

بررسی رابطه گرایش مذهبی اسلامی کاربران با نوع کنکاشهای اینترنتی

دکتر فرهاد شفیع پور مطلق^۱

چکیده

هدف: هدف پژوهش حاضر آن است که مشخص کند کاربرانی که دارای گرایش مذهبی اسلامی قوی تری هستند، در کنکاشهای اینترنتی خود از مسائل غیر اخلاقی، غیر ارزشی و عواملی که موجب انحطاط آنها می شود، دوری می کنند. **روش:** روش تحقیق، زمینه یابی پیمایشی (survey) است. **یافته ها:** یافته های پژوهش به طور کلی نشان می دهد کاربرانی که گرایش مذهبی اسلامی در آنها قوی تر است، در کنکاشهای اینترنتی بیشتر به مسائل اخلاقی و ارزشی توجه دارند. در مورد عامل (R_1) عقاید و مناسک، میانگین افراد متأهل از مجرد بالاتر است. بین کاربران دارای رشته های تحصیلی مختلف در خصوص عوامل یاد شده بر اساس پرسشنامه گرایش مذهبی (R_1, R_2, R) ، تفاوت معنادار مشاهده نمی شود. بین کاربران گروه های سنی مختلف در خصوص عامل عقاید و مناسک (R_1) ، تفاوت معنادار است؛ ولی در خصوص دو عامل دیگر (R_2) و (R) ، یعنی اخلاق و جهت گیری مذهبی اسلامی، تفاوت معناداری مشاهده نمی شود. **نتیجه گیری:** نهادینه کردن اخلاق اسلامی در کاربران، بهترین راهبردی است که می تواند آنها را از کنکاشهای اینترنتی غیر اخلاقی دور کند. همچنین می توان ابزارهایی را در جهت دورسازی کاربران از مسائل غیر اخلاقی و غیر ارزشی به کار گرفت؛ مثل طرح قوانین ویژه اینترنت، اخذ مجوز و تعهد مبتنی بر محتوا یا قرار دادن فیلترهایی در خصوص منع کاربران، چنان که کشورهای مختلف از آنها استفاده می کنند. اما هیچ راهکاری بهتر از تقویت مبانی ارزشی، اخلاقی و دینی و ایجاد خود کنترلی و خود ایمنی نیست.

واژگان کلیدی: گرایش مذهبی، کاربران، کنکاشهای اینترنتی.

■ مقدمه

رایانه و به دنبال آن اینترنت، از یک سو نیاز به نوعی خاص از سواد و مهارت دارد و از سوی دیگر، الگوهای فرهنگی و رفتاری ویژه‌ای را به دنبال می‌آورد. مهم‌ترین مسائل اینترنت از لحاظ فرهنگی، عدم تطابق محتوای ارائه شده با الگوهای فرهنگی و هنجارهای رفتاری جوامع مختلف است. حجم بالای محتوای مستهجن تجاری و مجانی در اینترنت، یکی از معضلات اخلاقی و خانوادگی است که بیشترین تأثیر را بر روی بنیانهای خانواده می‌گذارد و در این بین نیز کودکان و نوجوانان را بسیار تهدید می‌کند. (افتخاری، ۱۳۸۷)

آنچه به عنوان فساد و فحشا مطرح می‌شود، بستگی مستقیم به نگرش انسانها و نظام ارزشی و اخلاقی دارد. برای مثال، در کشورهای اروپایی و صنعتی جهان که نظام ارزشی آنها مبتنی بر اصالت انسان (اومانیزم) است، محور اصلی، امور انسان و رفاه و لذت‌طلبی اوست. بنابر این، موضوع ارتباطات جنسی، آن قبیح و زشتی‌ای که در نظر یک مسلمان معتقد دارد، ندارد. لذا این موضوع در تمام شئون زندگی مردم غرب به صورت کاملاً عادی درآمده است و هیچ‌گونه قبیح و زشتی‌ای برای آن متصور نیستند و حتی با این کار، تجارت سودآوری نیز دارند (ولیس، ۱۳۸۲). بنابر این، در بسیاری از کشورهای غربی، ایجاد و راه‌اندازی سایتهای جنسی و شبکه‌های تلویزیونی خاص این موضوع، هیچ‌گونه منع قانونی ندارد. (برتون، ۱۳۸۲)

جرایم اینترنتی مرتبط با اشاعهٔ مفاسد اخلاقی، عموماً مشتمل بر در اختیار قرار دادن متون، تصاویر و فیلمهای مستهجن به کودکان و نوجوانان یا درگیر کردن آنها در سوء استفاده‌های جنسی از طریق شبکه‌های اینترنتی و انعکاسی، ارجاعات ناخواسته، به دام انداختن کودکان و طرح‌ریزی آشنایی با آنان برای اغفال و سوء استفاده جنسی در مراحل بعدی است. این در حالی است که اینترنت، این بزرگراه تاریک و شاهراه اطلاعاتی، دروازهٔ ورود به عرصه‌ای است که آن را «اتصال مغزها و رایانه» می‌نامند.

گسترش مسائل غیر اخلاقی مسئله‌ای است که در خصوص استفاده از اینترنت قابلیت طرح دارد. روان‌شناسان و متخصصان علوم رفتاری، توجه ویژه‌ای به جنبه‌های منفی اینترنت دارند (دیلمانی و حجازی، ۱۳۸۴). تأثیر اینترنت بر فرهنگ و اشاعهٔ مسائل غیر اخلاقی، تصاویر مستهجن و دیگر مطالب و اطلاعات مضر و منحرف‌کننده به صورت آزاد است که خود اهمیت بسیاری را در غرب به ویژه در بحثهای اجتماعی اینترنت به خود اختصاص داده و دولتها به طور جدی در حال تصویب قوانینی هستند که نشر هر گونه مسائل غیر اخلاقی را در اینترنت ممنوع کنند. (جلالی و همکاران، ۱۳۷۴)

بدیهی است که حساسیت بیشتر در مورد نوجوانان و جوانانی است که تا حد زیادتری در معرض خطر و معضلات اخلاقی هستند. گسترش مفسد اخلاقی از طریق اینترنت، بسیاری از خانواده‌ها را در مورد استفاده فرزندان از اینترنت با نگرانی مواجه کرده است. کنگره آمریکا در سال ۱۹۹۶ قانونی را در خصوص «مقررات ارتباطات» به تصویب رساند که از انتشار یا مبادله مطالب منافی عفت توسط اینترنت جلوگیری می‌کرد؛ که البته به دنبال تصویب این قانون، برخی از گروه‌ها آن را با مفاد قانون اساسی این کشور متناقض اعلام کردند. (Vogel, 2008)

به نقل از شاوردی (۱۳۸۳)، زنده‌راه‌اقس (۲۰۰۳) معتقد است که یکی از جذابیت‌های شبکه جهانی اینترنت، به ویژه برای کاربران آن، وجود کلوپها و اتاقهای گفتگوی اینترنتی است. اینترنت دنیایی است که متجاوزان به عنف و آدم‌ربایان در آن ولگردی و پرسه‌زنی می‌کنند و بقیه افراد جاده صاف کن، که خود را شهروندی قانونمند تصور می‌کنند.

