲۱

هدف پژوهش حاضر، مطالعه رابطه حضور در شبکه اجتماعی فیس‌بوک به عنوان یکی از ابزارهای جهانی شدن و پایبندی به ارزش‌های خانوادگی و دینی با کجروی فرهنگی در بین جوانان است. این پژوهش به صورت پیمایشی و با استفاده از روش نمونه‌گیری داوطلبانه و در دسترس و بهره‌گیری از پرسش‌نامه اینترنتی با تکیه بر نظریه‌های کاشت، امپریالیسم فرهنگی و نظریه پیوند اجتماعی هیرشی صورت گرفته است. جامعه آماری پژوهش را کاربران جوان فیس‌بوک شهر تبریز در سال ۱۳۹۴ تشکیل می‌دهند. حجم نمونه برابر با ۴۰۰ نفر است. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که میزان کجروی فرهنگی در سطح متوسطی قرار دارد. همچنین، بین متغیرهای زمینه‌ای (جنس، وضعیت تأهل، وضعیت اشتغال، میزان تحصیلات و پایگاه اقتصادی-اجتماعی) و کجروی فرهنگی رابطه معناداری وجود دارد. علاوه بر این، بین میزان استفاده از فیس‌بوک و واقعی تلقی کردن محتوای مطالب ارائه شده در آن با کجروی فرهنگی رابطه معنادار مستقیمی وجود دارد، اما بین پایبندی به ارزش‌های دینی و خانوادگی و کجروی فرهنگی رابطه معنادار معکوسی مشاهده می‌گردد. در مجموع، متغیرهای مستقل وارد شده در مدل رگرسیونی پژوهش توانسته‌اند ۳۰ درصد از تغییرات کجروی فرهنگی جوانان را تبیین کنند.

واژگان کلیدی: شبکه اجتماعی فیس‌بوک، کجروی فرهنگی، ارزش‌های خانوادگی و ارزش‌های دینی

^۱ مدرس، گروه مطالعات خانواده، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان، تبریز، ایران (نویسنده مسئول) E-mail: Samadadlipour@gmail.com

^۲ کارشناس ارشد روانشناسی عمومی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران

^۳ دانشجوی کارشناسی ارشد روانشناسی عمومی، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان، تبریز، ایران

مقدمه

در طول تاریخ، هر جامعه‌ای برای قاعده‌مندی رفتار اعضای خود، هنجارهایی را تعریف و نهادینه کرده و آنها را به رعایت آن قواعد و هنجارها ملزم ساخته و در برابر تخلف و سرپیچی از آنها نیز واکنش نشان داده و مجازات‌هایی را تعیین کرده است. متفکران اجتماعی و جامعه‌شناسان نیز به منظور کاهش هنجارشکنی افراد جامعه، به بررسی علل و عوامل مؤثر در انحرافات و بروز کجروی‌ها پرداخته‌اند. در یک تقسیم‌بندی ساده می‌توان کجروی را به چهار دسته اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی تقسیم‌بندی نمود (رسول‌زاده اقدم و عدلی‌پور، ۱۳۹۵: ۹). منظور از کجروی‌های فرهنگی^۱، رفتارهایی هستند که با هنجارهای فرهنگی سنتی و رسمی غالب در کشور ما مغایر هستند، در حالی که ممکن است همین رفتارها طبق قواعد و هنجارهای سایر کشورها، جوامع و حتی در مواردی هنجارها و ارزش‌های خرده‌فرهنگ‌های داخلی همچون خرده‌فرهنگ‌های قومی نیز کجرفتاری به حساب نیایند (سراج‌زاده و بابایی، ۱۳۸۹: ۴۶).

یکی از عوامل مؤثر بر تخطی افراد از هنجارها و ارزش‌های سنتی و کجروی فرهنگی در جامعه ایران رشد و توسعه رسانه‌های نوین همچون شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌باشد (دعاگویان و حبیب‌زاده ملکی، ۱۳۹۲؛ سپهری، ۱۳۹۳ و رسول‌زاده اقدم و همکاران، ۱۳۹۴). بی‌تردید امروزه رسانه‌های نوین نقش بی‌بدیلی در اثرگذاری بر افکار، ادراکات، نگرش‌ها و نیز رفتارهای افراد جوامع دارند. رسانه‌های همگانی به عنوان یکی از عوامل بسیار مهم اجتماعی کردن مطرح هستند. در این میان، قشر نوجوان و جوان بیشتر تحت تأثیر رسانه‌ها می‌باشند و پیام‌ها و برنامه‌های رسانه‌ای می‌توانند در شکل‌دهی الگوهای رفتاری مطلوب و یا نامطلوب در نزد این دسته از جمعیت جوان کشور نقش به‌سزایی داشته باشند. از قرائن و شواهد چنین برمی‌آید که بر اثر نفوذ و گسترش شبکه‌های ماهواره‌ای و همچنین افزایش ضریب نفوذ اینترنت در جامعه، بخش قابل توجهی از قشر نوجوان و جوان جامعه تحت تأثیر هجمه‌های تبلیغاتی و برنامه‌های این رسانه‌ها قرار گرفته‌اند. این هجمه‌ها بر حاکمیت فرهنگ دینی و مذهبی در میان خانواده‌ها تأثیر می‌گذارد. در نتیجه، نسل‌های جدید به سنت‌های گذشته وفادار نمی‌مانند و نسبت به باورها و رسومی که مقدس و سنتی شمرده می‌شوند، بی‌توجه می‌گردند. بنابراین، تغییرات هنجارها و ایدئولوژی‌ها به آسانی انجام می‌پذیرد (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۲: ۵۴).

از دیگر عوامل موثر بر کجروی‌های فرهنگی در سنین نوجوانی و جوانی می‌توان بر پایبندی به ارزش‌های خانوادگی و دینی اشاره نمود. پایبندی به ارزش‌های خانوادگی و دینی، رکن لازم و اساسی زندگی اجتماعی است و بهره‌مندی از آن می‌تواند نقش مهمی در بازدارندگی رفتارهای پرخطر و کجروی‌های فرهنگی در بین جوانان داشته باشد، زیرا دوره جوانی، یک دوره گذار همراه با بحران‌های مختلف است (رسول‌زاده اقدام و عدلی‌پور، ۱۳۹۵).

در مجموع، افزایش کجروی‌های فرهنگی در میان جوانان، دال بر گسترش و شکل‌گیری رفتارهای غیرمقبول، ناهم‌نوایی با هنجارهای رسمی و مورد پذیرش عموم و در پی آن، به مخاطره افتادن امنیت اجتماعی است (شمس و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۰۳) که ضرورت بررسی عوامل موثر بر گرایش به کجروی فرهنگی جوانان را در جامعه می‌طلبد. پژوهش حاضر که در شهر تبریز اجرا می‌گردد، کجروی فرهنگی را در بین جوانان مورد بررسی قرار می‌دهد و درصدد است تا تاثیر حضور در شبکه اجتماعی فیس‌بوک و پایبندی بر ارزش‌های خانوادگی و دینی بر آن را بررسی نماید. بنابراین، پرسش اصلی مورد مطالعه نوشتار حاضر این است که چه رابطه‌ای بین حضور جوانان در شبکه اجتماعی فیس‌بوک به عنوان یکی از ابزارهای جهانی شدن و پایبندی به ارزش‌های خانوادگی و دینی با کجروی فرهنگی وجود دارد؟

پیشینه پژوهش

سراج‌زاده و بابایی (۱۳۸۹) در پژوهش خود با عنوان "جهانی‌شدن، فرهنگ جهانی و کجروی فرهنگی"، با بررسی نمونه ۳۷۶ نفری از دانشجویان دختر و پسر دانشگاه شهید بهشتی تهران نشان دادند که بین پذیرش فرهنگ جهانی و کجروی فرهنگی، رابطه‌ای به نسبت قوی وجود دارد، اما بین قرار گرفتن در معرض فرایند جهانی شدن با پذیرش فرهنگ جهانی رابطه‌ای به نسبت ضعیف و بین قرار گرفتن در معرض فرایند جهانی شدن و کجروی فرهنگی رابطه‌ای متوسط وجود دارد.

رستگارخالد و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان "کنش‌های اجتماعی زنان و دختران نسبت به حجاب و رابطه آن با مصرف اینترنت و ماهواره" نشان دادند که مهم‌ترین سبک کنش اجتماعی موثر در رعایت حجاب، کنش ارزش دینی و سبک موثر در رد آن، کنش ارزشی سکولار است. همچنین نتایج نشان می‌دهد که مصرف ماهواره و اینترنت در سبک کنش ارزشی (دینی و سکولار) موثرند؛ به طوری که با افزایش ساعات مصرف با هدف تفریح و سرگرمی، کنش دینی نسبت به حجاب، کاهش و کنش ارزشی سکولار نسبت به آن افزایش می‌یابد.

یافته‌های پژوهش قاسمی و همکاران (۱۳۹۲) حاکی از آن است که استفاده از ماهواره و اینترنت با کجروی فرهنگی رابطه مثبت و معناداری دارد، این در حالی است که رابطه متغیرهای پیوند با خانواده و مذهب با کجروی فرهنگی منفی و معنادار می‌باشد. نتایج ضرایب استاندارد در معادلات ساختاری نشان می‌دهد که به ترتیب متغیرهای استفاده از ماهواره ۰/۴۳، استفاده از اینترنت ۰/۲۶، پیوند با خانواده ۰/۲۶- و پیوند با مذهب ۰/۲۳- بیشترین تاثیر را بر متغیر کجروی فرهنگی دارند.

شمس و همکاران (۱۳۹۲) تحقیقی با عنوان "بررسی عوامل موثر بر گرایش به کجروی فرهنگی دانشجویان دختر و پسر" انجام داده‌اند. نتایج تحقیق نشان داد که بین متغیر جنس با گرایش به کجروی فرهنگی رابطه‌ای وجود ندارد، اما بین پایگاه اجتماعی- اقتصادی، میزان دینداری، میزان کجرو بودن دوستان، واکنش والدین و متغیر دلالت‌های مقاومتی با گرایش به کجروی فرهنگی رابطه وجود دارد.

