

The Relationship Between the Development of Mass Media and the Divorce Rate in Iran During 1997-2022: A Time-Series Study

Siroos Ahmadi¹, Maryam Mokhtari², Hamid Sedaghat³, Shohreh Golkhani⁴

Received: 29 December 2024, Accepted: 11 February 2025

Doi: 10.22034/rcc.2025.2042285.1167

Abstract


Divorce, as a social problem, is rapidly increasing in Iran. It is influenced by a wide range of factors, from the individual (micro-level) to the societal (macro-level). Despite extensive research on divorce, the impact of mass media at the macro-level has been relatively under-researched. The main objective of this study was to investigate the divorce rate in relation to the role of mass media in Iran. This research employs a quantitative longitudinal design using time-series analysis to examine the relationship between changes in mass media and the divorce rate during the period of 1997-2022. The necessary data were collected from the Ministry of Culture and Islamic Guidance, the Statistical Center of Iran, the National Organization for Civil Registration, and the World Bank. To investigate the relationship between the variables, the Autoregressive Distributed Lag (ARDL) model was utilized in Microfit software, version 5. Based on the long-term results, the number of films produced has a negative and significant effect on the divorce rate, indicating that an increase in film production is associated with a decrease in the divorce rate. The research findings also show that the internet penetration rate and the number of mobile phone subscriptions have a positive and significant effect on divorce. However, the number of cinemas does not have a significant relationship with divorce. Considering the findings, this research concludes that the internet penetration rate and mobile phone subscriptions contribute to an increase in the divorce rate, while the number of films produced leads to a decrease in the divorce rate. Furthermore, the number of cinemas has no effect on divorce.

Keywords: Mass media, Divorce, Iran, Longitudinal study

1. Corresponding author, Professor, Sociology Department, Faculty of literature and human sciences, Yasouj University, Yasouj, Iran (Corresponding Author).

Email: sahmadi@yu.ac.ir

2. Associate Professor, Department of Sociology, Faculty of literature and human sciences, Yasouj University, Yasouj, Iran. Email: mmokhtari@yu.ac.ir


 0000-0003-4312-7370

3. Ph.D. in the study of social issues, faculty of literature and human sciences, Yasouj University, Yasouj, Iran. Email: hamidsedaghat40@yahoo.com

 0000-0002-0023-3942

4. MA in Sociology, General Office of Cooperatives, Labor & Social Welfare, Fars Province.

Email: golkhani_sh58@yahoo.com

 0009-0002-6005-9488

رابطه توسعه رسانه‌های جمعی و نرخ طلاق در ایران در دوره ۱۳۷۶-۱۴۰۱: یک مطالعه سری زمانی

سیروس احمدی^۱، مریم مختاری^۲، حمید صداقت^۳، شهره گلخانی^۴

دریافت: ۱۴۰۳/۰۷/۰۸، پذیرش: ۱۴۰۳/۱۱/۲۳

DOI: 10.22034/rcc.2025.2042285.1167

چکیده

زمینه و هدف: طلاق به عنوان یک آسیب اجتماعی در ایران به سرعت در حال افزایش است. طلاق متأثر از گستره‌ای از عوامل فردی (سطح خرد) تا اجتماعی (سطح کلان) است. علی‌رغم اینکه تحقیقات زیادی در مورد طلاق انجام شده است اما به‌ندرت بر تأثیرات رسانه‌های جمعی در سطح کلان توجه شده است. هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی نرخ طلاق برحسب نقش رسانه‌های جمعی است.

روش: این پژوهش از نوع کمی طولی است که با استفاده از سری‌های زمانی به بررسی رابطه تغییرات رسانه‌های جمعی و نرخ طلاق در دوره ۱۳۷۶-۱۴۰۱ می‌پردازد. داده‌های مورد نیاز از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز آمار ایران، سازمان ثبت‌احوال، و بانک جهانی جمع‌آوری شده‌اند. جهت بررسی رابطه متغیرها، از الگوی خودرگرسیون با وقفه‌های توزیعی (ARDL) در نرم‌افزار مایکروفیت نسخه ۵ استفاده شده است.

یافته‌ها: بر اساس نتایج در دوره بلندمدت، تعداد فیلم‌های تولیدشده اثر منفی و معناداری بر میزان طلاق دارد و با افزایش فیلم‌های تولیدشده میزان طلاق کاهش یافته است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد ضریب نفوذ اینترنت و میزان اشتراک تلفن همراه، اثر مثبت و معناداری بر طلاق دارد اما تعداد سینما، رابطه معناداری با طلاق ندارد.

نتیجه‌گیری: با توجه به یافته‌ها، نتیجه‌گیری پژوهش حاضر این است که ضریب نفوذ اینترنت و اشتراک تلفن همراه باعث افزایش طلاق و تعداد فیلم‌ها باعث کاهش طلاق می‌شوند. ضمن اینکه تعداد سینما اثری بر طلاق ندارد.

کلیدواژه‌ها: رسانه‌های جمعی، طلاق، ایران، مطالعه طولی

۱. استاد گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران (نویسنده مسئول).

Email: sahmadi@yu.ac.ir

 0000-0002-4508-1395


۲. دانشیار بخش جامعه‌شناسی دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران.

Email: Email: mmokhtari@yu.ac.ir

 0000-0003-4312-7370

۳. دکتری بررسی مسائل اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران.

Email: hamidsdaghat40@yahoo.com

 0000-0002-0023-3942

۴. کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی، استان فارس.

Email: golkhani_sh58@yahoo.com

 0009-0002-6005-9488

مقدمه و بیان مسئله

طلاق به عنوان فرایند قانونی منحل کردن ازدواج، یکی از آسیب‌های اجتماعی مهم در سراسر جهان است (کندل، ۲۰۱۱) که نظام خانواده را از هم گسیخته می‌سازد. آنچه باعث می‌شود این آسیب اجتماعی، حائز اهمیت فراوان باشد، پیامدهای زیان‌بار آن بر افراد مطلقه به‌ویژه زنان، فرزندان، خانواده، و جامعه است. در نتیجه طلاق، زوجین، فرزندان، و خانواده‌ها دچار تنش‌تنش‌های اجتماعی و روانی می‌شوند و جامعه با ضعف همسازی اجتماعی مواجه می‌شود. شواهد و مستندات بیانگر آن هستند که نرخ طلاق در سراسر جهان به سرعت در حال افزایش است (تروینو و کالج، ۲۰۱۸؛ بارکان، ۲۰۲۱). در نتیجه شیوع طلاق، انواع جدیدی از خانواده‌ها مانند خانواده‌های «تک والدی» و خانواده‌های «ناتنی» به سرعت پدیدار گشته‌اند به گونه‌ای که هم‌اینک، بالغ بر ۳۰٪ کودکان آمریکایی در خانواده‌های «تک والدی» زندگی می‌کنند (بارکان، ۲۰۲۲) و حدود ۱۰٪ در خانواده‌های «ناتنی» به سر می‌برند (فرلی^۴ و همکاران، ۲۰۲۴). پدیده طلاق، در ایران نیز طی دهه‌های اخیر دستخوش تغییرات اساسی گردیده و نرخ آن به سرعت افزایش یافته است به نحوی که، در سال ۱۴۰۱ بالغ بر ۲۰۴۳۰۱ طلاق ثبت شده است که بالاترین میزان طلاق در تاریخ کشور بوده است (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۲). بدون تردید، تداوم این وضعیت، جامعه ایرانی را در سال‌های آتی با مشکلات پیچیده‌ای روبه‌رو خواهد ساخت.

طلاق، دلیل واحدی ندارد و متأثر از علل و عوامل متعددی است. جامعه‌شناسان در تبیین طلاق به گستره‌ای از عوامل فردی (سطح خرد) تا اجتماعی (سطح کلان) اشاره می‌کنند. ازدواج در سنین پایین (فنگ و همکاران، ۱۹۹۹)، سطح پایین تحصیلات (کریدر و فیلدز، ۲۰۰۱)، دوره کم آشنایی قبل از ازدواج (کندل، ۲۰۱۱)، طلاق والدین (براملت و موشر، ۲۰۰۲)، پایین بودن درآمد (آمانو، ۲۰۱۰)، نداشتن بچه (گیدنز و همکاران، ۲۰۱۸)، و کیفیت رابطه (شپرد و گرین، ۲۰۰۲) برخی از مهم‌ترین عوامل طلاق در سطح فردی هستند. یقیناً، عوامل فردی، به تنهایی نمی‌توانند طلاق را تبیین کنند، چراکه نرخ طلاق در بین گروه‌های مختلف اجتماعی در درون یک کشور یا ممالک مختلف در جهان، متفاوت است. بر همین مبنا، جامعه‌شناسان به علل اجتماعی متعددی در وقوع طلاق

اشاره می‌کنند. نگاه آسان‌گیرانه برخی مذاهب به طلاق (گلن و سوپانسیک^۱، ۱۹۸۴)، کم‌رنگ شدن «انگ» اجتماعی طلاق (لی^۲، ۱۹۸۲)، تغییر در قوانین در راستای آسان کردن طلاق (مارول^۳، ۱۹۸۹)، گسترش فردگرایی (اندرسون و تیلور^۴، ۲۰۱۶) و مشارکت گسترده زنان در نیروی کار و کسب استقلال اقتصادی (کلارک-استیوارت و برتتانو و تیلور^۵، ۲۰۰۶) برخی از این عوامل اجتماعی می‌باشند.