گافمن بر این باور بود که افراد برای ابراز وجود در هر گونه زمینه‌ای از ترفندهایی که فراخور آن می‌پندارند سود می‌جویند (ولیس، ۱۳۸۲). از طرف دیگر، بورديو عنوان می‌کند که «عادات»، شیوه‌های عمل و زیستی است که فاعلان اجتماعی در جریان اجتماعی شدن کسب می‌کنند و از طریق تجربه عملی آموخته می‌شوند. بر این اساس، میدانها در حال تغییرند و رابطه بین عادت و میدان در معرض گسست است. ملزومات میدان ضرورتاً اشاره بر وجود عاداتی ندارند که بازیگران یک میدان مجهز به آن باشند. (آقابابی و همکاران، ۱۳۸۷)

در اینجا نیز امکان کنش و انتخاب وجود دارد. ارتباطات مجازی می‌تواند زمینه شکل‌گیری عاداتی جدید را فراهم کند که خود به کنش و انتخابهای متفاوتی منتهی می‌شود. ظهور عادات جدید، شرایط (عادات) قبلی را به چالش می‌کشاند و در نتیجه آن، جابه‌جایی‌هایی صورت می‌گیرد. ویژگی‌های ارتباطات الکترونیکی حاکم در فضای اتاقهای گفتگوی مجازی، شرایطی متفاوت از روابط حقیقی و رودررو را برای کاربران آن فراهم می‌کند. سرعت عمل، ناشناس ماندن، سیال بودن و ویژگی‌های دیگر می‌تواند فضای یکسان و مشابهی را فارغ از الزامات ساختی (جنسیتی، طبقاتی، قومی، نژادی و مکانی) فراهم کند که مستعد تجارب متفاوتی برای کاربران آن است. تعاملات آزمایشی، کنجکاوانه یا با نیت افزایش ظرفیت شناختی، کاربران اینترنتی را با ذهنیت و گرایش جدیدی تجهیز می‌کند که می‌تواند رفتار و تعاملات آنها در دنیای حقیقی را به چالش کشانده، تغییراتی را هر چند جزئی در میدان عمل اجتماعی آنها فراهم کند. (ذکابی، ۱۳۸۳)

۳۳ بررسی رابطه گرایش مذهبی اسلامی کاربران با نوع کنکاشهای اینترنتی

دلایل و انگیزه‌های جذب جوانان به اینترنت و رفتار آنها در فضای مجازی، زمینه‌های اصلی هستند که در رویکرد استفاده و خشنودی، به آنها توجه می‌شود. این رویکرد که برای اولین بار طی نظریه‌ای با عنوان «نظریه استفاده و خشنودی» به وسیله الیهو کاتز^۱ در دهه ۱۹۷۰ مطرح شد، بیان می‌کند که مخاطب، از رسانه‌ها برای ارضای نیازها و خواسته‌هایش استفاده می‌کند. وی برداشتی کارکردگرایانه از نظریه استفاده و خشنودی ارائه می‌دهد که این رویکرد مربوط می‌شود به ریشه‌های اجتماعی و روان‌شناسی اجتماعی نیازهایی که انتظارات از رسانه‌های جمعی ایجاد می‌کنند و منجر می‌شود به الگوهای متفاوت مواجهه با رسانه که نتیجه آن، خشنودی‌های مرتبط با نیاز و پیامدهای دیگری است که اغلب ناخواسته است. (جوهری و باقری، ۱۳۸۶)

آندرا داوکینز^۲ (۲۰۰۱) در مقاله‌ای با عنوان «هرزه‌نگاری به عنوان محصولی از اینترنت» می‌نویسد: اگر زنی در خود احساس ارزش ذاتی کند، با دیدن بخش کوچک هرزه‌نگاری عصبانی خواهد شد و این عصبانیت مفید است. (یعقوبی و چیدری، ۱۳۸۴)

تازه‌ترین مقاله مربوط به مؤسسه بازپروری معتادان به سکس در لس‌آنجلس، حاکی از آن است که هر هفته، ۲۵ میلیون آمریکایی به سایتهای مختص به سکس متصل می‌شوند و نیز اینکه اصولاً ۶۰ درصد از بازدید کنندگان هر گونه سایت اینترنتی، به دنبال موارد مربوط به سکس هستند. برخی از محققان بر این عقیده‌اند که تعدادی از معتادان به سکس و انحرافات اخلاقی، صرفاً به دلیل وجود اینترنت به مشکلات جنسی آلوده شده‌اند که در صورت نبود آن، این امکان اتفاق نمی‌افتاد. طی تحقیقی که الیزا در سال ۲۰۰۴ انجام داده، مشخص شده که در گذشته، فقط مردان به سایتهای منحصرأ سکس مراجعه می‌کردند؛ اما در حال حاضر، شاهد آن هستیم که تعداد زنان معتاد به انواع هرزه‌نگاری، به خصوص در اینترنت، روز به روز در حال افزایش است. نتایج پژوهشهای روان‌شناسان مرکز مطالعات دانشگاه آکسفورد نیز نشان می‌دهد ۱۰ درصد از جوانان، حداقل برای یک بار در روز به سایتهای غیر اخلاقی مراجعه می‌کنند، اما هیچ گونه پیغام یا تصویر نامناسبی را ارسال نمی‌کنند و تنها به دیدن تصاویر یا خواندن پیغامها بسنده می‌کنند. (Lin, 1999)

با نگاهی به آمارها می‌توان دریافت گرایش جوانان و نوجوانان و حتی کودکان به بازدید از سایتهای غیر اخلاقی، بیش از استفاده صحیح از اینترنت است. اما تنها تفاوت، تفاوت در نحوه استفاده، زمان استفاده و شیوه‌های ارسال یا دریافت پیغامها و تصاویر است. بررسی نتایج پژوهشهای روان‌شناسان دانشگاه تورنتو نشان می‌دهد کودکان بیشتر بعدازظهرها و نوجوانان و جوانان ساعتهای پایانی شب را برای مراجعه به

1. Eliho Katz

2. Andre Dawkins

اینترنت انتخاب می‌کنند که هر چه اشتیاق به بازدید از سایتهای غیر اخلاقی بیشتر باشد، زمان استفاده از اینترنت به سمت ساعتهای پس از نیمه‌شب گرایش می‌یابد. (احمدی، ۱۳۸۵)

همچنین مطالعات ذکایی (۱۳۸۳) نشان داد که لذت‌بخش دانستن فضای گفتگو (چت) بیشتر از جانب پسران ابراز شده است. این یافته، بیانگر میل بیشتر پسران به برقراری ارتباط همزمان دوستانه با افراد غیر همجنس و وابستگی بیشتری است که دختران به ارتباط و گفتگوهای اینترنتی پیدا می‌کنند. مشاهدات انجام شده در اتاقهای گفتگوی مجازی، بیانگر میانگین سنی بالاتر کاربران مرد و تعداد بیشتر آنان است. ذکایی این مشاهده را چنین تفسیر می‌کند که احتمالاً دختران انتخاب دوست را با وسواس بیشتری انجام می‌دهند و تعداد دوستان اینترنتی آنان محدودتر است. این محدودیت، مؤید تمایل بیشتر «واقعی» دختران به گسترش دوستی‌های مجازی خود به پیوند ازدواج است، اگر چه در سطح ذهنی، نسبت به آن مظنون هستند. به این ترتیب، روابط در فضای مجازی گفتگو، گسترش روابط واقعی است که دو جنس تجربه می‌کنند و اگر چه مرزبندی‌های جنسیتی در روابط مجازی کم‌رنگ‌تر از روابط حقیقی است، با این حال واقعیت بیولوژیک و به ویژه اجتماعی جنسیت در این روابط نیز خود را نشان می‌دهد.

