

بررسی تاثیر اینترنت بر ارزشهای خانواده

دکتر مجید کفاشی*

چکیده: عنوان پژوهش حاضر «بررسی تاثیر اینترنت بر ارزشهای خانواده در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن در سال تحصیلی ۸۹-۱۳۸۷» است. هدف این پژوهش شناخت عوامل تاثیرگذار بر ارزشهای خانواده در بین دانشجویان و دستیابی به یک الگوی نظری تحلیلی است با استعانت از نظریه های مرتبط، عوامل مهم و اثرگذار مورد بررسی قرار می گیرد.

پژوهش حاضر با طرح پرسشهایی، به تحلیل و تبیین موضوع پژوهش پرداخته است. روش تحقیق این پژوهش، پیمایشی و ابزار گردآوری اطلاعات، پرسشنامه است. نمونه مورد مطالعه ۳۸۴ نفر از دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن هستند که با روش نمونه گیری طبقه بندی شده متناسب با حجم و در نهایت با استفاده از روش تصادفی ساده انتخاب شده اند.

نتایج این پژوهش بر وجود یک رابطه آماری معکوس در بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته حکایت دارد. متغیرهای مستقل شامل دسترسی دانشجویان به اینترنت، استفاده بیشتر دانشجویان از اینترنت، میزان وابستگی آنها به اینترنت، محیط تعاملی اینترنت، فضای صمیمیت، روابط احساسی، وارد شدن دانشجویان در بحث و مناظره گروهی، پذیرفته شدن آنها در محیط تعاملی اینترنتی، احساس رضایتشان از گمنام بودن در اینترنت، میزان اطلاع خانواده در مورد استفاده فرزندان از محیط های اینترنتی و متغیر وابسته ارزش های خانواده است.

کلید واژه ها: اینترنت، ارزش، خانواده

مقدمه

خانواده پایه بنیادین اجتماع و سلول سازنده زندگی انسان و خشت بنای جامعه و کانون اصلی حفظ سنت ها، هنجارها و ارزش های اجتماعی است. خانواده شالوده استوار پیوندهای اجتماعی، روابط خویشاوندی و کانونی در جهت بروز و ظهور عواطف انسانی و مکانی برای «پرورش

* استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن و عضو باشگاه پژوهشگران جوان

majidkaffashi@gmail.com

این پژوهش تحت عنوان طرح پژوهشی و با اعتبارات مالی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن انجام شده است.

اجتماعی» است. خانواده واحدی است که براساس ازدواج پدید می‌آید و از آغاز پیدایی خود، همچون حریمی امن، زندگی انسان را در برمی گیرد و موج تازه ای در درون شبکه خویشاوندی ایجاد می شود و این موج جدید است که شمار زیادتری از خویشاوندان را نیز به هم پیوند می دهد. انسان در خانواده فرآیند جامعه‌پذیری که مجموعه‌ای از «بایدها» و «نبایدها» است و بالاخره نقش‌هایی را در ارتباط با دیگران یاد می‌گیرد. آنچه در خانواده از اهمیت برخوردار است توجه به ارزش‌ها به ویژه ارزش‌های اجتماعی است. ارزش‌های اجتماعی از اساسی‌ترین عناصر یک نظام اجتماعی هستند که از طریق کنترل و هدایت آنها می‌توان جامعه را به زوال و یا به تعالی کشاند. بنابراین خانواده‌ها و مسئولین باید خیلی راغب باشند که بدانند، چه عواملی موجب پیدایش ارزش‌ها در یک جامعه می‌شوند و چگونه می‌توان این ارزش‌ها را تغییر داد.

اهمیت ارزش در این نهفته است که پایه ارزیابی ما را از پدیده‌های اطرافمان، از خودمان از نزدیکان و از دیگر انسان‌ها و از جامعه تشکیل می‌دهند و در واقع رفتار ما را نسبت به آنها تنظیم می‌کنند. از اینجاست که واژه جهت‌گیری ارزشی نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد. هنگامی که تعداد زیادی از ارزش‌ها در یک شبکه روابط علی و مرتبط با هم قرار می‌گیرند، در واقع یک نوع ارتباط، پیوستگی و تقدم و تأخر را نشان می‌دهند. در آن صورت صحبت از نظام ارزشی می‌شود. مثلاً در اسلام یک سلسله از دستورات ارزشی خوب و بد وجود دارد که با هم در ارتباطند، همچنین نظام ارزشی یک آلمانی که متشکل از یک سلسله از ارزش‌های به هم پیوسته (نظم، نظافت، دقت، جدیت، عدم بروز احساس... است خود را از نظام ارزشی یک کشور شرقی متمایز می‌سازد.

با ورود تکنولوژی و وسایل ارتباط جمعی در خانواده‌ها، ارزش‌های اجتماعی خانواده‌ها تحت تأثیر قرار گرفته و موجب شده تا شاهد تغییراتی در رفتار و گفتار نسل جوان باشیم. از جمله این وسایل دسترسی آسان به اینترنت می‌باشد. اینترنت علاوه بر نقاط قوت، امروزه دارای نقاط ضعفی هم هست. وسایل ارتباط جمعی فواصل را ناپدید می‌سازند، همچنان که جدار بین انسانها را نیز تا حدود زیادی شفاف تر می‌سازند (اسلوین، ۲۰۰۳: ۸۳). بنابراین، چگونه می‌توان تصور کرد که این وسایل بر گروه‌های اجتماعی، از جمله گروهی به تمام معنی، یعنی خانواده اثر نگذارند. بی‌شبهه، تطور خانواده در جامعه جدید، صرفاً تابع اثرات وسایل ارتباط جمعی نیست. لیکن، از خود می‌پرسیم: آیا خانواده هسته ای نیز به نوبه خود تحت تأثیر اینترنت تحول تازه ای پذیرفته است؟ با این همه لازم است به الگوی لسول باز گردیم، زیرا اوست که

تلویحاً و یا به طور صریح، نه فقط تحقیقات، بلکه نظریه ها را در این قسمت از جامعه شناسی در اولین سال‌هایی که چنین مطالعاتی آغاز گردیده بود، هدایت کرده است. سلسله سؤال‌هایی را که جامعه شناسی می‌تواند در مورد ارتباطات جمعی برای خود طرح کند، یادآور شویم: «کی چه می‌گوید؟ به کی؟ با چه وسیله و تأثیری؟». به خوبی می‌بینیم که در عمل آخرین سؤال از دیگران مهمتر است. زیرا، مخصوصاً می‌خواهیم بدانیم این وسایل که هم بدان امید بسته ایم و هم از آن در وحشتیم، بر سر جامعه چه می‌آورند. لیک، همین فرمول به خوبی نشان می‌دهد که برای روشن کردن این نکته باید دیگر سؤال‌ها را پاسخ گفت و سؤال‌های دیگر، که با توصیف فرایندی مرتبط اند، و شناخت اثرهای آنها مطمح نظر است، در جمله ای سؤالی همراه با یک فعل متعدی چنین خلاصه می‌شود: «کی چه می‌گوید، به کی و با چه وسایلی؟» چون وسایل (مجراها) و محتواها (چه‌ها) توسط ارسال کننده پیام مورد انتخاب قرار می‌گیرند و دست کم در اختیار او هستند، فرایند عمل ارسال کننده (کی، یعنی فاعل فعل گفتن) برگزیده (به کی، مفعول با واسطه) چنانچه جمله را به صورت «کی به کی خبر می‌دهد» بسازیم و مفعول بی واسطه چنانچه جمله را به صورت «کی چه کسی را تحت تأثیر قرار می‌دهد؟» تشکیل دهیم را شامل می‌شود. به طور قطع، در الگوی لسول چنین پنداشته می‌شود که اثر وسایل ارتباط جمعی ناشی از عمل ارسال کننده برگزیده ای پذیر است که جز گرفتن پیام ارسال شده، از طریق مجرای خاص و پذیرش اثرهای معمول، کار دیگری ندارد، اما، واقعیت چنین نیست. در ابتدا، پذیرا بودن ادعایی گیرنده و یا بهتر، مردم، بسیار نسبی و حتی اغلب در حدی محدود است. مخصوصاً دلایل آماری خاصی به دست آمده است که نشان می‌دهد در مجموع فعالیت‌ها و گرایش‌های افراد حتی زمانی که به وسایل ارتباط جمعی روی می‌آورند، تغییر نمی‌یابد (کازنو، ۱۳۷۹: ۱۴۹).

