

بررسی روان‌شناختی تأثیر استفاده از فضای مجازی بر افکار افراد در

خانواده و جامعه در مقایسه‌ی مناطق کم‌جمعیت و پرجمعیت

زهره امینی^{۱*}، نهضت شیخعلی^۲

چکیده:

امروزه ورود به دنیای مجازی یا به عبارت بهتر زندگی در محیط‌های مجازی امری بدیهی به شمار می‌رود و از شاخصه‌های مهم رسانه‌های پست‌مدرن این است که به راحتی در اختیار افراد با سبک‌ها و هنجارهای مختلف اجتماعی قرار گرفته و این امر به مرور میزان کنترل خانواده‌ها و مدارس بر آموخته‌های نسل جدید و نیز کیفیت و جهت‌گیری‌های آموزشی و تربیتی خانواده‌ها، مدارس و جامعه را متأثر ساخته است؛ لذا لازمه تعادل در این محیط‌های مجازی برخورداری از یکسری مهارت‌های فنی و فناوری استگسترش ابزارهای ارتباطی روستا را هم مانند شهر دچار تغییر ارزشی کرده است بر همین اساس مقاله‌ی حاضر به مقایسه‌ی تأثیرات استفاده از فضای مجازی بر نظام ارزشی خانواده‌ها در شهر و روستا پرداخته که به صورت پیمایشی و با استفاده از نمونه‌گیری سهمیه‌ای و بهره‌گیری از پرسش‌نامه‌ی محقق ساخته با تکیه بر نظریات نظریه‌پردازانی چون اینگلهارت و آلپورت صورت گرفته است. جامعه آماری را افراد بالاتر از ۱۵ سال شهر تهران و روستاهای اطراف تشکیل می‌دهند. متغیر مستقل فضای مجازی و متغیرهای وابسته نظام ارزشی خانوادگی و دینی است. نتایج نشان می‌دهد تأثیر استفاده از فضای مجازی بر نظام ارزشی افراد در شهر و روستاهای مورد مطالعه متفاوت است؛ که دلیل آن تعدد منابع ارزشی است که افراد به دلیل وسایل ارتباطی امروزی در معرض آن قرار می‌گیرند. نتیجه‌ی مقایسه‌ی میانگین نظام ارزشی دینی و خانوادگی نشان می‌دهد که استفاده از فضای مجازی در خانواده‌های پرجمعیت از کم‌جمعیت بالاتر است. آزمون تفاوت میانگین در دو گروه مستقل نشان می‌دهد که بین خانواده‌های شهر و روستا در نظام ارزشی خانوادگی و دینی و استفاده از فضای مجازی تفاوت معناداری وجود دارد. همچنین بین میزان استفاده از فضای مجازی و نظام ارزشی خانوادگی رابطه‌ی معکوسی وجود دارد.

کلیدواژه‌ها: فضای مجازی، خانواده، نظام ارزشی، ارزش‌های خانوادگی، ارزش‌های دینی.

۱. کارشناس مشاوره، آموزگار پایه اول ابتدایی، تهران، ایران (نویسنده مسئول). Amini-zahra@gmail.com

۲. کارشناس ارشد زبان و ادبیات عربی، دبیر عربی، تهران، ایران Nehishe04@gmail.com

عصر حاضر عصر مطبوعات، رسانه‌های گروهی و ارتباطات است. دنیای کنونی، عصر تاخت‌وتاز و وسایل ارتباط جمعی از جمله رادیو، تلویزیون، ماهواره، تلفن همراه و اینترنت است. جوان امروز محدودیت‌های گذشته را ندارد و هر لحظه در هر کجا که باشد، می‌تواند با هر نقطه‌ای از جهان که بخواهد ارتباط برقرار کند. ورود به دنیای مجازی یا به عبارت بهتر زندگی در محیط‌های مجازی امری بدیهی به شمار می‌رود و از شاخصه‌های مهم رسانه‌های پست مدرن این است که به راحتی در اختیار افراد با سبک‌ها و هنجارهای مختلف اجتماعی قرار گرفته و این امر به مرور میزان کنترل خانواده‌ها و مدارس بر آموخته‌های نسل جدید و نیز کیفیت و جهت‌گیری‌های آموزشی و تربیتی خانواده‌ها، مدارس و جامعه را متأثر ساخته است؛ لذا لازمه تعادل در این محیط‌های مجازی برخورداری از یکسری مهارت‌های فنی و فناوری است. تلفن همراه به عنوان ابزار نوین اطلاع‌رسانی، علاوه بر داشتن کاربردهای گسترده در حوزه‌های گوناگون اطلاع‌رسانی ارتباط دهی تداوم بخشی، مفرح سازی و تحریک‌پذیری برخی پیامدهای نامناسب اجتماعی مانند اعتیاد روانی، تزلزل ارزش‌ها کاهش تعاملات اجتماعی زوال تدریجی ادبیات ملی، بلوغ زودرس، بلوتوث و پیامک‌های غیراخلاقی به خطر افتادن امنیت شخصی را نیز به دنبال دارد. در عین حال، وقتی مبتکران دنیا جدیدترین اختراعات خود را برای راحتی انسان به وجود آوردند شاید فکرش را نمی‌کردند روزی انسان هزاره سوم از این وسایل سوءاستفاده کند و به دنبال چاره‌ای برای رفع خطرات این اختراعات و وسایل نوین ارتباطی باشند؛ وسایلی که در وهله اول دنیای مجازی را برای انسان به ارمغان آورد. افزایش تولید وسایلی از قبیل تلفن همراه و اینترنت در نهایت سهولت دسترسی، سبب شد گروه‌های فراوانی از افراد جامعه با سنین مختلف به این دنیای مجازی راه یابند؛ به طوری که در قرن حاضر مشاهده تلفن همراه با یک کودک ۶ ساله برای کسی عجیب نیست. در این بین خانواده اساسی‌ترین و نخستین نهاد اجتماعی است که اعضای آن با برقراری ارتباط با یکدیگر و انجام کار و فعالیت مشترک هدف مشترکی را نیز دنبال می‌کنند. از جمله مهم‌ترین این اهداف انتقال ارزش‌ها به نسل‌های بعد است که از راه‌های مختلفی انجام می‌شود. اما امروزه حضور رسانه‌های جمعی در میان خانواده‌ها نظام ارزشی آنان را تحت تأثیر قرار داده و موجب تغییراتی در رفتار افراد شده است. امروزه ابزارهای ارتباطی افراد را به خود مشغول کرده و آن‌ها را از تعامل در فضای واقعی با دیگران بازمی‌دارند. در واقع امروزه جهان اجتماعی به دو بخش تقسیم شده است. یکی جهان واقعی و دیگری جهان مجازی که نحوه ارتباط در این دو جهان نیز متفاوت است (عاملی، ۱۳۹۰). به دنبال برقراری ارتباط در دنیای مجازی افراد در معرض منابع اطلاعاتی فراوانی قرار می‌گیرند، الگوها و عناصر فرهنگی را از طریق رسانه‌های مختلف دریافت می‌کنند. رسانه‌ها به طور مستقیم در اینکه مردم چه چیزهایی را ارزش بدانند و چه باورهایی داشته باشند و در مقابل، چه چیزهایی را بی‌ارزش بدانند و چه مسائلی را کنار بگذارند، تأثیر گذارند؛ به این معنا که در کنار والدین، نهادهای دینی آموزشی و گروه همسالان، رسانه‌ها نقش مهمی در شکل‌گیری باورها و ارزش‌های فرد و جامعه دارند و هر چه قلمروی استفاده از رسانه‌ها بیشتر شود، نقش و تأثیر آن‌ها نیز بیشتر می‌شود. فضای مجازی به عنوان یکی از رسانه‌های رایج امروزی علاوه بر اینکه مرجع تأمین بسیاری از نیازهای فرهنگی و اجتماعی اعضای خود است، این امکان را برای اعضا فراهم می‌کند؛ که هم‌زمان با انجام سایر فعالیت‌های اجتماعی از طریق رایانه یا تلفن همراه فعالیت خود را در این جوامع مجازی نیز پیگیری کنند. امروزه جوانان بر اثر برخورد با انواع تکنولوژی که فرهنگ و ارزش‌های خاص خود را به همراه دارند در معرض انتخاب