در تحقیقی، با عنوان «مطالعه شیوه رفتار افراد در محیط مجازی: شکل‌گیری روابط صمیمانه در اتاقهای گپ‌زنی اینترنت» (دهقان و نیکبخش، ۱۳۸۵)، به این نتیجه رسیده‌اند که کاربران به واسطه گمنامی در اتاقهای گفتگوی مجازی، به بازی نقش و خودافشایی پرداخته، با بیان آنچه در دنیای واقعی امکان بازگو کردنش را ندارند، زمینه برقراری ارتباط در محیط مجازی را برای شکل‌گیری روابط صمیمانه آماده می‌کنند.

کیمبرلی اس. یانگ^۱ (۲۰۰۱)، یکی دیگر از متخصصان و محققان مسائل اینترنت، ریشه فریبندگی و اعتیادآور بودن اینترنت را در الگویی با عنوان ACE به سه عامل پیوند می‌دهد که عبارتند از:

۱. **گمنامی؛** آیا تا به حال اصطلاح «شما به اندازه رازهایتان نگران هستید» را شنیده‌اید؟ مسئله اعتیاد به اینترنت نیز چنین است. نه از روی قبضهای تلفن می‌شود فهمید و نه کسی از کلیسا شما را در حال خروج از کتابفروشی مخصوص بزرگسالان خواهد دید. فقط کاربر و گیرنده پیام از این موضوع آگاهی دارند. کسی نمی‌تواند بفهمد شخصی که به اینترنت متصل است، مشغول چه کاری است.
۲. **راحتی و آسودگی؛** شما در خانه خود می‌توانید با نوک انگشتانتان با دنیا ارتباط داشته باشید. با چند ضربه انگشت می‌توانید داستانهای عاشقانه، رابطه جنسی اینترنتی، بازی‌ها و کتابهای بزرگسالان و دیگر چیزها را به داخل خانه خود بیاورید.

۳۵ ♦ بررسی رابطه گرایش مذهبی اسلامی کاربران با نوع کنکاشهای اینترنتی

۳. **گریز؛** یانگ می‌نویسد: «اگر افراد در زندگی روزمره روز بدی داشته باشند، می‌توانند با مراجعه به اینترنت به تسکین و آسودگی برسند. بعضی از افراد معتاد، اینترنت را به عنوان یک مسکن و بعضی دیگر به عنوان آزاد شدن یکباره هورمون آدرنالین می‌دانند. بالاتر از این، شما در اینترنت می‌توانید هر چیزی یا شخصی باشید. شما می‌توانید وزن‌تان را کمتر بگویید، اگر چه سنگین وزن باشید؛ خود را مجرد معرفی کنید، اگر چه متأهل باشید و شما می‌توانید یک زندگی تخیلی داشته باشید. از این نظر، اینترنت می‌تواند باعث گمراهی افراد شود». البته این امر فوق‌العاده خطرناک است.

گوردون گراهام استاد اخلاق دانشگاه آبردین اسکاتلند در مقاله‌ای با عنوان «افراط‌گرایی و اینترنت» اظهار می‌کند که پیامد اینترنت، فروپاشی اخلاقی و نه یگانگی اخلاقی است. این فروپاشی، به معنای بد کلمه افراط‌گرایی است. از نظر وی، اینترنت از دو خصلت بارز عامل بین‌الملل‌گرایی (انترناسیونالیسم) و عوام‌گرایی (پوپولیسم) برخوردار است. خصلت بین‌الملل‌گرایی اینترنت، صرفاً عامل ارتباط میان افراد ملل مختلف نیست؛ چرا که بسیاری از ابزارها و فعالیتهای انسانی نیز مجری همین کار می‌باشند. دومین خصلت اینترنت، عوام‌گرایی است. عوام‌گرایی اینترنت نه در مرتبه سطحی، بلکه در مرتبه عمیقی قرار دارد. با افزایش تعداد رایانه‌ها در مدارس و آموزشگاهها و تأسیس کافی‌نتهای اینترنتی، هزینه ورود به اینترنت و استفاده از آن آنقدر ناچیز شده که برای مقابله کردن با عوام‌گرایی سیستم، تلاش فرهنگی زیادی باید صورت گیرد. (Graham, 2003)

به نقل از براندنبرگ و همکاران (۲۰۰۷)^۱، ژان سامیرجی و همکارانش (۲۰۰۳) معتقدند که سازمانها از جمله نظام آموزش عالی، با راهکار مدیریت محتوا می‌توانند با وبسایتهای خود به نتایج مشابهی دست یابند و تجربیات آموزشی و اطلاعاتی مفیدی را برای کاربران فراهم کنند.

اعتیاد به اینترنت و جستجوی زندگی در عالم مجازی، یکی از انواع اعتیادهای مدرن است. این نوع اعتیاد، نخستین بار به وسیله فردی به نام یانگ در سال ۱۹۹۶ مطرح شد. نتایج مطالعات کارشناسان فرهنگی نشان می‌دهد که اگر چه بیشترین کاربران اینترنتی را جوانان تشکیل می‌دهند، اما بر اساس بررسی‌های صورت گرفته، سه چهارم کاربران اینترنتی در ایران بین ۲۱ تا ۳۲ سال سن دارند. در ایران ۳/۵ میلیون کاربر غیر دائم و ۲/۵ میلیون کاربر دائم وجود دارد. مدیر کل مبارزه با مفسد اجتماعی ناجا از شناسایی سایتهای مبتذل خبر داد و اعلام کرد: بنا بر تحقیقات انجام شده ۸۰ درصد کاربران اینترنت قصد دسترسی به سایتهای مبتذل را دارند. آشنا کردن افراد با خطرات جسمانی، رفتاری و اخلاقی و استفاده‌های نامناسب و

غیر ضروری و زاید از فناوری‌های جدید مانند ماهواره و اینترنت و موبایل و تقویت مبانی ارزشی، اخلاقی و دینی و ایجاد خودکنترلی و خودایمنی برای استفادهٔ بهینه از آنها بسیار حائز اهمیت است. البته حکومت‌های اسلامی شیوه‌های گوناگونی را برای محدود کردن جریان اطلاعات اینترنتی به کار بسته‌اند که عبارتند از: قوانین ویژهٔ اینترنت، استفاده از قانونهای موجود، مجوز و تعهدهای مبتنی بر محتوا، کاربرد اجباری و ابزارهای فیلتر کردن، طبقه‌بندی و برچسب‌گذاری محتوایی. (دیلمقانی و ثانی، ۱۳۸۲)

عربستان سعودی، یمن و امارات عربی متحده، نظارت خود را از طریق خدمات حد واسطه^۱ اعمال می‌کنند. اینها ابزارهایی هستند که بین کاربران و اینترنت به منظور مسدود کردن موضوعات ویژه قرار می‌گیرند. کشور تونس دقیق‌ترین قانون ویژهٔ اینترنت را وضع کرده است. در کشورهایی که قوانین مخصوص به اینترنت وضع نشده‌اند، قوانین نوشته و نانوشتهٔ محدود کنندهٔ آزادی بیان و مطبوعات، اثر رعب‌آوری بر آنچه در اینترنت بیان می‌شود، دارد. سازمان ملل در سال ۱۹۹۹م گردهمایی جهانی با عنوان «کارشناسی برای حمایت کودکان در برابر سوء استفادهٔ جنسی از طریق اینترنت» برگزار کرد که منجر به صدور قطعنامه‌ای شد که در آن آمده است: «هر چه اینترنت بیشتر توسعه پیدا کند، کودکان بیشتر در معرض محتویات خطرناک آن قرار خواهند گرفت. فعالیتهای مجرمانهٔ مربوط به فحش‌های کودکان و پورنوگرافی آنان، که از طریق اینترنت مورد سوء استفاده واقع می‌شوند، اکنون از مسائل حاد به شمار می‌رود» (ترجمه مهدی شفقتی، ۱۳۸۰).

