

تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده: از منظر هویت دینی و ملی

* محمود ابوالقاسمی

E-mail: m-abolghasemi@sbu.ac.ir

** عباسعلی نوروزی

E-mail: norouzi5757@gmail.com

*** محسن طالب‌زاده‌نوبریان

E-mail: mohsen.talebzadehnobarian@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۲/۲۶

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۷/۱۵

چکیده

هدف بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده است. روش پژوهش توصیفی - پیمایشی و جامعه آماری ۱۰۶۴۲ نفر شامل کلیه دانشجویان دوره‌های کارشناسی و کارشناسی‌ارشد دانشگاه شهید بهشتی در سال تحصیلی ۸۹-۹۰ است که براساس جدول کرجسی و مورگان تعداد ۳۷۲ نفر به‌عنوان نمونه آماری به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای انتخاب شدند و به پرسشنامه مورد نظر پاسخ دادند. نتایج ضریب همبستگی حاکی از وجود رابطه معنادار و معکوس بین متغیرهای وابستگی به اینترنت، وارد شدن به فضای صمیمیت، بحث و مناظره گروهی، ایجاد روابط احساسی در محیط تعاملی اینترنت و میزان استفاده از اینترنت، با ارزش‌های خانواده بود. به عبارتی هر چه میزان این متغیرها در اثر ورود دانشجویان به محیط تعاملی اینترنت بیشتر گردد از میزان ارزش‌های خانواده نزد آنان کاسته می‌شود. نتایج رگرسیون چند متغیره نشان داد که متغیرهای روابط احساسی و آگاهی خانواده در استفاده فرزندان از اینترنت به ترتیب بیشترین نقش را در تبیین واریانس ارزش‌های خانواده دارند. نتایج به دست آمده از آزمون t نیز حاکی از ارزش‌های خانوادگی بالاتر نزد دانشجویان دختر نسبت به دانشجویان پسر بود.

کلید واژه‌ها: اینترنت، دانشجویان، ارزش‌های خانواده، هویت ملی، دانشگاه شهید بهشتی.

* استادیار گروه علوم تربیتی دانشگاه شهید بهشتی، نویسنده مسئول

** کارشناس‌ارشد آموزش بزرگسالان دانشگاه شهید بهشتی

*** استادیار گروه علوم تربیتی دانشگاه شهید بهشتی

مقدمه و طرح مسأله

ظهور شبکه جهانی اینترنت، انقلابی عظیم در دنیای ارتباطات است که مرز جغرافیایی نمی‌شناسد (علیوردی‌نیا، ۱۳۸۴: ۱۵۶). اینترنت پدیده شگفت قرن (سل نو^۱، ۲۰۰۰: ۶۰) سیستمی عظیم و جهانی متشکل از انسان، اطلاعات و رایانه (محمدیگی و همکاران، ۱۳۸۸: ۹۶) به‌عنوان یک وسیله حیاتی برای بسیاری از مردم کشورها (سانوو و راندو^۲، ۲۰۰۲) به مثابه یک رسانه (مک کویل^۳، ۲۰۰۵: ۳۹) و یک امکان ارتباطی نوپدید، جذاب و فراگیر (دوران، ۱۳۸۵: ۱۰۹) در سال‌های اخیر رشد حیرت‌انگیزی کرده است (مک‌کنا و برگ^۴، ۲۰۰۰) و با فراهم آوردن امکان پیدایی جامعه شبکه‌ای (کاستلز، ۲۰۰۱) نویدها و تهدیدات بسیاری را (کستن‌باوم و دیگران^۵، ۲۰۰۲؛ کیسلر و دیگران^۶، ۲۰۰۲؛ باران، ۲۰۰۴: ۴۱۶) به‌عنوان یک ابزار فرازمانی و فرا مکانی به همراه داشته است.

رسانه‌ها می‌توانند بازی بالقوه پایان‌ناپذیری از نشانه‌ها را پایه‌گذاری کنند که به اجتماع نظم بخشیده و در فرد احساس آرامش و ثبات روانی، شخصیتی و هویتی را تقویت کنند (تاجیک، ۱۳۸۷: ۵۳) یا از رهگذر تولید و بازتولید مستمر هنجارها و ارزش‌های کاذب و تزریق آنها به آحاد جامعه، افراد را در معرض نوعی سرگشتگی هویتی و گفتمانی قرار دهند. اینترنت و دیگر تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی نه تنها میزان و سطح اطلاعات را افزایش داده‌اند (علیوردی‌نیا، ۱۳۸۴: ۱۵۷) بلکه با شکل‌دهی ساختار جدیدی از مناسبات و ارتباطات انسانی، تغییرات عمده‌ای در ارزش‌ها، نگرش‌ها و شیوه‌های زندگی افراد خصوصاً در میان نسل جوان را موجب شده‌اند (نوابخش، هاشم‌نژاد، زادشم پور، ۱۳۸۹: ۱۵۳). اینترنت به‌عنوان یک فناوری فراگیر به هر فردی اجازه می‌دهد بدون توجه به پایگاه اجتماعی - اقتصادی، موقعیت جغرافیایی، سن و جنس به‌طور نامحدود از آن استفاده کند (ویت، آموروسو و هوارد^۷، ۲۰۰۰).

با امکانات و گزینه‌های فراوانی که رسانه‌های جدید در عصر اطلاعات در اختیار افراد جامعه قرار می‌دهند، کاربران دائماً با محرک‌های جدید و انواع مختلف رفتارهای اجتماعی و اخلاقی آشنا می‌شوند. بمباران اطلاعاتی و هجوم رسانه‌های خارجی از طریق ماهواره و اینترنت، مفاهیم و الگوهای برساخته خود را به همراه دارد. این امر به‌ویژه در زمینه‌های فرهنگی و سیاسی می‌تواند خطر ایجاد شکاف را در پی داشته

1. Selnow

2. Sunwoo & Rando

3. McQuail

4. McKeena & Bargh

5. Kestnbaum & et al

6. Kiesler & et al

7. Witte, Amoroso & Howard

باشد. بر این اساس تحت تأثیر قرار گرفتن ارزش‌ها و اصول اخلاقی خانواده به‌عنوان پایه بنیادین اجتماع، خشت بنای جامعه و کانون اصلی حفظ و انتقال ارزش‌های اجتماعی، در عصر جهانی شدن و فناوری‌های نوین، پدیده‌ای گریزناپذیر است.

با توجه به اهمیت روزافزون استفاده از اینترنت و تحقق یافتن آرمان دهکده جهانی و نقش دانشجویان در سرمایه انسانی آینده کشور و اهمیت دسترسی آنها به اطلاعات روزآمد از مجراهای مختلف که بخش مهمی از گستره فعالیت‌های آموزشی، پژوهشی، شغلی و فراغتی آنان را به خود اختصاص داده است و با عنایت به این نکته که ضریب نفوذ اینترنت در ایران از متوسط آسیا و متوسط جهانی بالاتر است (نژادبهرامی و کمالی چیرانی، ۱۳۸۹: ۱۳۷) و مطالعات فراوانی (گروه اینترنتی پو^۱، ۲۰۰۲، ویدیانو و گریفیث^۲، ۲۰۰۶، دیمیتروویچ، سزردی، و رزسا^۳، ۲۰۰۸: به نقل از خسرو جردی و میرزایی، ۱۳۸۸: ۲۱۵) در زمینه تأثیر اینترنت در اقشار مختلف جوامع در رشته‌های علمی مختلف و با رویکردهای گوناگون صورت پذیرفته است اما در خصوص تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده تحقیقات چندانی صورت نپذیرفته است لذا نوشتار حاضر با این هدف سازمان یافته است که تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده را از منظر هویت دینی و ملی بررسی که تا نشان دهد که آیا می‌توان گفت تقویت یا تضعیف ارزش‌های خانواده متأثر از استفاده دانشجویان از اینترنت می‌باشد. شاید از رهگذر این گونه تحقیقات، برنامه‌ریزان بتوانند تصمیماتی آگاهانه و معطوف به نتیجه مثبت در خصوص کنترل رفتار اطلاعاتی دانشجویان براساس نیازهای آنان و حفظ ارزش‌های خانواده و جامعه بر اساس هویت ملی، مذهبی و فرهنگی با توجه به مقتضیات روز اتخاذ کنند.