نظام‌های ارزشی گوناگونی قرار گرفته‌اند. به عبارت دیگر با گسترش دسترسی به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و استفاده‌ی فزاینده‌ی جوانان از رسانه‌های نوین تغییر نظام ارزشی آنان به یک دغدغه تبدیل شده است. از آنجاکه شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان یکی از انواع تکنولوژی‌های مدرن امروزی، امکان ارتباط افراد را با هزینه‌ی کم در همه‌ی نقاط اعم از پرجمعیت و کم جمعیت فراهم می‌کنند. احتمال اینکه این فن‌آوری ارتباطی به عنوان منبع ارزش آفرین یا انتقال‌دهنده‌ی ارزش عمل کند و در نظام ارزشی کاربران دگرگونی ایجاد نماید بسیار است زیرا فرسوده شدن مرزهای ملی و محلی از طریق ارتباطات گسترده در فضای مجازی نظام ارزشی افراد را دستخوش تغییر می‌کند. نکته‌ی مهم آن است که وسایل ارتباطی و اطلاعاتی نقش مهمی در تغییرات زندگی و در توسعه‌ی مناطق پرجمعیت و کم جمعیت دارد هرچند این تغییرات در بلندمدت خود را نشان می‌دهد اما بخصوص در مناطق کم جمعیت ارتباط از طریق فضای مجازی افراد را از محیط اجتماعی سنتی و کم جمعیت خود دور می‌کند و فضای جدید و بسیار متفاوتی از زندگی واقعی را برای افراد ترسیم می‌کند از جمله مهم‌ترین مؤلفه‌هایی که دستخوش این تغییرات می‌شود، نظام ارزشی افراد در خانواده‌های کم جمعیت است. بر طبق آمارهای ارائه شده مرکز مدیریت توسعه‌ی ملی اینترنت در آخرین گزارش خود شمار کاربران اینترنت در ایران تا پایان ۶ ماهه‌ی نخست سال ۹۱ بالغ بر ۴۵ میلیون و هزار و ۶۴۴ نفر اعلام شده است که به وسیله‌ی پارامترهایی چون اینترنت دایل آپ اینترنت، ADSL، اینترنت موبایل، GPRS، وایمکس و فیبر به شبکه متصل می‌شوند استان تهران به عنوان سومین استان کشور بعد از استان مازندران و تهران بالاترین ضریب نفوذ اینترنت را به خود اختصاص داده است (مرکز مدیریت توسعه‌ی ملی، اینترنت (۱۳۹۲) میزان استفاده از فضای مجازی در نقاط پرجمعیت و کم جمعیت متفاوت است شهر تهران نیز به عنوان یکی از بزرگ‌ترین کلان‌شهرهای ایران همچون دیگر مناطق کشور تحت نفوذ اینترنت و فضای مجازی است و همچنین روستاها که با گسترش تکنولوژی دارای امکانات بهره‌برداری از اینترنت شده‌اند. از آنجاکه بیشترین مخاطبان فضای مجازی فرزندان بالای ۱۵ سال هستند و علاوه بر آن بسیاری افراد به دلیل مشغله‌های فراوان و سهولت ایجاد ارتباط با دیگران از طریق فضای مجازی رغبت زیادی برای استفاده از این فضا دارند و به دنبال استفاده از انواع ابزارهای ارتباطی تغییراتی در اندیشه‌ها، افکار و نظام ارزشی آن‌ها ایجاد می‌شود. پژوهش حاضر در پی آن است که به بررسی تفاوت‌های تأثیر فضای مجازی بر نظام ارزشی افراد در خانواده‌های پرجمعیت تهران بپردازد.

مبانی نظری و پیشینه

طولابی، کمریگی ۱۳۹۲، در مقاله‌ی خود با عنوان "تفاوت ارزشی در روابط والدین و فرزندان" به بررسی تفاوت بین سلسله‌مراتب ارزشی و ارزش‌های مادی پدران و پسران آن‌ها پرداخته‌اند. نتایج پژوهش حاکی از آن است که در زمینه‌ی ارزش‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی بین پدران و پسران تفاوت عمیقی وجود دارد و در مورد ارزش‌های علمی و مذهبی تفاوت سطحی وجود دارد. در نهایت محققان پژوهش ذکر شده مطرح می‌کنند که به طور کلی در اغلب ارزش‌های فرزندان و والدین تفاوت وجود دارد (طولابی، کمریگی، ۱۳۹۲). کفاشی ۱۳۸۹، در پژوهش خود با عنوان بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده به این نتیجه دست یافت که بین متغیرهای مستقل شامل دسترسی دانشجویان به اینترنت، محیط تعاملی فضای صمیمیت روابط احساسی و متغیرهای وابسته ارزش‌های خانواده رابطه‌ی آماری معکوسی وجود دارد (کفاشی، ۱۳۸۸). نتایج پژوهش‌های (پیرسی ۲۰۰۰) و

یانگ (۱۹۹۹) روشن می‌سازد که مشکلات خانوادگی چون سردی روابط بین افراد خانواده، نزاع و طلاق و مشکلات درسی و شغلی در خانواده‌هایی که فرزندان آن‌ها وابسته به اینترنت هستند، زیاد است (گنجی، ۱۳۸۵). در یک جمع‌بندی می‌توان به این نکته دست‌یافت که تحقیقات فراوانی پیرامون مسئله‌ی پژوهش انجام شده که هر کدام ابعادی را موردبررسی قرار داده‌اند، اما محقق پژوهشی که به مقایسه‌ی تأثیرات فضای مجازی بر خانواده‌های پرجمعیت و کم‌جمعیت پرداخته باشد نیافت. با توجه به اینکه خانواده از بنیادی‌ترین ارکان در همه‌ی جوامع محسوب می‌شود و آسیب در آن به سایر ارکان جامعه نیز تسری پیدا می‌کند. امروزه به دلیل تغییر شکل ارتباطات و در دسترس بودن ابزارهای ارتباطی الکترونیکی و فضای مجازی و به دنبال آن سیل عظیم اطلاعات به‌نوعی منابع اطلاعاتی که افراد دریافت می‌کنند دستخوش تغییراتی شده که در همه‌ی جوانب زندگی مشهود است. از آنجاکه روستاها نیز از امکانات ذکر شده برخوردار شده‌اند و با توجه به تغییراتی که در اثر برخورد با این ابزارها در، افکار، ارزش‌ها و سبک زندگی مردم در شهرها و روستاها مشاهده می‌شود در مقاله‌ی حاضر سعی تفاوت تأثیر فضای مجازی بر نظام ارزشی افراد در خانواده‌های پرجمعیت و کم‌جمعیت پرداخته شود.

نظام ارزشی در هر جامعه‌ای به مجموعه‌ای از فرایندهای رفتاری و ذهنی، الگوها و روش‌ها، شیوه‌های گفتاری و فنون بدنی اطلاق می‌شود که در چارچوب و موقعیت‌هایی از پیش تعریف‌شده، پذیرفته می‌شوند. این نظام بر اساس پهنه‌ی جغرافیایی و دوره‌ی زمانی و بر اساس گروه اجتماعی مورد استناد (مثلاً یک خانواده‌یک روستا، یک شهر، یک کشور...) تغییر می‌کند. افزون بر این، نظام ارزشی لزوماً در همه‌ی افراد آن گروه به‌صورت یکسانی درونی نشده و به‌صورت یکسانی به آن عمل نمی‌شود. بدین ترتیب نظام ارزشی در هر جامعه بیشتر یک پیوستار قابل‌انعطاف از رفتارها، اندیشه‌ها و ژگان و زبان است که کنشگران اجتماعی دائماً بر روی آن در حرکت هستند و بر اساس استراتژی‌ها و راهبردهای آگاهانه و ناآگاهانه نسبت به خود و دیگران ارزیابی و قضاوت کرده و بر اساس این قضاوت و ارزیابی عمل می‌کنند. مفهوم ارزش نیز همانند سایر اصطلاحات و مفاهیم، تعاریف گوناگونی دارد. در این رابطه هافستد ارزش را گرایشی گسترده به ترجیح وضعیت‌های معینی از امور بر امور دیگر تعریف می‌کند. از نظر رویکرد ارزش به‌عنوان باوری پایدار درباره‌ی شیوه‌ی خاصی از رفتار یا هدفی غایی که از نظر فردی و اجتماعی بر هدف دیگر مرجح است تعریف می‌گردد؛ در حقیقت ارزش مفهومی است که نشان‌دهنده‌ی مجموعه‌ای از گزارش‌های معیار نزد فرد در موقعیت‌های اجتماعی است که هدف‌های کلی او در زندگی را برایش تعیین می‌کند؛ هدف‌هایی که در رفتار عملی یا لفظی او آشکار می‌شود. به‌هرروی ارزش‌ها، آرمان‌هایی انتزاعی هستند که توسط افراد یا گروه‌های انسانی در مورد اینکه چه چیزی مطلوب مناسب خوب یا بد است؛ حفظ شده‌اند. ارزش‌های مختلف جنبه‌های کلیدی گوناگون فرهنگ‌های انسانی را نشان می‌دهد. آنچه با ارزش است متأثر از فرهنگ خاصی است که در آن زندگی می‌کنیم (کیدنز، ۱۳۷۶). یکی از راه‌هایی که به‌وسیله‌ی آن افراد می‌توانند در موردپذیرش یا عدم پذیرش ارزش‌های رایج جامعه با یکدیگر تبادل نظر کنند استفاده از فضای مجازی است، اینترنت فضایی است که در آن افراد می‌توانند با پنهان نگاه‌داشتن هویت خود آزادانه به بحث‌وجدل‌های دینی بپردازند. تالارهای گفت‌وگو از امن‌ترین مکان‌های اینترنتی هستند که کاربران فضای مجازی می‌توانند در آن به تبادل دیدگاه‌ها و باورهای دینی‌شان بپردازند. فضای مجازی برای کاربران این امکان را فراهم می‌کند که به‌دوراز هرگونه واژه‌های به بیان آزادانه‌ی عقاید دینی خود پرداخته و از عقاید دیگران نیز باخبر شوند. از آنجاکه هویت کاربران برای مخاطبان‌شان نامعلوم است مخاطبان ناچارند در برابر عقاید مخالفان