هربرت مارکوزه در کتاب انسان تک ساحتی تحت عنوان منطق سلطه از عقلانیت تکنولوژی بحث می‌کند معتقد است پیشرفت فنی تکنولوژی در جامعه بجای اینکه به آزادی و تسلط انسان بر طبیعت منجر شود به عاملی در بهره کشی بیشتر انسانها تبدیل شده است. از نظر او انسان دارای یک بعد ماشینی شده و ابعاد دیگر شخصیت انسان از بین رفته است. اخلاق، زبان فرهنگ، هنر، عواطف همه از حاکمیت تکنولوژی متاثر گردیده اند و در نتیجه تفکر تک ساحتی در جامعه تک ساحتی ایجاد گردیده و حقوق و آزادی‌های فردی از مفهوم سنتی گذشته دوری جسته و جای خود را به فرهنگ مادی سپرده است (کفاشی، ۱۳۸۴: ۸۵).

با وجود استفاده زیاد دانشجویان از اینترنت، محقق بر آن است تا با انجام تحقیقی تحت عنوان «بررسی تاثیر اینترنت بر ارزشهای خانواده در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی» موضوع تاثیر یکی از وسایل ارتباط جمعی بر رفتارها و تغییر ارزشهای خانواده را مورد بررسی و مذاقه قرار دهد.

بیان مساله

مطالعات مقدماتی و ادبیات موجود حاکی از این واقعیت است که رابطه‌ای بین استفاده از اینترنت و ارزش‌های خانواده مشاهده می‌شود. در این پژوهش محقق تلاش دارد این موضوع را مورد مطالعه قرار دهد که اینترنت چه تاثیراتی در ارزش‌های خانواده دانشجویان دارد؟ آیا می‌توان ادعان داشت که تقویت یا تضعیف ارزش‌های خانواده متأثر از استفاده دانشجویان از اینترنت می‌باشد؟ آیا رابطه ای بین دسترسی دانشجویان به اینترنت و ارزش‌های خانواده وجود دارد؟ آیا رابطه ای بین استفاده بیشتر دانشجویان از اینترنت و ارزش‌های خانواده وجود دارد؟ آیا رابطه ای بین میزان وابستگی دانشجویان به اینترنت و ارزش‌های خانواده وجود دارد؟ آیا رابطه ای بین محیط تعاملی اینترنت و ارزش‌های خانواده وجود دارد؟ آیا رابطه ای بین نوع استفاده دانشجویان از اینترنت و ارزش‌های خانواده وجود دارد؟ به عبارت دیگر آیا دانشجویانی که به اینترنت دسترسی دارند، دارای ارزش‌های خانوادگی متفاوتی هستند.

اهداف تحقیق: اهدافی که در این مقاله دنبال می‌شوند عبارتند از:

الف) شناخت وضع موجود ارزشهای خانواده در بین دانشجویان

ب) شناخت میزان اثرگذاری اینترنت

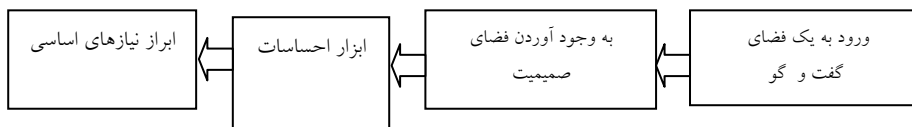
ج) دستیابی به یک الگوی نظری درخصوص تبیین ارزش‌های خانواده دانشجویانی که از اینترنت استفاده می‌کنند در جهت ارائه راهکارهای راهبردی و کاربردی.

چهارچوب نظری تحقیق

در بخش مبانی نظری تحقیق از تئوری‌های زیادی استفاده گردیده است اما از این میان، دیدگاه نظریه کنش ارتباطی هابرماس و نظریه کلی وولخارت در مورد تاثیر گروه و تئوری‌های ارتباط

جمعی والد‌ها را بعنوان چارچوب نظری تحقیق در نظر گرفته شده که به اختصار به آن اشاره می‌شود.

الف) نظریه کنش ارتباطی هابرماس: قبل از پرداختن به نظریه کنش ارتباطی هابرماس، ابتدا به حوزه عمومی مورد نظر هابرماس می‌پردازیم. حوزه عمومی مورد نظر هابرماس فضایی است که در آن فضا: «افراد به شیوه عقلانی بتوانند به بحث بپردازند و در این بحث به توافقی برسند و افراد در این محیط‌ها بتوانند به طور برابر شرکت کنند، قدرت در این بحث‌ها دخالتی ندارد، هر موضوعی بتواند در این بحث‌ها مطرح شود، در این بحث‌ها افراد بتوانند مسائل خصوصی خود را مطرح کنند، این بحث‌ها همیشه باز است و همیشه می‌توان به آن رجوع کرد و درباره آن بحث کرد» (آزاد ارمکی و امامی، ۱۳۸۳: ۶۵). پس محیط اینترنت این فضا را فراهم کرده و شرایط حوزه عمومی مورد نظر هابرماس را تا حدودی داراست، حوزه عمومی هابرماس عرصه‌ای است که در آن افراد به منظور مشارکت در مباحث باز و علنی گرد هم می‌آیند و کنش ارتباطی از طریق بیان، گفت‌وگو تحقق می‌یابد. در فضای محیط‌های تعاملی اینترنت بحث «شرایط آرمانی سخن» مورد نظر هابرماس تحقق می‌یابد و می‌توان آن را بدین گونه مطرح کرد: هابرماس معتقد است که نیازهای اساسی یا اصیل معینی وجود دارد که تمامی افراد کاملاً آزاد آن‌ها را دارند و این نیازها توسط هرکس که صمیمانه وارد یک گفت‌وگوی عملی شود ضرورتاً کشف خواهد شد (استیون، ۱۳۸۰: ۷). با توجه به این که در محیط اینترنت به ویژه در محیط تعاملی اینترنت افراد به راحتی می‌توانند نیازهای خود را مطرح کنند و این طرح‌نیازها باعث شکل‌گیری یک فضای گفت‌وگو و مباحثه شده و در این مباحثه افکار جدیدی شکل می‌گیرد، هابرماس می‌افزاید روابط میان گویندگان و شنوندگانی که از توان ارتباط برخوردارند، موجب می‌شود تا یکی دیگر از کارکردهای گفتار که همان شیوه یا همان کاربرد زبان عادی تلفیق شده است وارد عمل گردد و در کاربرد توصیفی زبان هر گفتار کنش نوعی در بردارنده قول صمیمیت یا صداقتی است که با آن من گوینده احساسات، نیازها و نیت‌های درونیم را برای شنونده ابراز می‌کنم، درست در همین بعد است که گفتار شنونده را به دنیای درونی احساس‌ها و انگیزه‌های من و همین‌طور به ارزیابی صحت گفته‌های من می‌کشاند (هابرماس به نقل از پیوزی، ۱۳۷۹: ۱۰۲). پس این احساسات باعث شده که روابط بین افراد صمیمی شده و نیازهای خود را بیان کنند و انرژی عاطفی خود را در این محیط مصرف کنند، اگر بخواهیم نظریه کنش ارتباطی را به صورت مدل علی در آوریم. چنین فرایندی خواهیم داشت:



پس محیط تعاملی اینترنت را می توان فضایی در نظر گرفت که کاربران به راحتی در آن به گفت و گو می پردازند که فضای صمیمیت و ابزار احساسات در محیط های تعاملی اینترنت شکل می گیرد که از یکدیگر تأثیر پذیرفته همچنین کاربران نیازهای خود را با هم مطرح کرده، در آن گروه ها مسائل و مشکلات خود را مطرح کنند و انرژی عاطفی خود را در این محیط ها مصرف نمایند که این تخلیه انرژی احتمالاً بر ارزش های خانواده می تواند مؤثر واقع شود.

