

Iraj Fili¹ | Mohammad Bagher Hobi² | Mahmoud Pakizeh³

DOR: 20.1001.1.26454955.1401.17.60.6.9

Abstract

In today's era social networks with considering the role of technology in designing the desired model, can strengthen the foundation of the family as a suitable capability and tool. The present study is applied-descriptive and the statistical population of the research are experts in the field of social network and family consolidation. Based on simple random sampling, 90 people were selected. To assess validity, Lawshe coefficient, convergent and divergent validity criteria and also for calculating the reliability of the questionnaire, Cronbach's alpha and combined reliability were used. SPSS and Smart PLS software were used to analyze the data. Studies have shown that social networks have three dimensions: cognitive, emotional and behavioral. The cognitive dimension has the components of religious teachings and beliefs, lifestyle awareness and perception of family strengthening factors, as well as the emotional dimension has the components of competition and intimacy, interaction and communication and identity. Behavioral dimension also has components of culturalization, family and social stability, as well as economic and financial empowerment. The results also showed that strengthening the foundation of the family has three dimensions: cognitive, emotional and behavioral. Cognitive dimension with three components of theism and religiosity, excellence in life and awareness of the rules of economic and financial health, emotional dimension with three components of self-confidence, empathy and satisfaction and also behavioral dimension with components of responsibility, skill enhancement and empowerment, family survival with continuity it is healthy. The results of the model analysis showed that the social network is 64% effective in strengthening the family foundation. According to the research results, social network in the cognitive dimension and family in emotional and behavioral dimensions can play the greatest role in the effective functioning of social network and strengthening the foundation of the family.

Keywords: Social Network, Strengthening Family Foundation, Cognitive Dimension, Emotional Dimension, Behavioral Dimension.

Research Paper

Received:
08 March 2022Revise:
01 June 2022Accepted:
28 May 2022Publication:
16 August 2022

P.P: 155-178

ISSN: 2645-4955
E-ISSN: 2645-5269

1. Corresponding Author: Candidate, Department of Cultural Systems Engineering, Imam Hossein University, peace be upon him. Sfiraj1961@gmail.com
2. Assistant Professor, Imam Hossein University.
3. Assistant Professor, Research Institute of Imam Sadiq.

Cite this Paper: Fili' I & Hobi' M, Pakizeh'M . The Effect of a Favorable Social Network Model to Strengthening Family Foundation. The Women and Families Cultural-Educational, 60(3), 155-178.

Publisher: Imam Hussein University

© Authors



This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0).



مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۱۷

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۰۳/۱۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۵/۲۵

تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۰۵/۲۵

صص: ۱۷۸-۱۵۵

شاپا چاپی: ۴۹۵۵-۲۶۴۵
لکترونیک: ۵۲۶۹-۲۶۴۵



نقش الگوی مطلوب شبکه اجتماعی در تحکیم بنیان خانواده

ایرج فیلی^۱ | محمدباقر حبیبی^۲ | محمود پاکیزه^۳

چکیده

با توجه به نقش فناوری در عصر امروز، شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان ظرفیت و ابزار مناسب می‌توانند در تحکیم بنیان خانواده مؤثر باشند. تحقیق از نوع کاربردی - پیمایشی و جامعه آماری تحقیق، کارشناسان شبکه‌های اجتماعی و تحکیم خانواده است. جهت روایی‌سنجی از ضریب لاشه، روایی همگرا و واگرا و برای محاسبه پایایی از آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شد. برای تحلیل داده‌ها، از مدل‌سازی معادلات ساختاری به روش کمترین مربعات جزئی استفاده شد. بررسی‌ها نشان داد که شبکه‌های اجتماعی دارای سه بعد شناختی، عاطفی و رفتاری است. بعد شناختی دارای مؤلفه‌های آموزه‌ها و باورهای دینی، آگاهی‌بخشی سبک زندگی و ادراک‌سازی عوامل تقویت خانواده، بعد عاطفی دارای مؤلفه‌های فضاسازی رقابت و صمیمیت، تعامل و ارتباط و هویت‌بخشی می‌باشد. بعد رفتاری دارای مؤلفه‌های فرهنگ‌سازی، پایداری خانوادگی و اجتماعی و توانمندسازی اقتصادی و مالی است. نتایج نشان دادند که تحکیم بنیان خانواده دارای سه بعد شناختی، عاطفی و رفتاری است. بعد شناختی دارای سه مؤلفه خداآواری و دین‌داری، تعالی‌محوری در زندگی و آگاهی از احکام سلامت اقتصادی و مالی، بعد عاطفی دارای سه مؤلفه خودآواری، همدلی و رضایت‌مندی و بعد رفتاری دارای مؤلفه‌های مسئولیت‌پذیری، مهارت‌افزایی و توانمندسازی، تداوم بقای نسل با معیارهای خانواده سالم است. نتایج تحلیل‌ها نشان دادند که شبکه اجتماعی بر تحکیم بنیان خانواده مؤثر است. بر مبنای نتایج، شبکه اجتماعی در بعد شناختی بیشترین نقش را در تحکیم بنیان خانواده ایفا می‌نماید.

کلیدواژه‌ها: شبکه اجتماعی؛ تحکیم بنیان خانواده؛ بعد شناختی؛ بعد عاطفی؛ بعد رفتاری.

۱. نویسنده مسئول: دانشجوی دکتری، مهندسی سیستم‌های فرهنگی، دانشگاه جامع امام حسین علیه السلام، تهران، ایران.

Sfiraj1961@gmail.com

۲. استادیار، دانشگاه جامع امام حسین علیه السلام، تهران، ایران.

۳. استادیار، پژوهشگاه امام صادق علیه السلام، تهران، ایران.

استناد: فیلی، ایرج؛ حبیبی، محمدباقر؛ پاکیزه، محمود. نقش الگوی مطلوب شبکه اجتماعی در تحکیم بنیان خانواده؛ فرهنگی- تربیتی زنان و خانواده، ۶۰ (۳)، ۱۵۵-۱۷۸. **DOR: 20.1001.1.26454955.1401.17.60.6.9**

© نویسندگان

ناشر: دانشگاه جامع امام حسین (ع)

این مقاله تحت لایسنس آفرینندگی مردمی (Creative Commons License- CC BY) در دسترس شما قرار گرفته است.



مقدمه

خانواده در واقع به معنی اولین واحد زندگی اجتماعی است که یکی از اساسی‌ترین نهادهای جامعه و زیربنای سایر نهادها شناخته می‌شود. خانواده از زن و مردی تشکیل می‌شود که با یکدیگر وارد پیوند زناشویی شده‌اند و ممکن است فرزندان نیز داشته باشند و دارای پدر و مادر، برادران و خواهرانی باشند. جامعه برای این نهاد، روابط زناشویی و خویشاوندی معینی تعیین می‌کند و در این روابط، حقوق و تکالیف افراد نسبت به یکدیگر را مشخص می‌سازد. آنتونی گیدنز، جامعه‌شناس انگلیسی، نیز خانواده را گروهی از افراد می‌داند که با ارتباطات خویشاوندی مستقیماً پیوند یافته‌اند و اعضای بزرگسال آن مسئولیت مراقبت از کودکان را بر عهده دارند. پیوندهای خویشاوندی ارتباطات میان افراد است که یا از طریق ازدواج برقرار گردیده‌اند یا از طریق تبار که خویشاوندان خونی (مادران، پدران، فرزندان دیگر، پدربزرگ‌ها و غیره) را با یکدیگر مرتبط می‌سازد و ازدواج عبارت است از پیوند جنسی از نظر اجتماعی به رسمیت شناخته شده و پسندیده بین دو نفر بزرگسال. اسلام خانواده را گروهی متشکل از افراد، دارای شخصیت مدنی، حقوقی و معنوی معرفی می‌کند که هسته اولیه آن را ازدواج مشروع زن و مردی تشکیل می‌دهند و نکاح عقدی است که بر اساس آن رابطه زوجیت بین زن و مرد برقرار می‌شود و در آن طرفین دارای وظایف و حقوق جدید می‌شوند. ارتباط خویشاوندی در سایه نکاح پدید می‌آید و اعضای آن روابط قانونی، اخلاقی و عاطفی دارند. اساس تشکیل آن این است که زن و مردی می‌کوشند اراده خود را بر تأسیس آن و قبول تکالیفی که شرع برای آن‌ها معین کرده است، محقق سازند (معظمی گودرزی و دعاگویان، ۱۳۹۶: ۱۲۷). خانواده در فرهنگ دینی فرهنگ اسلامی-ایرانی نخستین کانون رشد و آرامش بشری است و به تعبیر قرآن «وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا...» (روم/۲۱) سبب آرامش روحی و روانی انسان گردید و از جمله عامل اساسی خانواده هم طبق رهنمودهای خداوند سبحان مودت و رحمت است «وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً» (روم/۲۱)؛ لذا مراقبت از خانواده مسئولیت سنگینی به شمار می‌آید و موجب نجات از رنج و عذاب دنیوی و اُخروی خواهد گردید. قرآن و روایات، احکام و آداب فراوانی برای رشد و بالندگی خانواده مقرر کردند (جوادی آملی، ۱۳۹۲: ۲۳۳).