تساهل نشان دهند. در نتیجه، فضای مجازی اینترنت یکی از بهترین فضاهایی است که می‌توان از آن برای طرح منطقی باورها و نگرش‌های دینی و مهم‌تر از آن احیای دین و معنویت استفاده کرد؛ بنابراین وسایل ارتباطی به دلیل امکان ایجاد ارتباط سریع بین افراد زمینه‌ی تغییرات آنی و موقتی در وقایع و دگرگونی‌های اجتماعی را فراهم می‌آورند. این وسایل معرفی‌کننده‌ی الگوها، نقش‌ها، دیدگاه‌ها و شیوه‌ی روآوری به سبک‌های زندگی هستند که ممکن است مردم از راه دیگر هرگز به آن‌ها دسترسی پیدا نکنند. طبقه‌ی جوان نیز از طریق تبلیغات رسانه‌های گروهی، مطالبی درباره‌ی نقش‌های آینده‌ی خود فرا می‌گیرد. تغییرات هنجارها و ارزش‌های اجتماعی به سرعت در رسانه‌های گروهی بازتاب می‌یابد و ممکن است مردم، آن‌ها را به‌آسانی بپذیرند. (ساروخانی و بابایی فرد، ۱۳۹۱).

در این رابطه مرتون معتقد است که رسانه‌ها می‌توانند در درازمدت ساختارهای ارزشی را بسازند یا دگرگون کنند. اورث راجرز نیز معتقد است که ارتباطات عامل دگرگونی اجتماعی هستند چراکه رسانه‌ها به سرعت می‌توانند طیف وسیعی از اعضای جامعه را تحت تأثیر قرار دهند. رسانه‌ها می‌توانند موانع زمانی و مکانی را برطرف سازند و امواج خود را به راحتی به دورافتاده‌ترین نقاط ارسال دارند این رسانه‌ها پیامشان دیداری و شنیداری است، در نتیجه می‌تواند برای بخش وسیعی از اعضای جامعه در حال توسعه، نقش یک آموزشگاه مؤثر را ایفا کند و در حوزه‌ی زندگی خصوصی پیام‌گیران قرار بگیرند و بخش اعظم لحظه‌های زندگی افراد را در اختیار خود بگیرند. با این حال رسانه‌های جمعی، به ندرت می‌توانند باعث ایجاد تحولات بزرگ در افکار عمومی شوند، ولی می‌توانند به‌طور مؤثر جریان‌های فکری موجود را تقویت کنند و چنانچه در توده‌ی مردم آمادگی برای تحول وجود داشته باشد حتی قادرند این تحول را جهت دهند. این آمادگی خود به عوامل گوناگون وابسته است مانند بحران‌هایی که اعتقادات جامعه را نسبت به نظام موجود سست می‌کند در این حالت فرد هر چه کمتر در گروهی ریشه داشته باشد، بیشتر به شنیدن دلایل مخالفان رغبت نشان می‌دهد. همین امر می‌تواند بین نظام ارزشی دو نسل تفاوت‌هایی را ایجاد کند. هرینگ معتقد است جوانانی را که در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ بزرگ شده‌اند، نسل اینترنت "می‌نامد یعنی اولین نسلی که در جهانی بزرگ شده که اینترنت همیشه حضور داشته است این نسل که با عنوان نسل نت"، "نسل دیجیتال" یا "هزاره‌ها" نامیده شده‌اند؛ درک بیشتری از اینترنت دارند. به گفته‌ی وی، دیدگاه‌های نسل جوان درباره‌ی رسانه‌های دیجیتال از جنبه‌های مختلف با بر ساخته‌های بزرگسالان متفاوت است.

مارگارت مید نیز در این باره معتقد است که تحولات فن‌آوری عمیق ایجادشده در جامعه بر روی رشد فرزندان و نحوه‌ی تربیت والدین نسبت به فرزندان‌شان اثر می‌گذارد و باعث تغییر در رفتار آن‌ها می‌شود. مید در بحث شکاف نسلی سه جامعه را از هم تفکیک می‌کند؛ اول، جامعه‌ای که دگرگونی در آن کند است و فرزندان فرهنگ‌ها و ارزش‌های حاکم بر نسل والدین را می‌پذیرند و آن‌ها را آینده‌ی تمام نمای خود می‌دانند؛ دوم جامعه‌هایی که دچار تغییر و تحول می‌شوند. در این جوامع دیگر نسل قبلی (والدین) نمی‌تواند الگوی مناسبی برای نسل جدید باشد و نسل جدید برای اینکه خود را با شرایط جامعه و تغییرات جدید منطبق سازد به اعضای هم‌نسل خود روی می‌آورد و آن‌ها را برای خود الگو قرار می‌دهد؛ سوم جامعه‌ای که دگرگونی‌های شدیدی در آن رخ داده، مارگات مید در این باره سه نوع متفاوت فرهنگ را از هم متمایز می‌کند:

۱- جوامع با فرهنگ‌های سنتی که میدان آن‌ها را نیاکان گرامی‌نامد: جامعه‌ای که در آن دگرگونی اجتماعی بسیار کند و تدریجی بوده، اقتدار از گذشته (سنت) نشئت می‌گیرد و گذشته‌ی بزرگسالان، آینده‌ی هر نسل جدید است. درواقع آینده‌ی کودکان به شیوه‌ای شکل می‌گیرد که آنچه پس از دوران کودکی برای پیشینیانسان پیش می‌آمد، همان چیزی است که آن‌ها نیز پس از رسیدن به مرحله‌ی بلوغ، تجربه خواهد کرد. ۲ جوامع و فرهنگ‌های انتقالی که میدان آن را همسال گرامی‌نامد. فرهنگ همسال گرامی‌فرهنگی آن مدل غالب برای اعضای جامعه رفتار معاصرانشان است. به عبارت دیگر کودکان و بزرگسالان همسالان خود را الگو قرار می‌دهند در این حالت جوانان و بزرگسالان، تفاوت رفتار هر نسل از رفتار نسل قبلی خود را «طبیعی» می‌دانند بنابراین هر یک از دو نسل (والدین و فرزندان) در دو دنیای متفاوت زندگی می‌کنند. در جوامع و فرهنگ‌های یادگیری یا به تعبیر مید جوان گرامی، سومین الگوی جامعه و فرهنگ از نظر مید است که در آن جامعه دگرگونی‌های بسیار شدیدی را تجربه می‌کند و در وضع جدید، نسل گذشته نه تنها نمی‌تواند الگوی نسل جدید باشد، بلکه باید تداوم حیات ارزش‌ها و هنجارهای قدیمی خود را بر مبنای فرهنگ نسل بعد اصلاح کند و دست به اجتماعی شدن مجدد بزند و بسیاری از چیزها را از فرزندان خود بیاموزد پناهی (۱۳۸۰) ۸۶. در این حالت است که به دلیل آنکه نسل نو نظام ارزشی و رفتارهای نسل پیشین خود را مرجع مناسبی برای خود نمی‌داند و به منابع دیگری مانند منابع اطلاعات در فضاهای مجازی متمایل می‌شود تا نظام ارزشی را که برای خود موجه می‌داند را ایجاد کند.