ب) نظریه کلی و ولخارت در مورد تأثیر گروه: کلی و ولخارت دریافتند افرادی که از انگیزه بالایی برای حفظ عضویت فرد در گروه برخوردارند، و بنابراین وابستگی بیشتری به تأیید دارند، بعید به نظر می رسد که ارتباطات و پیام هایی را قبول نمایند که نقطه مقابل هنجارها و ارزش های گروه هستند. فرد باید موافقت و تأیید را به دست آورد (به نقل از کوهن، ۱۳۷۸: ۳۴۵). در این جا می توان به پذیرش توسط گروه تعبیر کرد، یعنی این که اعضا هرچه بیشتر مورد پذیرش گروه قرار بگیرند، احتمال تأثیر پیام بر گروه بیشتر است. مناظره گروهی نسبت به سخنرانی ها از اثربخشی دراز مدت در تغییر نگرش ها برخوردار است، همچنین اگر این مناظره گروهی به طور آزادانه برگزار شود تأثیر بیشتری در اثر بخشی به اعضا گروه خواهد داشت، بحث و مناظره آزاد در افکار و عقاید تغییر بیشتری به وجود می آورد (همان: ۱۲۰). هرچه کاربر اینترنتی احساس کند که در محیط اینترنت بیشتر مورد پذیرش واقع می شود احتمالاً باعث خواهد شد که بر ارزش های خانواده مؤثر واقع شود و همچنین هرچه کاربران بیشتر وارد بحث و مناظره گروهی شوند احتمالاً باعث مطرح کردن موضوعات خود با محیط های تعاملی اینترنت می شوند و کمتر مسائل خود را با خانواده مطرح می کنند و باعث کم اهمیت شدن ارزش های خانواده نزد فرد می شود.

ج) تئوری های ارتباط جمعی: والدهال از فرآوردن محتوای ارتباطی صحبت می کند، عاملی که احتمال تحصیل اثرات را کاهش می دهد. او معتقد است، «اثرات درازمدت بیش از اثرات کوتاه مدت مورد توجه قرار می گیرد» (به نقل از ویندال و همکاران، ۱۳۷۶: ۳۳۰). و یا به نوعی اگر از یک پیام به طور طولانی مدت استفاده شود تأثیر آن پیام بیشتر است. کلاپر علاوه بر تکرار پیام، مدت زمان پیام را نیز در نظر می گیرد تا برنامه بتواند بالاترین اثر ممکن را داشته باشد از

این دو نظریه هم می‌توان مدت زمان استفاده از اینترنت و هم طول مدت دسترسی به اینترنت و همچنین مداومت استفاده از اینترنت را (روزانه، هفتگی، ماهانه) به عنوان متغیرهای مستقل جهت تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده به کار برد، چرا که هر کدام از این عوامل باعث کاهش روابط درون خانواده و در نهایت کاهش ارزش‌های خانواده می‌شود. پس در این جا آن چه نقش مهمی را بازی می‌کند طول مدت دسترسی به اینترنت است. همچنین از این نظریه از میزان استفاده از اینترنت می‌توان استفاده کرد، بدین گونه که هرچه از اینترنت بیشتر استفاده کنیم این میزان استفاده احتمالاً باعث کم شدن ارتباط با خانواده می‌شود و این منجر به کاهش ارزش‌های خانواده نزد فرد می‌شود، همچنین می‌توان از این نظریات در مورد استفاده از اینترنت به طور مرتب و پراکنده استفاده کرد، بدین صورت که بین استفاده روزانه هفتگی و ماهانه از اینترنت و تأثیر آن بر ارزش‌ها اختلاف معنی داری وجود دارد.

دی فلور و بال روکیچ در الگوی خویش درباره وابستگی به رسانه‌ها بر این باورند که شرط مهم برای بروز اثرات، میزان وابستگی به بعضی رسانه‌های ارتباطی است، مجرای که مردم برای به دست آوردن اطلاعات مهم نسبت به آن احساس وابستگی می‌کنند، توان بیشتری برای ایجاد اثرات دارد، تا مجرای که تفاوتی با مجاری دیگر ندارد و اطلاعاتی که فراهم می‌کند فاقد اهمیت است (همان: ۳۷۰). با کمک این نظریه می‌توان وابستگی به اینترنت را مطرح کرد، بدین صورت که کاربر اینترنتی با وابسته شدن به اینترنت فرصت کمتری برای پرداختن به خانواده دارد و این ممکن است باعث کم اهمیت شدن خانواده نزد کاربر اینترنتی و در نتیجه کاهش ارزش‌های خانواده شود.

فرضیه‌های پژوهش

فرضیه‌های مورد آزمایش براساس اهداف پژوهش حاضر عبارتند از:

الف) فرضیه‌های تفاوتی

۱. ارزش‌های خانوادگی دانشجویانی که به اینترنت دسترسی دارند در مقام قیاس با دانشجویانی که به اینترنت دسترسی ندارند متفاوت است.

۲. ارزش‌های خانوادگی دانشجویان مرد و زن که به اینترنت دسترسی دارند متفاوت است.

۳. ارزش‌های خانوادگی دانشجویانی که به اینترنت دسترسی دارند به تفکیک مکان استفاده از اینترنت متفاوت است.

۴. ارزش های خانوادگی دانشجویانی که به اینترنت دسترسی دارند به تفکیک طول دسترسی (روزانه، هفتگی و ماهانه) به اینترنت متفاوت است.

۵. ارزش های خانوادگی دانشجویانی که به اینترنت دسترسی دارند به تفکیک انواع استفاده از محیط های اینترنت متفاوت است.

(ب) فرضیه های رابطه ای

۱. بین میزان وابستگی دانشجویان به اینترنت و ارزش های خانوادگی رابطه وجود دارد.

۲. بین فضای صمیمیت در اثر وارد شدن دانشجویان در محیط تعاملی و ارزش های خانواده رابطه وجود دارد.

۳. بین روابط احساسی در اثر وارد شدن دانشجویان در محیط تعاملی و ارزش های خانواده رابطه وجود دارد.

۴. بین وارد شدن دانشجویان در بحث و مناظره گروهی و ارزش های خانواده رابطه وجود دارد.

۵. بین مورد پذیرش واقع شدن دانشجویان در محیط تعاملی اینترنتی و ارزش های خانواده رابطه وجود دارد.

۶. بین احساس رضایت دانشجویان از احساس گمنامی در اینترنت و ارزش های خانواده رابطه وجود دارد.

۷. بین میزان اطلاع خانواده در استفاده فرزندان از محیط های اینترنتی و ارزش های خانواده رابطه وجود دارد.

۸. بین میزان استفاده دانشجویان از اینترنت و ارزش های خانواده رابطه وجود دارد.

تعاریف عملیاتی: متغیرهای مستقل: متغیرهای مستقل شامل: ۱. محیط های تعاملی اینترنت (مثل چت، ایمیل...) و نظایر آنند که این محیط ها هم می توانند تأثیر مستقیم بر ارزش های خانواده داشته باشند و هم می توانند باعث به وجود آمدن فضای صمیمیت، برقراری روابط احساسی و میزان پذیرش در اینترنت شود و بدین صورت بر ارزش های خانواده مؤثر واقع شوند. ۲. متغیرهایی که شامل محیط های تعامل اینترنت و شبه تعاملی اینترنت می شود که این متغیرها عبارتند از: میزان استفاده از اینترنت، طول دسترسی به اینترنت، انواع استفاده از اینترنت، مدت زمان دسترسی به اینترنت؛ ۳. آگاهی والدین دانشجویان در استفاده فرزندانشان از اینترنت؛ ۴. جنسیت.