یافته‌های پژوهش احمدی و همکاران (۱۳۹۳) حاکی از آن است که بین میزان استفاده از رسانه‌های داخلی با گرایش به حجاب رابطه مستقیمی وجود دارد؛ یعنی با افزایش میزان استفاده از رسانه‌های داخلی گرایش به حجاب در بین دختران و زنان افزایش پیدا می‌کند، اما بین میزان استفاده از رسانه‌های خارجی با گرایش به حجاب همبستگی معکوسی وجود دارد.

کنعانی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان "بررسی رابطه استفاده از اینترنت با نگرش به دوستی اینترنتی با جنس مخالف" نشان می‌دهد که استفاده از اینترنت در نگرش مثبت به دوستی اینترنتی با جنس مخالف تأثیرگذار است و مطابق با دیدگاه گیدنز می‌توان گفت که افزایش کنش متقابل الکترونیکی، ارزش‌ها و نگرش‌های سنتی در مورد رابطه بین دو جنس را تغییر داده است.

نایی و لطفی خاچکی (۱۳۹۴) در مطالعه‌ای با عنوان "تاثیر روابط و پیوندهای خویشاوندی بر میزان آسیب‌های اجتماعی در استان‌های کشور" نشان دادند که در اغلب استان‌ها هر اندازه میزان تعلق و وابستگی افراد به خانواده و بستگان‌شان بیشتر و گسستگی و بی‌ثباتی خانواده کمتر باشد، میزان آسیب‌ها و انحرافات اجتماعی در آن استان‌ها کمتر خواهد بود.

یافته‌های پژوهش ایمان و همکاران (۱۳۹۵) با عنوان "سنجش جامعه‌شناختی نابهنجاری‌های رفتاری دانش‌آموزان (مورد مطالعه: شهر شیراز)" حاکی از آن است که با افزایش پابندی‌های مذهبی و ارتباط صمیمی با اعضای خانواده، از میزان نابهنجاری‌های رفتاری دانش‌آموزان کاسته می‌شود.

پیلکینگتون^۱ و همکاران (۲۰۰۲) تحقیقی را برای بررسی گرایش جوانان به رسانه در روسیه و تاثیر فرهنگ غرب بر آن انجام دادند. نمونه‌ای ۲۷۰ نفره از جوانان شهری روسیه به روش کیفی و با مصاحبه قوم‌شناسی مورد مطالعه قرار گرفتند و ۹۸۲ جوان نیز با یک بررسی کمی درباره باورهای عمومی روسیه و غرب، اوقات فراغت و مدت زمان استفاده از رسانه‌ها بررسی شدند. نتیجه‌گیری نهایی این بود که جوانان روسیه به لحاظ هویتی دچار سردرگمی و بحران هستند. آنان تحت تأثیر فرهنگ غرب و رسانه‌ها خصوصیات جوانان سایر فرهنگ‌ها را مورد پذیرش قرار داده‌اند. آنان طوری وانمود می‌کنند که در حال آمریکایی شدن هستند، در عین حال به فرهنگ باستانی و گذشته خود نیز متکی‌اند.

مهتا^۲ (۲۰۱۰) در مطالعه‌ای تاثیر شگرف رسانه‌های نوین بر روی زنان مسلمان دهلی را در طول سه دهه موثر دانسته است. هر چند مصرف رسانه‌های تصویری اوایل به صورت تابو و ممنوع بوده است، اما امروزه مصرف‌کنندگان محصولات رسانه‌ای به نظر می‌رسد که به صورت چشمگیری تحت تاثیر کالایی شدن فرهنگ رسانه‌ای قرار گرفته‌اند. نتایج پژوهش نیز حاکی از این امر است که زنان مسلمان مفروضات سنتی مصرف رسانه‌ای را کاملاً تغییر داده و سبک زندگی و الگوهای اندیشیده شده از خود را بازبینی کرده‌اند.

یافته‌های پژوهش تیلر^۳ (۲۰۱۲) نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی مجازی در ترکیب با نفوذ قدرت‌های غربی، حرکتی را به سوی همگن‌سازی جهان آغاز کرده‌اند که این حرکت سبب ایجاد تضاد و ستیز در جهان و حرکت برخی ملت‌ها به سوی شکست و تضعیف هویت ملی و سنت‌هایشان شده است. همچنین وی معتقد است که به واسطه این شبکه‌های اجتماعی مجازی افراد قابل توجهی در سراسر دنیا در تعامل با یکدیگر قرار گرفته‌اند و با فرهنگ و عقاید بیگانه رو به رو شده‌اند و در خصوص از دست دادن هویت‌های ملی و دینی‌شان احساس خطر کرده‌اند.

یافته‌های چوی و چان^۴ (۲۰۱۳) در پژوهش‌شان با عنوان "مجرم نوجوان"، حاکی از آن است که پیوندهای ضعیف با والدین و نگرش منفی به نظام حقوقی می‌تواند تمایل به ارتکاب سرقت و بزهکاری را افزایش دهد. بنابراین، پیوندهای مناسب والدین با فرزندان و برخورداری از درکی روشن نسبت به نظام حقوقی می‌تواند به عنوان عوامل پیشگیری‌کننده از جرم و بزهکاری عمل کنند.

1 Pilkington

2 Mehta

3 Tyler

4 Chui & Chan

در یک جمع‌بندی کلی از تحقیقات صورت گرفته می‌توان گفت که با توجه به افزایش کاربران شبکه‌های اجتماعی در ایران، در هیچ پژوهشی به مطالعه نقش شبکه‌های اجتماعی در کجروی‌های فرهنگی پرداخته نشده است، این در حالی است که طبق یافته‌های این پژوهش‌ها، رسانه‌های خارجی از مهمترین عوامل موثر در کجروی‌های فرهنگی هستند. لذا، در پژوهش حاضر به مطالعه این امر پرداخته می‌شود.

مبانی نظری پژوهش

در بین جرم‌شناسان و جامعه‌شناسان، کجروی‌های اجتماعی مباحث نظری گسترده و مفصلی درباره بزهکاری و کجروی جوانان وجود دارد. با توجه به این که تأکید این مقاله بر کجروی‌های فرهنگی است، نظریه‌های یادگیری یا تفاوت ارتباطات ساترلند، تضاد فرهنگی و واکنش اجتماعی یا برچسب زدن که مناسبت و دلالت‌های بیشتری برای کجروی‌های فرهنگی دارند مورد بحث قرار می‌گیرند.

نظریه یادگیری

بر اساس این نظریه، جرم و کجروی رفتاری است که افراد آن را می‌آموزند. ساترلند که مهمترین فرد شاخص در بین صاحب نظران نظریه یادگیری است، بر این باور است که کجروان، کجروی را بیشتر از دیگران و در درون گروه‌های اولیه فرا می‌گیرند. افراد، بر اساس تفاوت ارتباط خود با مجرمان یا کجروان و یا غیرمجرمان یا هم‌نویان الگوهای رفتار کجروانه را یاد می‌گیرند. بنابراین، اگر کسی بیشتر در معرض تعاریف اجتماعی و پیام‌های مثبت درباره کجروی قرار گیرد، کجرو می‌شود. ساترلند ادامه می‌دهد که تفاوت ارتباطات ممکن است ناشی از فراوانی، دوام، تقدم و شدت باشد. فراوانی و دوام به میزان ارتباط با رفتار کجرو مربوط می‌شوند. منظور از تقدم، سن برقراری ارتباط با کجروی است؛ یعنی احتمال کجرو شدن افرادی که از سنین پایین در معرض الگوهای رفتار کجرو قرار می‌گیرند بیشتر از دیگران است و سرانجام، منظور از شدت، اعتبار منبع (افراد) صادرکننده الگوی کجرو یا هم‌نوا از نظر فرد و میزان پیوند عاطفی او با آنها می‌باشد. اگر میزان و نوع ارتباط فردی با الگوهای کجرو از نظر فراوانی، دوام، تقدم و شدت بیش از الگوهای رفتار عادی باشد، وی به احتمال زیاد کجرو خواهد شد و برعکس (شمس و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۰۸-۱۰۹). انتظار می‌رود که افرادی که دوستان کجروت‌تری دارند، گرایش به کجروی بیشتری از خود نشان دهند.

تضاد فرهنگی

این نظریه بر تفاوت نظام هنجاری گروه‌های مهاجر، اقلیت‌های قومی، و طبقات فرودست با نظام هنجاری مسلط تأکید دارد. بر اساس این نظریه وقتی که تعدادی پاره فرهنگ (نژادی، مذهبی، ملی، منطقه‌ای و طبقاتی) در یک جامعه وجود دارد، توافق ارزشی^۱ در آن جامعه ضعیف می‌شود. وجود هنجارهای متعارض که به پاره فرهنگ‌های مختلف تعلق دارند باعث می‌شود نوعی بی‌هنجاری نابسامان^۲ به وجود آید. گروه‌های مسلط قوانین و مقررات را بر اساس نظام هنجاری خود تدوین می‌کنند و انتظار دارند تا افراد متعلق به سایر پاره‌فرهنگ‌ها آنها را رعایت نمایند. کسانی که بر اساس یک پاره‌فرهنگ متفاوت رفتار خود را تنظیم می‌کنند از نظر گروه‌های مسلط مجرم و کجرو معرفی می‌شوند، در حالی که آنها فقط به دلیل این که بر اساس هنجارهای فرهنگی خود زندگی می‌کنند، در موضع معارضه با فرهنگ و نظام اخلاقی غالب قرار می‌گیرند (سراج‌زاده، ۱۳۸۳: ۵۶).

نظریه کنترل اجتماعی

فرضیه اصلی نظریه‌های کنترل اجتماعی، ارضا نشدنی بودن ماهیت انسان است و این که افراد به طور طبیعی تمایل به کجرفتاری دارند و اگر تحت کنترل قرار نگیرند، چنین می‌کنند (رکلس، ۱۹۷۳: ۵۶). موضوع اصلی این نظریه این است که چه عواملی باعث محدود شدن رفتار می‌شود؟ به عبارت دیگر، به جای این که بپرسیم چرا کجرفتاری واقع شده، باید سوال کنیم چرا همه مردم هنجارشکنی نمی‌کنند؟ پاسخ هیرشی^۳ (۱۹۶۹) این است که همه افراد، کجرفتاری نمی‌کنند، چون جرات آن را ندارند. هیرشی بر این باور است که کجرفتاری زمانی واقع می‌شود که پیوند میان فرد و جامعه ضعیف باشد. وی معتقد است که چهار عنصر اصلی موجب تحکیم پیوند فرد و جامعه می‌شوند: پیوستگی، تعهد، مشغولیت و اعتقاد (رسول‌زاده اقدم و عدلی‌پور، ۱۳۹۵: ۴۷).

