

# بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده در بین دانش‌آموزان

## دبیرستانی ناحیه ۳ مشهد (در سال ۸۲-۸۳)

هما زنجانی‌زاده، علی محمدجوادی

اینترنت، پدیده‌ای است که تأثیرات زیادی بر جنبه‌های مختلف زندگی اجتماعی بر جای می‌گذارد. این تحقیق به دنبال بررسی میزان و نوع استفاده از اینترنت و تأثیر آن بر ارزش‌های خانواده است. به منظور بررسی تأثیر اینترنت، از نظریات ارتباط جمعی، پویایی گروه‌ها و کنش ارتباطی هابرماس استفاده شده است. این تحقیق به صورت پیمایشی و با ابزار پرسش‌نامه در بین دانش‌آموزان دبیرستان‌های دولتی ناحیه ۳ مشهد در سال تحصیلی ۸۲-۸۳ انجام شد. روش نمونه‌گیری خوشه‌ای بوده است و حجم نمونه ۴۰۳ نفر می‌باشد. نتایج نشان می‌دهند که ۴۵٪ دانش‌آموزان از اینترنت استفاده می‌کنند، میانگین میزان استفاده از اینترنت ۴۹۸ دقیقه در هفته بوده و میزان استفاده از چت با ۱۲۷ دقیقه در هفته بیشترین میانگین را در میان انواع استفاده از اینترنت به خود اختصاص داده است. در تحلیل رگرسیون چند متغیره با وارد کردن تمام متغیرها، تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده ۱۰٪ بوده است. همچنین در تحلیل رگرسیون چند متغیره با وارد کردن تمام متغیرها، تأثیر دسترسی به اینترنت بر ارزش‌های خانواده معنی‌دار نشد.

**مفاهیم کلیدی:** اینترنت، خانواده، ارزش، ارزش‌های خانواده، انواع استفاده از اینترنت، میزان استفاده از اینترنت.

### مقدمه

با رشد روزافزون اینترنت و افزایش شمار کاربران اینترنت، لزوم بررسی تأثیر اینترنت احساس می‌شود، اینترنت وسیله ارتباطی چندرسانه‌ای است که در درون خود دنیایی از اطلاعات را جای

داده و چندین رسانه را، مثل تلویزیون، وسایل چاپی، تلفن،... ادغام کرده است، اینترنت دارای خاصیت برقراری ارتباط دوطرفه بوده و کاربران اینترنتی می‌توانند با افراد مختلف هر قشری، نژادی، و قومیتی به بحث و گفت‌وگو بپردازند و در این فضای گفتمان با آزادی کامل نظرات خود را بیان کنند و در این محیط‌ها یک محیط مجازی خلق می‌گردد که در درون آن می‌توان احساسات و عواطف خود را بیان کرد، از کاربران در زمینه‌های مختلف راهنمایی گرفت یا خود را به صورت شخصیت‌های دیگر معرفی کرد.

همچنین به قول جان ب، تامپسون «اگر می‌خواهیم تأثیر فرهنگی رسانه‌های ارتباطی در جهان را درک کنیم، باید این دیدگاه را کنار بگذاریم که مواجهه با رسانه‌ها یکسره به ترک شیوه‌های سنتی زندگی و پذیرش اسلوب‌های مدرن زندگی منجر خواهد شد، در خود مواجهه با رسانه‌ها هیچ موضع رویارویی با سنت نیست، رسانه‌های ارتباطی را می‌توان نه تنها در جهت چالش و تضعیف ارزش‌ها و باورهای سنتی بلکه به منظور گسترش و تحکیم سنت‌ها نیز مورد استفاده قرار داد» (تامپسون، ۱۳۸۰: ۲۳۹).

### اهمیت و ضرورت تحقیق

از نکته‌های مهم این تحقیق به دست آوردن میزان انواع استفاده‌هایی است که دانش‌آموزان از محیط‌های مختلف اینترنت دارند. بر طبق «فرضیه کمیابی» رونالد اینگلهارت که «معتقد است اولویت‌های فرد بازتاب محیط اجتماعی و اقتصادی وی است، شخص بیشترین اولویت‌ها را برای آن چیزهایی قائل می‌شود که عرضه آن‌ها نسبتاً کم است» (اینگلهارت، ۱۳۷۳: ۷۵). میزان انواع استفاده از اینترنت می‌تواند در جوامع مختلف بر طبق نیازهایی که دارند و برآورده نشده است دارای شدت و ضعف باشد، بر آورده کردن این نیازها از طریق محیط‌های مجازی خود می‌تواند پیامدهای ناخواسته‌ای داشته باشد، روشن شدن انواع استفاده از اینترنت در این پژوهش خود کمک بزرگی به شناخت مسائل و مشکلات جامعه می‌کند. مسئله دیگری که به اهمیت تحقیق می‌افزاید، تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده است که با توجه به جدید بودن تکنولوژی ارتباطی اینترنت و عدم وجود پژوهش‌هایی در این زمینه، برای ما مشخص می‌شود که آیا تأثیرگذار است یا نه. و اگر هست این تأثیرگذاری به چه میزان می‌باشد و کدام محیط‌ها در این تأثیرگذاری می‌توانند مؤثر واقع شوند، که ارزش‌های خانواده، هم به لحاظ تبیینی و هم به لحاظ توصیفی جهت مشخص شدن جایگاه خانواده در بین کاربران اینترنتی و غیر کاربران اینترنتی از اهمیت به‌سزایی برخوردار است، همچنین جامعه آماری ما دانش‌آموزان دبیرستانی می‌باشند، چراکه به‌دنبال نوجویی، کنجکاوی، هویت‌طلبی، ماجراجویی، کسب تجربیات تازه و

از همه مهم‌تر تثبیت الگوهای شخصیتی خود هستند، و آیا اینترنت می‌تواند با توجه به این خصوصیات بر ارزش‌های خانوادگی آنان مؤثر واقع شود، مبحث دیگر بعد روشی و آماری است چراکه به راحتی می‌توانیم گروه‌های آزمون و کنترل را در نمونه خود داشته باشیم، یعنی می‌توان افراد استفاده‌کننده و کسانی را که استفاده نمی‌کنند به راحتی از هم مجزا کرد و این گروه‌ها را در خیلی از موارد دیگر همسان کرد و تأثیر خالص اینترنت را سنجید. (شاید در سال‌های آتی به دلیل گسترش اینترنت این مقایسه به راحتی انجام نگیرد).

### پیشینه تحقیق

تأثیر تجربه فضای سایبرنتیک بر هویت اجتماعی در سه سطح خانواده، گروه همالان، و جامعه توسط بهزاد دوران (۱۳۸۲) مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج این پژوهش رابطه معناداری را میان تجربه فضای سایبرنتیک و هریک از سه سطح هویت اجتماعی (هویت خانوادگی، هویت همالان، و هویت ملی) پاسخگویان مشخص نساخت، و نشان می‌دهد که اینترنت بر هویت اجتماعی تأثیری ندارد، در این تحقیق استفاده از اینترنت و عدم استفاده از اینترنت و میزان استفاده از اینترنت متغیرهای مستقلی بوده‌اند که از اهمیت فراوانی برخوردار بوده است، ولی میزان انواع استفاده از دیگر محیط‌های اینترنتی مد نظر قرار نگرفته است، و ما سعی می‌کنیم در این تحقیق از این متغیرها استفاده کنیم.

زی‌هو و جاناتان جی (۲۰۰۱) تأثیر اینترنت را در زمینه اجتماعی از سه بعد کارکرد خانواده، فعالیت‌های اوقات فراغت، آزادی‌های مدنی و پنهان‌کاری مورد بررسی قرار داده‌اند. در مورد کارکرد خانواده، فعالیت با اعضای خانواده است که بین استفاده‌کنندگان و عدم استفاده‌کنندگان تفاوت معنی‌داری به وجود می‌آورد. در مورد اوقات فراغت سه متغیر از ۵ متغیر که مربوط به روزنامه خواندن، گوش دادن به رادیو و تماشای تلویزیون، ارتباط با دوستان، در بین استفاده‌کنندگان و کسانی که از اینترنت استفاده نمی‌کنند تفاوت معنی‌داری وجود دارد، تأثیر بر آزادی‌های مدنی مربوط به خشونت و محتوای وقیح و به دست آوردن نوع دوستان است، که در بین استفاده‌کنندگان و عدم استفاده‌کنندگان تفاوت معنی‌داری وجود دارد. در این تحقیق آنچه برای ما اهمیت دارد تأثیر اینترنت بر کم شدن فعالیت و مشارکت در درون خانواده است.

نتایج پژوهش سوبرا ماتیام (۲۰۰۱) نشان می‌دهد که کودکان بیشتر از نوجوانان از کامپیوتر استفاده می‌کنند و این استفاده در بین پسران بیشتر از دختران است، سفیدپوستان بیشتر از سیاه‌پوستان از کامپیوتر استفاده می‌کنند. زمان زیاد سپری کردن برای استفاده کردن از اینترنت بر مهارت‌های شناختی اثر منفی ندارد، بلکه ممکن است ایمیل (E-mail) به روابط بین شخصی و

حفظ روابط اجتماعی کمک کند، که محقق در این تحقیق معتقد است که اینترنت به افزایش روابط اجتماعی کمک می‌کند.

براساس نتایج تحقیق رابرت کراوت، استفاده بیشتر از اینترنت با پیامد کاهش ارتباطات خانوادگی همراه بود، همچنین گزارش شده است افرادی که از اینترنت بیشتر استفاده کرده‌اند، تنهایی آن‌ها افزایش بیشتری یافته است. (ر.ک. اسلوین، ۱۳۸۰: ۱۵۲).

با توجه به نتایج تحقیقات مطرح شده اینترنت در کل بر بسط روابط اجتماعی ممکن است مؤثر واقع شود، ولی احتمالاً با گسترش روابط اجتماعی روابط خانوادگی کاهش می‌یابد و به دنبال آن بر ارزش‌های خانواده نیز مؤثر خواهد افتاد.