سؤال‌های تحقیق

- ۱- آیا بین متغیرهای اینترنتی و ارزش‌های خانواده رابطه وجود دارد؟ (متغیرهای اینترنتی شامل: وابستگی دانشجویان به اینترنت، ورود به فضای صمیمیت، ایجاد روابط احساسی، وارد شدن به بحث و مناظره گروهی، پذیرفته شدن دانشجویان در محیط تعاملی اینترنت، احساس رضایت دانشجویان از گمنامی در اینترنت، آگاهی خانواده در استفاده فرزندان از اینترنت، میزان استفاده دانشجویان از اینترنت)
- ۲- نقش کدام یک از متغیرهای اینترنتی در پیش‌بینی ارزش‌های خانواده دانشجویان بیشتر است؟

1. Pew Internet Group

2. Widianto & Griffiths

3. Dimitrouich, Sezerdi & Rezesa

۳- آیا بین ارزش‌های خانواده نزد دانشجویانی که به اینترنت دسترسی دارند به تفکیک مؤلفه‌های دموگرافیک (جنسیت، وضعیت تأهل، دوره تحصیلی و رشته تحصیلی) تفاوت معناداری وجود دارد؟

چارچوب نظری تحقیق

پیدایی صور نوین ارتباط در شبکه‌های بزرگ کامپیوتری مانند اینترنت، زمینه‌ساز فضاهاى اجتماعى جدید گشته است. فضاهایی بدون مرز که روابط اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. بدین‌سان تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، اقصی نقاط عالم را در شبکه‌های جهانی بر ساخته از ابزارها به یکدیگر پیوند داده و ارتباطات کامپیوتری، مجموعه گسترده‌ای از اجتماعات مجازی^۱ را به وجود آورده است (دوران، ۱۳۸۱: ۳۱).

«هابرماس»^۲ یکی از مهم‌ترین نظریه‌پردازان انتقادی، به ظهور فناوری‌های ماهواره‌ای و اطلاعات دیجیتال و تأثیر آنها در فرایند جهانی شدن تأکید کرده است. به نظر وی، در عرصه فرهنگی نوعی همسانی ایجاد شده و فرهنگ طلایی شده آمریکایی نه تنها خود را بر سرزمین‌های دور تحمیل می‌کند بلکه حتی در غرب نیز معنادارترین تفاوت‌ها را کم‌رنگ و ریشه‌دارترین سنت‌های محلی را سست بنیان کرده است (هابرماس، ۱۳۸۴: ۱۰۲). وی روند تحول رسانه‌ها و تولید اطلاعات در قرن بیستم را به سمت تقویت «مدیریت افکار» و کاهش ظرفیت اندیشه انتقادی می‌داند. در شرایطی که ابزارهای تولید و توزیع فکر، دانش و فرهنگ در اشکال جدید خود و با موارد مصرف چندگانه‌ای که دارند افق جدیدی را پیش روی افراد می‌گشایند، رقابت برای تصرف و تسلط بر چنین محیطی حائز اهمیت است. اقتدار در این حوزه به معنای شرکت فعالانه در تولید و توزیع اطلاعات است که در چارچوب استراتژی‌های از پیش تعیین شده تعریف می‌شود. بیشترین فضای اشغال شده در اینترنت به ترتیب به سایت‌های آمریکایی، ژاپنی، انگلیسی، آلمانی، استرالیایی، کانادایی، هلندی و دیگر کشورهای به اصطلاح توسعه یافته اختصاص دارد و تا رتبه ۲۰ هیچ کشوری از مجموعه کشورهای در حال توسعه مشاهده نمی‌شود (فریدمن^۳، ۲۰۰۸: ۷۶).

جامعه اطلاعاتی تحت تأثیر فرهنگ غرب، تبعیض خاصی را در تبادل عناصر فرهنگی ایجاد نموده است که با تغذیه جوامع و تأثیر بر ذهنیت‌ها نوع جدیدی از

1. Virtual communities

2. Habermas

3. Friedman

مناسبات اجتماعی را طراحی می‌کند (تامپسون^۱، ۱۹۹۹: ۱۲۴). نویسندگان متأخر، فضای فرهنگ مجازی را کاملاً جدید و پسامدرن دانسته، آن را نشانگر گسستی عمده و اساسی در الگوهای فرهنگی جامعه، هویت و ارتباطات در نظر می‌گیرند (نوابخش و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۵۴). از جمله تهدیدات فرهنگی رسانه‌های جدید الکترونیکی می‌توان به اطلاع‌رسانی غیرقابل کنترل، رواج فرهنگ غربی در ایران؛ تغییر هویت جوانان؛ تهدید زبان فارسی؛ رواج فردگرایی و انزوایابی اشاره کرد (عابدی جعفری، سلمانی، رادمند، ۱۳۸۹: ۳۵۷).

«گیدنز» جنبه‌های روانشناختی و چالش‌های هویتی در دوران جدید را مورد توجه و تحلیل قرار داده است و بازنمایشی هویت در پرتو معیارها و ارزش‌های جدید دائماً در حال تغییر را ویژگی دوران جدید و نتیجه گسترش فناوری‌های اطلاعاتی، ارتباطاتی و جهانی شدن اقتصادی و فرهنگی می‌داند (گیدنز، ۱۳۸۴).

گسترش روزافزون استفاده از اینترنت و ماهواره از مصادیق بارز ظهور منابع هویت‌ساز جدید در جامعه است که نمی‌توان تأثیرات آن را بر فرایند هویت‌یابی جوانان در سطح ملی نادیده انگاشت. هویت ملی فراگیرترین و مهم‌ترین سطح هویت در تمام نظام‌های اجتماعی است که بر کلیه حوزه‌های فرهنگ، اجتماع، سیاست و حتی اقتصاد تأثیرگذار است. منابع اصلی هویت ملی در جوامع سنتی طبیعت، گفتمان مسلط و نهادهای اجتماعی، دینی و سیاسی (مخصوصاً نهاد دولت - ملت) بودند. اما با شروع فرایند جهانی شدن و گسترش فناوری ارتباطات و ظهور منابع هویت‌بخش جدیدی همچون ماهواره و اینترنت هویت‌های فرا ملی و جهانی موضوعیت پیدا کرده‌اند. هویت ما و به تبع آن هویت ملی در پرتو جهانی شدن، در یک شبکه ارتباطی جهانی قرار می‌گیرد. در واقع تحت تأثیر گسترش ارتباطات، مقوله هویت نیز گستره ارتباطات خود را جهانی می‌کند و از پدیده‌های دور دست اثر می‌پذیرد و هم بر آنها اثر می‌گذارد و بر اثر این فعل و انفعالات تصور ما از خویشتن دچار دگرگونی می‌گردد (ملکی و عباسپور، ۱۳۸۸: ۱۵۹). جامعه ما از جمله جوامعی است که علاوه بر تجربه نوسازی و مدرنیته همزمان در معرض فرایند جهانی شدن قرار گرفته است. جهانی شدن رسانه‌ها و ارتباطات، جهانی شدن چهره^۲ را به همراه آورده است (قانع‌راد، ۱۳۸۸: ۱۳۹). جهانی شدن با گسترش نفوذ رسانه‌های خارجی به ویژه اینترنت و ماهواره زمینه آشنایی

1. Thompson

2. Globalization of Face

جوانان با ارزش‌ها و الگوهای رفتاری جوامع دیگر و برقراری ارتباط با دنیای خارج از طریق فضاهای مجازی را فراهم کرده است. این فضا، هویت نامشخص و به صورت مستمر متحولی را، به‌ویژه برای نسلی می‌آفریند که در مقایسه با نسل قبل با محرک‌های فراوانی مواجه است (علیوردی‌نیا، ۱۳۸۴: ۱۵۵).

پیوندهای اجتماعی موجه (از جمله پیوندهای خانوادگی) شامل علاقه به دیگران؛ تعهد به خانواده، شغل و دوستان؛ مشغولیت و مشارکت مداوم در فعالیت زندگی؛ و اعتقاد به ارزش‌ها و اصول اخلاقی جامعه می‌باشد (لیم^۱، ۲۰۰۴). استفاده از اینترنت فعالیت‌های زمان‌بر است که مدت تعامل افراد خانواده با یکدیگر را کاهش می‌دهد (فرهمند، ۱۳۸۷: ۱۵۹).

انجمن روان‌پزشکی آمریکا اعتیاد به اینترنت را یک الگوی استفاده از اینترنت که موجب اختلال عملکردی شده و با حالات ناخوشایند درونی در طول یک دوره دو ماهه همراه باشد تعریف کرده است و برای تشخیص آن هفت ملاک نظیر استفاده از اینترنت بیش از مدت زمان قصد شده، کاهش فعالیت‌های اجتماعی، شغلی و تفریحی در اثر استفاده از اینترنت و تداوم استفاده با وجود آگاهی از آثار منفی آن و... ارایه کرده است (پاتریک و جویس^۲، ۲۰۰۸).