با توجه به نقش تعیین‌کننده فناوری در تغییرات اجتماعی (نولان و لئسکی^۶، ۲۰۱۴)، و گسترش شگفت‌انگیز فناوری‌های ارتباطی و ورود فراگیر آنها به زندگی اجتماعی مردم، برخی پژوهشگران به اثر رسانه‌های جمعی بر انحرافات اجتماعی (هریس و سانبرن^۷، ۲۰۱۴) توجه کرده‌اند. رسانه‌های جمعی نقش قدرتمندی در نمایش، توصیف، تبیین و حتی تبلیغ «طلاق» دارند. رسانه‌های جمعی می‌توانند با نمایش مستمر تصاویر فریبنده و خوشایند از آسیب‌های اجتماعی و اسطوره‌سازی، کنترل‌های درونی افراد را تضعیف کنند. هنگامی که رسانه‌های جمعی، آسیب‌های اجتماعی را به گونه‌ای نمایش دهند که فاعل آن فردی موفق است، نابهنجار بودن آسیب‌های اجتماعی کم‌رنگ می‌گردد (گربرنر^۸، ۲۰۰۲). رسانه‌های جمعی می‌توانند با ارائه تصویری آرمانی از یک زندگی مرفه، احساس محرومیت نسبی را تشدید و موجب وارد آمدن فشار بر زندگی زناشویی در جهت رسیدن به سطوح بالای موفقیت گردند (سیگل^۹، ۲۰۰۷).

بر همین مبنا، مطالعات متعددی در پیوند رسانه‌ها و طلاق شکل گرفته‌اند (والنزونلا^{۱۰} و همکاران، ۲۰۱۴؛ ویدیانتاری^{۱۱} و همکاران، ۲۰۱۸) اما این مطالعات معمولاً در سطح «خرد» و به صورت «مقطعی» بوده‌اند و به ندرت، پژوهشی در سطح کلان و با تمرکز بر توسعه کمی رسانه‌ها، به بررسی رابطه رسانه‌های جمعی و «طلاق» پرداخته است. با توجه به اینکه در ایران، از نرخ طلاق در چند دهه اخیر دچار تغییرات وسیعی گردیده و از سوی دیگر رشد و گسترش رسانه‌های جمعی نیز در همین مدت، فراز و فرودهای زیادی داشته‌اند، هدف پژوهش حاضر این است که با تمرکز بر سطح «کلان»، رابطه رشد و توسعه کمی رسانه‌های جمعی و نرخ طلاق را در ایران، در دوره ۱۳۷۶-۱۴۰۱ مورد تحلیل قرار دهد.

پیشینه پژوهش

احمدی و همکاران (۱۴۰۳) در پژوهشی به بررسی رابطه رسانه‌های جمعی و خودکشی در ایران به روش سری زمانی پرداختند. یافته‌های این پژوهش نشان داد، اشتراک تلفن همراه و تعداد فیلم‌های تولیدشده، رابطه منفی و معناداری با خودکشی دارند اما ضریب نفوذ اینترنت و تعداد سالن‌های سینما رابطه مثبت و معناداری با خودکشی نشان می‌دهند. خواجه‌نوری و نقشبندی (۱۴۰۱) در پژوهشی به مقایسه اجتماعی طلاق عاطفی و نقش رسانه‌ها در میان زنان متأهل شهر شیراز پرداخته‌اند. نتایج این مطالعه پیمایشی نشان داده است که رسانه‌های جمعی اعم از تلویزیون، ماهواره و شبکه‌های اجتماعی از عوامل تأثیرگذار بر رابطه مقایسه اجتماعی و طلاق عاطفی هستند. تقی‌آبادی و پویا (۱۴۰۰) در پژوهشی به نحوه پوشش اخبار ازدواج و طلاق در مطبوعات ایران پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش نشان داده است که بازتاب اندک اخبار طلاق مبین ارزش خبری نداشتن آن نزد مطبوعات و پروبلماتیک نبودن آن برای اداره‌کنندگان روزنامه‌ها است. نتایج این تحقیق نشان داده که در یک سال تنها ۱۲۴ خبر به ازدواج و طلاق اختصاص داده شده است، که نشان می‌دهد موضوعات دیگر در اولویت اداره‌کنندگان روزنامه‌ها است. دیهول و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی به روش سری زمانی به بررسی شاخص‌های توسعه و طلاق در ایران پرداختند. یافته‌های این پژوهش نشان داد، در دوره ۱۳۹۲-۱۳۶۰ شاخص‌های کلان کشور شامل باسوادی، اشتغال در بخش صنعت، امید زندگی، و دسترسی به زیرساخت‌های توسعه‌ای تأثیر معناداری بر نرخ طلاق در کشور داشته‌اند. اسکندری و درودی (۱۳۹۵) در پژوهشی به بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی و گرایش به طلاق پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که هرچه میزان وابستگی و استفاده از شبکه‌های اجتماعی بیشتر باشد، کیفیت روابط زن و شوهر به‌طور معناداری پایین‌تر است. این رابطه معکوس و معنادار در همه ابعاد عارضه‌های زناشویی شامل کاهش همکاری، کاهش رابطه جنسی، افزایش رابطه فردی با خویشاوندان خود، کاهش رابطه فردی با خویشاوندان همسر و دوستان، جدا کردن امور مالی از یکدیگر و کاهش ارتباطات مؤثر نیز وجود دارد. هال^{۲۲} و همکاران (۲۰۲۴) در پژوهشی در انگلستان به بررسی رابطه تعداد فیلم‌های دیزنی (آمریکایی) و نرخ

طلاق‌ها پرداختند. یافته‌های این پژوهش که در انگلستان در دوره زمانی ۲۰۱۲-۲۰۰۰ انجام شد نشان داد، با افزایش تعداد فیلم‌های دیزنی از نرخ طلاق‌ها کاسته شده است. کونلان^{۲۳} و همکاران (۲۰۲۳) در پژوهشی به بررسی تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر ازدواج در کشور غنا پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که وابستگی زیاد به رسانه‌های اجتماعی با پیامدهای جدی بر روابط عاشقانه مواجه بوده است. بنابراین، تعامل مکرر آنلاین، نظارت شریک زندگی، سوءظن، حسادت و بی‌اعتمادی بین زوج‌ها را افزایش داده است و بر سلامت روابط طولانی مدت تأثیر گذاشته است. پیرزاده و شیخ^{۲۴} (۲۰۲۲) در پژوهشی به بررسی رابطه اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی و رضایت از زندگی زناشویی پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش نشان داده است که بین رضایت زناشویی و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی همبستگی منفی وجود دارد و با افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی، رضایت از زندگی زناشویی کاهش می‌یابد. ویدیانتری و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی به تغییر الگوی طلاق در اندونزی و تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر آن پرداخته‌اند. نتایج این مطالعه نشان داد، ۱) رسانه‌های اجتماعی شجاعت زنان را برای بحث و گفت‌وگو و ابراز احساسات تشویق می‌کنند. ۲) موارد طلاق افشاشده در رسانه‌های اجتماعی انگیزه طلاق را تقویت می‌کند. ۳) طلاق و بیهوش شدن دیگر یک تابو نیست. ۴) استقلال اقتصادی زنان و خیانت اینترنتی یکی دیگر از عوامل آغازکننده طلاق است. والنزولا و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهشی به نقش شبکه‌های اجتماعی در کیفیت ازدواج و طلاق پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی نقش بسزایی در ارتباط منفی کیفیت ازدواج و خوشبختی و نقش مثبتی با تجربه روابط مشکل‌دار و فکر در مورد طلاق دارد. موکایی^{۲۵} (۲۰۰۴) در پژوهشی در ژاپن به بررسی رابطه نوسازی و طلاق در دوره ۲۰۰۲-۱۹۵۰ پرداختند. یافته‌های این پژوهش که به روش سری زمانی انجام شد نشان داد، توسعه اقتصادی در شاخص‌های کلان اثر مثبت و معناداری بر نرخ طلاق دارد.