### زمینه‌ها و چارچوب نظری

در ابتدا به تفاوت اینترنت و دیگر وسایل ارتباط جمعی و مشخص کردن ویژگی‌های اینترنت می‌پردازیم، سپس وارد نظریاتی می‌شویم تا با کمک این نظریات بتوانیم تأثیر اینترنت را بر ارزش‌های خانواده بسنجیم.

#### تفاوت اینترنت و دیگر وسایل ارتباط جمعی

اینترنت سه موقعیت تعاملی مورد نظر تامپسون «تعامل رودرو، تعامل رسانه‌ای، شبه تعامل رسانه‌ای» (تامپسون، ۱۳۸۰: ۱۰۳) را تغییر داده است. اینترنت همه این سه موقعیت تعاملی را به وجود آورده و ویژگی‌های سازمانی و تعاملی آن را تغییر داده. در مورد تعامل چهره به چهره، جیمز اسلوین با ارجاع به نظر شری تورکل که توجه خود را به زندگی در حوزه چند بهره‌گیر یا زندگی بر روی صفحه نمایشگر بیان می‌کند که مثلاً ممکن است دو نفر در یک اتاق در حال صحبت باشند و به‌طور همزمان با دوستی که در مکان دوری قرار دارد در حال گپ اینترنتی باشند و برای او پیام بفرستند. در مورد تعامل واسطه‌ای یا رسانه‌ای در اینترنت، محیط‌هایی مثل پست الکترونیکی یا گپ اینترنتی را در نظر گرفت که می‌توان ارتباط دو طرفه برقرار نمود؛ و شبه تعامل واسطه‌ای در اینترنت، انواع صفحات وب با این نوع ارتباطات انطباق بیشتری دارد (اسلوین، ۱۳۸۰: ۷۲-۷۴).

#### ویژگی‌های محیط‌های تعاملی اینترنت

الیزابت رایند ساختار شکنی مرزهای اجتماعی را از طریق اینترنت مورد بحث و بررسی قرار

می‌دهد. وی با اشاره به نظریات کیزلر و سیگل و مک‌گویور (McGire) در C.M.C<sup>۱</sup> چهار عنصر متفاوت برای کنش متقابل در اینترنت نسبت به محیط واقعی وجود دارد: ۱. یک قاعدهٔ بازخورد غایب است ۲. ضعف نمایشی<sup>۲</sup> ۳. کمبود نشانه‌های پایگاه اجتماعی<sup>۳</sup> ۴. گمنامی اجتماعی<sup>۴</sup>. به همین علت آنان به دنبال یک تعریف جدید از کنش متقابل هستند چراکه استفاده‌کنندگان مرزها و قراردادهای ساختار شکنی کرده‌اند (راید، ۱۹۹۱: ۷).

راین گولد ارتباطات اینترنتی را معادل جوامع مجازی می‌داند، او می‌گوید وقتی در فضای واقعیت مجازی افرادی به حد کفایت با احساسی بسنده و به‌جا برای مدت کافی به این نوع ارتباطات تکیه کنند، جوامع مجازی که فقط از طریق صفحه نمایشگر رایانه قابل بررسی است ظهور می‌یابد. او می‌افزاید در اجتماعات مجازی افراد برای بحث و لطیفه، مشارکت و بحث‌های روشنفکری، انجام دادن معامله، مبادلهٔ دانش، حمایت‌های احساسی، برنامه‌ریزی، سخن‌چینی، عداوت، معاشقه، دوستی و قهربازی، تولید هنر خلاقانه و بسیاری از امور دیگر از صفحهٔ نمایشگر استفاده می‌کنند (اسلوین، ۱۳۸۰: ۸۳).

با توجه به ویژگی‌هایی که در محیط‌های اینترنتی وجود دارد، محیط‌های اینترنتی را به دو دسته می‌توان تقسیم کرد: ۱. محیط‌های تعاملی در اینترنت، به محیط‌هایی می‌گوییم که در آن کاربران می‌توانند ارتباط دوطرفه برقرار نمایند، مثل چت و ایمیل که جهت تأثیر این محیط‌ها بر ارزش‌های خانواده از تئوری کنش ارتباطی هابرماس و به جهت تشکیل گروه در محیط‌های تعاملی اینترنت از تئوری کلی و ولخارت در زمینهٔ تأثیر گروه‌ها استفاده می‌کنیم. ۲. محیط‌های شبه‌تعاملی: به محیط‌هایی می‌گوییم که کاربر نمی‌تواند در آن محیط‌ها ارتباط دوطرفه برقرار کند، مثل انواع صفحات وب در اینترنت که جهت تأثیر این محیط‌ها بر ارزش‌های خانواده از تئوری‌های ارتباط جمعی استفاده می‌شود که البته ممکن است برای محیط‌های تعاملی نیز به کار رود.

### نظریهٔ کنش ارتباطی هابرماس

قبل از پرداختن به نظریهٔ کنش ارتباطی هابرماس، ابتدا به حوزهٔ عمومی مورد نظر هابرماس می‌پردازیم. حوزهٔ عمومی مورد نظر هابرماس فضایی است که در آن فضا: «افراد به شیوهٔ عقلانی بتوانند به بحث بپردازند و در این بحث به توافقی برسند و افراد در این محیط‌ها بتوانند به‌طور برابر شرکت کنند، قدرت در این بحث‌ها دخالتی ندارد، هر موضوعی بتواند در

1. Computer Mediated Communication
2. dramaturgical weakness
3. few social status cues
4. social anonymity

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 دارا می‌باشد، 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 و گفت‌وگو تحقق می‌یابد (همان: ۶۵). در فضای محیط‌های تعاملی اینترنت بحث «شرایط آرماتی سخن» مورد نظر هابرماس تحقق می‌یابد و می‌توان آن را بدین‌گونه 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 هر کس که صمیمانه وارد یک گفت‌وگوی عملی شود ضرورتاً کشف خواهد شد (به نقل از: استیون، ۱۳۸۰: ۷). با توجه به این‌که در محیط اینترنت علی‌الخصوص در محیط تعاملی اینترنت افراد به راحتی می‌توانند نیازهای خود را مطرح کنند و این طرح نیازها 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 توانش 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 دربردارنده قول صمیمیت یا صداقتی است که با آن من‌گوینده 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 درآوریم. به صورت زیر می‌باشد:

ورود به یک فضای گفت‌وگو — به وجود آوردن فضای صمیمیت — ابراز احساسات — ابراز نیازهای اساسی  
 پس محیط تعاملی اینترنت را می‌توان فضایی در نظر گرفت که کاربران به راحتی در آن به گفت‌وگو می‌پردازند که فضای صمیمیت و ابراز احساسات در محیط‌های تعاملی اینترنت شکل می‌گیرد که از یکدیگر تأثیر پذیرفته همچنین کاربران نیازهای خود را با هم مطرح کرده، در آن گروه‌ها مسائل و مشکلات خود را مطرح کنند و انرژی عاطفی خود را در این محیط‌ها مصروف نمایند که این تخلیه انرژی احتمالاً بر ارزش‌های خانواده می‌تواند مؤثر واقع شود.

### 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 می‌رسد که ارتباطات و پیام‌هایی را قبول نمایند که نقطه مقابل هنجارها و ارزش‌های گروه هستند. فرد باید موافقت و تأیید را به دست آورد (به نقل از کوهن، ۱۳۷۸: ۳۴۵). در این جا می‌توان به پذیرش توسط گروه تعبیر کرد، یعنی این‌که اعضا هرچه بیشتر مورد پذیرش گروه قرار بگیرند، احتمال تأثیر پیام بر گروه بیشتر است. مناظره گروهی نسبت به سخنرانی‌ها از اثربخشی درازمدت در تغییر نگرش‌ها برخوردار است، همچنین اگر این مناظره گروهی به‌طور آزادانه برگزار شود تأثیر بیشتری اثربخشی به اعضا گروه خواهد داشت، بحث و مناظره آزاد در افکار و عقاید تغییر بیشتری به وجود می‌آورد (همان: ۱۲۰). هرچه کاربر اینترنتی احساس کند که در محیط اینترنت بیشتر مورد پذیرش واقع می‌شود احتمالاً باعث خواهد شد که بر ارزش‌های خانواده مؤثر واقع شود و همچنین هرچه کاربران بیشتر وارد بحث و مناظره گروهی شوند احتمالاً باعث مطرح کردن موضوعات خود با محیط‌های تعاملی اینترنت می‌شوند و کمتر مسائل خود را با خانواده مطرح می‌کنند و باعث کم‌اهمیت شدن ارزش‌های خانواده نزد فرد می‌شود.

### تنوری‌های ارتباط جمعی

والدهال از فزاینده بودن محتوای ارتباطی صحبت می‌کند، عاملی که احتمال تحصیل اثرات را کاهش می‌دهد. او معتقد است، «اثرات درازمدت بیش از اثرات کوتاه‌مدت مورد توجه قرار می‌گیرد» (به نقل از ویندال و همکاران، ۱۳۷۶: ۳۳۰) و یا به نوعی اگر از یک پیام به‌طور طولانی مدت استفاده شود تأثیر آن پیام بیشتر است. کلایپر علاوه بر تکرار پیام، مدت زمان پیام را نیز در نظر می‌گیرد تا برنامه بتواند بالاترین اثر ممکن را داشته باشد (همان: ۵۵-۵۶). 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) به‌عنوان متغیرها مستقل جهت تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده به کار برد، چراکه 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، بدین‌گونه که هر چه 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 به طور پراکنده استفاده کرد، بدین صورت که بین استفاده روزانه و هفتگی و ماهانه از اینترنت و تأثیر آن بر ارزش‌ها اختلاف معنی‌داری 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 (به نقل از ویندال و همکاران، ۱۳۷۶: ۳۷۰). با کمک این نظریه می‌توان وابستگی به اینترنت را مطرح کرد، بدین صورت که کاربرد اینترنتی با وابسته شدن به اینترنت فرصت کمتری برای پرداختن به خانواده دارد و این ممکن است باعث کم‌اهمیت شدن خانواده نزد کاربر اینترنتی و در نتیجه کاهش ارزش‌های خانواده شود.

