

رابطه بین احساس تنهایی و تعهد زناشویی با میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی در زنان

لیلا پازوکی^۲

منصوره شهریاری احمدی^۱

نازنین پورصدر^۳

پذیرش نهایی: ۱۳۹۷/۷/۲۷

دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۷/۱۶

چکیده

پژوهش حاضر به بررسی رابطه بین احساس تنهایی و تعهد زناشویی با میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی در زنان می‌پردازد. جامعه آماری این پژوهش شامل زنان متأهل دانشجوی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، مشغول به تحصیل در سال ۹۵ - ۹۶ بودند که از میان آنها، نمونه‌ای با حجم ۲۹۷ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شد. در این پژوهش از مقیاس احساس تنهایی UCLA (راسل، ۱۹۹۶)، پرسشنامه تعهد زناشویی (DCI) آدامز و جونز (۱۹۹۷) و پرسشنامه اختلال استفاده از رسانه اجتماعی (SMD) ساخته و نندن اجیندن، لمنز و والکنبورگ (۲۰۱۶) استفاده شد. پس از جمع‌آوری اطلاعات، داده‌ها با استفاده از شیوه‌های آماری ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون، مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که بین متغیرهای احساس تنهایی و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی در سطح ($p < 0/01$) رابطه مستقیم و معنی‌دار وجود دارد. بین خرده‌مقیاس تعهد به همسر و میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی در سطح ($p < 0/01$) رابطه معکوس و معنی‌دار وجود دارد و همچنین ۱۴ درصد از تغییرات احساس تنهایی و ۵ درصد از تغییرات بُعد تعهد به همسر، به‌وسیله میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی قابل تبیین است.

کلیدواژه‌ها: احساس تنهایی؛ تعهد زناشویی؛ اختلال رسانه اجتماعی

۱. نویسنده مسئول: استادیار گروه روان‌شناسی استثنایی، تربیتی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران، mansure_shahriari@yahoo.com

۲. دانشجوی دکتری سنجش و اندازه‌گیری، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

۳. کارشناس ارشد روان‌شناسی عمومی، گروه روان‌شناسی، دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.

مقدمه

رسانه‌های اجتماعی^۱ امروزه به‌عنوان عامل تحولات و تغییرات در عصر حاضر محسوب می‌شوند، رسانه‌هایی که به‌نظر می‌رسد قرار است جای پای رسانه‌های جمعی قرار دهند، زیرا جنس مخاطب این رسانه‌ها مخاطب منفعل نیست، بلکه جنس آنها کاربران تولیدی محتواست. امروزه مخاطبان در رسانه‌های اجتماعی، حضور بیشتر و تعاملات سریع‌تری نسبت به رسانه‌های جمعی دارند. رسانه‌های اجتماعی امروزه به‌عنوان سرآمد وب به‌شمار می‌روند و توانسته‌اند بیشترین نفوذ را بین کاربران اینترنت داشته باشند (افتاده، ۱۳۹۲). در این میان، سبک زندگی بشری، ارزش‌های معنوی و دینی، اخلاق و انسانیت که در عصر ارتباطات و اطلاعات زندگی کرده و در چندقدهم ورود به عصر مجازی است، پیچیدگی‌های خاص خودش را دارد. امروزه فراگیری اینترنت و فناوری‌های جدید ارتباطی و اطلاعاتی موجب ظهور فضای مجازی در کنار جهان واقعی شده که این امر معادلات و الگوهای ارتباطی سنتی، تولید، انتقال و مصرف اطلاعات را به‌هم زده و موجب تغییر در آن شده است (دژبانی، ۱۳۹۴). فناوری‌های نوین در عرصه الکترونیک و رایانه در چند دهه گذشته، موجب پدیدارشدن انواع و اقسام لوازم و برنامه‌های الکترونیکی و رایانه‌ای از جمله اینترنت، تلفن همراه، ماهواره و بازی‌های رایانه‌ای در جهان شده است. انکارناپذیر است که این تحولات و پیشرفت‌ها زندگی بشر را چندین برابر آسان‌تر نموده است، اما در آن سوی سکه نمی‌توان از آسیب‌های ناشی از این فناوری‌های نوین غافل ماند (ابراهیم‌پور و خزایی، ۱۳۹۱). عادی‌سازی خیانت همسران به یکدیگر، ترویج خانواده‌های بی‌سامان و لجام‌گسیخته در مقابل ساختار خانواده، ترویج فرهنگ ازدواج سفید... پیام‌های مشترک رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی است (شکرپیگی، ۱۳۹۱). شکل‌گیری و گسترش استفاده از رسانه‌های اجتماعی و تسریع ضرباهنگ ارتباطات بین‌فردی در فضای مجازی، به‌رغم گسترش دایره تعاملات اجتماعی انسان مدرن، با کاهش ارتباطات خانوادگی و اضمحلال روابط صمیمی و تعاملات اعضای خانواده همراه بوده است. همچنین مطابق با مدل کرات^۲ و همکاران (۱۹۹۸) احساس تنهایی یکی از فرآورده‌های استفاده از اینترنت است. کرات و همکاران در مطالعات طولی، مدلی ارائه کردند که براساس آن استفاده بیش‌ازحد از اینترنت، انسان‌ها را از جامعه و ارتباطات اجتماعی واقعی دور می‌کند و با حذف تعاملات اجتماعی و تسلط بر زندگی افراد می‌تواند موجبات احساس تنهایی را

1. Social media
2. Kraut

فراهم آورد (سرافراز، ۱۳۹۲). همه افراد، گاه گاهی تنهایی را تجربه می‌کنیم، اما برخی از مردم با این احساس، روزها، سال‌ها و گاه تا پایان عمر زندگی می‌کنند. احساس تنهایی با تهی شدن عاطفی، عدم ابراز احساسات بین فردی و پسرفت روان‌شناختی همراه است به گونه‌ای که نیازهای مربوط به صمیمیت، برآورده نشده‌اند و اگر هم تا حدودی برآورده شده باشند، اساساً به نحوی نارضایت‌بخش باقی می‌مانند. از نظر پرلن و پیلو^۱ (۱۹۸۱) احساس تنهایی تجربه ناخوشایندی است که در پاسخ به نارسایی‌های کمی یا کیفی در روابط اجتماعی پدیدار می‌شود. کاهش ارتباطات خانوادگی در اعضای شبکه‌های اجتماعی منجر به احساس تنهایی خانوادگی می‌شود. احساس تنهایی در اثر نداشتن روابط رضایت‌بخش رخ می‌دهد. در پژوهش بوگی^۲ (۲۰۰۷) نیز احساس تنهایی با رضایتمندی از زندگی به‌طور منفی رابطه داشت. پین کورت و سورنسون^۳ (۲۰۰۳) با مرور مطالعات انجام‌شده دریافتند که در اکثر آنها میزان بالاتری از احساس تنهایی میان زنان متأهل در مقایسه با مردان متأهل وجود دارد؛ بنابراین، بسیاری پژوهش‌ها در این زمینه نشان می‌دهد که زنان در مقایسه با مردان، بیشتر، احساس تنهایی می‌کنند (وست، کلنر و مور - وست^۴، ۱۹۸۶؛ روکاخ^۵، ۲۰۰۰). گاتمن^۶ (۱۹۹۴) تنهایی در زندگی زناشویی را به‌عنوان یک همبسته‌کناره‌گیری از ارتباط توصیف می‌کند. زمانی که زوجین دیگر احساس می‌کنند که رابطه آنها ارزشمند نیست (سگرین^۷ و همکاران، ۲۰۰۳). یکی از مسائلی که اخیراً بر آن تأکید زیادی می‌شود، تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر کیفیت روابط در زندگی زناشویی است. کیفیت ارتباط زوجین، مفهومی چندبعدی است که شامل ابعاد گوناگون روابط در زوجین مانند سازگاری، رضایت، شادمانی، انسجام و تعهد می‌شود. عدم تعهد زناشویی در نتیجه فقدان روابط رضایت‌بخش در زوجین است (طریقی و همکاران، ۱۳۹۴). در پژوهش کاسیوپو^۸ و همکاران (۲۰۱۳) نتایج نشان دادند که بیش از یک‌سوم از ازدواج‌ها در امریکا از طریق شبکه‌های مجازی و آنلاین صورت می‌گیرد. همچنین نتایج نشان داد که این ازدواج‌ها در مقایسه با ازدواج‌هایی که به

-
1. Peplau & Perlman
 2. Bugay
 3. Pinqart & Sörensens
 4. West, Kellne & Moore -West
 5. Rokach
 6. Gottman
 7. Segrin
 8. Cacioppo

شیوه سنتی صورت گرفته است، بیشتر در معرض جدایی و طلاق قرار دارد.