تحلیل و ارزیابی تحقیقات پیشین بیانگر این است که اولاً، تحقیقات معدودی در ایران به بررسی نقش رسانه‌های جمعی در بروز طلاق پرداخته‌اند. ثانیاً، تحقیقات پیشین عمدتاً به صورت مقطعی انجام شده‌اند و نتوانسته‌اند تصویری از خودکشی در یک دوره زمانی برحسب متغیر

متعددی ارائه شده‌اند که می‌توان به شرح ذیل بیان نمود.

۱. رسانه‌های جمعی مانند فیلم و سینما یک فعالیت «مردم‌پسند» و «محبوب» به شمار می‌روند که قادرند فرار از زندگی روزمره، و اجتناب از «تنهایی» را پدید آورند. به اعتقاد هانسن^{۳۷} (۲۰۱۸) فیلم و سینما برای جوانان، یک «باتوق» ملاقات عاشقانه است که می‌تواند پیوندهای عاطفی را تقویت و از این طریق به کاهش نرخ طلاق منجر شوند. ۲. در نقطه مقابل فیلم و سینما، رسانه‌های جمعی نوین، دارای این خصلت اساسی‌اند که تعاملات اجتماعی را کاهش می‌دهند. بدون تردید، افراد در تمام دنیا، وقتشان را بیش از هر فعالیت دیگری به گذراندن با رسانه‌های جمعی به‌ویژه چیز دیگری یا هرکس دیگری، به نگاه کردن به صفحه موبایل می‌گذرانند. محققان، اتفاق نظر دارند که نقطه آغازین طلاق، تباهی روابط بین زوجین است که رسانه‌های جمعی نقش مهمی در وقوع آن دارند (کلارک-استیوارت و برتانو و تیلور، ۲۰۰۶). ۳. رسانه‌های جمعی نوین، مردم را قادر می‌سازند با یکدیگر در کشورها و فرهنگ‌های مختلف جهان، ارتباط برقرار نمایند. این امر باعث می‌شود، زوجین، آزادانه در پی علایق شخصی خویش باشند که می‌تواند پیوندهای عاطفی را از هم بگسلاند و به طلاق عاطفی و سپس طلاق واقعی منجر شود (ژانگ^{۳۸} و همکاران، ۲۰۱۸؛ ویدیاتری^{۳۹} و همکاران، ۲۰۱۸). ۴. رسانه‌های جمعی نوین، به دلیل ماهیتشان، مخاطبان را مستعد فردگرایی، استقلال، آزادی، و ازدواج بر مبنای عشق می‌کنند که همه اینها در نهایت، نگرش به طلاق را مثبت‌تر می‌کنند (چانگ و فررا^{۴۰}، ۲۰۰۹). به همین دلیل، امروزه «انگ» طلاق کم‌رنگ شده (ماشونیس، ۲۰۱۷) و نگرش‌های منفی به طلاق تنزل یافته است (سولیوان^{۴۱}، ۲۰۱۵؛ ویدیاتری، ۲۰۱۸). ۵. رسانه‌های جمعی، باعث مقایسه روابط زوجین با روابط دیگران می‌شوند. زوج‌ها، خود، همسر و روابطشان را با روابط عاشقانه و شرایط زندگی آرمانی که در رسانه‌های جمعی نشان داده می‌شود، مقایسه می‌کنند و این مقایسه با روابط زوجینی که زندگی با کیفیت بالاتری دارند، بر کاهش ثبات و دوام روابط، اثر می‌گذارد (اسمیت^{۴۲}، ۲۰۰۰). ۶. هرچه، افراد بیشتر در معرض سناریوهای طلاق در رسانه‌ها قرار بگیرند، بیشتر به آنها القا می‌شود که طلاق یک عمل عادی است (برین^{۴۳}، ۲۰۱۰). و به عبارت دیگر، راه‌حل است، و نه یک انحراف اجتماعی (ماشونیس، ۲۰۱۷).

رسانه‌های جمعی ارائه نمایند. این امر در پژوهش حاضر محقق می‌شود و طی آن رابطه بین رشد و گسترش رسانه‌های جمعی و خودکشی در ایران در دوره ۱۳۷۶-۱۴۰۱ مورد بررسی قرار می‌گیرد.

ادبیات پژوهش

رسانه‌های جمعی و طلاق

رسانه‌های جمعی، «ابزارهای فناورانه» هستند که ارتباط جمعی به واسطه‌های آنها و از طریق آنها رخ می‌دهد. کتاب، روزنامه، سینما، رادیو، تلویزیون، اینترنت، و شبکه‌های اجتماعی، برخی از مهم‌ترین انواع رسانه‌های جمعی هستند که از انقلاب صنعتی به این‌سو، ظهور و بروز یافته‌اند. رسانه‌های جمعی به دلیل نفوذ گسترده در زندگی مردم دارای کارکردهای متعددی در حوزه‌های مختلف هستند. به لحاظ اجتماعی، باعث اجتماعی شدن (ماشونیس^{۴۴}، ۲۰۱۷) و تقویت هنجارهای اجتماعی (شفر^{۴۵}، ۲۰۲۰) می‌شوند. به لحاظ اقتصادی، باعث توسعه انسانی می‌شوند (نوریس^{۴۶}، ۲۰۰۴) و مصرف را ترویج می‌کنند (شفر، ۲۰۲۰). به لحاظ فرهنگی، نقش مهمی در فراغت و سرگرمی توده‌ها دارند (ویویان^{۴۷}، ۲۰۱۳) و باعث کسب اطلاعات و اخبار می‌شوند (نوریس، ۲۰۰۴). به لحاظ سیاسی، باعث تقویت دموکراسی می‌گردند (مولر^{۴۸}، ۲۰۱۴) و حکمرانی خوب را تعمیق می‌بخشند (نوریس، ۲۰۰۴). از سوی دیگر رسانه‌های جمعی به دلیل استقبال گسترده مردم، مستعد اثرگذاری بر جنبه‌های مختلف روانی و اجتماعی هستند. درحالی‌که برخی معتقدند، رسانه‌های جمعی دارای اثرات قدرتمند بر زندگی مردم هستند، برخی بر این اعتقادند که اثرات رسانه‌های جمعی به صورت گزینشی و محدود است (دفلور و دنیس، ۱۳۸۷). تا اواسط قرن بیستم، نظریه‌های گلوله جادویی^{۴۹} و تزریقی^{۵۰} این تصور را به ذهن متبادر می‌ساختند که ارتباطات جمعی دارای تأثیرات بسیار قوی است. با ظهور نظریه‌های تأثیر محدود^{۵۱} و استحکام^{۵۲}، این ذهنیت پدید آمد که در باب اثرات رسانه‌های جمعی، اغراق شده است. اما با پیدایش نظریه‌های کاشت^{۵۳} و برجسته‌سازی^{۵۴}، در دوران معاصر، مجدداً ایده پر قدرت بودن رسانه‌های جمعی مطرح شده است (دفلور و دنیس، ۱۳۸۷؛ ساروخانی، ۱۳۷۴؛ دادگران، ۱۳۷۸).

در تبیین رابطه رسانه‌های جمعی و طلاق، مباحث نظری

همچنین، رسانه‌های جمعی امکان می‌دهند زوجین با گستره‌ای از افراد در فضای رسانه‌ای مرتبط و آزادانه به دنبال علایق شخصی باشند. و علاوه بر همه اینها، رسانه‌های جمعی به صورت گسترده، طلاق را نمایش می‌دهند. اما هانسن (۲۰۱۸) در تحلیل رسانه‌های جمعی، فیلم و سینما را فعالیت‌های «محبوب» و «مردم‌پسند» معرفی می‌کند که به دلیل خصلت ساختاری‌شان، تعامل اجتماعی را افزایش و تنهایی را تقلیل می‌دهند. بر همین مبنا، فیلم و سینما با تقویت پیوندهای عاطفی، قادر هستند زمینه‌های وقوع طلاق را کاهش دهند. اما با استناد به تحلیل‌های ژانگ و همکاران (۲۰۱۸)، رسانه‌های جمعی نوین مانند اینترنت و تلفن همراه، اساساً رسانه‌هایی فردگرایانه هستند که تعاملات اجتماعی را کاهش می‌دهند و از این طریق، زمینه‌های وقوع طلاق را افزایش می‌دهند. سازوکار هر دو رویکرد در این امر نهفته است که نقطه آغازین طلاق، آسیب دیدن روابط و تعاملات بین زوجین است (کلارک-استیوارت و برنتانو و تیلور، ۲۰۰۶). درحالی‌که، رسانه‌های جمعی فیلم و سینما، امکان تعاملات اجتماعی را افزایش می‌دهند، رسانه‌های نوین تلفن همراه و اینترنت، تعاملات زوجین را کاهش می‌دهند.