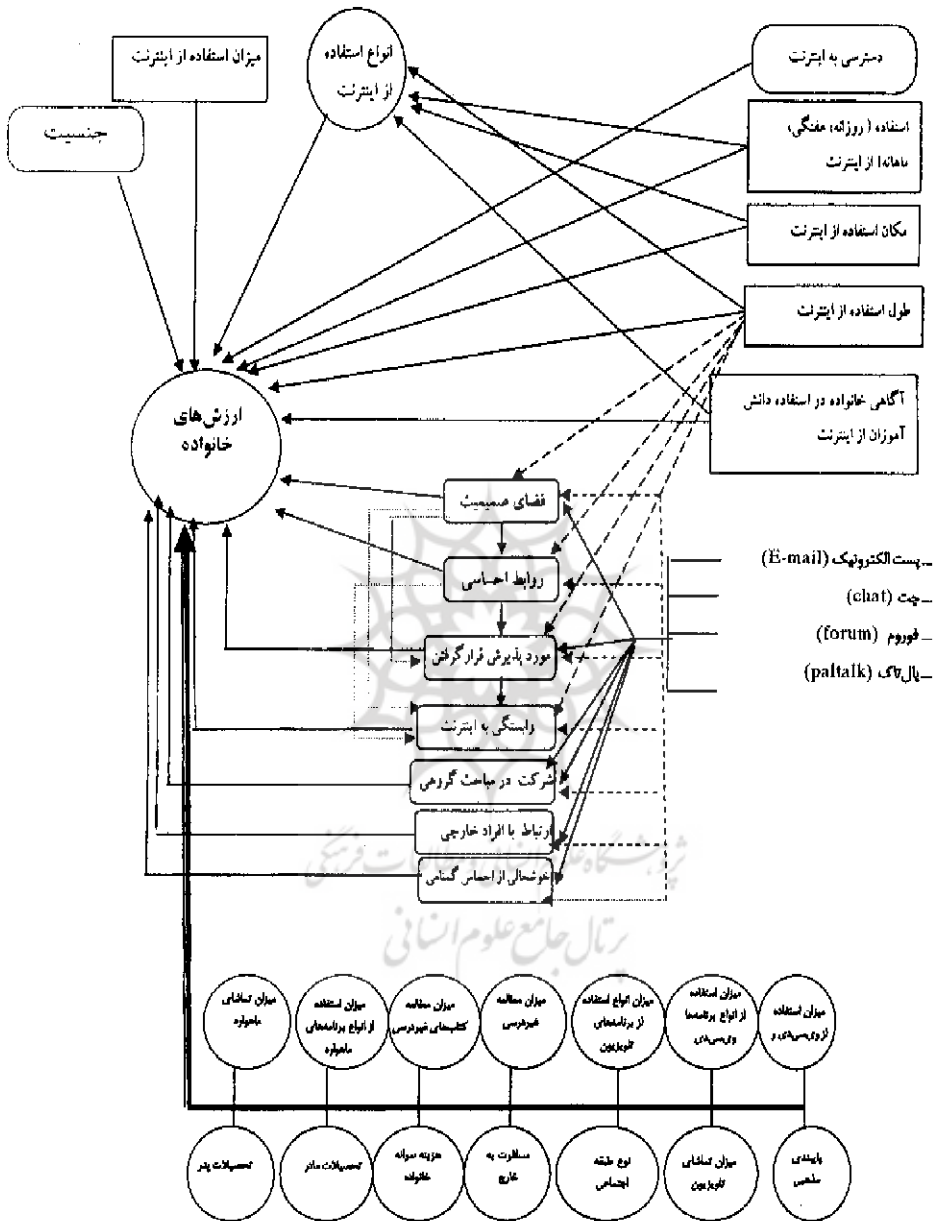
#### مدل تحلیل پژوهش

با توجه به مطالعات اکتشافی و نظریات و تحقیقات به دست آمده، همچنان‌که در صفحات پیشین آمده است، به لحاظ نظری جهت تبیین تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده متغیرهای خود را به صورت زیر خلاصه می‌کنیم تا بتوانیم روابط بین متغیرها را به وسیله آزمون تجربی انجام دهیم:

الف) متغیرهای مستقل: متغیرهای مستقل شامل: ۱. محیط‌های تعاملی اینترنت (مثل چت، ایمیل...) می‌باشد که این محیط‌ها هم می‌توانند تأثیر مستقیم بر ارزش‌های خانواده داشته باشند و هم می‌توانند باعث به وجود آمدن فضای صمیمیت، برقراری روابط احساسی و میزان پذیرش در اینترنت شود و بدین صورت بر ارزش‌های خانواده مؤثر واقع شوند (در مدل شماره ۱ این روابط آورده شده است)؛ ۲. همچنان‌که در صفحات پیشین توضیح داده شد، متغیرهایی که هم شامل محیط‌های تعاملی اینترنت و هم شامل محیط‌های شبه تعاملی اینترنت می‌شود 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 دانش‌آموزان در استفاده فرزندانشان از اینترنت؛ ۴. جنسیت. (چگونگی ارتباط این متغیرها با متغیر وابسته در مدل شماره ۱ آمده است)

ب) متغیرهای کنترلی: به جهت این‌که می‌باید تأثیر خالص اینترنت سنجیده شود لازم بود متغیرهایی به غیر از متغیرهای اینترنتی که احتمالاً می‌توانند بر ارزش‌های خانواده مؤثر واقع شوند آورده شود تا بدین وسیله تأثیر خالص اینترنت سنجیده شود که این متغیرها عبارتند از:





مدل شماره ۱: مدل تحلیلی پژوهش

استفاده از دیگر وسایل ارتباط جمعی (میزان و انواع استفاده از ماهواره، وی سی دی، تلویزیون، روزنامه، مجله)، نحوه گذراندن اوقات فراغت، سفر به کشورهای خارجی، میزان درآمد خانواده، شغل پدر و مادر و تعداد فرزندان خانواده. به عبارتی، با ثابت نگه داشتن این متغیرها تأثیر خالص اینترنت سنجیده می‌شود، بدین صورت که ابتدا این متغیرها با متغیر وابسته در ارتباط گذاشته می‌شود و اگر با متغیر وابسته ارتباط معنی‌داری داشته باشند جهت سنجش تأثیر خالص اینترنت این متغیرها را کنترل می‌کنیم. (این متغیرها در مدل شماره ۱ آورده شده است).

ج) متغیر وابسته: متغیر وابسته ما در این پژوهش ارزش‌های خانواده می‌باشد که متغیرهای مستقل و متغیرهای کنترل با این متغیر در ارتباط گذاشته می‌شود. (روابط بین این متغیرها به صورت نظری در مدل شماره ۱ آمده است).

### فرضیات تحقیق

۱. دانش‌آموزانی که به اینترنت دسترسی دارند، دارای ارزش‌های خانوادگی پایین‌تری هستند.
۲. هرچه میزان استفاده دانش‌آموزان از اینترنت بیشتر باشد، دارای ارزش‌های خانوادگی پایین‌تری هستند.
۳. هرچه طول دسترسی به اینترنت در بین دانش‌آموزان دبیرستانی بیشتر باشد، احتمالاً دارای ارزش‌های خانوادگی پایین‌تری هستند.
۴. بین استفاده روزانه و هفتگی از ماهانه از اینترنت و ارزش‌های خانوادگی دانش‌آموزان تفاوت معنی‌داری وجود دارد.
۵. بین میزان انواع استفاده از محیط‌های اینترنت در بین دانش‌آموزان و ارزش‌های خانوادگی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.
۶. هرچه میزان وابستگی دانش‌آموزان کاربر اینترنتی به اینترنت بیشتر باشد، احتمالاً دارای ارزش‌های خانوادگی پایین‌تری هستند.
۷. هرچه دانش‌آموزان کاربر اینترنتی در محیط تعاملی اینترنت بتوانند بیشتر وارد فضای صمیمیت شوند، احتمالاً دارای ارزش‌های خانوادگی پایین‌تری هستند.
۸. هرچه دانش‌آموزان کاربر اینترنتی در محیط تعاملی اینترنت بیشتر وارد روابط احساسی شوند، احتمالاً دارای ارزش‌های خانوادگی پایین‌تری هستند.
۹. هرچه دانش‌آموزان در محیط تعاملی اینترنت بیشتر وارد بحث و مناظره گروهی شوند، احتمالاً دارای ارزش‌های خانوادگی پایین‌تری هستند.

۱۰. هرچه دانش‌آموزان کاربر اینترنتی در محیط تعاملی اینترنت بیشتر مورد پذیرش واقع شوند، دارای ارزش‌های خانوادگی پایین‌تری هستند.
۱۱. هرچه دانش‌آموزان کاربر اینترنتی از احساس گمنامی در اینترنت بیشتر احساس رضایت کنند، احتمالاً دارای ارزش‌های زندگی خانوادگی پایین‌تری هستند.
۱۲. بین مکان استفاده از اینترنت و تأثیر آن بر ارزش‌های خانوادگی دانش‌آموزان تفاوت معنی‌داری وجود دارد.
۱۳. هرچه خانواده در استفاده فرزندان از محیط‌های اینترنتی بیشتر اطلاع داشته باشند، احتمالاً، دارای ارزش‌های خانوادگی بالاتری هستند.
۱۴. بین جنسیت و تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

### روش تحقیق

این تحقیق به صورت پیمایشی و با ابزار پرسش‌نامه صورت گرفته و جامعه آماری مورد مطالعه دانش‌آموزان دبیرستانی ناحیه ۳ مشهد می‌باشد.