اگر چه سودمندی‌های اینترنت از زیانهای بالقوهٔ آن بیشتر است، در عین حال نباید از شناخت خطرات آن غفلت کرد. چنانچه برای مقابله با این خطرات اقدامی صورت نگیرد، تهدیدهای سنگین آن بر کودکان باقی خواهد ماند و سبب بازداری از کاربرد صحیح اینترنت در آینده خواهد شد. (Wellman, 1999)

در شریعت اسلام دستوراتی وجود دارد که منافی کاربرد آزاد اینترنت است. قرآن می‌فرماید که مردم را به راه پروردگارت با نصایح خوب دعوت کن و با آنها به شیوهٔ زیبا سخن بگو. این امر، کاربرد روشهای خردمندانه و ابزارهای نیکو برای انتقال پیام خدا را بیان می‌کند. اینترنت به عنوان پدیده‌ای مقرون به صرفه و سریع‌ترین روش انتقال دانش و اطلاعات، قابل ملاحظه است و به همین دلیل می‌تواند برای نشر عقاید و مذهب اسلامی به کار رود. عبارت «جهت‌گیری مذهبی» که در این پژوهش به کار رفته، در واقع به روی آورد کلی شخص که از مذهب اتخاذ کرده است اطلاق می‌شود؛ به گونه‌ای که در ارتباط با موجودی متعالی (قدسی)، مجموعه‌ای از اعتقادات، اعمال و تشریفات خاص است. جهت‌گیری مذهبی را تقریباً می‌توان معادل «دینداری» یا «دین‌ورزی» دانست که در سطح رفتارهای ظاهری شخص نمایان می‌شود و بیانگر گرایش احتمالی فرد به

بررسی رابطه گرایش مذهبی اسلامی کاربران با نوع کنکاشهای اینترنتی ♦ ۳۷

یک بینش مذهبی (اسلامی) است. آیت‌الله جوادی آملی دین را چنین تعریف کرده‌اند: «مجموعه عقاید، اخلاق و قوانین و مقرراتی است که برای اداره فرد و جامعه انسانی و پرورش انسانها از طریق وحی و عقل در اختیار آنان قرار دارد». (جوادی آملی، ۱۳۸۱)

ویلیام جیمز دین و مذهب را چنین تعریف کرده است: «تأثرات و احساسات و رویدادهایی که در عالم تنهایی و دور از همه بستگی‌ها برای هر انسانی روی می‌دهد؛ به طوری که انسان، از این مجموعه درمی‌یابد که بین او و آنچه آن را امر خدایی می‌نامند، رابطه‌ای برقرار است». (James, 1961)

تایلور^۱ دین را اعتقاد به موجودهای معنوی، تعریف کرده (توسلی، ۱۳۶۹)، و دورکیم در توصیف دین گفته است: دین نظام وحدت‌یافته‌ای از باورها و اعمال در برابر اشیای مقدس است. (Durkheim, 1984)

از تعاریف مزبور چنین برمی‌آید که دین نوعی اعتقاد به وجودهای معنوی یا مقدس است که منشأ یک سری رفتارها و نگرشهای خاص در زندگی انسان می‌شود. پس، انسان دیندار یا متدین نمی‌تواند با وجود چنین اعتقادی، عاری از هر گونه رفتار حاکی از باورهای درونی خود باشد. بسیاری از محققان توانسته‌اند همخوانی مثبت بین دینداری و حرمت خود را نشان دهند و تنها تعداد کمی از آنها عدم رابطه بین آن دو را گزارش کرده‌اند. (کوپر، ۱۳۸۱)

نتایج یک نظرسنجی ملی آمریکایی - آفریقایی در سال ۸۰ نشان می‌دهد که دلمشغولی مذهبی با حرمت خود همبستگی دارد (Ellison, 1993). به نقل از/برهیمی و همکارانش (۱۳۸۷)، برخی نگرش سنج دینی را به عوامل متعدد و برخی آن را به یک سازه واحد نسبت می‌دهند. بر پایه مطالعات آنها، ون هوگل (۱۹۰۸) سه مؤلفه را تشخیص داد، پرات (۱۹۲۰)، الگوی چهار مؤلفه‌ای شامل سنتی، عقلانی، عرفانی و عملی را معرفی کرد و گلاگ (۱۹۶۲)، یک الگوی پنج عاملی شامل مؤلفه‌های مناسبی (آیین و اعمال)، منطقی و عقلی (معرفت با دانش مذهبی، ایدئولوژی، التزام به باورهای دینی)، تجربی (احساس مذهبی) و پیامدی یا کاربردی (تأثیر کلی بر زندگی) را پیشنهاد کرد. آذربایجانی نیز جهت‌گیری مذهبی را شامل سه مؤلفه عقاید و مناسک (R₁) اخلاق (R₂) و جهت‌گیری مذهبی اسلامی (R) قرار داده است که مبنای این پژوهش است (آذربایجانی، ۱۳۸۲).

به نقل از خدایاری فرد و همکارانش (۱۳۸۲)، بررسی تفاوت‌های جنسیتی بین دختران و پسران از نظر میزان دینداری، نشان داد که میانگین نمره دینداری کل دختران معادل ۱۳/۹ و پسران برابر ۱۲/۹ است که از نظر آماری، معنادار است. همچنین به نقل از ایشان، بررسی اثر متغیرهای زمینه‌ای تحقیق (جنس، نوع مدرسه، رشته تحصیلی، جایگاه اجتماعی و اشتغال مادر) بر دینداری دانش‌آموزان نشان داد که میزان

1. Taylor

دینداری دختران رشته علوم انسانی مدارس دولتی که واجد جایگاه اجتماعی پایین (زیر دیپلم بودن تحصیلات پدر و مادر و خانه‌دار بودن مادر)، بیش از سایر گروه‌هاست. به نظر کلارک و استارک (۱۹۶۵) در همه ادیان دنیا، با وجود تفاوت‌هایی که در جزئیات وجود دارد، عرصه های مشترکی برای تجلی دینداری وجود دارد. این عرصه‌ها را می‌توان ابعاد مرکزی و محوری دینداری محسوب کرد که عبارتند از:

۱. بعد اعتقادی یا باورهای دینی؛ که عبارت است از باورهایی که انتظار می‌رود پیرامون آن دین بدانها اعتقاد داشته باشند.
 ۲. بعد مناسکی یا اعمال دینی؛ شامل اعمال دینی مشخص همچون: عبادت، نماز، شرکت در آیینهای دینی خاص و روزه گرفتن که انتظار می‌رود در هر دین به جا آورده شوند.
 ۳. بعد تجربی یا عواطف دینی؛ ناظر به عواطف، تصورات و احساسات مربوط به داشتن ارتباط با جوهری ربوبی همچون خدا یا واقعیتی غایتی یا اقتداری متعالی.
 ۴. بعد فکری یا دانش دینی؛ مشتمل بر اطلاعات و دانسته‌های مبنایی در مورد معتقدات هر دین که پیروان هر دین باید آنها را بدانند.
 ۵. بعد پیامدی یا آثار دینی؛ ناظر بر اثرات باورها، اعمال، تجارب و دانش دینی بر زندگی روزمره پیروان.
- آقابابایی و همکارانش (۱۳۸۷)، طی پژوهشی با عنوان «مطالعه عوامل مؤثر بر استفاده جوانان از اینترنت: تحلیلی بر نتایج یک پیمایش در استان چهارمحال و بختیاری»، بدین نتیجه رسیدند که جوانان استان علاقه مند به استفاده از اینترنت با اهداف متفاوت می‌باشند و عوامل متفاوت ساختاری و غیر ساختاری بر گرایش آنان تأثیرگذار بوده است. شناخت این عوامل کمک می‌کند تا برنامه‌ریزی در استان بر اساس نیازهای جوانان به رسانه‌های جدید انجام پذیرد.
- پژوهش حاضر، تلاشی است در جهت اینکه مشخص کند کاربرانی که گرایش مذهب اسلامی قوی‌تری دارند، بیشتر از سایر کاربران از مسائل غیر اخلاقی و غیر ارزشی دوری می‌جویند.

▪ روش پژوهش

پژوهش حاضر به روش تحقیق پیمایشی انجام گرفته است. ابزار تحقیق، دو پرسشنامه است که یکی پرسشنامه کنکاش اینترنتی (محقق ساخته) با طیف پنج درجه‌ای لیکرت است که ضریب اعتباری معادل ۸۳ درصد به دست داده و دیگری، پرسشنامه جهت‌گیری مذهبی اسلامی با سه عامل عقاید و مناسک (R_1)، اخلاق (R_2) و جهت‌گیری مذهبی اسلامی (R_3) بر اساس الگوی آذربایجانی (پس از تناسب‌سازی برای

بررسی رابطه گرایش مذهبی اسلامی کاربران با نوع کنکاشهای اینترنتی ♦ ۳۹

پاسخگویان به وسیله محقق) است که ضریب اعتبار کل آزمون بر اساس آلفای کرونباخ معادل ۰/۹۵ است. رویی هر دو پرسشنامه به لحاظ محتوا، تأمین شده و از نظر استادان و متخصصان مورد تأیید قرار گرفته است. جامعه آماری پژوهش را تمامی دانشجویان کاربر دانشگاه آزاد اسلامی واحد محلات در سال تحصیلی ۱۳۸۶-۸۷ تشکیل می دهند. شیوه نمونه گیری، تصادفی ساده بوده که از بین کاربران دختر، ۱۰۰ نفر برای تحقیق بدین طریق انتخاب شده اند.

در این پژوهش؛ منظور از بُعد مناسک یا اعمال دینی، شامل اعمال دینی مشخص همچون: عبادت، نماز، شرکت در آیینهای دینی خاص و روزه گرفتن است که انتظار می رود در هر دین به جا آورده شوند. منظور از بُعد اخلاق، ناظر بر عواطف، احساسات و همه ویژگیها و خصوصیات است که رابطه انسان با خدا و امور معنوی را تقویت می کند. منظور از بُعد جهت گیری مذهبی نیز باورهایی است که انتظار می رود پیروان آن دین بدانها اعتقاد داشته باشند.

جدول ۱: نمونه آماری مورد مطالعه پژوهش بر حسب طبقه اقتصادی

طبقه اقتصادی	کل
ضعیف	۲۵
متوسط	۴۱
قوی	۳۴
کل	۱۰۰

جدول ۲: نمونه آماری مورد مطالعه پژوهش بر حسب رشته تحصیلی

رشته تحصیلی	دختر	پسر	کل
علوم انسانی	۱۳	۲۱	۳۴
علوم پایه	۱۸	۱۰	۲۸
علوم فنی - مهندسی	۵	۳۳	۳۸
کل	۳۶	۶۴	۱۰۰

جدول ۳: اعتبار مؤلفه‌های پرسشنامه جهت گیری مذهبی

ضریب آلفای کرونباخ	تعداد گویه‌ها	مؤلفه‌های پرسشنامه جهت گیری مذهبی
۰/۹۵	۵	عقاید و مناسک (R1)
۰/۹۳	۴	اخلاق (R2)
۰/۹۷	۸	جهت گیری مذهبی اسلامی (R3)
۰/۹۵	۱۷	کل

▪ هدف کلی پژوهش

«بررسی رابطه بین گرایش کاربران اینترنتی با نوع کنکاشهای اینترنتی».

▪ اهداف اصلی تحقیق

۱. بررسی میزان گرایش کاربران کنکاشگر اینترنتی به عوامل سه گانه مذهبی اسلامی (عقاید و مناسک یا R_1 ، اخلاق یا R_2 و جهت گیری مذهبی اسلامی یا R) بر حسب وضعیت تأهل؛
۲. بررسی میزان گرایش کاربران کنکاشگر اینترنتی به عوامل سه گانه مذهبی اسلامی (عقاید و مناسک یا R_1 ، اخلاق یا R_2 و جهت گیری مذهبی اسلامی یا R) بر حسب وضعیت اقتصادی مختلف؛
۳. بررسی میزان گرایش کاربران کنکاشگر اینترنتی به عوامل سه گانه مذهبی اسلامی (عقاید و مناسک یا R_1 ، اخلاق یا R_2 و جهت گیری مذهبی اسلامی یا R) بر حسب رشته‌های تحصیلی مختلف؛
۴. بررسی میزان گرایش کاربران کنکاشگر اینترنتی به عوامل سه گانه مذهبی اسلامی (عقاید و مناسک یا R_1 ، اخلاق یا R_2 و جهت گیری مذهبی اسلامی یا R) بر حسب گروههای سنی مختلف.

▪ فرضیه کلی تحقیق

«بین گرایش مذهبی اسلامی کاربران با نوع کنکاشهای اینترنتی رابطه وجود دارد».

▪ فرضیه‌های اصلی تحقیق

۱. میزان گرایش کاربران کنکاشگر اینترنتی به عوامل سه گانه (عقاید و مناسک یا R_1 ، اخلاق یا R_2 و جهت گیری مذهبی اسلامی یا R) بر حسب وضعیت تأهل، متفاوت است.

۴۱ بررسی رابطه گرایش مذهبی اسلامی کاربران با نوع کنکاشهای اینترنتی

۲. میزان گرایش کاربران کنکاشگر اینترنتی به عوامل سه گانه (عقاید و مناسک یا R_1 ، اخلاق یا R_2 و جهت گیری مذهبی اسلامی یا R) بر حسب وضعیت اقتصادی مختلف، متفاوت است.

۳. میزان گرایش کاربران کنکاشگر اینترنتی به عوامل سه گانه (عقاید و مناسک یا R_1 ، اخلاق یا R_2 و جهت گیری مذهبی اسلامی یا R) بر حسب رشته های تحصیلی مختلف، متفاوت است.