جدول شماره ی ۱: تعاریف عملیاتی متغیرهای مستقل و وابسته

متغیر	الف) متغیرهای مستقل (گویه ها)
وابستگی به اینترنت	میزان گذراندن اوقات فراغت در اینترنت، عدم تمایل به کم کردن مقدار استفاده از اینترنت، از خواب خود کم کردن به خاطر استفاده از اینترنت، احساس ناراحتی کردن در صورت عدم دسترسی به اینترنت
فضای صمیمیت	مراجعه به اینترنت جهت از تنهایی درآمدن، ارتباط با دوستان اینترنتی، دوستی با همجنس در اینترنت، ارتباط با غیر همجنس در محیط اینترنت، به دنبال دوست غیرهمجنس بودن در اینترنت، پیدا کردن دوست غیرهمجنس در اینترنت
روابط احساسی	درد دل کردن در اینترنت، ابراز علاقه در محیط های اینترنتی، ابراز علاقه با دوستان غیر همجنس در اینترنت، مایل نبودن به کنار گذاشتن دوستان اینترنتی، ملاقات در محیط بیرونی با دوستان اینترنتی
بحث و مناظره گروهی	۱. خواندن و گوش دادن به مباحث گروهی در محیط تعاملی اینترنت ۲. طرح سؤالات در این محیط ها ۳. راهنمایی کردن کاربران اینترنتی
مورد پذیرش قرار گرفتن	احترام گذاشتن به کاربر اینترنتی، احترام قابل شدن به کاربر اینترنتی نسبت به محیط واقعی، پیام تبریک دریافت کردن، اهمیت قابل شدن به صحبت های کاربر اینترنتی، اهمیت قابل شدن به حرف های کاربر اینترنتی در اینترنت نسبت به محیط واقعی
رضایت از احساس گمنامی در اینترنت	۱. پنهان کردن جنسیت کاربر اینترنتی ۲. خوشحالی از بابت اهمیت نداشتن قیافه برای کاربر ۳. معرفی خود به عنوان شخصیت های دیگر در اینترنت
آگاهی توسط خانواده در استفاده فرزندان از اینترنت	۱. استفاده از اینترنت به اتفاق اعضای خانواده ۲. موافقت خانواده در استفاده از اینترنت ۳. اطلاع خانواده از نوع استفاده دانشجویان از اینترنت
ب) متغیر وابسته (گویه ها)	
ارزش های خانوادگی	۱. اهمیت قابل شدن به خوردن شام به طور دسته جمعی ۲. دوست داشتن تفریح دسته جمعی با اعضای خانواده ۳. قبول داشتن افکار و عقاید پدر و مادر ۴. اهمیت قابل شدن به اطاعت از حرف پدر و مادر ۵. مشورت با اعضای خانواده ۶. اهمیت قابل شدن به نظرات پدر و مادر ۷. اظهار نظر پدر و مادر در انتخاب دوست فرزندان ۸. لذت بردن از گفت و گو با اعضای خانواده ۹. جلب رضایت پدر و مادر جهت ازدواج

روش شناسی پژوهش

روش های پژوهشی که به تناسب از آنها در پژوهش حاضر استفاده شده عبارتند از: الف) روش اسنادی و کتابخانه‌ای: برای دستیابی به چارچوب نظری، شفاف شدن واقعیت اجتماعی و آگاهی از پیشینه و ادبیات پژوهش از روش فوق استفاده شده است. ب) روش پیمایشی: برای جمع‌آوری داده‌ها، طبقه بندی، توصیف، تحلیل آنها از روش پیمایشی استفاده کردیم. استفاده از روش پژوهش پیمایشی به دلایلی ضروری است. امکان بررسی فرض‌های پژوهش که از درون نظریه های بیرون آمده، ضرورت بررسی و مطالعه و بالاخره مراجعه به دانشجویان و تعمیم یافته ها از جمله دلایل انتخاب روش مزبور به عنوان روش نهایی و عمده پژوهش حاضر است.

- **جامعه آماری:** جامعه آماری، حوزه تعمیم نتایج و یافته های پژوهش است از این روی جامعه آماری در بر دارنده کلیه افراد مورد بررسی است که پژوهشگر از میان آنان واحدهای نمونه خود را گزینش می کند. جامعه آماری پژوهش حاضر را دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن تشکیل می دهند. نمونه مورد مطالعه، دانشجویان مقطع کارشناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن هستند.

- **شیوه نمونه گیری و حجم نمونه:** نمونه دانشجویان دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن به شیوه نمونه گیری طبقه بندی متناسب با حجم انتخاب گردید. به این صورت که دانشکده علوم اجتماعی شامل رشته های دبیری (۱۸۸ تعداد کل، ۸۶ نفر متناسب با حجم)، خدمات (۳۰۸ تعداد کل، ۱۴۱ نفر متناسب با حجم)، برنامه ریزی (۳۴۲ تعداد کل، ۱۵۷ نفر متناسب با حجم) است. و در مرحله بعد برای اجرای ابزار سنجش از شیوه تصادفی ساده استفاده شد. با انتخاب چه تعداد نمونه در یک پژوهش می توان با اطمینان، نتایج آن پژوهش را به جامعه بزرگتر تعمیم داد. نوع مطالعه، جامعه آماری و ویژگی های آن و از همه مهم تر تجانس و همگنی پدیده پژوهش، نوع نمونه گیری و... بر انتخاب نمونه مؤثر است. اما عموم پژوهش های اجتماعی از فرمول های آماری کوکران استفاده می کنند و براساس آن به نمونه گیری مبادرت می ورزند.

در پژوهش حاضر، p : احتمال وجود صفت در جامعه معادل $q=0.5$: احتمال عدم وجود صفت در جامعه معادل $d=0.5$: خطای نمونه گیری معادل $t=0.05$: احتمال صحت گفتار معادل $N=1/96$: تعداد دانشجویان (۲۰۰۴۱)، تعداد نمونه مورد بررسی ۳۸۴ نفر است.

ابزار سنجش در این تحقیق پرسشنامه محقق ساخته است که مبتنی بر طیف لیکرت طراحی شده است.

$$n = \frac{t^2 \times p \times q}{d^2} \left(1 + \frac{1}{N} \left(\frac{t^2 \times p \times q}{d^2} - 1 \right) \right)$$

تست پایلوت^۱ یا بررسی مقدماتی

اعتبار یا روایی صوری از نوع محتوا: اعتبار یا روایی، مسئله ای عمدتاً کیفی بوده و ارزیابی آن بسیار مشکل است و در واقع چگونگی حرکت محقق از تعریف نظری به تعریف عملی مورد

توجه قرار می‌گیرد. یکی از روش‌های اعتبار، اعتبار محتواسست که روشی برای سنجش میزان اعتبار اجزای تشکیل دهنده یک ابزار اندازه‌گیری است که معمولاً توسط افراد متخصص در موضوع مورد مطالعه انجام می‌گیرد. از این رو اعتبار محتوا به قضاوت داوران بستگی دارد (کلانتری، ۱۳۸۲: ۷۷). جهت حصول اطمینان از اعتبار یا روایی پرسشنامه، سؤالات، گویه‌ها و طیف مورد استفاده به افراد صاحب نظر در رابطه با موضوع مورد مطالعه (اساتید رشته‌های روانشناسی و جامعه‌شناسی) ارائه گردید. سپس گویه‌های مورد توافق در ابزار اندازه‌گیری لحاظ شد و بقیه مواردی که از نظر صاحب نظران ارتباط چندانی با موضوع نداشت حذف شدند. به عبارت دیگر از مجموع ۵۰ گویه ارائه شده در ابزار، تنها ۳۴ گویه مورد توافق متخصصین قرار گرفت.

اعتماد یا پایایی تحقیق

اعتماد یا پایایی مسئله کمی و تکنیکی است و بیشتر ناظر به این سؤال است که ابزار اندازه‌گیری با چه دقت و صحتی پدیده یا صفت مورد نظر را اندازه‌گیری می‌کند. ضریب آلفای کرونباخ از عمومیت بیشتری در این روش برخوردار است. اصولاً این روش برای محاسبه انسجام درونی ابزار اندازه‌گیری یا مقیاس‌ها به کار می‌رود. زمانی که مقیاسی از نوع لیکرت وجود داشته باشد و محقق بخواهد از طریق گویه‌های مختلف یک مفهوم پیچیده را اندازه‌گیری کند برای سنجش انسجام درونی مقیاس می‌توان از آماره آلفای کرونباخ استفاده کرد. اگر مقدار به دست آمده از آماره آلفای کرونباخ بیشتر از ۰/۷۰ باشد پایایی ابزار اندازه‌گیری، قابل قبول تلقی می‌گردد. در بحث آلفای کرونباخ گزینه‌ای وجود دارد که نشان می‌دهد با حذف هر یک از گویه‌ها چه تغییری در مقدار آلفا ایجاد می‌گردد. از طریق بررسی مقادیر این بخش می‌توان تصمیم گرفت که در صورت حذف کدام گویه یا گویه‌ها مقدار آلفا افزایش می‌یابد. این گونه گویه‌ها، مواردی هستند که با سایر گویه‌ها سازگار نبوده و لذا به حذف آنها دقت اندازه‌گیری مقیاس افزایش می‌یابد. اگر مقدار بدست آمده کمتر از ۰/۷۰ باشد. باید عمل حذف گویه‌های با آلفای پایین تا جایی ادامه یابد که مقدار آلفای نهایی به ۰/۷ یا بیشتر از آن برسد (کلانتری، ۱۳۸۲: ۷۵).