پیوستگی به صورت پیوند احساسی افراد با دیگران مهم مثل خانواده، دوستان و بستگان نزدیک تعریف می‌شود. نبود پیوستگی با خانواده، همالان و غیره با کجروی افراد و خطر ابتلا به بیماری‌های روانی در درازمدت رابطه معنی‌دار دارد (ریندور و همکاران، ۲۰۰۶: ۱۰۳۷). تعهد، به آرزوها و افراد و انجام رفتارهایی برای رسیدن به دانشگاه و تحصیلات بالا، شغل با اعتبار و دارای درآمد بالا و داشتن احترام در جامعه اشاره دارد (ینسن، ۲۰۰۳: ۲۰). مشغولیت، به درجه‌ای از به کارگیری افراد در فعالیت‌های مرسوم جامعه برمی‌گردد (چو و چن، ۲۰۱۰: ۲۳۳). باور یا اعتقاد، به قبول هنجارهای جامعه توسط فرد برمی‌گردد.

1 Value consensus
2 Anomic normlessness
3 Hirschi

هر چه باور قوی‌تر باشد و پذیرش و اجرای هنجارها و ارزش‌ها بیشتر صورت گیرد، کجروی کمتر می‌شود (بوث و همکاران، ۲۰۰۸: ۴۲۶).

نظریه‌های ناظر بر تأثیر رسانه‌ها روی مخاطبان

نظریه کاشت

نظریه کاشت بر کنش متقابل میان رسانه و مخاطبانی که از آن رسانه استفاده می‌کنند و نیز بر چگونگی تأثیرگذاری رسانه‌ها بر مخاطبان 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. به این صورت که ساعت‌های متمادی مواجهه با رسانه‌ای خاص باعث ایجاد تغییر نگرش و دیدگاه‌های موافق با محتوای رسانه می‌شود. در واقع، این نظریه با تعیین میزان و نوع برنامه‌های مورد استفاده از رسانه‌ها، میزان تأثیر را مطالعه می‌کند تا به سازوکار و نحوه تأثیر دست پیدا کند (عباسی‌قادی و خلیلی‌کاشانی، ۱۳۹۰: ۸۱). در مجموع، داعیه نظریه کاشت این است که استفاده از رسانه با متغیرهای دیگر در تعامل قرار می‌گیرد؛ به شیوه‌ای که مواجهه با رسانه‌ای خاص بر برخی از افراد و گروه‌ها اثر قوی خواهد داشت و بر برخی از گروه‌ها تأثیری نخواهد گذاشت. گرینر معتقد است زمانی که شخص متغیرهای دیگر (میزان، نوع، مدت و ویژگی‌های فردی و اجتماعی) را همزمان کنترل کند، اثر باقی‌مانده که قابل انتساب به رسانه‌ای خاص باشد، به نسبت کم است (عدلی‌پور، ۱۳۹۱: ۱۰۶).

نظریه استفاده و رضایت‌مندی

پرسش اساسی نظریه استفاده و رضایت‌مندی این است که چرا مردم از رسانه‌ها استفاده می‌کنند و آن‌ها را برای چه منظوری به کار می‌گیرند؟ پاسخی که به اجمال داده می‌شود این است که مردم برای کسب راهنمایی، آرامش، سازگاری، اطلاعات و شکل‌گیری هویت شخصی، از رسانه‌ها استفاده می‌کنند (مک-کوایل، ۱۳۸۸: ۱۰۴). در واقع، این نظریه علت اصلی استفاده مردم از رسانه‌ای خاص را با دلایل کارکردی توضیح می‌دهد و برای مخاطبان نیازهایی را متصور می‌شود که افراد برای رفع آن به سمت رسانه‌ها روی می‌آورند. حال چنانچه رسانه مورد نظر بتواند نیاز فرد را به خوبی رفع کند و بین محتوای رسانه و نیاز فرد همخوانی وجود داشته باشد، فرد ارضا و خشنود می‌شود و در غیر این صورت نیاز وی ارضا نشده باقی می‌ماند و وی از رسانه‌های مورد نظر رویگردان می‌شود (هرمز، ۱۳۸۰: ۱۴۸). فرض اصلی این نظریه این

است که افراد مخاطب، کم و بیش به صورت فعال، به دنبال محتوایی هستند که بیشترین رضایت را برای آنان فراهم سازد. میزان این رضایت بستگی به نیازها و علایق فرد دارد (ویندال و همکاران، ۱۳۸۷: ۲۷۴).

نظریه امپریالیسم فرهنگی^۱

این نظریه، واکنشی به نظریاتی بود که در دهه‌های پنجاه و شصت توسط افرادی چون لرنر^۲ و شران^۳ و دیگران در زمینه نقش رسانه‌ها در توسعه ملی ارائه شده بود. ایده امپریالیسم فرهنگی را می‌توان در نوشته متفکرینی چون شیلر^۴، ولز^۵ و دیگران جستجو کرد. نظریه‌پردازان توسعه در جهان سوم پس از جنگ جهانی دوم استدلال می‌کردند که رسانه‌های همگانی قادرند با ارائه ارزش‌های غربی، ارزش‌های سنتی و فرهنگ‌های بومی را تضعیف کنند و بدین وسیله به برنامه‌نوسازی در این کشورها کمک نمایند، در حالی که شیلر و همفکران او معتقد بودند که ارزش‌های ارائه شده در نظریات توسعه همان ارزش‌های جوامع سرمایه‌داری و محافل امپریالیستی است که براساس برنامه و به طور آگاهانه و سیستماتیک در این نظریات گنجانده شده و هدف نهایی آنها وابسته کردن کشورهای جهان سوم به منافع قدرت‌های مسلط سرمایه‌داری و در نهایت، دنباله‌رو کردن کشورهای جهان سوم است.

در واقع، نظریه امپریالیسم فرهنگی بیان می‌کند که کشورهای پیشرفته باورها، ارزش‌ها، دانش، هنجارهای اجتماعی و سبک زندگی مخصوص خود را به سایر کشورها تحمیل می‌کنند. امپریالیسم فرهنگی به صورت تحمیل فرهنگی کشورهای قدرتمند بر کشورهای ضعیف هم تعریف می‌گردد. این تحمیل به صورت هدفمند و عمدی انجام می‌شود، به این دلیل که این تحمیل فرهنگی با علائق و منافع سیاسی ایالات متحده و سایر کشورهای سرمایه‌دار قدرتمند در ارتباط می‌باشد (سالون، ۱۹۹۱: ۱۰). بنابراین امپریالیسم فرهنگی را می‌توان به عنوان جزئی جدانشدنی از روندهای شناخته‌شده در راستای جهانی‌شدن در نظر گرفت. به واسطه امپریالیسم فرهنگی ارزش‌های فرهنگ‌های محلی از سوی ارزش‌های فرهنگی مسلط غربی (که با ارزش‌های بنگاه‌های چندملیتی پیوند دارند) تهدید می‌شوند و در نهایت جایگزین می‌گردند (وایت، ۱۹۸۳: ۲۰).

چارچوب نظری پژوهش

1 Cultural imperialism theory

2 Lerner

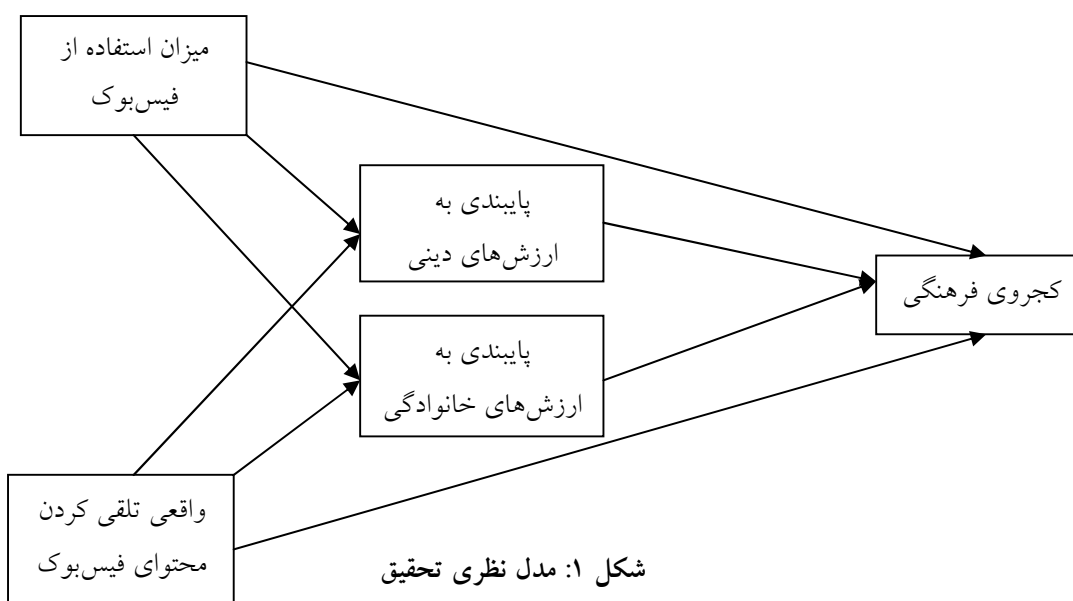
3 Shera

4 Schiller

5 Wells

پژوهش حاضر به مطالعه رابطه حضور در شبکه اجتماعی فیس‌بوک و پایبندی به ارزش‌های خانوادگی و دینی با کجروی فرهنگی کاربران می‌پردازد و به دلیل اعتقاد به وجود روابط پیچیده میان پدیده‌های اجتماعی و انسانی، رویکرد نظری واحدی انتخاب نخواهد شد، بلکه از نظریه‌های نظریه کاشت، امپریالیسم فرهنگی و نظریه پیوند اجتماعی هیرشی استفاده می‌شود.