۴. میزان گرایش کاربران کنکاشگر اینترنتی به عوامل سه گانه (عقاید و مناسک یا R_1 ، اخلاق یا R_2 و جهت گیری مذهبی اسلامی یا R) بر حسب گروه های سنی مختلف، متفاوت است.

▪ یافته های پژوهش

فرضیه اول: میزان گرایش کاربران کنکاشگر اینترنتی به عوامل سه گانه (عقاید و مناسک یا R_1 ، اخلاق یا R_2 و جهت گیری مذهبی اسلامی یا R) بر حسب وضعیت تأهل، متفاوت است.

جدول ۴: نتایج آزمون t و لوین در خصوص مقایسه میزان گرایش کاربران اینترنتی به عوامل سه گانه مذهبی اسلامی بر حسب وضعیت تأهل

عامل	گروهها	میانگین	انحراف استاندارد	F	احتمال معناداری	آزمون t (همسانی میانگینها)		
						واریانسها	ارزش t	سطح معناداری
R_1	مجرد	۶۹/۹	۲۱/۰۴	۲۲/۷۱	۰/۰۰۰	همسان	۳/۸۷۲	۰/۰۰۰
	متأهل	۹۲/۵	۱۳/۱۹			ناهمسان	۴/۸۰۱	۰/۰۰۰
R_2	مجرد	۷۷/۳۶	۸/۸۵	۲/۰۸۹	۰/۱۴۹	همسان	۲/۳۱۸	۰/۰۲۰
	متأهل	۷۲/۱۱	۶/۲۱			ناهمسان	۲/۴۵۱	۰/۰۱۴
R	مجرد	۷۸/۶	۲۸/۶	۸/۰۴۴	۰/۰۰۵	همسان	۳/۵۲۲	۰/۰۰۰
	متأهل	۸۸/۱۲	۱۹/۷۵			ناهمسان	۴/۱۷۴	۰/۰۰۰

نتایج آزمون لوین نشان می دهد، به استثنای عامل R_2 که همگونی واریانس احراز شده است، در دو عامل R_1 و R، اجرای آزمون t با تغییر درجه آزادی امکان پذیر است و نتایج آزمون t نشان می دهد که در مورد

هر سه عامل R_1 (عقاید و مناسک)، R_2 (اخلاق) و R (جهت گیری مذهبی اسلامی)، دو گروه کاربران مجرد و متأهل با هم تفاوت معناداری دارند.

فرضیه دوم: میزان گرایش کاربران کنکاشگر اینترنتی به عوامل سه گانه (عقاید و مناسک یا R_1 ، اخلاق یا R_2 و جهت گیری مذهبی اسلامی یا R) بر حسب وضعیت اقتصادی مختلف، متفاوت است.

جدول ۵: نتایج تحلیل واریانس یکطرفه در خصوص میزان گرایش کاربران اینترنتی به عوامل سه گانه مذهبی اسلامی بر حسب وضعیت اقتصادی مختلف

عوامل	منبع	درجه آزادی	مجموع مجذورات	میانگین مجذورات	نسبت f	سطح معناداری
R_1	بین گروهها	۲	۷۲/۲	۳۶/۱	۵/۷۷	۰/۰۵
	درون گروهها	۲۰/۷	۱۲۹/۵	۶/۲۵		
	مجموع	۲۲/۷	۲۰۱/۷	۴۲/۳۵		
R_2	بین گروهها	۲	۶۲/۸	۳۱/۴	۵/۰۷	۰/۰۵
	درون گروهها	۲۱/۲	۱۳۱/۳	۶/۱۹		
	مجموع	۲۳/۲	۱۹۴/۱	۳۷/۵۹		
R	بین گروهها	۲	۵۱	۲۵/۵	۶/۹۸	۰/۰۵
	درون گروهها	۳۸	۱۳۸/۹	۳/۶۵		
	مجموع	۴۰	۱۸۹/۹	۲۹/۱۵		

نتایج جدول ۵ نشان می دهد، میزان گرایش کاربران با وضعیت اقتصادی مختلف (بالا، متوسط و پایین) در خصوص عوامل سه گانه (عقاید و مناسک، اخلاق و جهت گیری مذهبی اسلامی) یکسان است و تفاوت معناداری مشاهده نمی شود.

بررسی رابطه گرایش مذهبی اسلامی کاربران با نوع کنکاشهای اینترنتی ♦ ۴۳

فرضیه سوم: میزان گرایش کاربران کنکاشگر اینترنتی به عوامل سه گانه (عقاید و مناسک یا R_1 ، اخلاق یا R_2 و جهت گیری مذهبی اسلامی یا R) بر حسب رشته های تحصیلی مختلف، متفاوت است.

جدول ۶: نتایج تحلیل واریانس یکطرفه در خصوص میزان گرایش کاربران اینترنتی به عوامل سه گانه مذهبی اسلامی بر حسب رشته های تحصیلی مختلف

عوامل	منبع	درجه آزادی	مجموع مجذورات	میانگین مجذورات	نسبت f	سطح معناداری
R_1	بین گروهها	۲	۵۱/۳	۲۵/۶۵	۵/۹۲	۰/۰۵
	درون گروهها	۱۵	۶۵	۴/۳۳		
	مجموع	۱۷	۱۱۶/۳	۲۹/۹۸		
R_2	بین گروهها	۲	۲۸/۶	۱۴/۳	۴/۰۷	۰/۰۱
	درون گروهها	۳۵	۱۲۳	۳/۵۱		
	مجموع	۳۷	۱۵۱/۶	۱۷/۸۱		
R	بین گروهها	۲	۳۲	۱۶	۵/۰۳	۰/۰۵
	درون گروهها	۳۲	۱۰۲	۳/۱۸		
	مجموع	۳۴	۱۳۴	۱۹/۱۸		

نتایج جدول ۶ نشان می دهد که میزان گرایش مذهبی اسلامی کاربران با رشته های تحصیلی مختلف در خصوص عوامل سه گانه (عقاید و مناسک و اخلاق و جهت گیری مذهبی اسلامی) تفاوت معناداری وجود ندارد و به طور کلی f محاسبه شده از f بحرانی جدول در سطح $P < ۰/۰۵$ کوچک تر است.

فرضیه چهارم: میزان گرایش کاربران کنکاشگر اینترنتی به عوامل سه گانه (عقاید و مناسک یا R_1 ، اخلاق یا R_2 و جهت گیری مذهبی اسلامی یا R) بر حسب گروه های سنی مختلف متفاوت است.