زن و شوهر به بهترین نحو نیازهای عاطفی و جنسی یکدیگر را برآورده می‌سازند؛ به طوری که این نهاد، عامل مهمی در حفظ سلامت اخلاقی افراد و جوامع بوده است. روابط مناسب بین اعضای خانواده، شرط و زمینه اساسی ایفای این سه کارکرد است. بی تردید، اگر این روابط کاهش یابد یا به صورتی خشنودکننده نباشد، کارکردهای خانواده تضعیف خواهد شد. جهانی شدن نه تنها کارکردهای خانواده بلکه اصل و تمامیت آن را به چالش کشیده است. افزایش طلاق در جوامع غربی که حدود یک‌سوم ازدواج‌ها را در برمی‌گیرد و گسترش هم‌زیستی مشترک که در بسیاری از جوامع غربی و حتی متأثر از فرایند جهانی شدن در کشورهای اسلامی نیز مشهود است، چالش‌هایی برای اصل و تمامیت خانواده در جوامع بشری است. جهانی شدن، به سبب اموری مانند تحول اساسی در ارتباطات، فردگرایی، مصرف‌گرایی و تضعیف فرهنگ‌های بومی، روابط بین اعضای خانواده را به شدت تحت تأثیر قرار داده است (میرمحمد رضایی و ساروخانی، ۱۳۹۷: ۱۵۴). گسترش شبکه‌های اجتماعی و در ادامه اپلیکیشن‌های موبایلی و ارتباطات مجازی جدید باعث شده است که این روزها گوشی‌ها و تبلت‌های مردان و زنان متأهل مانند حریم خصوصی‌شان به حساب آید، حریمی به اصطلاح خصوصی که در برخی از موارد با ارتباطات پنهانی همراه است. نگاه واقع‌بینانه این حقیقت را آشکار می‌کند که امروزه برخی از خانواده‌ها با وجود داشتن نقش همسری در کانون خانواده، بازهم معتاد به شبکه‌های اجتماعی هستند و این روند تا آن اندازه پیش می‌رود که حتی از نقش‌ها و وظایف عینی و ذهنی مهم خود در خانه غافل می‌شوند و اعتیاد به فضای مجازی در ابتدا ناخواسته و تدریجی فرد را درگیر می‌کند. نقش همسری از مهم‌ترین و ابدی‌ترین نقش‌هایی است که انسان‌ها در طول زندگی می‌پذیرند و باید در قبال قرار گرفتن در این نقش به تعهدات خود عمل کرده و به اصول و خواسته‌های یکدیگر احترام بگذارند؛ اما استفاده از شبکه‌های اجتماعی، به مرور زمان طرز فکر و روابط همسران را متحول می‌کند. چراکه جایگزین بسیار خطرناک لحظات و روابطی می‌شود که زن و مرد می‌توانند در کنار یکدیگر بگذرانند (پیر جلیلی و همکاران، ۱۳۹۷: ۵۴).

شبکه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر در زندگی آنلاین و آفلاین کاربران اینترنتی آن‌چنان تأثیرگذار بوده‌اند که شکل‌های ارتباطات اجتماعی نیز از این رسانه‌های جدید تأثیر پذیرفته است. بهره‌گیری از این شبکه‌ها توسط معترضان سیاسی، اجتماعی، زیست‌محیطی، حقوق بشر، زنان و ...

آن را از ابزاری که فقط کارکرد تفریحی داشته، خارج ساخته و به ابزاری برای پیگیری خواست‌ها و مبارزات تبدیل کرده است (یه و ژانگ^۱، ۲۰۱۹: ۴۱۰). امروزه اعضای خانواده ساعت‌ها زمان صرف ارتباطات مجازی می‌کنند و اعتنایی به سایر اعضا ندارند. تعامل‌های سنتی، عینی و امکان دسترسی محدود باعث می‌شود دوستی‌ها، همسایگی‌ها، پیوندها و ارزش‌های اخلاقی معنادار باشند. در مقابل در ارتباطات مجازی، تماس محسوس و بدنی نیست و امکان دسترسی گسترده و قدرت انتخاب متکثر، متنوع و متفاوت با تجربه‌های روزانه زندگی است. ارتباطات مجازی، فضایی مجازی پدید آورده که نه تنها ارتباطات واقعی را کاهش داده، بلکه به نسبت‌گرایی در ارزش‌های اخلاقی و دینی، کاهش واقعیت‌گرایی و گسترش نگرش و ارزش‌های مجازی و از بین رفتن یا مبهم شدن جهت زندگی منجر شده است. هرچند پیامدهای فوق به کلیه روابط اجتماعی بین افراد مربوط می‌شود و اعضای خانواده نیز از دیگران مستثنا نیستند، انسجام خانواده در گرو تعامل‌های عینی، واقعی و بدنی عمیق و گسترده و درعین حال منحصر به افرادی خاص است و تعامل‌های مجازی بیشترین آسیب را به چنین روابطی وارد می‌کند (عنایت و موحد، ۱۳۸۰: ۱۶۱). شبکه‌های اجتماعی مردم را تحریک می‌کنند تا عمومی‌تر باشند و در مورد زندگی خصوصی‌شان بازتر رفتار کنند. در این شبکه‌ها، اطلاعات زندگی خصوصی به راحتی منتشر می‌شوند. ضمناً شبکه‌های اجتماعی ارتباطات رودررو را به‌ویژه در جوانانی که زمان زیادی را در همین شبکه‌ها به سر می‌برند تضعیف می‌کند. شبکه‌ها مانند هر پدیده‌ای در کنار مزایا معایبی هم دارند (کیم و لی^۲، ۲۰۱۹: ۵۷). به‌طور مثال، وقتی که فردی از طریق آنلاین هر روز با دوستانش ارتباط دارد و زمان کمتری را خارج از میز رایانه یا گوشی همراه خود می‌گذراند به تدریج منزوی شده و همین نبود ارتباط فیزیکی با مردم، باعث انزوا و به تدریج انواع حاد بیماری روانی همچون افسردگی، اضطراب و برخی بیماری‌های جسمی را به دنبال دارد. گذراندن تمام روز و بیشتر زمان شب برای کار با رایانه و گردش در شبکه‌های اجتماعی برای مغز و بدن انسان بسیار مخرب است. شبکه‌های اجتماعی و بازی‌های رایانه‌ای، به‌ویژه برای کودکان مضر هستند (هانت^۳ و همکاران، ۲۰۱۸: ۷۶۵).

1. Ye & Zhang
2. Kim & Lee
3. Hunt

حسین پور و مومنی (۱۳۹۶) در تحقیقی به بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت نهاد خانواده پرداختند. نتایج آن‌ها نشان داد که بین شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت نهاد خانواده رابطه معناداری وجود دارد. بدین ترتیب که برخی ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی از جمله محیط تعاملی، فضای صمیمی و احساس رضایت، گروه‌ها و اجتماعات مجازی و محتوا و تولیدات شبکه‌های اجتماعی تأثیر غیرقابل انکاری بر هویت نهاد خانواده و ارزش‌های این نهاد مقدس دارد.

زینلی پور (۱۳۹۶) در تحقیقی به این نتایج دست یافته است که فضای مجازی بدون مدیریت آن در خانواده سبب انزوای اجتماعی اعضای خانواده، سوءاستفاده جنسی، شکاف نسلی، گسترش ارتباطات نامتعارف جوانان، بحران هویت و اختلال در شکل‌گیری شخصیت و اعتیاد به اینترنت خواهد شد و راهکار جلوگیری از اثرات مخرب فضای مجازی استفاده از آموزه‌های دینی است. شرف‌الدین و اسماعیلی (۱۳۹۳) در تحقیقی به بررسی نقش رسانه‌ها در تحکیم خانواده ایرانی پرداختند. نتایج نشان می‌دهد که رسانه ملی و سینمای ایران کمکی به تحکیم بنیان خانواده نمی‌کنند و بعضاً خود این برنامه‌ها مخرب بنیان خانواده هستند.