نتایج پژوهش‌های داخلی نیز حاکی از تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر روابط زناشویی و خانوادگی است. نتایج پژوهش کمال‌جو، نریمانی، عطادوخت و ابوالقاسمی (۱۳۹۵) تحت عنوان "پیش‌بینی روابط فرازناشویی براساس هوش معنوی، هوش اخلاقی، رضایت زناشویی و استفاده از شبکه‌های مجازی اجتماعی" نشان داد، هوش معنوی و تراز استفاده از فضای مجازی می‌تواند رابطه فرازناشویی را به گونه معنی‌داری پیش‌بینی کنند.

نتایج پژوهش عجم (۱۳۹۵) تحت عنوان "تأثیر آموزش‌های مستقیم و غیرمستقیم ماهواره‌ای بر تعارض زناشویی و نگرش به خیانت زناشویی" نشان داد بین زنانی که سریال‌های ماهواره‌ای فارسی تماشا می‌کردند با زنانی که تماشا نمی‌کردند در نگرش به خیانت زناشویی و تعارض زناشویی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

نتایج پژوهش جناآبادی (۱۳۹۵) نیز نشان داد بین احساس تنهایی و اعتیاد به اینترنت رابطه مثبت و معنی‌دار و بین حمایت اجتماعی و اعتیاد به تلفن همراه، رابطه منفی و معنی‌دار وجود دارد و تنهایی خانوادگی و اجتماعی می‌تواند اعتیاد به تلفن همراه را پیش‌بینی کند. در پژوهش عصمتی و حسینی (۱۳۹۵)، تحت عنوان؛ پیش‌بینی تعهد زناشویی از طریق استفاده آسیب‌زا از تلفن همراه و اینترنت، نتایج نشان داد، استفاده آسیب‌زا از تلفن همراه و اینترنت در پیش‌بینی تعهد زناشویی نقش معنی‌دار دارد و ۲۷ درصد از تغییرات تعهد زناشویی براساس استفاده آسیب‌زا از تلفن همراه و اینترنت قابل پیش‌بینی است.

همچنین به نقل از خبرگزاری‌ها: از مهم‌ترین علل اصلی طلاق در ایران در سال ۹۱ خیانت، اقتصاد و اعتیاد زوجین؛ در سال ۹۲ مسائل عقیدتی و دخالت خانواده‌ها و در سال ۹۳ بار دیگر خیانت و عدم رضایت جنسی بوده است و همچنین در پژوهش‌های انجام‌شده جهت بررسی دلایل طلاق، خیانت به همسر به عنوان یکی از علل مؤثر بر این پدیده شناسایی شده است (اجتهادی و واحدی، ۱۳۹۶)؛ بنابراین، ضروری به نظر می‌رسد عوامل مؤثر بر تعهد زوجین به یکدیگر مورد بررسی قرار گیرد و اینکه چرا زوجین حین زندگی مشترک، احساس تنهایی می‌کنند و پا به روابط فرازناشویی می‌گذارند و آیا اصولاً رسانه‌های اجتماعی و میزان استفاده از آنها در این مقوله مؤثر است؟

تاریخچه مطالعه احساس تنهایی (تیکه^۱، ۲۰۰۹) بیانگر آن است که این سازه در گذشته با مشکلات دیگری مانند افسردگی، کمرویی، خشم، رفتار انزواطلبانه و مانند اینها مفهوم‌سازی شده بود؛ اما در تعاریف و مفهوم‌سازی‌هایی که به‌تازگی انجام شده است، احساس تنهایی یک سازه روان‌شناختی مستقل از مشکلات دیگر در نظر گرفته می‌شود که خطرات خاص خودش را دارد (کاسیوپو، هوگز، ویت، هاوکلی و تیستد^۲، ۲۰۰۶). مرور پیشینه پژوهشی در تعریف و مفهوم احساس تنهایی نیز نشان می‌دهد که در این زمینه تفاوت‌های نسبتاً چشمگیری بین صاحب‌نظران وجود دارد. برای نمونه، برخی از پژوهشگران احساس تنهایی را یک حالت روان‌شناختی ناشی از نارسایی‌های کمی و کیفی در روابط اجتماعی می‌دانند (پیلو و پرلمن، ۱۹۸۲). براساس نظریه‌هایی مانند ویس^۳ (۱۹۷۳) احساس تنهایی یک تجربه منفی شدید است که فرد از یادآوری آن فعالانه اجتناب می‌کند. اگرهم مجبور به یادآوری شود، با نارضایتی زیادی این عمل را انجام می‌دهد و درماندگی ناشی از احساس تنهایی را کم‌اهمیت جلوه می‌دهد. وود^۴ (۱۹۸۶) این‌گونه استدلال می‌کند که احساس تنهایی یک هیجان بنیادی و یکی از قوی‌ترین تجربه‌های انسانی است. وی براین باور است که احساس تداعی شده با احساس تنهایی، عدم وجود روابط اجتماعی مناسب را به فرد گوشزد می‌کند.

این دیدگاه براساس طبقه‌بندی ویس (۱۹۷۳) پدید آمده است. در این طبقه‌بندی دو گونه تنهایی یعنی تنهایی عاطفی و تنهایی اجتماعی مورد شناسایی قرار گرفته است.

۱. تنهایی عاطفی: درپی نبود یک وابستگی مهم یا ازدست‌دادن یک چنان پیوندی پدید می‌آید.

۲. تنهایی اجتماعی: درپی نبود پیوستگی به یک شبکه روابط اجتماعی پدیدار می‌شود و شاید تنها با دستیابی به یک شبکه ارتباطی خواستنی و خشنودکننده از میان برود (شریعتی، فضیلت‌پورو حسینچاری، ۱۳۹۵).

یکی دیگر از مسائلی که امروزه در زندگی زناشویی به بررسی عوامل تأثیرگذار بر آن پرداخته می‌شود، تعهد زناشویی است. هارمون^۵ (۲۰۰۵) و آماتو^۱ (۲۰۰۴) معتقدند که تعهد زناشویی به این

-
1. Theeke
 2. Cacioppo, Hughes, Waite, Hawkley, & Thisted
 3. Weiss
 4. Wood
 5. Harmon

معناست که زوجین تا چه حد برای روابط زناشویی خود ارزش قائل هستند و چقدر برای حفظ و تدام ازدواجشان انگیزه دارند. تعهد معنایش این است که فرد همسرش را دوست دارد، به او وفادار است و از همسر دیگری به هر شکل و شمایل که باشد، اجتناب می‌کند (کلارک، ۱۳۹۲).