جدول ۷: نتایج تحلیل واریانس یکطرفه در خصوص میزان گرایش کاربران اینترنتی به عوامل سه گانه مذهبی اسلامی بر حسب گروههای سنی مختلف

عوامل	منبع	درجه آزادی	مجموع مجذورات	میانگین مجذورات	نسبت f	سطح معناداری
R ₁	بین گروهها	۲	۱۶/۰۳	۸/۰۱	۳/۸۶	۰/۰۱
	درون گروهها	۴۰/۹	۸۵	۲/۰۷		
	مجموع	۴۲/۹	۱۰۱/۰۳	۱۰/۰۸		
R ₂	بین گروهها	۲	۱۲/۱۸	۸/۵۹	۳/۵۷	۰/۰۵
	درون گروهها	۳۸	۹۱/۲	۲/۴		
	مجموع	۴۰	۱۰۸/۳۸	۱۰/۹۹		
R	بین گروهها	۲	۳۸/۷۱	۱۹/۳۵	۶/۱۲	۰/۰۵
	درون گروهها	۴۸/۳	۱۵۲/۸	۳/۶		
	مجموع	۵۰/۳	۱۹۱/۵۱	۲۲/۹۵		

نتایج جدول ۷ نشان می‌دهد که بین میزان گرایش مذهبی اسلامی کاربران گروههای سنی مختلف در خصوص عوامل سه گانه (عقاید و مناسک و اخلاق و جهت گیری مذهبی اسلامی) تفاوت معناداری وجود ندارد و به طور کلی f محاسبه شده از f بحرانی جدول در سطح $P < 0/05$ کوچک تر است.

▪ بحث و نتیجه گیری

مطالعه جدول ۴، نشانگر رابطه بین دو متغیر؛ یعنی گرایش مذهبی اسلامی کاربران و نوع کنکاشهای اینترنتی است. نکته قابل توجه این است که بیشترین رابطه بین مؤلفه اخلاق (R₂) و کنکاش اینترنتی، صرفاً اخلاقی است. این امر مشخص می‌کند که نهادهای غیر اخلاقی در کاربران، بهترین راهبردی است که می‌تواند آنها را از کنکاشهای اینترنتی غیر اخلاقی دور کند. با وجود اینکه مطالعات (دیلمقانی و حجازی،

بررسی رابطه گرایش مذهبی اسلامی کاربران با نوع کنکاشهای اینترنتی ♦ ۴۵

۱۳۸۴؛ جواهری و باقری، ۱۳۸۶) نشان می‌دهند که می‌توان ابزارهایی را به منظور دور کردن کاربران از مسائل غیر اخلاقی و غیر ارزشی به کار گرفت، از جمله: طرح قوانین ویژه اینترنت، اخذ مجوز، تعهد مبتنی بر محتوا یا قرار دادن فیلترهایی در خصوص منع کاربران، چنان که کشورهای مختلف از آنها استفاده می‌کنند؛ اما هیچ راهکاری بهتر از تقویت مبانی ارزشی، اخلاقی و دینی و ایجاد خود کنترلی و خود ایمنی نیست. نتایج تحقیقات متعدد نشان می‌دهند، چنانچه کاربران اینترنت به شریعت و قوانین و دستورات اسلامی که منافی آزادی بدون قید و شرط است، توجه داشته باشند و همه جا خداوند را ناظر بر اعمال و رفتار خود بدانند، از انجام کارهای منافی عفت و خلاف به طور جدی خودداری می‌کنند و نیازی به استفاده از ابزارها و تجهیزات نرم‌افزاری و سخت‌افزاری نخواهد بود.

نتایج جدول ۴ در خصوص مقایسه میزان گرایش کاربران به عوامل سه‌گانه مذهبی اسلامی بر حسب وضعیت تأهل، نشان‌دهنده تفاوت معناداری بین دو گروه کاربران مجرد و متأهل است. این امر می‌تواند به این دلیل باشد که کاربران متأهل نسبت به کاربران مجرد گرایش و کنجکاوی کمتری در خصوص موضوعات غیر اخلاقی در اینترنت دارند؛ زیرا از یک سو، نیاز غریزی و عاطفی خود را از طریق ازدواج رطرف کرده‌اند و از سوی دیگر، از تعهد و الزام بیشتری نسبت به افراد مجرد برخوردارند. از این روست که در اسلام نیز تأکید بسیار بر ازدواج و اهمیت آن شده است. نتایج تحقیق در این خصوص، با نتایج پژوهش جواهری و باقری (۱۳۸۶) منطبق است.

نتایج جدول ۵ در خصوص مقایسه میزان گرایش کاربران اینترنتی به عوامل سه‌گانه مذهبی اسلامی بر حسب وضعیت اقتصادی مختلف نشان می‌دهد که تفاوت معناداری به لحاظ آماری بین آنها وجود ندارد و کاربران با وضعیتهای اقتصادی مختلف به صورتی تقریباً همسان به عوامل سه‌گانه (عقاید و مناسک، اخلاق و جهت‌گیری مذهبی اسلامی) گرایش دارند.

اگر چه به نظر می‌رسد عامل اقتصادی باید در امکان دسترسی و میزان استفاده از اینترنت تأثیر داشته باشد، با این حال، تحقیقات مختلف از جمله گوردون گراهام نشان می‌دهد که با افزایش تعداد رایانه‌ها در مدارس و آموزشگاه‌ها و تأسیس کافی‌نت‌های اینترنتی، هزینه ورود به اینترنت و استفاده از آن، آنقدر ناچیز شده که برای مقابله کردن با خصلت عوام‌گرایی این سیستم، تلاش فرهنگی زیادی باید صورت گیرد؛ زیرا همه به راحتی و سهولت می‌توانند با وضعیتهای اقتصادی مختلف به اینترنت دسترسی پیدا کنند. (Graham, 2003)

نتایج جدول ۶ نشان می‌دهد که بین میزان گرایش مذهبی اسلامی کاربران با رشته‌های تحصیلی مختلف در خصوص عوامل سه‌گانه (R , R_1 , R_2) تفاوت معناداری وجود ندارد. اگر چه تأثیر رشته تحصیلی کاربران بر

شخصیت فردی و ارزشهای آنها را نمی‌توان نادیده انگاشت، اما تأثیر معنادار آن را می‌توان از طریق استادان و مربیان دلسوز، با ایمان و متعهد تعدیل کرد؛ زیرا چنین استادان و مربیانی می‌توانند ارزشهای اسلامی و دینی را با ارزشهای علمی و دانشی تلفیق کرده، در یک نظام هماهنگ و یکپارچه به دانشجویان عرضه کنند. همچنین آیات و احادیث متعددی درباره اهمیت که اسلام برای تعقیب دانش و طبیعت و فهم جهان قائل شده است، وجود دارد. شای لی اسپیگلمن^۱ (۲۰۰۱) بیان می‌کند که پایگاههای فراوانی وجود دارد که اطلاعات عمومی درباره اسلام را به نمایش می‌گذارند و استادان می‌توانند آنها را به دانشجویان معرفی کنند.

نتایج جدول ۷ در خصوص مقایسه میزان گرایش کاربران اینترنتی به عوامل سه‌گانه مذهبی اسلامی بر حسب گروههای سنی مختلف، نشان می‌دهد که تفاوت معناداری به لحاظ آماری بین کاربران وجود ندارد. نتایج تحقیقات (احمدی، ۱۳۸۵) به طور کلی بیانگر این است که اعتیاد به اینترنت و جستجوی زندگی در عالم مجازی در بین گروههای سنی مختلف در سراسر جهان از جمله کاربران زن، رو به افزایش است که این یکی از انواع اعتیادهای مدرن است. لذا کارشناسان فرهنگی و اجتماعی معتقدند اگر راهکارهای جدی در خصوص مسائل و مشکلات ناشی از استفاده از اینترنت اندیشیده نشود، پیامدهای منفی آن، همه گروههای سنی را در بر خواهد گرفت.