شبکه اجتماعی حقیقی^۱ از نظر تاریخی بسیار قدیمی‌تر از شبکه اجتماعی مجازی و از ابتدای حضور بشر در اجتماعات نقش بارزی در تحول ارتباطات بشری داشته است. با گسترش شبکه‌های اجتماعی مجازی، دامنه تأثیر شبکه‌های اجتماعی حقیقی (خانواده، گروه‌های محلی، شغلی، هنری و همچنین بسیاری از سازمان‌های غیرحکومتی - NGO - رسمی و غیررسمی) تنگ‌تر و ضعیف‌تر می‌شود و بر بحران هویت اجتماعی دامن می‌زند و بیشتر چالش‌های و آسیب‌های اجتماعی ناشی از کاستن از نقش شبکه‌های اجتماعی حقیقی است. به نظر می‌رسد گسترش شبکه‌های مجازی در جوامع به صورت نامحسوس در برابر شبکه‌های اجتماعی حقیقی درآمده است. شبکه‌های اجتماعی مجازی ریشه در نظام جهانی و مناسبات جهانی شدن از بالا دارند، در حالی که شبکه‌های اجتماعی حقیقی و بومی بیشتر با روایت جهانی شدن از پایین و جهان زیست ملی و جهانی پیوند دارند (فرهنگ، ۱۳۹۲: ۲). با وجود اهمیت کارکردهای شبکه اجتماعی حقیقی همراه با شبکه اجتماعی مجازی، اما امروزه از رفت و آمدهای خانوادگی، ارتباطات چهره به چهره دوستان و آشنایان با

1. Real Social Network

یکدیگر به شدت کاسته شده و در مقابل، همه این کنشگری‌های اجتماعی جای خود را به رفت و آمد پیامکی آنلاین در صفحات شخصی در شبکه‌های اجتماعی مجازی داده است. به این ترتیب، عوامل وابسته به مراکز خاص با اهدافی تعریف شده، در تلاش هستند تا انسان امروز را کاملاً مجازی تربیت کنند و با توجه به آن حرکت نرم، همه افکار، اعتقادات، فرهنگ‌ها و مسائل مختلف اجتماعی جوامع را هم شکل کنند تا در مقاطع مورد نیاز، برای اقناع افکار عمومی جهانی در راستای اهداف طراحی شده با چالش مواجه نشوند (آلکات و جنتز کوو، ۲۰۱۷: ۲۱۲).

بر مبنای نظریه پرداز معرف عرصه تعلیم و تربیت ساموئل بلوم^۲ (۱۹۱۳-۱۹۹۹) حوزه‌های تعلیم و تربیت به سه بعد شناختی، عاطفی و رفتاری تقسیم می‌شود (شعبانی، ۱۳۸۶: ۳۰). شرفی (۱۳۹۲) الگوی مطلوب تشکیل شبکه اجتماعی را مبتنی بر الگوی تدبیر و تقویت خانواده در بعد شناختی، عملی (رفتاری) و عاطفی پرداخته است و روند تأثیرگذاری هر کدام از عوامل مذکور در تحکیم، پایداری و تعالی خانواده پرداخته و سهم هریک در پیشبرد زندگی خانوادگی مورد بررسی و ارزیابی قرار داده است. وی خانواده را به سان یک سازمان زنده و پویا دانسته که مبتنی بر شناخت ظرفیت‌ها، پویایی، توانمندی‌های افراد و شبکه ارتباطی میان آنهاست و هر اندازه شناخت در این زمینه‌ها بیشتر و عمیق‌تر باشد، موفقیت در تربیت و تحول فرزندان نیز بیشتر خواهد بود (شرفی، ۱۳۹۲: ۱۴).

۱-۱. بعد شناختی: بعد شناختی اطلاعاتی درباره اعتقادات و باورهای مذهبی و معنوی، ارزش‌ها و شامل شناخت شباهت‌ها و تفاوت‌های فرهنگ‌ها و انعکاس دهنده دانش باورها در مورد کار، زمان، ارتباطات خانوادگی، آداب و رسوم، زبان و... است. یادگیری محض باورها، رسوم و تابوهای فرهنگی خارجی، آمادگی لازم برای برخورد با موقعیت‌های فرهنگی متنوع را ایجاد نمی‌کند. برای برقراری ارتباط مناسب فرهنگی باید این آداب و رسوم را به درستی شناخت. مهارت‌های ذهنی فرد اجازه می‌دهد، اشتراکات فرهنگی را درک کند و از آنها در برقراری ارتباط بهره گیرد.

1. Allcott & Gentskow
2. Bloom

۲-۱. بعد عاطفی: بعد عاطفی، حجم و جهت انرژی افراد را برای تعامل مؤثر: اطمینان و اعتماد فرد به اینکه قادر است خود را با فرهنگ جدید نشان می‌دهد. بعد انگیزشی هوش فرهنگی شامل سطحی است که در آن افراد در مورد توانایی‌های خود در تعاملات میان فرهنگی، اطمینان و اعتماد دارند. همچنین عبارت است از میزان گشودگی برای تجربه تعامل با مردم سایر فرهنگ‌ها و میزان رضایتی که از آن تعاملات در خود می‌یابند. این بعد، سخت‌ترین و ظریف‌ترین جزو هوش فرهنگی است. همچنین بیشترین شباهت را به هوش عاطفی و احساسی (اجتماعی) دارد. سازگاری با یک فرهنگ جدید مستلزم غلبه بر موانع و مشکلات است. افراد تنها زمانی از عهده کاری برمی‌آیند که از انگیزش زیادی برخوردارند و به توانایی خود ایمان و باور دارند (جلالی، ۱۳۸۰: ۵).

۳-۱. بعد رفتاری: مجموعه شناخت‌های کسب‌شده با استفاده از عوامل برانگیزاننده و تشویق و تحریک در قالب اقدام و عمل، کنش و رفتار جلوه‌گر می‌شود. با بررسی نظام‌مند مبانی علمی، اقدام به احصای مؤلفه‌های تحقیق شد که در جدول زیر نمایش داده شده است.

جدول ۱. ابعاد و مؤلفه‌های تحقیق

| منبع | مؤلفه | بعد | حوزه |
|---|------------------------------|--------|--------------------------|
| حسینی، ۱۳۸۳؛ جوادی آملی، ۱۳۹۲ | آموزه‌ها و باورهای دینی | شناختی | الگوی مطلوب شبکه اجتماعی |
| قرباغی، ۱۳۹۷؛ آل قیس و رسولی، ۱۳۹۸ | آگاهی بخشی نسبت به سبک زندگی | | |
| Liu et al., 2017, Manalel, 2020 قرباغی، ۱۳۹۷ | ادراک‌سازی | | |
| حسین‌پور و مومنی، ۱۳۹۶؛ آل قیس و رسولی، ۱۳۹۸؛ Hunter et al., 2008 | فضاسازی رقابت و صمیمیت | عاطفی | |
| معصومی و میر خطیب، ۱۳۹۶؛ هاشمی‌زاده و انصاری نسب، ۱۳۹۷؛ Manalel, 2020 | تعامل و ارتباط | | |
| موسوی و الستی، ۱۳۹۵؛ Miller, 2013, Manalel, 2020, | هویت‌بخشی | | |

| منبع | مؤلفه | بعد | حوزه |
|---|---|----------------------------|---------------------|
| Liu et al., 2017, Miller, 2013 | قربا باغی، ۱۳۹۷؛ هاشمیان و انوری، ۱۳۹۷ | رفتاری | تحکیم بنیان خانواده |
| Ye et al., 2019 | جواد ی آملی، ۱۳۹۲؛ حسین پور و مومنی، ۱۳۹۶ | پایداری خانوادگی و اجتماعی | |
| Manalel, 2020 | آل قیس و رسولی، ۱۳۹۸ | توانمندسازی اقتصادی و مالی | |
| ری شهری، ۱۳۸۷؛ آیت اللهی و همکاران، ۱۳۹۲ | خدا باوری و دین داری | شناختی | تحکیم بنیان خانواده |
| جواد ی آملی، ۱۳۹۲؛ ملکی فاراب و همکاران، ۱۳۹۶ | تعالی محوری در زندگی | | |
| ری شهری، ۱۳۸۷؛ ظهیری و فتحی، ۱۳۹۰ | سلامت اقتصادی و مالی | | |
| جواد ی آملی، ۱۳۷۵؛ آیت اللهی، ۱۳۹۲ | خود باوری | عاطفی | تحکیم بنیان خانواده |
| افروز، ۱۳۹۰؛ بروجردی علوی و همکاران، ۱۳۹۲ | همدلی | | |
| ری شهری، ۱۳۸۷؛ افروز، ۱۳۹۰ | رضایت مندی | | |
| مطهری، ۱۳۸۵؛ ساروخانی و دودمان، ۱۳۸۹ | مسئولیت پذیری | رفتاری | تحکیم بنیان خانواده |
| ظهیری و فتحی، ۱۳۹۰؛ آیت اللهی، ۱۳۹۲ | مهارت افزایی و توانمندسازی | | |
| ری شهری، ۱۳۸۷؛ آیت اللهی، ۱۳۹۲ | تداوم و بقای نسل با معیارهای خانواده سالم | | |