برآورد حجم نمونه: برای این‌که عامل جنسیت را بتوانیم کنترل کنیم، به نسبت در بین پسران و دختران حجم نمونه را به دست آوردیم، با توجه به این مسئله حجم نمونه را به شیوه قشربندی با روش هتروگنرادی بدون جای‌گذاری به دست آوردیم، با خطای نمونه‌گیری  $0/05$  و با فاصله اطمینان  $0/99$  با توجه به جای‌گذاری اعداد در داخل فرمول قشربندی شده کوکران، حجم نمونه در بین دانش‌آموزان دبیرستانی ناحیه ۳ مشهد برابر با  $300$  نفر محاسبه شد و با توجه به این‌که نسبت جمعیت دختران دانش‌آموز به جمعیت کل دانش‌آموزان ( $0/4353$ )، و نسبت جمعیت پسران دانش‌آموز به جمعیت کل دانش‌آموزان ( $0/5648$ ) می‌باشد، سهم جمعیت دختران در حجم نمونه برابر با  $130$  نفر و سهم جمعیت پسران در حجم نمونه معادل  $170$  نفر به دست آمد. همچنین لازم بود که تعداد کاربران اینترنتی به حدی برسد که بتوان مقایسه‌ها را انجام داد و تا بتوانیم فرضیه‌های خود را آزمون کنیم. حجم نمونه را افزایش دادیم تا بتوانیم به حدی برسیم که بتوانیم این آزمون‌ها را انجام دهیم، حجم کل نمونه به  $403$  نفر رسید که  $180$  نفر از آنان مربوط به کاربران اینترنتی است.

### روش نمونه‌گیری

در این تحقیق از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای دو مرحله‌ای استفاده شده است، بدین‌صورت که ابتدا از بین کل دبیرستان‌های دولتی ناحیه ۳ مشهد به صورت تصادفی ساده



نمونه‌هایی انتخاب کردیم، سپس با روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی شده با حجم متناسب افراد انتخاب شدند. در درون دبیرستان‌هایی که در نمونه ما بود، با هماهنگی مدیر مدرسه به تصادف کلاس‌ها را از لیستی که مدیر مدرسه در اختیار ما قرار می‌داد انتخاب می‌کردیم و پرسش‌نامه را در سر کلاس بین دانش‌آموزان توزیع می‌کردیم.

### روش سنجش متغیرها

با توجه به فرضیاتی که مطرح شد، متغیرها را به صورت عملیاتی در آوردیم و سپس از آن‌ها گویه تهیه کردیم و گویه‌ها را به صورت پرسش‌نامه در آوردیم و سپس پرسش‌نامه را در اختیار پاسخگویان قرار دادیم، به جهت این‌که بدانیم گویه‌هایی که ما استفاده کرده‌ایم از دقت بالایی برخوردار هستند، یا تا چه حد ابزار اندازه‌گیری در شرایط یکسان نتایج یکسانی می‌دهد از

### جدول شماره ۱: تعریف عملیاتی متغیرها

الف) متغیرهای مستقل	
متغیر	گویه‌ها
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 در آمدن، ارتباط با دوستان اینترنتی، دوستی با همجنس در اینترنت، ارتباط با غیر همجنس در محیط اینترنت، به دنبال دوست غیر همجنس بودن در اینترنت، پیدا کردن دوست غیر همجنس در اینترنت
روابط احساسی	درد دل کردن در اینترنت، ابراز علاقه در محیط‌های اینترنتی، ابراز علاقه با دوستان غیر همجنس در اینترنت، مایل نبودن به کنار گذاشتن دوستان اینترنتی، ملاقات در محیط پیرونی با دوستان اینترنتی
بحث و مناظره گروهی	۱. خواندن و گوش دادن به مباحث گروهی در محیط تعاملی اینترنت ۲. طرح سؤالات در این محیط‌ها ۳. راهنمایی کردن کاربران اینترنتی
مورد پذیرش قرار گرفتن	احترام گذاشتن به کاربر اینترنتی، احترام قایل شدن به کاربر اینترنتی نسبت به محیط واقعی، پیام تبریک دریافت کردن، اهمیت قایل شدن به صحبت‌های کاربر اینترنتی، اهمیت قایل شدن به حرف‌های 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 شخصیت‌های دیگر در اینترنت
آگاهی توسط خانواده از 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 دانش‌آموزان از اینترنت.

### ادامه جدول شماره ۱

ب) متغیر وابسته	
متغیر	گویه‌ها
ارزش‌های خانوادگی	۱. اهمیت قایل شدن به خوردن شام به‌طور دسته‌جمعی ۲. دوست داشتن تفریح دسته‌جمعی با اعضای خانواده ۳. قبول داشتن افکار و عقاید پدر و مادر ۴. اهمیت قایل شدن به اطاعت از حرف پدر و مادر ۵. مشورت با اعضای خانواده ۶. اهمیت قایل شدن به نظرات پدر و مادر ۷. اظهار نظر پدر و مادر در انتخاب دوست فرزندان ۸. لذت بردن از گفت‌وگو با اعضای خانواده ۹. جلب رضایت پدر و مادر جهت ازدواج

ضریب آلفای کربناخ استفاده کردیم و گویه‌هایی که ضریب پایینی داشتند از تحلیل حذف شدند. همچنین پس از تهیه شاخص‌ها و تنظیم پرسش‌نامه از نظرات چندین نفر از محققان و اساتید و دانشجویان و کسانی که با اینترنت کار کرده‌اند روایی صوری و روایی محتوایی در نظر گرفته شد و گویه‌های نامناسب حذف شدند، بعد از آن به منظور اطمینان صحت ایجاد یک عامل در ایجاد شاخص از تحلیل عاملی استفاده شد.

تعاریف عملیاتی متغیرها: در جدول شماره ۱ تعریف عملیاتی متغیرهای مستقل و متغیر وابسته آورده شده است.

### شیوه کدگذاری متغیرها

پاسخ‌هایی که برای متغیرهای مستقل و وابسته در نظر گرفته شد به این صورت می‌باشد: هیچ‌وقت، کم، تا حدودی، زیاد و خیلی زیاد می‌باشد که به گزینه هیچ‌وقت کد صفر، به گزینه کم کد ۱، به گزینه تا حدودی کد ۲، و به گزینه زیاد کد ۳ و به گزینه خیلی زیاد کد ۴ داده‌ایم.

### یافته‌های تحقیق

#### نتایج توصیفی

توزیع فراوانی پاسخگویان، مکان استفاده از اینترنت و چگونگی استفاده از اینترنت: جدول شماره ۲ توزیع فراوانی پاسخگویان، مکان استفاده از اینترنت و چگونگی استفاده از اینترنت را نشان می‌دهد. همچنان‌که در جدول شماره ۲ مشاهده می‌شود، ۴۴/۶۶ (نزدیک به ۴۵) درصد پاسخگویان را کاربران اینترنتی تشکیل می‌دهند. همچنین در بین کاربران اینترنتی ۴۶/۷ درصد دختر و ۵۳/۳ درصد پسر هستند و در بین کل پاسخگویان ۵۲/۹ درصد دانش‌آموزان دختر و ۴۷/۱ درصد از کل پاسخگویان را دانش‌آموز پسر تشکیل می‌دهد و در بین

کل دختران ۴۳/۳۹ درصد را کاربران اینترنتی دختر و در بین کل پسران پاسخگو ۵۲/۵۰ درصد را کاربران اینترنتی پسر تشکیل می‌دهد. در جدول شماره ۲ استفاده از اینترنت را به صورت استفاده به صورت روزانه، هفتگی و ماهانه مشاهده می‌شود که ۳۰/۶ درصد به صورت روزانه، ۴۲/۸ درصد به طور هفتگی و ۲۶/۷ درصد به طور ماهانه از اینترنت استفاده می‌کنند. همچنین با توجه به جدول شماره ۲، ۲۱/۱ درصد از کاربران اینترنتی در کافی‌نت از اینترنت استفاده می‌کنند و ۶۲/۲ درصد در خانه و ۱۶/۷ درصد هم در خانه و هم در کافی‌نت از اینترنت استفاده می‌کنند. جدول شماره ۲. توزیع فراوانی پاسخگویان، چگونگی استفاده از اینترنت و مکان استفاده از اینترنت

مورد	متغیر	فراوانی	درصد
کاربر اینترنتی	دختر	۸۴	٪۴۶/۷
	پسر	۹۶	٪۵۳/۳
غیر کاربر اینترنتی	دختر	۲۱۳	٪۵۲/۹
	پسر	۱۹۰	٪۴۷/۱
مکان استفاده از اینترنت	خانه	۱۱۲	٪۶۲/۲
	کافی‌نت	۲۸	٪۲۱/۱
	خانه و کافی‌نت	۳۰	٪۱۶/۷
چگونگی استفاده از اینترنت	ماهانه	۴۸	۲۶/۷
	هفتگی	۷۷	۷۳/۳
	روزانه	۵۵	۳۰/۶

#### میزان استفاده از اینترنت

با توجه به جدول شماره ۳، دانش‌آموزان کاربر ۴۹۸ دقیقه در هفته از اینترنت استفاده می‌کنند، و میانگین مدت زمان دسترسی به اینترنت برابر با ۱۴ ماه می‌باشد

جدول شماره ۳. میانگین استفاده از اینترنت به دقیقه در هفته و مدت زمان دسترسی به

#### اینترنت به ماه

مورد	میانگین
میزان استفاده از اینترنت به دقیقه در هفته	۴۹۸
مدت زمان دسترسی به اینترنت به ماه	۱۴

### میزان استفاده از انواع محیط‌های مختلف اینترنت

با توجه به جدول شماره ۴، در بین کل کاربران استفاده از انواع محیط‌های اینترنتی به دقیقه در هفته به ترتیب بیشترین میزان عبارتند از ۱. چت با میانگین ۱۲۷ دقیقه، ۲. میزان استفاده از موسیقی با میانگین ۹۰/۸۰ دقیقه، ۳. میزان استفاده از اطلاعات علمی-آموزشی ۶۷/۳۰ دقیقه، ۴. میزان استفاده از بازی ۶۵/۲۲ دقیقه، ۵. میزان استفاده از پست الکترونیک ۶۳/۵ دقیقه، ۶. استفاده از وب لاگ<sup>۱</sup> ۴۲/۵۸ دقیقه، ۷. میزان استفاده از جوک ۴۱ دقیقه، ۸. میزان استفاده از محیط‌های خبری ۳۸/۴۷ دقیقه، ۹. میزان استفاده از محیط‌های ورزشی ۳۴/۳۳ دقیقه، ۱۰. میزان استفاده از اطلاعات سیاسی ۳۱/۵۷ دقیقه، ۱۱. میزان استفاده از تصاویر جنسی ۳۱/۵۷ دقیقه، ۱۲. تماشای فیلم از اینترنت ۳۱/۴۴ دقیقه، ۱۳. گرفتن نرم‌افزار از اینترنت ۲۹/۵ دقیقه، ۱۴. مراجعه به کارت پستال ۲۴/۶۲ دقیقه، ۱۵. میزان دسترسی به اطلاعات فرهنگی ۲۲/۰۸ دقیقه در هفته ۱۶. میزان دسترسی به اطلاعات اجتماعی اقتصادی ۱۱/۵۹ دقیقه در هفته می‌باشد.