آپورت بر اساس علایق مسلط و ترجیحات افراد در موقعیت‌های مختلف، ارزش‌ها را به ۶ دسته تقسیم می‌کند

۱- نظری؛ که معطوف به حقیقت‌جویی است.

۲- اقتصادی؛ که به امور مادی و مالی معطوف است.

۳- زیباشناختی یا هنری که معطوف به شکل و هماهنگی است.

۴- اجتماعی؛ که معطوف به امور اجتماعی و روابط افراد است.

۵- سیاسی؛ که به قدرت توجه دارد.

۶- مذهبی؛ که به باورها و رفتارهای دینی توجه دارد (طالبی، ۱۳۸۷).

بر اساس این تقسیم‌بندی آپورت و رأس تمایز بین دو نوع جهت‌گیری مذهبی را به‌روشنی بیان کردند و به ابداع مقیاسی برای سنجش جهت‌گیری دینی در دو بعد جهت‌گیری درون دینی و برون دینی در سال ۱۹۷۶ اقدام نمودند. منظور از جهت‌گیری مذهبی درون دینی بعد اعتقادی یا باور دینی است که خود مشتمل بر ایده‌ها و نگرش‌هایی است که انتظار می‌رود پیروان یک آیین به آن اعتقاد داشته باشند مانند اعتقاد به خدا بهشت و جهنم. منظور از جهت‌گیری برون دینی بعد مناسکی یا اعمال و رفتارهای دینی است همان اعمالی است که پیروان یک دین آن را به‌جا می‌آورند، مانند نماز، روزه، حج رفتن در مذهب اسلام (لهسایی زاده و دیگران، ۱۳۸۵).

اینگلهارت تغییر فرهنگی را اساساً همان تغییر ارزشی می‌پندارد که در جوامع صنعتی شده‌ی غربی، پیامد کم‌وبیش غیرارادی پیشرفت اجتماعی - اقتصادی است به اعتقاد او پیشرفت اقتصادی افزایش یافته، منجر به برآوردن بهتر نیازهای بنیانی در سال‌های شکل‌گیری افراد (سال‌های آخر نوجوانی می‌شود که به‌نوبه‌ی خود منجر به ارزش‌های مادی‌گرایانه‌ی کمتری از نسلی به نسل دیگر می‌گردد. اینگلهارت در کتاب «تحول فرهنگی در جامعه‌ی پیشرفته‌ی صنعتی، تغییرات در ارزش‌های جامعه را روندی ارزیابی می‌کند که نه یک‌شبه، از نسلی به نسل دیگر حادث می‌شود. او با مطرح ساختن دو فرضیه‌ی اصلی خود با عناوین «فرضیه‌ی کمیابی» و «فرضیه‌ی

اجتماعی شدن»، دگرگونی ارزش‌ها در اثر شکاف نسلی را در سطح کشورهای پیشرفته‌ی صنعتی بررسی کرده و به این نتیجه رسیده است که بعد از یک دوره‌ی افزایش سریع امنیت جانی و اقتصادی، می‌توان مشاهده‌ی تفاوت‌های محسوس‌ی را میان اولویت‌های ارزشی گروه‌های بزرگ‌سال و جوان جامعه انتظار داشت؛ اولویت‌هایی که باید تحت تأثیر میان اولویت‌های ارزشی گروه‌های بزرگ‌سال و جوان جامعه داش اولویت‌هایی که باید تحت تأثیر تجارب مختلفی باشند که از رهگذر سال‌ها شکل گرفته‌اند. یک تأخیر زمانی محسوس در این میان وجود دارد زیرا ارزش‌های اصلی شخص تا حدود زیادی انعکاس شرایطی است که در طول سال‌های قبل از بلوغ وی حاکم بوده است (اینگلهارت، ۱۳۷۳).

در این میان نمی‌توان منکر نقش مهم و اساسی خانواده بر شکل‌دهی به‌نظام ارزشی فرزندان بود. خانواده نیز مانند سایر نهادهای اجتماعی دستخوش تغییراتی شده است. درحالی‌که در جوامع کم‌جمعیت همچنان خانواده سعی می‌کند کارکردهای سنتی خود را حفظ کند اما به دلیل ارتباطات گسترده‌ی افراد از طریق اینترنت و دریافت اطلاعات از طریق فضای مجازی خانواده‌های کم‌جمعیت نیز مانند خانواده‌های پرجمعیت نمی‌تواند انتقال ارزش‌ها را به‌راحتی انجام دهند. چنانکه رابرتسون معتقد است امروزه مردم توجه کمتری به مسؤولیت خود در قبال خانواده‌ی گسترده و توجه بیشتری به نیازهای خود و اعضای خانواده (خانواده هسته‌ای) نشان می‌دهند» (رابرتسون، ۱۳۷۴). او معتقد است خانواده‌ی هسته‌ای به دلایلی مانند تحرک جغرافیایی تحرک اجتماعی، کاهش کارکردهای خانواده مزایای خانواده کوچک به لحاظ تعداد افراد و فردگرایی با ویژگی‌های نوین زندگی همراه‌تر است (رابرتسون، ۱۳۷۴).

ازنظر عاملی ساز و کارهای دین و خانواده به‌عنوان دو عرصه از فرهنگ، در بستر پارادایم دوجهبانی شدن و دو فضایی شدن واقعی و مجازی قابل تشریح‌اند. صنعت و حمل‌ونقل مهم‌ترین عامل توسعه و گسترده‌ی ارتباطات در جهان واقعی است و همچنین صنعت هم‌زمان ارتباطات مهم‌ترین عامل توسعه‌ی ارتباطات در جهان مجازی و به‌طور معناداری عامل کاهش ارتباطات محسوس و واقعی در جهان واقعی محسوب می‌شود (عاملی، ۱۳۹۰). ازنظر او امروزه دو جهانی شدن‌ها مصدر دو فضایی شدن جهان در گردونه‌ی فراملی و چند فرهنگی است، بنابراین جهان مطلق جغرافیایی و جهان مطلق فرهنگی گذشته در معرض نسبیّت و چند فرهنگی شدن قرار دارد. درواقع جهان جدید با تعاملی به‌هم‌پیوسته که می‌توان آن را به دو قلوهای همزاد تشبیه کرد به سمت دو فضایی شدن همه‌ی نهادهای اساسی جامعه مانند شهر و روستا خانواده سیاست و آموزش و پرورش در حرکت است. فضای اول فضایی است که فرد و خانواده در آن تعامل عینی و واقعی دارند و خصیصه‌های محسوس بودن، با بدن بودن امکان دسترسی محدود و قدرت انتخاب محدود را دارند. در این محیط، فضای تعامل و امکان دسترسی دو متغیر مهمی‌اند که دوستی‌ها، همسایگی‌ها، پیوندهای ارتباطی و ارزش‌های اخلاقی را معنا می‌بخشند و درواقع تغییرات ارتباطی و هیجانات زندگی به‌صورت محسوس قابل‌رؤیت هستند. فضای دوم فضایی است مجازی واقعی که در جهان مجازی فرد شکل می‌گیرد و از خصیصه‌های عینی بودن، دیجیتالی بودن، مجاز واقعی بودن تعاملی بودن غیر مرکزی بودن با امکان دسترسی گسترده و قدرت انتخاب متکثر، متنوع و درعین‌حال متفاوت باتجربه‌های روزمره‌ی زندگی برخوردار است. مهم‌ترین شاخصه‌ی این فضا که در نسی‌گرایی ارزش‌های اخلاقی تأثیری تعیین‌کننده دارد، توسعه ارتباطات بین فرهنگی و در معرض قرار گرفتن ارزش‌هاست. دو فضایی شدن،