چت‌روم‌ها^۳ یا اتاق‌های گفتگو به‌عنوان یکی از پرطرفدارترین امکانات اینترنتی، شرایط جدیدی را پیرامون کاربران خود قرار داده و مرزهای تازه‌ای در شکل‌گیری خرده‌فرهنگ‌ها، ارزش‌ها و هویت جوانان پدید آورده است. در فضای مجازی، حضور افراد می‌تواند کاملاً جدای از جنسیت، شخصیت و شکل ظاهری ایشان باشد. به همین لحاظ کاربران، فضای سایبر را بهترین موقعیت برای ابراز احساسات و عقاید خود فارغ از ملاحظات دنیای حقیقی می‌دانند (سولر^۴، ۲۰۰۲). افزایش حضور در فضای مجازی، تصور زندگی مجازی را جایگزین تصور زندگی واقعی می‌کند و در هنگام ارتباط با فضای واقعی، کاربران ممکن است یا توانایی درک آن فضا و برقراری ارتباط با آن را از دست بدهند و یا در تلاش باشند که بر اساس مناسبات مجازی، آن را تفسیر نمایند.

تکنولوژی، علاوه بر جنبه ابزارگرایی^۵ با میل به بیان خویش و خوداظهاری^۶ نیز همراه است. رابطه ما با محصولات تکنولوژی تنها رابطه‌ای ابزاری نیست بلکه در عین حال ابعاد معنایی، بیانی، مقاومت و هویت‌یابی نیز دارد و بیشتر شیوه‌ای برای مشارکت و کنش فرهنگی است تا پاسخگویی به نیازهای ابزاری و بیرونی. مردم نه به‌عنوان یک

1. Lim

2. Patrick & Joyce

3. Chatroom

4. Suler

5. Instrumentalism

6. Self-Expression

ساختار کلی بلکه به‌عنوان تنوعی از گروه‌های ملموس سنی، جنسیتی، نسلی، شغلی، قومی و مذهبی و دارای سطوح مختلف درآمد و تحصیلات، کنشگران فرهنگی این دنیای تکنولوژیک را تشکیل می‌دهند (قانع‌راد، ۱۳۸۸: ۱۲۱). با ویژگی‌های جهانی شدن فرهنگ و ارتباطات (ذکایی، ۱۳۸۵: ۴۳) روابط اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی بیش از پیش به‌صورت فردی و فارغ از قراردادهای و کنترل اجتماعی جامعه سنتی انتخاب می‌گردد. انتخاب این روابط و شبکه‌ها بیش از آن‌که براساس مجاورت مکانی باشد، بر علائق، آرزوها و تعهدات افراد استوار است که کیفیت جدیدی به مفهوم ارتباطات بخشیده و تغییرات شگرفی در اذهان و اندیشه جوانان ایجاد کرده است و می‌تواند کیفیت درونی تجارب اجتماعی، فرهنگی و سیاسی را نیز تغییر دهد (بک^۱، ۲۰۰۰: ۷۹).

این نگرانی وجود دارد که گسترش فناوری‌های نوین، بحران فرهنگی را دامن زده و با انتقال ارزش‌های فرهنگی ناسازگار با ریشه‌ها، معانی و ارزش‌های غایی ما، انسجام فرهنگی را کاهش دهد (قانع‌راد، ۱۳۸۸: ۱۱۱). سرعت بالای تغییرات در جوامع در حال توسعه و مشکلات ناشی از آن به همراه ظهور منابع هویت‌ساز جدید، در صورت عدم توجه و مدیریت کارآمد می‌تواند باعث ایجاد تعارض ارزشی، احساس محرومیت نسبی و نارضایتی اجتماعی شود که در نهایت تضعیف گرایش به ارزش‌های خانواده، اجتماع و نهایتاً هویت ملی (هویت فرهنگی و مذهبی) را به دنبال دارد.

مطالعات پیشین

یافته‌های تسایی و همکاران^۲ (۲۰۰۹) در دانشگاه ملی چنگ کنگ^۳ تایوان حاکی از آن است که اعتیاد (وابستگی) اینترنتی در بین دانشجویان سال اول امری شایع است و با عادت کردن به یک سبک زندگی خاص و مشکلات سلامت روان مرتبط می‌باشد.

جاناناتان و زی‌هو^۴ (۲۰۰۲) تأثیر اینترنت را در زمینه اجتماعی از سه بعد کارکرد خانواده، فعالیت‌های اوقات فراغت، آزادی‌های مدنی و پنهان‌کاری در کشور هنگ‌کنگ مورد بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که اینترنت بر کاهش کارکرد خانواده و مشارکت اعضای خانواده و در نهایت کاهش ارزش‌های خانواده مؤثر است.

ساندرز^۵، تیفانی^۶، دایگو^۷ و کاپلان^۸ (۲۰۰۰) در مورد رابطه استفاده از اینترنت با

1. Beck
2. Tsai & et al
3. Cheng Kung

4. Janathan & Zhou
5. Sanders
6. Tiffany

7. Diego
8. Kaplan

افسردگی و انزوای اجتماعی نوجوانان امریکایی پژوهشی انجام دادند که نشان می‌دهد استفاده زیاد از اینترنت با نمرات نوجوانان در زمینه روابط خانوادگی رابطه معکوس دارد. به این معنا که افرادی که نسبت به دیگران بیشتر از اینترنت استفاده می‌کنند ارتباط کمتری با مادر و دوستان خود دارند.

سایموس و همکاران^۱ (۲۰۰۸) به بررسی اعتیاد اینترنتی در بین نوجوانان یونانی پرداختند. آنها ۲۲۰۰ نفر از دانش‌آموزان بین ۱۲ تا ۱۸ سال را از ۱۲۰ کلاس و ۸۵ مدرسه در یونان انتخاب کردند. نتایج نشان داد که پسران بیش از دختران به اعتیاد اینترنتی دچار هستند و عمده استفاده آنها نیز به بازی‌های رایانه‌ای ختم می‌شود.

نتایج مطالعه پیمایشی بر خط^۲ دانشگاه استنفورد کالیفرنیا که روی ۴۰۰۰۰ نفر توسط نای و اربرینگ^۳ انجام گرفت بیانگر آن بود که کاربران اینترنت زمان کمتری را برای گذراندن با دوستان و اعضای خانواده صرف می‌کنند (نای و هیلگز، ۲۰۰۲).

گونچار و آدامز^۴ (۲۰۰۰) با پژوهشی روی کاربران اینترنتی در امریکا نشان دادند که استفاده بیش از اندازه از اینترنت با افزایش احساس تنهایی و افسردگی و کاهش روابط اجتماعی رابطه دارد.

براساس مطالعات چو و هسیائو^۵ (۲۰۰۰) در تایوان دانش‌آموزانی که دچار اعتیاد به اینترنت هستند اذعان داشته‌اند که اینترنت بر مطالعات و جریان عادی زندگی آنها تأثیر منفی گذارده است.

چی هونگ و همکاران^۶ (۲۰۰۵) در پی کشف متغیرهای تأثیرگذار در اعتیاد اینترنتی دانش‌آموزان تایوانی به این نتیجه رسیدند که پسران بیش از دختران به اعتیاد اینترنتی دچار هستند و عمده اعتیاد آنها به بازی‌های اینترنتی است.

موسوی، اکبری زردخانه و کاوه (۱۳۹۰) در پژوهشی تحت عنوان تفاوت‌های جنسیتی در ابعاد هویت دانشجویان نشان دادند که کلیه زیر مقیاس‌های هویت اطلاعاتی، هنجاری و تعهد، هویت دینی و ملی در دانشجویان دختر نسبت به دانشجویان پسر مطلوب‌تر است.

یافته‌های زنجانی‌زاده و جوادی (۱۳۸۴) نشان داد که افزایش میزان استفاده از اینترنت، ورود بیشتر دانش‌آموزان به فضای صمیمیت و بیشتر پذیرفته شدن بیشتر آنان در محیط تعاملی اینترنت باعث کم اهمیت شدن ارزش‌های خانواده نزد آنان می‌شود.

1. Siomos & et al

2. Online

3. Nie & Erbring

4. Nie & Hillgus

5. Gonchar & Adams

6. Chou & Hsiao

7. Chih-Hung & et al

براساس نتایج تحقیق نوایخش، هاشم‌نژاد و زادشم پور (۱۳۸۹) گرایش جوانان به استفاده از اینترنت و موبایل در تغییر هویت فردی و گروهی و تغییر ارزش‌های خانوادگی، فرهنگی و ارزش‌های دینی آنان مؤثر است.

براساس نتایج پژوهش درگاهی و رضوی (۱۳۸۶) اعتیاد به اینترنت با صفاتی مانند ضعف و ناتوانی در انجام دادن امور و اجتماع‌گریزی ارتباط دارد.