به‌طور کلی مطالعات پیرامون مفهوم تعهد در ازدواج از دهه ۱۹۹۰ آغاز شد و پژوهشگران از طریق ارائه مدل‌ها و نظریه‌های مختلف، به مفهوم‌سازی و تبیین آن پرداختند. قدیمی‌ترین مدل تعهد زناشویی توسط رسبالت^۲ (۱۹۸۰) تحت عنوان مدل سرمایه‌گذاری مطرح شد. مطابق با این مدل، تعهد زوجین نسبت به یکدیگر به سه عامل به‌هم‌مرتبط بستگی دارد. این عوامل عبارتند از: رضایت از زندگی زناشویی، سرمایه‌گذاری در رابطه زناشویی و جایگزین‌های رابطه زناشویی. مک دونالد^۳ (۱۹۸۱) با ارائه مدل دیگری از تعهد زناشویی، آن را به دو نوع، عهد نسبت به همسر و تعهد نسبت به ازدواج تقسیم نمود. کوین^۴ (۱۹۸۲) از طریق مصاحبه‌های طولانی‌مدتی که با صدها زوج انجام داد، توانست یک مدل سه‌وجهی از تعهد زناشویی ارائه کند که عبارتند از: ضمانت (قول‌دادن به همسر)، فداکاری (از خودگذشتگی برای همسر) و وابستگی (احساس اجبار برای تداوم رابطه). استرنبرگ (۱۹۸۴) نظریه مثلث عشق را مطرح نمود. مطابق با این نظریه تعهد زناشویی به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های سه‌گانه عشق در رأس سمت راست مثلث مطرح شده است و به تصمیم‌گیری زوجین در مورد اقامت کردن و کنارهم بودن اشاره دارد که در شکل کوتاه‌مدت، رابطه با یک شریک معین و در شکل بلندمدت، عاملی برای حفظ، تداوم و بقای روابط عاشقانه می‌باشد (مهاجری، ۱۳۹۵).

سونسون و تراهاگ^۵ (۱۹۸۵) بیان داشتند که برای تداوم زندگی زناشویی دو نوع تعهد لازم است: تعهد ذاتی و تعهد ابزاری. گالتز و لارسون^۶ (۱۹۸۹) از طریق تحلیل عوامل تأثیرگذار بر تعهد زناشویی، دو نوع تعهد را شناسایی و مطرح کردند. اولین نوع تعهد، تعهد شخصی است که به دلیل وجود جذابیت رابطه و همسر به تداوم رابطه مشترک کمک می‌کند و دومین نوع تعهد، تعهد ساختاری است که بدون توجه به عوامل شخصی و درونی بلکه به دلایل بیرونی و فرافردی باعث

-
1. Amato
 2. Rusbult
 3. Mc donald
 4. Quinn
 5. Swensen & Trahaug
 6. Golts & Larson

تداوم ازدواج می‌شود. آرتیگا^۱ (۱۹۹۱) از نتایج به دست آمده طی بررسی‌های سال‌های آغازین ازدواج استفاده نمود و توانست با تحلیل این نتایج، سه نوع تعهد را در روابط زناشویی شناسایی نماید. این سه نوع تعهد تحت عناوین، تعهد بین فردی (عشق و علاقه به تداوم رابطه)، تعهد شخصی (اعتقادات و تقیدات اخلاقی به حفظ رابطه) و تعهد اجتماعی (محدودیت‌ها و موانع موجود برای ترک رابطه) مطرح شده است (استرچمن و گابل^۲، ۲۰۰۶).

جانسون (۱۹۷۳، ۱۹۸۲، ۱۹۹۱، ۱۹۹۹) مدل جامعی را ارائه نمود که در آن تعهد زناشویی به صورت سه نوع مستقل، تعهد شخصی، تعهد اخلاقی و تعهد ساختاری مطرح شده است. استنلی و مارکمن^۳ (۱۹۹۲) در یک تلاش جهت توسعه یک مدل معتبر از تعهد زناشویی آن را مشتمل بر دو مؤلفه دانستند: از خودگذشتگی و فداکاری برای همسر و ناتوانی در ترک رابطه زناشویی. کایزر^۴ (۱۹۹۳) نیز در یک پژوهش، تعهد زناشویی را به دو نوع تعهد نسبت به همسر و تعهد نهادین تقسیم نمود. کاسلو و رابینسون^۵ (۱۹۹۶) نیز مشابه با برخی از محققان، تعهد زناشویی را به دو نوع، تعهد نهادی و تعهد فداکاری شخصی تقسیم نمودند. لیدون و کوليجیو^۶ (۱۹۹۷) در یک بررسی برای مفهوم‌سازی تعهد زناشویی، دو نوع تعهد را مطرح کردند: تعهد مشتاق و تعهد اخلاقی (استرچمن و گابل، ۲۰۰۶).

آدامز و جونز^۷ (۱۹۹۷) در یک تلاش برای ارائه یک مدل جامع از تعهد زناشویی، کلیه مدل‌های موجود را مورد مطالعه قرار دادند. مطابق با این مدل، تعهد زناشویی مشتمل بر سه بعد: تعهد نسبت به همسر (جاذبه زناشویی)، تعهد نسبت به ازدواج (التزام اخلاقی) و محدودیت اجتماعی (احساس به دام‌افتادگی) است.

امروزه با رواج استفاده از رسانه‌های اجتماعی ضرورت مطالعه تأثیر آن بر زندگی زناشویی احساس می‌شود. رسانه‌های اجتماعی گونه‌ای از رسانه‌ها هستند که بعد از رسانه‌های جمعی ظهور یافته و امکان تعامل میان تولیدکننده پیام و دریافت‌کننده آن را فراهم می‌آورند، بدین معنا که در این رسانه‌ها مخاطب و یا گیرنده پیام، منفعل نبوده و به تعامل پویا و فعالانه

-
1. Artega
 2. Strachman & Gable
 3. Stanely & Markman
 4. Kayser
 5. Kaslow & Rabinson
 6. Lydon & Kollejio
 7. Adams & Joens

با پیام، فرستنده، فرایند ارسال و دریافت و بستر ارائه پیام می‌پردازد و امکان ایجاد تغییرات در پیام ارسالی و بازنشر آن را دارد که به افراد دیگر پیامی ترکیب‌شده با اندیشه‌ها و آموزه‌های فکری خود را بازنشر دهد. از آمار و ارقامی که هرروزه ارائه می‌شود چنین برمی‌آید که رسانه‌های اجتماعی، رشد و گسترش روزافزون و پرسرعتی داشته‌اند (پوتنام، ۲۰۰۰؛ به نقل از اکبری‌تبار و اسکندری‌پور، ۱۳۹۲). مطابق با آمار و ارقام موجود، چین در رتبه اول فهرست استفاده از اینترنت قرار دارد؛ زیرا ۲۲/۴ درصد از کل استفاده‌کنندگان اینترنت در دنیا در این کشور قرار دارند و امریکا با ۱۰/۲ درصد در رده بعد قرار دارد. ایران با ۱/۷ درصد در رده سیزدهم قرار دارد و براساس آمار مشخص است که ضریب نفوذ اینترنت در ایران در تاریخ ۳۰ ژوئن ۲۰۱۲ (زمان جمع‌آوری این آمار) به میزان ۵۳/۳ درصد و شامل ۴۲ میلیون نفر از جمعیت ۷۸،۸۶۸،۷۱۱ میلیون نفری ایران است (اکبری‌تبار و اسکندری‌پور، ۱۳۹۲).