همه چیز را تحت تأثیر خود قرار داده است. سرمایه‌های انسانی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی نیز از این تغییرات متأثر شده‌اند. او در ادامه مطرح می‌کند که مهم‌ترین تغییری که به دنبال ظهور هم‌زمان ارتباطات و شکل‌گیری جهان مجازی رخ داده است، دو فضایی شدن خانواده است. این تغییر بنیادین فرد را به صورت نامرئی در ارتباط با جهان دیگری قرار دهد و حوزه‌ی خارج از خانه را در خانواده گسترده می‌کند. در فضای جدید اساساً با فرد متفاوت و تغییر در روش‌های تعامل پدر و مادر با فرزندان مواجه هستیم (عاملی، ۱۳۹۰). با توجه به اینکه در خانواده‌ی سنتی هویت مستقل فرد از خانواده کمرنگ بود، ولی در فضای دوجوانی شده جدید، گسترش پیوندها، یعنی فرد جدید نیازمند تعامل تفاهمی است. تعامل در درون خانواده در فرآیند ایجاد انتخاب جایگزین و یا توسعه‌ی انتخاب اعضای خانواده دیده می‌شود. با این نگاه باید از تعیین انتخاب قطعی پرهیز کرد و احترام به ارزش‌های فردی اعضای خانواده مبنای تعامل خانوادگی قرار گیرد و ارتباطات فردی مستقل، حوزه‌ی مستقل فرد در درون خانواده را تقویت کرده است با این فرض رفتار هنجاری و تحکمی و احساس جهت‌دهی معین در خانواده منشأ بروز تضادهای درون خانوادگی می‌شود.

استمرار یا عدم استمرار ارزش‌ها در درون خانواده، به پذیرش و قبول ارزشمند معانی اخلاقی برای فرد بستگی دارد. درواقع استمرار ارزش در فضای جدید آگاهی‌مدار است و لزوماً تابع هنجارهای عمومی جامعه و خانواده نیست (عاملی، ۱۳۹۰). دانیل لرنر معتقد است که رسانه‌ها ارزش‌های سنتی در جوامع را تغییر می‌دهند و ارزش‌های مدرن را جایگزین می‌کنند. وی در کتاب گذر از جامعه‌ی سنتی؛ نوسازی خاورمیانه، نوشته است که این کار با بالا رفتن انتظارات و توقعات باز شدن افق‌ها توانا شدن مردم به تخیل ورزیدن و تمایل به جایگزینی شرایط زندگی بهتر برای خود و خانواده، عملی می‌شود. (مک کوئیل، ۱۳۸۲) وی بر این باور است که ورود به جامعه‌ی مدرن، مستلزم همراهی ملی یکپارچه، ارتباط با بازارهای ملی و بین‌المللی ایجاد انگیزه برای تقاضای کالاها و خدمات مدرن، خارج کردن منابع توسعه از بحران و گسترش روش‌ها و ارزش‌های نوین در زمینه‌ی تغذیه، تنظیم خانواده بهداشت تولید کشاورزی و صنعتی در زندگی پرجمعیت و کم‌جمعیت است. برای تحقق این هدف، تحرک روانی در سطح فردی و اجتماعی ضروری است و رسانه‌ها مناسب‌ترین و مؤثرترین ابزار تغییر نگرش‌ها ارزش‌ها و رفتارها و به بیان دیگر ابزار ایجاد تحرک فردی و اجتماعی هستند.

ولمن معتقد است ما در عصری زندگی می‌کنیم که پارادایم جوامع در حال تغییر است. این تغییر نه تنها در شیوه‌ی فهم ما از جامعه، بلکه فراتر از آن در نحوه‌ی ارتباط بین مردم و نهادها وجود دارد. در جوامع شبکه‌ای برعکس جوامع صنعتی که روابط بین افراد سلسله‌مراتبی است؛ روابط افقی گسترش می‌یابد و مرزها نفوذپذیر می‌شوند (حاجی‌زاده و میمندی، ۱۳۸۹).

مدل نظری پژوهش بر اساس مباحث نظری ارائه شده طراحی گردیده است.

فرضیه‌های تحقیق به شرح زیر است:

۱- بین میزان استفاده از فضای مجازی در خانواده‌های پرجمعیت و کم‌جمعیت تفاوت وجود دارد. بین نظام ارزشی خانوادگی در خانواده‌های پرجمعیت و کم‌جمعیت تفاوت وجود دارد.

۲- بین نظام ارزشی دینی در خانواده‌های پرجمعیت و کم‌جمعیت تفاوت وجود دارد.

روش‌شناسی

روش تحقیق در این پژوهش با توجه به ماهیت و موضوع، تحقیق، به گونه‌های توصیفی، تحلیلی و مقایسه‌ای است که از جهت نوع تحقیق در زمره‌ی پژوهش‌های کاربردی و تحقیقات پیمایشی مقطعی قرار می‌گیرد. جامعه‌ی آماری در این پژوهش خانواده‌های شهر تهران و روستاهای اطراف آن هستند که بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۰ تعداد ۵۷۹۳۰۲ خانواده و در مناطق کم‌جمعیت اطراف شهر تهران ۷۲۴۶۷ خانواده گزارش شده است. شیوه‌ی نمونه‌گیری در این تحقیق نمونه‌گیری سهمیه‌ای بر اساس محل سکونت است که از بین مناطق ۱۵ گانه‌ی شهر تهران بر اساس نسبت توزیع جمعیت سهم هر منطقه مشخص شد و از میان روستاهای شهرستان تهران، روستاهای بخش مرکزی در نمونه‌گیری شرکت داده شدند و در این میان روستاهایی که به اینترنت همراه یا پرسرعت دسترسی داشتند فرصت حضور در نمونه را یافتند. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۳۸۴ نفر به دست آمد.

به‌منظور برآورد حجم نمونه‌ی مورد مطالعه از فرمول کوکران با جمعیت بزرگ (بیش از ۴۷۰۰۰۰ نفر) استفاده شده است (سرمد، ۱۳۸۲).

$$n = \frac{t^2(pq)}{d^2}$$

مقادیر تعریف‌شده برای هر یک از اجزای فرمول کوکران به شرح زیر بوده است.

$$۱/۹۶ = \text{ضریب اطمینان}$$

$$۰/۵ = p = \text{احتمال وجود صفت مورد نظر (استفاده از اینترنت)}$$

$$۰/۵ = q = \text{احتمال عدم وجود صفت مورد نظر}$$

$$۰/۰۵ = d = \text{دقت احتمالی مطلوب}$$

به‌این ترتیب حجم نمونه مطلوب برابر ۶۰۰ نفر محاسبه شده است. پاسخگویان به ۲۷۴ پرسشنامه‌ی توزیع‌شده در شهر تهران و ۱۶۰ پرسشنامه‌ی توزیع‌شده در ۱۰ روستای بخش مرکزی تهران طور کامل پاسخ داده‌اند. مقاله‌ی حاضر درصدد تحلیل بررسی تفاوت تأثیر استفاده از فضای مجازی بر نظام ارزشی افراد در خانواده‌های شهر تهران و مناطق کم‌جمعیت بوده است. بدین منظور در ابتدا با رویکردی جامعه‌شناختی به مطالعه‌ی نظریات اندیشمندان اجتماعی در این زمینه پرداخته شد و مهم‌ترین تأثیرات فضای مجازی بر نظام ارزشی افراد مشخص گردید؛ سپس با استفاده از رویکرد مطالعات کمی و به‌کارگیری روش توصیفی-میدانی و با استفاده از ابزار پرسشنامه‌ی محقق ساخته، به جمع‌آوری اطلاعات از جامعه‌ی مورد مطالعه و آزمون فرضیات متناسب با مسئله مورد بررسی پرداخته شد. برای انجام محاسبات آماری شامل جداول توزیع فراوانی و مقایسه‌ی میانگین گروه‌های مستقل، از بسته‌ی نرم‌افزاری SPSS-22 استفاده شده است.

مفاهیم و متغیرهای تحقیق:

متغیر مستقل:

متغیر مستقل تحقیق حاضر استفاده از فضای مجازی است که به شکل زیر سنجیده می‌شود.