بر مبنای بررسی های انجام شده، محقق به دنبال آن است تا با هدف سنجش تأثیر گذاری شبکه های اجتماعی برای تحکیم بنیان خانواده از طریق شناخت ابعاد (شناختی، عاطفی و رفتاری) مؤلفه ها و شاخص های مرتبط در موضوع شبکه اجتماعی و تحکیم بنیان خانواده، تأثیر شبکه اجتماعی (حقیقی و مجازی) بر تحکیم بنیان خانواده را بررسی نماید. برای نیل به این هدف، سؤال

اصلی این است که شبکه اجتماعی (با بهره‌گیری از انواع حقیقی و مجازی) برای تحکیم بنیان خانواده چه نقشی دارد؟

روش پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ طرح تحقیق، در زمره تحقیقات کاربردی و پیمایشی دسته‌بندی می‌گردد. این پژوهش از طریق جمع‌آوری داده‌ها به صورت تلفیقی کمی و کتابخانه‌ای صورت گرفته است. ابزار تحقیق، پرسشنامه است که از طریق ضریب لاشه اقدام به روایی سنجی شد. همچنین جهت ارزیابی مدل اندازه‌گیری از شاخص‌های پایایی ضریب آلفای کرونباخ، پایایی مرکب، روایی همگرا (AVE) و روایی افتراقی (معیار فورنل - لارکر) استفاده شد. روایی همگرا به این معناست که مجموعه معرف‌ها، سازه اصلی را تبیین می‌کنند. فورنل و لاکر (۱۹۸۱) استفاده از متوسط واریانس استخراج‌شده را به عنوان معیاری برای اعتبار همگرا پیشنهاد می‌نمایند. حداقل AVE معادل ۰/۵ بیانگر اعتبار همگرای قابل قبول است. به این معنی که یک متغیر پنهان (مکنون) می‌تواند به طور متوسط بیش از نیمی از پراکندگی معرف‌هایش را تبیین کند. حداقل مقدار قابل قبول برای پایایی معرف و پایایی مرکب مقدار ۰/۷ می‌باشد. معیار فورنل لارکر جهت سنجش روایی افتراقی می‌باشد. این معیار ریشه دوم شاخص AVE می‌باشد. جامعه آماری تحقیق، کارشناسان و صاحب نظران حوزه شبکه اجتماعی و تحکیم خانواده که به صورت هدفمند انتخاب شد. از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد. با توجه به نظریات نمونه‌گیری برای جامعه محدود، فرمول تعیین حجم نمونه عبارت است از:

$$n = \frac{NZ_{\alpha/2}^2 S^2}{(N-1)d^2 + Z_{\alpha/2}^2 S^2}$$

که در آن N ، حجم جامعه که برابر ۱۰۰۰ می‌باشد. سطح خطای نوع اول (α) برابر ۰/۰۵، $Z_{0.025}^2 = 3/84$ (بیشترین مقدار واریانس پاسخ‌ها به سؤالات پرسشنامه که برابر ۱/۱ می‌باشد) و $d=0/25$ (حداکثر خطای برآورد متوسط نظرات پاسخ‌دهندگان)، در نظر گرفته شده است. در نهایت با جایگذاری مقادیر ذکر شده در آلفای ۰/۱۰ و مقدار $t_{0.05}$ حجم نمونه، بر مبنای

محاسبات بارتلت ۱ و همکاران (۲۰۰۱) $n=77$ حاصل شد که در نهایت با توزیع حدود ۱۰۰ پرسشنامه تعداد ۹۰ پرسشنامه دریافت شده و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از آزمون فریدمن و نرم‌افزار SPSS جهت اولویت‌بندی و از مدل‌سازی معادلات ساختاری جهت بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در تحکیم بنیان خانواده استفاده گردید. به دلیل تعداد نمونه محدود از روش حداقل مربعات جزئی و با کمک نرم‌افزار Smart PLS استفاده شد. مهم‌ترین دلیل استفاده از این نرم‌افزار، برتری آن در محاسبه و تحلیل نمونه‌های کوچک و همچنین داده‌های غیرنرمال است (غلام‌زاده و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۰).

یافته‌های پژوهش

با توجه به نتایج آمار توصیفی، ۴۱ نفر معادل ۴۶ درصد از پاسخگویان دارای مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد و تعداد ۴۹ نفر معادل ۵۴ درصد دکتری هستند. همچنین نتایج نشان داد که تعداد ۹ نفر یعنی ۱۰ درصد از پاسخ‌دهندگان دارای سن ۲۵ تا ۳۰ سال، ۳۵ نفر معادل ۳۹ درصد بین ۳۱ تا ۴۰ سال، ۲۵ نفر معادل ۲۸ درصد بین ۴۱ تا ۵۰ سال، ۱۵ نفر معادل ۱۷ درصد بین ۵۱ تا ۶۰ سال و ۴ نفر معادل ۴ درصد بیشتر از ۶۱ سال سن داشتند. ۲ درصد نیز به پاسخ سن جواب نداده بودند. بررسی جنسیت پاسخگویان مبین این است که تعداد ۱۷ نفر یعنی ۱۹ درصد از پاسخ‌دهندگان زن و تعداد ۷۳ نفر یعنی ۸۱ درصد از پاسخ‌دهندگان مرد هستند. تعداد ۷ نفر یعنی ۸ درصد از پاسخ‌دهندگان مجرد و تعداد ۸۳ نفر یعنی ۹۲ درصد از پاسخ‌دهندگان متأهل هستند.

جدول ۲. توزیع فراوانی پاسخ‌دهندگان

| وضعیت آمار توصیفی | فراوانی | درصد فراوانی |
|-------------------|---------|--------------|
| کارشناسی ارشد | ۴۱ | ۴۵/۶ |
| دکتری | ۴۹ | ۵۴/۴ |
| زن | ۱۷ | ۱۸/۹ |
| مرد | ۷۳ | ۸۱/۱ |
| مجرد | ۷ | ۷/۸ |
| متأهل | ۸۳ | ۹۲/۲ |

| وضعیت آمار توصیفی | فراوانی | درصد فراوانی |
|-------------------|---------|--------------|
| ۲۵ تا ۳۰ | ۹ | ۱۰ |
| ۳۱ تا ۴۰ | ۳۵ | ۳۸/۹ |
| ۴۱ تا ۵۰ | ۲۵ | ۲۷/۸ |
| ۵۱ تا ۶۰ | ۱۵ | ۱۶/۷ |
| بیشتر ۶۱ | ۴ | ۴/۴ |
| بی پاسخ | ۲ | ۲/۲ |

جهت روایی سنجی از ضریب لاشه، AVE و معیار فورنل- لارکر و برای بررسی از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده که نتایج آن در جدول ۱ نمایش داده شده است.

جدول ۳. ضریب لاشه، روایی و پایایی مؤلفه‌های الگوی مطلوب شبکه اجتماعی و تحکیم بنیان خانواده

| حوزه | بعد | مؤلفه | تعداد سؤالات | ضریب لاشه | تعداد گویه | آلفای کرونباخ | پایایی ترکیبی | AVE | معیار فورنل- لارکر |
|--------------------------|--------|--------------------------------|--------------|-----------|------------|---------------|---------------|-----|--------------------|
| الگوی مطلوب شبکه اجتماعی | شناختی | آموزه‌ها و باورهای دینی | ۴ | ۰/۹۵ | ۱۲ | /۸۷ | /۹۲ | /۷۹ | /۸۹ |
| | | آگاهی بخشی نسبت به سبک زندگی | ۴ | ۱ | | | | | |
| | | ادراک سازی عوامل تقویت خانواده | ۴ | ۰/۹۲ | | | | | |
| عاطفی | | فضاسازی رقابت و صمیمت | ۴ | ۰/۹ | ۱۱ | /۷۸ | /۸۷ | /۶۹ | /۸۳ |
| | | تعامل و ارتباط | ۴ | ۰/۹۵ | | | | | |
| | | هویت بخشی | ۳ | ۰/۷۷ | | | | | |
| رفتاری | | فرهنگ سازی | ۴ | ۰/۹۲ | ۱۳ | /۸۷ | /۹۲ | /۷۹ | /۸۹ |

| حوزه | بعد | مؤلفه | تعداد سؤالات | ضریب لاشه | تعداد گویه | آلفای کرونباخ | پایایی ترکیبی | AVE | معیار فورنل- لارکر |
|---------------------------|--------|---|-----------------|--------------|---------------|------------------|------------------|-----|--------------------------|
| | | پایداری خانوادگی و اجتماعی | ۵ | ۰/۸ | | | | | |
| | | توانمندسازی اقتصادی و مالی | ۴ | ۰/۹۵ | | | | | |
| تحکیم بنیان خانواده | شناختی | خدا باوری و دین داری | ۳ | ۱ | ۹ | /۸۳ | /۹۰ | /۷۵ | /۸۶ |
| | | تعالی محوری در زندگی | ۳ | ۱ | | | | | |
| | | سلامت اقتصادی و مالی | ۳ | ۱ | | | | | |
| عاطفی | عاطفی | خود باوری | ۳ | ۱ | ۹ | /۸۵ | /۹۱ | /۷۶ | /۸۷ |
| | | همدلی | ۳ | ۰/۹۳ | | | | | |
| | | رضایت مندی | ۳ | ۰/۹۳ | | | | | |
| رفتاری | رفتاری | مسئولیت- پذیری | ۳ | ۱ | ۹ | /۹۰ | /۹۴ | /۸۳ | /۹۱ |
| | | مهارت افزایی و توانمندسازی | ۳ | ۰/۹۳ | | | | | |
| | | تداوم و بقا نسل با معیارهای خانواده سالم | ۳ | ۰/۹ | | | | | |