با توجه به جدول شماره ۵ بیشترین میزان استفاده از انواع مختلف محیط‌های اینترنتی در بین کل کاربران مربوط به چت می‌باشد و بعد از آن میزان استفاده از موسیقی است. انحراف معیار این داده‌ها برابر با ۲۹/۸۱ است که این عدد پراکندگی میزان انواع استفاده از محیط‌های مختلف اینترنتی را در اطراف میانگین نشان می‌دهد.

در بین دانش‌آموزان کاربر دختر میانگین میزان استفاده از انواع محیط‌های اینترنتی به ترتیب میزان استفاده بدین صورت است (جدول ۴):

۱. گوش دادن به موسیقی ۱۳۷/۸۵ دقیقه، ۲. چت ۱۳۲ دقیقه در هفته، ۳. اطلاعات علمی آموزشی ۷۵/۴۱ دقیقه، ۴. استفاده از پست الکترونیک ۷۴/۱۶ دقیقه، ۵. میزان استفاده از بازی ۶۲/۷۹ دقیقه، ۶. میزان استفاده از جوک ۴۷/۱۴ دقیقه، ۷. وب لاگ ۳۵/۵۹ دقیقه، ۸. محیط‌های خبری ۳۲/۲۶ دقیقه، ۹. تماشای فیلم از اینترنت ۳۱/۹ دقیقه، ۱۰. کارت پستال ۳۰/۷۱ دقیقه، ۱۱. محیط‌های ورزشی ۲۵/۴۷ دقیقه، ۱۲. محیط‌های فرهنگی ۲۴/۷۶ دقیقه، ۱۳. دسترسی به اطلاعات سیاسی ۲۰/۱۱ دقیقه، ۱۴. گرفتن نرم‌افزار ۱۸/۱۵ دقیقه، ۱۵. تصاویر جنسی ۱۶/۵ دقیقه، ۱۶. دسترسی به اطلاعات اجتماعی اقتصادی ۸/۹۸ دقیقه در هفته می‌باشد.

در بین کاربران اینترنتی دختر بیشترین میزان استفاده از محیط‌های مختلف اینترنتی میزان

1. weblog

استفاده از موسیقی و بعد از آن میزان استفاده از چت است.

در بین دانش‌آموزان کاربر پسر میانگین میزان استفاده از انواع محیط‌های اینترنتی به ترتیب میزان استفاده بدین صورت است (جدول ۴):

۱. چت ۱۳۳/۸۵ دقیقه، ۲. بازی ۶۷/۴۲ دقیقه، ۳. استفاده از اطلاعات آموزشی ۶۰/۲۰ دقیقه، ۴. پست الکترونیک ۵۴/۱۷ دقیقه، ۵. تصاویر جنسی ۴۹/۹۴ دقیقه، ۶. گوش دادن به موسیقی ۴۹/۶۳ دقیقه، ۷. وب لاگ ۴۹/۱۶ دقیقه، ۸. اطلاعات ورزشی ۴۲/۰۸ دقیقه، ۹. گرفتن نرم‌افزار ۳۹/۴۲ دقیقه، ۱۰. اطلاعات سیاسی ۳۸/۱۷ دقیقه، ۱۱. میزان استفاده از جوک ۳۵/۶۲ دقیقه، ۱۲. استفاده از محیط‌های خبری ۳۴/۹۰ دقیقه، ۱۳. تماشای فیلم از اینترنت ۳۱/۰۴ دقیقه، ۱۴. محیط‌های فرهنگی ۱۹/۳۷ دقیقه، ۱۵. کارت‌پستال ۱۹/۲۹ دقیقه، ۱۶. اطلاعات اجتماعی اقتصادی ۱۳/۸۹ دقیقه در هفته می‌باشد.

جدول شماره ۴. میانگین میزان استفاده از انواع محیط‌های اینترنت به دقیقه در هفته

انواع استفاده از اینترنت	کل پاسخگویان	کاربران دختر	کاربران پسر
پست الکترونیک	۶۲/۵	۷۴/۱۶	۵۴/۱۷
چت	۱۳۷	۱۳۲	۱۲۲
وب لاگ	۴۲/۵۸	۴۵/۰۵۹	۴۹/۱۶
بازی	۶۵/۲۲	۶۲/۷۹	۶۷/۴۲
اطلاعات علمی-آموزشی	۶۷/۳۰	۷۵/۴۱	۶۰/۲۰
اطلاعات سیاسی	۲۲/۷۵	۲۰/۱۱	۳۸/۱۷
اطلاعات اجتماعی-اقتصادی	۱۱/۵۹	۸/۹۸	۱۳/۸۹
محیط‌های خبری	۳۸/۴۷	۳۲/۲۶	۳۴/۹۰
محیط‌های ورزشی	۳۴/۳۳	۲۵/۴۷	۴۲/۰۸
محیط‌های فرهنگی	۲۲/۰۸	۲۴/۷۶	۱۹/۳۷
تماشای فیلم از اینترنت	۳۱/۴۴	۳۱/۹۰	۳۱/۰۴
استفاده از جوک	۴۱	۴۷/۱۴	۲۵/۶۲
تصاویر جنسی	۳۲/۷۵	۱۶/۰۵	۴۹/۹۴
گوش دادن به موسیقی	۹۰/۸۰	۱۳۷/۸۵	۴۹/۶۳
گرفتن نرم‌افزار	۲۹/۵	۱۸/۱۵	۲۹/۴۲
کارت‌پستال	۲۴/۶۲	۳۰/۷۱	۱۹/۲۹

بیشترین میزان استفاده از انواع محیط‌های اینترنتی در بین کاربران اینترنتی پسر میزان استفاده از چت در هفته می‌باشد، در بین کاربران پسر اینترنتی انواع استفاده از محیط‌های مختلف



اینترنتی پراکندگی کمتری نسبت به کاربران دختر دارند و انحراف معیار میزان انواع استفاده از محیط‌های مختلف اینترنتی برای کاربران پسر برابر با  $25/25$  است که با مقایسه انحراف معیار دختران که  $38/79/61$  می‌باشد نشان می‌دهد که میانگین انواع استفاده از اینترنت برای کاربران دختر از پراکندگی بیشتری برخوردار است. با مقایسه میزان استفاده از انواع محیط‌های اینترنتی در بین دختران و پسران تا حدودی می‌توان به نیازهای آنان و همچنین میزان تأثیرپذیری آنان (چون بعضی محیط‌ها از قدرت تأثیرپذیری بیشتری برخوردارند) پی برد.

### متغیرهای مستقل

همچنان‌که در جدول شماره ۵ مشاهده می‌شود، میانگین مربوط به هر یک از متغیرهای مستقل آمده است، همچنان‌که در کدگذاری متغیرها گفته شد پاسخ مربوط به هر یک از متغیرها گزینه‌های هیچ‌وقت، کم، تا حدودی، زیاد و خیلی زیاد می‌باشد، و در نتیجه میانگین مربوط به هر یک از متغیرها بین صفر تا ۴ است، که مثلاً اگر میانگین مربوط به یکی از متغیرها نزدیک به ۳ باشد، نشان‌دهنده این است که در مجموع میانگین نظر پاسخگویان در این مورد نزدیک به زیاد می‌باشد، با توجه به این توضیح در بین کل کاربران اینترنتی وابستگی به اینترنت برابر با  $1/9$ ، فضای صمیمیت برابر با  $1/7$ ، روابط احساسی برابر با  $1/4$ ، بحث و مناظره گروهی برابر با  $1/6$  و پذیرش در اینترنت  $2/1$ ، رضایت از احساس گمنامی  $1/5$  است که در این بین بیشترین مقدار مربوط به میزان پذیرش در محیط اینترنتی است که کاربر اینترنتی احساس می‌کند در محیط اینترنت بیشتر از محیط واقعی مورد پذیرش قرار می‌گیرند و به عبارتی با پذیرش بیشتر در اینترنت احتمالاً از تأثیرپذیری بیشتری برخوردار می‌شوند، مورد دوم وابستگی به اینترنت می‌باشد که کاربران احساس وابستگی بیشتری نسبت به اینترنت پیدا کرده‌اند. همچنین این نتایج در جدول شماره ۶ نیز به تفکیک جنسیتی محاسبه شده است: در بین کاربران دختر (از صفر تا ۴)، آگاهی خانواده در استفاده فرزندان از اینترنت برابر با  $1/8$  وابستگی به اینترنت و پذیرش در اینترنت هر دو با میانگین  $2/1$  می‌باشد، رضایت از احساس گمنامی برابر با  $1/5$  و کمترین میانگین مربوط به برقراری روابط احساسی در بین کاربران دختر اینترنتی با میانگین  $1/2$  است.