بر اساس نظریه کاشت می‌توان استنباط کرد که میزان استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک و واقعی تلقی کردن محتوای مطالب ارائه‌شده از سوی کاربران در این شبکه اجتماعی بر کجروی فرهنگی کاربران موثر است. می‌توان گفت هر چه میزان استفاده از فیس‌بوک افزایش یابد و کاربر محتوای مطالب ارائه شده در آن را واقعی تلقی کند، احتمال تأثیرپذیری کاربر بیشتر است. بر عکس، هر چه میزان استفاده از فیس‌بوک کمتر شود و کاربر محتوای مطالب ارائه شده در آن را کمتر واقعی تلقی کند، احتمال تأثیرپذیری کاربر کمتر است. همچنین، با توجه به نظریه امپریالیسم فرهنگی، کشورهای غربی به علت تسلط بر فناوری ارتباطی و اطلاعاتی مثل شبکه اجتماعی فیس‌بوک، ارزش‌ها و هنجارهای غربی را بر کشورهای دیگر تحمیل می‌کنند و باعث تضعیف ارزش‌های سنتی و بومی آنها می‌شوند. پس می‌توان از این نظریه استنباط کرد که استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک باعث کاهش ارزش‌ها و هنجارهای خانوادگی و دینی در کشور ایران گردد. علاوه بر این، با استفاده از نظریه هیرشی می‌توان گفت که هر چه پیوند افراد با خانواده و نهادهای اجتماعی مثل دین بالا باشد فرد دچار کجروی کمتری می‌شود و از هنجارها و ارزش‌های جامعه تخطی نمی‌کند. می‌توان از این نظریه استنباط کرد که هرچه پیوند با خانواده و دین در افراد بالا باشد، افراد کمتر دچار کجروی فرهنگی می‌شوند.



فرضیه‌های پژوهش

فرضیه‌های اصلی

- بین میزان استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک و کجروی فرهنگی رابطه وجود دارد.
- بین واقعی تلقی کردن محتوای مطالب فیس‌بوک و کجروی فرهنگی رابطه وجود دارد.
- بین پایبندی به ارزش‌های خانوادگی و کجروی فرهنگی رابطه وجود دارد.
- بین پایبندی به ارزش‌های دینی و کجروی فرهنگی رابطه وجود دارد.

فرضیه‌های فرعی

- بین متغیرهای زمینه‌ای (جنس، وضعیت تأهل، وضعیت اشتغال، میزان تحصیلات و پایگاه اجتماعی- اقتصادی) و میزان کجروی فرهنگی تفاوت وجود دارد.
- بین میزان استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک و پایبندی به ارزش‌های خانوادگی رابطه وجود دارد.
- بین میزان استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک و پایبندی به ارزش‌های دینی رابطه وجود دارد.
- بین واقعی تلقی کردن محتوای مطالب فیس‌بوک و پایبندی به ارزش‌های خانوادگی رابطه وجود دارد.
- بین واقعی تلقی کردن محتوای مطالب فیس‌بوک و پایبندی به ارزش‌های دینی رابطه وجود دارد.

روش‌شناسی پژوهش

از آنجایی که فضای مجازی دارای مکان خاصی در دنیای واقعی نیست- فضایی است بین رایانه‌ای و مجازی- و با لحاظ کردن این نکته که دسترسی به کاربران متنوع و متفاوت شبکه اجتماعی فیس‌بوک عملاً در دنیای واقعی به علت پراکندگی جغرافیایی آنان امکان‌پذیر نمی‌باشد، و اصولاً مطالعه یک کاربر شبکه اجتماعی فیس‌بوک در فضای کاربری و در محیط مورد مطالعه، مناسب‌تر و پربازده‌تر است، در این پیمایش از تکنیک پرسشنامه اینترنتی استفاده شده است. جمعیت آماری این پیمایش نیز شامل جوانان کاربر شبکه اجتماعی فیس‌بوک شهر تبریز در سال ۱۳۹۴ است. در پیمایش فوق به علت موجود و در دسترس نبودن هیچ گونه چارچوب نمونه‌گیری مشخص و پراکندگی جمعیت آماری مورد نظر، از نمونه‌گیری غیراحتمالی با استفاده از نمونه‌های در دسترس و داوطلبانه استفاده شده است. در واقع، پرسشنامه این پژوهش در ابتدا برای نزدیک به دوهزار نفر از جوانان کاربر شبکه اجتماعی فیس‌بوک شهر تبریز فرستاده شد و در مرحله

بعد، از پرسشنامه‌های بازگشته و تکمیل شده توسط کاربران، با توجه به تعریف جمعیت آماری پژوهش و پس از حذف پرسشنامه‌های ناقص، در نهایت ۴۰۰ پرسشنامه مورد ارزیابی و بهره‌برداری نهایی قرار گرفت. لازم به توضیح است که این حجم نمونه با توجه به عدم اطلاع درست از تعداد واقعی جمعیت آماری مورد مطالعه و متعاقب آن عدم امکان استفاده از فرمول‌های رایج تعیین حجم نمونه، به‌طور تجربی و با عنایت به حجم نمونه در پژوهش‌های مشابه انتخاب شده است.

تعریف مفهومی و عملیاتی مفاهیم

متغیرهای مستقل

شبکه‌های اجتماعی مجازی

خدمات آنلاینی هستند که به افراد اجازه می‌دهند در یک سیستم مشخص شده و معین، پروفایل شخصی خود را داشته باشند، خود را به دیگران معرفی کنند، اطلاعاتشان را به اشتراک بگذارند و با دیگران ارتباط برقرار کنند. از این طریق افراد می‌توانند ارتباطشان با دیگران را حفظ کنند و همچنین ارتباط‌های اجتماعی جدیدی را شکل دهند (بوید و الیسون، ۲۰۰۷: ۲۱۲). در پژوهش حاضر، شبکه اجتماعی فیس‌بوک به‌عنوان متغیر مستقل تحقیق، با چهار بعد زیر سنجیده شده است:

میزان استفاده از فیس‌بوک

عبارت است از: مدت زمانی از شبانه روز که فرد از فیس‌بوک استفاده می‌کند. در پژوهش حاضر، میزان دسترسی کاربران به فیس‌بوک در شش طبقه دسته‌بندی شده است: (۱) کمتر از پانزده دقیقه؛ (۲) بین پانزده دقیقه تا نیم ساعت؛ (۳) بیشتر از نیم ساعت تا کمتر از یک ساعت؛ (۴) از یک ساعت تا کمتر از دو ساعت؛ (۵) از دو ساعت تا کمتر از سه ساعت؛ (۶) از سه ساعت تا بیشتر.

واقعی تلقی کردن محتوای فیس‌بوک از دید کاربران

به میزان شناخت و اعتقاد کاربران نسبت به صحت محتوای مطالب مورد استفاده در شبکه اجتماعی فیس‌بوک اطلاق می‌شود. در پژوهش حاضر، برای سنجش واقعی تلقی کردن محتوای مطالب فیس‌بوک از معرف‌های زیر استفاده می‌شود:

- ۱) اعتقاد کاربران نسبت به صحت و درستی اخبار و اطلاعات فیس‌بوک؛
- ۲) میزان اعتماد و خوش‌بینی کاربران نسبت به محتوای مطالب فیس‌بوک در مقایسه با رسانه‌های داخلی؛
- ۳) اعتبار و مقبولیت پیام‌رسانان فیس‌بوک از دید کاربران.

پیوستگی یا پابندی به ارزش‌ها

یکی از عناصر چهارگانه نظریه پیوند اجتماعی هیرشی می‌باشد و به صورت وابستگی و پیوند احساسی فرد با ارزش‌های جمعی تعریف می‌شود. هر چه پیوستگی فرد بیشتر باشد، احتمال ارتکاب اعمال منحرفانه او نیز کمتر می‌شود (ینسن، ۲۰۰۳: ۶). این متغیر با استفاده از گویه‌هایی در دو بعد پابندی به ارزش‌های خانوادگی و دینی در قالب طیف لیکرت سنجیده شده است. گویه‌های این متغیر در جدول ۱ آورده شده است.

جدول ۱: ابعاد و گویه‌های متغیر پابندی به ارزش‌ها

آلفای کرونباخ	گویه‌ها	بعد	متغیر
۰/۸۷	تفریح دسته جمعی با اعضای خانواده را دوست دارم. افکار و عقاید پدر و مادر را قبول دارم. اطاعت از حرف پدر و مادر برایم مهم است. با اعضای خانواده در بیشتر موارد مشورت می‌کنم. از گفتگو با اعضای خانواده لذت می‌برم. جلب رضایت پدر و مادر در مورد ازدواج برایم مهم است.	پابندی به ارزش‌های خانوادگی	پابندی به ارزش‌ها
۰/۷۳	دینداری دست و پای انسان را می‌بندد و مانع پیشرفت انسان می‌شود. آدم‌های دیندار کمتر دچار مفاسد و انحراف‌های اخلاقی می‌شوند. عقاید مذهبی افراد امری شخصی و مربوط به خودشان است. دینداری به قلب پاک است ولو این‌که آدم اعمال مذهبی (روزه و نماز) را انجام ندهد. دست دادن دختر و پسر نامحرم هنگام سلام و خداحافظی اشکالی ندارد. دوستی نزدیک و رفت و آمد دخترها و پسرها با هم اشکالی ندارد. داشتن روابط عاشقانه با جنس مخالف در صورتی که قصد ازدواج در بین نباشد، شرعاً حرام است.	پابندی به ارزش‌های دینی	

متغیرهای زمینه‌ای

پایگاه اجتماعی - اقتصادی

جایگاه سلسله مراتبی افراد با توجه به قدرت اقتصادی و منزلت اجتماعی آنهاست که از طریق معرف‌های میزان درآمد ماهیانه، منزل مسکونی، اتومبیل، منزلت شغلی و سطح تحصیلی به متغیری سه طبقه تبدیل شده است که عبارت اند از: بالا، متوسط و پایین.

تحصیلات

به تعداد سال‌های تحصیلی که فرد گذرانده است، اطلاق می‌شود و در پژوهش حاضر به پنج طبقه زیر دیپلم، دیپلم، فوق دیپلم، کارشناسی، کارشناسی ارشد و بالاتر تقسیم شده است.

متغیر وابسته

کجروی فرهنگی

منظور از کجروی‌های فرهنگی، رفتارهایی است که بر اساس معیارهای اخلاقی و نظام هنجاری سنتی اسلامی و هنجارهای رسمی غالب ناپسند و گاه جرم به حساب می‌آیند. این متغیر داری دو بعد ذهنی و عینی می‌باشد؛ به این معنی که افراد دارای نگرش مثبت به این نوع رفتارها کجرو ذهنی و افرادی که عملاً مرتکب چنین رفتاری شده‌اند، کجرو عینی به حساب می‌آیند (سراجزاده و بابایی، ۱۳۸۹: ۵۲). مقدار آلفای کرونباخ بعد ذهنی برابر با ۰/۸۲ و بعد عینی برابر با ۰/۹۵ محاسبه شده است. ابعاد و گویه‌های این متغیر در جدول ۲ آورده شده است.