نتایج جدول نشان‌دهنده این است که همه مؤلفه‌ها از روایی و پایایی مناسبی برخوردار است. با توجه به اینکه آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی دارای مقدار بالاتر از 0.7 است؛ از این رو پایایی مؤلفه‌ها قابل قبول است. مقدار ضریب لاشه برای تمامی مؤلفه‌ها بالای 0.7 به دست آمده است که از لحاظ روایی مورد تأیید قرار گرفتند. در این تحقیق با بررسی پایایی سؤالات پرسشنامه، مقدار ضریب آلفای کرونباخ در حوزه و ابعاد مختلف بالای 0.85 درصد به دست آمده است که مقدار بسیار مناسبی است.

جهت بررسی معنادار بودن سازه‌ها از آماره t -value استفاده شد. اگر میزان بارهای عاملی مشاهده شده با آزمون t -value از مقدار $1/96$ کوچک‌تر باشد، بار عاملی مشاهده شده معنادار نیست و اگر بزرگ‌تر از مقدار $1/96$ می‌باشد؛ از این رو بار عاملی سازه‌ها معنادار است. نتایج آزمون مدل اندازه‌گیری در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۴. مدل اندازه‌گیری مؤلفه‌های الگوی مطلوب شبکه اجتماعی و تحکیم بنیان خانواده

| متغیرها | سنجه‌ها | ضریب معناداری | انحراف استاندارد | بارهای عاملی |
|---------------------|--|---------------|------------------|--------------|
| تحکیم بنیان خانواده | آگاهی از ارزش‌ها و معارف اسلامی مربوط به زندگی خانوادگی | ۵.۹۵ | ۰/۰۹ | ۰.۵۵ |
| | شناخت الگوهای ارزشی و دینی موفق در تحکیم بنیان خانواده | ۷.۰۵ | ۰/۰۸ | ۰.۵۵ |
| | شناخت آسیب‌های خانواده در حوزه دین‌باوری و سبک زندگی | ۵.۸۴ | ۰/۰۹ | ۰.۵۳ |
| | شناخت نیازهای تعالی‌بخش | ۸.۷۹ | ۰/۰۷ | ۰.۶۱ |
| | شناخت زمینه‌های معنویت‌گرایی (عبادت، ارتباط یا خدا، شناخت معنای زندگی) | ۱۰.۴۰ | ۰/۰۶ | ۰.۶۵ |
| | آگاهی از ارزش‌های اخلاقی | ۷.۰۱ | ۰/۰۹ | ۰.۶۲ |
| | شناخت شیوه‌های درست کسب درآمد | ۷.۷۹ | ۰/۰۷ | ۰.۵۸ |
| | آگاهی از چگونگی حمایت مالی صحیح از خانواده و بستگان | ۹.۱۱ | ۰/۰۷ | ۰.۶۴ |
| | آشنایی با وظایف شرعی در مسائل اقتصادی (خمس، | ۶.۲۲ | ۰/۰۸ | ۰.۵۱ |

| متغیرها | سنجه‌ها | ضریب معناداری | انحراف استاندارد | بارهای عاملی |
|--------------------------|---|---------------|------------------|--------------|
| | زکات، کسب رزق حلال، مصرف درست و ...) | | | |
| | رضایت زناشویی در تأمین نیاز جنسی | ۹.۶۷ | ۰/۰۷ | ۰.۶۷ |
| | لذت بخشی به زندگی و توجه به نیاز عاطفی | ۱۰.۵۰ | ۰/۰۶ | ۰.۶۶ |
| | توجه به نیاز به احترام در خانواده (همسر، فرزندان، پدر و مادر) | ۵.۴۵ | ۰/۱۰ | ۰.۵۴ |
| | درک همسر و فرزندان | ۴.۲۹ | ۰/۱۱ | ۰.۴۵ |
| | صمیمیت و اظهار عشق و علاقه به همسر و فرزندان | ۵.۸۶ | ۰/۰۹ | ۰.۵۴ |
| | امنیت روانی و آرامش بخشی | ۶.۴۰ | ۰/۰۹ | ۰.۵۹ |
| | حس اعتماد و همدلی در خانواده | ۷.۱۹ | ۰/۰۸ | ۰.۶۱ |
| | امیدآفرینی و روحیه صبر و استقامت | ۷.۳۸ | ۰/۰۸ | ۰.۶۲ |
| | توکل به خدا و تلاش برای تأمین معاش خانواده | ۱۰.۹۳ | ۰/۰۶ | ۰.۶۸ |
| | فرزندآوری | ۹.۴۱ | ۰/۰۷ | ۰.۶۵ |
| | تربیت دینی فرزندان | ۱۶.۳۰ | ۰/۰۴ | ۰.۷۲ |
| | جامعه‌پذیری فرزندان | ۱۹.۵۲ | ۰/۰۴ | ۰.۷۶ |
| | مهارت کسب درآمد حلال و مهارت مصرف درست | ۱۷.۷۷ | ۰/۰۴ | ۰.۷۶ |
| | مهارت کلامی و ارتباطی | ۱۰.۳۷ | ۰/۰۶ | ۰.۶۷ |
| | مهارت عدالت ورزی | ۱۲.۶۴ | ۰/۰۶ | ۰.۷۴ |
| | تأمین معیشت خانواده و یاری پدر و مادر | ۱۷.۱۱ | ۰/۰۴ | ۰.۷۶ |
| | حفظ خانواده و حمایت از فرزندان | ۱۱.۸۸ | ۰/۰۶ | ۰.۷۳ |
| رشد و بالندگی خانواده | ۱۰.۰۴ | ۰.۰۷ | ۰.۷۰ | |
| الگوی مطلوب شبکه اجتماعی | تولید اندیشه و آموزه‌های فکری و اعتقادی | ۱۰.۵۲ | ۰/۰۶ | ۰.۶۴ |
| | نشر عقاید اسلامی | ۸.۱۵ | ۰/۰۷ | ۰.۵۹ |
| | آشناسازی با فقه زندگی از جمله کسب حلال و ... | ۸.۵۲ | ۰/۰۷ | ۰.۶۳ |
| | آگاهی بخشی فضایل اخلاقی | ۱۱.۲۹ | ۰/۰۵ | ۰.۶۰ |
| | تصویرسازی مشترک و آشناسازی با سبک زندگی اسلامی | ۷.۴۳ | ۰/۰۷ | ۰.۵۴ |
| | آشنا نمودن با مهارت‌های زندگی سالم | ۹.۲۳ | ۰/۰۷ | ۰.۶۳ |