در بین کاربران پسر اینترنتی، میانگین پذیرش در اینترنت برابر با ۲، آگاهی خانواده در استفاده فرزندان از اینترنت  $2/4$ ، وابستگی به اینترنت برابر با  $1/7$ ، ایجاد فضای صمیمیت برابر با  $1/9$ ، و برقراری روابط احساسی برابر با  $1/5$ ، بحث مناظره گروهی برابر با  $1/7$  و رضایت از احساس گمنامی برابر با  $1/4$  می‌باشد، که با مقایسه بین کاربران دختر و پسر وابستگی به

جدول شماره ۵: متغیرهای مستقل اینترنتی به همراه گویه‌ها و میانگین متغیرها

متغیر	گویه‌ها	میانگین کل	میانگین کاربر پسر	میانگین کاربر دختر
وابستگی به اینترنت	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	۱/۹	۱/۷	۲/۱
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 غیر همجنس بودن در اینترنت، پیدا کردن دوست غیر همجنس در اینترنت	۱/۷	۱/۹	۱/۵
روابط احساسی	درد دل کردن در محیط اینترنت، ابراز علاقه در اینترنت، ابراز علاقه با دوستان غیر همجنس در اینترنت مایل نبودن به کنار گذاشتن دوستان اینترنتی، ملاقات در محیط بیرونی با دوستان اینترنتی	۱/۴	۱/۵	۱/۲
بحث و مناظره گروهی	۱. خواندن و گوش دادن به مباحث گروهی در محیط تعاملی اینترنت ۲. طرح سوالات در این محیط‌ها ۳. راهنمایی کردن کاربران اینترنتی	۱/۶	۱/۷	۱/۵
مورد پذیرش قرار گرفتن	احترام گذاشتن به کاربر اینترنتی، احترام قایل شدن نسبت به محیط واقعی، پیام تبریک دریافت کردن، اهمیت قایل شدن به صحبت‌های کاربر اینترنتی، اهمیت قایل شدن به حرف‌های کاربر اینترنتی نسبت به محیط واقعی	۲/۱	۲	۲/۱
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 شخصیت‌های دیگر در محیط اینترنت	۱/۵	۱/۴	۱/۵
آگاهی توسط خانواده در استفاده فرزندان از اینترنت	۱. استفاده از اینترنت به اتفاق اعضای خانواده ۲. موافقت خانواده در استفاده فرزندان از اینترنت ۳. اطلاع خانواده از نوع استفاده دانش‌آموزان از اینترنت.	۲/۲	۲/۴	۱/۸

اینترنت و پذیرش در اینترنت و رضایت از احساس گمنامی در بین کاربران دختر بیشتر است و نظارت خانواده و میزان ایجاد فضای صمیمیت و برقراری روابط احساسی و بحث و مناظره گروهی در بین کاربران پسر بیشتر می‌باشد. به دلیل وابستگی بیشتری که دختران نسبت به استفاده از اینترنت دارند، بالطبع میزان استفاده دختران نیز از پسران بیشتر است، همچنین دختران شاید به دلیل نوع جنسیتشان بیشتر از طرف جنس مخالف مورد پذیرش قرار می‌گیرند و در مورد رضایت از احساس گمنامی شاید بتوان گفت که دختران محدودیت‌های بیشتری در محیط

واقعی نسبت به پسران دارند و در محیط اینترنت تا حدودی این محدودیت‌ها برداشته می‌شود و بنابراین احساس رضایت بیشتری نسبت به پسران از این‌که در محیط اینترنت گمنام هستند می‌کنند. همچنان‌که مشاهده شد کاربران پسر بیشتر از کاربران دختر پاسخ داده‌اند که خانواده‌های‌شان آگاهی بیشتری در استفاده آنان از اینترنت دارند، و این شاید به این دلیل باشد که خانواده‌ها محدودیت کمتری برای پسران در استفاده آنان از اینترنت دارند و همچنین یکسری استفاده‌ها از اینترنت برای دختران مجاز دانسته نمی‌شود و این باعث می‌شود که کاربران دختر به‌طور مخفیانه از اینترنت استفاده کنند، همچنین بحث و مناظره گروهی در بین کاربران پسر بیشتر از دختران است.

### متغیر وابسته

در جدول شماره ۶، میانگین مربوط به متغیر وابسته آمده است، همچنان‌که در کدگذاری متغیرها گفته شد پاسخ مربوط به هریک از متغیرها گزینه‌های هیچ‌وقت، کم، تا حدودی، زیاد و خیلی زیاد می‌باشد، و در نتیجه میانگین مربوط به هریک از متغیرها بین صفر تا ۴ است که میانگین ارزش‌های خانواده در بین غیر کاربران دختر ۳/۱ و در بین کاربران دختر ۲/۹ و در بین کاربران پسر ۲/۹ و در بین غیر کاربران پسر ۲/۹ می‌باشد، که با توجه به یافته‌های این جدول ارزش‌های خانوادگی دختران غیر کاربر اینترنتی از میانگین بیشتری نسبت به بقیه گروه‌ها برخوردار است، و همچنین میانگین کاربران اینترنتی پسر و غیر کاربران اینترنتی پسر و کاربران اینترنتی دختر با هم برابرند و آنچه مهم است برابر بودن ارزش‌های کاربران اینترنتی پسر و غیر کاربران اینترنتی پسر است، ولی برای کاربران اینترنتی دختر نسبت به غیر کاربران اینترنتی دختر میانگین کمتری دارد و نشان‌دهنده تأثیر اینترنت بر کاربران دختر می‌باشد.

جدول شماره ۶: متغیر وابسته به همراه گویه‌ها و میانگین آن در بین چهار گروه

متغیر	گویه‌ها	کاربران دختر	غیر کاربران دختر	کاربران پسر	غیر کاربران پسر
ارزش‌های خانواده	۱. اهمیت قایل شدن به خوردن شام به‌طور دسته‌جمعی ۲. دوست داشتن تفریح دسته‌جمعی با اعضای خانواده ۳. قبول داشتن افکار و عقاید پدر و مادر ۴. اهمیت قایل شدن به اطاعت از حرف پدر و مادر ۵. مشورت با اعضای خانواده ۶. اهمیت قایل شدن به نظرات پدر و مادر ۷. اظهار نظر پدر و مادر در انتخاب دوست فرزندان ۸. لذت بردن از گفت‌وگو با اعضای خانواده ۹. جلب رضایت پدر و مادر جهت ازدواج	۲/۹	۳/۱	۲/۹	۲/۹

## نتایج تبیینی

## آزمون فرضیات

در آزمون فرضیات، فرضیاتی که توانسته‌اند از آزمون رد عبور کنند آورده شده و نیاوردن آزمون بقیه فرضیات به منزله این است که فرضیه مورد نظر نتوانسته از آزمون رد عبور کند. در جدول شماره ۶، فرضیاتی که توانسته‌اند از آزمون رد عبور کنند آورده شده است، ولی چون جدول شماره ۷: آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرهای اینترنتی و ارزش‌های

## خانوادگی

شدت	سطح معنی‌داری	آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرهای اینترنتی و ارزش‌های زندگی خانوادگی
-/۲۸	/۰۱	هرچه میزان استفاده دانش‌آموزان از اینترنت بیشتر باشد، احتمالاً دارای ارزش‌های خانوادگی پایین‌تری هستند.
-/۲۴	/۰۱	هرچه دانش‌آموزان کاربر از پست الکترونیک بیشتر استفاده کنند، دارای ارزش‌های خانوادگی پایین‌تری هستند.
-/۲۳	/۰۱	هرچه دانش‌آموزان کاربر از چت بیشتر استفاده کنند، دارای ارزش‌های خانوادگی پایین‌تری هستند.
-/۲۶	/۰۱	هرچه دانش‌آموزان کاربر اینترنتی از تصاویر جنسی در اینترنت بیشتر استفاده کنند، دارای ارزش‌های خانوادگی پایین‌تری هستند.
-/۲۰	/۰۱	هرچه دانش‌آموزان کاربر اینترنتی از موسیقی در اینترنت بیشتر استفاده کنند، دارای ارزش‌های خانوادگی پایین‌تری هستند.
-/۳۲	/۰۱	میزان وابستگی دانش‌آموزان کاربر اینترنتی به اینترنت بیشتر باشد، دارای ارزش‌های خانوادگی پایین‌تری هستند.
-/۲۷	/۰۱	هرچه دانش‌آموزان کاربر اینترنتی در محیط تعاملی اینترنت بتوانند بیشتر وارد فضای صمیمیت شوند، دارای ارزش‌های خانوادگی پایین‌تری هستند.
-/۲۶	/۰۱	هرچه دانش‌آموزان کاربر اینترنتی در محیط تعاملی اینترنت مورد پذیرش واقع شوند، احتمالاً دارای ارزش‌های خانوادگی پایین‌تری هستند.
+/۳۲	/۰۱	هرچه خانواده دانش‌آموزان در استفاده از اینترنت آگاهی بیشتری داشته باشند، از ارزش‌های خانوادگی بالاتری برخوردارند.