همچنین، پیش از پرداختن به یافته‌های پژوهش لازم است تا عوامل درونی طیف کجروی فرهنگی مطالعه شوند. به این جهت از تکنیک آماری تحلیل عامل استفاده شده است. بر اساس تحلیل عاملی که پیرامون مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده کجروی فرهنگی انجام گرفته (جدول ۲)، دو عامل اساسی وجود دارد و هر عامل متشکل از گویه‌هایی است که معنای مشترکی دارند. بعد اول که متشکل از هشت گویه است، نشان‌دهنده بعد ذهنی کجروی فرهنگی است. ضریب عاملی که در مقابل هر یک از گویه‌ها نوشته شده نشان‌دهنده اهمیت هر یک از گویه‌ها است. بر این اساس، گویه "به‌نظم اشکالی ندارد که افراد در پارتی‌های مختلط شرکت کنند"، با بالاترین بار عاملی بیشترین سهم را در تشکیل بعد ذهنی کجروی فرهنگی داشته است. دومین عامل تشکیل‌دهنده کجروی فرهنگی، بعد عینی است. این بعد نیز از هشت گویه تشکیل شده است. ضریب عاملی گویه "در پارتی‌های مختلط غیرخانوادگی شرکت می‌کنم" برابر با ۰/۷۶ است که نشان‌دهنده اهمیت بالای آن در این بعد است.

به طور کلی می‌توان گفت که با توجه به آماره KMO در تمام ابعاد، داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب است. نتیجه آزمون بارتلت نیز برای عوامل به کار رفته برای سنجش متغیرها در سطح اطمینان ۹۹ درصد، معنادار است. در واقع، با در نظر گرفتن میزان خطای قابل قبول در سطح یک درصد، معناداری محاسبه شده برای این ضریب، معادل ۰/۰۰۰ است که نشان می‌دهد تمامی گویه‌های به کار رفته برای سنجش ابعاد، قدرت تبیین‌کنندگی مورد نظر را داشته‌اند.

جدول ۲: نتایج تحلیل عاملی متغیر کجروی فرهنگی

KMO	ابعاد کجروی فرهنگی	واریانس تبیین شده	بار عاملی	گویه‌های کجروی فرهنگی
K.M.O= ۰/۸۳ Sig= ۰/۰۰۰	ذهنی	۳۵/۵۹	۰/۶۱	ایراد نداشتن دادن هدیه به دوست پسر یا دختر در روز ولنتاین
			۰/۷۵	اشکال نداشتن شرکت فرد در پارتی‌های مختلط

			۰/۶۲	مهم نبودن پوشاندن موی سر در مهمانی‌ها و جشن‌های دوستانه و خانوادگی
			۰/۶۳	خلاف موازین اسلامی بودن نگهداری از حیوانات (گره، سگ و...) در منزل
			۰/۶۴	خلاف موازین اسلامی بودن رابطه دختر و پسر و عدم رواج آن در جامعه ما
			۰/۶۰	عدم برخورد با آرایش و حجاب نامناسب زنان در اماکن عمومی به عنوان جرم
			۰/۶۵	خلاف موازین شرعی بودن استفاده از مصرف مشروبات الکی
			۰/۶۷	عدم استفاده از مدل‌های غربی لباس و طراحی مدل‌های مناسب ایرانی
	عینی	۲۹/۰۱	۰/۷۰	سر زدن به سایت‌های غیراخلاقی در اینترنت
			۰/۶۵	گوش دادن به موسیقی‌های غیرمجاز
			۰/۶۱	کمک گرفتن از رسانه‌های خارجی در انتخاب مدل لباس
			۰/۶۸	داشتن دوستی و رابطه نزدیک با جنس مخالف
			۰/۶۰	پوشیدن لباس‌های تنگ و چسبان
			۰/۷۶	شرکت در پارتی‌های مختلط غیرخانوادگی
			۰/۶۲	استفاده از سایت‌های غیرمجاز که خلاف قوانین کشور هستند
			۰/۶۳	گرفتن تذکر یا اخطار از ماموران انتظامی یا مسئولین دانشگاه بخاطر پوشش

یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش حاضر در دو بخش قابل ارائه است. بخش توصیفی که به معرفی سیمای پاسخ‌گویان می‌پردازد و بخش استنباطی که به آزمون فرضیه‌های تحقیق اختصاص دارد. یافته‌های توصیفی پژوهش نشان می‌دهد که ۶۷/۵ درصد پاسخگویان، مرد و ۳۲/۵ درصد نیز زن می‌باشند. همچنین، ۷۲/۵ درصد از افراد حاضر در پژوهش، مجرد و ۲۷/۵ درصد آنها متأهل هستند. میزان تحصیلات پاسخ‌گویان با ۴۲/۵ درصد، در سطح کارشناسی‌ارشد و ۴۰ درصد در سطح کارشناسی، نشانگر برخوردار بودن از تحصیلات دانشگاهی پاسخ‌گویان تحقیق حاضر دارد. ۱۷/۵ درصد نیز از تحصیلات در سطح کاردانی برخوردار هستند. علاوه بر این، پاسخ‌گویان در بازه سنی ۲۰ تا ۳۰ سال قرار دارند و میانگین سنی این افراد حدود ۲۶/۵ می‌باشد. از نظر پایگاه اقتصادی - اجتماعی هم ۲۵ درصد افراد از پایگاه اقتصادی - اجتماعی بالا، ۳۵ درصد

متوسط و ۴۰ درصد نیز از پایگاه پایینی برخوردار هستند. همچنین، ۳۰ درصد پاسخگویان شاغل و ۷۰ درصد نیز بیکار هستند.

سایر یافته‌های توصیفی پژوهش نشان می‌دهد که از نظر میزان استفاده از فیس‌بوک، ۲۰ درصد از پاسخ‌گویان کمتر از نیم‌ساعت در روز، ۱۷/۵ درصد از آنها بین نیم‌ساعت تا کمتر از یک ساعت در روز، ۲۵ درصد بین یک ساعت تا کمتر از دو ساعت در روز، ۲۵ درصد بین دو ساعت تا کمتر از سه ساعت در روز، ۱۰ درصد بین سه ساعت تا کمتر از چهار ساعت در روز و ۲/۵ درصد از پاسخگویان نیز بین چهار ساعت تا بیشتر از چهار ساعت در طول روز از فیس‌بوک استفاده می‌کنند.

اطلاعات جدول ۳ نشان می‌دهد که میانگین واقعی تلقی کردن محتوای مطالب فیس‌بوک با ۲/۸۰ در سطح متوسطی مقرر دارد. میانگین پایداری به ارزش‌های خانوادگی پاسخگویان با ۴/۱۲ کمی بیشتر از میانگین پایداری به ارزش‌های دینی با ۳/۹۸ می‌باشد.

جدول ۳: توزیع فراوانی و درصدی متغیرهای مستقل پژوهش

		واقعی تلقی کردن محتوا	پایداری به ارزش‌های خانوادگی	پایداری به ارزش‌های دینی
پایین	فراوانی	۱۸۰	۹۰	۷۰
	درصد	۴۵	۲۲/۵	۱۷/۵
متوسط	فراوانی	۱۰۰	۱۸۰	۱۴۰
	درصد	۲۵	۴۵	۳۵
بالا	فراوانی	۱۲۰	۱۳۰	۱۹۰
	درصد	۳۰	۳۲/۵	۴۷/۵
کل	فراوانی	۴۰۰	۴۰۰	۴۰۰
	درصد	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰
		۲/۸۰	۴/۱۲	۳/۹۸
		۰/۷۹	۰/۷۶	۰/۵۵

در جدول ۴ میزان کجروی فرهنگی و ابعاد آن، قابل مشاهده است. بر اساس اطلاعات این جدول مشاهده می‌شود که میزان کجروی فرهنگی پاسخ‌گویان با میانگین ۳، در حد متوسط قرار دارد؛ به طوری که حدود ۴۰ درصد از افراد در سطح متوسط و ۲۷/۵ درصد آنها در سطح بالایی دارای کجروی فرهنگی هستند. این در حالی است که تنها ۳۲/۵ درصد از پاسخگویان حاضر در تحقیق از نظر برخورداری از کجروی فرهنگی در سطح پایین قرار دارند.

جدول ۴: میزان کجروی فرهنگی افراد و ابعاد آن بر حسب فراوانی و درصد

		بعد عینی	بعد ذهنی	کجروی فرهنگی
پایین	فراوانی	۱۴۰	۱۲۰	۱۳۰
	درصد	۳۵	۳۰	۳۲/۵

۱۶۰	۱۴۰	۲۰۰	فراوانی	متوسط
۴۰	۳۵	۵۰	درصد	
۱۱۰	۱۴۰	۶۰	فراوانی	بالا
۲۷/۵	۳۵	۱۵	درصد	
۴۰۰	۴۰۰	۴۰۰	فراوانی	کل
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	درصد	
۳	۳/۳	۲/۷۱		میانگین
۰/۴۳	۰/۷۹	۰/۳۳		انحراف معیار

همان‌طور که پیش از این هم گفته شد، پژوهش حاضر دارای چهار فرضیه اصلی و پنج فرضیه فرعی است که به منظور بررسی صحت و سقم این فرضیه‌ها از آزمون‌های آماری مختلفی استفاده شده است که در این قسمت، به آن‌ها پرداخته می‌شود.

برای آزمون فرضیه اول پژوهش از آزمون پیرسون استفاده شده است. همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود بین میزان ساعات استفاده از فیس‌بوک و کجروی فرهنگی رابطه معنادار و مستقیمی وجود دارد؛ یعنی با افزایش میزان ساعات استفاده از فیس‌بوک، میزان کجروی فرهنگی کاربران افزایش می‌یابد. بنابراین، فرضیه اول پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد.