پژوهش‌های زیادی تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی را بر ابعاد مختلف زندگی بررسی کرده‌اند. برای مثال؛ نتایج پژوهش طریقی، حسین‌پور و شکری (۱۳۹۴) نشان داد؛ احساس تنهایی خانوادگی به واسطه تأثیرات خود بر رضایت زناشویی از عواملی است که در استفاده بیشتر از فیس‌بوک بین کاربران متأهل آن مؤثر هستند. یافته‌های پژوهش فتحی و مختارپور (۱۳۹۳) نشان داد که استفاده از رسانه‌های نوین تصویری به شکل‌گیری سبک زندگی ویژه‌ای می‌انجامد و در هر یک از جنبه‌های مختلف سبک زندگی، نظام ارزشی و جهان‌بینی متفاوتی را ایجاد می‌کند که منجر به کنش‌های گوناگونی از جانب افراد می‌شود و باعث می‌شود تا افراد در حوزه‌های مختلف زندگی خود از جمله اوقات فراغت و شیوه گذران آن، نگرش به ازدواج (شیوه همسرگزینی)، رفتارهای دینی و مدگرایی از الگوهای متفاوتی پیروی کنند.

یافته‌های پژوهش خدامرادی، سعادت و خدامرادی (۱۳۹۳) نشان داد؛ ارزش‌ها میان استفاده‌کنندگان از فضای مجازی، متناسب با طول زمان استفاده (روزانه، هفتگی و ماهانه) متفاوت است و ارزش‌های خانوادگی افرادی که از فضای مجازی استفاده می‌کنند، باتوجه به نوع استفاده از فضای مذکور متفاوت است. در پژوهش عقیلی و پوری (۱۳۹۰)، نتایج نشان داد شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر بسزایی در نحوه رفتار و ارتباطات بین‌فردی کاربران این گونه شبکه‌ها دارند. یافته‌های پژوهش یاما کوچی، اسمیت و اوتسوبو^۱ (۲۰۱۷) نشان داد؛ هرچه افراد

تنها تر باشند، کم‌تر احتمال دارد که به تعهد به شریک زندگی خود پایبند باشند. نتایج پژوهش موسزا، فینکنور، کرخوف و بیلدو^۱ (۲۰۱۴) نشان داد که استفاده اجباری از اینترنت، پیش‌بینی‌کننده افسردگی، تنهایی و استرس در طول زمان و شادی است. بدین معنا که استفاده اجباری از اینترنت افزایش در افسردگی، تنهایی و استرس و کاهش در شادی را به همراه دارد.

بنابر توضیحات ارائه شده، گسترش روزافزون استفاده از رسانه‌های اجتماعی و فضای مجازی و تأثیر آن بر روابط خانوادگی و زناشویی، اهمیت و ضرورت پرداختن به این مسئله اجتماعی را توجیه می‌کند و زنان به واسطه اهمیت نقش مادری و نقشی که در تربیت نسل آینده دارند، درخور توجه هستند، لذا تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر تعهد زناشویی^۲ و احساس تنهایی^۳ در زنان متأهل، زمینه شکل‌گیری پژوهش حاضر است. در این پژوهش به دنبال بررسی این مسئله هستیم که آیا بین احساس تنهایی و تعهد زناشویی با میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی در زنان رابطه‌ای وجود دارد؟

روش شناسی

روش پژوهش حاضر با توجه به ماهیت موضوع، توصیفی و از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش زنان متأهل دانشجو (به جهت دردسترس بودن) در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی مشغول به تحصیل در سال ۹۵ - ۹۶ بود. نمونه موردنظر با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شد. به صورتی که از بین دانشکده‌های دانشگاه آزاد اسلامی چند دانشکده به صورت تصادفی و از بین آنها نمونه‌گیری دردسترس انجام شد. با توجه به اینکه پژوهش موردنظر از نوع همبستگی است، با استفاده از جدول مورگان و چون تعداد اعضا در جامعه نامعلوم است، حجم نمونه ۳۰۰ نفر در نظر گرفته شد. در این پژوهش از مقیاس احساس تنهایی UCLA (راسل، ۱۹۹۶)، پرسشنامه تعهد زناشویی (DCI) آدامز و جونز (۱۹۹۷) و پرسشنامه اختلال استفاده از رسانه اجتماعی^۴ (SMD) ساخته و نندن اجیندن^۵، لمنز^۶ و والکنبورگ^۷

1. Muussesa ; Finkenauer; Kerkhof & Billedo
2. Marital commitment
3. Feeling lonely
4. The Social Media Disorder Scale
5. van den Eijnden
6. Lemmens
7. Valkenburg

(۲۰۱۶) استفاده شد.

مقیاس احساس تنهایی^۱: این پرسشنامه توسط (راسل و پیلوا و کورتونا^۲) در سال ۱۹۸۰ ساخته شد و شامل ۲۰ سؤال و به صورت ۴ گزینه‌ای، ۱۰ جمله منفی و ۱۰ جمله مثبت است. بعد از سه بار ویرایش، نسخه نهایی این مقیاس در چهار گروه دانشجویان، پرستاران، معلمان و افراد مسن و به شیوه‌های مختلفی از قبیل خودگزارش‌دهی و مصاحبه اجرا شده و دامنه آلفا از ۰/۸۹ تا ۰/۹۴ به دست آمده است.

پرسشنامه تعهد زناشویی^۳: این پرسشنامه شامل ۴۴ سؤال است که توسط آدامز و جونز (۱۹۹۷) طراحی شده است و سه خرده‌آزمون تحت عنوان تعهد به همسر، تعهد به ازدواج و احساس تعهد (تعهد اجباری) دارد. نمره‌گذاری این براساس یک مقیاس ۵ درجه‌ای انجام می‌گیرد که امتیاز هر یک به ترتیب ذیل است: کاملاً مخالف: ۱، مخالف: ۲، نه مخالف نه موافق: ۳، موافق: ۴، کاملاً موافق: ۵. دامنه نمرات از ۱ تا ۱۷۲ است. لازم به ذکر است که برخی از سؤال‌ها، به صورت معکوس نمره‌گذاری می‌شوند. برای به دست آوردن امتیاز مربوط به هر بعد، مجموع امتیازات مربوط به تک‌تک سؤالات آن بعد با هم جمع می‌شوند. شاه سیاه و همکاران (۱۳۸۷) اعتبار این پرسشنامه را تأیید کرده‌اند. آنها پایایی این پرسشنامه را براساس آلفای کرونباخ برابر ۰/۸۵ گزارش کرده‌اند و همچنین پایایی به دست آمده در پژوهش مقایسه تعهد زناشویی، رضایت جنسی و رضایت از زندگی زنان شاغل و خانه‌دار توسط پرویز عسگری و همکاران (۱۳۹۰) از طریق آلفای کرونباخ ۰/۷۴ است.