- میزان استفاده از فضای مجازی: عبارت از مدت‌زمانی از شبانه‌روز است که فرد از فضای مجازی استفاده می‌کند؛ در پنج طبقه: (۱) اصلاً استفاده نمی‌کنم (۲) کمتر از یک ساعت (۳) بین یک تا سه ساعت (۴) بین سه تا پنج ساعت و (۵) بیشتر از ۵ ساعت تفهیم‌بندی می‌کند.
 - مدت‌زمان استفاده از فضای مجازی عبارت از مدت‌زمانی است که فرد در فضای مجازی عضویت یافته است کمتر از شش ماه بین شش ماه تا یک سال، بین یک تا دو سال و بیشتر از دو سال.
 - خدمات اینترنتی مورد‌استفاده مشارکت و درگیری فرد در فضای مجازی جست‌وجو در مقالات علمی پژوهشی، چت کردن، پست الکترونیکی اخبار و اطلاعات، وبلاگ، جست‌وجو در سایت‌های سیاسی گشت‌وگذار در سایت‌های مختلف، برقراری ارتباط با دیگران در وایبر، واتس آپ و لاین، تانگو، اینستاگرام، تلگرام، خرید کالا از طریق اینترنت.
- متغیر وابسته:

در تحقیق حاضر، متغیر وابسته، نظام ارزشی است که دارای دو بعد ارزش‌های خانوادگی و دینی اعضای خانواده مورد‌سنجش قرار گرفته است: ۱- بعد ارزش‌های خانوادگی دارای گویه‌هایی مانند عشق و احترام ورزیدن به یکدیگر، گذشتن از خواسته‌های خود برای طرف مقابل، عدم سلب آزادی همسر، حفظ و دفاع از آبرو و شرافت خانوادگی خود و... مورد‌سنجش قرار گرفته است. ۲- بعد ارزش‌های دینی شامل گویه‌هایی مانند نماز خواندن زیارت کردن، کمک به دیگران، به خداوند روز قیامت رسیدگی به اعمال، هدفمند بودن زندگی و... است. برای تعیین پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. در تحقیق حاضر با استفاده از داده‌های آزمون مقدماتی پیش‌آزمون و به کمک رایانه و نرم‌افزار SPSS، میزان $0/82$ و آلفای کرونباخ برای متغیرهایی که تهیه شده بودند محاسبه گردید. بر اساس این محاسبات ضرایب آلفای کرونباخ برای متغیر نظام ارزشی، بعد خانوادگی $0/72$ و بعد دینی برای متغیر میزان استفاده از فضای مجازی $0/83$ است. یافته‌های تحقیق ویژگی‌های نمونه از میان افراد پاسخگو ۲۷۱ نفر ساکن شهر و ۱۴۲ نفر ساکنان روستا هستند. میانگین سنی پاسخگویان پرجمعیت $46/76$ سال و میانه‌ی سنی ۴۵ سال است. میانگین سن در روستا $44/7$ سال و میانه‌ی سنی ۴۲ سال است. از نظر تحصیلات پاسخگویان ساکن شهر $7/3$ درصد زیر دیپلم $40/6$ درصد دیپلم، $13/91$ درصد فوق‌دیپلم $31/49$ درصد لیسانس و $6/7$ درصد فوق‌لیسانس و بالاتر هستند. تحصیلات ساکنان روستا $29/9$ درصد زیر دیپلم $22/12$ درصد دیپلم $18/17$ درصد فوق‌دیپلم، $27/21$ درصد لیسانس و $2/6$ درصد فوق‌لیسانس و بالاتر است. جنسیت پاسخگویان شامل ۵۰ درصد زن و ۵۰ درصد مرد در شهر و $6/32$ درصد زن و $67/4$ درصد مرد در روستا هستند.

میانگین استفاده از فضای مجازی ساکنان شهر $4/2$ ساعت و این میزان در روستا $1/5$ ساعت بوده است.

فرضیه‌های تحقیق:

- بین میزان استفاده از فضای مجازی در خانواده‌های پرجمعیت و کم‌جمعیت تفاوت وجود دارد.
- بین نظام ارزشی خانوادگی در خانواده‌های پرجمعیت و کم‌جمعیت تفاوت وجود دارد.
- بین نظام ارزشی دینی در خانواده‌های پرجمعیت و کم‌جمعیت تفاوت وجود دارد.
- برای آزمون فرضیه‌ها از آزمون تفاوت میانگین‌های دو گروه مستقل استفاده کردیم:

جدول شماره ۱: تفاوت میانگین‌های دو گروه مستقل

میانگین	انحراف استاندارد	تفاوت	حجم نمونه		درجه‌ی آزادی	نسبت t	سطح معناداری
			کم‌جمعیت	پرجمعیت			
۳/۶۱	۴/۷۱	۰/۴۳	۱۶۰	۳۷۴	۱۸۰	-۲/۴۱	۰/۰۱۷
۳/۴۲	۴/۷۴	۰/۶۲	۱۶۰	۳۷۴	۱۸۰	-۳/۷۳	۰/۰۰۰
۴/۳۱	۱/۵۳	۰/۸۱	۱۶۰	۳۷۴	۱۸۰	۱۶/۵۱	۰/۰۰۰

نتایج جدول شماره ۱ نشان می‌دهد میانگین نظام ارزشی دینی و خانوادگی خانواده‌های کم‌جمعیت بیشتر از خانواده‌های پرجمعیت است؛ همچنین میانگین استفاده از فضای مجازی در خانواده‌های پرجمعیت از خانواده‌های کم‌جمعیت بالاتر است. بررسی تفاوت میانگین‌ها نیز این ادعا را ثابت می‌کند. نتایج آزمون تفاوت میانگین در دو گروه مستقل نیز نشان می‌دهد که بین خانواده‌های پرجمعیت و کم‌جمعیت در نظام ارزشی خانوادگی و دینی و استفاده از فضای مجازی تفاوت معنی‌داری وجود دارد. سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ است؛ بنابراین فرضیه‌های مبتنی بر وجود تفاوت معنادار در نظام ارزشی خانواده دینی و استفاده از فضای مجازی در خانواده‌های پرجمعیت و کم‌جمعیت در سطح ۹۵٪ اطمینان، تأیید می‌شوند. همچنین مقایسه‌ی میانگین‌های نظام ارزشی خانوادگی نشان می‌دهد؛ خانواده‌های کم‌جمعیت با میانگین بالاتری از نظام ارزشی خانوادگی قرار دارند؛ این میانگین در خانوارهای کم‌جمعیت ۷۶/۴ است در حالیکه خانواده‌های پرجمعیت این میزان ۶۵/۳ گزارش شده است. همچنین این تفاوت میانگین‌ها در مورد نظام ارزشی دینی نیز صادق است. در خانواده‌های کم‌جمعیت نظام ارزشی دینی ۷/۴ گزارش شده در حالی که در خانواده‌های پرجمعیت ۳/۳ است. به‌طوری‌که نظام ارزشی در خانواده‌های کم‌جمعیت بالاتر از خانواده‌های پرجمعیت است.

در فرضیه: بین میزان استفاده از فضای مجازی و نظام ارزشی در خانواده‌های پرجمعیت و کم‌جمعیت رابطه وجود دارد

جدول شماره ۲ محاسبه ضریب همبستگی و تبیین در دو گروه مستقل

متغیر	حجم نمونه	میزان ضریب همبستگی	سطح معناداری	ضریب تعیین
نظام ارزشی خانوادگی فضای مجازی	۳۸۴	-۰/۲۲۲	۰/۰۰۴	۰/۰۴۱
نظام ارزشی دینی فضای مجازی	۳۸۴	-۰/۱۸۱	۰/۰۵	۰/۰۳۹

نتایج جدول شماره ۲ نشان می‌دهد میزان همبستگی متغیر نظام ارزشی و استفاده از فضای مجازی ۲۱۸/۰ است که میزان متوسط روبه پایین است، اما بررسی سطح معناداری نشان از معنادار بودن رابطه از نظر آماری است (۰/۰۳/۰۵۰/۰)؛ بنابراین در سطح ۹۹ درصد اطمینان بین میزان استفاده از فضای مجازی و نظام ارزشی خانوادگی رابطه وجود دارد. علامت منفی نشان‌دهنده رابطه‌ی معکوس دو متغیر است چنانچه میزان استفاده از فضای مجازی بالا رود میزان نظام ارزش خانوادگی کاهش می‌یابد و برعکس. میزان ضریب تعیین نشان می‌دهد ۷/۴ تغییرات نظام ارزش خانواده در اثر استفاده از فضای مجازی است. از سوی دیگر بررسی رابطه‌ی نظام ارزشی دینی و استفاده از فضای مجازی نشان می‌دهد که میزان همبستگی دو متغیر ۱۷۹/۰ است که میزان کمی است اما سطح معناداری نشان از معنادار بودن رابطه‌ی دو متغیر است (۰/۰۴/۰۵) همچنین علامت منفی

نشان‌دهنده‌ی رابطه‌ی معکوس دو متغیر است چنانچه میزان استفاده از فضای مجازی بالا رود، میزان نظام ارزش دینی کاهش می‌یابد و برعکس میزان ضریب تعیین نشان می‌دهد $2/3$ تغییرات نظام ارزش دینی در اثر استفاده از فضای مجازی است.