نتایج پژوهش شایق، آزاد و بهرامی (۱۳۸۸) نشان می‌دهد اعتیاد به اینترنت در نوجوانان پسر بیشتر از دختر مشهود است و رابطه معنی‌داری بین میزان استفاده از اینترنت و اعتیاد به آن در نوجوانان وجود دارد.

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و با توجه به نحوه گردآوری داده‌ها جزء تحقیقات توصیفی است که به روش تحقیق همبستگی انجام گرفت.

جامعه و نمونه آماری

در تحقیق حاضر پس از مراجعه به واحد آموزش دانشگاه و تهیه فهرست دانشجویان دوره کارشناسی و ارشد (۱۰۶۴۲ نفر)، طبق جدول کرجسی و مورگان^۱ ۳۷۲ نفر از دانشجویان بر حسب جنسیت و دوره تحصیلی به روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای به‌عنوان گروه نمونه انتخاب شدند.

ابزار پژوهش

ابزار مورد استفاده در این پژوهش، پرسشنامه زنجانی‌زاده و جوادی (۱۳۸۴) می‌باشد. در پرسشنامه مذکور در راستای تدوین سؤالات مربوط به متغیرهای اینترنتی و رابطه این متغیرها با ارزش‌های خانواده از تئوری کنش ارتباطی هابرماس (وارد شدن به فضای صمیمیت و ایجاد روابط احساسی)، نظریه کلی و ولخارت در مورد تأثیر گروه (وارد شدن به بحث و مناظره گروهی و پذیرفته شدن در محیط تعاملی اینترنت)، تئوری‌های ارتباط جمعی والد هال و کلاپر (طول مدت دسترسی به اینترنت و مدت زمان استفاده از آن) و الگوی دی فلور و بال روکیج (وابستگی به اینترنت) استفاده گردیده است.

1. Krejcie & Morgan

لازم به ذکر است برای سنجش میزان استفاده از اینترنت و تأثیر آن بر ارزش‌های خانواده نیز مدت زمان (ساعت) استفاده از اینترنت در طول روز، مد نظر قرار گرفت. این ابزار دارای ۳۸ گویه در طیف پنج گزینه‌ای لیکرت است که جهت حصول اطمینان از روایی، پرسشنامه به تنی چند از اساتید رشته‌های علوم تربیتی و دانشجویان کاربر اینترنت ارائه گردید. سپس گویه‌های مورد توافق و برخی از گویه‌های پیشنهادی در ابزار اندازه‌گیری لحاظ شد و بقیه مواردی که از نظر ایشان ارتباط چندانی با موضوع نداشت اصلاح و یا حذف شدند. به عبارتی از ۳۸ گویه ارائه شده در ابزار، با احتساب گویه‌های پیشنهادی ۳۵ گویه مورد توافق اساتید و دانشجویان قرار گرفت. پایایی کل پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرانباخ برابر با $0.97/3$ به دست آمد. پس از اجرا، تعداد ۳۵۸ پرسشنامه سالم تجزیه و تحلیل شد (نرخ بازگشت پرسشنامه $96/24\%$ است).

روش آماری

به منظور بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده از روش‌های آماری همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده شد. به این ترتیب که ابتدا براساس همبستگی پیرسون رابطه متغیرهای اینترنتی با ارزش‌های خانواده، مورد آزمون قرار گرفت و سپس جهت بررسی سهم تبیینی هر یک از متغیرهای اینترنتی در پیش‌بینی ارزش‌های خانواده از روش آماری رگرسیون گام به گام استفاده شد. تحلیل واریانس یکراهه و آزمون t مستقل نیز برای مقایسه ارزش‌های خانوادگی دانشجویان به تفکیک مؤلفه‌های دموگرافیک آنها به کار رفت.

متغیر مستقل	گویه
وابستگی به اینترنت	میزان گذراندن اوقات فراغت در اینترنت، صرف مدت زمان بیشتر از مقدار برنامه‌ریزی شده برای بودن در محیط اینترنت، از خواب خود کم کردن به خاطر استفاده از اینترنت، احساس ناراحتی در صورت عدم دسترسی به اینترنت، عدم توانایی در کم کردن زمان استفاده از اینترنت علی‌رغم سعی و تلاش، باز ماندن از انجام بخشی از تکالیف روزمره به دلیل صرف زمان زیاد در استفاده از اینترنت
روابط احساسی	درد دل کردن در اینترنت، ابراز علاقه در محیط‌های اینترنتی، ابراز علاقه به دوستان غیرهم‌جنس در اینترنت، مایل نبودن به کنار گذاشتن دوستان اینترنتی، ملاقات در محیط بیرونی با دوستان اینترنتی

خواندن و گوش دادن به مباحث گروهی در محیط تعاملی اینترنت، طرح سؤالات در این محیطها، راهنمایی کردن کاربران اینترنتی	بحث و مناظره گروهی
احترام بیشتر قایل شدن به کاربر اینترنتی نسبت به محیط واقعی، پیام دعوت یا تبریک دریافت کردن از سوی دیگر کاربران، اهمیت قایل شدن به حرف‌های کاربر اینترنتی در محیط تعاملی اینترنت نسبت به محیط واقعی	مورد پذیرش قرار گرفتن
مراجعه به اینترنت جهت رفع تنهایی، ارتباط با دوستان هم‌جنس در اینترنت، به دنبال دوست غیرهم‌جنس بودن در اینترنت	فضای صمیمیت
پنهان کردن جنسیت کاربر اینترنتی، خوشحالی از بابت عدم شناسایی کاربر توسط دیگران، معرفی خود به‌عنوان شخصیت‌های دیگر در اینترنت	رضایت از احساس گمنامی در اینترنت
موافقت خانواده در استفاده از اینترنت، استفاده از اینترنت به اتفاق اعضای خانواده، اطلاع خانواده از نوع استفاده دانشجویان از اینترنت	آگاهی خانواده در استفاده از اینترنت
گویه	متغیر وابسته
پایندی به ارزش‌ها و عقاید مذهبی خانواده، دوست داشتن تفریح دسته جمعی با اعضای خانواده، قبول داشتن افکار پدر و مادر، مشورت با اعضای خانواده در انجام امور، اهمیت قایل شدن به صرف غذا به‌طور دسته جمعی، احترام به نظر پدر و مادر در انتخاب دوست، اهمیت قایل شدن به اطاعت از حرف پدر و مادر، لذت بردن از گفت‌وگو با اعضای خانواده، جلب رضایت پدر و مادر جهت ازدواج	ارزش‌های خانواده

تعریف عملیاتی متغیرهای تحقیق یافته‌ها

الف) آمار توصیفی

جدول ۱: تعداد کل دانشجویان به تفکیک دوره تحصیلی و جنسیت

درصد	تعداد کل	دوره تحصیلی		جنسیت
		کارشناسی ارشد	کارشناسی	
۶۱/۳۸	۶۵۳۲	۱۸۹۴	۴۶۳۸	دانشجویان دختر
۳۸/۶۲	۴۱۱۰	۲۰۴۸	۲۰۶۲	دانشجویان پسر
۱۰۰	۱۰۶۴۲			جمع کل

براساس داده‌های جدول شماره ۱ تعداد کل دانشجویان ۱۰۶۴۲ نفر می‌باشد که از این میزان بیشترین فراوانی و درصد مربوط به دانشجویان دختر (۶۱/۳۸٪) می‌باشد.

جدول ۲: توزیع فراوانی و درصد افراد نمونه به تفکیک دوره تحصیلی و جنسیت

درصد	تعداد کل	جنسیت		دوره تحصیلی
		دانشجویان پسر	دانشجویان دختر	
۶۲/۸۴	۲۲۵	۶۹	۱۵۶	کارشناسی
۳۷/۱۶	۱۳۳	۶۹	۶۴	کارشناسی ارشد
۱۰۰	۳۵۸	جمع کل		

با توجه به داده‌های جدول شماره ۲ بیشترین فراوانی و درصد در میزان تحصیلات به افراد دوره کارشناسی (۶۲/۸۴٪) اختصاص دارد.

جدول ۳: توزیع فراوانی و درصد افراد نمونه به تفکیک رشته تحصیلی

درصد	فراوانی	شاخص	
		متغیر	
۴۳/۹	۱۵۷	علوم انسانی	رشته تحصیلی
۳۰/۴	۱۰۹	علوم پایه	
۲۵/۷	۹۲	فنی - مهندسی	
۱۰۰	۳۵۸	جمع	

با توجه به داده‌های جدول شماره ۳ بیشترین درصد و فراوانی در رشته تحصیلی به رشته‌های علوم انسانی با (۴۳/۹٪) اختصاص دارد.