جدول زیر ضریب آلفای کرونباخ را برای متغیرهای مورد مطالعه با توجه به گویه‌های در نظر گرفته شده در سطح مقیاس لیکرت نشان می‌دهد که با توجه به بالا بودن ضریب آلفا، ابزار

اندازه گیری از قابلیت بالایی برخوردار است. در بررسی مقدماتی جمعیت محدودی از جامعه آماری (۴۰ نفر) در دانشکده مورد مطالعه را انتخاب و پرسشنامه تنظیمی در مورد آنان اعمال شد و پس از استخراج داده ها و بررسی نتایج و ارزیابی نقاط قوت و ضعف سؤالات پرسشنامه، نواقص و نارسائی های مربوط به برخی از سؤالات برطرف گردید. بنابراین گویه های منتخب در دو بررسی مقدماتی و نهایی مورد تحلیل قرار گرفتند که نتایج حاصل نشان می دهد مقیاسهای بکار رفته از قابلیت اعتماد قابل قبولی برخوردارند. بطوری که ضرایب همبستگی در بررسی نهایی افزایش را نشان می دهد و آلفای مقیاسها در بررسی مقدماتی ۰/۹۰ و در بررسی نهایی برابر با ۰/۹۵ است که هر دو در حد بالایی است.

جدول شماره ی ۲: میانگین، انحراف معیار و ضرایب همبستگی درونی گویه های مقیاسهای وابستگی به اینترنت (سؤالات ۱ تا ۵)، فضای صمیمیت (سؤالات ۶ تا ۹)، روابط احساسی (سؤالات ۱۰ تا ۱۴)، بحث و مناظره گروهی (سؤالات ۱۵ تا ۱۷)، مورد پذیرش قرار گرفتن (سؤالات ۱۸ تا ۲۰)، رضایت از احساس گمنامی در اینترنت (سؤالات ۲۱ تا ۲۳)، آگاهی خانواده در استفاده فرزندان از اینترنت (سؤالات ۲۴ تا ۲۶)، ارزش های خانوادگی (سؤالات ۲۷ تا ۳۴)، به تفکیک بررسی مقدماتی و بررسی نهایی

گویه ها	بررسی مقدماتی			بررسی نهایی		
	آلفا در صورت حذف سوال	همبستگی با کل	انحراف میانگین استاندارد	آلفا در صورت حذف سوال	همبستگی با کل	انحراف میانگین استاندارد
۱. اوقات فراغت در اینترنت سپری می کنم.	۰.۹۰	۰.۲۸	۰.۷۷	۰.۹۵۲	۰.۶۲	۱.۵۹
۲. سعی می کنم جدیدترین لباسها را از طریق اینترنت جستجو کنم.	۰.۹۰	۰.۳۲	۰.۸۳	۰.۹۵۲	۰.۵۴	۱.۱۸
۳. دوست ندارم مقدار استفاده ام از اینترنت کم شود.	۰.۹۰	۰.۴۷	۰.۷۴	۰.۹۵۳	۰.۴۵	۱.۳۰
۴. به خاطر استفاده از اینترنت از خواب خود کم می کنم.	۰.۹۰	۰.۲۴	۰.۷۶	۰.۹۵۳	۰.۳۶	۱.۲۷
۵. در صورت عدم دسترسی به اینترنت، احساس ناراحتی می کنم.	۰.۹۰	۰.۲۰	۰.۸۵	۰.۹۵۲	۰.۵۴	۱.۲۷
۶. به اینترنت جهت از تنهایی درآمدن مراجعه می کنم.	۰.۹۱	۰.۱۱	۰.۸۶	۰.۹۵۳	۰.۳۶	۱.۳۲
۷. از اینترنت جهت ارتباط با دوستان اینترنتی استفاده می کنم.	۰.۹۰	۰.۴۵	۰.۸۰	۰.۹۵۳	۰.۳۸	۱.۱۶

۴,۹۷	۱,۱۶	۰,۴۸	۰,۹۵۳	۲,۱۴	۰,۸۰	۰,۴۸	۰,۹۰	۸. به دنبال دوست غیر همجنس در اینترنت هستم.
۵,۲۹	۱,۱۹	۰,۵۰	۰,۹۵۳	۲,۴۵	۰,۹۰	۰,۰۳	۰,۹۱	۹. دوست غیر همجنس در اینترنت دارم.
۵,۵۵	۱,۱۵	۰,۴۷	۰,۹۵۳	۲,۷۱	۰,۹۳	۰,۱۷	۰,۹۱	۱۰. در اینترنت دوست دارم با دیگران درد دل کنم.
۵,۵۵	۱,۲۸	۰,۴۸	۰,۹۵۲	۲	۰,۹۴	۰,۴۳	۰,۹۰	۱۱. ابراز علاقه در محیط های اینترنتی را دوست دارم.
۵,۳۸	۱,۴۷	۰,۵۴	۰,۹۵۲	۲,۳۷	۰,۷۹	۰,۲۰	۰,۹۰	۱۲. با دوستان غیر همجنس در اینترنت ابراز علاقه بیشتری دارم.
۵,۱۷	۱,۲۱	۰,۳۴	۰,۹۵۳	۲,۳۳	۱	۰,۴۵	۰,۹۰	۱۳. مایل نیستم دوستان اینترنتی را کنار بگذارم.
۵,۱۷	۱,۱۶	۰,۳۳	۰,۹۵۳	۲,۵۳	۰,۹۵	۰,۰۹	۰,۹۱	۱۴. البته ملاقات در محیط بیرونی با دوستان اینترنتی را مایلم.
۵,۰۵	۱,۳۲	۰,۶۱	۰,۹۵۲	۲,۴۰	۰,۶۷	۰,۴۷	۰,۹۰	۱۵. خواندن و گوش دادن به مباحث گروهی در محیط تعاملی اینترنت را علاقه دارم.
۵	۱,۵۱	۰,۷۳	۰,۹۵۲	۲,۱۳	۰,۷۸	۰,۵۹	۰,۹۰	۱۶. طرح سوالات در محیط تعاملی اینترنت با دیگران برایم جذاب است.
۴,۳	۱,۳۰	۰,۴۵	۰,۹۵۳	۲,۳۳	۰,۷۴	۰,۴۷	۰,۹۰	۱۷. راهنمایی کردن دیگر کاربران برایم جذاب است.
۳,۹۷	۱,۳۱	۰,۲۵	۰,۹۵۳	۲,۲۱	۰,۷۹	۰,۴۳	۰,۹۰	۱۸. کاربر اینترنتی نسبت به محیط واقعی مورد احترام بیشتری قرار می گیرد.
۵,۰۲	۱,۴۲	۰,۵۸	۰,۹۵۲	۲,۴۱	۰,۷۶	۰,۳۶	۰,۹۰	۱۹. به حرف های کاربر اینترنتی در اینترنت نسبت به محیط واقعی اهمیت بیشتری قابل می شود.
۴,۵۰	۱,۱۰	۰,۳۵	۰,۹۵۳	۲,۷۲	۰,۸۵	۰,۰۹	۰,۹۱	۲۰. پیام تبریک دریافت کردن برایم جذاب است.
۴,۸۸	۱,۴۳	۰,۴۸	۰,۹۵۳	۲,۵۲	۰,۷۸	۰,۴۷	۰,۹۰	۲۱. سعی می کنم جنسیت خود را در استفاده از اینترنت آشکار نکنم.
۵,۱۴	۱,۱۰	۰,۴۹	۰,۹۵۳	۲,۲۶	۰,۸۶	۰,۴۶	۰,۹۰	۲۲. سعی می کنم خود را به عنوان شخصیت های دیگر در اینترنت معرفی کنم.
۴,۶۷	۱,۱۷	۰,۱۶	۰,۹۵۴	۱,۶۹	۰,۷۲	۰,۵۱	۰,۹۰	۲۳. از اینکه در اینترنت فردی من را نمی شناسد خوشحالم.
۴,۸۲	۰,۹۹	۰,۵۷	۰,۹۵۲	۲,۲۷	۰,۹۰	۰,۲۰	۰,۹۱	۲۴. از اینترنت به اتفاق اعضای خانواده استفاده می کنم.