تأثیرات خالص اینترنت بر ارزش‌های خانواده مد نظرمان است در مرحله بعد متغیرهای غیراینترنتی یا کنترلی نیز با ارزش‌های خانواده در ارتباط گذاشته شد و هر کدام را که معنی‌دار شد به کمک ضریب همبستگی تفکیکی پیرسون کنترل گردیدند و بدین وسیله تأثیر خالص اینترنت سنجیده شد. پس به وسیله ضریب همبستگی تفکیکی پیرسون فرضیاتی که توانستند از آزمون

رد عبور کنند بدین صورت شد (جدول شماره ۷): پذیرش در اینترنت با شدت  $20\%$  - و سطح معنی داری  $05/$  و بدین معنا است که با ثابت نگه داشته شدن بقیه عوامل می‌توان این‌طور نتیجه‌گیری کرد که هر چه کاربران احساس کنند که در محیط اینترنت بیشتر مورد پذیرش قرار می‌گیرند، ارزش‌های خانوادگی پایین‌تری دارند، متغیر فضای صمیمیت با شدت  $19\%$  - و سطح معنی داری  $05/$  از آزمون رد عبور کرد و این به معنای این است که با کنترل بقیه عوامل هرچه دانش‌آموزان کاربرد اینترنتی در محیط‌های تعاملی اینترنت بیشتر فضای صمیمیت برقرار کنند ارزش‌های خانوادگی پایین‌تری دارند، فرضیه بعدی که توانست از آزمون رد عبور کند میزان استفاده از چت است که توانست با شدت  $17\%$  - و سطح معنی داری  $05/$  از آزمون رد عبور کند و این به این مفهوم است که میزان استفاده از چت بر ارزش‌های خانواده تأثیر منفی دارد و ایمیل با شدت  $22\%$  - و سطح معنی داری  $01/$  و میزان استفاده از اینترنت با شدت  $21\%$  - و سطح معنی داری  $05/$  و نظارت خانواده در استفاده دانش‌آموزان از اینترنت با شدت  $17\%$  + و سطح معنی داری  $05/$  معنی دار شدند. که در بین فرضیات، پذیرش در اینترنت (تئوری کلی و ولخارت) فضای صمیمیت (هاپر ماس)، چت و ایمیل (مطالعات اکتشافی) میزان استفاده از اینترنت (تئوری والد هال، کلاپر) و آگاهی خانواده در استفاده دانش‌آموزان از اینترنت (مطالعات اکتشافی) در آزمون‌های تجربی ما موفق بودند.

جدول شماره ۸: ضریب همبستگی تفکیکی پیروسون با کنترل متغیرهای مستقل غیر اینترنتی که توانسته‌اند از آزمون رد عبور کنند.

پذیرش	صمیمیت	چت	ای-میل	میزان استفاده از اینترنت	کنترل استفاده از اینترنت	شدت ارزش‌های زندگی خانواده
$20\%$ -	$19\%$ -	$17\%$ -	$22\%$ -	$21\%$ -	$17\%$ +	شدت ارزش‌های زندگی خانواده
$024/$	$03/$	$056/$	$01/$	$017/$	$05/$	p-value

رگرسیون چند متغیره: جهت تأثیر همزمان متغیرهای مستقل و متغیرهای وابسته از رگرسیون چند متغیره به روش قدم به قدم استفاده گردید.

با وارد کردن متغیرهای اینترنتی به عنوان متغیرهای مستقل و ارزش‌های خانوادگی به عنوان متغیر وابسته در مدل رگرسیون چند متغیره، متغیرهایی که به ترتیب اهمیت توانستند وارد مدل شوند به این صورت در آمد: ۱. فضای صمیمیت در اینترنت با ضریب تأثیر  $20\%$  -، ۲. آگاهی خانواده در استفاده فرزندان از اینترنت با ضریب تأثیر  $22\%$  +، ۳. استفاده روزانه از اینترنت با ضریب تأثیر  $18\%$  -، که در مجموع این متغیرها با وارد کردن متغیرهای اینترنتی  $15\%$  درصد در تغییرات

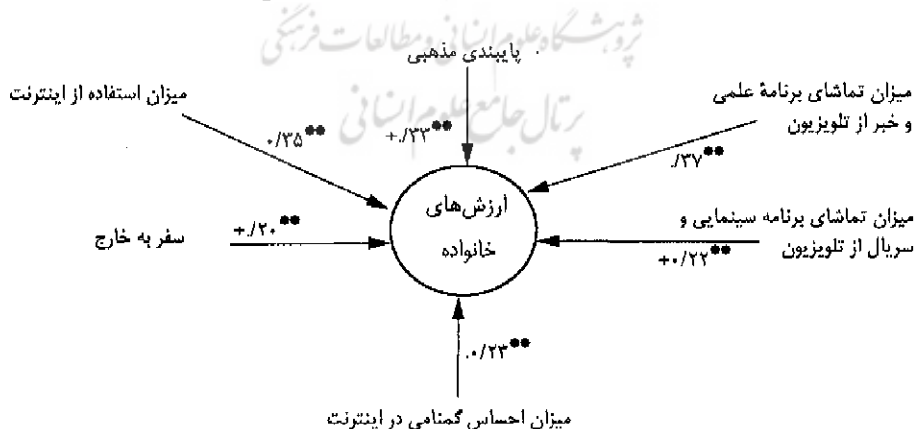
ارزش‌های خانوادگی سهیم هستند، ولی با وارد کردن تمام متغیرها (هم متغیرهای اینترنتی و هم متغیرهای غیراینترنتی یا کنترلی) ضریب تبیین برابر با ۵۲۷/ شد که سهم متغیرهای اینترنتی در آن برابر با ۱۰/ شد که یکی مربوط به میزان رضایت از احساس گمنامی در اینترنت بود که در افزایش ضریب تبیین ۶/ مؤثر بوده و متغیر بعدی مربوط به میزان استفاده از اینترنت است که ۴/ در افزایش ضریب تبیین مؤثر بوده است و هر دو متغیر تأثیر منفی بر ارزش‌های خانواده داشته‌اند.

### تحلیل مسیر (مدل علی)

۱. مدل تحلیل علی (تحلیل مسیر) متغیر ارزش‌های خانواده و همه متغیرهای مستقل (مدل

شماره ۲)

در مدل علی ارزش‌های خانواده و همه متغیرهای مستقل متغیرهایی که به‌طور مستقیم بر ارزش‌های سنتی خانواده تأثیر دارند، بدین‌صورت است: میزان استفاده از اینترنت با ضریب تأثیر ۳۵- و سطح معنی‌داری ۰۱/، که توانست از آزمون رد عبور کند و بدین‌صورت تفسیر می‌شود که هرچه میزان استفاده کاربران از اینترنت بیشتر باشد، کاربران اینترنتی ارزش‌های خانوادگی پایین‌تری دارند. متغیر بعدی متغیر میزان رضایت از احساس گمنامی در محیط تعاملی اینترنت است که ضریب تأثیر آن ۲۳- و سطح معنی‌داری ۰۱/، می‌باشد و بدین‌صورت تفسیر می‌شود که هرچه میزان رضایت از احساس گمنامی در اینترنت بیشتر باشد کاربران اینترنتی ارزش‌های خانواده پایین‌تری بردارند. متغیرهای کنترلی که وارد مدل شدند بدین‌صورت می‌باشد متغیر میزان سفر به خارج با ضریب تأثیر ۲۰+ و سطح معنی‌داری ۰۱/ و میزان پایبندی مذهبی پاسخگویان که با ضریب تأثیر ۳۳+ و سطح معنی‌داری ۰۱/ و میزان

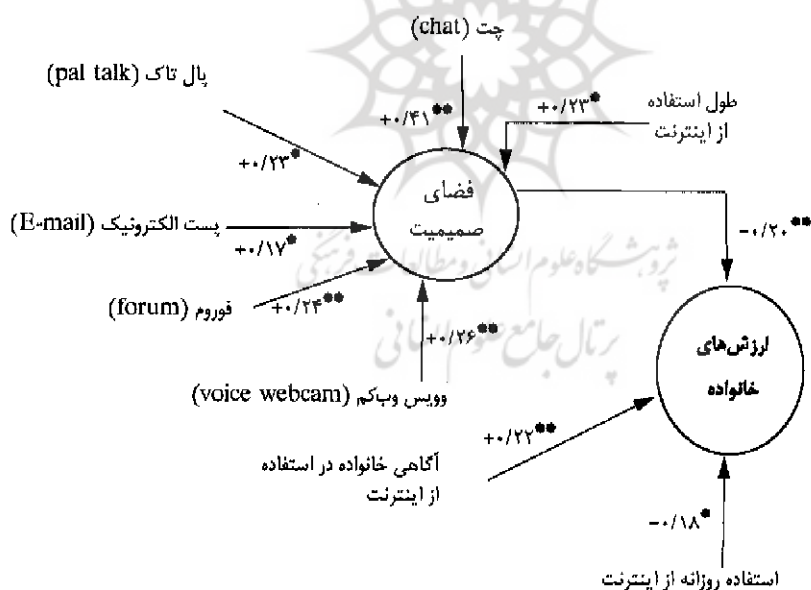


ضریب تبیین مدل شماره ۲ برابر با ۵۲۷/ است

تماشای برنامه علمی از تلویزیون که با ضریب تأثیر  $+0.37$  و سطح معنی‌داری  $0.1$  / و میزان تماشای برنامه سینمایی و سریال از تلویزیون با ضریب تأثیر  $+0.22$  و سطح معنی‌داری  $0.1$  / توانستند از آزمون رد عبور کنند و در کل ضریب تبیین مدل برابر با  $0.52$  می‌باشد، و این به این معنا است که  $0.52$  از تغییرات ارزش‌های خانواده مربوط به این متغیرها است.

مدل شماره ۲. تحلیل علی (تحلیل مسیر) متغیر ارزش‌های زندگی خانوادگی و همه متغیرهای مستقل

مدل شماره ۳ مربوط به متغیرهای اینترنتی و ارزش‌های خانواده است، در این مدل (مدل ۳) متغیرهایی را که هم به صورت مستقیم و هم به طور غیر مستقیم بر ارزش‌های خانواده تأثیر داشته‌اند نشان می‌دهد، همچنین جهت هر کدام (مثبت و منفی بودن) بر روی پیکان‌ها مشخص شده و سطح معنی‌داری هم با توجه به ستاره‌ایی که بر اعدادی که شدت رابطه را نشان می‌دهد مشخص شده است، بدین معنی که علامت یک ستاره نشان‌دهنده معنی‌داری آن متغیر در سطح  $0.05$  / و دو ستاره نشان‌دهنده معنی‌داری آن متغیر در سطح  $0.01$  / است. در مدل‌های بعدی به جهت طولانی شدن مطالب از آوردن توضیحات خودداری می‌شود.