▪ پیشنهادهای پژوهش

براساس یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌شود که برای استفاده درست جوانان از اینترنت و عدم رجوع به سایتهای غیر اخلاقی، باید با فرهنگ‌سازی، اعتقادات مذهبی آنها را تقویت کرد. در این راستا، می‌توان عواقب رجوع به سایتهای غیر اخلاقی را برای جوانان شرح داد و نحوه جستجوی صحیح از اینترنت و موارد کاربرد آن را برای آنها بیان کرد؛ زیرا به نظر می‌رسد در خیلی از مواقع به دلیل عدم آگاهی و اطلاع کاربران از نحوه جستجوی سایتهای علمی و اخلاقی، سایتهای غیر اخلاقی در معرض آنها قرار می‌گیرد. بنابراین، با آگاهی و اطلاع کافی، دچار انحرافات اخلاقی در اینترنت نمی‌شوند.



منابع

- آذربایجانی، مسعود (۱۳۸۲)؛ «تهیه و ساخت آزمون جهت گیری مذهبی با تکیه بر اسلام»، قم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- آقابابایی، عزیزالله؛ داریوش جلالی و سهیلا باقری (۱۳۸۷)؛ «مطالعه عوامل مؤثر بر استفاده جوانان از اینترنت: تحلیلی بر نتایج یک پیمایش در استان چهارمحال و بختیاری»، مجله جهانی رسانه، ش ۶ (پاییز).
- ابراهیمی، امرالله؛ حمید طاهر نشاط دوست، مهرداد کلانتری، حسین مولوی و قربانعلی اسدالهی (۱۳۸۷)؛ «ساختار عاملی، پایایی و روایی مقیاس نگرش سنج مذهبی»، مجله علمی - پژوهشی اصول بهداشت روانی، سال دهم، ش ۲، پیاپی ۳۸ (تابستان)، ص ۱۱۶-۱۰۷.
- احمدی، احیا (۱۳۸۵)؛ «نگاهی به استفاده از اینترنت در میان کودکان، نوجوانان و جوانان»، روزنامه همشهری، دوشنبه ۶ آذرماه، ش ۴۱۴۳.
- افتخاری، اصغر (۱۳۸۷)؛ قدرت نرم، فرهنگ و امنیت، تهران، دانشگاه امام صادق (ع).
- برتون، فیلیپ (۱۳۸۲)؛ آیین اینترنت، تهدیدی برای پیوندهای اجتماعی، ترجمه علی اصغر سرحدی، تهران، امیرکبیر.
- توسلی، غلامعباس (۱۳۶۹)؛ «ده مقاله در جامعه شناسی دینی و فلسفه تاریخ، با تاملی در زندگی و اندیشه دکتر علی شریعتی»، قلم.
- جلالی، داریوش و همکاران (۱۳۷۴)؛ «مقایسه اعتیاد بر حسب سبکهای تفکر در کاربران»، فصلنامه دانش و پژوهش در روان شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان، سال هفتم، ش ۲۳.
- جوادی آملی، عبدالله (۱۳۸۱)؛ انتظار بشر از دین، قم، اسراء.
- جواهری، فاطمه و لیلا باقری (۱۳۸۶)؛ «تأثیر استفاده از اینترنت بر سرمایه اجتماعی و انسانی در بین دانشجویان دانشگاه تهران»، مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی، سال پانزدهم، ش ۵۹-۵۸.

- خدایاری فرد، محمد؛ علی نقی فقیهی، باقر غباری بناب، محسن شکوهی یکتا و احمد به‌پژوه (۱۳۸۲)؛ «ساخت و هنجاریابی مقیاس دینداری در جامعه دانشجویان کشور»، مجموعه مقالات همایش مبانی نظری و روان‌سنجی مقیاسهای دینی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران.
- دهقان، ع. و ب. نیکبخش (۱۳۸۵)؛ «مطالعه شیوه رفتار افراد در محیط مجازی: شکل‌گیری روابط صمیمانه در اتاقهای گپ‌زنی اینترنت»، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ش ۶.
- دیلمقانی، میترا و رضا ثانی (۱۳۸۲)؛ «شهروند الکترونیکی در عصر اطلاعات»، فصلنامه رسانه، سال چهاردهم، ش ۳ (پاییز)، ص ۶۶-۶۱.
- دیلمقانی، میترا و سید علیرضا حجازی (۱۳۸۴)؛ «تأثیر سازنده اینترنت بر اخلاق کاربران، مجموعه حکایت مدیریتی»، [بی‌جا]، [بی‌نا].
- ذکایی، سعید (۱۳۸۶)؛ «جوانان و فراغت مجازی»، فصلنامه مطالعات جوانان، ش ۶.
- شاوردی، ته‌مین (۱۳۸۳)؛ مطالعه میزان و نحوه استفاده از اینترنت در میان دانش‌آموزان شهر تهران، تهران، جهاد دانشگاهی، پژوهشکده علوم انسانی.
- کوپر، بریان (۱۳۸۱)؛ «اتصال به اینترنت»، ترجمه سید محمدرضا رکن‌الدینی، تهران، قلیانی.
- کودکان و خشونت در رسانه‌های جمعی (یونسکو) (۱۳۸۰)؛ ترجمه مهدی شفقتی، مرکز تحقیقات صدا و سیما.
- ولیس، پاتریشا (۱۳۸۲)؛ «روان‌شناسی اینترنت»، ترجمه بهنام اوحدی و دیگران، تهران، نقش خورشید.
- یعقوبی، جعفر و محمد چیدری (۱۳۸۴)؛ «بررسی عوامل مؤثر بر پذیرش و کاربرد اینترنت در فعالیتهای آموزشی و پژوهشی دانشجویان تحصیلات تکمیلی رشته ترویج و آموزش کشاورزی». مجله علوم کشاورزی ایران. جلد ۳۷، شماره ۱. صص. ۸۵-۹۲.
- Brandenburg. UWE and Jiani Zhu.(2007). "Higher Education in China in Light of Massification and Demographic change". Lessons to be learned for Gemany.
- Durkheim, Emile (1984). "The Division of Labor in Society", New York, Free Press.
- Ellison, G. (1993). "Group size, Burrow Structure and Hoarding Activity of Pouched Mice (*Saccostomus Campestris: Cricetidae*) in southern Africa", *African Journal of Ecology*, Vol.31, P.135-155.

۴۹ ♦ بررسی رابطه گرایش مذهبی اسلامی کاربران با نوع کنکاشهای اینترنتی

- Graham, Gordon (2003). "**Anarchy and the Internet**", *University of Aberdeen*.
- James, William (1961). "**The Variety of Religious Experience**", New York: Collier Books.
- Lin. Nan (1999). "**Building a Network Theory of Social Capital**", United Kingdom, Duke University.
- Shai-lee Spigelman (2001). "**Islam and Internet: The Correlation Between Islamic Religion and Internet Diffusion, E-Commerce: Has the Web's Audience Peaked?**", *NY Times*, May 21.
- Vogel, D.; M. Guo; P. Zhou; S. Tian & X. Zhang, (2008). "**In Search of Second Life Nirvana**", *Journal of Issues in Informing Science & Information Technology*, 5, Online Access: <http://iisit.org/IssuesVol5.htm>.
- Wellman, Barry (1999). "**Network in the Global Village**", Boulder, West View Press.
- Young, Kimberly S. (2001). "**Caught in the Net: How to Recognize the Signs of Internet Addiction—and a Winning Strategy for Recovery**