۴,۷۹	۱,۲۵	۰,۴۸	۰,۹۵۳	۲,۳۱	۰,۷۱	۰,۴۹	۰,۹۰	۲۵. خانواده در استفاده از اینترنت موافقت دارد.
۵,۰۲	۱,۲۶	۰,۲۸	۰,۹۵۳	۱,۹۸	۰,۷۶	۰,۴۱	۰,۹۰	۲۶. خانواده ام از نوع استفاده ام از اینترنت اطلاع دارند.
۴,۵۰	۱,۱۰	۰,۳۵	۰,۹۵۳	۲,۷۲	۰,۸۵	۰,۰۹	۰,۹۱	۲۷. خوردن شام به طور دسته جمعی در خانواده برایم مهم است.
۴,۹۱	۱,۳۱	۰,۴۱	۰,۹۵۳	۱,۸۴	۰,۸۵	۰,۴۵	۰,۹۰	۲۸. تفریح دسته جمعی با اعضای خانواده را دوست دارم.
۵,۱۷	۰,۹۶	۰,۶۹	۰,۹۵۳	۱,۸۹	۰,۷۱	۰,۵۱	۰,۹۰	۲۹. افکار و عقاید پدر و مادر را قبول دارم.
۴,۹۴	۱,۱۲	۰,۵۰	۰,۹۵۳	۲,۳۹	۰,۹۴	۰,۰۱	۰,۹۱	۳۰. اطاعت از حرف پدر و مادر برایم مهم است.
۵,۱۷	۱,۰۵	۰,۳۸	۰,۹۵۳	۲,۵۷	۰,۹۲	۰,۰۴	۰,۹۱	۳۱. با اعضای خانواده در بیشتر موارد مشورت می کنم.
۵,۱۷	۱,۳۸	۰,۵۸	۰,۹۵۲	۲,۵۹	۰,۸۷	۰,۲۳	۰,۹۰	۳۲. از گفت و گو با اعضای خانواده لذت می برم.
۴,۲۳	۱,۴۳	۰,۱۹	۰,۹۵۴	۱,۹۰	۰,۷۵	۰,۳۷	۰,۹۰	۳۳. اظهار نظر پدر و مادر در انتخاب دوستانم برایم مهم است.
۴,۶۱	۱,۳۷	۰,۵۲	۰,۹۵۳	۱,۶۸	۰,۹۵	۰,۴۸	۰,۹۰	۳۴. جلب رضایت پدر و مادر در مورد ازدواج برایم مهم است.

آزمون فرضیه های تحقیق:

فرضیه ۱) ارزش های خانوادگی دانشجویان مرد و زن که به اینترنت دسترسی دارند متفاوت است

جدول شماره ۳: تفاوت میانگین ارزش های خانوادگی دانشجویان مرد و زن که به اینترنت دسترسی دارند.

انحراف معیار از میانگین	انحراف معیار	میانگین	تعداد	جنس	ارزش های خانوادگی
۱,۷۲۴	۱۰,۴۸۷	۴۵,۵۴	۱۰۳	مرد	ارزش های خانوادگی
۲,۲۰۶	۷,۹۵۴	۴۸,۴۶	۲۸۱	زن	

جدول شماره ی ۶: پس آزمون (LSD) تفاوت ارزش های خانوادگی دانشجویانی که به اینترنت

دسترسی دارند به تفکیک مکان استفاده از اینترنت

ارزش های خانوادگی	تفاوت میانگینها (I-J)	انحراف استاندارد	سطح معنی داری	فاصله اطمینان ۹۵ درصد حد بالا - حد پایین	۳,۱۰	۹,۹۸
کافی نت	دانشگاه	-۳,۴۴	۳,۳۰۶	۰,۰۳۰	۳,۱۰	۹,۹۸
منزل	دانشگاه	۱,۵۷	۳,۲۵۱	۰,۰۲۰	۴,۸۶	۸
کافی نت	دانشگاه	۳,۴۴	۳,۳۰۶	۰,۰۳۰	۳,۱۰	۹,۹۸
منزل	دانشگاه	۵,۰۱(*)	۱,۷۶۳	۰,۰۰۵	۱,۵۲	۸,۵۰
کافی نت	منزل	-۱,۵۷	۳,۲۵۱	۰,۰۲۰	۸	۴,۸۶
دانشگاه	منزل	-۵,۰۱(*)	۱,۷۶۳	۰,۰۰۵	۸,۵۰	۱,۵۲

با توجه به جدول بالا و استفاده از پس آزمون LSD می توان دریافت افرادی که در دانشگاه از اینترنت استفاده می کنند در مقایسه با افرادی که از کافی نت استفاده می کنند با اندازه ۳,۴۴ واحد از میانگین ارزش های خانوادگی بالاتری برخوردارند و در مقایسه با افرادی که در منزل از اینترنت استفاده می کنند به اندازه ۵ واحد از میانگین ارزش های خانوادگی کمتری برخوردارند. همچنین افرادی که از کافی نت استفاده می کنند در مقایسه با افرادی که در منزل از اینترنت استفاده می کنند به اندازه ۱,۵۷ واحد از میانگین ارزش های خانوادگی بیشتری برخوردارند. در یک جمع بندی می توان گفت با استناد به سطح معنی داری این تفاوت می توان بیان داشت این تفاوت قابل تعمیم به کل جامعه آماری می باشد و حداکثر تفاوت میانگین ارزش های خانوادگی مربوط به افرادی است که در دانشگاه از اینترنت استفاده می کنند و حداقل آن مربوط به افرادی است که از کافی نت استفاده می کنند و بقیه در مراتب بعدی قرار دارند.

فرضیه ۳: ارزش های خانوادگی دانشجویانی که به اینترنت دسترسی دارند به تفکیک طول دسترسی (روزانه وهفتگی وماهانه) به اینترنت متفاوت است.

جدول شماره ی ۷: جدول تفاوت ارزش های خانوادگی دانشجویانی که به اینترنت دسترسی دارند به

تفکیک طول دسترسی (روزانه وهفتگی و ماهانه) (با استفاده از تحلیل واریانس یکطرفه)

منابع تغییر	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معنی داری
بین گروهی	۱۷۱۸,۵۳۵	۲	۸۵۹,۲۶۸	۹,۱۵۳	۰,۰۰۰
درون گروهی	۱۶۵۲۲,۱۹۱	۱۷۶	۹۳,۸۷۶		
جمع	۱۸۲۴۰,۷۲۶	۱۷۸			

با توجه به F محاسبه شده (۹,۱۵۳) و سطح معنی داری (۰,۰۰۰) می توان قضاوت کرد که بین میانگین نمره ارزش های خانوادگی دانشجویانی که به اینترنت دسترسی دارند به تفکیک طول دسترسی (روزانه، هفتگی و ماهانه) تفاوت معنی داری وجود دارد. برای مشخص شدن کمترین و بیشترین تفاوت از آزمون LSD استفاده شده که در جدول زیر آمده است.