جدول ۴: توزیع فراوانی و درصد افراد نمونه به تفکیک وضعیت تأهل

درصد	فراوانی	شاخص	
		متغیر	
۸۰/۷	۲۸۹	مجرد	وضعیت تأهل
۱۱/۰۲	۴۰	متأهل	
۸/۱	۲۹	بی جواب	
۱۰۰	۳۵۸	جمع	

با توجه به داده‌های جدول شماره ۴ از میان کل نمونه‌ها حدود ۸۰/۷ درصد از آنها مجرد و ۱۱/۲ درصد از آنها نیز متأهل هستند. ۸/۱ درصد از افراد نیز وضعیت تأهل خود را مشخص ننموده‌اند.

ب) آمار استنباطی

سؤال اول: آیا بین متغیرهای اینترنتی و ارزش‌های خانواده رابطه وجود دارد؟

جدول ۵: نتایج ضریب همبستگی پیرسون در مورد متغیرهای اینترنتی

N	Sig	r	شاخص	پیش‌بین	رابطه
۳۵۸	.۰۰۰	-۰/۲۰۶		وابستگی به اینترنت	ارزش‌های خانواده
	.۰۰۰	-۰/۲۹۱		وارد شدن به فضای صمیمیت	
	.۰۰۰	-۰/۳۱۰		ایجاد روابط احساسی	
	.۰۳۳	-۰/۱۱۳		وارد شدن به بحث و مناظره گروهی	
	.۱۱۱	-۰/۰۸۴		مورد پذیرش واقع شدن در محیط تعاملی اینترنت	
	.۰۷۱	-۰/۰۹۶		احساس رضایت از گمنامی در محیط تعاملی اینترنت	
	.۷۰۹	۰/۰۲۰		آگاهی خانواده در استفاده فرزندان از اینترنت	
	.۰۰۲	-۰/۱۶۴		میزان استفاده دانشجویان از اینترنت	

با توجه به داده‌های جدول شماره ۵ چون میزان ضریب همبستگی در سطح $\alpha = .05$ (p $\leq .001$) در خصوص متغیرهای وابستگی (اعتیاد به اینترنت) با مقدار $r = -0.206$ ، متغیر وارد شدن به فضای صمیمیت با مقدار $r = -0.291$ ، متغیر ایجاد روابط احساسی با مقدار $r = -0.310$ ، متغیر وارد شدن به بحث و مناظره گروهی با مقدار $r = -0.113$ و متغیر میزان استفاده دانشجویان از اینترنت با مقدار $r = -0.164$ معنادار است بنابراین فرض صفر (عدم وجود رابطه بین دو متغیر) رد و فرض تحقیق (وجود رابطه بین دو متغیر) تأیید می‌گردد. به عبارت دیگر بین این متغیرها و ارزش‌های خانواده رابطه وجود دارد و این رابطه به صورت معکوس می‌باشد. به این معنی که هر چه میزان این متغیرها نزد دانشجویان افزایش یابد از میزان ارزش‌های خانواده کاسته می‌شود و برعکس.

با توجه به داده‌های جدول چون میزان ضریب همبستگی در سطح $\alpha = .05$ (p $\leq .001$) در خصوص متغیرهای مورد پذیرش واقع شدن در محیط تعاملی اینترنت با مقدار $r = -0.084$ ، متغیر احساس رضایت از گمنامی در محیط تعاملی اینترنت با مقدار $r = -0.096$ و متغیر آگاهی خانواده در استفاده فرزندان از اینترنت با مقدار $r = 0.020$ معنادار نیست بنابراین فرض صفر (عدم وجود رابطه بین دو متغیر) تأیید و فرض

تحقیق (وجود رابطه بین دو متغیر) رد می‌گردد. به عبارت دیگر بین این متغیرها و ارزش‌های خانواده رابطه وجود ندارد.

سؤال دوم: نقش کدام یک از متغیرهای اینترنتی در پیش‌بینی ارزش‌های خانواده دانشجویان بیشتر است؟

جدول ۶: نتایج رگرسیون چندگانه متغیر ارزش‌های خانواده از روی مؤلفه‌های اینترنتی

شاخص	R	R ²	F	sig	Beta	t	sig	پیش‌بین	
								شاخص	پیش‌بین
وابستگی به اینترنت	.۳۳۱	.۱۳۵	۷/۸۲	.۰۰۰	-۰/۰۷۶	-۱/۲۳۹	.۲۱۶	وابستگی به اینترنت	
فضای صمیمیت								فضای صمیمیت	
ایجاد روابط احساسی								ایجاد روابط احساسی	
وارد شدن به بحث و مناظره گروهی								وارد شدن به بحث و مناظره گروهی	
مورد پذیرش واقع شدن دانشجویان								مورد پذیرش واقع شدن دانشجویان	
احساس رضایت دانشجویان از گمنامی در محیط تعاملی اینترنت								احساس رضایت دانشجویان از گمنامی در محیط تعاملی اینترنت	
آگاهی خانواده در استفاده فرزندان از اینترنت								آگاهی خانواده در استفاده فرزندان از اینترنت	
میزان استفاده دانشجویان از اینترنت								میزان استفاده دانشجویان از اینترنت	

نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون چندگانه در جدول شماره ۶ نشان می‌دهد چون مقدار $F = (۷/۸۲)$ در سطح $\alpha = .05$ معنادار است بنابراین رگرسیون ارزش‌های خانواده از روی عوامل مؤثر بر این مؤلفه (متغیرهای اینترنتی) از لحاظ آماری معنادار است و این عوامل بخشی از واریانس ارزش‌های خانواده را تبیین می‌کنند. با توجه به داده‌های جدول متغیر روابط احساسی بیشترین نقش را در تبیین واریانس ارزش‌های خانواده دارد. این متغیر دارای تأثیر منفی بر ارزش‌های خانواده می‌باشد به طوری که با یک واحد تغییر در واریانس آن به اندازه $(-۰/۲۵۷)$ در واریانس ارزش‌های خانواده تغییر ایجاد می‌گردد. به عبارتی می‌توان گفت دانشجویانی که در محیط تعاملی اینترنت به ایجاد روابط احساسی بیشتری می‌پردازند نسبت به دانشجویانی که کمتر روابط احساسی در این محیط تعاملی برقرار می‌کنند از ارزش‌های خانوادگی پایین‌تری برخوردار هستند. در گام دوم نیز متغیر آگاهی خانواده در استفاده فرزندان از اینترنت

روی ارزش‌های خانواده تأثیر می‌گذارد و این تأثیر به صورت مثبت است به نحوی که با یک واحد تغییر در این متغیر به اندازه (۱۶۳/۱) در واریانس ارزش‌های خانواده تغییر ایجاد می‌گردد. به عبارت دیگر دانشجویانی که خانواده‌های آنها آگاهی بیشتری در استفاده فرزندان از اینترنت دارند دارای ارزش‌های خانوادگی بالاتری نسبت به خانواده‌هایی هستند که آنان آگاهی کمتری نسبت به استفاده فرزندان از اینترنت دارند. لذا چنین نتیجه‌گیری می‌شود که متغیرهای ایجاد روابط احساسی و آگاهی خانواده در استفاده فرزندان از اینترنت به ترتیب بیشترین سهم تبیینی را در پیش‌بینی ارزش‌های خانواده دارند. سایر مؤلفه‌ها از لحاظ آماری نقش قابل توجه و معناداری در تبیین واریانس ارزش‌های خانواده نداشتند.

سؤال سوم: آیا ارزش‌های خانواده نزد دانشجویانی که به اینترنت دسترسی دارند به تفکیک مؤلفه‌های دموگرافیک متفاوت است؟

جدول ۱-۷: نتایج آزمون t مستقل در مورد مقایسه میانگین ارزش‌های خانواده دانشجویان برحسب جنسیت و وضعیت تأهل

متغیر	شاخص گروه	تعداد	میانگین	انحراف معیار	t	df	sig
ارزش‌های خانواده	مرد	۱۴۵	۳۴/۰۰۶۹	۷/۷۱۴۹۷	-۴/۳۶۴	۳۵۲	.۰۰۰
	زن	۲۰۹	۳۷/۲۳۴۴	۶/۱۶۸۱۲			
	مجرد	۲۸۹	۳۶/۲۰۰۷	۷/۰۵۶۴۱	۰/۱۷۱	۳۲۷	.۸۶۵
	متأهل	۴۰	۳۶	۶/۳۵۶۹۱			

با توجه به داده‌های جدول شماره ۱-۷ در مورد متغیر جنسیت از آنجا که مقدار $t = -۴/۳۶۴$ در درجه آزادی $df = ۳۵۲$ در سطح $\alpha = .05$ معنادار است لذا فرض صفر (عدم وجود تفاوت بین میانگین دو گروه مستقل) رد و فرض تحقیق با ۹۵٪ اطمینان تأیید می‌گردد. به عبارت دیگر ارزش‌های خانواده دانشجویانی که به اینترنت دسترسی دارند به تفکیک جنسیت متفاوت است و مقایسه میانگین دو گروه نشان می‌دهد که دانشجویان زن در مقایسه با دانشجویان مرد از ارزش‌های خانوادگی بالاتری برخوردار هستند.