پرسشنامه اختلال استفاده از رسانه اجتماعی^۴: این پرسشنامه در سال ۲۰۱۶ توسط وندن اجیندن، لمتز و والکنبورگ با الهام از پرسشنامه ۲۷ سؤالی اختلال بازی‌های اینترنتی^۵ ساخته شده است. برای اختلال بازی اینترنتی در نسخه پنجم راهنمای تشخیصی و آماری اختلال‌های روانی^۶ نه ملاک تشخیصی ذکر شده که برای هر یک از این نه نشانه سه سؤال در نظر گرفته شد و بعد از تحلیل عاملی از سؤالاتی که دارای بالاترین بارهای عاملی بودند، نه سؤال برای پرسشنامه

1. University of California, Los Angeles(UCLA) Loneliness Scale
2. Russell, Curtona & Peplau
3. Dimensions of Commitment Inventory(DCI)
4. Social Media Disorder(SMD)
5. Internet Gaming Disorder(IGD)
6. Diagnostic and Statistical Manual of Psychiatric Disorders

فرم کوتاه انتخاب شد. این پرسشنامه دارای نه سؤال می‌باشد. نمره گذاری پرسشنامه به صورت بله و خیر است. اگر پنج سؤال از نه سؤال، پاسخ بله داشته باشند، نشانه وجود اختلال رسانه اجتماعی است. محققان (وندن اجیدن، لمنز و والکنبورگ، ۲۰۱۶) روی نمونه‌ای با حجم ۲۱۹۸ نفر نوجوان ۱۰ تا ۱۷ ساله ($M = 14/36, SD = 2/11$) ویژگی‌های روان‌سنجی پرسشنامه را آزمون کردند. ضریب همبستگی بین مقیاس ۲۷ سؤالی و مقیاس کوتاه نه سؤالی ۰/۸۹ و ضریب آلفای کرونباخ برای مقیاس فرم کوتاه ۰/۸۱ گزارش شد. در این پژوهش ضریب آلفای کرونباخ برای این پرسشنامه ۰/۷۲ به دست آمد و برای روایی آن نیز نظر اساتید روان‌شناسی لحاظ شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش از نرم‌افزار کامپیوتری SPSS-۲۲ استفاده شد.

یافته‌ها

حجم گروه نمونه در این پژوهش ۲۹۷ نفر بود. میانگین سنی افراد حاضر ۳۳/۲۵ با انحراف استاندارد ۸/۶۷ می‌باشد. ۳۱/۷ درصد از افراد حاضر در پژوهش شاغل و ۶۸/۳ درصد خانه‌دار بودند. همچنین ۳۸/۱ درصد دارای فرزند و ۶۱/۹ درصد بدون فرزند بودند. ۶۰/۳ درصد از افراد نمونه بین ۱ تا ۵ سال، ۱۱/۶ درصد بین ۵ تا ۱۰ سال و ۲۸ درصد بالاتر از ۱۰ سال از زندگی مشترکشان می‌گذشت؛ بنابراین، بیشتر حجم گروه نمونه را زنانی تشکیل می‌دادند که طول زندگی مشترکشان کم‌تر از ۵ سال بود. همچنین ۳۵/۴ درصد از افراد حاضر در پژوهش عنوان کردند که همسرانشان مدت زمان زیادی را صرف گذراندن با اینترنت و دنیای مجازی می‌کنند. یافته جانبی پژوهش نیز نشان داد زوج‌های جوان (کسانی که عمر زندگی مشترکشان زیر ۵ سال است) نسبت به زوج‌هایی که عمر زندگی مشترکشان بالای ۱۰ سال است، از رسانه‌های اجتماعی بیشتر استفاده می‌کنند.

جدول ۱. شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

بیشترین	کم‌ترین	انحراف استاندارد	میانگین	بعد
۸	۰	۲/۱۱	۲/۲۷	رسانه اجتماعی
۶۹	۲۰	۹/۸۱	۳۹/۲۷	احساس تنهایی
۵۰	۲۳	۷/۱۲	۳۷/۵۹	تعهد به همسر
۵۶	۲۰	۷/۹۶	۴۲/۳۹	تعهد به ازدواج
۱۲۱	۴۱	۱۴/۴۹	۷۹/۰۴	احساس تعهد (تعهد اجباری)
۲۰۹	۹۲	۲۶/۸۲	۱۵۹/۰۳	تعهد (کل)

پس از اطمینان از شرایط استفاده از آزمون پارامتریک و بهنجار (نرمال بودن) توزیع متغیرها فرضیه‌های تحقیق مورد بررسی قرار گرفت. فرضیه یکم: بین احساس تنهایی و میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی در زنان رابطه وجود دارد.

برای بررسی این فرضیه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد.

جدول ۲. ضریب همبستگی بین متغیرهای احساس تنهایی و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی

متغیرها	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معنی‌داری
احساس تنهایی	*۰/۳۷۲	۰/۰۰۰
میزان استفاده از رسانه اجتماعی		

همان‌طور که مشاهده می‌شود ضریب همبستگی بین متغیرهای احساس تنهایی و میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی در سطح $(P < ۰/۰۱)$ معنی‌دار است.

فرضیه دوم: بین تعهد زناشویی و میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی در زنان رابطه وجود دارد.

برای بررسی این فرضیه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد.

جدول ۳. ضریب همبستگی بین متغیرهای تعهد زناشویی و میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی

متغیرها	ضریب همبستگی با میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی	سطح معنی‌داری
تعهد به همسر	۰/۲۳۳-***	۰/۰۰۲
تعهد به ازدواج	۰/۰۶۶-	۰/۳۷۰
احساس تعهد (تعهد اجباری)	۰/۰۷۲-	۰/۳۲۷
تعهد (کل)	۰/۱۱۳-	۰/۱۲۴

همان‌طور که در جدول ۳ ملاحظه می‌شود، بین خرده‌مقیاس تعهد به همسر و میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی در سطح ($p < 0/01$) رابطه معکوس و معنی‌دار وجود دارد. بدین معنا که استفاده بیشتر از رسانه‌های اجتماعی با تعهد کم‌تر به همسر همراه است.

فرضیه سوم: میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی می‌تواند احساس تنهایی و تعهد زناشویی را پیش‌بینی کند.

برای بررسی این فرضیه از رگرسیون استفاده شد.

جدول ۴. پیش‌بینی متغیرهای ملاک براساس میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی

متغیرهای ملاک	R	R2	F	P	β	T	P
احساس تنهایی	۰/۳۷۲	۰/۱۳۸	۱۲/۹۱۸	۰/۰۰۰	۰/۲۵۵	۳/۵۹۴	۰/۰۰۰
تعهد به همسر	۰/۲۲۳	۰/۰۵۰	۹/۷۳۳	۰/۰۰۲	۰/۲۲۳-	۳/۱۲۰-	۰/۰۰۲
تعهد به ازدواج	۰/۰۶۶	۰/۰۰۴	۰/۸۰۷	۰/۳۷۰	۰/۰۶۶-	۰/۸۹۹-	۰/۳۷۰
احساس تعهد (تعهد اجباری)	۰/۰۷۲	۰/۰۰۵	۰/۹۶۷	۰/۳۲۷	۰/۰۷۲-	۰/۹۸۳-	۰/۳۲۷
تعهد (کل)	۰/۱۱۳	۰/۰۱۳	۲/۳۸۹	۰/۱۲۴	۰/۱۱۳-	۱/۵۴۶-	۰/۱۲۴

همان‌طور که ملاحظه می‌شود میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی می‌تواند میزان احساس تنهایی و بُعد تعهد به همسر را پیش‌بینی کند. مقدار ضریب تعیین نشان می‌دهد که ۱۴ درصد از تغییرات احساس تنهایی و ۵ درصد از تغییرات بُعد تعهد به همسر به وسیله میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی قابل تبیین است.