جدول شماره ۸: جدول پس آزمون (LSD) تفاوت ارزش های خانوادگی دانشجویانی که به اینترنت دسترسی دارند به تفکیک طول دسترسی (روزانه و هفتگی و ماهانه)

ارزش های خانوادگی	تفاوت میانگینها-1 (J)	انحراف استاندارد	سطح معنی داری	فاصله اطمینان ۹۵ درصد حد بالا - حد پایین	
روزانه	۵,۱۰(*)	۲,۴۵۷	۰,۰۳۹	۰,۲۵	۹,۹۵
ماهانه	۹,۳۹(*)	۲,۳۹۸	۰,۰۰۰	۴,۶۵	۱۴,۱۲
هفتگی	-۵,۱۰(*)	۲,۴۵۷	۰,۰۳۹	-۹,۹۵	-۲,۲۵
ماهانه	۴,۲۹(*)	۱,۵۴۸	۰,۰۰۶	۱,۲۳	۷,۳۴
روزانه	-۹,۳۹(*)	۲,۳۹۸	۰,۰۰۰	-۱۴,۱۲	-۴,۶۵
هفتگی	-۴,۲۹(*)	۱,۵۴۸	۰,۰۰۶	-۷,۳۴	-۱,۲۳

با توجه به جدول بالا و استفاده از پس آزمون LSD می توان دریافت افرادی که روزانه از اینترنت استفاده می کنند در مقایسه با افرادی که ماهانه استفاده می کنند با اندازه ۹,۳۹ واحد از میانگین ارزش های خانوادگی بالاتری برخوردارند و در مقایسه با افرادی که هفتگی از اینترنت استفاده می کنند به اندازه ۵,۱ واحد از میانگین ارزش های خانوادگی بیشتری برخوردارند. همچنین افرادی که هفتگی استفاده می کنند در مقایسه با افرادی که ماهانه از اینترنت استفاده می کنند به اندازه ۴,۲۹ واحد از میانگین ارزش های خانوادگی بیشتری برخوردارند. در یک جمع بندی می توان گفت با استناد به سطح معنی داری این تفاوت می توان بیان داشت این تفاوت قابل تعمیم به کل جامعه آماری می باشد و حد اکثر تفاوت میانگین ارزش های خانوادگی مربوط به افرادی است که روزانه از اینترنت استفاده می کنند و حد اقل آن مربوط به افرادی است که ماهانه از اینترنت استفاده می کنند و بقیه در مراتب بعدی قرار دارند.

فرضیه ۴: ارزش های خانوادگی دانشجویانی که به اینترنت دسترسی دارند به تفکیک انواع استفاده از محیط های اینترنت متفاوت است.

جدول شماره ی ۹: جدول تفاوت ارزش های خانوادگی دانشجویانی که به اینترنت دسترسی دارند به تفکیک انواع استفاده از محیط های اینترنت (با استفاده از تحلیل واریانس یکطرفه)

منابع تغییر	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	F	سطح معنی داری
بین گروهی	۹,۸۲۳	۲	۴,۹۱۱	۴,۰۳۱	۰,۰۰۰
درون گروهی	۲۴۴۸۹,۱۷۱	۱۵۷	۱۵۵,۹۸۲		
جمع	۲۴۴۹۸,۹۹۴	۱۵۹			

با توجه به F محاسبه شده (۴,۰۳۱) و سطح معنی داری (۰,۰۰۰) می توان قضاوت کرد که بین میانگین نمره ارزش های خانوادگی دانشجویانی که به اینترنت دسترسی دارند به تفکیک انواع استفاده از محیط های اینترنت تفاوت معنی داری وجود دارد. برای مشخص شدن کمترین و بیشترین تفاوت از آزمون LSD استفاده شده که در جدول زیر آمده است.

جدول شماره ۱۰: جدول پس آزمون (LSD) تفاوت ارزش های خانوادگی دانشجویانی که به اینترنت دسترسی دارند به تفکیک انواع استفاده از محیط های اینترنت

خانوادگی	ارزش	تفاوت میانگینها (I-J)	انحراف استاندارد	سطح معنی داری	فاصله اطمینان ۹۵ درصد حد بالا - حد پایین	
چت	دانشگاه	-۴,۲۷	۱,۷۶۳	۰,۰۳۹	۰,۲۵	۹,۹۵
	ایمیل	-۳,۲۷	۳,۲۵۱	۰,۰۰۰	۴,۶۵	۱۴,۱۲
	بحث علمی	-۱۲,۳۹(*)	۱,۷۶۳	۰,۰۳۴	۳,۱۰	۹,۹۸
دانشگاه	ایمیل	-۵,۴۸	۱,۷۶۳	۰,۰۳۹	۱,۵۲	۸,۵۰
	بحث علمی	-۷,۱۰(*)	۳,۲۵۱	۰,۰۰۶	۸	۴,۸۶
	چت	۴,۲۷	۱,۷۶۳	۰,۰۰۵	۸,۵۰	۱,۵۲
ایمیل	بحث علمی	-۳,۱۳	۱,۸۴	۰,۰۰۰	۱۴,۱۲	۴,۶۵
	چت	۳,۲۷	۱,۴۶	۰,۰۰۶	۷,۳۴	۱,۲۳
	دانشگاه	۵,۴۸	۲,۷۸	۰,۰۴۵	۰,۲۵	۹,۹۵
بحث علمی	چت	۱۲,۳۹(*)	۳,۴۲	۰,۰۰۷	۴,۶۵	۱۴,۱۲
	دانشگاه	۷,۱۰(*)	۴,۳۲	۰,۰۰۳	۹,۹۵	۰,۲۵
	ایمیل	۳,۱۳	۱,۶۷	۰,۰۰۶	۱,۲	۹,۹۵

با توجه به جدول بالا و استفاده از پس آزمون LSD می توان دریافت افرادی که از اینترنت برای

بحث علمی استفاده می‌کنند در مقایسه با افرادی که از اینترنت برای چت استفاده می‌کنند به اندازه ۱۲,۳۹ واحد از میانگین ارزش‌های خانوادگی بیشتری برخوردارند. همچنین افرادی که از اینترنت برای بحث علمی استفاده می‌کنند در مقایسه با افرادی که ماهانه استفاده می‌کنند به اندازه ۹,۳۹ واحد از میانگین ارزش‌های خانوادگی بالاتری برخوردارند و در مقایسه با افرادی که از اینترنت برای دانلود استفاده می‌کنند به اندازه ۷,۱۰ واحد از میانگین ارزش‌های خانوادگی بیشتری برخوردارند. اما در مقایسه با افرادی که از اینترنت برای ایمیل استفاده می‌کنند به اندازه ۳,۱۳ واحد از میانگین ارزش‌های خانوادگی بیشتری برخوردارند. افرادی که از اینترنت برای ایمیل استفاده می‌کنند در مقایسه با افرادی که از اینترنت برای دانلود استفاده می‌کنند به اندازه ۵,۴۸ واحد از میانگین ارزش‌های خانوادگی بیشتری برخوردارند. اما در مقایسه با افرادی که از اینترنت برای چت استفاده می‌کنند به اندازه ۳,۲۷ واحد از میانگین ارزش‌های خانوادگی بیشتری برخوردارند. افرادی که از اینترنت برای چت استفاده می‌کنند در مقایسه با افرادی که از اینترنت برای بحث علمی استفاده می‌کنند به اندازه ۱۲,۳۹ واحد از میانگین ارزش‌های خانوادگی کمتری برخوردارند. در یک جمع بندی می‌توان گفت با استناد به سطح معنی داری این تفاوت می‌توان بیان داشت این تفاوت قابل تعمیم به کل جامعه آماری است و حد اکثر تفاوت میانگین ارزش‌های خانوادگی مربوط به افرادی است که از اینترنت برای بحث علمی استفاده می‌کنند و حداقل آن مربوط به افرادی است که از اینترنت برای چت استفاده می‌کنند و بقیه در مراتب بعدی قرار دارند.

بحث و نتیجه گیری

در نمونه مورد مطالعه، ارزش‌های خانوادگی دانشجویان مرد و زن که به اینترنت دسترسی دارند متفاوت است. به عبارت دیگر میانگین ارزش‌های خانوادگی دانشجویان زن در مقام قیاس با دانشجویان مرد با اندازه ۴ واحد افزایش نشان می‌دهد. ارزش‌های خانوادگی دانشجویانی که به اینترنت دسترسی دارند به تفکیک مکان استفاده از اینترنت تفاوت معنی داری نشان می‌دهد. به عبارت دقیق تر، حداکثر تفاوت میانگین ارزش‌های خانوادگی مربوط به افرادی است که در دانشگاه از اینترنت استفاده می‌کنند و حداقل آن مربوط به افرادی است که از کافی نت استفاده می‌کنند.