با توجه به داده‌های جدول شماره ۱-۸ در خصوص وضعیت تأهل از آنجا که مقدار $t = ۰/۱۷۱$ در درجه آزادی $df = ۳۲۷$ در سطح $\alpha = .05$ معنادار نیست لذا فرض صفر

تأیید و فرض تحقیق با ۹۵٪ اطمینان رد می‌گردد. به عبارت دیگر ارزش‌های خانواده نزد دانشجویانی که به اینترنت دسترسی دارند به تفکیک وضعیت تأهل متفاوت نیست.

جدول ۲-۷: نتایج تحلیل واریانس یکراهه در مورد مقایسه ارزش‌های خانواده دانشجویان برحسب

دوره و رشته تحصیلی

متغیر	شاخص منابع تغییرات	مجموع مجذورات	درجات آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معناداری
ارزش‌های خانواده	بین گروهی	۱۹۹/۸۱۹	۲	۹۹/۹۱۰	۲/۰۴۹	۰/۱۳۰
	درون گروهی	۱۷۳۱۱/۹۴۹	۳۵۵	۴۸/۷۶۶		
	کل	۱۷۵۱۱/۷۶۸	۳۵۷			
	بین گروهی	۴۱/۵۴۰	۲	۲۰/۷۷۰	۰/۴۲۲	۰/۶۵۶
	درون گروهی	۱۷۴۷۰/۲۲۸	۳۵۵	۴۹/۲۱۲		
	کل	۱۷۵۱۱/۷۶۸	۳۵۷			

براساس داده‌های جدول شماره ۲-۷ نتایج حاصل از تحلیل واریانس در خصوص مقایسه ارزش‌های خانواده دانشجویان بر حسب دوره تحصیلی نشان می‌دهد که چون مقدار $F=2/049$ با درجات آزادی ۲ و ۳۵۵ در سطح $\alpha=0/05$ از لحاظ آماری معنادار نیست لذا می‌توان گفت ارزش‌های خانواده دانشجویان به تفکیک دوره تحصیلی آنها متفاوت نیست. در مورد مقایسه ارزش‌های خانواده دانشجویان بر حسب رشته تحصیلی نیز چون مقدار $F=0/422$ با درجات آزادی ۲ و ۳۵۵ در سطح $\alpha=0/05$ از لحاظ آماری معنادار نیست لذا ارزش‌های خانواده نزد دانشجویانی که به اینترنت دسترسی دارند به تفکیک رشته تحصیلی آنها متفاوت نیست.

بحث و نتیجه‌گیری

اطلاعات، دانش، رفتارهای اجتماعی، علایق و نوع تفکر جوان امروزی، این نسل را در موقعیت خاصی قرار داده است. از نقاط افتراق و جدایی این نسل با نسل‌های پیشین، آشنایی و بهره‌گیری از رسانه‌ها و فناوری‌های نوین ارتباطی از جمله اینترنت است که رشد فزاینده آن هنوز هم ادامه دارد. یافته‌های حاصل از پژوهش حاکی از آن است که هر چه میزان وابستگی (اعتیاد) به اینترنت، وارد شدن به بحث و مناظره گروهی، وارد شدن به فضای صمیمیت، ایجاد روابط احساسی در محیط تعاملی اینترنت و میزان



استفاده از اینترنت افزایش یابد از ارزش‌های خانواده نزد دانشجویان کاسته می‌شود. در تأیید یافته‌های این پژوهش می‌توان به نتایج تحقیقات جاناتان جی و زی هو (۲۰۰۲)، ساندرز، تیفانی، فیلد و کاپلان (۲۰۰۰)، گونچار و آدامز (۲۰۰۰)، درگاهی و رضوی (۱۳۸۶)، نوابخش و همکاران (۱۳۸۹)، زنجانی‌زاده و جوادی (۱۳۸۴) اشاره کرد. متغیرهای روابط احساسی و آگاهی خانواده در استفاده فرزندان از اینترنت به ترتیب بیشترین نقش را در تبیین واریانس ارزش‌های خانواده داشتند. درحالی‌که در تحقیق زنجانی‌زاده و جوادی (۱۳۸۴) متغیرهای احساس گمنامی در اینترنت و میزان استفاده از اینترنت، هر دو با داشتن اثرات منفی، به ترتیب بیشترین سهم تبیینی را در پیش‌بینی ارزش‌های خانواده داشتند. این تفاوت متغیرها در تبیین واریانس ارزش‌های خانواده را شاید بتوان در تفاوت جامعه آماری دانست.

از آنجا که هر چه اعتیاد (وابستگی) به اینترنت بیشتر باشد از ارزش‌های خانواده کاسته می‌شود، براساس نتایج پژوهش‌های سایموس و همکاران (۲۰۰۸) چی هونگ و همکاران (۲۰۰۵)، شایق و همکاران (۱۳۸۸) که در تحقیقات خود اعتیاد اینترنتی پسران را بیش از دختران گزارش می‌کنند می‌توان بالاتر بودن ارزش‌های خانوادگی دانشجویان زن نسبت به مرد در این پژوهش را تبیین کرد.

درگیری ذهنی برای رشد و پرورش شخصیت مجازی در کاربران، باعث افت ارزش‌های اخلاقی و ایجاد پتانسیل بزهکاری در آنها می‌گردد. دوستی اینترنتی خیلی سریع، اهمیت و جایگاه روابط خانوادگی را می‌گیرد و باعث کاهش سطح مسئولیت‌پذیری، غفلت از برنامه‌های اجتماعی، آموزشی، شغلی و تربیتی پیش‌بینی شده در زندگی می‌گردد که این امر در اکثر موارد به کم‌رنگ شدن ارزش‌های خانواده و بی‌ثباتی در روابط خانوادگی می‌انجامد. محیط تعاملی اینترنت را می‌توان فضایی در نظر گرفت که کاربران در آن ضمن گفتگو از یکدیگر تأثیر پذیرفته، نیازهای خود را مطرح و با صرف انرژی عاطفی، فضای صمیمیت و ابراز احساسات را در آن شکل می‌دهند. افرادی که دچار اعتیاد به گفتگوی اینترنتی می‌شوند معمولاً تعامل کمتری با دنیای واقعی دارند. هرچه کاربران بیشتر وارد بحث و مناظره گروهی و فضای صمیمیت و روابط احساسی شوند احتمالاً خواسته‌ها و مشکلات خود را بیشتر در این محیط‌های تعاملی مطرح می‌کنند و کمتر با خانواده در میان می‌گذارند که این امر با توجه به نتایج پژوهش، می‌تواند آثار منفی بر ارزش‌های خانواده داشته باشد.

برشمردن اثرات منفی استفاده از اینترنت در میان نوجوانان و جوانان بدون اشاره به

ویژگی‌ها و امتیازات مثبتی که می‌تواند برای این گروه سنی به وجود آورد نادیده گرفتن بخشی از اثرات این پدیده تکنولوژیک و مؤثر خواهد بود. چنانچه نتایج تحقیق پژوهشگرانی نظیر هامبورگر و هایات^۱ (۲۰۱۱)؛ هاریچ^۲ (۲۰۰۳)؛ ویلر، وایت و بروم فیلد^۳ (۲۰۰۲)؛ میل تیادو^۴ (۲۰۰۱)؛ زارع و کدیور (۱۳۸۶) نشان می‌دهد، استفاده از اینترنت باعث افزایش خلاقیت، کارآمدی، بهبود تعاملات اجتماعی و افزایش اعتماد به نفس در کاربران می‌شود.