در فرضیه دوم پژوهش حاضر، مطرح می‌شود که بین واقعی تلقی کردن محتوای مطالب فیس‌بوک و کجروی فرهنگی رابطه معناداری وجود دارد. نتایج آزمون همبستگی پیرسون در جدول ۵ نشان می‌دهد که بین واقعی تلقی کردن محتوای مطالب ارائه شده در فیس‌بوک و کجروی فرهنگی رابطه معنادار مستقیمی وجود دارد؛ یعنی با افزایش واقعی تلقی کردن محتوای مطالب فیس‌بوک، کجروی فرهنگی کاربران تقویت می‌شود. بنابراین فرضیه دوم پژوهش نیز تأیید می‌شود.

فرضیه سوم پژوهش حاضر حاکی از آن است که بین پابندی به ارزش‌های خانوادگی و کجروی فرهنگی رابطه وجود دارد. نتایج آزمون همبستگی پیرسون در جدول ۵ نشان می‌دهد که بین پابندی به ارزش‌های خانوادگی و کجروی فرهنگی رابطه معنادار و معکوسی وجود دارد؛ یعنی با افزایش پابندی به ارزش‌های خانوادگی، کجروی فرهنگی افراد کاهش می‌یابد. بنابراین، فرضیه سوم پژوهش هم تأیید می‌شود. همچنین، اطلاعات جدول ۵ نشان می‌دهد که بین پابندی به ارزش‌های دینی و کجروی فرهنگی افراد رابطه معنادار و معکوسی وجود دارد؛ یعنی با افزایش پابندی به ارزش‌های دینی، از کجروی فرهنگی افراد کاسته می‌شود. بنابراین، فرضیه چهارم پژوهش نیز تأیید می‌شود.

جدول ۵: آزمون فرضیه‌های اصلی پژوهش

متغیرها	نوع آزمون	مقدار	سطح معناداری	نتیجه آزمون
میزان استفاده از فیس‌بوک و کجروی فرهنگی	پیرسون	۰/۱۲	۰/۰۵۵	تأیید
واقعی تلقی کردن محتوای فیس‌بوک و کجروی فرهنگی	پیرسون	۰/۲۱	۰/۰۰۰	تأیید
پایبندی به ارزش‌های خانوادگی و کجروی فرهنگی	پیرسون	-۰/۵۱	۰/۰۰۰	تأیید
پایبندی به ارزش‌های دینی و کجروی فرهنگی	پیرسون	-۰/۶۲	۰/۰۰۰	تأیید

اطلاعات جدول ۶ نشان می‌دهد که بین جنس، وضعیت تأهل و وضعیت اشتغال با میانگین کجروی فرهنگی تفاوت معناداری وجود دارد؛ به طوری که میانگین کجروی فرهنگی در بین مردان، افراد مجرد و بیکار بیشتر از زنان، افراد متأهل و شاغل است.

جدول ۶: آزمون T برای مقایسه میانگین کجروی فرهنگی به تفکیک متغیرهای زمینه‌ای

متغیر	گروه	میانگین	انحراف معیار	T	سطح معناداری
جنس	مرد	۴۹/۹۶	۸/۳۴	۳/۲۳	۰/۰۰۱
	زن	۴۶/۹۱	۹/۲۶		
وضعیت تأهل	مجرد	۴۸/۳۷	۱۱/۴۰	۴/۱۲	۰/۰۰۰
	متأهل	۴۴/۳۰	۱۵/۶۹		
وضعیت اشتغال	بیکار	۴۲/۲۵	۱۲/۲۱	۳/۰۴	۰/۰۰۵
	شاغل	۳۵/۶۲	۱۳/۰۱		

نتایج جدول ۷، حاکی از آن است که بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی با کجروی فرهنگی رابطه معناداری وجود دارد و میانگین کجروی فرهنگی پاسخگویانی که از پایگاه اقتصادی اجتماعی متوسط برخوردارند از بقیه گروه‌ها بیشتر است. همچنین، میانگین کجروی فرهنگی پاسخگویانی که در مقطع کاردانی هستند، بیشتر از افرادی است که در مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد و بالاتر هستند.

جدول ۷: آزمون F برای مقایسه میانگین رفتارهای پرخطر بر حسب متغیرهای زمینه‌ای

متغیر	گروه	میانگین	انحراف معیار	F	سطح معناداری
پایگاه اقتصادی اجتماعی	بالا	۴۵/۷۶	۱۰/۱۱	۵/۴۱	۰/۰۰۵
	متوسط	۴۹/۶۲	۷/۸۱		
	پایین	۴۶/۹۰	۸/۸۰		
تحصیلات	کاردانی	۴۲/۹۳	۲۰/۹۲	۴/۴۶	۰/۰۰۴
	کارشناسی	۳۷/۹۶	۱۱/۳۸		
	کارشناسی ارشد و بالاتر	۳۰/۵۰	۱۱/۰۵		

اطلاعات جدول ۸ نیز حاکی از آن است که بین میزان استفاده از فیس‌بوک و پایبندی به ارزش‌های خانوادگی و دینی رابطه معنادار معکوسی وجود دارد. همچنین، بین واقعی تلقی کردن محتوای مطالب فیس‌بوک و پایبندی به ارزش‌های خانوادگی و دینی نیز رابطه معنادار معکوسی وجود دارد. بنابراین، فرضیه‌های ششم تا نهم پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرند.

جدول ۸: بررسی رابطه متغیرهای مستقل و کجروی فرهنگی

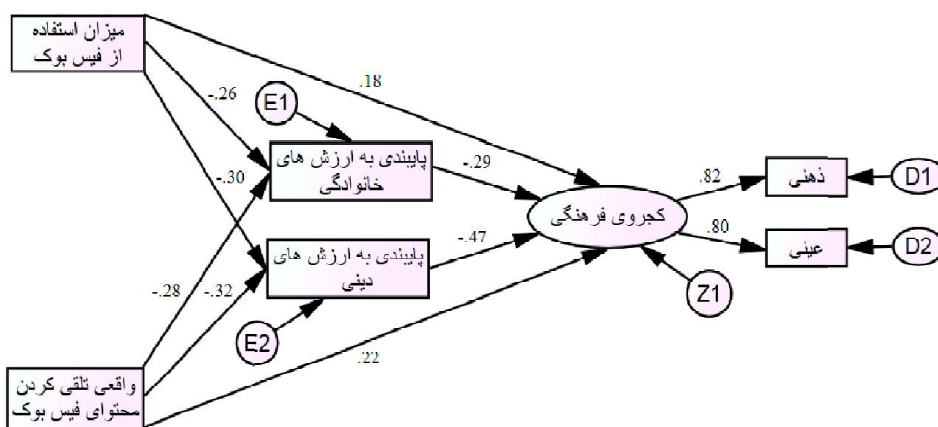
نتیجه آزمون	سطح معناداری	مقدار	نوع آزمون	متغیر
تأیید	۰/۰۰۸	-۰/۲۶	پیرسون	میزان استفاده از فیس‌بوک و پایبندی به ارزش‌های خانوادگی
تأیید	۰/۰۰۲	-۰/۳۱	پیرسون	میزان استفاده از فیس‌بوک و پایبندی به ارزش‌های دینی
تأیید	۰/۰۰۵	-۰/۲۲	پیرسون	واقعی تلقی کردن محتوای فیس‌بوک و پایبندی به ارزش‌های خانوادگی
تأیید	۰/۰۰۱	-۰/۲۸	پیرسون	واقعی تلقی کردن محتوای فیس‌بوک و پایبندی به ارزش‌های دینی

در ادامه به منظور مشخص شدن سهم تأثیر هر یک از متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته به تحلیل رگرسیونی پرداخته می‌شود. جدول ۹ مدل رگرسیونی چند متغیره کجروی فرهنگی پاسخگویان را نشان می‌دهد. اطلاعات این جدول نشان می‌دهد که همبستگی چندگانه (R) معادل ۵۵ درصد است که گویای این مطلب است که متغیرهای مدت میزان ساعات استفاده از فیس‌بوک، واقعی تلقی کردن محتوای مطالب فیس‌بوک به همراه پایبندی به ارزش‌های خانوادگی و دینی به طور همزمان ۵۵ صدم با کجروی فرهنگی ارتباط دارند. ضریب تبیین نیز ۳۰ صدم محاسبه شده است؛ به این معنی که ۳۰ درصد از تغییرات کجروی فرهنگی توسط چهار متغیر میزان ساعات استفاده از فیس‌بوک، واقعی تلقی کردن محتوای مطالب فیس‌بوک و پایبندی به ارزش‌های خانوادگی و دینی توضیح داده می‌شود. ضرایب تأثیر استاندارد نیز نشان می‌دهد که قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده‌های متغیر کجروی فرهنگی به ترتیب متغیرهای، پایبندی به ارزش‌های دینی (-۰/۴۲)، پایبندی به ارزش‌های خانوادگی (-۰/۲۰)، واقعی تلقی کردن محتوای مطالب ارائه شده در فیس‌بوک (۰/۱۶) و میزان ساعات استفاده از فیس‌بوک (۰/۱۳) می‌باشند.

جدول ۹: آماره‌های تحلیل رگرسیون چندگانه برای تبیین کجروی فرهنگی

متغیرهای مستقل	ضرایب غیراستاندارد	ضرایب استاندارد	مقدار t	سطح معناداری
میزان ساعات استفاده از فیس‌بوک	۰/۱۷	۰/۱۳	۲/۷۰	۰/۰۰۵
واقعی تلقی کردن محتوای فیس‌بوک	۰/۱۳	۰/۱۶	۳/۶۷	۰/۰۰۱
پایبندی به ارزش‌های خانوادگی	-۰/۲۲	-۰/۲۰	-۴/۰۷	۰/۰۰۰
پایبندی به ارزش‌های دینی	-۰/۳۱	-۰/۴۲	-۸/۵۳	۰/۰۰۰
خلاصه مدل	Sig=۰/۰۰۰	F=۵۱/۱۳	R ² =۰/۳۰	R=۰/۵۵

در ادامه، مدل معادله ساختاری پژوهش حاضر ترسیم شده است. مدل با استفاده از نرم‌افزار Amos رسم گردیده و ملاحظه می‌شود که متغیر پنهان وابسته، یعنی کجروی فرهنگی، از دو بعد کجروی فرهنگی ذهنی و عینی تشکیل شده است. ضریب استاندارد شده چهار بعد از متغیرهای مستقل با متغیر وابسته (کجروی فرهنگی) در شکل ۲ نشان داده شده است. متغیرهای میزان استفاده از فیس‌بوک ۰/۱۸، واقعی تلقی کردن محتوای مطالب فیس‌بوک ۰/۲۲، پایبندی به ارزش‌های خانوادگی ۰/۲۹- و پایبندی به ارزش‌های دینی ۰/۴۷- بر متغیر کجروی فرهنگی تاثیر مستقیم و معناداری دارند. همچنین، متغیر میزان استفاده از فیس‌بوک بر پایبندی به ارزش‌های خانوادگی (۰/۲۶-) و پایبندی به ارزش‌های دینی (۰/۳۰-) تاثیر دارند. متغیر واقعی تلقی کردن محتوای مطالب فیس‌بوک بر پایبندی به ارزش‌های خانوادگی (۰/۲۸-) و پایبندی به ارزش‌های دینی (۰/۳۲-) تاثیر دارند.