میانگین نمره ارزش های خانوادگی دانشجویانی که به اینترنت دسترسی دارند به تفکیک طول دسترسی (روزانه وهفتگی وماهانه) تفاوت معنی داری وجود دارد. به عبارت دقیق تر، حد اکثر تفاوت میانگین ارزش های خانوادگی مربوط به افرادی است که روزانه از اینترنت استفاده می کنند و حداقل آن مربوط به افرادی است که ماهانه از اینترنت استفاده می کنند.

میانگین نمره ارزش های خانوادگی دانشجویانی که به اینترنت دسترسی دارند به تفکیک انواع استفاده از محیط های اینترنت حکایت از تفاوت معنی داری است. حداکثر تفاوت میانگین ارزش های خانوادگی مربوط به افرادی است که از اینترنت برای بحث علمی استفاده می کنند و حداقل آن مربوط به افرادی است که از اینترنت برای چت استفاده می کنند

برای آزمون برازش مدل نظری تحقیق با تأکید بر شش شاخص نیکویی برازش می توان به برازش مدل تدوین شده از یکسو و داده های تجربی از سوی دیگر، تأکید داشت. بنابراین انطباق مطلوبی بین مدل های به تصویر درآمده و یا مدل ساختاری شده با داده های تجربی فراهم گردیده است و با تأکید بر معادلات ساختاری، الگویی مناسبی در زمینه ی رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته طراحی گردیده و برازش مطلوب معرف الگوییابی معادلات ساختاری است. در جمع بندی نهایی پژوهش حاضر، مطرح می شود که مدل پیشنهادی پژوهشگر، از برازش کاملی برخوردار بوده زیرا شاخص برازش غیرنرم لوئیز- تاکر و شاخص برازش نرم شده بونت بنتلر، بالاتر از ۰/۹۰ بوده است. علاوه بر آن، شاخص هولتر بزرگتر از ۰/۷۰ بوده و برازش مطلوب را نشان می دهد. همچنین، ریشه خطای میانگین مجذورات تقریب، بزرگتر از ۰/۰۶ بوده و معرف برازش مدل محقق است. (هومن ۱۳۸۴: ۲۴۵)

نتایج فرضیه های رابطه ای، بر وجود یک الگوی رابطه آماری معکوس بین متغیرهای مستقل و متغیر وابسته حکایت دارد. به عبارت دیگر رابطه معنی داری و معکوسی بین متغیرهای مستقل شامل دسترسی دانشجویان به اینترنت، استفاده بیشتر دانشجویان از اینترنت، میزان وابستگی دانشجویان به اینترنت، محیط تعاملی اینترنت، فضای صمیمیت، روابط احساسی، وارد شدن دانشجویان در بحث و مناظره گروهی، مورد پذیرش واقع شدن دانشجویان در محیط تعاملی اینترنتی، احساس رضایت دانشجویان از احساس گمنامی در اینترنت، میزان اطلاع خانواده در استفاده فرزندان از محیط های اینترنتی با متغیر وابسته ارزش های خانواده وجود دارد. با توجه به یافته های تجربی پژوهش، این پیشنهادات می تواند مورد تامل قرار گیرد.

تحقیقات در زمینه عوامل موثر بر تاثیر میزان استفاده از اینترنت و میزان رضایت از احساس گمنامی در اینترنت بر ارزشهای خانوادگی در مطالعات بعدی می‌تواند مورد بررسی قرار گیرد. با کمک ضریب همبستگی تفکیکی و با کنترل متغیرهای غیر اینترنتی تاثیر خالص متغیرهای اینترنتی بر ارزش های زندگی خانواده که توانستند از آزمون عبور کنند: میزان پذیرش در اینترنت و میزان برقراری قضای صمیمیت در اینترنت و میزان استفاده از پست الکترونیک و چت و میزان استفاده از اینترنت که همگی تاثیر منفی و نظارت خانواده در استفاده دانش آموزان از اینترنت تاثیر مثبت بر ارزش های زندگی خانواده داشته که شایسته است در مطالعات بعدی مجدداً مورد بررسی قرار گیرد.

پیشنهاد می‌شود جهت همسان کردن گروه‌ها برای سنجش تاثیر اینترنت یا انواع مختلف محیطهای اینترنتی در یک نمونه کوچکتر و با کنترل بسیاری از متغیرهای دیگر و با مصاحبه عمیق در طول زمان به روش پانل انجام گیرد و محیط های مختلف اینترنتی هر کدام به طور مجزا مورد مطالعه قرار گیرند تا تاثیر آنها به درستی سنجیده شود، چرا که اینترنت مانند اجتماعی است که در درون این اجتماع باید به مطالعه اجزای آن پرداخت و هر جزء آن می‌تواند تاثیرات متفاوت داشته باشد، تاثیر اینترنت در بین دو گروه زن و مرد به طور مجزا انجام گیرد، مطالعه آثار اینترنت در زمینه های دیگر مثل تولیدات علمی، بسط یا کاهش ارتباطات اجتماعی، تاثیر اینترنت بر افسردگی و... پیشنهاد می‌شود. جهت سنجش تاثیر اینترنت مصاحبه با افرادی که بالای چهار سال از اینترنت استفاده می‌کنند می‌توند مفید باشد، چرا که استفاده طولانی مدت از اینترنت آثار و پیامدهای خود را در کاربران خود بهتر نمایان می‌کند.

منابع فارسی

- استیون، و. (۱۳۸۰). خرد، عدالت و نوگرایی، ترجمه محمد حریری اکبری، تهران: قطره.
- آزاد ارمکی، ت؛ امامی، ی. (۱۳۸۳). تکوین حوزه عمومی و کفت و گوی عقلانی. مجله جامعه شناسی ایران، دوره پنجم، شماره ۱، بهار ۱۳۸۳.
- اسلوین، ج. (۱۳۸۰). اینترنت و جامعه. ترجمه عباس گلیگوری، تهران: کتابدار.
- پیوزی، م. (۱۳۷۹). یورگن هابرماس. ترجمه احمد تدین: هرمس.
- کازنو، ژ. (۱۳۷۲). جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی. ترجمه باقر ساروخانی و منوچهر محسنی، تهران: انتشارات اطلاعات.

- کلانتری، خ. (۱۳۸۲). پردازش در تحقیقات اقتصادی و اجتماعی. تهران: شریف.
- کفاشی، م. (۱۳۸۴). هربرت مارکوزه و نظریه انتقادی. فصلنامه علمی- پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد خلیخال، شماره ۴ صفحه ۸۵.
- کوهن، آ. (۱۳۷۸). تغییر نگرش و تاثیر اجتماعی. ترجمه علیرضا کلدی، تهران: دانشگاه علوم بهزیستی و توانبخشی.
- ویندال، س. و همکاران. (۱۳۷۶). کابرد نظریه های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: مرکز مطالعات تحقیقات و رسانه ها.
- هومن، ح.، ع. (۱۳۸۴). مدل یابی معادلات ساختاری با کاربرد نرم افزار لیزرل. تهران: نشر سمت.

منابع انگلیسی

- Anderson, J.C; Gerbing, D. W. (1984). **The effect of sampling error on convergence, improper solutions, and goodness of fit indices for maximum likelihood confirmatory factor analysis.** psychometrika, 49, 155-173.
- Bentler, P. M., Bonett, D. G. (1980). **Significance Test and Goodness of Fit in the Analysis of covariance Structures.** Psychological Buletin, 88, 588-606.
- Marsh, H.W; Balla, J. R; Macdonald, R. P. (1998). **Goodness of Fit indices in confirmatory factor analysis: Effect of sample size.** psychological Bulletin, 103, 391-411
- Maryama, G. M. (1997). **Basics of structural equation modeling.** sage publications.
- McDonald, R. P. (1989). **An Index of Goodness of Fit Based on No centrality.** Journal of Classification. 6, 97-103