اینترنت و فضای مجازی به لحاظ کارکردشناسی، فضایی چند بعدی است که می‌تواند همزمان اثرات مختلفی را در حوزه روانی، تربیتی، اخلاقی و در یک جمله بر جنبه‌های مختلف زندگی افراد بر جای بگذارد. با توجه به مغایرت نتایج پژوهش‌های ذکر شده (درخصوص اثرات منفی و مثبت اینترنت)، همان‌طور که دیماجیو و همکاران^۵ (۲۰۰۱) نیز اشاره دارند شاید بتوان این‌گونه استدلال کرد که فضای اینترنت متأثر از نحوه استفاده از آن است که اثرات خود را آشکار می‌سازد، ضمن این‌که نحوه هدایت و کنترل کاربران نیز می‌تواند سبب‌ساز تأثیرات مثبت یا منفی آن گردد. وقتی کاربران اینترنت در هدفمندی و میزان استفاده از آن تابع ضابطه و قاعده‌ای نباشند و اوقات فراغت خود را به بیهودگی و بدون برنامه‌ریزی بگذرانند درگیر روابط مجازی و سایت‌هایی می‌شوند که موارد ناهنجار و غیراخلاقی را ترویج می‌کنند که از این طریق ارزشهای اجتماعی، اخلاقی و خانوادگی لطمه می‌بینند باید اذعان داشت که سیاست مسدودسازی اگرچه در بسیاری از کشورها اعمال می‌شود، اما یک امر مبنایی نیست و با استفاده از نرم‌افزارهای ضد فیلترینگ امکان دور زدن این سیاست وجود دارد. بنابراین آنچه در فضای مجازی مفیدتر و کارآمدتر است آموزش و هوشیارسازی کاربران اینترنت به جای اقدامات قهری است. بسترسازی فرهنگی و ارتقاء ضریب آموزش فرهنگی، هم‌چنین کنترل و نظارت صحیح، ضمن جلوگیری از رفتار نامتناسب با هنجارهای اجتماعی و فرهنگی می‌تواند فضای استفاده از اینترنت را در راستای ارتقای سطح علمی و اخلاقی کاربران کانالیزه کرده و زمینه را برای سوق دادن آنها به استفاده‌های مذهبی، فرهنگی، علمی - پژوهشی (وسعت بخشیدن به دانش تخصصی) و سرگرمی‌های مناسب فراهم نماید. مسئولان و خانواده‌ها با رعایت شأن انسانی و حقوق مترتب بر آن با ایجاد روابط صمیمانه و فضایی باز برای ابراز عقیده و نظر، شایسته

1. Hamburger & Hayat
2. Harbach

3. Wheeler, Waite & Bromfield
4. Miltiadou

5. Dimaggio & et al

است به نحوی عمل کنند که نوجوانان و جوانان بتوانند ضمن اعتماد اخلاقی به آنها و دریافت آموزش‌های جدید از آنان، هویت آنها را به‌عنوان افرادی که درک معینی از این فضا دارند پذیرا شوند تا بتوان به نتایج سودمندی در مدیریت و کنترل رفتار اطلاعاتی و ارتباطی کاربران در استفاده مناسب و مؤثر از اینترنت دست یافت.

از دیدگاه عقلانی، نفی و ایستادگی در مقابل اینترنت، نه تنها پاسخگوی نیازهای نسل امروز نیست بلکه می‌تواند به عاملی در جهت تخریب و فرسایش فرهنگ و توسعه تبدیل شود. امروزه دیگر نمی‌توان اینترنت را نادیده گرفت و در چرخه تبادل اطلاعاتی، با انکار و بی‌تفاوتی، دور باطل انفعال و مصرف‌زدگی را تسلسل بخشید. معناگرا بودن و دین‌گرابودن از ویژگی‌های اصلی هویت ماست. این هویت همواره در طول تاریخ در پیوندی دایمی با جهان‌بینی دینی قرار داشته و دین اسلام همواره تجلی آیین و هویت ایرانیان بوده و هست. فرهنگ و تمدن ایرانی یکی از کهن‌ترین و ریشه‌دارترین فرهنگ‌ها و تمدن‌های جهان است و خردورزی رکن اصلی بینش و فرهنگ ایرانی است.

در فرهنگ ایرانی انسان خردمند همواره برای یادگیری و پیشرفت و دانش‌اندوزی کوشش می‌کند و انسانی که دارای خرد و دانش باشد درک بهتری از جهان پیرامون خود و آفرینش خواهد داشت. نفوذ برخی عناصر مدرنیته به‌عنوان مهمان ناخوانده در فرهنگ ما امری ناگزیر است لذا شایسته است با دیدگاه آسیب‌شناسانه به موازات تقبیح ارزش‌های منفی مدرنیته، ارزش‌های مثبت را بپذیریم و با بومی کردن آن در ارتقای هویت فرهنگی و تضمین سلامت جامعه با توجه به مقتضیات روز به‌طور منطقی گام برداریم.

از آنجا که جامعه ما از فرایند تحولات جامعه جهانی جدا نیست به نظر می‌رسد اشاعه و گسترش تکنولوژی‌های ارتباطی در جامعه ایران امری اجتناب‌ناپذیر باشد. اشاعه تکنولوژی‌های ارتباطی راه‌های تازه‌ای را برای برخورداری از فرصت‌ها و منابع در اختیار انسان می‌گذارد. آنچه می‌تواند تضمین‌کننده استفاده صحیح از آن باشد افزایش آگاهی و تعهد نسبت به اهداف و ارزش‌ها است. از این طریق ضمن جذب و توسعه فناوری‌های نوین و مرتبط شدن با مقتضیات عصر اطلاعات و ارتباطات می‌توان هویت ملی و ارزش‌ها و اصول اخلاقی جامعه را به‌عنوان بزرگترین چالش فرهنگی پیش‌رو نیز حفظ کرد. جامعه ما در شرایط کنونی به یک رویکرد همگرایی خلاق نیاز دارد تا بتواند نیازهای تکنولوژیک و فرهنگی خود را به‌صورت پیوسته و آمیخته به یکدیگر برآورده سازد.

با توجه به بافت فرهنگی خاص ما و اهمیت و ارزش خانواده و با عنایت به رشد و گسترش روزافزون استفاده از اینترنت به‌عنوان یک رسانه جهانی، در ایجاد فضایی

هوشمندانه با تبیین استراتژی‌های فرهنگی (مهندسی فرهنگی) باید به گونه‌ای عمل نمود تا با تبدیل تهدیدها به فرصت‌ها نه تنها از فرسایش ارزش‌های خانواده و اجتماع جلوگیری شود بلکه در فرایند تولید فرهنگ و ارتقاء ارزش‌ها با ابزاری جدید بتوان به حداکثر کارایی در این زمینه دست یافت. در این راستا انجام دادن فراتحلیل‌هایی براساس تحقیقات صورت گرفته درخصوص هر یک از مسائل خاص مرتبط با اینترنت (هویت ملی، فرهنگ، خانواده، سرمایه اجتماعی، پیشرفت تحصیلی، افسردگی، تنهایی و...)، به منظور کسب اطلاعات جامع و موثق درخصوص شناسایی دقیق و درست آسیب‌های پیش‌رو و نیازهای کاربران در گروه‌های سنی متفاوت، پیشنهاد می‌شود، به نحوی که با تولید محتوای مناسب براساس یک نظام ارزشی پویا با محوریت فرهنگ ملی و دینی بتوان به مدیریت و کنترل کارآمد رفتار اطلاعاتی و ارتباطی و درونی شدن کاربرد اخلاق (خودکنترلی) در استفاده از فناوری‌هایی نظیر اینترنت دست یافت.

منابع

- تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۷)؛ «رسانه و بحران هویت در عصر فرا واقعیت»، *پژوهشنامه علوم سیاسی*، دوره چهارم، ش ۱، صص ۵۱-۸۳
- خسروجردی، محمود و میرزایی، سیدآیت‌الله (۱۳۸۸)؛ «بررسی اعتیاد اینترنتی در نوجوانان: مطالعه متغیرهای جنس، مقطع تحصیلی و اندازه سازمان آموزشی»، *فصلنامه راهبرد*، دوره ۱۸، ش ۵۳، صص ۲۱۳-۲۲۵.
- درگاهی، حسین و رضوی، سیدمنصور (۱۳۸۶)؛ «اعتیاد به اینترنت و عوامل مؤثر بر آن در ساکنان منطقه ۲ غرب تهران»، *فصلنامه پایش*، دوره ششم، ش ۳، صص ۲۶۵-۲۷۲.
- دوران، بهزاد (۱۳۸۱)؛ *تأثیر فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی*، رساله دکتری جامعه‌شناسی، تهران: دانشگاه تربیت مدرس (منتشر شده).
- ----- (۱۳۸۵)؛ «تأثیر اینترنت بر هویت همالان»، *فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، دوره دوم، ش ۵، صص ۱۰۹-۱۳۶.
- ذکایی، محمدسعید (۱۳۸۵)؛ «جوانان، جهانی شدن و مهاجرت‌های بین‌المللی: پژوهشی در میان نخبگان جوان»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره هفتم، ش ۲، صص ۴۱-۷۵.
- زارع‌زاده، کمال و کدیور، پروین (۱۳۸۶)؛ «مقایسه خودکارآمدی و خلاقیت در دانش‌آموزان کاربر اینترنت و غیرکاربر»، *فصلنامه تعلیم و تربیت*، دوره بیست و سوم، ش ۱، صص ۱۱۱-۱۳۳.
- زنجانی‌زاده، هما و جوادی، علی محمد (۱۳۸۴)؛ «بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده در بین دانش‌آموزان دبیرستانی ناحیه ۳ مشهد»، *مجله جامعه‌شناسی ایران*، دوره ششم، ش ۲، صص ۱۲۱-۱۴۶.
- شایق، سمیه، آزاد، حسین و بهرامی، هادی (۱۳۸۸)؛ «بررسی اعتیاد به اینترنت و رابطه آن با ویژگی‌های شخصیتی در نوجوانان تهران»، *مجله علمی پژوهشی اصول بهداشت روانی*، دوره یازدهم، ش ۲، صص ۱۴۹-۱۵۸.