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه رشد رسانه‌ها و خاصه اینترنت با ورود بین افراد همه نوع روابط را دستخوش تغییر کرده است. تغییر در سیستم حقوق و تکالیف و نقش‌ها نشانگر این است که ورود رسانه‌ها و دسترسی آسان به آن‌ها بر فرهنگ و ارزش‌ها و هنجارهای موجود در جامعه تأثیرگذار است. محسنی کامپیوتر را از مظاهر تکنولوژی که باعث تغییر در فرهنگ شده‌ی داند. او معتقد تحولات الکترونیک همواره دگرگونی‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی متعددی را در بردارد مرتون معتقد است رسانه‌ها می‌توانند در درازمدت ساختارهای ارزشی را بسازند یا آن‌ها را دگرگون کنند. مارگارت مید از جمله صاحب‌نظرانی است که فاصله‌ی نسلی ایجادشده در جامعه را حاصل تحولات عمیق در جامعه می‌داند. وی معتقد است این تحولات عمیق ایجادشده در جامعه بر روی رشد فرزندان و نحوه‌ی تربیت والدین نسبت به فرزندان اثر می‌گذارد و باعث تغییر در رفتار آن‌ها می‌شود؛ او این اختلاف را فاصله‌ی نسلی می‌نامد. مید در بحث شکاف نسلی سه جامعه را از هم تفکیک می‌کند؛ اول، جامعه‌ای که دگرگونی در آن کند است و فرزندان، فرهنگ‌ها و ارزش‌های حاکم بر نسل والدین را می‌پذیرند و آن‌ها را آینه‌ی تمام‌نمای خود می‌دانند. این نوع جوامع معمولاً دارای محیط‌های بسته با حاکمیت ارزش‌های پیشین هستند؛ دوم، جامعه‌هایی که دچار تغییر و تحول می‌شوند. در این جوامع، دیگر نسل قبلی (والدین) نمی‌تواند الگوی مناسبی برای نسل جدید باشد و نسل جدید برای اینکه خود را با شرایط جامعه و تغییرات جدید منطبق سازد به اعضای هم‌نسل خودروی می‌آورد و آن‌ها را برای خود الگو قرار می‌دهد؛ سوم، جامعه‌ای که دگرگونی‌های شدیدی در آن رخ داده است، در این جوامع، نسل پیشین نمی‌تواند الگوی نسل جدید باشند بلکه برای تداوم حیات خود باید نگرش‌ها و ارزش‌های حاکم بر زمان خود را اصلاح کنند و ارزش‌ها و هنجارهای جدید را بپذیرند و بسیاری از چیزها را از فرزندان خود بیاموزند، نسل جدید نه وضع موجود را می‌پذیرد و نه باورهای نسل پیشین را باور دارد. او درواقع به دنبال ساختن دنیای جدید برای خود است. چنین تغییراتی، فرآیند مداوم و آرام انتقال فرهنگ را نه تنها از یک نسل به نسل دیگر بلکه در مناطق مختلف پرجمعیت و کم‌جمعیت دچار وقفه و مشکل می‌کند و بین دو نسل اختلاف تجربه و فرهنگ ایجاد می‌نماید. عاملی معتقد است در فضای جدید اساساً با فرد متفاوتی مواجه هستیم که در روش‌های تعامل با دیگران و پدر و مادر تفاوت‌های اساسی دارد. در خانواده‌های سنتی و کم‌جمعیت نظام ارزشی و رفتارهای مستقل از خانواده کمرنگ بوده، ولی در فضای دوجبهانی شده جدید و عموماً شهرها، گسترش پیوندها و ارتباطات فردی مستقل، حوزه‌ی مستقل فرد در درون خانواده را تقویت کرده است با این، فرض رفتار هنجاری و تحکمی و احساس جهت‌دهی معین در خانواده‌ها و در بین افراد منشأ بروز تضادهای درون خانوادگی می‌شود، یعنی فرد جدید نیازمند تعامل تفاهمی است تعامل در درون خانواده در فرآیند ایجاد انتخاب جایگزین و یا توسعه انتخاب اعضای خانواده دیده می‌شود با این نگاه باید از تعیین انتخاب قطعی پرهیز کرد و احترام به ارزش‌های فردی اعضای خانواده مبنای تعامل خانوادگی قرار گیرد. استمرار یا عدم استمرار ارزش‌ها در درون خانواده، به پذیرش و قبول ارزشمند معانی اخلاقی برای فرد بستگی دارد. درواقع استمرار ارزش در فضای جدید آگاهی‌مدار است و

لرؤماً تابع هنجارهای عمومی جامعه و خانواده نیست. اینگلههارت معتقد است که بعد از یک دوره افزایش سریع امنیت جانی و اقتصادی، می‌شود.

انتظار مشاهده‌ی تفاوت‌های محسوسی را میان اولویت‌های ارزشی گروه‌های بزرگسال و جوان جامعه داشت. تغییرات اساسی در مقیاس وسیع زمانی رخ می‌دهد که یک نسل جایگزین نسل مسن‌تر در جمعیت بزرگسال یک جامعه می‌شود؛ و با توجه به این دگرگونی‌ها و تحولات، وقتی رسانه‌های جمعی وارد جامعه شوند تحول جدیدی را به وجود می‌آورند و حتی منجر به فاصله‌ی نسلی بیشتری بخصوص در محیط‌های کم‌جمعیت می‌شوند چون الگوهای ارائه‌شده توسط رسانه‌های جمعی با ارزش‌های حاکم سازگار نیست و همین امر تعارض میان افراد را تشدید می‌کند زیرا برخی خواهان تغییرات تازه هستند و ارزش‌ها و هنجارهای خود را منطبق بر ارزش‌ها و هنجارهای ارائه‌شده توسط رسانه‌ها می‌دانند و همین امر موجب اختلاف و تضاد میان والدین و فرزندان می‌شود. در این میان دو اتفاق می‌افتد، والدین یا بنا به گفته‌ی مید تغییرات را می‌پذیرند و ارزش‌ها و هنجارهای خود را با آن‌ها هماهنگ می‌سازند و یا اینکه هم تغییرات را نمی‌پذیرند و هم دوست ندارند دیگران به سمت این تحولات جدید گرایش پیدا کنند، بنابراین به نظر می‌رسد رسانه‌ها، خصوصاً رسانه‌های جدید ماهواره و اینترنت (...) بر روی پدیده‌ی تعارض تأثیرگذار باشند. همچنین ارزش‌های میان والدین و فرزندان بر ایجاد پدیده مؤثر است، زیرا نسل پیشین ارزش‌های سنتی خود را باور دارد و معتقد است ورود رسانه‌های جدید، ارزش‌های سنتی آن‌ها را به چالش کشیده است. این تعارض در محیط‌های پرجمعیت و کم‌جمعیت هم به شکل متفاوت اما به وضوح دیده می‌شود. همان‌طور که نتایج پژوهش حاضر حاکی از آن است تأثیر استفاده از فضای مجازی بر نظام ارزشی افراد در مناطق پرجمعیت و کم‌جمعیت مورد مطالعه‌ی متفاوت است؛ دلیل این امر را می‌توان تعدد منابع ارزشی که افراد به دلیل ارتباطات گسترده امروزی در معرض آن قرار می‌گیرند؛ دانست. امروزه افراد با ورود به شبکه‌های اجتماعی و سایر رسانه‌ها در معرض ارزش‌ها باورها و اطلاعاتی قرار می‌گیرند که در بیشتر موارد با بافت سنتی و سیستم‌های ارزشی خانوادگی و دینی ما متفاوت و بعضاً در تعارض است. ورود این عناصر فرهنگی جوامع مدرن در تعارض با فرهنگ سنتی به خصوص در روستاها قرار می‌گیرد و علاوه بر آن بیشتر مخاطبان فضای مجازی جوانانی هستند که علاقه‌مند به همسو شدن با جوامع مدرن هستند و با مخالفت والدین خود مواجه می‌شوند چراکه آنان نظام ارزشی ناشی از ارتباط با فضای مجازی را متعارض با فرهنگ خودی می‌دانند. به همین دلیل تأثیر ارزش‌های ارائه‌شده توسط فضای مجازی بر فرهنگ سنتی‌تر روستاها بیشتر از شهرهاست. نتایج حاصل از مقایسه‌ی میانگین نظام ارزشی دینی و خانوادگی در خانواده‌های کم‌جمعیت و پرجمعیت نیز نشان می‌دهد استفاده از فضای مجازی در خانواده‌های پرجمعیت از خانواده‌های کم‌جمعیت بالاتر است. نتایج آزمون تفاوت میانگین را در دو گروه مستقل نیز نشان می‌دهد. بین خانواده‌های پرجمعیت و کم‌جمعیت در نظام ارزشی خانوادگی و دینی و استفاده از فضای مجازی تفاوت معناداری وجود دارد همچنین بین میزان استفاده از فضای مجازی و نظام ارزشی خانوادگی رابطه‌ی معکوسی وجود دارد چنانچه میزان استفاده از فضای مجازی بالا رود، میزان نظام ارزش خانوادگی کاهش می‌یابد و برعکس. درنهایت باید این نکته را یادآور شد که بر اساس نتایج پژوهش نظام ارزشی افراد در خانواده‌ها تحت تأثیر منابع اطلاعاتی فضای مجازی است. نتایج پژوهش‌های انجام‌شده مشابه نیز کمابیش این ادعا را تأیید می‌کند با این تفاوت که