بحث و نتیجه‌گیری

باتوجه به فرضیه یکم "بین احساس تنهایی و میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی در زنان رابطه وجود دارد"؛ همان‌گونه که مشاهده شد، همبستگی مثبت و معنی‌داری بین احساس تنهایی و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی وجود دارد و بنابراین، این فرضیه تأیید می‌شود. این یافته با پژوهش جناآبادی (۱۳۹۵)؛ نوروزی پرشکوه و همکاران (۱۳۹۵)؛ طریقی، حسین‌پور و شکری (۱۳۹۴)؛ نادری و حق‌شناس (۱۳۸۸)؛ سلیمی، جوکار و نیک‌پور (۱۳۸۸) و موسزا، فینکنور، کرخوف و بیلدو (۲۰۱۴) همسوست. در تبیین این یافته می‌توان گفت مطابق با مدل کرات و همکاران (۱۹۹۸) احساس تنهایی یکی از فراورده‌های استفاده از اینترنت است. کرات و همکاران در مطالعات طولی، مدلی ارائه کردند که براساس آن استفاده بیش‌ازحد از اینترنت، انسان‌ها را از جامعه و ارتباطات اجتماعی واقعی دور می‌کند و با حذف تعاملات اجتماعی و تسلط بر زندگی افراد می‌تواند موجبات احساس تنهایی را فراهم آورد (سرافراز، ۱۳۹۲). افراد با وقت زیادی که صرف رسانه‌های اجتماعی می‌کنند فرصت و زمان خود را برای ارتباط با دیگران در دنیای واقعی کاهش می‌دهند و لذا پس از مدتی نتیجه چنین امری جز احساس تنهایی در دنیای واقعی نخواهد بود.

در مورد فرضیه دوم "بین تعهد زناشویی و میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی در زنان رابطه وجود دارد"؛ همان‌گونه که مشاهده شد، فقط در خرده‌مقیاس (بعد) تعهد به همسر و میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی در سطح ($p < 0/01$) رابطه معکوس و معنی‌دار وجود داشت؛ بنابراین، این فرضیه نیز تأیید می‌شود. باید توجه داشت که بعد تعهد به همسر تنها بخشی از ابعاد تعهد زناشویی می‌باشد؛ بنابراین، ممکن است که فرد علی‌رغم تعهد به ازدواج و احساس اجباری که تعهد ایجاب می‌کند به حفظ و ادامه زندگی مشترک راغب باشد ولی تعهد نسبت به همسر خود را زیر پا بگذارد که نتیجه آن، روی آوردن به روابط فرازناشویی است. نتایج این فرضیه نشان داد استفاده بیشتر از رسانه‌های اجتماعی با تعهد کم‌تر به همسر همراه است. این یافته با پژوهش طریقی و همکاران (۱۳۹۴)؛ موسوی و موسوی (۱۳۹۲) و عصمتی و حسینی (۱۳۹۵) همسو است. در تبیین این یافته می‌توان گفت: در برخی از پژوهش‌ها، تعهد زناشویی به‌عنوان یکی از شاخص‌های کیفیت زناشویی مطرح شده است. (آماتو، ۲۰۰۸؛ آلدورف و گیمیر، ۲۰۱۳). در پژوهش طریقی و همکاران (۱۳۹۴) به تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر کیفیت روابط در زندگی زناشویی (که تعهد یکی از مؤلفه‌های آن است) تأکید شده است. کیفیت ارتباط زوجین مفهومی چندبعدی

است که شامل ابعاد گوناگون روابط در زوجین مانند سازگاری، رضایت، شادمانی، انسجام و تعهد می‌شود. جستجوی عاطفی و احساس تنهایی از عواملی هستند که فرد را به ارتباطات اینترنتی می‌کشاند. شبکه‌های اجتماعی در بستر رسانه‌های اجتماعی، دوستان قدیمی را به هم می‌رساند و فرصت‌های آشنایی بسیاری به واسطه بیان نظرها و تأیید پیام‌های یکدیگر به وجود می‌آورد. در نتیجه، فضای مجازی می‌تواند جایگزین روابط ایدئال زوجین شود. خیانت اینترنتی، مسئله‌ای است که رو به افزایش است، این پدیده جدید در اثر عدم پابندی به همسر به وجود می‌آید. عامل مهمی که می‌تواند در این میان نقش بازی کند، تعهد زناشویی است. قرار گرفتن در معرض فرصت‌های جدید و آشناسدن با افراد بیگانه و رعایت نکردن حد و حدود و برخی موازین شرعی و عرفی می‌تواند چهارچوب زندگی زناشویی را متزلزل و در نتیجه تعهد بین زوجین را به مخاطره بیندازد. فضایی که رسانه‌های اجتماعی (مثلاً فیلم‌ها و سریال‌های ماهواره‌ای) در اختیار می‌گذارند، ارزش‌های خانواده را دستخوش تغییر می‌کند و فضایی که درون شبکه‌های اجتماعی وجود دارد، ایجاد ارتباط را بدون مرز میسر می‌سازد. استفاده از رسانه‌های نوین تصویری به شکل‌گیری سبک زندگی ویژه‌ای می‌انجامد و در هریک از جنبه‌های مختلف سبک زندگی، نظام ارزشی و جهان‌بینی متفاوتی را ایجاد می‌کند که منجر به کنش‌های گوناگونی از جانب افراد می‌شود و باعث می‌شود تا افراد در حوزه‌های مختلف زندگی خود از جمله اوقات فراغت و شیوه گذران آن، نگرش به ازدواج (شیوه همسرگزینی)، رفتارهای دینی و مدگرایی از الگوهای متفاوتی پیروی کنند (فتحی و مختارپور، ۱۳۹۳).

در پژوهش موسوی و موسوی (۱۳۹۲)، همسو با پژوهش حاضر، نتایج نشان داد بین میزان استفاده از تلفن همراه و اعتماد متقابل زناشویی که تعهد، یکی از مؤلفه‌های آن است، رابطه معکوس و معنی‌دار وجود دارد. در واقع، اینکه زوجین روزانه چه میزان از وقت خود را به ارتباطات اینترنتی و استفاده از رسانه‌های اجتماعی اختصاص می‌دهند، تنوع افرادی که زوجین از طریق اینترنت با آنان ارتباط برقرار می‌کنند و چگونگی فضای حاکم بر ارتباطات آنان است که بر میزان اعتماد همسرانشان به آنان تأثیر می‌گذارد.

در مورد فرضیه سوم "میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی می‌تواند احساس تنهایی و تعهد زناشویی را پیش‌بینی کند"؛ نتایج نشان دادند: میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی می‌تواند میزان احساس تنهایی و بُعد تعهد به همسر را پیش‌بینی کند؛ بنابراین، این فرضیه نیز تأیید می‌شود. مقدار ضریب تعیین نشان داد که ۱۴ درصد از تغییرات احساس تنهایی و ۵ درصد از تغییرات بُعد تعهد به

همسر به وسیله میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی قابل تبیین است. این یافته با پژوهش‌های نوروزی پرشکوه و همکاران (۱۳۹۵)؛ عقیلی و پوری (۱۳۹۰)؛ طریقی، حسین‌پور و شگری (۱۳۹۴)؛ جناآبادی (۱۳۹۵)؛ عصمتی و حسینی (۱۳۹۵) و موسزا، فینکنور، کرخوف و بیلدو (۲۰۱۴) همسو است.

امروزه ابزارهای جدید شبکه‌های اجتماعی و سرعت ارتباطات، فارغ از زمان و مکان، جایگزین بسیاری از نیازها شده است. چنانچه فرد خود را از ارتباط با دیگران در دنیای واقعی نیاز می‌داند و چنان در دنیای مجازی و رسانه‌های اجتماعی غرق می‌شود که بدون آن در بیرون از این فضا احساس تنهایی می‌کند. در پژوهش عقیلی و پوری (۱۳۹۰) با عنوان تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر ارتباطات بین فردی کاربران، نتایج نشان داد شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر بسزایی در نحوه رفتار و ارتباطات بین فردی کاربران این گونه شبکه‌ها دارند. بدیهی است که روابط زوجین نیز از این فضا متأثر می‌شود. داشتن احساس تنهایی و سرگرم کردن خود با دنیای اینترنت و به گونه‌ای فرار از مسائل و مشکلات حل نشده باعث روی آوردن به ارتباط‌هایی فراتر از چهارچوب زناشویی می‌شود و همین امر مسئله تعهد به همسر را تحت تأثیر قرار می‌دهد. فضای مجازی فضایی محدود به افکار کاربران آن است که به دلیل ناشناس بودن فرستنده و گیرنده پیام، امکان سوءاستفاده طرفین از هم افزایش می‌یابد.