فرضیه‌های تحقیق

- انتظار می‌رود بین تعداد سینما و نرخ طلاق در ایران در دوره ۱۴۰۱-۱۳۷۶ رابطه منفی وجود داشته باشد.
- انتظار می‌رود بین تعداد فیلم‌های تولیدشده و نرخ طلاق در ایران در دوره ۱۴۰۱-۱۳۷۶ رابطه منفی وجود داشته باشد.
- انتظار می‌رود بین تعداد اشتراک تلفن همراه و نرخ طلاق در ایران در دوره ۱۴۰۱-۱۳۷۶ رابطه مثبت وجود داشته باشد.
- انتظار می‌رود بین ضریب نفوذ اینترنت و نرخ طلاق در ایران در دوره ۱۴۰۱-۱۳۷۶ رابطه مثبت وجود داشته باشد.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نوع کمی است که به روش «سری‌های زمانی»^{۴۵} انجام می‌شود. «سری زمانی» مجموعه‌ای از داده‌های آماری است که در فواصل زمانی مساوی جمع‌آوری شده‌اند. هدف اصلی در تحلیل «سری زمانی»، ایجاد یک مدل آماری برای داده‌های وابسته به زمان

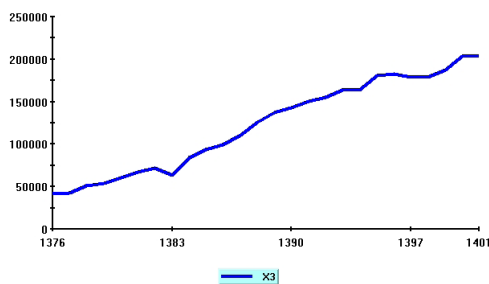
۷. رسانه‌های جمعی همان‌طور که در تمام جنبه‌های زندگی نفوذ کرده‌اند، به «دادگاه‌ها» نیز راه یافته‌اند و به عنوان «شواهد» در روند طلاق، مورد استفاده قرار می‌گیرند. «پست»ها، «پیام»ها، «عکس»ها و «نظرات» می‌توانند به عنوان مدرک عمل کنند و بینش‌هایی را در مورد رفتار، وضعیت مالی، و حتی توانایی والدینی همسر ارائه دهند و از این رهگذر بر فرایند طلاق تأثیر بگذارند (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۸). تا همین اواخر، شکل غالب خانواده در جوامع مختلف، «خانواده گسترده» بود که مشتمل بر یک شبکه وسیع روابط اجتماعی بود که با حمایت اجتماعی از اعضاء، آنها را در برابر آسیب‌های اجتماعی همچون «طلاق» محافظت می‌کرد. گسترش بی‌سابقه «خانواده هسته‌ای» باعث شده است آن شبکه روابط اجتماعی محدود شود و افراد بیش‌ازپیش مستعد انحرافات اجتماعی از جمله طلاق شوند. رسانه‌های جمعی نقش بسیار پررنگی در این تحول ساختار خانواده داشته‌اند و بر همین مبنا، به گسترش «طلاق» کمک کرده‌اند (مریت ۴۴، ۲۰۱۳).

بر همین مبنا، مروری بر مبحث نظری بیانگر این است که رسانه‌های جمعی می‌توانند بر نرخ طلاق تأثیر بگذارند. درحالی‌که برخی رسانه‌ها مانند فیلم و سینما از طریق گسترش پیوندهای عاطفی، احتمال طلاق را کاهش دهند اما رسانه‌های نوین مانند اینترنت و تلفن همراه به دلیل گسترش فردگرایی و استقلال‌طلبی، شانس طلاق را افزایش دهند. اگرچه، بخش زیادی از مطالعات تجربی و نظری مربوط به طلاق، به صورت مقطعی و با تمرکز بر سطوح خرد بوده‌اند اما می‌توان این فرض را نیز مطرح کرد که با تغییرات در رسانه‌های جمعی در طی زمان، نرخ آسیب‌های اجتماعی همچون طلاق نیز تحت تأثیر قرار گیرد.

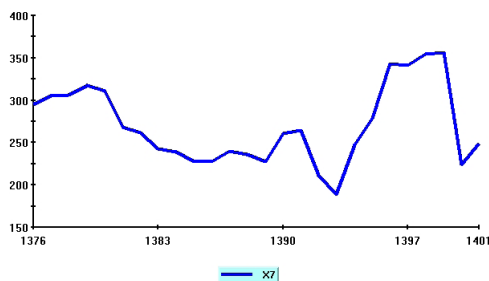
چارچوب مفهومی

با استناد به مبانی نظری مطرح‌شده، پیوند نزدیکی بین توسعه کمی رسانه‌های جمعی و طلاق قابل ترسیم است اگرچه، نوع آن و جهت آن متفاوت است. به اعتقاد چانگ و فررا (۲۰۰۹) رسانه‌های جمعی از هر نوع که باشند، نگرش به طلاق را مثبت‌تر و هموارتر می‌کنند و انگ طلاق را کم‌رنگ‌تر می‌سازند. سازوکار آن احتمالاً این است که رسانه‌های جمعی گونه‌ای شرایط زندگی آرمانی را به تصویر می‌کشند که لزوماً با زندگی واقعی زوجین انطباق ندارد.

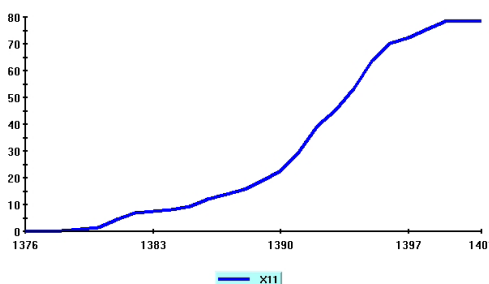
به بالاترین تعداد خود در سال ۱۳۹۹ می‌رسد و پس از آن با کاهشی شدید به تعداد ۲۵۰ سینما در سال ۱۴۰۱ می‌رسد. «نمودار ۳» درصد افرادی که از اینترنت استفاده می‌کنند را به نمایش گذاشته است. بر اساس نمودار، درصد افرادی که از اینترنت استفاده می‌کنند همواره دارای روند ملموس افزایشی بوده است. «نمودار ۴» اشتراک تلفن همراه تا اوایل دهه ۸۰ بسیار پایین بوده است. در اواسط دهه ۸۰ تعداد اشتراک تلفن همراه رالی صعودی خود را با سرعت آغاز کرده و در پایان سال ۱۴۰۱ به بالاترین میزان خود در دوره مورد بررسی می‌رسد. «نمودار ۵» تعداد فیلم‌های تولیدشده را در



نمودار ۱. تعداد طلاق در دوره ۱۳۷۶-۱۴۰۱.



نمودار ۲. تعداد سینماهای موجود در ایران در دوره ۱۳۷۶-۱۴۰۱.



نمودار ۳. درصد افراد استفاده‌کننده از اینترنت در ایران در دوره ۱۳۷۶-۱۴۰۱.

بر اساس اطلاعات گذشته آن پدیده است. در پژوهش حاضر رابطه بین رسانه‌های جمعی (تعداد سینما، تعداد فیلم‌های تولیدشده، تعداد اشتراک تلفن همراه، و ضریب نفوذ اینترنت) و نرخ طلاق در ایران در دوره ۱۳۷۶-۱۴۰۱ مورد بررسی قرار گرفته است. داده‌ها در خصوص تعداد «سینما» و تعداد «فیلم»‌های تولیدشده در ایران در بازه زمانی ۱۳۷۶-۱۴۰۱ از «وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی»، و داده‌ها در مورد تعداد اشتراک «تلفن همراه» و «ضریب نفوذ اینترنت» در ایران در دوره ۱۳۷۶-۱۴۰۱ از «مرکز آمار ایران» و «بانک جهانی»، جمع‌آوری شده‌اند. جهت توصیف داده‌های جمع‌آوری‌شده، از نمودارهای زمانی و جهت بررسی رابطه «کوتاه‌مدت» و «بلندمدت» بین متغیرهای تحقیق، از الگوی خودرگرسیون با وقفه‌های توزیعی^{۴۶} با افزار مایکروفیت^{۴۷} نسخه ۵ استفاده شده است. این روش توسط (پسران و شین^{۴۸}، ۱۹۹۹) به منظور بررسی رابطه هم‌جمعی و بلندمدت بین متغیرها ارائه شده است. به‌طور طبیعی، در مطالعات طولی، اثر متغیرهای مستقل با تأخیر همراه هستند. مدل (ARDL) این امکان را می‌دهد که اثر تأخیری اندازه‌گیری شود و طی آن، متغیر وابسته (نرخ طلاق) برحسب وقفه‌های خود، و نیز متغیرهای مستقل، اندازه‌گیری شود. با توجه به اینکه، پژوهش حاضر نه از نوع رفتاری بلکه مبتنی بر داده‌های موجود است، اعتبار تحقیق به این است که اطلاعات مورد نیاز از منابع معتبر تهیه گردند که این امر در پژوهش حاضر با مراجعه به مراجع سه‌گانه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز آمار ایران، و بانک جهانی اتفاق افتاده است. به‌علاوه، در این‌گونه تحقیقات، «پایایی» چندان مطرح نیست چون انجام مجدد، به نتایج مشابهی منجر می‌شود.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی

بر اساس نمودار ۱، میزان طلاق در سال ۱۳۷۶ نزدیک به ۵۰ هزار نفر بوده است که با یک روند افزایشی و صعودی در سال ۱۴۰۱ به ۲۰۴ هزار نفر می‌رسد. «نمودار ۲» تعداد سینماهای موجود در سطح کشور را نمایش می‌دهد. همچنان که پیداست، تعداد سینماهای کشور در سال ۱۳۷۶ برابر با ۳۰۰ سینما است که با روندی کاهشی به پایین‌ترین حد خود در اواسط دهه ۱۳۹۰ می‌رسد و پس از آن با روندی افزایشی

جدول ۱. رابطه کوتاه‌مدت رسانه‌های جمعی و طلاق در دوره ۱۳۷۶-۱۴۰۱.

متغیر (وقفه)	ضریب	خطای معیار	نسبت T	سطح معناداری
نرخ طلاق (-۱)	-۱/۴۳۲۱	۰/۳۳۳۹۳	-۴/۲۸۸۶	۰/۰۱۳
نرخ طلاق (-۲)	۰/۲۴۱۰۶	۰/۱۴۳۰۱	۱/۶۸۵۶	۰/۱۶۷
تعداد فیلم‌ها (-۱)	-۰/۱۲۶۳۸	۰/۰۸۶۷۲۵	-۱/۴۵۷۲	۰/۲۱۹
تعداد فیلم‌ها (-۲)	-۰/۱۳۶۷۲	۰/۰۶۶۱۱۶	-۲/۰۶۸۰	۰/۱۰۷
تعداد فیلم‌ها (-۳)	-۰/۲۴۸۳۸	۰/۱۰۵۳۸	-۴/۴۴۴۷	۰/۰۱۱
تعداد فیلم‌ها (-۳)	-۰/۲۴۸۵۷	۰/۱۰۴۳۹	-۲/۳۸۱۱	۰/۰۷۶
تعداد سینماها (-۱)	-۰/۰۱۵۰۱۳	۰/۱۳۷۵۲	-۰/۱۰۹۱۷	۰/۹۱۸
تعداد سینماها (-۲)	۰/۴۷۶۵۹	۰/۲۰۲۰۰	۲/۳۵۹۴	۰/۰۷۸
تعداد سینماها (-۳)	-۰/۳۹۶۵۲	۰/۱۲۹۱۸	-۳/۰۶۹۶	۰/۰۳۷
اشتراک تلفن همراه	۰/۳۳۸۲۸	۰/۰۷۴۹۲۶	۴/۵۱۴۸	۰/۰۱۱
اشتراک تلفن همراه (-۱)	-۰/۲۰۳۶۱	۰/۰۶۴۳۰۵	-۳/۱۶۶۲	۰/۰۳۴
اشتراک تلفن همراه (-۲)	۰/۱۰۹۸۳	۰/۰۵۰۰۰۴	۲/۱۹۶۵	۰/۰۹۳
اشتراک تلفن همراه (-۳)	۰/۲۸۰۶۰	۰/۰۷۷۶۷۹	۳/۶۱۲۳	۰/۰۲۳
ضریب نفوذ اینترنت	۰/۶۱۳۳۶	۰/۱۲۴۷۳	۴/۹۱۷۴	۰/۰۰۸
ضریب نفوذ اینترنت (-۱)	-۰/۱۶۹۵۲	۰/۰۷۳۳۹۱	-۲/۳۰۹۸	۰/۰۸۲
ضریب نفوذ اینترنت (-۲)	-۰/۰۸۳۳۶۳	۰/۰۶۱۱۰۱	-۱/۳۶۴۳	۰/۲۴۴
ضریب نفوذ اینترنت (-۳)	-۰/۱۳۸۷۰	۰/۰۶۳۲۰۸	-۲/۱۹۴۳	۰/۰۹۳
ضریب ثابت	۱۹/۳۱۲۲	۳/۴۶۹۳	۵/۵۶۶۶	۰/۰۰۵

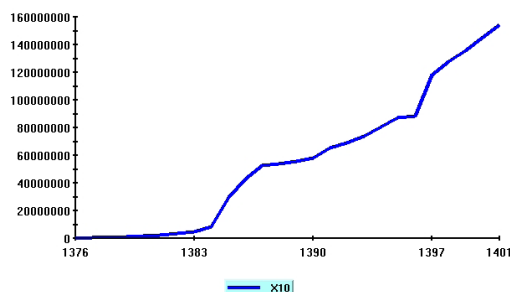
معناداری بر میزان طلاق دارد و با افزایش فیلم‌های تولید شده

سال‌های مورد بررسی نشان می‌دهد. همچنان که پیداست تولید فیلم در سطح کشور همواره دارای روند سینوسی بوده است که در اواخر دوره مورد بررسی به دلیل شیوع بیماری کرونا افت محسوسی را تجربه کرده است.

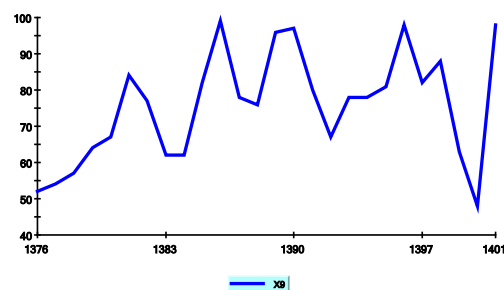
یافته‌های تحلیلی

جهت بررسی رابطه رسانه‌های جمعی و طلاق در ایران در دوره ۱۳۷۶-۱۴۰۱ ابتدا رابطه کوتاه‌مدت با حداکثر وقفه ۳ ساله از طریق الگوی خودرگرسیون با وقفه‌های توزیعی و با استفاده از معیار شوارز بیژن^{۴۹} و نمرات لگاریتمی، تخمین زده شد که نتایج در قالب «جدول ۱» ارائه شده‌اند. بر اساس داده‌های جدول، تعداد فیلم‌های تولید شده با وقفه دوساله، تعداد سینماها با وقفه سه‌ساله، اشتراک تلفن همراه بدون وقفه، با وقفه یک و سه‌ساله، درصد افراد استفاده‌کننده از اینترنت بدون وقفه، بر تعداد طلاق‌ها تأثیر معنادار دارند.

در ادامه، رابطه بلندمدت بین رسانه‌های جمعی و طلاق در ایران برآورد گردید که نتایج در «جدول ۲» ارائه شده‌اند. بر اساس نتایج، تعداد فیلم‌های تولید شده، اثر منفی و



نمودار ۴. اشتراک تلفن همراه در ایران در دوره ۱۳۷۶-۱۴۰۱.



نمودار ۵. تعداد فیلم‌های تولید شده در ایران در دوره ۱۳۷۶-۱۴۰۱.

با توجه به اینکه، آماره آزمون بین محدوده‌های ۰.۹۵٪ پایین (۳/۶) و ۰.۹۵٪ بالا (۵/۱) نیست و بالاتر از باند بالایی قرار دارد، نتایج آزمون قطعی است و فرض صفر رد می‌شود، و وجود رابطه بلندمدت بین رسانه‌های جمعی و طلاق تأیید می‌شود. در نهایت، با توجه به آزمون CUSUM^{۵۲} که در قالب «نمودار ۶» ارائه شده و نیز آزمون CUSUMSQ که در قالب «نمودار ۷» نمایش داده شده است، ضرایب تخمین‌های رگرسیون از ثبات برخوردار است چراکه مسیر حرکت متغیر میزان طلاق‌ها بین دو باند قرار دارد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

طلاق به عنوان یک آسیب اجتماعی، به طور گسترده در جوامع مختلف جهان در حال شیوع است. در ایران نیز نرخ طلاق به گونه بی‌سابقه‌ای افزایش یافته است (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۲). طلاق هرچند به ظاهر امری درون خانوادگی و خصوصی و ناشی از مسائل و مشکلات بین فردی است، اما ریشه عمیق در ساختار کلان اجتماعی دارد. اگرچه، تحقیقات زیادی در مورد طلاق و دلایل آن انجام شده‌اند اما تحقیقات معدودی به اثر رسانه‌های جمعی در سطح کلان و در دوره‌های بلندمدت پرداخته‌اند. بر همین مبنا، پژوهش حاضر به بررسی تغییرات رسانه‌های جمعی و نرخ طلاق در ایران در دوره ۱۴۰۱-۱۳۷۶ پرداخته است که یافته‌های حاصل از آن، به شرح ذیل می‌باشند.