- عابدی جعفری، حسن. سلمانی، داوود و رادمند، محبوبه (۱۳۸۹)؛ «بررسی نیازهای منابع انسانی برنامه پنجم توسعه: رویکردی آینده‌پژوهی»، *فصلنامه راهبرد*، دوره نوزدهم، ش ۵۶، صص ۳۴۵-۳۶۴.
- علیوردی‌نیا، اکبر (۱۳۸۴)؛ «اینترنت و سوء‌مصرف مواد»، *فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، دوره اول، ش ۳-۲، صص ۱۲۷-۱۵۵.
- فرهمند، مریم (۱۳۸۷)؛ «دختران و کاربرد اینترنت»، *فصلنامه مطالعات راهبردی زنان*، دوره یازدهم، ش ۴۱، صص ۱۳۵-۱۷۰.
- قانع‌راد، محمد امین (۱۳۸۸)؛ «دوگانگی‌های فرهنگی تکنولوژی (رویکرد جامعه‌شناسی فرهنگی در تحلیل تکنولوژی)»، *فصلنامه راهبرد*، دوره دوم، ش ۸، صص ۱۰۷-۱۴۵.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۴)؛ *چشم‌اندازهای جهانی*، ترجمه محمدرضا جلالی‌پور، تهران: طرح نو.
- محمدبیگی، ابوالفضل. قضاوی، علی. محمدصالحی، نرگس. قمری، فرهاد و سعیدی، عاطفه (۱۳۸۸)؛ «تأثیر وابستگی به اینترنت بر وضعیت تحصیلی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اراک»، *مجله علمی پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی اراک*، دوره دوازدهم، ش ۴، صص ۹۵-۱۰۲.
- موسوی، رقیه؛ اکبری زردخانه، سعید و کاوه، ذبیح‌الله (۱۳۹۰)؛ «تفاوت‌های جنسیتی در ابعاد هویت دانشجویان»، *فصلنامه فرهنگ مشاوره و روان‌درمانی*، دوره دوم، ش ۸، صص ۳۱-۴۶.
- نژادبهرامی، زهرا و کمالی‌چیرانی، فاطمه (۱۳۸۹)؛ «بررسی ابعاد فرهنگی - اجتماعی کنترل والدین بر استفاده فرزندان از اینترنت»، *برگ فرهنگ*، ش ۲۱، صص ۱۳۵-۱۴۸.
- نوابخش، مهرداد. هاشم‌نژاد، فاطمه و زادشم‌پور، وحید (۱۳۸۹)؛ «بررسی آثار اینترنت و موبایل در تغییر هویت جوانان ۱۵-۲۹ سال استان مازندران»، *مجله تخصصی جامعه‌شناسی مطالعات جوانان*، دوره اول، ش ۱، صص ۱۴۵-۱۷۰.
- هابرماس، یورگن (۱۳۸۴)؛ *دگرگونی ساختاری در حوزه عمومی*، ترجمه جمال محمدی، چاپ اول، تهران: افکار.
- Baran, S. J. (2004); *Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Cultur*, 3th edition. McGraw-Hill: New York.
- Beck, U. (2000); The Cosmopolitan Perspective: Sociology of Second age of Modernity. *British Journasl of Society*, 51 (1), 79-105.
- Castells, M. (2001); *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business and Society*, New York: Oxford university press.
- Chih-Hung, K., Ju-Yu, Y., Cheng-Chang, Ch., Sui-Huei, Ch., & Cheng-fang, Y. (2005); Gender Differences and Related Factors Affecting Online Gaming Addiction Among Taiwanese Adolescents, *The Journal of Nervous and Mental Disease*, 193 (4), 273-277.
- Chou, C., & Hsiao, M. C. (2000); Internet Addiction, Usage, Gratifications, and Pleasure Experience, The Taiwan college students case, *Computer and Education*, 35(1), 65-80.
- DiMaggio, p., Hargitlai, E., Newman, W.R. & Robinson, J.P. (2001); Social Implications of the Internet, *Annual Review Sociology*, 27, 307-336.
- Friedman, T., (2008); *Hot, Flat and Crowded: Why We Need a Green Revolution-And How It Can Renew America*, New York: Farrar, Straus and Giroux press.
- Gonchar, N., & Adams, J.R. (2000); Living in Cyberspace: Recognizing the Importance of the Virtual World in Social Work Assessments, *Journal of Social Work Education*, 36(3), 587-595.



- Hamburger, Y. A., & Hayat, Z. (2011); The Impact of the Internet Social Lives of Users: A Representative Sample 13 Countries, *Computers in Human Behavior*, 27: 585-589. available at: <http://www.elsevier.com/locate/comphumbeh>.
- Harbach, B. (2003); "Creativity and the Emerging Technologies" In A. Rossett (Ed), *Proceedings of World Conference on E. Learning in Corporate, Government, Healthcare, and Higher Education*, Chesapeake, VA: AACE. pp. 1006. 1008.
- Janathan, J.H., Zhou, H.E. (2002); Diffusion, Use Impact of the Internet in Hong kong: A Chain Process Model, *Journal of Computer-Mediated Communication (JCMC)*, 7(2).
- Kestnbaum, M., Robinson, J. P., Neustadu, A., & Alverz, A. (2002); Information Technology and Social Time Displacement, *IT & Society*, 1(1), 21-37.
- Kiesler, S., Kraut, R., Cummings, J., Boneva, B., Helgeson, V. & Crawford, A. (2002); *Internet Evolution and Social Impact. IT & Society*, 1 (1), 120-134.
- Lim, J. S. (2004); "A Learning System for Internet Addiction Prevention", *Proceedings of the IEEE International Conference on Advanced Learning Technologies (ICALT)*.
- McKenna, K. Y. A., & Bargh, J.A. (2000); Plan9 from cyberspace; The Implication of the Internet for Personality and Social Psychology, *Personality and Social Psychology Review*, 4(1), 57-75.
- McQuail, D. (2005); *McQuail's Mass Communication Theory* (5 rd ed.). London: Sage publication.
- Miltiadou, M. (2001); Computer- Mediated Communication in the Online Classroom. *International Journal of Educational Telecommunications (IJET)*, 7: 407-419.
- Nie, N., & Hillgus, D.S. (2002); The Impact of Internet Use Sociability: Time –Diary Findings, *IT & Society*, 1(1), 1-20.
- Patrick, F., & Joyce, J. (2008); Internet addiction: Recognition and Intervention. *Psychiatric Nursing*, 22(2), 59-60.
- Sanders, Christopher E., Tiffany, M Field., Diego, M., & Kaplan, M. (2000); The Relationship of Internet Use to Depression and Social Isolation Among Adolescents, *Adolescence*, 35(138), 237-242.
- Selnow, G. (2000); *The Internet and the Soil of Democracy. U.S.*, Department of State, NetDiplomacy 2000, Washington, D.C. (Published in "Vital Speeches of the Day" November 2000).
- Siomos, K. E., Dafouli, D. E., Braimiotis, D. A., Mouzas, O. D., and Nikiforos, V. A. (2008); Internet Addiction Among Greek Adolescent Students, *CyberPsychology & Behavior*, 11(6), 653-657.
- Suler, J. (2002); *Psychology of Cyberspace [On-line]*, Available at :www.rider.edu/suler/psyber/psyber/html.
- Sunwoo, K., & Rando, K. (2002); A Study of Internet Addiction: Status, Causes and remedies, *Journal of Korean Home Economics Association English Edition*, 3, 1-19.
- Tsai, H. F., Cheng, Sh. H., Yeh, T. L., Shih, Ch. Ch, Chen, K. Ch., Yang, Y. Ch., Yang, Y. K. (2009); The Risk of Internet Addiction- A Survey of University Freshmen, *Psychiatry Research*, 167(3), 294-299.
- Wheeler, S., Waite, S., Bromfield, C. (2002); Promoting Creative Thinking Through the Use of ICT, *Journal of Computer Assisted Learning (JCAL)*, 18, 367-378.
- Witte, J. C., Amoroso, L. M., Howard, P. (2000); Method and Representation in Internet-Based Survey Tools: Mobility, Community, and Cultural Identity in Survey 2000, *Social Science Computer Review*, 18(2), 179-195.