یافته جانبی پژوهش نیز نشان داد زوج‌های جوان (کسانی که عمر زندگی مشترکشان زیر ۵ سال است) نسبت به زوج‌هایی که عمر زندگی مشترکشان بالای ۱۰ سال است، از رسانه‌های اجتماعی بیشتر استفاده می‌کنند. در تبیین این یافته می‌توان گفت که کاربران به یک اندازه در رسانه‌های اجتماعی فعالیت و مشارکت ندارند و این موضوع از ویژگی‌های شخصی افراد نیز تأثیر می‌پذیرد. طبق آماری که در ۳۱ فروردین ۱۳۹۲ از سوی خبرگزاری مهر و به نقل از مرکز مدیریت توسعه ملی اینترنت (متما) - یکی از مراکز فعال در زمینه ارائه آمار و اطلاعات و بررسی چگونگی بهره‌گیری از اینترنت و فضای مجازی در ایران، ذکر شده است، مشخص شد که ۴۰ درصد کاربران اینترنت در گروه سنی ۲۰ تا ۲۹ سال قرار دارند (اکبری‌تبار و اسکندری‌پور، ۱۳۹۲)؛ بنابراین، انتظار می‌رود اکثر زوج‌های جوان در این محدوده سنی قرار داشته باشند و همچنین احتمال داشتن فرزند در زوج‌هایی که کم‌تر از پنج سال از زندگی مشترکشان می‌گذرد، کم‌تر است؛ بنابراین، داشتن وقت زیاد و اوقات بیکاری ممکن است فضا را برای استفاده زیاد از رسانه‌های اجتماعی در اختیار زوج‌های جوان قرار دهد و با توجه به این یافته که

میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی می‌تواند پیش‌بینی‌کننده احساس تنهایی و تعهد به همسر باشد، لذا می‌توان انتظار داشت زوج‌های جوان بیشتر در معرض احساس تنهایی و تعهد کم‌تر نسبت به همسرانشان باشند و این مسئله، زنگ خطر برای زندگی‌های زناشویی و لزوم داشتن حد و حدود در استفاده از رسانه‌های اجتماعی است.

در نگاه گسر^۱، پس از رواج رسانه‌های اجتماعی و مخصوصاً تلفن همراه، وضعیتی به وجود آمده است که در آن می‌توان روند تضعیف نظارت و کنترل ساختارهای جمعی و سازمان‌یافته به‌ویژه مؤسسات و سازمان‌های رسمی و خانواده‌ها را بر رفتار اعضای خود مشاهده کرد. موجی از غیررسمی شدن، ناپایداری رفتارها و چندنقشی شدن افراد در ادارات، سازمان‌ها و خانواده‌ها دیده می‌شود که این پدیده روند فزاینده‌ای نیز دارد. تلفن همراه با تمرکززدایی و تضعیف اقتدار والدین و همسر در خانواده، باعث تسهیل روابط بیرونی شده و با داشتن قابلیت‌هایی چون پیام کوتاه و ... می‌تواند گستره و تنوع افرادی را که فرد با آنها تماس می‌گیرد، افزایش دهد و به نوعی امکان روابط خارج از خانواده را دور از چشم والدین و همسر آسان نماید. این روابط بسته به نوع استفاده، گستره و طیف افرادی که با آنان رابطه برقرار می‌شود، ممکن است - در صورت افشای برخی از آنها - زن و شوهر را مجبور به پنهان‌کاری و دروغ‌گویی نماید. در نتیجه آتش سوءظن، بدگمانی و شک و تردید میان زوجین شعله‌ور شود و صداقت فی‌مابین را کاهش دهد. روندی که در درازمدت، وجهه یا اعتبار همسر را مخدوش می‌سازد (موسوی و موسوی، ۱۳۹۲).

باتوجه به یافته‌های این پژوهش، ضرورت آگاه کردن افراد از مضرات استفاده زیاد از رسانه‌های اجتماعی و نقش آن در ایجاد احساس تنهایی و تعهد به همسر، احساس می‌شود. آموزش برنامه‌ریزی برای استفاده صحیح از رسانه‌های اجتماعی و داشتن زمان‌بندی و مدیریت زمان می‌تواند سودمند و مفید باشد و بهتر است این آموزش، از طریق نهادهای آموزشی، فرهنگ‌سازی شود.

منابع

- ابراهیم‌پور کومله، سمیرا و خزایی، کامیان (۱۳۹۱)، آسیب‌های نوپدید، شبکه‌های اجتماعی مجازی در کمین خانواده‌های ایرانی، نخستین کنگره ملی فضای مجازی و آسیب‌های اجتماعی نوپدید.
- اجتهادی، مصطفی و واحدی، گلناز (۱۳۹۶)، بررسی جامعه‌شناختی پتانسیل خیانت در روابط زناشویی و عوامل مؤثر بر آن، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره هفدهم، شماره ۴: ۱۰۵ تا ۱۳۸.

افتاده، جواد (۱۳۸۹)، رسانه‌های اجتماعی و کتاب؛ بازگشت عموم و بازنشر کتاب، **فصلنامه کتاب مهر**، انتشارات سوره مهر، تهران.

اکبری تبار، علی اکبر و اسکندری پور، ابراهیم (۱۳۹۲)، رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی مجازی، تهران: مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال.

پاتو، مژگان؛ حقیقت، فرشته و حسن‌آبادی، حمیدرضا (۱۳۹۲)، بررسی نقش کیفیت ارتباط زوجین در پیش‌بینی احساس تنهایی، **فصلنامه مشاوره و روان‌درمانی خانواده**، سال سوم، شماره ۴: ۵۶۳-۵۴۳.

جناب‌آبادی، حسین (۱۳۹۵)، تعیین ارتباط احساس تنهایی و حمایت اجتماعی با اعتیاد به تلفن همراه در دانش‌آموزان، **فصلنامه روان‌شناسی مدرسه**، دوره ۵، شماره ۴: ۷-۳۰.

خدامرادی، طاهره؛ سعادت، فرحناز و خدامرادی، طیبه (۱۳۹۳)، بررسی میزان تأثیر استفاده از فضای مجازی بر ارزش‌های خانواده، **نشریه فرهنگ ایلام**، دوره ۱۵، شماره ۴۴ و ۴۵: ۱۵۵-۱۶۷.

دومین کنگره بین‌المللی دژبانی، علی (۱۳۹۴)، آسیب‌های نوپدید، شبکه‌های اجتماعی مجازی و خانواده ایرانی، تفکر و پژوهش دینی، اردبیل، اداره کل تبلیغات اسلامی استان اردبیل، کانون فرهنگی تبلیغی مناجات اردبیل.

http://www.civilica.com/Paper-CONFIR02-CONFIR02_119.html

رحیم‌زاده پوراعتماد، حمیدرضا؛ عسگری، علی و حجت، محمدرضا (۱۳۹۰)، مبانی مفهومی احساس: یک مطالعه کیفی، **فصلنامه روان‌شناسی تحولی**، سال هشتم، شماره ۳۰: ۱۴۱-۱۲۳.

سرافراز، صدیقه (۱۳۹۲)، بررسی رابطه احساس تنهایی، کمرویی و خودشیفتگی در کاربران سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه گیلان، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.