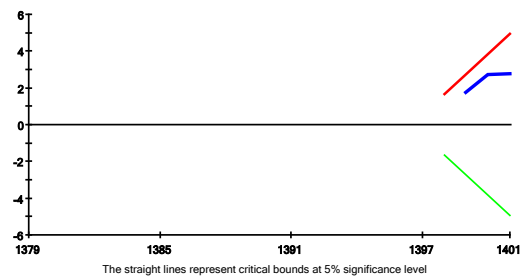
بر اساس یافته‌های تحقیق، رابطه منفی و معناداری بین تعداد فیلم‌های تولیدشده و طلاق وجود دارد. به لحاظ نظری، رابطه منفی بین فیلم‌های تولیدشده، و تعداد طلاق را می‌توان در موارد ذیل جست‌وجو کرد: ۱. افزایش سرگرمی و تفریح: فیلم‌ها می‌توانند منبع سرگرمی و تفریح برای زوج‌ها باشند؛ ۲. آموزش و اطلاع‌رسانی: فیلم‌ها می‌توانند به زوج‌ها در مورد مسائل مربوط به ازدواج و خانواده آموزش و اطلاع‌رسانی کنند. این امر می‌تواند به آنها کمک کند تا مهارت‌های حل مسئله و ارتباطی خود را ارتقا دهند و از بروز مشکلات در زندگی مشترک خود پیشگیری کنند؛ ۳. رواج ارزش‌های مثبت: فیلم‌ها می‌توانند ارزش‌های مثبت مانند عشق، احترام و تعهد را ترویج کنند. این امر می‌تواند به زوج‌ها کمک کند تا روابط خود را بر اساس این ارزش‌ها بنا کنند و تقویت کنند؛ ۴. ایجاد انسجام اجتماعی. فیلم می‌تواند باعث به هم پیوستگی افراد و به ویژه زوجین شود.

میزان طلاق کاهش یافته است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که تعداد درصد افراد استفاده‌کننده از اینترنت و میزان اشتراک تلفن همراه، اثر مثبت و معناداری بر طلاق داشته است. و بالاخره، تعداد سینما رابطه معناداری با طلاق ندارد.

جدول ۲. رابطه بلندمدت رسانه‌های جمعی و طلاق در دوره ۱۳۷۶-۱۴۰۱.

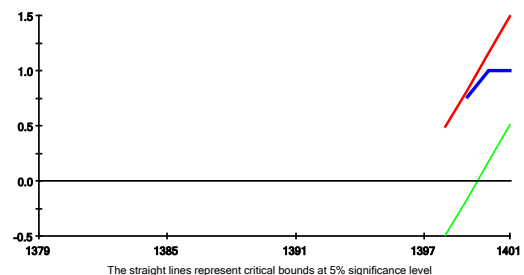
متغیر	ضریب	خطای معیار	نسبت T	سطح معناداری
تعداد فیلم‌ها	-۰/۴۴۷۳۰	۰/۰۵۷۵۲۴	-۷/۷۷۵۹	۰/۰۰۱
تعداد سینماها	۰/۰۶۶۷۰۰	۰/۰۳۰۸۸۲	۲/۱۵۹۹	۰/۰۹۷
اشتراک تلفن همراه	۰/۲۳۹۶۶	۰/۰۰۸۸۷۱۷	۲۷/۰۱۴۲	۰/۰۰۰
ضریب نفوذ اینترنت	۰/۱۰۱۲۲	۰/۰۰۹۵۳۳۵	۱۰/۶۱۷۴	۰/۰۰۰
مقدار ثابت	۸/۸۱۴۲	۰/۴۲۰۵۶	۲۰/۹۵۸۳	۰/۰۰۰

Plot of Cumulative Sum of Recursive Residuals



نمودار ۶. نمودار CUSUM جهت برآورد ثبات مدل.

Plot of Cumulative Sum of Squares of Recursive Residuals



نمودار ۷. نمودار CUSUMSQ جهت برآورد ثبات مدل.

بر اساس یافته‌های تحقیق، در دوره بلندمدت، رابطه مثبت و معناداری بین درصد افراد استفاده‌کننده از اینترنت با تعداد طلاق وجود دارد. به لحاظ نظری، عوامل متعددی می‌توانند در این رابطه نقش داشته باشند: ۱. با استناد به مبانی نظری پژوهش، رسانه جمعی اینترنت و البته شبکه‌های اجتماعی به دلیل ماهیت فردگرایانه (کلارک-استیوارت و برنتانو و تیلور، ۲۰۰۶)، استقلال طلبانه (چانگ و فررا، ۲۰۰۹) امکان افزایش ارتباط با دیگران در کشورها و فرهنگ‌های مختلف، می‌توانند باعث شوند زوجین آزادانه در پی علایق شخصی باشند. این امر می‌تواند روابط عاطفی زوجین را مخدوش و منجر به طلاق عاطفی و در نهایت، طلاق واقعی شود (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۸)؛ ویدیانتری و همکاران، ۲۰۱۸)؛ ۲. اعتماد به اینترنت: استفاده بیش از حد از اینترنت می‌تواند به اختلال در روابط، کاهش صمیمیت و ایجاد تنش در زوجین منجر شود؛ ۳. خیانت اینترنتی: فراهم شدن فضای مجازی، ارتباطات نامناسب و خیانت را آسان‌تر کرده است؛ ۴. شبکه‌های اجتماعی: مقایسه زندگی خود با تصاویر ایدئال در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند احساس نارضایتی و کاهش اعتمادبه‌نفس را در افراد ایجاد کند؛ ۵. ارتباطات آنلاین: ارتباطات آنلاین با افراد دیگر می‌تواند حسادت و سوءظن را در زوجین برانگیزد؛ ۶. مسائل مربوط به حریم خصوصی: فعالیت‌های آنلاین می‌تواند حسادت و سوءظن را در زوجین ایجاد کنند؛ ۷. سایت‌های دوست‌یابی: این سایت‌ها می‌توانند زمینه خیانت و روابط نامشروع را فراهم کنند. به لحاظ تجربی، اما یافته این پژوهش با نتایج پژوهش لطیفیان و همکاران (۱۳۹۵) که نتایج مشابهی را ارائه کرده‌اند، منطبق است.

پیشنهاد‌های راهبردی

بر اساس یافته‌های تحقیق در دوره بلندمدت، رابطه منفی و معناداری بین تعداد فیلم‌های تولیدشده و طلاق وجود دارد. این امر به این معناست که با افزایش تولید فیلم در دوره مورد ۱۴۰۱-۱۳۷۶ از نرخ طلاق‌ها کاسته شده است. پیشنهاد راهبردی، گسترش صنعت تولید فیلم است. اگرچه، در مقایسه با کشورهای تولیدکننده عمده در این حوزه مانند آمریکا و هند، صنعت فیلم‌سازی در ایران محدودتر است اما ایران همچنان یکی از کشورهای عمده در تولید فیلم است و ایرانیان هنوز استقبال مناسبی از فیلم و سینما

زیرا اولاً، این امکان را فراهم می‌آورد که زوجین با هم برای تماشای فیلم به سینما بروند. جایی که احتمالاً نخستین ملاقات‌های عاشقانه خود را از آنجا آغاز کرده‌اند. ثانیاً، فیلم‌ها می‌توانند باعث شوند زوجین ساعاتی از زندگی‌شان را با هم به تماشای آنها بپردازند. در هر دو حالت، فیلم می‌تواند باعث پیوندهای عاطفی زوجین گردد و از شکنندگی روابط که گام نخستین در بروز و ظهور طلاق است، پیشگیری کند. این یافته پژوهش به لحاظ تجربی با نتایج پژوهش هال^{۵۳} و همکاران (۲۰۲۴) که نشان می‌دهند در انگلستان در دوره زمانی ۲۰۱۲-۲۰۰۰ با افزایش تعداد فیلم‌های دیزنی (آمریکایی) نرخ طلاق‌ها کاهش یافته است، منطبق است و آن را تأیید می‌کند.