| متغیرها | سنجه‌ها | ضریب معناداری | انحراف استاندارد | بارهای عاملی |
|---------|---|------------------|---------------------|-----------------|
| | شناخت موضوعات و مباحث مربوط به حفظ بنیه خانواده (حقوقی، ازدواج سالم، فرزند پروری و ...) | ۱۰.۳۲ | ۰/۰۷ | ۰.۶۷ |
| | آگاه‌سازی نسبت به آسیب‌ها و آفات زندگی | ۱۱.۶۲ | ۰/۰۶ | ۰.۶۶ |
| | به اشتراک گذاشتن اطلاعات و آگاهی‌ها در مورد تحکیم بنیان خانواده | ۸.۱۶ | ۰/۰۷ | ۰.۶۱ |
| | آگاه‌سازی نسبت به عوامل تقویت بنیان خانواده و تولیدات مناسب فیلم، عکس و ... | ۹.۸۷ | ۰/۰۷ | ۰.۶۶ |
| | معرفی نمادها و الگوهای موفق زندگی | ۹.۰۵ | ۰/۰۷ | ۰.۶۵ |
| | آشناسازی با سرگرمی‌های مناسب در جهت تقویت خانواده | ۹.۲۵ | ۰/۰۶ | ۰.۵۸ |
| | تقویت نگرش مثبت اندیشی | ۶.۹۸ | ۰/۰۷ | ۰.۵۲ |
| | تقویت حس همدلی و همیاری | ۹.۱۱ | ۰/۰۷ | ۰.۶۴ |
| | اعتماد بین فردی در خانواده و افزایش روحیه عمومی اعتماد | ۹.۶۲ | ۰/۰۶ | ۰.۶۱ |
| | تقویت گرایش به عدالت‌ورزی | ۱۳.۸۷ | ۰/۰۵ | ۰.۷۰ |
| | تقویت وابستگی و دلبستگی‌های خانوادگی، فامیلی و محلی | ۵.۱۶ | ۰/۰۹ | ۰.۴۹ |
| | تقویت ارتباط بین خانواده به‌خصوص از طریق ارتباط چهره به چهره و کلامی | ۴.۴۱ | ۰/۰۸ | ۰.۳۶ |
| | تشویق به بیان آزادانه آراء اندیشه‌ها و نظرات در محیط خانواده | ۷.۲۳ | ۰/۰۷ | ۰.۵۲ |
| | تقویت احساس کنترل و نظارت جمعی | ۷.۴۲ | ۰/۰۸ | ۰.۶۰ |
| | تقویت حس همگرایی و احساس همبستگی و پیوند به یکدیگر | ۷.۸۵ | ۰/۰۷ | ۰.۵۸ |
| | تشویق به توجه به منابع هویت‌ساز و نظام ارزشی و هنجاری خانواده و جامعه | ۱۸.۱۷ | ۰/۰۶ | ۰.۷۶ |
| | تقویت احساس مسئولیت نسبت به هویت ملی و | ۱۱.۲۶ | ۰/۰۶ | ۰.۶۹ |

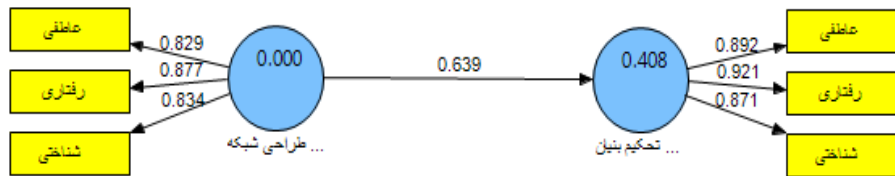
| متغیرها | سنجه‌ها | ضریب معناداری | انحراف استاندارد | بارهای عاملی |
|---------|--|---------------|------------------|--------------|
| | دینی و احساس تعلق به هویت جمعی | | | |
| | ایجاد فرهنگ نقد و گفت‌وگو سازنده در روابط خانوادگی | ۹.۰۳ | ۰/۰۷ | ۰.۶۵ |
| | جلوه‌گر ساختن رفتار ارزشی و اخلاقی و انسانی در محیط شبکه‌ای | ۱۳.۵۳ | ۰/۰۵ | ۰.۷۰ |
| | گسترش روابط فرهنگی بین کنشگران و ایجاد سرمایه عظیم فرهنگی | ۱۲.۱۵ | ۰/۰۶ | ۰.۷۶ |
| | تقویت اجرای مراسم‌های معنوی و مذهبی و هیئت‌های مذهبی | ۵.۶۲ | ۰/۱۰ | ۰.۵۶ |
| | سازمان‌دهی گروه‌های اجتماعی بر مبنای مشترکات مذهبی و اجتماعی از طریق اجتماعات آنلاین و روابط چهره به چهره و کلامی برای تقویت خانواده | ۶.۷۲ | ۰/۰۸ | ۰.۵۷ |
| | زمینه‌سازی فعالیت‌های داوطلبانه همدلی، همیاری و همکاری در میان اهالی محل | ۱۶.۶۰ | ۰/۰۵ | ۰.۷۷ |
| | گسترش مشارکت اجتماعی و مسئولیت‌پذیری در میان خانواده‌ها | ۱۵.۲۸ | ۰/۰۵ | ۰.۷۲ |
| | انسجام‌بخشی اعضا در حوزه خانوادگی، فامیلی و محلی | ۱۱.۸۳ | ۰/۰۶ | ۰.۶۸ |
| | نظارت و کنترل اجتماعی خودجوش | ۱۷.۷۴ | ۰/۰۴ | ۰.۷۸ |
| | فرصت‌آفرینی و موقعیت‌سازی کسب‌وکار و کارآفرینی | ۱۱.۱۷ | ۰/۰۶ | ۰.۶۷ |
| | زمینه‌سازی برای تقویت توانمندی‌های معیشتی | ۸.۸۹ | ۰/۰۷ | ۰.۶۰ |
| | بهره‌گیری از امور خیریه برای رفع مشکلات و تنگناهای معیشتی خانواده | ۱۰.۶۹ | ۰/۰۶ | ۰.۶۳ |
| | دور نمودن آفات و آسیب‌های مالی از خانواده‌ها | ۱۲.۰۹ | ۰/۰۵ | ۰.۶۶ |

نتایج جدول مبین این است که همه سنجه‌ها دارای ضریب معناداری بالاتر از ۱/۹۶ بوده و از

بار عاملی مناسبی برخوردارند

مدل ساختاری

نتایج نشان داد که ضرایب معناداری نقش الگوی مطلوب شبکه اجتماعی بر تحکیم بنیان خانواده دارای معناداری ۹/۸۶ می‌باشد؛ با توجه به مقدار T که بیشتر از مقدار بحرانی ۱/۹۶ می‌باشد، معنادار می‌باشد.



شکل ۱. ضریب مسیر نقش الگوی مطلوب شبکه اجتماعی بر تحکیم بنیان خانواده

نتایج همچنین نشان‌دهنده این است که الگوی مطلوب شبکه اجتماعی به مقدار ۶۴ درصد بر تحکیم بنیان خانواده تأثیرگذار است. در جدول بعدی اقدام به ارزیابی مدل شد.

اولویت‌بندی ابعاد و مؤلفه‌ها

از آزمون فریدمن جهت اولویت‌بندی ابعاد و مؤلفه‌های تحقیق استفاده شد.

جدول ۵. اولویت‌بندی مؤلفه‌ها

| میانگین رتبه | مؤلفه‌ها | متغیرها |
|--------------|--------------------------------|--------------------------|
| ۱۰/۷۳ | آموزه‌ها و باورهای دینی | الگوی مطلوب شبکه اجتماعی |
| ۱۰/۲۸ | آگاهی بخشی نسبت به سبک زندگی | |
| ۸/۴۴ | ادراک سازی عوامل تقویت خانواده | |
| ۷/۶۷ | فضاسازی رقابت و صمیمیت | |
| ۷/۹۳ | تعامل و ارتباط | |
| ۷/۷۹ | هویت‌بخشی | |
| ۸/۰۶ | فرهنگ‌سازی | |
| ۷/۸۲ | پایداری خانوادگی و اجتماعی | |
| ۷/۹۷ | توانمندسازی اقتصادی و مالی | |

| متغیرها | مؤلفه‌ها | میانگین رتبه |
|---------------------|--|--------------|
| تحکیم بنیان خانواده | خداباوری و دین‌داری | ۱۰/۳۸ |
| | تعالی محوری در زندگی | ۹/۴۹ |
| | سلامت اقتصادی و مالی | ۸/۶۶ |
| | خودباوری | ۱۱/۹۱ |
| | همدلی | ۱۲/۷۷ |
| | رضایت‌مندی | ۱۱/۶۶ |
| | مسئولیت‌پذیری | ۹/۵۴ |
| | مهارت‌افزایی و توانمندسازی | ۹/۹۹ |
| | تداوم و بقا نسل با معیارهای خانواده سالم | ۹/۹۳ |

نتایج نشان می‌دهد که همدلی با میانگین ۱۲/۷۷ در اولویت اول، خودباوری با میانگین ۱۱/۹۱ در اولویت دوم، رضایتمندی با میانگین ۱۱/۶۶ در اولویت سوم و فضاسازی رقابت و صمیمیت با میانگین ۷/۶۷ در اولویت آخر قرار دارد.

جدول ۶. اولویت‌بندی ابعاد

| ضریب معناداری | ابعاد |
|---------------|----------------------|
| ۳/۴۴ | شناختی-تحکیم خانواده |
| ۴/۶۵ | عاطفی-تحکیم خانواده |
| ۳/۶۶ | رفتاری-تحکیم خانواده |
| ۳/۶۲ | شناختی-شبکه اجتماعی |
| ۲/۷۵ | عاطفی-شبکه اجتماعی |
| ۲/۸۸ | رفتاری-شبکه اجتماعی |

نتایج جدول نشان می‌دهد که بعد عاطفی تحکیم خانواده با میانگین ۴/۶۵ در اولویت اول و بعد عاطفی شبکه اجتماعی در اولویت آخر قرار دارد.