سلیمی، عظیمه؛ جوکار، بهرام و نیک‌پور روشنگر (۱۳۸۸)، ارتباطات اینترنتی در زندگی: بررسی نقش ادراک حمایت اجتماعی و احساس تنهایی در استفاده از اینترنت، **مطالعات روان‌شناختی**، دوره ۵، شماره ۳: ۸۱-۱۰۲.

شریعتی، محبوبه؛ فضیلت‌پور، مسعود و حسینچاری، مسعود (۱۳۹۵)، نقش واسطه‌ای خودکارآمدی اجتماعی در رابطه بین دل‌بستگی به گروه همسال و والدین با احساس تنهایی در دانش‌آموزان دبیرستانی، **مجله مطالعات آموزش و یادگیری**، دوره ۸، شماره ۱، پیاپی ۷۰/۲: ۲۷-۴۹.

شکریگی، عالیه (۱۳۹۱)، رسانه، زنان و مناسبات، نشست پژوهشی انجمن جامعه‌شناسی ایران.

طریقی، زهرا؛ حسین پور، شهریار و شکری، امید (۱۳۹۴)، نقش واسطه‌ای احساس تنهایی و تعهد زناشویی در رابطه بین میزان استفاده از فیس‌بوک و میزان رضایت زناشویی زنان، کنفرانس بین‌المللی علوم انسانی،

روان‌شناسی و علوم اجتماعی، تهران: مؤسسه مدیران ایده‌پرداز پایتخت ایلینا،

http://www.civilica.com/Paper-HPSCONF01-HPSCONF01_246.html

عجم، علی‌اکبر (۱۳۹۵)، تأثیر آموزش‌های مستقیم و غیرمستقیم ماهواره‌ای بر تعارض زناشویی و نگرش به خیانت زنان، **دوفصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات اسلام و روان‌شناسی**، دوره ۱۰، شماره ۱۸: ۱۲۵ تا

۱۴۶.

عصمتی، ام‌البنین و حسینی، علی (۱۳۹۵)، پیش‌بینی تعهد زناشویی از طریق استفاده آسیب‌زا از تلفن همراه و اینترنت در زنان شهرستان مینودشت، سومین کنفرانس بین‌المللی روان‌شناسی، علوم تربیتی و سبک زندگی، تربت حیدریه، دانشگاه تربت حیدریه.

عقیلی، سیدوحید و پوری، احسان (۱۳۹۰)، تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر ارتباطات بین‌فردی کاربران، نشریه فرهنگ ارتباطات، دوره ۱، شماره ۳: ۲۵ - ۴۲.

فتحی، سروش و مختارپور، مهدی (۱۳۹۳)، بررسی نقش و تأثیر رسانه‌های نوین تصویری در تغییر سبک زندگی، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال ششم، شماره ۲: ۱۰۱ - ۱۱۸.

کمال‌جو، علی؛ نریمانی، محمد؛ عطادوخت، اکبر و ابوالقاسمی، عباس (۱۳۹۵)، پیش‌بینی روابط فرازناشویی براساس هوش معنوی، هوش اخلاقی، رضایت زناشویی و استفاده از شبکه‌های مجازی اجتماعی با نقش تعدیل‌کنندگی جنسیت، مجله مشاوره و روان‌درمانی خانواده، دوره ۶، شماره ۲۲: ۳۹-۶۷.

کلارک وارن، ن. (۱۳۹۲)، در جستجوی عشق زندگی، ترجمه مهدی قراچه‌داغی، چاپ هشتم، تهران: اوحدی.

موسوی، سیدکمال‌الدین و موسوی، سیدعلی (۱۳۹۲)، تحلیل رابطه میان الگوی استفاده از تلفن همراه و اعتماد متقابل زناشویی، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره ۱۴، شماره ۳: ۳۱-۵۱.

مهاجری، نیلوفر (۱۳۹۵)، رابطه سبک‌های دلبستگی، رضایت‌مندی زناشویی و تعهد با سازگاری زناشویی در زنان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی.

نادری، فرح و حق‌شناس، فریبا (۱۳۸۸)، رابطه تکانش‌گری و احساس تنهایی با میزان استفاده از تلفن همراه در دانشجویان، یافته‌های نو در روان‌شناسی، دوره ۴، شماره ۱۲: ۱۱۱ - ۱۲۱

نوروزی پرشکوه، نسترن؛ میرهادیان، لیلا؛ امامی سیگارودی، عبدالحسین؛ کاظم‌نژاد لیلی، احسان و حسن‌دوست، فاطمه (۱۳۹۵)، احساس تنهایی و نوآسیب‌های اجتماعی در دانش‌آموزان دبیرستانی، پرستاری و مامایی جامع‌نگر، سال ۲۶، شماره ۸۲: ۹۹-۱۰۸.

- Allendorf K, Ghimire DJ. (2013). Determinants of marital quality in an arranged marriage society. *Social Science Research*; 42: 59-70.
- Amato, P. R. (2008). Continuity and change in marital quality between 1980 and 2006. *Journal of Marriage and the Family*, 65, 1-22.
- Bugay, A. (2007). Loneliness and Life Satisfaction of Turkish University Students. Paper presented at 4th Education in a Changing Environment Conference, the University of Salford, UK, September.
- Cacioppo, J.T., Hughes, M.E., Waite, L.J., Hawkley, L. C., & Thisted, R. A. (2006). Loneliness as a specific risk factor for depressive symptoms: Crosssectional and longitudinal analyses. *Psychology and Aging*, 21, 140-151.
- Cacioppo, J; Cacioppo,S; Gonzaga,G; Ogburn,E; VanderWeele,T.(2013). Marital satisfaction and break-ups differ across on-line and off-line meeting venues. *Proceedings of the national academy of sciences of the united states of America*. Vol 110. No 25. 10135 - 10140
- Kraut Robert, Kiesler Sara, Boneva Bonka,(2001), Internet Paradox Revisited, *Journal of Social Issues*.

- Muussesas, Linda D; Finkenauer, Catrin; Kerkhof, Peter; Billedo, Cherrie Joy.(2014). A longitudinal study of the association between Compulsive Internet use and wellbeing. *Computers in Human Behavior*. Vol36. Page 21 – 28.
- Peplau, L. A., & Perlman, D. (1982). Perspective on loneliness. In L. Peplau & D. Perlman (Eds.), *Loneliness* (pp. 1-18). New York: John Wiley & Sons.
- Segrin, C; Powell, H. L; Givertz, M; & Brackin, A. (2003). Symptoms of depression, relational quality, and loneliness in dating relationships. *Personal Relationships*, 10, 25–36.
- Strachman, A. & Gable, S. (2006). Approach and avoidance relationship commitment, motive Emot. Vol. 30: 117-126.
- Theeke, L. A. (2009). Predictors of loneliness in U. S. adults over age sixty-five. Retrieved January 22, from www.sciencedirect.com.
- van den Eijnden, R. J; Lemmen, J.S; Valkenburg, P.M.(2016) The Social Media Disorder Scale. *Computers in human behavior*. Vol 61. 478 - 487
- Yamaguchi, Mana; Smith, Adam; Ohtsubo, Yohsuke (2017).Loneliness Predicts Insensitivity to Partner Commitment. *Personality and Individual Differences*. Vol 105, page 200- 207.
- Wood, L. A. (1986). Loneliness. In R. Harré (ed.). *The social construction of emotions* (pp. 184-208). Oxford: Basil Blackwell Ltd.
- Pinquart M, Sörensen S.(2003). Differences between caregivers and noncaregivers in psychological health and physical health: a meta-analysis. *Send to Psychol Aging*. 2003 Jun;18(2):250-67.