بررسی‌های انجام‌شده در مناطق پرجمعیت انجام‌شده و مقایسه‌ای بین مناطق پرجمعیت و کم‌جمعیت صورت نگرفته است.

یکی از مراحل بسیار ضروری در پایان هر پژوهش ارائه پیشنهاد و راهکار برای پژوهش‌های آتی و همچنین سازمان‌های مربوط است. آنچه مسلم است مهم‌ترین فرآیند رشد و تربیت افراد جامعه‌پذیری است که حین آن افراد ارزش‌ها و الگوهای رفتاری را می‌آموزند و در جریان تعامل با دیگران به کار می‌برند. در این میان نقش خانواده و نظام آموزشی در انتقال این بخش از فرهنگ بسیار مهم است. پس از مطالعه درباره‌ی مسئله‌ی تحقیق پیشنهادها به شرح زیر مطرح می‌گردد

- اعضای خانواده در شهر و روستا امروز نیازمند آموزش است آموزش مدرن و سازمان‌یافته در مدارس، دانشگاه‌ها به نوجوانان و جوانان و استحکام بخشیدن به رابطه‌های فراالکتریکی در قالب طرح‌های اجرایی مثبت و آموزش‌های مرتبط با نحوه‌ی استفاده‌ی درست جوانان و نوجوانان از فضای مجازی ضروری به نظر می‌رسد.

افزایش آگاهی خانواده‌های نوجوانان و جوانان در برخورد با محتوا و مطالب هنگام استفاده از فضای مجازی بخصوص در محیط‌های کم‌جمعیت که افراد کمتر امکان دسترسی به آموزش‌های مختلف در این زمینه را دارند ضروری به نظر می‌رسد. توجه بیشتر به سلايق مخاطبان و فرهنگ‌های بومی آنان به‌ویژه قشر جوان در تهیه‌ی برنامه‌های صداوسیما.

- با توجه به اینکه در محیط‌های سنتی و روستاها مراکز دینی بسیار موردتوجه است. این مراکز می‌توانند با به‌روز کردن و جذاب کردن آموزه‌های خود به جذب افراد در امور دینی کمک کنند و مانع گرایش بی‌رویه‌ی آن‌ها به منابع اطلاعاتی موجود در فضای مجازی شود.

منابع

- اینگلهارت، رونالد. (۱۳۷۳). تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته، صنعتی، ترجمه‌ی مریم وتر، انتشارات کویر.
- پناهی، امیر. (۱۳۸۴). ساختار قدرت در خانواده - مدرسه و باز تعریف مشارکت اجتماعی
- پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد دفتر مطالعات و تحقیقات، زنان، نامه علوم اجتماعی.
- حاجی‌زاده و همکاران. (۱۳۸۹). "همگامی مشترک در خانواده و دین‌داری جوانان شهر یزد فصلنامه‌ی تحقیقات فرهنگی، دوره‌ی سوم، شماره‌ی ۳، ۲۳-۴۶.
- رابرتسون، رولند. (۱۳۸۳). جهان - محلی شدن زمان - مکان همگونی و ناهمگونی، ترجمه‌ی مراد فرهاد پور، فصلنامه‌ی، فلسفی، ادبی فرهنگی ارغنون، شماره‌ی ۲۴.
- ساروخانی، بابایی فرد. (۱۳۹۱). اینترنت جهانی‌شدن و هویت فرهنگی جوانان در ایران، چالش‌ها و فرصت‌ها، تهران: نشر دیدار.
- طالبی، سکیته. (۱۳۸۷). تحول هویت ملی دانش آموزان دختر در دوره‌های تحصیلی ابتدایی، راهنمایی و متوسطه شهر، تهران پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد علوم تربیتی، تهران، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس.

- طولابی، زینب؛ کمریگی خلیل. (۱۳۹۲). تفاوت ارزشی در روابط والدین و فرزندان بررسی و تبیین مسئله‌ی تفاوت ارزشی در ایلام فصلنامه‌ی خانواده پژوهی، دوره‌ی ۹، شماره‌ی ۳۴.
- عاملی، سعید رضا. (۱۳۹۰). مطالعات جهانی‌شدن دو فضایی شدن‌ها و دو جهانی شدن‌ها، تهران: انتشارات سمت.
- کفاشی، مجید. (۱۳۸۸). بررسی تأثیر اینترنت بر ارزش‌های خانواده، فصلنامه‌ی پژوهش اجتماعی، سال دوم، شماره‌ی سوم. گنجی، احمد. (۱۳۸۵). بررسی الگوی کاربران اینترنت و عوامل اجتماعی مؤثر بر آن، مطالعه موردی، نوجوانان و جوانان شهر تهران پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد پژوهش در علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
- گیدنز، انتونی. (۱۳۷۶). پیامدهای مدرنیته ترجمه‌ی محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز.
- لهسایی زاده عبدالعلی. (۱۳۸۵). نظریات مهاجرت انتشارات دانشگاه شیراز.
- مک کوپیل، دنیس. (۱۳۸۲). درآمدی بر نظریه‌ی ارتباطات جمعی ترجمه‌ی پرویز اجلالی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- Bernal, Alonso et al. (2020). Cognitive Warfare: An Attack on Truth and Thought, NATO, JOHNS HOPKINS, UNIVERSITY. 2020, p1-45.
- Mohamed Salleh, S., Shamshudeen, R. I., Wan Abas, W. A., & Tamam, E. (2019). Determining media use competencies in media literacy curriculum design for the digital society: A modified 2-Wave Delphi method. SEARCH Journal of Media and Communication Research, 11(1), 17–36.
- Paivi Rasi, Hanna Vuojärvi, and Heli Ruokamo, 2019, Media Literacy Education for All Ages, Journal of Media Literacy Education 11 (2), p 1 – 19.
- Potter, W. J. (2019). Media literacy. London: Sage. p 63.
- Rogow, F. (2015). Media literacy in early childhood education. New York: Routledge.
- Taverniers, J., Smeets, T., Lo Bue, S., Syroit, J., Van Ruysseveldt, J., Pattyn, N., et al. (2011). Visuo-spatial path learning, stress, and cortisol secretion following military cadets' first parachute jump: the effect of increasing task complexity. Cogn. Affect. Behav. Neurosci. 11, 332–343. doi: 10.3758/s13415-011-0043-0
- Taverniers, J., Taylor, M. K., and Smeets, T. (2013). Delayed memory effects after intense stress in special forces candidates: exploring path processes between cortisol secretion and memory recall. Stress: The international journal on the biology of. Stress 16, 311–320. doi: 10.3109/10253890.2012.721824
- Taverniers, J., Van Ruysseveldt, J., Smeets, T., and von Grumbkow, J. (2010). High-intensity stress elicits robust cortisol increases, and impairs working memory and visuo-spatial declarative memory in special forces candidates: a field experiment. Stress 13, 324–334. doi: 10.3109/10253891003642394.