ضریب تعیین مدل (۳) برابر با  $0.95$  است

مدل شماره ۳. مدل علی (تحلیل مسیر) ارزش‌های زندگی خانوادگی و متغیرهای اینترنتی

## نتیجه‌گیری

همچنان‌که گفته شد، اینترنت هم به مانند دیگر وسایل ارتباط جمعی دارای تأثیراتی است، هرچند که در مواردی تأثیر اینترنت می‌تواند بیشتر باشد، اینترنت به دلیل استفاده‌های فراوانی که برای کاربران دارد در ابتدا کاربران را با یک سری ناشناختگی‌ها و کنجکاوی‌هایی روبه‌رو می‌کند و بدین دلیل با تناقضات زیادی روبه‌رو می‌شوند (به مانند تلفن که در دوره ظهور خود جامعه با چنین مسائلی روبه‌رو بوده)، سپس به مرور با آشنا شدن با انواع مختلف استفاده از اینترنت کاربران به تعادل می‌رسد. پس مهم‌ترین نکته در رویایی با اینترنت نظارت خانواده در استفاده از اینترنت و گذراندن این دوره برای نوجوانان می‌تواند مؤثر واقع شود.

یافته‌ها نشان می‌دهد که در مجموع میزان استفاده از اینترنت ۴۹۸ دقیقه در هفته است که بیشترین میزان استفاده از انواع محیط‌های مختلف اینترنتی میزان استفاده از چت است که همچنان‌که مشاهده شد میزان استفاده از چت بر ارزش‌های خانواده تأثیر منفی داشت که البته در این بین سهم استفاده دختران نسبت به پسران بیشتر است. همچنین با توجه به آماره‌های توصیفی میانگین ارزش‌های خانواده برای کاربران دختر کمتر از غیر کاربران دختر اینترنتی است که نشان‌دهنده تأثیر بیشتر اینترنت بر ارزش‌های خانواده برای کاربران دختر می‌باشد.

به کمک رگرسیون چند متغیره با وارد کردن همه متغیرها اعم از متغیرهای اینترنتی و غیر اینترنتی سهم متغیرهای اینترنتی جهت تبیین ارزش‌های خانواده ۱۰٪ شد که متغیرهای میزان احساس گمنامی در اینترنت و میزان استفاده از اینترنت از بین متغیرهای اینترنتی وارد مدل شدند و این دو متغیر اینترنتی برای پیش‌بینی ارزش‌های خانواده معرفی شدند که هر دو متغیر تأثیر منفی بر ارزش‌های خانواده دارند. با توجه به نتایج رگرسیون چند متغیره می‌توان عنوان کرد که تئوری‌های والد‌ها و کلی و ولخارت در آزمون تجربی ما موفق بودند.

با توجه به ضریب همبستگی تفکیکی پیرسون (که متغیرهای غیر اینترنتی کنترل گردیدند) متغیرهایی که توانستند از آزمون رد عبور کنند بدین صورت می‌باشد: میزان پذیرش در اینترنت بر ارزش‌های خانواده تأثیر منفی داشت که این نتیجه تئوری کلی و ولخارت را تأیید می‌کند، همچنین نتیجه‌گیری شد که هر چه بیشتر وارد فضای صمیمیت در اینترنت شویم این فضای صمیمیت در اینترنت باعث خواهد شد ارزش‌های خانواده کاهش یابد و این احتمالاً به دلیل جایگزینی محیط اینترنت به جای خانواده برای آنان می‌شود و همچنین با به‌وجود آمدن فضای صمیمیت در اینترنت تا حدودی نزدیک به حوزه عمومی مورد نظر هابرماس می‌شویم و در این جا است که کاربران نیازهای اساسی خود را مطرح می‌کنند و این باعث می‌شود که فضای دیگری برای کاربران اینترنتی شکل گیرد که کاربران می‌توانند الگوهای خود را از آن محیط



بگیرند و این می‌تواند بر ارزش‌های خانواده آنان مؤثر افتد. میزان استفاده از اینترنت هم بر ارزش‌های خانواده تأثیر منفی داشت که این باعث تأیید تئوری والد هال می‌شود، همچنین میزان استفاده از پست الکترونیک و چت بر ارزش‌های خانواده (با ثابت نگه داشتن بقیه عوامل) تأثیر منفی دارد و در نهایت متغیر میزان آگاهی خانواده از استفاده دانش‌آموزان از اینترنت است. بدین صورت که دانش‌آموزانی که خانواده آنان آگاهی بیشتری در استفاده آن‌ها از اینترنت دارند دارای ارزش‌های خانوادگی بالاتری نسبت به خانواده‌هایی هستند که آگاهی کمتری نسبت به استفاده دانش‌آموزان‌شان از اینترنت دارند. همچنین نتایج تحقیق ما با تحقیقات قبلی در زمینه تأثیر اینترنت بر کاهش کارکرد خانواده و مشارکت اعضای خانواده و در نهایت کاهش ارزش‌های خانواده مطابقت می‌کند. (تحقیق رابرت کراوت، زی هو و جانانان جی)

در پایان می‌توان متذکر شد که: تحقیقات در زمینه عوامل مؤثر بر تأثیر میزان استفاده از اینترنت و میزان رضایت از احساس گمنامی در اینترنت بر ارزش‌های خانوادگی در مطالعات بعدی می‌تواند مورد بررسی قرار گیرد، یا کمک ضریب همبستگی تفکیکی پیرسون با کنترل متغیرهای غیر اینترنتی تأثیر خالص متغیرهای اینترنتی بر ارزش‌های زندگی خانواده، که توانستند از آزمون رد عبور کنند؛ میزان پذیرش در اینترنت و میزان برقراری فضای صمیمیت در اینترنت و میزان استفاده از پست الکترونیک و چت و میزان استفاده از اینترنت که همگی تأثیر منفی و نظارت خانواده در استفاده دانش‌آموزان از اینترنت تأثیر مثبت بر ارزش‌ها زندگی خانواده داشته که در مطالعات بعدی بررسی عوامل مؤثر بر این تأثیرگذاری پیشنهاد می‌شود.

پیشنهاد می‌شود جهت همسان کردن گروه‌ها برای سنجش تأثیر اینترنت یا انواع مختلف محیط‌های اینترنتی در یک نمونه کوچک‌تر و با کنترل بسیاری از متغیرهای دیگر و با مصاحبه عمیق در طول زمان انجام گیرد و محیط‌های مختلف اینترنتی هرکدام به‌طور مجزا مورد مطالعه قرار گیرند تا تأثیر آن‌ها به درستی سنجیده شود، چراکه اینترنت مانند اجتماعی است که در درون این اجتماع باید به مطالعه اجزای آن پرداخت و هر جزء آن می‌تواند تأثیرات متفاوت داشته باشد، تأثیر اینترنت در بین دو گروه زن و مرد به‌طور مجزا انجام گیرد، مطالعه آثار اینترنت در زمینه‌های دیگر مثل تولیدات علمی، بسط یا کاهش ارتباطات اجتماعی، تأثیر اینترنت بر افسردگی و... پیشنهاد می‌شود، جهت سنجش تأثیر اینترنت مصاحبه با کسانی که بالای ۳ یا ۴ سال از اینترنت استفاده می‌کنند می‌تواند مفید باشد، چراکه استفاده طولانی مدت از اینترنت آثار و پیامدهای خود را در کاربران خود بهتر نمایان می‌کند.

### منابع

- آزاد ارمکی، تقی و یحیی امامی (۱۳۸۳) «تکوین حوزه عمومی و گفت‌وگوی عقلانی»، مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره پنجم شماره ۱، بهار ۱۳۸۳.
- اسلوین، جیمز (۱۳۸۰) اینترنت و جامعه، ترجمه عباس گلپگوری، تهران: کتابدار.
- استیون، وایت (۱۳۸۰) خرد، عدالت و نوگرایی، ترجمه محمد حریری اکبری، تهران: قطره.
- اینگلهارت، رونالد (۱۳۷۳) تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی، ترجمه مریم وتر، تهران: کویر.
- پیوزی، مایکل (۱۳۷۹) یورگن هابرماس، ترجمه احمد ندین، تهران: هرمس.
- دوران، بهزاد (۱۳۸۱)، بررسی تأثیر فضای سایبر نتیک بر هویت اجتماعی، پایان‌نامه دکترای جامعه‌شناسی، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
- کوهن، آرتور (۱۳۷۸) تغییر نگرش و تأثیر اجتماعی، ترجمه علیرضا کلدی، تهران: دانشگاه علوم بهزیستی و توان‌بخشی.
- میردامادی، مهرداد (۱۳۸۰)، فضای سایبر نتیک به مثابه فضای شهری (مطالعه موردی کاربران شهر تهران)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مردم‌شناسی، دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی.
- ویندال، سون و همکاران (۱۳۷۶) کاربرد نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: مرکز مطالعات تحقیقات و رسانه‌ها.

Janathan, J.H.zhou He, (2002) Diffusion, use impact of the internet in Hong kong, j.m.c volume 7 issue 2

Kaveri, subramanyam, (2001) Impact of Computer on Children and Adolescent's Development, *Applied Development Psychology* 22: 7-30

M. Ried, Elizabeth (1991) Electropolis: communication and community on internet relay chat, university of melborn, intetek. voll. 303 (winter 1992)

Wang weei, (2001), internet a psychosocial maturity, *Applied development psychology*

هما زنجانی‌زاده دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد است، علائق پژوهشی ایشان نظریه جامعه‌شناسی، جامعه‌شناسی آموزش و پرورش، مطالعات زنان و جامعه‌شناسی ادبیات می‌باشد.

E-mail: zanjani@ferdowsi.um.ac.ir

علی محمدجوادی کارشناس ارشد پژوهش علوم اجتماعی و مدرس مدعو دانشگاه پیام نور و دانشگاه آزاد است. علاقه پژوهشی او در زمینه تأثیرات رسانه‌های ارتباط جمعی و مسائل اجتماعی است.

E-mail: javadi 83@yahoo.com