شکل ۲: مدل معادله ساختاری

در جدول ۱۰، تعدادی از مهم‌ترین معیارهای برازش مدل آمده است. به‌طور کلی می‌توان گفت که تمامی شاخص‌های برازش مدل قابل قبول هستند. بنابراین مدل ترسیم شده، نشان می‌دهد که داده‌های تجربی ما می‌تواند تا حدودی با نظریه‌ها پوشش داده شوند.

جدول ۱۰: شاخص‌های برازش مدل

شاخص‌های برازش مطلق		شاخص‌های برازش تطبیقی			شاخص‌های برازش مقتصد			
GFI	AGFI	CFI	NFI	TLI	PCFI	PNFI	RMSEA	CMIN/DF
۰/۹۳	۰/۹۱	۰/۹۰	۰/۹۴	۰/۹۲	۰/۵۲	۰/۵۴	۰/۰۴	۳/۸۲

بحث و نتیجه گیری

در جوامعی مثل ایران که جامعه‌هایی در حال گذار هستند، با فروپاشی نظام‌ها و ساختارهای سنتی، گسترش شهرنشینی، افزایش استفاده از فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی و تشدید تعاملات بین فرهنگ‌ها، اغلب مردم به‌ویژه جوانان، در برابر الگوهای محلی، ملی و جهانی متفاوت و بعضاً متعارضی قرار گرفته‌اند. بسیاری از جوانان با کنده‌شدن از بنیادهای سنتی و در ضعف نبود ساختارهای نوین مدنی یا تشخیص ندادن الگوهای مناسب، به تعارض، سردرگمی و بلاتکلیفی دچار می‌شوند و در چنین وضعیتی زمینه نابسامانی اجتماعی و پیدایش کجروی‌ها پدید می‌آید (جوادی‌یگانه و عزیزی، ۱۳۸۷: ۱۸۴). همچنین، امروزه صاحب‌نظران علوم ارتباطات با اذعان به توانایی شگرف فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی در شکل‌دهی افکار، نگرش‌ها و رفتار افراد، مطالعات مختلفی را در مورد سنجش میزان و نوع تأثیرات این رسانه‌های نوین انجام می‌دهند. آنان بیان می‌دارند که فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی قادرند با کارکردهای منفی و تخطی از اخلاق رسانه‌ای، سلامت فکری، اخلاقی و فرهنگی آحاد جامعه را تهدید کنند و الگوهای نابهنجار رفتاری را در جامعه تثبیت نمایند (ضمیری، ۱۳۸۱: ۱۰۱). همچنین این رسانه‌های نوین از آنجایی که قادرند کاربران و مخاطبان خود را با آداب و رسوم و سبک‌های زندگی غربی آشنا سازند، این امر می‌تواند هنجارها و ارزش‌های سنتی، فرهنگی و خانوادگی را دچار تغییر و تحولات چشمگیری کند. به موازات این امر، نتایج پژوهش‌های صورت‌گرفته - که در پیشینه پژوهش بدان آنها پرداخته شد - نیز حاکی از نقش چشمگیر رسانه‌های خارجی (شبکه‌های ماهواره‌ای، اینترنت و...) در افزایش کجروی فرهنگی در جامعه ایران دارند. به همین دلیل در پژوهش حاضر به مطالعه رابطه حضور در شبکه اجتماعی فیس‌بوک به عنوان یکی از رسانه‌های نوین و پایبندی به ارزش‌های خانوادگی و دینی با مجروی فرهنگی پرداخته شد.

یافته‌های توصیفی پژوهش حاکی از آن است که میانگین کجروی فرهنگی و ابعاد آن (کجروی فرهنگی ذهنی و عینی) در حد متوسطی قرار دارد؛ به طوری که حدود ۴۰ درصد از افراد در سطح متوسط و ۲۷/۵ درصد آنها در سطح بالایی دارای کجروی فرهنگی هستند، این در حالی است که تنها ۳۲/۵ درصد از پاسخگویان حاضر در تحقیق از نظر برخورداری از کجروی فرهنگی در سطح پایین قرار دارند.

یافته‌های استنباطی پژوهش نیز نشان می‌دهد که تفاوت معناداری در میانگین کجروی فرهنگی و جنس وجود دارد؛ به طوری که میزان کجروی فرهنگی مردان بیشتر از زنان است. همچنین، بین وضعیت تأهل و وضعیت اشتغال با میانگین کجروی فرهنگی تفاوت معناداری وجود دارد؛ به طوری که میانگین کجروی

فرهنگی در بین افراد مجرد و بیکار بیشتر از افراد متأهل و شاغل است. علاوه بر این، تفاوت معناداری بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی با کجروی فرهنگی وجود دارد و میانگین کجروی فرهنگی پاسخگویانی که از پایگاه اقتصادی اجتماعی متوسط برخوردارند از بقیه گروه‌ها بیشتر است. از نظر تحصیلات نیز میانگین کجروی فرهنگی پاسخگویانی که در مقطع کاردانی هستند بیشتر از افرادی است که در مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد و بالاتر می باشند.

دیگر یافته‌های استنباطی پژوهش حاکی از آن است که بین میزان ساعات استفاده از فیس‌بوک و واقعی تلقی کردن محتوای مطالب فیس‌بوک و کجروی فرهنگی رابطه معنادار مستقیمی وجود دارد؛ یعنی هر چه افراد محتوای مطالب فیس‌بوک را واقعی‌تر تلقی کنند و میزان ساعات استفاده‌شان از فیس‌بوک افزایش یابد، میزان کجروی فرهنگی‌شان نیز افزایش پیدا می‌کند. همان‌طور که در چارچوب نظری پژوهش طبق نظریه کاشت گفته شد هر چه کاربران یا مخاطبان رسانه‌ای میزان استفاده‌شان از رسانه‌ای افزایش یابد و محتوای مطالب آن را نسبت به سایر رسانه‌ها واقعی‌تر تلقی کنند، میزان تاثیرپذیری‌شان افزایش می‌یابد. همچنین، این یافته در راستای یافته‌های پژوهش قاسمی و همکاران (۱۳۹۲)، احمدی و همکاران (۱۳۹۳) و کنعانی و همکاران (۱۳۹۳) است.

سایر یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که رابطه معنادار معکوسی بین پایبندی به ارزش‌های دینی و خانوادگی و کجروی فرهنگی وجود دارد. طبق نظریه کنترل اجتماعی، پیوستگی اولین عنصر از عناصر پیوند اجتماعی هیرشی می‌باشد و به صورت پیوند احساسی افراد با دیگران تعریف می‌شود. همان‌گونه که هیرشی بیان می‌دارد توسعه پیوند اجتماعی قوی با جامعه این امر را می‌رساند که افراد هنجارها و ارزش‌های خانوادگی، اجتماعی و فرهنگی جامعه را درونی کرده‌اند. آنهایی که پیوندهای قوی‌ای با جامعه دارند کم‌تر متمایل به انحراف از هنجارها و ارزش‌های خانواده و جامعه هستند، زیرا آن‌ها هنجارهای جامعه را درونی کرده و مورد قبول قرار داده‌اند. دیگرانی که دارای پیوندهای ضعیف با خانواده و جامعه هستند بیشتر متمایل به انحراف از هنجارها و ارزش‌های خانواده و جامعه هستند، زیرا آن‌ها این هنجارها و ارزش‌ها را درونی نکرده‌اند. این یافته در راستای یافته‌های تحقیقات پیشین مثل شمس و همکاران (۱۳۹۲)، سراج‌زاده و بابایی (۱۳۸۸) و قاسمی و همکاران (۱۳۹۲) می‌باشد.

همچنین، سایر یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بین میزان ساعات استفاده از فیس‌بوک و واقعی تلقی کردن محتوای مطالب ارائه شده در فیس‌بوک و پایبندی به ارزش‌های خانوادگی و دینی همبستگی معنادار معکوسی وجود دارد؛ یعنی با افزایش‌های متغیرهای مستقل یاد شده، پایبندی به ارزش‌های خانوادگی و

دینی کاربران تضعیف می‌شود. این یافته در راستای نظریه امپریالیسم فرهنگی است که در چارچوب نظری پژوهش بدان شاره شد. به واسطه امپریالیسم فرهنگی، ارزش‌های فرهنگ‌های محلی از سوی ارزش‌های فرهنگی مسلط غربی- که با ارزش‌های بنگاه‌های چند ملیتی پیوند دارند- تهدید و در نهایت جایگزین می‌شوند. این یافته در راستای یافته‌های پژوهش قاسمی و همکاران (۱۳۹۲) است.

پیشنهاد‌های پژوهش

- افزایش سواد رسانه‌ای کاربران در برخورد با محتوا و مطالب فضای مجازی:

به جای اقدامات قهری باید برنامه‌ای برای ارتقای فرهنگی داشت، چرا که آموزش کاربران فضای مجازی از طریق رسانه‌ها، خانواده و نهادهای آموزشی، نقش سازنده‌ای در افزایش مهارت کاربران و کاهش آسیب‌های ناشی از این فضای اینترنتی را در برخواهد داشت. برای مثال، در خانواده‌ها، والدین می‌توانند با فراهم آوردن فضایی آرام و صمیمانه- نه برخوردی اقتدارانه- برای ابراز عقیده فرزندان‌شان با آنها به تعامل و گفتگو بشینند تا از این طریق، آسیب‌ها و پیامدهای منفی فضای مجازی را به آنها انتقال دهند. در واقع، خانواده‌ها به منظور کاهش آسیب‌های فضای مجازی، باید خود را بیش از پیش در جریان ارتباطات فرزندان خود در فضای مجازی قرار دهند. همچنین، می‌توان با گنجاندن درس‌ها یا واحدهایی در زمینه آشنایی و نحوه استفاده از فضای مجازی و رسانه‌های نوین در محتوای نظام آموزشی کشور، آسیب‌ها و پیامدهای منفی فضای مجازی را تقلیل داد.