بحث و نتیجه گیری

نتایج بررسی‌ها نشان داد که شبکه‌های اجتماعی دارای سه بعد شناختی، عاطفی و رفتاری است. نتایج بررسی‌های شعبانی (۱۳۸۶) نیز نشان داد که حوزه‌های تعلیم و تربیت به سه بعد شناختی، عاطفی و رفتاری تقسیم می‌شود. شرفی (۱۳۹۲) الگوی مطلوب تشکیل شبکه اجتماعی را مبتنی بر الگوی تقویت خانواده در بعد شناختی، عملی (رفتاری) و عاطفی بررسی کرده است. نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد که بعد شناختی دارای مؤلفه‌های آموزه‌ها و باورهای دینی، آگاهی بخشی نسبت به سبک زندگی، ادراک سازی عوامل تقویت خانواده اطلاع‌رسانی است. بعد عاطفی دارای مؤلفه‌های فضا سازی رقابت و صمیمیت، تعامل و ارتباط، هویت بخشی می‌باشد. بعد رفتاری دارای مؤلفه‌های فرهنگ سازی، پایداری خانوادگی اجتماعی و توانمندسازی اقتصادی و مالی است. تحکیم بنیان خانواده دارای سه بعد شناختی، عاطفی و رفتاری است. بعد شناختی دارای سه مؤلفه خدا باوری و دین داری، تعالی محوری در زندگی و سلامت اقتصادی و مالی می‌باشد. بعد عاطفی دارای سه مؤلفه خود باوری، همدلی و رضایت مندی می‌باشد. همچنین بعد رفتاری دارای مؤلفه‌های مسئولیت پذیری، مهارت افزایی و توانمندسازی، تداوم و بقای نسل با معیارهای خانواده سالم است.

نتایج تحقیق نشان داد که بخش عمده شناخت افراد از شبکه‌های اجتماعی می‌باشد و اگر الگوی مطلوبی با بهره گیری از ظرفیت‌های حقیقی از جمله مسجد، هیئت‌های مذهبی و مشاوره و نیز ظرفیت‌های مجازی با بهره گیری از شبکه‌های مجازی، گروه‌های مجازی، از شبکه‌های اجتماعی طراحی نگردد و آگاهی‌ها و اطلاعات مورد نیاز افراد و خانواده‌ها تأمین نگردد، شناخت حاصل خانواده‌ها از مراکز ناامن و تهدید کننده مبتنی بر برنامه ریزی از قبل با اهداف سوء، دچار آسیب شده و نهایت این شناخت‌های آسیب‌زا به رفتار منجر می‌شود و خانواده را در معرض آسیب و تهدید فروپاشی قرار می‌دهد. این نتیجه مبتنی بر یافته حسین پور و مومنی (۱۳۹۶) است. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که بین شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت نهاد خانواده رابطه معناداری وجود دارد. به طوری که برخی ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی از جمله محیط تعاملی، فضای صمیمی و احساس رضایت، گروه‌ها و اجتماعات مجازی و محتوا و تولیدات شبکه‌های اجتماعی تأثیر غیرقابل انکاری بر هویت نهاد خانواده و ارزش‌های این نهاد مقدس دارد. برعکس نتایج

شرف‌الدین و اسماعیلی (۱۳۹۳) نشان داد که رسانه ملی و سینمای ایران کمکی به تحکیم بنیان خانواده نمی‌کنند و بعضاً خود این برنامه‌ها مخرب بنیان خانواده هستند.

نتایج تحلیل مدل ساختاری نشان داد که الگوی مطلوب شبکه اجتماعی بر تحکیم بنیان خانواده تأثیرگذار است. این نتیجه در تناقض با نتیجه شرف‌الدین و اسماعیلی (۱۳۹۳) است. آن‌ها در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که رسانه ملی و سینمای ایران کمکی به تحکیم بنیان خانواده نمی‌کنند و بعضاً خود این برنامه‌ها مخرب بنیان خانواده هستند. همچنین حسین‌پور و مومنی (۱۳۹۶) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که بین شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت نهاد خانواده رابطه معناداری وجود دارد.

بر اساس آزمون فریدمن، در میان ابعاد شناختی، عاطفی و رفتاری شبکه اجتماعی، بعد شناختی بالاترین رتبه قابل توجه را کسب نموده و بعد عاطفی کمترین رتبه را به دست آورد. در میان مؤلفه‌های ابعاد شبکه اجتماعی، مؤلفه «شناخت آموزه‌ها و باورهای دینی» در بعد شناختی بیشترین رتبه و «مؤلفه فضاسازی برای ایجاد صمیمیت و رفاقت» در بعد عاطفی کمترین رتبه را کسب نمود. همچنین در میان شاخص‌های مؤلفه‌های شبکه، دو شاخص «آشناسازی با مهارت‌های زندگی» از بعد شناختی و نیز «فعالیت‌های داوطلبانه و همکاری اهل محل» مربوط به بعد رفتاری بیشترین رتبه را کسب نمود و دو شاخص گرایش به «عدالت دوستی و عدالت خواهی» از بعد عاطفی و «نظارت و کنترل اجتماعی خودجوش» از بعد رفتاری کمترین رتبه را حاصل نمودند.

بر مبنای یافته‌های تحقیق، الگوی مطلوب شبکه اجتماعی باعث تحکیم بنیان خانواده می‌شود. این الگوی مطلوب شبکه اجتماعی باید در قالب سه بعد شناختی، عاطفی و رفتاری طراحی شود. در بعد شناختی، شبکه اجتماعی باید مبتنی بر آموزه‌ها و باورهای دینی طراحی شود، به طوری که تولیدکننده اندیشه و آموزه‌های فکری و اعتقادی باشد، عقاید اسلامی را نشر دهد، با فقه زندگی آشنا نماید و آگاهی‌بخش فضایل اخلاقی باشد. از سوی دیگر نسبت به سبک زندگی آگاهی‌بخش باشد؛ این آگاهی بخشی از طریق تصویرسازی مشترک و آشناسازی با سبک زندگی اسلامی، آشنا نمودن با مهارت‌های زندگی سالم، شناخت موضوعات و مباحث مربوط به حفظ بنیه خانواده (حقوقی، ازدواج سالم، فرزند پروری)، آگاه‌سازی نسبت به آسیب‌ها و آفات زندگی صورت می‌گیرد. به علاوه، در بعد شناختی الگوی مطلوب شبکه اجتماعی باید عوامل تقویت

خانواده را ادراک سازی نماید. این ادراک سازی از طریق به اشتراک گذاشتن اطلاعات و آگاهی‌ها در مورد تحکیم بنیان خانواده، آگاه‌سازی نسبت به عوامل تقویت بنیان خانواده و تولیدات مناسب فیلم، عکس و ... معرفی نمادها و الگوهای موفق زندگی و آشناسازی با سرگرمی‌های مناسب در جهت تقویت خانواده صورت می‌گیرد.

در بعد عاطفی، الگوی مطلوب شبکه اجتماعی باید رفاقت و صمیمیت را فضا سازی کند، هویت‌بخش باشد و دربرگیرنده تعامل و ارتباط باشد. در بعد رفتاری، فرهنگ‌سازی، پایداری خانوادگی و اجتماعی و توانمندسازی اقتصادی و مالی از مهم‌ترین خصیصه‌هایی است که یک شبکه اجتماعی مطلوب باید دارا باشد.

بر مبنای یافته‌های تحقیق، پیشنهادهای می‌شود که سازمان مساجد ضمن بازنگری نقش مساجد در ارتباط با تحکیم بنیان خانواده، کارکردهای مساجد را بخصوص در عرصه‌های فرهنگی، اجتماعی و تربیتی آموزشی از جمله مشاوره، ازدواج، شغل‌یابی، حمایت‌های حقوقی، شغل‌یابی تعریف نماید. همچنین، دوره‌های توانمندسازی برای ائمه جماعات جهت متناسب‌سازی توان آنان با کارکردهای جدید مساجد برای تحکیم بنیان خانواده برگزار گردد. منحصر بودن جامعه به خانواده‌ها و محله‌های دینی مهم‌ترین محدودیت تحقیق می‌باشد. همچنین محدودیت تعمیم‌پذیری نتایج تحقیق به واسطه مطالعه یک جامعه، ترسیم الگوی مطلوب شبکه‌های اجتماعی و تأثیر آن نیز می‌تواند از محدودیت‌ها این تحقیق باشد. از این رو پیشنهاد می‌شود آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی و نقش آن در فرهنگ خانواده اسلامی ایرانی مورد شناسایی قرار گیرد. همچنین راهبردهای اجرای الگوی مطلوب شبکه اجتماعی برای تحکیم بنیان خانواده در بازه زمانی دهه اول گام دوم انقلاب اسلامی تعیین و تدوین گردد.