بر اساس یافته‌های تحقیق، رابطه مثبت و معناداری بین اشتراک تلفن همراه با تعداد طلاق وجود دارد. به لحاظ نظری، رابطه مثبت بین اشتراک تلفن همراه، و تعداد طلاق را می‌توان در موارد ذیل جست‌وجو کرد: ۱. همچنان که در مبانی نظری مطرح شد، رسانه جمعی تلفن همراه ماهیت فردگرایانه (کلارک-استیوارت و برنتانو و تیلور، ۲۰۰۶) و استقلال طلبانه (چانگ و فررا، ۲۰۰۹) دارد که می‌تواند پیوندهای عاطفی بین زوجین را از گسلانده و به طلاق عاطفی و سپس، طلاق واقعی منجر شود (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۸)؛ ویدیانتری و همکاران، ۲۰۱۸)؛ ۲. افزایش سوءظن و حسادت: دسترسی آسان به اطلاعات و تماس‌های همسر از طریق تلفن همراه، می‌تواند زمینه را برای سوءظن و حسادت فراهم کند؛ ۳. کاهش تعاملات رودررو: استفاده بیش از حد از تلفن همراه و اینترنت، می‌تواند منجر به کاهش تعاملات رودررو و گفت‌وگوی صمیمانه بین زوجین شود؛ ۴. خیانت و روابط نامشروع: دسترسی آسان به شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های آنلاین، می‌تواند زمینه را برای خیانت و روابط نامشروع فراهم کند؛ ۵. اعتماد: اعتماد به تلفن همراه می‌تواند به انزوای، افسردگی و اضطراب منجر شود که همگی از عوامل زمینه‌ساز طلاق هستند؛ ۶. اختلاف نظر در مورد استفاده از تلفن همراه: اختلاف نظر در مورد نحوه استفاده از تلفن همراه، مانند زمان و میزان استفاده، می‌تواند منجر به بحث و درگیری در روابط زوجین شود. اما به لحاظ تجربی، یافته این پژوهش با نتایج پژوهش رضایی و همکاران (۱۳۹۹) و احمدی (۲۰۲۲) که به نتایج مشابهی رسیده‌اند، همسو است.

است: ۱. آگاه‌سازی مردم نسبت به مزایا و معایب کاربرد تلفن همراه؛ ۲. آموزش مردم در نحوه کاربری تلفن همراه با حفظ کرامت انسانی؛ ۳. انجام پژوهش‌های مستند علمی در سازوکار یافته‌های پژوهش حاضر و تبیین آن. بر اساس یافته‌های تحقیق، در دوره بلندمدت، رابطه مثبت و معناداری بین درصد افراد استفاده‌کننده از اینترنت با تعداد طلاق وجود دارد. پیشنهاد راهبردی در این زمینه، آگاهی‌بخشی نسبت به پیامدهای منفی کاربرد اینترنت به‌ویژه به زوجین است. در این خصوص، می‌توان راهکارهای ذیل را مطرح نمود: ۱. آموزش ارتباطات شفاف به زوجین به‌گونه‌ای که آنها در مورد فعالیت‌های آنلاین، تشریک مساعی کنند و برای استفاده از اینترنت دارای قواعد و انتظارات روشن از یکدیگر باشند؛ ۲. آموزش مدیریت زمان و تعیین محدودیت زمانی برای استفاده از اینترنت؛ ۳. تشکیل و پیوستن به گروه‌های حمایتی آنلاین.

دارند و بر همین مبنا، گسترش این صنعت، باید مطمح نظر باشد. جهت تحقق این راهبرد، برخی راهکارهای ذیل پیشنهاد می‌گردند: ۱. حمایت مالی از تولیدکنندگان صنعت فیلم‌سازی به‌ویژه از طریق تسهیلات بانکی؛ ۲. آموزش و ارتقای مهارت‌های تولیدکنندگان فیلم از طریق برگزاری دوره‌های آموزشی تخصصی؛ ۳. تعمیم صنعت فیلم‌سازی به خارج از پایتخت و ایجاد زمینه‌های آن در دانشگاه‌های شهرستان‌ها؛ ۴. گسترش جشنواره‌ها و نهادهای سینمایی مانند جشنواره فیلم فجر؛ ۵. سیاست‌گذاری در جهت پیوند صنعت فیلم‌سازی با نیازهای کشور به‌ویژه در حوزه آسیب‌ها و مسائل اجتماعی.

بر اساس یافته‌های تحقیق، در دوره بلندمدت، رابطه مثبت و معناداری بین اشتراک تلفن همراه با تعداد طلاق وجود دارد. بر اساس نتایج، پیشنهاد راهبردی عبارت است از سیاست‌گذاری کلان در خصوص تلفن همراه است. این راهبرد از طریق برخی راهکارهای ذیل قابل تحقق

پی‌نوشت‌ها

- | | | |
|-------------------------------|-----------------------------|--|
| 1. Kendall | 18. Gerbner | 35. Cultivation Theory |
| 2. Trevino & Colge | 19. Siegel | 36. Agenda-Setting |
| 3. Barkan | 20. Valenzuela | 37. Hanson |
| 4. Farely | 21. Widiantari | 38. Zhang |
| 5. Feng | 22. Hall | 39. Widiantari |
| 6. Kreider & Fields | 23. Konlan | 40. Chong & Ferrara |
| 7. Bramlett & Mosher | 24. Peerzade & Shaikh | 41. Sullivan |
| 8. Amato | 25. Mukai | 42. Smilth |
| 9. Giddens | 26. Macionis | 43. Breen |
| 10. Shepard & Greene | 27. Schafer | 44. Merritt |
| 11. Lee | 28. Norris | 45. Time series |
| 12. Glenn & Supancic | 29. Vivian | 46. Auto regressive distributed lag (ARDL) |
| 13. Marvell | 30. Muller | 47. Microfit |
| 14. Anderson and Taylor | 31. Magic Bullet theory | 48. Pesaran & Shin |
| 15. Clarke-Stewart & Brentano | 32. Hypodermic needle model | 49. Bayesian information criterion |
| 16. Nolan & Lenski | 33. Limited Effects Theory | |
| 17. Harris & Sanborn | 34. Reinforcement Theory | |

۵۰. حداقل احتمال قبول فرضیه صفر، مبنی بر صفر بودن ضریب مورد نظر را بیان می‌کند.

۵۱. با استفاده از این آماره می‌توان معنی‌دار بودن کلی رگرسیون را محاسبه کرد.

۵۲. این آزمون برای مشخص کردن ثبات مدل و تعیین وجود یا عدم وجود شکست ساختاری مورد استفاده قرار می‌گیرد.

53. Hall

فهرست منابع

- احمدی، سیروس؛ مختاری، مریم؛ صداقت، حمید (۱۴۰۳)، بررسی رابطه توسعه رسانه‌های جمعی و خودکشی در ایران و ارائه راهبردهای سیاستی و برنامه‌ریزی: یک مطالعه سری زمانی، مطالعات راهبردی ارتباطات، (۲) ۴، ۵۸-۴۷.
- اسکندری، حسین؛ درودی، حمید (۱۳۹۵)، «بررسی ارتباط میزان استفاده و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی بر گرایش به طلاق و تعارضات زناشویی»،

- مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، (۳۳) ۱۵، ۱۳۳-۱۵۰.
- تقی‌آبادی، مسعود؛ پویا، سیما (۱۴۰۰). نحوه پوشش اخبار ازدواج و طلاق در مطبوعات ایران (مطالعه موردی: کیهان، شرق، ایران، همشهری)، جامعه فرهنگ رسانه، (۴۱) ۱۰، ۲۴۷-۲۲۹.
- خواجهنوری، بیژن؛ نقشبندی، شیما (۱۴۰۱)، مقایسه اجتماعی، طلاق عاطفی و نقش رسانه‌ها در میان زنان متأهل شهر شیراز و دلالت‌های آن بر دوام خانواده، تداوم و تغییر اجتماعی، (۱) ۲، ۲۴-۷.
- دادگران، سید محمد (۱۳۷۸)، مبانی ارتباطات جمعی، تهران: انتشارات فیروزه.
- دفلور، ملوین؛ دنیس، اورت. ای. (۱۳۸۷)، شناخت ارتباطات جمعی، ترجمه سیروس مرادی و ناصر باهنر، تهران: انتشارات دانشکده صداوسیما.
- دیپول، منصور؛ احمدی، سیروس؛ میرفردی، اصغر (۱۳۹۵)، رابطه توسعه و طلاق در ایران، پژوهشنامه مددکاری اجتماعی، (۹) ۲، ۲۱۸-۱۸۰.
- رضایی، فاطمه (۱۳۹۹)، بررسی رابطه استفاده آسیب‌زا از تلفن همراه و اعتیاد به اینترنت با طلاق عاطفی معلمان شهر کرمانشاه، رویش روان‌شناسی، (۳) ۹: ۷۶-۶۹.
- ساروخانی، باقر (۱۳۷۴)، جامعه‌شناسی ارتباطات، تهران: انتشارات اطلاعات.
- لطیفیان، مریم؛ عرشی، ملیحه؛ اقلیما، مصطفی (۱۳۹۵)، ارتباط اعتیاد به اینترنت با طلاق عاطفی در زنان متأهل شهر تهران در سال ۱۳۹۵، مجله دانشگاه علوم پزشکی رفسنجان، (۶) ۱۶.
- مرکز آمار ایران (۱۴۰۲)، درگاه ملی آمار، <https://amar.org.ir/>