- برگزاری کلاس‌های آموزشی در مدارس و دانشگاه‌ها پیرامون فرصت‌ها و چالش‌های فضای مجازی

از این طریق می‌توان آگاهی و هوشیاری نوجوانان و جوانان را در زمینه آسیب‌های فضای مجازی افزایش داد.

- آموزش و آگاه‌سازی زوجین جوان در مورد فرصت‌ها و تهدیدات فضای مجازی همگام با آموزش‌های بهداشتی و جنسی زوجین قبل از ثبت عقد

این مهم نیز می‌تواند نقش موثری در کاهش آسیب‌های فضای مجازی و آگاه‌سازی زوج‌های جوان داشته باشد.

منابع

- ایمان، محمدتقی، بهمنی، لیلا و سادات دل‌آور، مریم (۱۳۹۵). "سنجش جامعه‌شناختی نابهنجاری‌های رفتاری دانش‌آموزان (مورد مطالعه: شهر شیراز)". توسعه اجتماعی. سال دهم، شماره ۳، صص ۱۵۸-۱۳۹.
- جوادی یگانه، محمدرضا و عزیزی، جلیل. (۱۳۸۷). "هویت فرهنگی و اجتماعی در بین جوانان شهر شیراز با توجه به عامل رسانه". تحقیقات فرهنگی. سال اول، شماره ۳، صص ۲۱۳-۱۸۳.
- دعاگویان، داود و حبیب‌زاده ملکی، اصحاب. (۱۳۹۲). "بررسی تطبیقی عوامل موثر بر ارتکاب اعمال منافی عفت جوانان (مطالعه دو گروه جوانان و مجرمین شهرستان تبریز ۱۳۹۱)". دانش انتظامی آذربایجان شرقی. سال سوم، شماره ۴، صص ۵۲-۲۷.
- رستگار خالد، امیر؛ محمدی، میثم و تقی‌پور ایوکی، سحر. (۱۳۹۱). "کنش‌های اجتماعی زنان و دختران نسبت به حجاب و رابطه آن با مصرف اینترنت و ماهواره". مطالعات راهبردی زنان. سال چهاردهم، شماره ۵۶: صص ۸۲-۷.
- رسول‌زاده اقدم، صمد و عدلی‌پور، صمد. (۱۳۹۵). آسیب‌شناسی نهاد خانواده. تبریز: طنین دانش
- رسول‌زاده اقدم، صمد؛ میرمحمدتبار، سیداحمد؛ افشار، سیمین و عدلی‌پور، صمد. (۱۳۹۴). "تحلیل جامعه‌شناختی پیامدهای رسانه‌های اجتماعی بر ارزش‌های جوانان ایرانی". راهبرد اجتماعی فرهنگی. سال پنجم، شماره ۱۷، صص ۹۴-۶۵.
- سپهری، آسیه. (۱۳۹۳). "تحلیل سبک زندگی جوانان کاربر شبکه اجتماعی فیس‌بوک". مطالعات جوان و رسانه. شماره ۱۳، صص ۴۰-۱۳.
- سراج‌زاده، سیدحسین و بابایی، مینا. (۱۳۸۹). "جهانی‌شدن، فرهنگ جهانی و کجروی فرهنگی". فصلنامه علوم اجتماعی. شماره ۴۸، صص ۴۳-۷۱.
- سراج‌زاده، سیدحسین. (۱۳۸۳). "نیمه پنهان: گزارش نوجوانان شهر تهران از کجروی‌های اجتماعی و دلالت‌های آن برای مدیریت فرهنگی". پژوهشنامه علوم انسانی. شماره ۴۲-۴۱، صص ۸۴-۵۳.
- سورین، ورنر جی و جیمز دبلیو تانکارد. (۱۳۸۴). نظریه‌های ارتباطات. علیرضا دهقان. تهران: دانشگاه تهران

- شمس، سیمین؛ عموزاده، معصومه؛ زینی‌وند مقدم، حجت و غلامی، بهمن. (۱۳۹۲). "بررسی عوامل موثر بر گرایش به کجروی فرهنگی دانشجویان دختر و پسر". فصلنامه زن و جامعه. سال چهارم، شماره ۱، صص ۱۰۱-۱۲۳.
- ضمیری، رضا. (۱۳۸۱). "رسانه‌ها و انحرافات اجتماعی". مطالعات راهبردی زنان. سال پنجم، شماره ۱۸، صص ۱۰۱-۱۱۹.
- عباسی‌قادی، مجتبی و خلیلی‌کاشانی، مرتضی. (۱۳۹۰). تأثیر اینترنت بر هویت ملی. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- عدلی‌پور، صمد. (۱۳۹۱). "تحلیل جامعه‌شناختی پیامدهای شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی کاربران جوان شهر اصفهان". پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان.
- قاسمی، وحید؛ میرمحمدتبار، سیداحمد و عدلی‌پور، صمد. (۱۳۹۲). "تبیین جامعه‌شناختی تاثیر رسانه‌های خارجی بر کجروی فرهنگی دانش‌آموزان دبیرستانی شهر فریدونکنار". مطالعات توسعه اجتماعی - فرهنگی. سال دوم، شماره ۳، صص ۷۸-۵۳.
- کنعانی، محمدامین؛ محمدزاده، حمیده و محمدزاده، فاطمه. (۱۳۹۳). "بررسی رابطه استفاده از اینترنت با نگرش به دوستی اینترنتی با جنس مخالف". فصلنامه تحقیقات فرهنگی. سال هفتم، شماره ۴، صص ۸۴-۶۳.
- مک‌کوایل، دنیس. (۱۳۸۸). درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی. پرویز اجلالی. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها
- نایی، هوشنگ و لطفی‌خاچکی، بهنام. (۱۳۹۴). "تأثیر روابط و پیوندهای خویشاوندی بر میزان آسیب‌های اجتماعی در استان‌های کشور". بررسی مسائل اجتماعی ایران. سال ششم، شماره ۱، صص ۱-۴۶.
- هرمز، مهرداد. (۱۳۸۰). مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی. تهران: انتشارات فاران
- ویندال، سون، سیگنایترز، بنو و جین اولسون. (۱۳۸۷). کاربرد نظریه‌های ارتباطات. علیرضا دهقان. تهران: جامعه‌شناسان

- Booth, J., Farrell, A., Varano, S. (2008). **"Social Control, Serious Delinquency, and Risky Behavior"**. *Crime & Delinquency*. Vol. 54, No. 3. pp: 423-456.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). **"Social network sites: definition, history, and scholarship"**. *Journal of Computer-Mediated Communication*. Vol. 13, No. 1, pp: 210-230.
- Chui, W. H and Heng C. C. (2013). **"Juvenile offenders perceptions of probation officers as social workers in Hong Kong"**. *Journal of Social Work*. Vol. 14, No. 4, pp: 398-418.
- Chui, W. H., Chan, H. C. (2010). **"Social Bonds and Male Juvenile Delinquency While on Probation"**. *Children and Youth Services Review*. Vol. 33, No. 1. pp: 2329–2334.
- Hirschi, T. (1969). **Causes of Delinquency**. Berkeley, CA: University of California Press.
- Jensen, G. (2003). **Social Control Theories**, Illinois: Fitzroy Dearborn Publishers.
- Mehta, S. (2010). **"Commodity Culture and Porous Socio-Religious Boundaries: Muslim Women in Delhi"**. *South Asia Research*. Vol. 30, No. 1, pp: 1-24.
- Pilkington, H. A. Omel'chenko, E, Flynn, M, and Bliudina, U. (2002). **Looking West? Cultural Globalization and Russian Youth Cultures**, Pennsylvania State University Press.
- Reckless, W. (1973). *The Crime problem*, New York: Appelton.
- Ridenour ,T., Greenberg, M., Cook, E. (2006). **"Structure and validity of people in my life: A self-report measure of attachment in late childhood"**. *Journal Youth Adolescence*, Vol. 35, No. 6, pp: 1037–1053.
- Salwen, M. (1991). **"Cultural imperialism: A media effects approach"**. *Critical Studies in Mass Communication*, Vol. 8, pp: 29-38.
- Tyler, T. (2012). **"Social networking and Globalization"**, *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol. 4, No. 6, pp: 30-39.
- White, R. (1983). **"A backwater awash: The Australian experience of Americanisation"**. *Journal of Theory, Culture and Society*, Vol. 1, No. 1, pp: 108-122.

Relationship between Using the Face book and Commitment to Family and Religious Values with Cultural Deviations (Case Study: Youth of Tabriz City)

Samad Adlipour

Ph.D., Lecturer at Department of Family Studies, Azarbaijan Shahid Madani University, Tabriz, Iran

Hamed Akbarpour

Master degree in General Psychology, Tabriz Branch, Islamic Azad University, Tabriz, Iran

Mohammad Mahaki

Master degree Student in General Psychology, Azarbaijan Shahid Madani University, Tabriz, Iran

Received:31 Dec. 2016

Accepted:11 Mar. 2017

The aim of the present study is to investigate the relationship of the presence in the Face book social network, as one of the instruments for globalization, and commitment to family and religious values with cultural deviations of the youth in Tabriz City. The present study was conducted via a survey research method on the participants who were selected using the voluntary and convenience sampling method. The data were collected using an internet-based questionnaire relying on the Cultivation theory, cultural imperialism theory and Hirschi's Social Bond theory. The research population consists of all young users of Face book in Tabriz in 2015. The sample size was as 400 participants. Findings of the research indicate that the degree of cultural deviations in the participants is at a moderate level. In addition, there is a significant correlation between ground variables (gender, marital status, employment, education, and socio-economic status) and cultural deviations. Moreover, there is a direct correlation between the degree of using Face book and considering its content realized in the cultural deviations of the participants, while a significant but reverse correlation is between commitment to religious and family values and cultural deviations. All in all, independent variables entering the regression model can explain 30% of the variations of the youth's cultural deviations.

Keywords: Face book Social Network, Cultural Deviation, Family Values and Religious Values