فهرست منابع

- افروز، غلامعلی. (۱۳۹۰). *مبانی روان‌شناختی تحکیم خانواده در غربت*. تهران: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.
- آل قیس، علیرضا و رسولی، محمدرضا. (۱۳۹۸). تبیین ارتباط میان اقناع رسانه‌های شبکه‌های اجتماعی و سبک زندگی - موردکاوی تلگرام. *مطالعات رسانه‌ای*، ۱۴(۴۷)، ۱۱۳-۱۲۹.
- آیت‌اللهی، زهرا؛ بانکی پور فرد، امیرحسین؛ سادات حسینی، شیمیا؛ حکمت نیا، محمود؛ سیاح، مونس؛ محمودی، محمدجواد و نامجو، بتول. (۱۳۹۲). *دانش خانواده و جمعیت، نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها*. شهر: دفتر نشر معارف.
- بروجردی علوی، مهدخت؛ اشرفی، عباس و رزمیان، راضیه. (۱۳۹۲). روابط خانوادگی از منظر تفسیر المیزان. *اندیشه علامه طباطبایی*، ۱(۱)، ۷۰-۵۱.
- جوادی آملی، عبدالله. (۱۳۷۵). *زن در آینه جمال و جلال*. قم: مرکز نشر اسرا.
- جوادی آملی، عبدالله. (۱۳۹۲). *مفاتیح الحیات*. قم: مرکز نشر اسرا.
- حسن‌زاده، صالح. (۱۳۹۳). عوامل تحکیم خانواده در فرهنگ اسلامی. *پژوهش‌نامه معارف قرآنی*، ۴(۱۵)، ۶۸-۴۵.
- حسین‌پور، جعفر و مومنی، علی. (۱۳۹۶). تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت نهاد خانواده. *برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*، ۹(۳۲)، ۳۳-۶۰.
- حسین‌پور، جعفر و مومنی، علی. (۱۳۹۶). تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت نهاد خانواده. *برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*، ۹(۳۲)، ۳۳-۶۰.
- حسینی، اکرم. (۱۳۸۳). تحکیم خانواده در آموزه‌های قرآنی. *مطالعات راهبردی زنان*، شماره ۲۶، ۸۱-۴۶.
- زینلی پور، فاطمه. (۱۳۹۶). تأثیر فضای مجازی بر خانواده و جوانان (آسیب‌ها و راهکارها). *فصلنامه حیات طیبه*، ۶(۱۷)، ۸۴-۷۱.
- ساروخانی، باقر و دودمان، باقر. (۱۳۸۹). ساختار قدرت در خانواده و تأثیر آن بر مشارکت اجتماعی. *جامعه‌شناسی مطالعات جوانان*، ۱(۱)، ۱۲۹-۱۰۵.
- شرف‌الدین، سید حسین و اسماعیلی، رفیع‌الدین. (۱۳۹۳). نقش رسانه‌ها در تحکیم خانواده ایرانی. *پژوهش‌های فرهنگ و تربیت اسلامی*، شماره ۱، ۱۶۲-۱۳۵.
- شرفی، محمدرضا. (۱۳۹۲). *تربیت خانواده در سیره نبوی*. تهران: شرکت چاپ و نشر بین‌الملل.
- شعبانی، حسن. (۱۳۸۶). *مهارت‌های آموزشی*. تهران: انتشارات مدرسه.
- ظهیری، حسین و فتحی، سروش. (۱۳۹۰). مدیریت خانواده در نظریه‌های جامعه‌شناسی در مقایسه با نظریه علامه طباطبایی. *مجله پژوهش‌نامه قرآن و حدیث*، شماره ۸، ۱۱۹-۹۹.
- عنایت، حلیمه و موحد، مجید. (۱۳۸۰). زنان و تحولات ساختاری خانواده در عصر جهانی شدن. *زن در توسعه و سیاست*، ۲(۲)، ۱۶۶-۱۵۳.

- غلامزاده، رسول؛ قنواتی، مهدی و آذر، عادل. (۱۳۹۱). مدل‌سازی مسیری - ساختاری در مدیریت: کاربرد نرم‌افزار SmartPLS. نگاه دانش.
- فرهنگ، ارشاد. (۱۳۹۲). مناسبات شبکه‌های اجتماعی مجازی و حقیقی و تأثیر آن بر روابط بین نسلی در ایران. همایش کنکاش‌های مفهومی و نظری درباره جامعه ایران، انجمن جامعه‌شناسی ایران.
- قرباغی، حسن؛ یوسفی افراشته، مجید و صالحی، وحید. (۱۳۹۷). تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر حجاب و عفاف، هویت دینی و فردی، تعامل با خانواده و افسردگی و انزوا در بین جوانان. مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، شماره ۴۲، ۳۴۶-۳۲۸.
- محمدی ری‌شهری، محمد (۱۳۸۷). تحکیم خانواده از نگاه قرآن و حدیث (ترجمه حمیدرضا شیخی). قم: دارالحدیث.
- مطهری، مرتضی. (۱۳۸۵). تعلیم و تربیت در اسلام. تهران: انتشارات صدرا.
- معصومی، مسیح‌الله و میر خطیب، اسماء. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر طراحی فضاهای باز مجتمع‌های مسکونی در ایجاد حس دلبستگی به مکان نمونه مورد مطالعه: مجتمع مسکونی ششصد دستگاه در شهر مشهد. فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، ۳۲(۳)، ۷۳-۵۲.
- معظمی‌گودرزی، محبوبه و دعاگویان، داود. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر فضای مجازی بر سبک زندگی زنان ۱۸-۴۰ ساله منطقه ۲ و ۵ شهر تهران (۱۳۹۴-۱۳۹۵). مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۱۰(۱)، ۱۳۹-۱۲۵.
- ملکی‌فاراب، ندا؛ شجاع‌نوری، فروغ‌الصباح؛ بستان‌نجفی، حسین؛ حسینیان، سیمین و لیبی، محمدمهدی. (۱۳۹۶). تدوین شاخص‌ها و ترسیم الگوی کارکردهای خانواده در اسلام با بهره‌گیری از تکنیک پژوهش کیفی داده‌بنیان. مطالعات زن و خانواده، ۵(۲) (پیاپی ۱۰)، ۹۹-۶۱.
- موسوی، آرش و الستی، کیوان. (۱۳۹۵). شبکه‌های اجتماعی و خلوت انسانی. فصلنامه راهبرد و فرهنگ، ۹(۳۴)، ۸۹-۶۳.
- میرمحمد رضایی، سیده زهرا و ساروخانی، باقر. (۱۳۹۷). نقش جهانی شدن در تغییرات دو دهه اخیر خانواده ایرانی. فصلنامه فرهنگی تربیتی زنان و خانواده، ۱۳(۴۴)، ۱۴۴-۱۳۱.
- هاشمی‌زاده، سید رضا و انصاری‌نسب، بنیامین. (۱۳۹۷). عصر مجازی: تأملی بر کارکردها و رویکردهای جامعه مجازی. تهران: انتشارات تیسرا.
- هاشمیان، سید محمدحسین و انوری، محمدرضا. (۱۳۹۷). دلالت‌های نظریه کنشگر شبکه در سیاست‌گذاری فرهنگی: تعامل تکنولوژی و انسان در سیاست‌گذاری. دین و سیاست فرهنگی، ۵(۱۰)، ۶۴-۳۷.

Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of economic perspectives*, 31(2), 211-236.

Baartltlett, J.E., Kotttrliikk, J.W. & Hiiggiins, C.C. (2001). Organizational Research: Determining Appropriate Sample Size in Survey Research. *Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 19(1), 43-50.

- Hunt, M. G., Marx, R., Lipson, C., & Young, J. (2018). No more FOMO: Limiting social media decreases loneliness and depression. *Journal of Social and Clinical Psychology, 37*(10), 751-768.
- Hunter, D. R., Goodreau, S. M., & Handcock, M. S. (2008). Goodness of fit of social network models. *Journal of the American Statistical Association, 103*(481), 248-258.
- Kim, Y. B., & Lee, S. H. (2019). Social support network types and depressive symptoms among community-dwelling older adults in South Korea. *Asia Pacific Journal of Public Health, 31*(4), 367-375.
- Liu, W., Sidhu, A., Beacom, A. M., & Valente, T. W. (2017). Social network theory. *The international encyclopedia of media effects, 1-12*.
- Manalel, J. A., & Antonucci, T. C. (2020). Beyond the nuclear family: Children's social networks and depressive symptomology. *Child development, 91*(4), 1302-1316.
- Miller, T. A., & DiMatteo, M. R. (2013). Importance of family/social support and impact on adherence to diabetic therapy. *Diabetes, metabolic syndrome and obesity: targets and therapy, 6*, 421-426.
- Ye, L., & Zhang, X. (2019). Social network types and health among older adults in rural China: The mediating role of social support. *International journal of environmental research and public health, 16*(3), 1-14