- Ahmadi, S., Mokhtari, M., & Sedaghat, H. (2024). Relationship between mass media development and suicide in Iran in order to policy and planning strategies: A time series study. *Strategic Communication Studies*, (2) 4, 47-58. (In Persian)
- Ahmadi, S. (2022). Relationship between mobile penetration rate and divorce rate in Iran during 1995–2019: A time-series study. *Journal of Family Issues*, 43 (11), 2954-2971.
- Amato, P. R. (2010). Research on divorce: Continuing trends and new developments. *Journal of Marriage and Family*, 72, 650-666.
- Anderson, M. L., & Taylor, H. F. (2016). *Sociology: The essentials*. Singapore: Wadsworth Cengage Learning.
- Bramlett, M. D., & Mosher, W. D. (2002). Cohabitation, marriage, divorce and remarriage in the United States. National Center for Health Statistics: *Vital Health Statistics*, 22, 1-93.
- Barkan, S. E. (2021). *Sociology: Understanding and changing the social world*. Boston: Flat World.
- Breen, M. (2010). *The influence of mass media on divorce referenda in Ireland*. Retrieved from <https://mellenpress.com/mellenpress.cfm?bookid=8018&pc=9>
- Clarke-Stewart, A., & Brentano, C. (2006). *Divorce: Causes and consequences*. New Haven: Yale University Press.
- Chong, A., & Ferrara, E. L. (2009). Television and divorce: Evidence from Brazilian novelas. *Journal of the European Economic Association*, 7 (2-3), 458-468.
- Dadgaran, M. (1999). *Fundamentals of mass communication*. Tehran: Firoozeh Publication. (In Persian)
- Deyhoul, M., Ahmadi, S., & Mirfardi, A. (2016). Relationship between development and divorce in Iran. *Journal of Social Work Research*, (9) 2, 180-218. (In Persian)
- Eskandari, H., & Dorudi, H. (2016). A study on relationship between the social network's usage addiction and couple conflicts and divorce tendency. *Strategic Studies on Youth & Sports*, (33) 15, 133-150. (In Persian)
- Farely, J. E., Flota, M. W., Carter, J. S. (2024). *Sociology*. London: Routledge.
- Feng, D., Giarrusso, R., Bengtson, V. L., & Frye, N. (1999). Intergenerational transmission of marital quality and marital instability. *Journal of Marriage and Family*, 61, 451-463.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli, N., & Shanahan, J. (2002). Growing up with television: Cultivation processes. In *Media effects* (pp. 53-78). Routledge.
- Giddens, A., Duneier, M., Appelbaum, R. P., & Carr, D. (2018). *Introduction to sociology*. London: Polity Press.
- Glenn, N. D., & Supancic, M. (1984). The social and demographic correlates of divorce and separation in the U. S.: An update and reconsideration. *Journal of Marriage and Family*, 46 (3), 563-585.
- Hall, C., Tanner, A., Tate, G. T. (2024). Dissolution and disney: Divorce rates in the United Kingdom and theatrical tales of tangled ties. *Center for Research*, 89, 313-345.
- Hansen, R. E. (2018). *Mass communication: Living in a media world*. Los Angeles: Sage Publication.
- Harris, R. J., Sanborn, F. W. (2014). *A cognitive psychology of mass communication*. New York: Routledge.
- Kendall, D. (2011). *Sociology in our times: The Essentials*. Singapore: Wadsworth Cengage Learning.
- Khajeh Nouri, B., Naqshbandi, S. (2012). Mass media, social comparison and emotional divorce among married women in Shiraz: Implications for continuity and well-being of families. *Continuity and Social Change*, (1) 2, 7-24. (In Persian)

- Konlan, I., Abdulai, M., & Ibrahim, H. (2023). Exploring the effects of social media on marriages in Northern Ghana. *Human Arenas*, 1 (1), 1-20.
- Kreider, R. M., & Fields, J. M. (2001). Number, timing, and duration of marriages and divorces: Fall 1996 Current Population Reports (P70-80). Washington, D. C.: U. S. Census Bureau U. S. Government Printing Office.
- Latifian, M., Arshi, M., & Aqlima, M. (2016). The Relationship between Internet addiction and emotional divorce in married women in Tehran in 2016. *Journal of Rafsanjan University of Medical Sciences*, 16 (6): 517-528. (In Persian)
- Lee, G. (1982). *Family structure and interaction: A comparative analysis*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Macionis, J. J. (2017). *Sociology*. New York: Pearson.
- Marvell, T. B. (1989). Divorce rates and the fault requirement. *Law and Society Review*, 23, 543-567.
- Merritt, J. (2013). From full house to modern family: Ten shows that forced us to reimagine the American family. Available at: <http://religionnews.com/2013/09/10/from-full-house-to-modern-family-ten-shows-that-forced-us-to-reimagine-the-american-family/>
- Mukai, M. (2004). Modernization and divorce in Japan. Thesis submitted to the degree of Master of Arts in Sociology, Marshall University.
- Muller, L. (2014). *Comparing mass media in established democracies: Patterns of media performance*. UK: Palgrave MacMillan.
- Nolan, P., & Lenski, G. (2014). *Human societies*. New York: Oxford University Press.
- Norris, P. (2004). Global political communication: Good governance, human development, and mass communication. In: Esser, F and Pfetsch, B (eds.), *Comparing Political Communication: Theories, Cases and Challenges*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Peerzade, U. A., & Shaikh, H. (2022). Examining the relationship between social media addiction and marital satisfaction. *International Journal of Indian Psychology*, 10 (4), 515-526.
- Pesaran, M. H., Y. Shin and R. J. Smith (1999), *Bounds Testing Approaches to the Analysis of Long-Run Relationships*, DAE Working Paper, Department of Applied Economics, University of Cambridge.
- Rezaei. (2019). Investigating the relationship between harmful use of mobile phones and internet addiction with emotional divorce among teachers in Kermanshah. *Rooyesh*, (3) 9: 69-76. (In Persian)
- Sarukhani, B. (1995). *Sociology of communication*. Tehran: Etelaat Publication. (In Persian)
- Schafer, R. T. (2020). *Sociology in modules*. New York: McGraw Hill.
- Shepard, J. M., & Greene, R. W. (2002). *Sociology and you*. New York: McGraw-Hill.
- Siegel, L. J. (2007) *Criminology: Theories, Patterns and Typologies*. 9th ed. Belmont, CA: Thomson/Wadsworth.
- Smith, R. H. (2000). Assimilative and contrastive emotional reactions to upward and downward social comparisons. In J. Suls, & L. Wheeler (eds), *Handbook of social comparison* (pp. 173- 200). Springer, Boston, MA.
- Sullivan, T. J. (2015). *Introduction to social problems*. Boston: Pearson.
- Taghi Abadi, M., & Pouya, S. (2011). The reflection of marriage and divorce news in the Iranian press (case study: Keyhan, Sharq, Iran, Hamshahri). *Society Culture Media*, (41) 10, 229-247. (In Persian)
- Tischler, H. L. (2010). *Introduction to sociology*. Singapore: Wadsworth Cengage Learning.
- Trevino, A. J., College, W. (2018). *Investigating social problems*. California: Sage Publication.
- Turrow, J. (2020). *Media today: An introduction to mass communication*. New York: Routledge.
- Valenzuela, S., Halpern, D., & Katz, J. E. (2014). "Social network sites, marriage well-being and divorce: Survey & state-level evidence from the United States". *computers in Human Behavior*. 36, 94-101.
- Vivian, J. (2013). *Media of mass communication*. London: Pearson.
- Widiantari, M., & Utari, P. (2018, August). 12. Divorce pattern shift in Indonesia. In *5th International Conference on Social and Political Sciences (IcoSaPS 2018)* (pp. 56-59). Atlantis Press. Moe.
- Zhang, J., Cheng, M., Wei, X., & Gong, X. (2018). Does mobile phone penetration affect the divorce rate? Evidence from China. *Sustainability*, 10, 1-19.